



Prosjektnotat nr. 9 - 2017

Randi Lavik og Alexander Schjøll

**Søndag som handledag.  
En sammenfatning av SIFOs  
forskning på åpningstider**

**SIFO**


Forbruksforskningsinstituttet

HØGSKOLEN I OSLO  
OG AKERSHUS

© Forbruksforskningsinstituttet SIFO – Høgskolen i Oslo og Akershus  
Prosjektnotat nr. 9 – 2017

Forbruksforskningsinstituttet SIFO – Høgskolen i Oslo og Akershus  
Stensberggt. 26 – 7. etg.  
Postboks 4 St. Olavs plass  
0130 Oslo  
[www.hioa.no/sifo](http://www.hioa.no/sifo)

Det må ikke kopieres fra denne rapporten i strid med åndsverksloven. Rapporter lagt ut på Internett, er lagt ut kun for lesing på skjerm og utskrift til eget bruk. Enhver eksemplarfremstilling og tilgjengeliggjøring utover dette må avtales med SIFO. Utnyttelse i strid med lov eller avtale, medfører erstatningsansvar.

<b>Tittel</b> Søndag som handledag. En sammenfatning av SIFOs forskning på åpningstider	<b>Antall sider</b> 47	<b>Dato</b> 04.10.2017
<b>Title</b> Sunday as a shopping day. A summary of SIFO's research		
<b>Forfattere</b> Randi Lavik og Alexander Schjøll	<b>Prosjektnummer</b> 200334	<b>Faglig ansvarlig sign.</b> 
<b>Oppdragsgiver</b> SIFO		
<b>Sammendrag</b> Dette notatet gir en oversikt over søndag som handledag med vekt på dagligvarer. Vi presenterer først den historiske utviklingen, deretter ser vi på forbrukernes holdninger til slike åpningstider. Videre viser vi at de faktiske åpningstidene har endret seg dramatisk og at butikkene har lengre åpent nå. Til slutt kommer vi med noen utfordringer for dagligvarehandelens åpningstider framover.		
<b>Summary</b> This note gives an overview of Sunday as shopping day in Norway, with focus on grocery trade. First, we present the historical development, and then we look at consumers attitudes towards opening hours. Further, we show how the actual opening hours have changed dramatically. Norwegian grocery stores open early in the morning and close late at night. Finally, we present some challenges for Norwegian grocery trade when it comes to opening hours in the future.		
<b>Stikkord</b> Dagligvarer, søndagshandel, åpningstider		
<b>Keywords</b> Grocery trade, Sunday shopping, opening hours		

# Søndag som handledag

En sammenfatning av SIFOs forskning på åpningstider

av

Randi Lavik og Alexander Schjøll

2017

Forbruksforskningsinstituttet SIFO  
Høgskolen i Oslo og Akershus  
Postboks 4 St. Olavs plass, 0130 Oslo

# Forord

Dette notatet gir en oversikt over hvordan holdninger til åpningstider har endret seg fra 1980-tallet og utover. Den gir også en oversikt over hvordan åpningstidene i perioden har endret seg.

Det er gjennomført svært mange undersøkelser omkring temaet åpningstider, og derfor kan det være relevant å gi en samlet oversikt over disse undersøkelsene. Vi har ikke tatt med alt, men referanser blir oppgitt der det kan være aktuelt for andre å gå nærmere inn i materialet. Temaene som blir presentert er en sammenfatning av et innlegg som SIFO presenterte for «Utvalget om søndagsåpne butikker» den 27. april 2017.

Oslo, høsten 2017



## Sammendrag

Dette notatet gir en oversikt over SIFOs forskning på feltet «søndag som handledag». I kapittel 1 presenter vi debatten om åpningstider fra 1980-tallet til i dag. Vi ser at først var det hensynet til de butikkansatte som veide tyngst, mens i dag er det forbrukernes behov som styrer.

I kapittel 2 tar vi for oss holdninger til åpningstider fra 1980-tallet fram til i dag. På 1980-tallet var folk flest fornøyd med de begrensede åpningstidene som var da. I dag er det holdninger til søndagsåpne butikker som er det sentrale. I 1996 var det 25 prosent som ønsket søndagsåpne dagligvarebutikker, mens i år er det 47 prosent. Det har hele tiden vært folk i aldersgruppen 25-39 år vært mest positive til søndagsåpent. I 1996 var menn mest positive, mens i dag er det ingen signifikante kjønnsforskjeller.

I kapittel 3 viser vi resultater fra ulike spørreundersøkelser om handlevaner. Fra 1996 til i år har andelen som handler i kiosker, bensinstasjoner og servicehandelen økt med 16 prosentpoeng. I samme periode har andelen som har handlet dagligvarer på søndager steget fra 21 prosent til 41 prosent. Av dem som handler dagligvarer på søndager, gjør man det i hovedsak i dagligvarebutikker, selv om kiosk og bensinstasjon også er utbredt. Kun 7 prosent sier at de med stor sannsynlighet vil flytte handelen til søndager hvis dagligvarebutikker generelt har åpent denne dagen.

Kapittel 4 tar for seg dagligvarebutikkens faktiske åpningstider. I 1985 åpnet de aller fleste butikkene kl. 08.30 eller kl. 09.00 på hverdager. I 2015 (siste år vi har data for) åpnet de i hovedsak kl. 07.00 eller tidligere. Butikkene har også åpent lenger på kvelden. I 1985 var det vanlig å stenge kl. 17.00, mens i dag (2015) er hyppigst forekommende stengt tid kl. 23.00 på hverdager. En tilsvarende utvikling ser vi på lørdager.

Kapittel 5 ser på noen utfordringer for dagligvarebutikkene. Først tar vi for oss grensehandelen. Det er en stor handelslekkasje mot Sverige, og spørsmålet er hva som vil skje videre her. Deretter ser vi på bensinstasjonene. Bensinstasjonene selger i dag mange dagligvarer og har lange åpningstider. Imidlertid er prisene høye der, og det ser ikke ut til at disse er alvorlige utfordrere til dagligvarebutikker. En tredje utfordring er dagligvarebutikker med maks. 100 kvm salgsareal. Disse har lov til å ha søndagsåpent i dag. Vi tror ikke det blir flere slike butikker framover pga. kostnadsutviklingen slike butikker har og at søndagshandelen ikke ser ut til å vokse veldig mye.

Netthandel kan imidlertid bli en utfordring for dagligvarebutikkene. Slike salgskanaler tjener ikke penger i dag, men det er stor vekst i salget, så potensialet for stort omfang av netthandel med mat er absolutt til stede.





# Innhold

Sammendrag .....	5
Innhold .....	7
1 Innledning .....	9
1.1 Debatter om åpningstider på 1980-tallet .....	9
1.2 Debatter om åpningstider på 1990-tallet .....	11
1.3 Debatter om åpningstider på 2000-tallet .....	12
2 Holdninger til åpningstider .....	15
2.1 Holdninger til åpningstider på 1980-tallet.....	15
2.2 Holdninger til åpningstider på 1990-tallet og utover.....	16
2.3 Holdning til søndagsåpne dagligvarebutikker og alder .....	19
2.4 Holdninger til søndagsåpne dagligvarebutikker og kjønn .....	20
3 Handling på søndager.....	21
3.1 Handlet dagligvarer i KBS-markedet .....	21
3.2 Handlet dagligvarer på en søndag .....	22
3.3 Handlehyppighet på søndager .....	24
3.4 Handlebeløp på søndager .....	25
3.5 Hva hvis dagligvarebutikkene holdt søndagsåpne?.....	28
4 Endringer i faktiske åpningstider .....	33
5 utfordringer fremover.....	37
5.1 Grensehandel med Sverige .....	37
5.2 Bensinstasjonene .....	37
5.3 Søndagsåpne butikker.....	38
5.4 Netthandel .....	38
5.4.1 Hvordan dette vil utvikle seg i fremtiden? .....	40
5.4.2 Hvorfor skiller mat og drikke seg ut fra de andre produktgruppene?.....	42
6 Oppsummering.....	43
Referanser.....	45
Figur 1-1: Innlegg om åpningstider av daværende forbrukerminister Astrid Gjertsen. ....	10
Figur 1-2: Diverse avisutklipp på begynnelsen av 1980-tallet. ....	11
Figur 2-1: Hvilken åpningstid ville være tilstrekkelig.....	15
Figur 2-2: Hvilken åpningstid trenger De for innkjøp av dagligvarer?.....	16
Figur 2-3: Holdning til søndagsåpent. ....	17
Figur 2-4: Holdning til søndagsåpne dagligvarebutikker over tid.....	18
Figur 2-5: For søndagsåpne dagligvarebutikker etter alder og årstall. ....	19
Figur 2-6: Andel som er for søndagsåpne dagligvarebutikker etter kjønn for ulike år. ....	20
Figur 3-1: Har du handlet dagligvarer i løpet av siste fire uker på bensinstasjon, i kiosk eller begge deler? .....	21
Figur 3-2: Handlet dagligvarer på en søndag i løpet av siste fire uker i 1996, 2016 og 2017.....	22
Figur 3-3: Har du handlet dagligvarer på en bensinstasjon, kiosk eller dagligvarebutikk i løpet av siste 4 uker?.....	23
Figur 3-4: Blant dem som svarte hvor mange ganger de hadde handlet på en søndag i løpet av siste 4 uker.....	24

Figur 3-5: Hvor mye man handlet for? Blant dem som hadde handlet dagligvarer på en søndag. ....	25
Figur 3-6: Hvor mye man hadde handlet dagligvarer for, etter handlested. 1996: N = 130. 2016: N = 419. ....	25
Figur 3-7: Hvor mye handlet du for sist du handlet dagligvarer på hhv bensinstasjon, kiosk og eller dagligvarebutikk på en søndag, i løpet av siste fire uker.....	26
Figur 3-8: Hvor mye handlet du for sist du handlet dagligvarer på hhv bensinstasjon, kiosk og eller dagligvarebutikk på en søndag, i løpet av siste fire uker.....	27
Figur 3-9: Hvis dagligvarebutikker generelt var åpne på søndager, hvor sannsynlig er det at ville forskyve dagligvarekjøp fra hverdag til søndag? .....	28
Figur 3-10: Hvis søndagsåpne dagligvarebutikker, hvor sannsynlig å forskyve dagligvarehandel til søndager, etter om en er for eller mot søndagsåpne dagligvarebutikker. ....	29
Figur 3-11: Handlet dagligvarer på en søndag etter holdning til søndagsåpne dagligvarebutikker. ....	30
Figur 3-12: Handlebeløp i dagligvarebutikk på søndag etter holdning til søndagsåpne dagligvarebutikker. ....	31
Figur 4-1: Når dagligvarebutikker åpner, ulike år. ....	33
Figur 4-2: Oversikt over stengetider i dagligvarebutikker på hverdager, ulike år.....	34
Figur 4-3: Åpningstider på lørdager 2011 og 2015. ....	35
Figur 4-4: Oversikt over stengetider i dagligvarebutikker på lørdager, ulike år. ....	36
Figur 5-1 Utklipp 16: Virum Supermarked la ned sin tjeneste på Internett høsten 2000 etter vår datainnsamling.....	39
Figur 5-2: Bruk av internett siste 12 måneder. ....	40

# 1 Innledning

Den opprinnelige begrunnelsen for å regulere åpningstidene, på slutten av 1800-tallet og begynnelsen av 1900-tallet, var hensynet til arbeidstakerne. Etter hvert har imidlertid arbeidstakerne fått egne lover som skal ivareta deres interesser. Åpningstidslover har imidlertid trigget ulike interesser; noen har interesse av regulering mens andre mener at markedet skal regulere seg selv. Debatten har også endret seg med den samfunnsmessige utvikling. På 1970-tallet hadde vi for eksempel debatten om lørdagslukket, på 1980-tallet sto utvidete åpningstider på den politiske dagsorden, på slutten av 1980-tallet ble åpningstider på «typiske turiststeder» diskutert og ble et unntak i loven i 1991, og på slutten av 1990-tallet fikk vi debatten om søndagsåpent. Debatten om søndagsåpent fortsatt inn i 2000-tallet.

I de neste avsnittene går vi igjennom debattene på 80-tallet, 90-tallet og på 2000-tallet.

## 1.1 Debatter om åpningstider på 1980-tallet

Holdninger til åpningstider i butikkene har i perioder vært gjenstand for store debatter over lengre tid. På 1970-tallet dreide debatten seg om de ansattes interesser og lørdagsstengte butikker. Denne debatten ble etterfulgt av åpningstider på hverdager og lørdager som mange mente var for snevre nå når kvinnene etter hvert begynte å ta del i arbeidslivet. Arbeiderpartiet satte ned et åpningstidsutvalg på tampen av sin regjeringstid høsten 1981. Da Høyre dannet regjering i 1981, ble det bestemt at åpningstidsutvalgets arbeid skulle fortsette under Astrid Gjertsen som statsråd i Forbruker- og administrasjonsdepartementet (FAD). Hun satte forbrukerinteressene på dagsorden med bl.a. temaet for et «et åpnere samfunn» som slagord. Debatten gikk mellom de ulike interessene, de som mente at man ikke trengte mer fleksible åpningstider, og de som ville ha større frihet til å bestemme selv. Hovedkonfliktene var mellom arbeidstakerorganisasjonene og næringslivet. Debatten var svært høyrøstet.

Noen brakte også søndagsåpent på banen. Da gikk Astrid Gjertsen ut og påpekte at handelen ikke trengte barnepike, det var heller ikke åpningsplikt, og det var ikke natt- og søndagsåpent hun tenkte på når det var snakk om åpningstidsreformer (Moss Avis 28. april 1983):

# 1,6 millioner forbrukere har behov for fleksibel åpningstid

Av forbrukerminister Astrid Gjertsen

Fondet for markeds- og distribusjonsforskning har foretatt omfattende undersøkelser i tilknytning til arbeidet i det offentlige åpningstidsutvalget. Disse viser at 1,6 millioner forbrukere har behov for endrede åpningstider enten i dagligvareforretninger, møbelforretninger, postkontor eller bank. Undersøkelsene viser videre at en million forbrukere trenger utvidet åpningstid én dag i uken, 500 000

flere ganger i uken og to millioner har behov for lørdagsåpent. Disse resultatene stemmer dårlig med det inntrykk Norges Kolonial- og Landhandelforbund har forsøkt å skape basert på en gallup-undersøkelse som forbundet nylig har offentliggjort. Ifølge presseomtalen hevder kjøpmannsorganisasjonens talsmann at det er lite behov for fleksible åpningstider.

Spørsmålet om lukkeloven bør oppheves eller liberaliseres gjelder midlertidig ikke bare forbrukernes behov. Hovedinnvendingen er at lukkeloven idag medfører både unødvendig byråkrati og reguleringer, og bestemmelserne virker konkurransehemmende.

Det virker som om reguleringsverken er kommet svært langt i vårt land når en pressgruppe vil styre sjakkisjonen inn på spørsmålet om vi trenger å oppheve en lov. Debatten burde dreie seg om vi trenger loven. Og hittil i debatten er det ikke dokumentert noe behov for reguleringsloven fra 1913. Derfor er det på tide å ta den opp til revisjon.

Det eneste som hittil er dokumentert, er en reguleringslov og en mangel på tro på betydningen av samsvarende frihet, som få skulle tro kom fra næringslivets egne folk.

## Handelen trenger ikke barnepike

Lukkeloven gir hjemmel for at kommunestyrene skal bestemme år forretninger som selger varer, skal være lukket. Mitt syn er at kjøpmannsstyrt forretninger er i fordel, og at handelen selv er de nærmeste til å innrette butikkenes åpningstider på en økonomisk må-

te og etter forbrukernes behov.

Mitt prinsipielle syn er at næringsfrihet er av det gode, at unødige reguleringer er av det onde, og at handelen folk er flinkere til å drive forretning enn politikere. De gode kreftene i handelen trenger ikke politikere som «barnepike».

Talsmann for Norges Kolonial- og Landhandelforbund skal ha uttalt at opphevelse av lukkeloven vil true nærbutikkene, og at prisene vil øke. Såvidt jeg kjenner til, er det ikke noe materiale som tyder på dette. Det finnes heller ikke belegg for en slik påstand i det notatet om lukkeloven som Åpningstidsutvalget har utarbeidet. Gallupen som er foretatt for Norges Kolonial- og Landhandelforbund, viser også at 75 prosent av de spurte ønsket å fortsette å handle i de samme forretningene selv om åpningstidene ble endret.

## Ikke åpningsplikt

Selvom unødvendige lukkebestemmelser blir fjernet, og vi slipper et byråkratisk system med vanskelige håndhevsoppgaver for offentlige myndigheter — så er det ikke snakk om åpningsplikt for forretningene. Det dreier seg om at handelen selv får bestemme åpningen av eget hus. Oppheving eller liberalisering av

lukkeloven er en tillislerklæring til handelen generelt og nærbutikkene spesielt. Jeg er viss på at vi har så mange dyktige kjøpmenn og — kvinner i dette land — og i alle deler av landet — at de etter hvert vil forstå å gripe denne muligheten.

Jeg vil også understreke at det ikke er natt- og søndagsåpent jeg tenker på når det er snakk om åpningstidsreformer. Realisme tilsier at det er tale om visse forsikninger av åpningstidene — etter publikums behov og innenfor de rammer som økonomiske hensyn tilsier. For de fleste butikker vil det trolig dreie seg om halvtimer og timer lengre om ettermiddagen, mot eventuelt senere åpning om morgenen.

## Regulering unødvendig

I mange kommuner utnytter ikke butikkene idag fullt ut de muligheter som lukningsvedtektene gir til å holde åpent. Dette viser at handelen er istand til å bestemme åpningstidene uavhengig av offentlige reguleringer. I 70 landkommuner er det heller ikke lukningsvedtekter. Det er derfor ingen grunn til å tro at opphevelse eller liberalise-



Kjøpmennene trenger ingen reguleringslov som barnepike, de vil selv best vite å innrette åpningstidene etter kundenes ønsker og utnytte sunn markeds konkurranse, sier statsråd Astrid Gjertsen.

ring av lukkeloven vil føre til dramatiske konsekvenser. Men det er tvert imot klare tegn som tyder på at reguleringene er unødvendige.

De endringer som er aktuelle vil bli sendt berørte parter til uttalelse slik at alle berørte kan få gitt sitt syn til kjenne, før konkrete beslutninger blir tatt.

Kjøpmenn og deres ansatte bør ha som utgangspunkt at forretningene er til for kundenes skyld, og at sunn markeds konkurranse er til

fordel både for forbrukerne og næringslivet. Det samme vil jeg understreke overfor annen virksomhet både i privat og offentlig regi. Både private tjenesteytere som banker og frisører, og offentlige kontorer bør tilstrebe seg med på å innrette åpningstidene etter kundenes ønsker. Dette har jeg tatt opp som ledd i Aksjon Publi-kum, når det gjelder offentlig virksomhet i både stat, fylker og kommuner.

Figur 1-1: Innlegg om åpningstider av daværende forbrukerminister Astrid Gjertsen.

Kilde: Gjertsen (Moss Avis 1983).

I 1984 presenterte det såkalte Åpningstidsutvalget et forslag til ny åpningstidslov, som skulle erstatte den gamle lukkeloven fra 1913 (NOU 1984). Det ble da anledning til å holde åpent atskillig lengre enn det som var praktisert og tillatt en rekke steder før den nye Åpningstidsloven ble vedtatt.

Debatten i hele denne perioden var svært høyrøstet.



Figur 1-2: Diverse avisutklipp på begynnelsen av 1980-tallet.

## 1.2 Debatter om åpningstider på 1990-tallet

På 1990-tallet kom debatten om søndagsåpent. Dette skapte store overskrifter i perioden. Disse media-debattene, sammen med andre innspill, førte til at de politiske myndighetene følte behov for igjen å se på den da gjeldende Åpningstidsloven (av 1985). Debatten fortsatte parallelt med revisjon av Åpningstidsloven fra 1985. Ny lov om åpningstider for utsalgssteder ble vedtatt i Stortinget 4. juni 1998, og sanksjonert i statsråd 26. juni 1998. Samtidig ble lov av 26. april 1985 nr. 20 om åpningstider for utsalgssteder og kommunale forskrifter gitt i medhold av loven, opphevet (Skriv fra Barne- og familiedepartementet av 8. juli 1998).

Den nye loven av 1998 innebar at åpningstidsbestemmelsene ble ensartet over hele landet. Kommunenes adgang til å fastsette kommunale forskrifter om åpningstider falt dermed bort. Kommuner som ønsket å unnta kommunen, eller deler av kommunen, fra den nye loven som «typisk turiststed», måtte søke fylkesmannen om dette. Eksempler på steder som fikk denne definisjonen var Gol og Geilo.

I den nye loven av 1998 §2 var de alminnelig åpningstidene angitt. Utsalgssteder skal på ukens første hverdager (mandag-fredag) være lukket fra kl. 21.00. De skulle være lukket fram til kl. 06.00 neste dag. På dager før søn- og helgedager skulle utsalgsstedet være lukket fra kl. 18.00. De skulle være lukket fram til kl. 06.00 den nærmeste påfølgende hverdag. Dette var en innskrenking fra den opprinnelige

loven der kommunene hadde anledning til selv å regulere i perioden kl. 20.00 – 21.00 på kvelden til kl. 06.00 om morgenen på hverdager, og etter kl. 18.00 på lørdager.

I § 3 var de nye unntakene nevnt. Dette var spesielt

1. utsalgssteder som i det vesentlige selger kiosk- eller dagligvarer, og som har en samlet salgsflate som ikke overstiger 100 kvm.
2. utsalgssteder som alene eller i kombinasjon med varer som nevnt i nr. 1, i det vesentlige selger bensin, olje og andre varer som er nødvendig for drift av eller vedlikehold av motorkjøretøyer og motorbåter, og som har en samlet salgsflate som ikke overstiger 150 kvm.

Arbeidsmiljøloven (Lov av 4. februar 1977 nr. 4 om lov om arbeidervern og arbeidsmiljø) ble også endret. Tidligere hadde arbeid ved utsalgssteder vært unntatt fra forbud mot nattarbeid (kl. 21.00 – 06.00) (§42 ledd l). Dette het nå: som nattarbeider var tillatt: arbeid ved utsalgssteder innenfor de åpningstidsrammer som var fastsatt i eller i medhold av annen lovgivning. Tilsvarende var unntak for søn- og helgedagsarbeid endret til (§44 ledd k): arbeid ved utsalgssteder innenfor de åpningstidsrammer som er fastsatt i eller i medhold av annen lovgivning. Dette medførte at det ikke var tillatt å arbeide på natt og søn- og helligdager dersom utsalgsstedene var større enn 100 kvm for dagligvarebutikker og kiosker, og større enn 150 kvm for bensinstasjoner. Dette var i praksis bare en harmonisering med Åpningstidsloven av 1985, men enkelte butikker som hadde hatt åpent til etter kl. 21.00 måtte nå stenge tidligere. Dette ble det også en het debatt om. Så da forslaget til den nye loven av 1998 ble offentliggjort, dømte media umiddelbart butikkene som ikke kunne overstige 100 kvm til «Brustadbuer», etter statsråd Sylvia Brustad som la forslaget fram for Stortinget.

I tillegg vokste det fram ny debatt. § 3 i lov av 1998 var unntak fra §2 beskrevet, punkt 5: ‘utsalgssteder tilknyttet jernbane-, sporveis-, og rutebilstasjoner, ved brygge, svevebaner og lufthavner og som selger varer beregnet på de reisendes behov’, og de kunne holde åpent så lenge de ville. Dette unntaket var imidlertid ikke nytt, men etter at loven av 1998 var iverksatt, var det noen butikker som oppdaget dette såkalte «smutthullet» i loven, og påberopte seg unntak fra alminnelige åpningstider og holdt søndagsåpent. Dette «smutthullet» ble tettet igjen (unntaket ble tatt ut av loven), med en revisjon av loven fra 1998, og ny lov trådte i kraft 1. juli 1999.

Endringer i åpningstidene og forbrukernes tilpasninger og endrede holdninger til nye åpningstider på slutten av 1990-tallet, er utførlig beskrevet i SIFO-rapporten «Bekvem dagligvarehandel» fra 1997 (Lavik og Strand 1997). På slutten av 1997 foretok SIFO dessuten en undersøkelse blant de ansatte i dagligvarebutikker, bensinstasjoner og kiosker, blant annet for å se på hvilke konsekvenser døgnåpen handel kunne ha for de ansatte. Denne er beskrevet i rapporten «Døgnåpen handel – konsekvenser for de ansatte» (Lavik 1998).

### 1.3 Debatter om åpningstider på 2000-tallet

I 2003 ble åpningstidsloven opphevet, uten store debatter. Det er pr. 2017 ingen åpningstidsrestriksjoner på hverdager. Det er imidlertid fortsatt restriksjoner på søn- og helligdager. Dette ble i 2013 tatt inn i Lov om helligdager og helgedagsfred (Lov om endringer i lov av 24. februar 1995 nr. 12 om helligdager og helligdagsfred mv. – Lov 2003-03-14). Utsalgssteder som selger dagligvarer, og som ikke overstiger 100 kvm og bensinstasjoner som ikke overstiger 150 kvm, kan holde åpent på søn- og helligdager.

Etter 2000 har det vært forholdsvis lite debatt om åpningstider. Forbrukerne synes å ha tilpasset seg til de nye åpningstidene, blant annet ved å handle senere enn de gjorde før (Lavik og Strand 1997). I dagens

situasjon syntes handelen, i likhet med forbrukerne, stort sett å ha tilpasset seg til gjeldende regler. For deler av handelen kan det likevel virke urimelig og tilfeldig at enkelte typer butikker får holde søndagsåpent (butikker som ikke overstiger 100 kvm, hagesentre og butikker på typiske turiststeder), mens andre må holde stengt.

Men etter at Høyre-FrP-regjeringen overtok regjeringsmakten høsten 2013, blusset åpningstidsdebatten igjen opp. Den blå-blå regjeringen ønsket å ta bort de gjenværende reguleringene og presenterte vinteren 2015 et lovforslag som innebar en oppheving av forbudet mot søndagshandel. Det var forventet at forslaget skulle bli behandlet av Stortinget allerede i daværende stortingsperiode. En rekke undersøkelser viste imidlertid at et flertall i befolkningen ikke uten videre ønsker at butikkene skal kunne holde åpent på søndagene. I tillegg var debatten i media svært intens. Blant annet kom det inn rekordmange høringsvar om saken. Regjeringen trakk derfor forslaget, og nedsatte et «Åpningstidsutvalg» i 2016, med Erling Lae som leder.<sup>1</sup> Utvalget er ventet å legge fram sin innstilling i november 2017.

Det har vært mange stemmer i den senere tids debatt om søndagsåpent. Noen er tilhengere av søndagsåpent: «Ja til søndagsåpne butikker, Vi må stole på at mennesker i stor grad vet sitt eget beste når det gjelder tidsbruk på søndager».<sup>2</sup> Som motsvarer til denne lederen, sier Kjell Magne Bondevik at «Valgfriheten har grenser. De er det er vanskelig å få øye på Aftenpostens gode argumenter for søndagsåpne butikker».<sup>3</sup> Andre hevder det «kan bli konkurser i fleng med søndagsåpent» og «Ett av ti kjøpesentre sier klart nei til søndagsåpent».<sup>4</sup> Og på et spørsmål fra Klassekampen på hvorfor engasjerer denne saken så sterkt? Svarer Bondevik at en viktig skanse vil falle dersom søndagen blir en shoppingdag på lik linje med de andre dagene».<sup>5</sup> Debatten gikk også på at dette måtte utredes, og man kjente ikke til konsekvensene.

Og handelen selv deltar i debatten på sin måte. Rema 1000-sjef Ole Robert Reitan politianmeldte 120 søndagsåpne butikker for å holde ulovlig åpent.<sup>6</sup> Han vil ha opprydning i dagligvarebutikker ≤ 100 kvm, og det ble hevdet at regelverket ikke håndheves. Konfliktlinjene går i dag langs flere skillelinjer; konkurrenter som beskylder hverandre for å ikke holde seg til loven, politiske skillelinjer mellom dem ønsker en liberalistisk linje: markedet ordner opp selv, mellom dem som vil beskytte arbeidstakere, dem som vil beholde søndagen som en annerledes dag, om hvem som er taperne eller vinnere hvis det ble fullt frislepp, om det gagnar konkurransen, osv.

---

<sup>1</sup> <https://www.regjeringen.no/no/dep/kud/org/styrer-rad-og-utvalg/gjeldende-styrer-rad-og-utvalg/utvalg-sondagsapne-butikker/id2509520/> [Lesedato: 28.04.2017]

<sup>2</sup> Aftenposten leder 30. desember 2014.

<sup>3</sup> Aftenposten 5. januar 2015.

<sup>4</sup> Odd Gisholt i Budstikka 11. februar 2015.

<sup>5</sup> Klassekampen 7. januar 2015.

<sup>6</sup> Dagligvarehandelen 26. januar 2015.



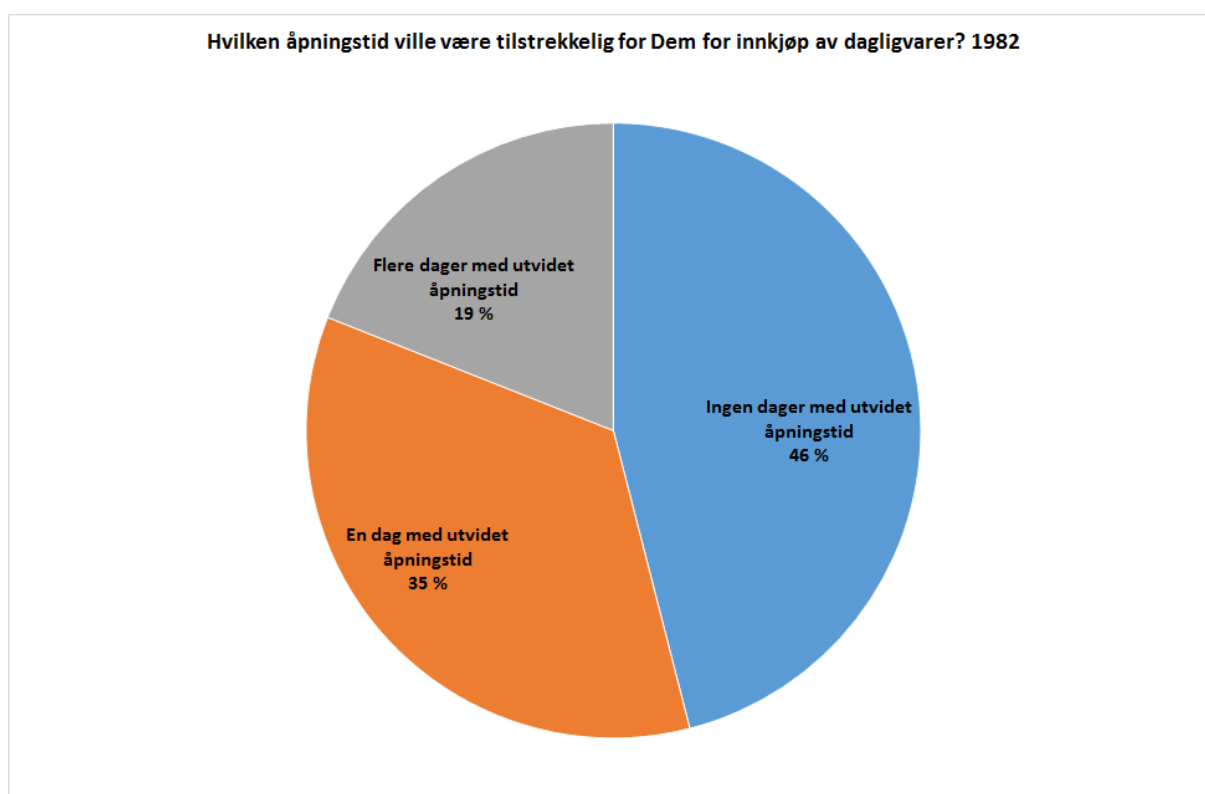


## 2 Holdninger til åpningstider

### 2.1 Holdninger til åpningstider på 1980-tallet

På 1980-tallet gjorde vi flere undersøkelser blant forbrukere angående synet på åpningstider (Lavik 1985, 1987).

I 1982 stilte vi spørsmålet: Hvilken åpningstid ville være tilstrekkelig for Dem for innkjøp av dagligvarer?<sup>7</sup>

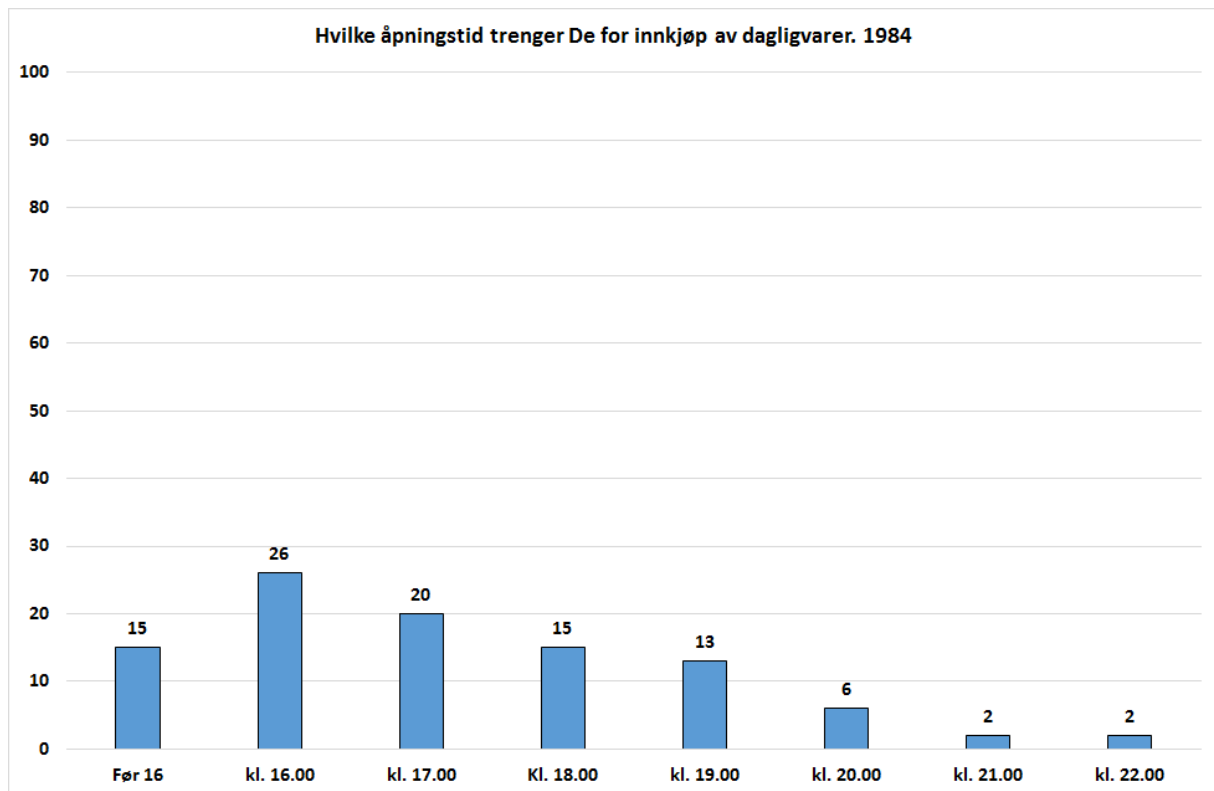


**Figur 2-1: Hvilken åpningstid ville være tilstrekkelig.**  
Prosent. N = 1 207. Kilde: SSB.

<sup>7</sup> Introduksjonen var: Vi skal nå presentere en liste over alternative åpningstider, og vi ber Dem velge det alternativet som De mener ville være tilstrekkelig for Dem for å få utført nødvendige i ærender. De skal ikke ta hensyn til hvordan åpningstidene er i dag. Alternativene var: 1 Stengt lørdag og vanlig åpningstid ellers i uka. 2 Stengt lørdag og utvidet åpningstid en gang i uka. 3 Stengt lørdag og utvidet åpningstid flere ganger i uka. 4 Åpent lørdag og vanlig åpningstid ellers i uka. 5 Åpent lørdag og utvidet åpningstid en gang i uka. 6 Åpent lørdag og utvidet åpningstid flere ganger i uka. 7 Andre åpningstider. Undersøkelsen ble gjennomført av Statistisk sentralbyrå i 1982, et representativt utvalg på 1 207 personer i alderen 16-74 år ved personlig intervju.

Resultatene fra 1982 viste at nesten 50 prosent mente de ikke trengte utvidede åpningstider, selv om det på den tiden var svært begrensede åpningstider (Lavik og Schjøll 2016).<sup>8</sup> Likevel, de 19 prosent sa de trengte utvidede åpningstider flere ganger i uka og de som trengte en gang, var andeler som ble lagt vekt på i den offentlige debatt.

Vi gjorde en ny undersøkelse blant forbrukerne i 1984 (Lavik 1985, 1987). Da spurte vi om hvilke åpningstid forbrukerne trengte.<sup>9</sup>



**Figur 2-2: Hvilken åpningstid trenger De for innkjøp av dagligvarer? 1984. N = 985**

Denne viste også at forbrukerne svarte på hva de trengte og ikke hva de ønsket. Ca. 60 prosent svarte at kl. 15.00 eller tidligere var tilstrekkelig, mens de resterende trengte noe lengre åpningstider.

## 2.2 Holdninger til åpningstider på 1990-tallet og utover

På 1990-tallet ble søndagsåpent introdusert på den politiske dagsorden. Denne debatten er gjennomgått i innledningskapittelet. Da skulle myndighetene gjennomgå åpningstidsloven fra 1985 på nytt for å prøve å ta hensyn til både forbrukere og ansatte. SIFO fikk i oppdrag fra Barne- og familiedepartementet å undersøke forbrukernes syn på åpningstidene.

Det er spesielt to spørsmål vi startet med i 1996 og som vi siden har gjentatt:<sup>10</sup>

<sup>8</sup> I denne rapporten fra 2016 er det referert til en rekke tidligere undersøkelser.

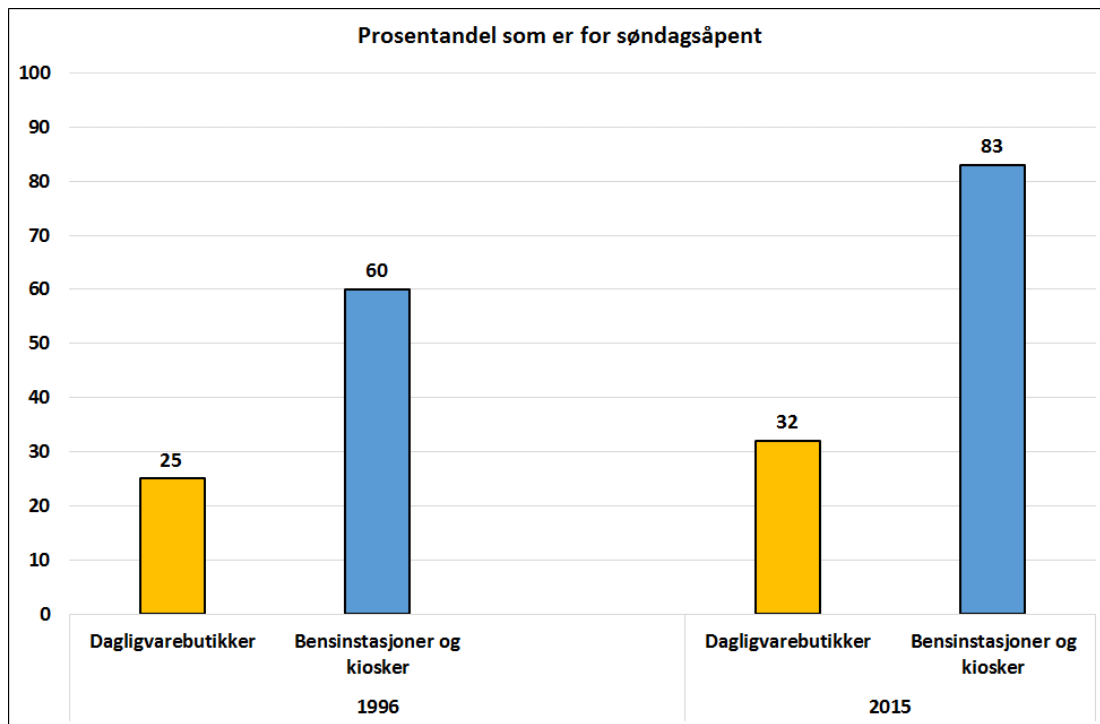
<sup>9</sup> Vi skal nå stille noen spørsmål om åpningstider, og vi ber Dem velge det alternativet når De mener at De greit kan få utført nødvendige ærend. De skal ikke ta hensyn til hvordan åpningstidene er i dag. Hvilke åpningstid trenger De for innkjøp av dagligvarer mandag - fredag? Avmerk nedenfor spm. 242. En ring under fra klokken og en ring under til klokken. 1984 nov (Gallup/NOI N = 985 (personlig intervju)

<sup>10</sup> 1996 nov. (MMI N =1 000, telefonintervju)

*Er du for eller mot at bensinstasjoner og kiosker selger dagligvarer som melk, pålegg o.l. på søndagen? (For, mot, vet ikke/ubesvart)*

*Er du for eller mot at dagligvarebutikker holder åpent på søndagen? (For, mot, vet ikke/ubesvart).*

Det var stor motstand mot søndagsåpne dagligvarebutikker i befolkningen, mens de fleste ønsket likevel at det skulle være mulig å handle dagligvarer på bensinstasjon og kiosk, slik figuren under viser.

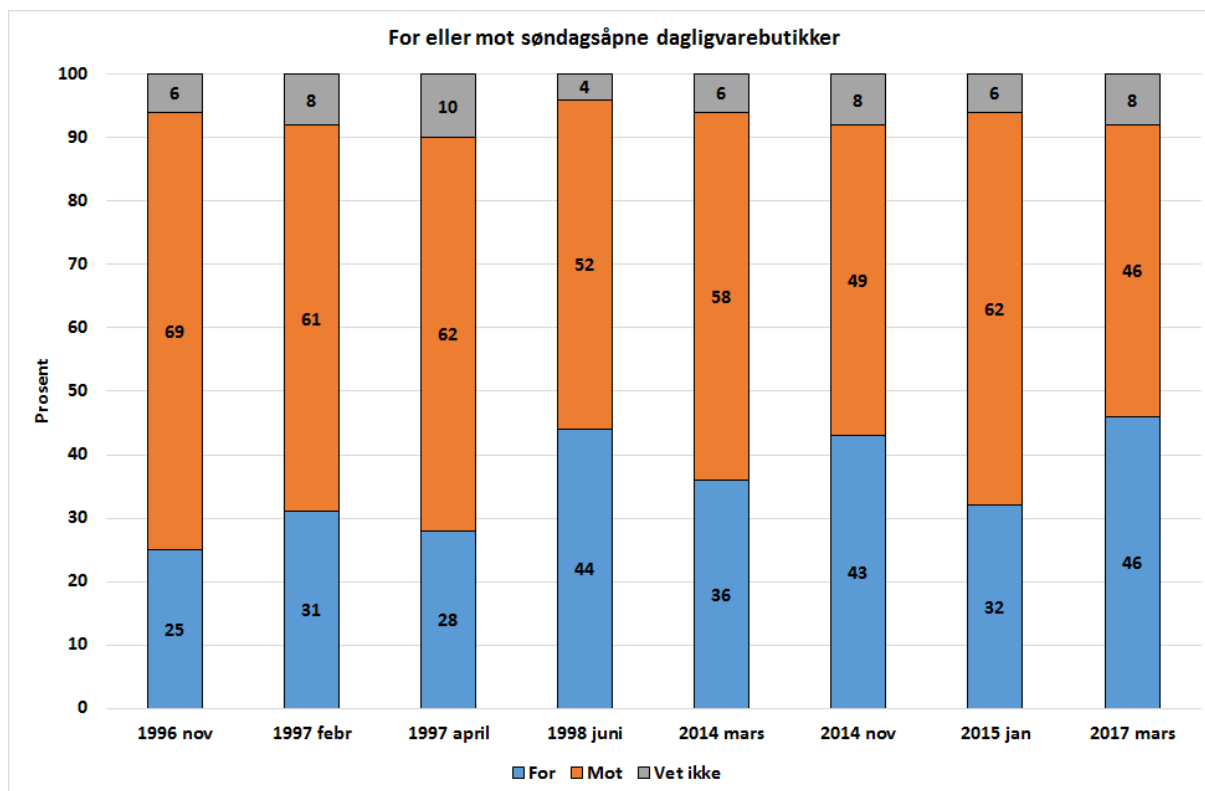


**Figur 2-3: Holdning til søndagsåpent.**

1996. N = 1 000 (MMI), 2015 N = 1 001 (Norstat) (Vet-ikke-gruppen er inkludert i 'nei'-andelen.)

Andelen som er for søndagsåpne bensinstasjoner og kiosker har økt. Dette tyder på at muligheter for suppleringskjøp av dagligvarer på søndager har blitt viktigere for forbrukerne.

1997 feb. (MMI N =1009, telefonintervju)  
 1997 apr. (MMI N =1 000, telefonintervju)  
 1998 jun. (Gallup N = 1 001, telefonintervju)  
 2014 mars (TNS Gallup) N=1014, WEB-survey  
 2014 nov. (TNS Gallup N = 1 052, WEB-survey)  
 2015 jan. (Norstat N = 1 001, WEB-survey)  
 2016 mar. (Norstat N = 1 001, WEB-survey)  
 2017 mar. (Norstat N = 1 001, WEB-survey)



**Figur 2-4: Holdning til søndagsåpne dagligvarebutikker over tid. Prosent.** <sup>11</sup>

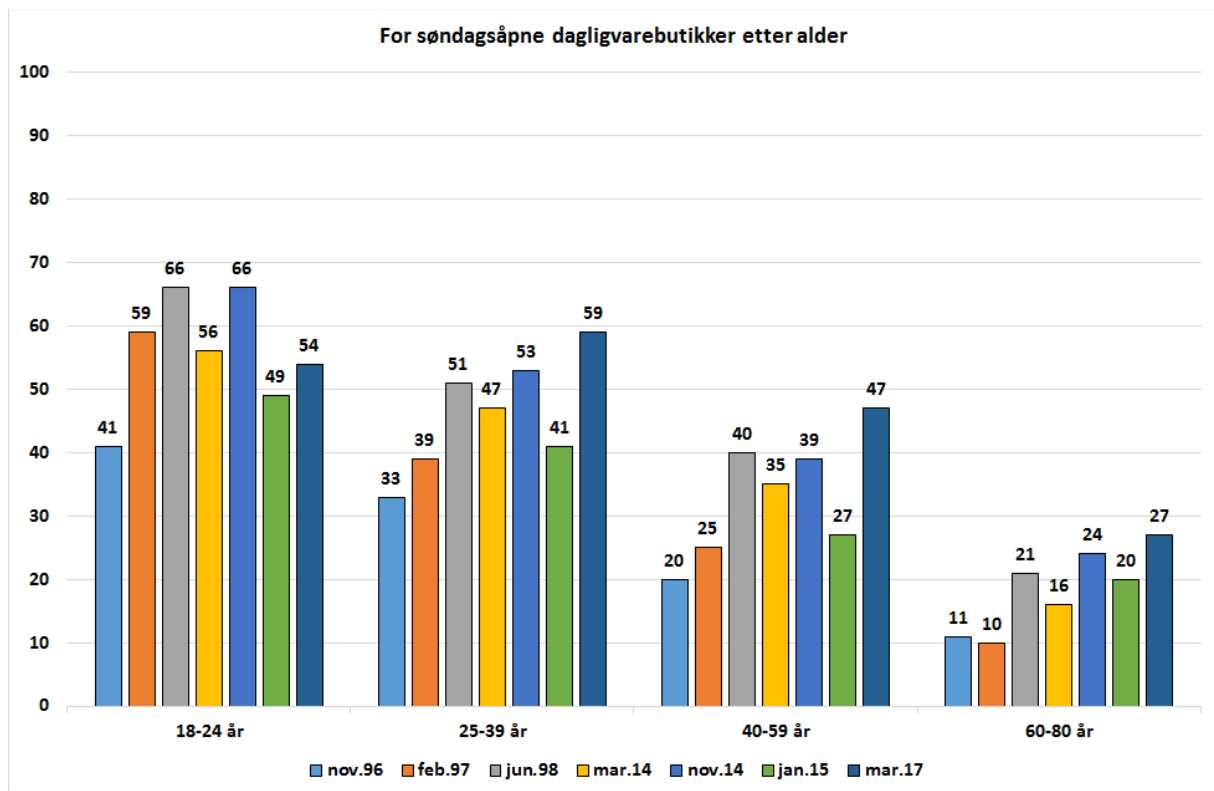
I hele denne perioden har holdningene til søndagsåpne dagligvarebutikker variert til en viss grad, og disse svingningene kan skyldes temaer som ble debattert i disse periodene (Lavik og Strand 1997; Lavik 1999; Lavik og Jacobsen 2015; Grønmo og Lavik 2015; Lavik og Schjøll 2016).

Det er ikke entydig at debattene omkring søndagsåpent har ført til at flere ønsker søndagsåpne dagligvarebutikker. Forbrukernes svar er gjerne preget av et politisk syn og ikke så mye i forhold til forbrukernes interesser.

I 1998 og 2017 var andelen som var for søndagsåpne dagligvarebutikker på hhv. 44 og 46 prosent. I 1998 måtte den del dagligvarebutikker stenge tidligere pga. den nye loven fra 1998 som ga støtet til «Brustadbu»-begrepet, og som resulterte i et massivt medieoppbud. Akkurat hva som har skjedd den senere tid er litt uklart, annet enn at holdninger til søndagsåpent går litt i bølgedaler.

<sup>11</sup> 1996 nov. (MMI N = 1 000, telefonintervju)  
 1997 feb. (MMI N = 1 009, telefonintervju)  
 1997 apr. (MMI N = 1 000, telefonintervju)  
 1998 jun. (Gallup N = 1 001, telefonintervju)  
 2014 mar. (TNS Gallup N = 1 014, WEB-survey)  
 2014 nov. (TNS Gallup N = 1 052, WEB-survey)  
 2015 jan. (Norstat N = 1 001, WEB-survey)  
 2017 mar. (Norstat N = 1 001, WEB-survey)

### 2.3 Holdning til søndagsåpne dagligvarebutikker og alder

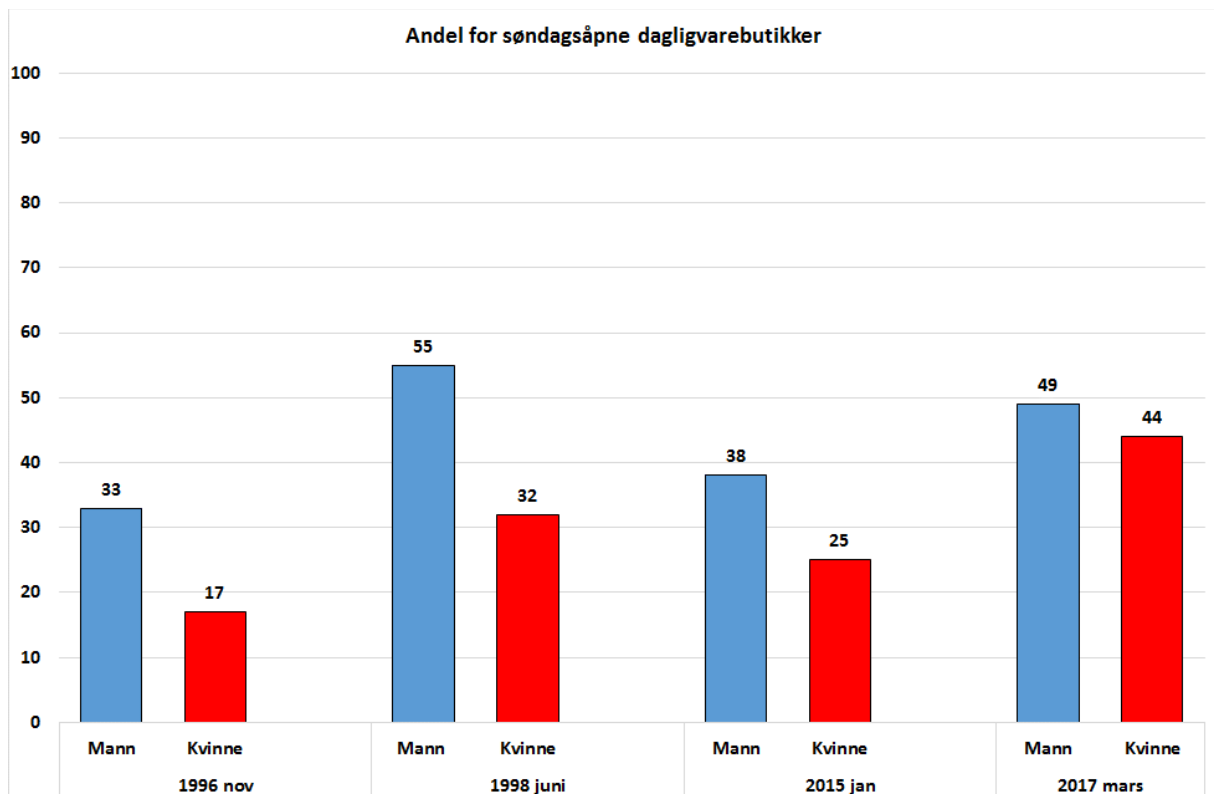


Figur 2-5: For søndagsåpne dagligvarebutikker etter alder og årstall. Prosent.

Det er en sterk sammenheng mellom holdning til søndagsåpent og alder. Jo yngre en er, jo større andel er positive til søndagsåpent. De yngre har endret holdning til søndagsåpent i større grad enn de eldre i perioden 1996 til 1998. I 1996 var 41 prosent av de yngste for søndagsåpne dagligvarebutikker til sammenligning med 11 prosent av den eldste aldersgruppen. I 1998 var hele 66 prosent for søndagsåpent blant den yngste gruppen 15-24 år, mens økningen blant de eldste var mer beskjeden. Det var altså de yngste som i så fall ble mest påvirket av mediedebatten i denne perioden. Det er mulig at innskrenkingen i åpningstidene fikk de yngre til å reagere mest.

Alt i alt er det gjennomgående trekk at yngre er mer positive til søndagsåpent enn eldre, og at det har vært slik siden 1996. Også når det gjaldt holdning til utvidede åpningstider på 1980-tallet, var yngre mer for fleksible åpningstider enn eldre. I tillegg hadde politiske sympatier stor betydning; de konservative var langt mer for utvidede åpningstider enn de på venstresiden i norsk politikk (Lavik 1985).

## 2.4 Holdninger til søndagsåpne dagligvarebutikker og kjønn

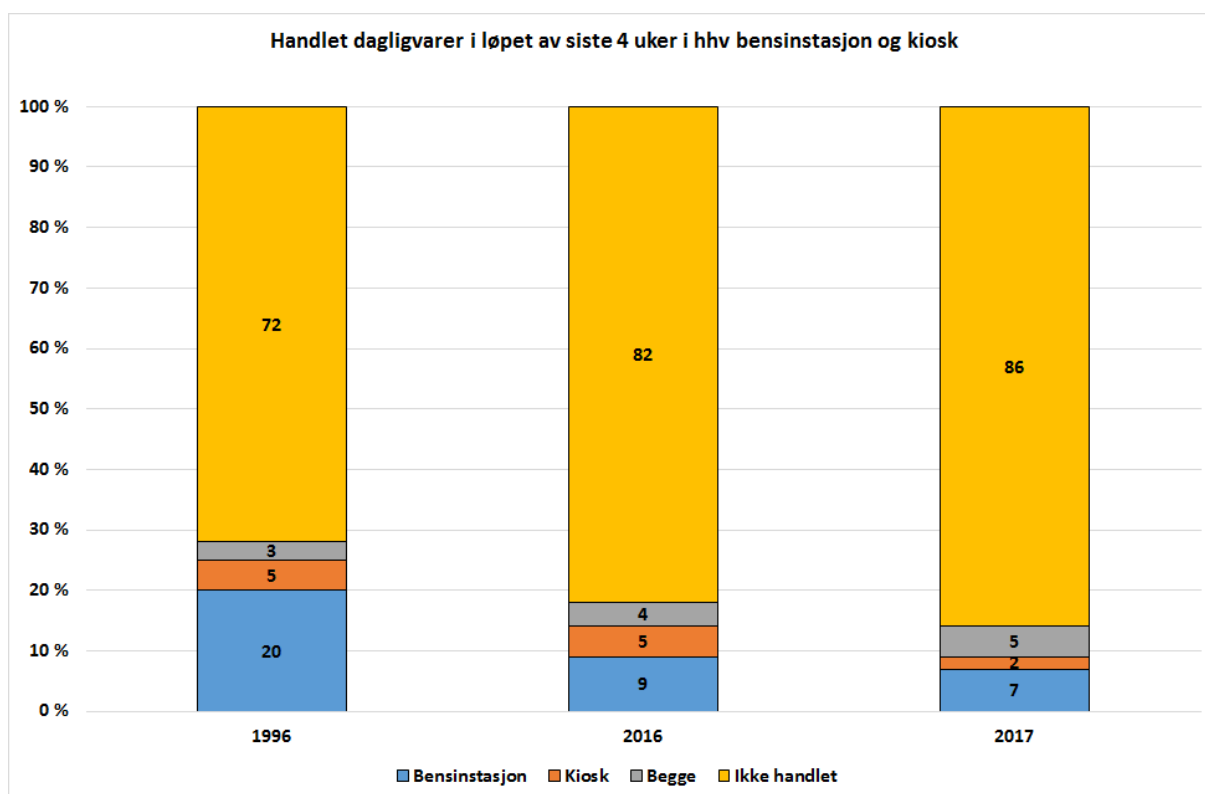


Figur 2-6: Andel som er for søndagsåpne dagligvarebutikker etter kjønn for ulike år. De resterende andelene består av de som er mot og vet ikke. Prosent. (Forskjellen i 2017 er ikke signifikant.)

Det er signifikant flere menn enn kvinner som er for dagligvaresalg på søndager, alle år unntatt 2017. Hvorfor menn er mer åpen for søndagsåpne dagligvarebutikker kan skyldes at menn stort sett er mer endringsvillig og risikovillig enn kvinner. Dette har vi sett i flere undersøkelser som f.eks. GMO, og risiko for diverse ulykker i landet (Bugge 2017; Storm-Mathisen og Lavik 2017). Dvs. at når menn er mer positive til søndagsåpne butikker enn kvinner, kan dette skyldes at menn jevnt over er mer endringsvillige enn kvinner.

### 3 Handling på søndager

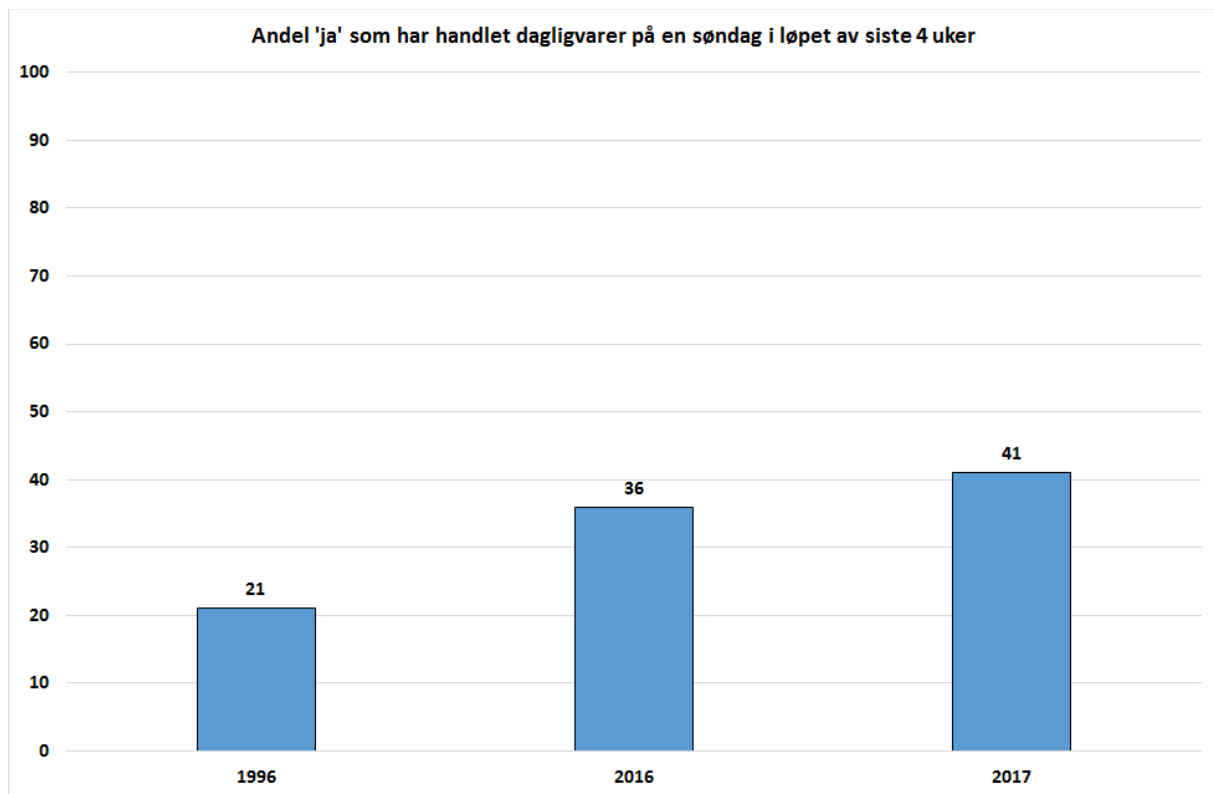
#### 3.1 Handlet dagligvarer i KBS-markedet



**Figur 3-1: Har du handlet dagligvarer i løpet av siste fire uker på bensinstasjon, i kiosk eller begge deler?**  
1996: N = 1 000 (MMI), 2016: N = 1 001 (Norstat), 2017: N = 1 001 (Norstat).

I 1996 holdt svært få dagligvarebutikker åpent på søndager. Unntaket var dagligvarebutikker på typiske turiststeder som hadde unntak fra loven. Det er færre som handlet dagligvarer på bensinstasjoner i 2016 enn i 1996. Flesteparten hadde imidlertid ikke handlet dagligvarer på bensinstasjon eller kiosk i løpet av siste fire uker. Disse tendensene kan skyldes strukturelle endringer ved at mindre dagligvarebutikker som holder søndagsåpent har økt i antall.

### 3.2 Handlet dagligvarer på en søndag

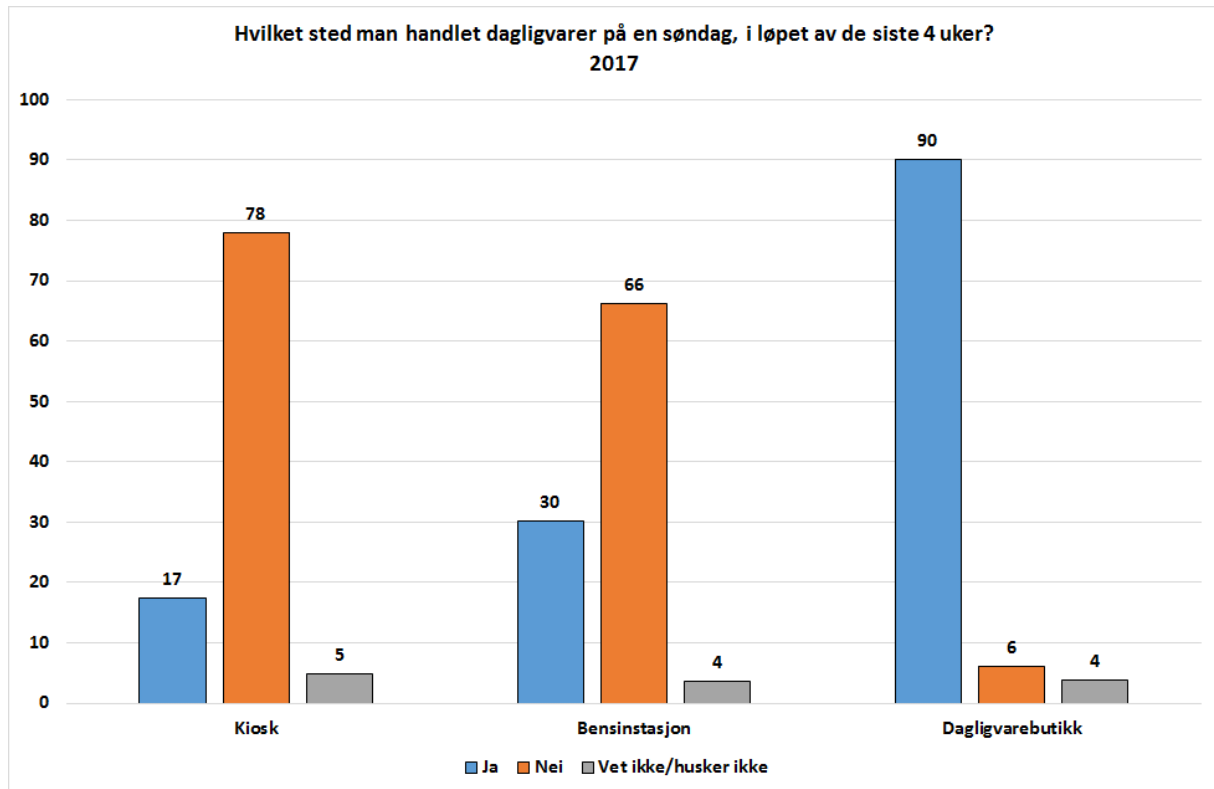


Figur 3-2: Handlet dagligvarer på en søndag i løpet av siste fire uker i 1996, 2016 og 2017. Prosent.

I løpet av de siste 20 årene er det ganske mange flere som handler dagligvarer på søndager. Det har også vært en viss økning bare i løpet av det siste året, fra 36 prosent<sup>12</sup> til 41 prosent (sign. P-verdi,  $P < 0,05$ ). Tilgjengeligheten til dagligvarebutikker i denne 20-års perioden er blitt enklere etter at flere små dagligvarebutikker nå holder åpent på søndager, ca. 12 prosent (Lavik og Schjøll 2016). Majoriteten hadde ikke handlet på en søndag i løpet av siste 4 ukene verken i 2016 eller 2017, men det har vært en økning fra 1996 til 2017 i dagligvarehandel på søndag.

<sup>12</sup> Det ble spurt på litt forskjellige måter i 1996 og 2016. I 1996 fikk respondentene anledning til å oppgi at de ikke hadde handlet på en søndag i løpet av de siste 4 ukene, mens denne muligheten ble ikke gitt i 2016. Vi har dermed regnet andelen på bakgrunn av dem som oppga hvor mange ganger de hadde handlet på en søndag i løpet av de siste 4 ukene (N = 374).





Figur 3-3: Har du handlet dagligvarer på en bensinstasjon, kiosk eller dagligvarebutikk i løpet av siste 4 uker?<sup>13</sup>  
Blant dem som har handlet dagligvarer på en søndag. N = 410.<sup>14</sup>

Flest benyttet dagligvarebutikk når de handlet på en søndag. Dette er en stor forandring siden 1996 da det nesten ikke fantes søndagsåpne dagligvarebutikker. Samtidig er både kiosker og bensinstasjoner svært tilgjengelig på søndager.

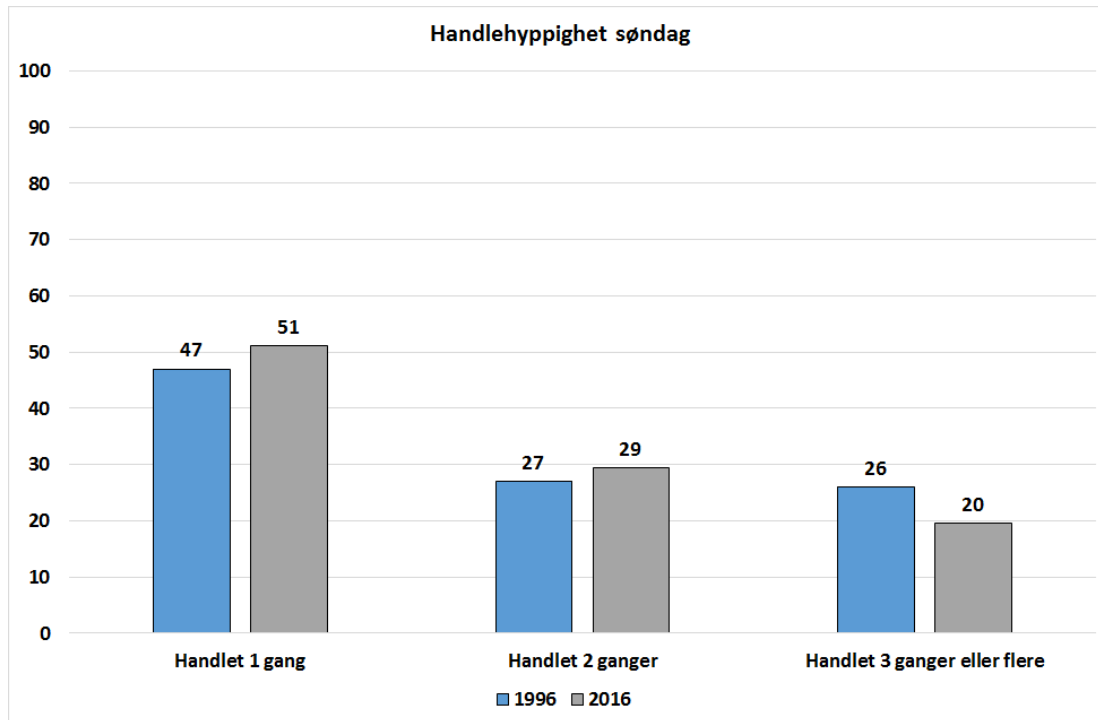
Bensinstasjoner og kiosker som handlested for dagligvarer synes å ha blitt mindre relevant som søndagshandel av dagligvarer, slik også figur 3-1 kan gi grunnlag for. Dagligvarebutikkene er blitt viktigere for dagligvareinnkjøp på søndager. Disse har både større utvalg og lavere priser enn bensinstasjoner og kiosker (Lavik og Schjøll 2013).

<sup>13</sup> Både i 2016 og 2017 ble dagligvarer presisert som: «Med dagligvarer mener vi altså varer som melk, pålegg, middagsmat o.l. Typiske kioskvarer som brus, snacks, tobakk og aviser/ukeblader blir ikke regnet som dagligvarer». I 2016 spurte vi om 'små dagligvarebutikker', mens i 2017 spurte vi om kun 'dagligvarebutikker'.

<sup>14</sup> Spørsmålsstrukturen var litt forskjellig i 2016 og 2017. Det er derfor noe vanskelig å sammenligne type handlested disse to årene. Ut fra resultatene i 2016 presentert i Lavik (2016) er det grunn til å tro at tendensen er ganske lik; de fleste handler i en dagligvarebutikk.

### 3.3 Handlehyppighet på søndager

De som svarte at de i løpet av siste fire uker hadde handlet dagligvarer på bensinstasjon, kiosk og eller små dagligvarebutikker, fikk ytterligere spørsmål om hvor ofte de hadde handlet dagligvarer på en søndag i løpet av de siste 4 ukene.

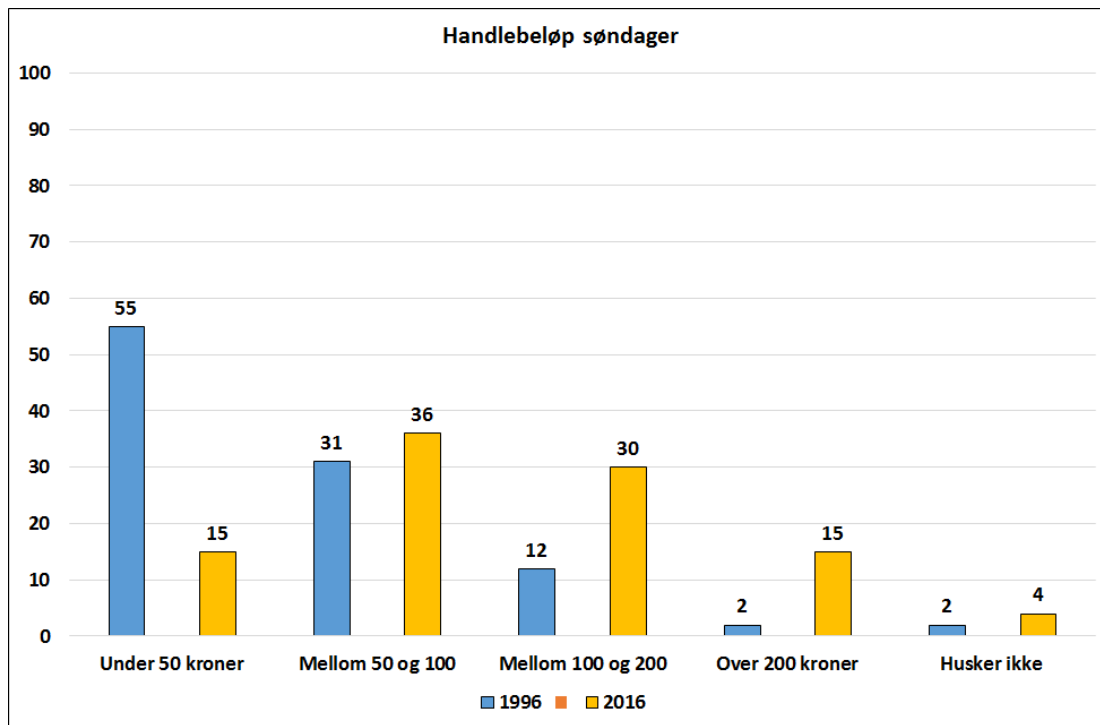


Figur 3-4: Blant dem som svarte hvor mange ganger de hadde handlet på en søndag i løpet av siste 4 uker. (Vet ikke utelatt) 1996: N = 130, 2016: N = 363.

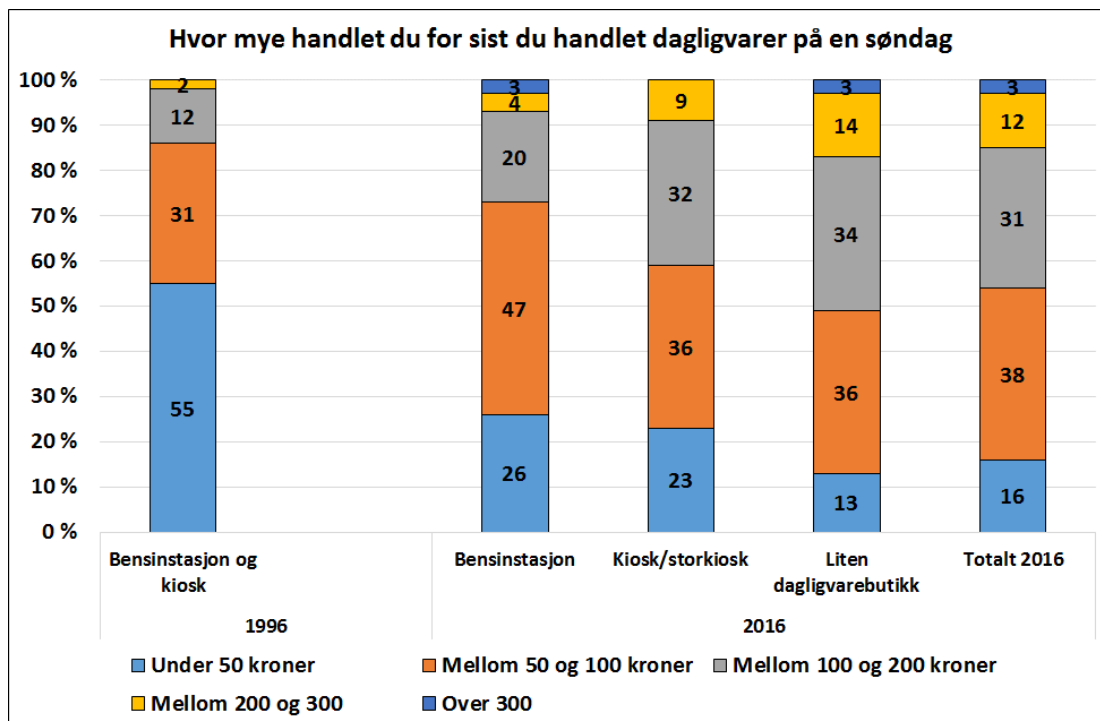
Ca. halvparten hadde handlet bare én gang, mens under en tredjedel hadde handlet to ganger på en søndag i løpet av de siste fire ukene. Det er liten forskjell mellom 1996 og 2016. Dette spørsmålet ble ikke stilt i 2017.

### 3.4 Handlebeløp på søndager

Vi spurte hvor mye de hadde handlet for sist gang de handlet dagligvarer på en søndag.



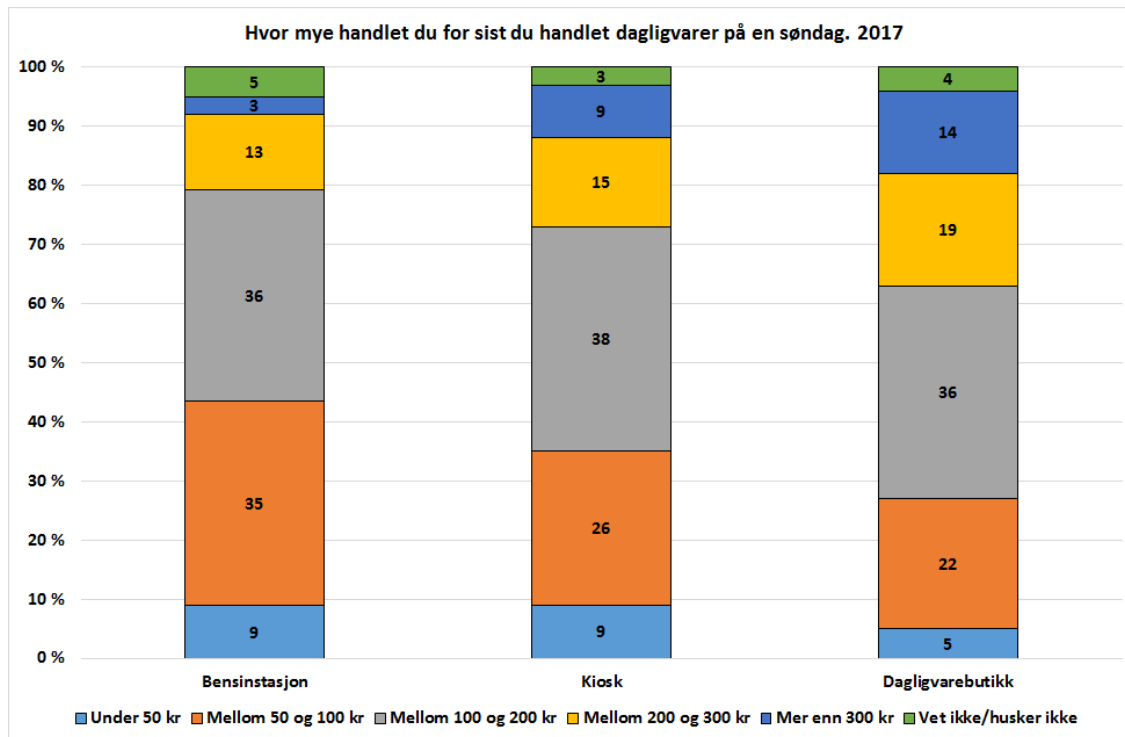
Figur 3-5: Hvor mye man handlet for? Blant dem som hadde handlet dagligvarer på en søndag. 1996: N = 130, 2016 N = 440.



Figur 3-6: Hvor mye man hadde handlet dagligvarer for, etter handlested. 1996: N = 130. 2016: N = 419.<sup>15, 16</sup>

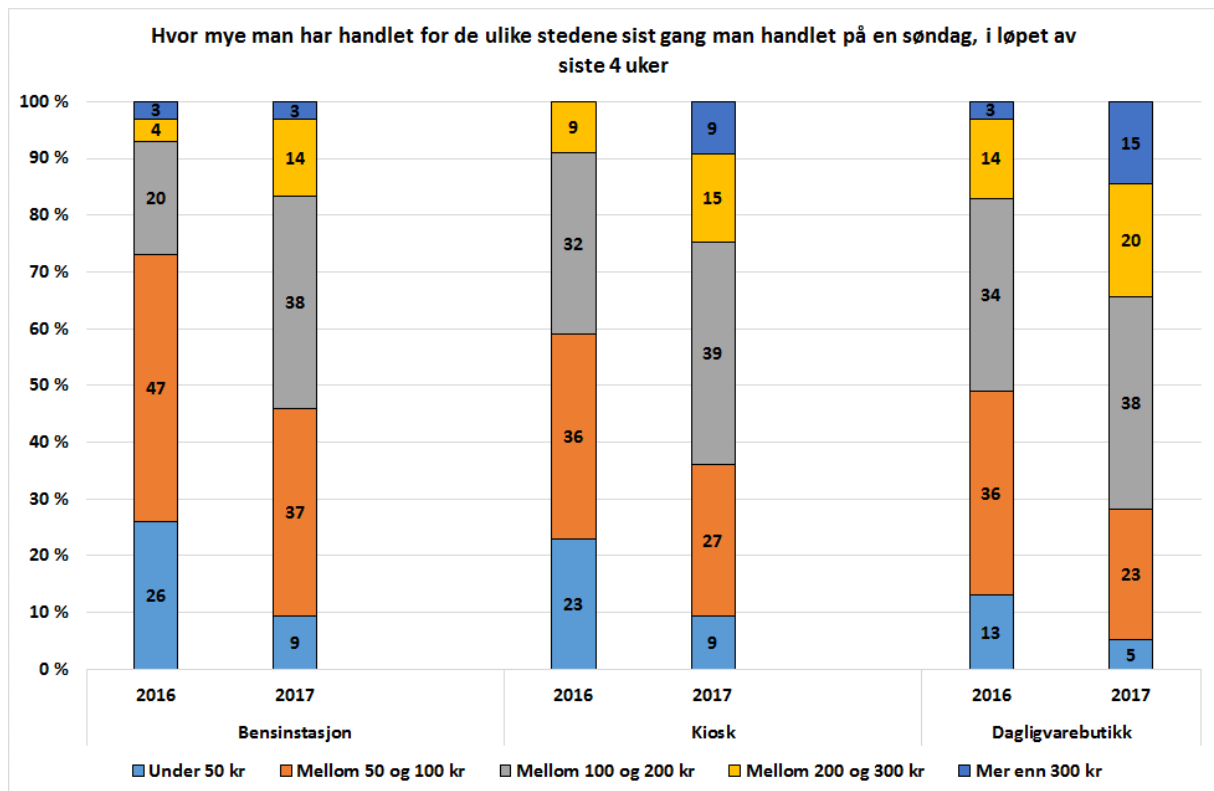
<sup>15</sup> 2016-kroner: 50 kroner i 1996 er verd 73 kroner i 2016, 100 kroner tilsvarer 146, 200 kroner tilsvarer 293.

<sup>16</sup> I figur 3-7 er totalen noe mindre enn totalen i figur 3-6, og fordelingen svakt forskjellig. Dette skyldes at ikke alle har svart på hvilket sted de har handlet i figur 3-7.



Figur 3-7: Hvor mye handlet du for sist du handlet dagligvarer på hhv bensinstasjon, kiosk og eller dagligvarebutikk på en søndag, i løpet av siste fire uker.

Bensinstasjon: N = 124, kiosk: N = 71, dagligvarebutikk: N = 369. 2017. Ikke gjensidig utelukkende.



Figur 3-8: Hvor mye handlet du for sist du handlet dagligvarer på hhv bensinstasjon, kiosk og eller dagligvarebutikk på en søndag, i løpet av siste fire uker.

2016: N = 419. Gjensidig utelukkende. Bensinstasjon: N = 124, kiosk: N = 71, dagligvarebutikk: N = 369. 2017: Ikke gjensidig utelukkende.<sup>17</sup>

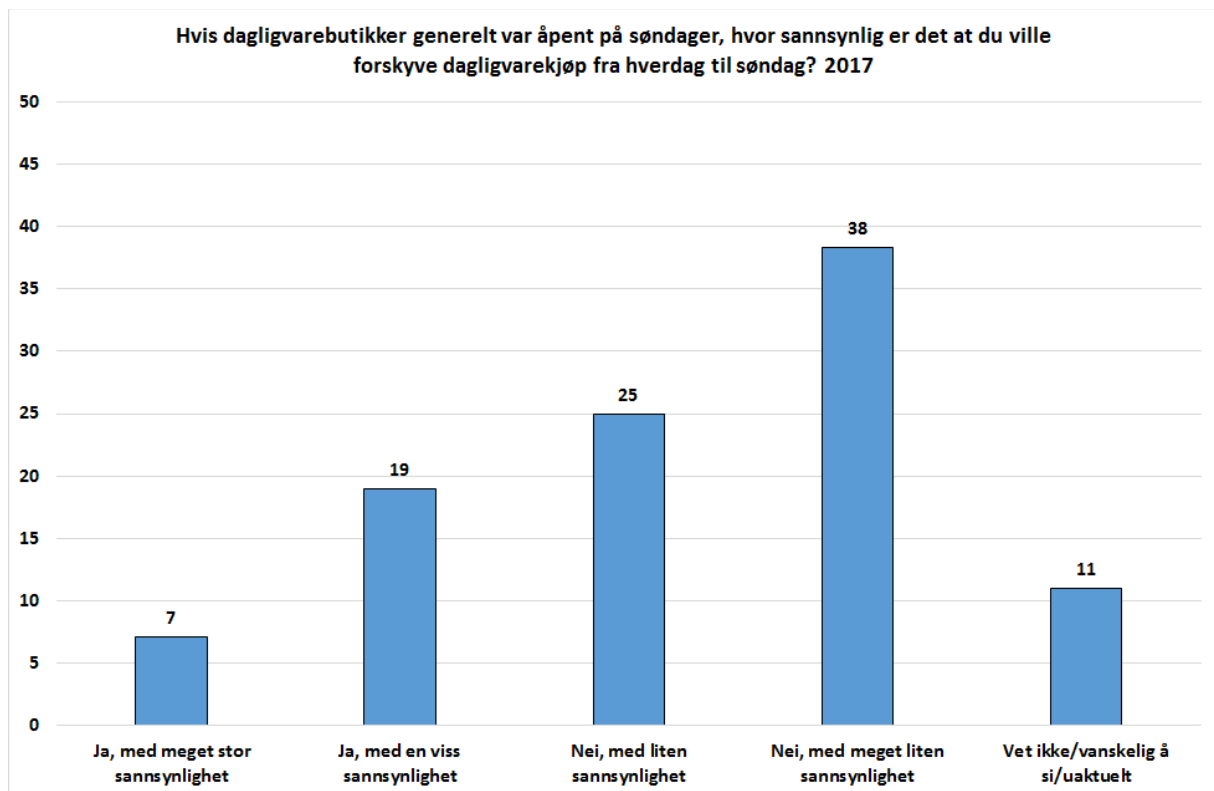
Selv om 2016 og 2017 ikke er helt sammenlignbare, er det en viss tendens til at man har handlet for noe større beløp i 2017 enn 2016, og dette gjelder på alle tre stedene.

Likevel, den mest generelle tendens er at man handler dagligvarer for de minste beløpene på bensinstasjoner, der etterfulgt av kiosker, og man handler mest i dagligvarebutikker. Heller ikke i dagligvarebutikkene handler man for store beløp på søndager. Dette kan da også skyldes at dagligvarebutikker på søndager er lite tilgjengelig, og disse butikkene er jevnt over små. Så hva hvis dagligvarebutikkene hadde vært langt mer tilgjengelig på søndager enn de er i dag?

<sup>17</sup> 2016: Sist gang du handlet dagligvarer på en søndag, hvor mye anslår du at du handlet dagligvarer for? Siste gang du handlet dagligvarer på en søndag, var dette på en a) bensinstasjon, b) kiosk/storkiosk, c) liten dagligvarebutikk?

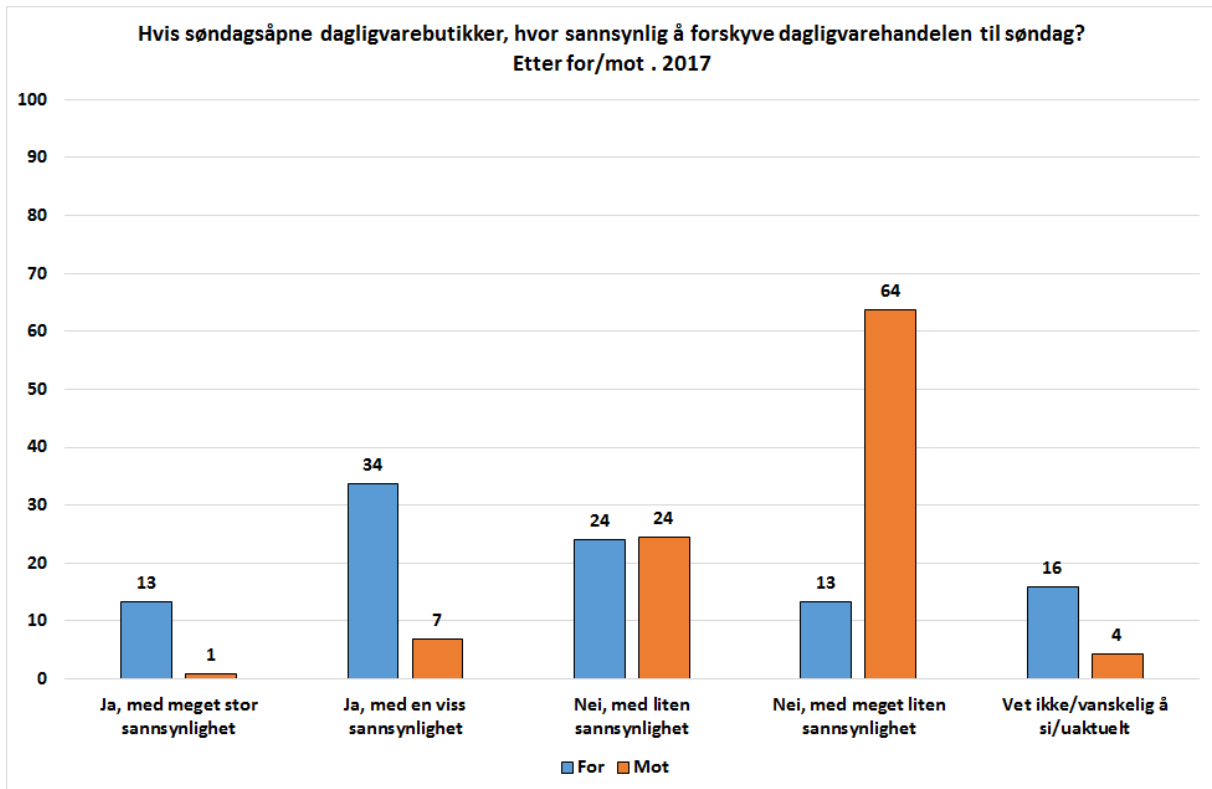
2017: Har du handlet dagligvarer på en søndag på bensinstasjon, kiosk eller dagligvarebutikk i løpet av de siste 4 uker? a) kiosk b) på bensinstasjon c) dagligvarebutikk. De som henholdsvis hadde handlet på de respektive stedene, fikk så spørsmål om ca. hvor mye de handlet for

### 3.5 Hva hvis dagligvarebutikkene holdt søndagsåpne?



Figur 3-9: Hvis dagligvarebutikker generelt var åpne på søndager, hvor sannsynlig er det at ville forskyve dagligvarekjøp fra hverdag til søndag? 2017: N = 1 001.

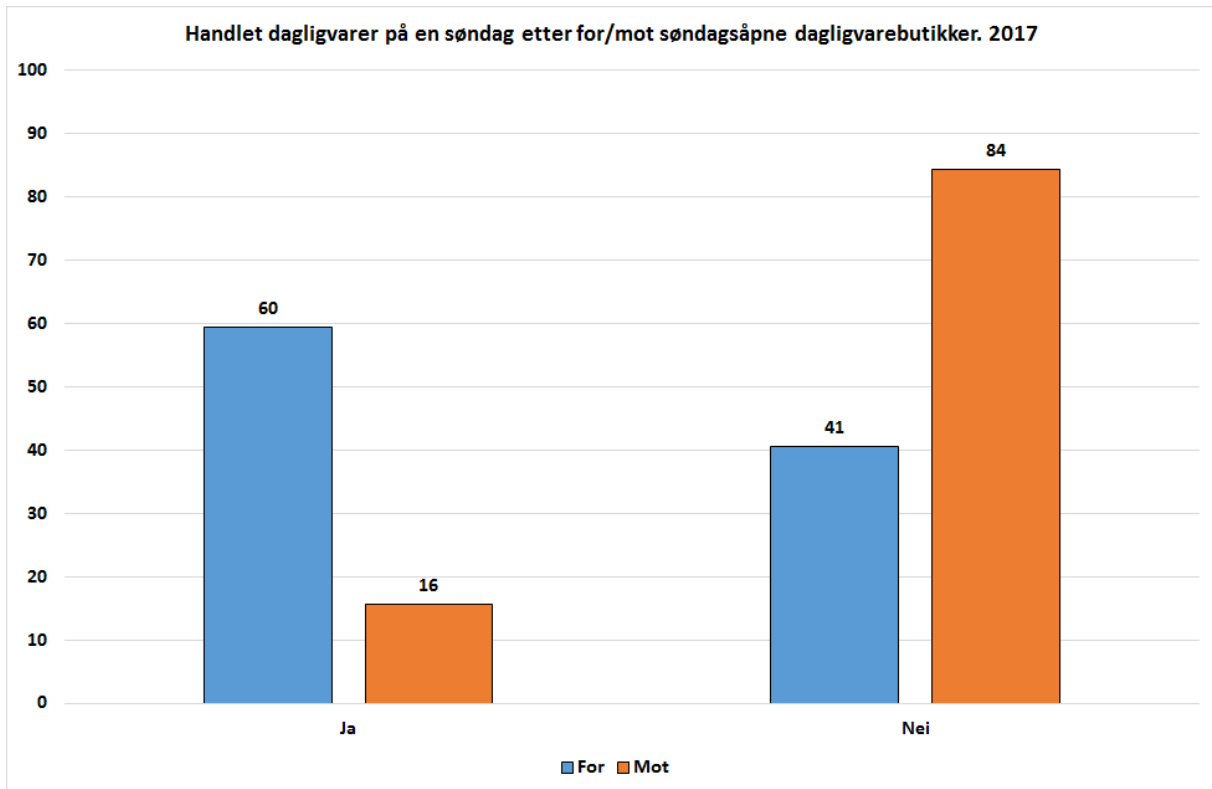
Svarene på dette spørsmålet viser en overvekt av liten sannsynlighet for at dagens handlemønster ville forskyves. 26 prosent svarer dette ville være sannsynlig, 63 prosent svarer lite sannsynlig, mens 11 prosent ikke har tatt stilling. Det må presiseres at dette framstår som en hypotetisk problemstilling for dem som skal svare. Når folk blir bedt om å besvare slike spørsmål, kan det like gjerne skyldes at de ønsker å bevare forhold slik de er i dag.



Figur 3-10: Hvis søndagsåpne dagligvarebutikker, hvor sannsynlig å forskyve dagligvarehandelen til søndager, etter om en er for eller mot søndagsåpne dagligvarebutikker.

N: For = 463, mot = 454.

Det er ellers en sterk sammenheng mellom troen på å endre søndagshandel hvis dagligvarebutikker generelt holdt åpne på søndager etter holdning til søndagsåpne dagligvarebutikker. Blant dem som er mot søndagsåpne dagligvarebutikker, svarer 64 prosent at de med meget liten sannsynlighet ville handle på søndager, sammenlignet med 13 prosent av dem som er for. Altså, motstandere av søndagsåpne dagligvarebutikker svarer at det er liten sannsynlighet for at de vil forskyve hverdagshandel til søndagshandel, mens de som er for søndagsåpne dagligvarebutikker sier de med en viss sannsynlighet vil endre på handlemønsteret sitt.

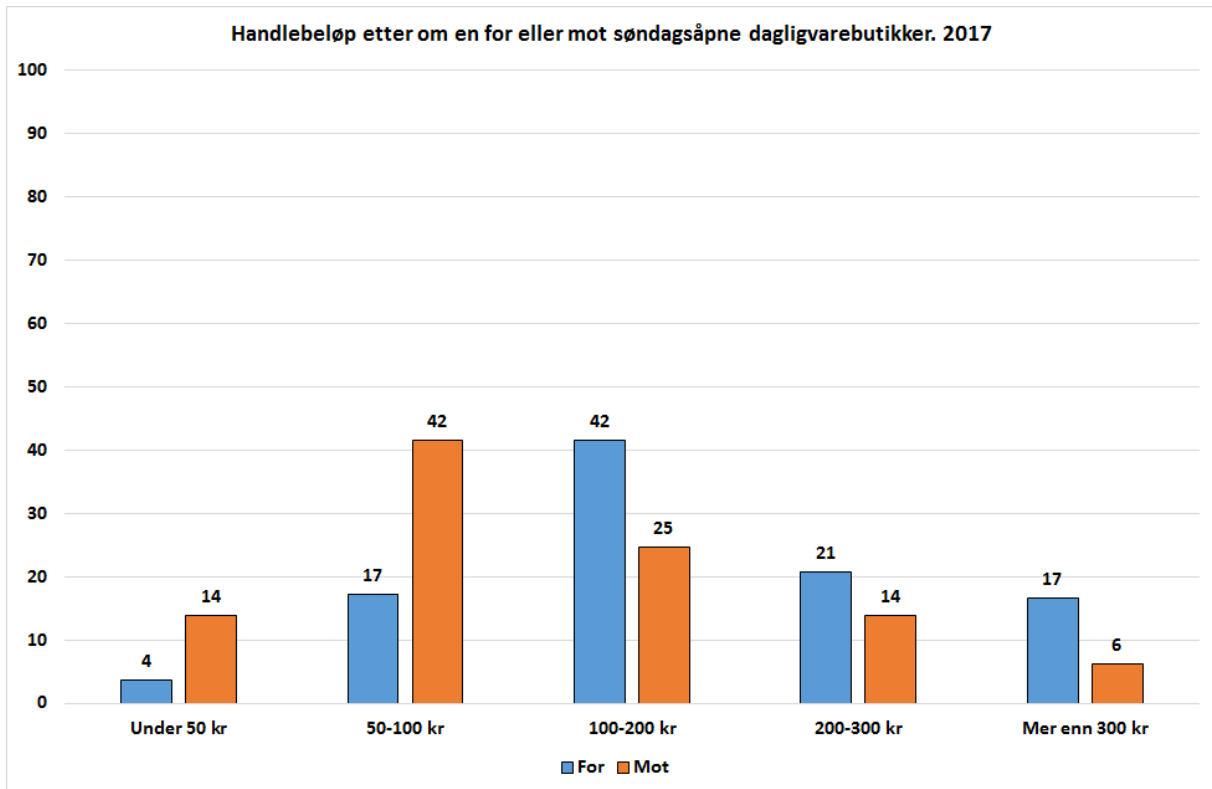


Figur 3-11: Handlet dagligvarer på en søndag etter holdning til søndagsåpne dagligvarebutikker. 2017:<sup>18</sup> N = 917. Vet ikke er ekskl.

Det er også en sterk sammenheng mellom handling av dagligvarer på en søndag og holdning til søndagsåpne dagligvarebutikker. Blant dem som er mot søndagsåpne dagligvarebutikker, er det 41 prosent som sier de ikke har handlet dagligvarer på en søndag, sammenlignet med 84 prosent som er mot.

<sup>18</sup> Data fra 2017 er fra SIFO-surveyen 2017, Norstat.





Figur 3-12: Handlebeløp i dagligvarebutikk på søndag etter holdning til søndagsåpne dagligvarebutikker. 2017: N = 334. Vet ikke ekskl.

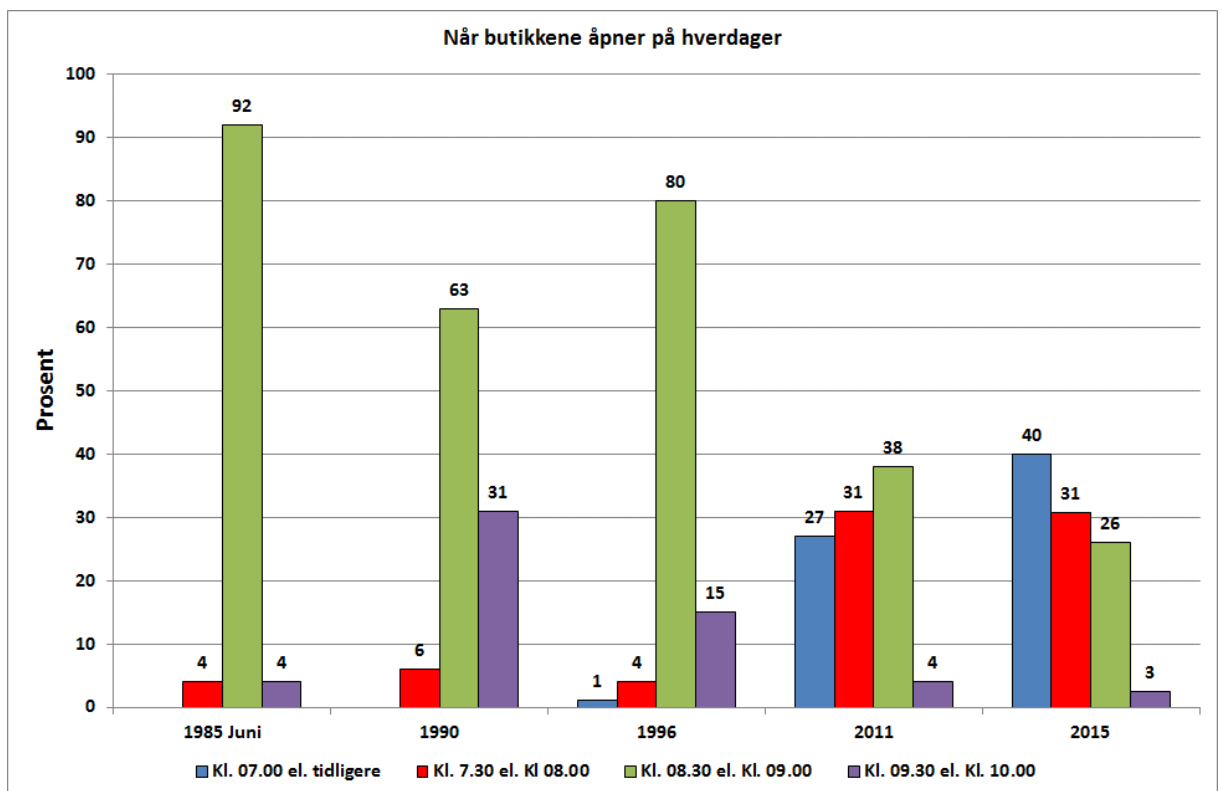
Det er videre en sterk sammenheng mellom hvor mye man har handlet dagligvarer for på en søndag og holdning til søndagsåpne dagligvarebutikker. Motstandere av søndagsåpne dagligvarebutikker handler for et mye mindre beløp enn det tilhengerne av søndagsåpne dagligvarebutikker gjør.

Det er ellers yngre oftere enn eldre som også handler på søndager, i tråd med deres holdninger, og Oslo er overrepresentert (53 prosent fra Oslo hadde handlet på en søndag i løpet fire siste uker, mot f.eks. 26 prosent fra Nord-Norge). Dette viser at tilgangen til søndagsåpne butikker ikke er lik over hele landet. Det var liten eller ingen forskjell på holdninger til søndagsåpent i de ulike landsdelene.



## 4 Endringer i faktiske åpningstider<sup>19</sup>

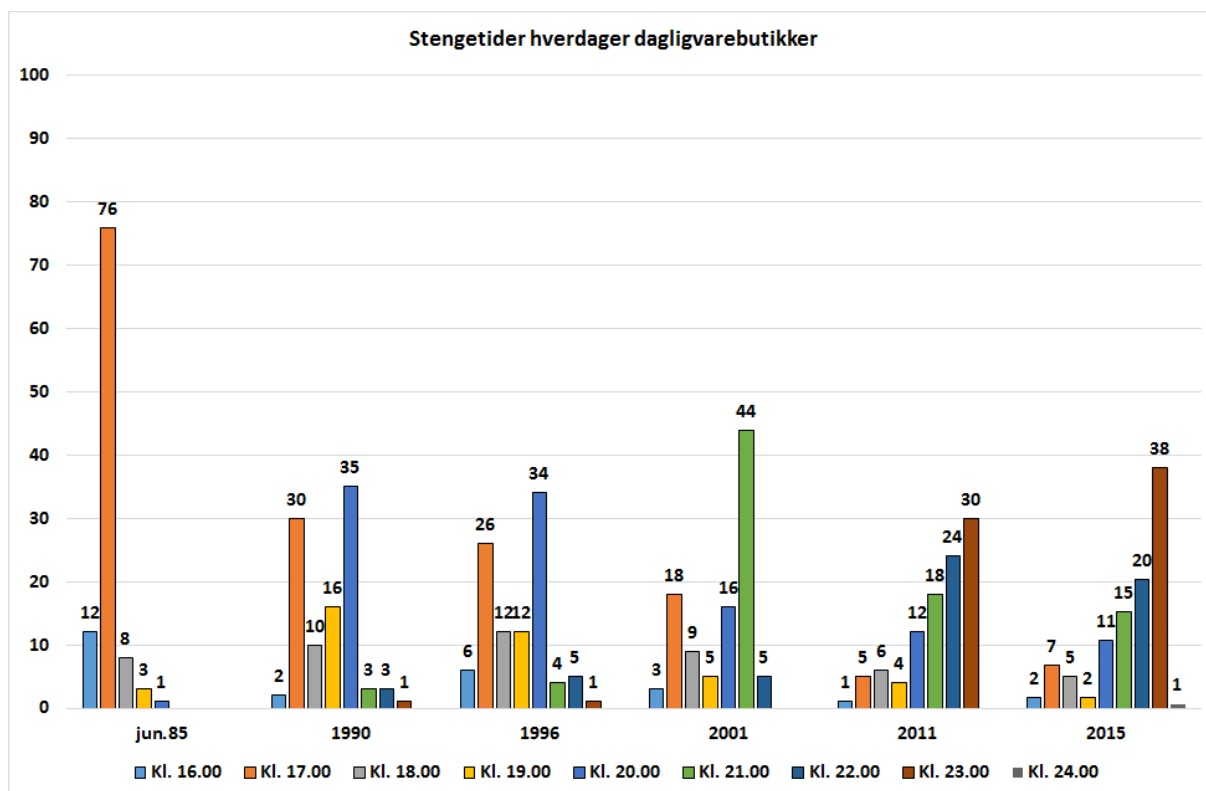
Som vi ser av figuren nedenfor har stadig flere av butikkene begynt åpne kl. 07.00 eller tidligere, det er faktisk da svært mange butikker åpner.



Figur 4-1: Når dagligvarebutikker åpner, ulike år. Prosent.

Samtidig har butikkene åpent lenger på kvelden. Nå har svært mange dagligvarebutikker åpent til kl. 23.00, slik det framgår av figur 4-2.

<sup>19</sup> Dette kapittelet er hentet fra Lavik og Schjøll (2016). Datainnsamling og metode står også i denne rapporten.

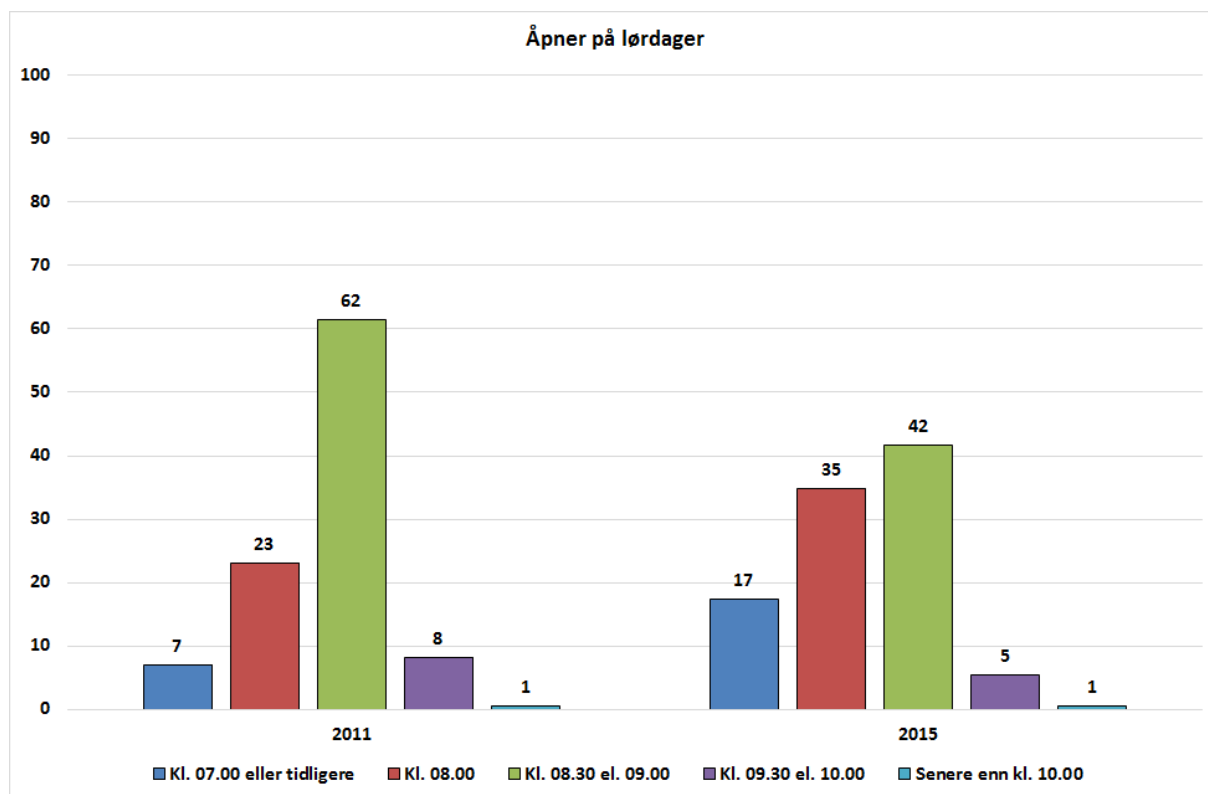


**Figur 4-2: Oversikt over stengetider i dagligvarebutikker på hverdager, ulike år. Prosent.**

Figurene 4-1 og 4-2 viser utviklingen i åpnings- og stengetider på hverdager ulike år. Som vi ser har det vært en dramatisk endring ved at butikkene har mye lenger åpent nå. De både åpner tidligere på morgenen, og stenger senere på kvelden enn hva de gjorde tidligere.

Flere butikker åpner altså tidligere enn før. Den vanligste åpningstiden før Åpningstidsloven av 1985 trådte i kraft var kl. 08.00 eller kl. 09.00. En stund etter åpningstidsloven ble innført var det en økning i butikker som åpnet kl. 09.00 eller kl. 10.00. Dette tydet på at butikkene tilpasset seg loven ved å øke åpningstidene på ettermiddag/kveldstid og heller åpne senere på dagen. Etter 1996 endret denne trenden seg ved at flere nå åpner kl. 09.00 og færre åpner kl. 10.00. I 2011 ble trenden forsterket ytterligere ved at da ble svært mange som åpner kl. 07.00 eller kl. 08.00. I 2015 er det altså svært få butikker som åpner kl. 10.00. Utvidelsen av åpningstidene har altså skjedd både morgen og kveld.

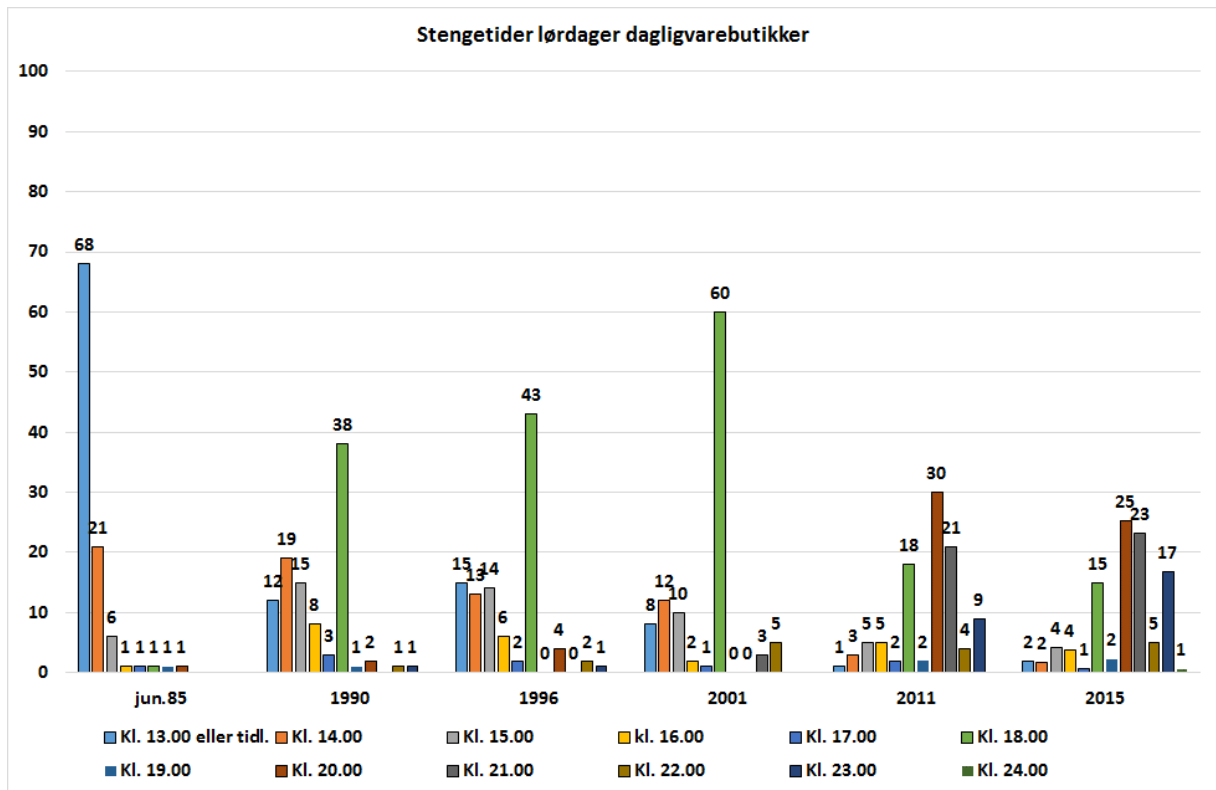
Det er også de samme butikkene som har lenge åpent på kveldstid som også åpner tidlig på morgenen. Blant de butikkene som stenger kl. 23.00 på kvelden er det 2 prosent som åpner kl. 06.00 på morgenen, hele 89 prosent i denne gruppen åpner kl. 07.00 på morgenen, mens de resterende 9 prosent åpner kl. 08.00.



**Figur 4-3: Åpningstider på lørdager 2011 og 2015. Prosent.**

Butikkene åpnet tidligere også på lørdager, selv når vi sammenlignet den korte tiden mellom 2011 og 2015. Hele 17 prosent åpnet kl. 07.00 (eller tidligere, men det var svært få) mot syv prosent i 2011. 35 prosent åpnet kl. 08.00 i 2015, mot 23 prosent i 2011. Det er langt færre som åpnet så sent som kl. 09.00 i 2015 sammenlignet med 2011.

Stengetidene på lørdager er også blitt senere. I 2015 stengte de fleste butikkene kl. 20.00 eller senere. Imidlertid holdt hele 17 prosent åpent til kl. 23.00 slik det framgår av figur 4-4.



**Figur 4-4: Oversikt over stengetider i dagligvarebutikker på lørdager, ulike år. Prosent.**

Åpningstidene har blitt utvidet ganske dramatisk, og dette gjelder både hverdager og lørdag.

I rapporten Lavik og Schjøll (2016) har vi også sett på åpningstider på søndager, lokalisering, butikkjede og butikkstørrelse. Stengetidene på hverdager er senere enn på lørdager og søndager. 39 prosent av dagligvarebutikkene stenger kl. 23.00 eller senere på lørdager, mens 22 prosent stenger tilsvarende på søndager. Vanligste stengetidspunkt på søndager er kl. 21.00 (Lavik og Schjøll 2016, figur 4-6).

## 5 Utfordringer fremover

Det finnes en del utfordringer for konkurransen i det norske dagligvaremarkedet fremover som kan ha betydning for om man skal tillate søndagsåpne butikker generelt.

### 5.1 Grensehandel med Sverige

For det første har vi en utstrakt handelslekkasje til Sverige. I 2016 var grensehandelen til Sverige på 13,8 milliarder kroner (SSB 2017). Sverige har ingen åpningstidsrestriksjoner, og den åpningstidsloven de hadde ble opphevet i 1972 (Lavik og Strand 1997).

De siste 30 årene har det vært en økende strøm av nordmenn som har reist til Sverige for å handle etter at svenskene ble medlem av EU, mens Norge valgte å stå utenfor. Grensehandelen ser ut til å flate noe ut de siste årene (SSB 2017). Det er de store prisforskjellene mellom Norge og Sverige som gjør det forlokkende å reise til Sverige. Billigere mat, mineralvann, sigaretter og alkohol i Sverige forklarer mye av grensehandelen. En annen viktig faktor er at mange av butikkene i Sverige holder søndagsåpent.

I en undersøkelse fra 2003 viste at søndagen var den dagen færrest handler i Sverige (Lavik 2003), dette gjaldt både i 2000, 2001 og 2002, mens lørdag var den dagen flest handlet. I 2000 handlet 20 prosent på lørdag, i 2001 var andelen 15 prosent og i 2002 var andelen på 20 prosent, mens tilsvarende tall for søndagene var hhv. 9, 9 og 10 prosent (Lavik 2003, side 78). I Sverige er Systembolaget (tilsvarende vårt Vinmonopol) stengt slik som i Norge. Hvis Sverige åpner sitt Systembolag på søndagene, er det grunn til å tro at grensehandelen med Sverige ville økt også på søndager. Imidlertid er det ingenting som tyder på at dette vil skje.

### 5.2 Bensinstasjonene

Det kan se ut som om bensinstasjonene får et stadig større utvalg av matprodukter, men da hovedsakelig matprodukter som serveres der, enten til å ta med eller fortæres på stedet. Deli de Luca har f.eks. inntatt stadig flere bensinstasjoner, og disse holder søndagsåpent. På den annen side er det ikke sikkert disse konkurrerer tilstrekkelig nok med dagligvaremarkedet da kioskmarkedet baserer seg mye på varm mat som skal forsyne «folk i farten». Å handle ordinære dagligvarer på bensinstasjonene er kanskje ikke så attraktiv når vi også vet at prisnivået der har vært relativt mye høyere enn i dagligvarebutikker (Lavik og Schjøll 2013). Vi har også sett i kapittel 3 i denne rapporten at bensinstasjonen er det stedet der færrest søndagshandler dagligvarer, og handler for minst beløp sammenlignet med kiosker og dagligvarebutikker (figur 3.6).

### 5.3 Søndagsåpne butikker

I 2015 holdt ca. 12 prosent av dagligvarebutikkene søndagsåpent i en utvalgsundersøkelse som SIFO gjennomførte (Lavik og Schjøll 2016). Det er ikke sikkert disse vil øke fremover. Det er kommet signaler dagligvarehandelen at «Søndagene koster mer enn de smaker». I en artikkel i avisen Dagligvarehandelen (tirsdag 9. mai 2017) fortelles det at «Kiwi ikke har bygget en Brustadbu» siden 2014, og har valgt å stenge fire de to siste årene. De vil heller ha større butikker, de vil satse mer på frukt og grønt, og slike varer trenger mye plass. Lavpriskjeden har også erfart at det koster å drive søndagsbutikker, ansatte skal ha mer betalt og det kreves energi til å drive butikk også på ukens syvende dag. Da er det bedre å benytte søndagsarealet på ukens seks øvrige dager, fortelles det.

Remas Ole Robert Reitan ergret seg også over at kundene fikk gå inn i konkurrerende butikkers øvrige lokaler på søndager, og at det dermed ble jukset med de 100 kvm som etter loven butikken ikke skulle overskride. Derfor anmeldte han flere butikker for dette. Avisen Dagligvarehandelen skriver at det ble ganske pikant da det viste seg at den samme praksisen fant sted også i Rema-butikker.<sup>20</sup> Striden endte med en såkalt søndagsplakat der Virke, Handel og kontor, NorgesGruppen og Coop ble enige om hvordan søndagshandelen skulle praktiseres. Så inntil videre har søndagsfreden senket seg.

Vi tror at søndagsåpent vil være et tapsprosjekt for mange, da det er økte kostnader på søndager, og inntektene skal fordeles over sy dager i uken i stedet for seks. Det synes ikke at totalhandelen vokser som følge av søndagshandel. Følgelig vil søndagsåpent kannibalisere på ukens øvrige dager. I Norge, der kostnadsnivået er høyt og åpningstidene lange, er dette ikke bærekraftig.

### 5.4 Netthandel

Et fjerde punkt som kan true konkurransen om søndagsåpent, er netthandel.

Salg av varer og tjenester via internett har eksistert en god stund nå. I 2001 var det i Norge registrert 12 internettbutikker som solgte dagligvarer, herav 2 supermarkeder og 10 små spesialbutikker. På den tiden hadde Sverige flest, med 56 dagligvarebutikker totalt (Skaugerud 2001).

---

<sup>20</sup> <http://www.dagligvarehandelen.no/2009/krangler-om-s%C3%B8ndags%C3%A5pent> [lesedato: 10.10.2017]

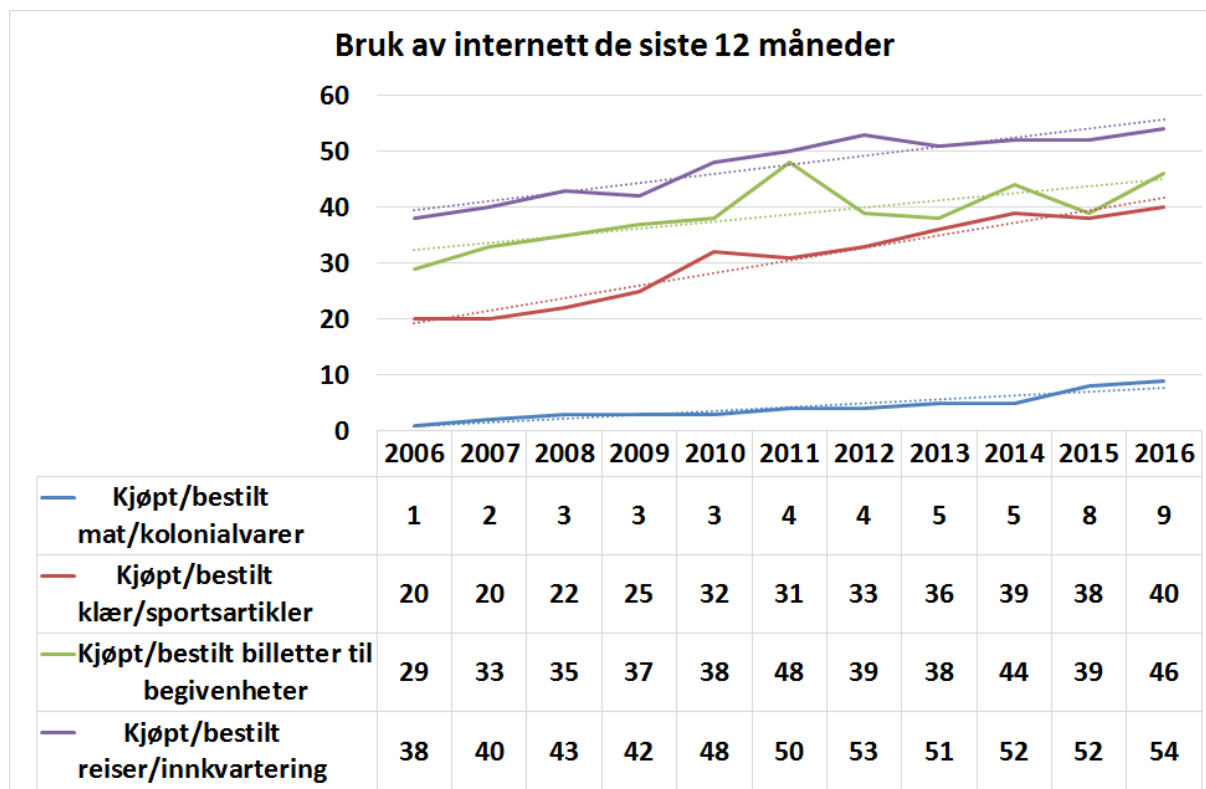




**Figur 5-1 Utklipp 16: Virum Supermarked la ned sin tjeneste på Internett høsten 2000 etter vår datainnsamling**

Her har flere aktører prøvd seg, og mange har gitt opp (se figur 5-1).

Hvor vellykket internett er som handelskanal vil variere med produkttype. Produkter som må overleveres fysisk fra leverandør til forbruker, er noe vanskeligere å bli vellykket enn produkter som kan overføres digitalt. Vi har valgt ut fire produkttyper fra SSB sin statistikk over netthandel, to som overleverer varer fysisk; mat/kolonialvarer og klær/sportsartikler, og to som overleveres digitalt; billetter til begivenheter og reiser/innkvartering.



Figur 5-2: Bruk av internett siste 12 måneder. Prosent. Kilde: SSB.

Fra figuren over ser vi at kjøp av mat/kolonialvarer har hatt en vekst fra 1 prosent i 2006 til 9 prosent i 2016. I prosent er denne veksten stor, men den startet fra nesten intet, og har hatt en jevnt stigende kurve. Sammenligner vi produktgruppen som også må overleveres fysisk; som klær og sportsartikler, har disse økt fra 20 prosent i 2006 til 40 prosent i 2016. De andre digitale tjenestene startet begge på et høyere nivå i 2006 og har også en jevnt stigende kurve. Den bratteste kurven har vært for klær og sportsartikler.

#### 5.4.1 Hvordan dette vil utvikle seg i fremtiden?

Hortacsu og Syverson (2015) viser en diffusjonskurve over et visst antall produktgrupper. Der predikeres en logistisk S-kurve for disse produktgruppene, med base i empiriske data fra 1999 til 2013. Fra resultatene predikeres så en logaritmisk diffusjonskurve. Av denne ser det ut som om de fleste produktgrupper vil ha gått over til å bli solgt internett fram mot 2054. Den bratteste produktgruppen er musikk og video, som er predikert å nå et metningspunkt i begynnelsen av 2020-tallet. Mat og drikke har en svak økning fra begynnelsen og er svært vanskelig å predikere fremover.

På slutten av 1990-tallet ble de første nettbutikkene som solgte mat etablert i Norge. En av de første var *ICA Rett hjem*.<sup>21</sup> Det var opplagt at kundene ikke var klare for et slikt tilbud ennå. *ICA* tjente aldri noe på ideen, og etter et par år valgte konsernet å kvitte seg med netthandelen.<sup>22</sup> Det var likevel tydelig at mange hadde tro på en slik tjeneste. I løpet av 2000-tallet ble det etablert en rekke virksomheter som drev med matvarekjøring. Noen av dem leverte kun dagligvarer, mens andre leverte middagskasser, brødbokser og lignende. I 2011 ble nett-leverandøren *Godtlevvert.no* etablert. I de påfølgende årene kom også *Adamsmatkasse.no* og *Kolonihagen.no* på markedet. Det første året omsatte *Godtlevvert.no* for 7,6 mill. kr. Det var tydelig at det var en kjærkommen tjeneste. Året etter var omsetningen økt til 32 mill.

<sup>21</sup> <https://www.dinside.no/okonomi/20000-kunder-far-maten-retthjem/62610141> [lesedato: 12/09.2017]

<sup>22</sup> <http://www.nettavisen.no/nyheter/innenriks/ica-rett-hjem-tar-kvelden/240466.html> [lesedato: 12/09.2017]

kr. I 2016 var omsetningen for *Godtlevvert.no* 390 mill. kr og for *Adamsmatkasse.no* 330 mill. kr. Til sammen har de i overkant av 50 000 aktive kunder. I mars 2017 meldte de to aktørene at de ønsket å fusjonere. Den 16. juni ble det lagt ut melding på *Konkurransetilsynets* nettside om at de tillot en slik matkassefunksjon.<sup>23</sup> I 2013 ble nettdagligvarebutikken *Kolonial.no* etablert. Dette er i dag den største aktøren på markedet. *Rema 1000* kjøpte ti prosent av butikken i 2016. Av NHO Handels tall kommer det frem at omsetningen økte fra 75 mill. kr til 424 mill. kr i perioden 2015 til 2016. I 2015 ble *Marked.no* etablert. Her er Stein Erik Hagen en viktig aktør. Målsettingen var å nå en omsetning på 2-300 mill. kr i det første driftsåret. Dette målet nådde de ikke. Det var rett og slett vanskeligere å få kundene til å endre sine innkjøpsvaner – fra fysiske butikker og over på nettet – enn de hadde regnet med (Bugge og Lavik 2017).

I perioden 2014 til 2015 økte omsetningen av mat og drikke på nett med 70,5 prosent (Virke 2015). Omsetningen økte også i perioden 2015 til 2016 (SSB 2017). Selv om salget av mat på nett har vokst kraftig de siste årene, er kategorien likevel fortsatt liten.<sup>24</sup> Kategorien mat utgjorde 3,8 prosent av netthandelen i 2015. Totalt ble det omsatt mat og drikke på nett for 704 mill. kr (eks. mva.) dette året.<sup>25</sup> De siste tallene om utviklingen i norsk netthandel viser at det også i perioden 2016 til 2017 har vært en betydelig vekst (16 prosent). Stadig flere kjøper også dagligvarer på nett. I 2016 var det 12 prosent som handlet dagligvarer på nett, denne prosentandelen hadde økt til 15 prosent i 2017.<sup>26</sup>

Forbrukernes appetitt på nettmat er altså økende, men hvor mange er det som benytter seg av slike tjenester? Hvem handler mat på nett og hvorfor? Hvilke konsekvenser har netthandling av mat på handlekurven – blir den bedre, sunnere, billigere – eller er det ingen betydningsfulle forskjeller? Og bidrar netthandling til bedre planlegging, riktigere porsjoner og mindre avfall – eller ikke? Dette er spørsmål som ble stilt av Bugge og Lavik (2017) i en spørreundersøkelse. Vi har stilt spørsmål om både det å handle matvarer på nett og levering av matkasser/-middags-abonnement på døren. Førstnevnte fungerer som en digital matvarebutikk, mens sistnevnte tilbyr et utvalg middagsretter med oppskrifter.

Resultatene fra Bugge og Lavik (2017) viser at digitaliseringen av matvarehandelen fortsatt er i sin nokså spede begynnelse. Til tross for at tilbudet har eksistert i to tiår, er det bare et mindretall som handler maten sin på nett. Seks av ti gir dessuten uttrykk for at dette er tjenester de ikke kan tenke seg å benytte. Disse tallene har vært stabile de senere årene.

Studier av mat- og spisevaner viser at dette er noe som generelt endrer seg sakte. Generelt er de yngre mer endringsvillige i matveien enn de eldre – det gjelder både utprøving av nye ingredienser og matretter, samt teknologiske hjelpemidler og tjenester. Vår antakelse er at digital matvarehandel vil øke i årene som kommer. Som det kom frem av materialet, var Oslo-folk langt mer positive til det å handle mat på nettet enn befolkningen ellers i landet. Oslo-folks prioriteringer og praksiser gir generelt en god pekepinn på fremtidige utviklingstrekk. Det nye kommer først til Oslo – slik har det vært i uminnelige tider – og så brer det seg sakte utover i landet (Bugge 2015). Det er også grunn til å tro at økende digitalisering av matmarkedet vil endre både forbrukernes praksiser og prioriteringer. Det store spørsmålet er imidlertid hvordan digitaliseringen av matvarehandelen vil endre – både markedet og

<sup>23</sup> <http://konkurransetilsynet.no/nb-NO/aktuelt/nyheter/2017/tillatermatkassefusjon/> [Lesedato: 12/09.2017]

<sup>24</sup> <https://www.ssb.no/varehandel-og-tjenesteyting/statistikker/vroms> [Lesedato: 12/09.2017]

<sup>25</sup> <https://www.virke.no/globalassets/bransje/gamle-bransjedokumenter/netthandelsstatistikk2015.pdf/> [Lesedato 12.09.2017]

<sup>26</sup> [http://info.dibs.no/hubfs/Norsk%20e-handel%202017/NO\\_DIBS\\_single\\_page\\_300.pdf?hsCtaTracking=1094cab0-66e9-4fca-a09f-0423184e34db%7C1f3a4070-c977-4ee0-963c-745a23eec08e](http://info.dibs.no/hubfs/Norsk%20e-handel%202017/NO_DIBS_single_page_300.pdf?hsCtaTracking=1094cab0-66e9-4fca-a09f-0423184e34db%7C1f3a4070-c977-4ee0-963c-745a23eec08e) [lesedato 15.09.2017]

kundene – hvordan kommer vi til å handle mat og vil det endre handlekurvene våre, i så fall på hvilke måter?

Mye tyder på at digitaliseringen av matvarehandelen også vil kunne ha mange positive effekter på forbrukernes velferd og helse, for eksempel flere valgmuligheter, mindre (fysiske) belastninger i hverdagslivet, høyere ernæringsmessig kvalitet på handlekurven. Videre vil det kunne føre til reduksjon i mengden matavfall fra private husholdninger. Det trengs imidlertid betydelig mer forskning på dette feltet.

#### 5.4.2 Hvorfor skiller mat og drikke seg ut fra de andre produktgruppene?

For at mat og drikke på internett skal bli en suksess må det gi forbrukerne en merverdi; det må gjøre det enklere i hverdagen, gir mindre matsvinn, man er ikke avhengig av åpningstider ved bestilling, er noen eksempler. Ulemper for forbrukerne; overlevering av varer til forbruker, får ikke se det de kjøper, får ikke brukt butikken som «handlelapp», kan være noen ulemper. Dessuten, leverandørene må tjene på det, det må være business i et slikt konsept. Foreløpig sies det at det som prøver seg ikke tjener penger på det.

## 6 Oppsummering

Det har vært en relativ stabil oppslutning om at butikker skal holde stengt søndager. Et flertall av forbrukerne ønsker at søndag skal være en annerledes dag. Unge ønsker imidlertid i større grad enn eldre at søndagsåpent bør være tillatt. Forbrukerne refererer også til at butikkene på hverdager og lørdager holder åpent såpass lenge at det ikke skulle by på problemer å få gjort sine innkjøp da. Dessuten er det fortsatt slik at en har anledning til å kjøpe et mindre utvalg dagligvarer på søndager, ettersom mindre dagligvarebutikker, kiosker og bensinstasjoner kan holde åpent.

Vi ser også at dagligvarebutikkene på 1990-tallet ikke utnyttet helt muligheten til å holde åpent til langt på kvelden. I 1990 og 1996 stengte en tredjedel av butikkene kl. 20.00, og svært få hadde åpent utover det. I 2015 var det kun 11 prosent som stengte kl. 20.00, mens 74 prosent stengte kl. 21.00 eller senere.

Funnene våre tyder på at et stort flertall blant forbrukerne har tilpasset seg dagens praksis og er forholdsvis fornøyde med dagens åpningstider på søndager: Over 80 prosent er for at bensinstasjoner, kiosker og små dagligvarebutikker skal holde søndagsåpent. Over 30 prosent er for at dagligvarebutikker skal holde søndagsåpent, mens over 20 prosent er for at butikker generelt skal holde søndagsåpent. Yngre er jevnt over er mer positive til søndagsåpne butikker enn de eldre.

Ut fra resultatene fra denne og tilsvarende undersøkelser synes det klart at mange forbrukere ønsker å opprettholde søndagen som en annerledes dag.

Det synes klart at mulighetene for handlemobilitet har økt. Åpningstidene har blitt dramatisk utvidet de siste tre tiårene, og de aller fleste har i dag tilstrekkelig fleksibilitet i sin daglige tidskabal til å komme seg i butikken, eller til å velge en mer fordelaktig butikk hvis de skulle ønske å gjøre det. De faktiske åpningstidene kan ikke sies å være et problem hverken i forhold til folks muligheter til å sikre seg vareforsyninger eller i forhold til forbrukeres muligheter til å utøve valg mellom butikkalternativer.

En annen nylig publisert SIFO-rapport viser stor stabilitet i dagligvaremarkedet (Lavik og Jacobsen 2015a). Et unntak fra denne stabiliteten er selvfølgelig åpningstidsutvidelsene, og at antall dagligvarebutikker er kraftig redusert, fra 6 220 i 1990, 4 587 i 2000 og til 3 976 i 2010. (Dagligvarefasiten 2015; Lavik og Schjøll 2012). Endringer i åpningstidene har bidratt til å spre innkjøpene ut over døgnet og ukas timer (Lavik og Jacobsen 2015b). Utvidelsen synes likevel ikke å ha ført til at forbrukerne oppsøker flere butikker enn tidligere (Lavik og Jacobsen 2015a). Det er likevel en rimelig hypotese at den langvarige og stabile velstandsveksten kan ha bidratt til «å svekke» prisfokuset hos forbrukerne. Dermed kan også selve «endringmotoren» i konkurransen ha blitt

skadelidende. Dette er åpenbart et tema det bør forskes mer på,<sup>27</sup> og spesielt i kjølvannet av Coops overtakelse av ICA Norge og at vi dermed hovedsakelig har tre aktører i dagligvaremarkedet.

Åpningstidene har altså blitt lengre siden 2011, men det er grunn til å tro at vi nå har nådd et metningspunkt når det gjelder lange åpningstider. Det å ha åpent én time til innebærer store faste kostnader til lys, personale osv. Det må følgelig være et tilstrekkelig kundegrunnlag til for å holde åpent tidlig på morgenen eller sent på kvelden. Imidlertid kan det være vanskelig å være den butikkjeden som først reduserer sine åpningstider fordi det kan oppfattes som mangel på konkurransevne og man overlater dermed markedet til andre. Det blir derfor spennende å se hva som skjer med åpningstidene framover, spesielt med tanke omprofilering av ICA Norges butikker til Coop-butikker og at Rema 1000 nå er minst av de tre dominerende dagligvareaktørene i Norge. Det kan innebære en økning av åpningstidene framover.

Med dagens åpningstider synes det ikke som om det er et skrikende behov for søndagsåpent generelt eller søndagsåpne dagligvarebutikker spesielt. Det ser ut som om forbrukerne har tilpasset seg dagens ordning, med lange åpningstider på hverdager, men med mulighet til å handle dagligvarer enkelte steder på søndager. Søndagshandelen i Norge i dag bærer preg av suppleringskjøp, og ikke større innkjøp. Søndagshandelen står imidlertid foran en del utfordringer, som bl.a. grensehandel, kiosker som holder søndagsåpent, de såkalte «Brustadbuer», og netthandel og handel med matkasser som leveres på døren.

Nå skal et utvalg om søndagsåpne butikker levere sitt bidrag høsten 2017. Dette vil bli et viktig bidrag til å sette søndagsåpent inn i en større sammenheng og få temaet bredt belyst.

---

<sup>27</sup> Det er også behov for å replisere en del av analysene fra Lavik og Schjøll (2012), for eksempel mht. endringer i butikkstørrelse, lavprisandel, lokalisering etc.

## Referanser

- Bugge, A. B. (2015). Mat, måltid og moral. Hvordan spise rett og galt. SIFO rapport nr. 5-2015. Oslo: Statens institutt for forbruksforskning. URL: [http://www.hioa.no/extension/hioa/design/hioa/images/sifo/files/file80368\\_sifo\\_fagrapport\\_3\\_2005\\_mat.pdf](http://www.hioa.no/extension/hioa/design/hioa/images/sifo/files/file80368_sifo_fagrapport_3_2005_mat.pdf) [Lesedato: 04.10.2017]
- Bugge, A. B. og T. G. Rosenberg (2017): *Fremtidens matproduksjon. Forbrukernes syn på genmodifisert mat: GMO-mat eller ikke?* Oppdragsrapport nr. 2-2017. Oslo: Forbruksforskningsinstituttet SIFO, Høgskolen i Oslo og Akershus. URL: <http://www.hioa.no/content/download/139136/3968041/file/OR%202%20-%20GMO%20%20Fremtidens%20matproduksjon.%20Forbrukernes%20syn%20p%C3%A5%20genmodifisert%20mat.pdf> [Lesedato: 29.09.2017]
- Bugge, A. B. og R. Lavik (2017): Hvor sultne er forbrukerne på nettmat? I R. Lavik og E. Borgeraas. (red.) *Forbrukstrender 2017 21. september 2017. SIFO-survey*. Prosjektnotat nr. 8-2017. Oslo: Forbruksforskningsinstituttet SIFO, Høgskolen i Oslo og Akershus. URL: [http://www.hioa.no/content/download/143115/4042677/file/PN%208-17%20Rapport%20sifosurvey%20frokostseminar\\_%2021092017.pdf](http://www.hioa.no/content/download/143115/4042677/file/PN%208-17%20Rapport%20sifosurvey%20frokostseminar_%2021092017.pdf) [Lesedato: 29.09.2017]
- Gjertsen, A. (1983): 1,6 millioner forbrukere har behov for fleksibel åpningstid. *Moss Avis*.
- Grønmo, S. og R. Lavik (2015): Store opening hours in Norway 1985-2014: policies, practices and preferences. I P. Strandbakken og J. Gronow (red.) *The consumer in society: A tribute to Eivind Stø*. Oslo: Abstrakt. Ss. 165-190.
- Hortacsu, A. og C. Syverson (2015): The Ongoing Evolution of US Retail: A Format Tug-of-War. *Journal of Economic Perspectives*, vol. 29, nr. 4, ss. 89-112.
- Kulturdepartementet (2016): Utvalg: Søndagsåpne butikker. <https://www.regjeringen.no/no/dep/kud/org/styrer-rad-og-utvalg/gjeldende-styrer-rad-og-utvalg/utvalg-sondagsapne-butikker/id2509520/> [Lesedato: 28.04.2017]
- Lavik, R. (1985): *Forbrukeratferd og åpningstider. Forbrukernes tilgang på vare- og servicemarkedet*. Forskningsrapport nr. 57. Oslo: Fondet for markeds- og distribusjonsforskning.
- Lavik, R. (1987): Utvidet åpningstid i dagligvarebutikker og banker - ulike krav i forskjellige forbrukergrupper. *Åpent eller stengt. Om åpningstider og tilgjengelighet*. FAD. Skriftserie om forbrukerspørsmål. 1987 FAD og Universitetsforlaget.

- Lavik, R. (1998): *Døgnåpen handel – konsekvenser for de ansatte. En arbeidsmiljøundersøkelse.* Rapport nr. 3-1998. Oslo: Statens institutt for forbruksforskning.
- Lavik, R. (1999): *Søndagshandel og åpningstider- synspunkter og holdninger i endring?* Arbeidsnotat nr. 7-1999. Oslo: Statens institutt for forbruksforskning. URL: <http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Soendagshandel-og-aapningstider-synspunkter-og-holdninger-i-endring> [Lesedato: 04.10.2017]
- Lavik, R. (2003): *Prisforskjeller og grensehandel mellom Norge og Sverige. sammenlignende prisundersøkelser av utvalgte grensehandelsvarer, kjente merkevarer og alkohol 2002 og ulike grensehandelsundersøkelser.* Oppdragsrapport nr. 5-2003. Oslo: Statens institutt for forbruksforskning. URL: [http://www.hioa.no/extension/hioa/design/hioa/images/sifo/files/file48543\\_oppdagsrapport2003-5.pdf](http://www.hioa.no/extension/hioa/design/hioa/images/sifo/files/file48543_oppdagsrapport2003-5.pdf) [Lesedato: 04.10.2017]
- Lavik, R. og E. Jacobsen (2015a): *Endringer i dagligvaremarkedet på 2000-tallet – Handlevaner og holdninger.* Oppdragsrapport nr. 2-2015. Oslo: Statens institutt for forbruksforskning. URL: <http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Endring-i-handlevaner-og-holdninger-i-dagligvaremarkedet-paa-2000-tallet> [Lesedato: 04.10.2017]
- Lavik, R. og E. Jacobsen (2015b). *Søndag – fortsatt en annerledesdag?* Prosjektnotat nr. 2- 2015. Oslo: Statens institutt for forbruksforskning. URL: [http://www.hioa.no/extension/hioa/design/hioa/images/sifo/files/file80142\\_prosjektnotat\\_nr\\_2-2015\\_sondag\\_som\\_annerledesdag.pdf](http://www.hioa.no/extension/hioa/design/hioa/images/sifo/files/file80142_prosjektnotat_nr_2-2015_sondag_som_annerledesdag.pdf) [Lesedato: 04.10.2017]
- Lavik, R. og A. Schjøll (2012): *Endring i butikkstruktur og handlemønster i norsk dagligvarehandel.* Prosjektnotat nr. 1 2012. Oslo: Statens institutt for forbruksforskning. URL: <http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Endring-i-butikkstruktur-og-handlemoenster-i-norsk-dagligvarehandel> [Lesedato: 04.10.2017]
- Lavik, R. og A. Schjøll (2013): *Priser og endringer i merverdiavgift for mat. En sammenligning av dagligvaremarkedet og KBS-markedet.* Prosjektnotat nr. 8 – 2013. Oslo: Statens institutt for forbruksforskning. URL: <http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Priser-og-endringer-merverdiavgift-for-mat> [Lesedato: 04.10.2017]
- Lavik, R. og A. Schjøll (2016): *Endringer i åpningstider i dagligvaremarkedet.* Prosjektnotat nr. 2-2016. Oslo: Forbruksforskningsinstituttet SIFO, Høgskolen i Oslo og Akershus. URL: [http://www.hioa.no/extension/hioa/design/hioa/images/sifo/files/file80467\\_prosjektnotat\\_nr\\_2-2016.pdf](http://www.hioa.no/extension/hioa/design/hioa/images/sifo/files/file80467_prosjektnotat_nr_2-2016.pdf) [Lesedato: 04.10.2017]
- Lavik, R. og M. Strand (1997): *Bekvem dagligvarehandel. Åpningstider, forbrukerne og markedet.* Rapport nr. 2-1997. Oslo: Statens institutt for forbruksforskning.



NOU (1984: 13): *Åpningstider og tilgjengelighet. Bidrag til en samlet åpningstidsproblematikk*. Oslo: Universitetsforlaget.

Skaugerud, T. V. (2001): *Dagligvarer over Internett i Norden. En kartlegging av nettbutikker som selger dagligvarer i forbrukermarkedet*. TemaNord 2001: 558. København: Nordisk Ministerråd.

Statistisk sentralbyrå (2017): Grensehandel. URL: <http://www.ssb.no/varehandel-og-tjenesteyting/statistikker/grensehandel/kvartal> [Lesedato: 29.09.2017]

Storm-Mathisen, A. og R. Lavik (2016): *Beredskap for IKT og -elektrisitetsbrudd i nordiske hushold*. Prosjektnotat nr. 10-2016. Oslo: Forbruksforskningsinstituttet SIFO, Høgskolen i Oslo og Akershus. URL: <http://www.hioa.no/content/download/140231/3989800/file/Prosjektnotat%20nr.%2010%20-%202016%20-%20Beredskap%20for%20IKT%20og%20-elektrisitetsbrudd%20i%20nordiske%20hushold.%20Homerisk%20survey%20resultater%20fra%20Norge,%20Sverige%20og%20Island.pdf> [Lesedato: 04.10.2017]

Forbruksforskningsinstituttet SIFO ved Høgskolen i Oslo og Akershus (HiOA) har et spesielt ansvar for å bidra til kunnskapsgrunnlaget for forbrukerpolitikken i Norge og skal utvikle ny kunnskap om forbruk, forbrukerpolitikk og forbrukernes stilling og rolle i samfunnet.

Sentrale forskningstema er:

- forbrukerne i markeder og forbrukervalg
- husholdningenes ressursdisponeringer
- forbrukerøkonomi - gjeldsutvikling og fattigdom
- teknologisk utvikling og forbrukernes hverdag
- digitalt hverdagsliv og mestring
- miljøeffekter av ulike typer forbruk
- mat- og spisevaner
- tekstiler - verdikjeder - konsekvenser for hverdagsliv og miljø
- forbrukets betydning for inkludering i sosialt hverdagsliv
- forbrukerpolitikk

**SIFO**

Forbruksforskningsinstituttet

**HØGSKOLEN I OSLO  
OG AKERSHUS**

Boks 4 - St. Olavs plass - N-0030 Oslo.

**Besøksadresse:** Stensberggata 26, 7 etg.

**Telefon:** +47 67 23 50 00

**E-mail:** [post@hioa.no](mailto:post@hioa.no) **Internett:** [www.hioa.no/sifo](http://www.hioa.no/sifo)

