

# Handelsutredning Habo tätort



2017-12-21



HABO KOMMUN

# Sammanfattning

- Nuläget och den framtida potentialen för handeln i Habo visar sammantaget att det finns begränsade förutsättningar att utveckla ytterligare handel i kommunen. Förutsättningarna begränsas framförallt av ett litet marknadsunderlag och hård konkurrens från kringliggande handelsplatser i Jönköping, som är en stark handelsort. Förutsättningarna för handeln i nuvarande Habo Centrum begränsas även av brister i tillgänglighet. Centrum ligger ”offside” riksväg 195 och ej heller synligt från genomfartsvägen Bränningeleden. I Centrum är handeln utspridd och till synes i lokaler med låga kommersiella kvaliteter (långa fasader, glapp mellan verksamheter, fristående byggnader osv). Handeln i kommunen skulle sannolikt ges bättre förutsättningar om den placerades i Kärnekulla jämfört med befintliga Centrum. Tyréns har dock ej undersökt ett sådant alternativt scenario, dvs (en drastisk) flytt av handeln i Centrum till Kärnekulla.
- Handeln i Habo Centrum karakteriseras idag av dagligvaruhandel (Coop och ICA omsätter totalt ca 160 MSEK år 2016), samt mycket låg omsättning av sällanköpsvaruhandel (drygt 10 MSEK år 2016). Trots den låga omsättningen och brister i kommersiella förutsättningar finns flera branscher representerade, tex guld, skor, ostbutik. Vakansgraden är i nuläget (november 2016) i princip noll. Hyresnivåer har ej undersökts.
- Handeln i Habo tätort har ett begränsat marknadsområde. Befolkningsunderlaget uppgår i dag till knappt 13 000 personer i det primära marknadsområdet. Med en utökad handel i kommunen och med bättre förutsättningar jämfört med nuvarande, antas ett underlag från Bankeryd vara möjligt (samt ifrån kommunens sydvästra delar). Detta sekundära marknadsområde består av drygt 9 000 invånare. Befolkningen antas växa i det totala marknadsområdet med drygt 4 000 personer till år 2031, varav drygt hälften i primärområdet.
- Habos detaljhandelsmarknad uppgår till totalt 1 300 MSEK, inkl. moms år 2016 (inom ovanstående möjliga sekundärområde). Primärområdet står för 750 MSEK, dvs drygt hälften. Detaljhandelsmarknaden växer totalt med ca 200 MSEK till år 2031 till drygt 1 500 MSEK. Över hälften av marknadsunderlaget består av dagligvaror.
- Av det totala marknadsunderlaget är en stor del av omsättningen förlagd till Jönköpings kommun. Habo kommun har ett försäljningsindex på 36 för detaljhandeln totalt (omsättning dividerat med marknadsunderlag, källa: handelsverige.se). Det visar på ett stort utflöde. Inom dagligvaror är Habo kommuns försäljningsindex 57, för sällanköpsvaror endast 14.
- Det är framförallt sällanköpsvaruhandeln som sker i andra kommuner men också dagligvaruinköpen, där knappt hälften av möjlig omsättning hamnar utanför kommungränsen. I Jönköping finns flera stora dagligvarubutiker dock ingen större på den västra sidan angränsande till Habo kommun, förutom i Bankeryd med Coop och ICA liksom i Mullsjö.
- Framtaget förslag på Kärnekulla (Detaljplan Kärnekulla 1:4) innebär att det skapas en plats med stora likheter med befintligt Centrum. Kärnekulla skulle dessutom få extra

fördelar i ett flöde från bl.a. skola och sporthall, som Centrum idag saknar. Detta scenario medför en stor risk att butikerna i nuvarande Centrum utarmas (butikerna måste stänga helt, alternativt placera sig i Kärnekulla med bättre förutsättningar) vilket leder till att nuvarande Centrum dör. Tyréns avråder direkt från detta förslag och rekommenderar i denna rapport att man tittar på alternativa scenarier.

- Eventuell handel i Kärnekulla behöver i möjligaste mån utvecklas till ett innehåll med utbud som kompletterar och stärker, snarare än konkurrerar med, Centrum. Oavsett Kärnekullas utveckling är förbättringar av Centrum map tillgänglighet, form och funktion nödvändiga. Generellt gäller att handeln i en liten förortskommun som Habo i första hand bör utgå från dagligvaror och service. Dagligvaruutbud stärker Habo som attraktiv boendeort och den lilla övriga handel kan finnas kvar och i viss mån utvecklas. Tyréns strategier för att utveckla handeln i kommunen baseras därför i huvudsak på var i Habo tätort ytterligare en dagligvarubutik kan placeras, parallellt med hur befintligt Centrum kan förbättras.
- Tyréns bedömer att, med ett innehåll i Kärnekulla motsvarande livsmedelsbutik samt restaurang (snabbmat), skulle en omsättning i området uppgå till ca 300 MSEK år 2025 (inkl. byggvaror i Stora Kärr norr om området). Dagligvaror skulle utgöra drygt 200 MSEK (år 2025). I ett sådant scenario skulle Centrum kunna behålla endast en av de två nuvarande livsmedelsbutikerna och behöver i sådana fall genomgå ett kraftfullt utvecklingsarbete.
- Centrum behöver förstärkas med enheter som idag saknas och behöver tex ha ett apotek, vilket idag är lokaliserat vid vårdcentralen. Verksamheter som utbildning, hotell, vård, fritidslokaler men också kultur och övrig besöksnäring behöver också placeras så att Centrum drar nytta av det flöde som dessa verksamheter ger. Vid val av lokalisering bör i möjligaste mån dessa placeras i eller så nära Centrum som möjligt och dra nytta av de kommunikationer som finns (tågstation). Till detta krävs ett övergripande arbete kring hur trafiken ska ledas, utveckling av parkeringsytor samt frågor kring skyltning.
- Ett alternativt scenario är att det i Kärnekulla utvecklas endast bostäder, dvs ingen handel alls. Istället utvecklas Centrum med en livsmedelsbutik i så nära anslutning som möjligt till tågstationen. Det skulle innebära att Habo tillförs ytterligare en dagligvarubutik men också nyttjar potentialen i befintlig kollektivtrafik. Antal boende i närområdet kring stationen är också högre än närområdet till Kärnekulla. Detta scenario ger ett primärt marknadsområde på ca 7 000 invånare år 2031 jämfört med det primärområde som tillhör Kärnekulla, vilket maximalt antas utgöra ca 3 500 invånare. En dagligvarubutik vid stationsområdet skulle också innebära att Centrum kan utvecklas med en målpunkt i södra delen, samt fortsatt handel i norra delen (kring ICA och Coop). Detta scenario förutsätter att frågor kring tillgänglighet kan lösas.
- Oavsett var framtida dagligvaruhandel placeras kvarstår området Stora Kärr norr om Bränningeleden som plats för byggvaruhandel av volymkaraktär och annan handel som inte kan placeras i Centrum eller i anslutning till Centrum.
- I utvecklingsarbetet av handeln i kommunen och Habo Centrum är det av stor vikt att fastighetsägare och möjliga verksamheter är involverade på ett tidigt stadium för att tillsammans enas om målbild och besluta om ansvar och åtgärder för att utveckla Habo

i önskvärd riktning. Detta gäller såväl kortsiktiga insatser (tex skyltning) som åtgärder på längre sikt (etablering av nya verksamheter och flytt av befintliga).

## Innehållsförteckning

1.	Inledning.....	7
2.	Uppdragets olika moment.....	7
3.	Projekt och referensgrupp.....	8
4.	Metod.....	8
5.	Avgränsning.....	10
6.	Underlag .....	10
7.	Definitioner.....	11
	Detaljhandel .....	11
	Restaurang/café och service.....	11
8.	Läge och tillgänglighet Habo .....	12
	Trafikmängder.....	12
	Parkering .....	13
	Kollektivtrafik.....	13
	Öppettider .....	14
	Trivsel .....	14
9.	Handelsutbud och struktur.....	15
	Nuläge innehåll och omsättning.....	15
	Kommersiella förutsättningar för Habo Centrum idag .....	17
	Kommersiella förutsättningar Kärnekulla.....	20
10.	Marknadsområde Habo tätort.....	21
11.	Befolkning .....	23
	Antal invånare och prognos .....	23
	Planerade bostäder och övrig demografi i Habo kommun.....	24
12.	Marknadsunderlag detaljhandel och restaurang .....	26
13.	Konkurrenssituation .....	27
	Övriga tätorter och handelsplatser - försäljningsindex .....	27
	Konkurrens dagligvaror .....	28
	Framtida konkurrens - planerade projekt .....	29
14.	Trender .....	31
	Detaljhandel och privat konsumtion .....	31
	E-handel .....	32
	Övriga konsumenttrender.....	33
	Handel vid knutpunkter och resandevanor.....	33
	Sammanfattning trender och Habo .....	34
15.	SWOT- analys .....	35

16.	Konsekvenser av handel i Kärnekulla .....	37
17.	Alternativt scenario .....	39
18.	Riktlinjer och handlingsplan .....	40

## **1. Inledning**

Habo kommun är i en expansiv fas och har länets högsta befolkningstillväxt procentuellt. Många detaljplaner är under framtagande och det är framförallt bostäder som planeras men också planer för handel.

Idag har Habo tätort ett centrum, Blå torget, som består av mindre butiker, livsmedel, kläder och dylikt. Vidare finns ett industriområde med inslag av handel med inriktning mot hantverk och byggvaruhandel cirka en kilometer från centrum. Kommunens viljeinriktning är att kommunen ska växa söderut mot Jönköping, närheten till Jönköping innebär att många åker dit och handlar. Med en ökande befolkning ökar också underlaget för handel i kommunen.

Kärnekulla är ett område som nu planeras för handel och bostäder. Etableras detta innebär det att kommunen får två områden med inriktning mot handel. Kommunen behöver därför undersöka vilka behov som behöver mötas, var handelsetableringarna bör placeras och vilken typ av handel det bör innehålla. Syftet med denna handelsutredning är att den ska utgöra underlag för ett politiskt ställningstagande avseende handelsutvecklingen i kommunen, samt som stöd vid översiktlig planering och framtagande av detaljplaner.

Rapporten kartlägger marknadsförutsättningarna för handel i Habo, handelns förutsättningar utifrån kundunderlag och köpkraft i kommunen och närheten till handeln i Jönköping. Rapporten kartlägger även handeln i Habo med avseende på utbud, storlek, köpkraft, branschstruktur, tillgänglighet och trivsel. Detta är grund för analysen; var, i vilken omfattning och inom vilka branscher det är lämpligt att lokalisera olika former av handel i Habo framöver?

## **2. Uppdragets olika moment**

- Kartlägga marknadsförutsättningarna för handel i Habo
- Kartlägga handelns förutsättningar utifrån kundunderlag och köpkraft i Habo kommun och närheten till handeln i Jönköping.
- Kartlägga handeln i Habo avseende utbud, storlek, köpkraft, branschstruktur, tillgänglighet, trivsel
- SWOT-analys av Habos handel
- Analysera var, i vilken omfattning och inom vilka branscher det är lämpligt att lokalisera olika former av handel i Habo framöver
- Genomföra en konsekvensbedömning av hur en utbyggnad av handeln i Habo innebär för den befintliga handeln i centrum

### 3. Projekt och referensgrupp

Referensgruppen från Habo kommun har bestått av följande personer:

Linda Tubblin (Planchef)  
Mari Helen Ophem (Planarkitekt)  
Thomas Lund (Kultur och turism)

Teamet från Tyréns har bestått av uppdragsledare Stina Påg med analytiker Jessica Göransson och rådgivande expert Martin Ingvarson. Kvalitetsgranskare har varit Mia Wahlström. Johan Larsson-Wallin har tagit fram kartunderlag.

### 4. Metod

Metoden baseras på antagandet att Läge & tillgänglighet, Marknadsunderlag för detaljhandel samt Konkurrenssituation, avgör handelns framtida förutsättningar. Faktorerna utgör underlag för att beräkna framtida handelspotential (MSEK) och ytbehov (kvm). I detalj betyder det att följande sex faktorer, enligt Tyréns erfarenheter, är viktigast för en säker bedömning av framtida omsättningspotential för detaljhandeln i ett visst område.

1. Storleken och kvaliteten på utbudet (framtida Kärnekulla och Habo totalt)
2. Avgränsningen av marknadsområdet - med hänsyn till läge, tillgänglighet, konkurrens och attraktionskraft
3. Marknadens storlek i MSEK och hur den kan tänkas växa
4. Konkurrenssituationen mellan handelsplatser i dag och i framtiden
5. Funktionell utformning och atmosfär som handelsplats
6. Professionalism ifråga om marknadsföring, drift och underhåll

En analys kan kvantifiera, belysa och värdera de fem förstnämnda faktorernas inverkan på framtida omsättning. Den sista faktorn – butikerna konkurrenskraft – antas vara i nivå med de bästa branschföreträdarna i marknadsområdet, vilket gäller såväl befintliga som nytilkomna företag.

Uppdraget har genomförts i följande steg:

#### 1. Startmöte och platsbesök

- Startmöte med projektgruppen med genomgång av förutsättningar, arbete med att definiera Habos handel samt alternativ för att ta handelsutredningen vidare efter avrapportering. Ett platsbesök med inventering och fotografering genomfördes samma dag 2016-11-08.

#### 2. Statistikbearbetning och underlag för analys

- Information från inventering om antal enheter har, med hjälp av statistik från SCB om försäljning per arbetsställe samt dagligvaruförsäljning från DLF, sammanställts och grupperats områdesvis och per delbransch. Omsättningsuppgifterna är för 2016 inkl moms.



- Ett geografiskt upptagningsområde/marknadsområde för detaljhandel och café/restaurang för Habo tätort har tagits fram och digitaliserats med lämpligt kartunderlag. Habo tätorts kommersiella förutsättningar har beskrivits i form av läge, tillgänglighet, stråk och flöden och trivsamt.
- Befolkning och marknadsunderlag för Habo tätort har sammanställts för 2016, 2025 och 2031. Som underlag till bedömningen av befolkningen i marknadsområdet och utvecklingen ligger befolkningsprognos framtagna för Habo kommun av Region Jönköpings län, samt för Bankeryd av Jönköpings kommun. Det saknas befolkningsprognos till år 2031, Tyréns har därför gjort ett antagande utifrån prognos till år 2025.

Marknadsunderlaget är beräknat i MSEK inklusive moms utifrån befolkningsunderlaget för respektive delområde i marknadsområdet. Konsumtionsprognosgruppens (KPG:s) statistik om per capitakonsumtion och prognos utgör underlag för beräkningarna om nuvarande och framtida marknadsunderlag för dagligvaror, beklädning, hem, fritid, hemelektronik, byggvaror och restaurang. Beräkningarna har tagit hänsyn till olika köpkraftsnivåer för de ingående kommunerna i marknadsområdet. Av det beräknade marknadsunderlaget utgörs en del av e-handel. KPG-prognosen sträcker sig till år 2031. E-handeln har en varierande marknadsandel beroende på bransch och andelarna utvecklas olika för respektive bransch. Tyréns har använt sig av KPG-gruppens rekommenderade justeringar för e-handel, dvs antagit att en del av per capita-omsättningen inte kommer att ske i fysiska butiker. Undantaget dagligvaror, där Tyréns bedömer för det fall dagligvaror köpt via e-handel kommer yta för lager och distribution troligtvis att behövas i Habo.

- Konkurrenssituation – nuvarande och framtida inom och utanför marknadsområdet, samt redogörelse för försäljningsindex uppdelat på dagligvaror och sällanköpsvaror.
- Sammanfattning av trender inom detaljhandeln som antas påverka handeln i Habo.

### 3. Sammanfattning analys och förslag

- SWOT-analys, övergripande över handeln i Habo.
- Analys och beräkning av möjlig omsättningsprognos för handel i Kärnekulla år 2025 och 2031 med utgångspunkt en dagligvarubutik i Kärnekulla. Omsättningen i MSEK har översatts i ett ytbehov i antal kvadratmeter.
- Ett resonemang om förutsättningar och nödvändiga åtgärder i befintliga Centrum samt av resonemang kring alternativt scenario där dagligvarubutik placeras i annat läge.
- Ovanstående punkter har sammanfattats till underlag för riktlinjer för handel för Habo.

## 5. Avgränsning

I rapporten utgår Tyréns från de möjligheter som finns att utveckla handeln Habo baserat på befolkningsunderlag, ortens förutsättningar samt konkurrenssituation och omvärldstrender. Den geografiska avgränsningen är Habo tätort.

Bedömning av möjlig omsättning och ytbehov har gjorts för detaljhandeln och restauranger/café. Bedömning av oms ttningspotential och ytbehov har inte gjorts för försäljning av bilar och andra fordon. En inventering av kommersiell och övrig service har gjorts i Centrum. Förändringar efter 15/11  r ej med i denna rapport.

Kommunens viljeriktning  r att kommunen ska växa söderut mot Jönköping, samtidigt som Centrum och handeln där ska finnas kvar.

## 6. Underlag

Följande rapporter och sammanställningar har utgjort underlag för analysen och rapporten

- Kort fakta om Habo kommun 2017
- Kommunala turismeffekter Habo kommun 2016, HUI
- Pågående planering, detaljplaner och kartor från Habo kommun
- Riktlinjer för bostadsförsörjning 2017-2020, Habo kommun
- Handelsanalys Habos kommun 2015, HUI
- KPG 2016 Prognos genomsnittlig tillväxt
- Statistik från SCB om försäljning per arbetsställe samt dagligvaruförsäljning från DLF
- Försäljningsindex – handeln i Sverige, HUI
- Upplev Habo, handel och turism
- KPG-rapport 2017

## 7. Definitioner

I detta kapitel förklaras vad som ingår i detaljhandelns branscher, samt hur restaurang och kommersiell service definieras.

### Detaljhandel

Detaljhandeln definieras som dagligvaror eller sällanköpsvaror. Indelningen följer Konsumtionsprognosgruppens (KPG:s) definition.

Detaljhandel						
Varuhus/stormarknader/diversehandel						
Dagligvaror		Sällanköpsvaror				
Livsmedel	Övriga dagligvaror	Beklädnad	Hem- utrustning	Fritidsvaror	Hem- elektronik	Byggvaror
	Parfym Blommor, Trädgårds-växter, Kemtekniska artiklar Receptfria läkemedel, Tobak Tidningar Djurmat	Kläder Skor Modetyger Garn Päls/skinn Handskar Väskor Accessoarer	Möbler Hemtextil Glas och porslin Husgeråd Belysning/ elartiklar Hushållsmaski ner (mindre apparater)	Sportartiklar Cyklar Musikinstrument Hobby Reservdelar och tillbehör till fordon Smycken Leksaker Djur Böcker Guld Ur Optik	Radio/tv Skivor Foto Teleutrustning	Bygg- och underhållsmaterial Verktyg, utrustning Mattor Större hushållsapparater

I en studie av befintligt och framtida detaljhandelsutbud är det centralt att inte bara se till yta detaljhandel utan också till typ av butikskoncept inom respektive bransch – att det finns butiker med varor inom olika prisklasser och bredd/djup i sortiment. Handeln inom samma bransch både kompletterar och konkurrerar med varandra.

### Restaurang/café och service

Förutom handel, café och restaurang är kommersiell och övrig service samt besöksmål viktiga funktioner som stödjer handeln. Placering och läge för dessa funktioner är viktig för Habo Centrum. Kommersiell service är allt från frisör till hotell, gym och kemtvätt. Detaljhandeln genererar ett flöde av besökare och generellt uppstår behovet av kommersiell service efter flödet som detaljhandeln genererar. Nöje, idrott och kultur kan utgöra destinationer i sig och innebära ett besökstillskott för detaljhandeln.

Begreppen restaurang/café, kommersiell service och övrig service omfattar verksamheter enligt tabellen nedan.

Restaurang/café	Kommersiell Service	Övrig service
Restaurang Café Bar Gatukök	Systembolaget Bank Resebyrå Kemtvätt Skomakeri Frisör Gym Bowling Hotell Biograf	Arbetsförmedling Försäkringskassan Bibliotek Tandläkare Vårdcentral och övrig vård Bibliotek Teater

## 8. Läge och tillgänglighet Habo

I detta kapitel presenteras Habos läge/avstånd i förhållande till konkurrerande orter med handel.

### Trafikmängder

Habos vägnät omfattar bland annat riksväg 195, Jönköping-Habo och vidare upp mot Örebro, samt riksväg 26/47 från Jönköping mot Skövde och Trollhättan. Till E4:an Stockholm-Jönköping-Helsingborg och riksväg 40 Göteborg-Borås-Jönköping tar det ungefär 15 minuter att komma ut på från Habo. I bild 11 nedan visas trafikflödet uttryckt i årsmedeldygn kring Habo tätort. Bilden visar också Stora Kärrs/Kärnekullas goda förhållandevis goda kommersiella förutsättningar jämfört med Centrum, då det är det läge i kommunen där trafikflödet är som störst i en hög grad bilburen kommunen. Infrastrukturen i Habo kommun är i sin struktur byggd med bilisten som primär trafikant.

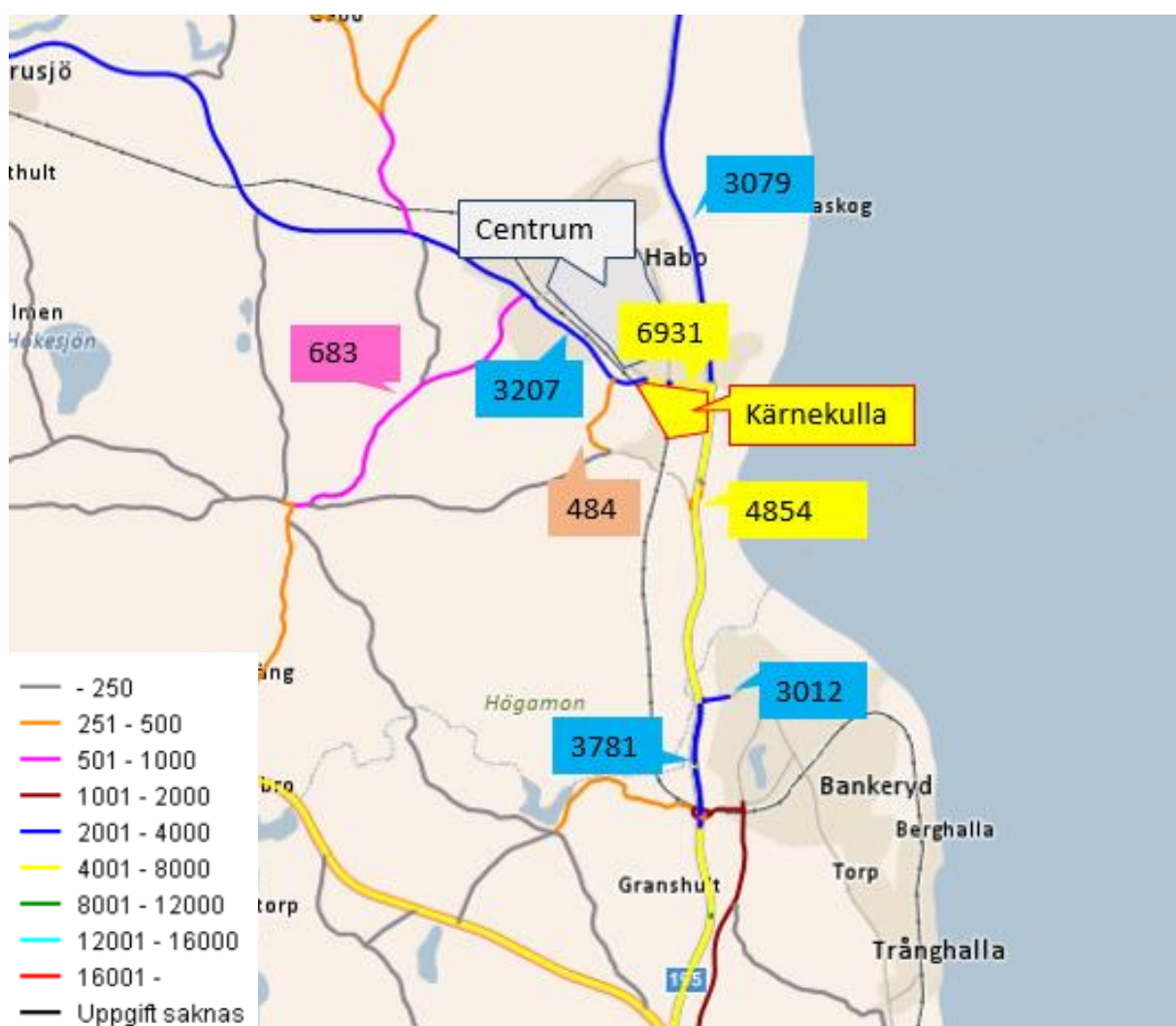


Bild 11: Trafikflöde NVDB

Det finns ingen resevaneundersökning som inkluderar Habo kommun, däremot finns en resevaneundersökning från Jönköping kommun från år 2014 gjord av Trivektor som visar att 70 procent av Jönköpings kommuns invånare använder bilen som huvudsakligt färdmedel, 10 procent använder kollektivtrafiken och resterande cykel och gång. Bilen används till nästan alla resor som görs i syfte att inhandla tunga varor, vid inköp av lättare varor minskar bilandelen

väsentligt. I Jönköping kommun har 90 procent körkort och lika många har tillgång till bil. Kommunen arbetar dock efter en kommunikationsstrategi om mål att antalet resor med kollektivtrafik per invånare ska dubblas till 2020 (jämfört med 2007) och att cyklandet till och från Jönköpings centrum ska öka med 30% till år 2015 (jämfört med 2010). Det är rimligt att anta att det inte är färre som använder bilen som huvudsakligt färdmedel i Habo kommun.

## Parkering

På bild 12 nedan visas en karta över de allmänna parkeringarna i kommunen, alla de allmänna parkeringsplatserna är avgiftsfria i Habo.

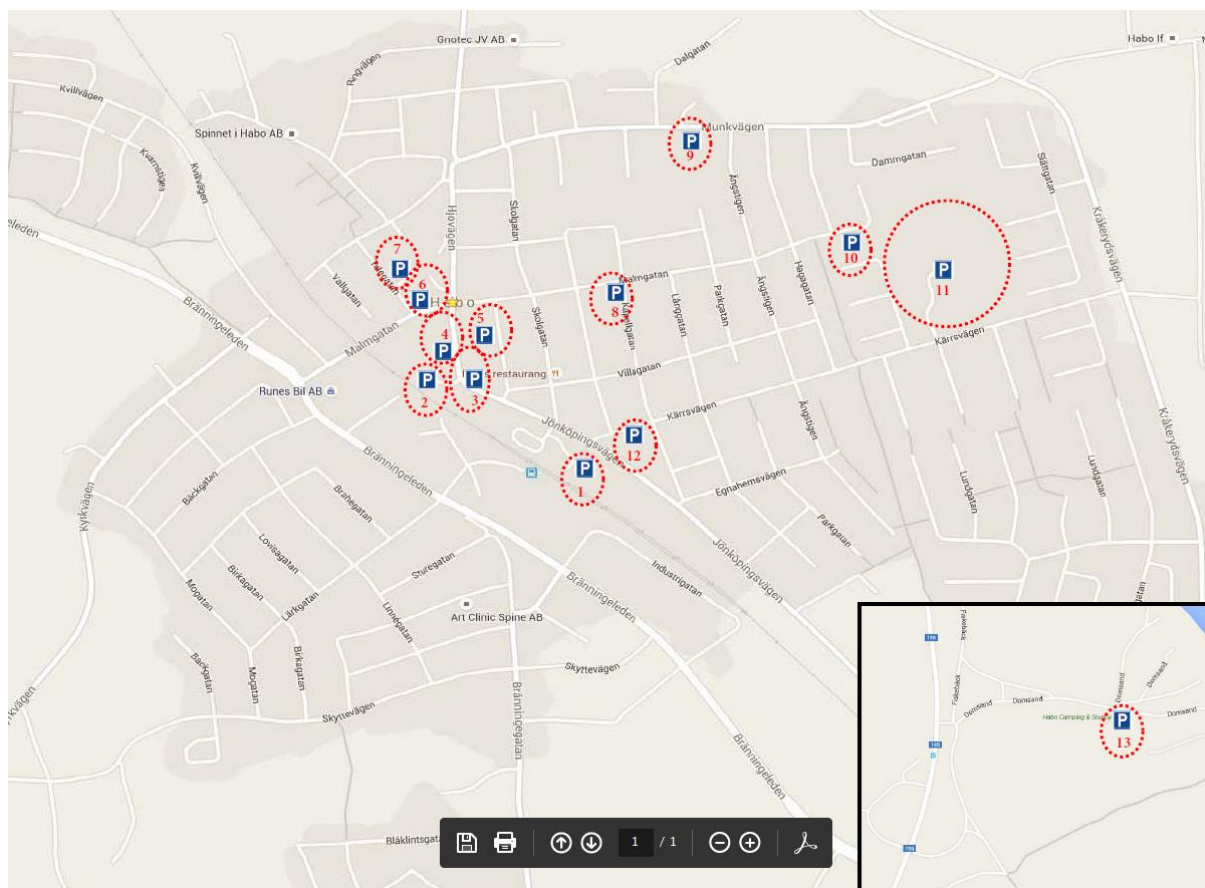


Bild 12: allmänna parkeringar i kommunen, källa: <http://www.habokommun.se/Gator--trafik/Trafik-och-gator/Parkering/har-kan-du-parkera-i-habo/>

## Kollektivtrafik

En handelsplats bör helst vara tillgänglig med samtliga färdssätt för att vara lönsam. Habo Centrum har tillgång till Västtågen som kör linjen Nässjö-Jönköping-Falköping-Skövde-Töreboda. Till Jönköping tar resan 13 minuter, med en turtäthet på 1-2 tåg i timmen, och till Skövde tar resan 48 minuter. Som nämnt saknar dock stationen i Habo koppling till handeln i Centrum. Med tåg och buss finns det i stort sett halvtimmetrafik i varje riktning måndag till fredag. Det finns även andra bussförbindelser inom kommunen och till grannkommunen Mullsjö. Ingen lokal linjebuss finns i tätorten men i kommunen har närtrafik startats upp, vilket innebär en resmöjlighet för de kommuninvånare som inte har möjlighet att åka med den ordinarie linjetrafiken.

## Öppettider

I en stadskärna har butikerna generellt sett spridda öppettider, vilket kan vara en konkurrensnackdel i jämförelse med tex köpcentrum. Enhetliga öppettider och söndagsöppet är starka tillgänglighetsparametrar. I Habo Centrum har Coop och ICA samt Landhs konditori söndagsöppet.

## Trivsel

Alla som besöker ett centrum uppfattar det olika, men trivsamhet är i hög grad kopplat till kommersiella förutsättningar med flöden av människor, handel och mötesplatser, förutom grundläggande faktor som trygghet. Ett sätt att få tillgång till attityder och värderingar för en plats är att utföra en kundundersökning med frågor kring attraktivitet, besöksanledningar och trivsel.

En maximal och jämn besöksfrekvens är önskvärd i ett centrum. Var huvudbutikerna lokaliseras är avgörande för flödet. Sträva överlag efter klustring, dvs undvik att splittra handeln. Lokaler bör vara attraktiva för handeln med rätt storlek och funktion för respektive bransch. Sträva efter korta fasadlängder och för maximalt antal butiker (butiksfronter) på en given sträcka.

Habo Centrum utgörs till stor del av bilburet flöde av människor, det finns få sträckor med flöde av fotgängare, förutom till och från parkeringsplatserna. Det sätter prägel på handeln när man som besökare sätter sig i bilen mellan olika destinationer inom en handelsplats, alternativt behöver ta sig till fots mellan bilar och parkeringsyta. Stora delar av de offentliga ytorna är parkeringsplatser. Det blåa torget upplevdes mer som en parkeringsplats än en mötesplats. Finns det möjlighet att disponera Centrum effektivare med avseende på trafiken? En trafikutredning med syfte att ta fram förslag och rekommendationer för hur olika trafikslag kan anpassas och fördelas skulle kunna ge svar på detta, samt ge råd om förslag för en förbättrad parkeringssituation. Vill man ändra vanan att bilen är det primära transportsättet rekommenderas en mobility management utredning som undersöker folk emotionella motiv att ta bilen i olika åldersgrupper så man satsar på de mest kostnadseffektiva åtgärderna för att ändra det invanda beteendet.

## 9. Handelsutbud och struktur

### Nuläge innehåll och omsättning

Definierade handelsområden Centrum och Stora Kärr finns i kartan nedan.

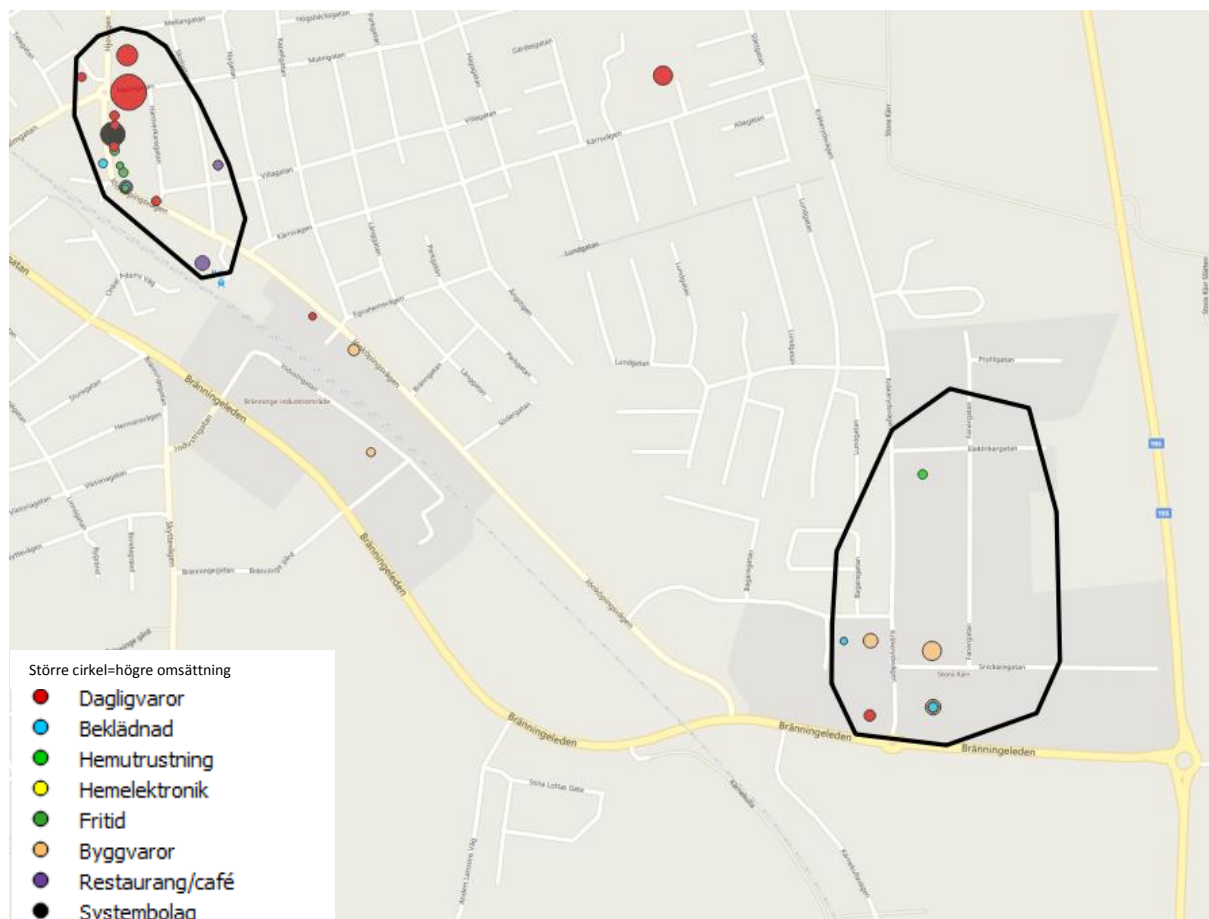


Bild 1: handelsområden i Habo tätort

Namn på enheter och bransch för respektive område i Habo kommun:

Bransch/område	Centrum	Stora Kärr	Resterande delar av tätorten	Resterande delar av kommunen
Dagligvaror	Coop Ica Supermarket Din Ost Fröken Frö Solrosen Engdahls tobak Ra-ta-ta	Habo bil&motor	Apoteket	Brandstorps Allköp Ljunga Motell Bosses bil Klerebo
Beklädnad	Anderson skor Per&Lisa	Family No: 1 House	Erikshjälpen Återbruket	Ditt Skafferi
Hemutrustning		Habo Hobby		Kerstins Keramik
Fritidsvaror inkl hemelektronik	Bok & Presentshopen Lundins Leksaker AB numera Gustav och Lillan		Lampladan City	Engström, Doris

	Guldverksta'n Habo Optik			
Byggvaror		XL-Bygg Lagerbutiken Flügger Färg Bohman & Son JW Kakel	Widahls Port- & Villamiljö Ventilationsshop en	
Restaurang/café	Stationen Pizzeria 95:an Landhs Konditori Lotus Pizzeria Italia		Restaurang Kärsliljan Pizzeria	Compass Group (Fagerhult) Rödån Holmenstugan Lustfyllt
Kommersiell service	Systembolag Frisör Quad Frisör Studio H Gym Djursjukvård Akupunktur SEB Swedbank Fastighetsbyrå		Fotograf 2 st	Cykeluthyrning
Övrigt	Bibliotek		Spinnet Församlingshem Pastorsexpedition Vårdcentral Minigolf Sporthall Förskolor Skolor Kulturskola Fritidsgård Kommunhus	Camping Pensionat

Tillkommer gör torghandel på Blå Torget helgfria torsdagar mellan 07.00-19.00. Inga vakanser noteras (november 2017).

Summa omsättning MSEK inkl moms år 2016 för detaljhandel presenteras i tabellen nedan. Uppgifterna är bedömda utifrån från SCB (omsättningsintervall per arbetsställe), DLF samt allabolag.se. Saknas uppgifter har Tyréns uppskattat omsättning.

<b>Bransch/område</b>	<b>Centrum</b>	<b>Stora Kärr</b>	<b>Resterande delar av tätorten</b>	<b>Resterande delar av kommunen</b>	<b>Summa Habo kommun</b>
Dagligvaror	164	5	20	2	<b>191</b>
Sällanköpsvaror exkl bygg	12	6	3	3	<b>22</b>
Bygg	0	47	5	3	<b>54</b>
<b>Summa Detaljhandel</b>	<b>176</b>	<b>57</b>	<b>27</b>	<b>7</b>	<b>267</b>
<i>Restaurang/café</i>	<i>25</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>17</i>	<i>42</i>

Tabellen visar att detaljhandelsomsättningen i Habo kommun uppgår till 267 MSEK inkl moms år 2016. Största delen av detaljhandelsomsättningen utgörs av dagligvaror. Byggvaror - och



restaurang/café - omsätter mer än sällanköpsvaror i kommunen. Sällanköpsvaror har extremt låg omsättning i Centrum och i kommunen totalt.

Ica och Coop finns i Centrum, där finns också försäljning av ost, bröd, tobak och blommor samt kläder, skor, optik och guld. Flertalet branscher finns således representerade, men med mycket låg omsättning.

Centrum har en omsättning som uppgår till 176 MSEK, vilket utgör mer än 65% av detaljhandelsomsättningen i kommunen. I Centrum utgörs omsättningen till största delen av dagligvaror. Restaurang/café omsätter dubbelt så mycket som sällanköpsvaror.

I Stora Kärr finns idag bygghandel och sällanköpsvaror. Byggvaror omsätter 47 MSEK år 2016 inkl oms, det är i princip all byggvaruhandel som finns i kommunen som är lokaliserad hit.

Det finns två second hand-butiker i tätorten, Återbruket och Erikshjälpen, inga av dessa har någon direkt koppling till Centrum.

Restaurang/café finns, dock en stor andel av kommunens totala restaurangomsättning finns utanför tätorten. Låg omsättning totalt sett även inom restaurang/café.

#### Kommersiella förutsättningar för Habo Centrum idag

Bra kommersiella förutsättningar för handel innebär förutom att det ska vara öppet och tillgängligt för alla trafikslag, inklusive gående: synlighet, tydliga entréer, flöden av människor, tydligt skyltning och korta fasadlängder. En konkurrenskraftig handelsplats kännetecknas överlag av en sammanhängande struktur med tydliga mötesplatser. Dessa parametrar behöver kontinuerligt utvecklas och förbättras.

Handeln i Habo Centrum kännetecknas av följande:

- Ingen koppling till kommunikationer (större vägar/tågstation). Habo Centrum är placerat ”offside” i relation till v 195 och Bränningeleden
- Resande med bil från v 195 hänvisas till infart via – efter en lång sträcka på Bränningeleden – norra delen av centrum. Centrum via Jönköpingsvägen (idag endast skyltat järnvägsstationen) innebär naturligt kortare avstånd.
- Otydligt var Centrum börjar och slutar.
- Handel: solitära enheter/i fristående byggnader och glapp i strukturen – långt mellan butiker och verksamheter
- ICA och Coop i en separat del av Centrum med stängda fasader mot övriga delar av Centrum. Viss stråkbildning Systembolag, ostbutik mm
- Apoteket finns vid vårdcentralen, långt från Centrum. Centrum missar dessutom det flöde av besökare en vårdcentral ger
- Bilen: i Centrum på torget men också vid ICA:s parkering som består av yta på båda sidor om infartsväg Hantverkaregatan inkl varuinlastning vid fotgängare
- Dålig koppling mellan handeln i Centrum och befintlig tågstation
- Söndagsöppet på café – förutsättningar för mötesplats alla dagar i veckan

Bild 2-9 nedan visar nuvarande förutsättningar i Habo



*Bild 2: Stationen i Habo – långt från och osynligt från handeln i Centrum. Ingen skyltning.*



*Bild 4: Handel i fristående byggnader*



*Bild 3: Fristående byggnad och lång fasad*



*Bild 5: Torgyta med plats för bil*



*Bild 6: Stråk med konditori, ostbutik och systembolag*



*Bild 7: ICA:s fasad långt från stråket med ostbutik, Systembolag mm*



*Bild 9: Utspridd handel*



*Bild 8: Utspridd handel och ingen koppling till tågstationen. Flygfoto från [www.eniro.se](http://www.eniro.se)*

## Kommersiella förutsättningar Kärnekulla



*Bild 10: planskiss Kärnekulla*

Enligt detaljplanen för Kärnekulla 1:4 förbereds området för

- Bostäder: ca 400 lägenheter i flerbostadshus, parhus och radhus
- Skola och förskola (två-parallellt)
- Sporthall
- Handel: ca 10 000 kvm inkl torg
- Pendelparkering
- Gator och cirkulationsplatser
- Natur och grönområden

Planerat läge vid Bränningeleden och länsväg 195 har ur flera avseenden bättre kommersiella förutsättningar jämfört med Habo Centrum. Planerad handel nära bostäder, väl synligt och tillgängligt från v195, dessutom med verksamheter som alstrar besökare (sporthall, skola) är konkurrensfördelar som handeln i Habo Centrum saknar idag. Planeras handeln i Kärnekulla enligt ovanstående förutsättningar kommer Centrum för detaljhandel med största sannolikhet att flyttas från nuvarande läge till Kärnekulla.

## 10. Marknadsområde Habo tätort

Den geografiska spridningen av en handelsplats marknadsområde beror på följande parametrar: läget i förhållande till olika befolkningskoncentrationer, vilka kommunikationer som finns mellan dessa och handelsplatsen, fysiska och mentala geografiska barriärer, konkurrens, handelsplatsens utbud, samt den totala attraktivitet som handelsplatsen lyckas att utveckla.

En handelsplats kommersiella utbud och kommersiella attraktionskraft samvarierar i hög grad med antalet boende framförallt i det primära marknadsområdet. Habo som är en, i Sverige, relativt liten förortskommun är därför hårt konkurrensutsatt av närliggande ort med större utbud av detaljhandel. Närheten till Jönköping begränsar därför det egna marknadsområdets geografiska storlek.

Handeln i Habo har ett stort utflöde av omsättning till framförallt Jönköping. Kartan nedan visar ett antagande om nuvarande marknadsområde för handeln i Habo tätort. Utanför detta område bedöms handeln i Habo Centrum få mycket små andelar.

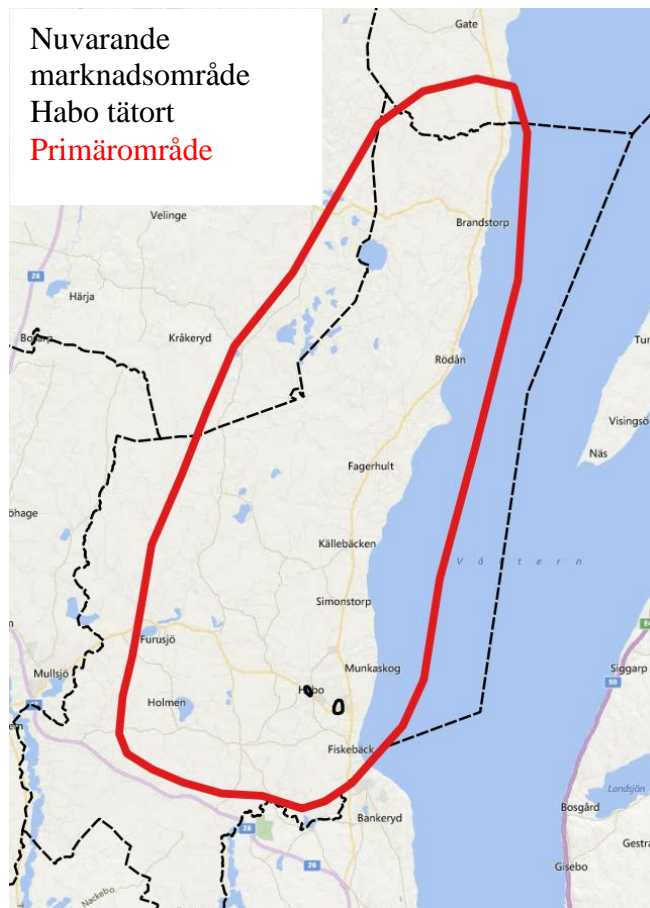


Bild 13: Nuvarande marknadsområde

För de fall handeln utökas i Habo tätort med etableringar i Kärnekulla bedöms Habo tätorts marknadsområde öka maximalt till att också omfatta Bankeryd och något större del av Habo kommun. I övrigt bedöms konkurrensen från Jönköping för stor för att kunna öka marknadsområdet ytterligare. Befolkningen i regionen är övervägande bilburen och har flera handelsplatser med tillgänglighet till bil att välja mellan.

Primärområdet för Kärnekulla kan delas in i det allra närmaste området primärområde 1 som utgör boende i framtida Kärnekulla och Sjogarp. Primärområde 2 är resterande delar av det som är nuvarande marknadsområde för Habo tätort.

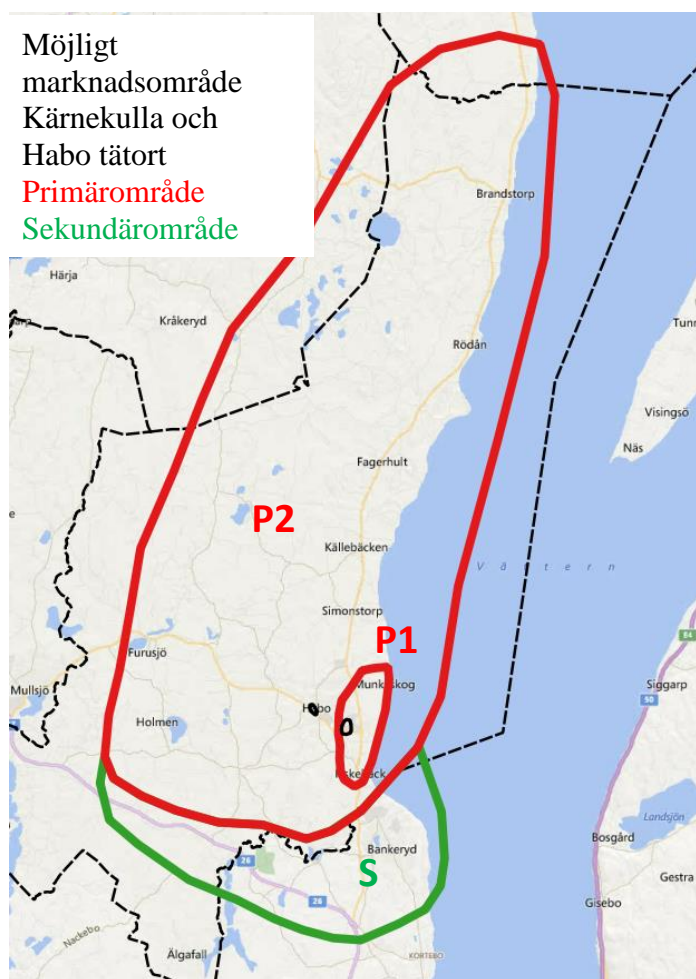


Bild 14: Framtida marknadsområde

Marknadsområde Kärnekulla och Habo tätort antas bestå av följande delar

Primärområde 1	Primärområde 2	Sekundärområde
Närmast Kärnekulla o söder till kommungränsen	Resten tätort Habo o del Habo kn, del Tidaholm, del Hjo kn	Bankeryd, Kortebo tom Trånghalla

## 11. Befolkning

### Antal invånare och prognos

Del marknadsområde/år	2016	2020	2025	2031	Förändring	Förändring
		(Prognos)	(Prognos)	(Prognos)	antal 2016-2031	% 2016-2031
Primärområde 1	1 989	2 424	2 809	3 624	1 635	82%
Primärområde 2	10 924	11 470	11 601	11 920	996	9%
<b>P1+P2</b>	<b>12 913</b>	<b>13 893</b>	<b>14 410</b>	<b>15 544</b>	<b>2 631</b>	<b>20%</b>
Sekundärområde	9 960	10 377	10 923	11 498	1 538	15%
<b>Summa marknadsområde</b>	<b>22 873</b>	<b>24 271</b>	<b>25 333</b>	<b>27 042</b>	<b>4 169</b>	<b>18%</b>

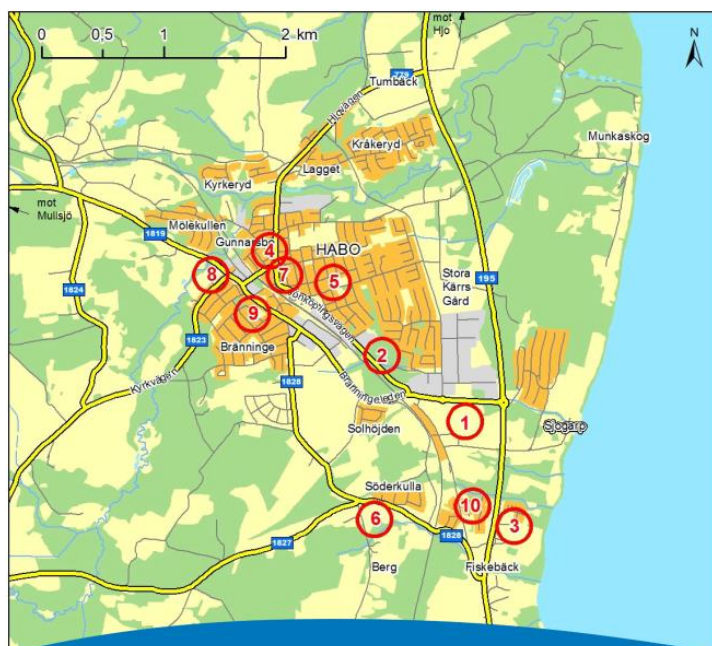
*Befolkningen i Marknadsområde Habo tätort inkl utveckling av handel i Kärnekulla*

Befolkningen i möjligt marknadsområde uppgår (2016) till drygt 22 800 personer, varav primärområdet utgör nära 13 000 personer, drygt hälften av befolkningsunderlaget. Befolkningmängden i hela marknadsområdet beräknas öka med cirka 4 169 invånare (18 procent) till år 2031. Tyréns har gjort ovanstående bedömning av befolkningsmängder utifrån tillgängliga prognoser från Region Jönköping, Habo kommun och sett till utbyggnadsplaner.

Bankeryd ligger ca 7 km från Habo och 9 km från Jönköping. I Bankeryd bor det 9107 personer och tätorten har drygt 2 000 arbetstillfällen främst inom tillverkning, handel och utbildning. Skola, förskola, vårdcentral och dagligvaruhandel finns.

## Planerade bostäder och övrig demografi i Habo kommun

Det råder bostadsbrist i alla kommuner i Jönköpings län, inklusive Habo kommun. Habo kommuns riktlinjer för bostadsförsörjning 2017-2020 konstaterar att utifrån den detaljlagda marken fortsätter trenden med en övervägande produktion av villor, rad- och parhus i Habo tätort under de närmaste åren. De kommande byggnationerna i kommunen kommer att generera ungefär 1000 nya bostäder. Bostadsbehovet i Habo kommun är framför allt hyresrätter i storlekarna 2:or och 3:or.



1. Kärnekulla
2. Del av Bränninge 2:95
3. Fiskebäck 3:76 (Västgöte)
4. Gunnarsbo 1:69 m fl
5. Bränninge 2:133 , Malmgårdsskolan
6. Bränninge 3:20
7. Bränninge 2:20
8. Gunnarsbo 3:2, Gunnevi
9. Bränninge 3:23, Kv Liljekonvaljen
10. Stora Fiskebäck, östra delen
11. Furusjö, Åspered 1:38

Inriktningen är i huvudsak bostäder

## Detaljplaner på gång

Bild 15: Planerade bostäder, nr 11 saknas på kartan

- Småhusort vid Vättern

Habo kommun är en småhusort där 80 procent av invånarna bor i villa, rad-, par- eller kedjehus. Andelen hushåll som hyr sin bostad är ungefär 20 procent, 7 procent bor i en bostadsrätt och resterande 73 procenten bor i en äganderätt. Majoriteten av de som flyttar till och från kommunen flyttar mellan Jönköping och Habo.

I början av 2017 var det 11 602 personer folkbokförda i Habo kommun, varav ungefär 70 procent var boende i Habo tätort.

- Låg arbetslöshet och hög inkomst

Kommunen har en av Sveriges lägsta arbetslöshet. Medelinkomsten i kommunen ligger högre både för män och kvinnor i jämförelse med länet och riket. Kvinnor i Habo kommun tjänar i snitt 15 700 kr mer per år än övriga kommuner i länet och männen tjänar i snitt 33 000 kr mer per år i jämförelse. Medelinkomsten var 308 000 kr per år (2016).

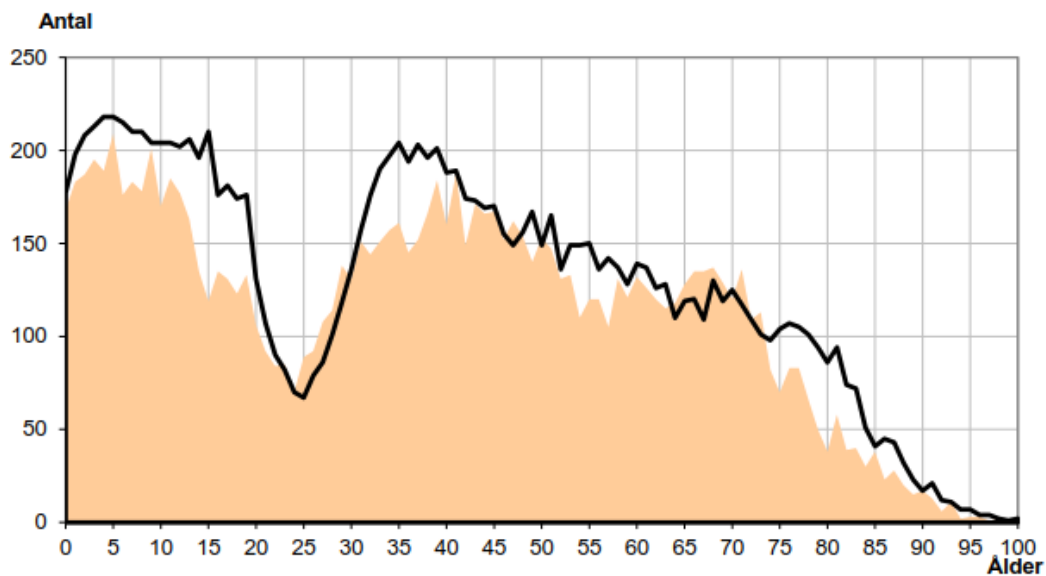


- Arbetspendling till och från Jönköping

Kommunen har både en utpendling och inpendling av arbetskraft. Ungefär 3 080 av invånarna bor i kommunen och arbetar på annan ort, 85 procent av dessa arbetspendlar till Jönköping. Ungefär 1 360 personer bor i en annan kommun och arbetar i Habo kommun, 68 procent av dessa bor i Jönköping. Mullsjö är den kommunen efter Jönköping som flest arbetspendlar till och från.

- Hög andel barnfamiljer

Enligt befolkningsdemografien 2015 och befolkningsprognosen fördelat per ålder år 2025 i Habo kommun kommer kommunen fortsätta vara en kommun med hög andel barnfamiljer.



Befolkning fördelad på ålder 2015 samt 2025, Habo Kommun. Den svarta linjen representerar befolkningsmängden år 2025. Källa: Region Jönköpings län, 2016

*Bild 16: Åldersfördelning*

## 12. Marknadsunderlag detaljhandel och restaurang

Tillvägagångssättet för beräkningar av bedömt marknadsunderlag och prognos är beskrivet i kapitel 4 Metod.

### *Marknadsunderlag för detaljhandeln (exkl restaurang) per delområde*

Marknadsområde	2016 MSEK inkl moms	2025 MSEK inkl moms	2031 MSEK inkl moms	Förändring 2016-2031	
				MSEK inkl moms	%
Primärområde 1	116	167	207	90	78%
Primärområde 2	638	692	680	42	7%
<b>P1+P2</b>	<b>754</b>	<b>858</b>	<b>886</b>	<b>132</b>	<b>18%</b>
Sekundärområde	557	622	627	70	13%
<b>Summa</b>	<b>1 311</b>	<b>1 480</b>	<b>1 514</b>	<b>202</b>	<b>15%</b>

Marknadsunderlaget i primärområdet uppgår till 1 311 MSEK år 2016 inklusive moms och antas öka med 200 MSEK till år 2031, vilket motsvarar 15 procent.

### *Marknadsunderlag för detaljhandeln per bransch samt för restaurang/café*

Marknadsområde	2016 MSEK inkl moms	2025 MSEK inkl moms	2031 MSEK inkl moms	Förändring 2016-2031	
				MSEK inkl moms	%
Dagligvaror	741	834	902	161	22%
Sällanköpsvaror exkl bygg	465	523	496	32	7%
Byggvaror	106	122	116	9	9%
<b>Summa detaljhandel</b>	<b>1 311</b>	<b>1 480</b>	<b>1 514</b>	<b>202</b>	<b>15%</b>
<i>Restaurang</i>	223	308	380	157	70%

Av det totala marknadsunderlaget utgör dagligvaror mer än hälften. Sällanköpsvaror utgör totalt 571 MSEK

### 13. Konkurrenssituation

Handeln i Habo har konkurrens ifrån handelsplatser i andra tätorter, konkurrens finns också mellan enskilda butiker. Inom tätorten konkurrerar handelsplatser och butiker med varandra samtidigt som de utgör en del av hela tätortens konkurrenskraft.

#### Övriga tätorter och handelsplatser - försäljningsindex

Detaljhandeln i Habo kommun omsatte enligt handelsverige.se 275 MSEK inkl moms år 2016. Tyréns beräkningar visar på ungefär samma nivå, 267 MSEK<sup>1</sup>. I tabell 1 och 2 nedan visas detaljhandelsomsättningen uppdelat på dagligvaror och sällanköpsvaror för Habo kommun och dess kranskommuner med källa handelsverige. Tabellerna visar Jönköpings tyngd som regioncentrum. Övriga kommuner inkl Habo har en låg detaljhandelsomsättning. Handeln i dessa kommuner utgörs till största delen av lokal handel som utgörs av dagligvaror. Sällanköpsvaruhandeln är begränsad. Mellan Habo minskade sin omsättning av sällanköpsvaror med 35 procent mellan år 2015 och 2016 enligt handelsverige.se. Tyréns bedömer att det är ett tapp i omsättning inom sällanköpsvarubranschens samtliga delbranscher, se avsnitt 7 (Definitioner). Tyréns platsbesök visar att vakansgraden är låg bland butiksytorerna i Habo Centrum. Ingen butik inom sällanköpsvaror har stängt som skulle kunna förklara omsättningstappet inom sällanköpsvaror.

Tabell 1 och 2: Omsättning dagligvaror och sällanköpsvaror i MSEK inkl moms

Dagligvaror	2012	2013	2014	2015	2016	Sällanköpsvaror	2012	2013	2014	2015	2016
Habo	191	195	207	212	222	Habo	83	80	86	81	53
Hjo	209	230	217	224	224	Hjo	95	98	100	106	116
Jönköping	4 130	4 213	4 308	4 449	4 533	Jönköping	5141	5090	5261	5568	5741
Mullsjö	192	202	183	195	206	Mullsjö	37	43	47	52	52
Tidaholm	337	340	343	357	363	Tidaholm	121	119	113	114	114

I tabell 3 nedan visas kommunernas försäljningsindex uppdelat på dagligvaror, sällanköpsvaror och totalt detaljhandeln. Försäljningsindex är faktisk omsättning dividerad med försäljningsunderlag. Habo har ett lågt försäljningsindex jämfört med kranskommunerna, speciellt gällande sällanköpsvaror, som dessutom sjönk från 23 till 14 mellan år 2015 och 2016 enligt statistiken från handelsverige.se. Habo har ett Försäljningsindex för dagligvaror på 57 vilket indikerar att nästan hälften av inköpen också för dagligvaror sker utanför kommungränsen, gällande sällanköpsvaror sker enbart en väldigt liten del av inköpen inom kommungränserna.

<sup>1</sup> Handelsverige är ett allmänt vedertaget verktyg som sammanställer omsättning och försäljningsindex för samtliga kommuner i Sverige. Tyréns går dock in djupare för att få en mer träffsäker omsättningsnivå genom att gå igenom enhet för enhet via statistik från SCB och allabolag.se kombinerat med platsbesök. Tyréns bedömda omsättning för Habo år 2016 presenteras i kapitel 9.

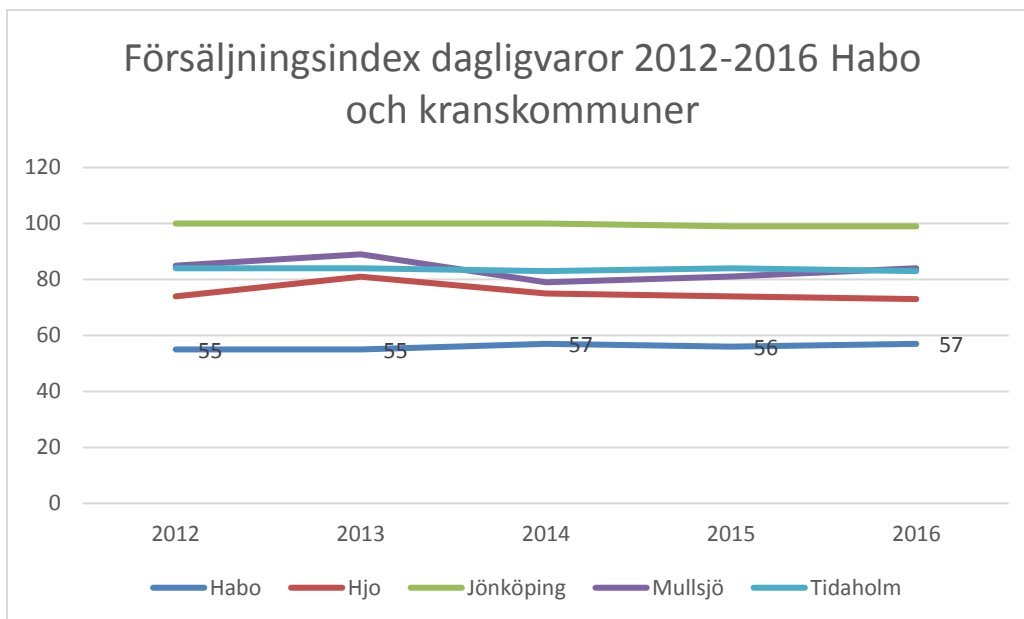


Bild 17: Försäljningsindex dagligvaror 2012-2016

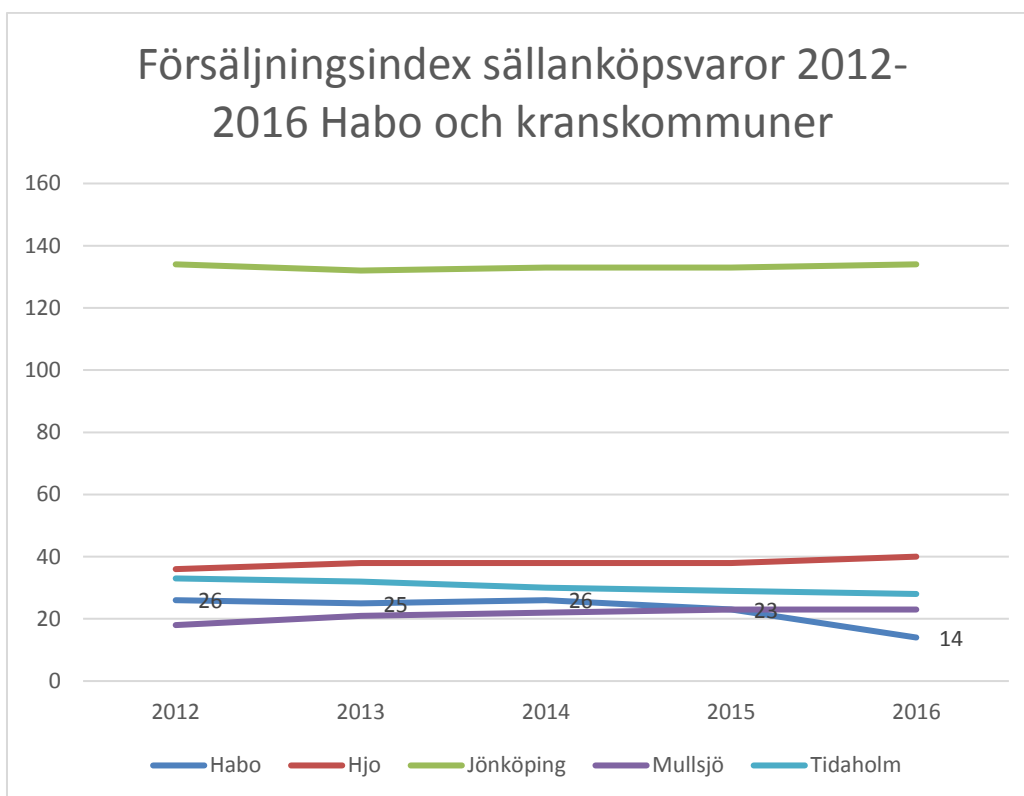


Bild 18: Försäljningsindex sällanköpsvaror år 2012-2016

#### Konkurrens dagligvaror

Konkurrensen inom dagligvaror kommer från butiker i Jönköping, vilket avgränsar Habos marknadsområde. I Bankeryd finns ICA Supermarket och Coop som totalt bedöms omsätta >180 MSEK (källa DLF 2015), vilket är mer än vad Habo kommuns dagligvaruhandel omsätter idag. I Jönköpings kommun finns närmaste dagligvaruhandel efter Bankeryd söder om Kortebo (Netto). I Jönköping finns även Coop Konsum på Kristinebergsvägen, ICA Supermarket Torpa, Hemköp i centrum, Maxi ICA osv. I tabellen på nästa sida ses de största dagligvarubutikerna i Jönköping. Notera att det finns stora dagligvarubutiker i Mullsjö, Hjo, Tidaholm.

Område	Butik	Adress	Omsättning MSEK inkl moms 2015
Jönköping	Maxi ICA Stormarknad	Herkulesvägen 7	>500
Jönköping	City Gross	Batterigatan 2	>200
Jönköping	COOP Atollen	Lantmätargränd 63	>200
Jönköping	COOP Forum	Bataljonsgatan 10	>150
Jönköping	Willy:s Österängen	Birkagatan 8	>150
Jönköping	Willy:s A6	Bataljonsgatan 2	>150
Mullsjö	ICA Supermarket	Skaraborgsgatan 3	100-150
Hjo	ICA Supermarket	Vasagatan 1	100-150
Tidaholm	ICA Kvantum	Järnvägsgatan 5	100-150
Huskvarna	Willy:s	Kungsgatan 23	100-150
Bankeryd	ICA Supermarket	Sjöåkravägen 10	100-150
<b>Habo</b>	<b>ICA Supermarket</b>	<b>Jönköpingsvägen 1</b>	<b>100-150</b>
Jönköping	Eko	Hästhovsvägen 2	100-150

Källa: DLF

### Framtida konkurrens - planerade projekt

Bankeryd håller just nu, hösten 2017, på att utveckla centrum för att göra det mer attraktivt genom att skapa nya mötesplatser, gångstråk, ökad belysning och sätta nya planteringar. Upprustningen är en del i kommunutveckling Bankeryd 6.0, syftet är att binda ihop centrum och ge de enskilda platserna i centrum en tydligare funktion och karaktär. På bild nedan visas den konceptbild som tagits fram i projektet.



Bild 19: Förnyelse Bankeryd

I Jönköping bytte A6 i slutet på oktober 2017 namn till Asecs och har påbörjat en omfattande förvandling. I oktober 2017 invigdes den första etappen, en tillbyggnad på 29 000 kvm med tonvikt på mat och dryck, nästa år invägs ännu en etapp och om två år är ombyggnationen klar.

Med namn och profilbyte vill Asec markera starten på en ny epok och stärka dess nya koncept som står för världens variation. Målet med nya Asecs är att lyfta attraktionskraften för hela A6-området och bli ett bra komplement till stadskärnan.

Coop kommer att minska sin yta från 12 000 till 6 000 kvm, vilket frigör yta för ny handel. I Jönköping stängde Stadiums butik på Östra Storgatan under hösten 2017 då sportkedjan vill fokusera på butiken vid Asecs, Intersport butiken i Jönköping city tog samma beslut december 2016. Naturkompaniet går i motsatt riktning och flyttade under våren 2016 sin butik från A6 till Jönköping centrum.

Jönköping fortsätter att utvecklas i området kring Södra Munksjön. Hemköp öppnade vid Torparondellen under hösten 2017, den nya butiken blir 2 200 kvm.

Det finns även planer på att utöka Solås center under de kommande åren, detta vid området sydväst om Solås. I dagsläget är ingenting klart men det kan röra sig om uppåt 50 000 kvm inom en period om 5-6 år.

Inget nytt har identifierats gällande handeln i Hjo, Mullsjö eller Tidaholm, förutom att second hand-butiken Retro stängde i Tidaholm under våren 2017.

## 14. Trender

### Detaljhandel och privat konsumtion

Hushållens totala konsumtion i Sverige uppgick till 1 946 miljarder kronor år 2016. Detaljhandelsvaror står för en tredje del av den privata konsumtionen, en andel som varit konstant de senaste 25 åren.

#### Detaljhandel av privat konsumtion 2016

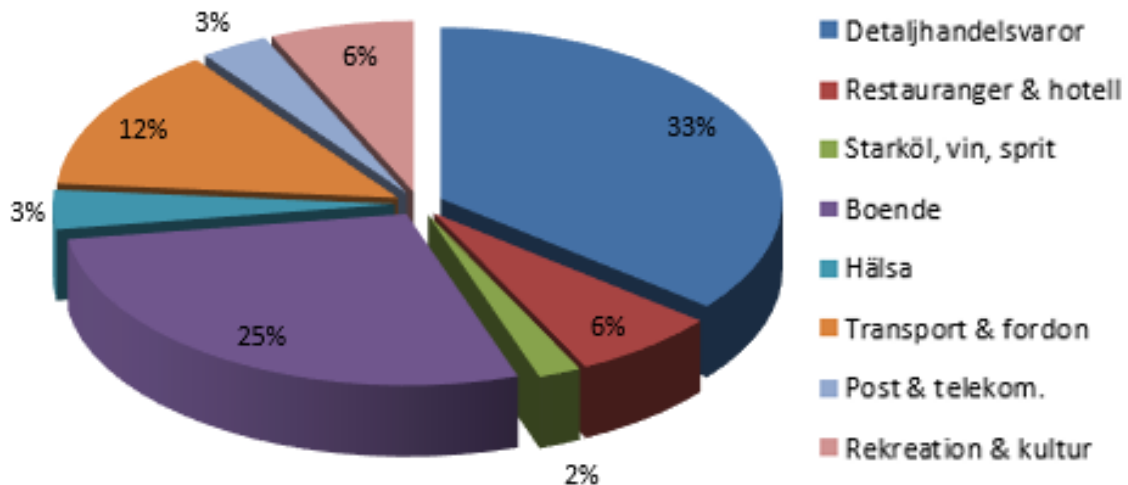


Bild 20: Detaljhandel av privat konsumtion 2016, KPG (2017)

Prognosen är att detaljhandeln kommer minska sin andel av den privata konsumtionen över tid, detta är en följd av att hushållen konsumerar allt mer tjänster och upplevelser såsom resor, konserter och andra nöjen.

#### Detaljhandel och övrig konsumtion utveckling 2016-2030

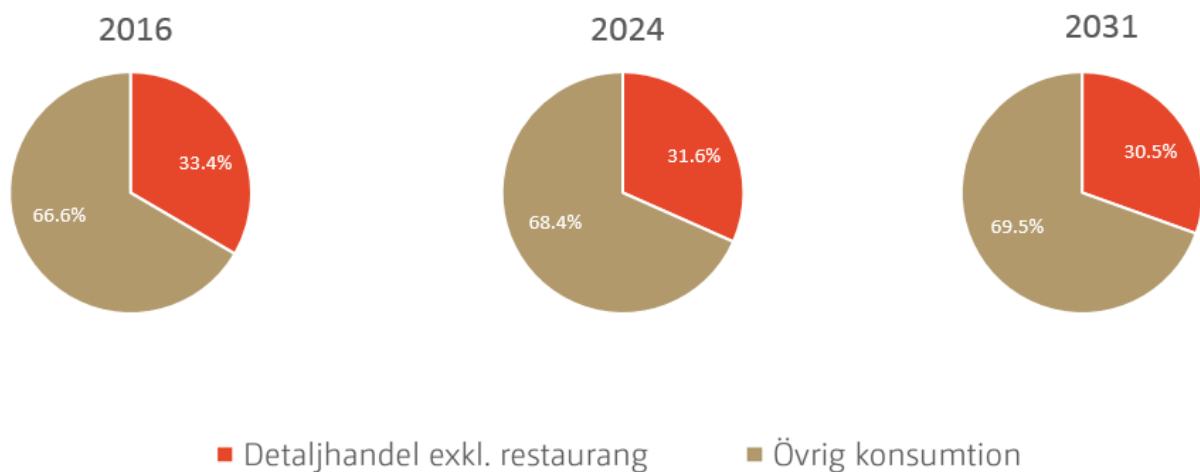


Bild 22: Detaljhandel och övrig konsumtion utveckling 2016-2030, KPG (2017)

## E-handel

E-handeln ökade med 16 procent under år 2016 jämfört med året innan. Den starka tillväxten kan bland annat beskrivas av att kedjorna satsar mer på sina digitala kanaler, på grund av en bättre köppplevelse på nätet, ökad konsumentmognad och framför allt på att dagligvarorförsäljningen på nätet har tagit fart. E-handeln har en andel på åtta procent av de totala inköpen av detaljhandel (år 2016) och har ökat stadigt varje år sedan 2003, se bild 23 nedan.

### E-handel i Sverige år 2003-2016

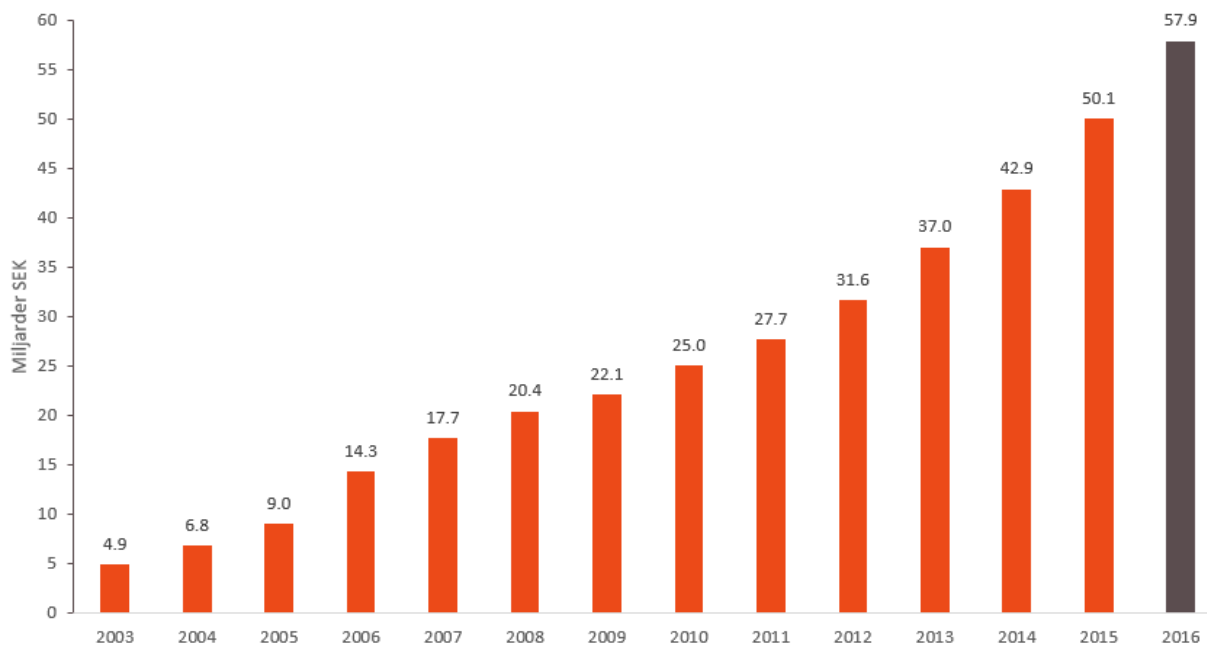


Bild 23: E-handel i Sverige 2003-2016 KPG (2017)

Bilden nedan visar att utvecklingen av e-handels andel av total detaljhandel har ökat varje år mellan 2006-2016 och är prognoserad att fortsätta öka under 2017.

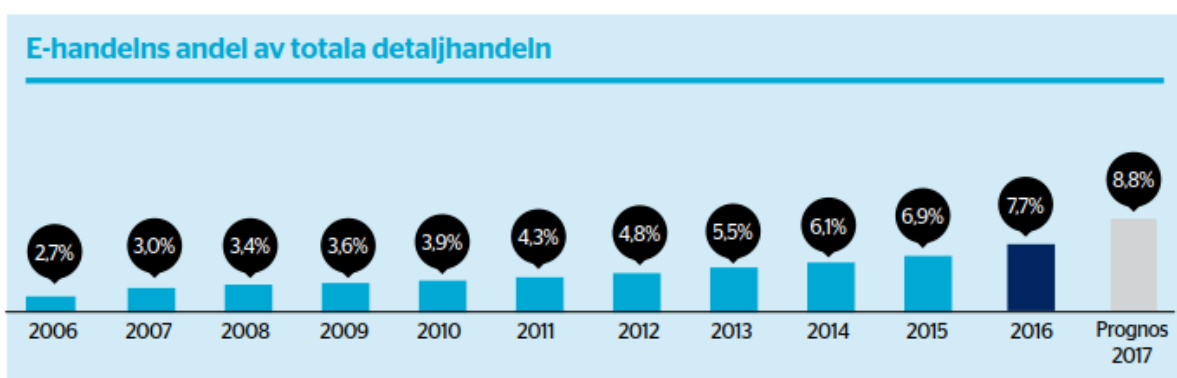


Bild 24: E-barometern



## Övriga konsumenttrender

Marknaden är föränderlig och konsumenter beter sig olika beroende på köptillfälle, varukategorier och humör. Ibland går vi i fysiska butiker och ibland näthandlar, ibland gör vi noga research och ibland spontanhandlar vi.

Det är inte heller ovanligt att ett köp rör flera kanaler: fysisk butik, hemma i soffan på paddan eller datorn eller via mobilen när vi är på språng. Idag är den mobila kanalen en självklarhet för många konsumenter, något som även ökar vår medvetenhet när vi är i en fysisk butik då google alltid är ett knapptryck bort. Mobilen blir en allt viktigare del i konsumentens köpprocess.

Millennials, födda kring år 2000, har i hög grad vuxit upp i en globaliserad tillvaro, vilket även börjar påverka den äldre generationen då de annamar den yngre generationens digitala beteende. Millennials spenderar i högre grad sin inkomst på upplevelser, restuaranger, nöjesupplevelser och kulturevengemang i kombination med ett antal kärnprodukter så som beklädnad och elektroniska hjälpmedeln, och är i mindre grad intresserade av lyxkonsumtion och statusprylar jämfört med äldre generationer.

Intresse för hållbarhet, återbruk och grön livstil återfinns i alla åldrar, en ökad medvetenhet och miljöfokus bland konsumenterna ställer krav på handeln och framtidens handelsplatser. För nästa generation kommer hållbarheten att vara en naturlig del av vardagen och är på väg att bli en hygienfaktor. En allt större andel konsumenter väljer hälsosamma, ekologiska och vegetariska alternativ. Handelstrender menar att drivkraften till detta ligger i en större medvetenhet kring matens betydelse för välmåendet – både individens och samhällets.

Enligt Svensk handel är det viktigt för handlarna att satsa mer på service och upplevelser, starkast blir de butiker som lyckas dra nytta av teknikens möjligheter och som förstår vad konsumenten vill ha. Det kommer behövas en större integrering mellan e-handeln och den fysiska butiken så att de olika köpkanalerna kompletterar varandra.

## Handel vid knutpunkter och resandevanor

Knutpunkter i staden ger utrymme för att utveckla handelsplatser och kravet på god tillgänglighet med flera trafikslag fortsätter att öka (stationslägen, resecentrum, cykelparkeringar vid handelsplatser, p-anslutningar, gångstråk, etc.) Närhet till handelsplatser är viktig för att klara klimatmålen. Bilen som transportmedel är under utveckling med elbil och självkörande bilar. Andel av befolkningen med körkort är på 65 procent, bland 18-24 åringar ökar andelen med körkort. Parallellt är ”walkability” ett nyckelord, strävan efter naturliga gångavstånd som i sin tur kan knytas samman med kollektivtrafik.

Trenden är att konsumenten handlar skrymmande och tunga varor via nätet, där den fysiska butiken tidigare har varit en uteslutande inköpskanal. I förlängningen innebär det att externa handelsplatser, för att konkurrera med e-handeln, kan se en möjlighet i att bygga stad med bostäder, knutpunkter och kommunikationer, service, vård, nöjen etc.

Digitalisering och e-handel ger möjligheter till fler konsumentval, exempelvis minskat bilåkande och potential för ännu mer effektiva logistiklösningar mellan handels- och tillverkningssektorerna. Å andra sidan är resor som resulterar i inköp ofta en del i en kedjeresor och att handla per bil är en utflykt. Går inte utflykten till någon handelsplats går den kanske med bil någon annanstans.

Undersökning från Trivecor om E-handelns roll och potential för ett mer energieffektivt och hållbart transportsystem (2013), visar att det inte finns några stora skillnader i resandet mellan de som e-handlar ofta eller regelbundet, och de som sällan eller aldrig e-handlar. De som frekvent e-handlar gör tom fler resor till fysiska butiker, dock kortare sträckor per person och dag. Frekventa e-handlare är enligt undersökningen oftare utan körkort och utan bil (yngre åldrar). En slutsats av undersökningen var att e-handeln i sig inte bidrar till någon stor förändring av konsekvenser av resandet i hållbart riktigt, men kan utgöra ett stöd för en sådan förändring.

### Sammanfattning trender och Habo

När service är starkaste konkurrensmedlet och handeln strävar efter att addera tjänster, hur kan Habo dra nytta av det som handelsplats? När kunder efterfrågar mer tjänster, hur kan branscher samverka på det lokala planet och ge förutsättningar för det? För Habos specialiserade butiker öppnar e-handeln upp för att sälja till alla Sveriges invånare men också bana väg för möjligheter till samverkan mellan serviceföretag och handeln. Det kan handla om att utveckla verksamheter och distribution/utlämningsställen men också marknadsföring. Tex kan event kopplas till en veckodag:som någon typ av familjeerbjudanden på café eller restaurang, ett uppträdande eller marknad på torget, ett sportevent eller en kulturaktivitet. Förståelse för konsumentkravet att handelsplatser ska erbjuda upplevelser, tidsbesparing, tillgänglighet och bekvämlighet kräver överlag samverkan och flexibilitet.

## 15. SWOT- analys

Nedan följer en SWOT-analys över handeln i Habo

Styrkor	Svagheter
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Centrum: småskaligt med lokal prägel där flera branscher inom sällanköpsvaror finns representerade och specialbutik inom livsmedel</li> <li>• Café med söndagsöppet</li> <li>• God tillgänglighet med bil</li> <li>• Tillväxt i marknadsunderlag pga ökad befolkning och per capita konsumtion (särskilt dagligvaror)</li> <li>• I princip noll vakanser</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingen koppling till kommunikationer (större vägar/tågstation). Habo Centrum är placerat ”offside” i relation till v 195 och Bränningeleden</li> <li>• Begränsad kollektivtrafik inom kommunen</li> <li>• Resande med bil från v 195 hänvisas till infart via – efter en lång sträcka på Bränningeleden – norra delen av centrum. Centrum via Jönköpingsvägen (idag endast skyltat järnvägsstationen) innebär naturligt kortare avstånd. Exploateras Kärnekulla med handel behöver Jönköpingsvägen ses över som entré till centrum för färdandes från v 195.</li> <li>• Butikslokaler med för dåliga kommersiella förutsättningar, tex långa fasader, glapp mellan butiker och utspritt</li> <li>• ICA och Coop uppfattas som separat del av Centrum med ostrukturerad parkering om två sidor om tillfartsväg till ICA</li> <li>• Apoteket saknas i centrum, finns i stället i en vårdcentral mer i periferin (endast öppen vardagar)</li> <li>• Sämre tillgänglighet för gående/cyklister</li> <li>• Hård konkurrens: ”alltför” nära Jönköping</li> <li>• (Alltför) liten marknad för att kunna erbjuda kedjebutiker inom sällanköpsvaror och att kunna erbjuda två centrum med liknande handel</li> <li>• Svag handelsdestination, lågt försäljningsindex med stort flöde av omsättning, särskilt inom sällanköpsvaror till Jönköping.</li> <li>• Mycket låg omsättning inom sällanköpsvaror. Byggvaror omsätter mer än övriga branscher inom sällanköpsvaror tillsammans.</li> <li>• Centrum tar ej på naturligt sätt del av flödet till besöksdestinationer inom kommunen (camping) och inom tätorten (Spinneriet mfl)</li> </ul>

<b>Möjligheter</b>	<b>Hot</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Växande attraktiv bygd</li> <li>• Möjligt handelsläge i Kärnekulla skulle kunna erbjuda bra butiksytor med god tillgänglighet</li> <li>• Ökat handelsutbud med ökat utbud i Kärnekulla skulle utvidga upptagningsområdet</li> <li>• Fortsätta vara en attraktiv boendekommun med hög efterfrågan på bostäder, samt hög grad av närservice med gott livsmedelsutbud kompletterat med småskalighet i caféutbud och viss sällanköpsvaruhandel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ökad konkurrens från både fysisk handel (främst Jönköping) och e-handel</li> <li>• Fel planerat handelsområde i Kärnekulla riskerar att utarma Centrum, dvs de sällanköpsvarubutiker och café som finns försvinner om motsvarande utbud erbjuds i Kärnekulla</li> <li>• Centrumhandeln ”dör” – Habo blir sovstad</li> </ul>

## 16. Konsekvenser av handel i Kärnekulla

Eventuell handel i Kärnekulla behöver i möjligaste mån utvecklas till ett innehåll med utbud som kompletterar och stärker Centrum – snarare än att konkurrera. Övergripande bör handeln i en liten förortskommun som Habo i första hand utgå från dagligvaror och service. Dagligvaruutbud stärker Habo som attraktiv boendeort och övrig handel kan finnas kvar och utvecklas i viss mån. Tyréns strategier för att utveckla handeln baseras därför i grunden på var i Habo tätort ytterligare en dagligvarubutik kan placeras och att Centrum fortfarande är förstahandsval som mötesplats och plats för att utföra ärenden i kommunen med fokus på närservice, restaurang och café.

Utvecklingen av en ords centrum är central för utvecklingen i hela kommunen, vilket brukar samla det största handelsutbudet i kommunen i en gemensam destination. Ett centrum är av stor betydelse för invånarnas och besökarnas uppfattning om ortens identitet, karaktär och atmosfär. Centrums betydelse sett ur dessa aspekter kommer sannolikt att öka i framtiden snarare än att minska. I vanliga fall brukar man säga att det är av vikt att Centrum fungerar så väl som möjligt för att kunna spela denna betydelsefulla roll. För Habos del bedöms inte utvecklingen i Kärnekulla vara avgörande av ett starkt Centrum. Det är snarare tvärtom, dvs utvecklingen i Kärnekulla innebär att den handel som finns i Habo Centrum behöver stöttas rejält för att kunna finnas kvar. Kärnekulla har bättre förutsättningar för handel i flera avseenden.

Tyréns bedömer att med ett innehåll i Kärnekulla motsvarande livsmedelsbutik samt restaurang (snabbmat) så skulle en omsättning av dagligvaror i Kärnekulla uppgå till ca 200 MSEK (år 2025). I ett sådant scenario skulle Centrum kunna behålla endast en av de två nuvarande livsmedelsbutikerna och Centrum behöver genomgå ett kraftfullt utvecklingsarbete genom att förstärkas med enheter som det idag saknar, tex Apoteket (idag vid vårdcentralen).

När handeln är så liten behöver verksamheter som utbildning, hotell, vård, fritidslokaler men också kultur och övrig besöksnäring placeras så att Centrum drar nytta av det flöde som dessa verksamheter ger. Vid val av lokalisering bör i möjligaste mån detta placeras i eller så nära Centrum som möjligt. Till detta krävs arbete med tydlig skyltning. Det är ingen egentlig koppling mellan Habo Centrum och Kärnekulla - handel i Kärnekulla skulle kunna klara sig bra utan handeln i Centrum.

Sällanköpsvaror som etableras i Kärnekulla bör vara av sådan karaktär att det inte konkurrerar med utbudet i Centrum idag (skor, kläder, optik, guld), det gäller också restaurang och café. Systembolaget är kvar i Centrum. Handeln i Centrum tar del av flöde från besöksnäringen genom att någon av de restaurangverksamheter som finns utanför tätorten etableras i Centrum.

En möjlig omsättning i framtida Kärnekulla, inkl befintlig handel norr om planerad utbyggnad, har bedömts utifrån möjliga marknadsandelar från respektive ingående del av marknadsområdet. Omsättningen presenteras på nästa sida, inkl. ytbehov, vilket är ett snitt av antagna marknadsandelar i ett min- resp maxalternativ.

### Omsättningsprognos 2025 Kärnekulla och Stora Kärr

Bransch	MSEK inkl moms, snitt	Diff 2016-2025	Behov yteffektivitet inkl moms oms/kvm	Ytbehov 2025
Dagligvaror	218		55 000	3 964
Sällanköpsvaror exkl bygg	15			538
Bygg	56		20 000	2 814
<b>Summa DH</b>	<b>289</b>		<b>37 498</b>	<b>7 316</b>
<i>Restaurang</i>	27	+27	30 000	900

### Omsättningsprognos 2031 Kärnekulla och Stora Kärr

Bransch	MSEK inkl moms, snitt	Diff 2025-2031	Behov yteffektivitet inkl moms oms/kvm	Ytbehov 2031
Dagligvaror	279	+64	55 000	5 066
Sällanköpsvaror	23	+14		813
Bygg	60	+4	20 000	2 982
<b>Summa DH</b>	<b>414</b>	<b>+81</b>	<b>40 741</b>	<b>8 861</b>
<i>Restaurang</i>	34	+7	30 000	1 132

Förutom handel, karakteriseras en stadskärna av olika typer av offentliga serviceverksamheter och samlingsplatser för kommuninvånarna. Dessa verksamheter är inte kommersiella i sig, men är betydelsefulla trafikskapare för handeln i centrum. Dessutom bidrar sådana verksamheter till stadskärnans identitet. Ansträngningar bör göras för att tillföra denna typ av offentliga lokaler i Habo Centrum.

Verksamhet	Typ	Beskrivning
Vård	Privat och offentlig: vårdcentral, BVC, MVC, tandläkare	Skapar flöde och stärker centrum.
Utbildning	Privat/offentlig utbildning	Skapar flöde och stärker centrum.
Sport	Skejtpark	Lokaliseras i eller så nära stadskärnan som möjligt, attraktion för unga, skapar flöden.
Kultur	Föreningsliv, teater	Mötesplatser

## 17. Alternativt scenario

Alternativt scenario är att det i Kärnekulla utvecklas endast bostäder – ingen handel alls - istället utvecklas Centrum med en livsmedelsbutik i så nära anslutning som möjligt till tågstationen. Det skulle innebära att Habo fortsätter att vara en attraktiv boendeort med hög grad av bilburenhet men också väl utnyttjad kollektivtrafik. Antal boende i närområdet kring stationen är högre än det läget vid Kärnekulla. Antal boende i närområdet (primärområde 1) kring stationen är också högre än Kärnekullas närområde. Detta scenario ger ett primärområde 1 på ca 7 000 invånare år 2031 jämfört med primärområdet 1 tillhörande Kärnekulla som max antas komma att utgöra ca 3 500 invånare. En dagligvarubutik vid stationsområdet skulle också innebära att centrum kan utvecklas med en målpunkt i södra delen, samt fortsatt handel i norra delen (kring ICA). Detta scenario förutsätter att plats finns och att tillgänglighet kan lösas.

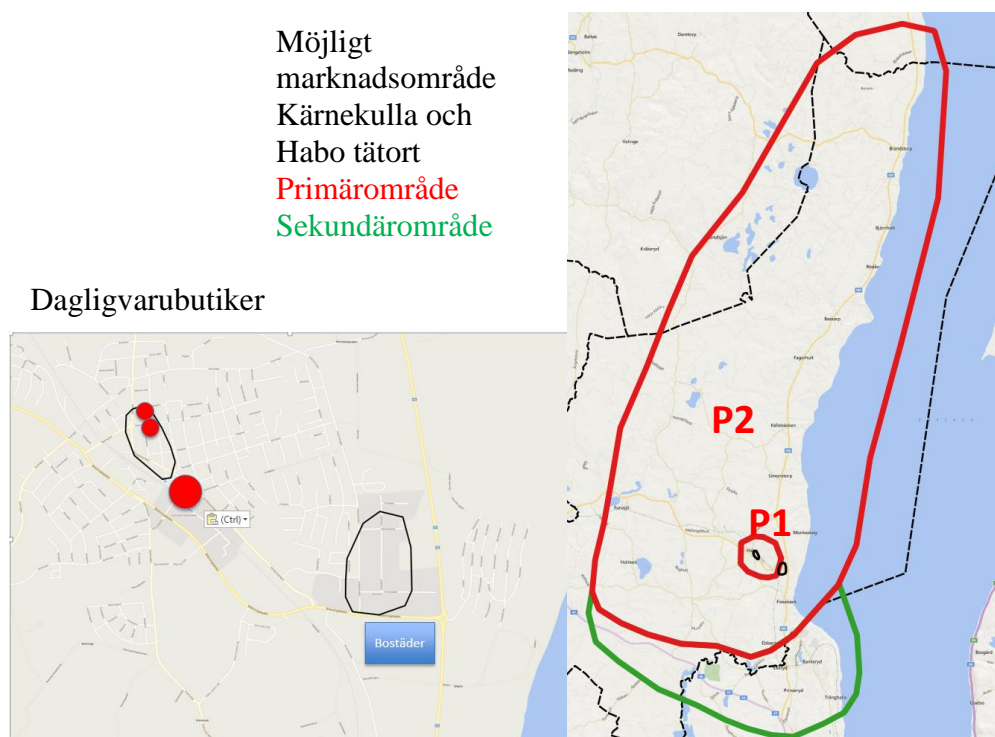


Bild 25: Dagligvarubutik vid tågstationen och primärområde 1

Beskrivning	Dagligvarubutik Kärnekulla	Dagligvarubutik vid tågstationen
Primärområde 1 antal invånare prognos år 2031	3 500	7 000
Fördelar	<ul style="list-style-type: none"> <li>Läge med bra tillgänglighet</li> <li>Kan utvecklas relativt snabbt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Större underlag av boende i det allra närmaste området</li> <li>Del i utvecklingen av Centrum, skapar stark målpunkt i södra delen av Centrum</li> <li>Kommunikationsnära läge</li> <li>Struktur och kollektivtrafik finns redan</li> </ul>
Nackdelar	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hårdare arbete för Centrum att klara konkurrensen</li> <li>Dagligvaruhandeln krymper i Centrum</li> </ul>	

## 18. Riktlinjer och handlingsplan

Nuläget och den framtida potentialen för handeln i Habo visar sammantaget att det är begränsade förutsättningar att utveckla ytterligare handel i kommunen. Det handlar istället om att behålla den lilla handel som finns och ge den goda möjligheter att utvecklas samt att satsa på attraktiva bostadsmiljöer, dagligvaror, restaurang- och café, kommunal service och hög tillgänglighet till attraktiva arbetsmarknader.

- Kraftfull Centrumutveckling

Gör Centrum lättillgängligt med samtliga trafikslag. Vill man att Habo Centrum ska finnas kvar krävs att man strävar efter att göra Centrum lättillgänglig (lätt att hitta, bekväm parkering och god kollektivtrafik) och utveckla strukturen till att hålla en god form med koncentrerade gångstråk, tydliga målpunkter och samlingsplatser/torg. Förbättrad skyltning och hur kan tågstationen få en bättre koppling till Centrum. Lokalisera handeln i så nära anslutning till kommunikationspunkter som möjligt och utnyttja den kollektivtrafik som finns.

- Dagligvaror och service

Sträva efter förbättrat dagligvaruutbud genom att etablera ytterligare en dagligvarubutik i kommunen. Placera dagligvarubutiken i eller så nära Centrum som möjligt. Säkerställ att det finns apotek i Centrum och behåll Systembolaget, samt sträva konsekvent att tillföra kommersiella serviceverksamheter. Verka för att smidiga utlämningsställen av varor kan skapas.

- Övriga verksamheter

När handeln är så liten behöver verksamheter som utbildning, hotell, vård, fritidslokaler samt även kultur och övrig besöksnäring placeras så att Centrum drar nytta av det flöde som dessa verksamheter ger. Förutom trafikallsträng bidrar dessa verksamheter till stadskärnans identitet.

- Samverkan

Skapa en för kommunen, fastighetsägare och verksamheter gemensam målbild för Centrum och handel i kommunen. Definiera samverkansform, samverkanspartners och fördjupa arbetet med samverkan. Låt handlingsplanen vara gemensam och innehålla konkreta åtgärder och ansvarsfördelning och ge från kommunens sida tydliga riktlinjer, planeringsförutsättningar med ambitionsgrad.

Fortsätt samarbete kring event och marknadsföring rörande besöksmål och upplevelser som innefattar handel. Det kan innebära att koordinera öppettider med andra verksamheter i tätorten och med besöksmål, tex Spinneriet, men också att kompetensutveckla inom handeln.