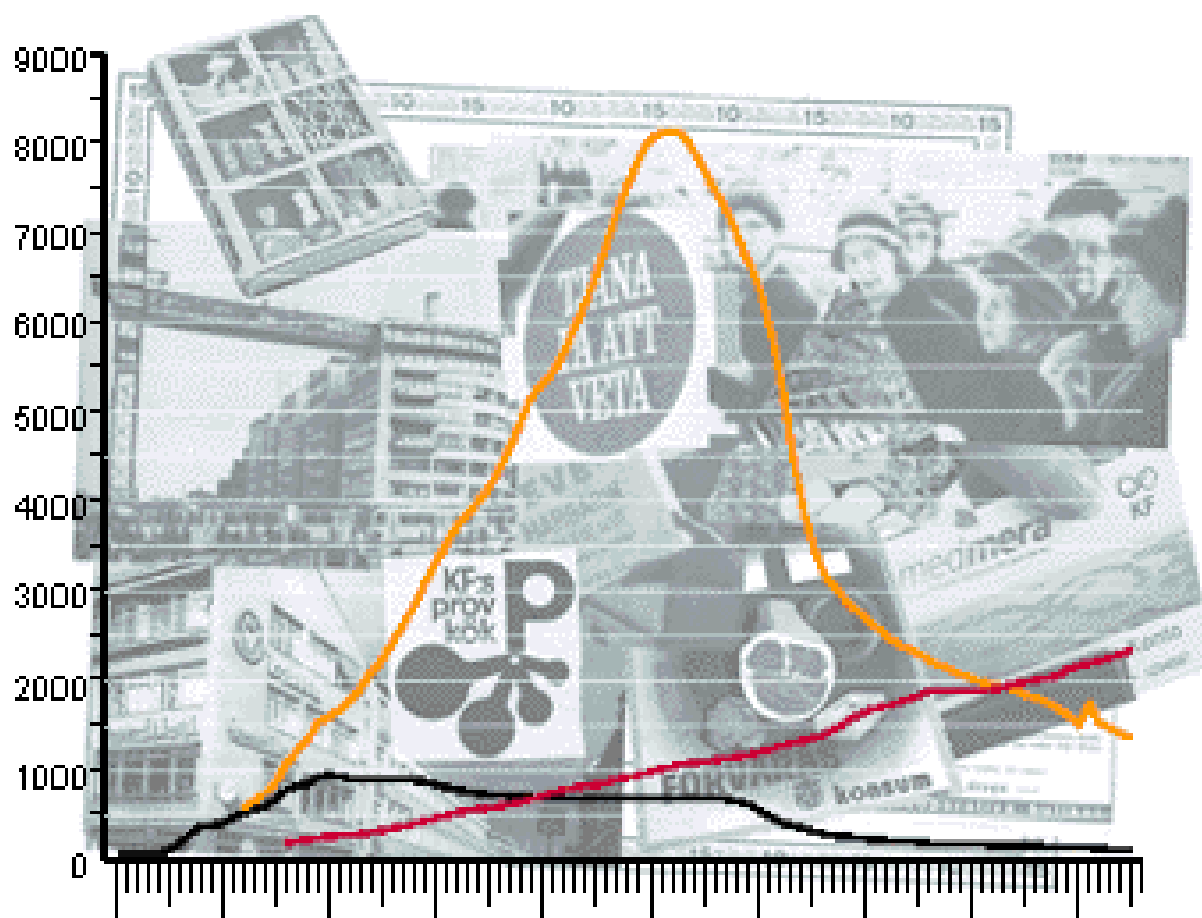


SLUTRAPPORT
090525



HANDELSUTREDNING 2009
ALINGSÅKER OCH ÖVERBY
TROLLHÄTTAN



Innehållsförteckning

| | |
|--|-----------|
| FÖRORD | 4 |
| INLEDNING | 5 |
| Uppdraget..... | 5 |
| Disposition..... | 5 |
| ÖVERGRIPANDE DETALJHANDELSSTRATEGI | 7 |
| Perspektiv | 7 |
| Regionperspektivet..... | 7 |
| Kommunperspektivet..... | 7 |
| Konsumentperspektivet..... | 8 |
| Perspektivet- ett framtida bärkraftigt samhälle..... | 8 |
| Centrumhierarki | 9 |
| Kommuncentra..... | 9 |
| Stadsdels/bostadscentra/"mindre" orters centra..... | 9 |
| Externcentra..... | 9 |
| Verksamhetsinriktning..... | 10 |
| Sällanköpsvaruhandel (SV)..... | 10 |
| Dagligvaruhandeln (DV)..... | 11 |
| MARKNADSFÖRUTSÄTTNINGAR..... | 12 |
| Marknadsområdets geografiska utbredning..... | 12 |
| Befolkning..... | 12 |
| Konkurrenssituationen..... | 14 |
| Inledning | 14 |
| Konsumtion | 16 |
| Dagens konsumtion i marknadsområdet..... | 16 |
| Omsättnings-/befolkningstillväxt..... | 17 |
| Marknadsområdet..... | 17 |
| Ytbehovstillväxt inom marknadsområdet..... | 17 |
| Handelsplatser | 18 |
| Trollhättan Centrum..... | 18 |
| Överby köpcenter..... | 19 |
| Vänersborg..... | 20 |
| Uddevalla..... | 20 |
| Sammanfattning kommentarer konkurrens..... | 20 |
| VERKSAMHETSMIX..... | 22 |
| Inledning | 22 |
| ETABLERINGSTRENDER..... | 24 |
| Några trender i nuvarande handel..... | 24 |
| FÖRSLAG TILL HANDLINGSPLAN | 26 |
| Överby..... | 26 |
| Verksamhetsmix | 26 |
| Utbyggnadsordning..... | 26 |
| Alingsåker..... | 26 |
| Förutsättningar..... | 26 |
| Rekommendation | 27 |
| Övrigt..... | 27 |
| SAMMANFATTNING..... | 28 |
| BILAGOR..... | 30 |



| | |
|---|------------|
| Bilaga 1. Verksamhetsindelning | 3 1 |
| Bilaga 2. Befolkningsuppgifter..... | 3 3 |
| STATISTISKA UPPGIFTER..... | 3 4 |
| Befolkningsuppgifter-tabell | 3 4 |
| Befolkningsuppgifter-diagram..... | 3 5 |
| Bilaga 3. Dagens konsumtion | 3 6 |
| Konsumtion - Tabell..... | 3 7 |
| Omsättning - Dagligvaror..... | 3 8 |
| Omsättning - Sällanköpsvaror | 3 9 |
| KÖPCENTRA > 3000 KVM ÅR 2007 | 4 0 |
| VERKSAMHETSINNEHÅLL 2007..... | 4 1 |
| Nordby Shopping Center, Strömstad..... | 4 1 |
| Svinesunds Handelsområde, Strömstad..... | 4 1 |
| Oden Affärshus, Trollhättan..... | 4 2 |
| SIBA-huset Överby, Trollhättan | 4 2 |
| Etage Överby, Trollhättan..... | 4 3 |
| Överby Köpcenter, Trollhättan..... | 4 4 |
| Torp Köpcentrum, Uddevalla | 4 5 |
| Bergvik Köpcenter, Karlstad..... | 4 6 |
| DAGLIGVARUBUTIKER ÅR 2007..... | 4 7 |
| Strömstad..... | 4 7 |
| Trollhättan..... | 4 8 |
| Uddevalla..... | 4 9 |
| Vänersborg..... | 5 0 |
| Bilaga 4. Konsumtionstillväxt 2008/17 | 5 1 |
| KONSUMTIONSTILLVÄXT 2008/17 | 5 2 |
| Sammanställning - Marknadsområde..... | 5 2 |
| Kommunsammanställning..... | 5 3 |
| Bilaga 5. Detaljhandelsprojekt 2008/17 | 5 4 |
| UTVECKLING AV KONKURRENSEN I MARKNADSOMRÅDET | 5 5 |
| Strömstad..... | 5 5 |
| Munkedal..... | 5 5 |
| Uddevalla..... | 5 6 |
| Trollhättan..... | 5 7 |
| Trollhättans centrum..... | 5 7 |
| Överby köpcenter..... | 5 8 |
| Vänersborg..... | 5 8 |



HANDELSUTREDNING - ÖVERBY/ALINGSÅKER 2009

FÖRORD

I samband med Överbys tillkomst och etappvisa utbyggnad har Trollhättans Stad låtit göra ett flertal handelsutredningar för att klarlägga konsekvenserna av den planerade utvecklingen av handelsområdet. I oktober 2008 antogs en ny översiktsplan för Överby.

I Alingsåker som ligger i södra Trollhättan invid riksväg 45 har framförts en idé om en utbyggand av bostäder och köpcentrum.

Mot bakgrund av ovanstående önskar kommunstyrelsen att man ser över och kompletterar tidigare gjorda handelsutredningar.

På uppdrag av Trollhättans Stad, genom näringslivsutvecklare Torvald Brahm och exploateringschef Eva Grönberg, har ZÖK AB, genom i första hand civ ing Eli Zlotnik (projektansvarig), och ekon lic Martin Öberg svarat för denna rapport.



HANDELSUTREDNING - ÖVERBY/ALINGSÅKER 2009

INLEDNING

Uppdraget

I samband med Överbys tillkomst och etappvisa utbyggnad har Trollhättans Stad låtit göra ett flertal handelsutredningar för att klarlägga konsekvenserna av de olika utvecklingskedena. I oktober 2008 antogs en ny översiktsplan för Överby.

I Alingsåker har framförts en idé om en utbyggnad av bostäder och köpcentrum.

Mot bakgrund av ovanstående önskar Trollhättans Stad få följande arbete utfört:

- Med utgångspunkt från tidigare gjorda utredningar uppdatera och komplettera relevant faktaunderlag.
- För Överby ta fram förslag till verksamhetsmix, verksamheternas placering samt lämplig etappindelning och utbyggnadsordning.
- Bedöma och redovisa konsekvenserna för centrumhandeln och handeln i södra Trollhättan om föreslagna förändringar i Överby och Alingsåker kommer till stånd.
- Belysa och bedöma förändringarna ur ett hållbarhetsperspektiv.
- Belysa etableringstrender för köpcentra och annan besöksintensiv näring.

Disposition

Som ett första steg diskuterar vi olika överväganden som kan bli aktuella vid framtagandet av en övergripande detaljhandelsstrategi för kommunen och som bör finnas i bakgrunden då man diskuterar lämpligheten av nya handelsetableringar.

Därefter har vi belyst marknadsförutsättningarna för detaljhandeln i Trollhättans stad. Vi har därvid sammanställt adekvat faktaunderlag avseende marknadsområdets befolkning, verksamhetsaktörer och konsumtion.

I nästa steg har vi bedömt konsumtionstillväxten i marknadsområdet samt inventerat vilka nya framtida detaljhandelsprojekt som är på gång.

Som bakgrundsmaterial har vi belyst etableringstrender för köpcentra och annan besöksintensiv näring.



HANDELSUTREDNING - ÖVERBY/ALINGSÅKER 2009

Med ovanstående som utgångspunkt har vi slutligen kommit med förslag till lämplig verksamhetsmix och utbyggnadsordning samt gjort en konsekvensbedömning av hur detta förslag kommer att påverka detaljhandeln i Trollhättan.



ÖVERGRIPANDE DETALJHANDELSSTRATEGI

Perspektiv

Regionperspektivet

Ur ett regionperspektiv är en utbyggnad av Överby till största delen positiv. En välfungerande och komplett handel är ett viktigt inslag i en stark region. De mindre kommunerna kan aldrig själva utveckla ett sortiment som är i paritet med Trollhättans. Om Trollhättans detaljhandel inte utvecklas och fortsätter att vara attraktiv, måste invånarna i exempelvis Lilla Edet och Grästorps istället välja andra inköpsställen, som ligger längre bort. Alternativet till Trollhättan t.ex. för boende i Lilla Edet kan aldrig bli Lilla Edet självt utan det blir Göteborg eller Uddevalla. Genom Överbys utbyggnad kan man lättare uppnå balans för sällanköpsvaruhandeln (SV-handeln) i Trollhätteregeionen.

Detaljhandel och service är en viktig del i den helhet, som skall bygga upp Trollhättans attraktivitet och mångfald tillsammans med högskola, industri, övrigt näringsliv, kultur etc.

Kommunperspektivet

Ur Trollhättans perspektiv är en utbyggnad i första hand positiv. Den totala detaljhandelsförsäljningen i kommunen ökar. Utflödet till grannkommunerna begränsas. Antalet sysselsatta inom detaljhandeln i kommunen kan öka.

Vi måste dock vara observant på centrumhandeln så att den inte påverkas negativt alltför mycket. Det är viktigt att det finns en fungerande samarbetsorganisation, som ser till både centrums och Överbys utveckling.

Att balansen blir rätt mellan Centrumhandel och externhandel i en kommun eller i en region är en förutsättning för en positiv utveckling. Samma grundförutsättning gäller för centrum och Överby för att nå en långsiktig positiv utveckling av detaljhandeln i Trollhättan. Det är också viktigt att vara observant på att tidsavstånden mellan de olika centra i regionen förändras genom de ombyggnader av vägsystemet som är planerade. Att bevaka detta är en av många uppgifter för en samarbetsorganisation.

Grannkommunerna drabbas negativt genom att deras centrum tappar en del verksamheter. Samtidigt minskar behovet till viss del för invånarna i dessa kommuner att resa längre sträckor t.ex. till Uddevalla eller Göteborg för att göra en del inköp.



HANDELSUTREDNING - ÖVERBY/ALINGSÅKER 2009

Detaljhandeln är en viktig näringsgren ur sysselsättningsynpunkt. I centrums sällanköpsvaruhandel kan man räkna med en anställd per 1 à 1,5 miljoner i omsättning. För externhandel blir omsättningen per anställd 2 - 4 miljoner beroende på bransch.

Konsumentperspektivet

För konsumenterna som bor nära Överby och har tillgång till goda kommunikationer är en utbyggnad mycket positiv. De får tillgång till ett mera omfattande utbud av butiker. Många kan kanske till och med uträtta ärenden på närmare håll än de gör idag.

En utökad handel på Överby ökar den lokala konkurrensen, vilket kan leda till lägre priser för konsumenterna.

Med konsumenternas perspektiv är det naturligtvis en nackdel att de större centra kan riskera att förlora en del av sitt utbud.

För de konsumenter som inte har tillgång till bil blir de positiva effekterna inte särskilt stora. Eftersom närhandel och lokal service vanligen konkurreras ut från marknaden snabbare än vad som annars kan vara fallet.

Den lokala handeln i bostadsområdena bör inte påverkas av en eventuell utbyggnad. I flertalet fall har den kvarvarande handeln och serviceenheterna i dessa områden redan anpassat sig till den rådande konkurrenssituationen.

Perspektivet- ett framtida bärkraftigt samhälle

Då det sker en tillväxt av konsumtionsunderlaget i regionen är det värdefullt att de verksamheter, som skall möta de kommande behoven lokaliseras så att resandet kan minimeras. Det är bättre ur denna synvinkel att de tillkommande enheterna placeras i den egna regionen i stället för i andra regioner.

Ur detta perspektiv är utbyggnaden av Överby positiv genom att den minskar behovet av resande för Trollhätteborna. Samtidigt ökar resandet till viss del för invånarna i Vänersborg och Lilla Edet.

Om tillväxten av detaljhandel skulle ske på annan plats än i Trollhättan skulle emellertid resultatet bli att invånarna i Lilla Edet, Vänersborg etc. skulle bli tvingade att resa ännu längre för sina sällanköpsvaruinköp. För de senare är det närmare till Trollhättan än till Göteborg eller Uddevalla.



Centrumhierarki

Kommuncentra

Till denna grupp av centra hör Trollhättans centrum, Vänersborgs centrum och Lilla Edets centrum. Om utbudet till största delen blir varor som är skrymmande och tunga, kommer de större kommuncentra inte att påverkas så mycket. Det är viktigt att försöka styra utbudet på Överby till denna inriktning.

En avgörande frågeställning är om det föreligger ett behov av att bygga ut Överby? Om Överby inte skulle utvecklas blir effekten att någon annan tar över en större del av marknaden. Det nettoinflöde, som idag finns för SV-handeln skulle kunna förändras till ett nettoutflöde om exempelvis Torp växer och Överby står stilla. Det är inte bara konkurrenterna, som växer, infrastrukturen ändras också vilket förändrar konkurrensförutsättningarna. De nya vägdragningarna kan t.ex. medföra att Överbykunder, som bor utanför Trollhättan lättare dras till Överbys konkurrenter.

Det krävs alltså en ständig utveckling för att kunna hävda sig i marknaden.

Stadsdels/bostadscentra/"mindre" orters centra

Till denna grupp hör bl.a, Melleruds centrum och Grästorps centrum. Dessa mindre centra har ofta redan fått sin påverkan och i huvudsak anpassats till den konkurrans som finns från externhandeln genom att dagens Överby, Torp och andra externhandelsområden utvecklats. Påverkan på de små centra vid en ytterligare utbyggnad av Överby blir därför marginell. Det kan ske en påverkan i de fall där det finns en branschöverensstämmelse mellan nya verksamheter i Överby och det lilla centret. I övrigt kommer det knappast att märkas. De små centra i upptagningsområdet lever idag i huvudsak på en mycket lokal marknad. I Mellerud finns begränsade möjligheter att attrahera en del av "vägens marknad" så länge 45:ans dragning är centrumnära.

Externcentra

Vi vet sedan många studier, att inom detaljhandeln, så slår lika mot lika. Den befintliga externhandeln kommer att lida mest av en eventuell utbyggnad av Överby. Dagens verksamheter i Överby kan förlora en del. I övrigt tas omsättning från Torp samt i viss utsträckning från annan externhandel i industriområden eller liknande i upptagningsområdet.



Verksamhetsinriktning

Sällanköpsvaruhandel (SV)¹

En fungerande detaljhandelsstrategi för Trollhättan skall bygga på att tillfredsställa de inköpsbeteenden som finns på ett så tydligt och enkelt sätt som möjligt. Om man kan renodla olika områdets inriktning bör framgångarna bli störst.

Det innebär att centrum bör ha sin egen profil och i Överby utveckla en profil som påtagligt skiljer sig från centrums.

Det naturliga i den svenska strukturen är att låta stadskärnan ta hand om den detaljhandel som möter självförverkligandeköpen medan externhandeln tar hand om marknadens rationella inköp.

Det betyder att centrum skall innehålla alla de fackhandelsbutiker, som kommuninvånarna av tradition besöker, då de går till staden.

Beteendemönstret är där att man går från butik till butik och provar varor, informerar sig om utbudet, dess kvalitet, prisnivå, funktion etc. Dvs. det traditionella sättet att handla i stadskärnan.

I kombination med detta beteende fungerar en mängd andra servicefunktioner av både kommersiell och icke kommersiell karaktär. Det handlar väldigt mycket om att vidareutveckla den månghundraåriga tradition, som finns i våra stadskärnor.

Som ett komplement till stadskärnan bör ett externhandelsområdet utvecklas, så att det blir så renodlat som möjligt med inriktning på rationella inköp. Man bör i detta handelsområde sälja varor som är av volymkaraktär, säljs i stora kvantiteter, är skrymmande, är tunga, säljs mycket baserat på låga priser etc.

Det är viktigt att externhandelsområdet till sin inriktning skiljer sig helt från stadskärnan. Om man blandar verksamheter som vänder sig till olika inköpsbeteenden får man en sämre utveckling av detaljhandeln.

Renodling av profilerna är därför den viktigaste delen i detaljhandelsstrategin. Det finns otaliga exempel från den svenska marknaden på dålig utveckling till följd av att man blandat koncept.

Denna till stora delar olyckliga blandning finns idag också på Överby. Den innebär både att stadskärnans detaljhandel dräneras samtidigt som man suddar ut Överbys profil, vilket på sikt leder till att andra centra kan ta över marknadsandelar.

Det finns en konkurrens mellan regionens externcentra. Överby och Torp arbetar delvis i samma marknad. Avstånden är korta mellan dessa konkurrenter. Det finns en handelstradition, som knyter de boende kring E6 till Torp och de boende kring RV 45 till Överby. Trots detta sker ett flö-

¹ Vilka varugrupper som ingår se bilaga 2



HANDELSUTREDNING - ÖVERBY/ALINGSÅKER 2009

de mellan de två huvudstråken, vilket innebär att man måste bevaka sina konkurrenter för att bibehålla nuvarande marknadsbalans. Om någon av enheterna stärks alltför mycket i relation till övriga kommer detta att få konsekvenser på framtidens handelsflöden.

Dagligvaruhandeln (DV)²

Dagligvaruhandeln bör fungera i första hand i bostadsområdena samt i relativt bostadsnära externa eller halvexterna lägen. Viss DV-handel kan också förekomma i stadskärnan.

Det måste finnas olika typer av DV-butiker i en kommun av Trollhättans storlek. Där skall finnas större enheter med lågprisriktning. Dessa måste vara lokaliserade i bilvänliga lägen - gärna nära större bostadsområden. I de olika bostadsområdenas centra bör finnas en levande DV-handel i första hand i form av något mindre butiker. Givetvis kan en större lågprisriktad butik även kunna fungera som områdesbutik för ett bostadsområde om den har ett lämpligt läge för detta.

Det är viktigt att arbeta för en välutvecklad dagligvaruhandelsstruktur i kommunen.

Om man inte gör något för att befästa sin position inom dagligvaruhandeln, kan man riskera att på sikt hamna i den olyckliga situationen att man får ett utflöde av köpkraft för dagligvaror. Det är viktigt att man i så stor utsträckning som möjligt kan hålla nere resavstånden för dagligvaruinköp. Detta har stor betydelse för miljön.

² Vilka varugrupper som ingår se bilaga 2



MARKNADSFÖRUTSÄTTNINGAR

Marknadsområdets geografiska utbredning

Trollhättan och dess handelsetableringar påverkas starkt av närliggande handelsetableringars marknadsområden:

- I söder Göteborgsområdet
- i väster av Uddevalla med dess handelsetablering i Torp
- i nordväst längs E6 och Norgemarknaden av handelsetableringarna vid Svinesund och Nordby
- i nordöst av Bergvik längs RV45 och E20 samt
- i öster av Lidköping och Skara.

Detta innebär också att den traditionella uppdelningen av handelsområde med primär-, sekundär- och tertiärområde inte kan anses vara tillämplig.

Mot bakgrund av ovanstående är vår bedömning att Trollhättans marknadsområde omfattar, förutom Trollhättans Stad själv, kommunerna Essunga, Grästorp, Mellerud, Lilla Edet och Vänersborg. Om en större handelsetablering kommer tillstånd i Alingsåker kommer även Ale kommun vara underlagsområde för Trollhättans marknad.

Befolkning³

Ett sätt att analysera marknadsförutsättningar är via socioekonomiska data – folkmängd, åldersfördelning, könsfördelning, familjetyp, personbilstäthet, utrikes födda, sysselsättningsgrad och inkomstindex.

Trollhättans kommun hade 081231 en befolkning på 54487 personer vilket innebar en ökning på 187 personer från föregående år.

Kommunen har under den senaste 10-årsperioden haft en befolkningsökning på 3,6% vilket är den största befolkningstillväxten i marknadsområdet men lägre än genomsnittet för Sverige som var 3,8%. Förväntningarna är lägre vad avser befolkningsprognoserna fram till år 2012 medan prognoserna till år 2017 i stort ligger i linje med riket.

Andelen män är något högre än i såväl det övriga marknadsområdet som i riket i genomsnitt.

Familjetypen ligger väl i linje med riksnittet även om andelen flerpersonshushåll är något högre.

Andelen utrikes födda (15,8 %, 081231) är betydligt högre än i grannkommunerna men också i en jämförelse med Västra Götalandsregionen i stort (14,0 %) och riket (13,8 %).

³ Se bilaga 2 "Basuppgifter"



HANDELSUTREDNING - ÖVERBY/ALINGSÅKER 2009

Personbilstäthet är en grov indikation på befolkningens rörlighet. Ju fler bilar per tusen invånare desto mer mobil kan marknaden förväntas vara. I Sverige gäller en bilstäthet om 463 bilar per 1000 invånare. I Trollhättan är motsvarande siffra 512. Det är vanligt att de kommuner som idag inte är renodlade storstadskommuner har en högre bilstäthet. Sysselsättningsgraden (77,5 %) var i Trollhättans kommun i linje med riket (77,9 %). I jämförelse med grannkommunerna är denna siffra lägre och med de signaler kring arbetsmarknadsläget som nu föreligger kan denna sjunka ytterligare i kommunen. Dock är inkomstindex högre i kommunen än för regionen i stort och även för flertalet av grannkommunerna.

För grannkommunerna kan följande socioekonomiska betraktelser göras.

Flera av grannkommunerna visar sedan slutet av 1990-talet sjunkande befolkningssiffror eller betydligt lägre tal än regionen och riket i övrigt. Undantaget är Ale och L:a Edets kommun med stark befolkningsökning och även en stark prognos för tiden fram till 2017.

Samtliga kommuner har en åldersstruktur i sin befolkning med "midja", dvs att ålderskategorin 20 – 26 år är underrepresenterad. Sannolikt betyder detta att de ungdomar som studerar lämnar kommunerna för att komma tillbaka när de bildar familj. Andelen unga och äldre är högre än region och rikssnitt.

Undantaget Trollhättan har alla kommuner i studerat område en familjestruktur med flera personer i hushållet än rikssnittet. Den kommun med största avvikelse från rikssnitt är Ale med endast 43,2 % enpersonshus-håll (i jämförelse med rikets 54,1 %) och 56,8 % flerpersonshus-håll (riket 45,9 %).

Personbilstätheten är högre än motsvarande region och riket och Essunga kommun har flest bilar per 1000 invånare (583 bilar)

Undantaget Melleruds kommun och Trollhättans kommun är sysselsättningsgraden högre i grannkommunerna än vad motsvarigheten är i region och riket. Detta visar sig även i inkomstindex där invånare i Mellerud som har lägst inkomstindex medan invånare i Ale har högst. Dock gäller att dessa siffror presenterades 071231 och arbetsmarknadssituationen som sedan dess har utvecklats negativt och Västra Götalandsregionen tillhör den region i landet där utvecklingen delvis pga den stora andelen sysselsättning kopplad till fordonsindustrin har påverkats mest negativt.



Konkurrenssituationen

Inledning

Den svenska marknaden har under ett flertal år varit mycket expansiv vad gäller utvecklingen inom handel och besöksintensiv näring. Satsningarna har varit och är i många fall fortsatt många och omfattande. I Västra Sverige (Bohuslän och Dalsland) sätter gränshandeln med Norge sin tydliga prägel på utvecklingen. I stort kan vi konstatera att för Göteborg med omnejd finns en tillväxt som väl är i balans vad gäller köpkraft i relation till planerade byggprojekt inom handeln och annan besöksintensiv näring medan för Bohuslän, Dalsland och även närliggande delar av Västergötland, köpkraften inte balanserar alla de projekt som för närvarande finns presenterade.

Under andra hälften av 2008 bromsades många utvecklingsplaner för handel upp och vi har ännu inte helt kunna överblicka den finansiella krisens alla konsekvenser för utvecklingen av handel och besöksintensiv näring. Vi vet att en del aktörer bakom olika handelsprojekt av finansiella orsaker har lagt projekt vilande eller dragit sig ur. Samtidigt ser vi nya projekt tillkomma t ex i Bergvik, Töcksfors och Strömstad. Projekt som nära nog helt vänder sig till gränshandelns kunder.

Även om marknaden (köpkraften) visar tillväxt så påverkas befintliga handelsområden av nyetableringar i regionen. Det är många som vill vara med och ta del av tillväxten.

Det är idag ett tydligt fenomen i marknaden att storlek har betydelse. Stora etableringar drar besökare och stora städer attraherar köpkraft på "bekostnad" av kranskommunerna. En kommun kan mycket väl uppnå en stark egen tillväxt via etablerandet av en stor och slagkraftig anläggning för handel och annan besöksnäring.

Ur ett strikt kommunperspektiv kan därför en kraftfull utbyggnad av handel och besöksnäring betyda mycket. Ur ett regionalt perspektiv är det inte riktigt lika enkelt att bedöma ett positivt tillskott. Undantaget är bland annat Gekås i Ullared. En detaljhandelsetablering som idag måste betraktas som ett fenomen och som knappast kan upprepas. Naturligtvis utgör även Strömstad ett svenskt exempel som sticker ut. Här bygger dock framgången på effekten av Norgemarknaden med skattepolitik, lagstiftning, valuta, prisbilder mm som orsaker.



HANDELSUTREDNING - ÖVERBY/ALINGSÅKER 2009

Dessa marknadsrörelser kan illustreras genom de indextal för handel (faktisk försäljning i kommunen ställd mot köpkraften i marknaden) som redovisas⁴.

Om vi studerar dessa indextal under ett antal år växer det fram en bild över hur flöden av köpkraft fördelar sig över en region.

En tydlig bild som träder fram är att konsumenter har en benägenhet att handla dagligvaror i anslutning till bostaden medan inköp av sällanköpsvaror kan innebära resor och rörelser i marknaden.

I nedanstående tabell anges indextalen (faktisk försäljning i kommunen ställd mot medelköpkraften i Sverige) för ett antal kommuner i närheten av Trollhättan:

| | Index [%] år 2007 | |
|-------------|-------------------|-----------------|
| | Dagligvaror | Sällanköpsvaror |
| Karlstad | 127 | 174 |
| Strömstad | 1109 | 327 |
| Dals Ed | 147 | 82 |
| Tanum | 123 | 69 |
| Munkedal | 58 | 53 |
| Sotenäs | 135 | 78 |
| Lysekil | 97 | 54 |
| Uddevalla | 133 | 164 |
| Vänersborg | 81 | 52 |
| Trollhättan | 113 | 125 |
| Lidköping | 103 | 96 |
| Göteborg | 103 | 138 |

Vi kan notera intressanta förhållanden ur tabellen:

- Den extrema situationen som gäller för Strömstads kommun med dess gränshandel. En handelssituation som måste anses vara unik i landet. Indextalen för t ex Helsingborg med gränshandel mot Danmark är motsvarande 91 % för dagligvaror och 144 % för sällanköpsvaror.
- Flertalet av de Bohusländska kommunerna håller dagligvaruhandeln uppe. Med stor sannolikhet beror detta på den starka gränshandeln men också den stora andelen fritidsboenden och turism. I de två kommuner som detta inte görs är det sannolikt så att köpkraften går till Strömstad, Uddevalla (Torp) och Trollhättan (Överby) med de starka dagligvaruutbud som erbjuds på dessa platser.
- Vi kan även notera hur sällanköpsvaruhandeln i en region samlas till ett dominerande utbudsställe. Strömstad är att betrakta som exceptionellt i detta fall. Dock gäller att handelsströmmarna till Udde-

⁴ Momsstatistik från SCB samt "Handeln i Sverige 2008/09".



HANDELSUTREDNING - ÖVERBY/ALINGSÅKER 2009

valla Torp och i viss mån även Trollhättan Överby är tydliga. Fram för allt Torp har en regional betydelse för handel med sällanköpsvaror.

- Tabellen visar också med viss tydlighet att ambitionen att skapa ett handelscentrum i Båberg (Vänerns borg) inte varit framgångsrikt. Den begränsande storleken tillsammans med svag attraktionskraft (att ej vara "unik" i marknaden) är sannolikt en förklaring till detta).

Konsumtion⁵

Dagens konsumtion i marknadsområdet

Försäljningsunderlaget i form av det som invånarna i Trollhättans kommun köper i butiker är för dagligvaror 1 370 miljoner SEK inklusive moms och motsvarande för sällanköpsvaror är 1 519 miljoner SEK (beklädnad, hem och fritid).

Den faktiska försäljningen i Trollhättans kommun är för dagligvaror 1 547 miljoner SEK inklusive moms och för sällanköpsvaror 1 901 miljoner SEK. Detta innebär följande försörjningsandelar:

- Dagligvaror 113 %
- Sällanköpsvaror 125 %

Det finns ett stort inflöde av handel till Trollhättans kommun. En stark bidragande orsak till detta är givetvis Överby köpcentrum som har etablerat en position i marknaden.

Det är vanligt och även önskvärt att en kommun har en försörjningsandel på nära 100 % för dagligvaror. Som konsument har vi behov av en dagligvarubutik i anslutning till bostaden för att snabbt och lätt kunna transportera hem färskvaror, frysta varor och annat i denna produktkategori. Det är också vanligt att huvudorten i en region har en stark sällanköpsvaruhandel. För denna produktkategori gäller närmast att "stor slår liten", dvs den största kommunen i en region attraherar besökare från en större geografisk omgivning. För grannkommunerna, vilka även påverkas av den relativa närheten till Göteborg, Torp i Uddevalla men även Bergvik i Karlstad så ser försäljningsandelarna ut enligt följande;

| kommun | Försörjningsandel | |
|--------------|-------------------|-----------------|
| | Dagligvaror | Sällanköpsvaror |
| Ale | 84 % | 21 % |
| Grästorp | 79 % | 47 % |
| Essunga | 95 % | 43 % |
| Mellerud | 97 % | 81 % |
| Lilla Edet | 54 % | 16 % |
| Vänerns borg | 79 % | 53 % |

⁵ Se bilaga 3 Dagens konsumtion



HANDELSUTREDNING - ÖVERBY/ALINGSÅKER 2009

Tabellen visar tydligt att det endast är de kommuner som har ett stort avstånd till den större kommunen och dess starka utbud som något så när klarar av att konkurrera. Främst gäller detta dagligvaror. Försörjningsandelarna är riktigt låga i Ale och Lilla Edet. Förklaringen till detta har vi redan nämnt i föregående stycke.

Omsättnings-/befolkningstillväxt⁶

Befolkningen förväntas växa i marknadsområdet. Detta ger ett ökat marknadsunderlag för handel och service. I konsumtionstillväxten inkluderas även det ökade marknadsunderlaget genom den konsumtionsökning per capita, som sker i Sverige för närvarande. Ett utökat handelsutbud kommer dels att ta andelar från det utökade marknadsunderlaget men även andelar från befintlig handel.

Marknadsområdet

| Period | Befolkningsökning | Ökad konsumtion miljoner [SEK] | |
|-----------|-------------------|--------------------------------|-----|
| | | DV | SV |
| 2008-2012 | 0,4% | 157 | 277 |
| 2008-2017 | 2,1% | 358 | 615 |

Tabellen visar att det är ett måttligt men ändå påtagligt konsumtionstillskott att vänta till år 2012. Med den förväntade befolkningsutvecklingen i marknadsområdet är tillskottet betydande till år 2017. Det är många som konkurrerar om detta tillskott, såväl befintliga handelsområden/konkurrenter som förväntade nyetableringar.

Ytbehovstillväxt inom marknadsområdet

Tillväxten i marknadsområdet går att översätta i behov av butiksytor. Följande ytor (kvadratmeter totalyta) motsvarar de ovan nämnda tillväxttalen:

| Område | Ytbehov 08-12 [kvm] | | Ytbehov 08-17 [kvm] | |
|----------------|---------------------|--------|---------------------|--------|
| | DV | SV | DV | SV |
| Marknadsområde | 2.600 | 13.300 | 6.000 | 29.500 |

Konsumtionsförändringen innebär följaktligen ett mycket måttligt utbyggnadsbehov, totalt ca 16,000 kvm fram till år 2012 för att därefter öka något. Även till år 2017 är dock ytbehovet måttligt och uppgår till ca 35.000 kvm

⁶ Se bilaga 4 Konsumtionstillväxt 2008/17



Handelsplatser

Trollhättan Centrum

Enligt uppgifter har inledningen av 2009 inneburit en tämligen god handel för en del av verksamheterna i Trollhättans centrum, dock gäller detta inte för alla. Centrum känns idag som något skakigt vad avser verksamheter och de olika stråken har mycket skiftande förutsättningar. Det är svårt att hålla ihop stadskärnan, staden är i mångt och mycket byggd för bilen och det har också inträffat stora förskjutningar av handel och andra verksamheter (centrumvandring) under åren.

I Odenhuset gäller, enligt uppgift, i stort sett samma besökssiffror under de senaste 10 åren med mycket små årliga variationer. Detta innebär ca 12 000 besökare per dag. Dessa besökssiffror har dessutom varit ganska oförändrade oavsett vilka förändringar som genomförts på Överby. När handelshuset Etage öppnade i Överby märkte Odenhuset av en förändring i mening att besökarantalet fortsatt var konstant men att besökarna inte länge gör sina inköp i centrum.

Det finns en del vakanser i centrum och många verksamheter lär idag enligt uppgift leva under stark press. I samband med intervjuer med företrädare för centrum skattades handelsytorna till ca 30 000 kvm varav ca 15-20% var vakanta.

Utefter huvudstråket i centrum (Kungsgatan) finns ett antal restauranger/barer lokaliserade som har kvällsöppet vilket även påverkar flöden av besökare under dagtid. I lokalen närmast Oden (mot torget) har sedan en längre tid förhandlingar hållits med en klädkedja om etablering. Denna valde dock att stiga av och nu väntas OLeary's etablera en restaurang/bar i lokalen.

Kommunen har under de senaste tre åren investerat betydande belopp i upprustning av gator mm i centrum.

Det finns en arbetsgrupp som under 2009 arbetar med att utveckla en centrumplan. I denna ingår bland annat kommunalråd, näringslivsutvecklare och stadsarkitekt. Det finns också en tanke att utveckla samarbetet mellan Överby – Centrum – Innovatum. Dock förefaller det vara vissa svårigheter att samla alla parter till strategisk utveckling av centrum.



HANDELSUTREDNING - ÖVERBY/ALINGSÅKER 2009

Överby köpcenter

Överby har sedan invigningen för några decennier sedan utvecklats till ett betydande regionalt köpcentrum.

Ytterligare planer föreligger för Överbyområdet med stora investeringar i såväl infrastruktur som verksamhetsytor. Arbetet har till dags dato behandlat infrastruktur och trafikfrågor. Senaste budet är att flytta trafikplats åt norr och skapa ny trafiklösning i anslutning till Överby. En sådan förändring skapar förutsättningar för nytillskott av handelsytor. En idealbild har tagits fram som nu bakas in i ÖP-arbetet i kommunen. Diskussioner förs om två områden "IKEA-gärdet" och en andra del.

För de ytor som närmast kommer i anspråkstagande gäller att de utreda möjligheter visar på ett tillskott om 58 000 kvm samt ytterligare ca 35 000 kvm i andra läget. Sannolikt kommer inte allt att tas i anspråk för handelsändamål (ca 50 000 kvm är troligt). Övriga ytor kan komma att användas för evenemang o dyl.

Sammantaget finner vi idag nära 65 000 kvm handel varav Coop Forum 12 000 kvm, ICA Maxi 6 000 kvm, Etage 20 200 kvm och SIBA huset 12 800 kvm.

De utvecklingsplaner som tillhör etapp 1 gäller ca 50 000 kvm. Efter det att IKEA lämnade besked om att deras utveckling sker i anslutning till Torp Uddevalla visade det sig att det finns ett stort antal intressenter för området. Några av dessa är aktuella och framför allt ett företag med anknytning till Trollhättan visar en vision med handel och upplevelse i sin affärsidé. Denna satsning ligger 2 -3 år bort i tiden och det finns en önskan om att infrastrukturen skall vara löst i området före etablering. En annan intressent är mer direkt och önskar etablera inom något år. Båda dessa intressenter ligger väl i linje med tankar om lämplig handel i externhandelsområden av regional karaktär.

Överby visar en stadig tillväxt vad avser ökning av biltrafiken till området sedan flera år tillbaka. I maj 2008 räknades in 350 000 besökande fordon medan motsvarande siffra i oktober 2008 var 370 000 fordon. Det finns en upplevd (tydlig) dämpning vad gäller tillgänglighet och då främst parkeringen. Infrastrukturen sätter tidsgränser. Broarbetet skall vara klart 2012 och trafikplatsen Överby diskuteras till 2013.

Besöksundersökningar visar att 61 % av besökarna kommer från Trollhättans kommun, 13 % från Skaraborg, 13 % från Göta Älvdalen och 13 % från Dalsland.



HANDELSUTREDNING - ÖVERBY/ALINGSÅKER 2009

Vänernborg

I Vänernborg finns planer för att koppla samman centrum med området Sanden. För att utveckla Sanden har ett bolag bildats och här skall utvecklas handel, bostäder och ett resecentrum. Projektet skulle varit igång men den nuvarande tidplanen säger att 2009 utvecklas en strukturlplan, 2010 en detaljplan med tillhörande plan för järnvägen och byggstart under 2011.

Det diskuteras en utveckling av några kvarter inne i Vänernborg centrum.

Samverkansgruppen som diskuterats under en längre tid är inte helt i gång. Dels har det varit svårt att finna någon ordförande och dessutom lämnade den nytillsatta helt nyligen stadskärneledaren sin tjänst med kort varsel.

Uddevalla

Arbetet fortskrider med främst området kring handelsområdet i Torp. I Torps västra delar finns idag ett markområde där avsikten är att använda ytorna för handelsändamål och där projektering närmar sig. Området är beläget väster om Plantagen och står i tidigare plan som område för mäss- och utställningsändamål. Här föreligger nu ändring till handelsändamål. En ändring som kommer att ske under andra hälften av 2009. Detta innebär ett tillskott av ytor i storleksordningen 15 000 kvm. IKEA-etableringen öster om E6 beräknas till 32 000 kvm och ytterligare 7 - 8 000 kvm efterfrågas i direkt anslutning till ett IKEA hus. En avgörande fråga för närvarande är möjligheterna att bygga av- och påfarter till E6. Dessa frågor beräknas vara klargjorda inom 2009 års utgång. Invigning beräknas till 2013.

I Rotviksbro (trafikplats Orust/Lysekil) finns en gällande detaljplan om 3 000 kvm handel. För närvarande är 1 000 kvm av dessa i bruk. Detaljplanearbete sker efter förfråga av markägare om att öka ytorna till totalt 8 000 kvm handel (dvs ett tillskott i storleksordningen 7 000 kvm). I Uddevalla centrum finns planer om ett kulturhus med placering på nuvarande parkeringsytor i Kampenhofsområdet. I övrigt gäller planer om bostäder på olika platser i kommunen.

Det förefaller inte vara några direkta projekt för Ljungskile planerade inom den närmaste framtiden.

Sammanfattning kommentarer konkurrens

Sammantaget gäller att några problemområden förefaller mer tydliga efter diskussioner med olika företrädare för handel och planering:



HANDELSUTREDNING - ÖVERBY/ALINGSÅKER 2009

- Det saknas en fungerande samverkan mellan de olika handelsplatserna.
- Det måste till en utveckling av centrum i Trollhättan (men även Vänersborg) före större tillskott av ytor för handel i närområdet. De intressenter som nu diskuteras för de kommande åren i Överby har dock sin givna plats i en handelsstruktur.
- Trollhättan har en splittrad centrumbildning.
- Det tar tid!



VERKSAMHETSMIX

Inledning

För att skapa en attraktiv struktur av handel och besöksintensiv näring måste vi tydliggöra de roller som finns mellan olika delar av en region och den önskade handelsstruktur som vi önskar åstadkomma. Rollspelet avgör var enskilda verksamheter (butiker, besöksintensiva näringar mm) skall lokaliseras för att bäst bygga en fungerande och framgångsrik handelshierarki i en kommun och region

Vi har också att utveckla staden vad avser stråkuppbyggnad inne i stadskärnan. Alla gator och stråk kan inte vara gågator eller anta rollen som A-stråk. det är viktigt att finna "rätt plats för rätt utbud" såväl vad gäller regionen, kommunen som stadskärnan.

Därför gäller det att:

- Utveckla rollerna i regionen mellan olika utbud och platser.
- Etablera en fungerande form för samverkan mellan alla de parter som berörs av utvecklingsarbetet och som kan bidra till framgång.
- Varje stad och region är unik. Att snegla på goda exempel är nödvändigt men formen för samverkan och framgång beror på många faktorer. Alla lösningar måste därför anpassas till den aktuella staden och regionen.
- I samband med stadskärneutvecklingsprojekt är det många parter som berörs. En viktig faktor att diskutera är vem som är ägare av problem och lösningar. Detta måste fastställas tillsammans med hänsyn till att förändringar kan tendera att dra ut på tiden och att det finns olika nivåer vad avser investeringar och investeringsbehov.
- Vi får inte glömma att även små steg är bra under förutsättning att de sker i rätt riktning i syfte att utveckla staden och regionen.

Några grundläggande teser för verksamhetsmixen i Trollhättans kommun måste därför vara att bestämma vad olika handelsplatser i kommunen skall stå för och de inbördes rollerna. Överby har idag ett antal utbud som inte ligger i linje med de intentioner och förslag som än gång presenterades för ett externt handelsområde. Idealt är en handelshierarki där stadskärnan utgör nav i en kommun/region, externhandel kompletterar med handel av skrymmande och tunga varor, stadsdelshandel erbjuder lokal service till närboende och att vi har en småskalig handel t ex handel med golfutrustning vid golfbana, båtillbehör i gästhamn o dyl. Rollspel i marknaden innebär att vi aktivt utarbetar en strategi för att på sikt utveckla en handel och besöksintensiv näring som stödjer utveckling och där verksamheterna "ligger placerade på rätt plats". Det finns också anledning att vidga diskussionen för Trollhättan till att även diskutera de möjligheter som finns i att ha grannkommunen Vä-



HANDELSUTREDNING - ÖVERBY/ALINGSÅKER 2009

nersborg geografiskt nära. I en regionalt perspektiv finns det kvaliteter som med en utvecklad strategisk samsyn och samverkan kan innebära att attraktionskraften sammantaget ökar.



ETABLERINGSTRENDER

Några trender i nuvarande handel

Under senare decennier har en tydlig strukturomvandling kunnat noteras i svensk och internationell handel. Vanligen har drivkrafterna varit tämligen komplexa till sin karaktär med flera påverkande komponenter i samhället. Ett angreppssätt nedan är att behandla utvecklingen utifrån några av dessa drivkrafter.

En av dessa drivkrafter inom handel och kommersiell planering berör "konceptualisering", dvs. en ökad planering av utbud och verksamhetskaraktär där fler aktörer är representerade i processen. Med konceptualisering avses att verksamheter och etablerade söker strategiska unika egenskaper som kan kommersialiseras i en enskild (eller internationell) marknad. En vanlig önskan med dessa affärsidéer är att skapa just unika anläggningar i marknaden. Anläggningar som tack vare sin bredd och sin utbudssammansättning ges förmåga att öka sina marknadsområden, dvs. dra besökare från större geografiska områden än vad som annars är gällande.

Inom handel och annan verksamhet som kan betraktas som besöksintensiv (t ex post, bank, kultur och vårdcentraler) kan två alternativa riktningar noteras. Den första av dessa är etableringar med handel som huvudattraktion eller etableringar med upplevelser som huvudsaklig inriktning. Dessa riktningar kan som affärsinriktningar beskrivas som "Shopping, Eating and fun" i förhållande till "Leisure, Pleasure and Entertainment".

Avgörande är vad som kan betraktas som huvudattraktion och som ges stöd av andra aktiviteter. Även renodlade köp- och affärscentra presenterar och erbjuder sedan en längre tid tillbaka upplevelser som restaurangkoncept, designinslag i den inre och yttre miljön och en del inslag av kultur lika väl som nöjesfälten har fått en betydande andel shopping i sina anläggningar.

Ett av Sveriges senaste tillskott inom denna riktning är Malmö Entré som på sin hemsida beskriver på följande sätt – "Malmös innerstad har fått ett nytt inomhuscentrum. Det rymmer handel och nöjen och har passande nog namnet Entré – adressen Värnhemstorget ligger precis vid motorvägens infart till Malmö. Entré designas för regionens nyfikna yngre och aktiva barnfamiljer. Mammor, pappor och barn – alla kan se fram emot Entré-besöket. Man åker hit tillsammans.

Entrés två nedre plan rymmer butiker. Här samsas bland annat mode, hemelektronik och hälsa – 75 hyresgäster har redan öppnat och flera



HANDELSUTREDNING - ÖVERBY/ALINGSÅKER 2009

butiker jobbar för fullt för att öppna snarast. På tredje och fjärde planet finns gym, biograf och restauranger. De två underjordiska garageplanen har plats för cirka 1000 bilar. Entrés totala yta är cirka 55000 kvm, exklusive garagen.

Byggnaden präglas av ljus och rymd. Glasfasaderna, materialvalen och rumslösningarna – allt samverkar till vad vi kallar Entré-känslan.”

Den andra riktningen i konceptualiseringskraften behandlar upplevelsecentra. Det råder en trend internationellt att utveckla olika typer av upplevelsecentra – i många fall sker detta i direkt anslutning till köpcentra. Såväl i Europa som USA finns otaliga exempel på sådana anläggningar. Bland annat ser vi i Sverige i nuläget ett stort antal Arena-projekt där idrott, evenemang och kultur intimt kommer samman med handel och upplevelser av olika slag. Dessa anläggningar kan innehålla boende, kombinationer av upplevelseinriktade verksamheter som exempelvis biografier, restauranger, nattklubbar, badanläggningar, bowlinghallar, isbanor, nöjesfält, konsert- och idrottsanläggningar, spelhallar, levande djur etc. Dessa anläggningar placeras vanligen utanför stadskärnorna och har tagit upp till 50 % av marknaden där de etablerats. Etableringar som har inneburit ett ofta för starkt konkurrensinslag för existerande enheter. I vissa förekommande fall har dock dessa verksamheter förändrat sin inriktning och lyckats överleva i en ny konkurrens-situation.



FÖRSLAG TILL HANDLINGSPLAN

Överby

Verksamhetsmix

Ett stort antal utredningar över åren har påtalat den roll som en extern handelsplats kan och skall anta i marknaden. I Överby har verksamheter etablerats över tiden som inte ligger i linje med denna specifika marknadsroll.

En fortsatt utbyggnad av handelsområdet bör ske enligt marknadsplatsens intentioner och ges en inriktning mot regional handel och skrymmetunga varor. Med regional handel menas verksamheter vilka har en dragningskraft på stora avstånd, t ex kvalificerad bilhandel, möbler, byggvaruhandel o dyl. Med skrymmetunga varor avses volymhandelsvaror vilka närmast "kräver" en god tillgänglighet med bil, detta kan t ex vara vitvaror.

Den ekonomiska tillbakagång vi nu ser kommer inte att vara för evigt och med prognoser som nu finns till hands kommer det finnas utrymme för en utbyggnad av verksamheter i området.

Kommande etableringar bör därför ske i enlighet med de intentioner som principmässigt har funnits under många år. Alternativet är att "flytta stadskärnan" som handelsplats till fulla till Överby. Då måste en gemensam satsning ske för att stadskärnan ges en framgångsrik inriktning kring möten, kultur och annan besöksintensiv näring.

Utbyggnadsordning

Tillskott av ytor i Överby kommer att påtagligt anstränga trafiksystemet. Av denna anledning är det viktigt att infrastrukturen sätts i första rummet för att därefter skapa möjligheter för verksamhetsetableringar i anslutning till "IKEA-tomten". En ombyggnad av Stallbackabron kommer också att påverka Överby och måste därför synkroniseras med Överbys fortsatta expansion.

Alingsåker

Förutsättningar

Alingsåkerområdet bör byggas utifrån ett lokalt behov.

Skälen till detta är flera –

- Trollhättans kommun har ur ett marknadsperspektiv endast möjlighet att bära ett externt handelsområde. Att söka skapa ett nytt Överby ur utbudssynpunkt har knappast förutsättningar att lyckas väl i marknaden.



HANDELSUTREDNING - ÖVERBY/ALINGSÅKER 2009

- Befolkningsutvecklingen sker inte omedelbart i sydlig riktning. De som bor söder om Trollhättans kommun i E45 korridoren vänder sannolikt sin riktning mot främst utbudet i Göteborg och på sikt kanske även Kungälvsområdet.
- Regionen planerade utveckling har redan en obalans vad avser tillkommande projekt och ytor inom handel i relation till den köpkraftsutveckling som finns.

Vad som kan utvecklas i området är en handel som byggs upp utifrån ett lokalt behov. När boende och arbetsplatser har etablerats i närområdet skapar detta ett underlag för service och handel.

Rekommendation

Vår bedömning innebär att vi inte förespråkar en större utbyggnad av handel i Alingsåker. Planering av handel i detta område bör ske under förutsättning att boende, dvs marknaden först kommer till stånd. Sker detta kan därefter en utbyggnad ske av karaktären lokal service. Att däremot söka etablera ett andra Överby innebär med största sannolikhet ingen framgång.

Övrigt

Stadskärnan i Trollhättan måste revitaliseras i samverkan mellan alla de intressenter som förekommer. Kommun, fastighetsägare och verksamheter måste gå samman för att denna utveckling skall vara möjlig. I förlängningen bör även annan besöksintensiv näring aktiveras. Sannolikt måste även stadskärnans geografiska utbredning diskuteras. Satsningar i kommunen behöver "länkas" samman med staden.

I övrigt bör en handelsstruktur i kommunen byggas på företagsekonomiska förutsättningar när det gäller att utveckla en lokal service för boende och verkande i kommunen.



HANDELSUTREDNING - ÖVERBY/ALINGSÅKER 2009

SAMMANFATTNING

Det finns starka drivkrafter om utveckling av handel och besöksintensiv näring i Sverige och i regionen kring Trollhättan. Projekten är många och ofta betydande till storlek. Delvis förklaras detta av de fenomen som gränshandeln medför, men också att vi ser en stark tillväxt i regionen vad avser köpkraft och etableringsvilja.

I Trollhättan har en långtgående diskussion och planering förts kring Överbys utveckling. Under senare tid har även planer presenterats för Alingsåker i de södra delarna av kommunen och en stadskärneorganisation etablerats. Utvecklingen av olika projekt och planer innebär ett stort behov av samordning, samplanering och samsyn om de förutsättningar som gäller och de roller som enskilda handelsområden skall stå för i en kommande uthållig och attraktiv handelsstruktur.

För Trollhättans kommun gäller att det finns en tillväxt i köpkraft om än i viss begränsad omfattning. Tillväxten är också mer påtaglig efter år 2012, i detta fall fram till den prognoshorisont som satts till år 2017. Denna tillväxt skapar förutsättningar om tillskott av nyetablerade ytor om ca 16 000 kvm till år 2012 och ytterligare ca 20 000 kvm till år 2017. Redan de planerade tillskotten i Överby överstiger denna potential. Den regionala konkurrensen från flera olika starka aktörer i marknaden (Torp Uddevalla, Bergvik Karlstad men även Göteborg) kommer att utöva en dragkraft på denna tillkommande köpkraft.

För stadskärnan måste vi vara observanta så att den inte drabbas i alltför negativ utsträckning av utvecklingen i främst Överby. För att säkerställa att en attraktiv handelsstruktur tillskapas i kommunen bör en övergripande samarbetsorganisation, likt den som finns i stadskärnan, bildas med företrädare för starka intressenter i kommunen. I normalfall utgör kommun, fastighetsägare och verksamhetsidkare en stomme i denna samverkansorganisation men även ytterligare aktörer/intressenter kan komma i fråga (t ex turismnäring, evenemang, företrädare för industri mm)

I Överby bör utvecklingen föras tillbaka till de intentioner som bör gälla för externhandelsområden. Detta innebär att tillskott av handelsverksamheter och besöksintensiv näring skall vara inom skrymmetung handel och verksamheter som utgör en dragkraft i en större regional marknad. Flera av de idag diskuterade intressenterna att etablera i Överby förefaller passa in i denna tankegång.



HANDELSUTREDNING - ÖVERBY/ALINGSÅKER 2009

Alingsåker bör inte planeras med tanke att bli ett nytt Överby. Dels har inte kommunen förutsättningar via sin storlek att framgångsrikt härberga två starka externhandelsområden inom sina gränser, dels är konkurrensen så stark i regionen att en etablering måste ske med helt andra unika inslag för att vara framgångsrik. Under förutsättningar att marknaden skaps först, dvs bostäder och arbetsplatser kan Alingsåker utvecklas till en lokal handelsplats med handel och service avpassad för den lokala marknaden.



BILAGOR

- 1. Verksamhetsindelning**
- 2. Befolkningsuppgifter**
- 3. Dagens konsumtion**
- 4. Konsumtionstillväxt 2008/17**
- 5. Detaljhandelsprojekt 2008/17**

Bilaga 1. Verksamhetsindelning

Gruppindelning

ZÖK 1 Detaljhandel = Dagligvaror (DV) + Sällanköpsvaruhandel (SV);

Övr detaljhandel (ÖDH); Restauranger (R) ; Övrig service (ÖS)

ZÖK 2 Detaljhandel = Dagligvaror (DV)+(Beklädnad (B)+Varuhus (V)+Hemvaror (H)+Fritidsvaror mm

Övr detaljhandel (ÖDH); Restauranger (R) ; (Annan kommersiell service (AKS) ; Social service (SS)

| N r | Bransch | ZÖK | | | | | | | | |
|-----|--|-----|----|---|---|---|-----|---|-----|----|
| | | DV | SV | | | | ÖDH | R | ÖS | |
| | | DV | B | V | H | F | ÖDH | R | AKS | SS |
| 1 | Antikviteter,mynt,frimärken | | | | X | | | | | |
| 2 | Beklädnad(herr/dam/barn) | | X | | | | | | | |
| 3 | Belysningsarmatur,Elartiklar | | | | X | | | | | |
| 4 | Blommor | X | | | | | | | | |
| 5 | Böcker,Papper,Konstartiklar | | | | | X | | | | |
| 6 | Foto | | | | | X | | | | |
| 7 | Färg mm | | | | X | | | | | |
| 8 | Garn,Sybehör,Beklädnadstyger | | X | | | | | | | |
| 9 | Glas,Porslin,Husgeråd,Presentbutik | | | | X | | | | | |
| 10 | Guld,Ur,Optik | | | | | X | | | | |
| 11 | Kosmetika, Kroppsvårdsmedel | X | | | | | | | | |
| 12 | Leksaker | | | | | X | | | | |
| 13 | Livsmedel,allivs | X | | | | | | | | |
| 14 | Livsmedel,speciallivs, | X | | | | | | | | |
| 15 | Livsmedel,servicebutik/jour | X | | | | | | | | |
| 16 | Lädervaror,Reseeffekter,Handskar,Väskor | | X | | | | | | | |
| 17 | Möbler,Heminredningsartiklar,Köksinredningar, Vitvaror | | | | X | | | | | |
| 18 | Radio,TV,Grammofonskivor,Hemelektronik,Musik-instrument | | | | | X | | | | |
| 19 | Skor | | X | | | | | | | |
| 20 | Sportartiklar,Cyklar,Bilutrustning | | | | | X | | | | |
| 21 | Systembolag | | | | | | X | | | |
| 22 | Tobak.Tidningar,Kiosk | X | | | | | | | | |
| 23 | Varuhus | | | X | | | | | | |
| 24 | Verktyg och järnvaror | | | | X | | | | | |
| 25 | Videobutik | | | | | X | | | | |
| 26 | Zoobutik | | | | | X | | | | |
| 27 | Apotek | | | | | | X | | | |
| 28 | Advokat-,Begravnings-,Redovisnings-,reklam-, Skrivbyrå,Konsulttjänst,Trafikskola | | | | | | | | X | |
| 29 | Bank,Post,Försäkringsbolag | | | | | | | | X | |
| 30 | Bensinstation,Bilverkstad | | | | | | | | X | |
| 31 | Bibliotek | | | | | | | | | X |
| 32 | Biluthyrning | | | | | | | | X | |
| 33 | Bingo,biljard,etc | | | | | | | | X | |
| 34 | Bio | | | | | | | | X | |
| 35 | Bobutik,Fastighetsägarservice,Mäklarservice | | | | | | | | X | |
| 36 | Cafe,Konditori | | | | | | X | | | |
| 37 | Frisör,Solarium,Gym,Övrig kroppsvård | | | | | | | | X | |
| 38 | Galleri | | | | | | | | X | |
| 39 | Hotell | | | | | | | | X | |
| 40 | Låssmed,Tryckeri,Inramning,Kemtvätt,Skomakeri Skräddare,Tidningsredaktion | | | | | | | | X | |
| 41 | Museum | | | | | | | | | X |
| 42 | Myndigheter | | | | | | | | | X |
| 43 | Resebyrå | | | | | | | | X | |
| 44 | Restaurang | | | | | | X | | | |
| 45 | Restaurang inom fast food | | | | | | X | | | |
| 46 | Restaurang (bar/pub) | | | | | | X | | | |
| 47 | Teater | | | | | | | | | X |
| 48 | Tandläkare | | | | | | | | X | |
| 49 | Utbildning,Partilokal | | | | | | | | | X |



Bilaga 2. Befolkningsuppgifter



STATISTISKA UPPGIFTER

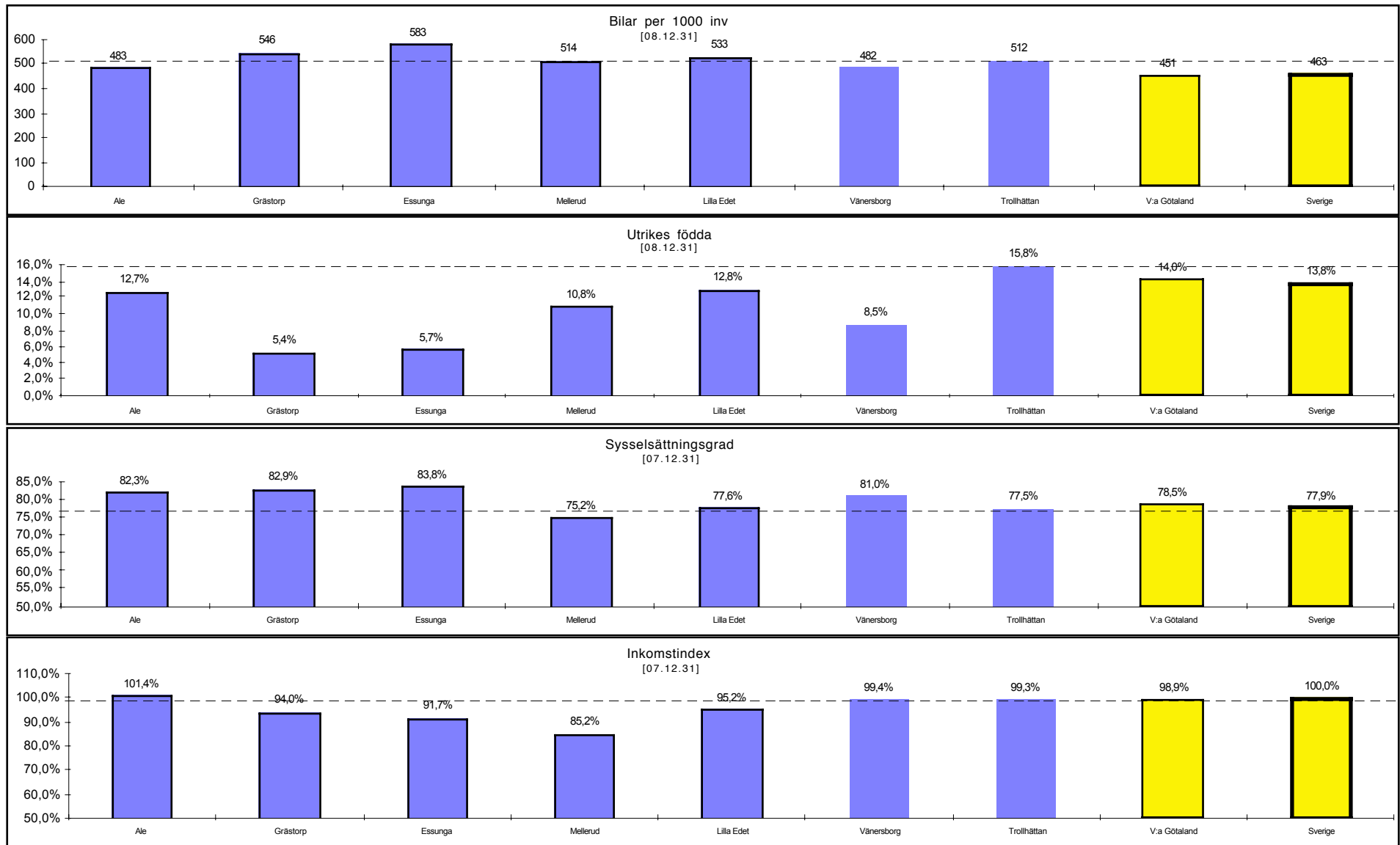
Befolkningsuppgifter-tabell

| Område | | | 1440 | 1444 | 1445 | 1461 | 1462 | 1487 | 1488 | 14 | - | |
|---------------------|-----------------------------------|-------------------------|--------|----------|---------|----------|------------|------------|-------------|--------------|-----------|-------|
| | | | Ale | Grästorp | Essunga | Mellerud | Lilla Edet | Vänernborg | Trollhättan | V:a Götaland | Sverige | |
| Folkmängd | Förändring | 1997-2007 [12.31-12.31] | 6,9% | -3,5% | -4,4% | -6,4% | -2,9% | 1,8% | 3,6% | 4,2% | 3,8% | |
| | | 2008-2012 [01.01-12.31] | 4,7% | 2,9% | -0,6% | -3,5% | 2,8% | 0,9% | 0,8% | 3,2% | 2,7% | |
| | | 2008-2017 [01.01-12.31] | 11,8% | 2,9% | -2,3% | -7,4% | 9,0% | -0,9% | 4,5% | 5,6% | 4,8% | |
| | | 07.12.31 | 27 092 | 5 831 | 5 638 | 9 553 | 12 835 | 36 939 | 54 300 | 1 547 298 | 9 182 927 | |
| | | 08.12.31 | 27 323 | 5 851 | 5 625 | 9 442 | 12 831 | 36 991 | 54 487 | 1 558 130 | 9 256 347 | |
| | Män | 08.12.31 | 13 887 | 2 945 | 2 838 | 4 805 | 6 602 | 18 434 | 27 356 | 776 477 | 4 603 710 | |
| | Kvinnor | 08.12.31 | 13 436 | 2 906 | 2 787 | 4 637 | 6 229 | 18 557 | 27 131 | 781 653 | 4 652 637 | |
| | Ålderstruktur 08.12.31 | 0-11 år | | 15,2% | 12,7% | 11,9% | 11,0% | 12,9% | 13,0% | 13,3% | 13,1% | 13,1% |
| | | 12-19 år | | 12,2% | 11,8% | 12,0% | 11,1% | 12,2% | 11,2% | 11,3% | 10,5% | 10,5% |
| | | 20-26 år | | 6,9% | 6,6% | 7,0% | 6,2% | 7,2% | 7,5% | 8,8% | 9,0% | 8,7% |
| | | 27-50 år | | 32,7% | 29,3% | 27,3% | 26,3% | 30,5% | 29,7% | 32,0% | 32,2% | 31,8% |
| | | 51-65 år | | 19,3% | 21,3% | 22,5% | 22,4% | 21,9% | 20,0% | 18,3% | 19,0% | 19,4% |
| | | 66-80 år | | 10,6% | 12,8% | 13,9% | 16,5% | 11,5% | 13,6% | 11,4% | 11,5% | 11,8% |
| | | 81-w år | | 3,2% | 5,5% | 5,4% | 6,4% | 3,9% | 5,1% | 4,9% | 4,7% | 4,7% |
| | Familjetyp [inv>20år] 08.12.31 | Ensamhushåll | | 43,2% | 48,3% | 47,4% | 51,8% | 48,8% | 50,5% | 53,1% | 54,1% | 54,1% |
| Flerpersonshushåll | | | 56,8% | 51,7% | 52,6% | 48,2% | 51,2% | 49,5% | 46,9% | 45,9% | 45,9% | |
| Personbilstäthet | 08.12.31 [bil/1000 inv] | | 483 | 546 | 583 | 514 | 533 | 482 | 512 | 451 | 463 | |
| Utrikes födda | 08.12.31 | | 12,7% | 5,4% | 5,7% | 10,8% | 12,8% | 8,5% | 15,8% | 14,0% | 13,8% | |
| Sysselsättningsgrad | 07.12.31 [20-64år] | | 82,3% | 82,9% | 83,8% | 75,2% | 77,6% | 81,0% | 77,5% | 78,5% | 77,9% | |
| Ekonomi | Inkomstindex | 07.12.31 [20-64 år] | 101,4% | 94,0% | 91,7% | 85,2% | 95,2% | 99,4% | 99,3% | 98,9% | 100,0% | |

-Befolkningsprognoser är hämtad från Västra Götalands regionen övriga uppgifter är hämtade från SCB.



Befolkningsuppgifter-diagram



Bilaga 3. Dagens konsumtion



VERKSAMHETSUPPGIFTER - ÖVERBY/ALINGSÅKER

BILAGA 3

Konsumtion - Tabell

| Område | | 1440 Ale | 1444 Grästorp | 1445 Essunga | 1461 Mellerud | 1462 Lilla Edet | 1487 Vänersborg | 1488 Trollhättan | 14 V:a Götaland | - Sverige |
|------------------------------------|-----------------|-------------|------------------|-----------------|------------------|--------------------|--------------------|---------------------|--------------------|--------------|
| Försäljningsunderlag 2007 [Mkr] | Dagligvaror | 684 | 140 | 135 | 229 | 316 | 932 | 1 370 | 38 096 | 222 877 |
| | Sällanköpsvaror | 758 | 148 | 143 | 242 | 343 | 1 034 | 1 519 | 41 353 | 268 709 |
| Faktisk försäljning 2007 [Mkr] | Dagligvaror | 577 | 110 | 128 | 222 | 171 | 735 | 1 547 | 40 159 | 222 877 |
| | Sällanköpsvaror | 160 | 70 | 61 | 195 | 55 | 544 | 1 901 | 45 748 | 268 709 |
| Försörjningsandel 2007 [%] | Dagligvaror | 84% | 79% | 95% | 97% | 54% | 79% | 113% | 105% | 100% |
| | Sällanköpsvaror | 21% | 47% | 43% | 81% | 16% | 53% | 125% | 111% | 100% |

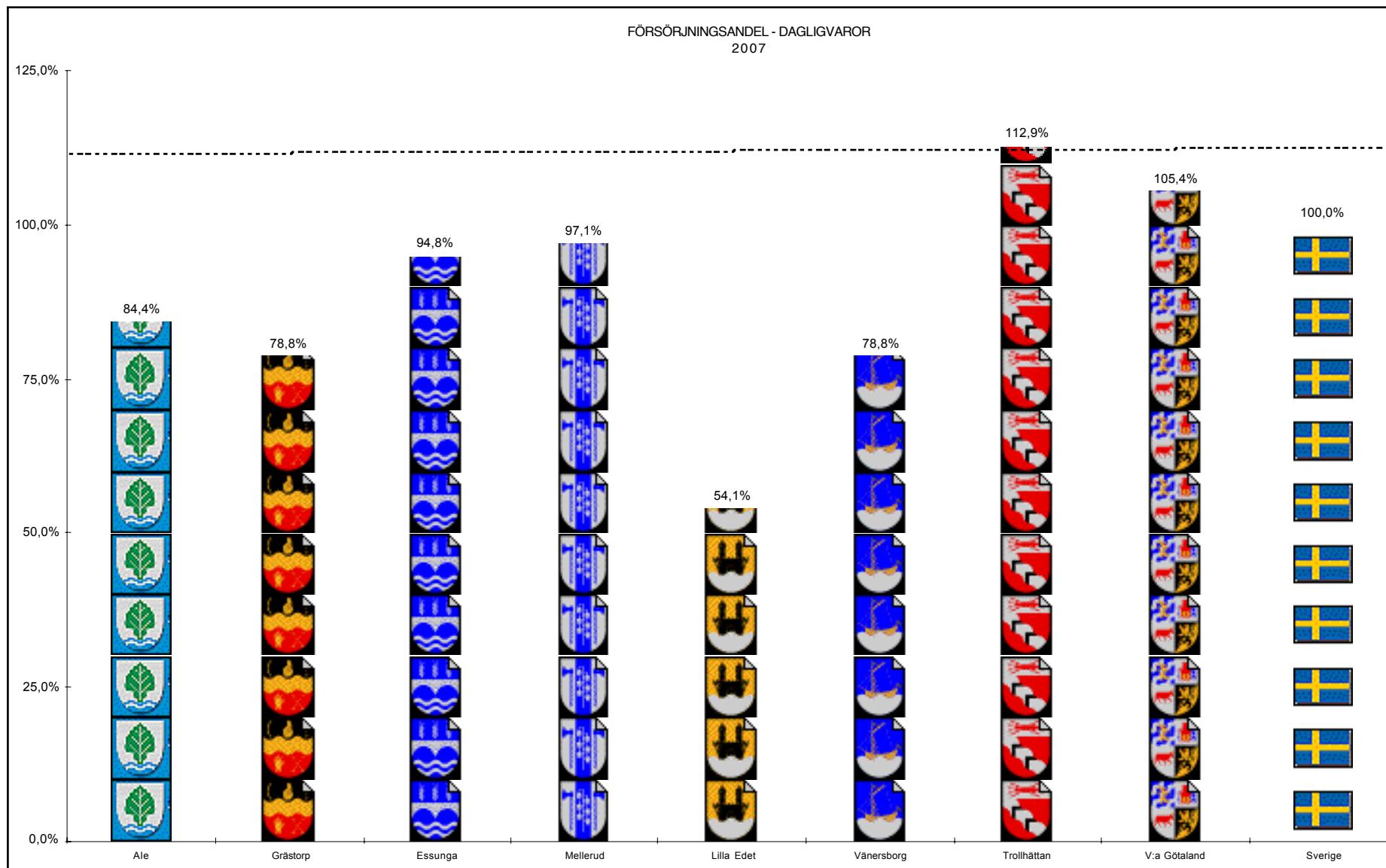
-Kommunomsättning avser år 2007 (SCB:s "momsstatistik"). Konsumtionsunderlag avser år 2007 och är baserad på justerade KPG-omsättningar för "grå marknad" samt företagsförsäljning.



VERKSAMHETSUPPGIFTER - ÖVERBY/ALINGSÅKER

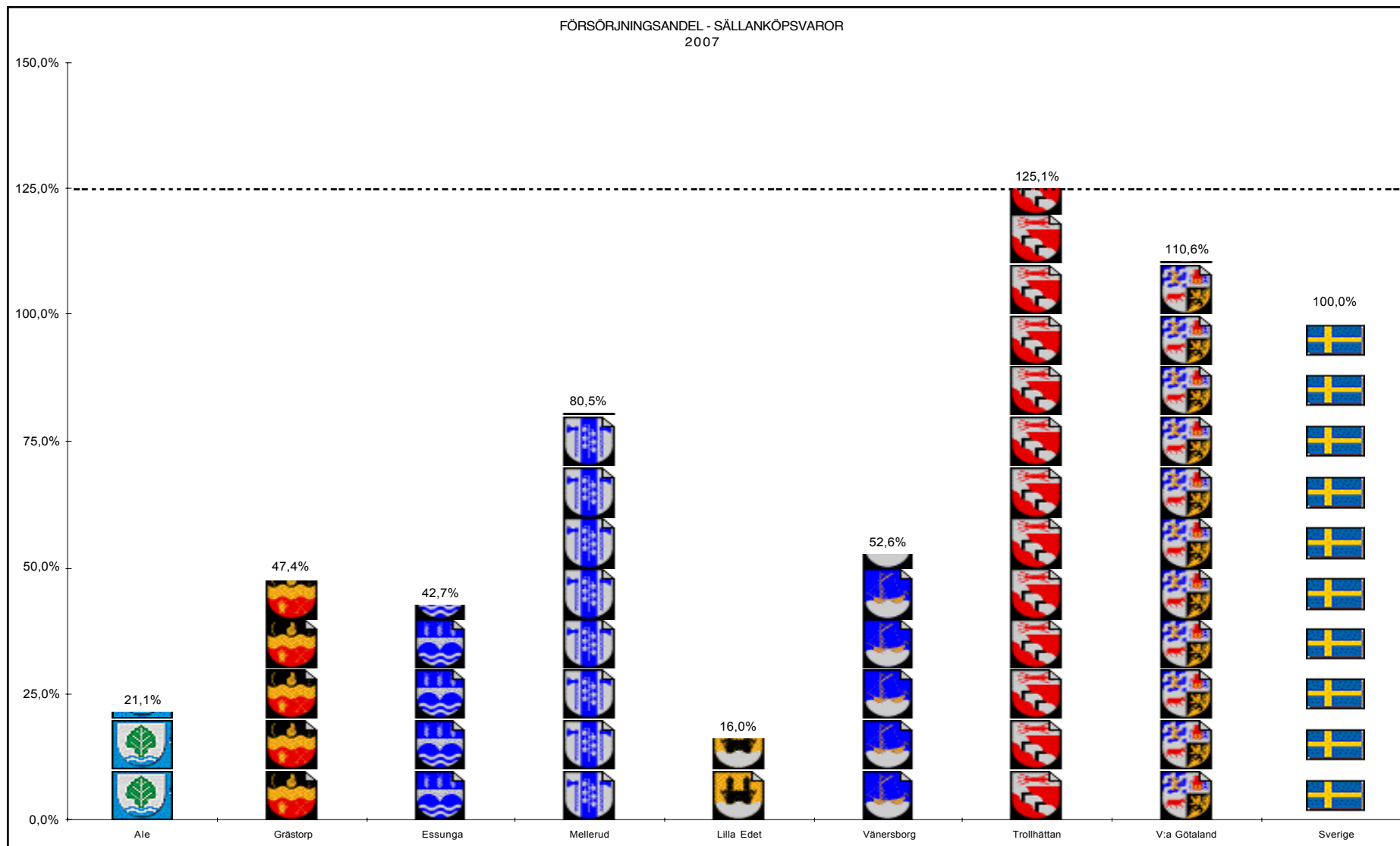
BILAGA 3

Omsättning - Dagligvaror





Omsättning - Sällanköpsvaror





VERKSAMHETSUPPGIFTER - ÖVERBY/ALINGSÅKER

BILAGA 3

KÖPCENTRA > 3000 KVM ÅR 2007

Enligt köpcentrumkatalogen 08/09

| Nr | Kommun | | Butiksnamn | Omsättning-2007 [Mkr] | | Yta-2007 | | |
|----|--------|-------------|-----------------------------|-----------------------|--------|----------|---------|---------|
| | Komnrr | Komnamn | | Oms-DV | Oms-SV | Yta-DV | Yta-SV | Yta-DH |
| 1 | 1485 | Uddevalla | Torp Köpcentrum | 646 | 1 174 | 11 000 | 38 200 | 49 200 |
| 2 | 1485 | Uddevalla | Gallionen | 17 | 67 | 424 | 3 172 | 3 596 |
| 3 | 1486 | Strömstad | Svinesunds Handelsområde | 1 040 | 264 | 12 920 | 4 980 | 17 900 |
| 4 | 1486 | Strömstad | Nordby Shopping Center | 1 028 | 982 | 16 000 | 20 000 | 36 000 |
| 5 | 1488 | Trollhättan | Överby Köpcenter | 525 | 426 | 13 400 | 19 356 | 32 756 |
| 6 | 1488 | Trollhättan | Siba-Huset, Överby | 16 | 345 | 320 | 10 720 | 11 040 |
| 7 | 1488 | Trollhättan | Oden Affärshus | 62 | 273 | 1 800 | 12 382 | 14 182 |
| 8 | 1488 | Trollhättan | Etage, Steen & Ström Överby | 17 | 372 | 400 | 14 400 | 14 800 |
| | | | | 3 351 | 3 903 | 56 264 | 123 210 | 179 474 |



VERKSAMHETSUPPGIFTER - ÖVERBY/ALINGSÅKER

BILAGA 3

VERKSAMHETSINNEHÅLL 2007

Nordby Shopping Center, Strömstad

| DV | SV | | | | ODH | R | OS |
|--------------------|-----------------|---------|--------------------------|-----------------|----------|-----------------|---------------|
| | Beklädnad | Varuhus | Hem | Fritid | | | |
| Body Power | Adriatik | | Fabriksbutiken | Albrekts Guld | Apoteket | Joe's Diner | Salong Nordby |
| Godisfabriken | Cassel | | Galleriet Gåvor och Inte | Babyproffsen | | Just In Time | |
| Gottebiten | Din Sko | | Hemtex | Bazar Outlet | | McDonald's | |
| Guns Hälsokost | Dixon | | I Ett | BR Leksaker | | Resturang Taste | |
| Kicks | Dressmann | | Järnia | BRL Electronics | | | |
| Life Hälsobutiken | Glitter | | Rusta | EB Games | | | |
| MaxiMat | H&M | | Sia | GMJ DVD & CD | | | |
| Nordby Supermarket | Hanssons Skinn | | Trend | Grense Optik | | | |
| Parfymeri Paz | Indiska | | | Guldfynd | | | |
| Tobaksbutiken | Individ | | | Intersport | | | |
| Tobaksdisken | Jack & Jones | | | MyOnes | | | |
| | Milano Footwear | | | Nordby Digital | | | |
| | MQ | | | Notabene | | | |
| | Rockmerch | | | Silverhuset | | | |
| | Share | | | Smarteyes | | | |
| | Skopunkten | | | Sportshopen | | | |
| | Vero Moda | | | Teknikmagasinet | | | |
| | | | | Ur & Penn | | | |

Svinesunds Handelsområde, Strömstad

| DV | SV | | | | ODH | R | OS |
|-------------------------|-------------------------|---------|----------------|--------------------|-----|------------------|-----------------|
| | Beklädnad | Varuhus | Hem | Fritid | | | |
| EuroCash | Adriatik | | Boda Nova | Abelson House | | Burger King | Idrottens Bingo |
| Happy Mat | Bazaar Outlet Svinesund | | I Ett | Billshopen | | Café julias Krog | |
| Kötthallen | Clothing Company | | Sigmaskin Väst | BRL Electronics | | Café Veteranen | |
| MaxiMat | Jeans Center | | TK Allköp | GMJ | | Sibylla | |
| Rema 1000 | Klädkammaren | | | Happyland Babyshop | | | |
| GodisFabriken Veteranen | MärkesKomapniet | | | Hönan Agda | | | |
| GodisHuset | Sko Veteranen | | | KIA Butiken | | | |
| Gottebiten | TP's Konfektion | | | Motorbutiken | | | |
| Happy Godis | | | | Radio Max | | | |
| Hälsokostbolaget | | | | TV-Boden | | | |
| Tobakshyttan | | | | | | | |
| Tobaksvagnen | | | | | | | |



VERKSAMHETSUPPGIFTER - ÖVERBY/ALINGSÅKER

BILAGA 3

Oden Affärshus, Trollhättan

| DV | SV | | | | ÖDH | R | ÖS |
|----------------------|---------------|---------|----------|--------------------------|----------|----------------|-------------|
| | Beklädnad | Varuhus | Hem | Fritid | | | |
| ICA Supermarket Oden | Accent | Ahlens | Gallerix | Aircall | Apoteket | Café Oden | Mister Mint |
| Entrébutiken | Brandt | | | Bokia Trollhättans Bokha | | Espresso House | |
| Kicks | Din Sko | | | Guldfynd | | Max | |
| | Dressmann | | | Liljelood Optik | | | |
| | Esprit | | | OnOff | | | |
| | Exit | | | Sportex | | | |
| | Gina Tricot | | | stjärnumakarna | | | |
| | Glitter | | | Telenor | | | |
| | Jack & Jones | | | | | | |
| | JC | | | | | | |
| | KappAhl | | | | | | |
| | Lindex | | | | | | |
| | Petronella | | | | | | |
| | Vero Moda | | | | | | |
| | Walk On Shoes | | | | | | |

SIBA-huset Överby, Trollhättan

| DV | SV | | | | ÖDH | R | ÖS |
|------------------|--------------|---------|-------------------------|------------------------|---------|-------------------|-----------|
| | Beklädnad | Varuhus | Hem | Fritid | | | |
| Gott och Blandat | Accent | | Armstrongs Hemtextil | Arken Zoo | Aoteket | Café Z | Klipparna |
| Kicks | Brothers | | Florence Interiör & Des | BR Leksaker | | Resturang Briggen | |
| | Din Sko | | | Guldfynd | | | |
| | Dressmann | | | Partaj Presenter & Hem | | | |
| | H&M | | | Siba | | | |
| | Härpunkt | | | Sportson Cykelbutik | | | |
| | Jack & Jones | | | Stadium | | | |
| | JC/J Store | | | Telia | | | |
| | KappAhl | | | Ur & Penn | | | |
| | MQ | | | | | | |
| | Name It | | | | | | |
| | Skopunkten | | | | | | |
| | Tippy | | | | | | |
| | Vero Moda | | | | | | |



VERKSAMHETSUPPGIFTER - ÖVERBY/ALINGSÅKER

BILAGA 3

Etage Överby, Trollhättan

| DV | SV | | | | R | OS |
|--------------------|----------------------|---------|----------------|--------------------------|--------------------|----------------|
| | Beklädnad | Varuhus | Hem | Fritid | | |
| Centrumkiosken | Benetton | | BQ of Sweden | Aircall | Burger King | Bellbox |
| Harriets Parfymeri | Boutique Harmoni | | Cervera | Albrekts Guld | Eat Café Resturang | ProfessionNAIL |
| Life Hälsobutiken | Cassels | | Harald Nyborg | Beginners | | |
| | Cubus | | Hemtex | Bokia | | |
| | Esprit | | Rusta | CD-specialisten | | |
| | Eurosko | | Shine Interiör | EB Games | | |
| | FemiNica Underwear | | | Expert | | |
| | Flash | | | Intersport | | |
| | Gina Tricot | | | Mediacenter Tecshop | | |
| | Glitter | | | Micro Bildelar | | |
| | Hamburgsunds skor | | | Specsavers | | |
| | Indiska | | | Teknikmagasinet | | |
| | Joy | | | Tre kronor Guld & Silver | | |
| | Kårlins Väskor | | | | | |
| | Nids 4 Kids | | | | | |
| | Petronellas Boutique | | | | | |
| | Pondus | | | | | |
| | Saltn'Pepper | | | | | |
| | Scorett | | | | | |
| | SkoGiganten | | | | | |
| | Standard | | | | | |
| | Triumph | | | | | |
| | Vila | | | | | |
| | Walk on Shoes | | | | | |
| | Zizz | | | | | |



VERKSAMHETSUPPGIFTER - ÖVERBY/ALINGSÅKER

BILAGA 3

Överby Köpcenter, Trollhättan

| DV | SV | | | | R | ÖS |
|----------------|-----------|----------------------|-----------------------|----------------------------|----------------------|------------------------|
| | Beklädnad | Varuhus | Hem | Fritid | | |
| Blomsterhallen | Goldmine | Coop Forum | EM Möbler Trollhättan | Babyproffsen | Coop Forum Resturang | Car Wash Nordic |
| FC Fisk | Lindex | Maxi ICA Stormarknad | Kvik | BRL Electronics | MAX | Nyckelservice & Skomak |
| | | | Ljuspunkten | EL-Giganten | McDonald's | Postservice på Ica |
| | | | | Elkedjan | | Preem |
| | | | | Fritidscenter | | Brandservice |
| | | | | Granngården | | |
| | | | | Gymgrossisten | | |
| | | | | Hedin Bil | | |
| | | | | Junkyard | | |
| | | | | Löfgrens Trädgårdstjänster | | |
| | | | | Nya Vapenaffären | | |
| | | | | Trestads Trädgårdscenter | | |



VERKSAMHETSUPPGIFTER - ÖVERBY/ALINGSÅKER

BILAGA 3

Torp Köpcentrum, Uddevalla

| DV | SV | | | | ÖDH | R | OS |
|----------------------|--------------------------|----------------------|--------------------|-------------------|---------------|-----------------------|------------------|
| | Beklädnad | Varuhus | Hem | Fritid | | | |
| Fiskboden | Accent | Coop Forum | Bauhaus | Albrekts Guld | Systembolaget | Briggen Restaurang | Bellbox |
| Harietts's Parfym | Benetton | Maxi ICA Stormarknad | Cervera duka Home | Biltema | | Café Torp | Mister Mint |
| Kahls Kaffe | Bianco Footwear | | Gallerix | BR Leksaker | | Coffee Roomer | Preem |
| Life Hälsobutiken | BikBok | | Hemtex | Böcker & Blad | | Coop Forum Kök & Café | Turistinformatic |
| Lilla Blomsterhallen | Brothers | | Himla Fint | CD-Specialisten | | McDonald's | |
| Plantagen | Carlings | | Jula | Cykelhuset | | | |
| Pressbyrån | Din Sko | | Jysk Bäddlager | Djurmagasinet | | | |
| | Dixon | | Kid Interiör | EB Games | | | |
| | Dressmann | | Klas/Martin Möbler | EI-Giganten | | | |
| | Esprit | | Village | Expert | | | |
| | Evanette | | | Hööks | | | |
| | Eztrad | | | INET | | | |
| | Gina Tricot | | | Intersport | | | |
| | Glitter | | | Kjell & Co | | | |
| | H&M | | | Martins Ur & Guld | | | |
| | Hamburgersunds Skor | | | Madiacenter | | | |
| | Indiska | | | Micro Bildelar | | | |
| | JC | | | Olles Leksaker | | | |
| | Joy | | | OnOff | | | |
| | KappAhl | | | Panduro Hobby | | | |
| | Lindex | | | Partaj | | | |
| | Modeff | | | Specsavers | | | |
| | MQ | | | Stadium | | | |
| | Pondus | | | Synsam | | | |
| | Scorett | | | Teknikmagasinet | | | |
| | Skogiganten/Handelshuset | | | Telenor | | | |
| | Triumph | | | Telia | | | |
| | Vero Moda | | | The Phone House | | | |
| | | | | Trespass | | | |



VERKSAMHETSUPPGIFTER - ÖVERBY/ALINGSÅKER

BILAGA 3

Bergvik Köpcenter, Karlstad

| DV | SV | | | | ODH | R | OS |
|--------------------------|---------------------------|----------------------|-------------------|----------------------|---------------|---------------------------|-----------------|
| | Beklädnad | Varuhus | Hem | Fritid | | | |
| Affection | Bergqvist Skor | Coop Forum Bergvik | Coop Bygg Bergvik | BR Leksaker | Apoteket | Café Rondellen | Hår & Skönhet C |
| Feskhandlarn | Carlings | Maxi ICA Stormarknad | Gallerix | EB Games | Systembolaget | Coop Fastfood/Glassbar | Nyckel & Klackb |
| Hälsokraft | Dressmann | | Hemtex | Expert | | Coop Forum Kök & Café | OKQ8 |
| Känsla | Ecco Shop | | Ikea | Expert Stormarknad | | Fastfood/Café | Resia |
| Spelbutiken och tidnings | FBK Shoppen | | Lampshop | Intersport | | Korvkiosk | Odds Bilar |
| Spelhörnan | Gina Tricot | | Mansion | Siba (Storbutiksdel) | | Mama' Mia Pizza | |
| | Glitte | | | Smycka | | NAX Papayas Rupido Subway | |
| | H&M | | | Stadium | | McDonald's | |
| | Jack & Jones | | | Teknikmagasinet | | | |
| | JC | | | Telenor | | | |
| | Joy | | | | | | |
| | KappAhl | | | | | | |
| | Lindex | | | | | | |
| | MQ | | | | | | |
| | Polarn O. Pyret | | | | | | |
| | Scorett | | | | | | |
| | Skopunkten(Storbutiksdel) | | | | | | |
| | Vero Moda | | | | | | |
| | Väskshoppen | | | | | | |



VERKSAMHETSUPPGIFTER - ÖVERBY/ALINGSÅKER

BILAGA 3

DAGLIGVARUBUTIKER ÅR 2007

Enligt marknadsguiden 2008 (omsättning > 3 MSkr)

Strömstad

| Nr | Butiksnamn | Kedja | Adress | Omsättning-2007 [Mkr] | | | Yta-2007 | | |
|-----|-------------------------------|---------------|-----------------------------|-----------------------|----------|------------|----------|----------|------------|
| | | | Gata | Omsklass | Omsklass | 150 i topp | Ytklass | Ytklass | 150 i topp |
| 112 | Handlar'n | Axfood | Karlskatan 50 | C | 20-49 | | 1 | -399 | |
| 113 | Saluhallen | Axfood | Svinesund 4496 | C | 20-49 | | 1 | -399 | |
| 111 | Handlar'n | Axfood | surbrunnsgatan 14 | A | 3-7 | | 1 | -399 | |
| 114 | Handlar'n | Axfood | Dafter | A | 3-7 | | 1 | -399 | |
| 106 | ICA Supermarket Centrumhallen | ICA | S Hamngatan 8 | D | 50-74 | | 3 | 800-1199 | |
| 105 | ICA Bära Affär'n | ICA | Torget 2 | B | 8-19 | | 1 | -399 | |
| 107 | Nordby Supermarket | Kooperationen | Nordby Box 148 | F | 200- | 528 | 4 | 1200- | 4 000 |
| 108 | Max-i-Mat Nordby | Kooperationen | Nordby Köpcenter västra B F | | 200- | 500 | 4 | 1200- | 4 500 |
| 110 | Max-i-Mat Svinesund | Kooperationen | Skogar 6 | F | 200- | 237 | 4 | 1200- | 2 000 |
| 109 | Coop Konsum | Kooperationen | Oslovägen 1 | E | 75-199 | | 4 | 1200- | |
| 121 | Eurocash | Övriga | Skogar Svinesund | F | 200- | 260 | 4 | 1200- | 2 000 |
| 117 | Eurocash | Övriga | Oslovägen 58 | E | 75-199 | | 4 | 1200- | |
| 119 | Sten Kött & Livs | Övriga | Stene 1 | D | 50-74 | | 2 | 400-799 | |
| 120 | Kötthallen | Övriga | Svinesunds Handomr Vetera | C | 20-49 | | 2 | 400-799 | |
| 123 | Rema 1000 | Övriga | Skogar 3 | C | 20-49 | | 4 | 1200- | |
| 116 | Statoil | Övriga | Oslovägen 42 | B | 8-19 | | 1 | -399 | |
| 118 | Statoil | Övriga | Stationsvägen 26 | B | 8-19 | | 1 | -399 | |
| 122 | OKQ8 | Övriga | Svinesund | B | 8-19 | | 1 | -399 | |
| 125 | Hydro | Övriga | Viks Vägskäl | B | 8-19 | | 1 | -399 | |
| 115 | Afärren På Nord | Övriga | Lotsvägen 10 | A | 3-7 | | 1 | -399 | |
| 124 | Rossöboden Nära Dej | Övriga | Längesandsvägen 31 | A | 3-7 | | 1 | -399 | |



VERKSAMHETSUPPGIFTER - ÖVERBY/ALINGSÅKER

BILAGA 3

Trollhättan

| Nr | Butiksnamn | Kedja | Adress Gata | Omsättning-2007 [Mkr] | | | Yta-2007 | | |
|----|---------------------------|---------------|----------------------|-----------------------|----------|------------|----------|----------|------------|
| | | | | Omsklass | Omsklass | 150 i topp | Ytklass | Ytklass | 150 i topp |
| 77 | Willys | Axfood | Bilprovarvägen 6 | E | 75-199 | | 4 | 1200- | |
| 76 | Hemköp | Axfood | Kunsgatan 12 | C | 20-49 | | 2 | 400-799 | |
| 78 | Hemköp | Axfood | Hjortmossegatan 121 | C | 20-49 | | 2 | 400-799 | |
| 79 | Tempo | Axfood | Lantmannavägen 111 | B | 8-19 | | 3 | 800-1199 | |
| 75 | Kiosken | Axfood | Storgatan 45 | A | 3-7 | | 1 | -399 | |
| 66 | ICA Kvantum Jätten | ICA | Skogmansgatan 30 | F | 200- | | 4 | 1200- | |
| 69 | Maxi ICA Supermarket | ICA | Överby Köpcentrum | F | 200- | 330 | 4 | 1200- | 3 800 |
| 68 | ICA Supermarket Sylte | ICA | Sylte Center | D | 50-74 | | 4 | 1200- | |
| 65 | ICA Supermarket Oden | ICA | Kungsgatn 30 | C | 20-49 | | 2 | 400-799 | |
| 67 | ICA Nära | ICA | karlstorpsvägen 96 | B | 8-19 | | 1 | -399 | |
| 64 | Köplusten | ICA | Sjuntorpvägen 13 | A | 3-7 | | 1 | -399 | |
| 70 | Kryddlunds Lanthandel | ICA | Slätternavägen 1 | A | 3-7 | | 1 | -399 | |
| 72 | Coop Forum | Kooperationen | Överby centrum | F | 200- | | 4 | 1200- | |
| 71 | Coop Konsum | Kooperationen | Trollhättevägen 52 | C | 20-49 | | 2 | 400-799 | |
| 74 | Coop Konsum | Kooperationen | Albersvägen 77 | C | 20-49 | | 2 | 400-799 | |
| 73 | Coop Nära | Kooperationen | Hörngatan 14 | B | 8-19 | | 1 | -399 | |
| 80 | Lidl | Övriga | Gårdhemsvägen 50 | C | 20-49 | | 3 | 800-1199 | |
| 87 | Preem | Övriga | Anes Väg 4 | C | 20-49 | | 1 | -399 | |
| 81 | Statoil | Övriga | Tunhemsvägen 38 | B | 8-19 | | 1 | -399 | |
| 82 | Statoil | Övriga | Lasarettvägen | B | 8-19 | | 1 | -399 | |
| 83 | Slaipners Livs | Övriga | Albersvägen 27 | A | 3-7 | | 1 | -399 | |
| 84 | OKQ8 | Övriga | Lantmannavägen 6-8 | A | 3-7 | | 1 | -399 | |
| 85 | Granngårdens Servicebutik | Övriga | Granngårdens Centrum | A | 3-7 | | 1 | -399 | |
| 86 | Netto | Övriga | Lextorpsvägen 992 | A | 3-7 | | 2 | 400-799 | |



VERKSAMHETSUPPGIFTER - ÖVERBY/ALINGSÅKER

BILAGA 3

Uddevalla

| Nr | Butiksnamn | Kedja | Adress | Omsättning-2007 [Mkr] | | | Yta-2007 | | |
|-----|---------------------------|---------------|---------------------------|-----------------------|----------|------------|----------|----------|------------|
| | | | Gata | Omsklass | Omsklass | 150 i topp | Ytklass | Ytklass | 150 i topp |
| 149 | Willys | Axfood | Västerlånggstan | E | 75-199 | | 3 | 800-1199 | |
| 150 | Jacob's Matcenter Tempo | Axfood | Södra Drottninggatan 6 | B | 8-19 | | 2 | 400-799 | |
| 143 | Maxi | ICA | Torp Köpcentrum | F | 200- | 402 | 4 | 1200- | 4 500 |
| 140 | ICA Kvantum | ICA | Göteborgsvägen 18 | E | 75-199 | | 4 | 1200- | |
| 141 | ICA Supermarket Spara | ICA | Odengatan 3 | E | 75-199 | | 3 | 800-1199 | |
| 144 | ICA Supermarket | ICA | Vällebergsbägen 6 | D | 50-74 | | 2 | 400-799 | |
| 142 | ICA Nära Dalaberg | ICA | Dalabergs Centrum | C | 20-49 | | 2 | 400-799 | |
| 145 | Coop Forum | Kooperationen | Torp, Box 780 | E | 75-199 | | 4 | 1200- | |
| 147 | Coop Konsum | Kooperationen | Sunnanvindsvgen 10 | C | 20-49 | | 3 | 800-1199 | |
| 148 | Coop Konsum | Kooperationen | Vällebergsvägen 17 | C | 20-49 | | 2 | 400-799 | |
| 146 | Coop Nära | Kooperationen | Boxhultsvägen 2, Ramnerrö | B | 8-19 | | 1 | -399 | |
| 151 | Lidl | Övriga | Bastiongatan 12 | C | 20-49 | | 3 | 800-1199 | |
| 152 | OKQ8 | Övriga | Strömstadsvägen 50 | C | 20-49 | | 2 | 400-799 | |
| 157 | Rotan | Övriga | Rotvik | C | 20-49 | | 3 | 800-1199 | |
| 154 | Shell Select | Övriga | Norrmannerödsvägen 24 | B | 8-19 | | 1 | -399 | |
| 156 | Statoil | Övriga | Hogstorp | B | 8-19 | | 1 | -399 | |
| 158 | Shell Select | Övriga | Ljungsberg | B | 8-19 | | 1 | -399 | |
| 153 | Statoil | Övriga | Helenedalsvägen 24 | A | 3-7 | | 1 | -399 | |
| 155 | OKQ8 | Övriga | Kurverödsleden | A | 3-7 | | 1 | -399 | |
| 159 | Ulvesunds Handel Nära Dej | Övriga | Ulvesund 31300 | A | 3-7 | | 1 | -399 | |



VERKSAMHETSUPPGIFTER - ÖVERBY/ALINGSÅKER

BILAGA 3

Vänersborg

| Nr | Butiksnamn | Kedja | Adress | Omsättning-2007 [Mkr] | | | Yta-2007 | | |
|----|------------------------|---------------|-------------------|-----------------------|----------|------------|----------|----------|------------|
| | | | Gata | Omsklass | Omsklass | 150 i topp | Ytklass | Ytklass | 150 i topp |
| 53 | Hemköp | Axfood | Tegelbruksvägen 2 | E | 75-199 | | 4 | 1200- | |
| 54 | Willys | Axfood | Stampgatan 15 | E | 75-199 | | 4 | 1200- | |
| 52 | Hemköp | Axfood | Sundsgatan 19B | C | 20-49 | | 3 | 800-1199 | |
| 50 | Tempo | Axfood | Klockaregatan 2 | B | 8-19 | | 1 | -399 | |
| 51 | Tempo | Axfood | Allégatan 1 | B | 8-19 | | 2 | 400-799 | |
| 48 | ICA Kvantum | ICA | Brogatan 4 | F | 200- | 229 | 4 | 1200- | 2 500 |
| 49 | ICA Supermarket Älgen | ICA | Storegårdsvägen 4 | C | 20-49 | | 2 | 400-799 | |
| 47 | ICA Nära Cupressen | ICA | Storgatan 21 | B | 8-19 | | 2 | 400-799 | |
| 55 | Coop Nära | Kooperationen | Storegårdsvägen 8 | B | 8-19 | | 2 | 400-799 | |
| 59 | Lidl | Övriga | Regementsgatan 23 | C | 20-49 | | 3 | 800-1199 | |
| 63 | Preem | Övriga | Tunhemsvägen 3 | B | 8-19 | | 1 | -399 | |
| 56 | Statoil | Övriga | Dykällan | A | 3-7 | | 1 | -399 | |
| 57 | OKQ8 | Övriga | Storgatan 62 | A | 3-7 | | 1 | -399 | |
| 58 | Nordstans Servicebutik | Övriga | Skansgatan 7 | A | 3-7 | | 1 | -399 | |
| 60 | Södergatans Livs | Övriga | Södergatan 22 | A | 3-7 | | 1 | -399 | |
| 61 | Shell Select | Övriga | Gropbrovägen 2 | A | 3-7 | | 1 | -399 | |
| 62 | Statoil | Övriga | Djuoedalsvägen | A | 3-7 | | 1 | -399 | |

Bilaga 4. Konsumtionstillväxt 2008/17

KONSUMTIONSTILLVÄXT 2008/17

Sammanställning - Marknadsområde

| Influensområde | | | Befolkning [08.01.01] [st] | Inkomst index Riket= 100 [%] | Tillväxt 2008-2012 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------------|-------------|--------|----------------------------------|--|--------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-------|--------|
| Nr | SDN/Kommun | Område | | | Befolkning [%] | DV | | | | | | SV | | | | | | DH | | | | |
| | | | B | | | H | | F | | Σ SV | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | [%] | [Mkr] | [kvm] | [%] | [Mkr] | [kvm] | [%] | [Mkr] | [kvm] | [%] | [Mkr] | [kvm] | [%] | [Mkr] | [kvm] | [Mkr] | [kvm] | |
| 1444 | Grästorp | Totalt | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1445 | Essunga | Totalt | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1461 | Mellerud | Totalt | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1462 | Lilla Edet | Totalt | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1487 | Vänersborg | Totalt | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1488 | Trollhättan | Totalt | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Marknadsområde | | | 125 096 | 97,3% | 0,4% | 4,6% | 157 | 2 618 | 5,1% | 100 | 4 166 | 7,7% | 83 | 5 539 | 10,4% | 94 | 3 603 | 7,6% | 277 | 13 308 | 434 | 15 926 |

| Influensområde | | | Befolkning [08.01.01] [st] | Inkomst index Riket= 100 [%] | Tillväxt 2008-2017 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------------|------------|--------|----------------------------------|--|--------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-------|--------|
| Nr | SDN/Kommun | Område | | | Befolkning [%] | DV | | | | | | SV | | | | | | DH | | | | |
| | | | B | | | H | | F | | Σ SV | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | [%] | [Mkr] | [kvm] | [%] | [Mkr] | [kvm] | [%] | [Mkr] | [kvm] | [%] | [Mkr] | [kvm] | [%] | [Mkr] | [kvm] | [Mkr] | [kvm] | |
| Marknadsområde | | | 125 096 | 97,3% | 2,1% | 9,4% | 358 | 5 970 | 10,5% | 217 | 9 030 | 16,1% | 185 | 12 307 | 21,9% | 213 | 8 204 | 15,8% | 615 | 29 541 | 973 | 35 511 |

-Inkomst=medelinkomst i förhållande till Riket 07.12.31 [20-64 år]
-Befolkningsprognoser har erhållits från Västragötalandsregionen.

-Kommunomsättning, antal anställda, antal butiker avser år 2007 (SCB:s "momsstatistik").

-Omsättningstillväxt/år: DV=0,9% SV=1,5% varav B=1,0% H=1,5% F=2,0%
-Yteffektivitet/1000kvm DV=60' SV=22,0' varav B=24,0' H=15,0' F=26,0'

Kommunsammanställning

| Nr | SDN/Kommun | Centra | Befolkning [08.01.01] [st] | Inkomst [%] | År 2007 | | | | | | | | Försäljningunderlag | | Försörjningsandel | |
|------|----------------|--------|----------------------------------|----------------|------------------|-----------------|-------------------|--------------|------------------|-----------------|-------------------|--------------|---------------------|-------------|-------------------|-----------|
| | | | | | DV | | | | SV | | | | DV [Mkr] | SV [Mkr] | DV [%] | SV [%] |
| | | | | | Omsättn [Mkr] | Butiker [st] | Anställda [st] | Yta [kvm] | Omsättn [Mkr] | Butiker [st] | Anställda [st] | Yta [kvm] | | | | |
| 1444 | Grästorps | Totalt | 5 831 | 94,0% | 110 | 3 | 42 | - | 70 | 15 | 36 | - | 140 | 148 | 78,8% | 47,4% |
| 1445 | Essunga | Totalt | 5 638 | 91,7% | 128 | 11 | 75 | - | 61 | 15 | 22 | - | 135 | 143 | 94,8% | 42,7% |
| 1461 | Mellerud | Totalt | 9 553 | 85,2% | 222 | 19 | 103 | - | 195 | 33 | 88 | - | 229 | 242 | 97,1% | 80,5% |
| 1462 | Lilla Edet | Totalt | 12 835 | 95,2% | 171 | 29 | 96 | - | 55 | 18 | 30 | - | 316 | 343 | 54,1% | 16,0% |
| 1487 | Vänerns | Totalt | 36 939 | 99,4% | 735 | 50 | 265 | - | 544 | 91 | 264 | - | 932 | 1 034 | 78,8% | 52,6% |
| 1488 | Trollhättan | Totalt | 54 300 | 99,3% | 1 547 | 73 | 508 | - | 1 901 | 194 | 783 | - | 1 370 | 1 519 | 112,9% | 125,1% |
| 1440 | Ale | Totalt | 27 092 | 101,4% | 577 | 46 | 220 | - | 160 | 36 | 84 | - | 684 | 758 | 84,4% | 21,1% |
| 14 | V:a Götaland | Totalt | 1 547 298 | 98,9% | 40 159 | 2 426 | 13 997 | - | 45 748 | 4 894 | 18 548 | - | 38 096 | 41 353 | 105,4% | 110,6% |
| | Marknadsområde | Totalt | 125 096 | 97,3% | 2 913 | 185 | 1 089 | - | 2 826 | 366 | 1 223 | - | 3 122 | 3 429 | 93,3% | 82,4% |

| Nr | SDN/Kommun | Centra | Tillväxt 2008-2012 | | | | Tillväxt 2008-2017 | | | | | |
|------|----------------|--------|--------------------|------------|-------|------|--------------------|-------------------|------------|-------|-------|-------|
| | | | Befolkning [%] | Konsumtion | | | | Befolkning [%] | Konsumtion | | | |
| | | | | DV | | SV | | | DV | | SV | |
| | | | | [%] | [Mkr] | [%] | [Mkr] | | [%] | [Mkr] | [%] | [Mkr] |
| 1444 | Grästorps | Totalt | 2,9% | 4,6% | 10 | 7,6% | 15 | 2,9% | 9,4% | 17 | 15,8% | 28 |
| 1445 | Essunga | Totalt | -0,6% | 4,6% | 5 | 7,6% | 10 | -2,3% | 9,4% | 10 | 15,8% | 19 |
| 1461 | Mellerud | Totalt | -3,5% | 4,6% | 2 | 7,6% | 10 | -7,4% | 9,4% | 5 | 15,8% | 21 |
| 1462 | Lilla Edet | Totalt | 2,8% | 4,6% | 23 | 7,6% | 36 | 9,0% | 9,4% | 58 | 15,8% | 85 |
| 1487 | Vänerns | Totalt | 0,9% | 4,6% | 51 | 7,6% | 88 | -0,9% | 9,4% | 79 | 15,8% | 155 |
| 1488 | Trollhättan | Totalt | 0,8% | 4,6% | 74 | 7,6% | 128 | 4,5% | 9,4% | 190 | 15,8% | 309 |
| 1440 | Ale | Totalt | 4,7% | 4,6% | 64 | 7,6% | 93 | 11,8% | 9,4% | 145 | 15,8% | 210 |
| 14 | V:a Götaland | Totalt | 3,2% | 4,6% | 2 948 | 7,6% | 4 457 | 5,6% | 9,4% | 5 707 | 15,8% | 8 863 |
| | Marknadsområde | Totalt | 0,4% | 4,6% | 157 | 7,6% | 277 | 2,1% | 9,4% | 358 | 15,8% | 615 |

-Inkomst=medelinkomst i förhållande till Riket 07.12.31 [20-64 år]

-Kommunomsättning, antal anställda, antal butiker avser år 2007 (SCB:s "momsstatistik").

-Befolkningsprognoser har erhållits från Västragötalandsregionen.  = Marknadsområde

Bilaga 5. Detaljhandelsprojekt 2008/17

UTVECKLING AV KONKURRENSEN I MARKNADSOMRÅDET

Nedan följer en beskrivning av olika projekt och planer från norr till söder i Norra Bohuslän inklusive Trollhättans marknadsområde. De Bohusländska exemplen anges för att illustrera de stora satsningar som idag planeras i marknaden

Sammanställningen är gjord efter samtal med företrädare för kommunerna vilka har god överblick över de planer som för närvarande finns och andra projekt som diskuteras.

Strömstad

Strömstads kommun fortsätter att vara ett handelsetableringarnas eldorado. Gamla Svinesunds handelsområde förefaller utvecklas stabilt i marknaden. Här är inga direkta nya handelsetableringar på gång i den närmaste framtiden.

I Nordby handelsområde fortgår den kraftfulla satsningen på nya detaljhandelsetableringar. Här tillkommer ca 30 000 kvm handelsyta tillsammans med 40 000 kvm parkeringsgarage vilket bygger ihop de befintliga byggnaderna till en samlad köpcentrumbyggnad.

I direkt anslutning norr om lokalvägen in till Nordby köpcentrum har önskemål om detaljplaneändring för etablering av godisbutik inlämnats. Kommunens hållning till denna etablering är dock inte positiv.

I tätortsnära läge i Strömstad pågår om- och tillbyggnader i Strömsvattenområdet. Här samlas ca 15 000 kvm handel.

En ICA Kvantum planeras i de södra delarna av Strömstad tätort på en plats som tidigare använts av ett av färjerederierna.

I Skee presenteras omfattande planer. Den tidigare diskuterade markytan som är planerad för handelsverksamhet är idag inte lika aktuell som tidigare. Problem med vattenavrinning mm har minskat attraktionskraften. Intresset har däremot vänts mot den trafikplats som planeras söder om Skee. Här bereds möjligheter för 50 000 kvm handel, hotell och trafikservice. Arbetet förefaller inte möta några hinder gentemot kommunen eller andra sakägare och etableringen kommer som det nu ser ut att vara genomförd samtidigt som vägen invigs 2011. Tidpunkten för etableringen styrs bland annat av att sprängningsarbeten i området inte kan genomföras efter det att trafiken släppts på denna del av nya E6. Den samlade ökningen av ytor i Strömstadsområdet är i storleksordningen 100 000 – 120 000 kvm.

Munkedal

Arbetet i Håby fortskrider enligt flera uppgifter enligt planerna och det är inte fråga om utan när byggstart sker. Detta har dock varit den gällande kommentaren under en längre tid och förverkligandet av detta projekt underlättas inte av rådande ekonomiska förutsättningar.

Planerna anger 125 butiker på en sammanlag byggyta om 90 000 kvm och uthyrbar yta om 62 000 kvm. Enligt ägarna (Intervju i Bohuslänningen 080313) är en viktig målgrupp norrmän som passerar och de beräknar att 6 miljoner skall besöka anläggningen.

Vår bedömning är att detta projekt är mycket tveksamt ur marknads-synpunkt⁷ och ZÖK har tidigt uttalat sig om att etableringens enda möjliga chans att lyckas är att finna en lika unik profil som till exempel Ullared. En uppgift som är mycket svår att lösa.

Vad gäller ägarfrågan i Håby är den förändring som skett planerad. Redan i inledningen fanns planer att ta in ytterligare någon stark finansiär i projektet, vilket har gjorts. De tidigare ägarna finns enligt uppgift fortfarande kvar i projektet.

I övrigt gäller att kommunen har förvärvat ett större markområde i anslutning till Håby- och Munkelandsområdet. Detta är en bondgård som förvärvats av Vägverket och anses vara ett intressant markområde för utvecklingsprojekt. Dock inte klargjort till vilken användning marken skall användas. Här krävs en ny översiktsplan.

Uddevalla

Arbetet fortskrider med främst området kring handelsområdet i Torp. I Torps västra delar finns idag ett markområde där avsikten är att använda ytorna för handelsändamål och där projektering närmar sig. Området är beläget väster om Plantagen och står i tidigare plan som område för mäss- och utställningsändamål. Här föreligger nu ändring till handelsändamål. En ändring som kommer att ske under andra hälften av 2009. Detta innebär ett tillskott av ytor i storleksordningen 15 000 kvm. IKEA-etableringen öster om E6 beräknas till 32 000 kvm och ytterligare 7 - 8 000 kvm efterfrågas i direkt anslutning till ett IKEA hus. En avgörande fråga för närvarande är möjligheterna att bygga av- och påfarter till E6. Dessa frågor beräknas vara klargjorda inom 2009 års utgång. Invigning beräknas till 2013.

I Rotviksbro (trafikplats Orust/Lysekil) finns en gällande detaljplan om 3 000 kvm handel. För närvarande är 1 000 kvm av dessa i bruk. Detaljplanearbete sker för efterfråga av markägare om att öka ytorna till totalt 8 000 kvm handel (dvs ett tillskott i storleksordningen 7 000 kvm).

I Uddevalla centrum finns planer om ett kulturhus med placering på nuvarande parkeringsytor i Kampenhofsområdet. I övrigt gäller planer om bostäder på olika platser i kommunen.

Det förefaller inte vara några direkta projekt för Ljungskile planerade

⁷ Handelsutredning, Norra Bohuslän mars 2006

inom den närmaste framtiden.

Trollhättan

Trollhättans centrum

Enligt uppgifter har inledningen av 2009 inneburit en tämligen god handel för en del av verksamheterna i Trollhättans centrum, dock gäller detta inte för alla. Centrum känns idag som något skakigt vad avser verksamheter och de olika stråken har mycket skiftande förutsättningar. Det är svårt att hålla ihop stadskärnan, staden är i mångt och mycket byggd för bilen och det har också inträffat stora förskjutningar av handel och andra verksamheter (centrumvandring) under åren.

I Odenhuset gäller, enligt uppgift, i stort sett samma besökssiffror under de senaste 10 åren med mycket små årliga variationer. Detta innebär ca 12 000 besökare per dag. Dessa besökssiffror har dessutom varit ganska oförändrade oavsett vad som skett på Överby. När handelshuset Etage öppnade i Överby märkte Odenhuset av en förändring i mening att besökarantalet fortsatt var konstant men att besökarna inte länge gör sina inköp i centrum.

Det finns en del vakanser i centrum och många verksamheter lär idag enligt uppgift leva under stark press. I samband med intervjuer med företrädare för centrum skattades handelsytorna till ca 30 000 kvm varav ca 15-20%

Utefter huvudstråket i centrum (Kungsgatan) finns ett antal restauranger/barer lokaliserade som har kvällsöppet vilket även påverkar flöden av besökare under dagtid. I lokalen närmast Oden (mot torget) har sedan en längre tid förhandlingar hållits med en klädkedja om etablering. Denna valde dock att stiga av och nu väntas OLeary's etablera en restaurang/bar i lokalen.

Kommunen har under de senaste tre åren investerat betydande belopp i upprustning av gator mm i centrum.

Det finns en arbetsgrupp som under 2009 arbetar med att utveckla en centrumplan. I denna ingår bland annat kommunalråd, näringslivsutvecklare och stadsarkitekt. Det finns också en tanke att utveckla samarbetet mellan Överby – Centrum – Innovatum. Dock förefaller det vara vissa svårigheter att samla alla parter till strategisk utveckling av centrum.

Överby köpcenter

Överby har sedan invigningen för några decennier sedan utvecklats till ett betydande regionalt köpcentrum.

Ytterligare planer föreligger för Överbyområdet med stora investeringar i såväl infrastruktur som verksamhetsytor. Arbetet har till dags dato behandlat infrastruktur och trafikfrågor. Senaste budet är att flytta trafikplats åt norr och skapa ny trafiklösning i anslutning till Överby. En sådan förändring skapar förutsättningar för nytillskott av handelsytor. En idealbild har tagits fram som nu bakas in i ÖP-arbetet i kommunen. Diskussioner förs om två områden "IKEA-gärdet" och en andra del.

För de ytor som närmast kommer i anspråkstagande gäller att de utreda möjligheter visar på ett tillskott om 58 000 kvm samt ytterligare ca 35 000 kvm i andra läget. Sannolikt kommer inte allt att tas i anspråk för handelsändamål (ca 50 000 kvm är troligt). Övriga ytor kan komma att användas för evenemang o dyl.

Sammantaget finner vi idag nära 65 000 kvm handel varav Coop Forum 12 000 kvm, ICA Maxi 6 000 kvm, Etage 20 200 kvm och SIBA huset 12 800 kvm.

De utvecklingsplaner som tillhör etapp 1 gäller ca 50 000 kvm. Efter det att IKEA lämnade besked om att deras utveckling sker i anslutning till Torp Uddevalla visade det sig att det finns ett stort antal intressenter för området. Några av dessa är aktuella och framför allt ett företag med anknytning till Trollhättan visar en vision med handel och upplevelse i sin affärsidé. Denna satsning ligger 2 -3 år bort i tiden och det finns en önskan om att infrastrukturen skall vara löst i området före etablering. En annan intressent är mer direkt och önskar etablera inom något år. Båda dessa intressenter ligger väl i linje med tankar om lämplig handel i externhandelsområden av regional karaktär.

Överby visar en stadig tillväxt vad avser ökning av biltrafiken till området sedan flera år tillbaka. I maj 2008 räknades in 350 000 besökande fordon medan motsvarande siffra i oktober 2008 var 370 000 fordon. Det finns en upplevd (tydlig) dämpning vad gäller tillgänglighet och då främst parkeringen. Infrastrukturen sätter tidsgränser. Broarbetet skall vara klart 2010 och trafikplatsen Överby diskuteras till 2013.

Vänersborg

I Vänersborg finns planer för att koppla samman centrum med Sanden. För att utveckla Sanden har ett bolag bildats och här skall utvecklas



handel, bostäder och ett resecentrum. Projektet skulle varit igång men den nuvarande tidplanen säger att 2009 utvecklas en strukturplan, 2010 en detaljplan med tillhörande plan för järnvägen och byggstart under 2011.

Det diskuteras en utveckling av några kvarter inne i Vänersborg centrum.

Samverkansgruppen som diskuterats under en längre tid är inte helt i gång. Dels har det varit svårt att finna någon ordförande och dessutom lämnade den nytillsatta helt nyligen stadskärneledaren sin tjänst med kort varsel.