

Stadsdelen Rosendal

-

Marknadsanalys för handel och
gatuplansberikande
verksamheter

Ulf Rämme
Anna Brunlöf
Anders Ling



2015-01-12

UNITED
BY OUR
DIFFERENCE



Förord

Uppsala kommun har för avsikt att utveckla stadsdelen norra Rosendal som är belägen i sydvästra Uppsala med närhet till sjukhus, arbetsplatser, universitetet, befintliga bostadsområden samt stora natur- och rekreationsområden. En första etapp, södra Rosendal, är påbörjad och här förväntas omkring 1 200 bostäder, caféer samt restauranger uppföras under de kommande åren. Norra Rosendal är ännu under planläggning men det finns planer på att uppföra mellan 2 500 – 3 000 bostäder och på sikt ge utrymme för cirka 200 000 kvadratmeter kontors- och verksamhetsyta.

Ett viktigt ingångsvärde i Rosendal är mångfald variation och multifunktionalitet i syfte att skapa attraktiva stadsrum och en hållbar stadsdel som främjar nyfikenhet, trygghet, engagemang i närmiljö, jämställdhet, kontaktskapande, kreativitet och hållbara transporter såsom cykel, stombuss och på sikt kanske spårväg. Den fysiska strukturen förväntas ha hög variation avseende såväl gatubredd och byggnadshöjd som lokalanvändning då ambitionen är att blanda lokaler för forskning och undervisning med bostäder, handel och privat och offentlig service. Kring de stråk och noder som skapas i stadsdelen förväntas handel, service och sociala mötesplatser uppstå.

Denna analys syftar till att belysa tänkbar utveckling av handel och gatuplansberikande verksamheter i stadsdelen Rosendal ur ett kommersiellt perspektiv.

Analysen har genomförts av Ulf Rämme, Anders Ling och Anna Brunlöf under perioden oktober – december 2014.

Innehåll

1. Förord och innehåll
2. Handelns drivkrafter
3. Nulägesanalys
4. Rosendals potential och möjligheter
5. Scenarier för utveckling av handel och service
6. Slutsatser och rekommendationer

2. Handels drivkrafter

Marknadsplatsens logik

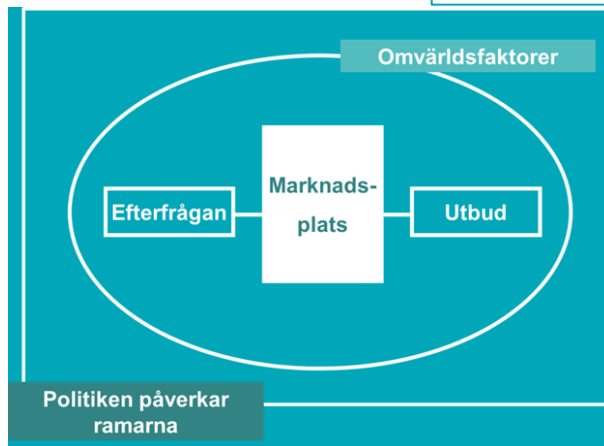
Olika faktorer påverkar och formar handels framtid. Dessa måste förstås var för sig men självklart också tillsammans. Handels drivkrafter möts på marknadsplatsen (stadskärnan, externhandels-området, gallerian eller stadsdelscentrumet) där kundernas efterfrågan möter butikernas utbud. Förhållandet mellan utbud och efterfrågan påverkas både av omvärldsfaktorer och de ramar politiken sätter upp, se figur 1. Utvecklingen i Rosendal bestäms också av dessa övergripande drivkrafter. Finns det tillräckligt med efterfrågan? Vilka detaljhandelskoncept fungerar? Områdets inriktning och tyngdpunkt formar och påverkar marknadsplatsens möjligheter.

Mindre pengar på dagliga inköp – mer på annat

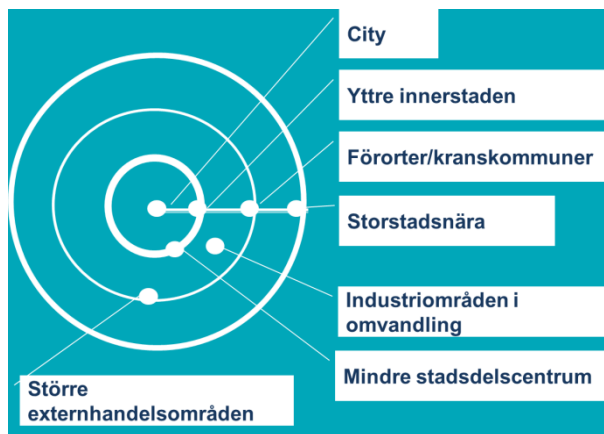
Levnadsstandarden har ökat kraftigt i Sverige under hela 1900-talet. Stigande inkomster i kombination med fallande priser och ett allt bredare och djupare utbud inom handeln har möjliggjort för allt fler att konsumera allt mer. Idag konsumerar svensken detaljhandels-produkter för i genomsnitt knappt 60 000 kronor per år. Prognosen fram till 2025 är knappt 70 000. Mycket lite talar för att hushållen på lång sikt kommer att dra ner på sin konsumtion. Idag spenderar hushållen allt mindre andel av den disponibla inkomsten på boende, transporter och inköp av dagligvaror vilket frigör utrymme för annan konsumtion. Framförallt ökar konsumtionen av övriga varor och tjänster, hotellövernattningar, resor och restaurangbesök.

Handeln trivs i noder

I storstadsregioner tenderar handeln att trivas i ett antal noder, se figur 2. City har och kommer att ha en stark ställning. I takt med stadens tillväxt skapas bättre förutsättningar i den yttre innerstaden. I förorterna återfinns de stora förortscentrumen. Även storstadsnära orter påverkas positivt av den växande storstaden. Gemensamt för framgångsrika marknadsplatser är täthet och tillgänglighet, d v s att det finns en stor befolkning i närområdet (=stor köpkraft) och att det är lätt att ta sig till dessa platser (t ex kollektivt eller med bil).



Figur 1. Marknadsplatsens logik



Figur 2. Handelsnoder i storstadsområden

Handeln i storstäderna växer

I takt med att befolkningen söker sig till storstadsregionerna och de större städerna för att arbeta, studera, leva och ta del av städernas övriga fördelar har detaljhandeln genomgått en strukturomvandling. Följden har blivit att handeln har vuxit kraftigt och koncentrerats till storstäderna och de större städerna medan de omkringliggande regionerna har minskat i omfattning.

En annan process som har förstärkts under de senaste 20 åren är konkurrensen mellan olika marknadsplatser. I takt med att de externa handelsplatsernas framgång lever stadskärnor och stadsdelscentrum en allt tuffare tillvaro. Samtidigt finns indikationer på att människor alltmer eftersöker tidseffektiv handel vilket talar för att fler handlar på väg till och från arbetet, en trend som åtminstone delvis gynnar de lokala stadsdelscentrumen.

E-handeln utmanar

En av de kanske viktigaste förändringarna i detaljhandeln under de senaste 15 åren är den ökade konkurrensen från e-handeln. Efter en trevande inledning kring sekelskiftet och IT-kraschen i början av 2000-talet har den e-handelsbaserade detaljhandelsförsäljningen flerdubblats. Detta har skett till följd av att teknik, logistik och säkerhet förbättrats, att fler företag insett fördelarna med att finnas både i fysisk form, i egenskap av butik, och på internet och att konsumenternas benägenhet att handla via de nya inköpskanalerna har ökat. Ökad tillgänglighet har skapat möjligheter för konsumenter att handla i alla tillstånd och på alla platser från hela världen.

År 2013 omsatte den e-handelsbaserade sällanköpsvaruhandeln drygt 37 miljarder kronor vilket motsvarade knappt 11 procent av sällanköpsvaruhandelns omsättning. E-handeln har drivits olika långt i olika branscher vilket gör att konkurrensen och följaktligen omvandlingstrycket är olika hårt för företag i olika branscher. Mest omfattande är handeln med hemelektronik, kläder samt film, böcker och media.



I andra branscher såsom leksaker, sport- och fritid, järn och bygg samt möbler och heminredning är e-handeln på väg att introduceras. Trots många försök har e-handeln än så länge en svag ställning i dagligvaruhandeln.

Mest uppdaterad vinner

En följd av e-handeln blir att stadskärnor, "externa" marknadsplatser och andra mer lokala marknadsplatser får en annan karaktär och tvingas bli mer diversifierade, avseende branschmix och utbud, för att öka den kommersiella hållbarheten. Det är också tänkbart att nybyggnadstakten i den fysiska handeln avtar samtidigt som renoveringar av befintliga marknadsplatser lär förekomma även i framtiden. Mest uppdaterad lockar flest besökare och det blir allt viktigare att kontinuerligt förnya utbud och innehåll.

3. Nulägesanalys

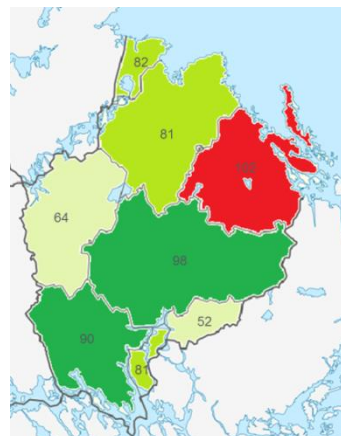


Detaljhandeln i Uppsala län omsatte cirka 19,1 miljarder kronor år 2013 vilket motsvarade drygt 3 procent av omsättningen i riket. I Uppsala kommun, som är motorn för detaljhandeln i länet, uppgick omsättningen till 13,7 miljarder vilket motsvarade drygt 72 procent av länets omsättning.

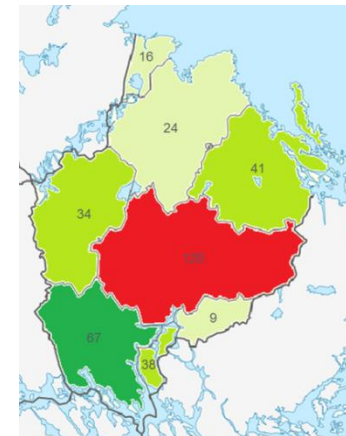
Detaljhandelns tillväxt drivs av en mängd sammanhängande faktorer men de enskilt viktigaste torde vara befolkningsutvecklingen i staden eller regionen, dvs marknadsunderlagets tillväxt, samt turismen, dvs inflödet av besökare från övriga Sverige och utländska besökare. Turisterna bedöms konsumera detaljhandelsvaror för 1,7-1,8 miljarder kronor i Uppsala län varav en majoritet konsumeras i Uppsala kommun.

Kartorna visar försäljningsindex, ett mått på köpströmmar över kommungränser, för detaljhandeln i samtliga kommuner i Uppsala län år 2013. Ett index över 100 pekar på att handeln i den aktuella kommunen drar till sig köpkraft från den omkringliggande regionen medan ett index under 100 pekar på det motsatta. I Uppsala län är det endast Uppsala kommun som har ett index över 100 vilket pekar på att de har mer handel än vad det lokala underlaget medger. Studeras index uppdelat på dagligvaruhandel och sällanköpsvaruhandel framträder en mer nyanserad bild. Inom dagligvaruhandeln har, undantaget Östhammar, samtliga kommuner ett utflöde av köpkraft. De större kommunerna Uppsala och Enköping har dock en starkare dagligvaruhandel än övriga. Dagligvaruhandeln är svagast i Knivsta där omkring 50 procent av köpkraften handlar dagligvaror utanför kommunen. Inom sällanköpsvaruhandeln har samtliga kommuner, undantaget Uppsala, ett utflöde av köpkraft. Utflödet är starkast i kommunerna utmed E4:an och järnvägssträckningen

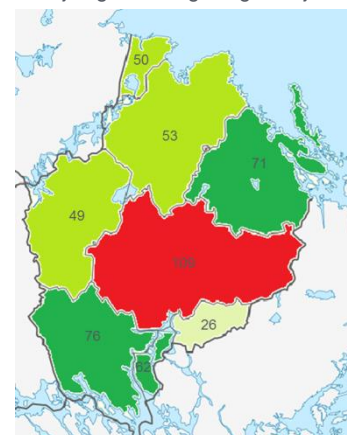
Försäljningsindex dagligvaruhandel



Försäljningsindex sällanköpsvaruhandel



Försäljningsindex egentlig detaljhandel



Nulägesanalys

Detaljhandeln i Uppsala kommun



Detaljhandeln i Uppsala kommun omsatte cirka 13,7 miljarder kronor år 2013. Inom Uppsala kommun finns skillnader mellan branscherna så till vida att sällanköpsvaruhandeln motsvarade omkring 53 procent av detaljhandelns totala omsättning.

Under 2000-talet har detaljhandeln i Uppsala kommun vuxit med knappt 5,2 miljarder kronor. Sällanköpsvaruhandeln har i absoluta tal ökat mer än dagligvaruhandeln vilket beror på att utbyggnaden av handeln gjort Uppsala kommun till en något starkare regional marknadsplats. Efterfrågeökningen i Uppsala kommun har samtidigt varit något svagare än i riket under samma period. Detta speglas exempelvis i den procentuella tillväxttakten där dagligvaruhandeln vuxit något svagare än genomsnittet för riket medan sällanköpsvaruhandeln hållit jämna steg med riket.

Att Uppsala kommun var den regionala dragaren för Uppsala län framgick av kartorna på föregående sida. Tabellen visar att Uppsalas regionala styrka har minskat svagt under 2000-talet. Framförallt beror detta på dagligvaruhandeln har tappat i regional styrka i takt med att dagligvaruhandeln i de omkringliggande kommunerna, exempelvis Östhammar och Knivsta, vuxit.

Tabell 1. Nyckeltal för detaljhandeln i Uppsala kommun 2000-2013.

	Daglig- varor	Sällanköps- varor	Egentlig detalj- handel
Omsättning 2013 (mkr)	6 470	7 258	13 728
Tillväxt 00/13 (mkr)	2 225	2 965	5 190
Tillväxt 00/13 (%)	52%	69%	61%
Försäljningsindex	98	120	109
Förändring 00/13 (enheter)	-4	1	-1

Nulägesanalys

Detaljhandelns geografiska struktur i Uppsala kommun



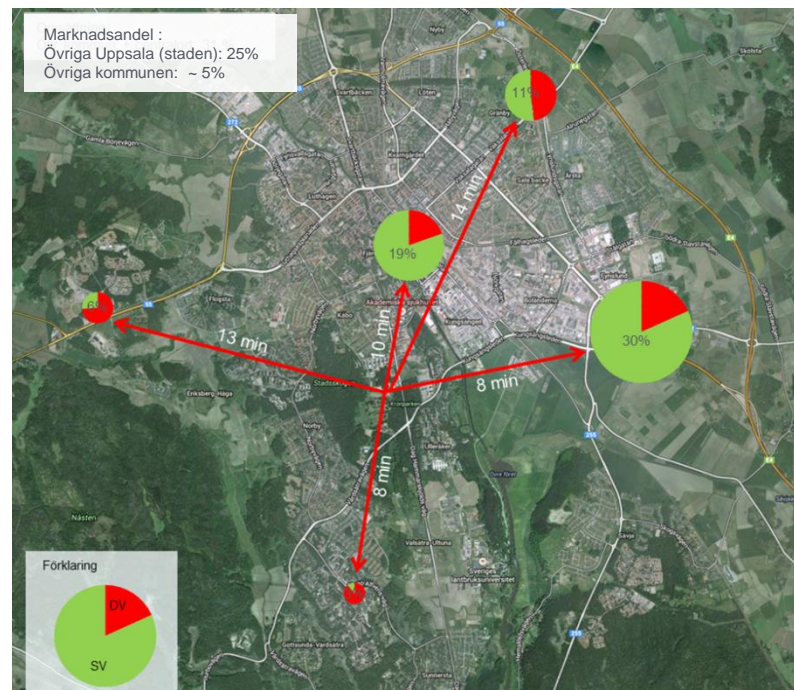
Konsumenterna gör ständigt val mellan olika marknadsplatser och försäljningskanaler och den marknadsplats som vinner är oftast den som är bäst motsvarar konsumenternas preferenser, avseende bland annat utbud, tillgänglighet, övrig service och attraktivitet i "realtid". Konsumenterna kan dels välja mellan fysisk handel och e-handel och inom den förra också mellan att handla i stadskärnan, på externa marknadsplatser, lokala stadsdels- och/eller bostadsområdescentrum.

Kartan visar för det första hur detaljhandelns omsättning i Uppsala kommun fördelar sig på staden och den övriga kommunen samt på ett antal större marknadsplatser inom staden. För det andra framgår ungefärlig resttid från Rosendal till de större marknadsplatserna i staden.

Boländerna och Uppsala city är de dominerande marknadsplatserna med cirka 50 procent av kommunens omsättning. På båda dessa utgjorde sällanköpsvaruhandeln cirka 80 procent av omsättningen. Handeln i Gränby stod för omkring 11 procent av kommunens omsättning. Dagligvaruhandeln omsatte ungefär lika mycket som sällanköpsvaruhandeln. Stenhagen och Gottsunda centrum är de minsta marknadsplatserna med 6 respektive 3 procent av den totala omsättningen. Utbudet utgjordes framförallt av dagligvaror vilket är relativt normalt för denna typ av marknadsplatser.

Kartan visar också att invånarna i Rosendal har kortats körtid till Boländerna, Gottsunda och Innerstaden. I valet mellan dessa marknadsplatser torde konsumenterna med tanke på körsträcka utbud och image i första hand välja Boländerna och city.

Karta 1. Marknadsandel, branschstruktur och tidsavstånd från Rosendal för större marknadsplatser i Uppsala kommun



Nulägesanalys

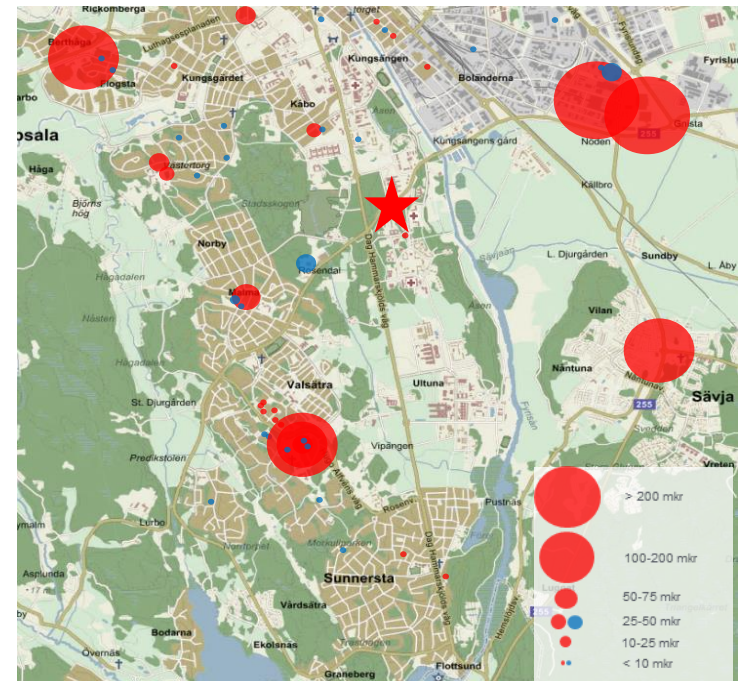
Utbud av dagligvarubutiker i omkringliggande närområde



Studeras dagligvaruhandelns, dvs livsmedel och övriga dagligvaror, lokalisering i närområdet framgår att förekomsten av dagligvaruhandel är relativt begränsad kring den kommande stadsdelen Rosendal. De större butikerna är belägna i Boländerna, Flogsta-Ekeby, Gottsunda centrum där det finns flera större dagligvarubutiker att tillgå samt Nántuna-Vilan. Undantaget butikerna på Boländerna, som kan dra fördel av sin närhet till annan handel, har dessa butiker ett marknadsområde som i huvudsak utgörs av de mest näraliggande stadsdelarna och/eller bostadsområdena.

Övriga livsmedelsbutiker är små och har i huvudsak en komplementär funktion på den lokala marknaden och de idag mest näraliggande butikerna återfinns på Svampstorget, i Kåbo och Sjukhusområdet. I nära anslutning till Rosendal finns också en handelsträdgård.

Karta 2. Dagligvarubutikers lokalisering och omsättning i området runt Rosendal



Nulägesanalys

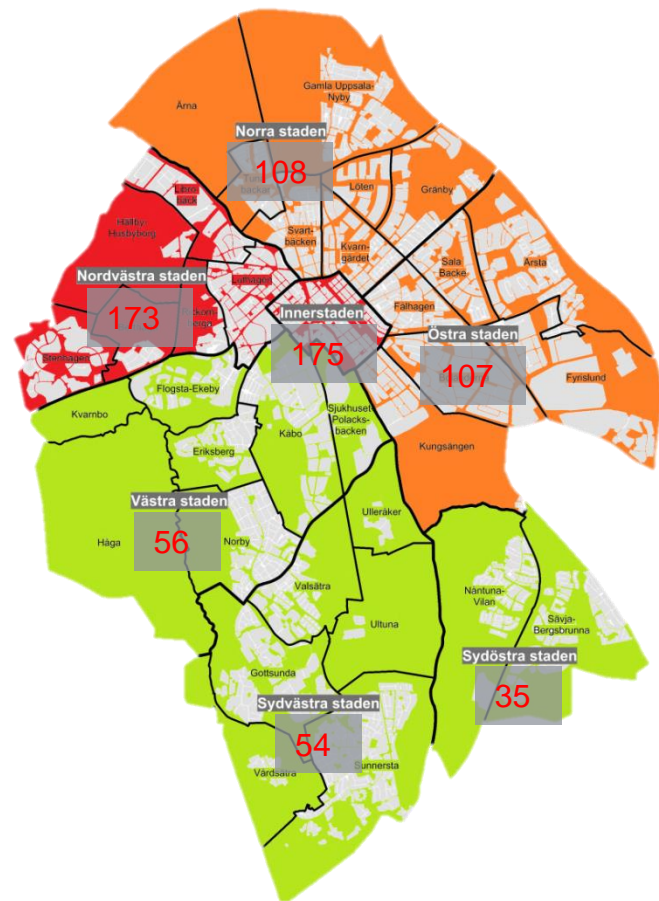
Inomkommunala köpströmmar (försörjningsgrad) i Uppsala kommun



Genom att ställa utbudet i relation till det lokala marknadsunderlaget är det möjligt att kartlägga de inomkommunala köpströmmarna. Man talar då om ett områdes försörjningsgrad och även här gäller att ett värde över 100 pekar på att ett område har mer omsättning än vad marknadsunderlaget medger och tvärtom. Ett värde signifikant understigande 100 pekar på att det finns utvecklingspotential för handeln i området.

Av kartan kan konstateras att södra Uppsala har ett utflöde av köpkraft till andra stadsdelar. Innerstad liksom den nordvästra staden har båda en omsättning som vida överstiger det lokala marknadsunderlaget. För innerstadens del är en rimlig slutsats att dagligvaruhandeln kan dra fördel av dels ett stort antal boende men också arbetande, studenter och pendlare som passerar stadskärnan på väg till och från arbete eller studier. Den starka dagligvaruhandeln i nordvästra staden förklaras framförallt av att stormarknaderna i Stenhagen drar till sig köpkraft från framförallt stadsdelarna väster om Innerstaden, men också omkringliggande samhällen i den övriga kommunen eller omkringliggande kommuner. Den norra och östra delen av staden har ett index strax över 100 vilket pekar på ett visst inflöde från övriga delar av kommunen alternativt från kommunerna i det omkringliggande länet.

Karta 3. Försörjningsgrad i dagligvaruhandeln i olika delar av Uppsala stad.



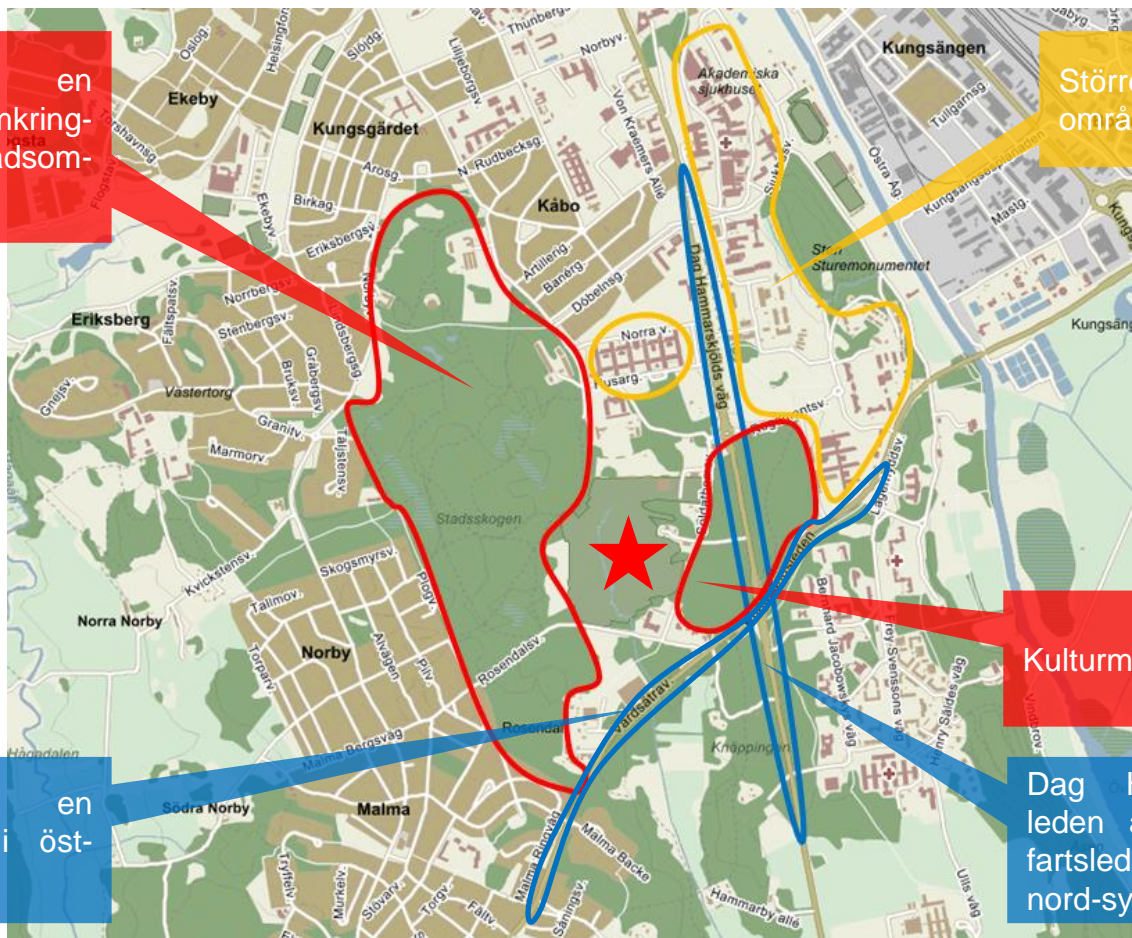
Nulägesanalys

Skogar, större vägar/leder och arbetsplatsområden omger Rosendal



Stadsskogen är en barriär mot omkringliggande bostadsområden

Större arbetsplatsområden



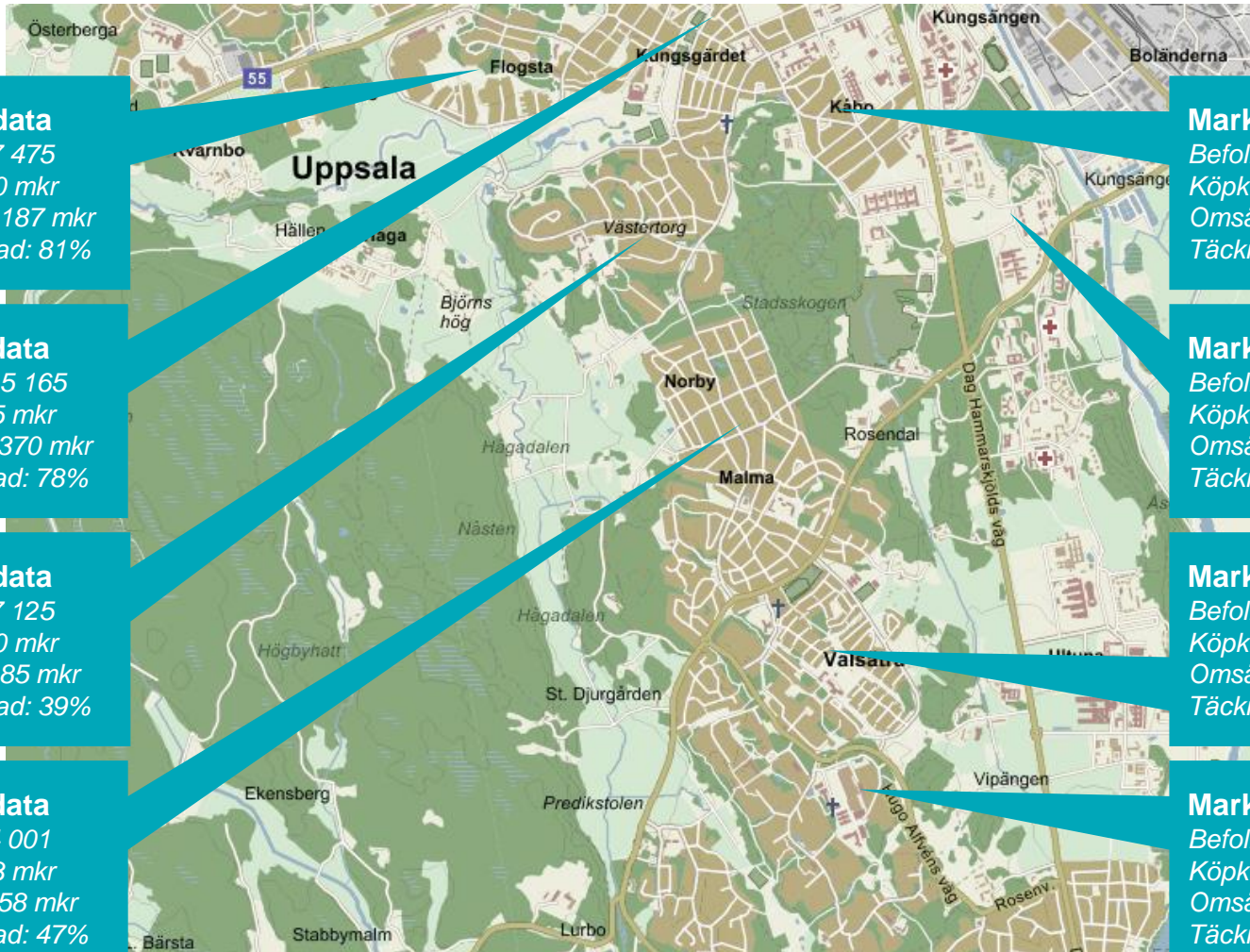
Kulturmärkt skog

Vårdsättravägen är en genomfartsled i öst-västlig riktning

Dan Hammarcksleden är en genomfartsled och barriär i nord-sydlig riktning

Nulägesanalys

Köpkraft, omsättning och köptrohet i omkringliggande stadsdelar (DV)



Marknadsdata

Befolkning: 7 475
Köpkraft: 230 mkr
Omsättning: 187 mkr
Täckningsgrad: 81%

Marknadsdata

Befolkning: 15 165
Köpkraft: 475 mkr
Omsättning: 370 mkr
Täckningsgrad: 78%

Marknadsdata

Befolkning: 7 125
Köpkraft: 220 mkr
Omsättning: 85 mkr
Täckningsgrad: 39%

Marknadsdata

Befolkning: 4 001
Köpkraft: 123 mkr
Omsättning: 58 mkr
Täckningsgrad: 47%

Marknadsdata

Befolkning: 2834
Köpkraft: 87 mkr
Omsättning: 28 mkr
Täckningsgrad: 32%

Marknadsdata

Befolkning: 165
Köpkraft: 5 mkr
Omsättning: 3 mkr
Täckningsgrad: 60%

Marknadsdata

Befolkning: 4 905
Köpkraft: 151 mkr
Omsättning: 14 mkr
Täckningsgrad: 9%

Marknadsdata

Befolkning: 10 085
Köpkraft: 311 mkr
Omsättning: 366 mkr
Täckningsgrad: 117%

Nulägesanalys

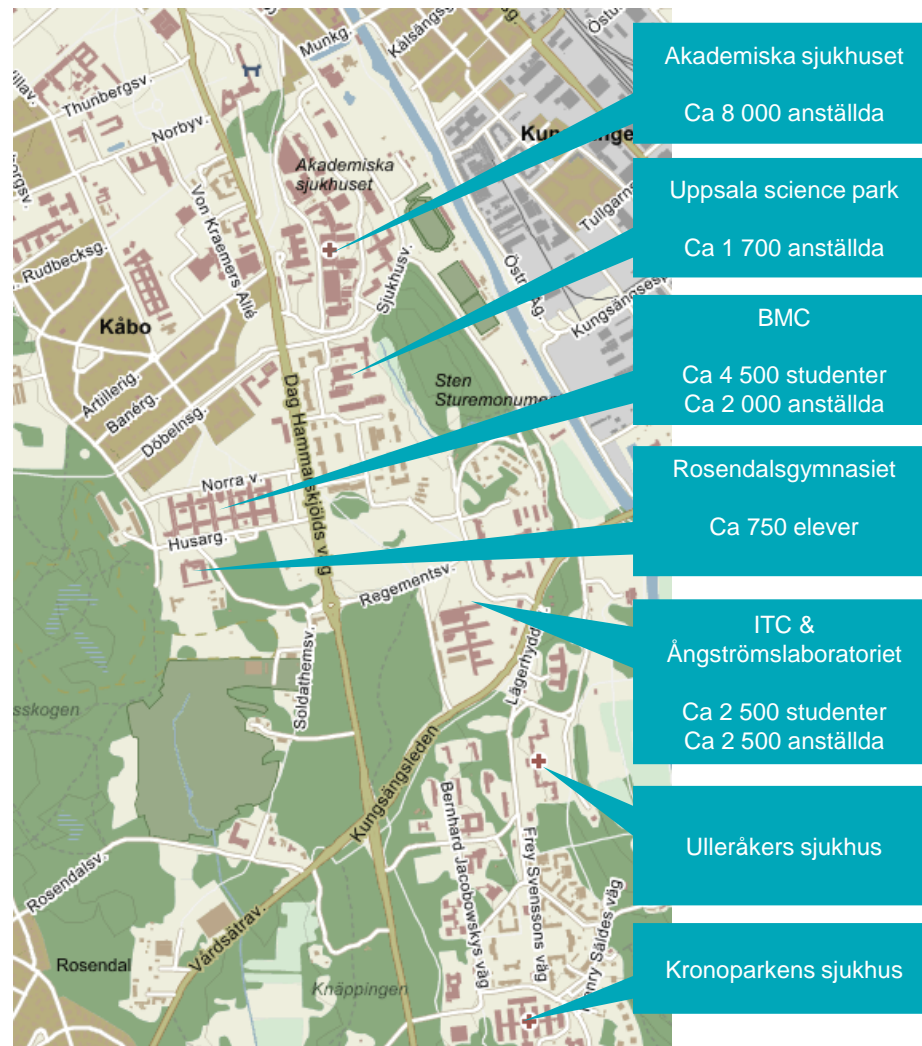
Många är sysselsatta eller rör sig i närområdet



Utöver de boende i marknadsområdet tillkommer viss köpkraft som kan hänföras till arbetande och studenter. Undersökningar som WSP genomfört i andra sammanhang pekar på att omkring 25 procent av arbetskraften i ett område brukar handla dagligvaror i anslutning till arbetsplatsen minst en gång per vecka. Mindre än 10 procent handlar å andra sidan sällanköpsvaror i anslutning till arbetsplatsen. Restaurangbesök är mer frekvent och sker nästan på daglig basis i anslutning till arbetsplatsen.

Rosendal har ur detta perspektiv ett relativt bra läge. Avstånden uppgår till mellan 500-1 100 meter från de näraliggande större arbetsplatserna. Dagbefolkningen, dvs arbetskraften, uppgår till ungefär 15 000 personer. Av dessa arbetar mellan 4 000 – 5 000 personer i det direkta närområdet (BMC, ITC/Ångströmslab). Resterande är utspridda i det övriga området med en tyngdpunkt kring Akademiska sjukhuset och Uppsala science park. I universitetsområdet kring BMC, ITC, Ångströmlaboratoriet och Rosendalsgymnasiet tillkommer också omkring 7 000 studenter och 750 elever.

Givetvis kan dessa personers köpkraft komma området till godo om det finns ett attraktivt utbud och potentiella verksamheter i Rosendal marknadsför sig och området på rätt sätt.





4. Stadsdelen Rosendal

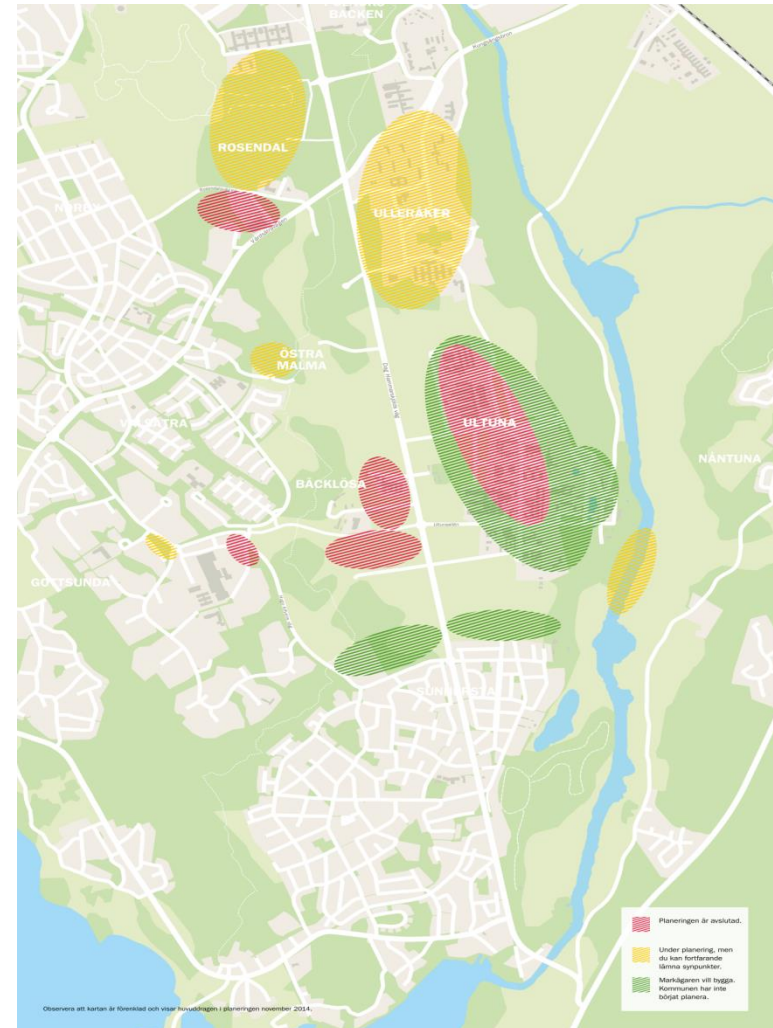
Potential och framtida möjligheter

Södra staden (fd Dag Hammarsköldsstråket)



Stadsdelen Rosendal är beläget i norra delen av vad som i planeringssammanhang benämns Södra staden som skall utgöra en förlängning av centrala Uppsala i sydlig riktning. Ett strategiskt planprogram är under framtagande och den bärande tanken är att enskilda planprojekt skall arbetas fram mot bakgrund av en gemensam plattform som beskriver övergripande principer och visioner. Bostäder kommer att byggas från centrala Uppsala ut till Kronåsen, Ulleråker och Ultuna. Visionen är att verka för skapandet av omkring 25 000 bostäder utmed detta stråk. Ett planprojekt som pågår parallellt med framtagandet av ovanstående är Ulleråkerområdet som geografiskt är beläget sydost om Rosendal. Målsättningen i detta område är att skapa utrymme för omkring 6 000 bostäder vilka föreslås kompletteras med verksamheter och service i två noder utmed ett huvudstråk. På sikt kan utbyggnaden medföra att omkring 12 500 bor i denna stadsdel.

I södra Rosendal har byggandet redan påbörjats och planen möjliggör byggande av cirka 1 200 bostäder (ca 2 000 – 2 200 invånare) samt idrottshall och verksamhetslokaler. Bland annat byggs en dagligvarubutik på drygt 800 kvm BTA mellan Rosendalsvägen och Vårdsättravägen. Butiken förväntas ha cirka 20 markparkeringar och delvis dela lokal med ett café. Butikens storlek och läge gör att den bedöms ha hög synlighet från genomfartsvägarna och bli en central nod i Rosendal. Det strategiska läget gör att den kommersiella tyngdpunkten bedöms hamna i övergången mellan södra Rosendal och de södra delarna av Norra Rosendal. Den planerade dagligvarubutiken bedöms, givet marknadsunderlag och konkurrens i närområdet, ha en omsättningspotential på 65-75 miljoner kronor när stadsdelen är fullt utbyggd. Detta skulle ge en yteffektivitet på mellan 90 000 – 100 000 kronor per kvadratmeter i 2013 års penningvärde.



Stadsdelen Rosendal

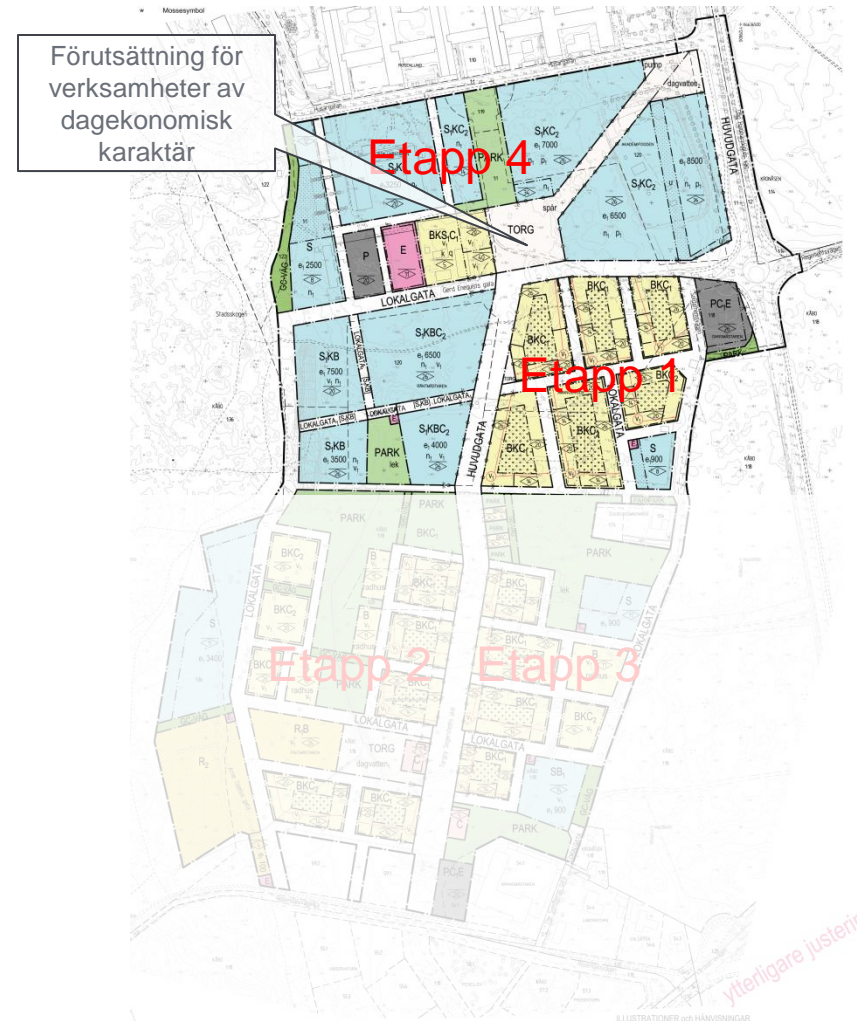
En stadsdel med fyra utbyggnadsetapper och två skilda karaktärer



Norra Rosendal är beläget närmare BMC och Uppsala city. Området börjar byggas i norr för att på sikt, i en andra och tredje etapp, knyta samman norra och södra Rosendal. När området är fullt utbyggt är tanken att det skall finns omkring 2 500 – 3 000 bostäder i området vilket ger en befolkning på omkring 5 200 – 6 300 personer

Ett viktigt ingångsvärde för stadsdelen Rosendal är mångfald, variation och multifunktionalitet i syfte att skapa attraktiva stadstrum och en hållbar stadsmiljö. Detta speglas också i områdets fysiska struktur som förväntas ha en hög variation avseende såväl byggnadshöjd och gatubredd som lokalanvändning då ambitionen är att blanda lokaler för forskning och undervisning med bostäder, handel, service och andra verksamheter. Vid stående karta visar gällande detaljplan för stadsdelen Rosendal, den planerade etappindelning för byggande samt de olika delarnas karaktär.

I den norra delen av området förväntas tonvikten ligga på lokaler för undervisning, forskning, kontor och i vissa fastigheter även service i bottenplan. Omkring 200 000 kvm verksamhetsyta planeras i denna del vilket motsvarar omkring 10 000 arbetsplatser. Utbyggnadstakten är dock oklar då universitetet reserverat området för framtida expansion. Här ges också utrymme för sex kvarter med bostäder. I dess kvarter är ambitionen att lokaler för centrumändamål ska finnas på den östra sidan av huvudgatan, medan bestämmelsen är mindre tvingande på den västra sidan av huvudgatan. Då tonvikten i denna del hamnar på verksamhetsytor medför det att serviceutbudet bör ha karaktären av dagekonomiska verksamheter som i huvudsak vänder sig mot de arbetande i området och som kompletterar utbudet i övriga norra och södra Rosendal. Detta innebär ett huvudsakligt fokus mot restaurang och café vilka kan kompletteras med närservice för både boende och arbetande.



Stadsdelen Rosendal

En stadsdel med fyra utbyggnadsetapper och två skilda karaktärer

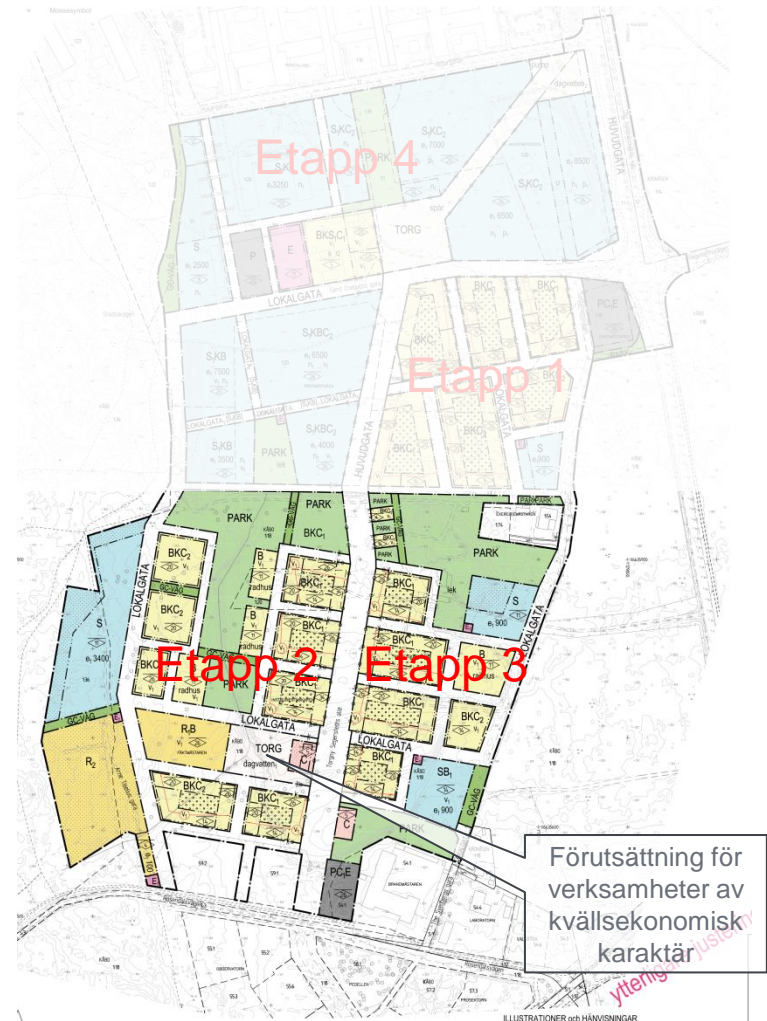


I den södra delen av området utgörs tyngdpunkten av bostads- kvarter, sport- och idrottsanläggningar samt torgmiljöer. Enligt plan ska lokaler för centrumändamål finnas i bottenplan på båda sidor utmed huvudstråket samt mot park- och torgmiljöer. I övriga fastigheter är lokalbestämmelserna mindre tvingande. Syftet med bestämmelserna kring lokalerna för centrumändamål är att ge förutsättningar för en levande gatumiljö i hela stadsdelen och inte bara i de naturliga mötespunkter kring torgmiljöerna.

Områdets karaktär gör att det lämpar sig bättre för ett utbud med kvällsekonomisk karaktär vilket syftar till att skapa och tillhandahålla ett brett, tillgängligt och flexibelt utbud som gör att fler människor i större utsträckning utnyttjar stadsdelscentrumet kvällstid. Det finns ett antal kritiska framgångsfaktorer för att skapa detta:

- Funktionsblandat utbud som är uppbyggt kring privata aktörer, offentlig service och föreningsliv och anpassat till den lokala efterfrågan.
- En geografisk punkt dit en majoritet av stadsdelens service, bostäder, kontor och kommunikationer blandas på en koncentrerad yta. Platsen skall ej vara större än att utbudet upplevs som koncentrerat och lättillgängligt.
- Ett tidsintervall efter arbetsdagens slut då möjligheter att bedriva kommersiell och offentlig service tillåts, exvis 18-24.

Utbudet kan förslagsvis bestå av butiker, vuxenutbildningar, föreningslokaler, bibliotek, restaurang/bar/café, kiosk/tobak, gym, musiklokaler, idrott, spelhallar och spontana mötesplatser i den offentliga miljön.



Stadsdelen Rosendal

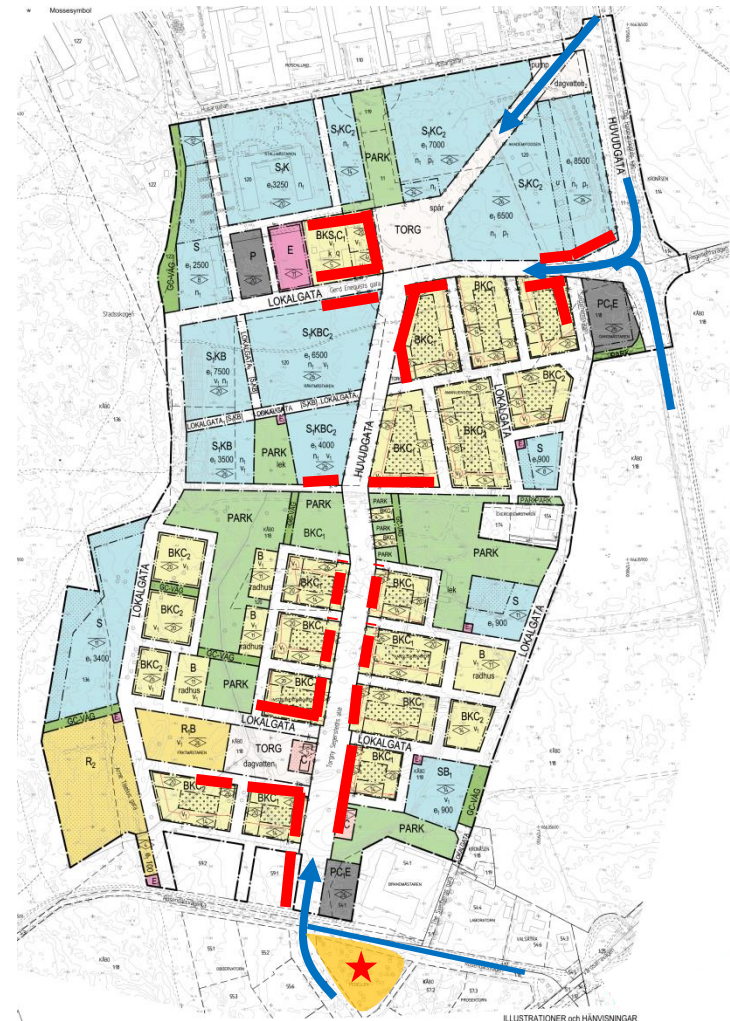
Entréer och starka kommersiella punkter



Stadsdelen Rosendal kommer ha ett parkeringshus i vardera väderstreck och placerade i utkanten av området. En stadsbuss, och i förlängningen sannolikt spårvagn, kommer dras genom stadsdelen utmed dess huvudstråk där också hållplatser kommer vara placerade. Entréerna till stadsdelen är markerade med blåa pilar vilka bedöms vara de vägar som en majoritet av boende, arbetande och besökare använder för att komma in i området.

Ambitionen med planen är att möjliggöra för att stora delar av huvudstråket och torgmiljöerna blir levande. De fasader/punkter som har bedömts ha starkast kommersiell kraft har markerats med röda streck och generellt kan sägas att samling runt torgen, utmed parkens norra fasader samt från Rosendalsvägen och upp till det södra torget.

För att åstadkomma är det viktigt att ha ett stort och varierat utbud med få luckor längs stråket. Detta för att skapa en, för de boende och besökande, intressant gatuplansmiljö. Från den planerade butiken i södra Rosendal och upp till den planerade torgmiljön är det 200-300 meter vilket ur ett konsument/besökarperspektiv kan upplevas som långt även med verksamheter i bottenplan. Det finns ett antal undersökningar som visar att konsumer/besökare i stadskärnor och köpcentrum sällan rör sig mer än 250 meter. För att knyta samman punkter blir det alltså viktigt att ha aktiviteter och variation i bottenvåningarna som leder besökare mellan butik och torg.



Marknadspotential för detaljhandel i Rosendal

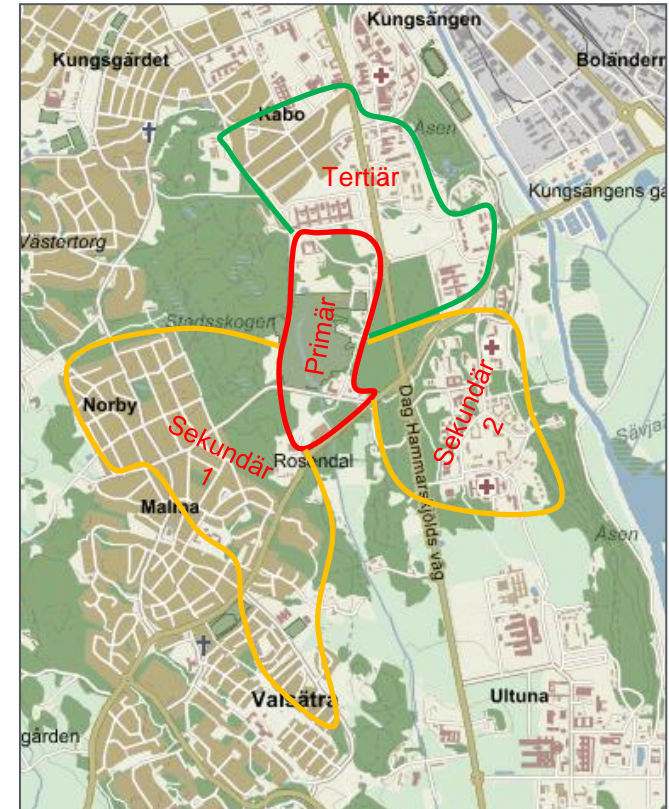


Det primära marknadsområdet för butiker och verksamheter i bottenplan utgörs av stadsdelen Rosendal. Avstånden från de norra delarna till de södra delarna är relativt stora, ca 800 meter, vilket ur ett konsument eller besökarperspektiv riskerar upplevas som långt. De olika delarna separeras också av den park som skall finnas i mitten av stadsdelen och som riskerar att dela området i två delar utan direkta kopplingar till varandra. En ytterligare utmaning för området är den långa byggnadsperioden som åtminstone initialt gör det svårt för kommersiella verksamheter att överleva.

Det sekundära marknadsområdet utgörs dels av delar av Norby, Malma och Valsätra och på kort sikt, till dess området får tillgång till egen dagligvaruhandel, Ulleråker. När denna stadsdel börjar växa fram och det sannolikt skapas utrymme för en eller flera dagligvaru-butiker i detta riskerar butiken i Rosendal att överges av de nya invånarna i Ulleråker. Ett tertiärt område finns idag kring ITC, Ångströms-laboartoriet, BMC och de mest näraliggande kvarteren i norra Kåbo. Från Kåbo är det idag ungefär lika långt in till Uppsala centrum som till södra Rosendal vilket medför att de som bor i Kåbo med stor sannolikhet kommer välja centrum framför Rosendal.

För att beräkna det totala behovet av detaljhandelsyta i området har den totala köpkraften beräknats för år 2020 dvs när området är fullt utbyggt samt antaganden om köptrohet för invånarna i gjorts. I det primära marknadsområdet bedöms befolkningen öka från 25 till omkring 8 000 boende år 2020. I Norby/Valsätra (sekundärområde område 1) förväntas befolkningsökningen vara marginell medan den i Ulleråker (sekundärområde 2) förväntas öka från 1 775 till cirka 2 800 personer år 2020. I tertiärområdet förväntas befolkningen öka från 2 000 till omkring 2 400 personer under samma period.

Karta 9. Marknadsområde för dagligvarubutik i stadsdelen Rosendal.



Behov av yta för detaljhandel och restaurang



Köptroheten för moderna dagligvarubutiker brukar ligga omkring 25-30 i det primära marknadsområdet och sedan minska successivt i de sekundära och tertiära marknadsområdena beroende på stigande avstånd och ökad konkurrens från alternativa butiker. I detta fall har vi räknat på en köptrohet i det sekundära marknadsområdet på 10-15 procent och under 10 procent i tertiärområdet. Detta leder till att behovet av yta för dagligvaruhandel uppgår till omkring 1 300 - 1 600 kvadratmeter. Den butik som håller på att byggas i södra Rosendal kommer att ta en majoritet av detta utrymme. Utöver detta finns det utrymme för ytterligare 500-800 kvadratmeter butiksytta för livsmedel eller blomsterbutik, tidningar och tobak samt apotek och hälsokost.

Inom sällanköpsvaruhandeln föredrar detaljhandelsföretagen lokaliseringar i närheten av marknadsplatser som genererar stora personflöden. Detta innebär att stadskärnor och externa handelsplatser, såsom Boländerna och Gränby, drar till sig de flesta etableringarna. WSP har de senaste åren genomfört undersökningar åt Fastighetsägarna om detaljhandels och servicenäringarnas utveckling i ett 60-tal stadskärnor. Denna undersökning visar att detaljhandeln i stadskärnorna har en svag utveckling vilket delvis beror på konkurrensen från de externa marknadsplatserna men framförallt konkurrensen från den snabbt växande e-handeln. Att få sällanköpsvaruhandel, i synnerhet kedjeföretagen, att söka sig till stadsdelscentrum är mycket svårt. Snarare är det så att de under rådande omständigheter söker sig därifrån då marknadsunderlaget är alltför begränsat för att ge förutsättningar för lönsam handel.

Tabell 2. Behov av butiksytta för dagligvaror i stadsdelen Rosendal

	Köptrohet	Marknads- underlag 2013, mkr	Marknads- underlag 2020, mkr	Behov av ytta, kvm
Primärområde	25-30%	1	291	1200
Sekundärområde	10-15%	160	200	400
Tertiärområde	<10%	65	85	
Totalt ytbehov				1300-1600 kvm

Tabell 3. Behov av butiksytta för sällanköpsvaror i stadsdelen Rosendal.

	Köptrohet	Marknads- underlag 2013, mkr	Marknads- underlag 2020, mkr	Behov av ytta, kvm (max)
Primärområde	<10%	1	315	1 250
Sekundärområde	<5%	160	200	400
Totalt ytbehov				1 000-1650 kvm

Behov av yta för detaljhandel och restaurang



Givet befolkningsunderlag, en rimlig köptrohet och konkurrens inom sällanköpsvaruhandeln innebär detta att ett rimligt ytbehov uppgår till mellan 1 000- 1 650 kvadratmeter butiksyta för sällanköpsvaror vilket utgör en begränsad mängd av de totala ytor i bottenvåningarna som finns tillgängliga.

Att säga något om ytor för restauranger/caféer är mycket svårt då mycket beror på koncept och kvalitet. Det är svårt att beräkna hur mycket yta som kan skapas inom dessa segment. Området idag är underförsörjt med restauranger och caféer. Idag jobbar omkring 5 000 personer i det direkta närområdet och på sikt tillkommer ytterligare omkring 10 000 arbetsplatser i de norra delarna. Givet en lunchkostnad på 80 kronor och en köptrohet mot café och restaurangutbudet i området på 10-20 procent torde det på sikt finnas utrymme för 1 600 – 2 700 kvm café och restaurangyta. Detta borde också tillfredsställa den efterfrågan som genereras av 8 000 boende och ett okänt antal besökare i området.

Sammantaget torde det alltså vara möjligt för att planera för omkring 3 900 – 6 000 kvadratmeter kommersiell lokalyta, dvs handel samt restaurang/café, vilket innebär att 25-30 procent av de mest attraktiva lokalytorna, dvs lokaler i anslutning till huvudstråk och torg, i bottenplan kan fyllas med kommersiella verksamheter. Övriga ytor föreslås fyllas med annan kommersiell service, samhällsservice samt småföretag.

Andra gatuplansberikande verksamheter

Andra sätt att skapa stadsliknande miljöer



När man vill skapa stad handlar det inte bara om utrymme för handel. Möjligheter att komplettera byggnadernas huvudsakliga funktion (kontor och bostäder) med lokaler i gatuplan är stora. Rätt utformat och med rätt innehåll innebär detta ett mer levande och attraktivare gaturum – som skapar större attraktivitet även för byggnadernas huvudfunktion. Rent praktiskt utformas kontors- och bostadsbyggnadernas gatuplan med en öppen exponering mot gatan för att kunna nyttjas för mer publika lokaler för kompletterande verksamheter. Praktiskt har det dock visat sig svårt att få till visionen då de kommersiella förutsättningarna ofta saknas. Vakanser eller svag lönsamhet blir ofta resultatet. Risken skulle kunna minimeras om man på ett tidigt planeringsstadium tog mer hänsyn till kommersiella samband och villkor.

Verksamheter söker olika lägen

I relativt tillgängliga och stråkstarka lägen etablerar sig restaurang och café samt service, vård/omsorg och friskvård.

Exempel på verksamheter:

- Butik, café, pub, restaurang, pizza, grill
- Frisör, mäklare, spel, sko/nyckel, blommor, kemtvätt, hälsokost, gallerier.
- Vård, tandläkare, naprapat, barnomsorg, bibliotek och skola
- Gym, friskvård

Kontorisering i gatuplanet attraherar olika målgrupper beroende på läge och utformning. Kreativa branscher och mer kunskapsintensiva verksamheter ställer högre krav på synlighet samt attraktiv

utformning av den fysiska miljön, medan företag med inriktning mot hushållsnära tjänster till exempel prioriterar lätthet att angöra lokalen med bil.

Exempel på verksamheter:

- Arkitekt, reklam/marknadskommunikation, förlag, programvaruutveckling, revision, IT-support/service.
- ROT och RUT, kontor- och personalutrymmen för hantverkare, servicetekniker, städfirmor, läxhjälp

Framgångsfaktorer för berikande gatuplansverksamheter:

- om den lokala köpkraften (det vill säga underlaget) är stor nog
- om konkurrensen inte är alltför stark,
- om torget eller gatan kopplas ihop rätt med de övergripande sambanden där stråken är intensiva redan från start,
- om lokalen, torget eller gatan blir rätt utformad,
- om exploateringsgraden är hög,
- om någon tar ett ansvar för skötsel och miljö (trygghetsfokus)

Byggherrars tankar kring utveckling av lokaler i bottenplan



I samband med detta projekt genomfördes intervjuer med ett antal byggherrar i etapp 1 i syfte att få deras perspektiv på planering och genomförande av gatuplansverksamheter. Uppsala kommun tillhandahöll en bruttolista med 15 byggherrar varav WSP gjorde ett urval på 10 som skulle spegla lokala såväl som nationella aktörer och bostadsrättsbyggare såväl som hyresrättsbyggare. Dessa fick svara fritt på fyra relativt övergripande frågor om vilka de styrande tankarna är vid planering, tidsperspektivet, utmaningarna samt deras erfarenheter från tidigare projekt.

Vad gäller de styrande tankarna lyfte flera byggherrar fram läget, omgivningen och en strävan att tillföra området något värde. Invånarna är emellertid den viktigaste parametern. Till detta bör man koppla verksamheter som berikar, kommer till nytta och ger de boende rätt mervärde. De bästa lägena, såsom stråk och mötesplatser, prioriteras och när kommersiell bärkraft saknas eftersträvas att jobba med andra faktorer såsom hur fastigheten möter gatan, mer insyn osv. Initialt kan det också vara bra att se sig om efter lägesoberoende verksamheter. Lokaler i bottenplan är ett risktagande, i synnerhet under de första åren innan bostadsområdet satt sig, och de kommunala kraven är ofta högt ställda. Ett sätt att underlätta etablering kan vara att kommunen hyr lokalerna under en övergångsfas.

Vad gäller tidsperspektivet anser flera att kommunen måste släppa på kraven och förstå att lokaler inte kan skapas överallt. Således måste man vara beredd att fördela lokalkraven mellan olika byggherrar. Hyresrättsbyggare har lättare att bygga flexibla

lokaler som på kort sikt kan användas för andra ändamål och omvandlas på längre sikt om efterfrågan ökar. För bostadsrättsbyggare är en framkomlig väg kanske att bestämma att en viss andel av bottenplanet skall vara bostad och resterande lokaler för kontor, butiker eller förråd. Stor osäkerhet de första åren varför olika typer av hyresrabatter gentemot aktörer som etablerar sig tidigt är vanligt. Man kanske också skulle kunna tänka sig någon form av kommunal hyressubvention alternativt att kommunen under till dess efterfrågan har kommit ikapp agerar som hyrestagare för verksamheten.

En av de stora utmaningarna vid byggande av nya bostadsområdet och stadsdelar är samverkan mellan olika byggherrar, kommunen och andra aktörer. Alla vill få sin vilja igenom. Andra utmaningar är att locka rätt verksamheter som är uthålliga, långsiktigt seriösa och har en vilja att finnas där till dess stadsdelen är färdigbyggd. Kommunen kan inte heller ha för stora visioner och krav på lokaler eftersom det då finns en risk att man på lång sikt står med tomma lokaler. Bättre att dimensionera för samverkan i lokalutnyttjande för exempelvis boendes möteslokaler. Istället för att varje BRF eller kvarter har sina egna lokaler bör man eftersträva att de kan utnyttja varandras lokaler vid behov.

Erfarenheten från andra nybyggnadsprojekt är att gym, sjukgymnast, frisör, kemtvätt, dagis, livsmedelsbutik och restauranger, caféer osv. Lokaler är dock ett risktagande som flera byggherrar upplever att det är svårt att planera för

Några tänkbara lokaliseringsscenarier



Analysen har hittills pekat ut hur mycket yta för kommersiella ytor som är rimligt att förvänta sig i stadsdelen Rosendal. En förutsättning för att kommersiella verksamheter i stadsdelen skall kunna hävda sig är att man har en klar bild av vad kunderna efterfrågar. Denna analys bör göras av de kommersiella aktörer som avser att verka i stadsdelen. Kommunens roll är att i planeringen skapa strukturella förutsättningar för att få till attraktiva ytor för kommersiella verksamheter i området.

För att utvärdera stadsdelen Rosendals potential har vi utgått ifrån tre tänkbara scenarier för lokalisering av verksamheter.

Scenario A – Dubbelnod

Scenario A utgår ifrån att skapa ett starkt stadsdelscentrum genom att använda torget i södra delen av Rosendal och dagligvarubutiken i södra Rosendal som ankare. I detta scenario skapas två mötesplatser med ett sammanbindande stråk. Vi har använt moderna köpcentrum som referensobjekt.

Scenario B - Stråk

Scenario B utgår ifrån handel och gatuplansberikande verksamheter i stråkform, dvs handel och service längs Torgny Segerstedts Allé. Viss koncentration av handel och service kring tänkbara hållplatslägen. Hammarby sjöstad har varit referensobjekt.

Scenario C – dag- och kvällsekonomi

Detta scenario bygger på att karaktärerna på de olika delarna av norra Rosendal tillvaratas. I norra delen som i huvudsak utgörs av arbetsplatser är fokus dagekonomiska aktiviteter medan de kvällsekonomiska aktiviteterna samlas i de södra delarna av stadsdelen. Här skapas två punkter med huvudsaklig inriktning mot sina respektive målgrupper.

Den stadsdel eller handelsplats som för stunden bäst uppfyller kundernas och de kommersiella aktörernas krav och den bästa tillgängligheten har goda förutsättningar för att lyckas. I Rosendal handlar det om att bygga stad och då blir även andra faktorer viktiga för att skapa de mest gynnsamma förutsättningarna. Nedan beskrivs de faktorer som WSP har använt för att utvärdera möjligheterna för att skapa kommersiella lokaler i Rosendal.

Invånarnas antal och utveckling ger tillsammans med arbetsplatser och inkomstnivåer upphov till områdets köpkraft.

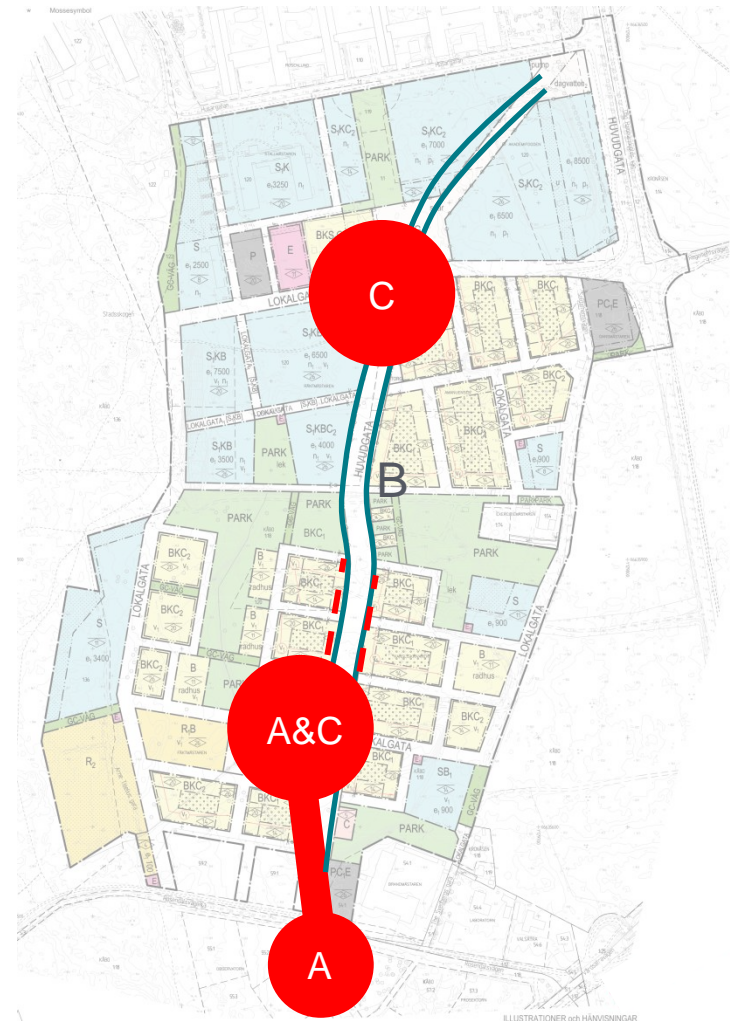
Vilka marknadsplatser som kunderna använder avgörs i en konkurrensprocess mellan olika marknadsplatser. Stads kärnor och externhandelsplatser måste i högre grad förhålla sig till den växande e-handeln och intensifiera förnyelsearbetet varför det finns möjligheter för stadsdelscentrum att utvecklas i de växande städerna.

Några tänkbara lokaliseringsscenarier

God tillgänglighet med cykel, kollektivtrafik och bil är viktigt för att ge förutsättningar för attraktiva handelsplatser. Tillgänglighet handlar emellertid också om öppettider och parkeringsmöjligheter.

Många konsumenter har ett behov av enkel och tidseffektiv vardagskonsumtion. En stadsdel eller en marknadsplats behöver därför kritisk massa av utbud för att vara konkurrenskraftig. Basutbud och goda grannar behövs för att skapa tillräcklig nytta för kunderna. Hur butiker och andra verksamheter är lokaliserade och hur de länkar till varandra kan bidra till att skapa bra flöden.

Att besöka ett handelsområde eller en stadsdel handlar inte alltid om att handla. Väl så viktigt är att det fungerar som en mötesplats. Då är det naturligtvis viktigt att skapa trivsel, att området upplevs som rent och fräscht och att invånaren / besökaren känner sig trygg osv.



Scenario A - Dubbelnod



Faktor	Betyg	Kommentar
Köpkraft	+(+)	Lokal köpkraft inom området är OK men blir bättre om fler bostäder byggs. Ett starkt stadsdelscentra kan betjäna ett större omland/närområde än enbart Rosendal. Viktigt att försöka öka marknadsunderlaget
Konkurrens	- - +	Allmänt tuff konkurrens från stadskärnan och externa marknadsplatser. På sikt ökad konkurrens från andra näraliggande bostadsområden Svag konkurrens inom Rosendal
Tillgänglighet	+ + - - -	Stombuss och i framtiden eventuellt spårväg. Även cykel och gång Parkeringshus mitt i noden Mindre bra för bil Starka barriäreffekter från omkringliggande vägar, arbetsplatsområden och skogar. Synlighet från omkringliggande vägar begränsad därför viktigt att koppla samman de två noderna
Goda grannar / naturliga stråk	++	Dagligvarubutik, sporthall
Attraktivitet/miljö	+ -	Trevlig miljö kring torg och god parkeringsmöjlighet i noden. Modernt stadsdelscentrum som skapar naturlig rörelse inom området. Avstånd riskerar bli barriär varför det blir viktigt att knyta samman ankarpunkterna.

Detta scenario tar utgångspunkt i den dragningskraft som förväntas genereras av dagligvarubutiken i södra Rosendal samt den kraft som en attraktiv torgmiljö innebär. Sträckan däremellan blir ett stråk där verksamheter kan placeras utmed båda sidor av Torgny Segerstedts Allé. Stråket får inte bli för långt och bör avgränsas av två tydliga ankarpunkter i bra lägen. En av de största fördelarna med detta scenario är att det ger möjlighet att skapa sammanhållet, kompakt och väldefinierat stadsdelscentrum samt att man har möjlighet att knyta samman stadsdelarna norra och södra Rosendal. En nackdel kan vara att tyngdpunkten förskjuts söderut och att arbetsplatsområdet i norra delen upplevs långt ifrån stadsdelens kommersiella tyngdpunkt. Det är därför viktigt att skapa förutsättningar för låta de berikande gatuplansverksamheterna utvecklas och växa norrut mot parken. Lokaler för kommersiella verksamheter samt privat och offentlig service bör koncentreras runt dagligvarubutiken, södra torget samt sträckan däremellan. Exempel på verksamheter, utöver dagligvarubutiken, kan vara småskalig handel och närservice, restaurang, café, bibliotek, gym, dagis, vårdcentral, tandläkare, mäklare, skomakeri, frisör samt samlings och/eller föreningslokaler.

Scenario B – Stråk



Faktor	Betyg	Kommentar
Köpkraft	+	Lokal köpkraft inom området är OK men blir bättre om fler bostäder byggs. Köpkraft finns i området men allokeras till andra handelsplatser. Arbetsplatser tillför viss köpkraft till området.
Konkurrens	- -	Allmänt tuff konkurrens från stadskärnan och externa marknadsplatser. På sikt ökad konkurrens från andra näraliggande bostadsområden.
Tillgänglighet	+ - (-) -	Stombuss och i framtiden eventuellt spårväg. Även cykel och gång Mindre bra för bil eftersom det riskerar att upplevas trängt långt in i området Starka barriäreffekter från omkringliggande vägar, arbetsplatsområden och skogar.
Goda grannar / naturliga stråk	+ - (-)	Leder besökaren/invånaren framåt och binder samman de två delarna. Att lyckas med att skapa ett stråk är att skapa en sammahållen, varierad och attraktiv gatumiljö. Lite yta på utdraget stråk riskerar ge låg täthet och därmed hög sårbarhet.
Attraktivitet/miljö	+ - -	Utveckla hållplatslägen då dessa har lite mer styrka. Tillåt att det blir svagare emellan. Parken är en barriär. Något måste hända för att överbrygga denna. Norra / Västra sidan av kontorshuset risk för barriär

Detta scenario innebär ett långt stråk (800 meter från Rosendalsvägen till norra torget) utmed hela Torgny Segerstedts Allé med lite starkare dragningskraft kring stomlinjens, och den framtida spårvägens, hållplats lägen då dessa bedöms ha något högre kommersiell kraft än andra delar. Skillnaden föregående scenario förväntas vara att stråkets längd riskerar medföra att det, trots lång sikt linje, upplevs som glest och oattraktivt. Ofta bör stråk inte vara längre än 200-300 meter och då kantas med verksamheter och hög variation. Möjligen finns också en risk att kopplingen mellan östra och västra sidan av stråket blir svag.

Stråkets kommersiella styrka ligger kring kollektivtrafiknoderna och avtar sedan med stigande avstånd från dessa. Risken med detta scenario är emellertid att köpkraften inte räcker till för att skapa den täthet av verksamheter som stråket kräver.

Scenario C – Dag- och Kvällsekonomi



Faktor	Betyg	Kommentar
Köpkraft	+(+) -	Lokal köpkraft inom området är OK. Blir bättre om fler bostäder och arbetsplatser byggs och kopplingarna tillomkringliggande arbetsplatsområden blir bättre. Uppdelning minskar möjligheten till större marknad
Konkurrens	- (-) -	Allmänt tuff och på sikt ökad konkurrens från andra näraliggande bostadsområden Ökad konkurrens inom Rosendal då delarna delvis konkurrerar med varandra genom likartat utbud
Tillgänglighet	+ + -	Stombuss och i framtiden eventuellt spårväg. Även cykel och gång Hög tillgänglighet för närmarknad, i synnerhet för dagbefolkningen. Mindre bra för bil
Goda grannar / naturliga stråk	+ -	Olika delar som fyller olika funktion beroende på huvudsaklig målgrupp. Risk för att delarna blir isolerade och flödena mellan områdena begränsade.
Attraktivitet/miljö	+ -	Trevlig miljö kring torg Svårt att skapa tillräckligt stor kritisk massa av verksamheter.

Detta scenario tar utgångspunkt i den funktionsseparering som planeras med huvudsakligen arbetsplatser i norr och bostäder i söder. Detta gör att den norra delen av området i huvudsak aktiveras dagtid, medan den södra delen av området aktiveras kvällstid. En nackdel med detta scenario är att stadsdelen splittras upp och att det kan bli svårt att locka tillräckligt med kommersiella verksamheter till den södra delen för att skapa en stark punkt. I den norra delen bör verksamheter koncentreras till de kvarter som angränsar till det torg som planeras vilket kan ge spridningseffekter en bit söderut på Torgny Segerstedts Allé. Här finns dock en risk att den västra sidan av allén blir mindre aktiv än den östra. I den norra delen av området utgörs verksamheterna huvudsakligen av restauranger (lunch), caféer, gym, kemtvätt, servicebutik, frisör/skönhetssalong, skomakeri, nyckelservice osv. I den södra delen av området kraftsamlas i kvarteren närmast torget. En viss risk att tyngdpunkten hamnar i den västra delen av området varför oväntade verksamheter, som genererar flöden, kan tillåtas utmed kvarterens sido- och bakgator. Kring torget (A-läget) kan med fördel verksamheter av såväl dag- (bibliotek, apotek, butiker, mäklare, osv) som kvällsekonomisk (restaurang (finare), café, bar, gym samlingslokaler osv) karaktär lokaliseras. Utmed bak och sidogatorna (B- och C-lägen) kan lägesoberoende verksamheter som genererar flöden med fördel lokaliseras. Som exempel kan nämnas vårdcentral, naprapat/friskvård, tandläkare, kontor, dagis osv.

Slutsatser och rekommendationer



Slutsatser

- ✓ Stadsdelen Rosendal är centralt placerad vid övergången från centrala till södra Uppsala men avskämmas från omgivande bebyggelse och verksamhetsområden av bland andra Stadsskogen, Dag Hammarskjölds väg och Vårdsättravägen.
- ✓ Stadsdelen Rosendal kan på grund av områdets olika karaktär med främst verksamheter i norr och bostäder i söder delas upp i två delar med skilda förutsättningar för handel och service. I norr har stadsdelen främst karaktären av dagekonomiska verksamhet medan de södra delarna har förutsättningar för både dag- och kvällsekonomiska verksamheter.
- ✓ Potentialen i Rosendal finns i dagligvaruhandeln, restaurang, café samt offentlig och privat service. En dagligvarubutik omfattande drygt 800 kvm BTA etableras visserligen i södra Rosendal i skrivande stund. Även om denna kommer ta en stor del av den potentiella köpkraften i anspråk bedöms det finnas utrymme för mindre dagligvarubutiker med ett kompletterande utbud i såväl norra som södra delen av det framtida området. Detta skulle förstärka utbudet och sannolikt öka invånarnas lojalitet till den lokala dagligvaruhandeln ytterligare.
- ✓ Sällanköpsvaruhandelns lokaliseringpreferenser och den hårda konkurrensen gör det sannolikt svårt att hitta aktörer som är beredda att etablera sig i Rosendal. Möjligen kan lokala entreprenörer, fristående från kedjorna, söka sig till denna stadsdel. Det bör alltså finnas viss beredskap för att möta deras önskemål om lokaler.

- ✓ WSP bedömer det möjligt att skapa mellan 2 300 – 3 250 kvadratmeter butiksyta. Omkring 800 kvm är redan in-tecknat av pågående dagligvaruetablering i södra Rosendal varför det kvarvarande utrymmet uppgår till mellan 1 500 – 2 400 kvm.
- ✓ Inom café och restaurangsegmentet bedömer WSP att det finns utrymme att skapa omkring 1 600 - 2 700 kvadratmeter fördelade på de norra och södra delarna av Rosendal.
- ✓ Övriga verksamheter bör utgöras av sådana som berikar och ger mervärde för arbetande och boende i stadsdelen, kompletterar handel och restaurangutbud samt skapar flöden och binder samman olika målpunkter.

Rekommendationer

- ✓ Uppsala kommun har i norra Rosendal ambitionen att skapa en stadsdel präglad av mångfald, variation, täthet och multifunktionalitet. WSP gör bedömningen att en kombination av scenario A (Dubbelnod) och scenario C (dag-/kvällsekonomi) har störst potential att bli framgångsrik. Innebär sannolikt att bostäderna i etapp 1 står utan omfattande serviceutbud under några år men å andra sidan finns en stabil bas för handel och service i området då etapp 2 och 3 byggs.
- ✓ Detta innebär en kraftsamling kring torgmiljöerna i norra respektive södra delen av stadsdelen. Kring det norra torget torde utbyggnadstakten vara lägre, och anpassad till marknadstillsväxten, och i huvudsak fokuserad på dagekonomiska aktiviteter. Kring det södra torget kan utbyggnadstakten vara högre, då marknaden är på plats tidigare, och inriktad på både dag- och kvällsekonomisk verksamhet.

Slutsatser och rekommendationer



... Fokus bör ligga på att knyta samman torget och den dagligvarubutik som finns på gränsen mellan norra och södra Rosendal.

- ✓ Att bygga stad är mer än att skapa förutsättningar för handel att utvecklas. Det blir därför viktigt att arbeta med att utveckla förutsättningar för andra gatuplansberikande verksamheter i lägen som ej ger förutsättningar för handel. Dessa är i många fall mindre lägesberoende och har därför högre potential klara sig i mindre centrala lägen.
- ✓ En viktig aspekt är att eftersträva korta och täta stråk utgående ifrån torgmiljöerna. Utstickarna bör ej överstiga 200 meter eftersom de då måste erbjuda hög variation och täthet för att leda besökaren/nyttjaren framåt.