

# Marknadsanalys Kråketorps Västergård i Bollebygds kommun

HUI

# Om HUI

## Experter på handel och konsumentbeteende

### **50 års erfarenhet av handelsanalys**

Vår långa och gedigna erfarenhet av att analysera handeln innebär en djup förståelse för långsiktiga såväl som snabba förändringar inom handeln.

### **Stor bredd av kompetenser och metoder**

Vi samlar ingenjörer, statistiker, antropologer och statsvetare under samma tak.

### **Gedigen branschkunskap**


Expertis både inom den kontext som handeln verkar inom, och av att analysera konsumentbeteende på djupet.

### **Djup förståelse för handelns transformation**

Vi har marknadskunskapen som krävs för att förstå kontext såväl som konsument.

### **Forskningsbaserad konsultverksamhet (Handelns Forskningsinstitut)**

Att ha forskning och konsultverksamhet under samma tak är en unik tillgång för att förstå de stora sammanhangen.



HUI guidar den svenska handeln i konsumentbeteende och branschkunskap i en snabbföränderlig värld.

# Bakgrund & Syfte

## BAKGRUND

Kynningsrud har kontaktat HUI med ett önskemål om att i samråd med Bollebygds kommun utreda de kommersiella förutsättningarna och beskriva utvecklingspotentialen för handeln i Bollebygds kommun. Vidare önskas utreda förutsättningarna för dagligvaruhandel till ett specifikt läge (Kråketorps Västergård) i anslutning till Riksväg 40 och dess eventuella påverkningar för detaljhandeln i övrigt.

## UPPDRAGET

### Marknadsanalys för handeln i Bollebygds kommun

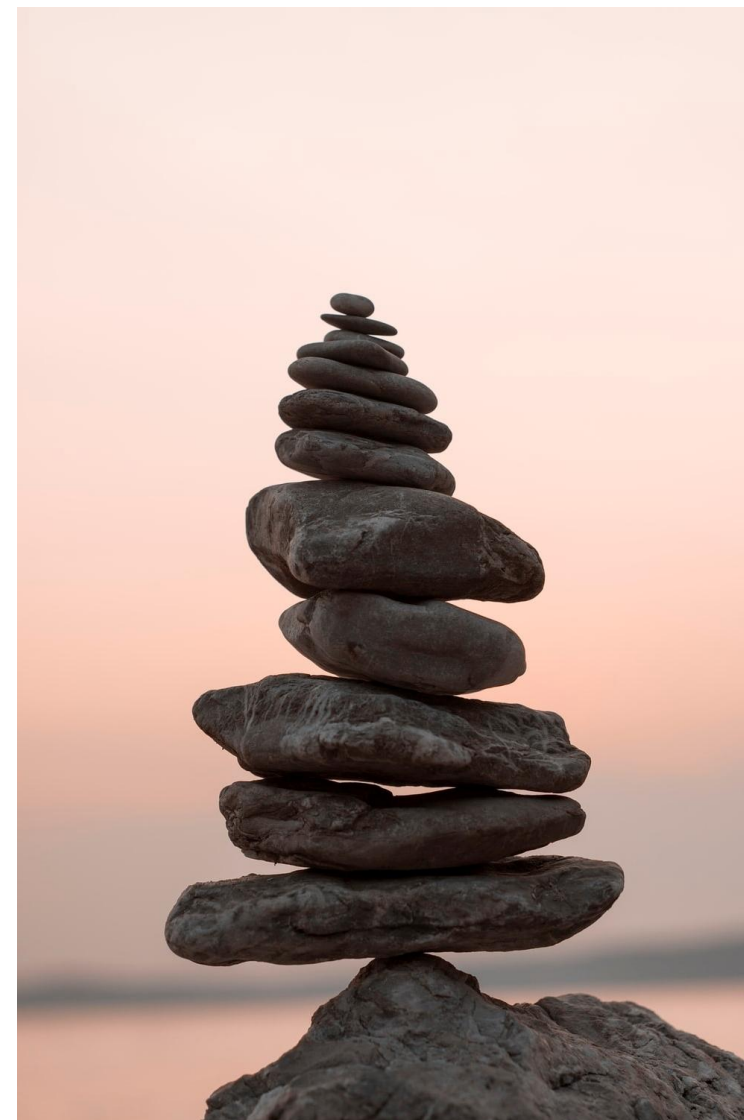
- Utveckling och trender
- Analys av marknadsmässiga förutsättningar
- Utvecklingspotential & framtida ytbehov
- Eventuella effekter på centrum
- Rekommendationer runt anpassningar, avvägningar och vägval

## MÅL

Uppdragets mål är att HUI Research skall bistå Kynningsrud och Bollebygds kommun med en nulägesbeskrivning för handeln idag i Bollebygds kommun och beskriva eventuell utvecklingspotential de kommande åren, samt potentiella konsekvenser för handeln i kommunen av en utveckling av detaljhandel vid Kråketorps Västergård.

## SYFTE

Syftet med uppdraget är att utreda eventuella effekter för handeln och verksamheter i Bollebygd centrum i samband med utveckling av Kråketorps Västergård.







## Innehåll

- 01 Sammanfattning
- 02 Begreppsförklaring
- 03 Trender & Utveckling (sammanfattning)
- 04 Marknadsmässiga förutsättningar
- 05 Upptagningsområde & Demografi
- 06 Analys av dagligvaruetaablering
- 07 Sammanfattning och Reflektioner
- 08 Bilagor

# 01 | Sammanfattning



# Sammanfattning för Bollebygd kommun

## Nuläge

Bollebygd är en kommun som idag har cirka 10 000 invånare. Efter planerade bostadsprojekt genomförts prognostiseras en befolkningsmängd på drygt 10 200 år 2034. Ungefär hälften av befolkningen i kommunen bor i Bollebygds tätort.

## Detaljhandel

Försäljningsindex i kommunen är idag 68 för dagligvaror och 42 för sällanköpsvaror. Situationen för dagligvaruhandeln är idag utvecklingsbar jämförbart med hur situationen med jämförbara kommuner. Det är idag ett utflöde av köpkraft från kommunen på ca 150 Mkr. Adderar vi därtill de närliggande områdena i delområde 3 (Rävlanda) och delområde 4 (Hindås) är utflödet från den totala marknaden över 400 Mkr. För sällanköpsvaruhandeln är läget något annorlunda då vi ser att större delen av köpkraftstillväxten förväntas ske inom e-handeln. Men HUI ser det som sannolikt att sällanköpsvaruhandeln skulle kunna lyfta även i Bollebygd.

## Köpkraft

Köpkraften inom dagligvaruhandeln är i den lokala marknaden (Bollebygds kommun) idag 377 miljoner inom dagligvaruhandeln och fram till år 2034 utvecklas den till drygt 400 miljoner kronor (inkl. e-handel). Inom sällanköpsvaruhandeln är köpkraften idag totalt cirka 347 miljoner och fram till år 2034 har den vuxit till mellan ca 490 miljoner kronor i Bollebygds kommun (inkl. e-handel). Om vi endast studerar den fysiska handelns tillväxt kan vi säga att vissa segment, såsom beklädnadshandeln, har en negativ tillväxt fram till 2035, vilket föranleder råd om eftertanke vid eventuella nyetableringar inom just det segmentet.

## Dagligvaror

Det finns en utvecklingspotential på drygt 90 miljoner kronor endast baserat på köpkraften i Bollebygd. Detta skulle i så fall innebära att Bollebygd når samma indexnivåer för dagligvaruhandeln som sina jämförbara kommuner i sin egen kommungrupp (jämförelseindex 85). Adderas delområde 3 och 4 är potentialen egentligen större, men för att få en hållbar struktur rekommenderar HUI att dimensionera för en butik på storleksordningen 90-110 Mkr och därför bör inte en större etablering än ca 2 000 kvm BTA, eller ca 1 200-1 500 kvm säljyta, genomföras. Detta för att inte tillföra för stora obalanser i handelsstrukturen.

## Sällanköpsvaror

HUI ser en potential för sällanköpsvaruhandeln att fortsätta utvecklas, trots att större delen av köpkraften kommer att allokeras inom e-handeln. För Bollebygds kommun, som idag har ett mycket högt utflöde av köpkraft, finns en realistisk utvecklingspotential på upp till ca 60 miljoner kronor i ytterligare omsättning. Detta skulle rent teoretiskt resultera i ca 2 000 kvm tillkommande ytor. Av dessa rekommenderar HUI till ca 1 500 kvm BTA LOA och resten kan etableras på andra håll i kommunen. Inriktningen på sällanköpsvaruhandeln skulle rekommenderas till aktörer inom lågpris. HUI avråder dock extern etablering av beklädnadshandel.



# Övergripande konsekvensbeskrivning centrum

Effekteter för Bollebygds centrum av etablering vid Kråketorps Västergård

## Effekter för Bollebygds centrum

### 1. Påverkan bedöms som begränsad.

HUIs slutsats är att en eventuell etablering vid Kråketorps Västergård (ca 2 000 kvm dagligvaror + ca 1 500 kvm sällanköpsvaror) **inte väntas skada centrum nämnvärt**. Anledningen är att centrumets försäljningsnivå redan är låg och att mycket köpkraft lämnar kommunen idag.

### 2. Ny dagligvarubutik tar främst tillbaka utflöde, inte centrumkunder.

Det stora handelsläckaget (över 150 Mkr för DV och ännu mer totalt) gör att en ny butik främst fångar köpkraft som ändå lämnar kommunen. Effekten på de befintliga butikerna i centrum bedöms därmed bli begränsad.

### 3. Centrum kan stärkas indirekt.

Genom att Bollebygd får ett mer komplett handelsutbud kan kommunen bli mer attraktiv som helhet, vilket i sin tur kan:

- öka flöden även i centrum,
- stödja service och restauranger,
- öka incitament för besökare att göra fler ärenden lokalt.

### 4. Avgörande faktor för eventuell påverkan på Bollebygds centrum är att inte bygga för stort

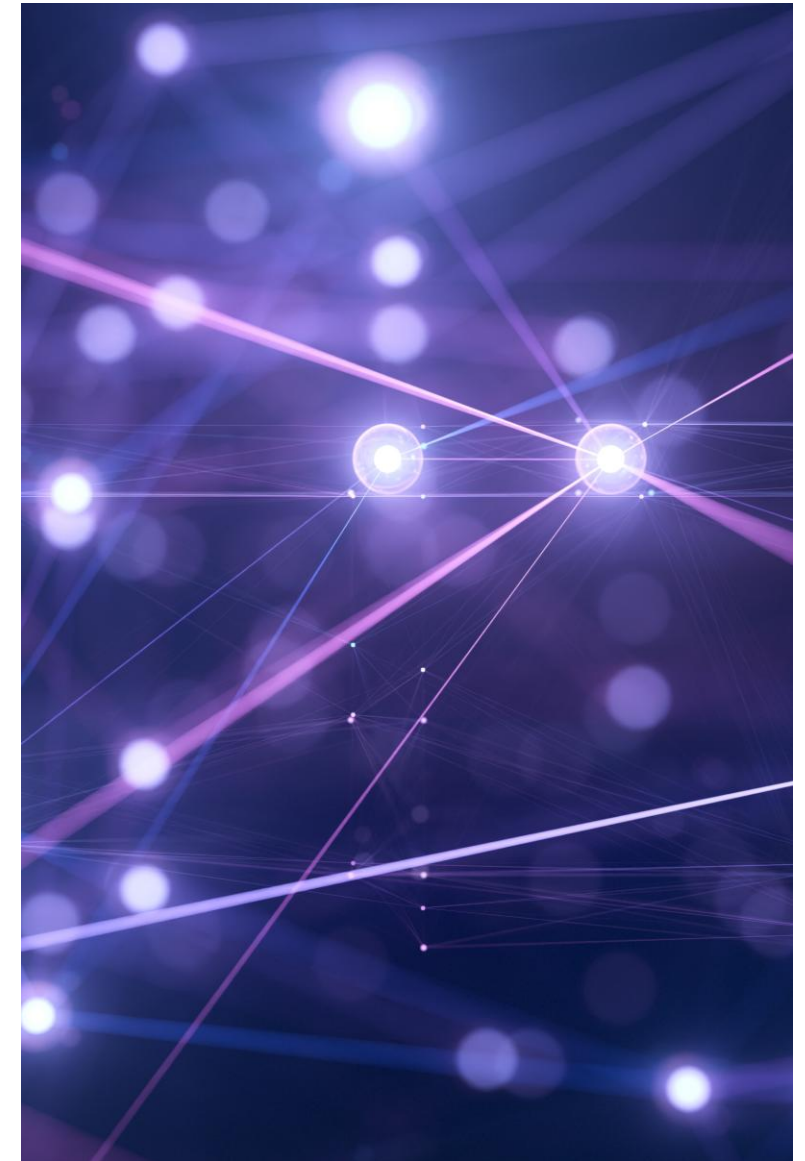
Rekommendation:

**Dagligvaror: 2 000 kvm BTA dagligvaror eller**

**1 200–1 500 kvm säljyta**

**Sällanköpsvaror: 1 500 BTA kvm sällanköpsvaruhandel.**

Så länge projektet håller sig inom dessa ramar uppstår potentiellt ingen obalans i handelsstrukturen.



## 02 | Begreppsförklaring



# Begreppsförklaring

**Omsättning:** Försäljning inklusive moms, löpande priser.

**Detaljhandel:** Sammanfattande begrepp av handel knutet till dagligvaruhandel, (DV) samt sällanköpsvaruhandel(SV)

**Dagligvaror (DV):** Sammanfattande begrepp för allivs- och speciallivsbutiker, service- och jourbutiker, blommor, tobak, tidningar och kioskvaror samt Systembolag och apotek.

**Sällanköpsvaror (SV):** Sammanfattande begrepp för handel inom grupperna beklädnad, hem- och fritidsvaror och byggvaruhus.

**Köpkraft:** Det teoretiska belopp som konsumenterna spenderar på inköp av detaljhandelsvaror, det vill säga Marknadens storlek från efterfrågesidan.

**Försäljningsindex:** Ett mått på flöden av fysisk handel över kommungränser. Index 100 innebär att den fysiska handeln omsätter lika mycket som det befolkningsmässiga underlaget medger. Index >100 innebär inflöde, index <100 innebär utflöde.

**Upptagningsområde:** Det område som omfattar efterfrågesidan, exempelvis befolkning, köpkraft med mera. Upptagningsområdet är det geografiska område som olika verksamheter i huvudsak kan locka kunder ifrån.

**Marknadsområde:** Den geografiska marknad olika verksamheter som handel, service och restaurang i huvudsak konkurrerar inom.

## 03 | Trender & Utveckling

# Generella trender

## Handelns struktur förändras

- Klustrad handel och e-handel har vuxit mest sedan 2005.
- Fysiska butiker utanför handelsplatser tappar mark.
- Marknaden koncentreras till stora kedjor med skalfördelar.

## Demografiska förändringar

- Befolkningen växer långsammare, blir äldre och mer mångkulturell.
- Barnafödandet minskar, vilket påverkar konsumtionsmönster.

## Konsumtionsskiften

- Fokus på nödvändiga varor (livsmedel) p.g.a. inflation och höga räntor.
- Upplevelsebaserad konsumtion har pausats men väntas öka långsiktigt.
- Boende är största utgiftsposten.

## Ekonomiskt läge

- Två år av lågkonjunktur efter pandemin.
- Återhämtning pågår men hushållens köpkraft är fortsatt svag.

## Segment som växer

- Lågprisaktörer expanderar kraftigt, både i externa lägen och stadskärnor.
- Kinesiska e-handelsplattformar (Shein, Temu) ökar i popularitet.

## Digitaliseringens påverkan

- E-handeln väntas stå för 24–29 % av detaljhandeln år 2035.
- Sällanköpsvaruhandeln blir mest digital (upp till 57 %). Dagligvaruhandeln förblir fysisk men med digitala inslag.
- Antalet fysiska butiker minskar kraftigt.

## Stadskärnans framtid

- Måste anpassas med mer kultur, restauranger och flexibla ytor.
- Fysiska platser blir problemlösningshubbar och sociala mötesplatser.
- Koncept som retail-as-a-service och co-working blir vanligare.

Handelsplatser utanför stadskärnor tar en större och viktigare roll för handeln i kommunerna

Lågprisexpansion inom detaljhandeln

Handeln i stadskärnorna blir inte lika avgörande för dess attraktivitet som tidigare. Nya verksamhetsområden växer fram i stadskärnorna

## 04 | Marknadsmässiga förutsättningar för Bollebygd



# Marknadsmässiga förutsättningar dagligvaruhandeln i Bollebygd – Lågt men utvecklingsbart index

## FÖRSÄLJNINGINDEX DAGLIGVARUHANDEL

Förutsättningarna för handelns framtida utveckling i Bollebygds kommun är i hög grad beroende av hur handeln i omlandet ser ut och utvecklas. Av den anledningen görs en kartläggning av konkurrenssituationen i omlandet med fokus på de större handelsorterna och handelsflödena i regionen.

Försäljningsindex hjälper oss att kartlägga handelsmönstren i regionen. Kartan till höger illustrerar vilka kommuner i omlandet som har ett inflöde av köpkraft för dagligvaruhandeln. Bland grannkommunerna är det endast Alingsås kommun som har ett inflöde av köpkraft, medan Vårgårda, Borås, Mark, Härryda och Lerum kommun har ett utflöde.

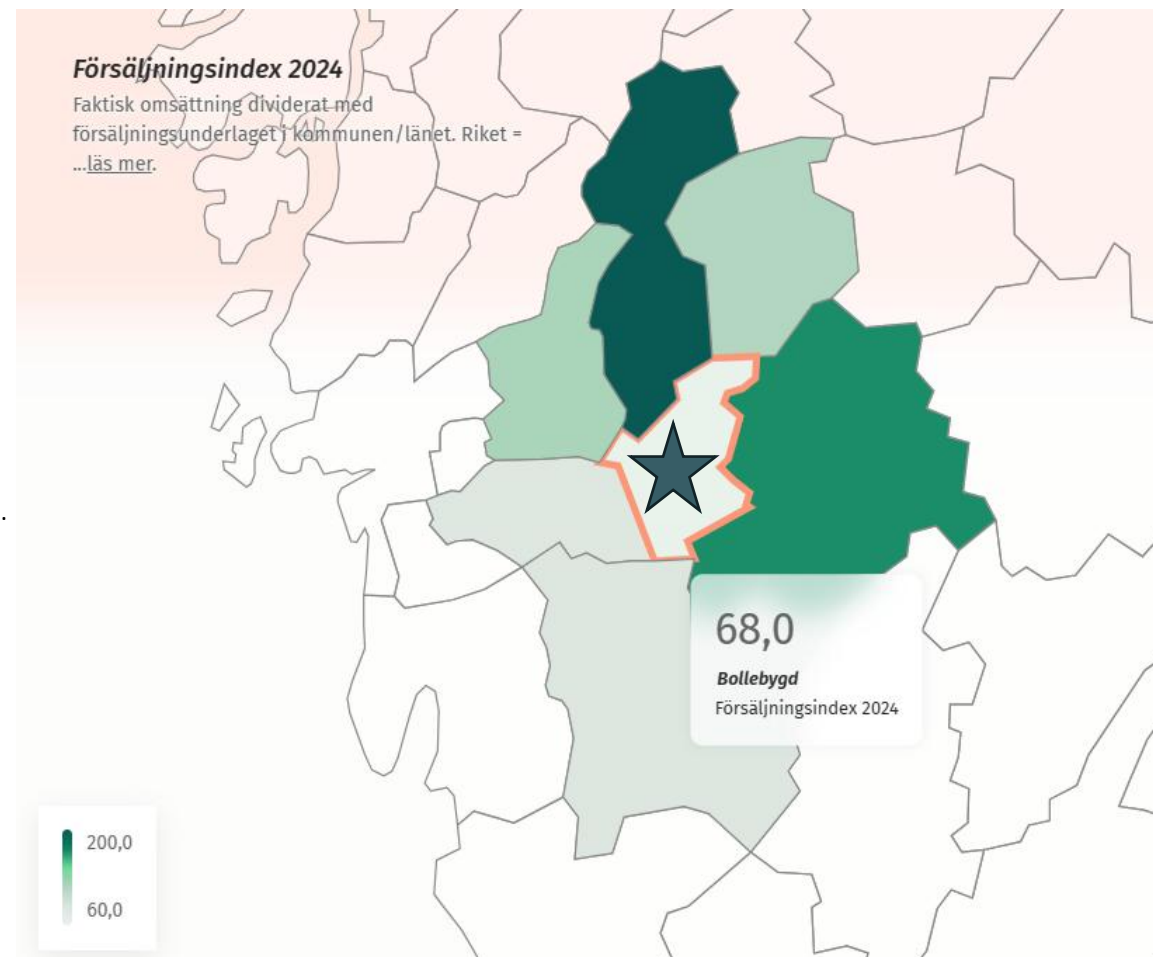
Dagligvaror är något som vi konsumenter brukar förlägga lokalt och gärna i vår hemkommun. Därtill har dagligvaruhandeln en utvecklad butiksstruktur som gör att det finns koncept för både mindre och större marknader. Sammantaget innebär det att dagligvaruhandeln generellt har en högre lägstanivå på index jämfört med sällanköpsvaruhandeln. Det är sällan vi ser index under 50 inom dagligvaror medan det för sällanköpsvaror är mer vanligt.

*Bollebygd har ett försäljningsindex inom **dagligvaruhandeln** på 68, vilket innebär att kommunen tappar köpkraft till andra kommuner.*

*Försäljningsindex för jämförbara kommuner är 85 för dagligvaror, vilket är ganska mycket högre än vad Bollebygd presterar.\*\**

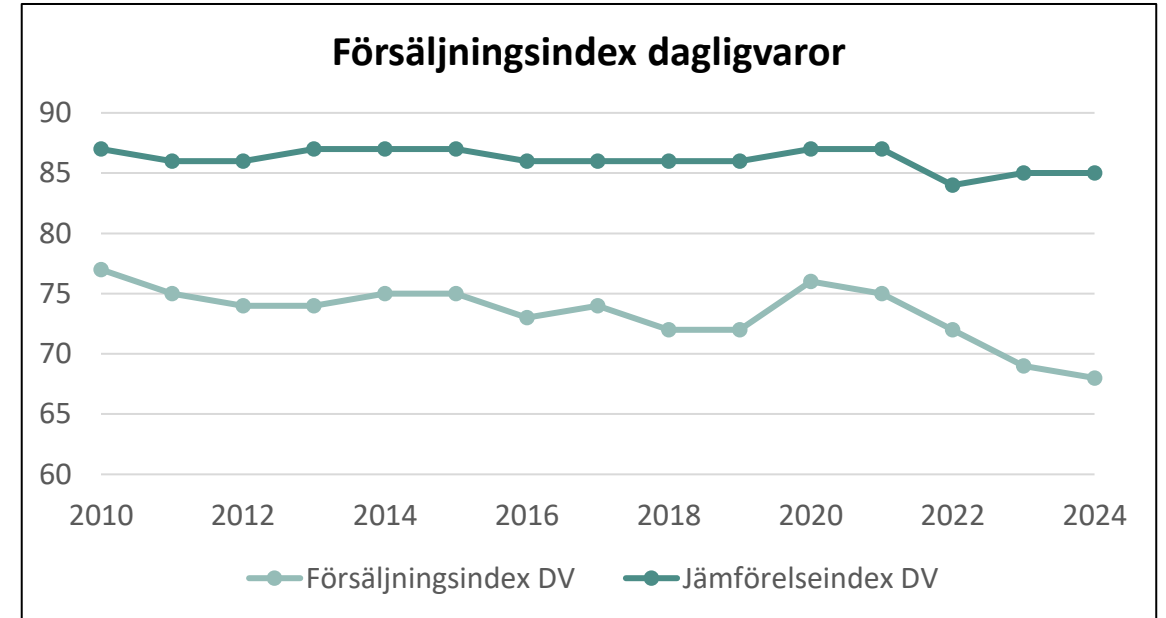
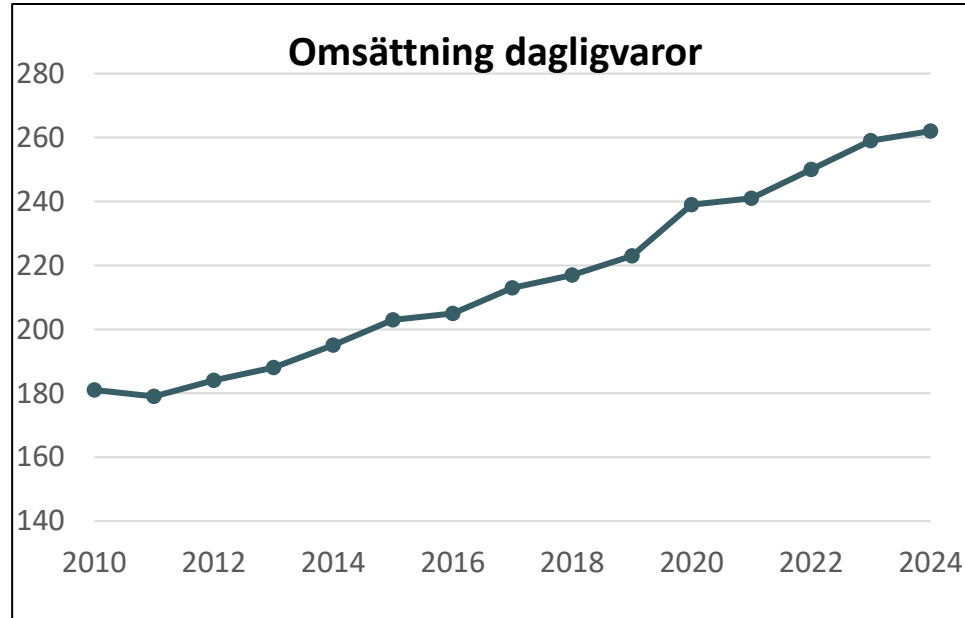
*Härryda har ett försäljningsindex på 78 för dagligvaruhandeln.*

\*\* Jämförbara kommuner innebär samma kommunkategori som Bollebygd tillhör i enligt SKR kategorisering. Bollebygd tillhör kategorin Pendlingskommun nära storstad



Försäljningsindex hjälper oss att kartlägga handelsmönstren i regionen. Kartan ovanför illustrerar vilka kommuner i omlandet som har ett in och utflöde av köpkraft för dagligvaruhandeln. Ett värde över 100 indikerar ett inflöde av handel, medan ett värde under 100 indikerar ett utflöde av handel. Ju mörkare grön färg, desto högre är kommunens försäljningsindex.

# Marknadsmässiga förutsättningar dagligvaruhandel



Diagrammen beskriver Bollebygds omsättningsutveckling för dagligvaror. Från 2010 har omsättningen ökat från 180 Mkr till 2024 där omsättningen är 260 Mkr. Försäljningsindexet beskriver Bollebygds kommuns försäljningsindex för dagligvaror från 2010. Indexet är en indikator på relationen mellan köpkraften och omsättningen i kommunen och kan ses som en indikator för hur attraktivt utbud kommunen har. Bollebygd har ett index på 68 och har tappat ca 10 punkter från 2010. Jämförbara kommuner (kategori Pendlingskommuner nära storstad) är på index 85.

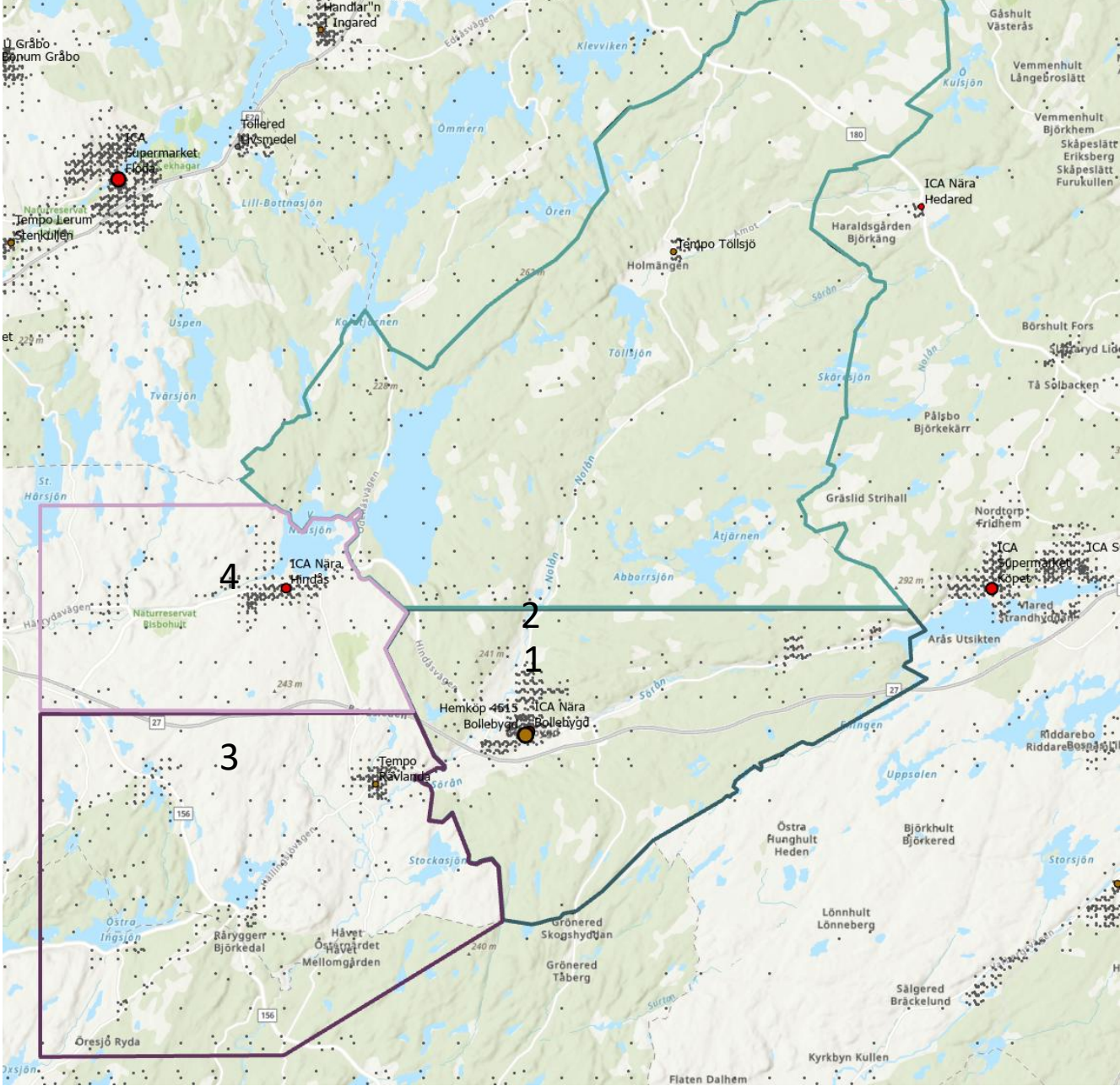
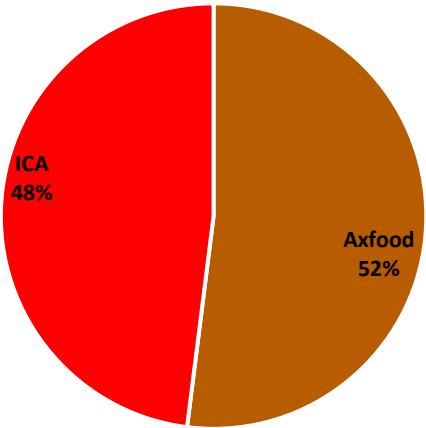
# Butiksstruktur dagligvaruhandel

Närliggande dagligvarubutiker

På kartan till höger syns alla dagligvaruaktörer som opererar i det definierade upptagningsområdet. Nedan finns också en tabell som visar de olika dagligvarubutikernas omsättning i miljoner kronor.

Område	Dagligvarubutik	Omsättning (mkr ink. moms, år 2024)
1	Hemköp Bollebygd	115-140
1	ICA Nära Bollebygd	70-95
4	ICA Nära Hindås	50-75
2	Tempo Töllsjö	9-15
3	Tempo Rävlanda	9-15

Omsättningsandelar 2024



Cirkeln storlek i kartbilden motsvarar omsättningsmässig storlek. Punkterna i kartbilden indikerar grupp om 15 pers. definierat i ett rutnätssystem om rutor på 250\*250 m. Vissa punkter ligger slumpmässigt i rutnätet vilket gör att vissa punkter landat i vattendrag.

● Axfood ● Coop ● ICA ● Lidl

Källa: Esri ArcGis, Delfi Marknadspartner 15



# Marknadsmässiga förutsättningar sällanköpsvaruhandel i Bollebygd – Tuff konkurrens från nya kanaler

## FÖRSÄLJNINGINDEX SÄLLANKÖPSVARUHANDEL

Konsumtionsmönstret runt sällanköpsvaror skiljer sig väsentligt jämfört med dagligvaror. Som konsumenter är vi mer benägna att åka längre eller e-handla mer just sällanköpsvaror. Det innebär att försäljningsindex för sällanköpsvaror oftast varierar beroende på hur utvecklat utbud av sällanköpsvaror kommunen har.

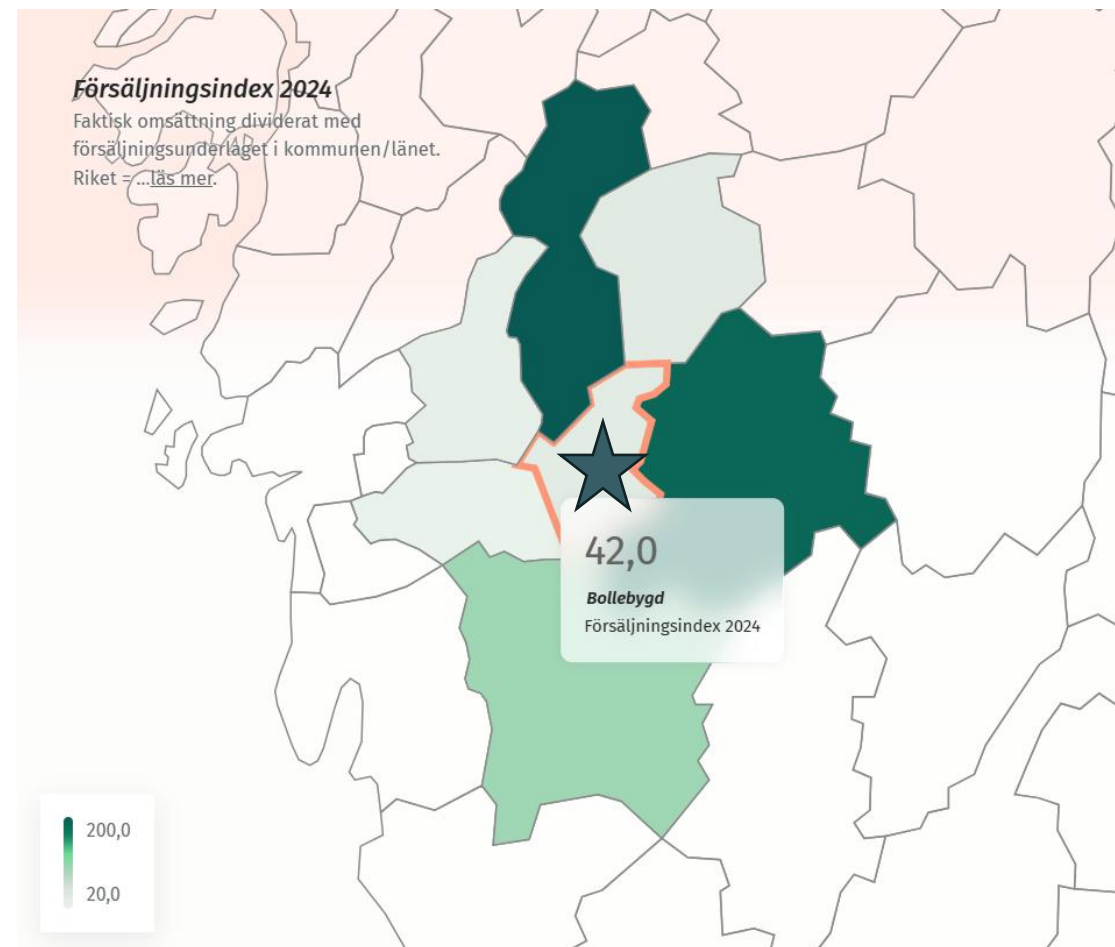
Sällanköpsvaruhandeln är långt mer påverkad av e-handeln än vad dagligvaruhandeln är. E-handelsandelen för sällanköpsvaruhandeln är idag ca 30 procent jämfört med dagligvaruhandelns ca 5 procent. Detta gör att det är relevant att använda konsumtionstal som är reviderade för e-handel just för sällanköpsvaror på ett annat sätt än vad vi gör för dagligvaror. Konkret innebär det att vi inte kan räkna in all eventuell potential i den fysiska handeln, vilket tas hänsyn till när eventuell utvecklingspotential beskrivs lite längre fram i rapporten. För dagligvaruhandeln ser HUI att e-handeln under överskådlig tid kommer få en marginell påverkan, vilket alltså skiljer sig väsentligt jämfört med sällanköpsvaruhandeln.

Försäljningsindex hjälper oss att kartlägga handelsmönstren i regionen. Kartan till höger illustrerar vilka kommuner i omlandet som har ett inflöde av köpkraft för sällanköpsvaruhandeln. Bland grannkommunerna är det endast Alingsås och Borås som har ett inflöde av köpkraft, medan Vårgårda, Mark, Härryda och Lerum har ett utflöde.

*Bollebygd har ett försäljningsindex inom sällanköpsvaruhandeln på 42, vilket innebär att kommunen tappar köpkraft till andra kommuner.*

*Försäljningsindex för jämförbara kommuner\*\* är för sällanköpsvaruhandeln 57.*

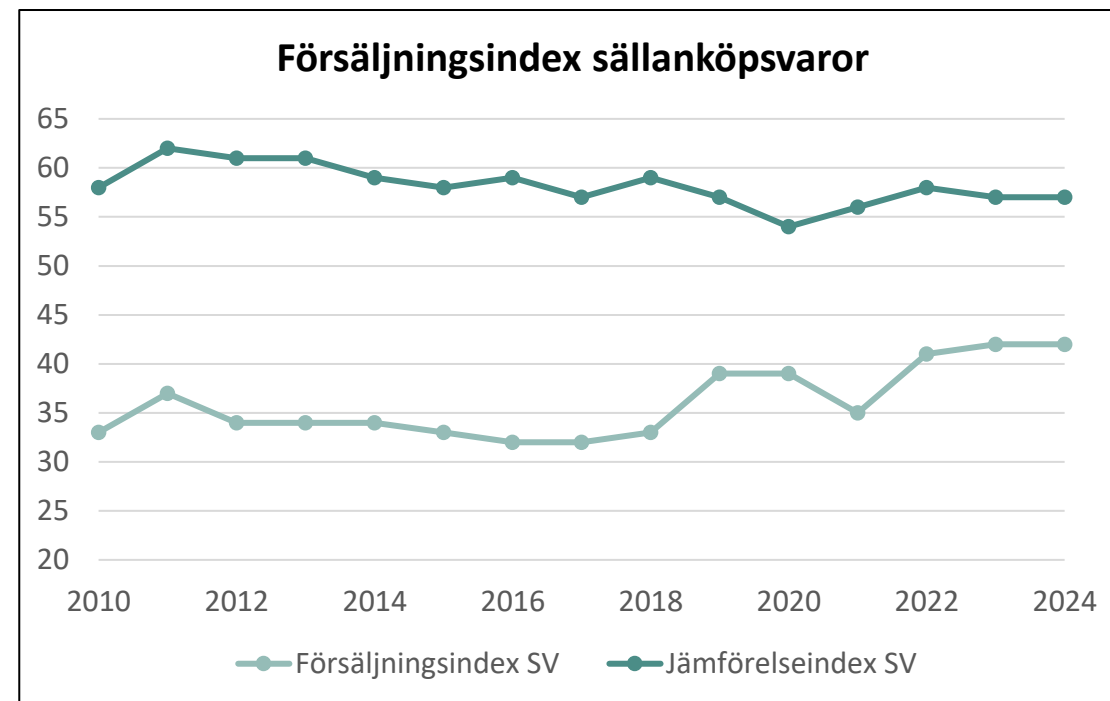
\*\* Jämförbara kommuner innebär samma kommunkategori som Bollebygd tillhör enligt SKR kategorisering. Bollebygd tillhör kategorin Pendlingskommun nära storstad



Försäljningsindex hjälper oss att kartlägga handelsmönstren i regionen. Kartan ovanför illustrerar vilka kommuner i omlandet som har ett in och utflöde av köpkraft för sällanköpsvaruhandeln. Ett värde över 100 indikerar ett inflöde av handel, medan ett värde under 100 indikerar ett utflöde av handel. Ju mörkare grön färg, desto högre är kommunens försäljningsindex.



# Marknadsmässiga förutsättningar sällanköpsvaruhandel



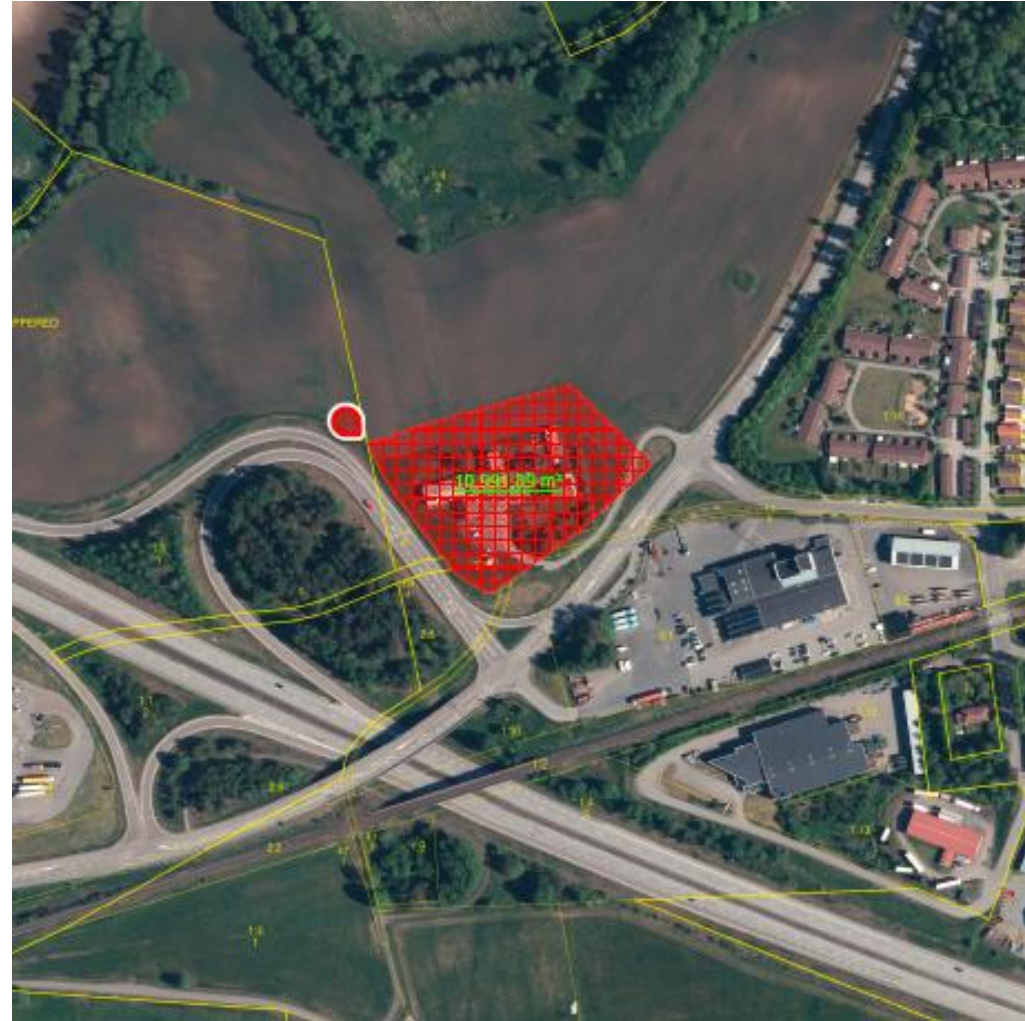
Tabellen till vänster beskriver Bollebygds omsättningsutveckling för sällanköpsvaror. Från 2010 har omsättningen ökat från drygt 90 Mkr till 2024 där omsättningen drygt 150 Mkr. Tabellen till höger beskriver Bollebygds kommuns försäljningsindex för sällanköpsvaror från 2010. Indexet är en indikator på relationen mellan köpkraften och omsättningen i kommunen och kan ses som en indikator för hur attraktivt utbud kommunen har. Bollebygd hade 2010 ett index på 33 och har ökat till 42 i index. Jämförbara kommuner (kategori Pendlingskommuner nära storstad) är på index 85.

## 05 | Upptagningsområde & Demografi

## Nytt potentiellt läge

Ett nytt potentiellt läge för att utveckla handeln finns i Kråketorp Västergård, som ligger i direkt anslutning till trafikplats 80 och Riksväg 40.

Dagens försäljningsindex är på låga nivåer, vilket antyder att det i första hand är Bollebygds lokala befolkning som handlar sina varor i befintliga butiker. Kråketorp Västergård har ett annat typ av läge, vilket gör att vi adderar två nya delområden för just detta område. Även idag förekommer det att kunder för dessa zoner handlar i Bollebygds butiker, men det kommer att ges väsentligt bättre förutsättningar för ökat inflöde från marknader utanför Bollebygds kommun.

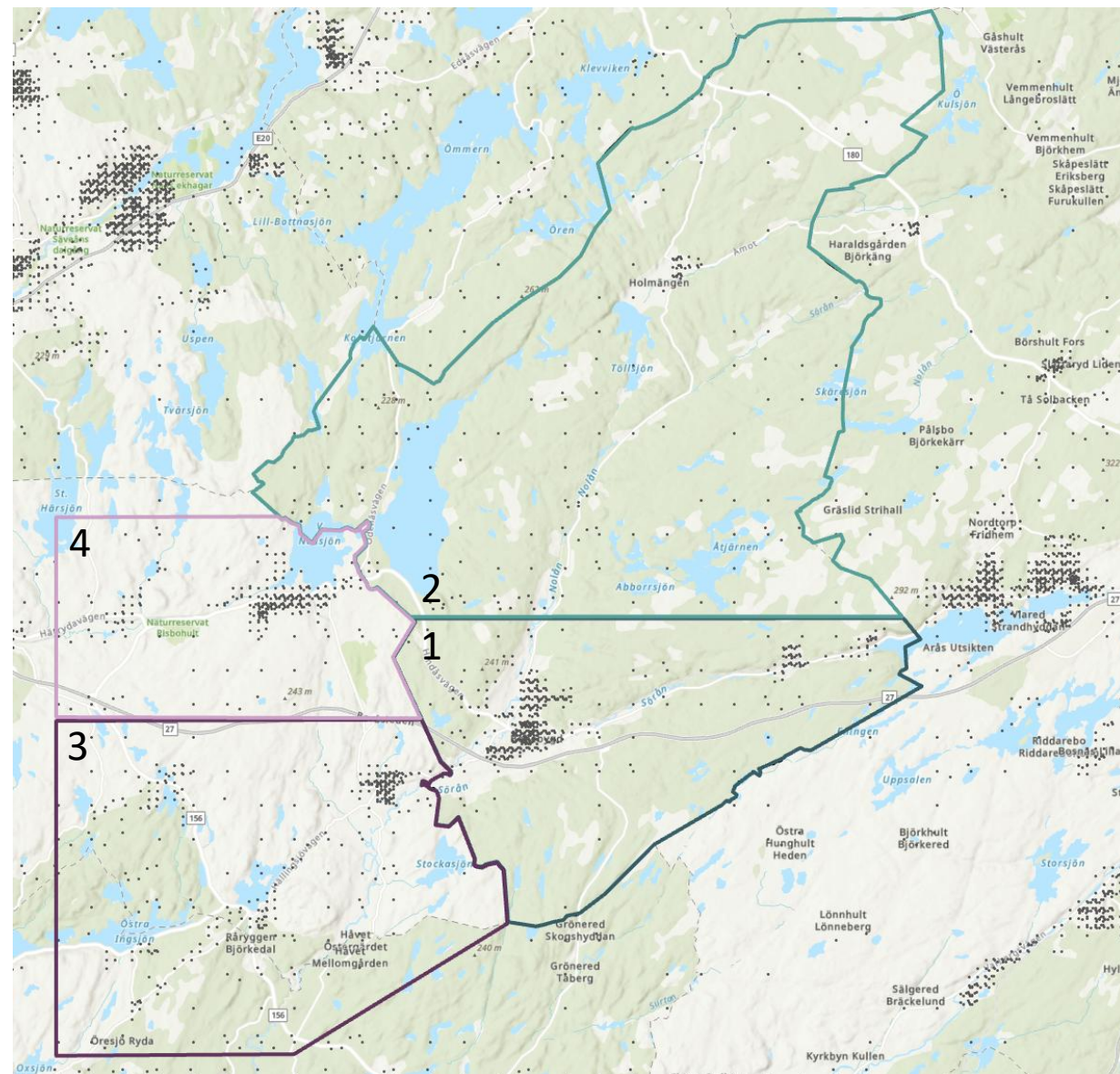


# Definition av upptagningsområde

Marknadsområdet är den geografiska marknad inom vilken olika verksamheter som handel, service och restaurang konkurrerar. Marknadsområdet för Bollebygd är i huvudsak närområdet och kommunen, men påverkan finns även från närliggande områden.

Upptagningsområdet är det område som omfattar efterfrågesidan, exempelvis befolkningsstorlek, köpkraft, demografisk struktur med mera. Upptagningsområdet är det geografiska område som olika verksamheter i huvudsak kan locka kunder ifrån.

Upptagningsområdet för Bollebygd har delats upp i fyra olika delområden, där område 1 och 2 utgörs av södra respektive norra delarna av Bollebygds kommun. Sett till hur mycket Bollebygd omsätter idag så utgör kommunen i huvudsak upptagningsområdet. Vid en eventuell utveckling av handeln vid Kråketorp Västergård blir delområden 3 och 4 än mer intressanta, då man kommer att attrahera mer köpkraft ifrån dessa två områden än vad man gör i dagsläget.



Varje svart prick motsvarar 15 invånare

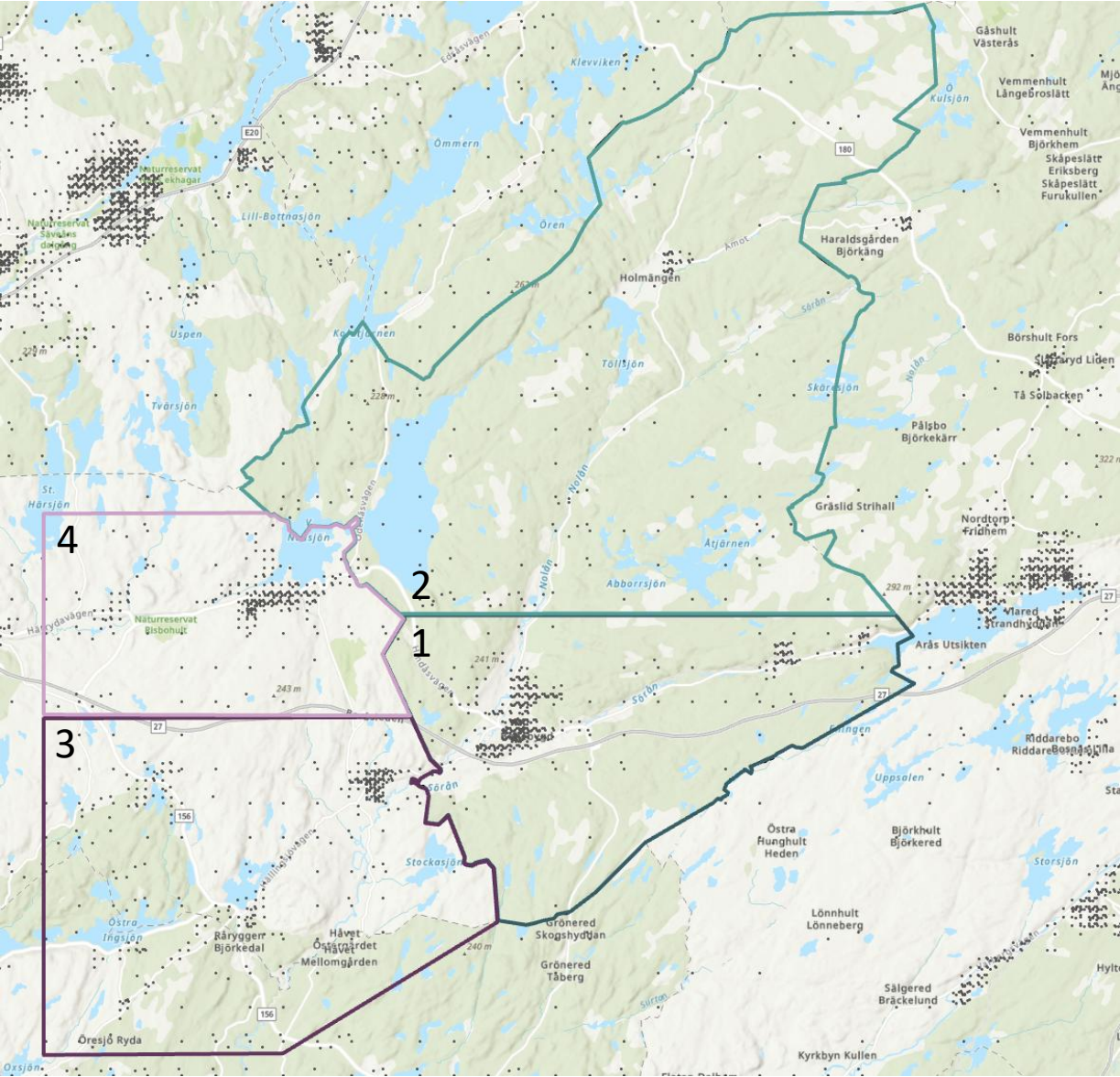
Källa: Esri ArcGIS, SCB



# Antalet invånare i upptagningsområdet

Antalet invånare i hela upptagningsområdet uppgick vid 2024 års slut till cirka 19 300. Av dessa bor drygt 9 800 i Bollebygds kommun (delområde 1-2).

Område	Antal invånare (2024)	Andel invånare av totalt invånarantal*
Delområde 1	6 789	35,2%
Delområde 2	3 013	15,6%
Delområde 3	5 402	28,0%
Delområde 4	4 065	21,1%
Totalt	19 269	



Varje svart prick motsvarar 15 invånare

# Demografin i upptagningsområdet



Typkund  
Område 1

**Ålder:** 25-64 år  
**Utbildningsnivå:** Gymnasial  
**Inkomstnivå:** Medelhög  
**Boendeform:** Småhus  
**Familjesammansättning:** Ensamstående utan barn  
**Fordonsinnehav:** 46%  
**Förvärvsarbetande:** 88%



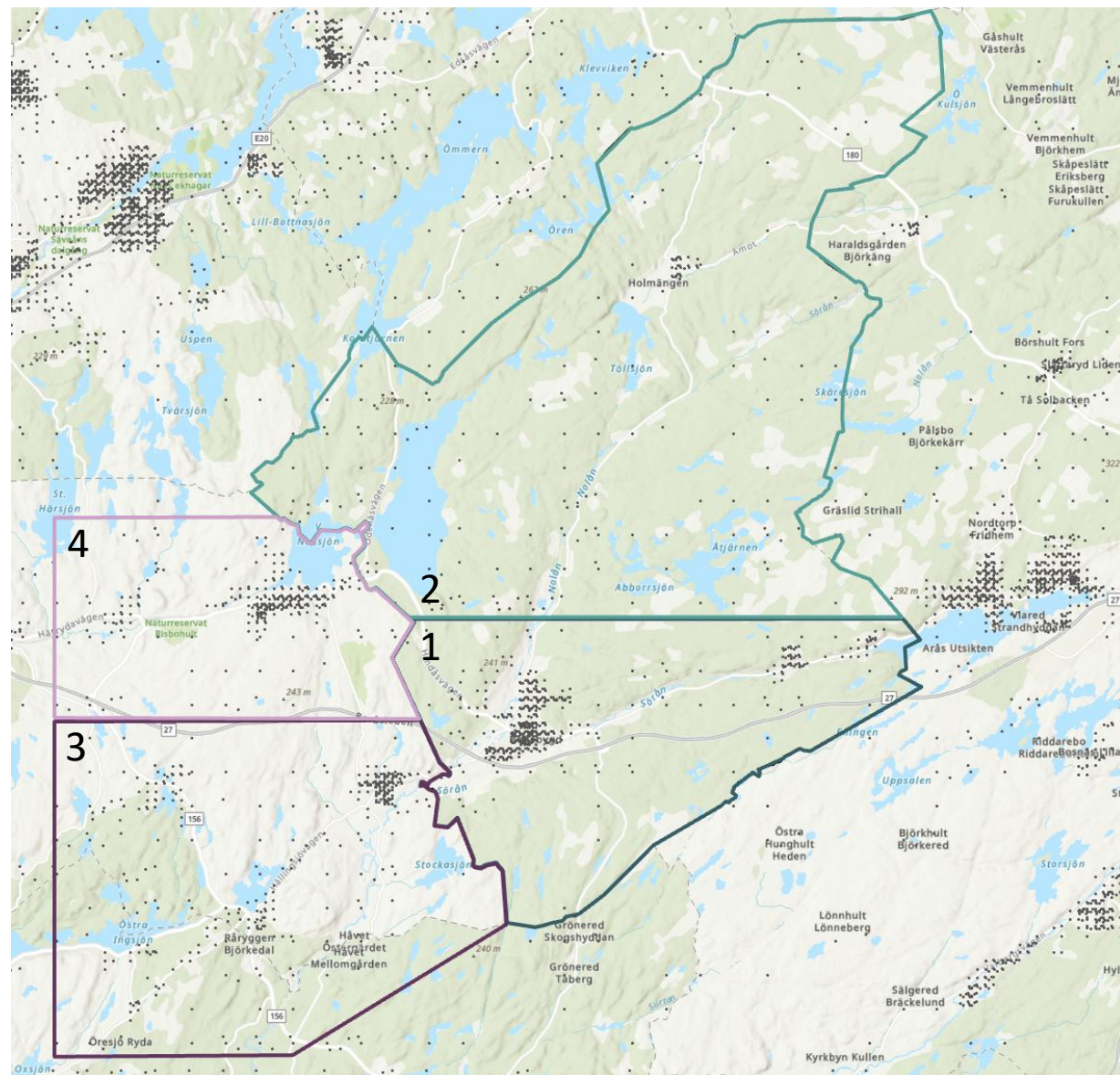
Typkund  
Område 2

**Ålder:** 45-64 år  
**Utbildningsnivå:** Gymnasial  
**Inkomstnivå:** Medelhög till hög  
**Boendeform:** Småhus  
**Familjesammansättning:** Parboende utan barn  
**Fordonsinnehav:** 49%  
**Förvärvsarbetande:** 90%



Typkund  
Område 3

**Ålder:** 45-64 år  
**Utbildningsnivå:** Gymnasial  
**Inkomstnivå:** Medelhög  
**Boendeform:** Småhus  
**Familjesammansättning:** Ensamstående utan barn  
**Fordonsinnehav:** 48%  
**Förvärvsarbetande:** 88%



Varje svart prick motsvarar 15 invånare

Källa: Esri ArcGis, SCB



Typkund  
Område 4

**Ålder:** 45-64 år

**Utbildningsnivå:** Gymnasial

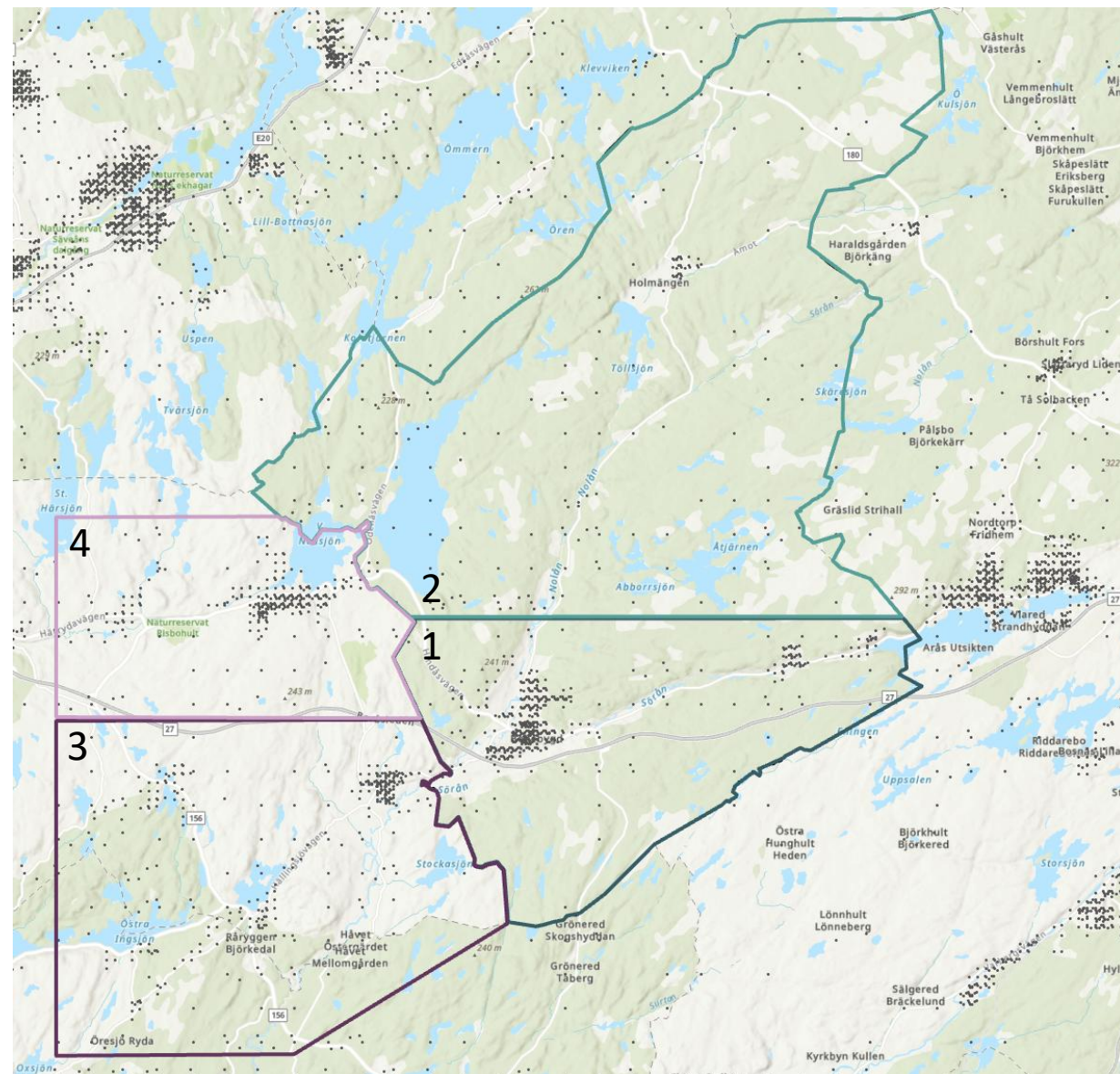
**Inkomstnivå: Hög**

**Boendeform:** Småhus

**Familjesammansättning:** Parboende med barn

**Fordonsinnhav: 43%**

**Förvärvsarbetande: 89%**



Varje svart prick motsvarar 15 invånare

Källa: Esri ArcGis, SCB

## Sammanfattning: demografin i upptagningsområdet

Den demografiska strukturen i upptagningsområdet (delområde 1-4) karaktäriseras av:

- **Befolkningen är i övre medelåldern.** 45 till 64 år är det vanligaste åldersspannet bland invånarna.
- **Inkomstnivåerna är förhållandevis höga.** I samtliga delområden är medelhög eller hög inkomst mest vanligt förekommande och över rikssnittet.
- **En övervägande majoritet bor i småhus.** I delområde 1 är även hyresrätt och bostadsrätt vanligt förekommande.
- **Fordonsinnehavet över rikssnittet i delområde 2 och 3.**

Område	Inkomst-nivå	Utbildnings-nivå	Utländsk etnicitet	Fordons-innehav	Arbetslöshet	Bor i bostadsrätt	Bor i Småhus	65+ år
Upptagningsområdet	Medel/Hög	Medel	Låg	Medel	Låg	Låg	Hög	Medel/Hög

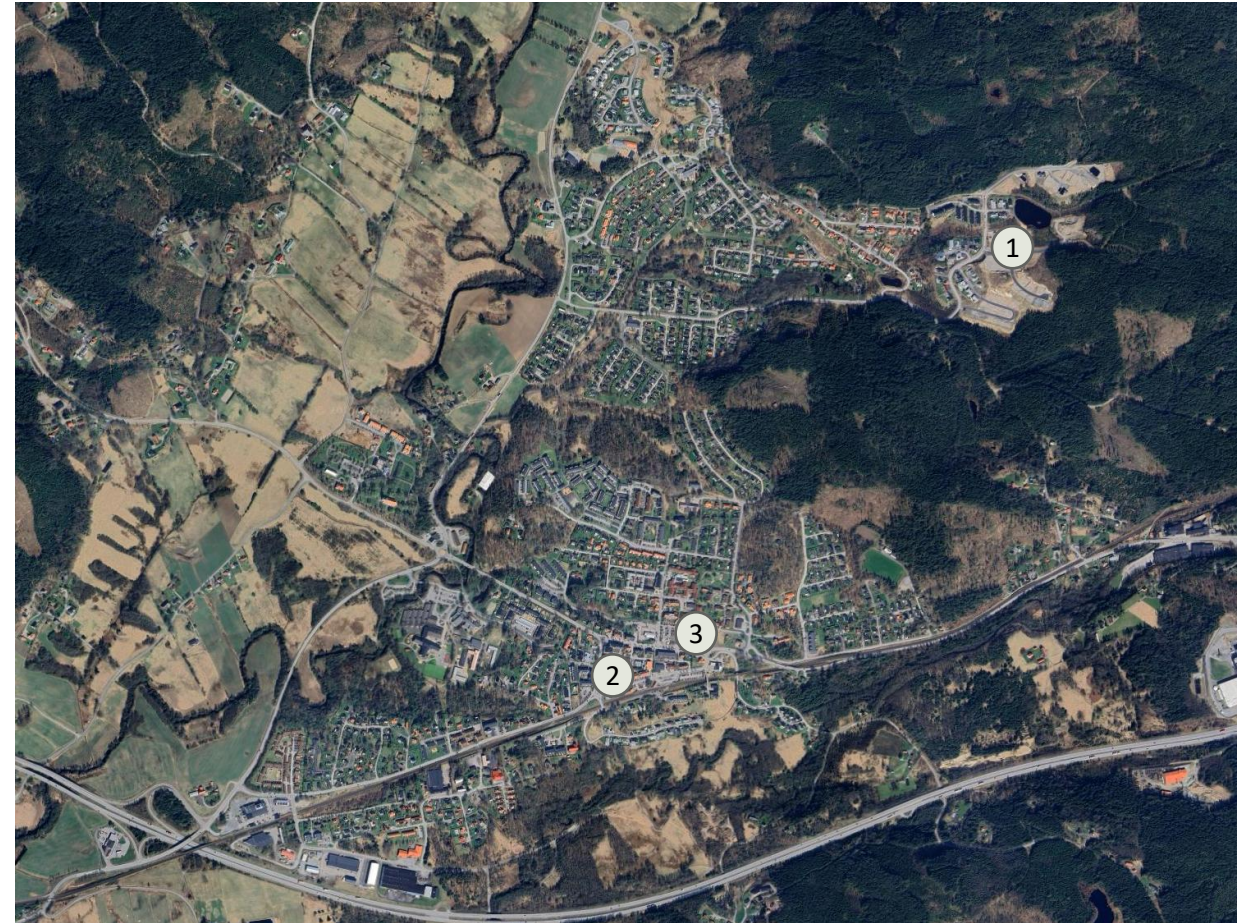
# Stadsutveckling & Befolkning



# Kommande bostäder i upptagningsområdet

**Antal planerade och pågående och prognostiserade bostadsprojekt i upptagningsområdet:** Cirka 610 st.

- ① **Bergadalen** – Detaljplanen vann laga kraft 2020 och omfattar cirka 70 bostäder. Området är dock ännu inte helt utbyggt och kommunen erfar en svårighet att sälja tomterna. Kommunen äger 14 tomter, varav 6 har lyckats säljas. Möjlig byggstart är därmed ännu inte fastställd.
- ② **Nyhem** – Upp till 130 bostäder planeras, siffran beror dock på hur stor andel av byggnaden som blir verksamhet vilket inte är reglerat. Detaljplan är under samråd och möjliggör både centrumverksamhet och bostäder. Möjlig byggstart är beräknad till andra halvan av 2026.
- ③ **Malmgården** – Arbete pågår med ändring av gällande detaljplan som omfattar cirka 75 bostäder. Ändringen innebär eventuellt ett högre våningsantal vilket kan medföra ytterligare bostäder, däremot väntas mestadelen gå åt till verksamhet. Möjlig byggstart är beräknad till andra halvan av 2026.





# Kommande bostäder i upptagningsområdet

- ④ **Prästgårdsgärdet** – Detaljplanen omfattar upp till 200 nya bostäder, räknat i överkant då lägenhetshus troligen uteblir och ersätts av villor. Detaljplanen är under granskning och möjlig byggstart beräknas till början av 2026. Detaljplanen förväntas dock överklagas till domstol vilket bidrar med osäkerheter.
- ⑤ **Södra Fjällastorp** – En högt prioriterad detaljplan innehållande förskola, cirka 50 nya bostäder och ett eventuellt äldreboende är under uppstart. Möjlig byggstart beräknas till början av 2027. Även denna detaljplan förväntas dock överklagas till domstol.
- ⑥ **Fjällastorp** – Detaljplanen omfattar cirka 50 bostäder, blev antagen i juni 2025 och sedan överklagad. Svar från domstolen om de går vidare med ärendet förväntas under hösten. Om så blir fallet väntas besked huruvida planen blir upphävd innan sommaren. Möjlig byggstart är beräknad till 2026 om planen ej upphävs.

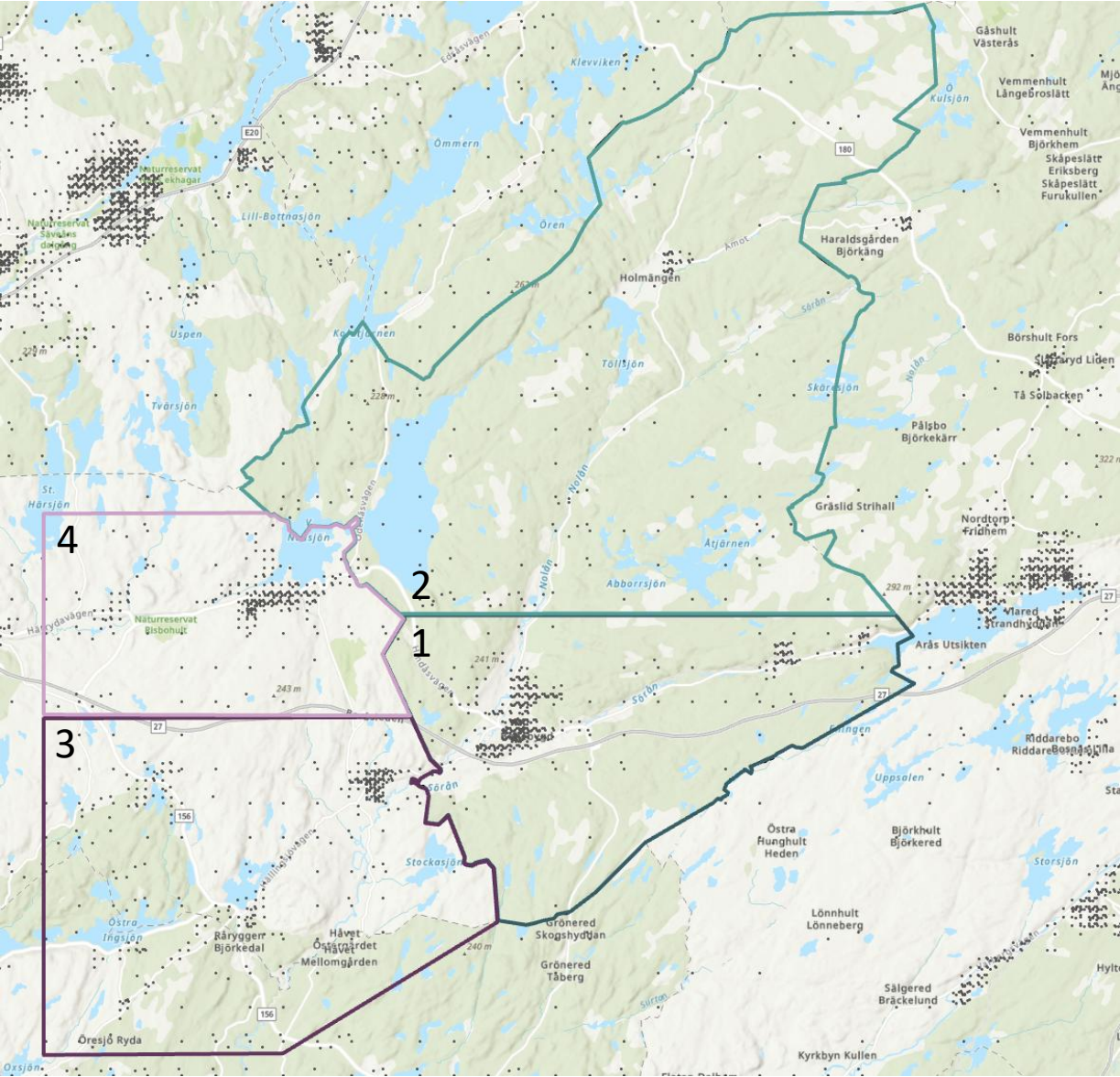




# Befolkningstillväxt

Befolkningsprognosen är baserad på Stistics prognos från år 2025 för Bollebygds kommun.  
Befolkningsutvecklingen i område 3 och 4 bygger på Härryda kommuns befolkningsprognos från år 2024 med bas i Björkektorpsdistriktet.

Delområde	2024	2030	2034	Tillväxt 2024-2034
Delområde 1 (Bollebygd Tätort m.fl.)	6 789	6 991	7 223	434 (6%)
Delområde 2 (Norra Bollebygd m.fl.)	3 013	3 034	3 050	37 (1%)
Delområde 3 (Rävlanda m.fl.)	5 402	5 665	5 827	425 (8%)
Delområde 4 (Hindås m.fl.)	4 065	4 268	4 401	336 (8%)
Totalt	19 269	19 958	20 501	1 232 (6%)



Varje svart prick motsvarar 15 invånare

# Köpkraftsanalys

# Köpkraftstillväxt detaljhandel samt café och restaurang

Den totala köpkraften för detaljhandeln samt café och restaurang i området (område 1-4) väntas växa med cirka 444 miljoner kronor från år 2024 till 2034. Knappt 70 miljoner kronor av den totala köpkraftstillväxten kan härledas dagligvaror. Då dagligvaror handlas mer lokalt, i närheten av bostaden, är det egentliga marknadsområdet för dagligvaror primärområdet. Köpkraften inom sällanköpsvaruhandeln förväntas växa med cirka 304 miljoner kronor fram till år 2034. Märk väl att största delen av utvecklingen kommer tillfalla e-handeln i just sällanköpsvaruhandeln.

För Bollebygds kommun så är köpkraften för dagligvaror 377 Mkr och förväntas öka till 404 Mkr fram till år 2034, en ökning på 27 Mkr jämfört med idag.

Som vi beskriver ser det ut att bli en god tillväxt fram till år 2034. Men i det korta perspektivet ser det inte lika ljust ut. Det är i huvudsak under perioden mellan år 2030-2034 som tillväxten förväntas att ske.

TOTAL KÖPKRAFTSTILLVÄXT (MSEK) PER BRANSCH OCH OMRÅDE 2024-2035

Total köpkraft MSEK (inkl. e-handel) 2024								
Marknadsområde	Dagligvaror	Sällanköpsvaror	Beklädnad	Fritidsvaror	Hemutrustning	Total Detaljhandel	Café & Restaurang	Totalt inkl. restaurang
Område 1	261	240	61	86	94	501	86	587
Område 2	116	107	27	38	42	222	38	260
Område 3	208	191	48	68	75	399	68	467
Område 4	156	144	36	51	56	300	51	351
Totalt	740	683	172	244	267	1 423	243	1 666

Total köpkraft MSEK (inkl. e-handel) 2034								
Marknadsområde	Dagligvaror	Sällanköpsvaror	Beklädnad	Fritidsvaror	Hemutrustning	Total Detaljhandel	Café & Restaurang	Totalt inkl. restaurang
Område 1	284	348	75	144	130	632	111	743
Område 2	120	147	32	61	55	267	47	314
Område 3	230	280	60	116	105	510	90	600
Område 4	173	212	46	88	79	385	68	453
Totalt	807	987	212	408	368	1 794	316	2 110

## 06 | Analys av dagligvaruetaablering

# Förutsättningar och Metod

Analysen bygger sina grunder på köpkraften för invånarna i kommunen och upptagningsområdet i övrigt.

## Indexmodellen samt inomkommunala effekter.

Den mest grundläggande modellen inom kommunal analys för att spåra flöden är att studera det kommunala försäljningsindexet. Indexet visar kommunens attraktivitet som handelsdestination där ett index på 100 innebär en jämnvikt mellan omsättningen på vad handeln genererar och invånarnas köpkraft. Är index under 100 sker ett utflöde till andra kommuner och marknader. Indexmodellen är i synnerhet för Bollebygd en relevant modell då en eventuell negativa effekter av en expansion har lägre sannolikhet att påverka kommuner med lägre index än högre index. En alternativ metod är att göra en "tvillinganalys", dvs leta upp kommuner med liknade förutsättningar och studera effekter och utveckling. Detta är en metod som HUI menar kan användas som referens snarare än metod, då alla kommuner och platser har olika förutsättningar för sina verksamheter. Vårgårda är ett exempel som nämnts på en referens som skulle kunna vara aktuell. I Vårgårdas centrum har dess största aktör med en omsättning över 170 Mkr omlokiserat sig och utvecklat en avsevärt större butik och ett planområde som är värmare 30 000 kvm. Vårgårda har således helt andra utgångspunkter.

Indexmodellen säger dock ganska lite om den inomkommunala fördelningen av handeln men modellen är en basmodell för att utvärdera möjligheterna för expansion av handel. För att beskriva eventuella inomkommunala effekter tar HUI erfarenheter från att studerat Sveriges samtliga 107\* stadskärnors utveckling beroende på om de har externhandel eller inte.

\* Cityindex – Sverige har enligt cityindexmodellen 107 stadskärnor





# Utvecklingen av detaljhandeln i cirka 100 stadskärnor

## LIKNADE UTVECKLING FÖR STADSKÄRNAN OAVSETT EXTERNHANDELL ELLER INTE

HUI gör på uppdrag av Fastighetsägarna en kartläggning runt om i landet över drygt 100 stadskärnor. Dessa kategoriseras enligt:

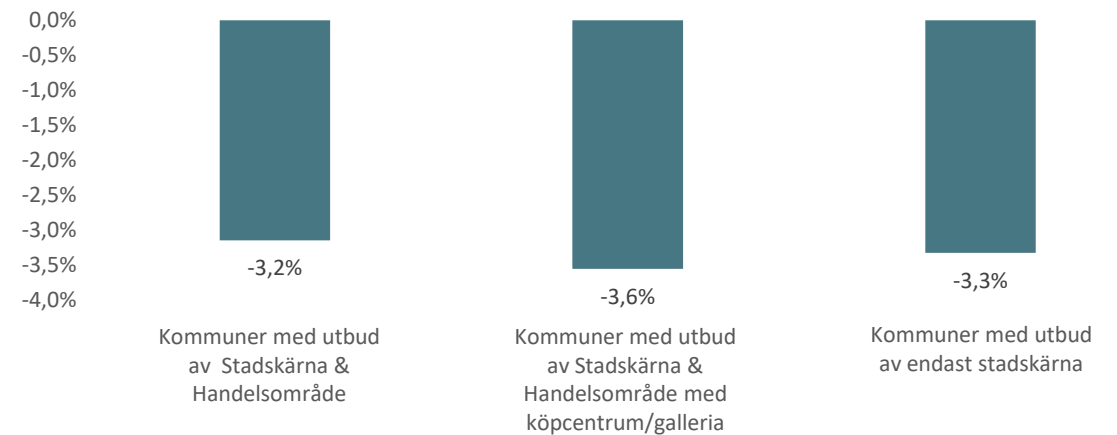
- Kommuner med utbud av stadskärna och handelsområde (externhandel)
- Kommuner med utbud av stadskärna handelsområde samt med inslag av Köpcentrum/Galleria (externhandel)
- Kommuner med utbud av endast stadskärna och ingen externhandel

I diagrammet längst upp går det att utläsa att samtliga stadskärnor tappar detaljhandelsvolym under perioden 2016 – 2019. Detta är till stor del en konsekvens av digitaliseringen samt att stadskärnor är starkt exponerade mot beklädnadshandeln vars fysiska handel har tappat drygt fem procent under samma period. ***Vi ser också att under perioden år 2016-2019 har kommuner som saknar externhandel svag eller svagare utveckling i stadskärnan än kommuner som har externhandel.***

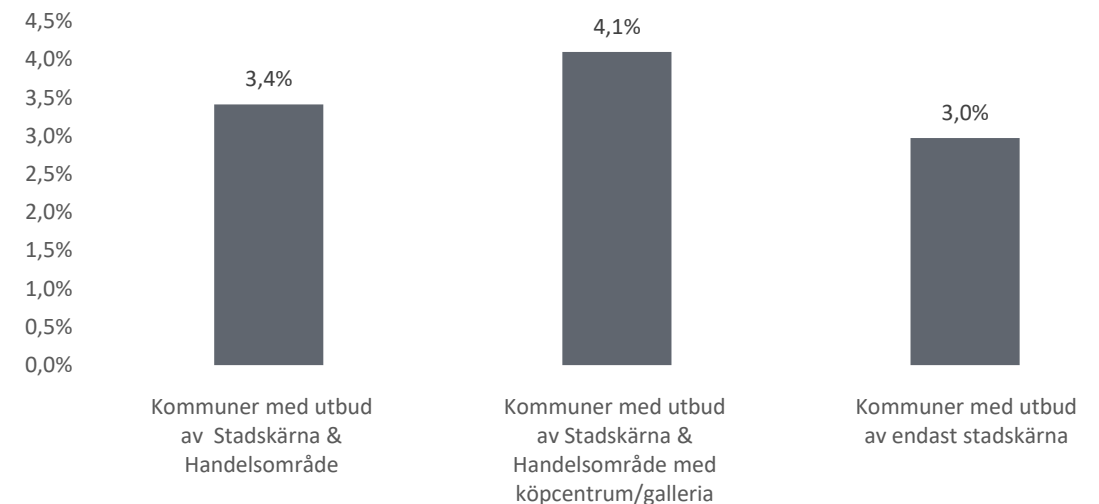
På grund av pandemin mellan 2020 och 2021 har den perioden utelämnats i den statistik som presenteras. Om vi ser på 2022 och jämför det med 2021 så finns effekter av pandemin kvar och därtill prisökningar, men trenden rörande externhandels effekt på stadskärnan är liknande den före pandemin. Effekten på stadskärnan från externhandeln är inte särskilt påtaglig utan stadskärnorna ökar sin omsättning. Parallellt så bidrar externhandeln till stark tillväxt för kommunerna som har externhandel (sid 23).

Är då lärdomen att det är bra för en kommun eller stadskärna med ett kompletterande externhandelsutbud och då särskilt handelsområden? Svaret är inte givet då det finns många dimensioner, som spelar in. Men utifrån ett handelsperspektiv så bidrar externhandeln till fler möjligheter för etableringar och diversifierat handelsutbud och det är bra för alla.

Omsättningsutveckling av detaljhandeln i stadskärnorna 2016 – 2019



Omsättningsutveckling av detaljhandeln i stadskärnorna 2021 – 2022



# Utvecklingen av externhandeln i identiska kommuner

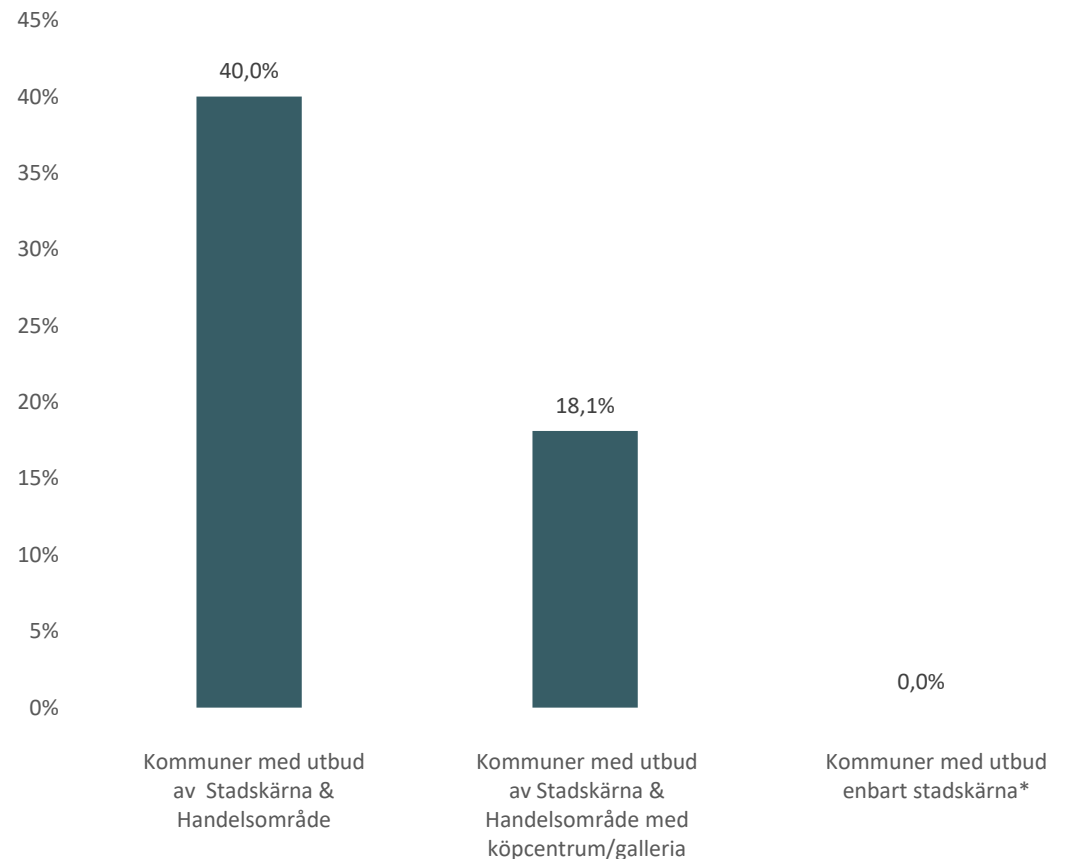


## HÖG TILLVÄXT I EXTERNHANDELN

Stadskärnorna har alltså haft en liknande utveckling oavsett om de har externhandel eller inte. Om vi i stället ser på hur just externhandeln utvecklats i kommunerna från 2016 så ser vi att kommuner som har externhandel med endast handelsområden utan externa gallerior har haft bäst utveckling. Mellan 2016 och 2022 har dessa områden haft en tillväxt på 40%. Utvecklingen i kommuner med både handelsområden och gallerior ligger på 18% för samma period. För tydlighetens skull så saknar kommuner med endast stadskärnor utveckling i externhandeln som just denna bilden visar.

Sammanfattningsvis kan vi konstatera att externhandeln inte bara fyller en funktion i form av att kunna hantera mer platskrävande utbud. Den står också för en hög eller ganska hög tillväxt i kommunernas dagligvaruhandel.

Utveckling total detaljhandel i externa handelsområden, 2016-2022



\* Eftersom dessa kommuner inte har några externa handelsområden

# HUIs insikter och lärdomar runt externhandels effekt på stadskärnor

## HUIs INSIKTER

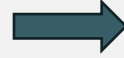
## HUIs LÄRDOMAR

1. Externhandeln och i synnerhet handelsområden konkurrerar i huvudsak inte om samma detaljister som stadskärnan. I stället ser vi att handelsområden kompletterar stadskärnans utbud.



1. Olika koncept passar i olika sammanhang. De största detaljhandelskoncepten både sett till omsättning och fysisk yta återfinns ofta i handelsområden och mindre koncept i stadskärnor. Anledningen är att detaljhandelskoncepten hänger ihop med utformningen av den fysiska platsen.

2. Den volymbaserade externhandeln med handelsområden har liten eller en ringa effekt på stadskärnan. Samtidigt växer externhandeln starkt.



2. HUI har studerat detaljhandelns utveckling i två olika mätperioder med samma insikt. Vi ser ingen dramatisk skillnad på omsättningsutvecklingen i stadskärnan beroende på om kommuner har externhandel eller inte. Samtidigt växer externhandeln starkt.

3. Kommuner som har externhandel har genomgående både högre försäljningsindex samt högre sysselsättning inom detaljhandeln.



3. Ett högt försäljningsindex medför att utflödet av köpkraft blir lägre från kommunen och på så vis genererar omsättning på sin lokala marknad. Utöver detta kan det ökade antalet arbetstillfällen ha flera positiva följder för kommunen, både socialt och ekonomiskt.

4. Kommuner som har ett varierat handelsutbud med både stadskärna och volymbaserad externhandel är mer kompletta handelsdestinationer.



4. Kommuner som erbjuder fler etableringsmöjligheter skapar bättre förutsättningar för att få en mer mångfacetterad butiksstruktur.

5. Handeln behöver god tillgänglighet – Även i framtiden.



5. Hårdare miljözoner i centrum av städer påverkar handelns tillgänglighet negativt. Bilen är fortsatt en viktig del för att handeln ska fungera. Externhandeln kan uppfylla både konsumenters, detaljhandelns samt kommuners kravställningar för plats och tillgänglighet.

# Omsättningspotential Dagligvaror: Högt utflöde och potential

OMSÄTTNINGSPOTENTIAL DAGLIGVAROR ÅR 2024, 2030 och 2034\*

## DAGLIGVARUHANDELN I BOLLEBYGDS KOMMUN

År 2024 uppgick köpkraften inom dagligvaror till 377 miljoner kronor. Kommunen hade ett försäljningsindex för dagligvaruhandeln på 68, vilket innebar ett utflöde som motsvarade cirka 1/3 av det befolkningsmässiga underlagets konsumtion. Omsättningen inom dagligvaror i Bollebygds kommun uppgick till 230 miljoner kronor år 2024.

## INDEX OCH MÅLTALSPRINCIPEN

Vid beräkning av framtida omsättningspotential för dagligvaror i Bollebygds kommun använder HUI måltalsprincipen, vilket innebär att arbeta efter ett måttal för relationen mellan köpkraft och omsättning. Detta är något som kommunen själv kan påverka och välja olika scenarier för.

## OMSÄTTNINGSPROGNOS FÖR DAGLIGVARUHANDELN

**SCENARIO 1:** I utgångsläget behålls dagens relation mellan köpkraft och omsättning vid beräkning av framtida omsättningspotential. Med ett likvärdigt försäljningsindex som idag har dagligvaruhandeln i Bollebygds kommun potential att omsätta 248 miljoner år 2034. Detta innebär en ökning med 18 miljoner mellan år 2024 och 2035. Konsekvensen blir en viss ökad omsättning men att utflödet från kommunen ökar från idag redan höga nivåer då nästan 150 miljoner potentiell dagligvaruomsättning tillfaller andra marknader till 160 Mkr i utflöde 2034.

**SCENARIO 2:** Det finns en teoretisk möjlighet för Bollebygds kommun att öka sitt försäljningsindex för att täcka en större del av invånarnas köpkraft. Om försäljningsindexet höjs från 68 till 85 (vilket jämförbara kommuner uppnår inkl. Vårgårda innan expansion) innebär det att dagligvaruhandeln i Bollebygds kommun har potential att omsätta 316 miljoner år 2035. Detta innebär en ökning med ca 90 miljoner mellan år 2024 och 2035. Samtidigt **minskar utflödet** till knappt drygt 90 Mkr.

	Scenario 1: Index 68 (dagsläge)		Förändring 2023-2034
Område	2024	2034**	Utv. 2034**
Köpkraft Bollebygds kommun	377*	405*	+28
Omsättning dagligvaruhandel	230	248	+18
Handelsutflöde	147	158	+11

	Scenario 2: Index 85		Förändring 2024-2034
Område	2024	2034**	Utv. 2034**
Köpkraft Bollebygds kommun	377*	405*	+28
Omsättning dagligvaruhandel	230	316	+86
Handelsutflöde	147	91	-56

Obs! \*Prognoserna anges i fast penningvärde, miljoner kronor (tar ej hänsyn till prisutveckling). Källa: HUI  
\*\*Baseras på befolkningsprognos Statisticon och för 2034.

# Reflektioner: Dagligvaror

## GRUNDFÖRSLAG

HUI rekommenderar Bollebygd att utveckla sin handelsstruktur. Med dagens utbud når inte Bollebygd upp till jämförbara kommuners genomsnitt, utan Bollebygd har ett index för dagligvaror på 68 jämfört med 85 som är genomsnittet för jämförbara kommuner. Detta gör att Bollebygd har ett ganska stort utflöde av köpkraft idag, då mer än 1/3 av köpkraften inom dagligvaror läggs i andra kommuner. Baserat på hela upptagningsområdet så frångår hela 50 procent av köpkraften till andra marknader.

Sett till sin potential gör HUI bedömningen att föreslaget läge vid Kråketorps Västergård skulle kunna medföra ett intressant läge för en dagligvarubutik. Här når dessutom en potentiell butik andra marknader och delområden. Baserat på det mycket stora utflödet estimerar HUI en dagligvarupotential på ca 90 Mkr (beroende på befolkningsutvecklingen samt Bollebygds kommuns egna utvecklingspotential, därtill skall adderas ökat inflöde från område 3 och 4 vilket skapar ytterligare potential). För att kunna skapa förutsättningar för att både kunna bibehålla eller utveckla handeln i centrum samtidigt som Kråketorps Västergård erbjuds kommersiellt acceptabla förutsättningar föreslås en butik på ca 2 000 kvm BTA eller ca 1 200-1 500 kvm säljyta (baserat på branschmässiga nyckeltal). Sannolikt kunde en mycket större butik kunna etableras men för att inte skada handeln i centrum rekommenderas angivna ytor. Eventuell påverkan på befintlig struktur kommer att ske främst under den nya butikens första driftår men långsiktigt och med hänsyn tagen till dagens stora utflöde till andra marknader finner HUI att den nya butiken mer kommer hindra utflöde än att kannibalisera på befintlig butiksstruktur. Kråketorps Västergård har en god marknadspotential då butiksläget både vänder sig till nya marknader samt och också kan locka tillbaka kunder som idag handlar på andra marknader, som kan generera mer trafik till Bollebygd.

## UTVECKLINGSIDÉER

Dagens butiksbestånd innefattar i centralorten en ICA Nära-butik, som är ICAs minsta format, samt en väl fungerande Hemköp-butik och en Tempo-butik i kommunens norra del (Töllsjö). Butiksstrukturen är acceptabel men utvecklingsbar, vilket det relativt höga utflödet indikerar. **Således utnyttjas idag inte kommunens fulla potential för dagligvaruhandeln i sin lokala marknad.** Butikerna är trångbodda och parkeringssituationen i centrum är vid rusningstrafik utmanande. Båda butikerna i centrum har en mycket hög försäljning/kvm vilket begränsar utvecklingspotentialen för de befintliga butikerna.

**HUI rekommenderar således att etablera dagligvarubutik vid Kråketorps Västergård på ca 2 000 kvm BTA.** Detta innebär att butiken kan etableras utan att långsiktigt påverka innevarande butiksstruktur mer än att i huvudsak minska det omfattande utflödet från marknaden.





# Omsättningspotential sällanköpsvaror: Hög potential men mycket e-handel

## SÄLLANKÖPSVARUHANDELN I BOLLEBYGDS KOMMUN

År 2024 uppgick köpkraften inom sällanköpsvaror till 347 miljoner kronor. Kommunen hade samma år **ett försäljningsindex på 42** och omsättning på 152 miljoner kronor inom sällanköpsvaruhandeln. Utfödet för sällanköpsvaruhandeln är alltså mer än hälften av köpkraften. **Försäljningsindexet för jämförbara kommuner är 57.**

## OMSÄTTNINGSPROGNOS FÖR SÄLLANKÖPSVARUHANDELN

*SCENARIO 1:* I utgångsläget behålls dagens relation mellan köpkraft och omsättning vid beräkning av framtida omsättningspotential med total köpkraft inklusive e-handel. Med ett likvärdigt försäljningsindex som idag har sällanköpsvaruhandeln i Bollebygds kommun potential att omsätta 216 miljoner år 2035. Detta skulle innebära en ökning med 64 miljoner mellan år 2024 och 2034 för att upprätthålla dagens index på 42. I praktiken innebär det att den fysiska handeln bör utvecklas för att bibehålla dagens nivåer.

*SCENARIO 2:* Vid samma måltalsprincip som använde oss av för dagligvaruhandeln och ser på jämförbara kommuners försäljningsindex skulle det för Bollebygd innebära ett försäljningsindex på 57. För Bollebygd skulle ett sällanköpsvaruindex på 57 på sikt innebära att sällanköpsvaruhandeln ökar ca 130 Mkr jämfört med idag. Men baserat på e-handels utveckling innebär det realistiskt en ökning för den fysiska handeln i storleksordningen mellan 60-80Mkr. För att nå dit måste alltså handeln öka med ca 50 procent jämfört med idag.

## OMSÄTTNINGSPOTENTIAL SÄLLANKÖPSVAROR ÅR 2023, 2030 och 2034

	Scenario 1: Index 42 (dagsläge)		Förändring 2023-2035
Område	2024	2034**	Utv. 2034**
Köpkraft Bollebygds kommun	347*	494*	+147
Omsättning sällanköpsvaruhandel	152	216	+64
Handelsutflöde	195	278	+83

	Scenario 2: Index 57 (målbild)		Förändring 2024-2034
Område	2024	2034**	Utv. 2034**
Köpkraft Bollebygds kommun	347*	494*	+147
Omsättning sällanköpsvaruhandel	152	286	+134
Handelsutflöde	195	208	+13

Obs! \*Prognoserna anges i fast penningvärde, miljoner kronor (tar ej hänsyn till prisutveckling). Källa: HUI  
\*\*Baseras på befolkningsprognos Statisticon och för 2034.

# Reflektioner: Sällanköpsvaror

## GRUNDFÖRSLAG

Försäljningsindexet för sällanköpsvaruhandeln är generellt sett mer utmanande att lyfta i pendlingskommuner nära storstad såvida kommunen inte gör en betydande satsning. E-handeln inom sällanköpsvaruhandeln har som beskrivits under trendavsnittet en betydande marknadsandel och har egentligen mer påverkan på Bollebygds centrumhandel än allt annat. Men en god fysisk butiksstruktur är en bra garanti för att upprätthålla en bra lokal handel, så därför ser HUI goda skäl att utveckla sällanköpsvaruhandeln för Bollebygds kommun. En bra butiksstruktur innebär att kommuner upprätthåller ett genomsnittligt försäljningsindex, som är något av ett kvitto på kommunens butiksstruktur. En bra butiksstruktur innebär att sällanköpsvaruhandeln har flera segment och ett bra utbud. För att uppnå en bra butiksstruktur så har det runt om i landet visat sig att detaljhandeln efterfrågar olika typ av butikslägen. I vissa fall stadskärnor och andra fall mer externa områden. Oftast är dessa önskemål knutet till vilket koncept som detaljisten vill etablera på respektive marknad. När det gäller platsen för detaljhandeln så rekommenderar HUI generellt kommuner att för sällanköpsvaruhandeln i första hand prioritera centrum och verksamheterna däromkring, **särskilt gäller det eventuell etablering av beklädnadshandeln som med fördel centreras till centrum. Men vissa koncept, särskilt de mer lågprisorienterade koncepten, som Dollarstore, Rusta m.fl. söker sig till mer extern lägena och gärna samlokaliseras med dagligvaruhandeln. Genom att upprätta ett visst och balanserat externt utbud kan kommunerna skapa förutsättningar för alla.**

## UTVECKLINGSIDÉER

Vid en framskrivning av omsättningen med dagens försäljningsindex på 42 så innebär det en teoretisk möjlig utveckling på 30-60 Mkr fram till år 2034. Om vi studerar försäljningsutvecklingen bakåt i tiden så har sällanköpsvaruhandeln ökat ungefär med den nivå de senaste 10 åren. Om Bollebygd skulle sikta på ett försäljningsindex i paritet med jämförbara kommuner för sällanköpsvaruhandeln så skulle det innebära en omsättning som motsvarar mellan 60-80 miljoner kronor år 2035. Oavsett Bollebygd önskar bibehålla eller utveckla sin sällanköpsvaruhandel skulle det behövas en utveckling. Oavsett vilket scenario så måste Bollebygd jobba med sitt utbud för att inte e-handeln och konkurrerande marknaden tar hela köpkraftsutvecklingen. Därför menar HUI att det finns förutsättningar att växa handeln.

**Frågan för hur en etablering av handel vid Kråketorps Västergård påverkar centrumhandeln blir därför svaret att den hjälper kommunen att erhålla en bättre butiksstruktur. Det största hotet för centrumhandeln är att ingenting görs. Då kommer Bollebygds attraktivitet på sikt reduceras.**

En utveckling av sällanköpsvaruhandeln är således motiverad där det finns utrymme att etablera i storleksordningen 1 500 kvm ny sällanköpsvaruhandel. HUIs rekommendation är att skapa förutsättningar för någon form av det som beskrivs i trendavsnittet runt lågprishandel. Delar av utrymmet kan läggas vid Kråketorps Västergård och gärna möta upp med utveckling också i centrum.



# 07 | Sammanfattning & Reflektioner

# Sammanfattning för Bollebygd kommun

## Nuläge

Bollebygd är en kommun som idag har cirka 10 000 invånare. Efter planerade bostadsprojekt genomförts prognostiseras en befolkningsmängd på drygt 10 200 år 2034. Ungefär hälften av befolkningen i kommunen bor i Bollebygds tätort.

## Detaljhandel

Försäljningsindex i kommunen är idag 68 för dagligvaror och 42 för sällanköpsvaror. Situationen för dagligvaruhandeln är idag utvecklingsbar jämförbart med hur situationen med jämförbara kommuner. Det är idag ett utflöde av köpkraft från kommunen på ca 150 Mkr. Adderar vi därtill de närliggande områdena i delområde 3 (Rävlanda) och delområde 4 (Hindås) är utflödet från den totala marknaden över 400 Mkr. För sällanköpsvaruhandeln är läget något annorlunda då vi ser att större delen av köpkraftstillväxten förväntas ske inom e-handeln. Men HUI ser det som sannolikt att sällanköpsvaruhandeln skulle kunna lyfta även i Bollebygd.

## Köpkraft

Köpkraften inom dagligvaruhandeln är i den lokala marknaden (Bollebygds kommun) idag 377 miljoner inom dagligvaruhandeln och fram till år 2034 utvecklas den till drygt 400 miljoner kronor (inkl. e-handel). Inom sällanköpsvaruhandeln är köpkraften idag totalt cirka 347 miljoner och fram till år 2034 har den vuxit till mellan ca 490 miljoner kronor i Bollebygds kommun (inkl. e-handel). Om vi endast studerar den fysiska handelns tillväxt kan vi säga att vissa segment, såsom beklädnadshandeln, har en negativ tillväxt fram till 2035, vilket föranleder råd om eftertanke vid eventuella nyetableringar inom just det segmentet.

## Dagligvaror

Det finns en utvecklingspotential på drygt 90 miljoner kronor endast baserat på köpkraften i Bollebygd. Detta skulle i så fall innebära att Bollebygd når samma indexnivåer för dagligvaruhandeln som sina jämförbara kommuner i sin egen kommungrupp (jämförelseindex 85). Adderas delområde 3 och 4 är potentialen egentligen större, men för att få en hållbar struktur rekommenderar HUI att dimensionera för en butik på storleksordningen 90-110 Mkr och därför bör inte en större etablering än ca 2 000 kvm BTA, eller ca 1 200-1 500 kvm säljyta, genomföras. Detta för att inte tillföra för stora obalanser i handelsstrukturen.

## Sällanköpsvaror

HUI ser en potential för sällanköpsvaruhandeln att fortsätta utvecklas, trots att större delen av köpkraften kommer att allokeras inom e-handeln. För Bollebygds kommun, som idag har ett mycket högt utflöde av köpkraft, finns en realistisk utvecklingspotential på upp till ca 60 miljoner kronor i ytterligare omsättning. Detta skulle rent teoretiskt resultera i ca 2 000 kvm tillkommande ytor. Av dessa rekommenderar HUI till ca 1 500 kvm BTA LOA och resten kan etableras på andra håll i kommunen. Inriktningen på sällanköpsvaruhandeln skulle rekommenderas till aktörer inom lågpris. HUI avråder dock extern etablering av beklädnadshandel.





# Relation externhandel/centrum

## Övergripande rekommendationer:

Kravställning för detaljhandeln, och särskilt den formatdrivna sällanköpsvaruhandeln, är hög på lokaler samt tillgänglighet till och omkring lokalerna. Externhandeln utgör allt som oftast ett väldigt intressant alternativ för detaljisterna och i många fall en förutsättning för att aktörer ens är intresserade av att etablera sig i en marknad.

Bollebygd har en stadskärna, men dess utformning är trång och vissa platskrävande koncept har svårt att få en optimal lösning. Kråketorps Västergård kan utgöra ett bra alternativ för Bollebygd utifall en mer begränsad utveckling sker där. Det skulle kunna vara i storleksordningen 2 000 kvm livsmedel och 1 500 kvm sällanköpsvaruhandel BTA.

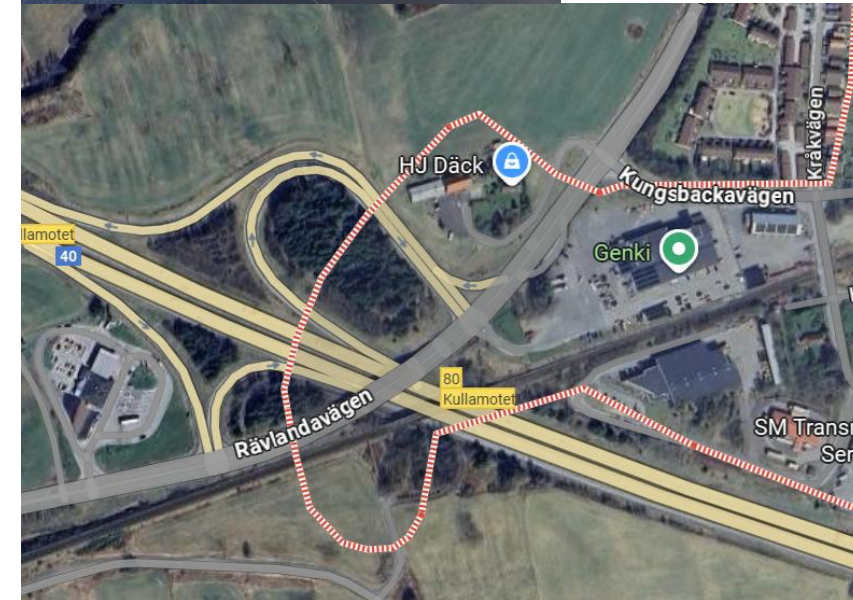
HUIs bedömning är att om inte mer än angivna ytor utvecklas kan handeln i Bollebygds kommun stärkas utan någon större utslagningseffekt kopplat till etableringen av Kråketorps Västergård som handelsplats. I stället för tapp kan handeln som stort tjäna på en utveckling i Kråketorps Västergård då Bollebygd utan utveckling riskerar att falla utanför detaljisternas prioriteringar och framtidslägen.

De positiva mervärden som kan tillföras genom Kråketorps Västergård är sannolikt bättre tillgänglighet i form av bättre trafikmiljö vid vissa tidpunkter samt potentiellt fler handlar lokalt.

Erfarenheter som HUI ser av externhandeln baserat på Sveriges samtliga 107 stadskärnor indikerar att ***stadskärnornas utveckling i kommuner som saknar externhandel inte varit starkare än för de stadskärnorna som möter konkurrens från externhandel inom kommunen.***

## Effekter på övriga verksamheter

De verksamheter som skapar mest flöden inom detaljhandeln är dagligvaruhandel samt apotek och Systembolaget. Det finns inget i utredningen som påvisar att utbudet inom dagligvaruhandeln helt kommer lämna centrum. Det kommer finnas förutsättningar för detaljhandeln både i centrum och vid Kråketorps Västergård om exploateringen ligger inom de ramar som HUI rekommenderar. Således kommer verksamheter som Systembolaget, apotek och ett utbud av dagligvarubutiker med hög sannolikhet finnas kvar i centrum och flödena behöver inte påverkas särskilt mycket.





# Övergripande konsekvensbeskrivning centrum

Effekteter för Bollebygds centrum av etablering vid Kråketorps Västergård

## Effekter för Bollebygds centrum

### 1. Påverkan bedöms som begränsad.

HUIs slutsats är att en eventuell etablering vid Kråketorps Västergård (ca 2 000 kvm dagligvaror + ca 1 500 kvm sällanköpsvaror) **inte väntas skada centrum nämnvärt**. Anledningen är att centrumets försäljningsnivå redan är låg och att mycket köpkraft lämnar kommunen idag.

### 2. Ny dagligvarubutik tar främst tillbaka utflöde, inte centrumkunder.

Det stora handelsläckaget (över 150 Mkr för DV och ännu mer totalt) gör att en ny butik främst fångar köpkraft som ändå lämnar kommunen. Effekten på de befintliga butikerna i centrum bedöms därmed bli begränsad.

### 3. Centrum kan stärkas indirekt.

Genom att Bollebygd får ett mer komplett handelsutbud kan kommunen bli mer attraktiv som helhet, vilket i sin tur kan:

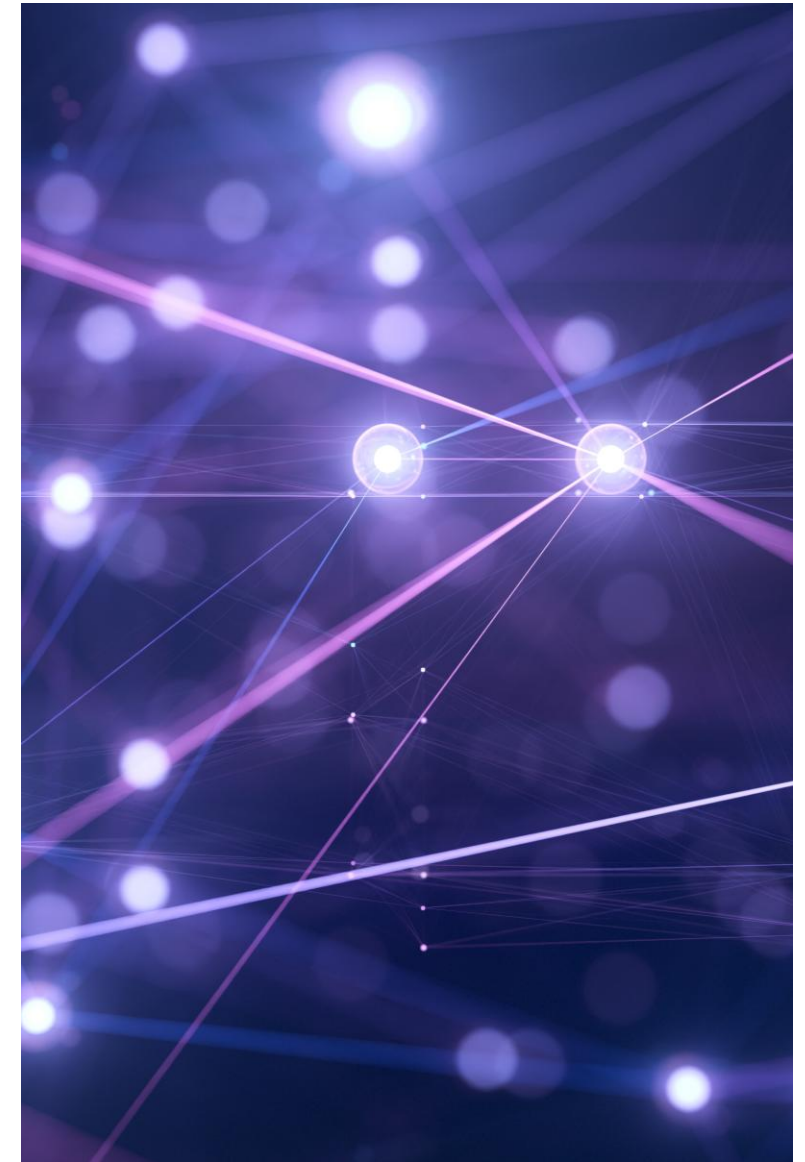
- öka flöden även i centrum,
- stödja service och restauranger,
- öka incitament för besökare att göra fler ärenden lokalt.

### 4. Avgörande faktor för eventuell påverkan på Bollebygds centrum är att inte bygga för stort Rekommendation på ytor:

**Dagligvaror: 2 000 kvm BTA Kvm**

**Sällanköpsvaror: 1 500 BTA Kvm**

Så länge projektet håller sig inom dessa ramar uppstår potentiellt ingen större obalans i handelsstrukturen.



# 08 | Bilagor

# Tvillingreferens Vårgårda

# Vårgårda

## Nytt handelsområde tar form i Vårgårda

Att Ica ska lämna nuvarande läge i centrala Vårgårda och flytta närmare E20 har det talats länge om. Flyttplanerna har skapat en del oro bland de andra köpmännen utmed Kungsgatan. Ica står förstas för en hel del av kundflödet in till centrum och vad händer om och när livsmedelsbutiken flyttar?

– Vi har under den här processen haft en dialog med Vårgårdas Centrumförening och jag har förstått att det funnits en del oro. Men det är vår övertygelse att en etablering av Ica Kvantum vid Wallentinsvägen kommer att komplettera centrumhandeln. Kan vi få de alingsåsbor som jobbar i Vårgårda att handla här innan de åker hem är det förstas positivt för hela Vårgårda, säger Rasmus Thorild.

**Det finns planer** på att handelsområdet ska kompletteras med fler butiker, men här är inget bestämt ännu.

Den livsmedelshall och det apotek som byggs nu lägger beslag på drygt 3 000 kvadratmeter av fastigheten. Det innebär att det finns drygt 30 000 kvadratmeter till att bygga på.

– I dagsläget finns inga beslut om det, men i första skedet tänker vi oss att bygga en hall intill den byggnad som ska rymma Ica och apoteket. Men inte heller här finns något bestämt.

– Vi kommer förstas att göra allt för att med nya etableringar komplettera det befintliga utbudet av butiker i centrum. Jag är själv vårgårdabo och vill ha ett levande centrum, säger Rasmus Thorild.

Björn Jansson som är handlare för befintliga ICA Matmagasinet kommer att driva den nya Kvantumbutiken. – Jag är väldigt glad över att få välkomna våra kunder till en ny större butik, säger Björn Jansson.

**När TB-gruppen fick bygglov** i området påpekades från kommunen att man vill se bättre trafiklösningar. Nämnden såg stora risker för köbildning vid rusningstrafik.

– Vi har löst det problemet, det kommer att vara ordnat i god tid, säger Rasmus Thorild och tillägger:

– Vår ambition för området är hög. Vi vill ha en hållbar utveckling både ur ett socialt och miljömässigt perspektiv och lägger extra stort fokus på tillgängligheten till området och byggnaden.

Öppning av den nya ICA-butiken planeras till våren 2025.





## Vårgårda vs Bollebygd

Vårgårda är en grannkommun till Bollebygd med 12 500 invånare som under 2025 öppnat ett externt handelsområde. ICA Butiken har omlokaliserats från centrum och etablerats som en ICA Kvantum butik med 3 000 kvm totalyta. Det nya Handelsområdet är på totalt 30 000 kvm. En referens till Bollebygd är intressant på så sett att HUIs rekommendationer skulle resultera i ett försäljningsindex som Vårgårda hade inom dagligvaruhandeln innan utvecklingen och omlokaliseringen till ett externt läge.

Erfarenheter från cityhandeln är för kort period för att dra några långsiktiga erfarenheter. Men enligt media har effekten funnits där. Samtidigt har Vårgårdas i särklass största aktör lämnar centrum och då blir det sannolikt en effekt. Matmagasinet som butiken hette innan omsatta ca 170 MKR och dessa nivåer är både högre och effektfullare än de butiksstrukturen i Bollebygd skulle resultera i.

Tillsaken hör också att vi idag inte känner till om det blir en omlokalisering av en befintlig butik i Bollebygd såsom i Vårgårda eller en ny aktör på marknaden.

### Vårgårda

#### **Försäljning 2024**

Total detaljhandel: 634,0 mkr

Dagligvaror: 425,0 mkr

Sällanköpsvaror: 209,0 mkr

#### **Försäljningsindex 2024**

Total detaljhandel: 66,0

Dagligvaror: 86,0

Sällanköpsvaror: 45,0

### Bollebygd

#### **Försäljning 2024**

Total detaljhandel: 414,0 m

Dagligvaror: 262,0 mkr

Sällanköpsvaror: 152,0 mkr

#### **Försäljningsindex 2024**

Total detaljhandel: 55,0

Dagligvaror: 68,0

Sällanköpsvaror: 42,0

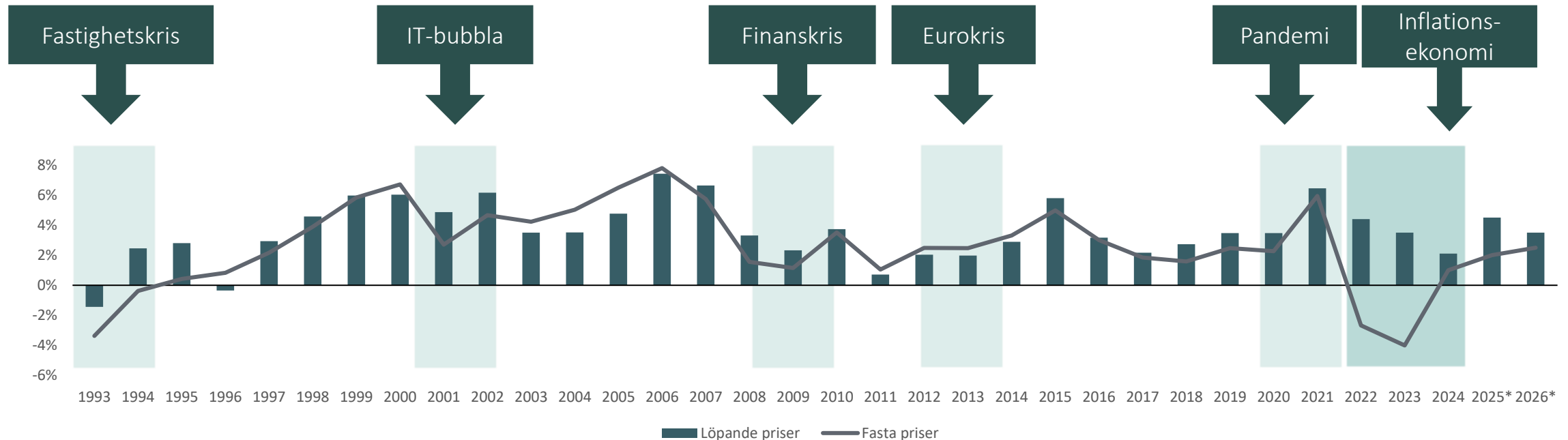
# Utveckling & Trender

## Detaljhandeln är motståndskraftig trots kriser

Detaljhandelns andel av hushållens konsumtion har legat relativt stabil sedan 90-talet. Men med åtanke på hushållens goda inkomstutveckling under samma period innebär det att hushållen spenderar mer pengar i detaljhandeln idag. Detaljhandeln har trettio år av positiv tillväxt i fasta priser bakom sig – fram till 2022, då denna trend bröts för första gången sedan under fastighetskrisen i början av 90-talet. Trendbrottet i fasta priser innebär att konsumenterna köper färre eller billigare varor när pengarna i plånboken räcker till mindre. År 2025 väntas detaljhandeln däremot få en svag positiv utveckling i fasta priser. Den ekonomiska situationen ger ytterligare bränsle till två av de största trenderna i detaljhandeln de senaste åren: den starka tillväxten i lågprishandeln och second hand-handeln. Båda dessa segment är i stark expansion och har trotsat både butiksdöd, pandemi och lågkonjunktur. Det tillkommer ständigt

nya aktörer, koncept och affärsmodeller inom detta område och båda segmenten väntas spela en ännu större roll i detaljhandeln i framtiden.

Fram till år 2035 förväntas hushållen fortsätta att spendera en mindre andel av sin detaljhandelskonsumtion i dagligvaruhandeln och mer i sällanköpsvaruhandeln. I framtiden väntas i synnerhet den mindre behovsstyrda konsumtionen, främst fritidsvaror, ta ett hårdare grepp om konsumenternas plånböcker. Därtill väntas branschglidningen och tjänstefieringen i detaljhandeln fortsätta, med exempelvis större fokus på uthyrning och reparationer.



# Allt mer klustrad och koncentrerad handel

## KLUSTRAD HANDEL TAR ÖVER

Under 2000-talet har handelns tyngdpunkt förskjutits från traditionella, fristående butiker mot e-handel och klustrad handel i handelsområden och köpcentrum. Förskjutningen har till stor del drivits av konsumenternas önskemål om enkelhet, bekvämlighet och att kunna uträtta flera ärenden på samma ställe.

## E-HANDEL OCH HANDELSPLATSER HAR VÄXT MEST

Under perioden 2005 till 2024 har handelsplatser och e-handeln varit de delar av handeln som uppvisat i särklass högst tillväxt. E-handeln har haft störst procentuell tillväxt, men handelsplatserna har faktiskt växt mest sett i antal kronor. Under de senaste åren har handelsområdenas detaljhandelstillväxt främst drivits på av stormarknads- och lågpriskoncepten. Samtidigt har möbel- och byggvaruhusen med sina kapitalkrävande varor agerat motvikt och bromsat upp utvecklingen.

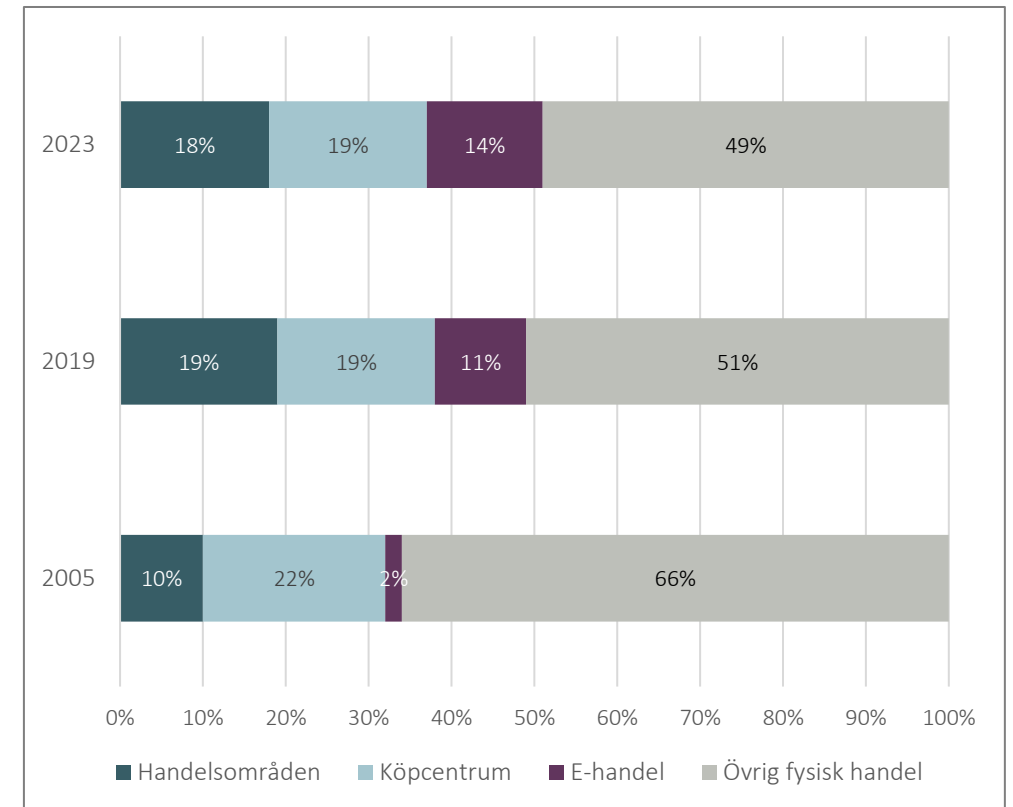
## ÖVRIG FYSISK HANDEL TAPPAR

Det segment som haft störst minskning är övrig fysisk handel. Där ingår till exempel handel i glesbygd samt i många stadskärnor, som inte är klustrad i exempelvis ett köpcentrum.

## STORA AKTÖRER PÅ EN KONCENTRERAD MARKNAD

Samtidigt som handeln klustrats till e-handeln, handelsplatser och köpcentrum har både antalet företag och butiker koncentrerats till färre och större aktörer. En ökad prispress har gjort att en allt större del av detaljhandeln har koncentrerats till stora kedjor som med hjälp av skalfördelar, stora inköpsvolymen och butiksgemensamma stödfunktioner klarat av den transformation som skett i detaljhandelslandskapet.

MARKNADSANDELAR I HANDELN ÅR 2005, 2019 OCH 2023





# Demografin förändras

Sveriges befolkning väntas fortsätta växa, men i långsammare takt än tidigare – med drygt 0,2 procent per år. Samtidigt sker stora förändringar i befolkningens struktur och sammansättning.

## ÅLDRADE BEFOLKNING

I likhet med många andra industriländer är en av de starkaste demografiska trenderna i Sverige att befolkningen blir äldre. Befolkningspyramiden börjar allt mer likna ett torn snarare än en pyramid. Detta innebär att en mindre andel av befolkningen är i arbetsför ålder.

## MINSKAT BARNAFÖDANDE

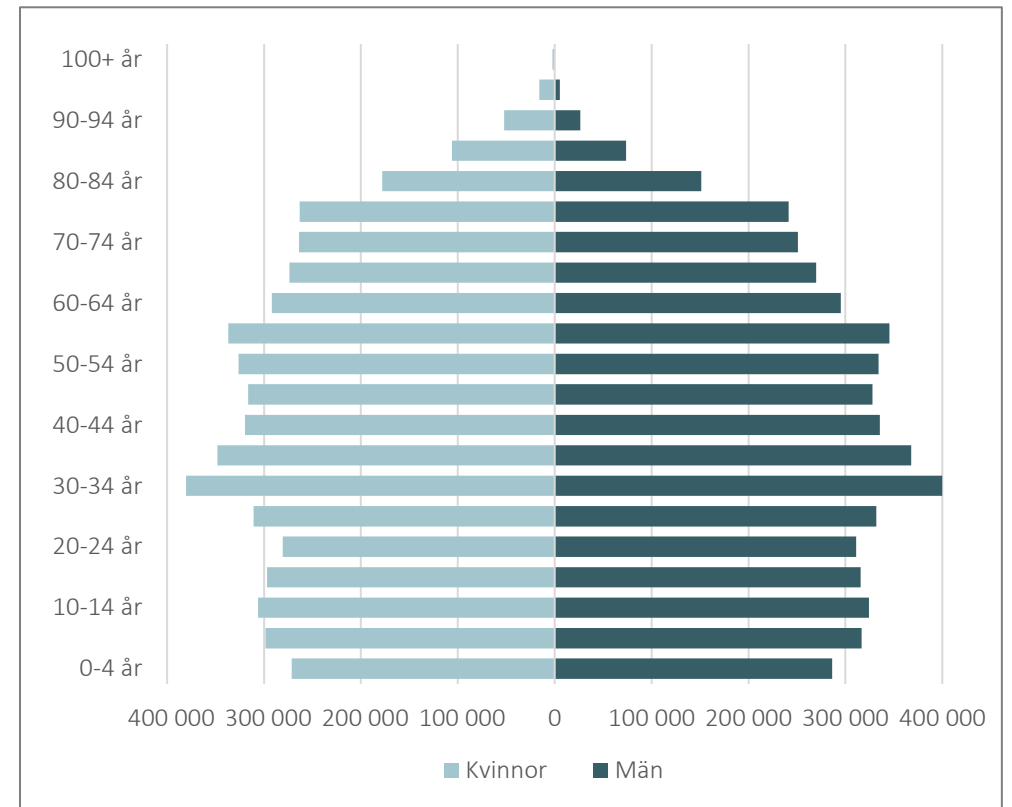
År 1990 födde en svensk kvinna i genomsnitt 2,1 barn under sin livstid. År 2023 var talet det lägst observerade någonsin – 1,45 barn per kvinna. Denna nedåtgående trend bidrar till att sakta ned befolkningsökningen.

## MER MÅNGKULTURELLT

27 procent av svenskarna har utländsk bakgrund, vilket innebär att de antingen själva är födda utomlands eller har två utrikes födda föräldrar. En betydande del av befolkningstillväxten under de senaste decennierna har drivits av invandring och i och med att invandringen saktat in så dras befolkningens utvecklingstakt ned.

Dessa demografiska förändringar ställer nya krav på samhället. Exempelvis påverkas behovet av äldreomsorg och vård, förskolor och skolor, och kontor. Dessutom har människor från olika generationer, åldersgrupper och etniciteter ofta skilda prioriteringar och mål med sin konsumtion. Exempelvis tenderar äldre personer att spendera mindre pengar på möbler och inredning medan de yngsta generationerna ser e-handeln som en lika självklar plats för konsumtion som den fysiska butiken.

**BEFOLKNINGSPYRAMID I SVERIGE ÅR 2023**



# Skifte i konsumtionen

## FOKUS PÅ NÖDVÄNDIG KONSUMTION UNDER DE SENASTE ÅREN

De senaste åren har höjda räntor, kraftig inflation och urholkade reallöner gjort att större fokus återigen lagts på den nödvändiga konsumtionen. Det här visas då livsmedel som andel av konsumtionen har ökat mest jämfört med 2020.

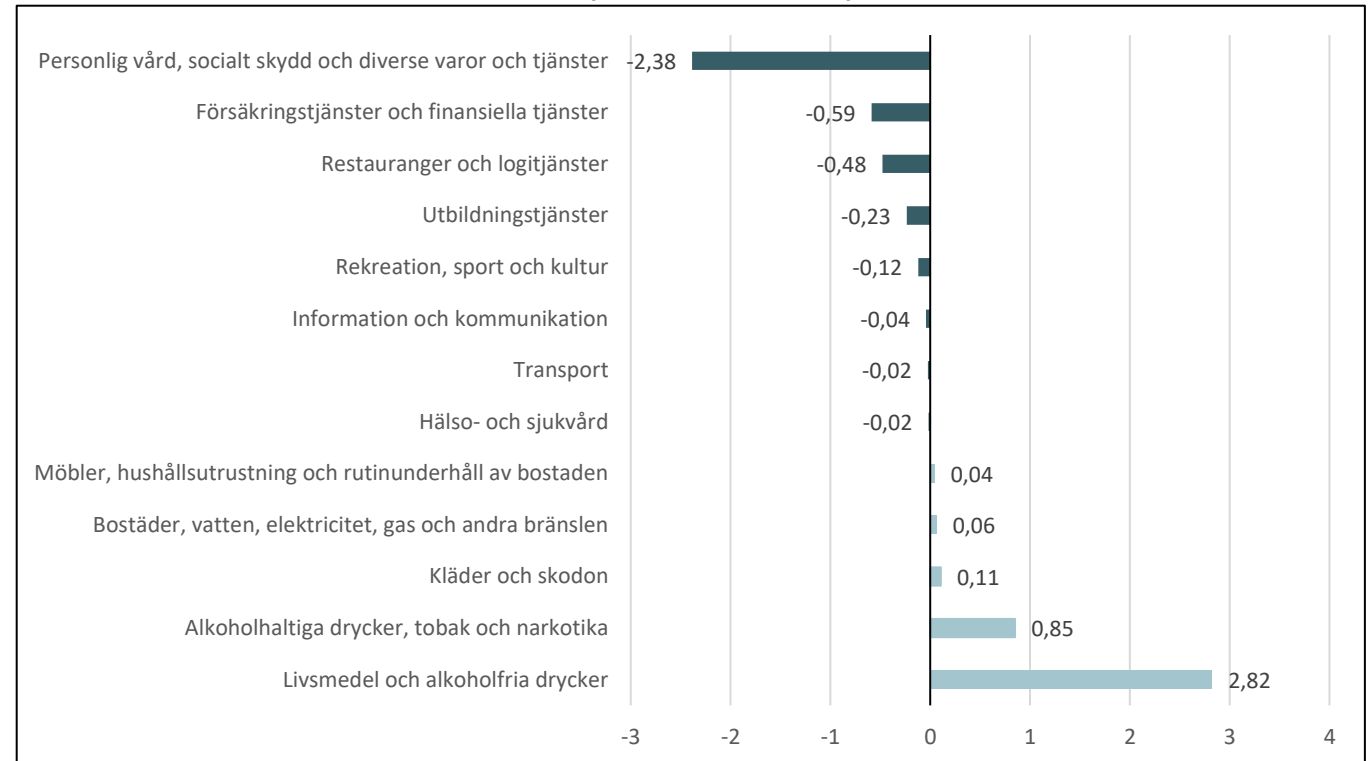
## TJÄNSTE- OCH UPPLEVELSEBASERAD KONSUMTION PÅ PAUS

Den ansträngda ekonomin de senaste åren har krävt omprioriteringar. Medan konsumtionsandelen för livsmedel har ökat minskar utrymmet för restaurang- och biobesök. Trots denna nedgång väntas en långsiktig utveckling mot en mer tjänste- och upplevelsebaserad konsumtion återigen ta fart.

## BOENDET FORTFARANDE DEN STÖRSTA UTGIFTSPOSTEN

Boende är den klart största utgiftsposten för hushållen och de senaste åren har boendekostnaden skjutit i höjden på grund av höga räntor. Boendekostnadernas andel av konsumtionen har ökat jämfört med 2020. Samtidigt har konsumtionen av heminredning och mode ökat när upplevelse- och tjänsteköpen skjuts upp.

## FÖRÄNDRING I KONSUMTIONSANDELAR (PROCENTENHETER) 2024 Q3 JÄMFÖRT MED ÅR 2020 Q3



# Utmanande konjunkturläge för företag och hushåll

## TVÅ ÅR AV LÅGKONJUNKTUR

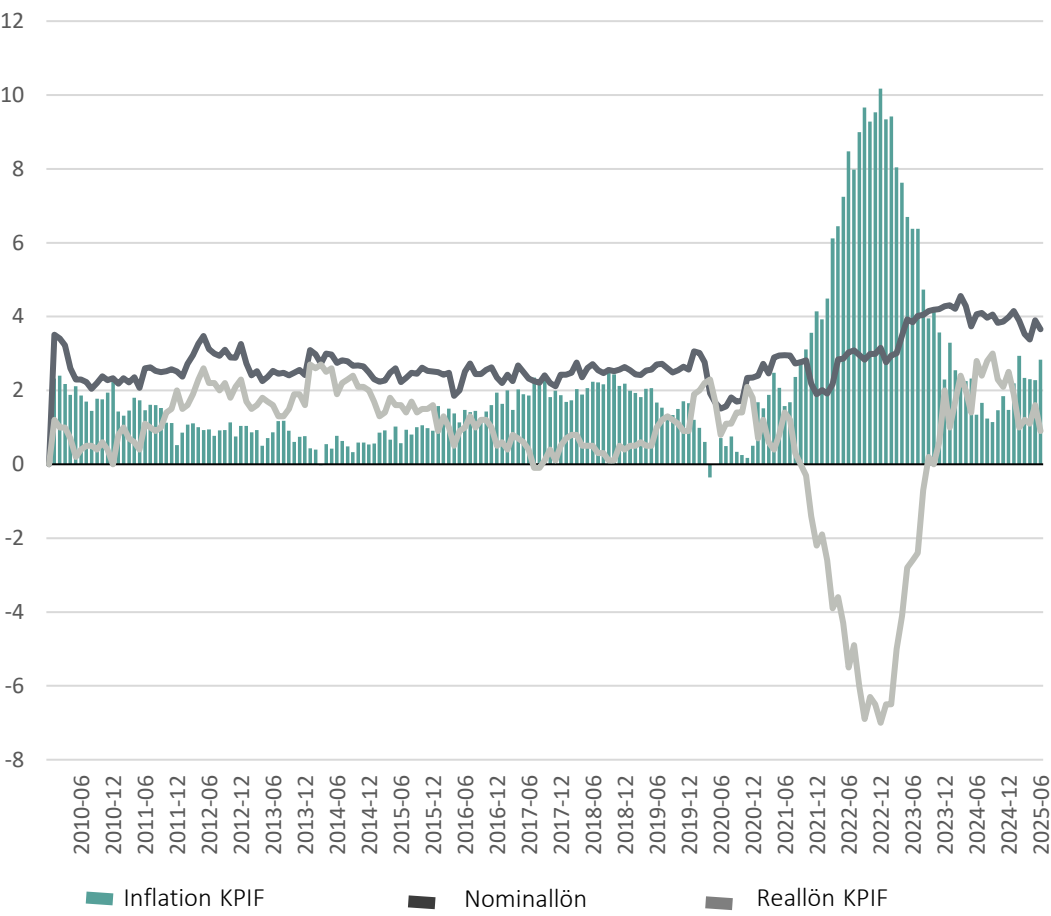
Direkt efter att coronapandemin släppt sitt grepp om Sverige så gick landet in i en lågkonjunktur. En ekonomisk politik som eldade på under pandemin, störningar i de globala leveranskedjorna och kriget i Ukraina gjorde att inflationen till slut började skena. För att stävja inflationen höjde Riksbanken styrräntan, vilket drabbade de högt skuldsatta svenska hushållen hårt samtidigt som varor och tjänster blev allt dyrare. Under 2022 och 2023 skedde en kraftig minskning av hushållens reallöner, det vill säga den inflationsjusterade lönen, till följd av den höga inflationen. Det innebar att hushållen blev fattigare trots att lönerna ökade, i och med att priserna ökade i betydligt högre takt än lönerna. Samtidigt drabbades företagen hårt av en minskad efterfrågan och ökade kostnader.

## ÅTERHÅLLSAM ÅTERHÄMTNING UNDER KOMMANDE ÅR

Under 2024 började svensk ekonomi återhämta sig något efter två ansträngande år och det finns ljusglimtar som tyder på att bättre tider är att vänta. Lågkonjunkturer har sakta börjat släppa sitt hårda grepp, men återhämtningen i ekonomin går långsammare än först förväntat. Trots att räntan har sänkts och priserna stabiliserats är hushållens köpkraft fortfarande låg. Även om den sakta stärks kan det dröja innan spenderingsviljan ökar. Sannolikt är många hushåll ärrade av levnadskostnadskrisen och återhållsamhet och prismedvetenhet lär komma att bli ledord även framöver.

	Utfall 2024	Prognos 2025	Prognos 2026
BNP, fasta priser	1,0%	1,1%	2,2%
Hushållens konsumtion, fasta priser	0,6%	1,3%	2,9%
Total detaljhandel, löpande priser	2,0%	4,5%	3,5%

REALLÖNEUTVECKLING I SVERIGE ÅR 2010-2025, PROCENTUELL UTVECKLING



Nominallön = faktiskt lön  
Reallönen = lön borträknat inflation

Källa: HUI Detaljhandelns konjunkturrapport

Vilka segment växer och vilka minskar?



# Lågpris växer så det knakar

## STARK TILLVÄXT HOS AKTÖRER MED PRIS SOM KONKURRENSFÖRDEL

Som antyds av begreppet utgörs lågprishandeln av aktörer vars konkurrensfördel är att erbjuda lägre priser än de traditionella kedjorna. Historiskt sett har lågpris stått för en liten del av Sveriges detaljhandel sett ur ett internationellt perspektiv, men under de senaste 10-20 åren har segmentet konsekvent vuxit starkare än detaljhandeln som helhet. Lågpris är även ett av få segment i detaljhandeln som haft en nettoökning av butiker under de senaste åren. Till skillnad från stora delar av den fysiska handeln så gick lågpris väldigt bra även under pandemin, trots restriktionerna. Några nycklar till lågprishandelns framgång är det faktum att priset blivit viktigare för konsumenterna och att det blivit mer socialt accepterat att handla lågpris. Lågprishandeln väntas fortsätta att växa och ta marknadsandelar.

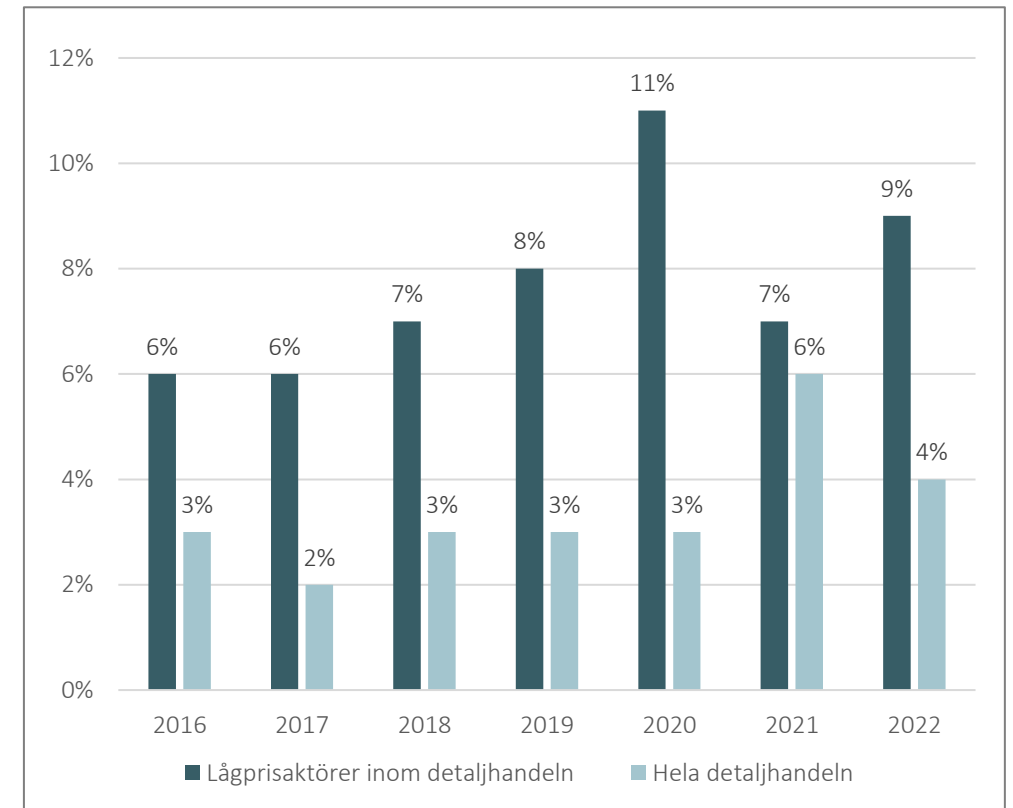
## FRÅN EXTERNLÄGEN TILL CITYLÄGEN

Lågprishandeln i Sverige har huvudsakligen bestått av stora, fysiska butiker som etablerat sig i externa handelsområden. Några exempel är Lidl, Dollarstore och Rusta. Men under de senaste åren har nya, småskaliga lågpriskoncept öppnat upp i stadskärnor och köpcentrum. Exempelvis har Normal, Flying Tiger Copenhagen och Søstrene Grene nått stora framgångar både i Sverige och internationellt. Flera av dessa koncept etablerar butiker även på mindre orter.

## KINESISKA E-HANDELSJÄTTAR VÄXER I POPULARITET OCH UTMANAR DEN FYSISKA LÅGPRISHANDELN

Det senaste åren har kinesiska e-handelsjättar som Shein och Temu som erbjuder varor till extremt låga priser växt i popularitet. Enligt Svensk Handel har 7 av 10 svenskar handlat på någon av dessa plattformar. Aktörerna är hårt kritiserade från flera håll, gällande allt från arbetsvillkor till produktsäkerhet, men trots detta fortsätter miljontals Kina-paket klickas hem av de svenska hushållen.

## TILLVÄXT I LÅGPRISHANDELN OCH DETALJHANDELN ÅR 2016-2022



Källa: Läget i handeln 2024 (Svensk Handel).

Bilagor

# Konsumtionsskiften inom handeln

Handel finns, och har alltid funnits, där kunderna finns och dagens konsument befinner sig också i digitala kanaler. Fram till 2035 väntas e-handeln växa kraftigt, vilket bedöms medföra att den fysiska handelns omsättningsandel minskar från dagens 85 procent till mellan 71 och 76 procent.

## 30 TILL 40 PROCENT AV SÄLLANKÖPSVARUHANDELN SKER PÅ NÄTET ÅR 2035

Handeln befinner sig mitt i en stor transformation. Digitaliseringen förändrar allt från konsumtionsmönster till företagens affärsmodeller. En allt större del av köpen kommer att ske digitalt och Coronapandemin har bidragit till att accelerera den trenden ytterligare. Sett till hela detaljhandeln kan mellan 24 och 29 procent av försäljningen vara digital år 2035. Störst effekt har dock e-handeln inom sällanköpsvaruhandeln, som omfattar försäljning av varor som hemelektronik, kläder, möbler och sportartiklar. Här väntas mellan 39 och 57 procent av handeln ha flyttat till nätet år 2035. Dagligvaruhandeln förväntas i de senaste prognoserna få en långt mindre effekt av e-handeln där e-handelsandelen prognostiseras till 7 procent år 2035 i ett lågt scenario.

## SÄLLANKÖPSVARUBUTIKERNA BLIR FÄRRE

I takt med att e-handeln tar en allt större försäljningsandel bedöms också butiksantalet minska kraftigt i sällanköpsvaruhandeln, från dagens cirka 23 000 sällanköpsvarubutiker till 13 000 butiker inom en åttaårsperiod. Det innebär ett butikstapp på cirka 40 procentenheter. E-handeln har en mer transparent pris- och produktinformation än fysiska butiker, vilket förväntas medföra att planerade inköp i högre grad sker på nätet framöver.

## DEN FYSISKA HANDELNS FRAMTIDA STYRKOR

Butikshandeln förväntas växa starkt inom lågprissegmentet och i koncept som stärker butiksupplevelsen. Gällandes lågprishandeln gäller det att kommuner erbjuder områden som lågprishandeln vill etablera utifrån sina koncept. Här kan problem uppstå då lågprishandeln i många fall siktar mot externa platser. *Det behöver inte vara ett problem menar HUI så länge utvecklingen av tillkommande handel balanseras och dimensioneras efter en beräknad utvecklingspotential. Det kan alltså vara bättre för både för en stadskärna och konsumenter att utveckla handelsutbudet även externt för att komplettera eller förstärka kommunens butiksutbud och således också attraktiviteten i den fysiska handeln.*

hui.

## E-handeln väntas utgöra minst en tredjedel av sällanköpsvaruhandeln år 2035

Det är en stor skillnad i e-handelsandel mellan dagligvaruhandeln och sällanköpsvaruhandeln där det sker betydligt färre onlineköp i den förstnämnda. Samtidigt är också skillnaderna stora inom sällanköpsvaruhandelns delbranscher. Hemelektronikhandeln är ett exempel på en bransch med en hög e-handelsandel, drygt 40 procent under 2024, medan en betydligt mindre andel av köpen, endast 12 procent, sker online inom järn- och bygg-handeln. Inom samtliga delbranscher bedöms e-handeln växa snabbare än den fysiska handeln, vilket innebär att e-handelsandelen väntas stiga över hela marknaden. E-handeln bedöms utgöra 33–40 procent av sällanköpsvaruhandeln 2035, där 33 procent är prognosen enligt det försiktiga scenariot och 40 procent enligt det offensiva scenariot.

Andelen köp online väntas öka även inom dagligvaruhandeln och bedöms växa till 7 procent av branschens totala försäljning 2035, jämfört med dagens 4 procent.



## E-handelsandel 2024 samt prognos för 2035, försiktigt respektive offensivt scenario

	2024	2035	2035
		Försiktigt scenario	Offensivt scenario
E-handelshandel Total detaljhandel	15%	24%	29%

Vad kan bli resultatet för stadskärnan?



# Den fysiska handeln får en ny roll i den digitala världen

## STADSKÄRNAN MÅSTE FÖLJA MED OCH FÖRÄNDRAS

Stadskärnorna är oftast marknadsplatsen för den fysiska handeln och därmed potentiellt mest sårbar. Antal verksamheter inom detaljhandels i stadskärnorna minskar stadigt och detaljhandeln måste få möjlighet att få utvecklas på flera marknadsplatser eller säljkanaler. Kommunerna har dock möjligheten att dimensionera en utveckling av den fysiska handeln så att stadskärnan inte tar allt för stor skada. E-handeln kan inte regleras från ett kommunalt håll och vid en alltför restriktiv kommunal inställning för vidareutveckling av den fysiska handel kan handeln oavsett konkurreras ut, med resultatet att kommunerna står utan ett attraktivt utbud och handeln lider än mer skada än om en utveckling sker.

## RESTAURANG OCH KULTUR TAR STÖRRE PLATS

I framtidens fysiska handel spelar restauranger och kultur en större roll. Ett rikt kulturutbud både skapar besöksflöden och ökar omsättningen hos de omkringliggande verksamheterna. Verksamheter som biografer, scener, restauranger och caféer förlänger en plats öppettider, tillför liv och ökar den upplevda tryggheten. Dessutom skapas stora sociala värden och platser för människor att mötas.

## HUBB SOM LÖSER VARDAGSPROBLEM

För att komplettera e-handeln kan den fysiska platsen med fördel fungera som en problemlösningshubb som hjälper människor att spara tid och energi. Det kan handla om allt från att erbjuda möjligheten att återtvinna, laga cykeln, skriva ut dokument, hyra ett verktyg eller skicka ett paket.

## FRAMTIDENS YTOR ÄR FLEXIBLA

Flexibilitet är ett ledord för framtidens platser. Konsumenterna förväntar sig i högre utsträckning att kunna bo, arbeta och socialisera på samma ställe, och för att möta deras allt högre krav behöver de fysiska platserna vara spännande och föränderliga. Gränserna mellan olika branscher och olika typer av verksamheter suddas ut. Begrepp som retail-as-a-service, episodisk retail och co-working präglar framtidens ytor.





# Tillgänglighet och ett bra utbud skapar flöden och mångfald

Utbudet och tillgängligheten styr vilken plats konsumenten väljer att handla på.

## OLIKA PLATSER FÖR OLIKA HANDEL

Kommuner som erbjuder både stadskärnor och externhandel skapar fler möjligheter för detaljhandels olika koncept och profiler att etableras på deras marknad. Svensk detaljhandel består till mycket hög grad av kedjebutiker och nästan samtliga av dessa har en kravställning på den marknad de etablerar sig på. Detta kan gälla storlek på marknaden, men också möjligheten att kunna etablera sina koncept med sina formatkrav. **Kommuner som erbjuder fler möjligheter skapar alltså bättre förutsättningar för att få en mer mångfacetterad butiksstruktur.**

## UTBUDET AV BUTIKER

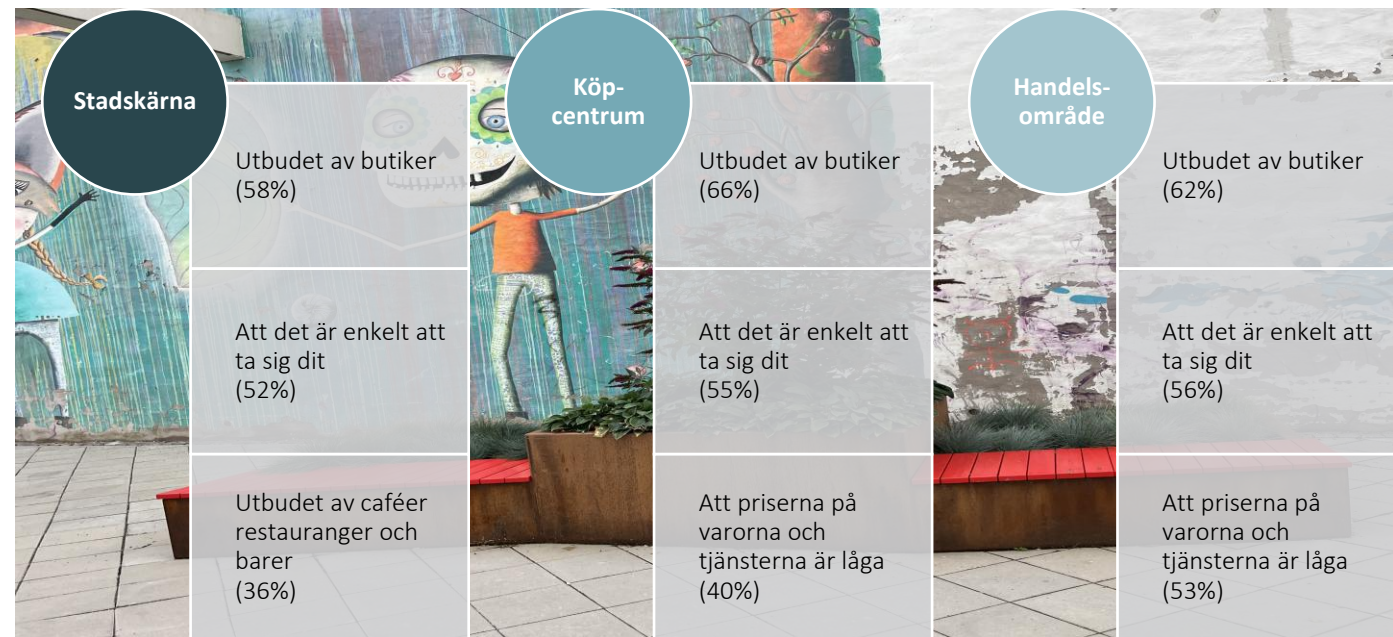
Ett bra utbud av butiker är det som skapar den primära dragningskraften till ett handelskluster. Ett bra utbud skapas ofta genom att många butiker samlas på ett ställe. Enligt erfarenhet behöver det finnas så kallade ankarbutiker som genererar starka besöksflöden, men även mindre butiker som kompletterar utbudet och gör det mer intressant.

## TILLGÄNGLIGHETEN – EN AV DE VIKTIGASTE FRAMTIDSFRÅGORNA

Den näst viktigaste faktorn vid val av handelskluster är att det är enkelt att ta sig dit, det vill säga att det ligger i ett läge som är tillgängligt med önskvärt färd sätt. Idag är bilen det absolut vanligaste färdmedlet till ett handelskluster, men med stor sannolikhet kommer mobiliteten att förändras när en större andel tar sig dit till fots, med cykel eller kollektivtrafik. Hur det kommer att påverka färd sättet till varje enskild plats är ännu oklart.

## Utbud och tillgänglighet toppar listan när konsumenter väljer handelskluster

De tre viktigaste faktorerna vid valet att besöka respektive typ av handelskluster.



Källa: Svensk Handel: Konsumentundersökning september 2021.









Närliggande handelsplatser

# Lundaskog Handelsområde



**Kategori:** Handelsområde



**Läge:** Utanför stadskärna



**Etablering:** 2013



**Starka aktörer inom dagligvaruhandel:**  
City Gross



**Starka aktörer inom sällanköpsvaruhandel:**  
Apoteket, Julia, Plantagen

## Premises area, Tenants & Sales

Source: HUI Research

Category		GLA m <sup>2</sup>	Tenants	Sales mSEK	Sales per sqm, SEK
Food & Convenience		10 000	2	N/A	N/A
Durable goods	+	8 500	8	N/A	N/A
Total	=	18 500	10	567	30 649
Restaurants	+	200	3	16	80 000
Commercial Services	+	0	0	N/A	N/A
Total	=	200	3	16	80 000
Leasable		18 700	15	583	31 176
Common areas	+	0	N/A	N/A	N/A
Total	=	18 700	15	583	31 176



■ Retail	18 500 m <sup>2</sup>
■ Restaurants	200 m <sup>2</sup>
■ Services	0 m <sup>2</sup>
■ Common areas	0 m <sup>2</sup>

Källa: SSCD



# Druvefors Handelsområde



**Kategori:** Handelsområde



**Läge:** Utanför stadskärna



**Etablering:** 2008



**Starka aktörer inom dagligvaruhandel:**

ICA Maxi, Systembolaget



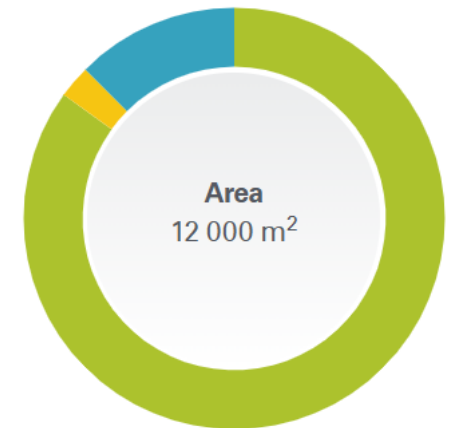
**Starka aktörer inom sällanköpsvaruhandel:**

Apotek Hjärtat, DOZ Apotek

## Premises area, Tenants & Sales

Source: HUI Research

Category		GLA m <sup>2</sup>	Tenants	Sales mSEK	Sales per sqm, SEK
Food & Convenience		9 000	3	1 087	120 820
Durable goods	+	1 200	4	57	47 167
Total	=	10 200	7	1 144	112 155
Restaurants	+	300	1	N/A	N/A
Commercial Services	+	1 500	3	N/A	N/A
Total	=	1 800	4	32	17 778
Leasable		12 000	12	1 176	97 998
Common areas	+	0	N/A	N/A	N/A
Total	=	12 000	12	1 176	97 998



<span style="color: green;">■</span> Retail	10 200 m <sup>2</sup>
<span style="color: yellow;">■</span> Restaurants	300 m <sup>2</sup>
<span style="color: blue;">■</span> Services	1 500 m <sup>2</sup>
<span style="color: orange;">■</span> Common areas	0 m <sup>2</sup>

Källa: SSCD

# Bilagor

## Storknallen



**Kategori:** Externcentrum



**Läge:** Utanför stadskärna



**Etablering:** 1995



**Starka aktörer inom dagligvaruhandel:**

-



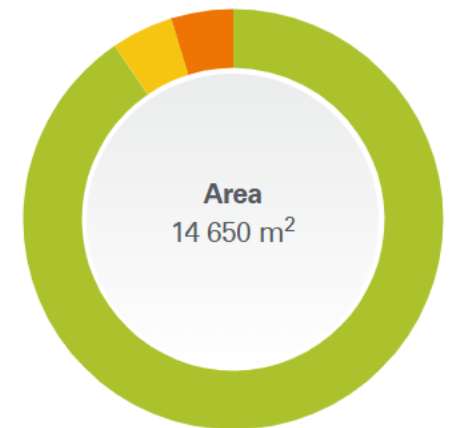
**Starka aktörer inom sällanköpsvaruhandel:**

Eko, H&M, Stadium

### Premises area, Tenants & Sales

Source: Property owner

Category		GLA m <sup>2</sup>	Tenants	Sales mSEK	Sales per sqm, SEK
Food & Convenience		100	0	N/A	N/A
Durable goods	+	13 150	13	211	16 015
Total	=	13 250	13	211	15 894
Restaurants	+	700	3	11	15 000
Commercial Services	+	0	0	N/A	N/A
Total	=	700	3	11	15 000
Leasable		13 950	16	221	15 092
Common areas	+	700	N/A	N/A	N/A
Total	=	14 650	16	221	15 092



Retail	13 250 m <sup>2</sup>
Restaurants	700 m <sup>2</sup>
Services	0 m <sup>2</sup>
Common areas	700 m <sup>2</sup>

Källa: SSCD

# Knalleland Handelsområde



**Kategori:** Handelsområde



**Starka aktörer inom dagligvaruhandel:**

ICA Supermarket, Systembolaget, Willys



**Läge:** Utanför stadskärna



**Starka aktörer inom sällanköpsvaruhandel:**

Elgiganten, H&M, Apoteket, Clas Ohlson, Jysk, Rusta



**Etablering:** 1975

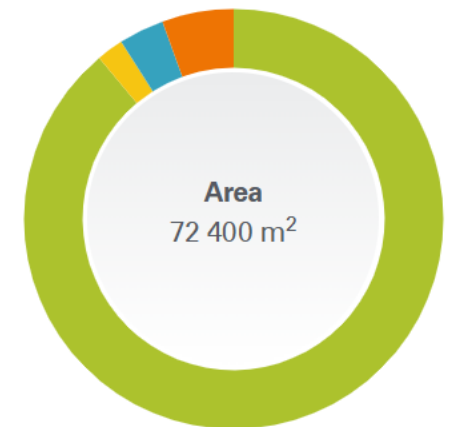
## Premises area, Tenants & Sales

Source: Property owner & HUI Research

Category		GLA m <sup>2</sup>	Tenants	Sales mSEK	Sales per sqm, SEK
Food & Convenience		6 400	4	546	85 328
Durable goods	+	57 975	40	846	14 594
Total	=	64 375	44	1 392	21 626
Restaurants	+	1 500	11	201	134 267
Commercial Services	+	2 525	4	18	7 129
Total	=	4 025	15	219	54 509
Leasable		68 400	62	1 612	22 260
Common areas	+	4 000	N/A	N/A	N/A
Total	=	72 400	62	1 612	22 260



Food & Conv.	546 mSEK
Durable goods	846 mSEK
Restaurants	201 mSEK
Services	18 mSEK



Retail	64 375 m <sup>2</sup>
Restaurants	1 500 m <sup>2</sup>
Services	2 525 m <sup>2</sup>
Common areas	4 000 m <sup>2</sup>

Källa: SSCD

# Bilagor

## Solkatten



**Kategori:** Bostadsområdescentrum



**Läge:** Inom stadskärna



**Etablering:** 1974



**Starka aktörer inom dagligvaruhandel:**  
Hemköp, Systembolaget

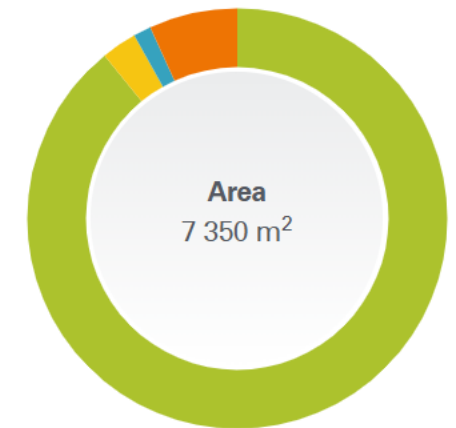


**Starka aktörer inom sällanköpsvaruhandel:**  
Apotek Hjärtat, KappAhl, Lekia

### Premises area, Tenants & Sales

Source: HUI Research

Category		GLA m <sup>2</sup>	Tenants	Sales mSEK	Sales per sqm, SEK
Food & Convenience		3 050	2	N/A	N/A
Durable goods	+	3 500	12	N/A	N/A
Total	=	6 550	14	308	46 947
Restaurants	+	200	7	52	261 000
Commercial Services	+	100	4	23	234 000
Total	=	300	11	76	252 000
Leasable		6 850	27	383	52 122
Common areas	+	500	N/A	N/A	N/A
Total	=	7 350	27	383	52 122



Retail	6 550 m <sup>2</sup>
Restaurants	200 m <sup>2</sup>
Services	100 m <sup>2</sup>
Common areas	500 m <sup>2</sup>

Källa: SSCD

# Bilagor

## Vimpeln



**Kategori:** Citygalleria



**Läge:** Utanför stadskärna



**Etablering:** 2014



**Starka aktörer inom dagligvaruhandel:**  
ICA Maxi

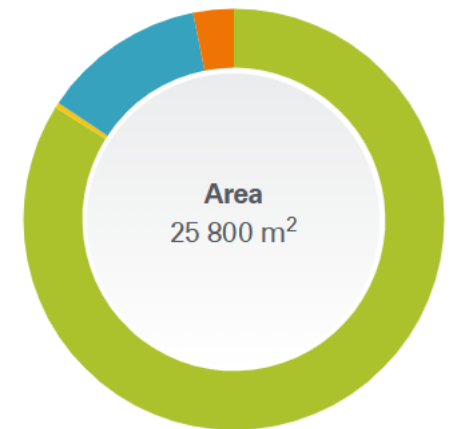


**Starka aktörer inom sällanköpsvaruhandel:**  
Elgiganten, Stadium Outlet, Apotek Hjärtat, Clas Ohlson

### Premises area, Tenants & Sales

Source: HUI Research

Category	GLA m <sup>2</sup>	Tenants	Sales mSEK	Sales per sqm, SEK
Food & Convenience	9 000	1	N/A	N/A
Durable goods	+ 12 650	12	N/A	N/A
Total	= 21 650	13	1 130	52 171
Restaurants	+ 100	3	10	100 000
Commercial Services	+ 3 250	4	27	8 431
Total	= 3 350	7	37	11 164
Leasable	25 000	23	1 167	45 229
Common areas	+ 800	N/A	N/A	N/A
Total	= 25 800	23	1 167	45 229



Retail	21 650 m <sup>2</sup>
Restaurants	100 m <sup>2</sup>
Services	3 250 m <sup>2</sup>
Common areas	800 m <sup>2</sup>

Källa: SSCD



# Gallerian Storken



**Kategori:** Citygalleria



**Läge:** Inom stadskärna



**Eablering:** 1962



**Starka aktörer inom dagligvaruhandel:**

-



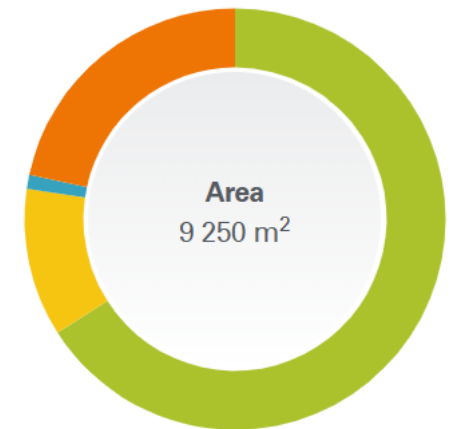
**Starka aktörer inom sällanköpsvaruhandel:**

Apoteket, Intersport, KappAhl, Lindex, Normal

## Premises area, Tenants & Sales

Source: HUI Research

Category		GLA m <sup>2</sup>	Tenants	Sales mSEK	Sales per sqm, SEK
Food & Convenience		125	3	15	120 000
Durable goods	+	5 975	19	246	41 172
Total	=	6 100	22	261	42 787
Restaurants	+	1 050	2	N/A	N/A
Commercial Services	+	100	3	N/A	N/A
Total	=	1 150	5	12	10 000
Leasable		7 250	28	273	29 459
Common areas	+	2 000	N/A	N/A	N/A
<b>Total</b>	<b>=</b>	<b>9 250</b>	<b>28</b>	<b>273</b>	<b>29 459</b>



<span style="color: green;">■</span> <b>Retail</b>	6 100 m <sup>2</sup>
<span style="color: yellow;">■</span> <b>Restaurants</b>	1 050 m <sup>2</sup>
<span style="color: blue;">■</span> <b>Services</b>	100 m <sup>2</sup>
<span style="color: orange;">■</span> <b>Common areas</b>	2 000 m <sup>2</sup>

Källa: SSCD

# Bolltorps Handelsområde



**Kategori:** Handelsområde



**Läge:** Utanför stadskärna



**Etablering:** 2014



**Starka aktörer inom dagligvaruhandel:**  
Coop



**Starka aktörer inom sällanköpsvaruhandel:**  
Jysk, Mio, Rusta, ÖoB

## Premises area, Tenants & Sales

Source: HUI Research

Category		GLA m <sup>2</sup>	Tenants	Sales mSEK	Sales per sqm, SEK
Food & Convenience		0	1	N/A	N/A
Durable goods	+	10 000	11	N/A	N/A
Total	=	10 000	12	525	52 510
Restaurants	+	0	2	N/A	N/A
Commercial Services	+	0	1	N/A	N/A
Total	=	0	3	26	N/A
Leasable		10 000	25	551	55 130
Common areas	+	0	N/A	N/A	N/A
Total	=	10 000	25	551	55 130

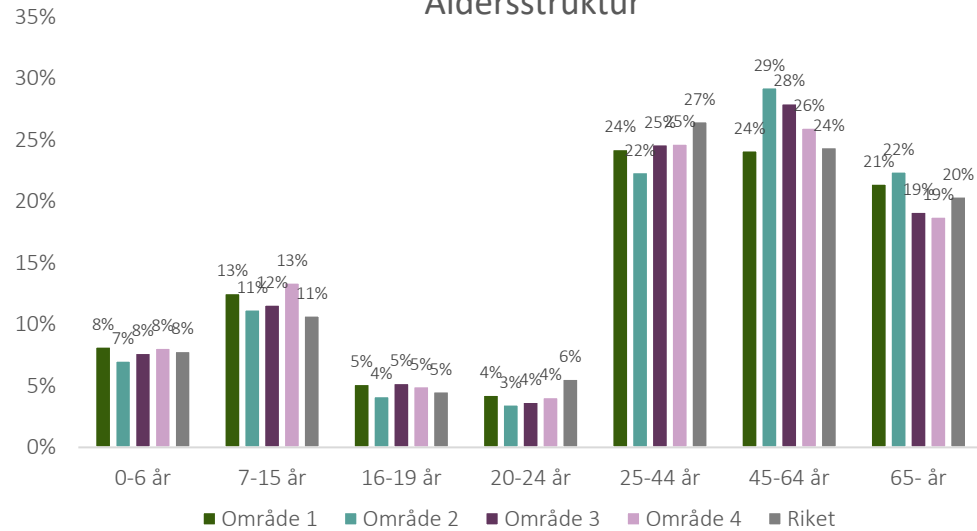


■ Retail	10 000 m <sup>2</sup>
■ Restaurants	0 m <sup>2</sup>
■ Services	0 m <sup>2</sup>
■ Common areas	0 m <sup>2</sup>

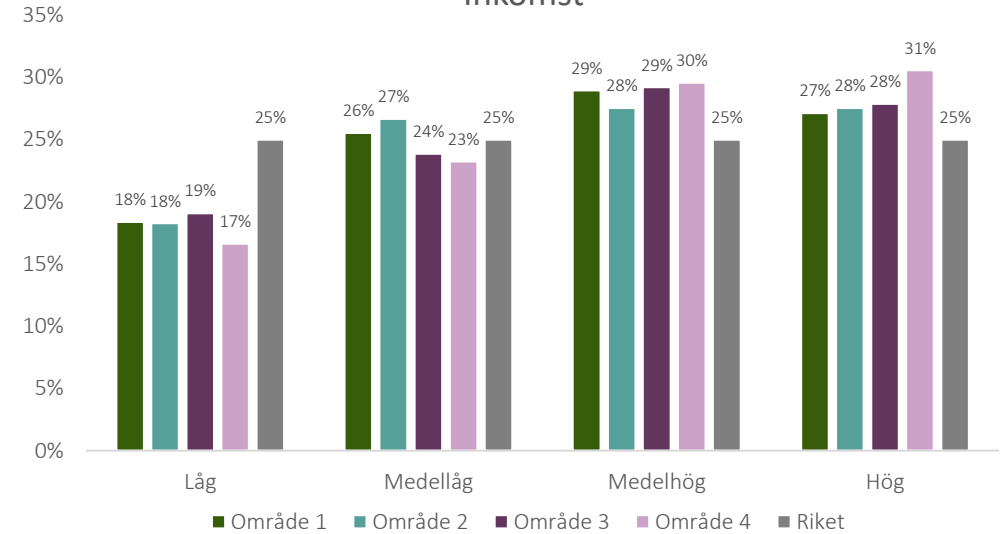
# Demografisk översikt

# Demografisk översikt område 1-4

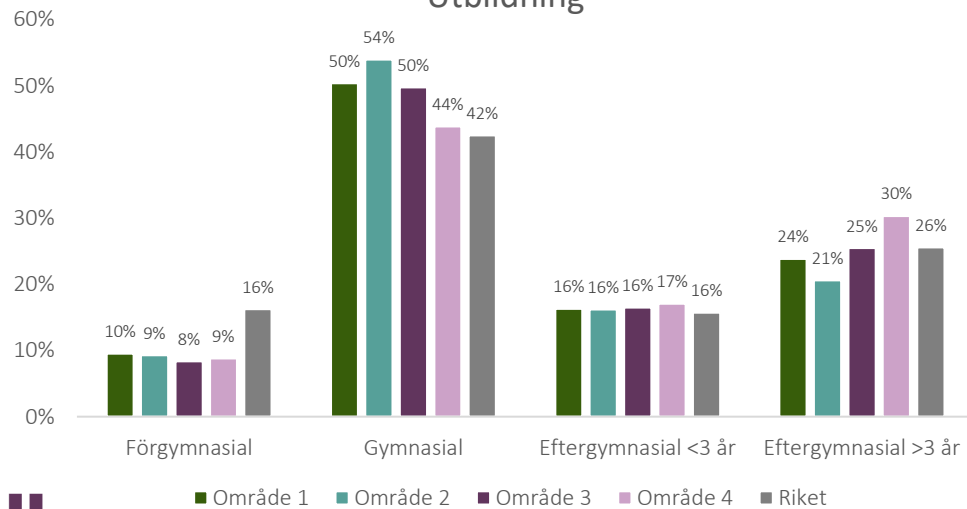
Åldersstruktur



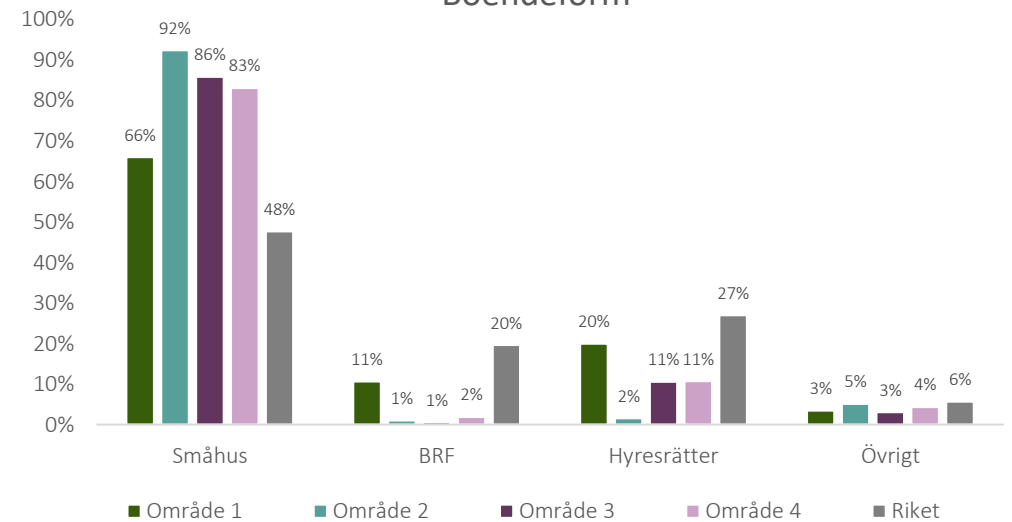
Inkomst



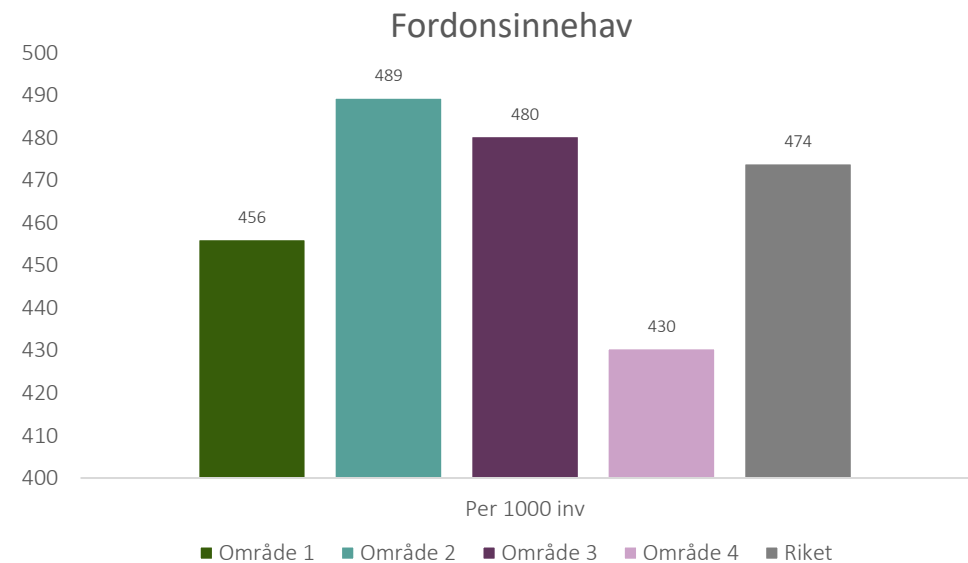
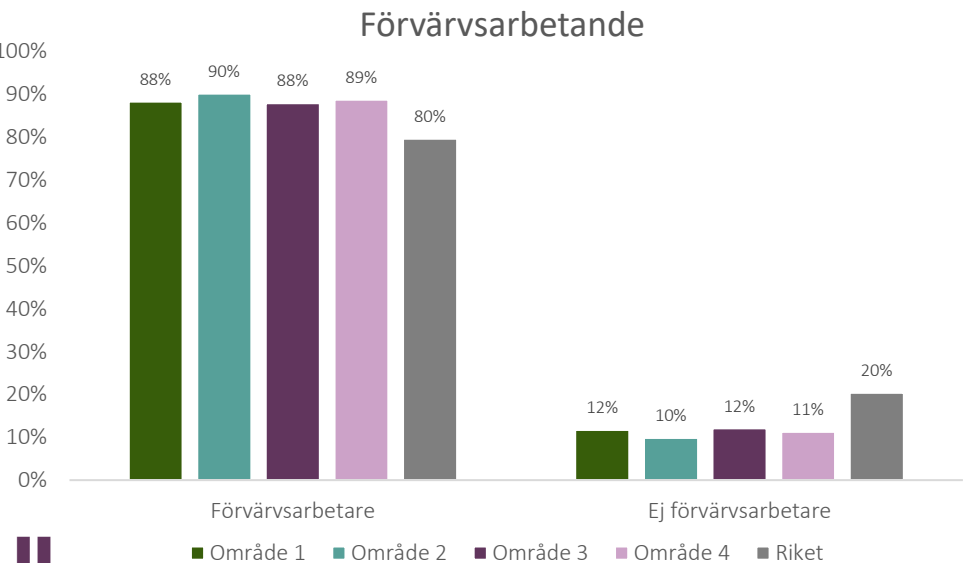
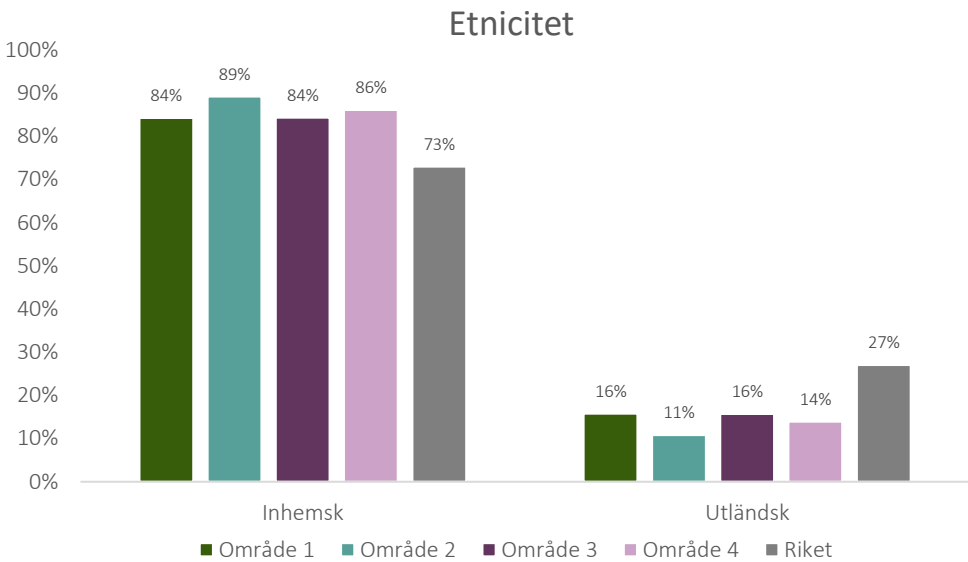
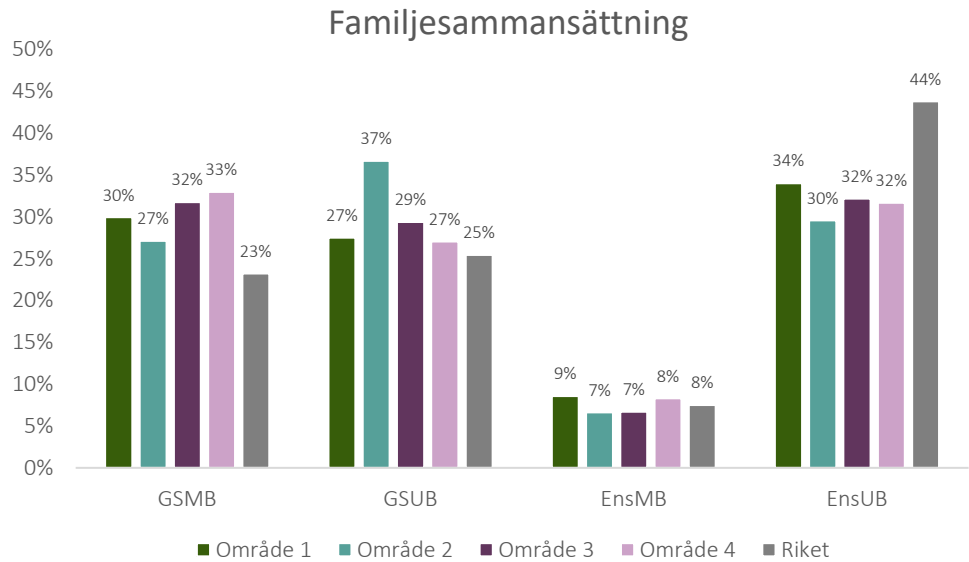
Utbildning



Boendeform



# Demografisk översikt område 1-4





## Kontakt

---

**Per Andersson**

[per.andersson@hui.se](mailto:per.andersson@hui.se)