



Handelsutredning  
Trollhättan





# Inledning och sammanfattande kommentarer



# Bakgrund och syfte

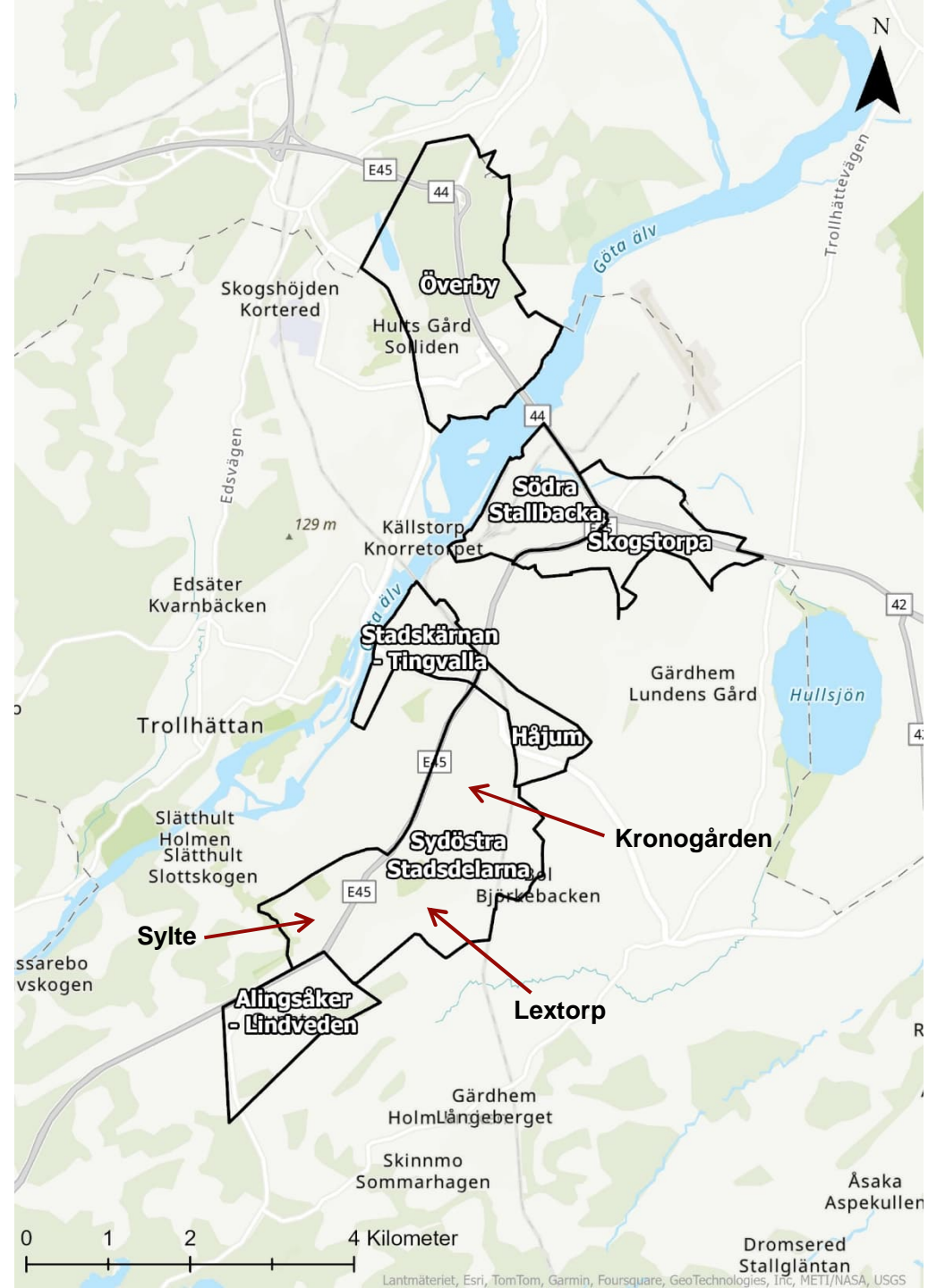
Trollhättan har en utvecklad handel som framför allt är koncentrerad till det externa handelsområdet Överby och Trollhättans centrum. Etableringsförfrågningar avseende handel inkommer med jämna mellanrum till kommunen. I dagsläget saknas ett underlag för bedömning av förfrågningarnas lämplighet.

Kommunen har en etableringsstrategi som ger vägledning vid etableringsförfrågningar i stort. I etableringsstrategin framgår att Överby är ett område för etableringar inom för volymhandel och shopping. För att kunna hantera bredden av handelsetableringar på ett strategiskt och proaktivt sätt behövs ökad kunskap och inriktning i frågan. Ett proaktivt och strategiskt angreppssätt gör att Staden behåller ägarskap i stadsutvecklingen och kan säkerställa att de handelsetableringar som sker bidrar till en hållbar utveckling och en god samhällsplanering

Trollhättans kommun arbetar i nuläget med att ta fram en ny översiktsplan. I sammanhanget har ett behov av att ta fram en ny och uppdaterad handelsutredning som underlag i detta arbete och för att hantera potentiella etableringsförfrågningar identifierats. Uppdraget avgränsas geografiskt till Trollhättans tätortsområde (centralorten) och ett antal fokusområden som pekats ut i förfrågningsunderlaget som illustreras i kartan till höger.

Stockholm i Maj 2024,

Roy Rizk, Sofia Rutberg och Ulf Rämme



# Sammanfattande kommentarer

- ✓ WSP har undersökt handelns nuläge och framtida marknadsförutsättningar på kommun- och stadsdelsnivå, tillsammans med generella trender för handeln, i syfte att ta fram rekommenderade inriktningar för handeln i de utpekade stadsdelarna.
- ✓ Trollhättan har ett inflöde av köpkraft från andra kommuner för både dagligvaror och sällanköpsvaror. Majoriteten av verksamheterna inom handel och kommersiell service finns i Stadskärnan och Överby, Trollhättans viktigaste handelsplatser. Livsmedelsutbudet är stort i Överby och i Håjum. Stadskärnan och de Sydöstra stadsdelarna är istället störst sett till befolkningens mängd och har i dagsläget ett underskott av livsmedelsutbud.
- ✓ Den framtida marknadstillväxten inom dagligvaror i Trollhättan bedöms vara svag. Det begränsade utrymmet, 1 600- 3 800 kvm BTA, för tillkommande dagligvaruhandel tillåter mindre kompletteringar till existerande utbud och bör följa stadens utbyggnad. Stadsdelar där nya bostäder uppstår och/eller som är underförsörjda med dagligvaror idag är mest lämpliga för nyetableringar. Utöver lokalisering av nyetableringar finns det möjligheter att genom omlokalisering eller utvidgning av befintliga butiker skapa en mer effektiv handelsstruktur.
- ✓ Sällanköpsvaruhandeln har en större ytpotential, cirka 7 500 - 11 800 kvm BTA, för nyetableringar. Utvecklingsinriktningen bör vara att koncentrera den till Stadskärnan och Överby. Att utveckla och understödja ett fåtal befintliga områden skapar en tydlig och effektiv handelsstruktur både för handeln och konsumenter, med fördelar som kortare resor och mindre söktrafik.
- ✓ Rekommendationer om framtida utvecklingsinriktning för handeln och övrig kommersiell service i de utpekade stadsdelarna beskrivs närmare i kartan på följande sida.

# Sammanfattande rekommendationer





# Branschtrender och etableringspreferenser inom handel

# Branschtrender och etableringspreferenser

Detaljhandeln har under lång tid genomgått en kraftig strukturomvandling. I det följande redovisas ett antal branschtrender som spås påverka handelns utveckling framöver och som blir viktiga att ta hänsyn till för handelns framtida inriktning i Trollhättan. Därefter följer ett antal etableringspreferenser som har betydelse ur lokaliseringsspektiv.

## Geografisk koncentration ...

Denna trend pågår kontinuerligt och drivs av en allt starkare urbaniseringstrend. Trenden är av mellankommunal karaktär och dess tydligaste avtryck är en förskjutning av handeln från landsbygd och mindre städer till storstadsregioner och större städer samt deras respektive omland. Samma geografiska koncentrationsprocess pågår kring större och mindre städer. I storstadsregionerna har processen under lång tid varit den omvända så till vida att handeln trängs ut från regionernas kärna till omkringliggande kranskommuner.

I denna geografiska omvandlingsprocess har sällanköpsvaruhandeln reagerat snabbt på och många gånger förutsett utvecklingen samtidigt som dagligvaruhandeln i många fall behållit sin lokala och bostadsnära karaktär.

... och från centrum till periferi

Parallellt med denna utveckling pågår en motsvarande inomkommunal process som tar sig uttryck genom att detaljhandeln i städernas centrala delar och bostads-/ stadsdelscentrum trängs undan till köpcentrum och/eller volymhandelsplatser i halvperifera och perifera lägen.

I många fall har förändringens drivkrafter bestått i svårigheten att skapa nya och effektiva butikslokaler i centrala lägen, svag marknadspotential och god tillgång till utvecklingsbar mark till relativt sett låga priser i städernas ytterområden.

I takt med att den fysiska detaljhandeln omlokaliseras har stadskärnornas och bostads/stadsdelscentrumens kommersiella utbud kommit att få ett allt större inslag av café, restaurang samt olika typer av kommersiell service. Under den senaste tioårsperioden finns en tendens till att stadsdels- och/eller bostadsområdescentrum framförallt i storstäderna och de större städerna upplever en renässans genom ett förnyat intresse för bostadsnära lokaliseringar från dagligvaruhandelns aktörer.

# Från marknadsplats till besöksdestination

Den geografiska strukturomvandlingen har under lång tid gått i hand i hand med en utvecklingen av "externa" marknadsplatser och köpcentrum. Denna fas inleddes i kölvattnet av 1990-tals krisen och etableringen av dessa detaljhandelskluster kom att kulminera under inledningen av 2010-talet. Därefter har utvecklingen mer handlat om att befästa och konsolidera respektive marknadsplats position på de lokala och regionala marknaderna. I denna process har expansion, förtätning, tillförande av nya aktörer och koncept varit betydelsefulla framgångsfaktorer.

I genomförande av denna geografiska omvandling har ny mark belägen i tillgängliga lägen i centralorternas ytterområden tagits i anspråk. En parallell process ofta använd i mer halvperifera delar av centralorterna har varit att konvertera mark avsedd för industriändamål till handel för att möjliggöra expansion. Konsekvenserna av denna omvandling är kända och sammanfattas av kritikerna ofta, och många gånger orättvist, med begreppen "butiksdöd" och/eller "centrumdöd".

Den efterföljande utvecklingen har visat att effekterna på handeln i stadskärnorna och kranskommunerna inte varit så linjära som kritikerna antagit. Tvärtom har effekterna varierat bland annat beroende på vilken typ av handel som etableras i externa lägen, hur den lokala handelns struktur tedde sig före etableringens genomförande samt vilka motåtgärder som vidtagits för att möta den ökade konkurrensen.

Visst har det förekommit utslagning av butiker och verksamheter men den bestående konsekvensen av den ökade konkurrensen har varit att den fungerat som katalysator för ett sedan länge eftersatt förändrings- och utvecklingsarbete i stadskärnor och bostadsnära centrum. Därigenom har ett behov av att bredda butikers och marknadsplatsers kärnverksamhet uppstått. I samband med vakanser, ombyggnader och utvidgningar av marknadsplatser har därför nya funktioner och besöksanledningar adderats i syfte att skapa större flöden och förlänga vistelsetiden på platsen.



# E-handelns tillväxt och utveckling

## E-handelns utveckling och påverkan på fysisk handel

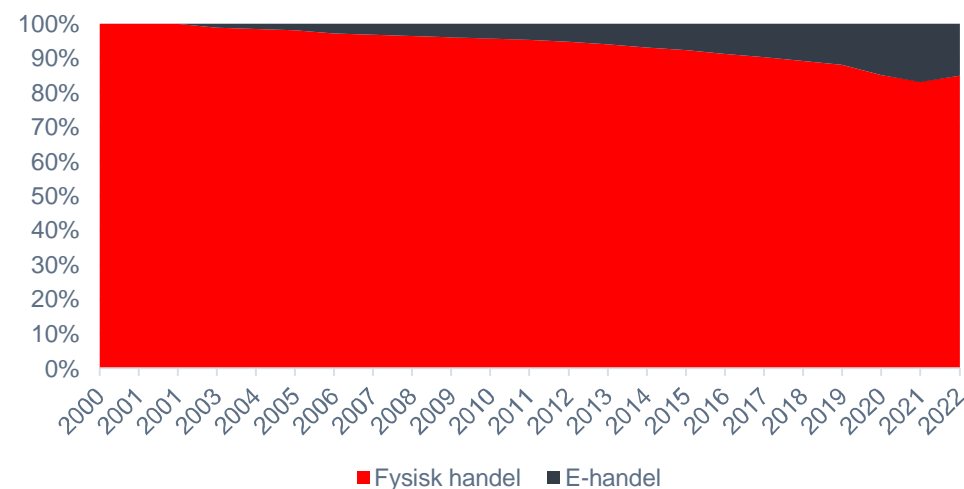
Den begynnande digitaliseringen under 1990-talet banade väg för en första trevande och föga framgångsrik e-handelsvåg. De bestående exemplen på framgång hämtas idag från bokhandeln. IT-kraschen innebar en nödvändig sanering i en bransch med stor framtidstro men stora inneboende utmaningar i affärsmodellerna.

En andra fas märktes av först några år in på det nya årtusendet då framförallt den traditionella postorder-/distanshandeln ersatte sina manuella kataloger med digitala alternativ. I den fysiska handeln pågick en trevande utveckling där e-handeln betraktades som ett separat komplement till butikerna och där integrationen mellan de två kanalerna var obefintlig. Under denna fas var e-handeln mest utvecklad inom beklädnad, sport och fritid och hemelektronik. Inom dagligvaruhandeln förekom trevande försök utan att nå någon varaktig framgång.

En tredje fas inleddes åren efter finanskrisen 2008/2009. Denna fas kännetecknas av allt starkare förankring i traditionellt fysiska detaljhandelsbranscher och en allt bredare e-handelsadaptation i framförallt sällanköpsvaruhandeln. Tidigt i denna fas eftersträvade den fysiska handeln att integrera e-handel i traditionella affärsmodeller. Senare kom nya affärsmodeller börja utvecklas baserat på begrepp som multi- och omnichannel retail.

Pandemiårens sociala restriktioner innebar att e-handeln tillfälligt fick en extraskjuts framförallt genom att nya målgrupper i högre utsträckning tog till sig den nya tekniken. Restriktionerna innebar även att den fysiska handeln tvingades se över och utveckla sina digitala erbjudanden och affärsmodeller för att på sikt passa in i det postpandemiska konsumtionslandskapet.

Detaljhandelns omsättning efter försäljningskanal 2000-2022



# E-handelns tillväxt och utveckling

Det torde inte finnas några tvivel om att den långsiktiga konsekvensen av e-handelns framväxt är en allt snabbare strukturomvandling vilken bland annat tagit sig uttryck genom en fortsatt, och kanske tilltagande, nedläggning av fysiska butiker inom framförallt sällanköpsvaruhandeln.

E-handelns tillväxt har medfört ett växande och mer intensivt transportbehov. Därigenom har det uppstått ett behov av stadsnära omlastningsterminaler, lastzoner samt så kallade dark stores\*. Dessa har delvis kunnat ta vakanta befintliga lokaler i industriområden och/eller handelsområden i anspråk för verksamhet vilket delvis skapat en större efterfrågan på verksamhetsmark/-lokaler för lager och distribution i städernas centrala och halvcentrala lägen.

\* Dark store: "Distributionscentral" för varor som köpts online. Ett lager där kunden kan hämta inköpta varor eller en plattform för orderhantering inom e-handeln., dvs varor plockas och packas för upphämtning av kund eller distribution till kund.

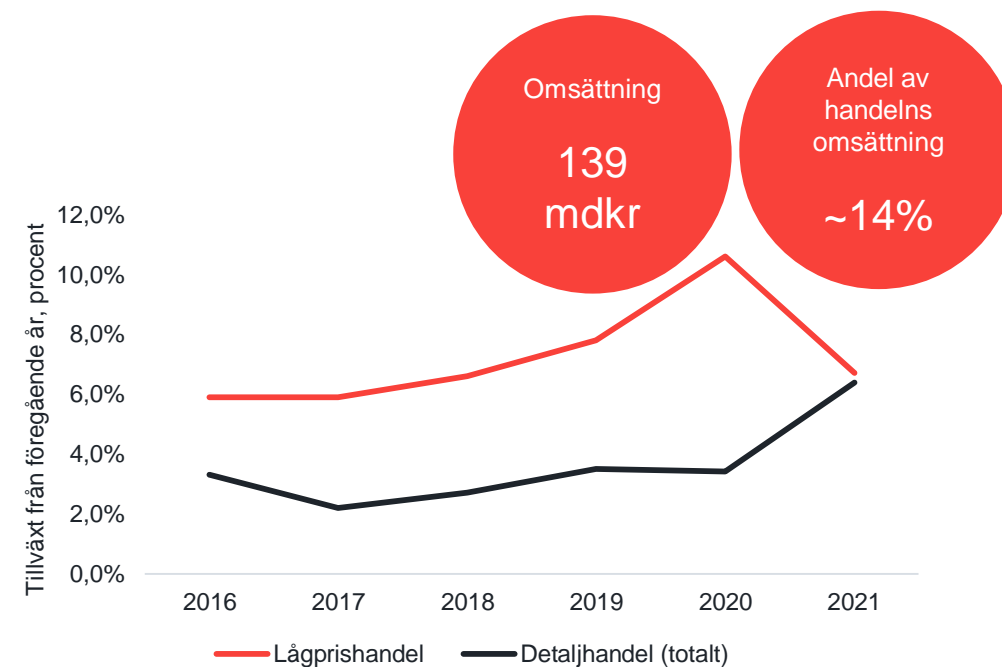
## Lågprishandel växer parallellt med e-handeln

Parallellt med e-handeln har den så kallade lågprishandeln ökat sin betydelse för den fysiska handeln. Detta har tagit sig uttryck genom att såväl antalet butiker som segmentets andel av den fysiska handelns omsättning, det vill säga marknadsandelen, har ökat under åtminstone det senaste decenniet.

Lågprishandeln har ingen tydlig definition men brukar sägas utgöras av aktörer som Ö&B, Jula, Byggmax, Rusta, Dollarstore, Normal, Lidl och Willys för att nämna några. Lågprissegmentet kännetecknas av ett grunt sortiment, hög användning av egna märkesvaror, begränsad kringservice samt huvudsaklig lokalisering i halvexterna och externa lägen.

Genom att konsumenterna till stora delar gör handelns jobb själva och försäljningen sker i stora volymer med låga driftskostnader möjliggörs framgång. Coronapandemin och en pågående lågkonjunktur har givit lågprishandeln grogrund för fortsatt tillväxt. Anledningen till detta är att lågprishandeln har utvecklats till att erbjuda det konsumenten efterfrågar till låga priser samt att det ger utrymme för lyxkonsumtion eftersom det frigör konsumtionsutrymme i grupper där det inte är en självklarhet.

Ytterligare en viktig orsak till lågprishandelns tillväxt är den ökade ekonomiska ojämlikheten i samhället där framförallt invånare med svag anknytning till arbetsmarknaden utgör en viktig målgrupp för aktörer inom lågprishandeln. Lågprishandelns tillväxt gör att det i vissa kommuner kan komma att uppstå efterfrågan på verksamhetsmark för ändamålet.



# Handel med och konsumtion av second hand ökar

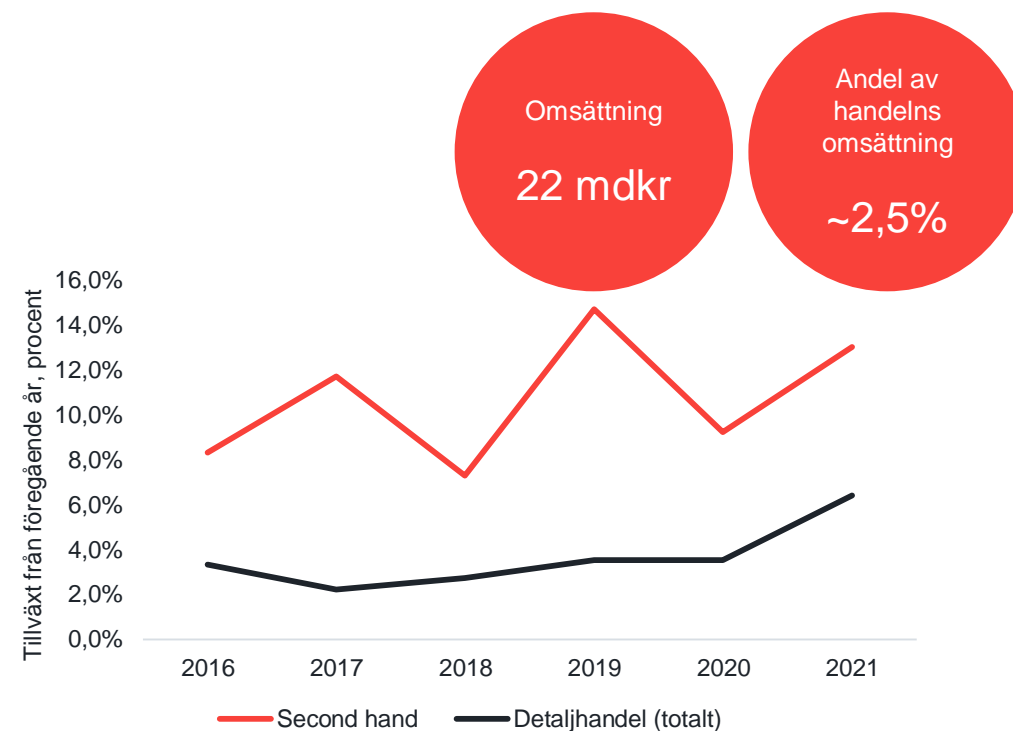
Detaljhandeln genomgår en kontinuerlig omvandling och under senare år har en ny grupp konsumenter, generation Z, på allvar gjort sitt inträde som konsumenter i detaljhandeln. Därigenom uppges hållbarhet och cirkularitet ha fått ett ökat fokus. Trenden är motsägelsefull och går till stora på tvären mot andra viktiga trender som lågprishandel och e-handel.

Handeln med second hand är lika vanlig mellan könen men kvinnor är mer frekventa köpare. Yngre handlar mer än äldre, högutbildade mer än lågutbildade och boende i städer mer än boende på landsbygden. Efterfrågan på andrahandsartiklar drivs primärt av priset. Miljöhänsyn och möjligheten att hitta något unikt är viktiga faktorer bland övriga. Då pris är en så viktig faktor är det rimligt att sluta sig till att second hand handeln går bättre i dåliga tider och tvärtom.

Second hand försäljning bedrivs genom fysiska butiker, digitala plattformar och butiker eller mellan konsumenter. E-handelsplattformar som Blocket, Tradera och Facebook Marketplace dominerar försäljningen både i värde och antal transaktioner.

Second hand handeln omsatte cirka 22 miljarder kronor år 2021. Diagrammet visar att tillväxten har varit starkare än i den traditionella handeln sedan år 2016. Den höga tillväxttakten beror på

en kombination av tillskapande av nya aktörer/koncept och fortsatt tillväxt hos befintliga aktörer. Från att ha varit en lokal kuriositet i ett avlägset tajgalandskap har second hand handeln letat sig in i urbana finrum såsom stadskärnor, köpcentrum och gallerior där de svarar upp mot den urbana medelklassens efterfrågan och fyller fastighetsägarnas vakanta lokaler.





# Etableringspreferenser inom detaljhandeln

Etableringspreferenser inom handeln beror på en mängd faktorer på mikro- och makronivå. På en generell nivå är variationerna i etableringspreferenser små mellan olika företag samtidigt som de varierar desto mer inom företag och mellan butikskoncept/-format. I det följande redovisas ett antalet av de viktigaste etableringspreferenserna och i möjligaste mån kommenteras skillnader mellan butiksformat/-koncept.

## 1. Upptagningsområde

Den mest centrala variabeln för var en butik lokaliseras är storleken på upptagningsområdet. Storlek hänför sig till antal boende (permanent och säsong) och arbetsplatser inom marknadsområdet såväl som dess täthet/densitet.

Hur stort befolkningsunderlag som behövs beror på vilken typ av koncept/format som är i fråga och hur konkurrensen ser ut i närområdet. Bostadsnära koncept såsom närbutiker och supermarkets, beroende på storlek, har behov av cirka 10 000 boende i marknadsområdet medan externt etablerade stormarknader kan behöva så många som 40 000 boende inom marknadsområdet.

Beträffande arbetskraft och säsongsboende, där inköpsfrekvens och lojalitet är mer oregelbunden, är utgångspunkten att ju fler inom marknadsområdet desto bättre. Det är dock värt att betona att arbetsplatser och säsongsboende sällan kan utgöra grund för etablering utan att dessa endast är extra grädde på ett redan färdigställt mos.

## 2. Tillgänglighet

Butiker och handelsplatser bör lokaliseras så att det är lätt för olika målgrupper att besöka dem. Tillgänglighet i detta avseende avser besökarens möjlighet att besöka butiken till fots eller med cykel, kollektivtrafik och bil.

En butiks tillgänglighet är en funktion av hur den kopplar till befintliga och planerade väg-, gång- och cykelbanor. God tillgänglighet för gående och cyklister innebär ofta lokalisering utmed centrala stråk, viktiga korsningar och/eller starka noder i bostadsbebyggelsen. För att uppmuntra cykelburna inköp är näraliggande cykelparkering i tillräcklig omfattning en viktig faktor.

# Etableringspreferenser inom detaljhandeln

Tillgänglighet för bilburna kunder syftar till att möjliggöra goda och tillräckliga parkeringsmöjligheter på näraliggande markparkering och/eller i mobilitetshus. Genom lokalisering utmed regionalt vägnät, centrala stråk i bostadsområden/ stadsdelar eller vid korsningar och noder möjliggörs hög synlighet vilket, vid sidan av planerade inköp, kan frigöra potentialen i "vägens marknad". Lokalisering av kollektivtrafikhållplatser kan vara betydelsefulla inte minst genom att en välplacerad butik kan dra fördel av den ställtid som ofta uppstår och följaktligen bli föremål för spontana inköp.

### 3. Konkurrens

Närhet till konkurrenter har en negativ påverkan på potentiella etableringsattraktivitet eftersom potentiella butiker i första hand vill verka på en egen "lokal" marknad. Stora avstånd till konkurrerande butiker är alltså att föredra. I praktiken har många butiker på en lokal marknad överlappande marknadsområden och komplementära funktioner, det vill säga fyller olika funktion, för konsumenterna.

### 4. Klusterbildning och "goda grannar"

På större marknadsplatser, med regional eller delregional funktion, är det inte ovanligt med klusterbildningar där flera aktörer i livsmedelshandeln är representerade. Bevekelsegrunden för närvaro, trots en hög konkurrens, är i dessa fall att nyttja platsens position och konkurrenternas attraktionskraft men också att exploatera konkurrenternas utbudsmässiga och konceptuella tillkortakommanden.

Livsmedelshandel är flödesgenererande i sig själv varför utmaningarna med att etablera sig i ett solitärt läge ofta är begränsade. För att stärka flödesförutsättningarna är det, i synnerhet bland bostadsnära butiker, inte ovanligt att etablera sig på platser där man kan dra fördel av flöden från "goda grannar". Verksamheter som idrottsplatser, gym, skolor, hotell, restauranger, kontorsarbetsplatser, kulturhus, kommunal verksamhet och, inte minst, kompletterande handel såsom Systembolag, apotek och sällanköpsvaruhandel med mera genererar alla egna flöden vilka kan förstärka den specifika lokaliseringen. Det är därför vanligt att söka sig till noder och platser med många besöksanledningar för att nyttja kraften i stora kompletterande besöksflöden.

# Mot en hållbar geografisk handelsstruktur?

Detaljhandeln genomgår en successiv strukturomvandling. I ett långt historiskt perspektiv har handeln gått från att vara lokalt förankrad på platser där människor bor, möts och verkar till att lokaliseras på platser med starkt bilberoende i städernas periferi. Lokal handel har alltid funnits men dess position har successivt försvagats och många lägen har därför kommit att överges eller nedgraderas konceptuellt.

Sedan ett antal år har etableringstakten i bilburna externa och halvexterna lägen alltmer kommit att avta. Närhet, tillgänglighet och tidsbrist har kommit att bli de främsta kännetecknen för den moderna konsumentens val av inköpsplats vilket gynnar bostadsnära butiker, e-handel och måltidsprenumeration. Med förändrade inköpsmönster följer förändrade etableringspreferenser. Mycket talar för att bostadsnära butiker, framförallt dagligvaru-butiker, med hög tillgänglighet kan komma att uppleva en ny vår under de närmast kommande åren. I så måtto förväntas framtida etableringar i högre grad stödja en hållbar samhällsutveckling än gårdagens.

Vikten av att stödja och utveckla ett hållbart resande understryks i kommunens översiktsplan. Ambitionen kan understödjas genom att peka ut och föreslå dels lokaliseringar som främjar inköpsresor till fots, med cykel eller med kollektivtrafik dels lokaliseringar i nära anslutning till befintlig bebyggelse eller genom att möjliggöra för lokalisering i funktionsblandade miljöer vid planering av nya utvecklingsområden. Vid lokalisering av livsmedelsbutiker föreslås en lämplig strategi vara att peka ut och föreslå knutpunkter och bytesplatser för kollektivtrafik.

Hållbar samhällsutveckling innebär att i möjligaste mån bygga vidare på befintliga strukturer. En tänkbar inriktning kan vara att i första hand lokalisera ny bebyggelse på redan exploaterad mark, i andra hand på redan störd eller hårdgjord yta och slutligen på produktiv skogs- eller jordbruksmark. Genom att nyttja befintliga vägar, parkeringar och ledningsdragningar kan ändliga ekonomiska och ekologiska resurser sparas



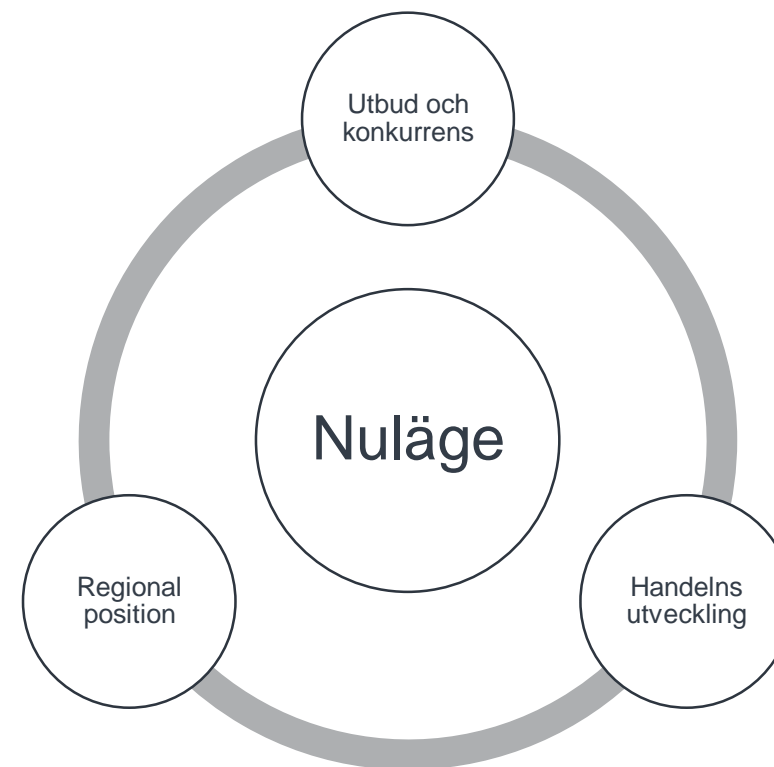
# Nulägesanalys



# Inledning nulägesanalys

I detta kapitel analyseras och kartläggs handelns nuläge på kommunövergripande nivå och i förhållande till omkringliggande region och riket. Syftet med nulägesanalysen är att placera och positionera detaljhandeln i Trollhättan i ett större geografiskt och strukturellt sammanhang.

I analysen kartläggs till vilka platser och handelsområden som handeln i Trollhättan är lokaliserad idag, samt huruvida det finns skillnader i struktur och utveckling mellan platser.



# Handelns omsättning och utveckling

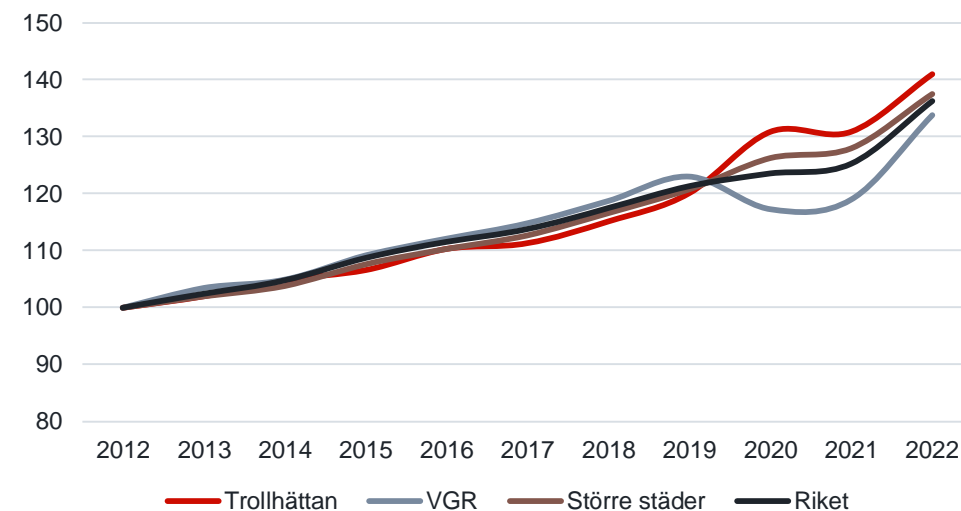
År 2022 omsatte detaljhandeln i Trollhättans kommun drygt 5 miljarder kronor. Dagligvaruförsäljningen stod för cirka 2,3 miljarder och sällanköpsvaruhandeln för 2,7 miljarder kronor.

Dagligvaruhandeln försäljning har ökat i Trollhättan med i genomsnitt 4 procent årligen mellan 2012 och 2022. Totalt har försäljningen ökat med 41 procent. Detta är en starkare utveckling än i både riket, länet och i jämförelse med kommungruppen större kommuner. Trollhättan påverkades, liksom övriga platser, negativt av pandemin. Under 2022 vände dock utvecklingen uppåt igen.

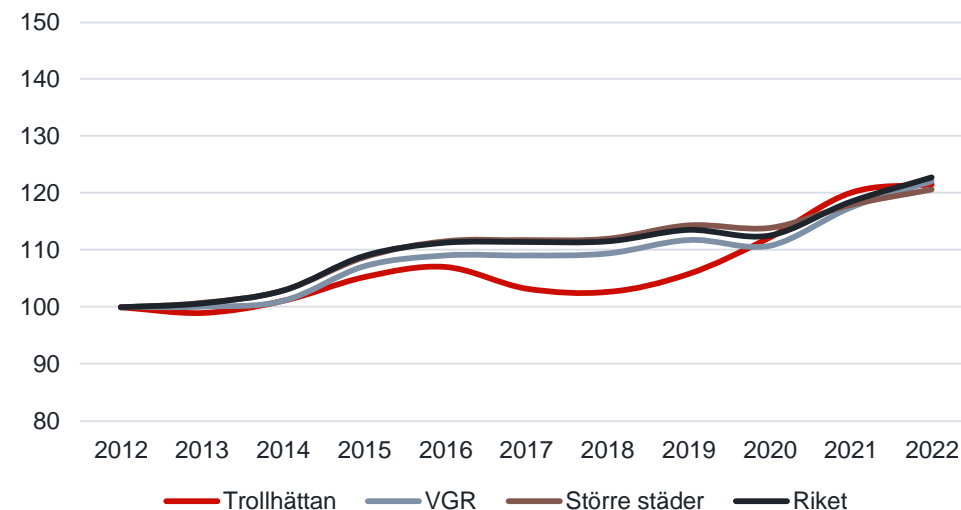
En intressant utveckling inom dagligvaruhandeln är att andelen lågprisbutiker har ökat i Trollhättan. År 2017 utgjorde lågprisbutiker 9 procent av butikerna. 2022 var siffran 16 procent. Detta i motsats till såväl länet som riket där andelen lågprisbutiker istället har minskat något.

Sällanköpsvaruhandeln försäljning har ökat med i genomsnitt 2 procent per år under perioden. Den totala ökningen är 22 procent. Sett över hela perioden har Trollhättan utvecklas på liknande sätt som övriga platser. År 2017 och 2018 krympte försäljningen i handeln, för att därefter öka igen under 2019.

Dagligvaruhandelns utveckling 2012 - 2022



Sällanköpsvaruhandelns utveckling 2012 - 2022



# Regional position

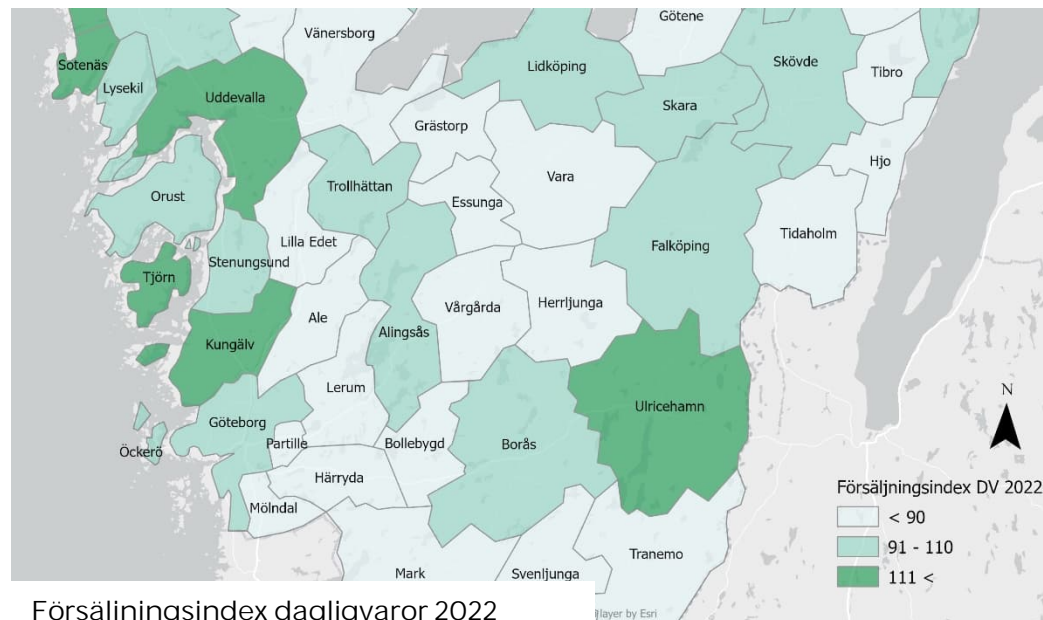
Ett uttryck för Trollhättans regionala position i såväl dagligvaruhandeln som sällanköpsvaruhandeln erbjuds genom att studera försäljningsindex.

I sin enkelhet symboliserar försäljningsindex köpströmmar över kommungränser. Ett index över 100 pekar på ett inflöde av köpkraft från kranskommuner och/eller turister medan ett index under 100 indikerar det motsatta. Vidstående kartor illustrerar Trollhättans försäljningsindex för dagligvaror och sällanköpsvaror.

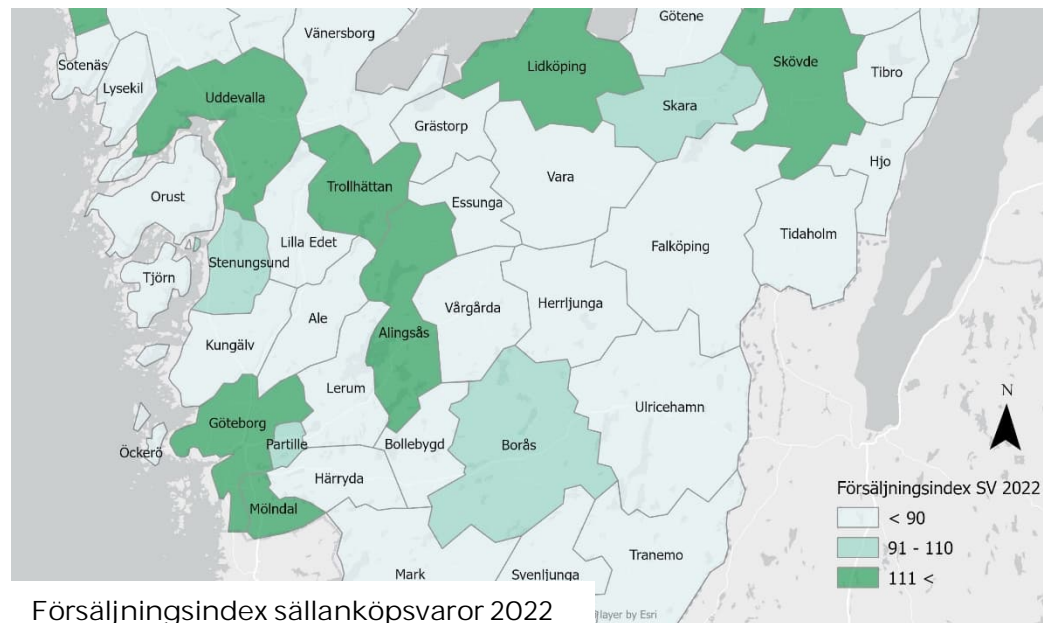
För såväl dagligvaror som sällanköpsvaror har Trollhättans kommun ett index över 100 (109 respektive 127). Sedan 2012 har försäljningsindex ökat något, särskilt inom sällanköpsvaruhandeln vilket beror på nyetableringar.

Dagligvaruhandeln är stark i kommuner med etablerade handelsområden, som Uddevalla, Kungälv och Ulricehamn. Försäljningen inom sällanköpsvaruhandeln är stark i storstadskommunerna Göteborg och Mölndal samt i Uddevalla, Trollhättan och Alingsås. Längre österut är det Lidköping och Skövde som har ett inflöde av kunder. Sammantaget är handel koncentrerad till de större städerna och tätorterna kring och i Trollhättan.

Inom såväl dagligvaror som sällanköpsvaror har Trollhättans position stärkts över tid. När det gäller sällanköpsvaruhandeln är det dock flera av grannkommunerna som har haft en starkare utveckling än Trollhättan.



Försäljningsindex dagligvaror 2022

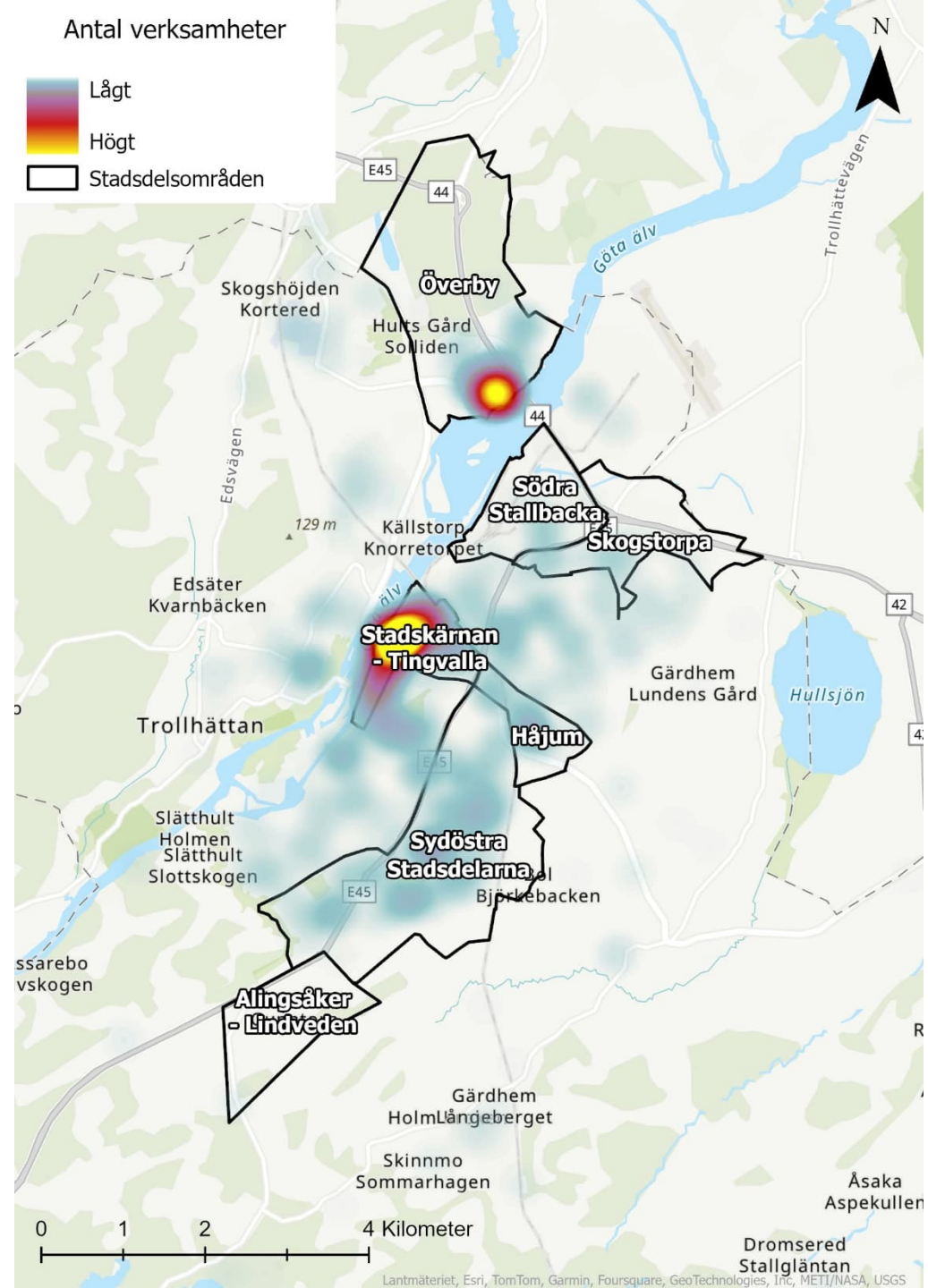


Försäljningsindex sällanköpsvaror 2022

# Handelns fördelning på delområdesnivå

I kartan illustreras Trollhättans verksamhetskoncentration inom handel och övrig kommersiell service. Kartan är framtagen genom en klusteranalys som inte tar hänsyn till verksamhetstyp eller omsättning. Därför säger kartan inget om enskilda verksamheters omsättning, utan visar istället var i Trollhättan verksamheterna finns.

Den högsta koncentrationen av verksamheter återfinns i Stads kärnan och i Överby. I övriga delområden är koncentrationen av verksamheter betydligt lägre.





# Omsättning och branschmix på delområdesnivå

I kartan illustreras handelns omsättning (år 2022) och branschmix på delområdesnivå.

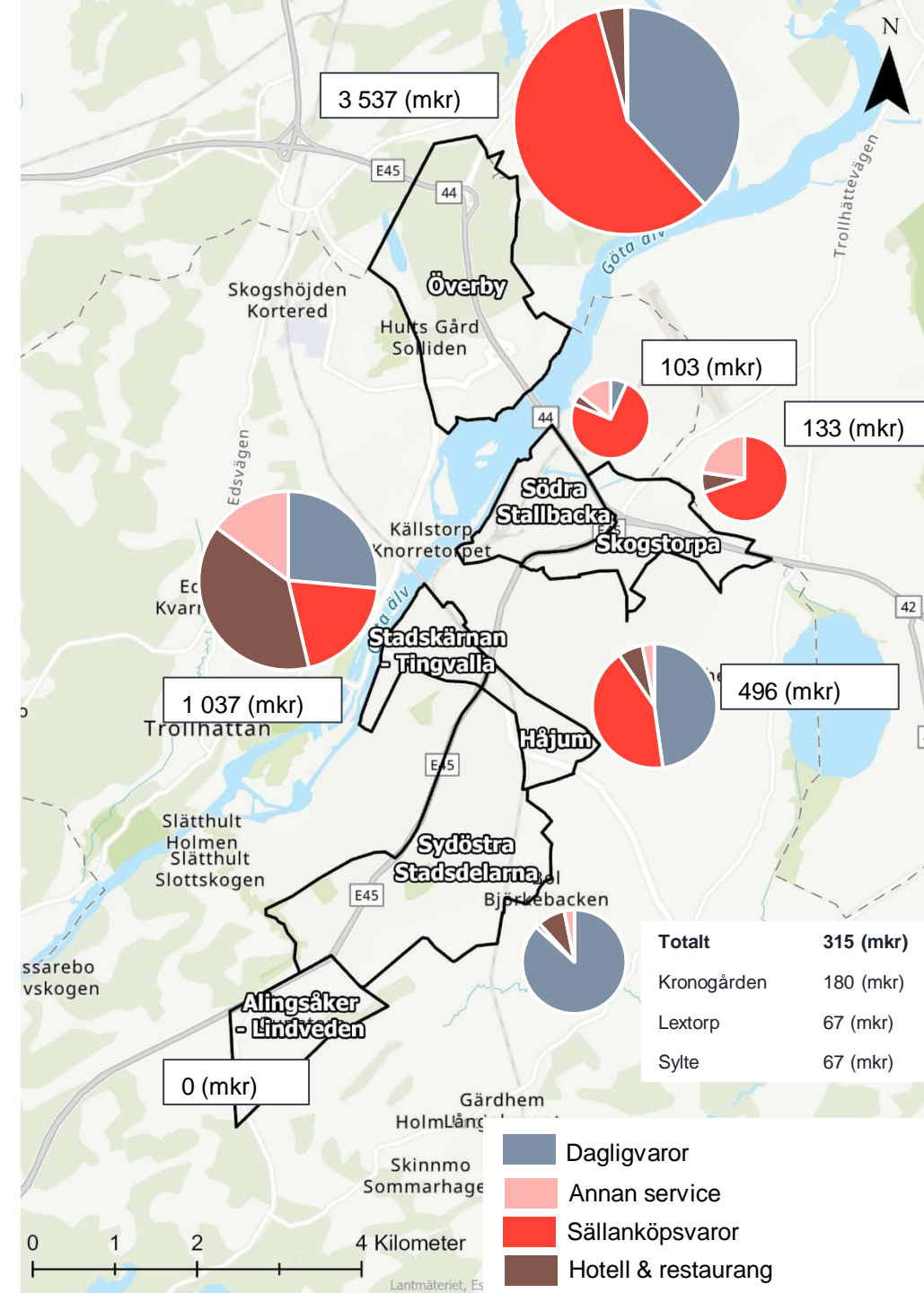
Den stora merparten av handeln är koncentrerad till Överby respektive stadskärnan. Den totala omsättningen i Överby uppgick till drygt 3,5 miljarder och utgjordes av största del av sällanköpsvaruhandeln (knappt 60 procent).

Stadskärnan omsatte drygt 1 miljard kronor och är det område som har mest jämn fördelning mellan branscherna, även om hotell och restaurangnäringen är den bransch som omsätter mest (40 procent).

Verksamheterna i Håjum omsatte knappt 500 miljoner. Där är omsättningen relativt jämnt fördelad mellan dagligvaruhandel och sällanköpsvaruhandel. I området finns också vissa inslag av hotell och restaurangnäring samt annan service.

I Södra Stallbacka och Skogstorpa dominerar sällanköpsvaruhandeln (74 % respektive 70 %). Omsättningen uppgick till drygt 100 miljoner respektive 133 miljoner kronor. I båda områdena finns också ett större inslag av annan service jämfört med övriga områden.

I de Sydöstra stadsdelarna uppgick omsättningen till totalt 315 miljoner kronor. Verksamheterna i Kronogården omsatte mer än dubbelt så mycket som Lextorp respektive Sylte. I alla tre områden dominerar dagligvaruhandeln.



## Omsättningsutveckling på delområdesnivå

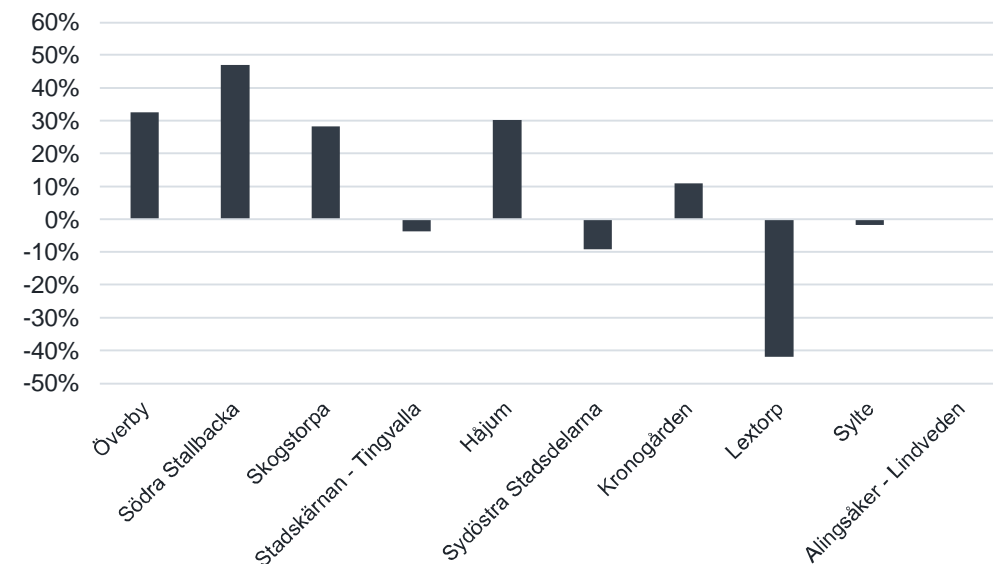
Fyra av delområdena (Överby, Södra Stallbacka, Skogstorpa och Håjum) har haft en positiv omsättningsutveckling sedan 2017. Överby har ökat sin omsättning mest i absoluta tal (+ 870 miljoner kronor). Utvecklingen av dagligvaruhandeln är det som varit starkast i Överby.

Procentuellt sett är det Södra Stallbacka som ökat mest (+ 47 %), vilket kan tillskrivas en positiv utveckling av både sällanköpsvaror och annan service. I Skogstorpa är det omsättningen i sällanköpsvaror som ökat mest. Håjum har ökat sin omsättning med totalt 115 miljoner (+ 30 %). Såväl dagligvaror som sällanköp och hotell- och restaurangbranschen har där haft en positiv omsättningsutveckling.

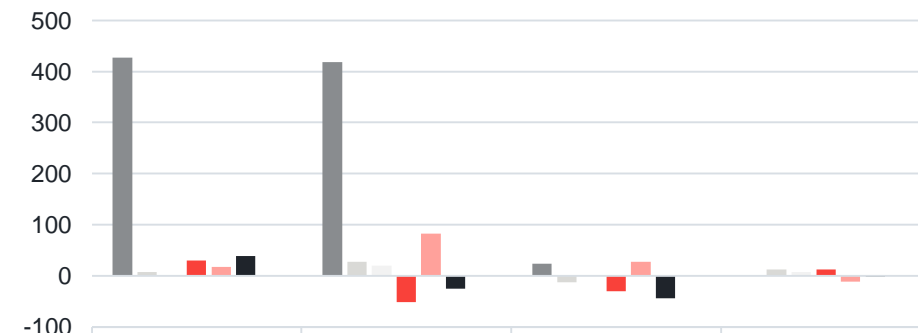
I både Stads kärnan – Tingvalla och i Sydöstra stadsdelarna har omsättningen minskat sedan 2017. I Stads kärnan har omsättningen i dagligvaruhandeln och annan service utvecklats positivt medan övriga branscher minskat sin omsättningen. Även i Sydöstra stadsdelarna är det dagligvarorna som haft en positiv utveckling.

Om Sydöstra stadsdelarna delas upp på mindre delområdesnivå kan sägas att Kronogården ökat sin omsättning totalt sett, medan Lextorp och Sylte har backat. Ökningen i Kronogården beror på att Abbes livs har haft en kraftig försäljningsutveckling. Övriga butiker har haft en betydligt svagare utveckling.

Procentuell utveckling samtliga verksamheter 2017 – 2022



Omsättningsutveckling 2017 – 2022 (mkr)



	Dagligvaror	Sällanköpsvaror	Hotell & restaurang	Annan service
■ Överby	427	418	23	1
■ Södra Stallbacka	7	27	-14	13
■ Skogstorpa	0	20	0	8
■ Stads kärnan - Tingvalla	30	-53	-31	13
■ Håjum	17	82	27	-11
■ Sydöstra Stadsdelarna	39	-25	-44	-1
■ Alingsåker - Lindveden	0	0	0	0

# God konkurrens i dagligvaruhandeln

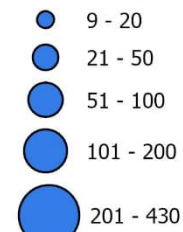
År 2022 fanns det 23 livsmedelsbutiker i centralorten. Butikernas totala omsättning uppgick till drygt 2 miljarder kronor och den totala försäljningsytan till knappt 31 000 kvadratmeter. I tabellen nedan visas antal butiker, omsättning, butiksytan och omsättning per kvadratmeter för olika butikssegment.

Det finns en tydlig koncentration av större livsmedelsbutiker i Överby och Håjum.

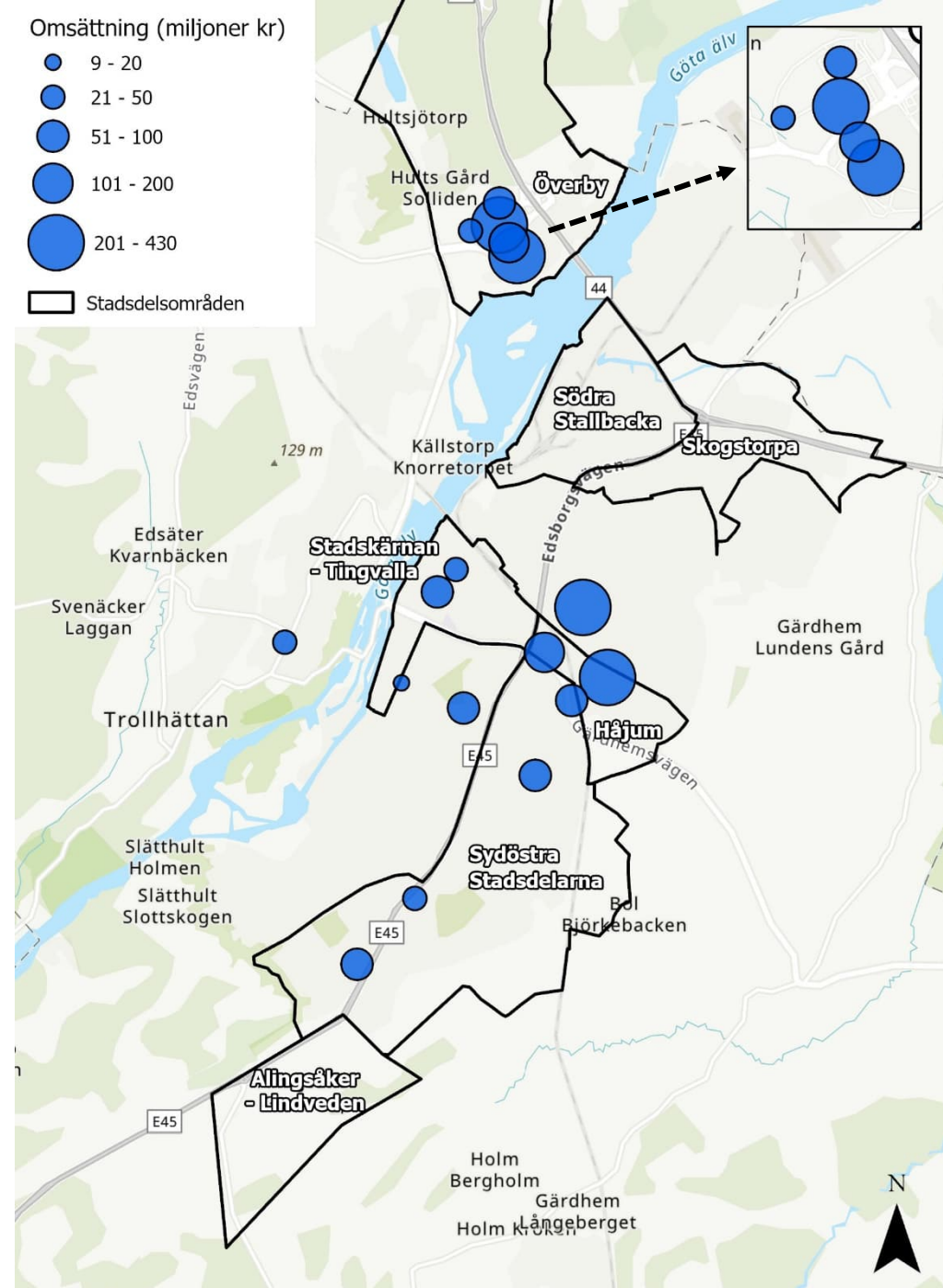
Alla större livsmedelskedjor finns representerade i Trollhättan. ICA har den största marknadsandelen och står för knappt 40 procent av den totala omsättningen i livsmedelshandeln. Axfood (Willys och Hemköp) har 15 procent, Citygross 13 procent, Coop 18 procent och Lidl 8 procent. Kedjekoncentrationen är lägre jämfört med både riket och länet. På nationell nivå har ICA 50 procent av den totala omsättningen i livsmedelshandeln.

	Antal	Omsättning (mkr)	Yta (kvm)	Yteffektivitet (kr/kvm)
Stormarknad	4	1 100	13 170	83 523
Supermarket	6	285	4 305	66 202
Lågrprisbutik	7	663	12 841	51 593
Närbutik	3	39	670	58 209
Obemannad	3	i.u.	i.u.	-
<b>Totalt</b>	<b>23</b>	<b>2 087</b>	<b>30 986</b>	<b>67 337</b>

Omsättning (miljoner kr)



▭ Stadsdelsområden





# Livsmedelsbutikernas yteffektivitet

Genom att ställa enskilda butikers omsättning i relation till deras butiksytta är det möjligt att dra slutsatser kring respektive butiks ekonomiska tillstånd. En butik med hög yteffektivitet indikerar god lönsamhet och hög besöksfrekvens. Om ytan är liten indikerar detta att det kan finnas utvecklingspotential för att minska trängsel. Butiker med låg yteffektivitet upplevs som mindre attraktiva varför besöksfrekvensen är lägre. Utvecklingspotential kan finnas för att stärka den lokala attraktiviteten med potentiellt ökad omsättning som följd.

Den genomsnittliga omsättningen per kvadratmeter uppgick till 67 000 år 2022. Utifrån detta har ett index tagits fram som visar hur livsmedelsbutikerna yteffektivitet förhåller sig till kommunens genomsnitt. Ett värde på över 100 innebär en bättre yteffektivitet och följaktligen högre omsättning per kvadratmeter än genomsnittet. 7 butiker har ett index på över 100, och kan således bedömas särskilt attraktiva. Däribland ingår exempelvis Ica Maxi och Lidl i Överby samt Willys och Lidl i Håjum. 8 butiker har ett index under 100. Däribland City Gross i Överby, X:tra i Lextorp och Coop i Håjum.

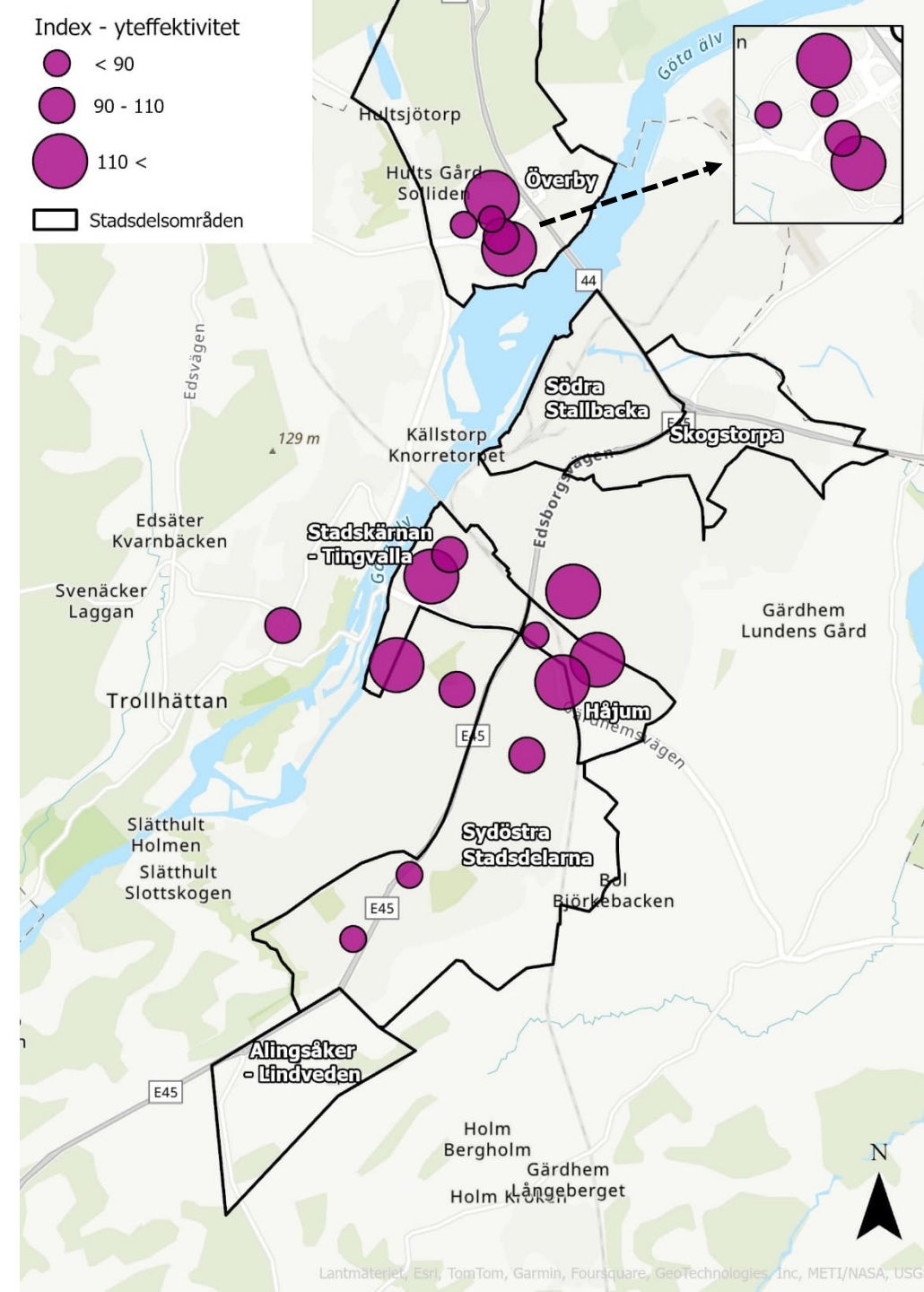
Index - yteffektivitet

● < 90

● 90 - 110

● 110 <

□ Stadsdelsområden



# Livsmedelsbutikernas försörjningsgrad

För att estimerera olika delområdens försörjningsgrad i Trollhättan har befintliga livsmedelsbutikers omsättning satts i relation till befolkningens köpkraft i Överby (inkl västra Trollhättan), "Norra Trollhättan", "Södra Trollhättan" och "Övriga tätorter och landsbygd". Försörjningsgrad kan sägas vara en indikator på köpströmmar mellan kommundelar i en kommun. Ett värde över 100 innebär att stadsdelen har ett inflöde av köpkraft medan ett värde under 100 signalerar det motsatta.

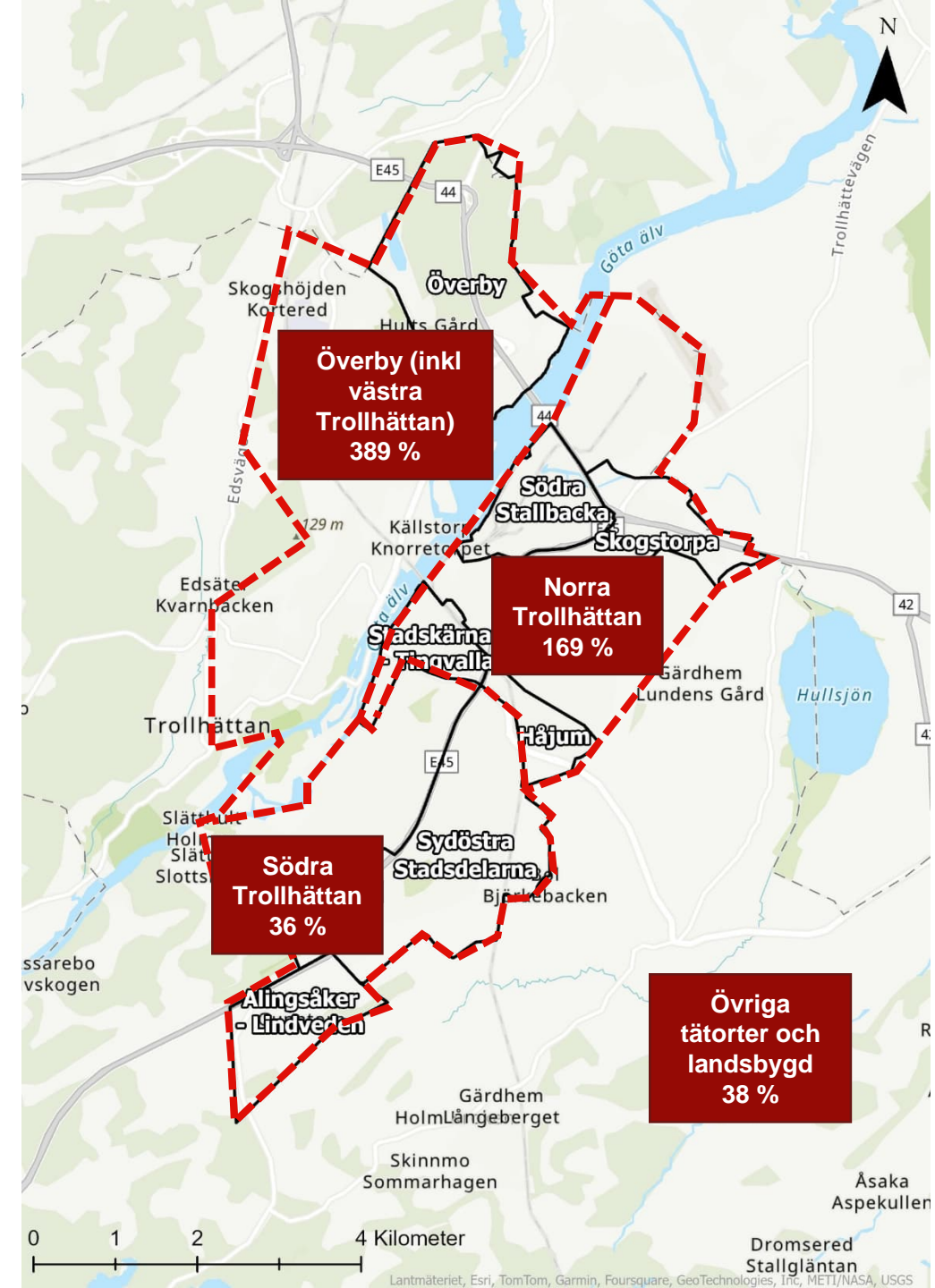
Försörjningsgraden utgår från befolkningmängden i respektive områden och kommunens köpkraft per capita för dagligvaror (exklusive e-handel).

Överby har den största försörjningsgraden från livsmedelsbutiker och det beror på stormarknaderna genererar ett inflöde av köpkraft från den övriga kommunen och kranskommunerna.

Norra Trollhättan har en försörjningsgrad över 100 procent. Majoriteten av omsättningen finns i (eller i anslutning till) stadsdelen Håjum, som liksom Överby huserar stormarknader. I övriga stadsdelar inom Norra Trollhättan är försörjningsgraden under 100 procent, exempelvis i Stads kärnan - Tingvalla (32 procent), vilket betyder att det lokalt finns underskott av livsmedelsutbud.

Södra Trollhättan har en relativt låg försörjningsgrad, vilket är ett resultat av en större befolkning och färre (och mindre) livsmedelsbutiker.

I de övriga tätorterna och landsbygden är både utbudet av livsmedelsbutiker och befolkningmängden låg.





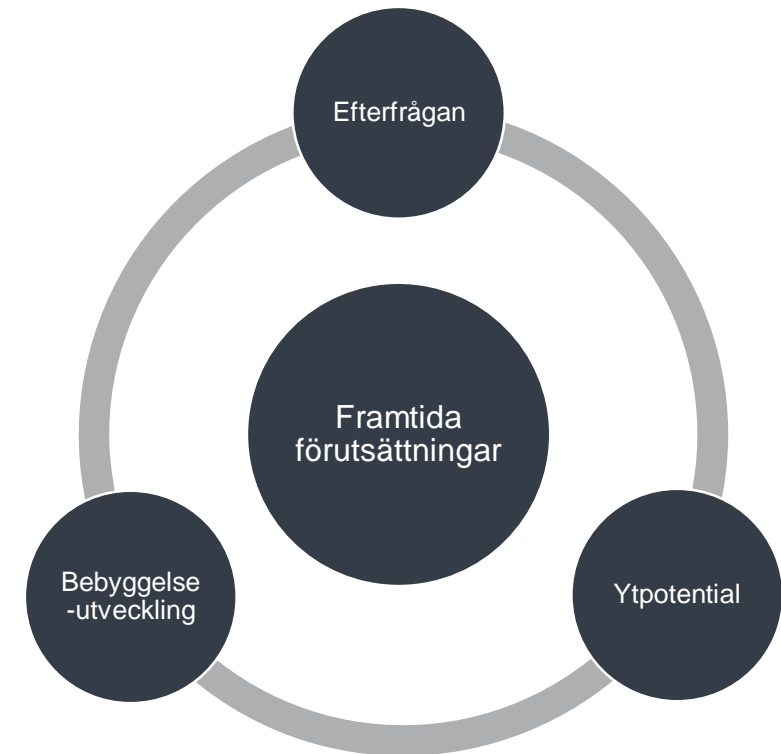
# Framtida marknadsförutsättningar



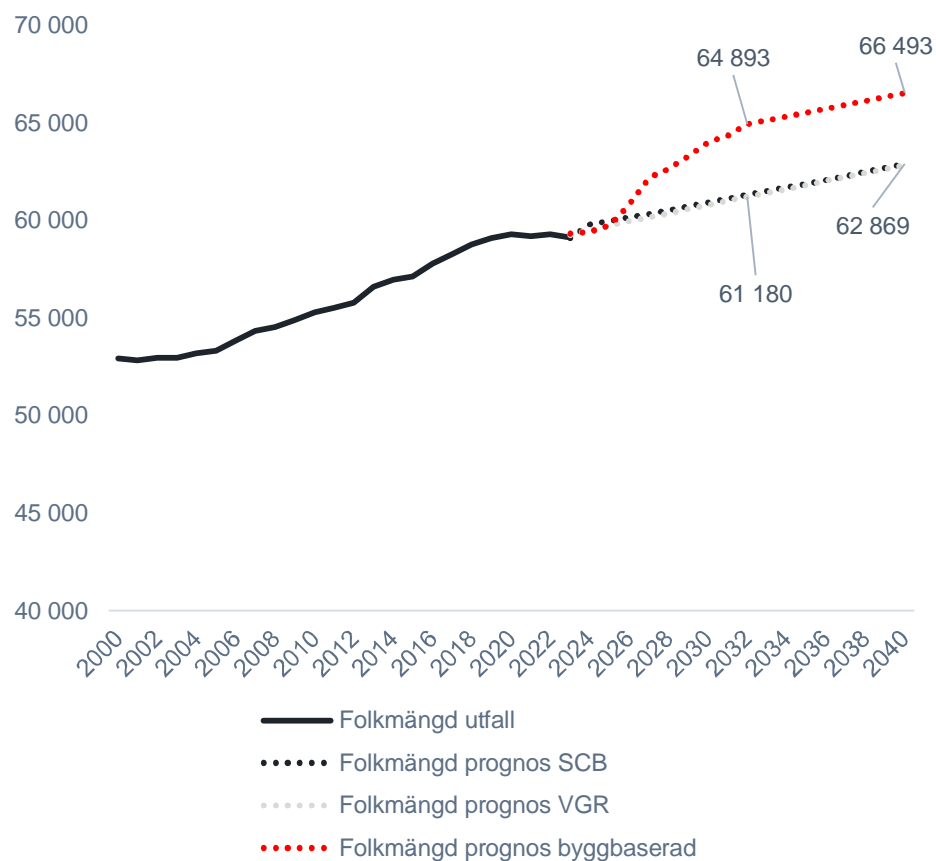
# Inledning framtida marknadsförutsättningar

I detta kapitel beskrivs de förväntade framtida marknadsförutsättningarna för handel i Trollhättan.

Kapitlet innefattar en köpkraftsprognos fram till 2040 som baseras på kommunens befolkningsprognos samt på prognoser kring den framtida konsumtionens tillväxt och förändring. I sammanhanget beaktas vilken påverkan som e-handels framtida tillväxt väntas ha på konsumtionen.



# Befolkning och framtida befolkningsutveckling

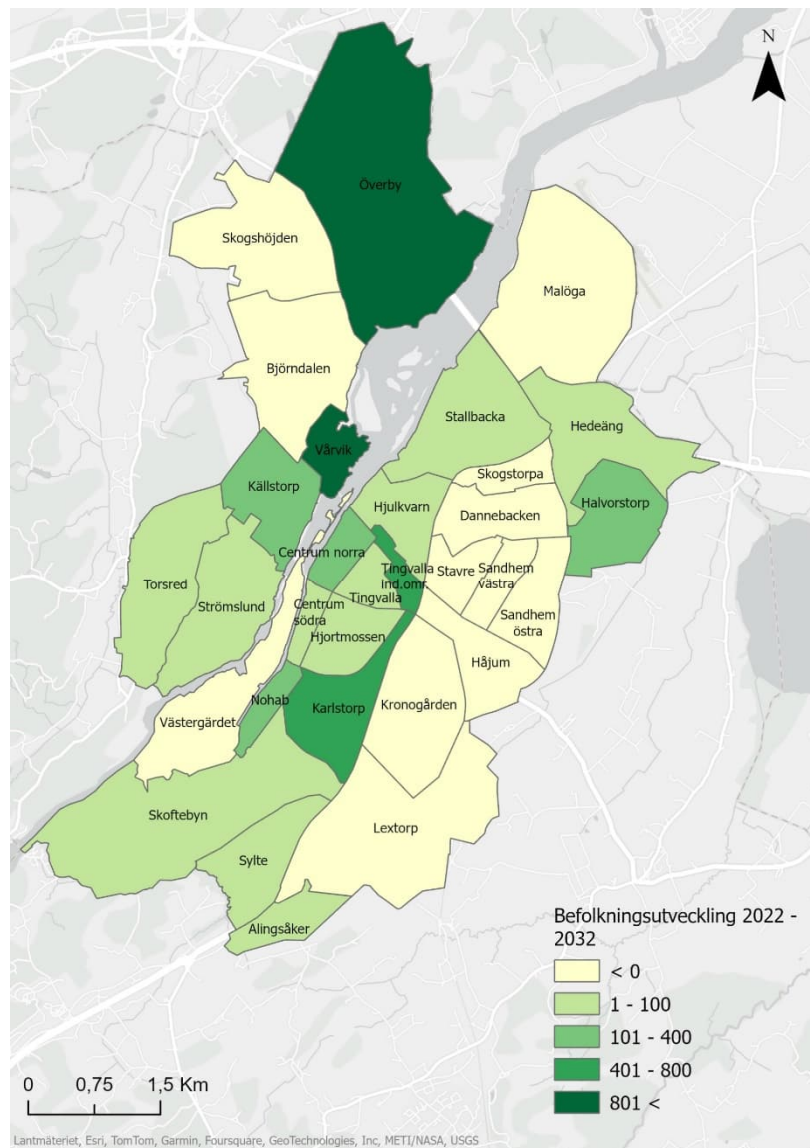


Från år 2000 fram till idag har befolkningen i Trollhättans stad ökat med i genomsnitt cirka 260 personer per år. Befolkningen har ökat med cirka 12 procent under perioden, från knappt 52 900 invånare år 2000 till knappt 59 100 invånare år 2023.

Framöver förväntas befolkningen fortsätta öka men utvecklingen är hölj i dunkel varför WSP har begagnat sig av flera framtagna prognoser. Syftet har varit att skapa ett utfallsrum inom vilket framtida den framtida befolkningsutvecklingen kan komma att äga rum. Enligt SCBs framskrivning, som är baserad på antagandet att rådande trender håller i sig under prognosperioden, förväntas invånarantalet uppgå till knappt 61 300 år 2032. En alternativ befolkningsprognos från Västra Götalandsregionens ligger i princip i linje med SCBs framskrivning. Trollhättans stad befolkningsprognos skiljer sig från tidigare nämnda genom att vara demografisk samtidigt som den tar hänsyn till framtida bostadsbyggande. Denna prognos sträcker sig till år 2032 då befolkningen i kommunen förväntas uppgå till knappt 64 900 invånare, det vill säga betydligt fler än vad SCBs och Västra Götalandsregionens respektive framskrivning anger.

I diagrammet har kommunens befolkningsprognos skrivits fram från 2032 till 2040 genom att utgå från SCBs befolkningsframskrivning. Från 2032 och framåt har befolkningen antagits öka med i genomsnitt 200 personer per år. Utifrån detta antagande skulle kommunen med utgångspunkt i Trollhättan kommun befolkningsprognos ha cirka 66 500 invånare år 2040. Enligt SCBs framskrivning uppgår invånarantalet detta år till knappt 62 900. Det är rimligt att tänka sig att den verkliga befolkningsutvecklingen kommer ligga någonstans mellan dessa två ytterligheter.

# Var sker befolkningsökningen?



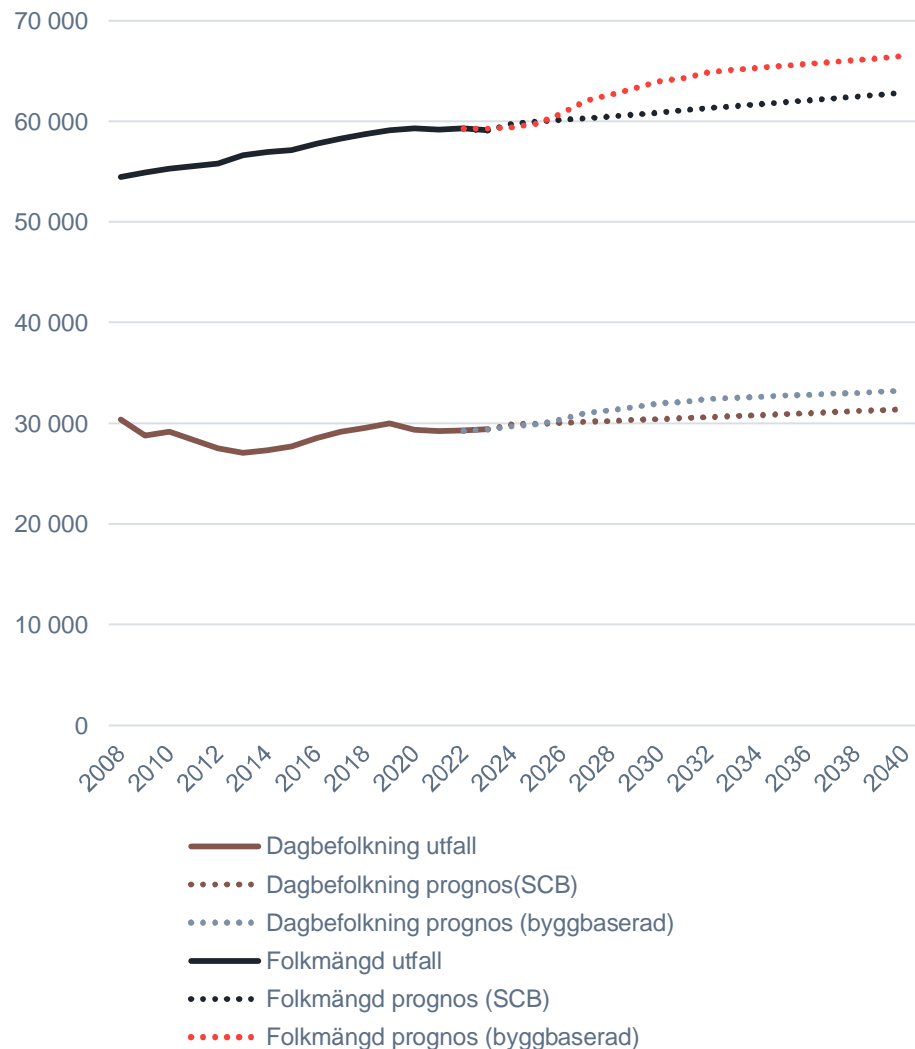
Trollhättans stad har tillhandahållit en befolkningsprognos på delområdesnivå fram till 2032. Totalt sett förväntas befolkningen i utpekade analysområden växa fram till 2032. Tillväxten är dock inte jämt fördelad. I tabellen nedan visas prognosticerad befolkningsutveckling samt procentuell utveckling mellan 2022 till 2032.

År 2032 kommer flest personer, liksom idag, bo i de Sydöstra stadsdelarna. Näst flest personer kommer både nu och i framtiden bo i centrum. Procentuellt sätt så är det dock Överby som växer mest, med över 200 procent. Även i Tingvalla ökar befolkningen kraftigt.

I kartan till vänster illustreras befolkningsutvecklingen i antal personer för centralorten. Befolkningen förväntas öka som mest i Överby och Värvik. Även i Tingvalla och Karlstorp ökar befolkningen relativt mycket. I flera områden, särskilt i centraltätortens östra delar, minskar befolkningen till 2032.

Delområde	2022	2032	Utveckling	Procentuell utveckling
Centrum	6 072	6 369	297	5%
Tingvalla	1 829	2 439	610	33%
Håjum	5	4	-1	-20%
Sydöstra stadsdelarna	13 051	12 972	-79	-1%
Alingsåker	234	315	81	35%
Stallbacka	5	6	1	20%
Skogstorpa	6	7	1	17%
Överby	417	1 291	874	210%
<b>Totalt – Delområden</b>	<b>21 619</b>	<b>23 403</b>	<b>1 784</b>	<b>8%</b>
Övrig tätort	28 611	31 743	3 132	11%
Övrig kommun	9 044	9 749	705	7%

# Utveckling av dagbefolkning



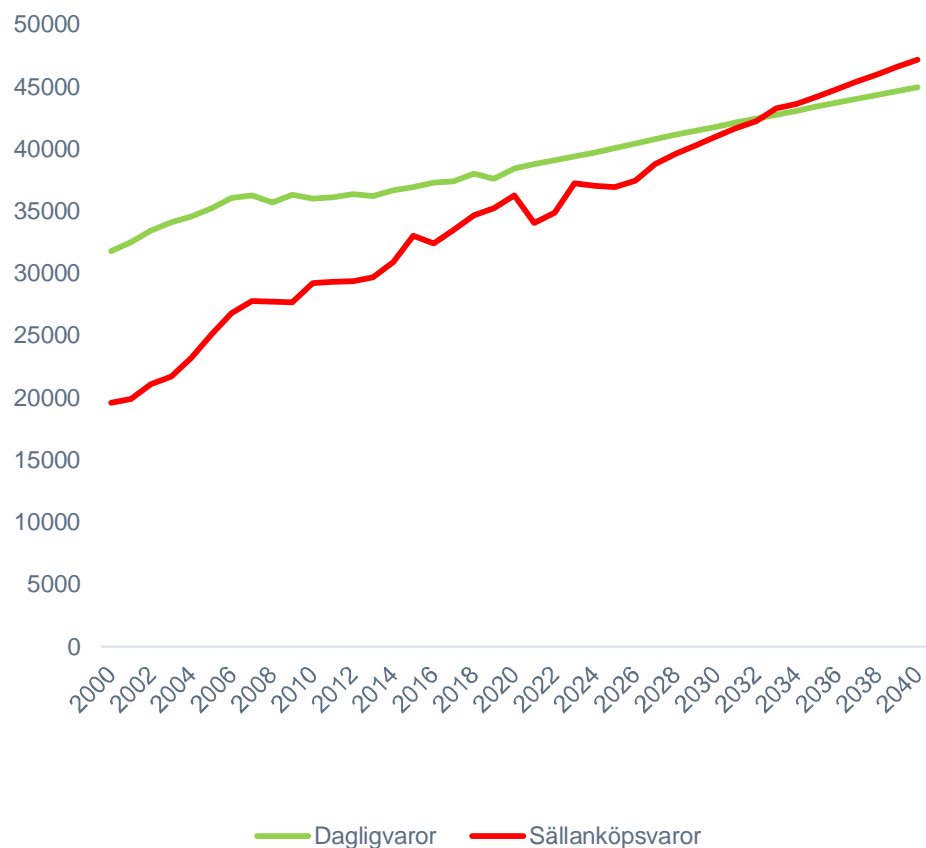
Dagbefolkningen är viktig att ta i beaktning då den bidrar med köpkraft under dagtid.

Från 2008 till 2023 har dagbefolkningen i Trollhättans kommun minskat med knappt 1 000 personer. Utvecklingen har varit ojämn under åren med stora förluster av arbetsplatser under exempelvis 2009, 2011 och 2012 följt av en positiv utveckling mellan 2013 till 2019. Därefter kom pandemin vilken resulterade i ytterligare förluster av arbetsplatser.

Utvecklingen av dagbefolkning i en kommun tenderar att följa den generella befolkningsutvecklingen i relativt hög grad. Därför har SCBs befolkningsprognos respektive Trollhättans stads byggbaserade befolkningsprognos använts som bas för att ge en potentiell framtida utvecklingen av dagbefolkningen.

Utifrån den byggbaserade prognosen förväntas dagbefolkningen växa med knappt 2 900 personer till 2030 (+10 %) och med knappt 400 personer till 2040 (+14 %). Med SCBs prognos som bas förväntas dagbefolkningen öka med knappt 1 300 personer (+ 4%) till 2030 och med knappt 2 200 (+ 7 %) personer till 2040.

## Per capita konsumtion av detaljhandelsvaror 2000-2040



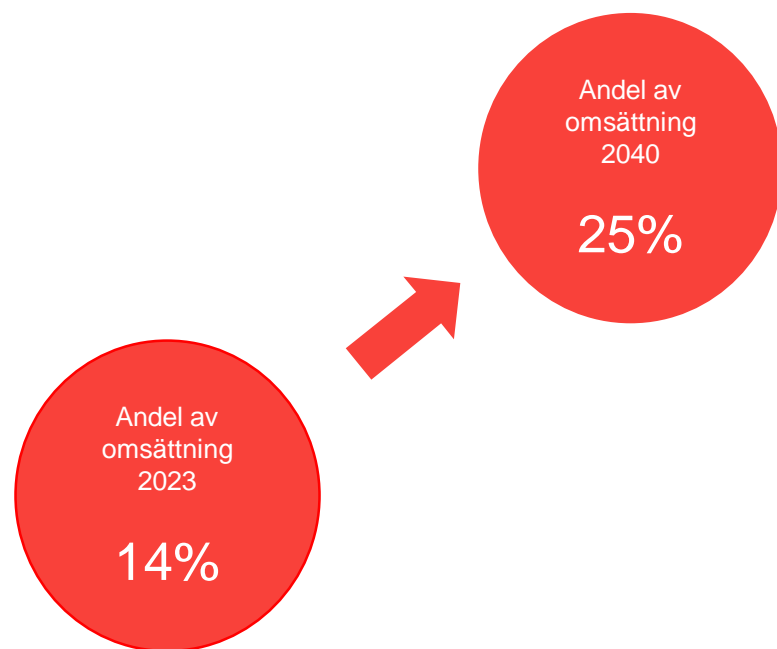
Detaljhandelns framtida utveckling är på individnivå en funktion av inkomstutveckling och konsumtionsbeteende.

Konsumtionen per capita av dagligvaror uppgick år 2021 till drygt 38 000 kronor. Vid vidstående diagram redovisas per capita konsumtion av dagligvaror och sällanköpsvaror under perioden 2000-2040 uttryckt i 2021 års prisnivå. Diagrammet speglar således en volymtillväxt i detaljhandelskonsumtion vilket motsvarar en real tillväxt om 0,9 procent per år. År 2040 bedöms per capita konsumtionen av dagligvaror uppgå till drygt 44 000 kronor vilket motsvarar en tillväxt om 0,7 procent per år.

Per capita konsumtionen av sällanköpsvaror har haft en real tillväxt om 2,5 procent per år under perioden 2000-2021. Av diagrammet framgår det att känsligheten för svängningar i konjunkturen är högre än i dagligvaruhandeln. År 2021 konsumerade varje person i Sverige sällanköpsvaror för omkring 36 000 kronor per år. År 2040 bedöms per capita konsumtionen av sällanköpsvaror uppgå till 46 000 kronor vilket ger en real tillväxt om cirka 1,6 procent.

I ett framtidsperspektiv bedöms konsumtionen per capita växa långsammare än den historiska utvecklingen vilket beror på att konjunkturinstitutet har reviderat sin prognos för framtida tillväxt av BNP.

## Växande andel av konsumtion via digitala kanaler



Det är mycket svårt att göra en bedömning av hur stor andel av detaljhandelns omsättning som går via digitala kanaler i ett framtidsperspektiv. Ett rimligt antagande är att "e-handeln" kommer fortsätta på samma sätt som integrationen mellan fysisk och digitala kanaler kommer fortsätta utvecklas och stärkas. Hur enskilda branscher kommer påverkas i ett framtidsperspektiv är i det närmaste omöjligt att besvara.

WSP bedömer baserat på e-handelns historiska utveckling och Konjunkturinstitutets prognoser för den framtida makroekonomiska utvecklingen att konsumtionen via digitala kanaler kommer fortsätta att stärkas. Omvandlingstakten bedöms avta och osäkerheten i prognosen bedöms öka med stigande tidsavstånd från utgångsåret.

Enligt WSPs bedömning finns potential för e-handeln att växa från dagens nivå om cirka 135 miljarder kronor till omkring 240 miljarder kronor år 2040. Detta innebär att omkring en fjärdedel av detaljhandelns omsättning bedöms gå via digitala kanaler år 2040. En majoritet av e-handeln bedöms avse sällanköpsvaruhandeln.



## Förväntad ytpotential från 2023 till 2040

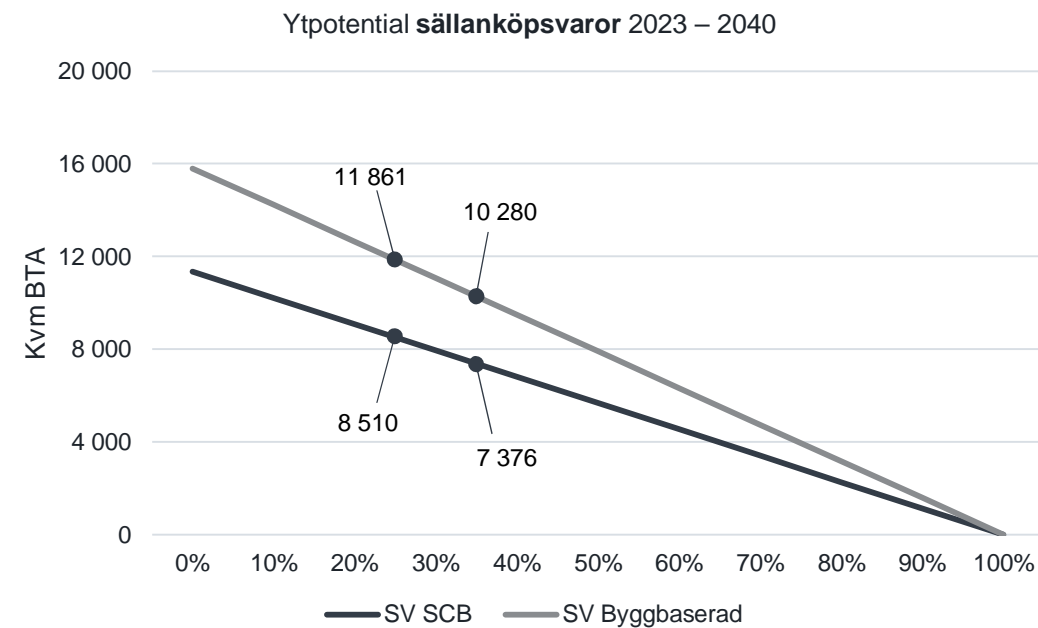
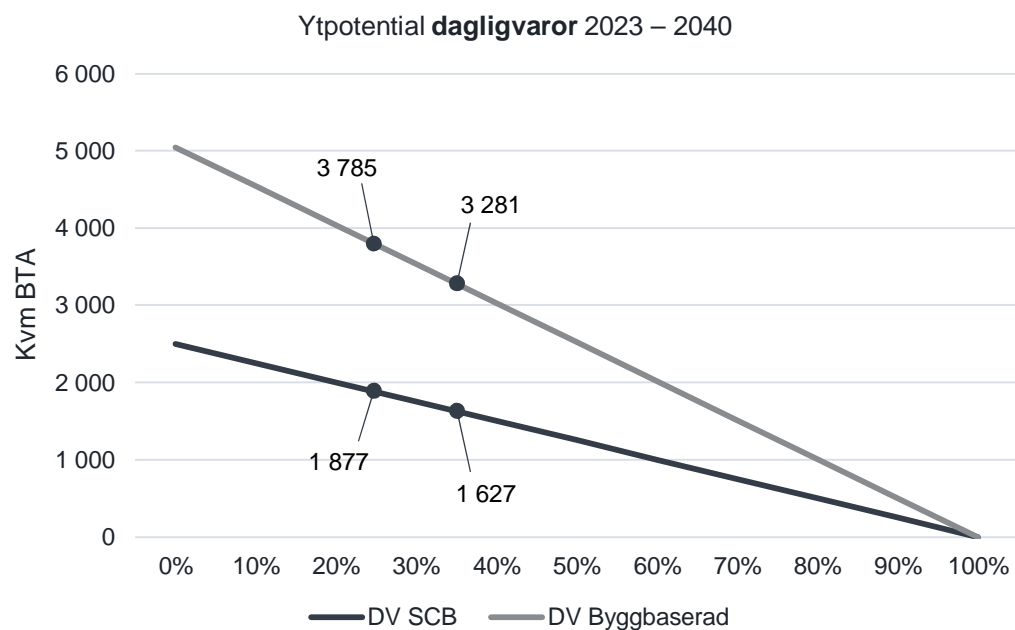
För att beräkna framtida ytpotential för dagligvaruhandel och sällanköpsvaruhandeln i Trollhättan har den framtida köpkraften för respektive kategori beräknats. Dessa beräkningar återfinns i sin helhet i bilaga 1. För såväl dagligvaror som sällanköpsvaror har hänsyn tagits till hur relationen mellan fysisk handel och e-handel kan tänkas utvecklas framgent. Marknadstillväxten har beräknats utifrån två scenarier för respektive kategori. Scenario 1 bygger på SCBs befolkningsframskrivning (minimiscenario) och scenario 2 (maxscenario) bygger på Trollhättans stads byggbaserade prognos.


Med ledning av den framtida marknadstillväxten har WSP estimerat en framtida ytpotential för handeln i Trollhättan. Den framtida ytpotentialen kan förväntas ha ett negativt samband till den befintliga handelns absorptionsgrad av framtida marknadstillväxt. Detta innebär i praktiken att i frånvaro av nyetableringar förväntas 100 procent av den framtida marknadstillväxten tillfalla den befintliga handeln och tvärtom. Det vill säga att om all framtida marknadstillväxt tas i anspråk av nyetableringar förväntas den idag befintliga handeln omsätta lika mycket som i nuläget mätt i 2021 års priser. I praktiken är det rimligt att förvänta sig en situation mellan dessa ytterligheter.

WSP bedömer att befintlig detaljhandel behöver tillgodogöra sig mellan 25 – 35 procent av den framtida marknadstillväxten för att möjliggöra långsiktig överlevnad.

Utifrån minimiscenariot innebär detta att det finns potential att etablera mellan 1 600 och 1 900 kvm BTA dagligvaruhandel. Utifrån maxscenariot finns potential för mellan 3 300 och 3 800 kvm BTA. Inom sällanköpsvaruhandel möjliggör minimiscenariot mellan 7 400 och 8 500 kvm BTA. I ett maxscenario möjliggörs mellan 10 300 och 11 900 kvm BTA.

# Förväntad ytpotential från 2023 till 2040



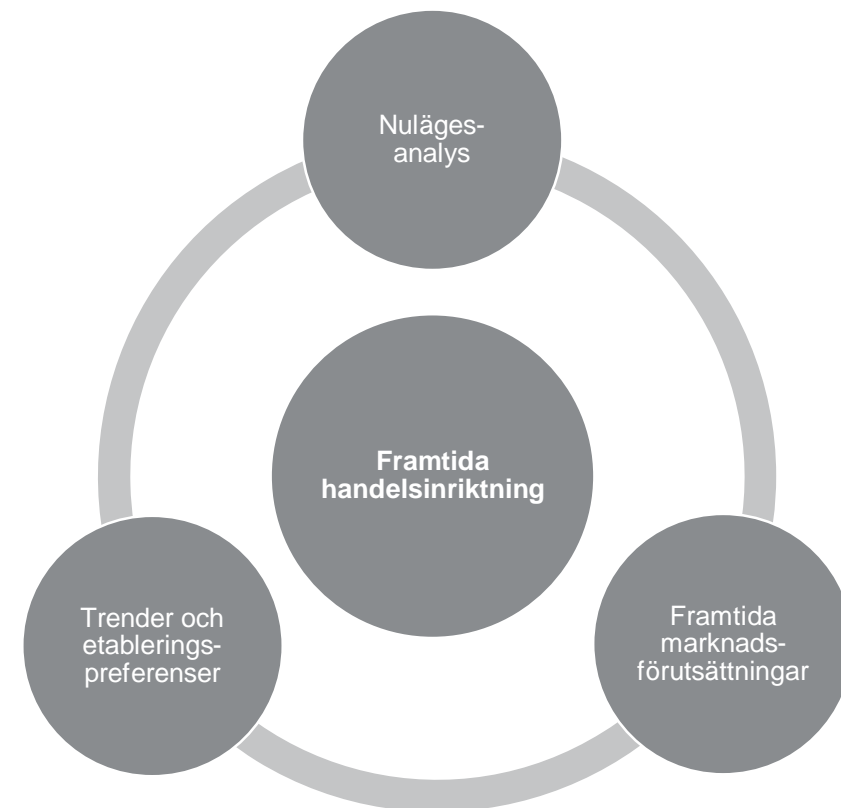


# Trollhättans stad: framtida handelsinriktning och områdesanalyser

# Inledning framtida handelsinriktning och områdesanalyser

Nulägesanalys, analys av framtida marknadsförutsättningar samt identifierade trender med påverkan på handeln lägger tillsammans grunden för denna avslutande del. I kapitlet analyseras den framtida handelsinriktningen för Trollhättan tillsammans med mer ingående områdesanalyser för varje stadsdel.

För att bedöma potentialen hos och prioritera bland stadsdelarna används en multifaktoranalys där förutsättningarna för respektive stadsdel analyseras i själv och i förhållande till övriga platser i kommunen utifrån ett antal variabler kring lokala marknadsförhållanden, närhet till understödjande verksamheter, placering i staden och dess utvecklingsriktning, tillgänglighet, befolkningsunderlag och framtida byggande.



# Sammantagna slutsatser

De sammantagna slutsatserna från analysen av framtida handelsinriktningar för stadsdelarna presenteras på denna och nästa sida som en sammanfattande inledning. Därefter redovisas slutsatser för varje enskild stadsdel med ingående. .

På en övergripande nivå ser WSP två kompletterande inriktningar:

1. Det begränsade utrymmet för tillkommande dagligvaruhandel tillåter mindre kompletteringar till existerande utbud och bör följa stadens utbyggnad. Stadsdelar där nya bostäder uppstår och/eller som är underförsörjda med dagligvaror idag är mest lämpliga för nyetableringar. Utöver lokalisering av nyetableringar finns det möjligheter att genom omlokalisering eller utvidgning av befintliga butiker skapa en mer effektiv handelsstruktur.
2. Sällanköpsvaruhandeln har en större ytpotential i nyetableringar och utvecklingsinriktningen bör vara att koncentrera framtida etableringar till Stadskärnan och Överby, det vill säga Trollhättans viktigaste handelsplatser. Att utveckla och understödja ett fåtal befintliga områden skapar en tydlig och effektiv handelsstruktur både för handelns aktörer och konsumenterna, med fördelar som kortare resor och mindre söktrafik.

Kartan på nästa sida visar de sammantagna slutsatserna för varje utpekad stadsdel.

På en övergripande nivå är Stadskärnan – Tingvalla och Överby prioriterade utvecklingsområden, särskilt inom sällanköpsvaror. Håjum kan med sin närhet till befolkningstäta stadsdelar utgöra ett komplement till det mer perifera Överby. Sydöstra stadsdelarna bör utvecklas med dagligvaror då de är underförsörjda inom den kategorin.

# Sammantagna slutsatser





# Överby

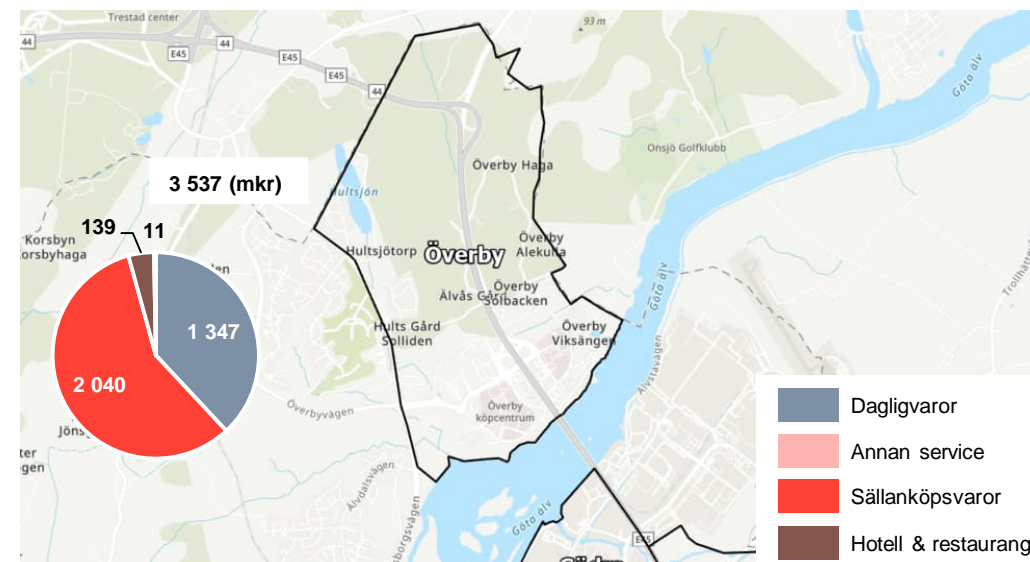
Överby är ett externt handelsområde i norra Trollhättan. Utbudet av handel och övrig kommersiell service utgörs till stor del av dagligvaror och sällanköpsvaror. De senare utgörs av både shopping i köpcentrum och volymhandel. I övrigt är omsättningen från hotell och restaurang näst störst efter Stads kärnan – Tingvalla.

Enligt kommunens etableringsstrategi ska Överby utvecklas inom volymhandel och shopping.

Överbys förutsättning för utveckling inom handel bedöms vara god. Tillgängligheten med bil och kollektivtrafik är god och det finns även god tillgång till ankarfunktioner, samt viss tillgång till understödjande verksamheter. Däremot är Överby den mest perifera stadsdelen med lågt befolkningsunderlag i närområdet och låg tillgänglighet med cykel och till fots.

Överbys rumsliga struktur har fördelen att den enklare tillåter större etableringar inom exempelvis volymhandeln. Trenderna pekar åt att lågprishandeln växer och att halvperifer externhandel, som Överby, får en allt viktigare lokal och regional roll för sällanköpsvaror. Samtidigt efterfrågas mer upplevelsebaserade värden i handeln, vilket trycker på mot förändring och förnyelse. Vidare drabbas den fysiska sällanköpsvaruhandeln hårt av e-handels frammarsch, med nedläggning av butiker som följd.

Sammantaget finns det trender och förutsättningar som stärker och stjälpur Överbys potentiella utveckling inom handel och kommersiell service. WSP rekommenderar att utvecklingen inriktas mot volymhandel med sällanköp, samt café och restaurang och kompletterande kommersiell service. Detta genom förtätning alternativt genom i anspråkstagande av tillgänglig direkt anslutande mark.



## Förutsättningar

- + Mycket god tillgång till ankarfunktioner
- + God tillgänglighet med bil
- + God kollektivtrafikförsörjning
- + Regionalt marknadsområde
- +/- Viss tillgång till understödjande verksamheter
- Låg tillgänglighet med cykel och till fots
- Avsaknad av övriga besöksanledningar/målpunkter
- Lågt befolkningsunderlag i närområdet i nuläge. Viss tillväxt i framtiden.

## Potentiell utveckling

*Eventuell utveckling av volymhandel ska ske i Överby. Utveckling i café och restaurang, samt kompletterande service kan ske i Överby.*

# Stadskärnan – Tingvalla

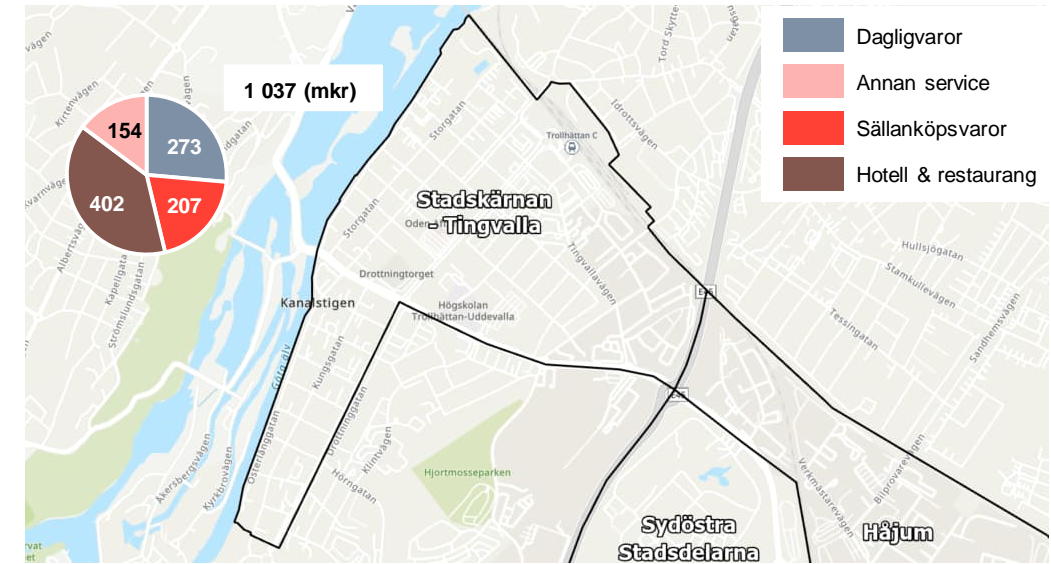
Stadskärnan – Tingvalla utgör Trollhättans centrum. Utbudet av handel och övrig kommersiell service är blandat och brett. Stadskärnan har överlägset högst omsättning inom hotell och restaurang och annan service. Den totala omsättningen uppgår till drygt en miljard, dvs en tredjedel av omsättningen i Överby.

Enligt kommunens etableringsstrategi ska Stadskärnan – Tingvalla utvecklas inom besöksnäringen samt kreativa och kulturella näringar, framtidens mobilitet och digitala innovationer.

Stadskärnan – Tingvallas förutsättning för utveckling inom handel bedöms vara stark. Tillgängligheten är mycket god för hållbara transporter, samt medelhög för bil. Det finns god tillgång till ankarfunktioner, understödjande verksamheter och övriga målpunkter. Stadskärnan ligger även mest centralt i staden med högt befolkningsunderlag.

Stadskärnan – Tingvalla ska genomgå en strukturomvandling vid resecentrum vilket särskilt öppnar för nya etableringar inom handel och kommersiell service. Trenderna pekar åt att upplevelsefaktorer kommer spela större roll och där bedöms just strukturomvandlingen möjliggöra för ett sådant fokus i utvecklingen. Samtidigt är stadsdelen underförsörjd med livsmedelsbutiker vilket öppnar för nyetableringar, exempelvis vid resecentrum.

Sammantaget är Stadskärnan – Tingvalla den mest lämpliga stadsdelen för en shopping- och upplevelsebetonad handel, samt övrig kommersiell service.



## Förutsättningar

- + Mycket god tillgänglighet med cykel och till fots
- + Mycket god kollektivtrafikförsörjning
- + God tillgång till ankarfunktioner, understödjande verksamheter och övriga besöksanledningar/målpunkter
- + Högt befolkningsunderlag i närområdet i nuläge och framtid
- +/- Medelhög tillgänglighet med bil

## Potentiell utveckling

*Eventuell utveckling av shopping- och upplevelsebetonad handel ska ske i Stadskärnan – Tingvalla. Övrig handel (inklusive dagligvaror) och kommersiell service bör utvecklas i Stadskärnan – Tingvalla.*

# Sydöstra stadsdelarna

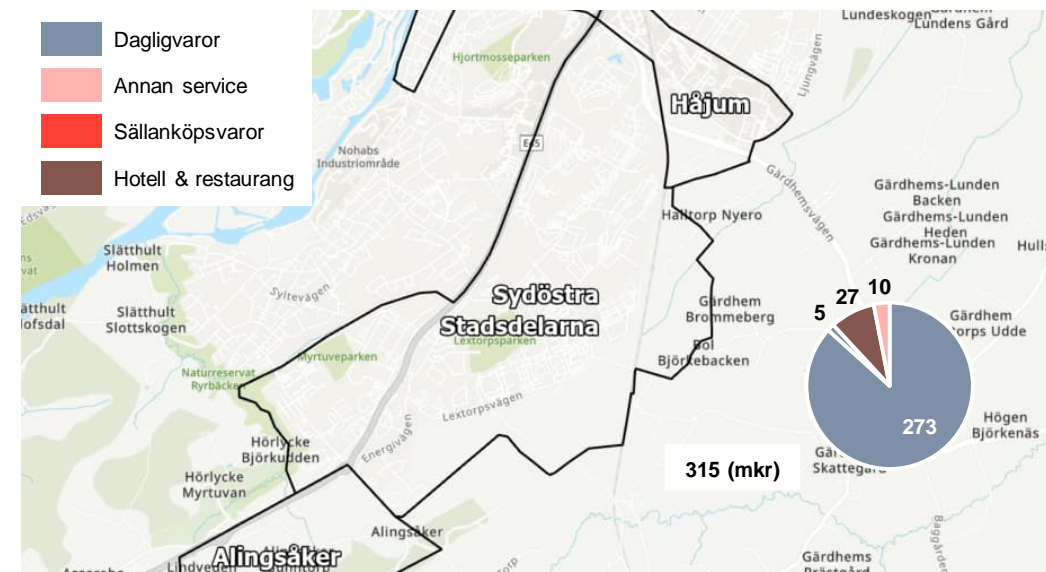
Sydöstra stadsdelarna består av Kronogården, Lextorp och Sylte som alla tre är bostadsområden i södra Trollhättan. De har ett varsitt lokalt centrum med i huvudsak dagligvaror och övrig grundläggande service. Inom handeln är dagligvaruhandel överlagset störst till omsättning.

Lextorp har en mer balanserad mix med betydande omsättning från hotell och restaurang och annan service. Lextorps centrum är också det största av de tre. Kronogården och Sylte har mindre centrum som domineras av varsin livsmedelsbutik – Abbe Market i Kronogården och Ica Supermarket i Sylte. Norra Kronogården har ytterligare närhet till livsmedel genom Lidl i Håjum

Enligt kommunens etableringsstrategi ska Sydöstra stadsdelarna utvecklas inom tjänstebaserade företag och organisationer.

Sydöstra stadsdelarnas förutsättningar bedöms vara goda inom dagligvaror men svagare för andra typer av handel. De tre stadsdelarna har goda förutsättningar då befolkningsunderlaget är stort. Livsmedelshandeln försörjningsgrad är låg i de Sydöstra stadsdelarna vilket visar på ett utrymme för etablering av nya livsmedelsbutiker, särskilt i Lextorps centrum som inte har en livsmedelsbutik i dagsläget. Att komplettera Lextorp centrum med en livsmedelsbutik skulle kraftigt öka tillgängligheten för cykel- och gångresor till livsmedelsinköp för boende i Lextorp och ligger i linje med rådande hållbarhetsparadigm såsom 15-minuters staden.

I de sydöstra stadsdelarna bör utvecklingen fokuseras på dagligvaruhandel för att stärka konkurrens och tillgänglighet. Utveckling kan kompletteras med att möjliggöra för kompletterande kommersiell service i de Sydöstra stadsdelarna.



## Förutsättningar

- + God tillgänglighet med cykel och till fots
- + God kollektivtrafikförsörjning
- + Stort befolkningsunderlag i nuläge och framtid

+/- Viss tillgång till övriga besöksanledningar/målpunkter

- Avsaknad av ankarfunktioner och understödande verksamheter

## Potentiell utveckling

*De sydöstra stadsdelarna bör möjliggöras för etablering av livsmedelsbutiker. Kommunen kan ha ett tillåtande förhållningssätt till etableringsförfrågningar inom övriga dagligvaror samt kompletterande centrumverksamheter om marknadsaktörer önskar etablera verksamheter inom dessa segment.*

# Håjum

Håjum är ett verksamhetsområde i centrala Trollhättan. Utbudet av handel och övrig kommersiell service utgörs till stor del av en blandning mellan dagligvaror och sällanköpsvaror.

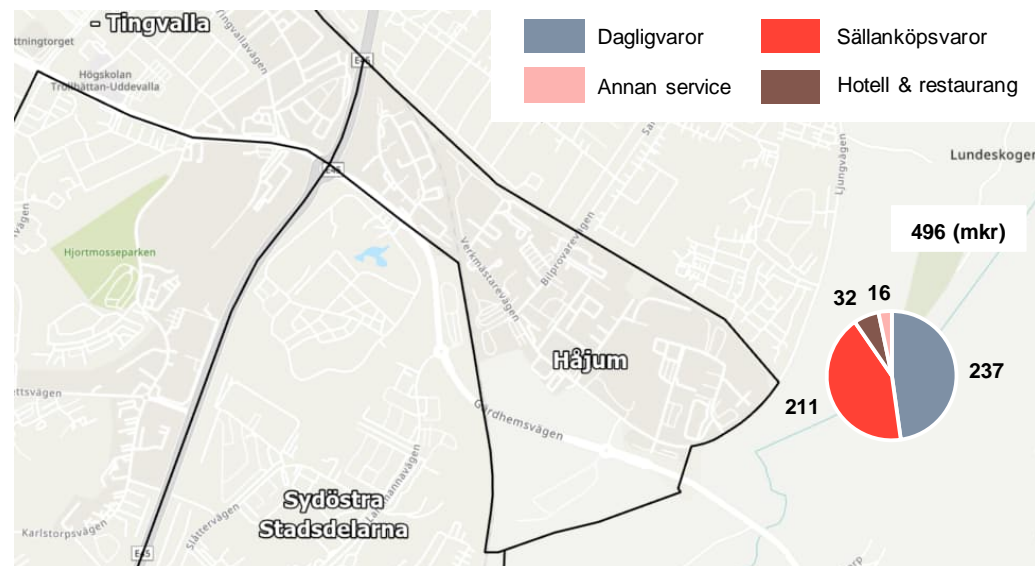
Livsmedelsbutikerna Willys, Lidl och Coop, samt volymhandeln står för merparten av omsättningen och är geografiskt jämnt utspridda över hela Håjum.

Enligt kommunens etableringsstrategi ska Håjum utvecklas inom småindustri, detaljhandel och hållbar service.

Håjums förutsättning för utveckling inom handel bedöms vara medelstark. Tillgängligheten med bil är god och det finns viss tillgång till ankarfunktioner, understödjande verksamheter och övriga målpunkter, samt befolkningsunderlag. Däremot har Håjum låg tillgänglighet med cykel och till fots och begränsad kollektivtrafikförsörjning.

Nyetableringar i Håjum bör inte prioriteras med hänsyn till att möjliggöra och stärka fortsatt utveckling i Stadskärnan och Överby, de idag starkaste handelsområdena, då detta ger en mer effektiv handelsstruktur. Däremot finns fördelar i att Håjum kan utgöra ett centralt, mindre och mer lättillgängligt handelsområde, som komplement till det mer perifera Överby.

Sammantaget bör utveckling inom handel enbart kunna möjliggöras via omvandling av befintliga fastigheter och inte via fysisk expansion. Om utveckling inom handel sker i Håjum bör tillgängligheten med hållbara transporter stärkas till och i området.



## Förutsättningar

+ God tillgänglighet med bil

+/- Viss tillgång till ankarfunktioner, understödjande verksamheter och övriga besöksanledningar/målpunkter

+/- Visst befolkningsunderlag i närområdet i nuläge och framtid

- Låg tillgänglighet med cykel och till fots

- Begränsad kollektivtrafikförsörjning

## Potentiell utveckling

*Eventuella nyetableringar i Håjum kan ske genom omvandling av befintliga fastigheter. Däremot bör inte utveckling ske genom fysisk expansion.*



# Södra Stallbacka

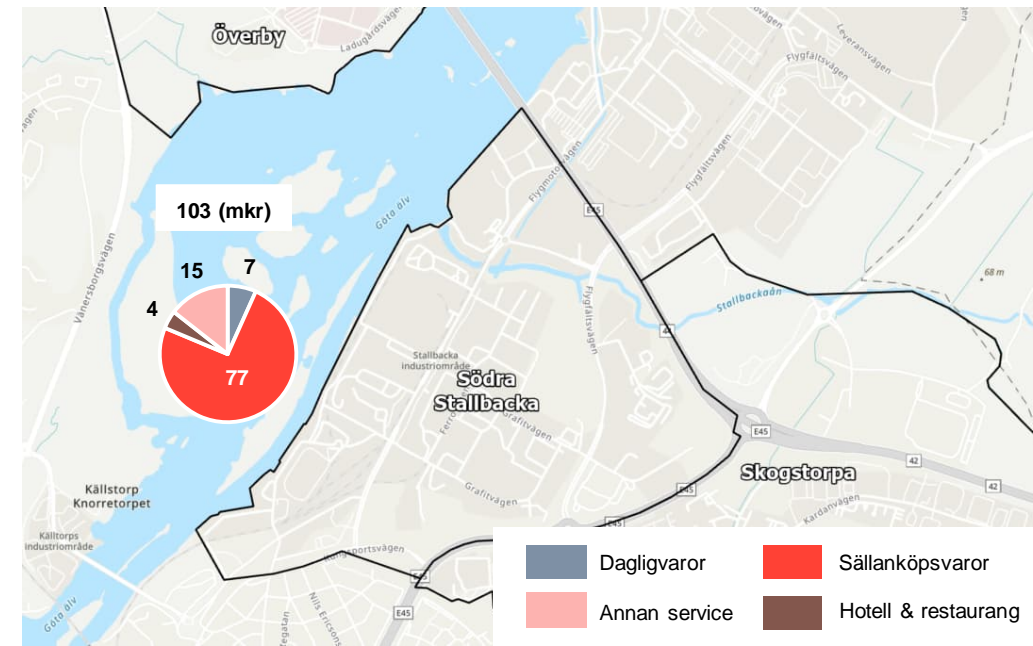
Södra Stallbacka är ett större verksamhets- och industriområde i centrala Trollhättan. Ur ett omsättningsperspektiv dominerar sällanköpsvaror inom bland annat byggnadsmaterial och kontorsprodukter. Omsättningen från annan service, dagligvaror och hotell och restaurang är relativt liten.

Enligt kommunens etableringsstrategi ska Södra Stallbacka utvecklas inom hållbar industri.

Södra Stallbackas förutsättning för utveckling inom handel bedöms vara svag. Tillgängligheten med bil och cykel är god men ankarfunktioner, understödjande verksamheter och övriga målpunkter saknas. Södra Stallbacka och dess närliggande områden har ingen eller liten befolkning, vilket ytterligare försämrar förutsättningen för utveckling inom handel.

Däremot kan utveckling av dagligvaror ske i Södra Stallbacka om bostäder tillkommer i närområdet. Då kan det även möjliggöras för café och restaurang och annan närservice om bostadsbyggandet blir tillräckligt stort.

Eventuella nyetableringar i Södra Stallbacka är inte gynnsamt i jämförelse med utveckling i Stadskärnan och Överby då en utveckling av de idag starka handelsområdena ger en mer effektiv handelsstruktur. Södra Stallbacka kan vara en plats för omlokalisering av handel från exempelvis Håjum då detta skulle leda till en mer effektiv handelsstruktur med färre men starkare handelsområden.



## Förutsättningar

- + God tillgänglighet till och i området med bil och cykel
- + God tillgänglighet i området till fots

- Avsaknad av ankarfunktioner, understödjande verksamheter och övriga besöksanledningar/målpunkter
- Begränsat befolkningsunderlag i närområdet i nuläge och framtid
- Begränsad kollektivtrafikförsörjning

## Potentiell utveckling

*Eventuella nyetableringar i Södra Stallbacka bör undvikas. Koncentrera utvecklingen av handeln till Stadskärnan – Tingvalla och handelsområdet Överby.*

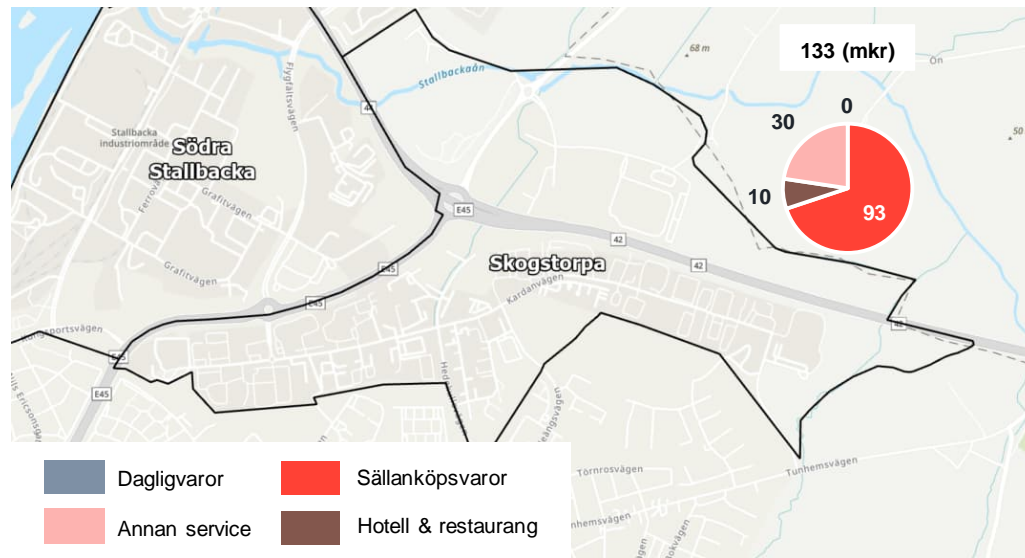
# Skogstorpa

Skogstorpa är ett verksamhetsområde med en blandning mellan lager, kontor, butiker och verkstäder. I utbudet av handel och övrig kommersiell service är sällanköpsvaror störst sett till omsättning, främst i form av volymhandel. Samtidigt är omsättningen från annan service näst störst bland de utpekade stadsdelarna. Skogstorpa inrymmer ingen dagligvaruhandel i dagsläget.

Enligt kommunens etableringsstrategi ska Skogstorpa utvecklas inom småindustri, detaljhandel och hållbar service.

Skogstorpas förutsättning för utveckling inom handel bedöms vara svag. Tillgängligheten med bil och cykel är god men ankarfunktioner, understödjande verksamheter och övriga målpunkter saknas. Skogstorpa och dess närliggande områden har ingen eller liten befolkning, vilket ytterligare försämrar förutsättningen för utveckling inom handel.

Eventuella nyetableringar i Skogstorpa är inte gynnsamt i jämförelse med utveckling i Stads kärnan och Överby då en utveckling av de idag starka handelsområdena ger en mer effektiv handelsstruktur. Därför rekommenderar WSP att utveckling inom handel inte bör ske i Skogstorpa. Skogstorpa kan, precis som Södra Stallbacka, vara en plats för omlokalisering av handel från exempelvis Håjum då detta skulle leda till en mer effektiv handelsstruktur med färre men starkare handelsområden i lägen med relativt sett mer gynnsam tillgänglighet.



## Förutsättningar

- + God tillgänglighet till och i området med bil och cykel
- + God tillgänglighet i området till fots

- Avsaknad av ankarfunktioner, understödjande verksamheter och övriga besöksanledningar/målpunkter
- Begränsat befolkningsunderlag i närområdet i nuläge och framtid
- Begränsad kollektivtrafikförsörjning

## Potentiell utveckling

*Eventuella nyetableringar i Skogstorpa bör undvikas. Koncentrera utvecklingen av handeln till de idag starka handelsområdena Stads kärnan – Tingvalla och Överby.*



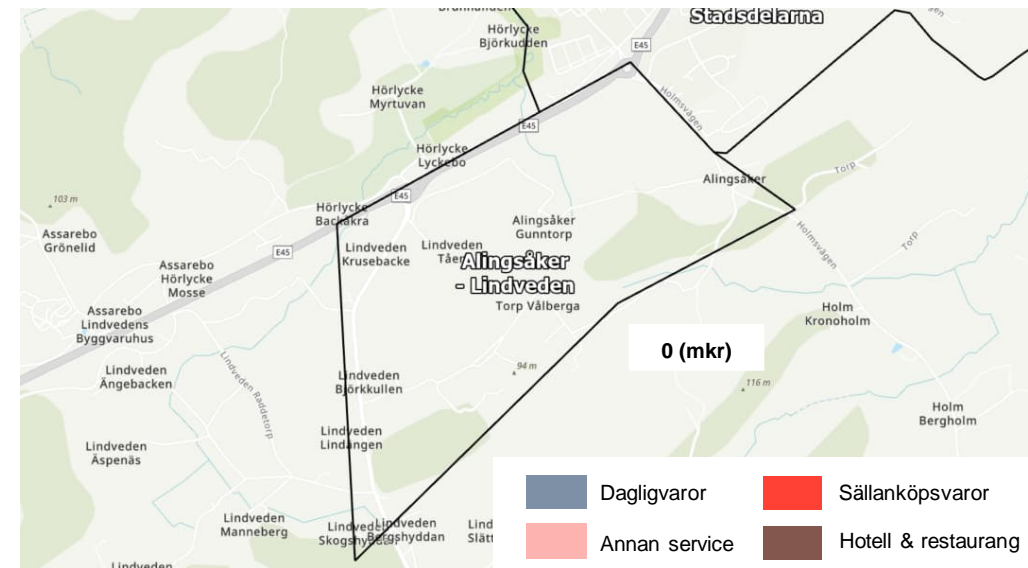
# Alingsåker – Lindveden

Alingsåker – Lindveden är idag ett tätortsnära naturområde söder om Trollhättan. Området är under utveckling och planeras bli ett nytt attraktivt och innovativt verksamhetsområde med plats för e-handel, hållbar logistik och framtidens mobilitet. Alingsåker – Lindveden är inte avsett för externa köpcentrum men i den norra delen av området kan det bli intressant med en hållbar drivmedelsstation med butik och restaurang.

Alingsåker – Lindvedens förutsättning för utveckling inom handel bedöms vara mycket svag. Tillgängligheten med bil är god men i övrigt saknar området i dagsläget, och sannolikt även i framtiden, förutsättningar för att utveckling av handel ska vara gynnsamt.

Om området utvecklas enligt plan kan det däremot finnas utrymme för stödjande verksamheter som exempelvis lunchrestauranger.

Eventuella nyetableringar i Alingsåker – Lindveden är inte gynnsamt i jämförelse med utveckling i Stadskärnan och Överby då en utveckling av de idag starka handelsområdena ger en mer effektiv handelsstruktur. Därför rekommenderar WSP att utveckling inom handel inte bör ske i Alingsåker – Lindveden.



## Förutsättningar

+ God tillgänglighet med bil

- Alla andra förutsättningar

## Potentiell utveckling

*Eventuella nyetableringar i Alingsåker – Lindveden bör undvikas. Koncentrera utvecklingen av handeln till de idag starka handelsområdena Stadskärnan – Tingvalla och Överby.*



# Bilaga 1. Marknad och framtida marknadstillväxt

# Marknad och framtida marknadstillväxt

För att kunna beräkna en framtida ytpotential för dagligvaruhandel, sällanköpsvaruhandeln och café och restaurangbranschen i Trollhättans stad har den framtida köpkraften för respektive kategori beräknats.

För respektive kategori har köpkraften beräknats dels utifrån SCBs befolkningsframskrivning, dels utifrån Trollhättans stads byggbaserade befolkningsprognos.

I analysen för dagligvaruhandeln och sällanköpsvaruhandeln har hänsyn tagits till hur relationen mellan fysisk handel och e-handel kan tänkas utvecklas framgent.

E-handeln med dagligvaror har fördelats på beställning och upphämtning i fysisk butik respektive beställning och hemkörning av färdigpackad matkasse. I analysen har relationen mellan dessa beaktats så till vida att beställning och upphämtning innebär ett besök i anslutning till en fysisk butik och följaktligen också potential för merförsäljning. Beställning och upphämtning i butik uppvisar dock en svagt minskade trend under de senaste åren.

När det gäller sällanköpsvaruhandeln förväntas e-handeln fortsätta växa och ta en allt större marknadsandel.

På följande sidor redovisas den förväntade framtida marknadstillväxten för dagligvaruhandel respektive sällanköpsvaruhandel.

# Marknad och framtida marknadstillväxt – dagligvaror

Marknadstillväxt dagligvaror, baserat på SCBs befolkningsframskrivning

	2023	2030	2040	Tillväxt 2023/2040
Befolkning i kommun (SCB)	59 073	60 893	62 869	3 796
Köpkraft per capita DV, kr	36 591	38 792	41 758	5 167
Lokal köpkraft, mkr	2 162	2 362	2 625	464
Inflöde från region, mkr	65	71	79	14
Bidrag från inpendlande dagbefolkning, Mkr	431	472	525	94
<b>Köpkraft (totalt), mkr</b>	<b>2 657</b>	<b>2 905</b>	<b>3 229</b>	<b>572</b>
E-handels andel	6 %	14 %	18 %	
<b>Köpkraft exkl. e-handeln, mkr</b>	<b>2 498</b>	<b>2 499</b>	<b>2 648</b>	<b>150</b>

Marknadstillväxt dagligvaror, baserat på Trollhättans stads byggbaserad befolkningsprognos

	2023	2030	2040	Tillväxt 2023/2040
Befolkning i kommun (byggbaserad)	59 073	63 958	66 493	7 189
Köpkraft per capita DV, kr	36 591	38 792	41 758	5 167
Lokal köpkraft, mkr	2 162	2 481	2 777	615
Inflöde från region, mkr	65	74	83	18
Bidrag från inpendlande dagbefolkning, mkr	431	496	555	125
<b>Köpkraft (totalt), mkr</b>	<b>2 657</b>	<b>3 052</b>	<b>3 415</b>	<b>758</b>
E-handels andel	6 %	14 %	18 %	
<b>Köpkraft exkl. e-handeln, mkr</b>	<b>2 498</b>	<b>2 624</b>	<b>2 800</b>	<b>303</b>

I tabellerna visas utvecklingen av köpkraft för dagligvaror i kommunen fram till 2040 utifrån två scenarier, ett baserat på SCBs befolkningsframskrivning och ett baserat på Trollhättans stads byggbaserade prognos.

Enligt SCB-prognosen kan köpkraften, exklusive e-handels förväntade andel, öka med 150 mkr till 2040. Enligt den byggbaserade prognosen förväntas köpkraften öka med ungefär det dubbla, cirka 300 mkr till 2040.

# Marknad och framtida marknadstillväxt – sällanköp

Marknadstillväxt sällanköp, baserat på SCBs befolkningsframskrivning

	2023	2030	2040	Tillväxt 2023/2040
Befolkning i kommun (SCB)	59 073	60 893	62 869	3 796
Köpkraft per capita SV, kr	31 555	34 857	43 017	
Lokal köpkraft, mkr	1 864	2 123	2 546	682
Inflöde från region, mkr	410	467	560	150
Bidrag från inpendlande dagbefolkning, mkr	371	425	509	138
<b>Köpkraft (totalt), mkr</b>	<b>2 646</b>	<b>3 142</b>	<b>3 792</b>	<b>1 147</b>
E-handelns andel	30 %	35 %	45 %	
<b>Köpkraft exkl. e-handeln, mkr</b>	<b>1 852</b>	<b>2 042</b>	<b>2 275</b>	<b>423</b>

Marknadstillväxt sällanköp, baserat på Trollhättans stads byggbaserad befolkningsprognos

	2023	2030	2040	Tillväxt 2023/2040
Befolkning i kommun (byggbaserad)	59 073	63 958	66 493	7 189
Köpkraft per capita SV, kr	31 555	34 857	43 017	
Lokal köpkraft, mkr	1 864	2 229	2 693	829
Inflöde från region, mkr	410	490	593	182
Bidrag från inpendlande dagbefolkning, mkr	371	446	539	167
<b>Köpkraft (totalt), mkr</b>	<b>2 646</b>	<b>3 166</b>	<b>3 824</b>	<b>1 179</b>
E-handelns andel	30 %	35 %	45 %	
<b>Köpkraft exkl. e-handeln, mkr</b>	<b>1 852</b>	<b>2 058</b>	<b>2 295</b>	<b>443</b>

I tabellerna visas utvecklingen av köpkraft för sällanköpsvaror i kommunen fram till 2040 utifrån två scenarier, ett baserat på SCBs befolkningsframskrivning och ett baserat på Trollhättans stads byggbaserade prognos.

Enligt SCB-prognosen kan köpkraften, exklusive e-handeln förväntade andel, öka med 420 mkr till 2040. Enligt den byggbaserade prognosen förväntas köpkraften öka med ungefär det dubbla, cirka 440 mkr till 2040.



wsp.com