

Handelsutredning

► Storvreta

Juni 2019

optimal.



Sammanfattning

Tillförandet av ca 1500 bostäder till Storvreta kommer inte nämnvärt att förändra handelns villkor i Storvreta.

Stadsbyggnadsvisionen att "Storvreta centrum ska utgöra en levande och attraktiv miljö med ett stort utbud av service och handel, samt bostäder med närhet till en väl fungerande knutpunkt för kollektivtrafik" är en god tanke men kräver flöden, dvs. en numerär dagbefolkning.

Det finns inga större arbetsplatser i närheten, inte heller ser vi att det planeras för personalintensiva aktiviteter i Storvretas omedelbara närhet, snarare önskar man behålla den lantliga karaktären som idag utgör Storvretas dragningskraft.

Med den omedelbara närheten till Gränbystaden, där handels- och tjänsteutbudet är stort, djupt och variationsrikt, liksom den snabba utvecklingen av e-handel ser vi inte att visionen går att uppfylla i någon nämnvärd grad.

En utbyggnad av livsmedelshandel i Fullerö innebär troligen att en av de två etablerade aktörerna i Storvreta centrum kommer att försvinna då den tillkommande köpkraften inte räcker till för tre större livsmedelsbutiker.

Stockholm 20190620

Optimal

DA

Bakgrund

Tätorten Storvreta förväntas expandera och utvecklas med bostäder, verksamheter och service inom de närmsta 20 åren. Det ska planeras för bland annat ytterligare ca 1500 bostäder, skolor, förskolor och verksamheter.

I samband med planering av kommande utveckling behövs en översyn av handeln för att säkerställa ett levande Storvreta centrum, men också att det finns tillgång till livsmedelshandel söderut där ny utveckling sker.

Uppsala kommun, Stadsbyggnadsförvaltningen har därför beställt en handelsutredning vilken förväntas kartlägga marknadsförutsättningarna för olika typer av handel i Storvreta utifrån kundunderlag, köpkraft och närheten till Uppsala.

Detta ska göras utifrån tre scenarier:

- nuläge
- tillkomst av 500 nya bostäder
- tillkomst av ytterligare 1000 bostäder

I scenarioarbetet ingår att;

- Kartlägga befintlig handel i Storvreta avseende utbud, storlek, köpkraft, branschstruktur och tillgänglighet
- Analysera var, i vilken omfattning och inom vilka branscher det är lämpligt att lokalisera olika former av handel i centrala Storvreta respektive Fullerö framöver utifrån ambitionen att Storvretaborna i större utsträckning ska handla på orten.
- Genomföra en konsekvensbedömning av hur en utbyggnad av livsmedelshandel i Fullerö påverkar befintlig livsmedelshandel i Storvreta centrum. Beskriva olika scenarion och dess konsekvenser.

Hållbarhet

I arbetet med stadsutveckling och planering av kommersiellt utbud i stadsdelar är ett hållbarhetstänk av yttersta vikt. Resultatet ska fungera idag såväl som imorgon med hänsyn till både miljö, människor och ekonomi. Målet för all stadsutveckling, enligt Sveriges nya nationella strategi för stadsutveckling, är att utveckla gröna, hälsosamma och trygga städer där människor möts och innovationer skapas. En hållbar stad är inkluderande och jämlik. Gaturummet ska erbjuda trygga offentliga rum i hela staden med god tillgänglighet och ett pulserande stadsliv där närbutiker, uteserveringar och kultur samsas.

Stadens målbild för området är att det ska utvecklas på ett socialt och ekologiskt hållbart sätt till en sammanhängande, trivsamt och vacker livsmiljö.

Hållbarhetstänket är viktigt även i utvecklingen av områdets handel. Rätt utformad handel med rätt aktörer kan bidra till att skapa levande, attraktiva och trygga stadsmiljöer. Genom att erbjuda rätt utbud i rätt omfattning på rätt plats kan

människor styras att göra hållbara val och genom att skapa trygga offentliga miljöer kan både jämställdhet och jämlikhet främjas.

Vi vill tillägga att även den ekonomiska aspekten av hållbarhet måste tas i beaktande, då illa planerad handel kan orsaka ekonomisk skada för fastighetsägare såväl som handlare, vilket i sin tur både kan belasta miljön och bidra till otrygghet. Fel planerad handel kan belasta miljön bl.a. genom svinn och ombyggnad av funktionsdugliga lokaler vid frekventa byten av hyresgäster. För enskilda handlare som väljer att satsa i ett område där egentliga förutsättningar för handel inte finns kan de ekonomiska konsekvenserna bli förödande. Verksamheter som inte överlever och därmed leder till vakanser dödar områdets puls vilket istället kan leda till otrygghet.

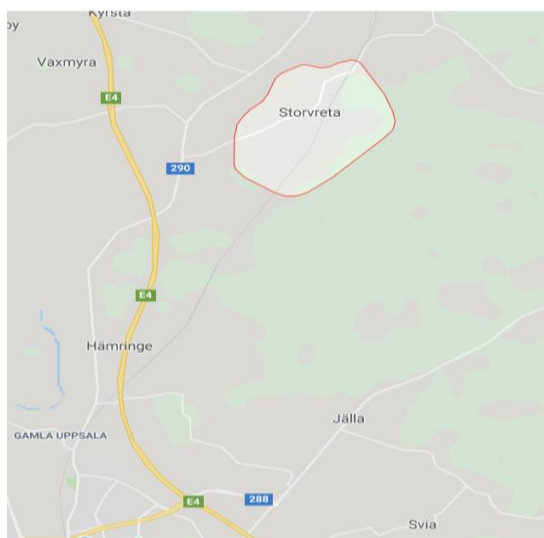
Att ta fram en trovärdig och relevant handelsanalys är på så sätt ett viktigt första steg i arbetet mot en hållbar handel vilket i sin tur påverkar stadsdelens hållbarhet.



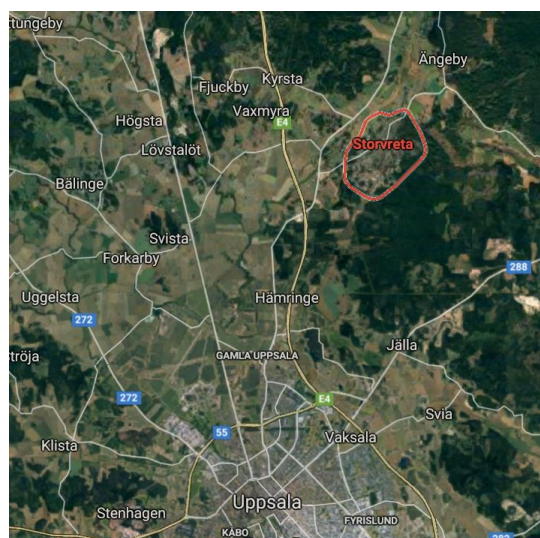
Storvreta idag

Storvreta är en tätort i Storvretabygden och sedan 1971 en del av Uppsala Kommun. Tätorten är ett utpräglat villa/radhusområde, 75% av bostäderna är villor/radhus att jämföras med 25% i Uppsala.

Storvreta är har goda kommunikationer till Uppsala centrum med bussar och tåg, Upptåget tar mindre än 10 minuter till Centralstationen i Uppsala. Trots det centrala läget upplevs ändå



Storvreta vara en landsbygdstätort, med fokus på natur och sport. Den dominerande sporten har länge varit längdskidåkning, under 1967-1986 arrangerades stora internationella skidtävlingar här. Idag har denna position tagits över av innebandyn. Herrlaget har bland annat tagit fyra SM-guld och klubben arrangerar varje år Storvretacupen, som är världens största innebandyturnering.



Nedan socioekonomisk data över Storvreta som det ser ut idag.

Antal invånare	2016		
Storvreta, totalt	7467		
	Storvreta	Uppsala	Sverige
Hushåll med barn	56%		
Medelålder	39,0	38,9	41,2
Högsta utbildningsnivå 25-64 år			
Grundskola	8,7%	8%	12%
Gymnasial	46%	34%	44%
Eftergymnasial	44%	55%	40,8%
Öppet arbetslösa	1,7%	3%	4,0%
Medelinkomst (2014,2015)	332 000	295 700	300 000

Källa: Statistikenheten, Uppsala Kommun, bearbetning av SCB statistik

► Dag- & Nattbefolkningen

Befolkningen

Socioekonomiskt är Storvreta en homogen villastad med välutbildade och välbetalda hushåll, mestadels familjer med barn. Snittet för svenska hushåll är 2,2 boende/hushåll, i Storvreta bor det 2,95 per/hushåll, en markant skillnad.

Andelen boende med utländsk bakgrund uppgår till 13% att jämföras med 26% i Uppsala för övrig. Den öppna arbetslösheten är 1,7 % vilket är mycket lågt, såväl i Uppsalaperspektiv som Sverigeperspektiv, 3% resp. 4%.

Tätorten fungerar dock som en sovstad då 73% av alla i arbetsför ålder pendlar iväg från området varje dag. Det pendlar visserligen in ca 900 pers./dag till Storvreta men den totala nettoinpendlingen är de facto -2638 pers./dag.

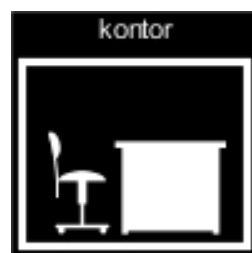
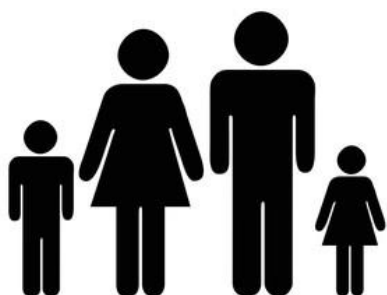
Dagbefolkning och arbetsplatser

I och med att 2/3 av Storvretas befolkning pendlar ut från Storvreta varje dag och det inte kommer många till Storvreta för att arbeta, betyder det att det blir glest i området på dagtid. Inga flöden som detaljhandeln eller tjänste-/serviceaktörer i området kan kapitalisera på i någon större omfattning.

De som arbetar i Storvreta är antingen verksamma i något av de ca 200 små privata bolagen som verkar i området eller inom den

offentliga sektorn. Dagbefolkningen består av ca 1000 personer, av dessa är ca 55% kvinnor. De flesta av dessa är verksamma inom den offentliga förvaltning medan männen är verksamma i småbolagen som finns inom området.

En svag bas för att driva handel eller annan service i området.



Konkurrenssituation

Befintlig handel & service i Storvreta

Handeln i Storvreta är inte särskilt väl utvecklad, det finns två dagligvarubutiker, Coop och ICA samt ett antal olika mindre aktörer; blommor, gym, tatuering, kiosk, två restauranger samt möbelhandel och en bilhandel, vilket, givet storleken på tätorten är ovanligt.

Starka handelsplatser i närheten

13 km från Storvreta ligger Gränby, ett område som idag konkurrerar om att bli Uppsalas andra stadskärna. I Gränby finns mer än 150 butiker och restauranger, antalet besökare 2018 uppgick till 11 miljoner och anläggningen omsatte mer än 2,8 miljarder kronor på en yta om ca 95 000m². Gränby är den handelsplats som tar flest besökare från Storvreta.

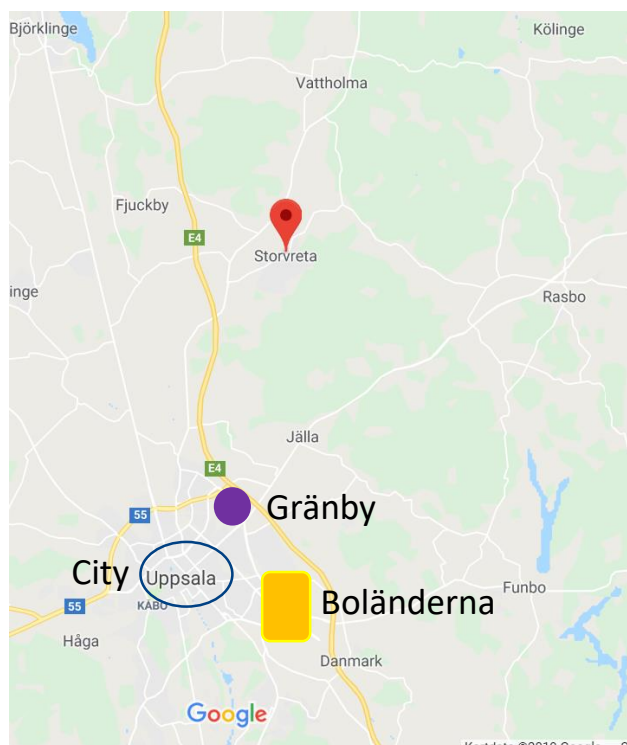
Något längre bort, ca 17-18 km från

Storvreta, ligger ännu fler konkurrerande handelsplatser bl.a. **Boländerna med IKEA** samt **Uppsala City med 4 gallerior**, vilket innebär att Storvretaborna har ett digert utbud av shopping inom 20 min resväg med bil eller ca 10 min tåg.

Handeln under förändring

Under senare år har det skett en förskjutning av sällanköpsvaror från City till externa handelsplatser, främst då till Boländerna och Gränby men även till nätet.

City har däremot blivit starkare vad gäller dagligvaror, restauranger och annan service.



Konkurrenssituation

Dagligvaror



Konkurrensen inom dagligvaruhandeln i Uppsala är stor. I kartan ovan ser vi några av de stora livsmedelsbutikerna som ligger ca 20 minuter bort från Storvreta. Samtliga är butiker med ett brett och djupt utbud, med konkurrenskraftiga priser och troligtvis är det i dessa butiker Storvretaborna handlar på väg hem från jobbet. ICA Maxi i Gränbystaden är en av de största aktörerna i Uppsala, med en omsättning om ca 450 milj. kronor.

Handel & service

Övergripande planer

I den FÖP som antogs 2012 var utgångspunkten att stärka de kvaliteter som finns i Storvreta som bostadsort liksom som plats för arbete och fritid.

Stadsbyggnadsvisionen är att "Storvreta centrum ska utgöra en levande och attraktiv miljö med ett stort utbud av service och handel, samt bostäder med närhet till en väl fungerande knutpunkt för kollektivtrafik."

Tanken är att över tid tillföra ca 1 500 – 2 000 nya bostäder. Fler bostäder än så ställer andra krav på hanteringen av vatten och kräver ett nytt vattenreningsverk.

I arbetet med dessa planer förutsätter man att det kommer finnas efterfrågan på och behov av mer småskaligt handel, flera olika servicefunktioner och besöksintensiva verksamheter som t.ex. handel, café, restaurang, samlingslokal och kontor mm.

I planen antas att 1500 – 2000 nya bostäder innebär ett tillskott om 4500 – 6000 nya invånare. Det skulle innebära en befolkningsstorlek om ca 12 000 – 13 500, i enlighet med planens beräkningsgrund för antal boende per bostad.

De nya bostäderna skulle i större omfattning än idag vara flerfamiljshus, vilket skulle möjliggöra en tydlig torgbildning längs med Ärentunavägen.

Marknadsanalys

Utifrån ett handelsperspektiv är det flera olika faktorer som påverkar hur omfattande en eventuell etablering av handels- och/eller serviceytor bör vara.

Antal boende (nattbefolkning)

Invånarantalet i Storvreta uppgår till 7467 personer (2016) och antalet hushåll uppgår till 2457. Relativt Sverige för övrigt innebär det större familjeenheter, 2,95 pers./hushåll mot riksnittet 2,2 pers. Detta beror i hög grad på att antalet småhus är så många i Storvreta. Med fler flerbostadshus kommer andelen boende per bostad att ändras och befolkningssiffrorna kommer att bli något lägre.

Trafik och kommunikationer

Kommunikationerna till Uppsala är mycket goda, det tar ca 10 min till centralstationen med tåg och även busstrafiken är väl utbyggd. Det är lätt och smidigt att ta sig till och från Storvreta.

Antal arbetande (dagbefolkning)

En levande stadsdel kräver liv och rörelse de flesta av dygnets vakna timmar, d.v.s. det räcker inte med många boende. Antalet arbetsplatser i området är viktigt för att stadsdelen ska leva även dagtid – de flesta verksamheter (handel såväl som service) behöver både dag- och kvällskonsumenter. Även restauranger är beroende av att dagbefolkningen är stor eftersom endast kvällsöppet sällan räcker till. I den blandstad som ofta nämns i stadsutvecklingssammanhang är det därför viktigt att det finns arbetsplatser i området.

I Storvreta finns det inga arbetsplatser planerade, områdets arbetsplatser är begränsade till de lokaler för verksamheter som tillskapas i gatuplan och den offentliga service i form av skola och

förskola som kommer finnas i området.

Besökande

Idrotten spelar en betydelsefull roll i Storvreta och med det framgångsrika innebandylaget så är Storvreta mer känt än en tätort av denna storlek brukar vara. Vintertid är Storvreta känt för sin längdskidåkning, dock arrangeras inte längre några internationella tävlingar i området.

Demografi och socioekonomi

Den sociodemografiska profilen på Storstvretas invånare är annorlunda än den för Uppsala. Storstvretaborna har bättre ekonomi, bättre boende, fler barn, färre är invandrare och färre är arbetslösa.

Kommer denna profil att bestå även med en stor inflyttning? Det är svårt att tro det, troligen kommer det att ske en större likriktning mot hur det ser ut i Uppsala. Givet de förutspådda befolkningsutvecklingen i stort kommer man få en betydligt mer åldrad befolkning, de som bor där idag kommer antagligen att stanna längre än vad generationen innan gjorde. Med en högre andel flerfamiljshus kommer dessutom fler mindre hushåll att finna området intressant.

Handelns framtida utveckling

Den fysiska handeln pressas rejält, särskilt kategorierna mode och sällanköpsvaror, till förmån för e-handeln. 2018 året skedde all tillväxt i de två kategorierna på nätet.

Den ökade globala konkurrensen leder till prispress och stora lönsamhetsproblem för de enskilda aktörerna. Ett sätt att hantera detta är genom kedjefiering – stor blir större. Redan idag svarar blott 14 detaljhandlare för 50% av all detaljhandelsomsättning i Sverige.

Svensk Handel har presenterat en rapport i vilken det konstateras att digitaliseringen av detaljhandeln går snabbare än vad som tidigare antagits, var tredje krona förväntas spenderas på nätet inom sju år. Innan 2025 beräknar Svensk Handel att uppemot 11 000 butiker kommer att ha försvunnit, vilket motsvarar cirka 25% av alla butiksytor i Sverige idag.

Inte bara butikerna försvinner, under de senaste 10 åren har storbankerna lagt ner 36% av samtliga sina kontor och merparten, 75% av dessa, har försvunnit under de senaste tre åren. Sedan tidigare har Posten lagt ner sina kontor och istället har livsmedelsbutiker och kiosker blivit utlämningsställen för paket mm. Andra typiska stadsdelsaktörer som försvunnit är videobutiker, de har istället blivit godisbutiker vilket innebär att de typiska kioskerna och tobaksbutikerna blivit allt färre. Sko- och nyckelservice har också förändrats, framtidens lås kommer att vara helt digitala och därmed väntas den traditionella butiken försvinna.

Vårdcentraler och mödravårdscentraler som varit en del av ryggraden i centrubildningar förväntas också förändras radikalt i takt med ökad digitalisering. Troligt är att en hel del besök kommer att ersättas med digital rådgivning, vilket kan komma att innebära att de små enheterna kommer att slås ihop till större, men färre.

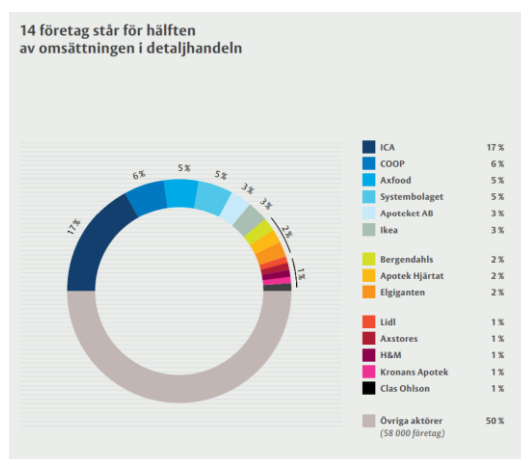
Även livsmedelsbutikerna arbetar utifrån förändrade köpbeteenden, om än inte i samma snabba takt. Trenden att även matköpen migrerar till nätet. Än så länge är andelen låg totalt sett, 1,6% av all mathandel sker på nätet, men ökningstakten är markant. I år spås handeln öka med 25%, till 1,9% av totalen.

Främst är det "click & collect" som attraherar konsumenter i åldersspannet 18-45 år. Detta kan komma att innebära att de stora livsmedelsbutikensformaten förändras och i en del fall försvinner, i vissa områden till förmån för fler mindre butiker, i vilka konsumenterna kommer att komplementhandla det som inte köptes på nätet. ICA till exempel arbetar med scenariot att deras Kvantumbutiker kommer att försvinna och ersättas med "Nära" formatet, men hur och när denna förändring kommer att ske är svårt att säga.

Vad som kommer att ersätta alla dessa aktörer som är på väg bort, är svårt att se idag. Restauranger och caféer är de verksamheter som förväntas växa kraftigast under kommande år. De kommer dock inte kunna ersätta alla butiksytor. Dessutom minskar marginalerna i matbranschen i takt med ökat antal etableringar. Restaurangbranschen lider även av att det utbildas för få kockar, en brist som försvårar önskade etableringar.

Rådande fokus på hälsa och sund livsstil talar för att vi högst troligt kommer se fler etableringar på gymsidan. I många fall i form av kluster med gym, trampolinparker, paddel-tennis med flera, allt under ett och samma tak.

Även platser för möten kommer att vara efterfrågade framöver. Det man söker är platser med kultur och annat som gör miljön trevlig att vistas i, det kallas ofta för det "tredje rummet" och ses som ett komplement till arbetsplatsen och vardagsrummet.



Kommersiella förutsättningar i Storvreta

Scenario 1: Nuvarande läge

Med nuvarande läge menas ett nolläge, detaljplanen fullföljs inte och tillväxten i området stannar på nuvarande nivå

Baserat på antalet invånare i Storvreta ser vi ett totalt konsumtionsunderlag på ca 530 mkr, vilka fördelas enligt följande:

Dagligvaror 229 mkr

Sällanköpsvaror 202 mkr

Mat, dryck 97 mkr

Konkurrenssituation

I dagsläget finns det två livsmedelsbutiker, COOP 1000 m² och ICA 775 m², vilka tillsammans har en estimerad omsättning om ca 100 mkr. Det innebär att strax över 43% av all dagligvarukonsumtion stannar i området, vilket anses vara en hög andel. Vår bedömning är att den andelen inte går att öka i någon nämnvärd grad, givet den starka konkurrensen i närområdet.

Tittar man lite närmare på siffror som är tillgängliga vad gäller utveckling ser vi att ICA ökat sin omsättning med ca 3% per år de senaste åren men redovisar ett minusresultat.

Med en ökad e-handel kommer högst troligt butiksstorlekarna att bli mindre och lagerytorna större, vilket även det innebär att mer ytor mot konsument inte kommer att behövas.

Läget är detsamma för sällanköpsvaror, där är de stora externhandelsplatserna och e-handeln vinnare och vi ser inte att det finns någon större

efterfrågan för den sortens handelsytor i Storvreta. Handelsknuten är exempel på hur svårt det är att bedriva varaktiga verksamheter i området.

Även om kommunikationerna är relativt goda till och från Storvreta finns det ingen anledning för konsumenter utanför området att söka sig hit i syfte att handla och/eller uträtta ärenden, med undantag för de som besöker området med anledning av något sportevenemang.

Inte heller restauranglivet är välmående i Storvreta, trots att det finns en potential rent konsumtionsmässigt. I centrum finns Restaurang Vreten HB, ca 100 m², med en estimerad omsättning om ca 1,2 milj. samt i Handelsknuten Restaurang Kreta med likartad omsättning.

Slutsats

Scenarion 1 innebär status quo för Storvreta, inga större nya etableringar och troligtvis kommer en av de två matbutikerna att försvinna och den andra öka sitt format något.

Kommersiella förutsättningar i Storvreta

Scenario 2: Tillkomst av 500 bostäder

Med tillkomsten av 500 bostäder ökar befolkningen med ca 1250 personer, detta baserat på omräkningstalet 2,5 per hushåll.

Det totala konsumtionsunderlag ökar till ca 617 mkr, vilka fördelas enligt följande:

Dagligvaror 267 mkr

Sällanköpsvaror 236 mkr

Mat, dryck 113 mkr

Konkurrenssituation

Tillskottet inom dagligvarusegmentet motsvarar 38 mkr, vi estimerar att ca 40% stannar i Storvreta vilket innebär ca 15 mkr i ökad omsättning för de båda aktörerna att dela på. Detta klarar de väl inom ramen för befintliga koncept. Vi tror dock att ICA Supermarket skulle behöva öka sina ytor, då 775 m2 är i absoluta underkanten för ett Supermarketchkoncept. Bedömd behövd nytillkommen yta är ca 300-600 m2.

Tillskottet inom sällanköpsegmentet motsvarar 34 mkr och inte heller dessa innebär att det finns utrymme för större aktörer att etablera sig i Storvreta.

En ökning med 500 bostäder förändrar i sak inte rådande situationen, varken inom segmentet dagligvaror eller sällanköp.

Mat, dryck och service

Inom detta segment borde det kunna vara attraktivt för ytterligare någon aktör inom

restaurangsidan att mot slutet av byggperioden etablera en ny restaurang, bedömd yta ca 100-125 m2.

Det kan även finnas förutsättningar för ett ytterligare gym, bedömd yta ca 150 – 250 m2.

Mot slutet av perioden kan de tillkomma någon aktör inom kroppsvård, yoga, massage etc. Bedömd yta, ca 75-100 m2

Slutsats

Scenarion 2 innebär även den i princip status quo för Storvreta, inga större nya etableringar. Vi tror att det kan komma behövas ca 475 m2, exkl. ICA, i sammanlagd tillkommande yta. Ifall det är ny yta eller omvandling av befintliga ytor är svårt att sia om. Dagens hyresnivåer i Storvreta ligger runt 800 kr m2, nybyggda ytor tenderar att bli dyrare och då kan det bli svårt för enskilda, små aktörer att få ihop kalkylen.

Kommersiella förutsättningar i Storvreta

Scenario 3: Tillkomst av totalt 1500 bostäder

Med tillkomsten av totalt 1500 bostäder ökar befolkningen med ca 3 750 personer, detta baserat på omräkningstalet 2,5 per hushåll. Den totala befolkningen kommer då att uppgå till ca 11 000 personer, detta är fortfarande en liten tätort.

Det totala konsumtionsunderlag ökar till ca 795 mkr, vilka fördelas enligt följande:

Dagligvaror 344 mkr

Sällanköpsvaror 304 mkr

Mat, dryck, service 145 mkr

Konkurrenssituation

Tillskottet inom dagligvarusegmentet motsvarar i detta fallet 115 mkr från dagens läge, vi estimerar att ca 40% stannar i Storvreta vilket innebär ca 46 mkr i ökad omsättning. Detta motsvarar vad vi estimerar att dagens COOP omsätter och vad en utbyggd ICA, enligt scenario 2 behöver i ökad omsättning för att klara en utbyggnad av dagens butik.

Ger detta utrymme för en ny dagligvaruenhet? Kortsiktigt ja men på den långa sikten vi talar om här är det mycket tveksamt. Snarare är det så att de befintliga aktörerna kommer att söka göra sina koncept djupare än de är idag. När Storvreta är utbyggt kommer troligtvis e-handeln nått den s.k. brytpunkten för en branschomvälvande, strukturell förändring av dagligvarusegmentet.

Tillskottet inom sällanköpsegmentet motsvarar 101 mkr och inte heller dessa innebär att det finns utrymme för större aktörer att etablera sig i Storvreta.

En ökning med 1500 bostäder förändrar i sak inte rådande situationen, varken inom segmentet dagligvaror eller sällanköp.

Det som kan komma att behövas för att klara utvecklingen i scenario 3 är "hubbar" för

hantering av e-handelsleveranserna, men vi siar inte här hur de kommer att se ut eller fungera.

Mat, dryck och service

Inom detta segment borde det kunna vara attraktivt för ytterligare någon aktör inom restaurangsidan att, mot slutet av byggperioden, etablera ytterligare nya restauranger och annan service.

Bedömd tillkommande yta, när området är fullt utvecklat, 300 - 500 m².

Det kan även finnas förutsättningar för ett större gym eller två mindre, bedömd yta ca 500 m².

Mot slutet av perioden kan de tillkomma någon aktör inom kroppsvård, yoga, massage etc. Bedömd yta, ca 250 m².

Slutsats

Scenario 3 innebär även den i princip status quo för Storvreta, inga större nya etableringar av något slag. Vi beräknar att den utbyggnad som kan tänkas ske exkl. ev. förändringar inom livsmedelssegmentet, är ca 1 050 m² – 1 250 m².

Vad gäller livsmedel är det möjligt att ICA butiken behöver expandera med närmare 600 m² för att få en butik med bättre flöden.

Tyvärr finns det få exempel på stadsdelar, tätorter, med en befolkning om ca 10 000 personer i nattbefolkning, utan en större dagbefolkning, som har ett blomstrande restaurang och caféliv eller annan ett stort urval service. Handel och service behöver flöden för att fungera!

Kommersiella förutsättningar i Fullerö

Scenario 4: Påverkan på Storvreta av utbyggd handel i Fullerö.

Hur påverkar etableringen av en dagligvarubutik i Fullerö befintliga livsmedelsbutiker i Storvreta?

Detaljplanen anger ca 500 bostäder, vilket betyder en befolkning om ca 1250 personer, detta baserat på omräkningstalet 2,5 per hushåll.

Det totala konsumtionsunderlag för dessa är ca 95 mkr, vilka fördelas enligt följande:

Dagligvaror 40 mkr

Sällanköpsvaror 36 mkr

Mat, dryck, service 17 mkr

I dag stannar ca 43% av allt konsumtionsutrymme för dagligvaror, se scenario 1. Med samma omräkningstal skulle detta skulle innebära att en livsmedelsbutik i Fullerö skulle kunna omsätta ca 17 mkr, vilket är för lite för att driva även det minsta av de olika livsmedelsaktörernas olika koncept.

Nedan presenteras ändå två scenarios vad gäller större livsmedelsbutik i Fullerö.

Scenario 4 a:

Livsmedelsbutik i Fullerö om 1 500 m2 år 2023

Etableringen av en livsmedelsbutik om ca 1 500m2 i Fullerö motsvarar ungefär den storlek som Coop och ICA har tillsammans just nu. En butik av detta format behöver omsätta ca 100 – 125 mkr kronor för att fungera och må bra.

I scenario 3 är vårt estimat att i ett fullt utbyggt Storvreta/Fullerö motsvarar tillskottet av dagligvarunderlaget ca 100 mkr. dvs. den nya butiken skulle behöva dra till sig varenda ny krona som genereras i hela området. Detta är inte troligt. Snarare är det så att det kommer att påverka de två

butikerna i Storvreta centrum och att en av dem kommer att försvinna på sikt.

I vår analys, i scenario 2, tar vi även höjd för att ICA behöver utveckla sin nuvarande butik då den behöver växa med ca 600 m2 för att kunna fungera i framtiden. Detta innebär att ICA kommer att behöva öka sin omsättning med ca 40 – 50 mkr. dvs. den kommer att konkurrera om samma pengar som Fulleröbutiken.

För att klara 3 butiker med formatet enligt ovan, skulle det behövas en befolkning om ca 15 500 personer, ca 6 200 hushåll, vilka lägger **50%** av all sin daglagvarukonsumtion i området.

Scenario 4 b:

Livsmedelsbutik i Fullerö om 800 m2 år 2023

En livsmedelsbutik om ca 800 m2 behöver omsätta ca 48-60 mkr för att må bra.

I enlighet med tidigare resonemang innebär det att en sådan livsmedelsbutik behöver dra till sig ca 50% av det totala tillskottet i ett fullt utbyggt Storvreta/Fullerö.

Återigen, ifall vi tar höjd för att ICA kommer att bygga ut sin butik behöver de öka sin omsättning med ca 40-50 miljoner så räcker fortfarande tillskottet inte till för 3 livsmedelsbutiker.

För att klara 3 butiker av ovanstående format skulle det behövas en befolkning om ca 12 700 personer, ca 5 100 hushåll, vilka lägger **50%** av all sin dagligvarukonsumtion i området.

Beräkningar scenarios i Fullerö

Slutsats

Det korta och koncisa svaret, i enlighet med beräkningarna i denna analys, är att det inom överskådlig tid inte finns utrymme för mer än två livsmedelsbutiker i Storvreta, oavsett var de ligger. I ett fullt utbyggt Storvreta estimerar vi det totala dagligvarunderlaget till ca 400 mkr, varav ca 160 – 200 mkr kan antas stanna kvar i området och till detta behövs ca 2 500 -3 000 m² butiksyta.

Det vi inte tagit med i beräkning av ovanstående dagligvaruunderlag är e-handels inverkan på utvecklingen av försäljning i butik. Det finns tecken i riktning mot att det kommer att behövas mindre butiksenheter och större lager varifrån kassar kommer att skickas till strategiskt placerad hubbar. Även detta talar emot att utveckla 3 större livsmedelsbutiker i området.

Några slutord

Att se verksamheter i gatuplan som en tillgång

Generellt menar vi att för få en levande stadsdel, med liv och rörelse, vilket bidrar till trygghet och god atmosfär i gatuplan, måste byggherrar och fastighetsägare samarbeta och tillsammans skapa förutsättningar för att verksamheter ska kunna överleva. Ett sätt att göra detta är att se verksamhetslokaler som en faktor som bidrar till att göra stadsrummet (och därmed hela bostadsområdet) levande, öppet och trivsamt och inte som en viktig inkomstkälla. Vår uppmaning till fastighetsägare är att se dem som en långsiktig investering snarare än en kostnad i projektkalkylen. Hellre en fungerande verksamhet som bidrar till atmosfären än en stängd affärslokal – den förlorade hyresintäkten (i form av lägre hyra) kan tas igen på de boende. Det är ju trots allt för de boendes skull som verksamheterna finns. Upplevelsen, och därmed värdet, av såväl den enskilda fastigheten som bostadsområdet tjänar på att fastighetsägarna ser verksamhetslokalerna som någonting som kan lyfta stadsdelen snarare än ett sätt att vinstmaximera projektet.

Vår uppmaning till stadsplanerare är att inse att den traditionella staden kommer att ha förändrade strukturer där handel inte kommer ha samma vikt som i dag. Att "kräva" att gatuplanen måste innehålla handel kommer inte att vara en framkomlig väg, det kommer inte att vara hållbart. Fel planerad handel kan belasta miljön bl.a. genom svinn och ombyggnad av funktionsdugliga lokaler vid frekventa byten av hyresgäster. För enskilda handlare som väljer att satsa i ett område där egentliga förutsättningar för handel inte finns kan de ekonomiska konsekvenserna bli förödande. Verksamheter som inte överlever och därmed leder till vakanser dödar områdets puls vilket istället kan leda till otrygghet.

Vikten av en tydlig identitet

Vid bildandet av en ny stadsdel eller ett bostadsområde är det viktigt för de nya invånarna att känna tillhörighet till den nya platsen, att uppleva att området som är ens nya hem har en viss karaktär eller atmosfär. Såväl trygghet som stolthet och välbefinnande bygger i mångt och mycket på att platsen/området står för något man kan identifiera sig med.

På samma sätt fungerar det med verksamheterna i gatuplan. För att få rätt aktörer till Storstora bör de framtida näringsidkarna också uppleva att platsen har en specifik karaktär som verksamheterna kan bidra till att bygga upp. Ett områdes identitet är till stor del beroende på vad som finns i gatuplanet, kommersiella eller icke kommersiella verksamheter, samt hur dessa verksamheter bedrivs. Utan en tydlig identitet blir det svårare att locka rätt aktörer till stadsdelen. Initialt styrs områdets karaktär till stor del av byggherrar/fastighetsägare, därför är detta en viktig fråga för dessa aktörer att ta i beaktande.

optimal.

Optimal arbetar som fastighetsägarens partner inom utveckling och uthyrning. Våra konsulter har mångårig och framgångsrik erfarenhet av att utveckla handelsplatser, retailprojekt och andra kommersiella fastigheter.

Sveavägen 47, 4 tr
113 59 Stockholm
Tel: +46 (0) 8 34 54 55
info@optimalprogress.se
www.optimalprogress.se