



CITYINDEX

Branschrapport 2019

Cityindex är en objektiv, heltäckande och mellan stadskärnor helt jämförbar kartläggning av den kommersiella utvecklingen i samtliga Sveriges stadskärnor.


FASTIGHETSÄGARNA

HUI
RESEARCH

Förord

Nya konsumtionsmönster gör att stadskärnan förändras. Detta är en central del av stadsutvecklingen. Så har våra städer utvecklats genom alla tider. Ny efterfrågan driver utveckling.

Under senare år har vi sett hur landets stadskärnor ömsar skinn. Ingen vet exakt hur framtidens stadskärna kommer att se ut, men vi vet att den kommer att vara annorlunda. I takt med att allt fler köp idag sker på nätet och att upplevelser blir allt viktigare tyder mycket på att stadskärnan, med sin koncentration av människor, kommer att kännetecknas av mindre butiker nära konsumenten med ett stort fokus på service. En form mer lik den stadskärnan hade före externhandels och köpcentrums intåg. Med lyhördhet och flexibilitet för att möta efterfrågan har stadskärnan goda förutsättningar att spela en viktig roll även i framtiden.

Levande och attraktiva stadskärnor gynnar såväl boende, yrkesarbetande och besökare som dem som äger fastigheterna. Här har fastighetsägarna både ett ansvar och en möjlighet att vara med och bidra till en önskad utveckling. Kunskap om de långsiktiga trenderna och hur olika branscher utvecklas blir central i ett sådant arbete.

Detta är anledningen till att Fastighetsägarna har gett HUI Research i uppdrag att kartlägga den kommersiella utvecklingen i Sveriges samtliga 104 stadskärnor inom ramen för Cityindex. Cityindex och denna branschrapport ska fungera som ett verktyg i arbetet med att se över och erbjuda rätt utbud i stadskärnan.

Platsens utbudsmix blir i framtiden central för en vital stadskärna som attraherar både hyresgäster och besökare.



Om Cityindex

Stadskärnans roll förändras snabbt. Bland annat har hoten från externhandel och e-handel lyfts flitigt i media och andra kanaler. Vad är egentligen "stadskärnan" och hur ser utvecklingen ut i våra städer? Cityindex är ett samarbete mellan HUI Research och Fastighetsägarna och syftar till att besvara tidigare nämnda frågeställningar och beskriva utvecklingen för kommersiella verksamheter i våra svenska stadskärnor.

Under våren 2019 inledde Fastighetsägarna ett samarbete med HUI Research avseende Cityindex. Cityindex startades 2016 med målet att förse marknaden med en objektiv stadskärnemätning. Kartläggningen omfattade till en början Stockholm, Göteborg, Malmö och ytterligare 16 städer. Inom ramen för Cityindex har definitioner av stad och stadskärna utarbetats i samarbete med branschorganisationer, fastighetsägare, forskare, detaljister, konsulter och andra branschföreträdare. Cityindex syfte är att beskriva utvecklingen inom detaljhandeln, restaurangnäringen, hotellbranschen och kommersiella servicefunktioner inom respektive stadskärna. Under 2018 växte kartläggningen till omfatta **alla Sveriges städer**.



– Det vi nu ser är att stadskärnan förändras, förändringen är ett resultat av våra nya konsumtionsmönster. Just nu är vi inne i en tid då många stadskärnorna ser över hur de ska kunna erbjuda rätt utbud. Förändring är en naturlig del av stadsutveckling, det är så våra städer har utvecklats genom alla tider. Ny efterfrågan driver utveckling, säger Helena Olsson, chef stadsutveckling och samhälle Fastighetsägarna Stockholm.



Definitioner

Fullständiga definitioner och lista på städer finns att ladda ner [här](#).

Stad Tätorter med 10 000 invånare eller fler (2015). Totalt omfattas 124 svenska tätorter. Städer delas in i fyra grupper som harmoniserar med SKLs kommungruppsindelning. Dessa är:

Typ av stad	Antal invånare i tätorten
Storstad	150 000+
Större stad	37 500-149 999
Medelstor stad	15 000-37 499
Småstad	10 000-14 999

Stadskärna Stadskärnan avgränsas i första hand efter densitet av boende, butiker, restauranger och hotell. Utöver detta finns ett antal kompletterande regler om barriärer, resecentrum, större verksamheter och så vidare. Totalt finns det 104 stadskärnor i Sverige, vilket innebär att 20 städer saknas stadskärna. De sistnämnda städerna har givetvis centrumbildningar, men dessa definieras istället som stadsdelscentrum på grund av lägre densitet av boende och verksamheter.

Innerstad I storstäderna finns ofta stadsdelscentrum precis utanför stadskärnan som på många sätt motsvarar stadskärnans egenskaper och densiteter. Dessa ingår i ett yttre område som benämns som "innerstaden" för att komplettera bilden av tätortens centrumbildning.

Tätort Enligt SCB definieras tätorter som "...tätbebyggda områden med minst 200 invånare och där avståndet mellan husen är mindre än 200 meter.". Totalt fanns det 1 979 tätorter i Sverige 2015.

Förorter En del av storstädernas förorter har inga egna tätorter eller har för låg densitet av verksamheter och befolkning för att klassas som egna stadskärnor. Förorterna har dock en centrumbildning och kan definieras som stadskärnor i kategorin förortscentrum med densitetskrav på befolkningen i tätortsområdet i den befintliga kommunen eller befolkningen i stadsdelen.

Det avgör stadskärnans avgränsning

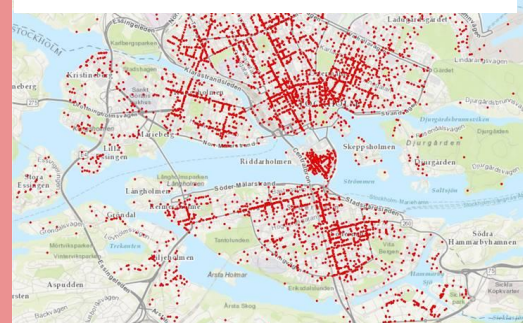


Grunden för Cityindex och vad som är stadskärnans avgränsning är antal verksamheter och befolkningsdensitet, alltså hur tätbefolkat området är samt hur tätt det är mellan de kommersiella verksamheterna. En stor befolkningssmängd utan verksamheter blir ett bostadsområde och ett område med enbart verksamheter med få boende definieras som externa handelsområden eller köpcentrum. Ett grafiskt exempel på hur kombinationen av verksamheter och boende samspelar syns i kartorna över Stockholm. De kommersiella verksamheterna är utmarkerade som röda prickar med hög densitet i mitten vid Gamla stan men även i både norr och söder om detta område.

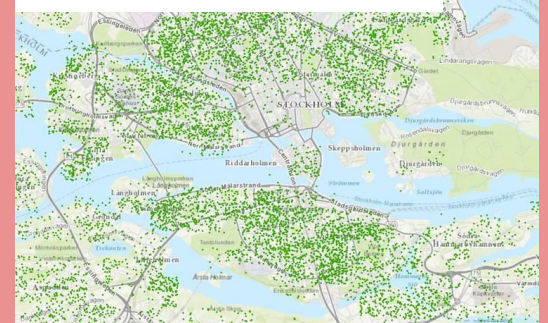
Kombineras verksamhetskartan med kartan som med hjälp av gröna prickar visar befolkningsdensiteten i Stockholm börjar området att avgränsas tydligare. I de absolut mest centrala delarna av Stockholm är befolkningen förhållandevis liten, men detta kompenseras av att antalet verksamheter istället är väldigt högt och att området angränsar till områden med stort befolkningsunderlag.

Utifrån en modell som tar hänsyn till ovan nämnda kriterier utformas stadskärnans avgränsning. Den stora kartbilden visar Stockholms stadskärna (heldragen linje) samt Stockholms innerstad (streckad linje). Utöver detta visas en intensitetskarta för antalet verksamheter. Kartan visar tydligt hur avgränsningen samspelar med vart verksamheterna faktiskt ligger. Utanför stadskärnan finns vissa områden med hög densitet (många verksamheter) som inte inkluderas i stadskärnan på grund av antingen en brist på boende i området eller att avståndet till den övriga stadskärnan är för stort.

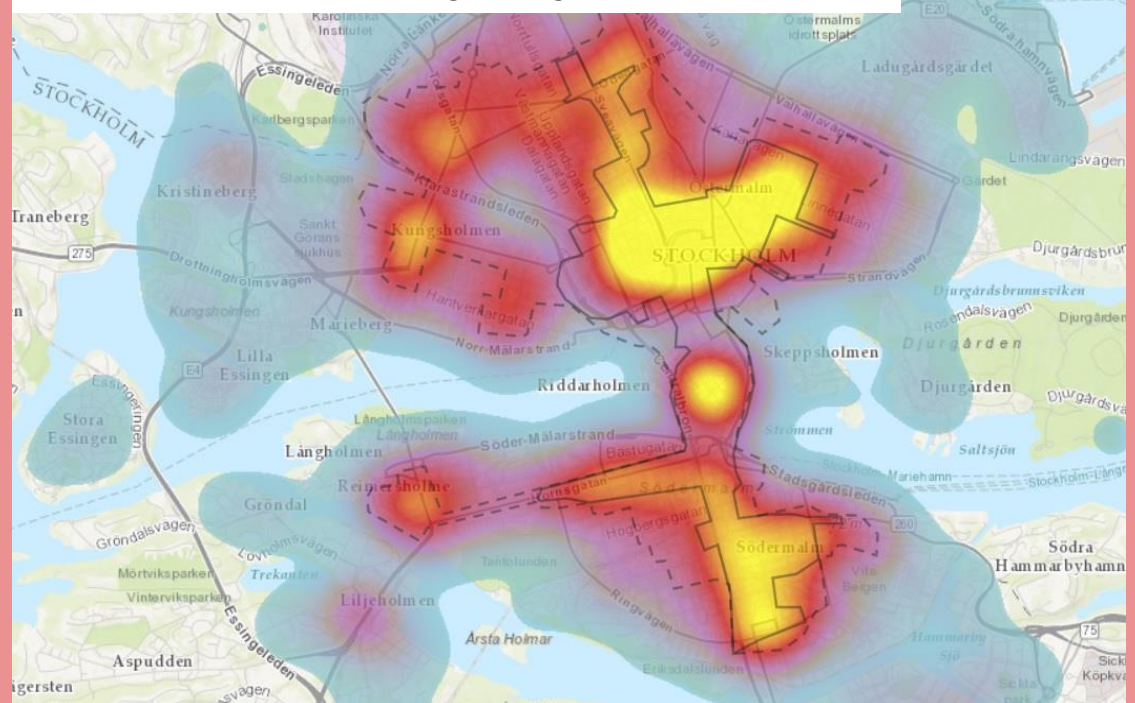
Densitet av verksamheter i Stockholm



Densitet av boende i Stockholm



Densitet av verksamheter samt avgränsning Stockholm stadskärna



Rikets utveckling 2017-2018



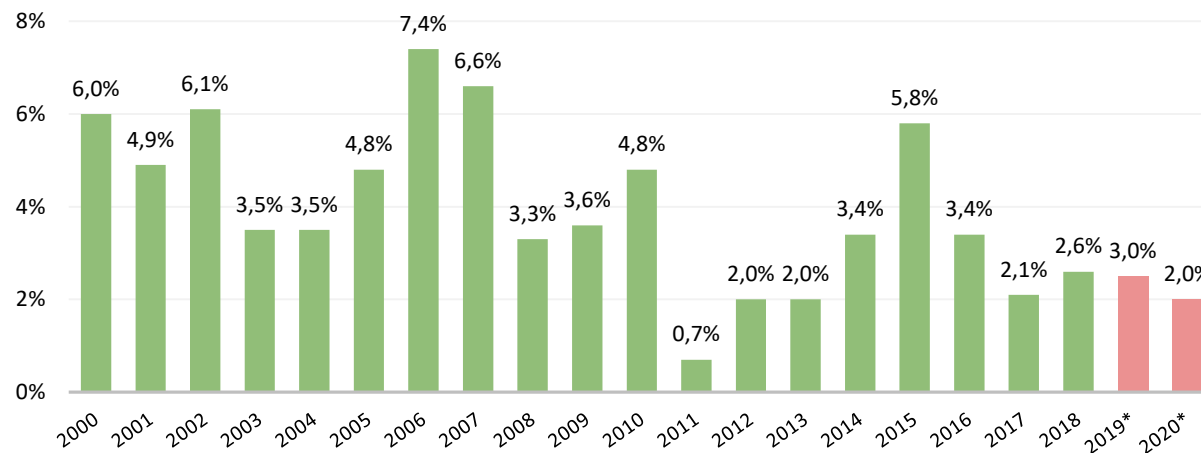
Detaljhandel

Detaljhandelns tillväxt mätt i löpande priser summerades till 2,6 procent avseende 2018. Dagligvaruhandeln växte med 3,6 procent och sällanköpsvaruhandeln med 1,9 procent. Inom sällanköpsvaruhandeln var optikhandeln den stora vinnaren med en stark tillväxt om 8,6 procent. En bransch som under en länge period utvecklats starkt. Även bygg- och järnhandeln bidrog starkt till tillväxten inom sällanköpsvaruhandeln och ökade med nära 4 procent. En bransch som hade en fortsatt tuff utveckling under året var beklädnadshandeln. Beklädnadshandeln har kommit långt i den strukturomvandling som digitaliseringen innebär med växande e-handel och ökad internationell konkurrens. Samtidigt påverkas branschen av ett förändrat konsumentbeteende med ökat fokus på hållbarhet och andra saker som upplevelser och hemmet. Beklädnadshandeln backade med 1,8 procent.

E-handeln fortsatte att ta marknadsandelar under 2018 och näthandeln inom detaljhandeln uppgick till 77 miljarder kronor 2018, en ökning om 15 procent jämfört med året innan. E-handels marknadsandel uppgick därmed till knappt 10 procent. Böcker, hemelektronik och beklädnad har särskilt stora e-handelsandelar medan branscher som livsmedel, apotek och möbler än så länge har en förhållandevis blygsam andel. De sistnämnda branscherna växer dock mycket fort på nätet, vilket är en stark indikation på detaljhandelns strukturomvandling.



Detaljhandelns omsättningstillväxt 2000-2020 mätt i löpande priser



Källa: SCB och HUI. *=Prognos från Detaljhandelns konjunkturrapport, HUI.



E-handel 2018

77 mdkr
(+15 procent)

Rikets utveckling 2017-2018



Restaurang, hotell och kommersiell service

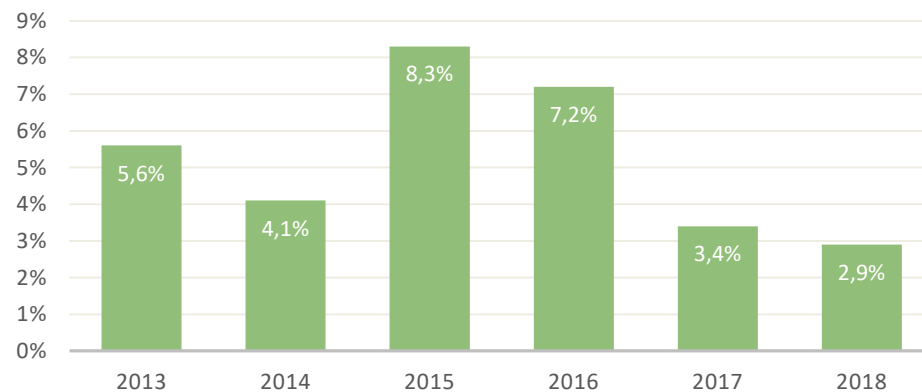
Restaurangnäringen fortsatte att utvecklas positivt under 2018 och växte med 2,9 procent. Detta är något svagare än 2017 års tillväxt om 3,4 procent. Ökningen under 2018 berodde framför allt på prisökningar. Volymen hade nämligen en negativ utveckling och minskade med 0,2 procent. Restaurangnäringens tillväxt har under ett antal år drivits av sänkt restaurangmoms (infördes 2012), högkonjunktur, ökat intresse att äta ute samt befolknings- och prisökningar, men det blir allt tydligare att tillväxten är på väg att mattas av.

Hotellbranschen gynnades av den globala ekonomins återhämtning, vilket generellt sett innebär ett ökat resande. Antalet gästnätter i Sverige uppgick till 65 miljoner under 2018, en ökning med 3 procent jämfört med föregående år. Majoriteten av ökningen härstammar likt föregående år från icke nordiska länder, dock har antalet nordiska gästnätter i Sverige ökat för första gången sedan 2015. Om gästnätterna fördelas per land hamnar Norge i topp följt av Tyskland. Under 2018 ökade antalet gästnätter från USA med 9 procent, medan de under 2017 ökade med hela 44 procent. Kina står för den kraftigaste tillväxten under perioden 2010-2017 med 230 procent, gästnätterna minskade dock med 3,4 procent under 2018.

Kommersiell service (till exempel biografer, gym och frisörer) är en bransch med knapphändigt dataunderlag. Det finns dock starka indikationer på att exempelvis gym, skönhetsvård, resor och upplevelser ökat under de senaste åren.

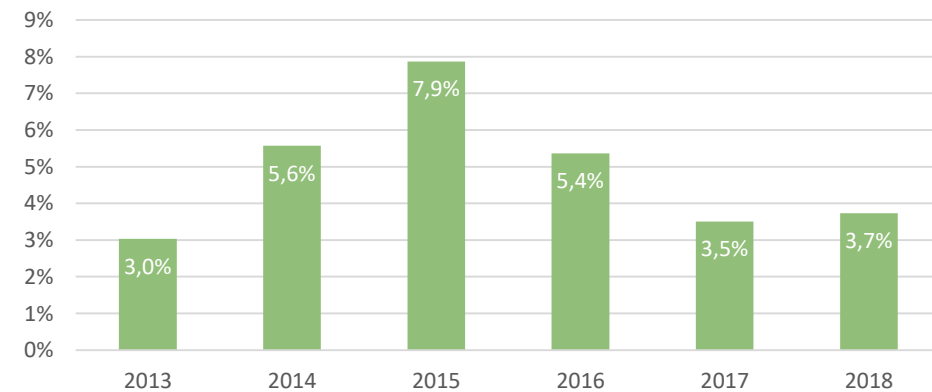


Restaurangnäringens omsättningstillväxt 2013-2018



Källa: SCB/Restaurangindex. Löpande priser.

Gästnattsutveckling på svenska hotell



Källa: SCB Inkvarteringsstatistiken

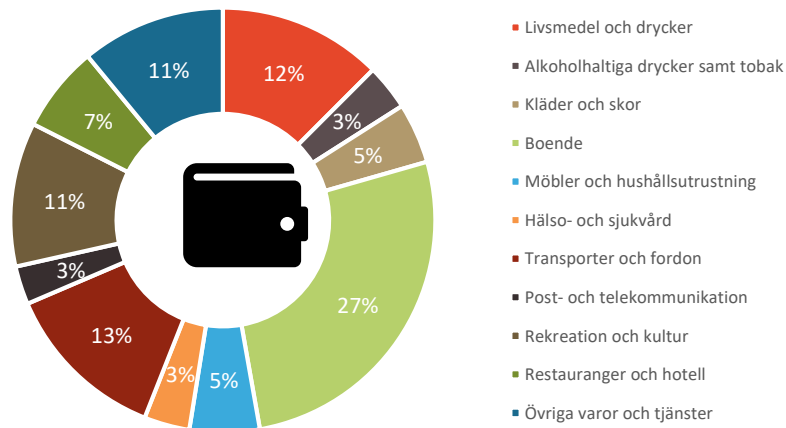
Handelsbalansen

Vad hushållen gör med sina pengar kan grundläggande delas in i hushållens sparande respektive konsumtion. Ungefär en fjärdedel av hushållens konsumtion läggs på bostaden, vilket också är den största utgiftsposten. Denna har dock minskat något under de senaste åren på grund av låga räntor. En tredjedel av omsättningen läggs inom detaljhandeln där livsmedel är den största posten.

Den svenska detaljhandeln kan delas in i olika delar utifrån vart köpet sker. Stadskärnornas andel av den svenska detaljhandeln uppgår till 15 procent. Andelen externhandel som är försäljningen i köpcentrum och handelsområden utanför stadskärnan har växt under en längre tid och står nu för 34 procent av detaljhandelsomsättning. E-handeln som växer snabbt men fortfarande är relativt liten står för 10 procent och den övriga fysiska handeln står för en minskande men fortsatt betydande andel om 42 procent. Den övriga fysiska handeln utgörs av glest klustrad butikshandel och enskilda butiker. I storstäderna finns ofta flera stadsdelscentrum som på många sätt motsvarar stadskärnans egenskaper och densiteter.

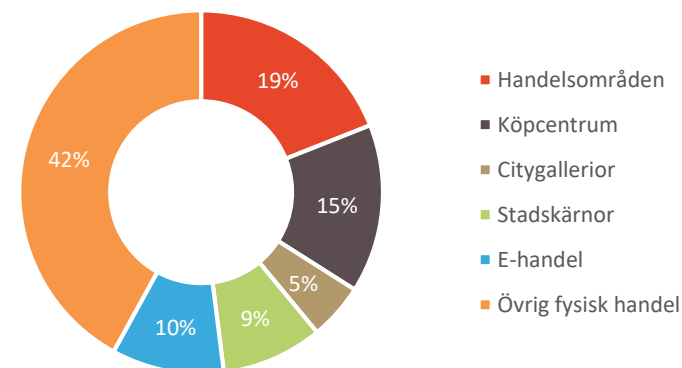


Hushållens konsumtionsposter 2018



Källa: SCB. Fasta priser.

Total detaljhandelsomsättning fördelad per försäljningskanal 2018



Källa: Handeln i Sverige, SSCD, E-barometern

Omsättningsutveckling 2017-2018

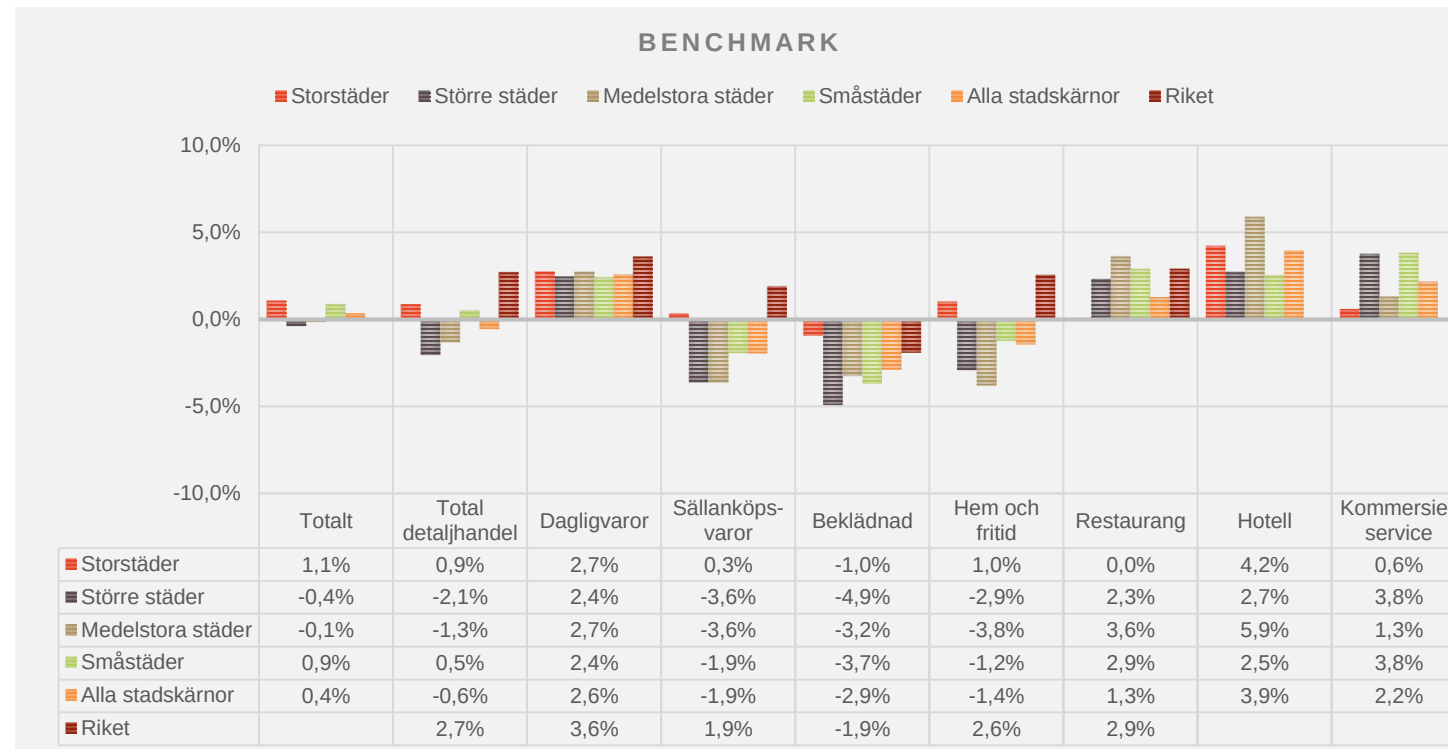
Vinnar- och förlorarbransch i Sveriges stadskärnor



Hotell



Beklädnad



Omsättning per bransch 2018 MdrKr

Antal verksamheter 2018

37



Dagligvaror

1 600

28



Beklädnad

2 800

52



Hem & fritid

4 900

35



Restaurang

4 900

17



Hotell

430

10



Kom. service

5 300

Omsättning inklusive moms 2018 (mdkr)

117 Mdr



Omsättning
detaljhandel

179 Mdr



Total omsättning

20 000



Totalt antal
verksamheter



Antal anställda per bransch 2018

11 100



Dagligvaror

15 600



Beklädnad

23 400



Hem & fritid

36 900



Restaurang

11 400



Hotell

9 300



Kom. service

108 000



Totalt antal
anställda



Stadskärnornas utveckling

Under 2018 växte omsättningen i de svenska stadskärnorna med 0,4 procent. Tillväxten var alltså svagt positiv i löpande priser jämfört med året innan. Hotell, kommersiell service samt café och restaurang drev utvecklingen i de svenska stadskärnorna medan detaljhandeln uppvisade en svagare utveckling.

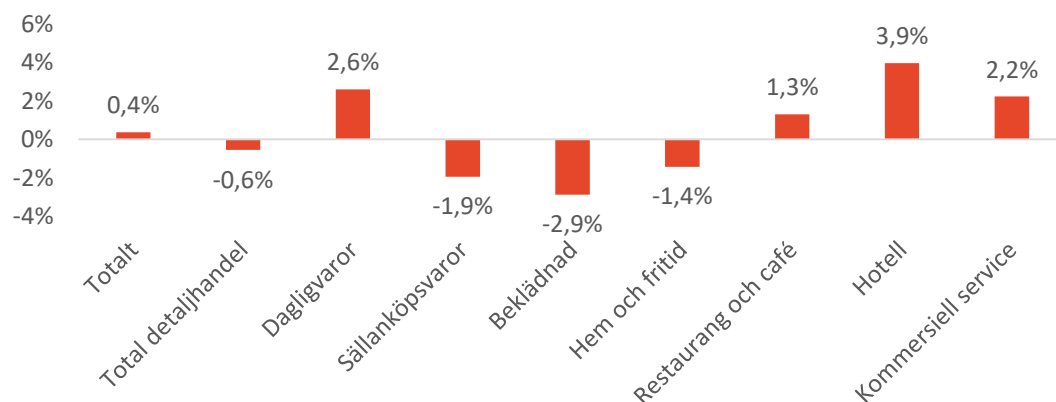
Detaljhandeln har länge varit motorn i svenska stadskärnor och en av de stora anledningarna till att många besökt stadskärnan. Detaljhandeln i stadskärnan befinner sig dock under viss press. Under 2018 tappade detaljhandeln 0,6 procent. Av detaljhandelns delbranscher uppvisade sällanköpsvaruhandeln en negativ utveckling, -1,9 procent, medan dagligvaruhandeln ökade med 2,6 procent. I sällanköpsvaruhandeln var det beklädnad, som är försäljningen av kläder och skor, som hade det tuffast och tappade hela 2,9 procent medan hem och fritid, som är övrig sällanköpsvaruhandel i form av exempelvis möbler, heminredning, elektronik och apotek, tappade 1,4 procent.

Restaurang- och caféhandeln har under en längre tid haft en positiv utveckling i riket drivet av en ökad vilja att äta ute samtidigt som en stark ekonomi har gett lite mer utrymme i många plånböcker. Detta syns även i stadskärnorna. Under 2018 växte restaurang- och caféförsäljningen i svenska stadskärnor med 1,3 procent, att jämföra med riket som ökade med 2,9 procent.

Hotellbranschen gynnas av en ökad besöksnäring, både inhemsk och utländsk. Turismen till Sverige fortsätter att öka och har dessutom fått en extra knuff av en billig svensk krona. För svenska konsumenter har upplevelser blivit allt viktigare, vilket gynnar hotellbranschen. Båda dessa faktorerna har bidragit till att det under de senaste åren har etablerats en mängd hotell av olika karaktär framför allt i storstadsregionerna, men även på andra platser. I många hotell finns dessutom ofta en restaurang som lockar besökare. Detta kombinerat bidrog till att hotellomsättningen i stadskärnorna växte med 3,9 procent under 2018.

Medan detaljhandeln har tappat något i konkurrenskraft har andra branscher växt desto mer. En av dessa är kommersiell service som innefattar allt från frisörer, kemtvättar och skräddare till gym och lasergame. Den kommersiella servicen växte med 2,2 procent i svenska stadskärnor, vilket visserligen är en avmattning jämfört med tidigare år men ändå är en tillväxt som bidrar till att hålla stadskärnorna levande.

Stadskärnornas omsättningsutveckling 2017-2018



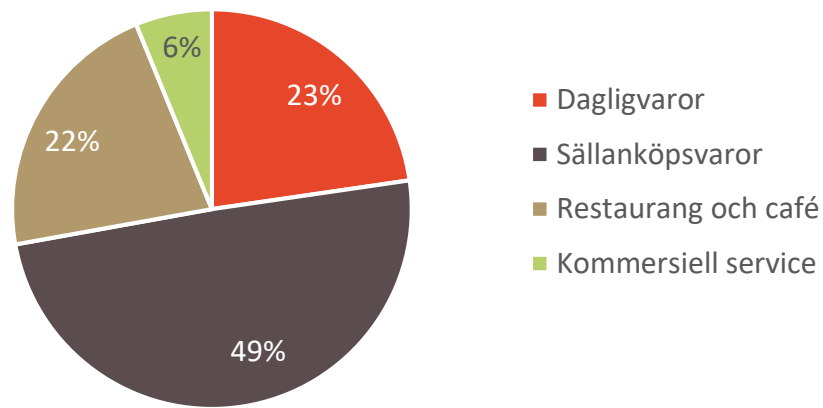
Stadskärnornas detaljhandelsomsättning och utveckling

	Omsättning 2018 (mdrkr)	Utveckling 2017-2018 (mdrkr)	Utveckling 2017-2018 (%)
 Dagligvaror	36,8	+0,9	+2,6%
 Sällanköpsvaror	80,2	-1,6	-1,9%
 Totalt	117,0	-0,7	-0,6%

Stadskärnornas innehåll

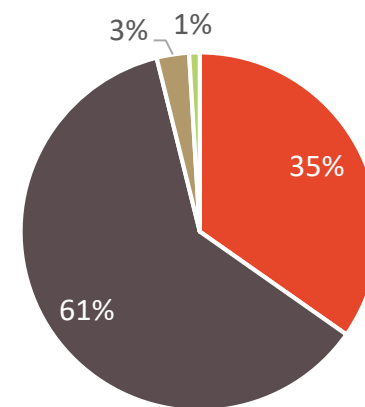
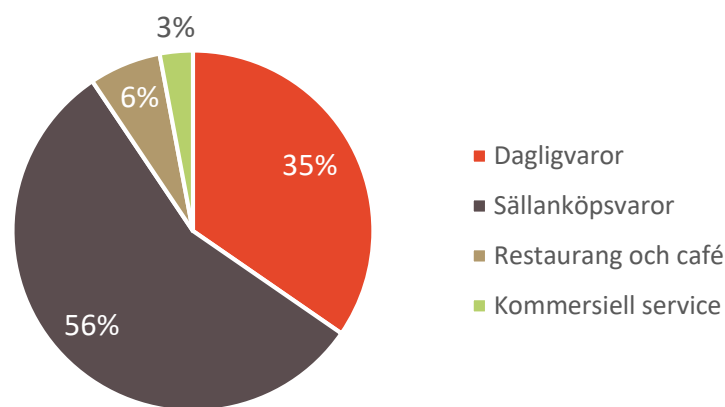
Jämförs stadskärnans fördelning av omsättning inom olika branscher med den i köpcentrum och handelsområden så syns det några stora skillnader. Dagligvaruhandeln är betydligt mindre i stadskärnan jämfört med andra handelsplatser. Detta beror till stor del på att externa handelsplatser i många fall inhyser stora dagligvarukoncept med hög omsättning. Dessa hamnar här eftersom de kräver stora effektiva lokaler med lägre hyra och tillgång till effektiv kommunikation och logistik. Även sällanköpsvaruhandeln har en lägre andel i stadskärnorna än övriga handelsplatser, även om skillnaden är mindre. Den största skillnaden är dock att stadskärnor har en betydligt högre andel restaurangförsäljning än andra handelsplatser och dessutom har den kommersiella servicen en mer betydande andel. Att stadskärnor har ett bredare utbud bidrar till att inte göra dem lika känsliga när enskilda branscher har det tufft. Dessutom kan ett brett utbud från flera branscher bidra till att locka besökare som gynnar även andra, mindre, branscher.

Branschernas fördelning i stadskärnor efter omsättning, löpande priser 2018



Källa: HUI och SSCD.

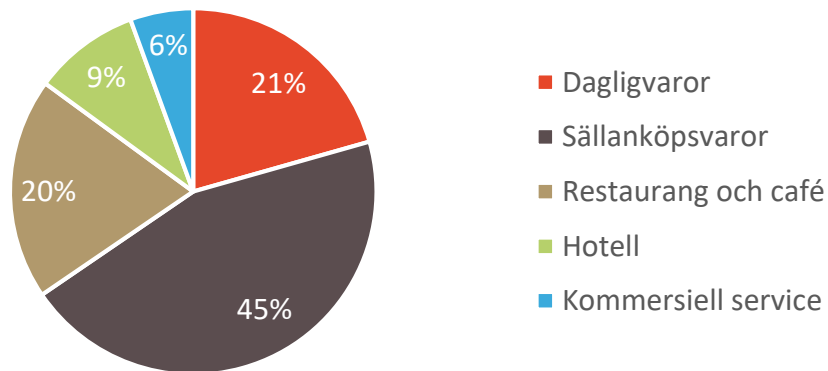
Branschernas fördelning i köpcentrum (tv) och handelsområden (th) efter omsättning, löpande priser 2018



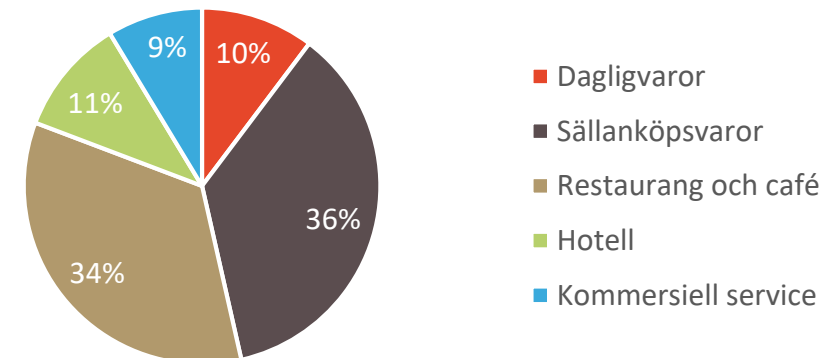
Stadskärnornas sysselsättning

Stadskärnan är också en viktig arbetsplats. Förutom kontor så bidrar de kommersiella verksamheterna med en mängd arbetstillfällen. Under 2018 arbetade runt 108 000 i butik, restaurang och café, på hotell eller med någon kommersiell service i svenska stadskärnor. Allra flest (50 000 personer) jobbar inom handeln där den största andelen, 36 procent, arbetar inom sällanköpsvaruhandeln medan 10 procent arbetar i dagligvaruhandeln. Drygt en tredjedel, 34 procent, arbetar på restauranger och caféer. Kommersiell service är relativt personalintensiv då 9 procent är anställda inom denna bransch.

Branschernas fördelning i stadskärnor efter omsättning
2018



Branschernas fördelning i stadskärnor efter antal
anställda, 2018



Stadskärnorna som växte mest 2018



Sandviken uppvisade högst omsättningstillväxt bland Sveriges samtliga stadskärnor år 2018. Omsättningen i Sandvikens stadskärna ökade med 11,4 procent jämfört med år 2017. I flera av stadskärnorna på topp 10-listan har det etablerats en eller flera aktörer, vilket bidragit till den positiva utvecklingen i stadskärnan. I övriga städer är det ofta en växande dagligvaruhandel som har bidragit till den positiva utvecklingen. Flera av de städer som växer snabbast är små. Detta gör att även relativt små förändringar får stort utslag.

Topp 10, omsättningsutveckling samtliga Sveriges stadskärnor

	Stadskärna	Omsättningsutveckling
1	Sandviken	11,4%
2	Kinna	5,6%
3	Varberg	5,4%
4	Höganäs	5,3%
5	Svedala	5,3%

	Stadskärna	Omsättningsutveckling
6	Höör	4,2%
7	Vallentuna	4,2%
8	Nybro	4,1%
9	Norrtälje	4,0%
10	Ängelholm	3,9%

Stadskärnorna som växte mest 2018



Eftersom många av de städer som växer snabbast är små får även mindre förändringar en stor påverkan. Därför redovisas nedan även topplistor för de städer som ligger i kommuner med över 50 000 invånare och för de städer som ligger i de befolkningsmässigt största kommunerna. I stadskärnor med en befolkning över 50 000 invånare kommer Varberg på första plats med en total tillväxt om 5,4 procent. På listan över de 15 största städerna toppar Gävle med en total tillväxt om 2,4 procent. Topplistan för de största städerna har generellt lägre tillväxttal än de övriga. Noterbart här är att storstäderna Göteborg och Malmö är med på topplistan medan Stockholm ligger precis utanför på sjätte plats.

Stadskärnor i kommuner med färre än 50 000 invånare

	Stadskärna	Omsättningsutveckling
1	Sandviken	11,4%
2	Kinna	5,6%
3	Höganäs	5,3%
4	Svedala	5,3%
5	Höör	4,2%

Stadskärnor i kommuner med över 50 000 invånare

	Stadskärna	Omsättningsutveckling
1	Varberg	5,4%
2	Norrtälje	4,0%
3	Skövde	3,3%
4	Gävle	2,4%
5	Östersund	2,3%

Av de 15 största kommunerna efter befolkning

	Stadskärna	Omsättningsutveckling
1	Gävle	2,4%
2	Göteborg	1,7%
3	Borås	1,6%
4	Malmö	1,4%
5	Lund	1,4%

Småstäder exkluderade

Sammanfattning och tips

Våra nya konsumtionsmönster gör att stadskärnan förändras. Många stadskärnor ser över hur de ska kunna erbjuda rätt utbud. Förändring är en naturlig del av stadsutveckling, det är så våra städer har utvecklats genom alla tider. Ny efterfrågan driver utveckling.

Försäljningen i de svenska stadskärnorna ökade med 0,4 procent under 2018. Hotell var den bransch som växte starkast med en tillväxt om nästan fyra procent. Hotell gynnas av en ökad turism men tillväxten drevs också av nyetablerade och utvecklade hotellkoncept i framför allt storstäderna. Kommersiell service och dagligvaruhandel växte med 2,4 respektive 2,2 procent genom att på olika sätt erbjuda en konsumentnära service.

Detaljhandelsförsäljningen i de svenska stadskärnorna uppgick till 117 miljarder kronor, vilket innebär att nästan var sjätte detaljhandelskrona spenderades i stadskärnorna under 2018. Dock hade beklädnadshandeln samt hem- och fritidshandeln det tufft under året. Modebranschen tappade mest, till stor del på grund av ett förändrat konsumentbeteende med ett minskat intresse för dessa varor samtidigt som konkurrensen från andra kanaler som köpcentrum, handelsområden och e-handel är hård.

Framtidens stadskärna hittar vi om vi tittar i backspegeln. Innan handeln flyttade till stora lokaler, köpcentrum och externa handelsområden var den koncentrerad till mindre butiker nära konsumenten och hade ett stort fokus på service. Med tiden tog större, mer effektiva butiker med ett större utbud över. I takt med att allt fler köp idag sker på nätet och att upplevelser blir allt viktigare tyder mycket på att framtidens stadskärna i mycket kommer att återfå den form den hade före externhandels och köpcentrums intåg. Med örat mot marken gällande vad konsumenterna i staden efterfrågar, med mötesplatser och upplevelser, med goda kommunikationer och närhet till alla typer av samhällsservice har stadskärnan goda förutsättningar att spela en viktig roll även i framtiden. Samtidigt innebär förändringarna en hel del utmaningar för aktörer som tillhör de verksamhetskategorier som stadskärnan allt mer lämnar bakom sig.

Tips för stadskärnor

- ✓ Gemensam vision
- ✓ Fungerande samverkan
- ✓ Ledning (med mandat)
- ✓ Beslutsunderlag
- ✓ Utvecklingsplan
- ✓ Resurser



CITY
INDEX

För mer information om Cityindex klicka [här](#) eller kontakta:

Anna Wiking, näringspolitisk chef Fastighetsägarna Syd
070-955 31 32, anna.wiking@fastighetsagarna.se

Helena Olsson, chef stadsutveckling och samhälle Fastighetsägarna Stockholm
070-520 81 10, helena.olsson@fastighetsagarna.se

Christina Friberg, expert stadsutveckling Fastighetsägarna MittNord
070-349 91 25, christina.friberg@fastighetsagarna.se

Anna Liljenby, expert stadsutveckling Fastighetsägarna GFR
070-955 60 34, anna.liljenby@fastighetsagarna.se

För frågor om undersökningen:

Josef Gäreskog, analytiker HUI Research
070-260 80 81, josef.gareskog@hui.se