

CITYKLIMATET

2017



Innehållsförteckning

Några definitioner	s. 3
Nationell utveckling	s. 9
Region SYD	s. 25
Region GFR	s. 82
Region Mittnord	s. 161
Region Stockholm	s. 197

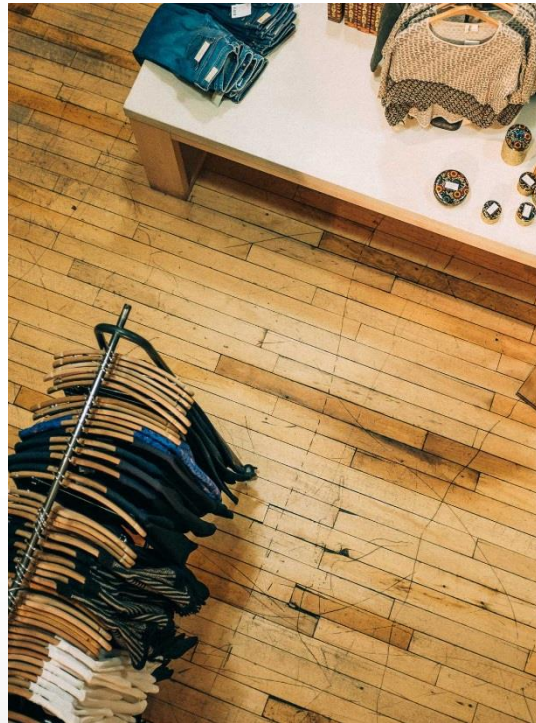


Foto förstasidan: unsplash.com/@heftiba

Foto sid 2: unsplash.com/@randomlies; unsplash.com/@danielcgold; unsplash.com/@kfred

Några definitioner

Tillvägagångssätt

Arbetet med Cityklimatet tar sin utgångspunkt i den offentliga statistiken och avser att spegla storlek och strukturförhållanden i ett 60 tal stadskärnor runt om i ett antal städer i Sverige.

Arbetet inleds med att göra ett urval av samtliga kommersiella verksamheter som finns belägna inom de geografiska avgränsningarna i respektive stadskärna. Avgränsningarna utgår ifrån definitioner av vad en stadskärna är och har gjorts i samarbete mellan WSP och Fastighetsägarna.

Den regionala omsättningsstatistiken baseras på den moms som företag redovisar till Skatteverket och ger WSP tillgång till uppgifter kring omsättning på branschnivå, antal anställda samt antal arbetsställen i respektive stadskärna. SCB:s material är behäftat med en del osäkerhet varför mycket av det efterföljande arbetet består i att kvalitetsgranska, -säkra, och/eller korrigera brister och direkta felaktigheter. Potentiell osäkerhet beror oftast på en enskild eller en kombination av orsaker såsom ägarbyten, ombildning av bolagsform, konkurser, nyetableringar, branschbyten, eftersläpningar i skatteredovisning (vissa bolagsformer) eller revideringar genomförda av SCB. Arbetet kräver intuition och kunskap om såväl statistiken som olika städer samt tillgång till alternativa källor vilka kan ge en kompletterande bild av den lokala situationen.

I praktiken innebär arbetet att WSP utifrån omsättningsstatistiken söker efter stora lokala avvikelser i omsättningsutveckling på branschnivå. I princip samtliga företag i berörda branscher granskas utifrån alternativa källor för att upptäcka och efter bästa förmåga rätta till de brister vilka på olika sätt påverkar kvaliteten hos den offentliga statistiken.

När brister kan påvisas eller beläggas via andra källor, exempelvis konkurser, tar WSP bort företagets omsättning och anställda från den offentliga statistiken. Andra gånger, lägger WSP, på samma sätt, på företagets omsättning och anställda på den offentliga statistiken. Resultatet blir att Cityklimatets nivåer för omsättning, anställda och företag avviker från de nivåer som SCB anger. Kvalitetssäkringsarbetet innebär därför att Cityklimatet i slutändan håller en högre kvalitet än ursprungsdata från SCB.

När väl ett kvalitetssäkrat nuläge etablerats och granskats sammanställs data i en tabell som sammanfattar nuläget för olika branscher i olika kommuner. Därefter vidtar en process med att beräkna tidsserier för huvudbranscherna. För att göra detta utgår WSP alltid ifrån att det senaste året är det mest korrekta. Nya nivåer för de föregående åren beräknas utifrån nuläget och tillväxttakten mellan detta och de föregående åren. Därmed skapas konsistenta men också reviderade tidsserier varje år. En jämförelse mellan de nya tidsserierna och föregående års tidsserie görs sedan för att bedöma variationen i nivå mellan åren. I ett sista steg paketeras allt till den rapport ni nu håller i händerna.

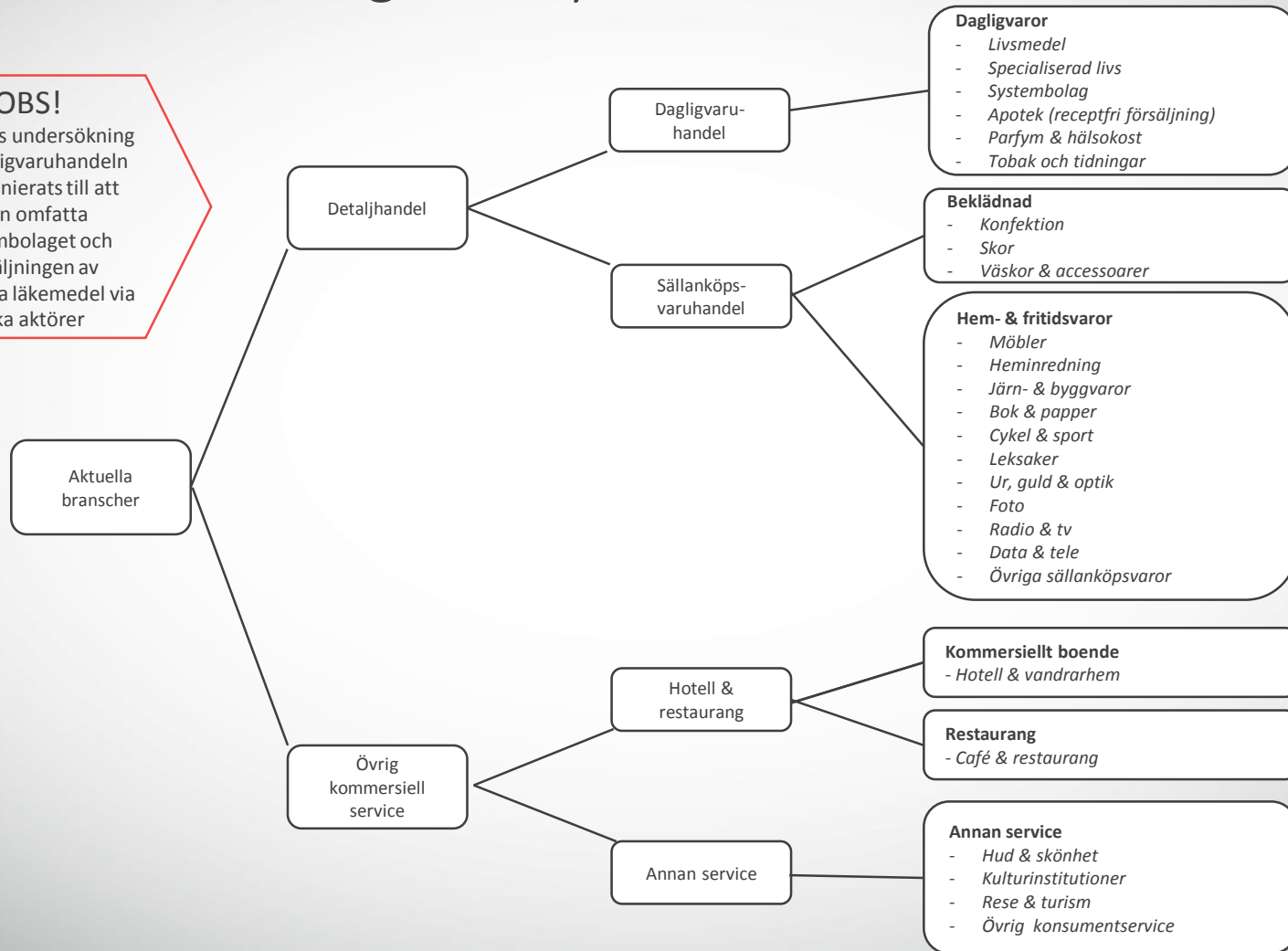
Stockholm den 24 augusti 2017

Ulf Rämme

Vilka branscher ingår i Cityklimatet?

OBS!

I 2017 års undersökning har dagligvaruhandeln omdefinierats till att även omfatta Systembolaget och försäljningen av receptfria läkemedel via olika aktörer



Nyckeltal och definitioner

Variabel	Definition
Butiker/arbetsställen	Genomsnittligt antal arbetsställen/butiker per bransch de senaste två åren.
Antal anställda	Antal anställda per bransch under aktuellt år. Justeringar kan förekomma.
Förändring antal anställda	Förändring av antal anställda sedan föregående år i absoluta tal.
Marknadsandel	Omsättning per bransch i stadskärnan dividerat med omsättning per bransch i aktuell kommun. Procent.
Omsättning	Omsättning per bransch i mkr. Justerat för felaktigheter som kan förekomma. Löpande priser inklusive moms.
Omsättningsutveckling	Omsättningsutveckling per bransch sedan föregående år. Procent.
Befolkning (natt)	Antal boende inom gångavstånd (1 000 meter) från central punkt i aktuell stadskärna.
Befolkning (dag)	Antal arbetande inom gångavstånd (1 000 meter) från centralpunkt i aktuell stadskärna.
Framtidsindikator	Prognos för köpkraftens utveckling i aktuell kommun relativt riket under den kommande femårsperioden. Prognosen baserar sig på en nationellt enhetlig befolkningsprognos genomförd av WSP inom ramen för Statens Långtidsutredning 2015.
Stadskvalitet	Kartorna visar tillgång till urbant utbud, dvs hur många verksamheter som besökaren når, inom 200 m från varje given punkt i aktuell stadskärna. Alla kartor är i skala 1:15 000 vid utskrift i A4 format.

Hur kan en stadskärna avgränsas och definieras

En robust definition

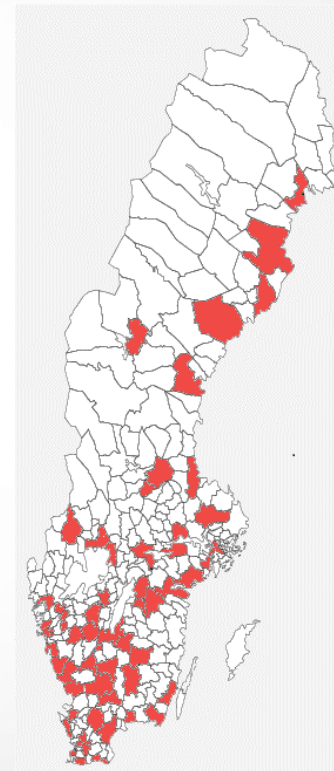
Vad är en stadskärna? Frågan är intressant därför att någon exakt och stringent vetenskaplig definition inte finns. Tvärtom, frågar man människor på stan vad som kännetecknar och avgränsar en stadskärna finns en överhängande risk att frågeställaren får lika många uppfattningar som människor hen frågar. Stadskärnan definieras ofta utifrån historiska anor, emotionella och/eller erfarenhetsmässiga bedömningar, fysiska eller funktionella egenskaper eller operationella överväganden. Kort sagt, utgångspunkterna är många och någon enhetlig definition finns inte.

WSP har i rapporten Cityklimatet kartlagt detaljhandels och servicenäringarnas struktur och utveckling i knappt 60 stadskärnor, stora som små, runt om i Sverige sedan 2009/2010. Den definition som WSP arbetat utifrån baserar sig på en kombination av funktionella egenskaper, fastighetsekonomiska parametrar och stadsbyggnadsmässiga kvaliteter, vilka tillsammans ligger till grund för en stringent geografisk avgränsning av stadskärnan i respektive stad. I vissa städer har även operativa överväganden utgjort en grund för avgränsningen. Definitionen utgår ifrån följande

Funktionella egenskaper

Stadskärnan är de områden av staden där *densitet*, *branschdiversifiering* och *stråkintensitet* är störst. I praktiken innebär detta de delar där en övervägande majoritet av arbetsplatser, handel, service, kulturinstitutioner och offentliga myndigheter är belägna, dvs ett område som tillgodoser flera målgruppers behov av såväl enklare som mer specialiserade tjänster.

Vilka städer täcker cityklimatet?



Stadskärnans innehåll och geografiska utbredning

En robust definition

Fastighetsekonomiska parametrar

Lokalbrist och hög konkurrens om lokaler bidrar, tillsammans med de funktionella egenskaperna, till att de centrala delarna av staden upplevs som mycket attraktiva. Följaktligen kännetecknas stadskärnan av att hyresnivåerna (och fastighetsvärdena) för kommersiella näringar och kontor är bland de högsta i den aktuella staden.

Stadsbyggnadsmässiga kvaliteter

Stadskärnan avgränsas geografiskt av fysiska barriärer såsom vattendrag, järnvägar, större vägar, parker och/eller topografiska förhållanden.

I de perifera delarna sker en successiv utglesning av kommersiella verksamheter och service samt en övergång till bostadskvarter. Detta innebär att i takt med stigande avståndet till den absoluta kärnan avtar stråktäthet och densitet varför en buffertzona, som huvudsakligen saknar aktiviteter i gatuplan, skapas och fungerar som en mental barriär. På längre sikt har denna zon, genom nära anslutning till den befintliga stadskärnan, potential att utvecklas i takt med stadens utveckling.

Den moderna stadskärnan är ofta geografiskt näraliggande den historiska staden och de mest centrala delarna av stadskärnan är ofta föremål för starkt trafikreglerade åtgärder såsom gånggator, gångfartsgator eller totalt bilförbud.

I denna undersökning har WSP inte fullt ut kunnat tillämpa denna stringenta definition. Anledningen till detta är att vi i vissa städer varit tvungna att ta hänsyn till operativa överväganden.

Lyckligtvis har dessa operativa överväganden pekat ut en vision om framtida riktning i vilken stadskärnan bör expandera. Av denna anledning har de områden som tagits med av operativa anledningar i många fall saknat kommersiellt utbud av större omfattning varför dessa områden inte haft någon avgörande påverkan på stadskärnans omsättningsnivå.

Hög urban kvalitet ges av hög täthet samt variation

Kartorna över de medverkande städerna visar städernas variation av kommersiella verksamheter och service inom 200 meter från vilken given punkt som helst i staden. Ju större täthet och variation desto starkare urbana kvaliteter har besökaren tillgång till.

Studerar kartor och nyckeltal över medverkande städer under alla år framgår att stadskärnorna varierar betänkligt i täthet, geografisk storlek samt utbudets storlek och differentiering. Här finns i huvudsak ett positivt samband mellan folkmängd och diversifiering. Små kommuner har ofta små stadskärnor med låg täthet, svagt utbud och låg differentiering. Situationen är samtidigt den omvända i de större kommunerna.

Nationell utveckling

Detaljhandelns tillväxt och utmaningar

Den fysiska detaljhandeln, inklusive Systembolag och försäljning av receptfria läkemedel, i Sverige omsatte omkring 735 miljarder kronor år 2016. Sedan år 2003 har detaljhandeln genomgått såväl hög- som lågkonjunktur. Tillväxten följer den allmänna konjunkturen och fluktuerar under årets olika månader. Med undantag för några månader kring årsskiftet 2008/2009, då lågkonjunkturen var som djupast, har tillväxten, i huvudsak varit positiv under den efterföljande perioden.

Det är svårt att göra en långsiktig bedömning av detaljhandelns framtida utveckling. Då tillväxten i huvudsak drivs av hushållens konsumtion kan en utgångspunkt därför vara hur denna förväntas utvecklas över tid. År 2016 konsumerade svenska hushåll detaljhandelsvaror för 635 miljarder kronor. Under de kommande 20 åren förväntas hushållens konsumtion av detaljhandelsvaror öka med i genomsnitt 2,7 procent per år i 2016 års penningvärde. Detta innebär att detaljhandelskonsumtionen förväntas uppgå till omkring 1 025 miljarder kronor år 2035.

Detaljhandeln har sedan inledningen av 2000-talet alltmer utsatts för konkurrens från e-handeln. År 2016 omsatte e-handeln med daglig- och sällanköpsvaror drygt 63 miljarder kronor vilket innebär att e-handeln stod för drygt 8 procent av detaljhandelns omsättning. Under den senaste femårsperioden har tillväxten i e-handeln legat omkring 17 procent per år vilket är avsevärt mer än tillväxten i den fysiska handeln.

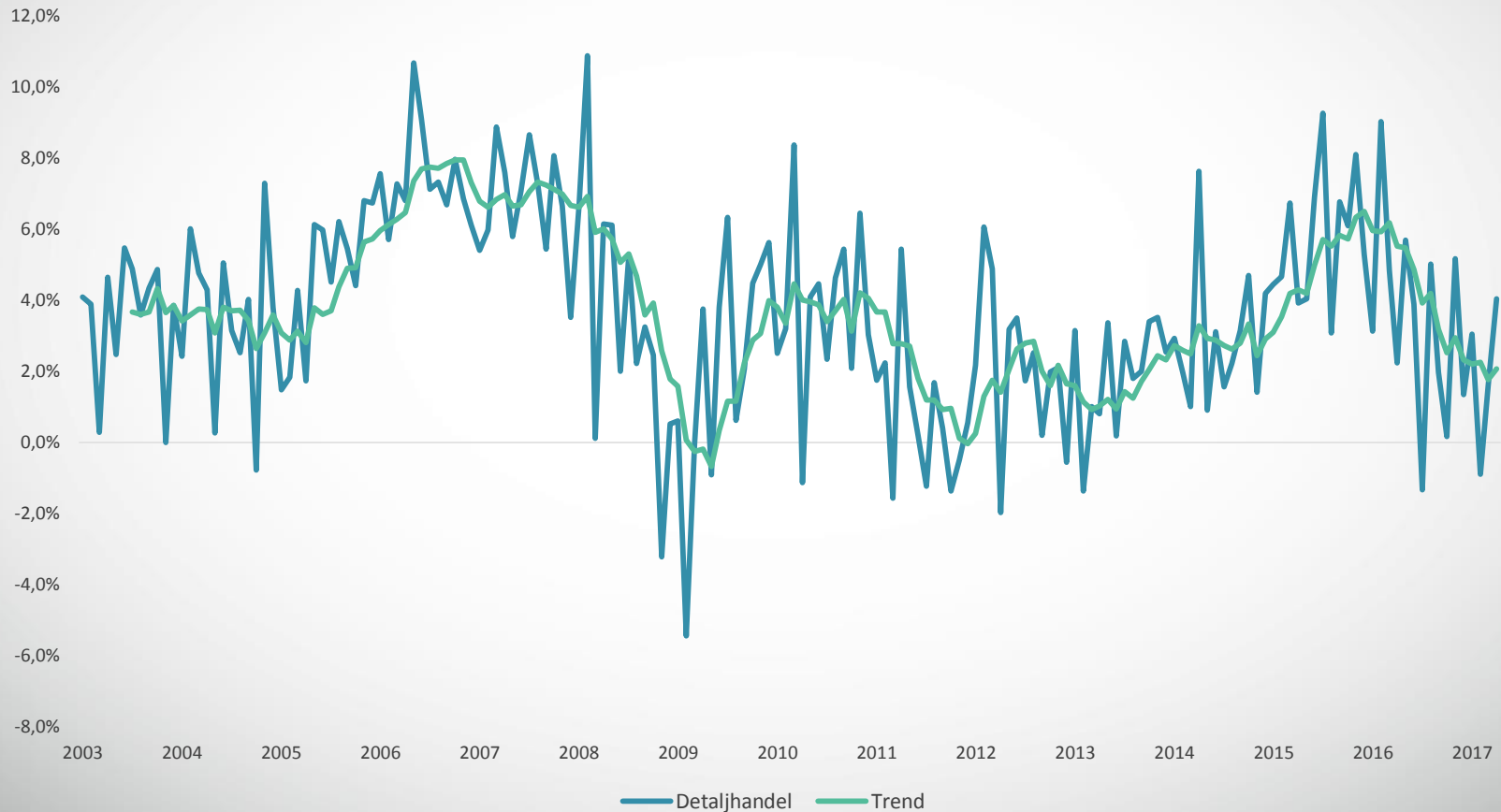
E-handeln har hittills berört branscher som till stor del återfinns i stadskärnor och/eller i externa gallerior/köpcentrum. Branscher som kläder, skor, hemelektronik, optik, böcker och media var tidiga med att införa den nya tekniken vilket med stor sannolikhet påverkade förutsättningarna för handeln i stadskärnorna. Andra branscher som möbler, heminredning, järn och bygg, sport, leksaker inledde sina satsningar på e-handel något senare och följaktligen har deras påverkan på den fysiska handeln inte kommit lika långt. Detsamma kan sägas gälla dagligvaruhandeln där omfattande satsningar initierats först på senare år. Tillväxten har dock varit hög då e-handeln med dagligvaror ökat från omkring en miljard kronor år 2010 till drygt 5 miljarder kronor fem år senare.

Under överskådlig framtid bedöms både den fysiska handeln och e-handeln fortsätta växa i takt med att nya företag introducerar tekniken och äldre aktörer uppdaterar och breddar sina e-handelslösningar. År 2035 bedöms e-handels andel uppgå till mellan 13-15 procent, dvs omkring 170 miljarder kronor. Dagligvaruhandeln bedöms få en starkare tillväxt än sällanköpsvaruhandeln eftersom den ökar från en relativt blygsam nivå men i volym förväntas sällanköpsvaruhandeln vara fortsatt störst.

Utöver denna teknikdrivna förskjutning av konsumtionsmönstren finns även en mer långsiktig förskjutning av konsumtionsmönstren som är att hänföra till en stigande levnadsstandard. Basal konsumtion av dagligvaror och boende har sedan mitten av 1970-talet ersatts av en ökad konsumtion av sällanköpsvaror, resor och olika typer av tjänster. Fram till 2035 förväntas dessa trender delvis hålla i sig och förstärkas. Det som framförallt bedöms växa är konsumtionen av sällanköpsvaror samt konsumtionen av övriga varor och tjänster. Den turismrelaterade konsumtionens andel av hushållens konsumtion ökar svagt.

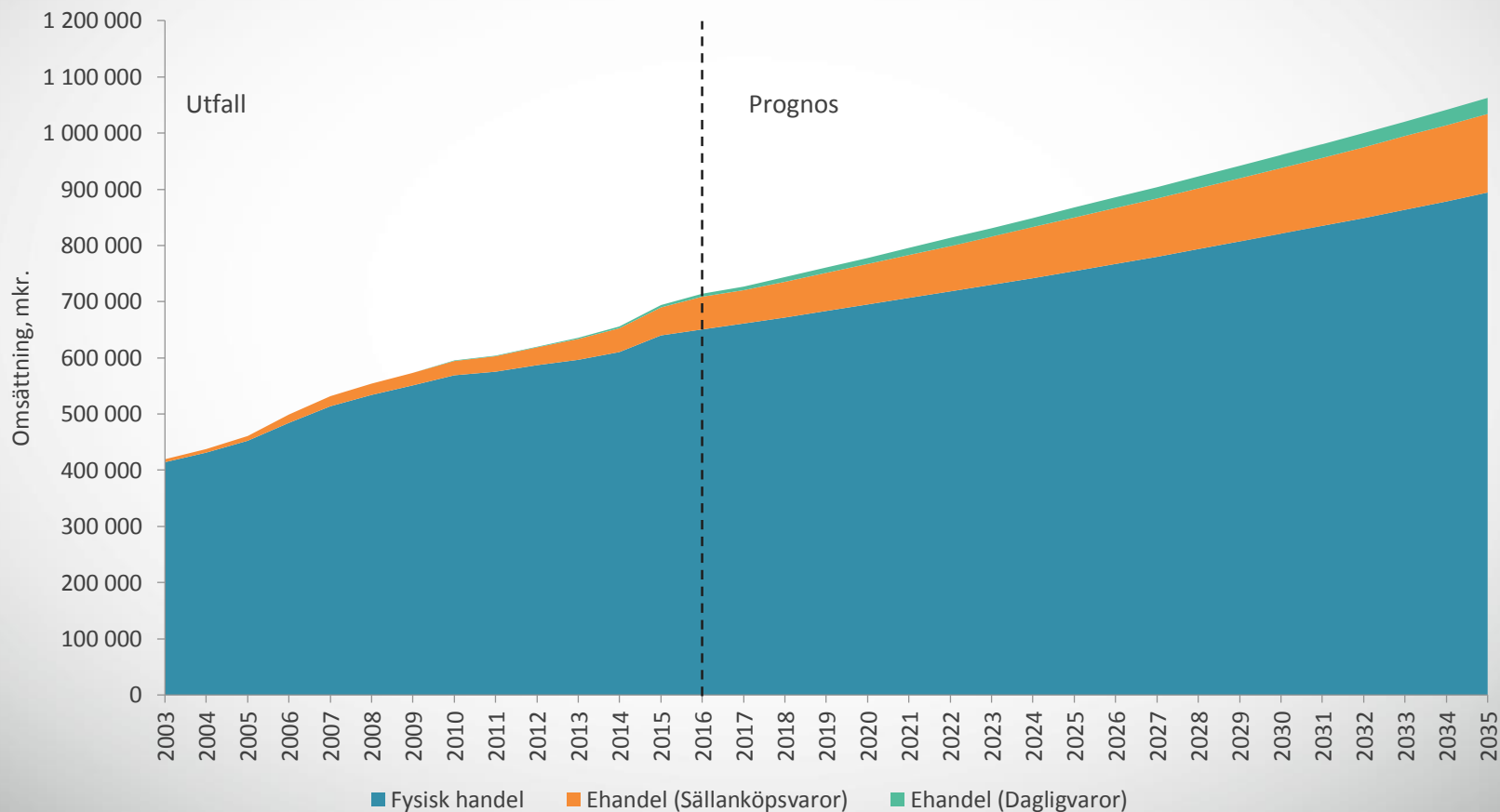
Detaljhandelns utveckling

Procentuell omsättningstillväxt per år jan 2003 - apr 2017



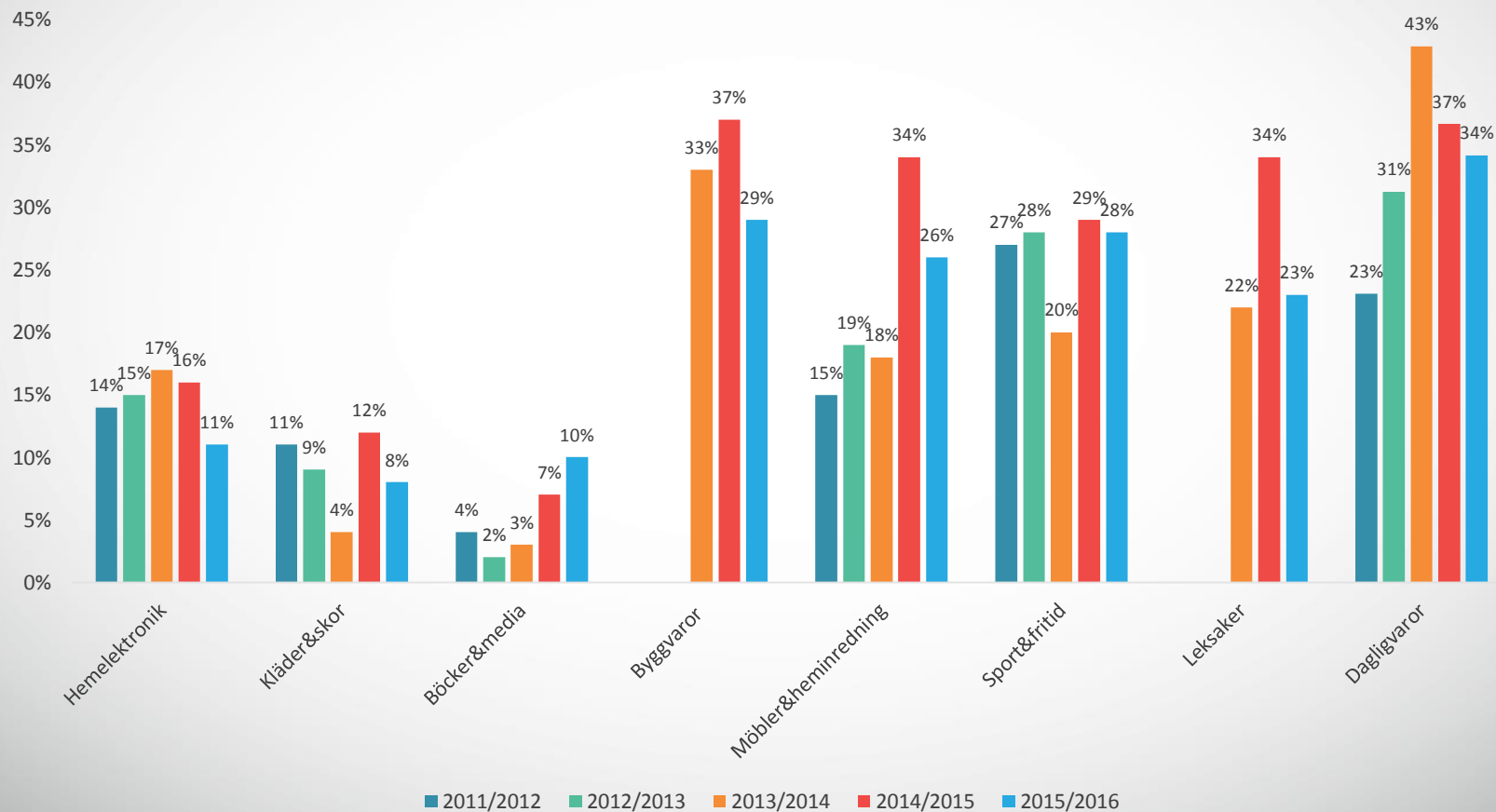
E-handeln utmanar den fysiska handeln ...

E-handels omsättning 2003-2016 (utfall) samt prognos till 2035. Mkr.



Tillväxt per bransch i e-handeln

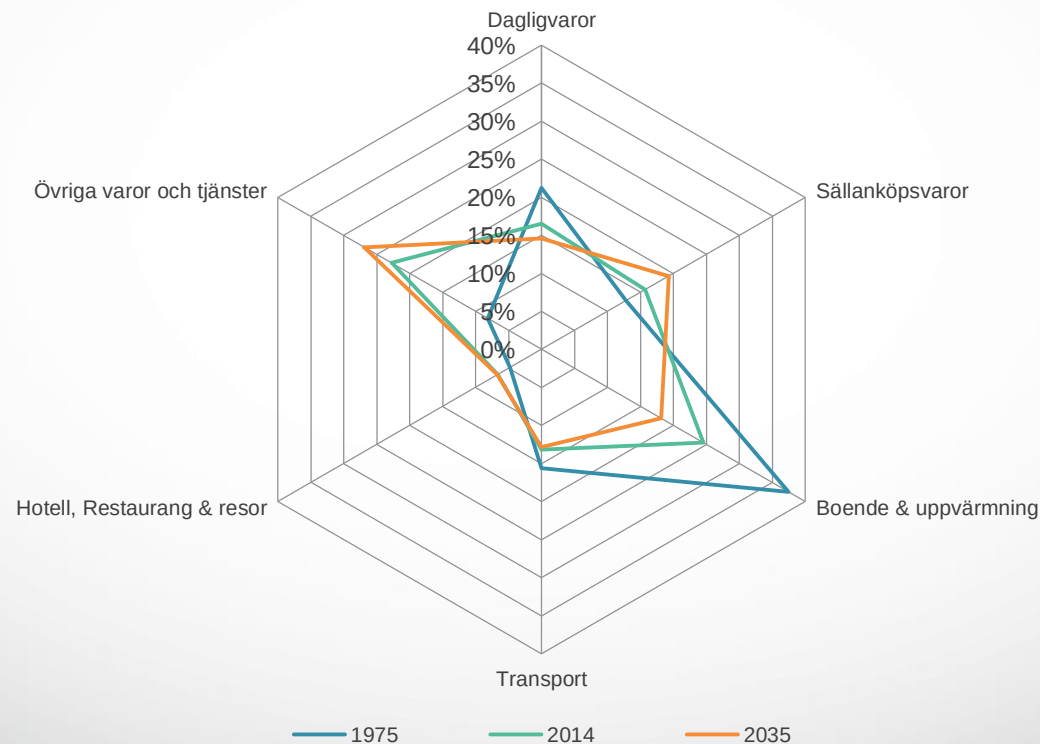
Omsättningsutveckling (%) i e-handelns olika branscher 2011-2016.



... och nya konsumtionsmönster utmanar handeln

Hushållens konsumtion 1975 och 2014 (utfall) samt prognos för 2035.

Hushållens konsumtion, fördelning



Stadskärnornas utveckling 2010-2016

En nationell sammanställning

Detaljhandeln, dvs fysisk handel och e-handel, omsatte således omkring 735 miljarder kronor år 2016. Om den totala omsättningen fördelas på olika försäljningskanaler framgår att stadskärnorna i de städer som ingår i cityklimatet stod för omkring 20 procent av den totala omsättningen. I praktiken torde denna andel emellertid vara högre då en mängd mindre städers detaljhandelsomsättning återfinns under övrig fysisk handel. E-handeln stod för omkring 8 procent av detaljhandeln medan köpcentrum och handelsområden tillsammans stod för omkring 37 procent av den totala omsättningen.

Det är stora variationer i hur den totala omsättningen i stadskärnorna i Cityklimatet utvecklades 2015/2016. De stadskärnor som hade starkast utveckling ökade med 9 procent och de med svagast utveckling minskade med 2 procent. En klar majoritet (43 av 52) av stadskärnorna uppvisade hade en positiv tillväxt.

Under perioden 2011/2016 har antalet arbetsställen (butiker) i jämförbara städer och branscher ökat med omkring 900 enheter vilket innebär en ökning om 10 procent. Det bakomliggande materialet pekar på att antalet sällanköpsvarubutiker minskat svagt men också att den nedgång som kan skönjas i denna bransch mycket väl kompenseras av ett ökat antal caféer och restauranger och/eller företag inom annan service. Studeras enskilda städer framgår att det handlar om en relativt allmän ökning då endast ett mindre antal städer (Bland annat Landskrona, Falköping, Gislaved, Skara, Skellefteå, Umeå och Örebro) uppvisar ett minskat antal arbetsställen/butiker inom centrumavgränsningarna.

Det ökade antalet butiker pekar på att det skett en förtätning och fysisk expansion av A-lägen men också B- och C-lägen till följd av en långsiktigt ökad efterfrågan. Innehållet i staden har även förskjutits till att omfatta en större andel arbetsställen/butiker med kommersiell service. Detta är verksamheter som, på grund av sin natur, ofta kan klara mindre centrala lägen eftersom de har en mer ärendestyrd efterfrågan och mer trogna kunder.

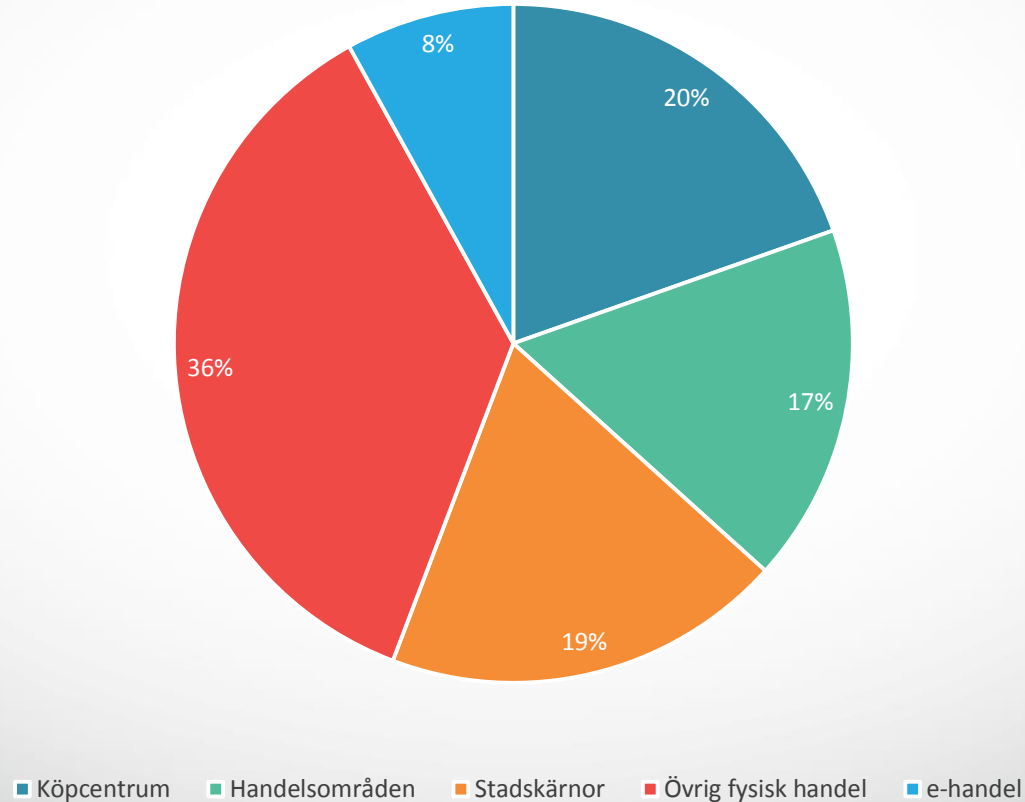
Vid en jämförelse med riket uppvisar stadskärnorna i Cityklimatet en svagare utveckling under 2015/2016. Det gäller både detaljhandel och övrig kommersiell service. Även den långsiktiga trenden visar att stadskärnorna utvecklas svagare än riket som helhet. Det finns ett antal tänkbara orsaker till den svaga utvecklingen i stadskärnorna. Bland dessa kan nämnas att det är svårt att uppnå höga tillväxttal i befintligt butiksbestånd och det är generellt svårt att skapa nya ytor i stadskärnorna. Andra faktorer är svag branschmix med tonvikt på kläder och en småskalig butiksstruktur vilket också gör det svårt att nå höga tillväxttal.

De branscher som går bäst i stadskärnorna och som därmed driver en stor del av den totala utvecklingen är dagligvaror, restaurang och annan service. Sällanköpsvaruhandeln är den bransch som utvecklas svagast. Sammantaget innebär detta att branschstrukturen i stadskärnorna förändras över tid och att sällanköpsvaruhandelns andel av den totala omsättningen i stadskärnorna minskar till förmån för andra branscher.

Verksamheterna i stadskärnorna är i huvudsak småskalig och de flesta butikerna återfinns i omsättningsklasserna under 20 miljoner kronor.

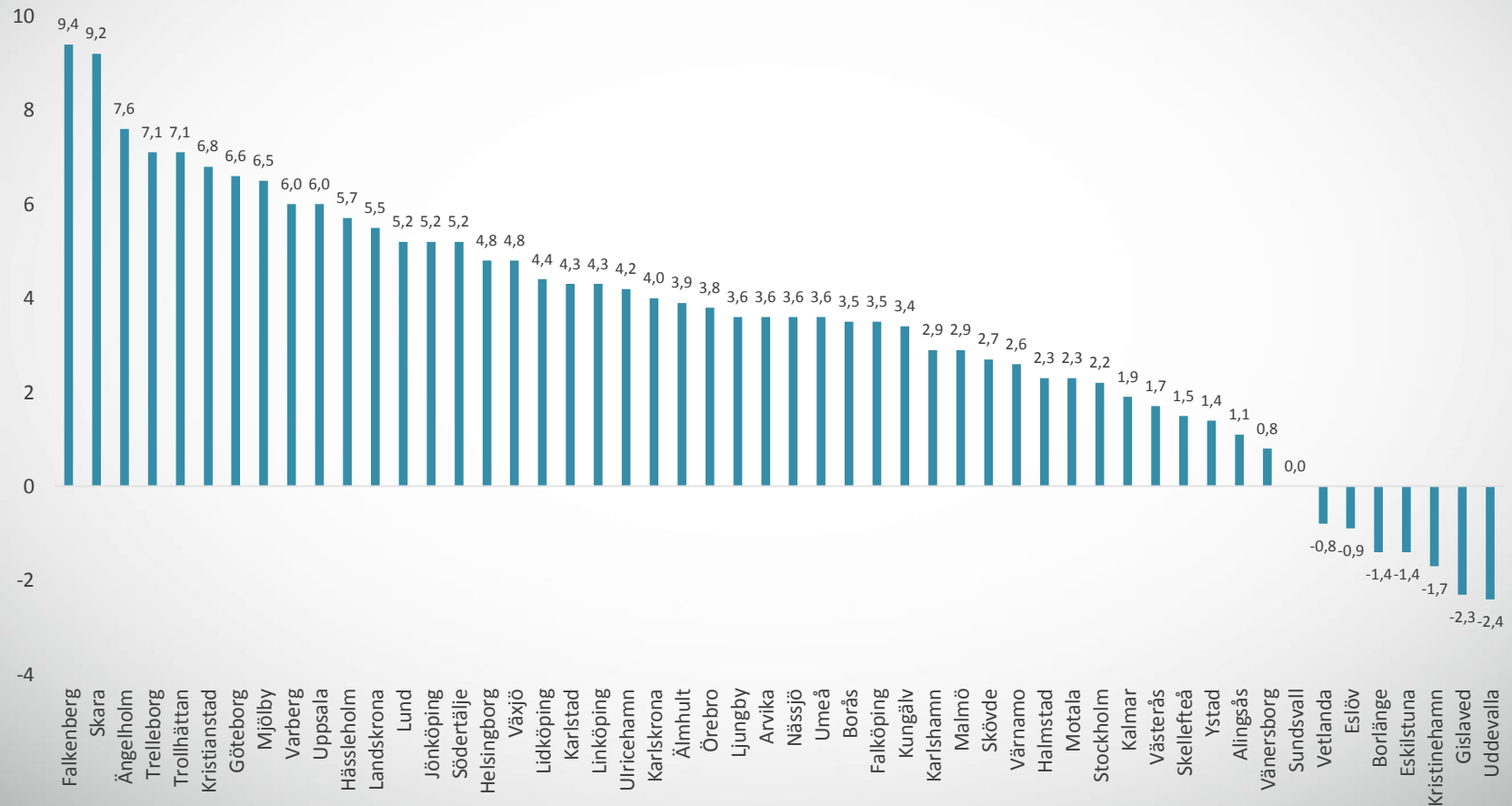
Olika försäljningskanaler

Andel av detaljhandelns totala omsättning 2016, procent



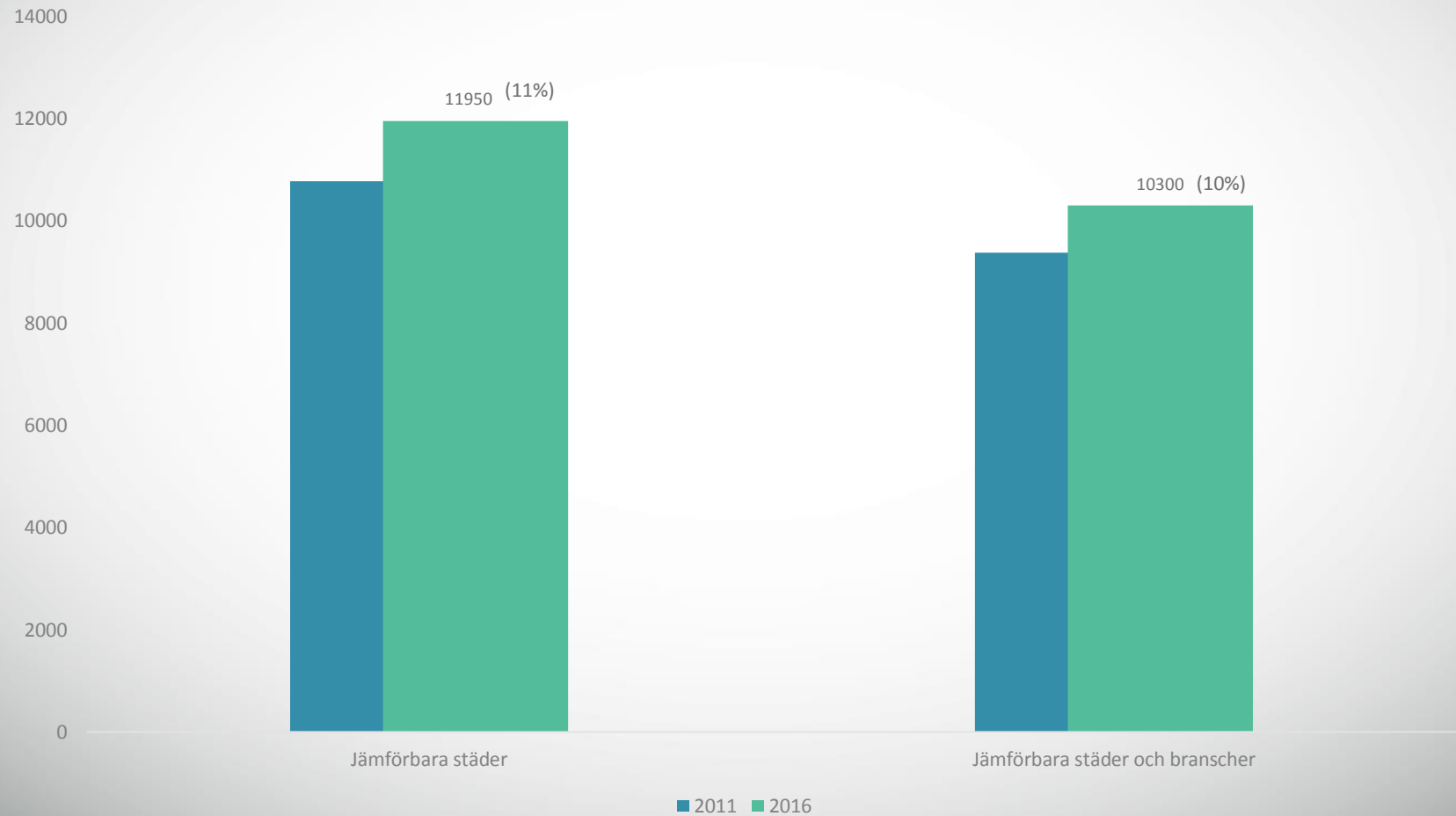
Total utveckling för samtliga stadskärnor i Cityklimatet

Procentuell omsättningsutveckling 2015/2016



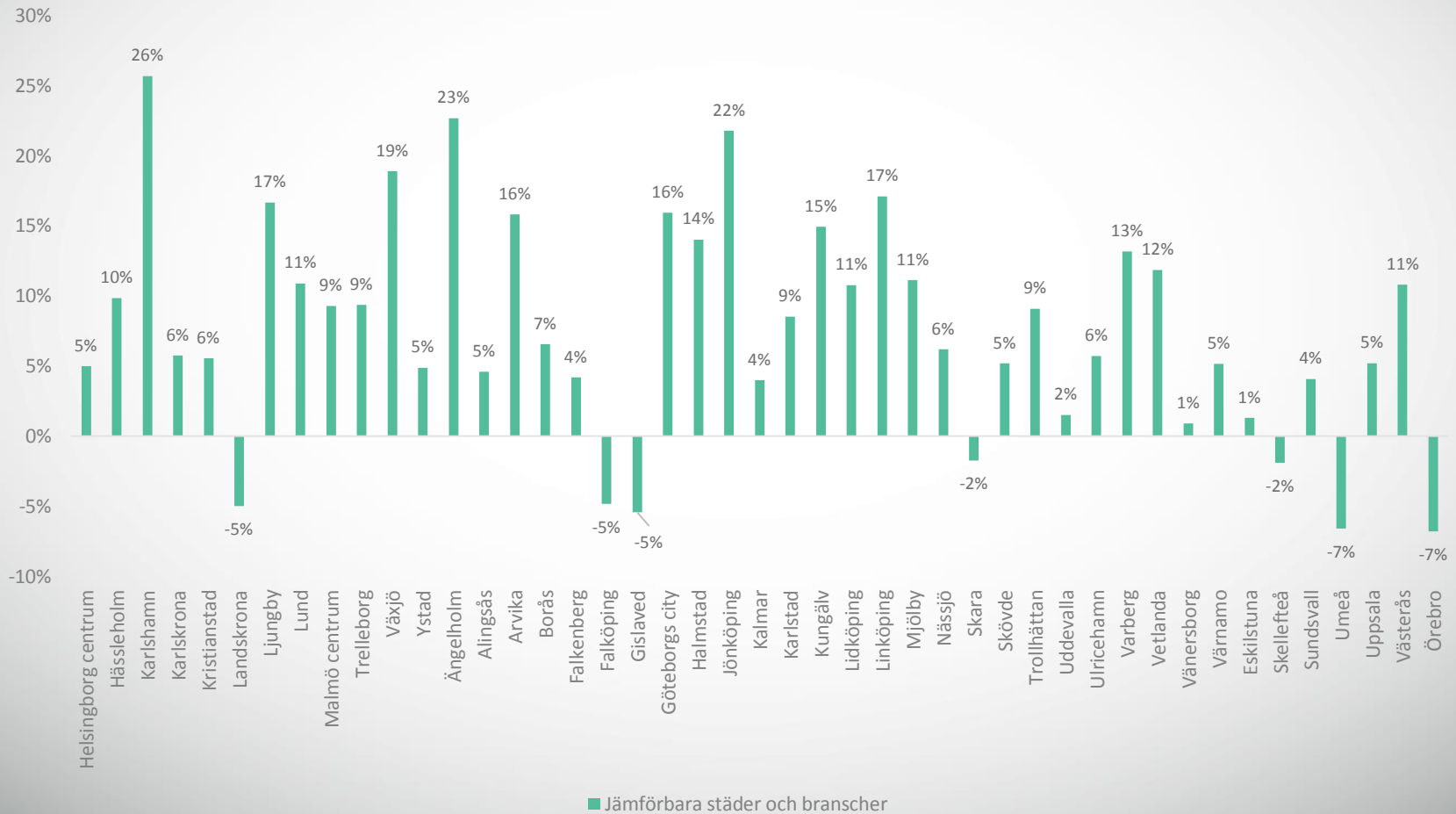
Långsam förtätning och strukturomvandling

Antal arbetsställen och procentuell ökning i jämförbara städer och branscher 2011/2016



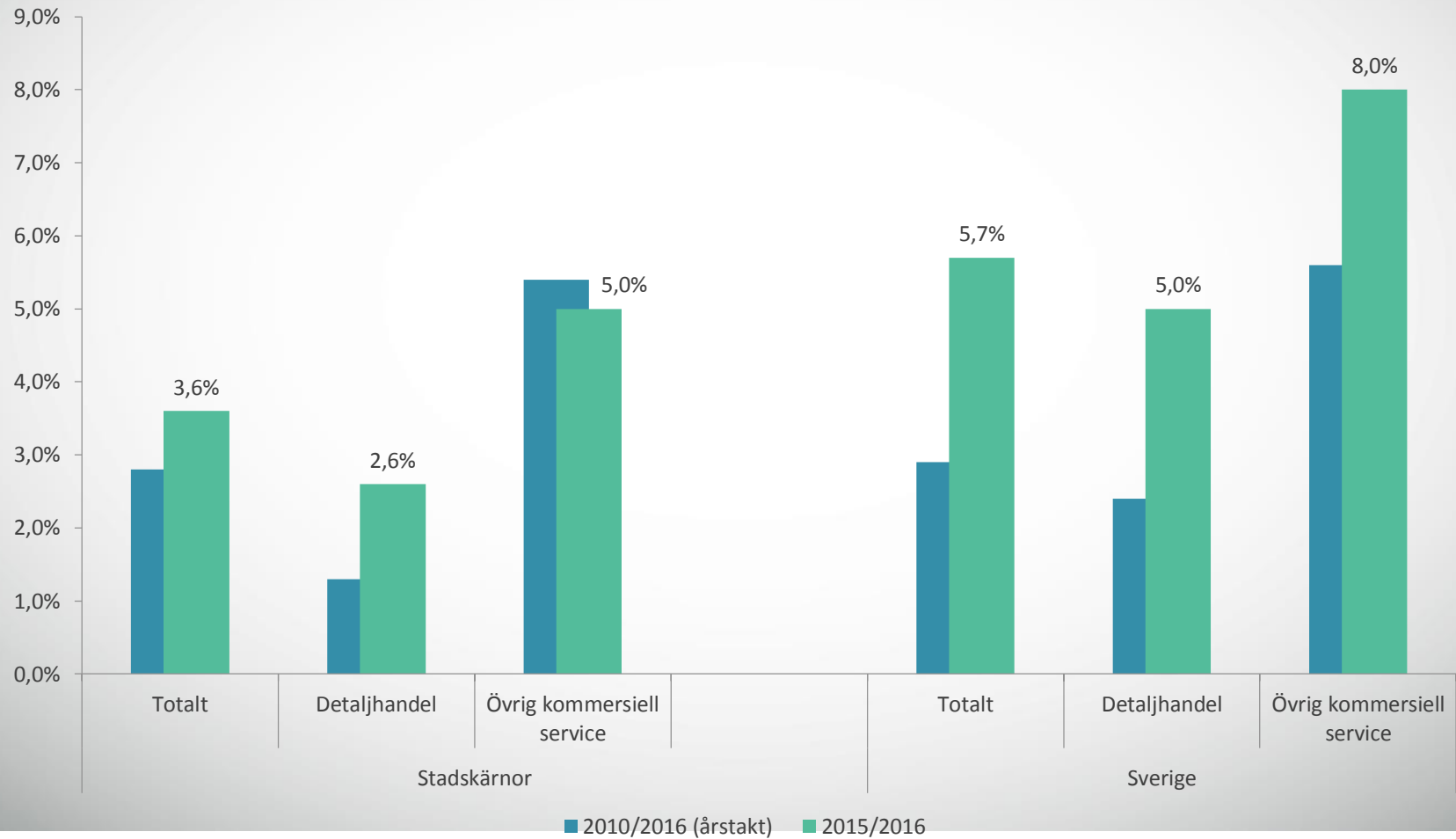
Utveckling av antal arbetsställen

Procentuell utveckling av antal arbetsställen i jämförbara städer och branscher 2011/2016



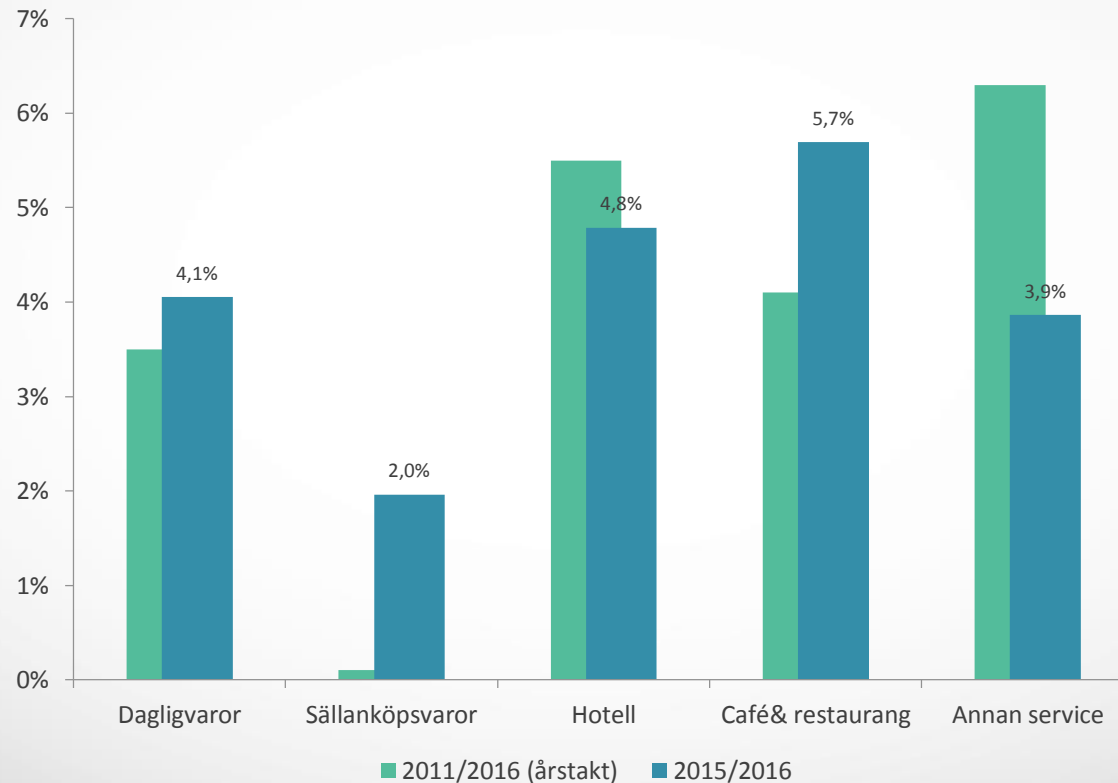
Stadskärnorna utvecklas svagare än riket

Procentuell omsättningsutveckling 2010/2016



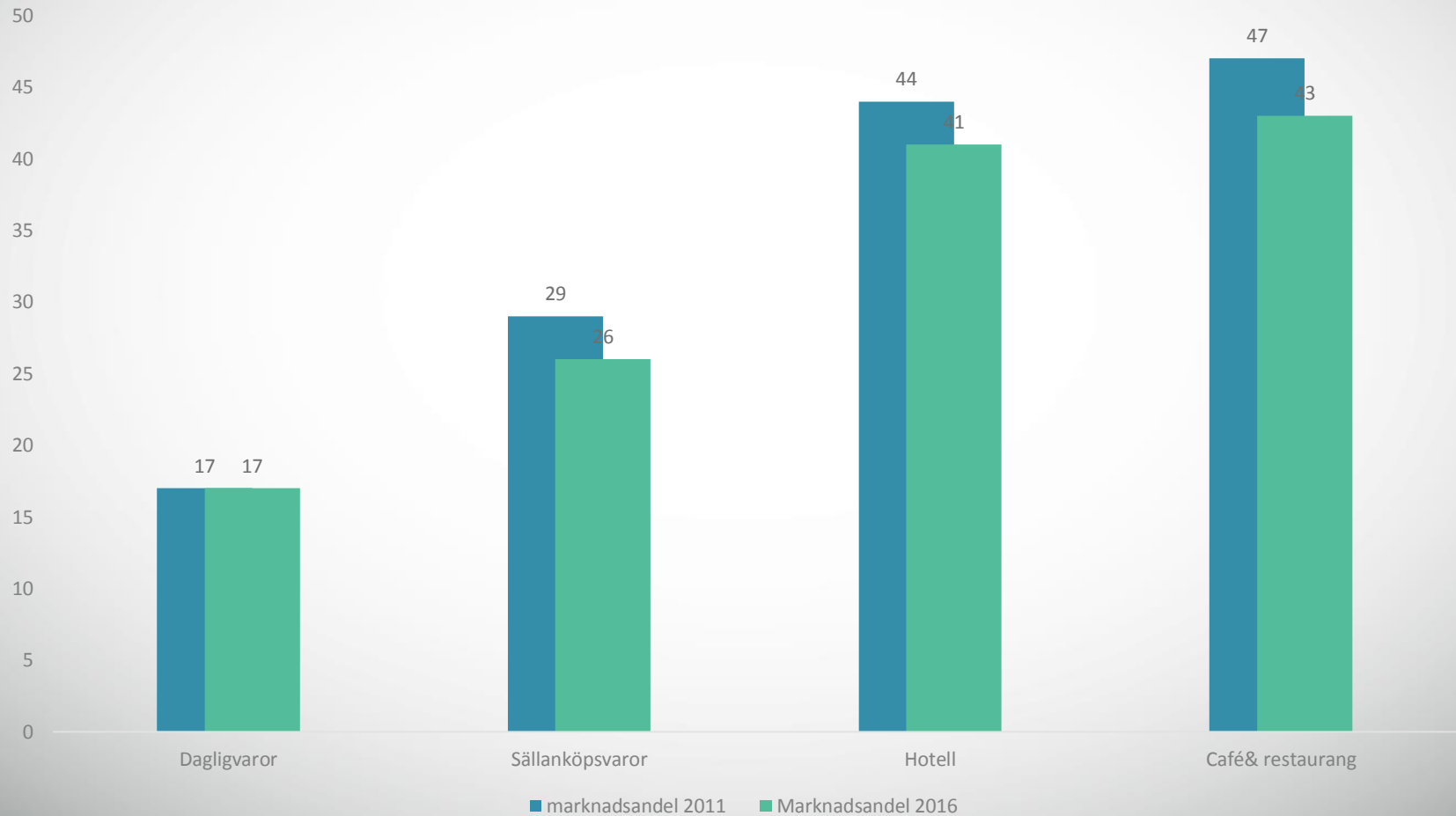
Dagligvaror och service är katalysatorer för tillväxt

Procentuell omsättningstillväxt per år 2011/2016 i stadskärnor



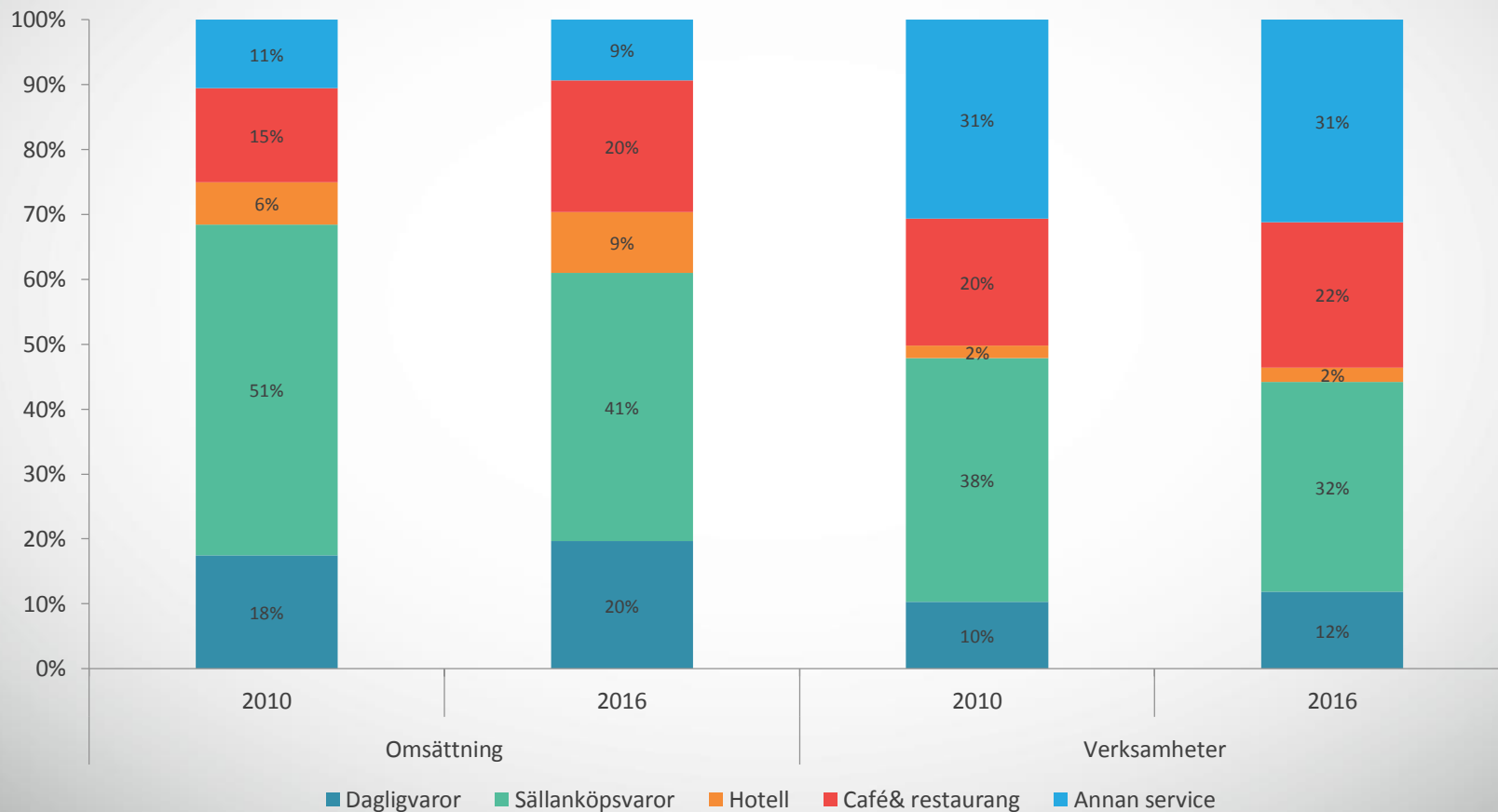
Stadskärnornas marknadsandel

Andel (%) av respektive bransch omsättning på kommunal nivå



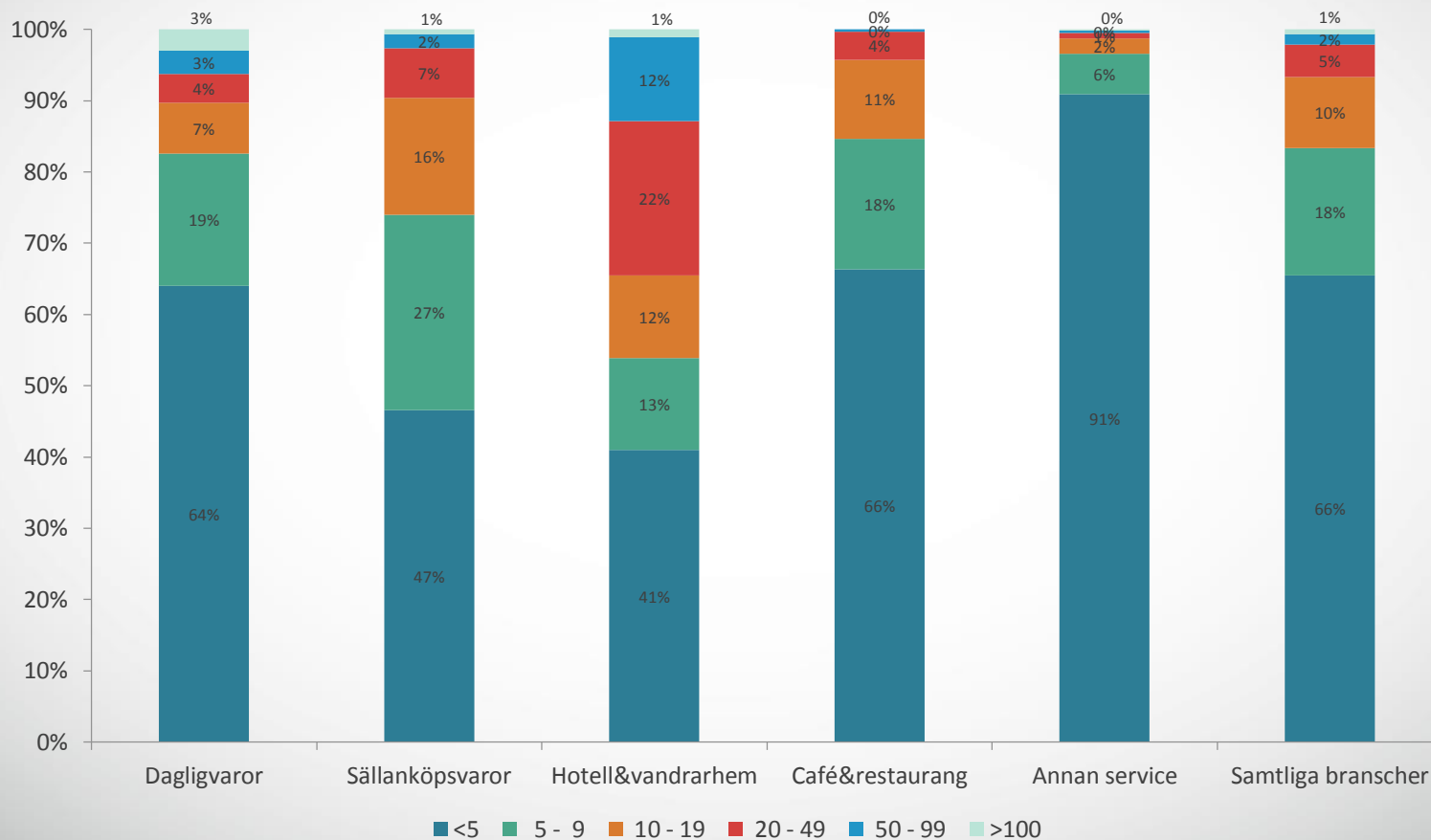
Branschstruktur i stadskärnor 2010 och 2016

Stadskärnornas omsättning fördelat efter bransch. Procent.



I huvudsak småskaliga verksamheter i stadskärnorna

Butikernas fördelning utifrån omsättningsklass (mkr.) 2016, procent



Region Syd

*Blekinge län
Kronobergs län
Skåne län*

Regional konjunktur med lokala variationer

Tillväxten i dagligvaruhandeln har på lång sikt varierat mellan 2 och 6 procent i riket. Efter en inledande nedgång i början av 2000-talet skedde en snabb återhämtning 2004-2006 varefter tillväxten stagnerade på en hög nivå under några år. I samband med den internationella lågkonjunkturen omkring 2009-2011 sjönk tillväxttakten i riket snabbt för att under de senaste åren fluktuerat svagt.

Region syd följer i huvudsak den generella utvecklingen men svängningarna i konjunkturen är mindre kraftig delvis till följd av turism och gränshandel. Under 2015/16 ökade dagligvaruhandeln i region Syd med 2,9 procent vilket var något över genomsnittet för riket.

De lokala variationerna är stora och den starkaste tillväxten på kommunal nivå återfinns i Ängelholm, Ystad och Hässleholm. Delvis berodde tillväxten på nyetablering av butiker under hösten 2016 (Hässleholm) delvis på att befintliga butiker kunnat möta den lokala efterfrågeökningen på ett bra sätt. Lägst tillväxt återfanns samtidigt i Karlshamn, Eslöv och Kristianstad där dagligvaruhandelns omsättning ökat svagt på grund av en ökad regional konkurrens.

Inom sällanköpsvaruhandeln varierade tillväxten i riket mellan 1 och 9 procent. Före IT-kraschen låg tillväxten på omkring 5 procent. Efter en svag nedgång steg tillväxttakten kontinuerligt fram till 2007. En följd av detta var en kraftig expansion av den fysiska handeln, en stegring av hyresnivåerna och minskad vakansgrad.

I samband med lågkonjunkturen 2008/2009 föll tillväxttakten i sällanköpsvaruhandeln snabbt. Efter 2010 har sällanköpsvaruhandeln haft en svag men ändå stabil tillväxttakt. En av förklaringarna kan hänföras till en trasslig konjunktur men även en allt starkare konkurrens från den växande e-handeln som påverkar utvecklingen i den fysiska handeln. Under 2015/2016 uppgick tillväxten till 2,1 procent i riket.

Sällanköpsvaruhandeln i region Syd följer i huvudsak den generella trenden med undantaget för att tillväxten legat på en något högre nivå än i riket mellan 2011 och 2013. Under 2015/2016 ökade sällanköpsvaruhandeln i region Syd med 1,9 procent vilket var något under tillväxten i riket.

Även inom sällanköpsvaruhandeln är de lokala variationerna stora. Starkast tillväxt på kommunal nivå återfanns i Ljungby, Trelleborg och Ängelholm. Anledningen till detta var bland annat nyetableringar av Dollarstore (Ljungby) samt Elgiganten och MIO (Ängelholm). I Eslöv, Älmhult och Karlskrona minskade omsättningen i sällanköpsvaruhandeln svagt vilket delvis förklaras av konkurser på Älmhults handelsområde samt butiksnedläggningar och konkurser i externhandeln och Karlskrona city.

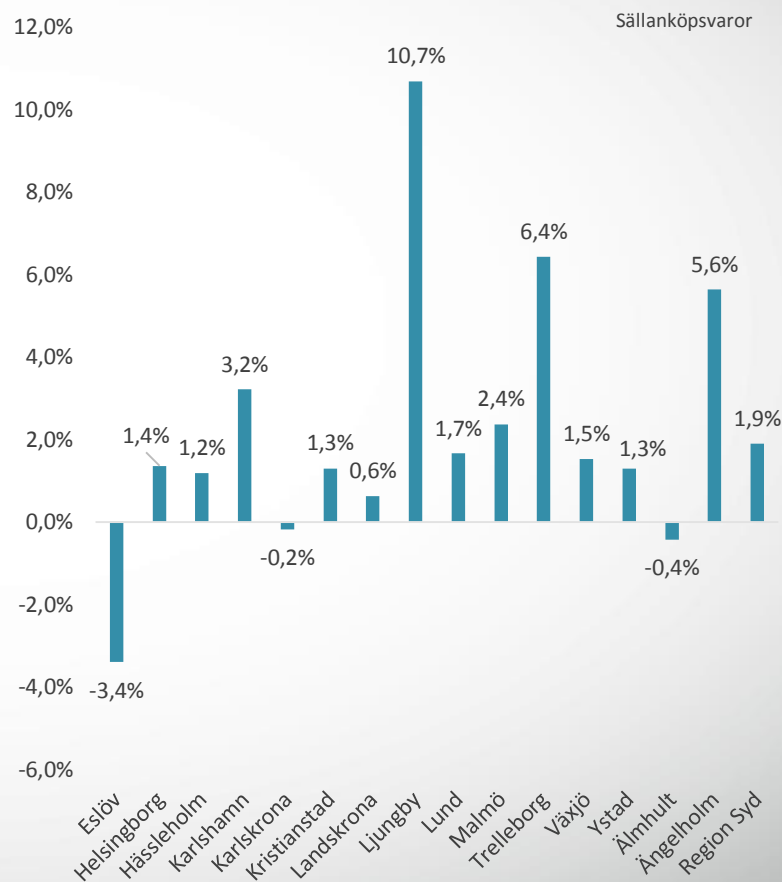
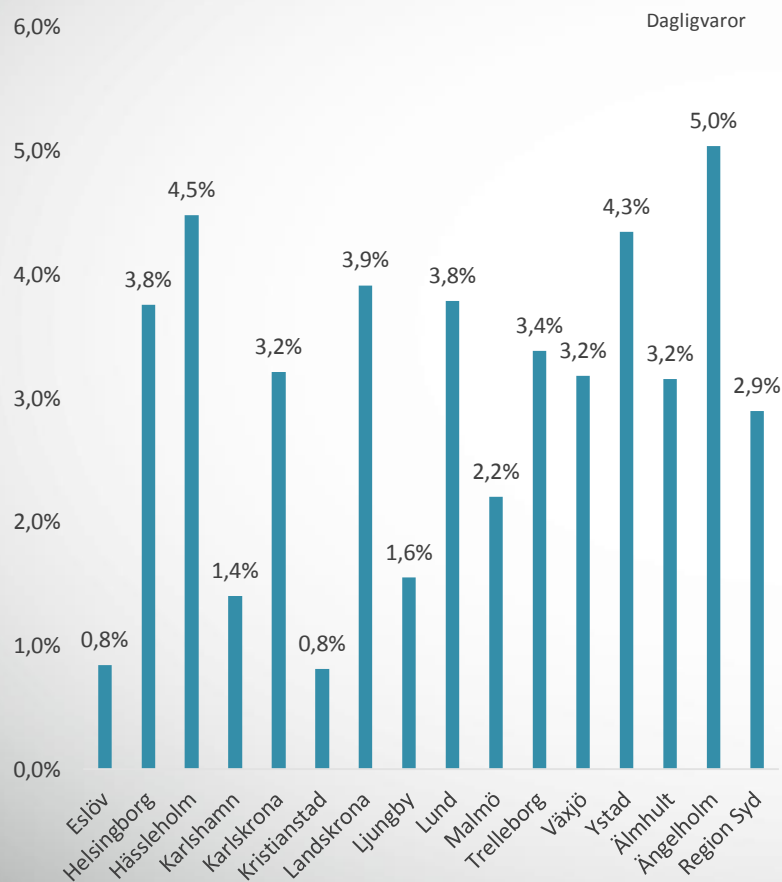
Regional konjunktur följer riket

Omsättningsutveckling inom detaljhandeln i region Syd och Sverige 2001-2016



...Men lokala variationer förekommer

Omsättningsutveckling på kommunnivå i detaljhandeln i region Syd och Sverige 2015/2016



Detaljhandelns attraktivitet

Försäljningsindex för dagligvaru- och sällanköpsvaruhandeln i region syd, riket = 100

Dagligvaror

	2015	2016
Eslöv	76	74
Helsingborg	98	98
Hässleholm	90	90
Karlshamn	100	98
Karlskrona	101	100
Kristianstad	98	96
Landskrona	83	83
Ljungby	97	95
Lund	99	99
Malmö	97	95
Trelleborg	83	83
Växjö	99	98
Ystad	92	92
Älmhult	93	91
Ängelholm	100	101

Sällanköpsvaror

	2015	2016
Eslöv	38	35
Helsingborg	150	146
Hässleholm	80	78
Karlshamn	78	78
Karlskrona	109	105
Kristianstad	122	120
Landskrona	47	45
Ljungby	60	65
Lund	92	91
Malmö	136	134
Trelleborg	55	57
Växjö	133	130
Ystad	128	125
Älmhult	229	217
Ängelholm	78	79

Stadskärnornas marknadsandel 2016

Stadskärnornas andel av total omsättning i aktuell kommun

Med marknadsandel avses hur stark stadskärnan är i förhållande till den totala detaljhandeln i samma kommun. Marknadsandelen kan således sägas vara ett mått på stadskärnans attraktivitet eller styrka.

Dagligvaruhandeln i stadskärnorna utgörs ofta av småskaliga koncept med en kompletterande funktion för konsumenterna. Bland citykoncepten märks ofta när- och servicebutiker, specialiserade livsmedelsbutiker, mindre supermarkets samt apotek och Systembolag. Andra butiker utgörs av blomsterhandlare, tobaks- och tidningskiosker samt hälsokost och/eller parfymbutiker. Jämfört med tidigare års undersökningar ligger marknadsandelarna fortsatt på en relativt stabil nivå. För region Syd som helhet står stadskärnorna för drygt 20 procent av kommunernas dagligvaruomsättning. Stadskärnans marknadsandel var fortsatt högst i Älmhult, Ljungby, Landskrona, Eslöv och Lund vilket förklaras av en eller flera lokalt starka dagligvarubutiker och en, ibland, geografiskt generös centrumdefinition. I Växjö och Hässleholm hade stadskärnan lägst marknadsandel i regionen.

Inom sällanköpsvaruhandeln finns en tydligt nedåtgående trend för stadskärnornas marknadsandel under perioden. År 2010 var den genomsnittliga marknadsandelen omkring 35 procent i region Syd. Därefter har marknadsandelen minskat kontinuerligt så att den år 2016 uppgick till omkring 28 procent. Inom sällanköpsvaruhandeln finns ett tydligt samband mellan stadens storlek och stadskärnans marknadsandel. I mindre kommuner är stadskärnans position stark, vilket förklaras av frånvaro av "extern" handel inom kommunen, medan stadskärnans position av motsatt anledning är svagare i de större städerna.

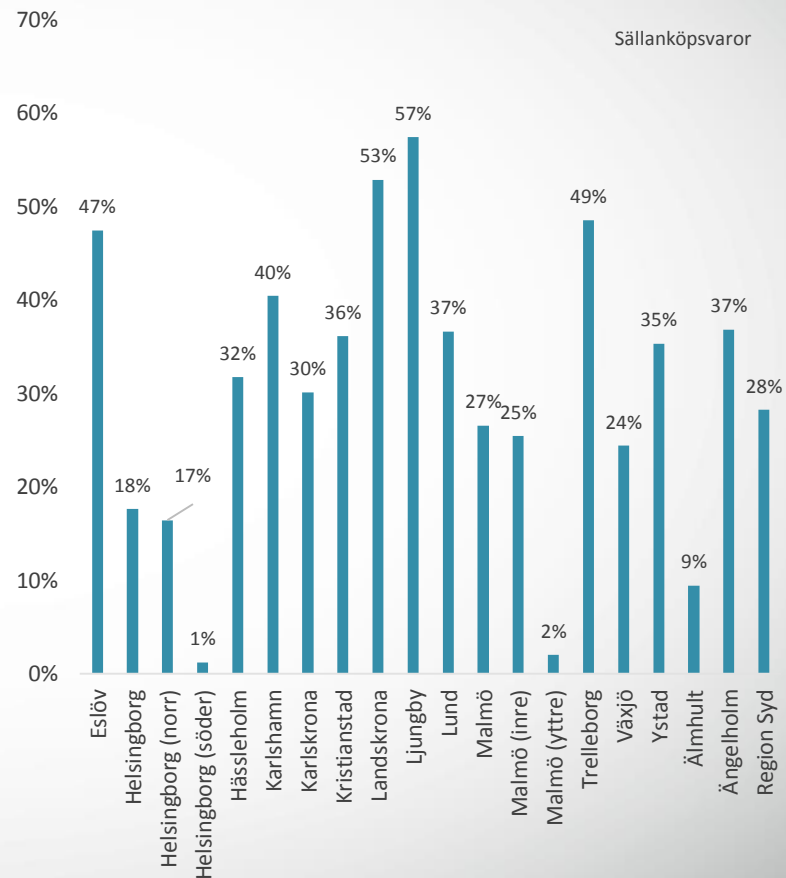
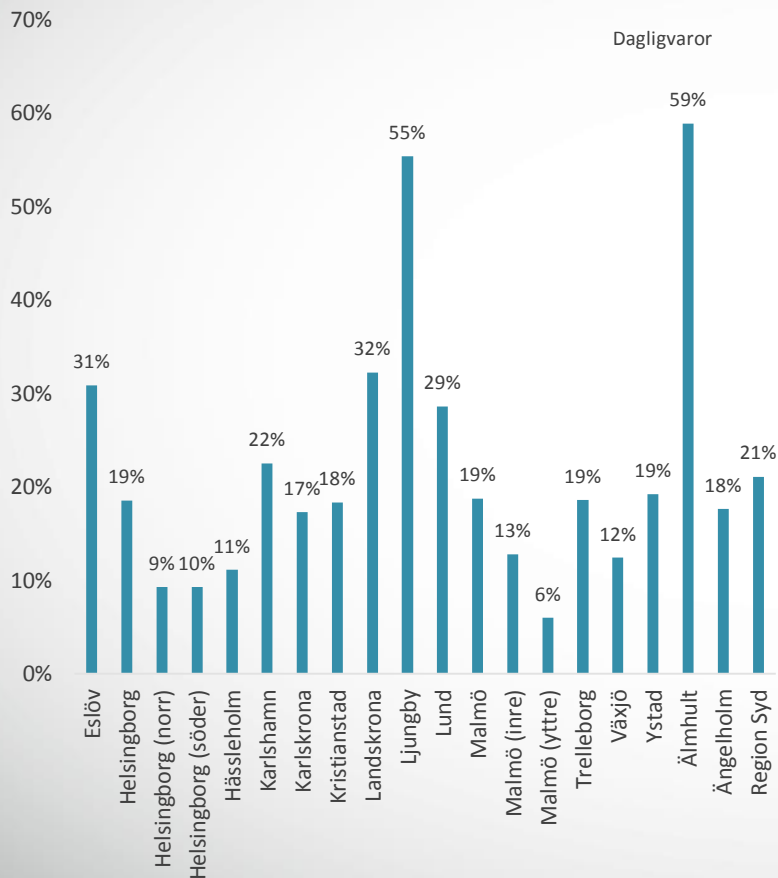
Följaktligen kännetecknas Helsingborg, Växjö, Malmö och Karlskrona kommun av en, för regionen, svag stadskärna vilket beror på närvaron av ett antal större "externa" marknadsplatser eller köpcentrum.

Hotell samt café och restaurang har generellt en stark ställning i stadskärnorna. Precis som i sällanköpsvaruhandeln är dock trenden fallande på längre sikt vilket pekar på att en stor del av tillväxten i dessa branscher sker utanför stadskärnorna. Inom café och restaurangnäringen finns en spridning mellan 33 och 54 procent. Inom hotell- och vandrarhemsnäringen är motsvarande spridning 5 till 89 procent. Genomsnittet för regionen är 44 respektive 38 procent för de två näringarna.

Inom restaurangnäringen är spridningen relativt jämn. Karlskrona och Landskrona avviker från detta genom att drygt hälften av kommunens omsättning i café och restaurangnäringen återfanns i respektive stadskärna. Inom hotellnäringen sticker Hässleholm, Växjö och Lund ut med en hotellnäring i huvudsak koncentrerad till stadskärnan. I huvudsak förefaller det dock finnas ett relativt starkt samband mellan kommunstorlek och stadskärnans styrka inom hotellnäringen så till vida att stadskärnor i större kommuner har en starkare ställning än i mindre kommuner.

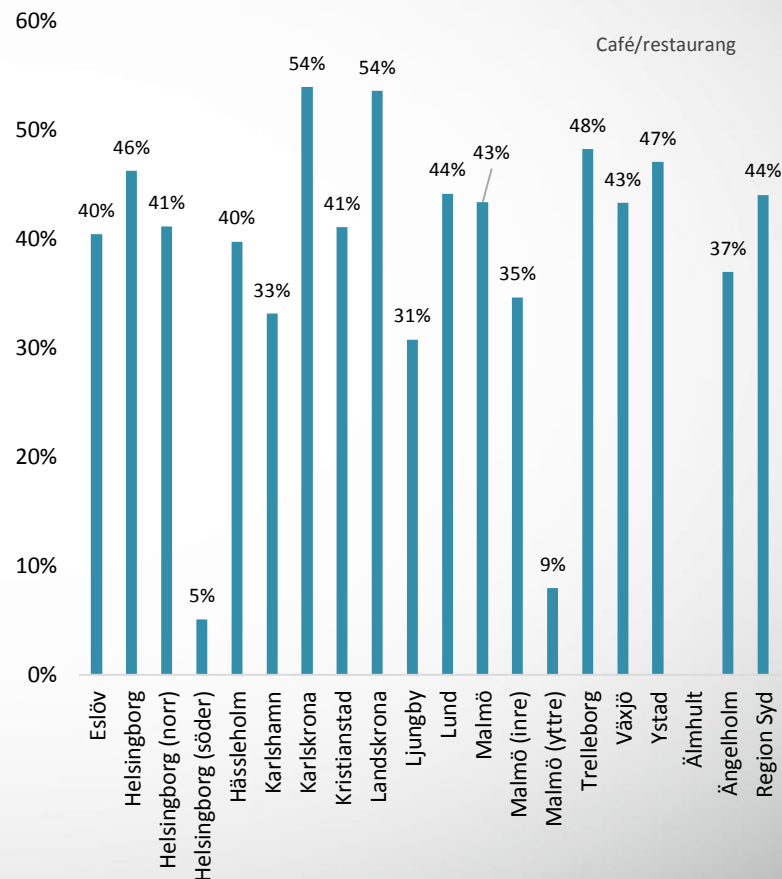
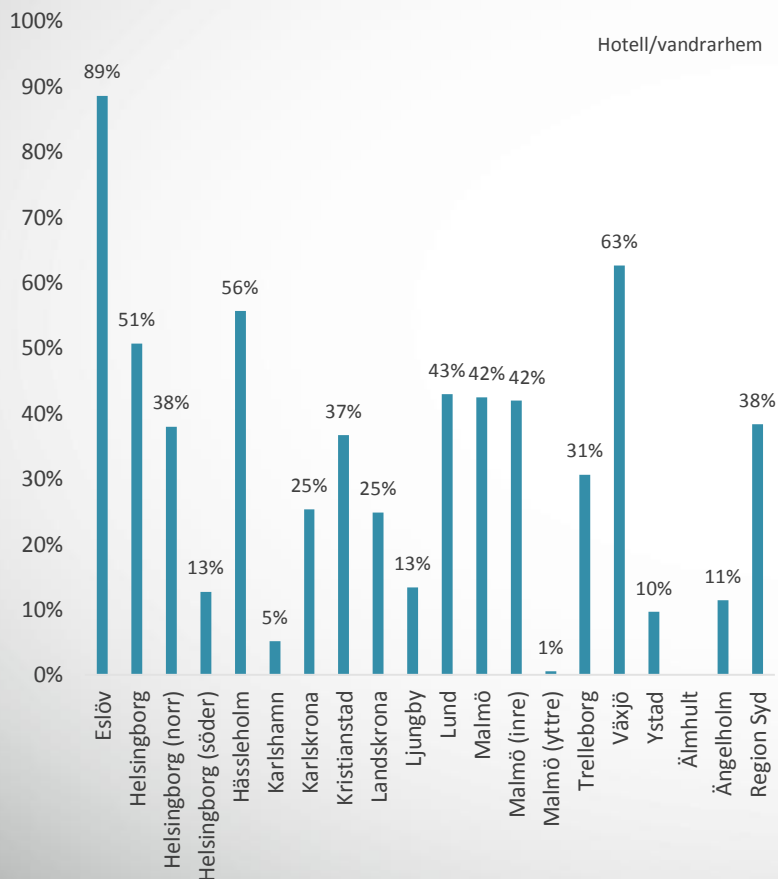
Stadskärnornas marknadsandel 2016

Stadskärnornas andel av total omsättning i aktuell kommun



Stadskärnornas marknadsandel

Stadskärnornas andel av total omsättning i aktuell kommun år 2016



Stadskärnornas utveckling

Omsättningsutveckling i region Syd 2009-2016

Inom dagligvaruhandeln var tillväxten under 2015/16 generellt sett starkare än den långsiktiga trenden i region Syd. Utvecklingen var svagast i Ystad och Eslöv där omsättningen ökade med blott 1,1 respektive 2,0 procent. Stadskärnorna i Trelleborg, Landskrona och Kristianstad ökade 10,4 respektive cirka 8 procent vilket förklaras dels av en nyetablering och bolagsombildningar dels på grund av en stark tillväxt i befintliga butiker.

Utvecklingen i sällanköpsvaruhandeln var måttlig under året (+2,0%) men i ett historiskt perspektiv ändå stark (0,2%). De flesta stadskärnor, undantaget Eslöv, Helsingborg, Karlskrona, och Ystad, har jämfört med tidigare år och den långsiktiga trenden en positiv utveckling.

Den svaga utvecklingen i Eslöv förklaras av att några större aktörer tappade omsättning under året som gick. I Helsingborg förklaras den svaga utvecklingen av att framförallt norr city fortsätter känna av konkurrensen från Väla vilket tog sig uttryck genom omlokaliseringar, konkurser och förlorad omsättning. I Karlskrona var det framförallt omlokaliseringar och konkurser som låg bakom den blygsamma utvecklingen under året. Ystad svaga utveckling torde kunna förklaras genom en svag marknadstillväxt.

Starkast tillväxt i sällanköpsvaruhandeln återfanns i Ängelholm, Hässleholm och Kristianstad. Några specifika förklaringar kan inte ges men uppgången hos enskilda större företag och/eller kedjeföretag kompenserar väl det bortfall som uppstår lokalt till följd av att mindre företag förlorar omsättning och i en del fall gör konkurs. I huvudsak berör uppgången samtliga branscher varför det torde åtminstone delvis torde kunna förklaras av en mer allmän uppgång.

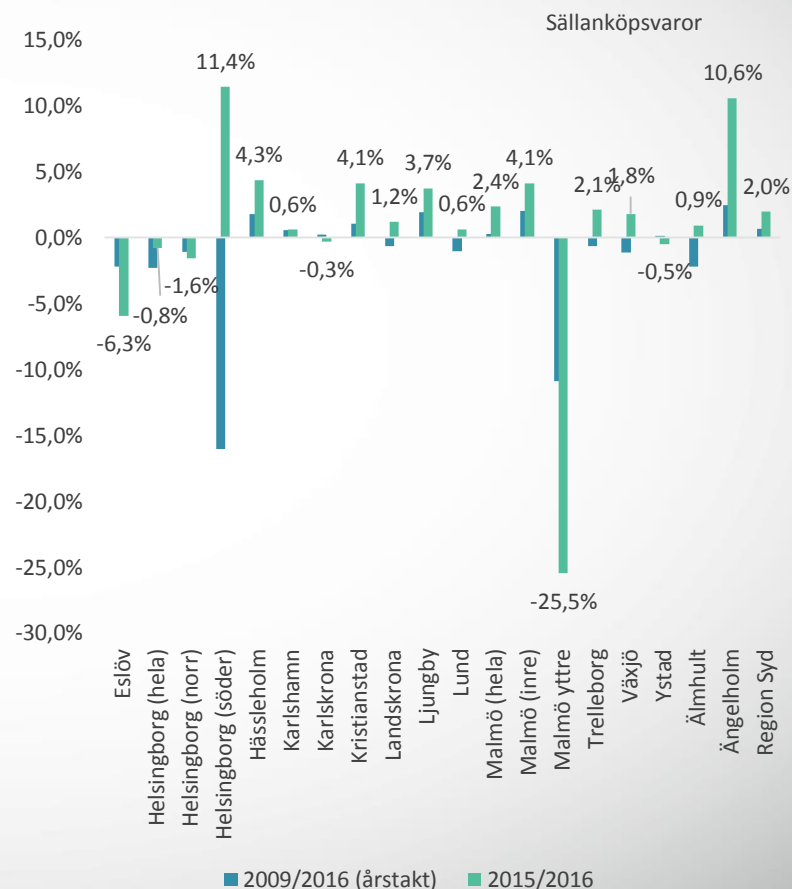
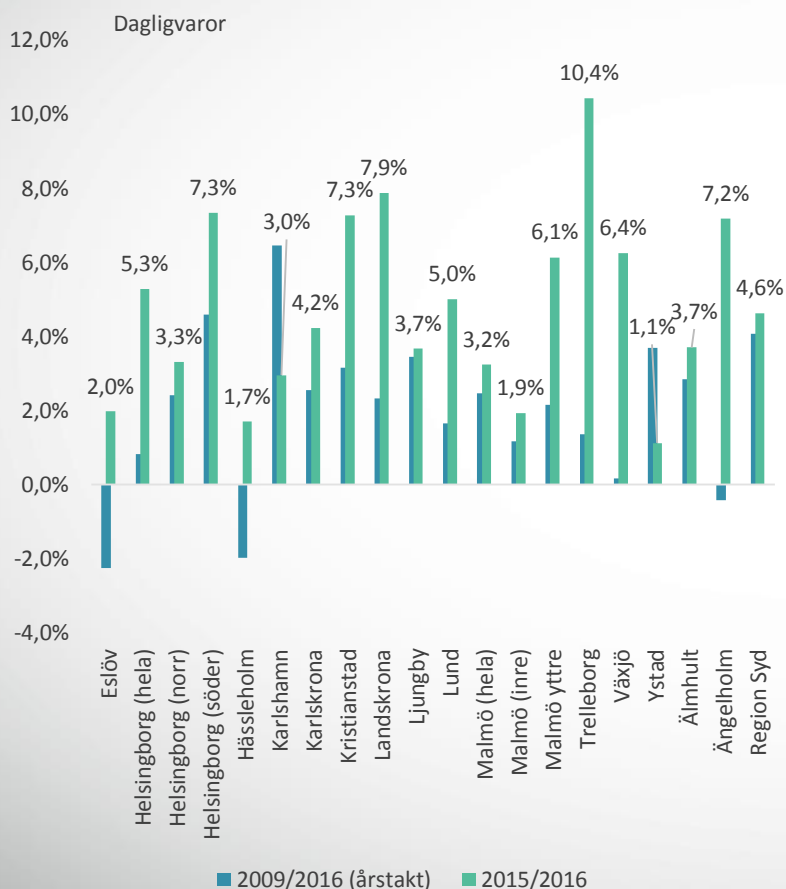
Hotellnäringen hade svagast utveckling i Landskrona och Hässleholm. Diagrammen pekar på att nedgången skulle vara mycket stark men i volym handlar det endast några enstaka miljoner kronor. Den starkaste utvecklingen återfanns i Helsingborg, Kristianstad och Trelleborg. I Helsingborg beror på att en nyetablering ägt rum i söder city under 2015 och fått full omsättning under 2016. I Trelleborg är ökningen visserligen kraftig, men förklaras av att den sker från låga nivåer.

Restaurangnäringen konkurrerar i stor omfattning med dagligvaruhandeln om födointaget och är ofta en viktig orsak till att dagligvaruhandeln har en svag utveckling. Restaurangnäringen ökade med omkring 7,1 procent i region Syd. Starkast tillväxt återfanns i städerna Trelleborg, Kristianstad, Helsingborg och Karlskrona. Övriga stadskärnor i region Syd hade en utveckling omkring genomsnittet för regionen. I Helsingborg, Karlskrona och Trelleborg torde en allmän efterfrågeökning ökning vara förklaringen medan utvecklingen i Kristianstad förklaras av ett antal nyetableringar samt en stark efterfrågeutveckling.

Huvudbranschen annan Service består av bland annat frisörer, hud-, kropps- och friskvård, bioografer, muséer, reparationsverkstäder mm. Antalet arbetsställen är många men deras betydelse för stadskärnornas tillväxt begränsad då omsättningen per företag som regel är låg. Diagrammet visar att tillväxten i region Syd som helhet var god, knappt 6,2 procent. Precis som övriga servicebranscher växer den därigenom snabbare än detaljhandeln, men i volym är tillväxten begränsad. Framförallt förklaras tillväxten av att underbranschen hud, skönhets- och kropps- och friskvård var mycket expansiv under året. Det är svårt att på lokal nivå hitta några specifika förklaringar till den starka utvecklingen annat än att den bakomliggande orsaken är en allmän efterfrågeökning på denna typ av tjänster.

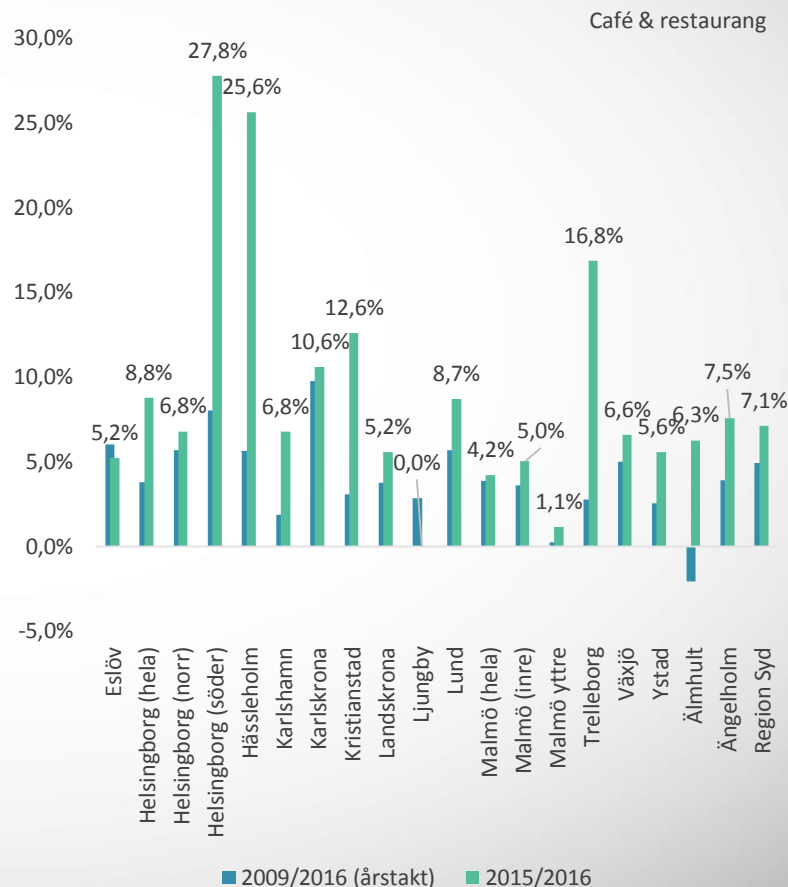
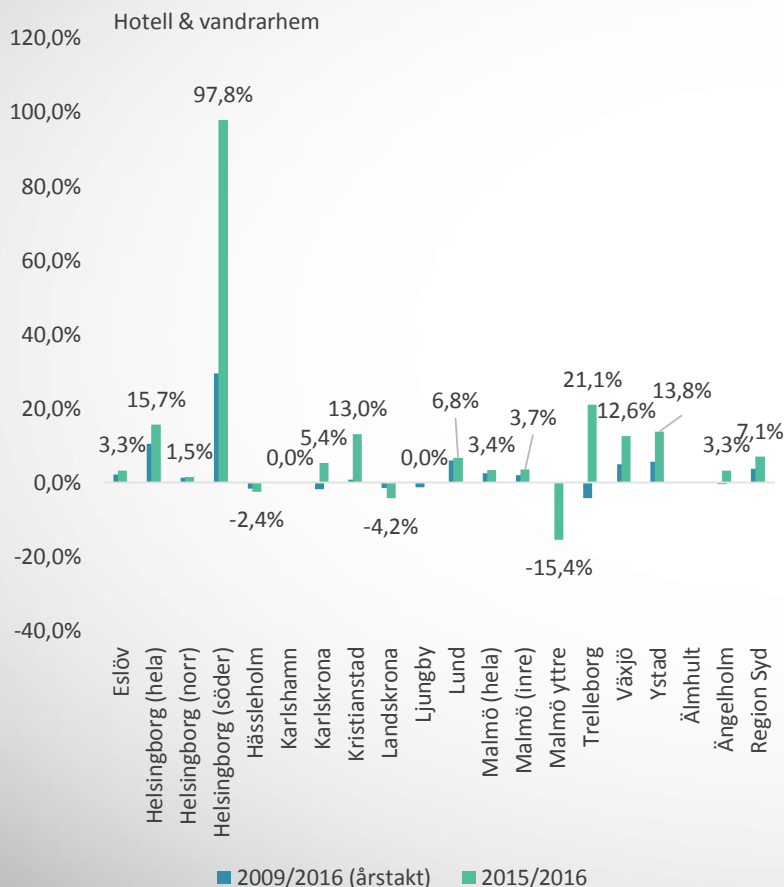
Stadskärnornas utveckling

Omsättningsutveckling i detaljhandeln i region Syd 2009-2016, procent



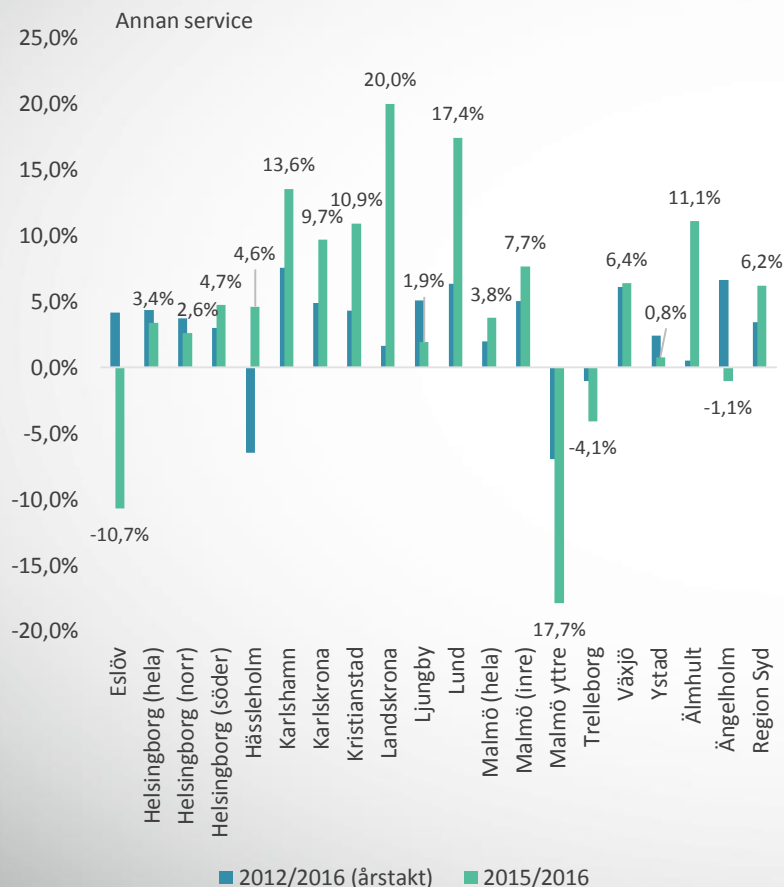
Stadskärnornas utveckling

Omsättningsutveckling i hotell & restaurang i region Syd 2009-2016, procent



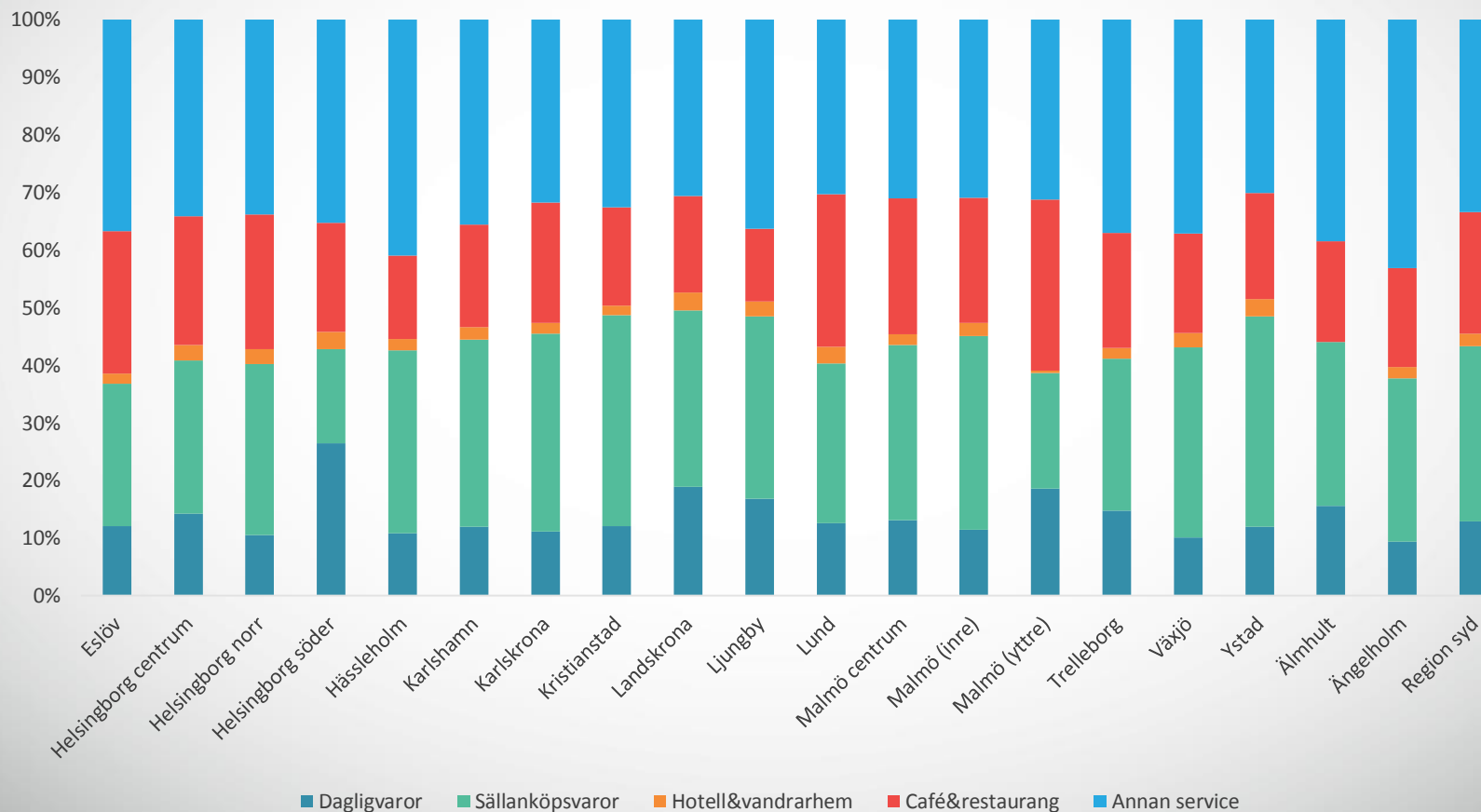
Stadskärnornas utveckling

Omsättningsutveckling i annan service i region Syd 2012-2016, procent



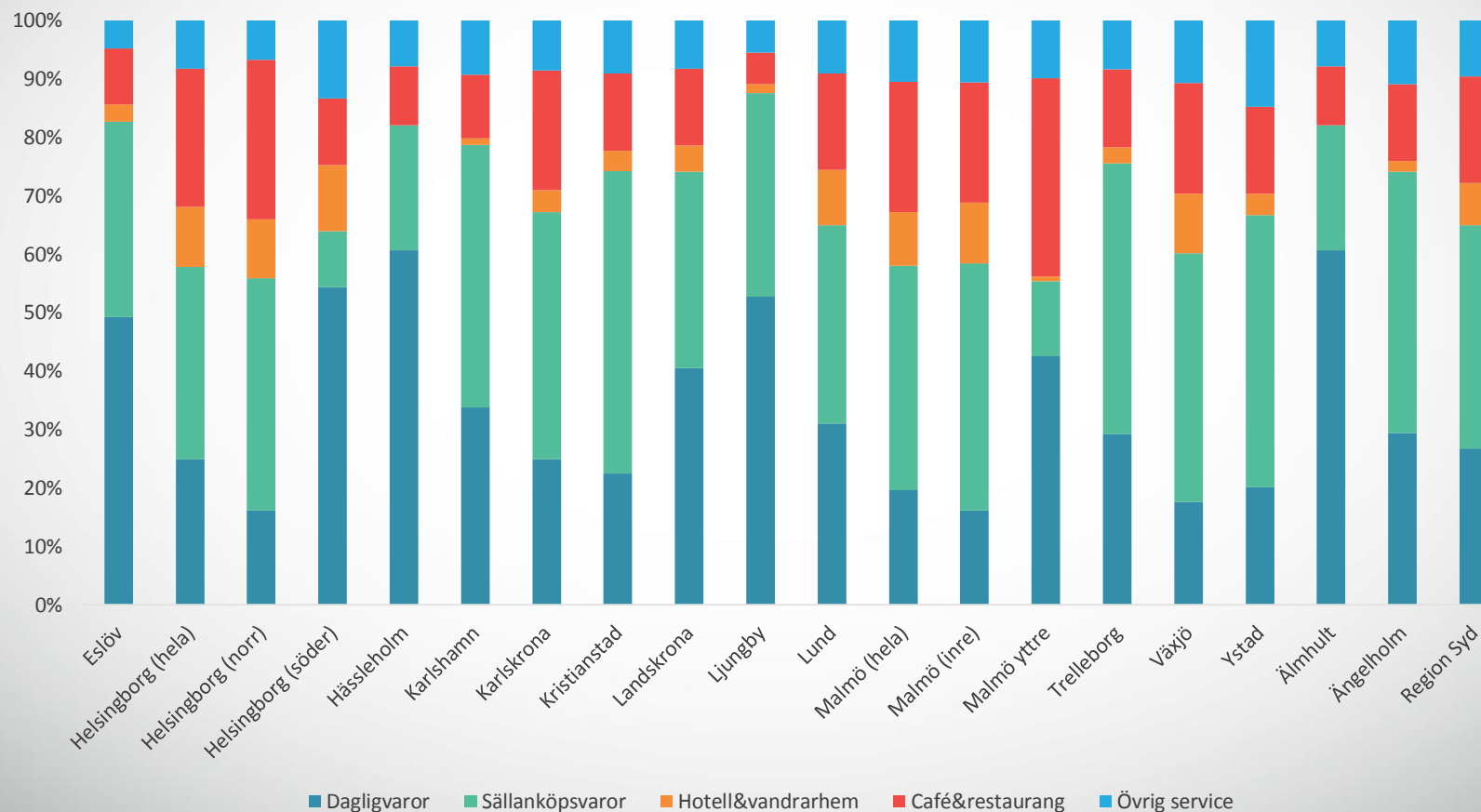
Branschstruktur i stadskärnor i region syd 2016

Huvudbranschens andel av totalt antal arbetsställen/butiker i stadskärnor

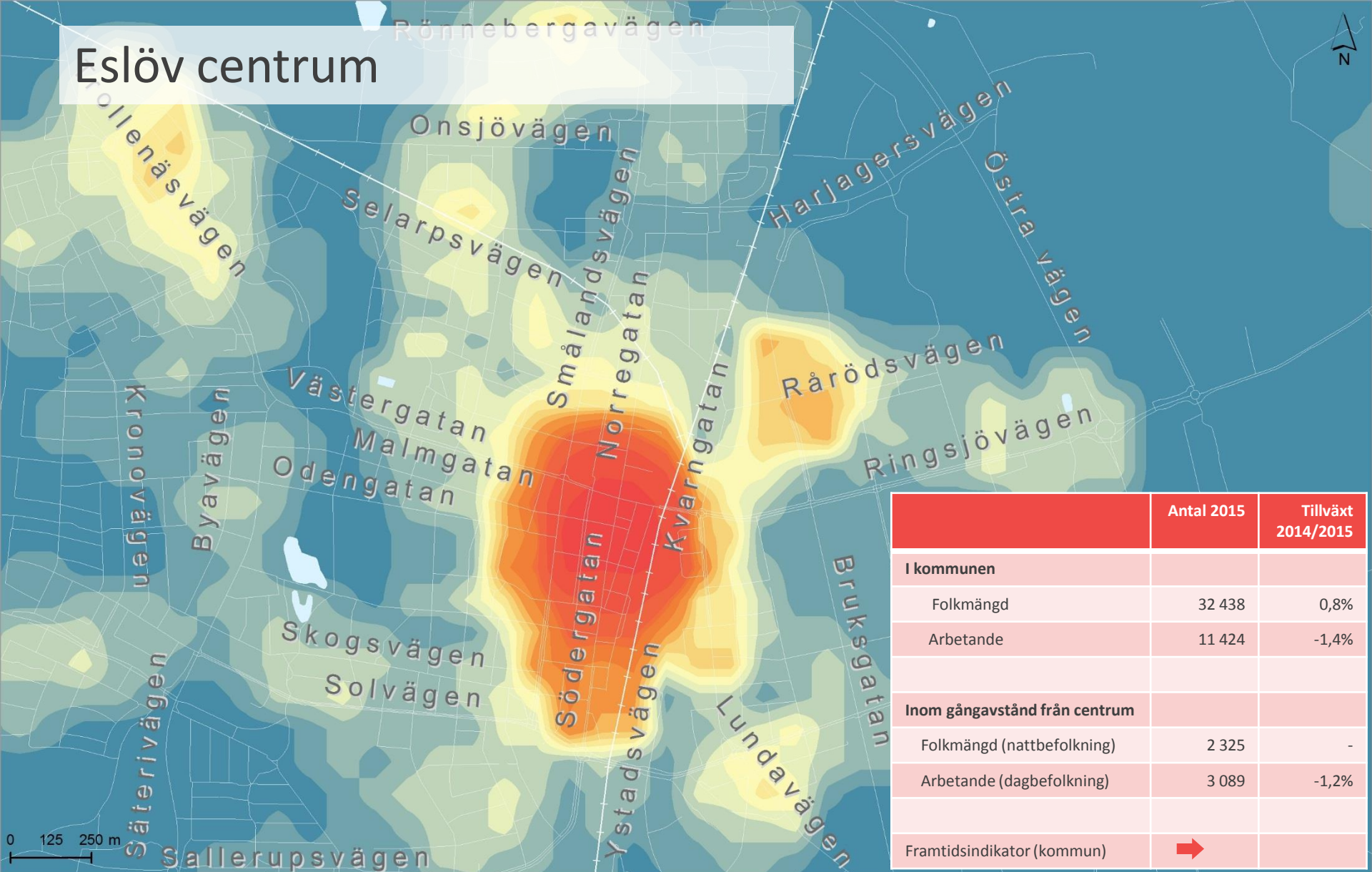


Branschstruktur i stadskärnor i region syd 2016

Huvudbranschens andel av stadskärnors totalomsättning



Eslöv centrum



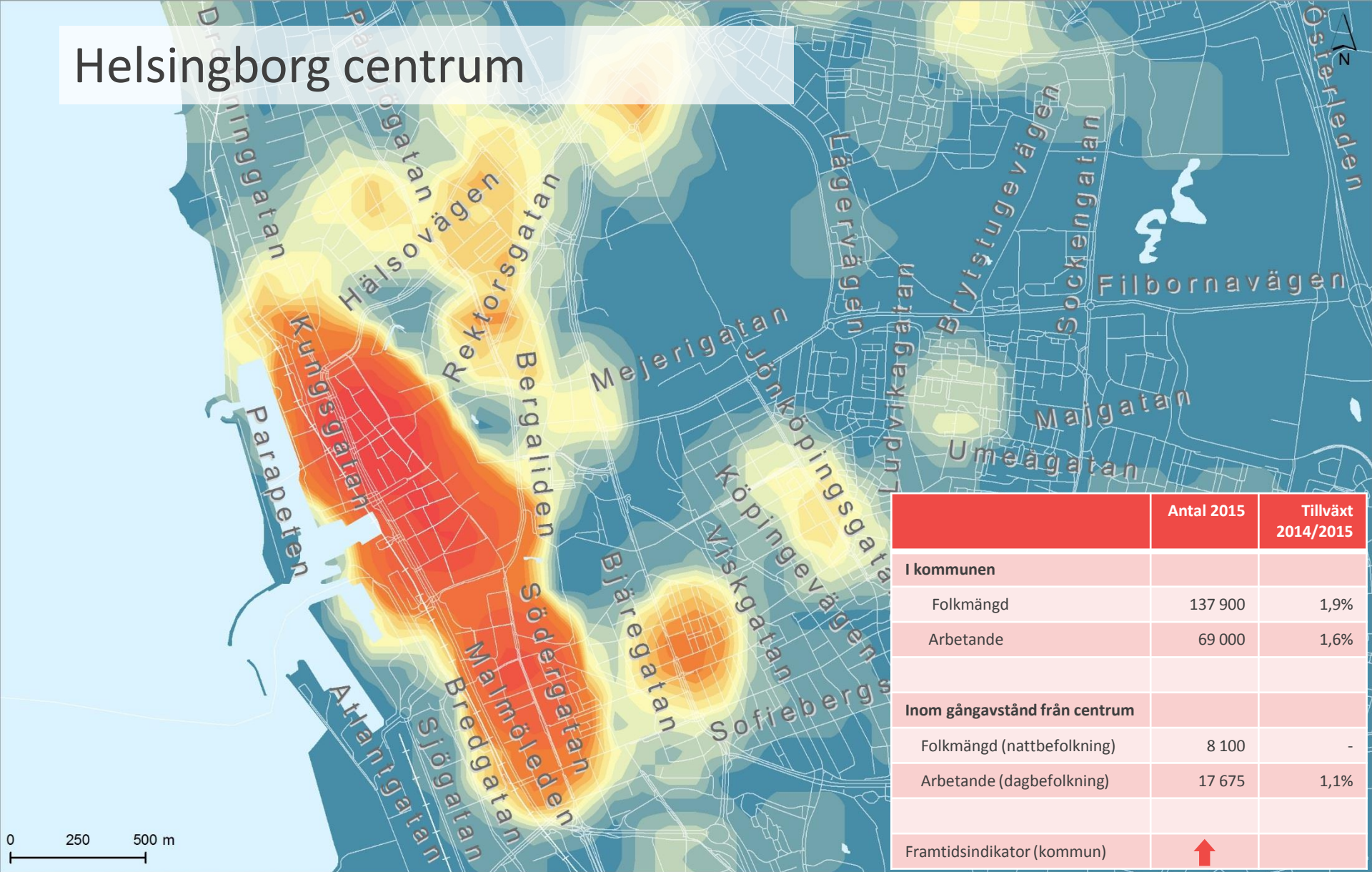
	Antal 2015	Tillväxt 2014/2015
I kommunen		
Folkmängd	32 438	0,8%
Arbetande	11 424	-1,4%
Inom gångavstånd från centrum		
Folkmängd (nattbefolkning)	2 325	-
Arbetande (dagbefolkning)	3 089	-1,2%
Framtidsindikator (kommun)	➔	

Eslöv centrum

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	105	290	2	-	524	-0,9%
Detaljhandel	42	157	-7	36%	433	-1,5%
Dagligvaror	14	65	2	31%	258	2,0%
Sällanköpsvaror	28	92	-9	47%	175	-6,3%
Beklädnad	10	34	-3	95%	54	-1,8%
Hem- & fritidsvaror	18	58	-6	39%	121	-8,2%
Övrig kommersiell service	63	133	9	-	91	0,0%
Hotell & restaurang	24	71	9	46%	66	4,8%
Hotell	2	-	-	89%	-	-
Restaurang	22	-	-	40%	-	-
Annan service	39	62	0	-	25	-10,7%
Hud, skönhet och kroppsvård	30	18	1	-	13	-13,3%
Kulturinstitutioner	2	-	-	-	-	-
Rese & turism	1	-	-	-	-	-
Övrig konsumentservice	6	4	-1	-	7	-12,5%

De kommersiella näringarna i Eslöv centrum omsatte knappt 525 miljoner kronor år 2016. Under perioden 2015-2016 backade omsättningen med 0,9 procent. Anledningen till nedgången förklaras av en stark nedgång i annan service (-10,7%) samt en mer begränsad nedgång i detaljhandeln, och i synnerhet då sällanköpsvaruhandeln, där flera företag förlorade omsättning. Dagligvaruhandeln ökade, trots en konkurs, något svagare än riket under perioden. Hotell och restaurangnäringarna ökade knappt 5 procent vilket var svagare än riket. Omsättningen i båda branscherna ökade svagt i absoluta tal vilket förklaras av att inget nämnvärt har skett under året som gått.

Helsingborg centrum



	Antal 2015	Tillväxt 2014/2015
I kommunen		
Folkmängd	137 900	1,9%
Arbetande	69 000	1,6%
Inom gångavstånd från centrum		
Folkmängd (nattbefolkning)	8 100	-
Arbetande (dagbefolkning)	17 675	1,1%
Framtidsindikator (kommun)	↑	

Helsingborg city (hela)

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	644	2 502	72	-	3 516	4,8%
Detaljhandel	265	897	-31	18%	2 031	1,8%
Dagligvaror	94	358	18	19%	876	5,3%
Sällanköpsvaror	171	539	-49	18%	1 155	-0,8%
Beklädnad	75	222	-23	30%	454	-1,0%
Hem- & fritidsvaror	96	317	-26	15%	701	-0,6%
Övrig kommersiell service	379	1 605	103	-	1 485	9,2%
Hotell & restaurang	162	1 176	48	48%	1 194	10,8%
Hotell	18	308	41	51%	362	15,7%
Restaurang	144	868	7	46%	832	8,8%
Annan service	217	429	55	-	291	3,4%
Hud, skönhet och kroppsvård	157	109	11	-	147	2,5%
Kulturinstitutioner	6	164	33	-	58	13,5%
Rese & turism	21	93	8	-	41	0,0%
Övrig konsumentservice	33	44	3	-	45	-2,2%

De kommersiella näringarna i Helsingborgs centrum omsatte 3,5 miljarder kronor under år 2016. Under perioden 2015-2016 ökade omsättningen med 4,8 procent vilket var något över genomsnittet för region Syd. Omsättningsökningen förklaras av en stark uppgång inom hotell- och restaurangnäringen till följd av en nyetablering i söder centrum. Detaljhandeln ökade måttligt men dagligvaruhandeln kändes vid en stark ökning vilket berodde på att butikerna i söder centrum ökade starkt. Sällanköpsvaruhandeln minskade med ca 0,8 procent vilket delvis berodde på byggstök i södra centrum och fortsatt strukturomvandling i norra centrum till följd av stark konkurrens. Annan service ökade med 3,4 procent, framförallt till följd av ökad omsättning bland kulturinstitutionerna.

Helsingborg norr city

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	491	2 063	45	-	2 708	2,0%
Detaljhandel	200	709	-15	13%	1 514	-0,2%
Dagligvaror	53	219	15	9%	437	3,3%
Sällanköpsvaror	147	490	-30	17%	1 077	-1,6%
Beklädnad	65	198	-3	28%	415	-3,2%
Hem- & fritidsvaror	82	292	-27	13%	662	-0,5%
Övrig kommersiell service	291	1 354	60	-	1 194	4,9%
Hotell & restaurang	129	1 003	16	40%	1 011	5,3%
Hotell	13	227	9	38%	271	1,5%
Restaurang	116	776	7	41%	740	6,8%
Annan service	162	351	44	-	183	2,6%
Hud, skönhet och kroppsvård	115	76	2	-	117	4,1%
Kulturinstitutioner	4	164	33	-	11	10,0%
Rese & turism	19	93	8	-	38	2,7%
Övrig konsumentsservice	24	18	1	-	17	-10,5%

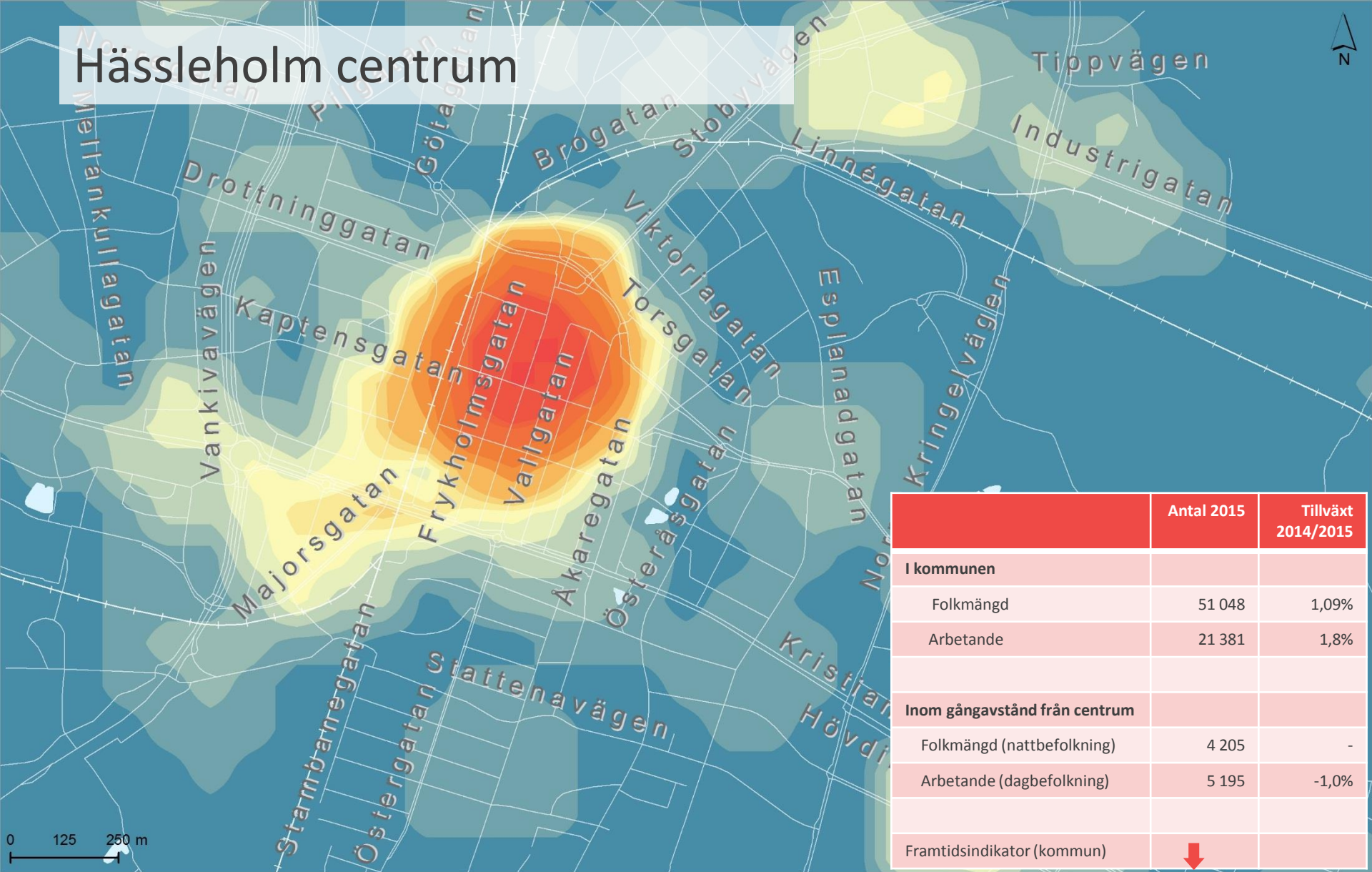
De kommersiella näringarna i norr city omsatte 2,7 miljarder kronor under år 2016. Under perioden 2015-2016 ökade omsättningen med 2,0 procent vilket var under genomsnittet för region Syd. Ökningen i norr city förklaras framförallt av en god ökning inom restaurangnäringarna och dagligvaruhandeln. Hotellnäringen liksom annan service ökade svagt medan sällanköpsvaruhandeln, framförallt beklädnadshandeln, minskade med 1,6 procent i genomsnitt. Den svaga utvecklingen i hotellnäringen berodde sannolikt på att nyetableringen i söder city ändrat spelplanen och ökat konkurrensen under året. Inom sällanköpsvaruhandeln fortsatte kräftgången så till vida att en del företags omsättning ökade medan andras minskade. Konkurer och omlokaliseringar bidrog till att nedgångar ej kompensades av uppgångar.

Helsingborg söder city

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	153	439	27	-	808	15,4%
Detaljhandel	65	188	-16	5%	517	7,9%
Dagligvaror	41	139	3	10%	439	7,3%
Sällanköpsvaror	24	49	-19	1%	78	11,4%
Beklädnad	10	24	-20	3%	39	30,0%
Hem- & fritidsvaror	14	25	1	1%	39	-2,5%
Övrig kommersiell service	88	251	43	-	291	31,6%
Hotell & restaurang	33	173	32	7%	183	55,1%
Hotell	5	81	32	13%	91	97,8%
Restaurang	28	92	0	5%	92	27,8%
Annan service	55	78	11	-	108	4,7%
Hud, skönhet och kroppsvård	42	33	9	-	30	-3,2%
Kulturinstitutioner	2	-	-	-	-	-
Rese & turism	2	-	-	-	-	-
Övrig konsumentservice	9	26	2	-	28	3,7%

De kommersiella näringarna i söder city omsatte drygt 800 miljoner kronor under år 2016. Under perioden 2015-2016 ökade omsättningen i söder city med drygt 15 procent vilket var avsevärt över genomsnittet för region Syd. Ökningen förklaras framförallt av en god ökning inom hotell- och restaurangnäringarna samt inom dagligvaruhandeln. Även de andra branscherna ökade under året men utvecklingen var svagast inom annan service. Inom hotellnäringen uppnådde en nyetablering helårsomsättning 2016 vilket förklarar den starka tillväxten. Dagligvaruhandeln och restaurangnäringen tillväxt förklaras av att befintliga företag går starkt, dock från relativt låga nivåer. Inom annan service är det framförallt kulturinstitutionerna som går framåt på grund av ökad efterfrågan.

Hässleholm centrum

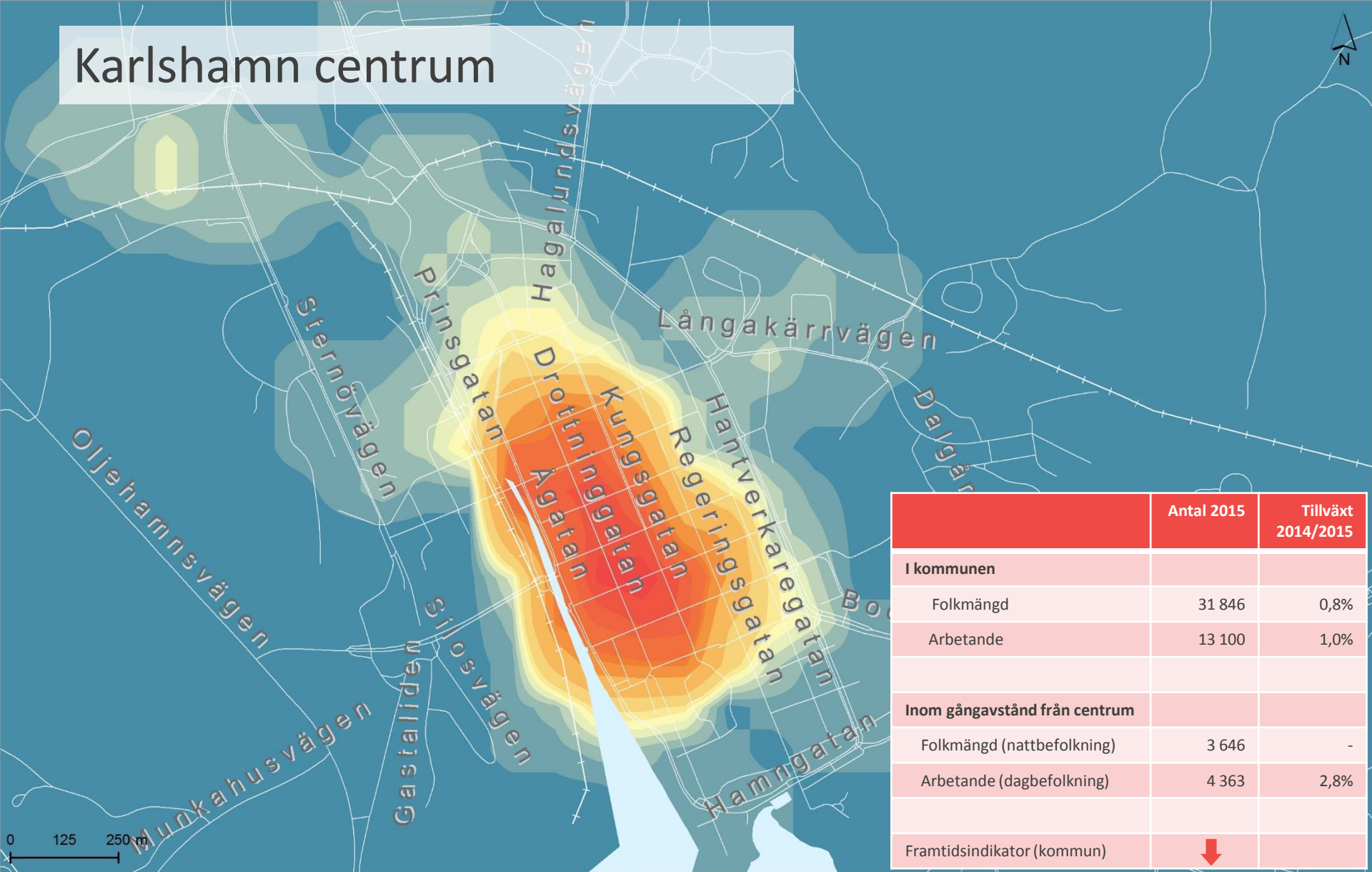


Hässleholm centrum

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	151	506	41	-	793	5,7%
Detaljhandel	67	267	5	20%	588	3,5%
Dagligvaror	17	50	-5	11%	179	1,7%
Sällanköpsvaror	50	217	10	32%	409	4,3%
Beklädnad	17	72	-3	67%	139	5,3%
Hem- & fritidsvaror	33	145	13	25%	270	3,8%
Övrig kommersiell service	84	239	36	-	205	14,4%
Hotell & restaurang	25	165	29	28%	143	16,3%
Hotell	3	42	-5	56%	40	-2,4%
Restaurang	22	123	34	40%	103	25,6%
Annan service	59	74	7	-	62	4,6%
Hud, skönhet och kroppsvård	45	24	7	-	39	2,2%
Kulturinstitutioner	3	-	-	-	-	-
Rese & turism	1	-	-	-	-	-
Övrig konsumentservice	10	12	0	-	12	-7,7%

De kommersiella näringarna i Hässleholm omsatte knappt 800 miljoner kronor under år 2016. Under perioden 2015-2016 ökade omsättningen med 5,7 procent vilket var något över genomsnittet för region Syd. Ökningen i Hässleholm förklaras av en stark ökning inom restaurangnäringen och sällanköpsvaruhandeln. Dagligvaruhandeln ökade svagare än riket samtidigt som annan service ökade omkring 4,6 procent från låga nivåer. Inom sällanköpsvaruhandeln tycks uppgången vara mer generell eftersom många företag går starkt trots en del konkurser. Inom restaurangnäringen förklaras ökningen dels av nyetableringar dels av att flera större enheter utvecklas starkt.

Karlshamn centrum

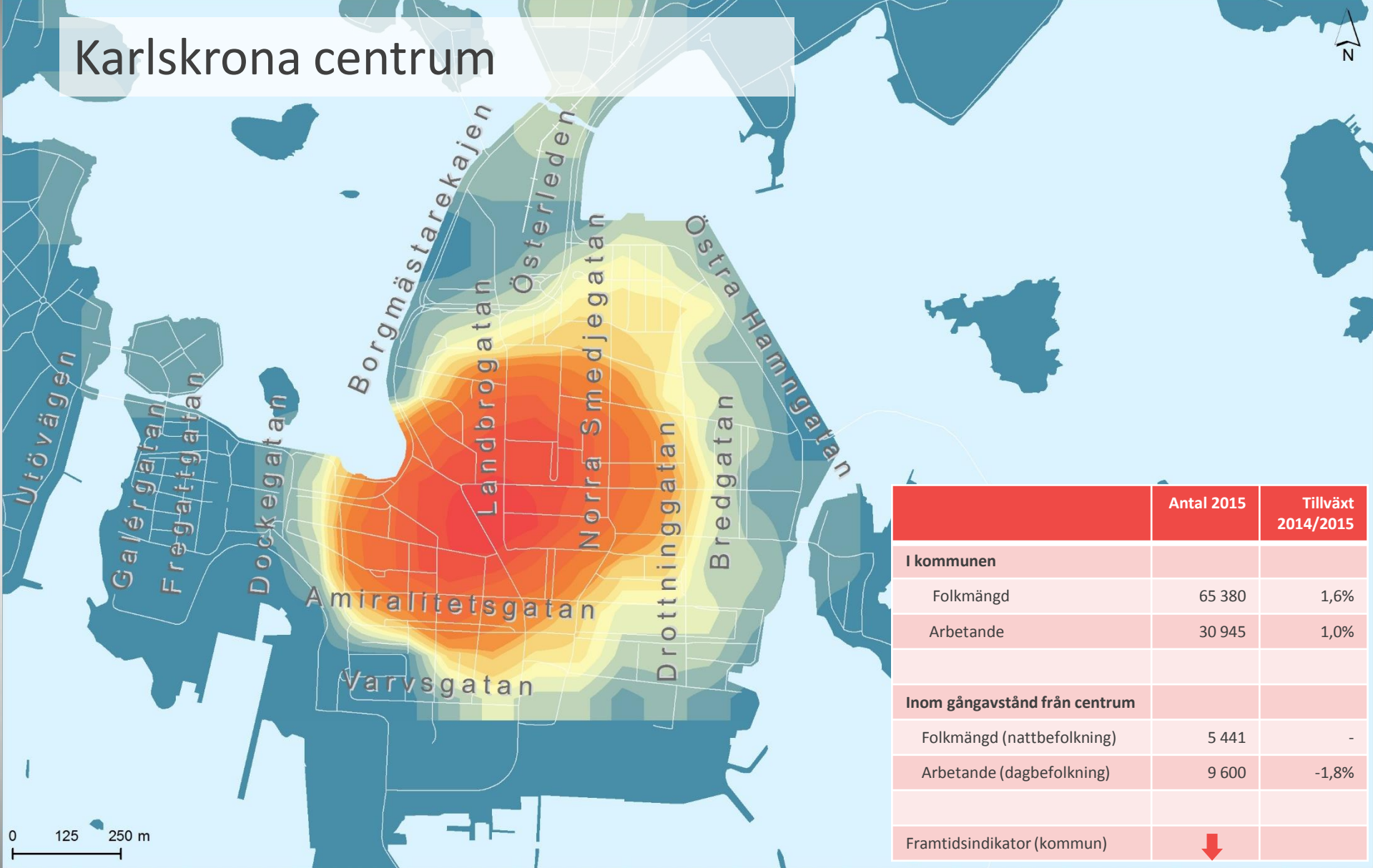


Karlshamn centrum

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	162	468	-4	-	723	2,9%
Detaljhandel	72	294	-11	30%	569	1,6%
Dagligvaror	20	82	0	22%	244	3,0%
Sällanköpsvaror	52	212	-11	40%	325	0,6%
Beklädnad	24	104	-5	85%	185	2,2%
Hem- & fritidsvaror	28	108	-6	24%	140	-1,4%
Övrig kommersiell service	90	174	7	-	154	9,2%
Hotell & restaurang	32	91	4	22%	87	6,1%
Hotell	3	9	3	5%	8	0,0%
Restaurang	29	82	1	33%	79	6,8%
Annan service	58	83	3	-	67	13,6%
Hud, skönhet och kroppsvård	46	47	5	-	56	12,0%
Kulturinstitutioner	2	-	-	-	-	-
Rese & turism	3	-	-	-	-	-
Övrig konsumentservice	7	8	-2	-	7	16,7%

De kommersiella näringarna i Karlshamn centrum omsatte 723 miljoner kronor under år 2016. Under perioden 2015-2016 ökade omsättningen med 2,9 procent vilket var under genomsnittet för region Syd. Ökningen i Karlshamn förklaras av en stark ökning inom restaurangnäringen, dagligvaruhandeln och annan service. Inom dagligvaruhandeln är det framförallt befintliga enheter som går starkt trots att det förekommer en del konkurser. Sällanköpsvaruhandeln ökar blott 0,6 procent men tillväxten sker inom befintligt bestånd. Restaurangnäringen ökade närmare 7,0 procent men ökningen är från låga nivåer och inom befintligt bestånd varför det bör tolkas som ett resultat av lokal efterfrågeökning. Uppgången inom annan service beror på att en aktör inom hud och skönhet har en stark tillväxt samt att flera av stadens trafikskolor fått se en ökad efterfrågan.

Karlskrona centrum

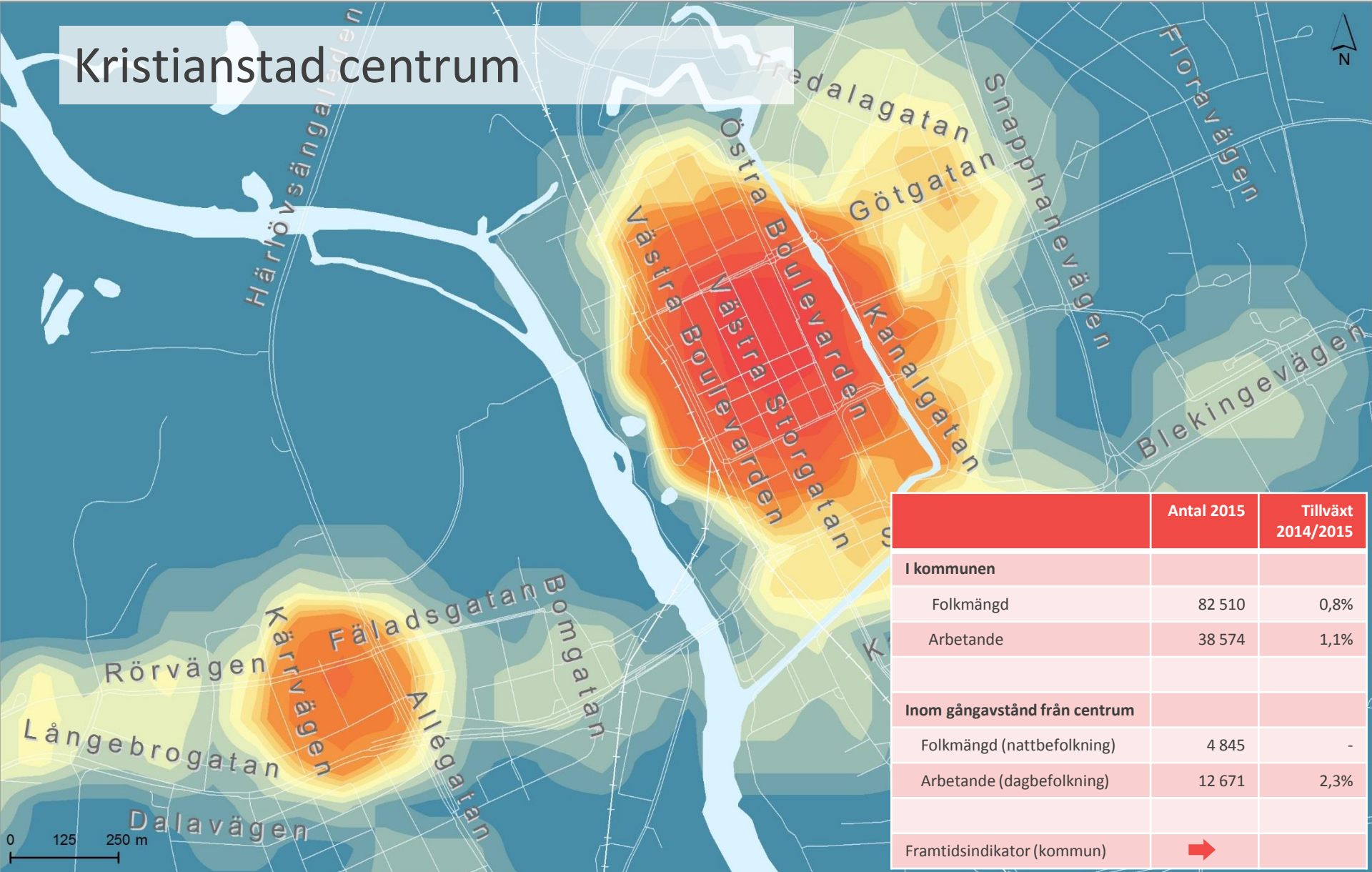


Karlskrona centrum

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	270	954	-36	-	1 583	4,0%
Detaljhandel	120	456	-22	24%	1 064	1,4%
Dagligvaror	30	133	5	17%	395	4,2%
Sällanköpsvaror	90	323	-27	30%	669	-0,3%
Beklädnad	41	158	-11	67%	297	1,4%
Hem- & fritidsvaror	49	165	-16	21%	372	-1,5%
Övrig kommersiell service	150	498	-14	-	519	9,7%
Hotell & restaurang	62	345	-16	46%	383	9,7%
Hotell	5	47	-9	25%	59	5,4%
Restaurang	57	298	-7	54%	324	10,6%
Annan service	88	153	2	-	136	9,7%
Hud, skönhet och kroppsvård	66	58	4	-	74	2,8%
Kulturinstitutioner	5	45	3	-	16	0,0%
Rese & turism	4	28	-8	-	20	53,8%
Övrig konsumentservice	13	22	7	-	26	13,0%

I Karlskrona centrum omsatte de kommersiella näringarna knappt 1,6 miljarder kronor år 2016. Under perioden 2015-2016 ökade omsättningen med 4,0 procent vilket var något under genomsnittet för region Syd. Ökningen i Karlskrona förklaras av en stark ökning inom restaurangnäringen, dagligvaruhandeln och annan service. Hotellnäringen ökade 5,4 procent, från låga nivåer, medan sällanköpsvaruhandeln stod och stampade. Ökningen inom dagligvaruhandeln är, trots en del konkurser bland småföretagen, organisk. Även inom restaurangnäringen är det flera befintliga aktörer som ligger bakom uppgången. Inom sällanköpsvaruhandeln både ökar och minskar det. Beklädnadshandeln ökar, trots viss turbulens, organiskt, medan hem- och fritidsvaruhandeln backar till följd av konkurser och omlokaliseringar från centrum till de externa marknadsplatserna. Annan service ökar cirka 10 procent vilket framförallt beror på en ökad efterfrågan inom rese- & turismnäringarna.

Kristianstad centrum

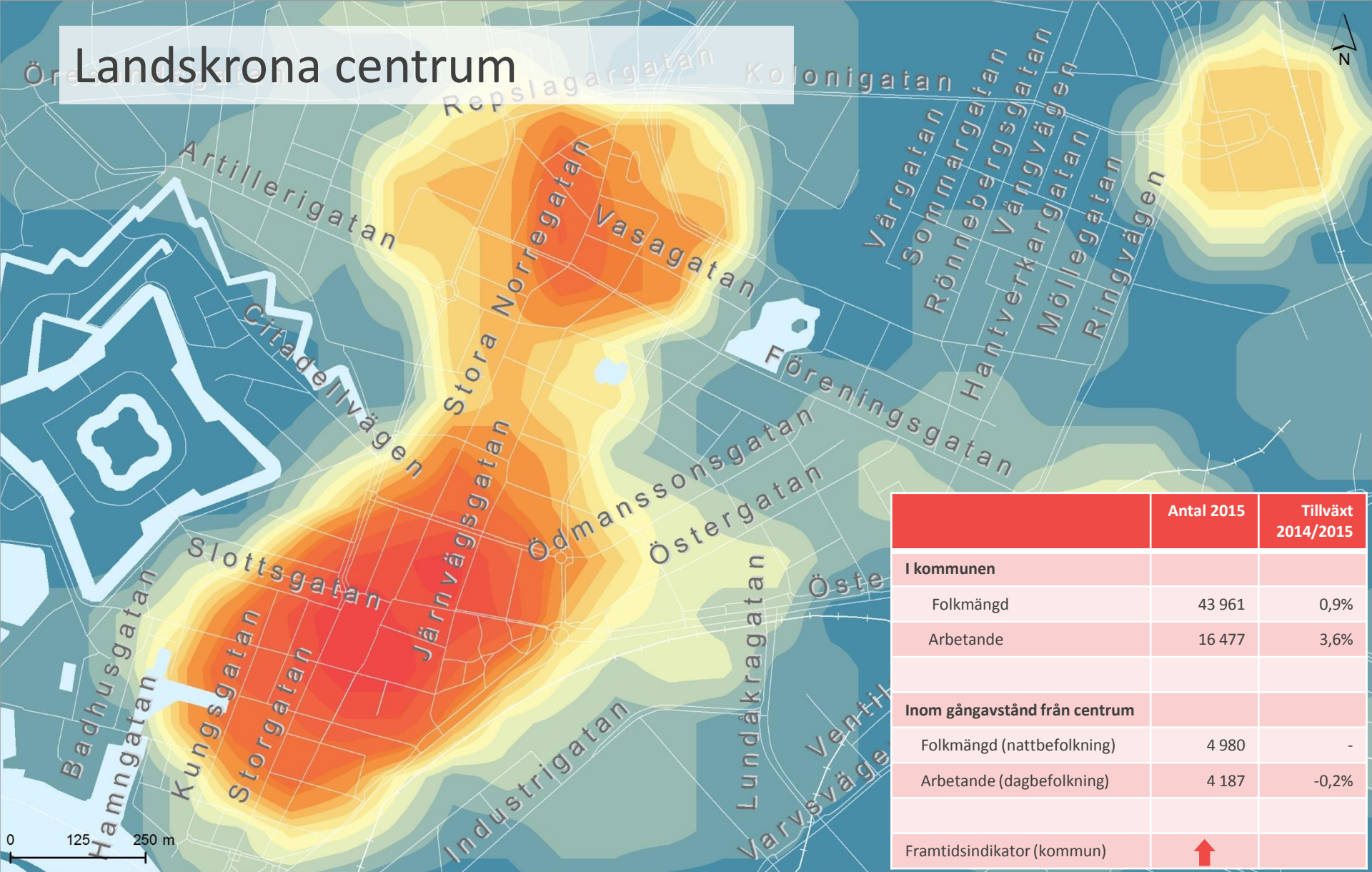


Kristianstad centrum

Bransch18	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	304	1 371	-8	-	2 235	6,8%
Detaljhandel	148	775	4	28%	1 659	5,1%
Dagligvaror	37	185	4	18%	502	7,3%
Sällanköpsvaror	111	590	0	36%	1 157	4,1%
Beklädnad	55	294	-18	83%	530	5,8%
Hem- & fritidsvaror	56	296	18	24%	627	2,8%
Övrig kommersiell service	156	596	-12	-	576	14,2%
Hotell & restaurang	57	382	-16	40%	373	12,7%
Hotell	5	76	0	37%	78	13,0%
Restaurang	52	306	-16	41%	295	12,6%
Annan service	99	214	4	-	203	10,9%
Hud, skönhet och kroppsvård	84	102	-1	-	108	5,0%
Kulturinstitutioner	4	84	5	-	54	25,6%
Rese & turism	3	15	-1	-	27	8,0%
Övrig konsumentservice	8	13	1	-	14	16,7%

I Kristianstad centrum väntar man på färdigställandet av det externa handelsområdet C4. Den totala utvecklingen uppgick under året till knappt 7 procent. Tillväxten var, i förhållande till genomsnittet för riket, stark i samtliga branscher. Inom dagligvaruhandeln skedde tillväxten i befintligt bestånd. Samma förhållande gör sig gällande i beklädnadshandeln och handeln med hem- & fritidsvaror där såväl kedjeföretag som fristående aktörer, trots några konkurser, ökar på bred front. Anledningen till detta torde till stora delar bero på de butiker som etablerades i Galleria Boulevard under 2015 nått helårsomsättning. Under 2016 färdigställdes den sista etappen vilket till viss del förklarar en fortsatt god tillväxt. Hotellen i Kristianstad ökar generellt på grund av ökad efterfrågan medan restaurangnäringen ökar dels till följd av nya enheter i Galleria Boulevard men också en ökad efterfrågan. Den starka utvecklingen inom annan service förklaras delvis av att kulturinstitutioner ökar och framförallt då biograferna.

Landskrona centrum

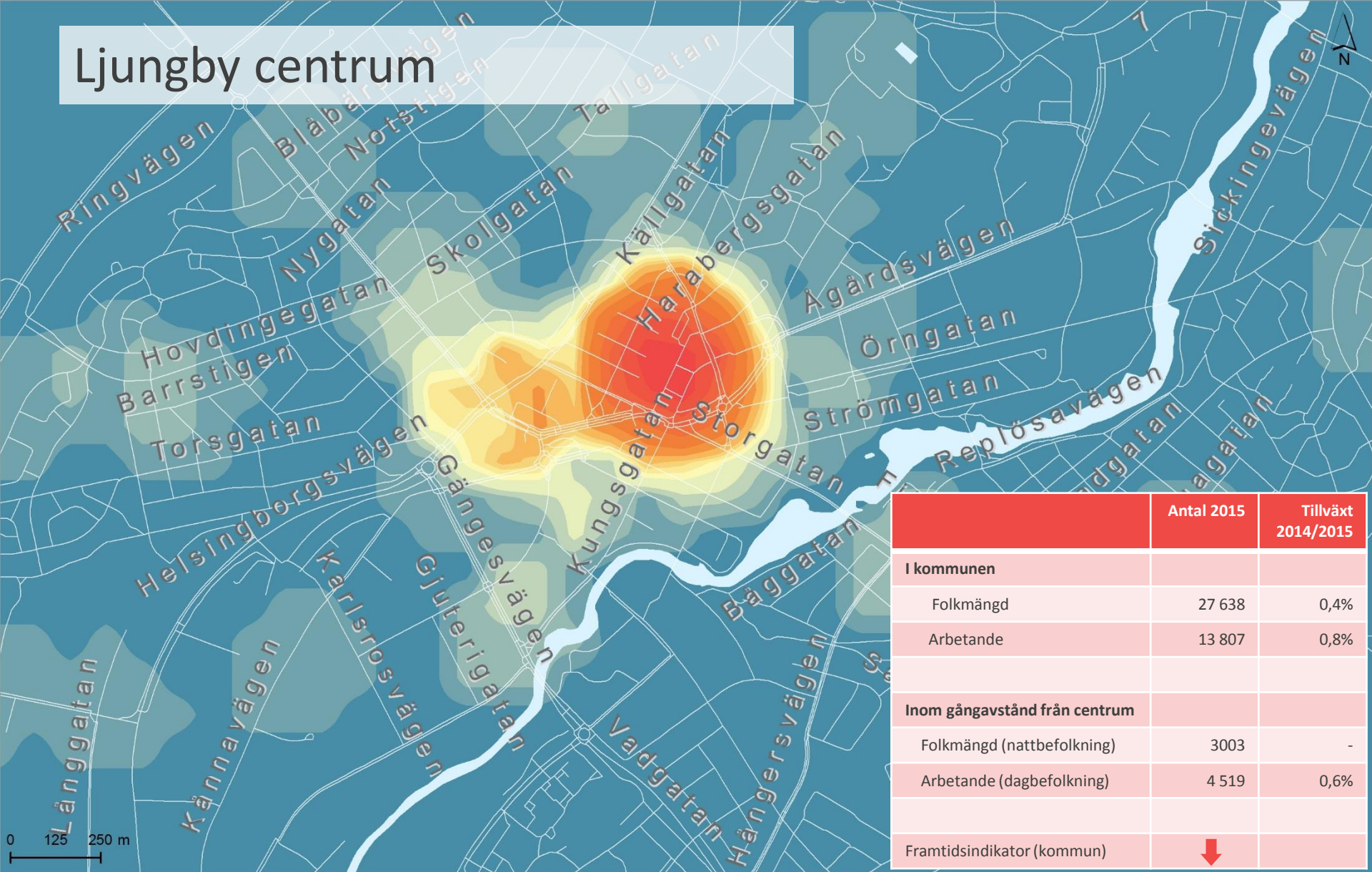


Landskrona centrum

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	188	558	-2	-	1 016	5,5%
Detaljhandel	94	302	-14	39%	753	4,7%
Dagligvaror	36	130	-14	32%	411	7,9%
Sällanköpsvaror	58	172	0	53%	342	1,2%
Beklädnad	24	70	-3	81%	131	-1,5%
Hem- & fritidsvaror	34	102	3	44%	211	2,9%
Övrig kommersiell service	94	256	12	-	263	7,6%
Hotell & restaurang	35	175	11	41%	179	2,6%
Hotell	6	57	4	25%	46	-4,2%
Restaurang	29	118	7	54%	133	5,2%
Annan service	59	81	1	-	84	20,0%
Hud, skönhet och kroppsvård	45	37	1	-	48	4,3%
Kulturinstitutioner	3	-	-	-	-	-
Rese & turism	1	-	-	-	-	-
Övrig konsumentservice	10	5	2	-	16	6,7%

I Landskrona omsatte de kommersiella näringarna drygt 1 miljard kronor. Den totala utvecklingen uppgick under året till ca 5,5 procent. Tillväxten i Landskrona centrum förklaras dels av en stark tillväxt i dagligvaruhandeln dels en stark tillväxt i annan service. Inom den senare är det framförallt branscherna rese & turism samt kulturinstitutioner som ökar. Inom hotell- och restaurangnäringarna backar hotellbranschen måttligt från en låg nivå vilket beror på att en större enhet erfar lägre efterfrågan. Restaurangnäringarna ökar svagare än riket vilket förklaras av att tillväxten sker inom befintligt bestånd. Inom handeln är det framförallt dagligvaruhandeln som är motorn och ökar med närmare 8,0 procent. Den starka ökningen förklaras framförallt av att nyetablering kompenserar för visst bortfall genom konkurser bland mindre företag. Sällanköpsvaruhandeln ökar svagt men utvecklingen skiljer sig mellan branscherna så till vida att beklädnadshandeln backar medan handeln med hem- & fritidsvaror ökar svagt.

Ljungby centrum

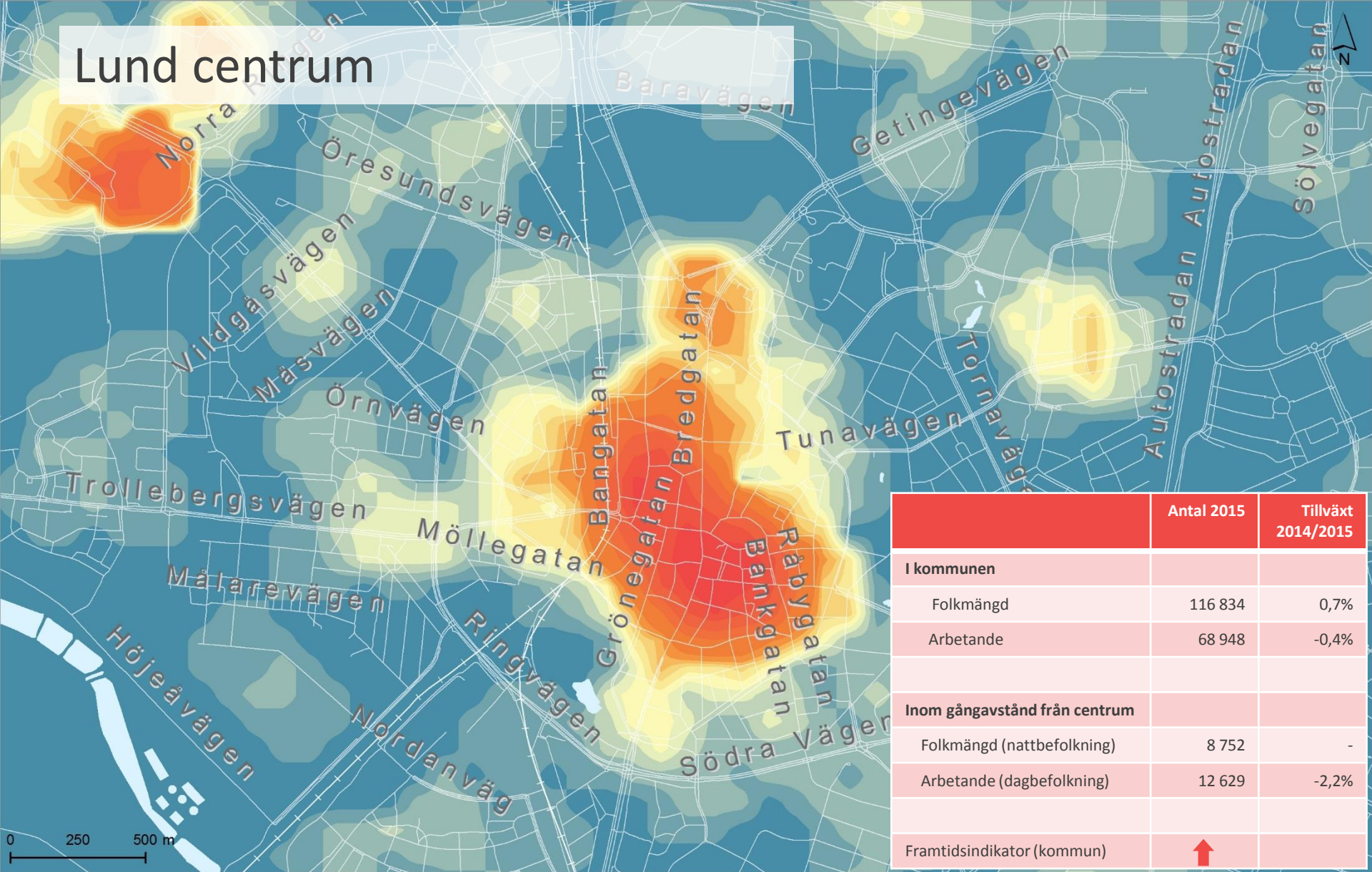


Ljungby centrum

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	118	468	5	-	961	3,6%
Detaljhandel	58	327	-9	56%	841	3,7%
Dagligvaror	20	189	5	55%	508	3,7%
Sällanköpsvaror	38	138	-14	57%	333	3,7%
Beklädnad	17	54	4	95%	94	17,5%
Hem- & fritidsvaror	21	84	-18	50%	239	-0,8%
Övrig kommersiell service	60	141	14	-	120	0,8%
Hotell & restaurang	19	75	7	24%	67	0,0%
Hotell	3	21	3	13%	15	0,0%
Restaurang	16	54	4	31%	52	0,0%
Annan service	41	66	7	-	53	1,9%
Hud, skönhet och kroppsvård	32	20	1	-	37	6,9%
Kulturinstitutioner	0	-	-	-	-	-
Rese & turism	2	-	-	-	-	-
Övrig konsumentservice	7	44	6	-	18	12,5%

I Ljungby omsatte de kommersiella näringarna i centrum drygt 950 miljoner kronor. Den totala utvecklingen uppgick under året till 3,6 procent vilket var något svagare än i regionen som helhet. Tillväxten i Ljungby centrum förklaras uteslutande av detaljhandeln medan de övriga branscherna går kräftgång. Inom detaljhandeln står sällanköpsvaruhandeln för en starkare uppgång än dagligvaruhandeln. Anledningen till detta är dels ett antal nyetableringar dels också en allmän efterfrågeökning som tas om hand i befintligt bestånd. Inom dagligvaruhandeln sker en nyetablering under 2015 vilken når helårsomsättning under 2016. Övriga butiker i dagligvaruhandeln ligger på ungefär samma nivå som året innan.

Lund centrum

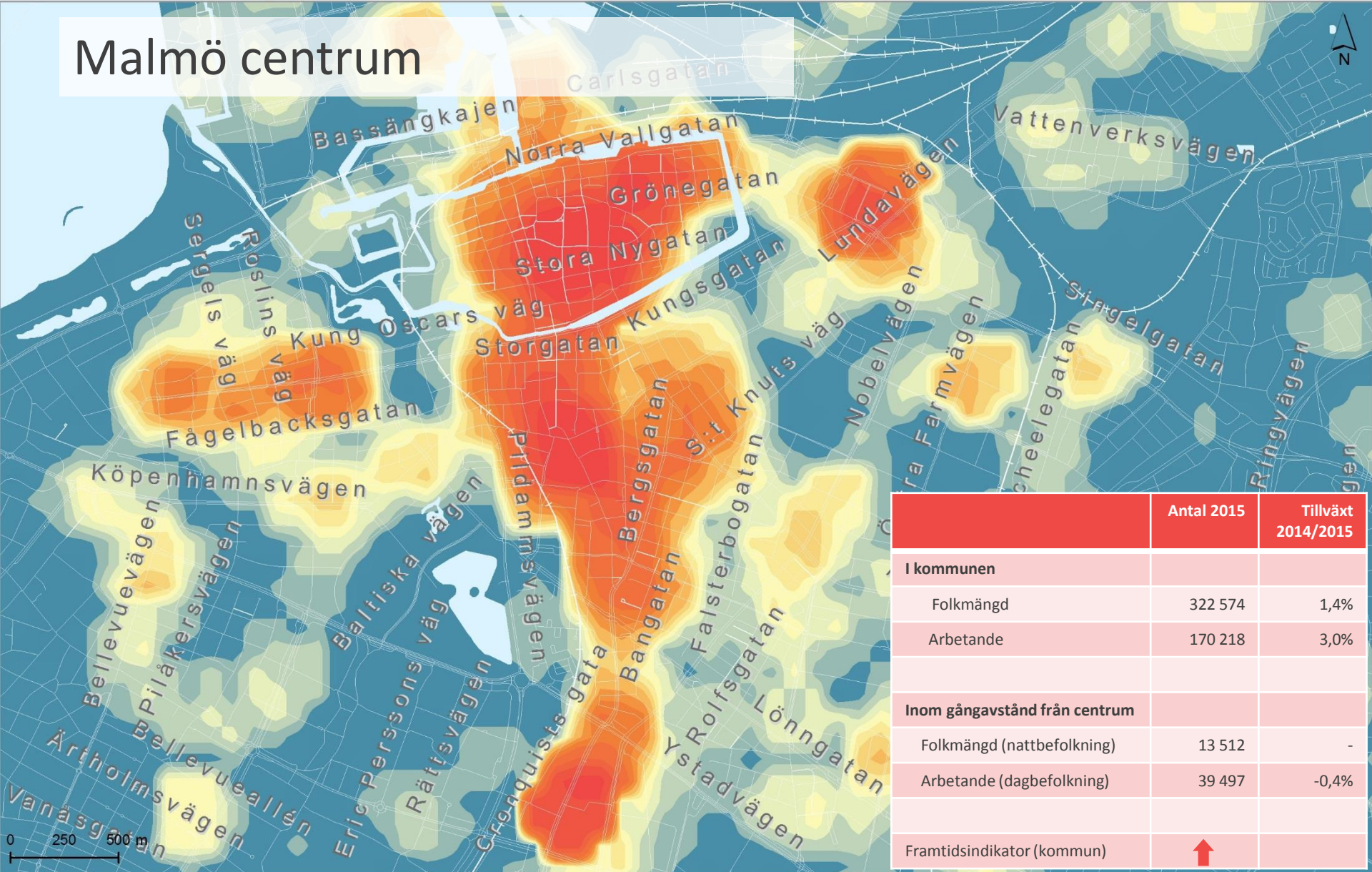


Lund centrum

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	514	2 368	58	-	3 615	5,2%
Detaljhandel	210	1 095	4	32%	2 413	2,7%
Dagligvaror	66	443	-12	29%	1 154	5,0%
Sällanköpsvaror	144	652	16	37%	1 259	0,6%
Beklädnad	47	196	-11	48%	350	-3,3%
Hem- & fritidsvaror	97	456	27	33%	909	2,2%
Övrig kommersiell service	304	1 273	54	-	1 202	10,6%
Hotell & restaurang	153	840	3	43%	865	8,1%
Hotell	15	168	-8	43%	253	6,8%
Restaurang	138	672	11	44%	612	8,7%
Annan service	151	433	51	-	337	17,4%
Hud, skönhet och kroppsvård	115	108	15	-	174	10,7%
Kulturinstitutioner	5	196	8	-	96	21,5%
Rese & turism	8	20	-1	-	17	21,4%
Övrig konsumentservice	23	109	29	-	50	35,1%

Lund centrum uppvisar på det hela taget en stark tillväxt i de kommersiella näringarna. Omsättningen uppgick till 3,6 miljarder och tillväxten mellan 2015 och 2016 till drygt 5 procent. Undantaget sällanköpsvaruhandeln, vars svaga utveckling från de föregående åren fortsatte, utvecklades samtliga huvudbranscher bra. Beklädnadshandeln backade vilket delvis berodde på en omlokalisering från centrum till annan plats, delvis på att flera butiker hade svag utveckling eller backade. I Hem- och fritidsvaruhandeln kompenseras nedgångar av motsvarande uppgångar. Hotell- och restaurangnäringarna hade en stark utveckling, i linje med riket, till följd av ökad efterfrågan. Starkast tillväxt uppvisar emellertid annan service vilket främst berodde på ökad efterfrågan inom hud och skönhet samt kulturella tjänster.

Malmö centrum



Malmö centrum (hela)

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	1 426	6 677	56	-	9 805	2,9%
Detaljhandel	617	2 722	-1	23%	5 742	2,7%
Dagligvaror	187	807	-22	19%	2 010	3,2%
Sällanköpsvaror	430	1 915	21	27%	3 732	2,4%
Beklädnad	191	896	-7	45%	1 566	-1,1%
Hem- & fritidsvaror	239	1 019	28	21%	2 166	5,0%
Övrig kommersiell service	809	3 955	57	-	4 063	3,2%
Hotell & restaurang	366	2 907	10	43%	3 040	2,9%
Hotell	26	591	2	42%	-	-
Restaurang	340	1 800	7	43%	-	-
Annan service	443	1 048	47	-	1 023	3,8%
Hud, skönhet och kroppsvård	350	350	48	-	397	5,1%
Kulturinstitutioner	10	409	6	-	173	6,7%
Rese & turism	33	211	0	-	318	1,0%
Övrig konsumentservice	50	78	1	-	130	3,1%

Efter några magra år har Malmö centrum börjat återhämta sig. Mellan 2015 och 2016 ökade omsättningen med 2,9 procent vilket innebar att omsättningen uppgick till 9,8 miljarder kronor år 2016. Tillväxten är relativt jämnt fördelad mellan olika huvudbranscher och endast beklädnadshandeln uppvisade en svag nedgång vilket framförallt förklaras av utvecklingen i den yttre ringen där Entré såg till att dra ned tillväxten. I den inre ringen var utvecklingen positiv i samtliga branscher vilket, trots stark konkurrens och följaktligen viss turbulens, torde kunna förklaras av Triangelns färdigställande sent år 2014. Inom hotell- och restaurangnäringen samt annan service är det framförallt företag lokaliserade inom den inre ringen som bidrar till den goda utvecklingen.

Malmö centrum (inre ringen)

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	1 088	5 648	89	-	8 459	4,3%
Detaljhandel	491	2 276	19	20%	4 941	3,5%
Dagligvaror	124	537	-15	13%	1 370	1,9%
Sällanköpsvaror	367	1 739	34	25%	3 571	4,1%
Beklädnad	171	818	-5	43%	1 503	2,9%
Hem- & fritidsvaror	196	921	39	20%	2 068	5,0%
Övrig kommersiell service	597	3372	70	-	3 518	5,3%
Hotell & restaurang	262	2 391	9	37%	2 619	4,6%
Hotell	25	591	2	42%	880	3,7%
Restaurang	237	1 800	7	35%	1 739	5,0%
Annan service	335	981	61	-	899	7,7%
Hud, skönhet och kroppsvård	259	298	48	-	334	5,7%
Kulturinstitutioner	9	409	6	-	173	16,1%
Rese & turism	27	196	6	-	262	6,9%
Övrig konsumentservice	40	78	1	-	130	4,0%

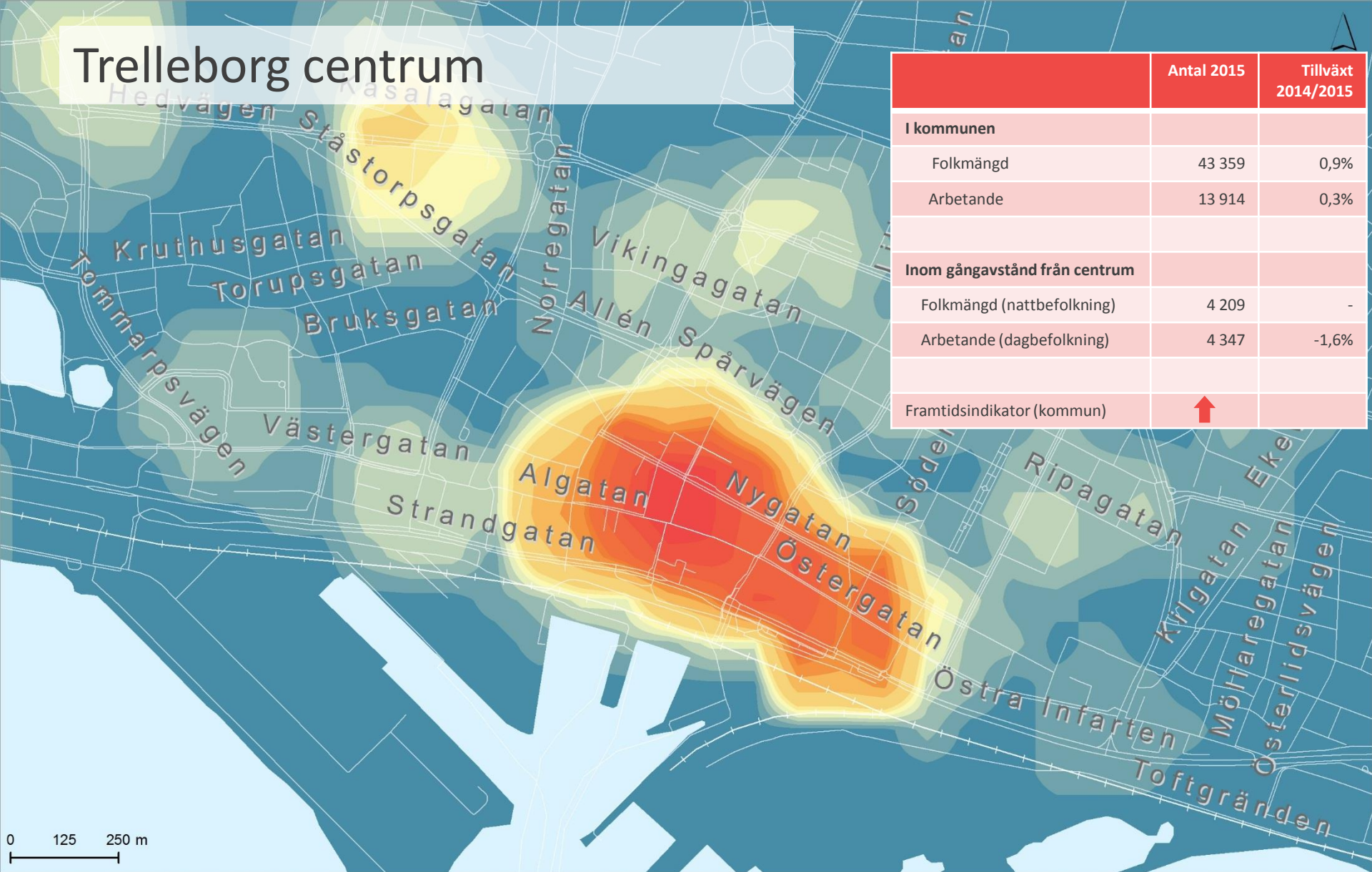
Den totala omsättningen i Malmö centrum (inre ringen) uppgick till knappt 8,5 miljarder kronor, en ökning med 4,3 procent jämfört med 2015.

Malmö centrum (yttre ringen)

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	338	1 029	-33	-	1 346	-5,1%
Detaljhandel	126	446	-20	3%	801	-2,2%
Dagligvaror	63	270	-7	6%	640	6,1%
Sällanköpsvaror	63	176	-13	2%	161	-25,5%
Beklädnad	20	78	-2	2%	63	-48,8%
Hem- & fritidsvaror	43	98	-11	1%	98	5,4%
Övrig kommersiell service	212	583	-13	-	545	-9,0%
Hotell & restaurang	104	516	1	6%	421	-6,0%
Hotell	1	-	-	1%	-	-
Restaurang	103	-	-	9%	-	-
Annan service	108	67	-14	-	124	-17,7%
Hud, skönhet och kroppsvård	91	52	0	-	63	2,0%
Kulturinstitutioner	1	-	-	-	-	-
Rese & turism	6	15	-6	-	56	-20,0%
Övrig konsumentservice	10	-	-	-	-	-

Den totala omsättningen i Malmö centrum (yttre ringen) uppgick till drygt 1,3 miljarder kronor år 2016. Den yttre ringen backade därmed drygt 5 procent gentemot föregående år.

Trelleborg centrum



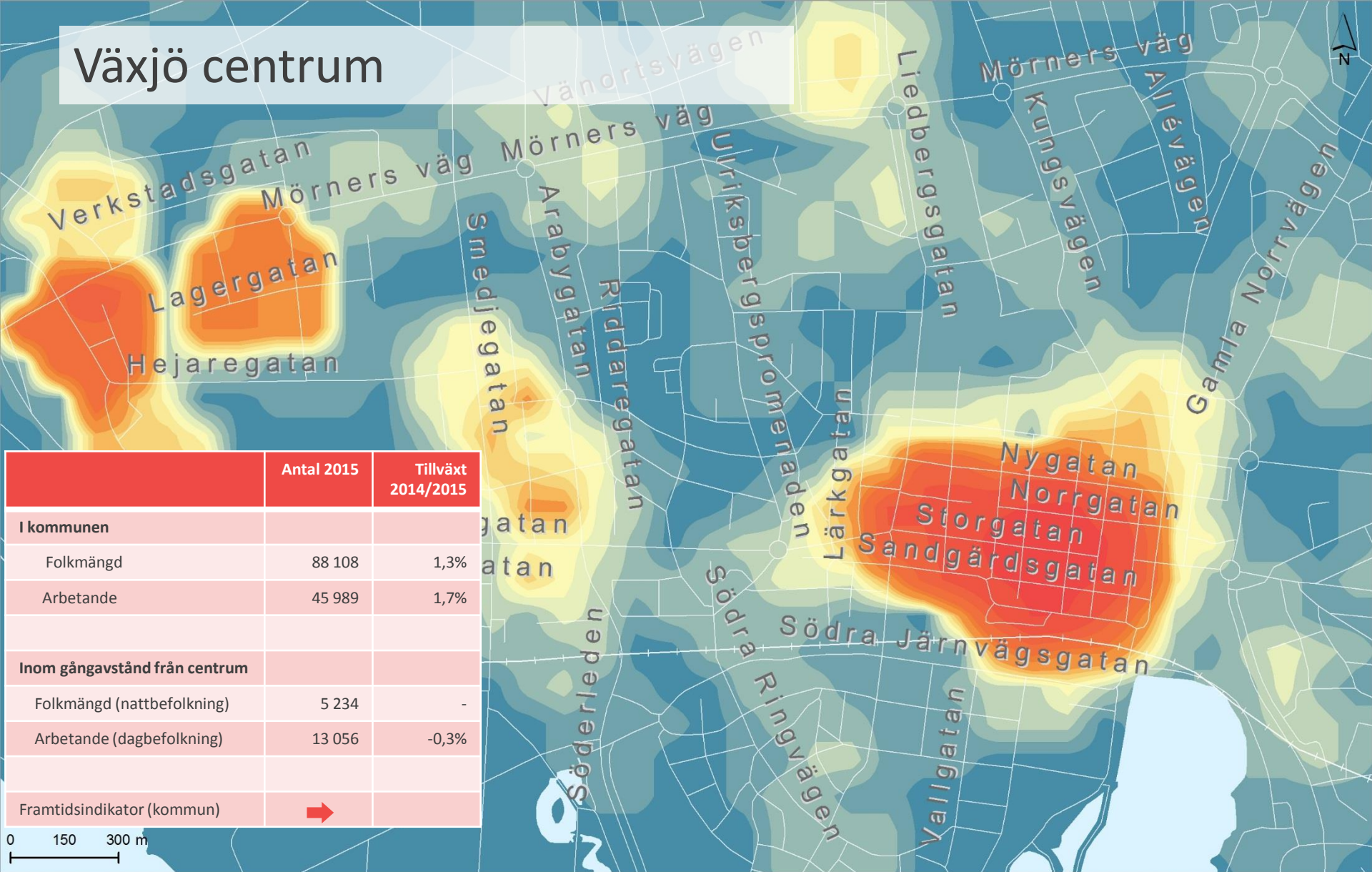
	Antal 2015	Tillväxt 2014/2015
I kommunen		
Folkmängd	43 359	0,9%
Arbetande	13 914	0,3%
Inom gångavstånd från centrum		
Folkmängd (nattbefolkning)	4 209	-
Arbetande (dagbefolkning)	4 347	-1,6%
Framtidsindikator (kommun)	↑	

Trelleborg centrum

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	219	511	28	-	823	7,1%
Detaljhandel	90	305	20	30%	619	5,1%
Dagligvaror	32	91	2	19%	233	10,4%
Sällanköpsvaror	58	214	18	49%	386	2,1%
Beklädnad	23	94	7	68%	163	6,5%
Hem- & fritidsvaror	35	120	11	40%	223	-0,9%
Övrig kommersiell service	129	206	8	-	204	9,1%
Hotell & restaurang	48	134	8	44%	134	17,5%
Hotell	4	17	1	31%	23	21,1%
Restaurang	44	117	7	48%	111	16,8%
Annan service	81	72	0	-	70	-4,1%
Hud, skönhet och kroppsvård	69	35	-1	-	48	-1,2%
Kulturinstitutioner	2	0	0	-	0	-
Rese & turism	2	0	0	-	0	-
Övrig konsumentservice	8	3	2	-	5	0,0%

I Trelleborg centrum omsatte de kommersiella näringarna 823 miljoner kronor. Sedan 2015 har den totala omsättningen ökat med drygt 7,0 procent. Starkast tillväxt återfanns inom hotell- och restaurangnäringarna samt inom dagligvaruhandeln. Sällanköpsvaruhandeln ökade måttligt medan annan service minskade med omkring 4 procent från låga nivåer. Den starka tillväxten i dagligvaruhandeln förklaras dels av nyetableringar av mindre butiker men också av en god utveckling i befintligt bestånd. Hotell- och restaurangnäringarna ökar i befintligt bestånd men det är också en viss ruljans bland de mindre företagen då vissa byts ut under året. Inom beklädnadshandeln går såväl stora som små företaget generellt bra. Fritidsvaruhandeln har fått se en sämre utveckling som drabbat både stora och små företag. Sannolikt är en ökad regional konkurrens orsaken till detta. Få konkurser men ändå svag eller till och med negativ utveckling hos många befintliga butiker.

Växjö centrum

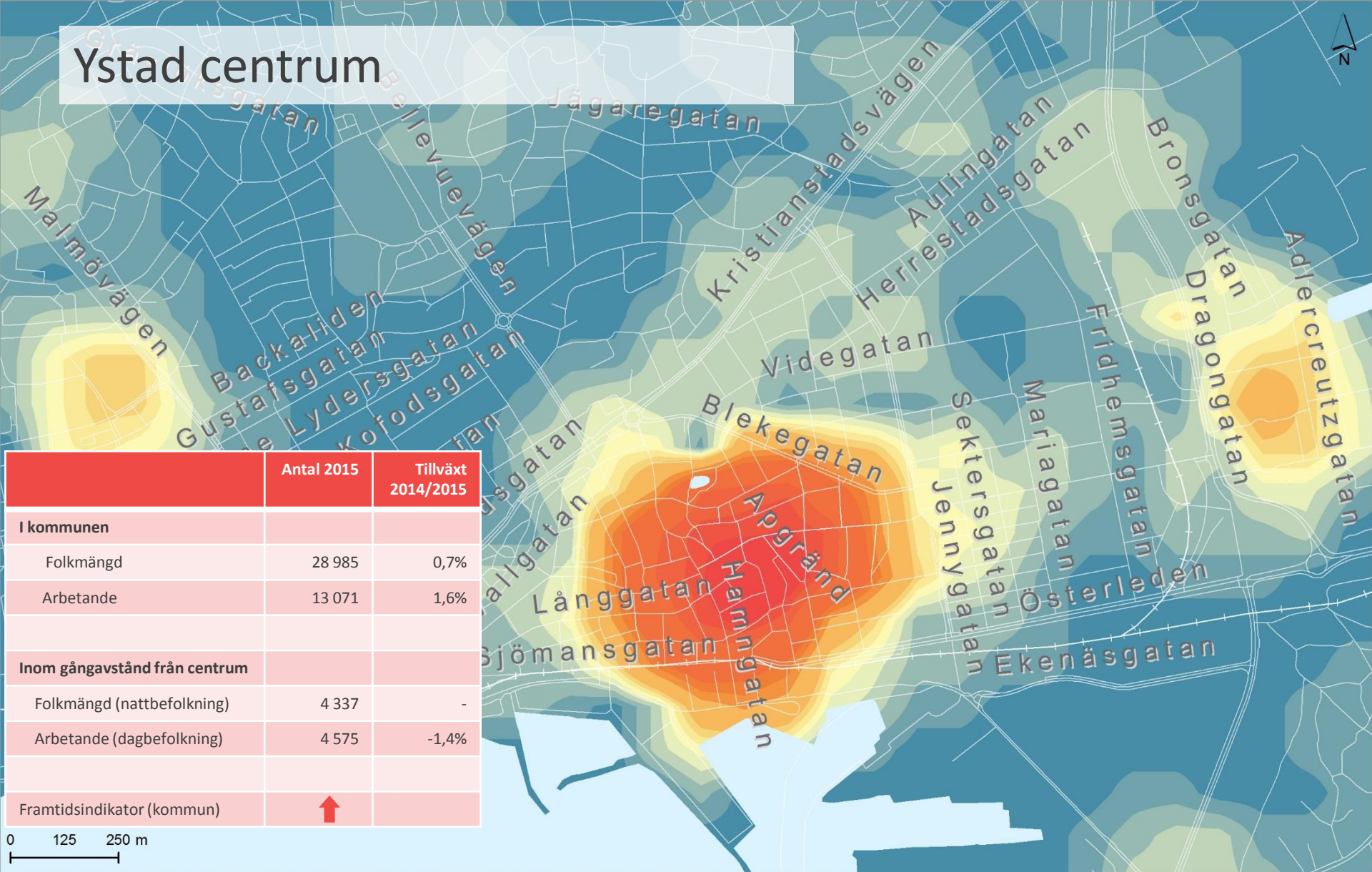


Växjö centrum

Bransch19	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	358	1 544	8	-	2 128	4,8%
Detaljhandel	156	627	-21	19%	1 281	3,1%
Dagligvaror	37	162	19	12%	374	6,4%
Sällanköpsvaror	119	465	-40	24%	907	1,8%
Beklädnad	50	192	-6	43%	338	2,4%
Hem- & fritidsvaror	69	273	-34	19%	569	1,4%
Övrig kommersiell service	202	917	29	-	847	8,4%
Hotell & restaurang	71	685	-30	49%	620	8,6%
Hotell	9	207	-33	63%	215	12,6%
Restaurang	62	478	3	43%	405	6,6%
Annan service	131	232	59	-	227	6,4%
Hud, skönhet och kroppsvård	94	112	7	-	119	5,0%
Kulturinstitutioner	6	59	-3	-	35	6,1%
Rese & turism	11	42	5	-	41	20,6%
Övrig konsumentservice	20	19	-3	-	32	-3,0%

I Växjö centrum omsatte de kommersiella näringarna omkring 2,1 miljarder kronor. Utvecklingen under 2015/2016 uppgick till 4,8 procent vilket var starkare än region Syd i genomsnitt. Samtliga branscher, undantaget övrig konsumentservice, uppvisar en positiv tillväxt med olika styrka. Inom dagligvaruhandeln skedde en bred uppgång i samtliga delbranscher. Beklädnadshandeln har en liknande utveckling, trots en del konkurser bland de små företagen. Kedjebutiker liksom större fristående företag har en svagt positiv utveckling. Hotellnäringen fortsätter öka starkt i befintligt bestånd och torde förklaras av en bristande regional konkurrens varför Växjö är den naturliga staden att övernatta i. Restaurangnäringen uppvisar både ökning och minskning men på det hela taget är det en uppgång till följd av att flera stora restauranger ökar.

Ystad centrum

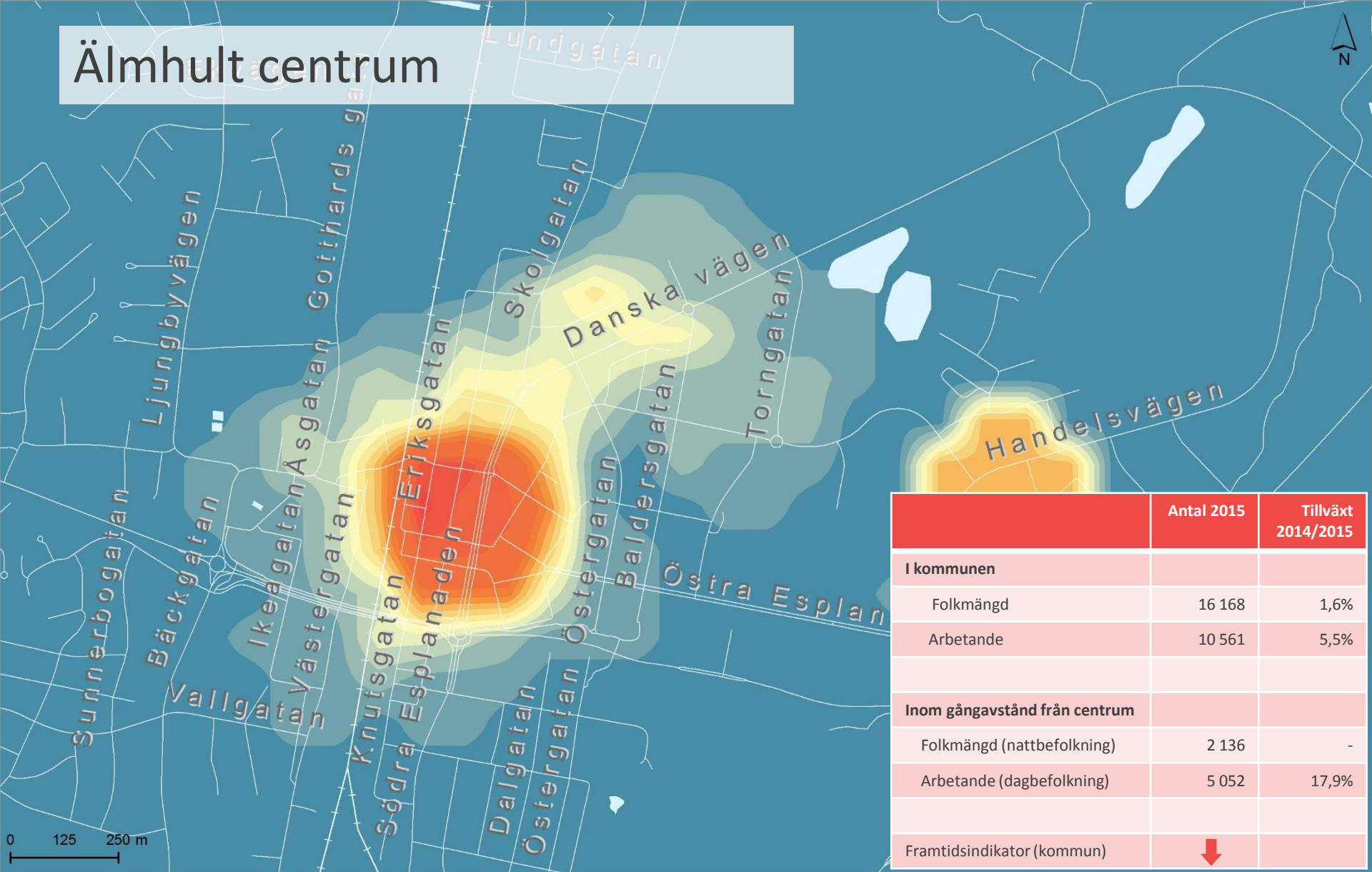


Ystad centrum

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	196	609	12	-	895	1,4%
Detaljhandel	96	326	6	28%	597	0,0%
Dagligvaror	24	96	6	19%	180	1,1%
Sällanköpsvaror	72	230	0	35%	417	-0,5%
Beklädnad	30	102	6	89%	181	3,4%
Hem- & fritidsvaror	42	128	-6	24%	236	-3,3%
Övrig kommersiell service	100	283	6	-	298	4,2%
Hotell & restaurang	43	189	4	27%	166	7,1%
Hotell	6	33	5	10%	33	13,8%
Restaurang	37	156	-1	47%	133	5,6%
Annan service	57	94	2	-	132	0,8%
Hud, skönhet och kroppsvård	41	28	2	-	46	12,7%
Kulturinstitutioner	4	21	0	-	3	0,0%
Rese & turism	6	43	-1	-	57	3,6%
Övrig konsumentservice	6	2	1	-	3	-25,0%

Ystad uppvisar en för regionen svag utveckling i de kommersiella näringarna under 2015/2016, blott 1,4 procent. Tillväxten förklaras i hög grad av att hotell och restaurangnäringarna har haft en god tillväxt under året. Inom hotellnäringen sker utvecklingen från låga nivåer och förklaras till stor del av att en enhet går särskilt bra. Inom annan service skedde ökningen i huvudsak inom befintlig bestånd. Starka tal förklaras dock av låga utgångsnivåer. Den goda tillväxten i detaljhandeln under de närmast föregående åren avstannade under året till följd av viss turbulens inom hem- och fritidsvaruhandeln. Beklädnadshandeln och dagligvaruhandeln ökade eftersom de större enheterna och flera kedjebutiker hade en starkt utveckling.

Älmhult centrum



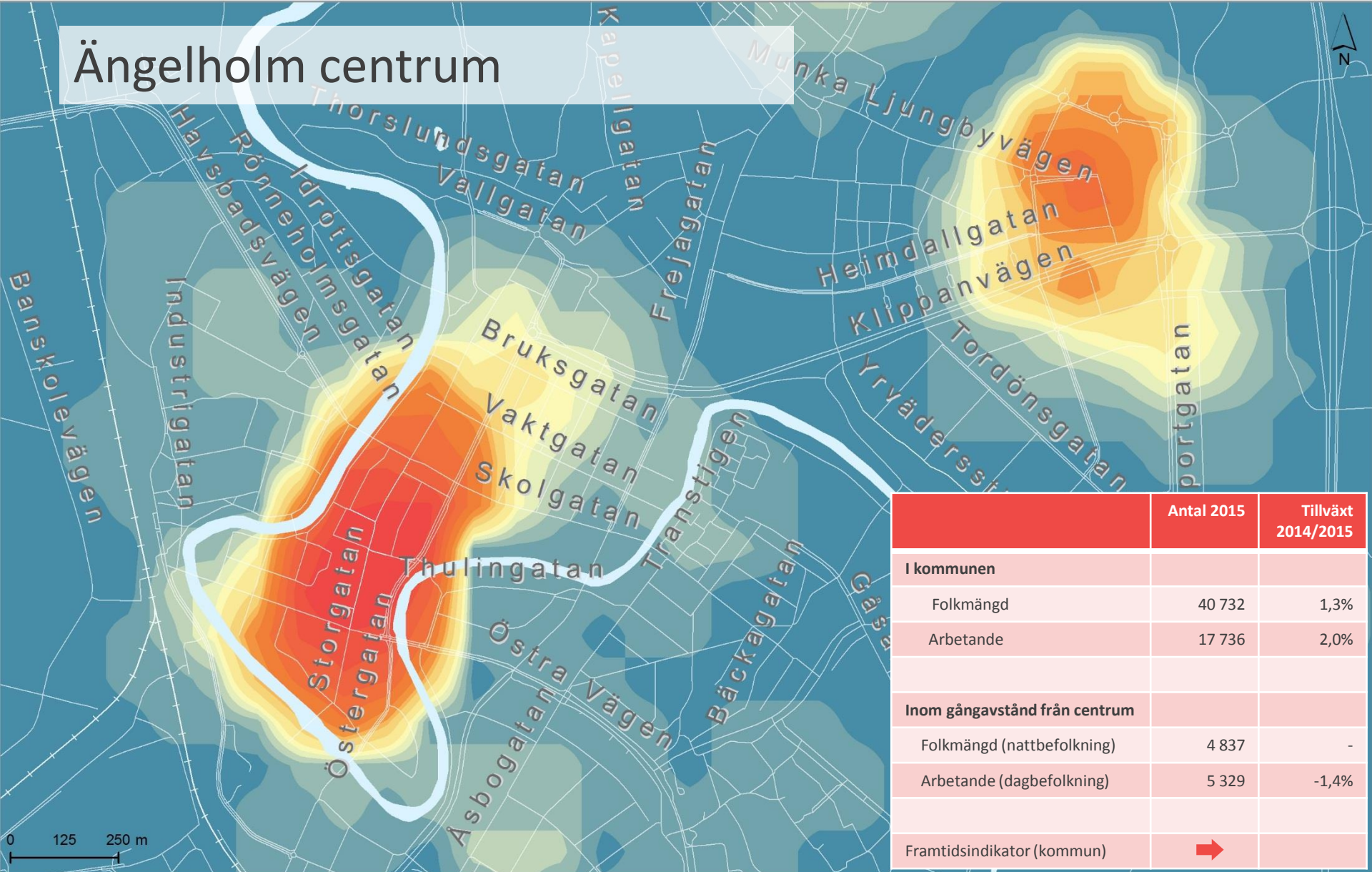
	Antal 2015	Tillväxt 2014/2015
I kommunen		
Folkmängd	16 168	1,6%
Arbetande	10 561	5,5%
Inom gångavstånd från centrum		
Folkmängd (nattbefolkning)	2 136	-
Arbetande (dagbefolkning)	5 052	17,9%
Framtidsindikator (kommun)	↓	

Älmhult centrum

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	55	293	42	-	508	3,9%
Detaljhandel	24	200	3	25%	417	3,0%
Dagligvaror	8	146	5	59%	308	3,7%
Sällanköpsvaror	16	54	-2	9%	109	0,9%
Beklädnad	7	16	-1	41%	28	3,7%
Hem- & fritidsvaror	9	38	-1	7%	81	0,0%
Övrig kommersiell service	31	93	39	-	91	8,3%
Hotell & restaurang	10	68	14	29%	51	6,3%
Hotell	-	-	-	-	-	-
Restaurang	-	-	-	-	-	-
Annan service	21	25	25	-	40	11,1%
Hud, skönhet och kroppsvård	18	16	16	-	21	5,0%
Kulturinstitutioner	-	-	-	-	-	-
Rese & turism	1	-	-	-	-	-
Övrig konsumentsservice	2	-	-	-	-	-

De kommersiella näringarna i Älmhult centrum har efter några tuffa år, i samband med flytten av IKEA, återhämtat sig något. Under 2015/16 ökade omsättningen, från låga nivåer, med 3,9 procent. Starkast tillväxt återfanns inom övrig kommersiell service och i synnerhet annan service som ökade med drygt 11 procent. Restaurangnäringen ökade något svagare än genomsnittet för riket. Inom detaljhandeln var det fortsatt turbulent bland de mindre företagen medan de större butikerna fortsatte gå framåt i synnerhet inom dagligvaru- och beklädnadshandeln.

Ängelholm centrum



Ängelholm centrum

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	203	558	-15	-	864	7,6%
Detaljhandel	78	303	9	26%	641	9,2%
Dagligvaror	19	98	5	18%	254	7,2%
Sällanköpsvaror	59	205	4	37%	387	10,6%
Beklädnad	28	118	8	97%	215	15,6%
Hem- & fritidsvaror	31	87	-4	21%	172	4,9%
Övrig kommersiell service	125	255	-24	-	223	3,3%
Hotell & restaurang	40	154	-25	29%	129	6,7%
Hotell	4	19	1	11%	16	3,3%
Restaurang	36	135	-26	37%	114	7,5%
Annan service	85	101	1	-	94	-1,1%
Hud, skönhet och kroppsvård	68	30	4	-	55	-3,5%
Kulturinstitutioner	2	-	-	-	-	-
Rese & turism	2	-	-	-	-	-
Övrig konsumentservice	13	33	-3	-	29	20,8%

De kommersiella näringarna i Ängelholm centrum omsatte, trots stark regional konkurrens, drygt 850 miljoner kronor. Under 2015/2016 ökade den totala omsättningen i stadskärnan med 7,6 procent. Undantaget annan service ökade omsättningen i samtliga branscher. Inom sällanköpsvaruhandeln ökade beklädnadshandeln, trots ett antal konkurser, starkt till följd av nyetableringar och att befintliga enheter kunde tillgodogöra sig den ökade efterfrågan. Den svaga utvecklingen i hem- och fritidsvaruhandeln förklaras bland annat av en omlokalisering av en större butik från centrum till annan plats i kommunen. Inom dagligvaruhandeln går de flesta aktörerna framåt men den starka utvecklingen förklaras till stor del av apoteksbranschen. Inom hotell- och restaurang är det framförallt restaurangnäringen som har en stark tillväxt vilket beror på en kombination av ökad efterfrågan och nyetablering.

Bilagor

Antal arbetsställen i stadskärnorna 2010-2016

Antal butiker i dagligvaruhandeln

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Eslöv					11	13	14
Helsingborg centrum	69	65	63	69	83	90	94
Helsingborg norr	43	41	41	44	49	50	53
Helsingborg söder	26	24	22	25	34	40	41
Hässleholm	16	15	14	16	17	16	17
Karlshamn		19	19	19	18	18	20
Karlskrona	28	29	26	23	25	28	30
Kristianstad	30	33	34	33	33	35	37
Landskrona	25	26	25	26	29	33	36
Ljungby		16	16	16	16	18	20
Lund	49	50	50	54	57	61	66
Malmö centrum	137	150	157	161	167	181	187
Malmö (inre)	96	103	108	108	111	120	124
Malmö (yttre)	41	47	50	54	56	61	63
Trelleborg	27	28	29	33	35	33	32
Växjö	28	29	29	26	28	34	37
Ystad	18	20	23	25	23	22	24
Älmhult		9	8	7	7	8	8
Ängelholm	21	21	18	19	19	19	19
Region syd	446	485	507	524	565	600	641

Antal butiker i sällanköpsvaruhandeln

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Eslöv					31	28	28
Helsingborg centrum	206	210	201	196	192	180	171
Helsingborg norr	169	175	170	164	162	154	147
Helsingborg söder	37	35	31	32	30	26	24
Hässleholm	44	46	47	50	52	51	50
Karlshamn		57	53	51	52	53	52
Karlskrona	93	92	87	88	93	94	90
Kristianstad	102	106	105	105	110	112	111
Landskrona	65	67	61	59	61	60	58
Ljungby		45	42	42	42	39	38
Lund	188	182	166	158	158	149	144
Malmö centrum	489	505	491	484	494	471	430
Malmö (inre)	408	411	395	383	392	383	367
Malmö (yttre)	81	94	96	102	103	88	63
Trelleborg	66	62	60	60	61	59	58
Växjö	118	120	121	121	118	118	119
Ystad	75	77	75	73	74	74	72
Älmhult		21	20	19	18	16	16
Ängelholm	56	55	55	56	60	59	59
Region syd	1 500	1 580	1 581	1 559	1 614	1 546	1 496

Antal arbetsställen i stadskärnorna 2010-2016

Antal butiker i hotell och vandrarhem

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Eslöv					2	2	2
Helsingborg centrum	17	16	16	17	17	17	18
Helsingborg norr	13	12	13	14	14	13	13
Helsingborg söder	4	4	4	4	4	4	5
Hässleholm	3	3	3	3	3	3	3
Karlshamn		2	2	2	3	4	3
Karlskrona	6	7	7	7	6	5	5
Kristianstad	6	6	5	5	5	5	5
Landskrona	6	5	6	7	7	6	6
Ljungby		2	3	3	4	4	3
Lund	11	13	15	15	16	16	15
Malmö centrum	27	29	34	32	27	28	26
Malmö (inre)	27	29	33	31	26	26	25
Malmö (yttre)			1	1	2	2	1
Trelleborg	2	2	3	4	4	4	4
Växjö	6	6	7	8	8	8	9
Ystad	6	6	6	7	8	7	6
Älmhult			0	1	1	0	0
Ängelholm	6	5	5	5	4	4	4
Region syd	93	97	108	112	112	109	109

Antal butiker i café och restaurang

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Eslöv					17	23	22
Helsingborg centrum	125	130	134	139	146	147	144
Helsingborg norr	91	96	101	108	117	119	116
Helsingborg söder	34	35	33	31	29	29	28
Hässleholm	19	19	19	20	22	23	22
Karlshamn		20	19	21	27	29	29
Karlskrona	54	52	52	55	54	52	57
Kristianstad	49	50	48	51	52	51	52
Landskrona	37	40	38	38	39	37	29
Ljungby		15	16	16	16	15	16
Lund	90	93	100	110	121	132	138
Malmö centrum	262	277	289	323	358	352	340
Malmö (inre)	185	195	200	210	233	240	237
Malmö (yttre)			89	113	125	112	103
Trelleborg	39	35	37	44	46	45	44
Växjö	53	55	62	65	62	62	62
Ystad	34	34	36	36	36	37	37
Älmhult			13	14	12	10	10
Ängelholm	33	36	37	36	36	36	36
Region syd	793	844	896	964	1 040	1 040	1 038

Antal arbetsställen i stadskärnorna 2012-2016

Antal butiker i annan service

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Eslöv					40	39	39
Helsingborg centrum			168	196	215	218	217
Helsingborg norr			122	146	165	168	162
Helsingborg söder			46	51	51	50	55
Hässleholm			54	63	67	65	59
Karlshamn			34	41	53	59	58
Karlskrona			76	79	81	81	88
Kristianstad			91	97	103	102	99
Landskrona			48	53	58	59	59
Ljungby			22	32	41	43	41
Lund			116	137	159	163	151
Malmö centrum			323	373	429	447	443
Malmö (inre)			260	293	327	338	335
Malmö (yttre)			63	80	102	110	108
Trelleborg			72	79	86	84	81
Växjö			89	103	121	132	131
Ystad			47	50	54	59	57
Älmhult				18	20	21	21
Ängelholm			54	67	83	89	85
Region syd			1 212	1 386	1 568	1 640	1 629

Stadskärnornas omsättning 2009-2016

Omsättning (mkr) i dagligvaruhandeln

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Eslöv						276	253	258
Helsingborg (hela)	820	803	753	709	768	788	832	876
Helsingborg (norr)						407	423	437
Helsingborg (söder)						384	409	439
Hässleholm	210	199	193	181	160	173	176	179
Karlshamn			168	228	235	231	237	244
Karlskrona	323	351	347	345	353	370	379	395
Kristianstad	391	431	459	448	299	449	468	502
Landskrona	342	306	341	398	370	379	381	411
Ljungby			414	445	458	453	490	508
Lund	1012	996	1004	1043	1068	1077	1099	1154
Malmö (hela)	1654	1677	1681	1747	1792	1923	1947	2010
Malmö (inre)						1323	1344	1370
Malmö yttre						600	603	640
Trelleborg	209	201	184	192	197	210	211	233
Växjö	369	372	362	343	355	367	352	374
Ystad	135	135	152	157	163	167	178	180
Älmhult					275	289	297	308
Ängelholm	263	260	223	225	238	234	237	254
Region Syd	5727	5732	6281	6460	6733	7388	7537	7886

Omsättning (mkr) i sällanköpsvaruhandeln

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Eslöv						187	186	175
Helsingborg (hela)	1391	1420	1338	1299	1269	1245	1164	1155
Helsingborg (norr)						1113	1094	1077
Helsingborg (söder)						132	70	78
Hässleholm	355	379	384	383	387	381	392	409
Karlshamn	314	314	314	319	316	332	323	325
Karlskrona	657	666	672	666	663	673	671	669
Kristianstad	1063	1136	1129	1114	1099	1093	1111	1157
Landskrona	360	374	373	370	349	328	338	342
Ljungby			297	287	292	316	321	333
Lund	1368	1358	1268	1252	1244	1260	1251	1259
Malmö (hela)	3644	4090	3944	3937	3775	3590	3646	3732
Malmö (inre)						3363	3430	3571
Malmö yttre						227	216	161
Trelleborg	406	407	388	377	373	367	378	386
Växjö	992	961	908	884	879	866	891	907
Ystad	413	441	435	416	406	403	419	417
Älmhult	119	119	119	119	119	117	108	109
Ängelholm	319	316	317	319	322	321	350	387
Region Syd	11401	11981	11885	11743	11494	11294	11363	11587

Stadskärnornas omsättning 2009-2016

Omsättning (mkr) i hotell och vandrarhem

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Eslöv						15	15	16
Helsingborg (hela)	162	157	241	273	303	303	313	362
Helsingborg (norr)						260	267	271
Helsingborg (söder)						42	46	91
Hässleholm	46	43	46	43	40	44	41	40
Karlshamn	Sekreteress						8	8
Karlskrona	68	66	62	55	54	49	56	59
Kristianstad	73	70	72	71	65	61	69	78
Landskrona	51	53	55	57	50	45	48	46
Ljungby	17	17	17	18	17	15	15	15
Lund	159	183	188	190	211	221	237	253
Malmö (hela)	731	739	822	831	839	840	862	891
Malmö (inre)						829	849	880
Malmö yttre						11	13	11
Trelleborg	32	32	32	26	19	20	19	23
Växjö	145	145	159	172	179	177	191	215
Ystad	21	22	22	21	24	22	29	33
Älmhult	Sekreteress							
Ängelholm	16	16	14	17	16	16	15	16
Region Syd	1521	1543	1730	1774	1816	1827	1918	2054

Omsättning (mkr) i café och restaurang

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Eslöv						42	48	51
Helsingborg (hela)	619	653	663	638	705	700	765	832
Helsingborg (norr)						627	693	740
Helsingborg (söder)						73	72	92
Hässleholm	66	88	88	82	80	79	82	103
Karlshamn	71	71	71	63	73	71	74	79
Karlskrona	154	220	247	259	272	263	293	324
Kristianstad	232	241	268	270	220	235	262	295
Landskrona	99	108	119	112	112	124	126	133
Ljungby	44	44	44	46	48	46	52	52
Lund	393	430	454	500	557	556	563	612
Malmö (hela)	1608	1737	1927	1911	2020	2002	2091	2179
Malmö (inre)						1565	1656	1739
Malmö yttre						437	435	440
Trelleborg	89	72	100	102	115	109	95	111
Växjö	274	305	356	354	353	373	380	405
Ystad	109	117	129	119	112	123	126	133
Älmhult	57	57	57	55	55	48	48	51
Ängelholm	84	91	96	98	102	105	106	114
Region Syd	3900	4235	4619	4607	4823	4875	5111	5474

Stadskärnornas omsättning 2009-2016

Omsättning (mkr) i annan service

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Eslöv						22	23	25
Helsingborg (hela)				235	247	262	281	291
Helsingborg (norr)						164	178	183
Helsingborg (söder)						99	103	108
Hässleholm				87	66	57	59	62
Karlshamn				47	45	53	59	67
Karlskrona				107	129	119	124	136
Kristianstad				165	176	177	189	203
Landskrona				77	73	72	70	84
Ljungby				41	45	47	52	53
Lund				248	250	268	287	337
Malmö (hela)				927	944	929	986	1023
Malmö (inre)						775	835	899
Malmö yttre						154	151	124
Trelleborg				74	73	71	73	70
Växjö				169	183	197	213	227
Ystad				117	114	111	131	132
Älmhult				39	37	43	36	40
Ängelholm				68	81	88	95	94
Region Syd				2400	2460	2516	2678	2844

Stadskärnornas marknadsandel 2010-2016

Marknadsandel (%) i dagligvaruhandeln

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Eslöv					34%	30%	31%
Helsingborg	21%	20%	18%	18%	18%	18%	19%
Helsingborg (norr)					9%	9%	9%
Helsingborg (söder)					9%	9%	10%
Hässleholm	14%	14%	13%	11%	12%	11%	11%
Karlshamn		18%	23%	23%	23%	22%	22%
Karlskrona	18%	17%	17%	17%	17%	17%	17%
Kristianstad	18%	18%	17%	12%	17%	17%	18%
Landskrona	28%	31%	35%	32%	33%	31%	32%
Ljungby		51%	54%	56%	52%	54%	55%
Lund	28%	27%	28%	29%	29%	28%	29%
Malmö	20%	19%	19%	19%	19%	19%	19%
Malmö (inre)					13%	13%	13%
Malmö (yttre)					6%	6%	6%
Trelleborg	18%	16%	17%	17%	18%	17%	19%
Växjö	15%	14%	12%	13%	13%	12%	12%
Ystad	16%	19%	19%	20%	19%	20%	19%
Älmhult				57%	59%	59%	59%
Ängelholm	21%	18%	18%	18%	18%	17%	18%
Region Syd	19%	20%	20%	20%	21%	21%	21%

Marknadsandel (%) i sällanköpsvaruhandeln

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Eslöv					51%	49%	47%
Helsingborg	26%	24%	23%	21%	20%	18%	18%
Helsingborg (norr)					18%	17%	16%
Helsingborg (söder)					2%	1%	2%
Hässleholm	31%	31%	32%	34%	33%	31%	32%
Karlshamn	41%	40%	42%	40%	45%	41%	40%
Karlskrona	33%	33%	33%	33%	32%	30%	30%
Kristianstad	42%	41%	38%	37%	37%	35%	36%
Landskrona	63%	63%	63%	61%	55%	53%	53%
Ljungby			59%	61%	63%	61%	57%
Lund	40%	38%	38%	39%	38%	37%	37%
Malmö	36%	34%	33%	30%	28%	27%	27%
Malmö (inre)					26%	25%	25%
Malmö (yttre)					2%	2%	1%
Trelleborg	56%	59%	60%	60%	55%	51%	49%
Växjö	30%	27%	26%	26%	25%	24%	24%
Ystad	44%	40%	40%	38%	36%	36%	35%
Älmhult				12%	11%	9%	9%
Ängelholm	34%	33%	33%	33%	34%	35%	37%
Region Syd	35%	35%	34%	31%	30%	28%	28%

Stadskärnornas marknadsandel 2010-2016

Marknadsandel (%) i Hotell/vandrarhem

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Eslöv					92%	92%	89%
Helsingborg	40%	58%	54%	57%	53%	51%	51%
Helsingborg (norr)					46%	43%	38%
Helsingborg (söder)					7%	7%	13%
Hässleholm	89%	93%	70%	67%	63%	59%	56%
Karlshamn	Sekretess					8%	5%
Karlskrona	36%	33%	28%	27%	26%	26%	25%
Kristianstad	35%	34%	34%	32%	30%	33%	37%
Landskrona	36%	37%	34%	29%	27%	28%	25%
Ljungby	12%	14%	15%	16%	14%	13%	13%
Lund	43%	44%	45%	43%	45%	44%	43%
Malmö	62%	61%	62%	59%	60%	52%	42%
Malmö (inre)					59%	51%	42%
Malmö (yttre)					1%	1%	1%
Trelleborg	76%	77%	56%	36%	35%	28%	31%
Växjö	63%	58%	60%	61%	60%	62%	63%
Ystad	11%	10%	8%	9%	8%	9%	10%
Älmhult					Sekretess		
Ängelholm	13%	12%	14%	14%	14%	12%	11%
Region Syd	45%	47%	46%	45%	45%	42%	38%

Marknadsandel (%) i café och restaurang

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Eslöv					40%	42%	40%
Helsingborg	52%	46%	44%	44%	43%	44%	46%
Helsingborg (norr)					39%	40%	41%
Helsingborg (söder)					4%	4%	5%
Hässleholm	44%	42%	39%	39%	37%	35%	40%
Karlshamn	40%	38%	31%	36%	34%	33%	33%
Karlskrona	56%	57%	58%	50%	55%	55%	54%
Kristianstad	47%	47%	47%	38%	41%	40%	41%
Landskrona	47%	49%	43%	44%	53%	49%	54%
Ljungby	26%	26%	31%	30%	28%	31%	31%
Lund	43%	41%	44%	45%	44%	43%	44%
Malmö	47%	50%	49%	48%	46%	44%	43%
Helsingborg (norr)					36%	35%	35%
Helsingborg (söder)					10%	9%	9%
Trelleborg	44%	56%	60%	69%	60%	47%	48%
Växjö	50%	52%	48%	45%	44%	43%	43%
Ystad	48%	51%	46%	44%	48%	46%	47%
Älmhult		93%	83%	84%	73%	59%	49%
Ängelholm	39%	39%	38%	38%	35%	36%	37%
Region Syd	48%	48%	47%	46%	45%	44%	44%

Region GFR

*Hallands län
Jönköpings län
Kalmar län
Värmlands län
Västra Götalands län
Östergötlands län (delar)*

Regional konjunktur med lokala variationer

Tillväxten i dagligvaruhandeln har på lång sikt varierat mellan 2 och 6 procent i riket. Efter en inledande nedgång i början av 2000-talet skedde en snabb återhämtning 2004-2006 varefter tillväxten stagnerade på en hög nivå under några år. I samband med den internationella lågkonjunkturen omkring 2009-2010 sjönk tillväxttakten i riket snabbt för att under de senaste åren fluktuera svagt.

Region GFR följer i huvudsak den generella utvecklingen. Under 2015/16 ökade dagligvaruhandeln i region GFR med 2,1 procent vilket var något under genomsnittet för riket (2,5%). Starkast tillväxt återfanns i Gislaved (5,5%), Trollhättan (3,5%) och Skövde (3,3%) vilket berodde i samtliga fall berodde på att befintliga butiker tillgodogjorde sig marknadstillväxten på ett bra sätt. Det är svårt att peka ut någon specifik orsak till den svaga utvecklingen i Alingsås och Nässjö. I Motala däremot kan den till viss del förklaras av att en butik eldhärjats och varit stängd under delar av året.

Inom sällanköpsvaruhandeln har tillväxten varierat mellan 1 och 9 procent. Före IT-kraschen låg tillväxten på omkring 5 procent. Efter en svag nedgång i tillväxttakten ökade tillväxttakten kontinuerligt fram till 2006. En följd av detta var en kraftig expansion av den fysiska handeln, en stegring av hyresnivåerna och minskad vakansgrad. I samband med lågkonjunkturen 2008/2009 föll tillväxttakten i sällanköpsvaruhandeln snabbt. Efter 2010 har detaljhandeln haft en svag men ändå stabil tillväxttakt som har ökat under de senaste åren. En av förklaringarna kan hänföras till en trasslig konjunktur men även en allt starkare konkurrens från den växande e-handeln som påverkar utvecklingen i den fysiska handeln.

Under 2015/16 ökade sällanköpsvaruhandeln för kommunerna i region GFR med 1,9 procent vilket var något svagare än genomsnittet för riket under samma period.(2,1%).

De lokala variationerna är stora med starkast tillväxt i Nässjö, Kalmar, Jönköping och Lidköping. I de större städerna förklaras tillväxten av god marknadstillväxt och ett antal nyetableringar vilka ökat den regionala attraktionskraften. Mjölby, Ulricehamn och Värnamo uppvisar samtidigt svagast tillväxt på kommunal nivå så till vida att omsättningen faktiskt minskar. Anledningarna till detta torde vara dels en ökad regional konkurrens men också ett antal butiksnedläggningar, pga. konkurs, och/eller omlokaliseringar av företag vilket gjort att butikerna varit stängda under delar av året.

Försäljningsindex visar köpströmmar över kommungränser och är på så vis en indikator på den samlade attraktiviteten hos detaljhandeln i en kommun. Inom dagligvaruhandeln har index varit relativt stabilt även om det finns tendenser till att enskilda kommuner har fått se en fallande attraktivitet. Inom dagligvaruhandeln är det endast Gislaveds kommun i Jönköpings län som uppvisar ett svagt ökat försäljningsindex. Även inom sällanköpsvaruhandeln syns en fallande trend vilket sannolikt beror på en ökad regional konkurrens. Undantaget utgörs av Nässjö där försäljningsindex ökat svagt till följd av ett antal mindre nyetableringar av fristående företag.

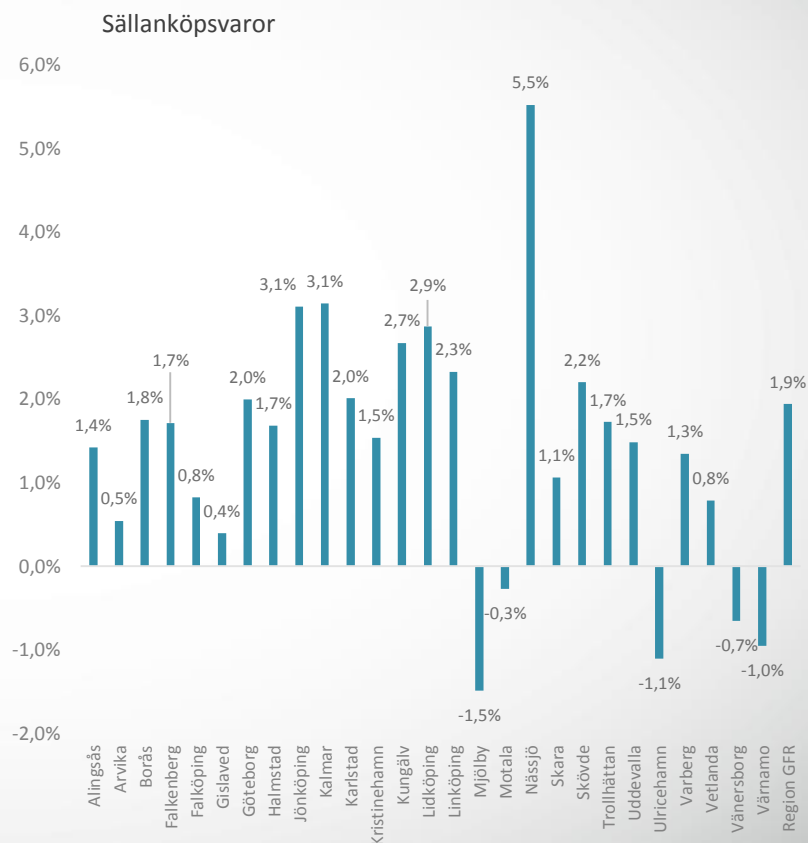
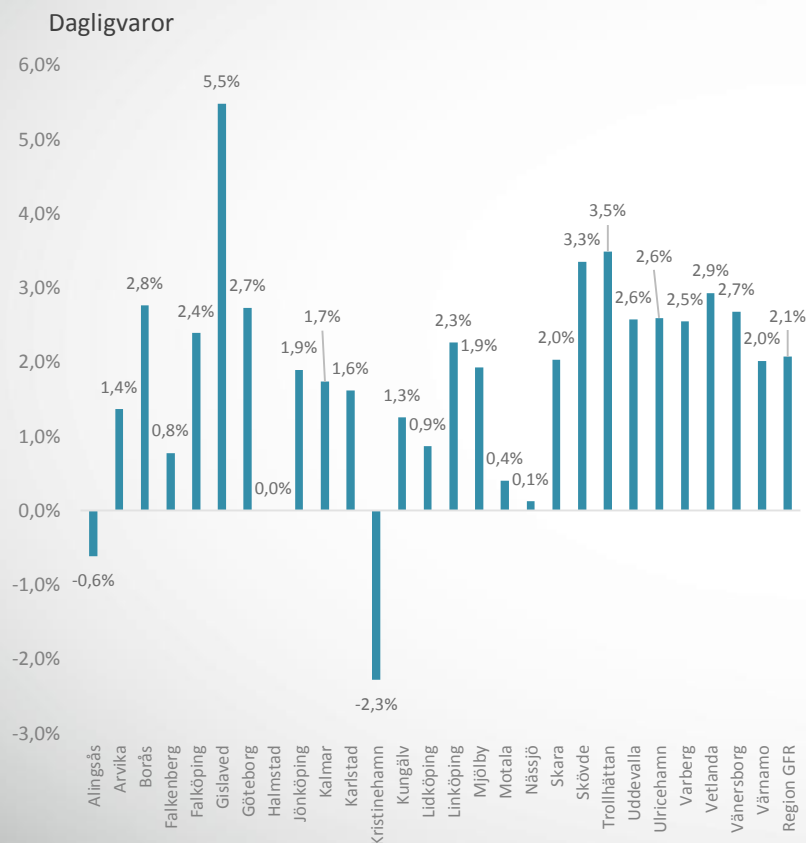
Regional konjunktur följer riket

Omsättningsutveckling inom detaljhandeln i region GFR och Sverige 2000-2016



...Men lokala variationer förekommer

Omsättningsutveckling på kommunnivå i detaljhandeln i region GFR och Sverige 2015/2016



Detaljhandelns attraktivitet

Försäljningsindex för dagligvaru- och sällanköpsvaruhandeln i region GFR, riket = 100

Dagligvaror

	2015	2016
Alingsås	109	105
Arvika	102	100
Borås	97	96
Falkenberg	153	147
Falköping	81	80
Gislaved	82	83
Göteborg	102	101
Halmstad	110	105
Jönköping	99	97
Kalmar	107	105
Karlstad	106	104
Kristinehamn	97	91
Kungälv	106	103
Lidköping	106	104
Linköping	104	102
Mjölby	105	103
Motala	87	85
Nässjö	81	78
Skara	94	92
Skövde	110	109
Trollhättan	103	103
Uddevalla	126	124
Ulricehamn	83	82
Varberg	107	106
Vetlanda	91	90
Vänersborg	78	77
Värnamo	115	113

Sällanköpsvaror

	2015	2016
Alingsås	91	89
Arvika	69	67
Borås	102	101
Falkenberg	412	402
Falköping	60	58
Gislaved	55	54
Göteborg	130	128
Halmstad	110	108
Jönköping	133	133
Kalmar	198	197
Karlstad	185	183
Kristinehamn	51	50
Kungälv	50	50
Lidköping	100	100
Linköping	130	128
Mjölby	64	62
Motala	82	79
Nässjö	65	66
Skara	65	63
Skövde	160	158
Trollhättan	117	115
Uddevalla	179	174
Ulricehamn	85	81
Varberg	90	88
Vetlanda	91	89
Vänersborg	38	36
Värnamo	90	86

Stadskärnornas marknadsandel 2016

Stadskärnornas andel av total omsättning i aktuell kommun

Med marknadsandel avses hur stark stadskärnan är i förhållande till den totala detaljhandeln i samma kommun. Marknadsandelen kan således sägas vara ett mått på stadskärnans attraktivitet eller styrka.

Dagligvaruhandeln i stadskärnorna utgörs ofta av småskaliga koncept med en kompletterande funktion för konsumenterna. Bland citykoncepten märks ofta när- och servicebutiker, specialiserade livsmedelsbutiker, mindre supermarkets samt apotek och Systembolag. Andra butiker utgörs av blomsterhandlare, tobaks- och tidningskiosker samt hälsokost och/eller parfymbutiker. Jämfört med tidigare års undersökningar ligger marknadsandelarna fortsatt på en relativt stabil nivå. För region GFR som helhet står stadskärnorna för drygt 22 procent av kommunernas dagligvaruomsättning. Stadskärnans marknadsandel var fortsatt högst i Arvika, Skara, Ulricehamn och Vänersborg vilket förklaras av en eller flera lokalt starka dagligvarubutiker och en, ibland, geografiskt generös centrumdefinition. Störst förändring ser vi i Kristinehamn och Motala som båda ökar sina marknadsandelar med omkring 15 procent.

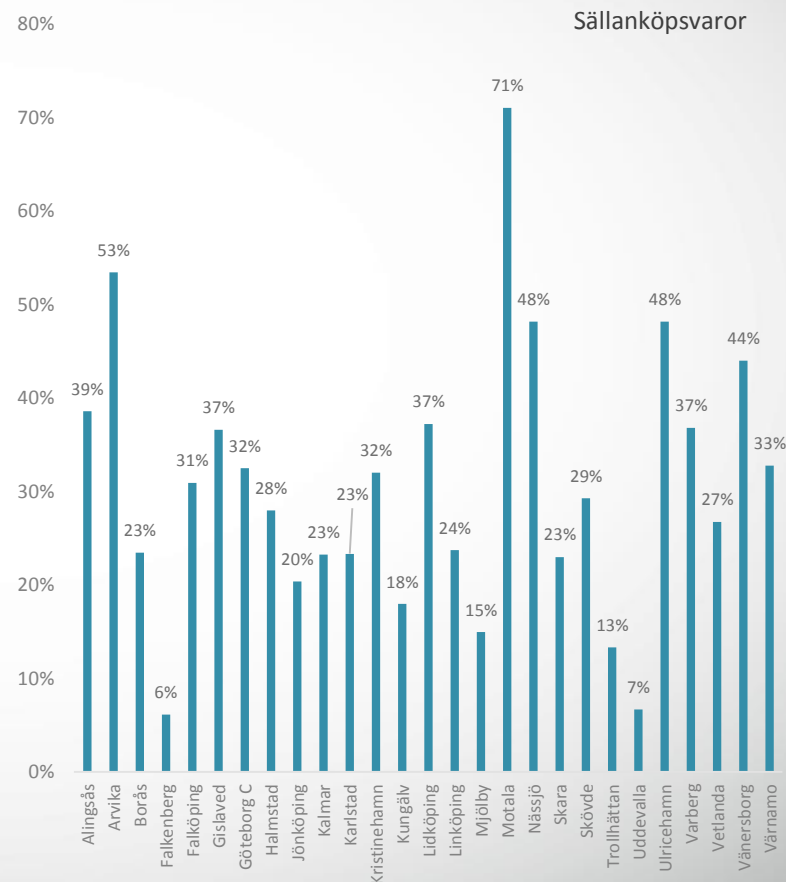
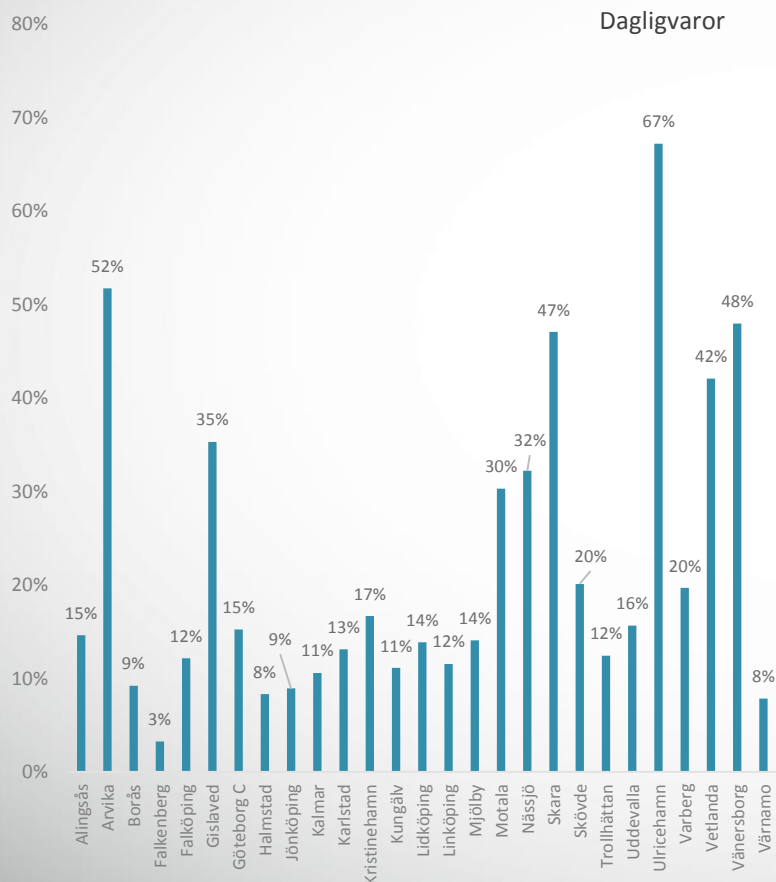
Inom sällanköpsvaruhandeln uppgick marknadsandelen till omkring 30 procent för region GFR som helhet. Inom sällanköpsvaruhandeln finns ett tydligt samband mellan stadens storlek och stadskärnans marknadsandel. I mindre kommuner är stadskärnans position stark, vilket förklaras av frånvaro av "extern" handel inom kommunen, medan stadskärnans position av motsatt anledning är svagare i de större städerna. Starkast utveckling under året hade Mjölby och Ulricehamn. Flera stadskärnors marknadsandelar, bland annat Uddevalla, Vetlanda och Vänersborg, minskar dock under året.

Hotellnäringen har generellt en stark ställning i stadskärnorna. Precis som i sällanköpsvaruhandeln är dock trenden fallande på längre sikt vilket pekar på att en stor del av tillväxten i branschen sker utanför stadskärnorna. Inom hotell- och vandrarhemsnäringen är spridningen i marknadsandelar mellan 16 till 93 procent 2016. Genomsnittet för regionen är 52. Starkast ökning hade Motala som under året stärkte sin ställning på den lokala marknaden med omkring 11 procent. I Borås, Karlstad och Lidköping har utvecklingen dock varit särskilt negativ under året. Dessa städer har alla tappat 5 procent eller mer gentemot föregående år.

Inom restaurangnäringen är spridningen relativt jämn. Arvika och Motala avviker från detta genom att över hälften av kommunens omsättning i café och restaurangnäringen återfanns i respektive stadskärna. Genomsnittet för region GFR var under året 38 procent. Det har inte skett några drastiska förändringar under året, utan de flesta stadskärnor behåller sin position och sina marknadsandelar på den lokala marknaden. Starkast utveckling under året hade Motala som ökade med runt 15 procent.

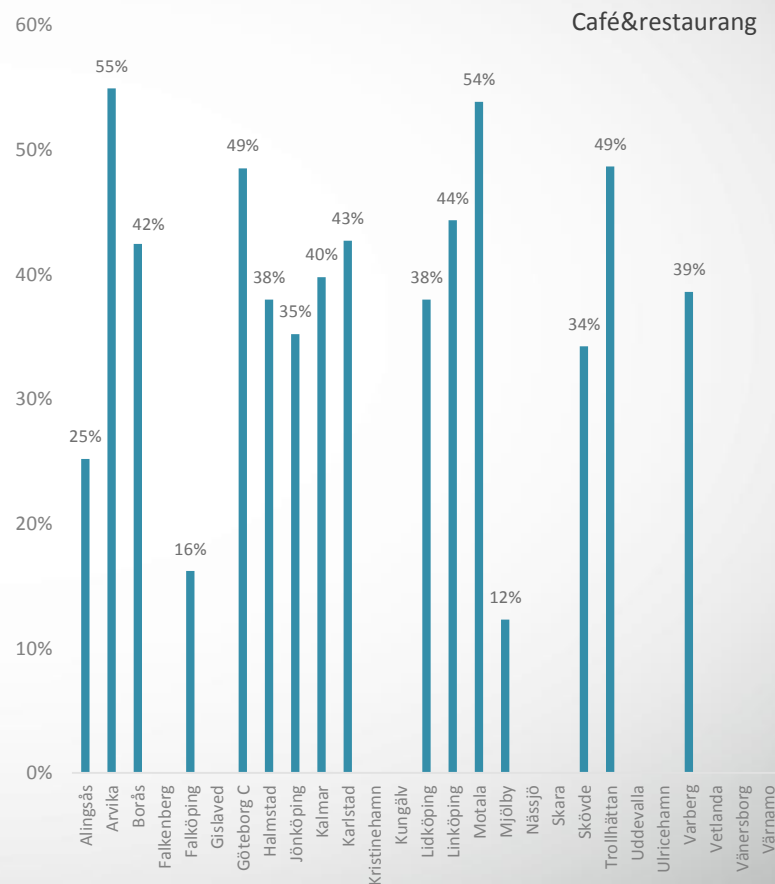
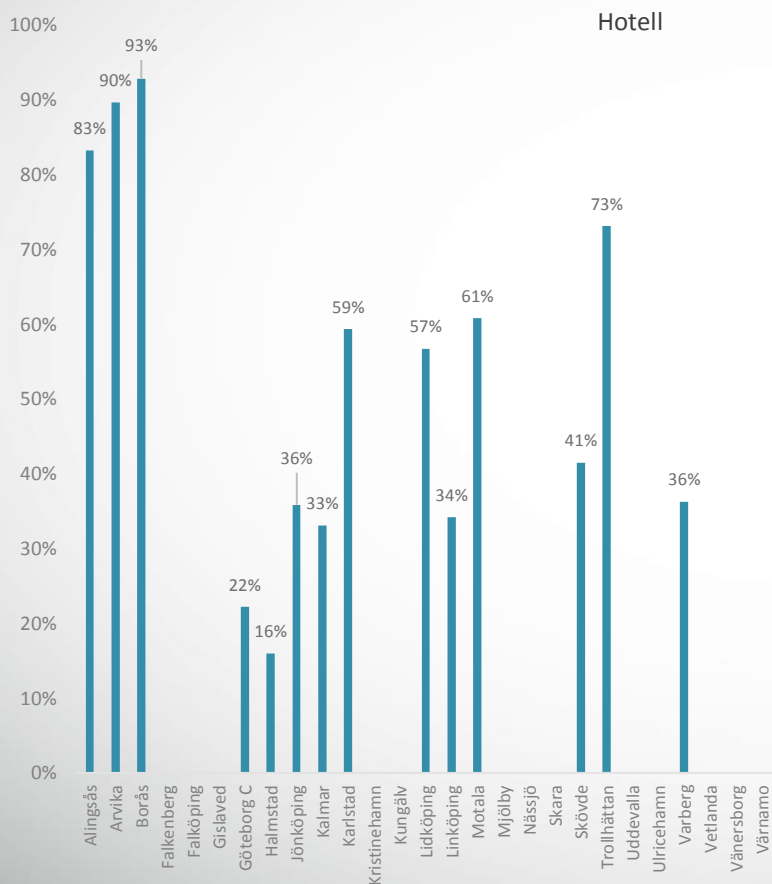
Stadskärnornas marknadsandel 2016

Stadskärnornas andel av total omsättning i aktuell kommun



Stadskärnornas marknadsandel

Stadskärnornas andel av total omsättning i aktuell kommun år 2016



Stadskärnornas utveckling

Omsättningsutveckling i region GFR 2009-2016

Inom dagligvaruhandeln uppvisar flera stadskärnorna i region GFR en fortsatt positiv tillväxt under 2015-2016. Flera stadskärnor ökar under året i över utvecklingen för riket (+2,3%). Sett till alla stadskärnor i GFR är utvecklingen under året mycket stark, 5%. Tillväxten är särskilt stark i bland annat Falkenberg, Göteborg, Mjölby och Skövde. Den starka tillväxten i dessa städer beror i stor grad på nyetableringar. Ett antal stadskärnor, såsom Gislaved, Kristinehamn och Värnamo backar dock under året, dock från låga nivåer.

Sällanköpsvaruhandeln utvecklades i flera stadskärnor positivt under året och går i flera fall mot den långsiktiga negativa trenden. Bland de stadskärnor som utmärker sig extra hittar vi Falkenberg, Jönköping, Karlstad och Mjölby. I flera stadskärnor ser vi under året en positiv utveckling som i flera fall ligger en bit över utvecklingen för riket (4%). Den totala utvecklingen för stadskärnorna i region GFR var dock 3,2 procent vilket var lägre än riket. Sällanköpsvaruhandeln kan även sägas vara särskilt utsatt för konkurrens gentemot den växande e-handeln samt lokala/regionala externhandelsområden, något som bland annat märks i Uddevalla där konkurrensen från externhandelsområdet Torp är särskilt märkbar.

Precis som detaljhandeln uppvisar hotellnäringen en positiv utveckling under året på lokal nivå. Flera stadskärnor visar en positiv utveckling och ett antal städer ökar runt 10 procent. Den genomsnittliga utvecklingen för stadskärnorna i region GFR blev under året 8,2%. Det är en generell trend att vi bor mer på hotell vilket årets siffror ger en indikation på. Ökningen är ett resultat av ökad efterfrågan med utgångspunkt i relativt låga nivåer. Endast Alingsås, Halmstad och Motala uppvisar en negativ tillväxt under året.

Situationen är likartad inom restaurangnäringen där flera stadskärnor uppvisar en god utveckling under året. Restaurangnäringen ökade med omkring 5,5 procent i stadskärnorna i region GFR. Ett antal städer stod för en särskilt god utveckling, såsom Arvika, Lidköping, Motala och Mjölby. Ökningen är ett även här ett resultat av ökad efterfrågan med utgångspunkt i relativt låga nivåer. Överlag ser vi en positiv trend där endast någon enstaka stad backar under året. Omsättningsnedgången beror i de flesta fall på att enstaka aktörer försvinner vilket ger stort procentuellt tapp men utgår från relativt låga nivåer.

Huvudbranschen Annan Service består av bland annat frisörer, hud-, kropps- och friskvård, biografer, muséer, reparationsverkstäder mm. Antalet arbetsställen är många men deras betydelse för stadskärnornas tillväxt begränsad då omsättningen per företag som regel är låg. Diagrammet visar att tillväxten i region GFR som helhet var god, cirka 2,8 procent. Ökningen är ett resultat av ökad efterfrågan med utgångspunkt i relativt låga nivåer. Detta gör även att mindre omsättningsförluster, sett i antal miljoner kronor, kan ge en stor procentuell nedgång. Detta ser vi ibland annat städer som Falkenberg, Halmstad, Lidköping, Linköping och Nässjö.

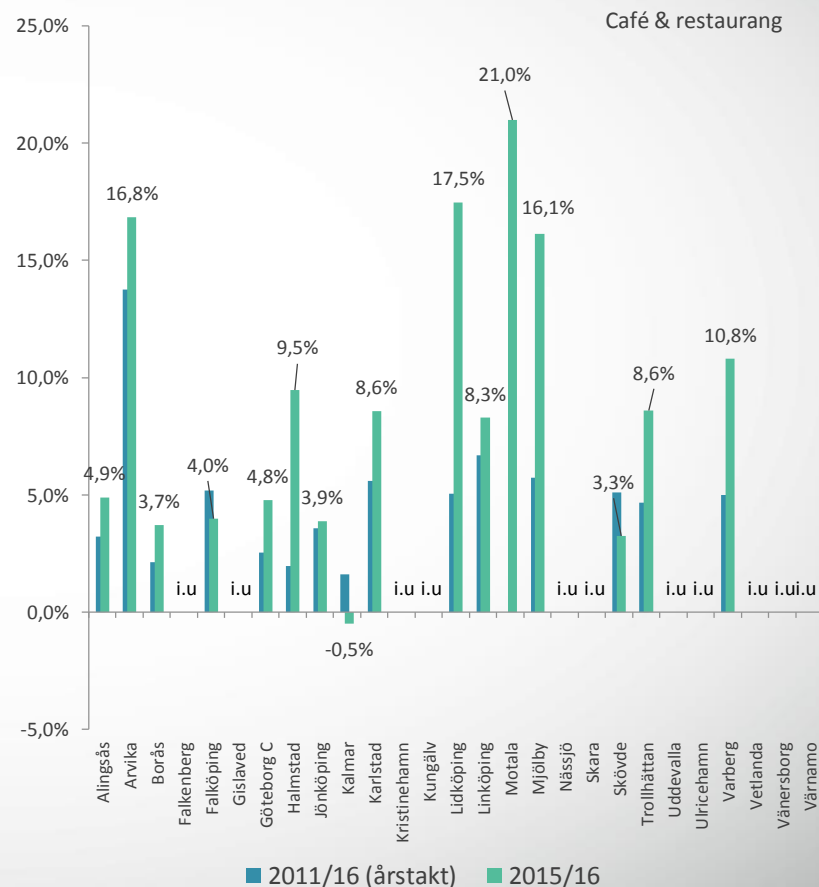
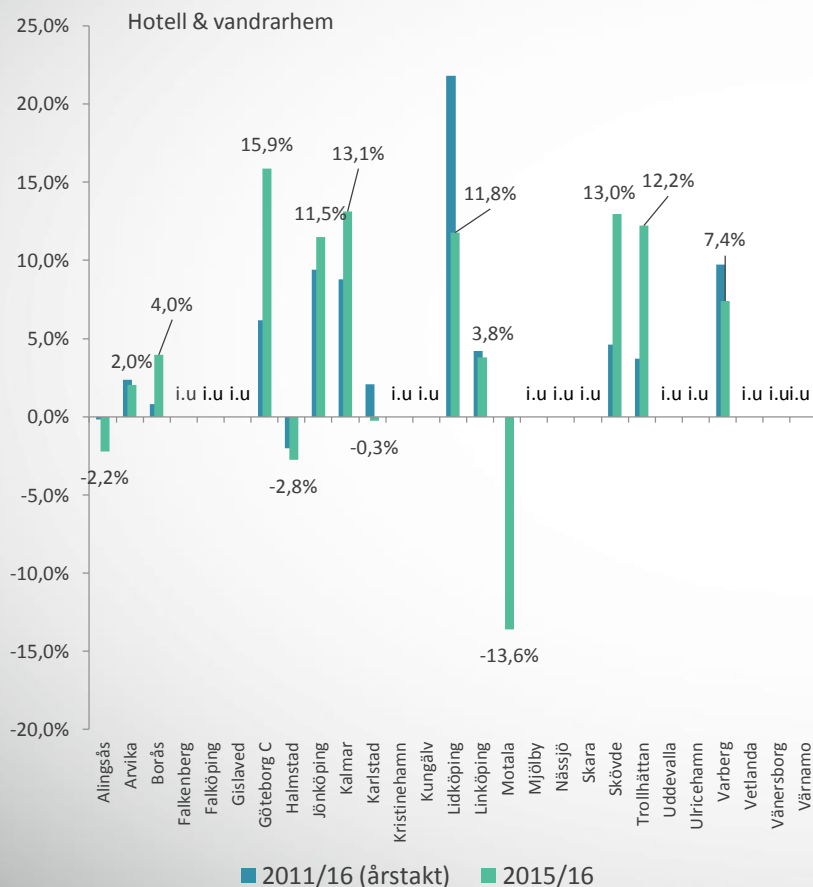
Stadskärnornas utveckling

Omsättningsutveckling i detaljhandeln i region GFR 2011-2016, procent



Stadskärnornas utveckling

Omsättningsutveckling i hotell & restaurang i region GFR 2011-2016, procent



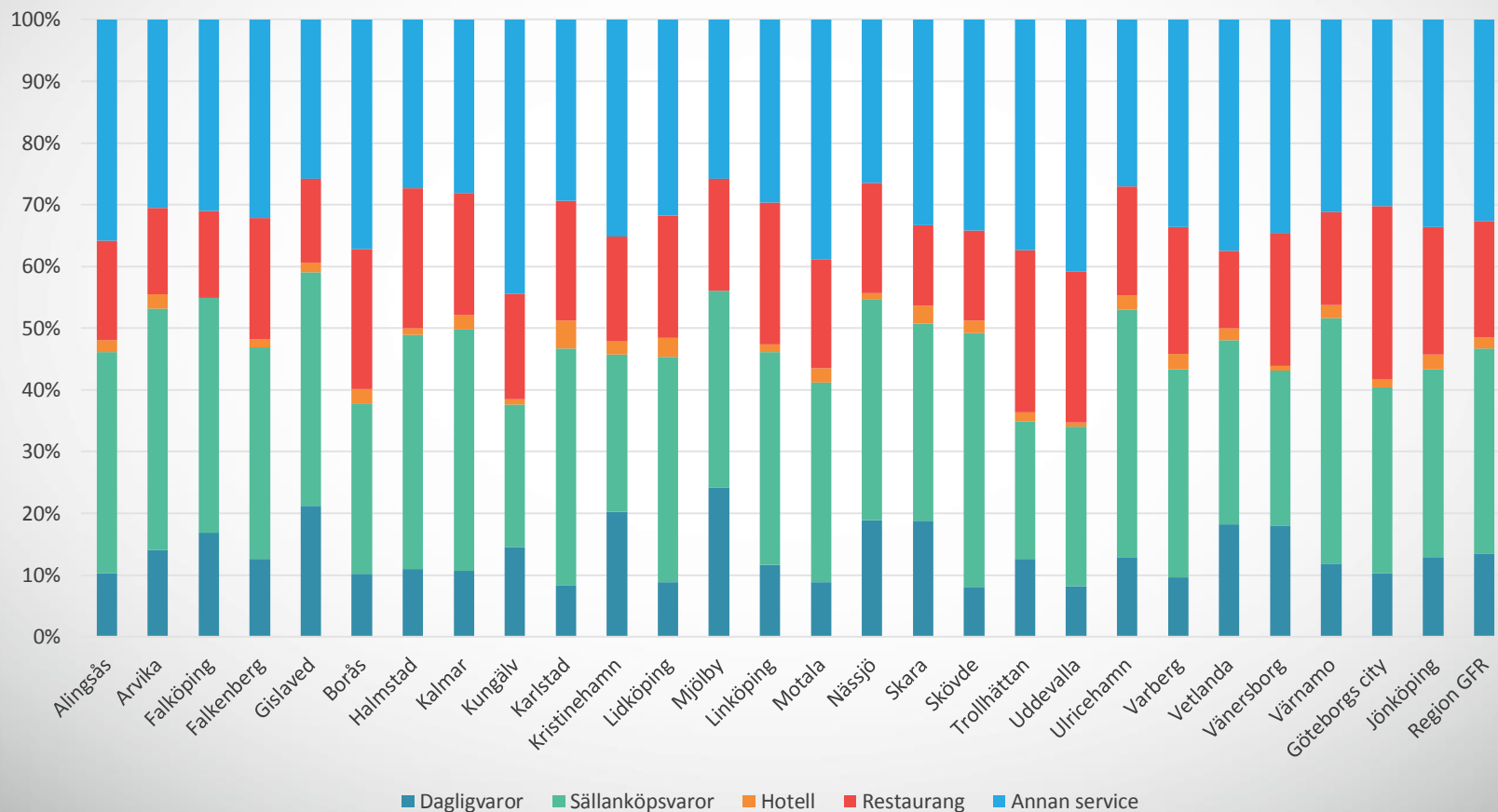
Stadskärnornas utveckling

Omsättningsutveckling i annan service i region GFR 2011-2016, procent



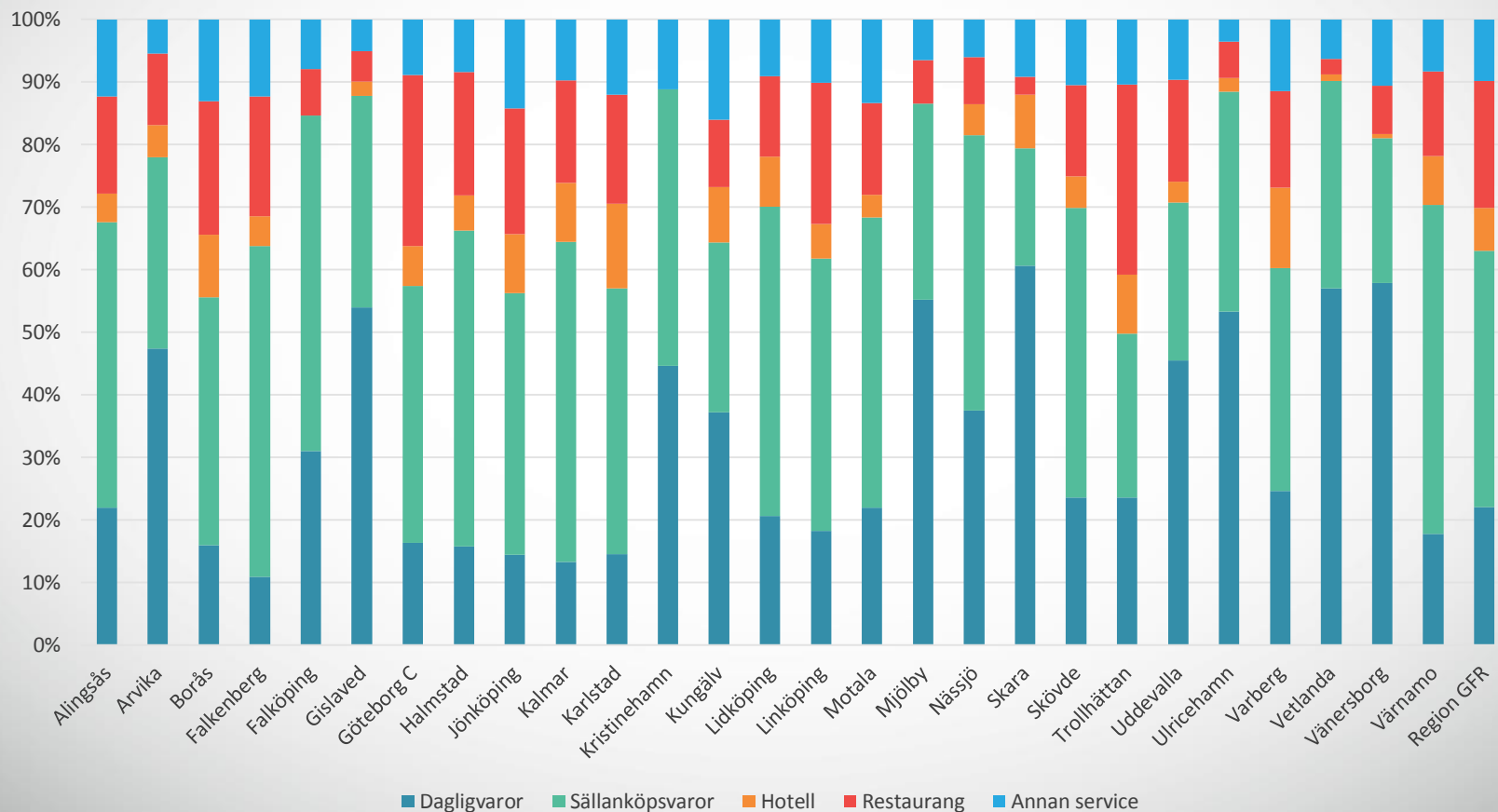
Branschstruktur i stadskärnor i region GFR 2016

Huvudbranschens andel av totalt antal arbetsställen/butiker i stadskärnor

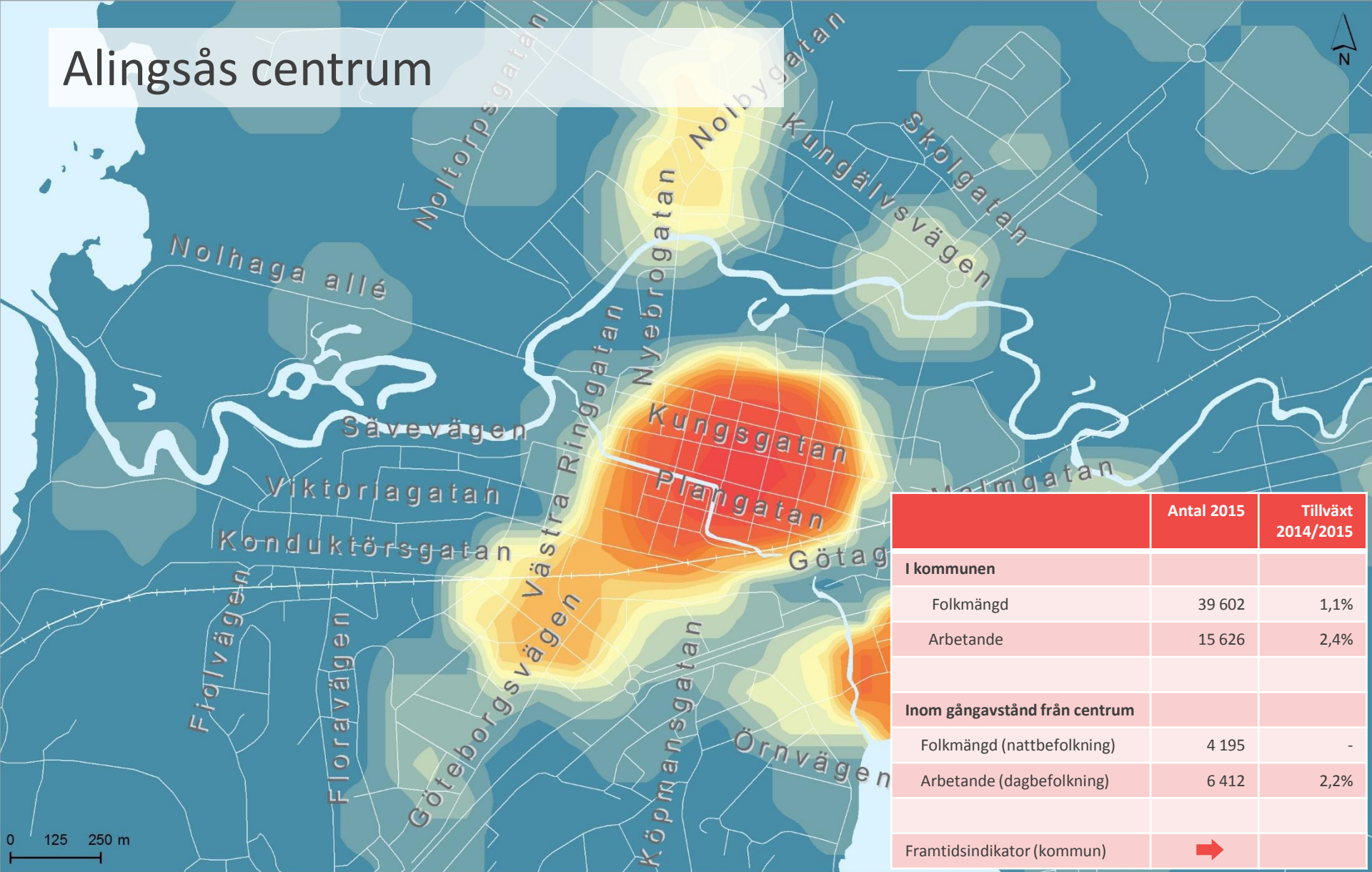


Branschstruktur i stadskärnor i region GFR 2016

Huvudbranschens andel av stadskärnors totalomsättning



Alingsås centrum

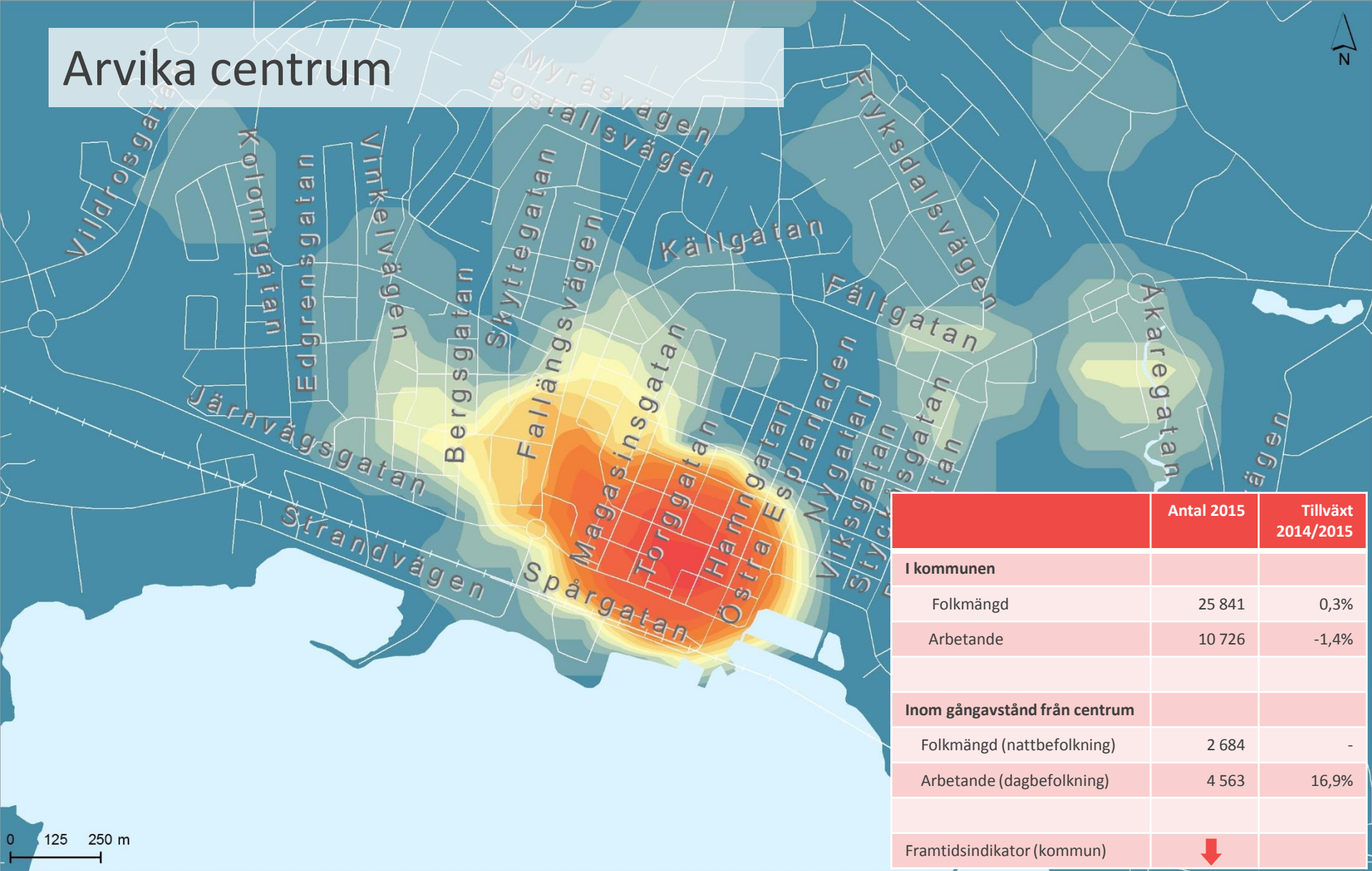


Alingsås centrum

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	204	694	15		928	1,1%
Detaljhandel	94	317	-7	25%	616	0,3%
Dagligvaror	21	75	-12	15%	176	-1,1%
Sällanköpsvaror	73	242	5	39%	440	0,9%
Beklädnad	34	127	2	93%	244	-2,0%
Hem- & fritidsvaror	39	115	3	22%	196	4,8%
Övrig kommersiell service	110	377			312	2,6%
Hotell & restaurang	37	226	19	30%	194	3,2%
Hotell	4	48	-3	83%	44	-2,2%
Restaurang	33	178	22	25%	150	4,9%
Annan service	73	151	3		118	1,7%
Hud, skönhet och kroppsvård	58	82	-2		79	-3,7%
Kulturinstitutioner	3	36	5		10	66,7%
Rese & turism	3	10	0		10	0,0%
Övrig konsumentservice	9	23	0		19	5,6%

Den totala omsättningen i Alingsås stadskärna uppgick till 928 miljoner kronor år 2016, en ökning med 1,1 procent jämfört med 2015. Detaljhandeln omsatte 616 miljoner kronor, en ökning med 0,3 procent, och övrig kommersiell service omsatte 312 miljoner kronor, en ökning med 2,6 procent. Starkast utveckling i detaljhandeln hade hem och fritidsvaruhandeln som ökade med 4,8 procent. Inom övrig kommersiell service var restaurangsektorn störst med en omsättning på 150 miljoner kronor, en ökning med 4,9 procent. Det totala antalet anställda i stadskärnan uppgick till 694 personer år 2016.

Arvika centrum

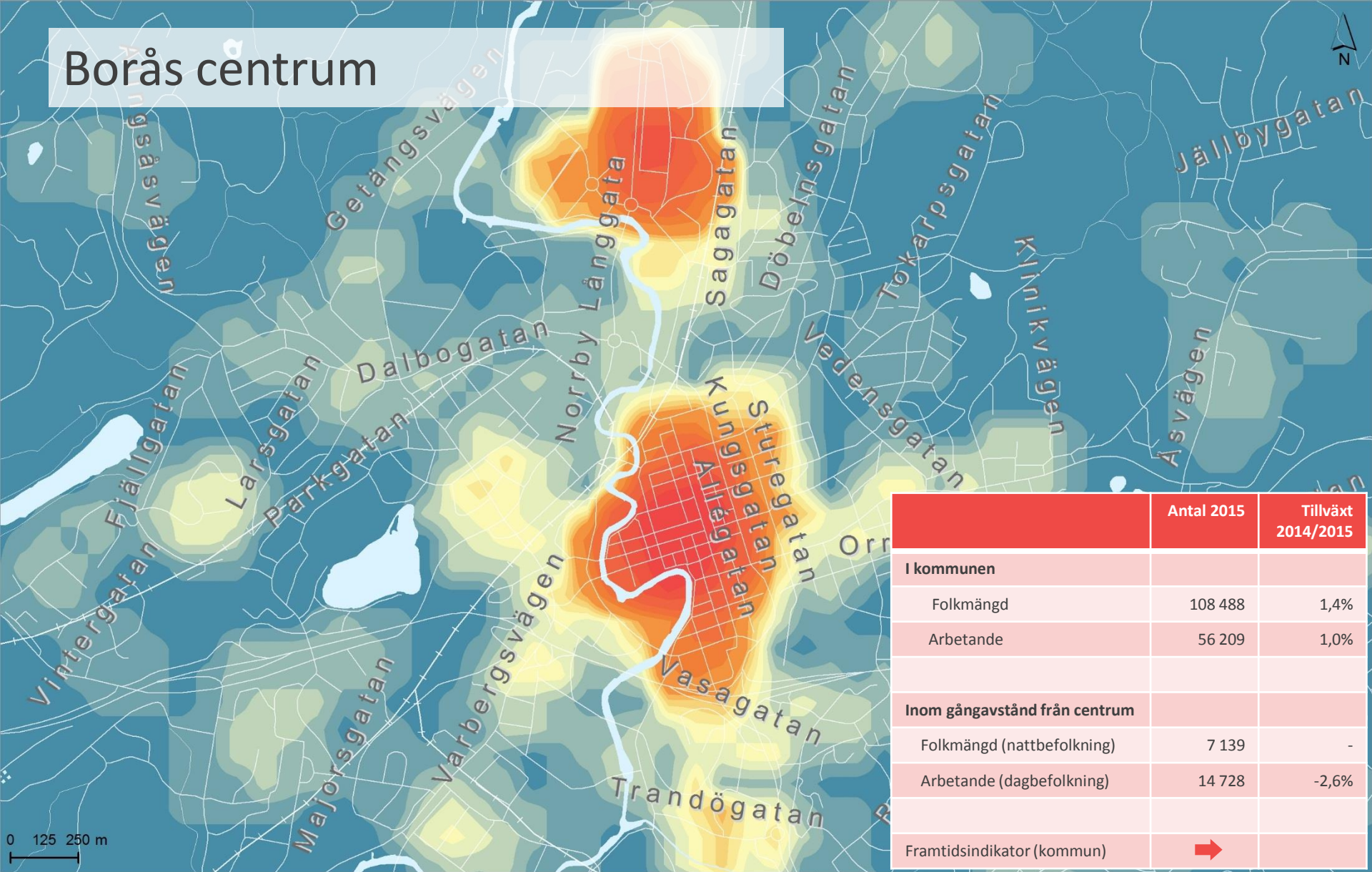


Arvika centrum

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	125	692	11		974	3,6%
Detaljhandel	69	332	1	52%	760	1,9%
Dagligvaror	18	167	7	52%	462	2,2%
Sällanköpsvaror	51	165	-6	53%	298	1,4%
Beklädnad	19	61	-2	73%	102	2,0%
Hem- & fritidsvaror	32	104	-4	47%	196	1,0%
Övrig kommersiell service	56	195			214	10,3%
Hotell & restaurang	21	163	12	62%	161	11,8%
Hotell	3	72	0	90%	50	2,0%
Restaurang	18	91	12	55%	111	16,8%
Annan service	35	32	-2		53	6,0%
Hud, skönhet och kroppsvård	26	26	1		30	11,1%
Kulturinstitutioner	2	-	-		-	-
Rese & turism	2	-	-		-	-
Övrig konsumentservice	5	6	0		13	1,6%

Arvikas centrumhandel fortsatte sin positiva trend och utveckling med 3,6% under året. Dagligvaruhandeln är fortsatt stabil där flera av de större aktörerna går bra. Detta gäller i synnerhet en aktör som för en kort tid sedan genomförde en större renovering. Sällanköpsvaruhandeln går fortsatt svagt framåt och flera större aktörer ligger under året still. Utvecklingen inom restaurangnäringen har under flera år varit positiv och denna utveckling fortsätter även i år. Den positiva utvecklingen beror främst på att flera nya enheter har tillkommit under året vilket ger en positiv utveckling på över 16 %.

Borås centrum

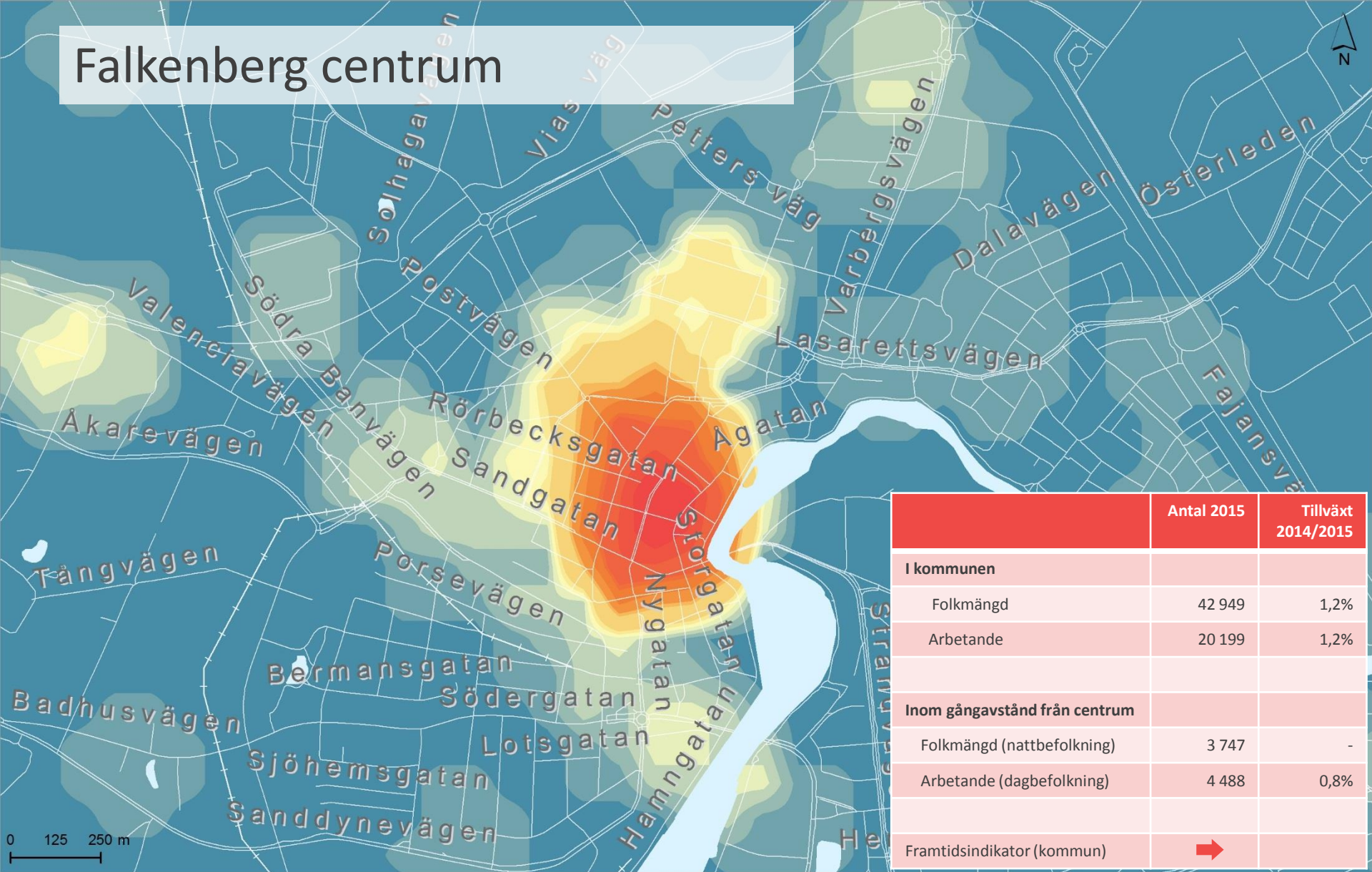


Borås centrum

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	345	2 058	38		2 092	3,5%
Detaljhandel	130	588	-1	16%	1 163	1,6%
Dagligvaror	35	160	7	9%	333	3,1%
Sällanköpsvaror	95	428	-8	23%	830	1,0%
Beklädnad	41	193	4	41%	358	3,2%
Hem- & fritidsvaror	54	235	-12	18%	472	-0,6%
Övrig kommersiell service	215	1 042			929	5,9%
Hotell & restaurang	86	690	9	51%	655	3,8%
Hotell	8	180	1	93%	209	4,0%
Restaurang	78	510	8	42%	446	3,7%
Annan service	129	352	30		274	11,4%
Hud, skönhet och kroppsvård	104	118	14		146	11,5%
Kulturinstitutioner	3	146	14		31	10,7%
Rese & turism	5	43	2		63	18,9%
Övrig konsumentsservice	17	45	0		34	0,0%

Handeln i Borås utvecklades under året positivt med 3,5%. Dagligvaruhandeln tillsammans med övrig kommersiell service var de stora dragloken för årets tillväxt. Restaurangnäringen fortsätter sin positiva trend och flera nya enheter tillkommer. Flera mindre verksamheter inom bland annat resor, turism och kultur går bra vilket påverkas av den högkonjunktur som vi befinner i oss nu. Hotellnäringen i Borås utvecklades under året även positivt med 4% och här byter flera aktörer ägare under året.

Falkenberg centrum

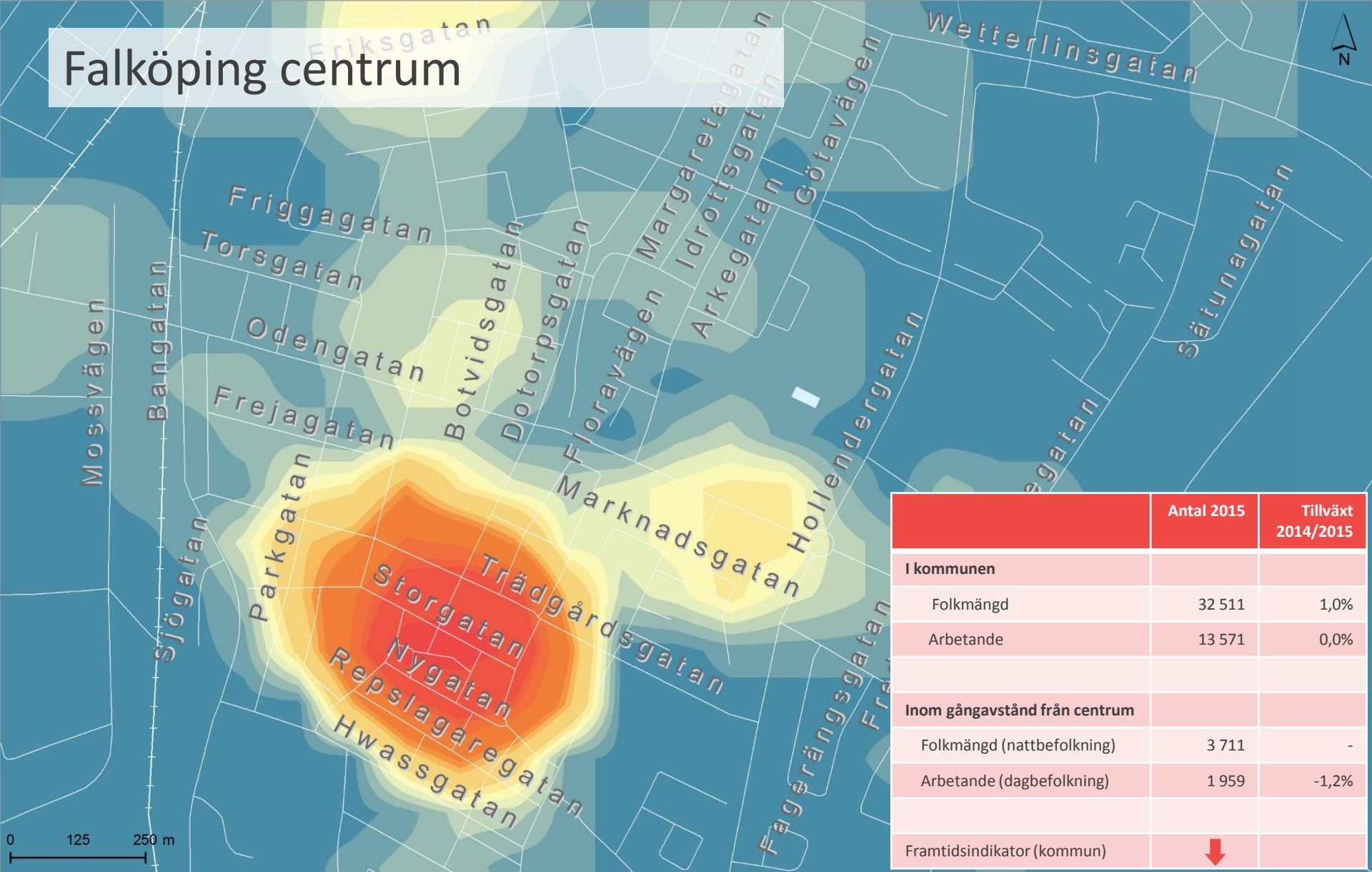


Falkenberg centrum

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	145	716	26		758	9,4%
Detaljhandel	68	410	28	5%	506	12,5%
Dagligvaror	18	200	11	3%	161	11,0%
Sällanköpsvaror	50	210	17	6%	345	13,2%
Beklädnad	21	81	3	45%	141	5,2%
Hem- & fritidsvaror	29	129	14	4%	204	19,5%
Övrig kommersiell service	77	96			252	3,7%
Hotell & restaurang	30	0	0	17%	172	7,5%
Hotell	2	-	-		-	-
Restaurang	28	-	-		-	-
Annan service	47	96	-2		80	-3,6%
Hud, skönhet och kroppsvård	34	28	-1		40	-4,8%
Kulturinstitutioner	4	35	0		14	0,0%
Rese & turism	3	13	0		14	2,9%
Övrig konsumentservice	6	20	-1		17	-5,6%

Handeln i Falkenberg utvecklades starkare än föregående år och hade under 2016 en positiv utveckling på 9,4%. Flera aktörer inom både dagligvaruhandeln och sällanköpsvaruhandeln går bra och flera nya butiker etablerades under året. Även i hotell- och restaurangnäringen ökade omsättningen. Även här tillkommer flera nya enheter vilket bidrar till den positiva utvecklingen. I annan service ser vi en procentuell nedgång, dock från låga nivåer.

Falköping centrum

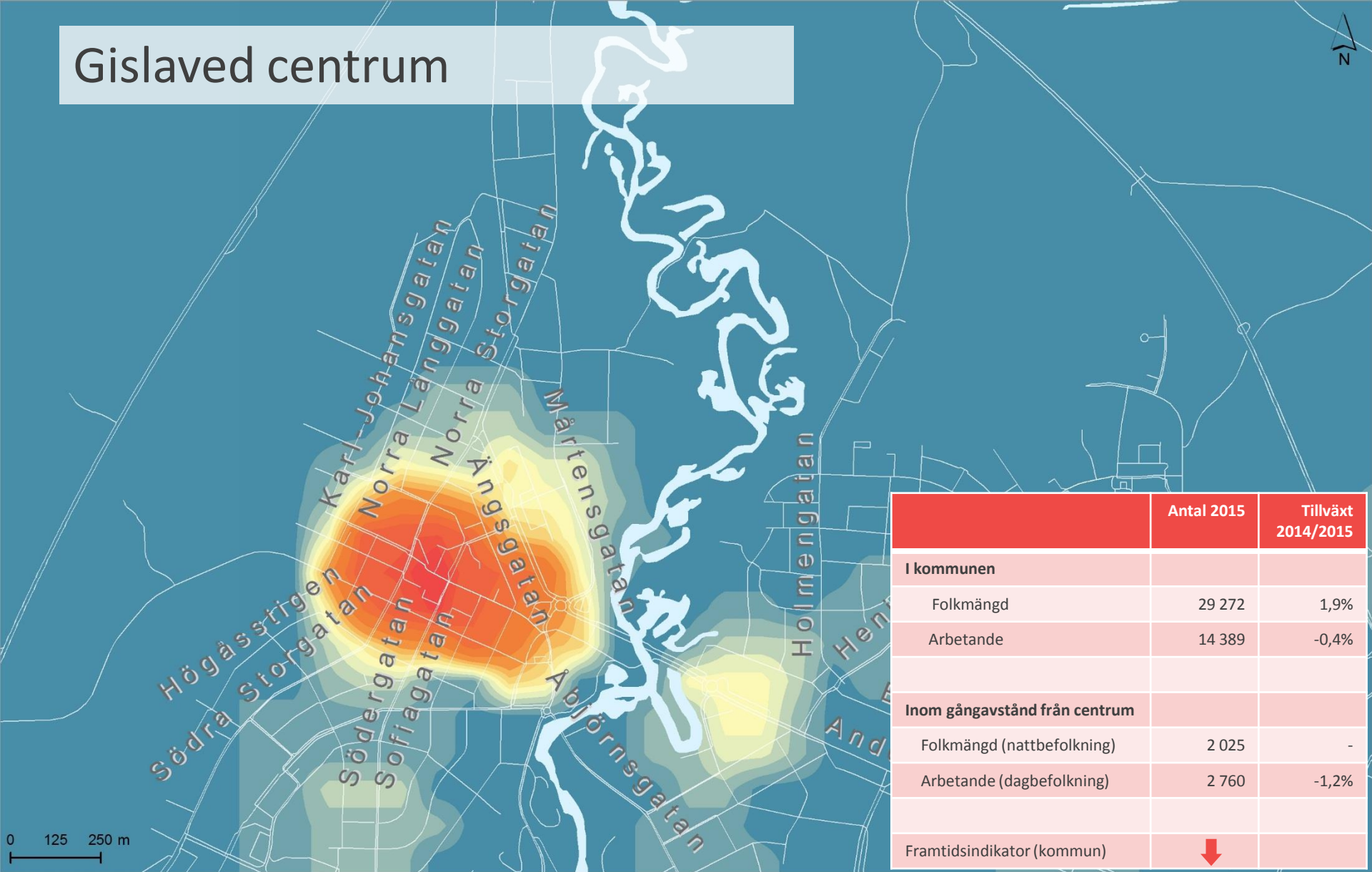


Falköpings centrum

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	71	183	0		352	3,5%
Detaljhandel	39	125	-7	20%	298	3,1%
Dagligvaror	12	32	-1	12%	109	2,8%
Sällanköpsvaror	27	93	-6	31%	189	3,3%
Beklädnad	10	39	-3	51%	70	1,4%
Hem- & fritidsvaror	17	54	-3	25%	119	4,4%
Övrig kommersiell service	32	58			54	5,9%
Hotell & restaurang	10	38	7	12%	26	4,0%
Hotell	0	0	0		0	-
Restaurang	10	38	7	16%	26	4,0%
Annan service	22	20	0		28	7,7%
Hud, skönhet och kroppsvård	17	20	0		25	-
Kulturinstitutioner	0	0	0		-	-
Rese & turism	-	-	-		-	-
Övrig konsumentservice	5	0	0		-	-

Omsättningen i Falköpings stadskärna uppgick till 352 miljoner kronor år 2016, en ökning med 3,5 procent jämfört med 2015. Detaljhandeln omsatte 298 miljoner kronor, en ökning med 3,1 procent, och övrig kommersiell service omsatte 54 miljoner kronor, en ökning med 5,9 procent. Antalet butiker i Falköpings stadskärna var 71 och antalet anställda var 183 personer.

Gislaved centrum



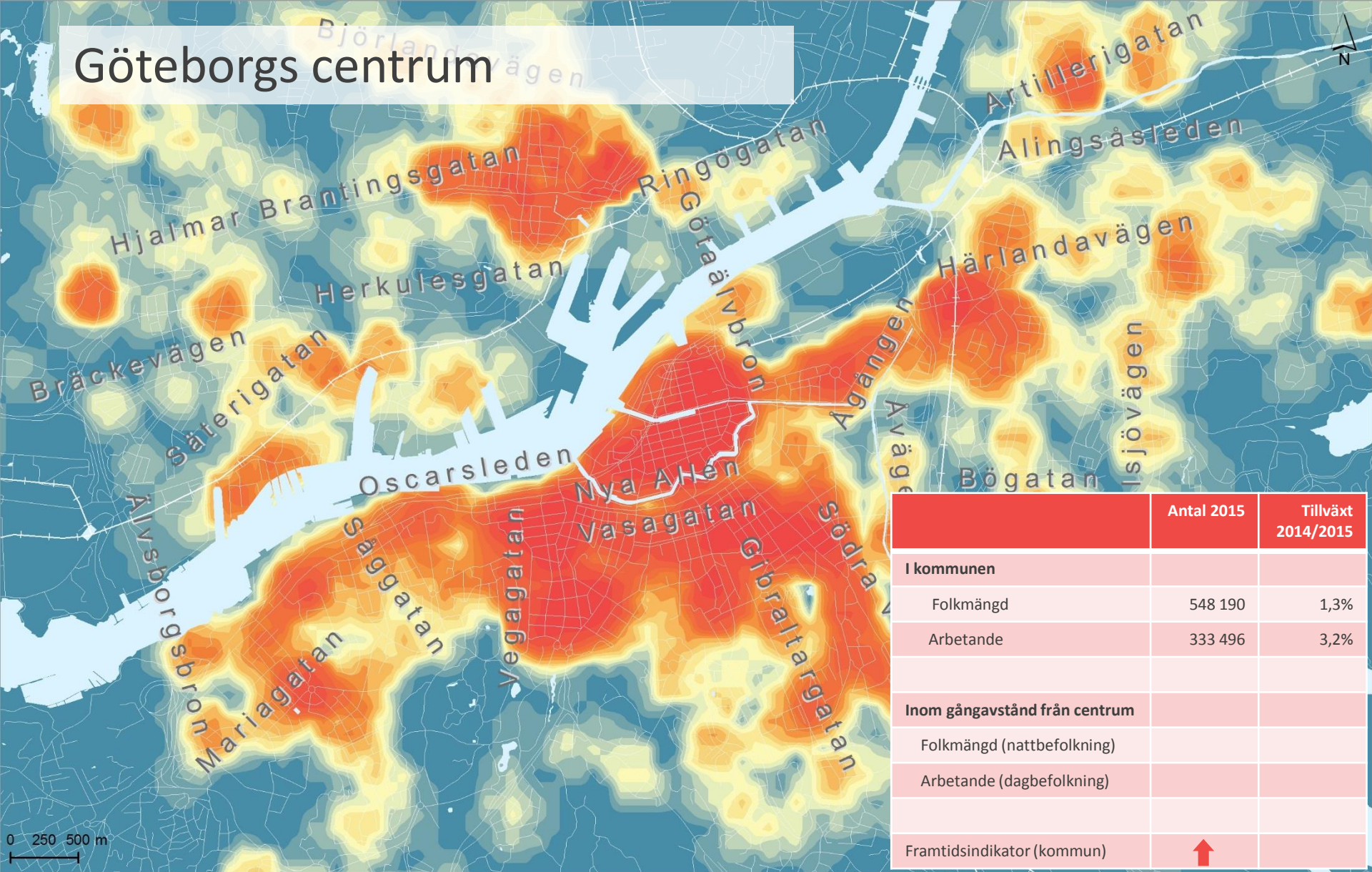
	Antal 2015	Tillväxt 2014/2015
I kommunen		
Folkmängd	29 272	1,9%
Arbetande	14 389	-0,4%
Inom gångavstånd från centrum		
Folkmängd (nattbefolkning)	2 025	-
Arbetande (dagbefolkning)	2 760	-1,2%
Framtidsindikator (kommun)	↓	

Gislaved centrum

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	67	295	2		554	-2,3%
Detaljhandel	40	192	-5	36%	486	-3,0%
Dagligvaror	14	109	-3	35%	299	-5,1%
Sällanköpsvaror	26	83	-2	37%	187	0,5%
Beklädnad	8	32	0	78%	60	3,4%
Hem- & fritidsvaror	18	51	-2	29%	127	-0,8%
Övrig kommersiell service	27	20			68	3,0%
Hotell & restaurang	10	0	6	14%	40	8,1%
Hotell	1	-	-		-	-
Restaurang	9	-	-		-	-
Annan service	17	20	1		28	-3,4%
Hud, skönhet och kroppsvård	11	12	1		14	-4,1%
Kulturinstitutioner	1	-	-		-	-
Rese & turism	2	-	-		-	-
Övrig konsumentservice	3	8	1		8	14,3%

De kommersiella näringarna i Gislaved utvecklades negativt under året med -2,3%. Detta beror främst på ett omsättningstapp inom dagligvaruhandeln där främst en aktör går sämre än tidigare år. Inom dagligvaruhandeln råder även stor konkurrens mellan olika aktörer både inom och utanför centrumavgränsningen. Beklädnadshandeln och hotell- och restaurangnäringen utvecklades dock positivt under året och fortsätter därmed sin positiva trend från de senaste åren.

Göteborgs centrum



	Antal 2015	Tillväxt 2014/2015
I kommunen		
Folkmängd	548 190	1,3%
Arbetande	333 496	3,2%
Inom gångavstånd från centrum		
Folkmängd (nattbefolkning)		
Arbetande (dagbefolkning)		
Framtidsindikator (kommun)	↑	

Göteborg Innerstaden-Nordstaden

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	972	9 755	109		11 312	5,0%
Detaljhandel	500	3 435	47	18%	7 763	5,3%
Dagligvaror	108	652	42	7%	1 340	8,4%
Sällanköpsvaror	392	2 783	5	28%	6 423	4,6%
Beklädnad	215	1 452	-31	50%	3 290	3,9%
Hem- & fritidsvaror	177	1 331	36	19%	3 133	5,4%
Övrig kommersiell service	472	3 537			3 549	4,4%
Hotell & restaurang	233	2 587	77	17%	2 600	5,1%
Hotell	16	570	30	5%	740	17,3%
Restaurang	217	2 017	47	12%	1 860	3,2%
Annan service	239	950	-15		949	2,5%
Hud, skönhet och kroppsvård	173	299	-6		329	-3,8%
Kulturinstitutioner	5	138	10		123	25,5%
Rese & turism	32	431	-20		444	1,1%
Övrig konsumentsservice	29	82	1		53	12,8%

Den totala omsättningen Innerstaden – Nordstaden uppgick till 11,3 miljarder kronor år 2016. Omsättningen i detaljhandeln var 7,8 miljarder kronor, en ökning med 5,3 procent, och omsättningen i övrig kommersiell service var 3,5 miljarder kronor, en ökning med 4,4 procent. Framförallt förklaras detta av en stark ökning i hotellnäringen. Anledningen till den goda tillväxten i detaljhandeln förklaras av ett stort antal starka nyetableringar under såväl vår som höst i bland annat femmanhuset, kompassen och på Fredsgatan.

Göteborg Avenyn

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	236	2 084	-15		2 724	6,6%
Detaljhandel	77	364	44	2%	877	10,1%
Dagligvaror	23	151	19	2%	442	14,2%
Sällanköpsvaror	54	213	25	2%	435	6,1%
Beklädnad	29	123	5	4%	255	8,3%
Hem- & fritidsvaror	25	90	20	1%	180	3,1%
Övrig kommersiell service	159	1 507	-45		1 847	5,0%
Hotell & restaurang	87	1 456	-48	11%	1 674	4,8%
Hotell	5	252	6	2%	354	15,0%
Restaurang	82	1 204	-54	9%	1 320	2,3%
Annan service	72		-11		173	7,3%
Hud, skönhet och kroppsvård	57	51	3		60	2,4%
Kulturinstitutioner	5	209	-16		38	-10,8%
Rese & turism	5	23	-4		67	28,1%
Övrig konsumentservice	5	8	-		8	2,5%

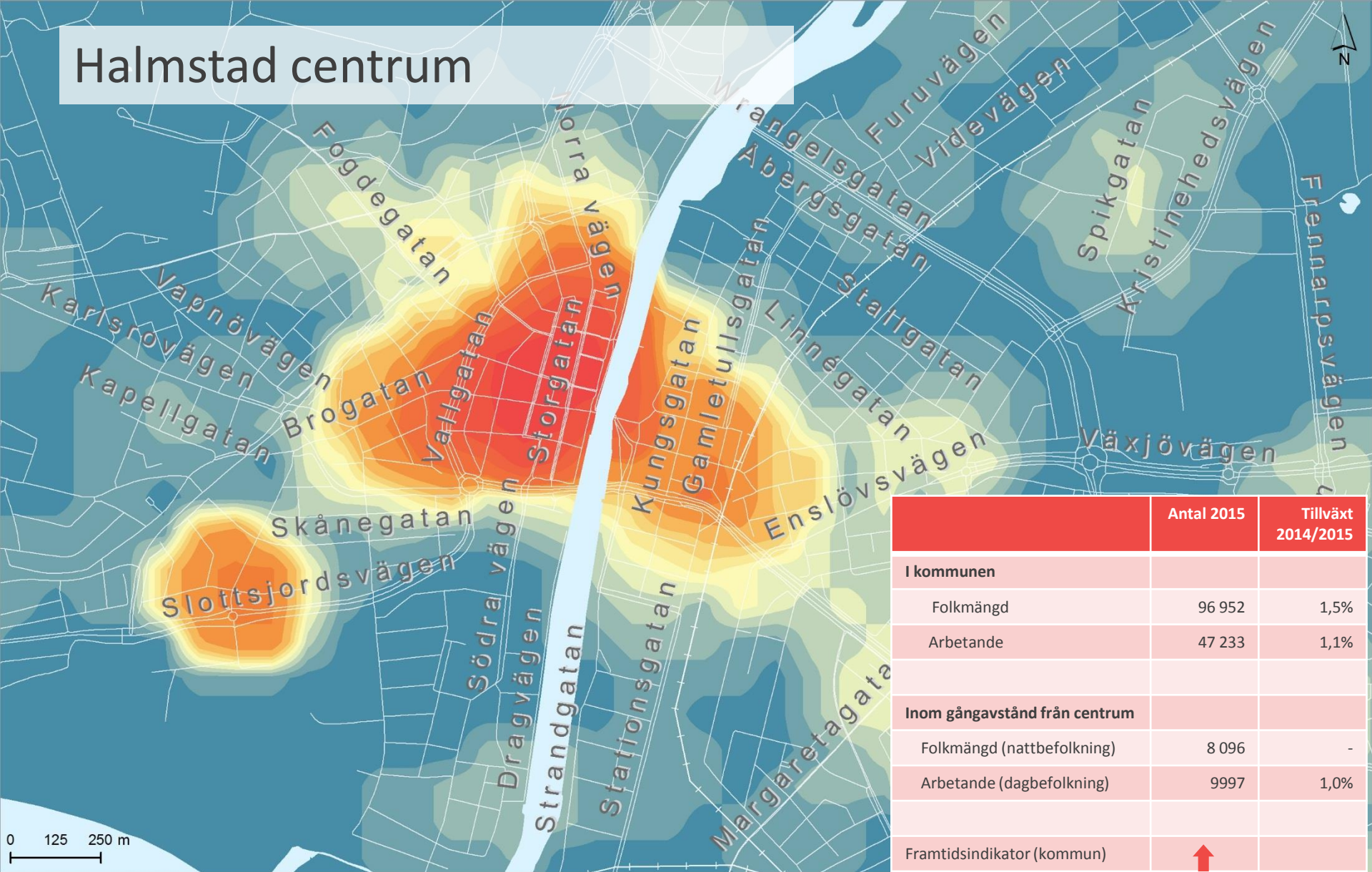
De kommersiella näringarna i området kring Avenyn omsatte 2,7 miljarder kronor och ökade med 6,6 procent under åren. Detaljhandeln omsatte närmare 880 miljoner kronor år 2016. Handeln visade en positiv utveckling med hela 10 procent mellan 2015-2016 vilket berodde på tillkomsten av flera nyetableringar. Dagligvaruhandeln växte med över 14 procent och sällanköpsvaruhandeln med drygt 6 procent vilket i huvudsak berodde på omsättningsökningar och fler aktörer inom beklädnadshandeln. Hotell- och restaurangnäringen utvecklades positivt med en tillväxt på nära 5 procent liksom tjänstesektorn som också den utvecklades positivt med över 7 procent. Den totala omsättningen av handel, restaurang och service uppgick till cirka 2,7 miljarder kronor år 2016.

Göteborg Vasa & Linné

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	824	3 505	179		3 700	6,2%
Detaljhandel	239	717	67	3%	1 433	4,2%
Dagligvaror	77	369	48	5%	907	5,3%
Sällanköpsvaror	162	348	19	2%	526	2,3%
Beklädnad	50	95	7	1%	85	6,3%
Hem- & fritidsvaror	112	238	7	3%	441	1,6%
Övrig kommersiell service	585	2 440			2 267	7,5%
Hotell & restaurang	284	1 935	122	12%	1 790	8,6%
Hotell	4	32	0	0,3%	57	2,3%
Restaurang	280	1 903	122	11%	1 733	8,5%
Annan service	301	505	-10		477	3,5%
Hud, skönhet och kroppsvård	233	271	13		339	6,3%
Kulturinstitutioner	7	109	-3		41	-18,0%
Rese & turism	24	37	-23		41	-2,4%
Övrig konsumentservice	37	88	3		56	12,0%

Den totala omsättningen i Vasa & Linné uppgick till 3,7 miljarder kronor år 2016, vilket var en ökning med 6,2 procent jämfört med 2015. Omsättningen i detaljhandeln var 1,4 miljarder kronor, en ökning med 4,2 procent, och omsättningen i övrig kommersiell service var knappt 2,3 miljarder kronor, en ökning med 7,5 procent. Framförallt förklaras tillväxten av en stark ökning inom café och restaurangnäringen.

Halmstad centrum

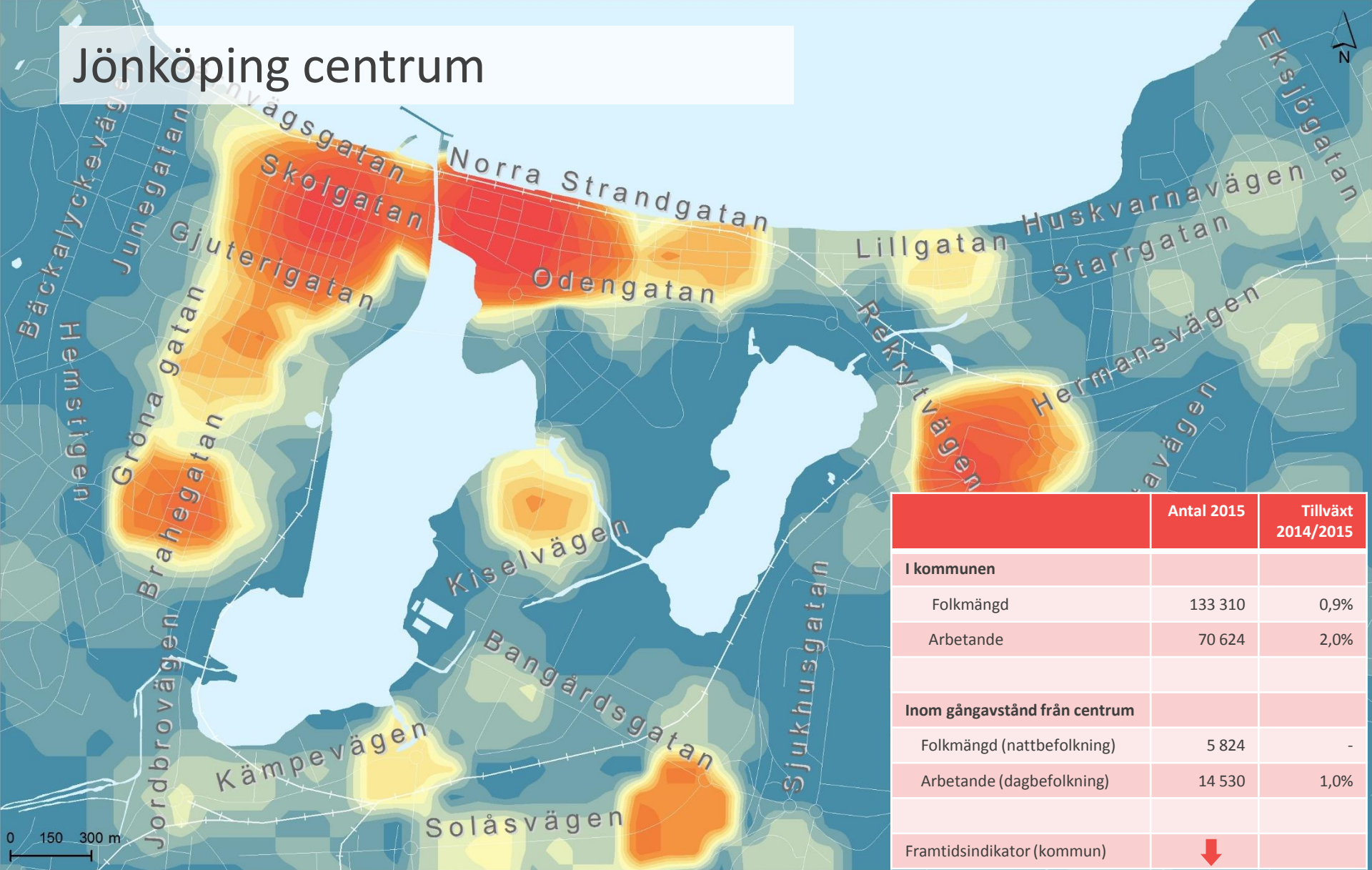


Halmstad centrum

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	276	1 748	13		1 878	2,3%
Detaljhandel	135	628	-6	18%	1 244	1,8%
Dagligvaror	30	143	1	8%	296	5,3%
Sällanköpsvaror	105	485	-7	28%	948	0,7%
Beklädnad	55	215	-10	61%	436	-3,5%
Hem- & fritidsvaror	50	270	3	19%	512	4,7%
Övrig kommersiell service	141	635			634	3,3%
Hotell & restaurang	65	534	19	29%	476	6,5%
Hotell	3	75	-2	16%	106	-2,8%
Restaurang	62	459	21	38%	370	9,5%
Annan service	76	101	0		158	-5,4%
Hud, skönhet och kroppsvård	57	86	-2		99	8,8%
Kulturinstitutioner	2	-	-		-	-
Rese & turism	6	-	-		-	-
Övrig konsumentservice	11	15	0		20	-4,8%

Omsättningen i Halmstad ökade med 2,3% under året. Detta gör att staden fortsätter sin positiva trend från föregående år. Dagligvaruhandeln i centrum går fortsatt bra och utvecklas med 5,3% under året. Detta beror främst på de större aktörerna går bra. Inom sällanköpsvaruhandeln, och särskilt inom beklädnadshandeln, ser vi under året en svagare tillväxt. Detta beror främst på att ett par enheter stänger. Inom hotell- och restaurangnäringen fortsätter restaurang sin positiva trend från föregående år och utvecklas med ca. 9%. Annan service utvecklas dock negativt, dock från låga nivåer.

Jönköping centrum

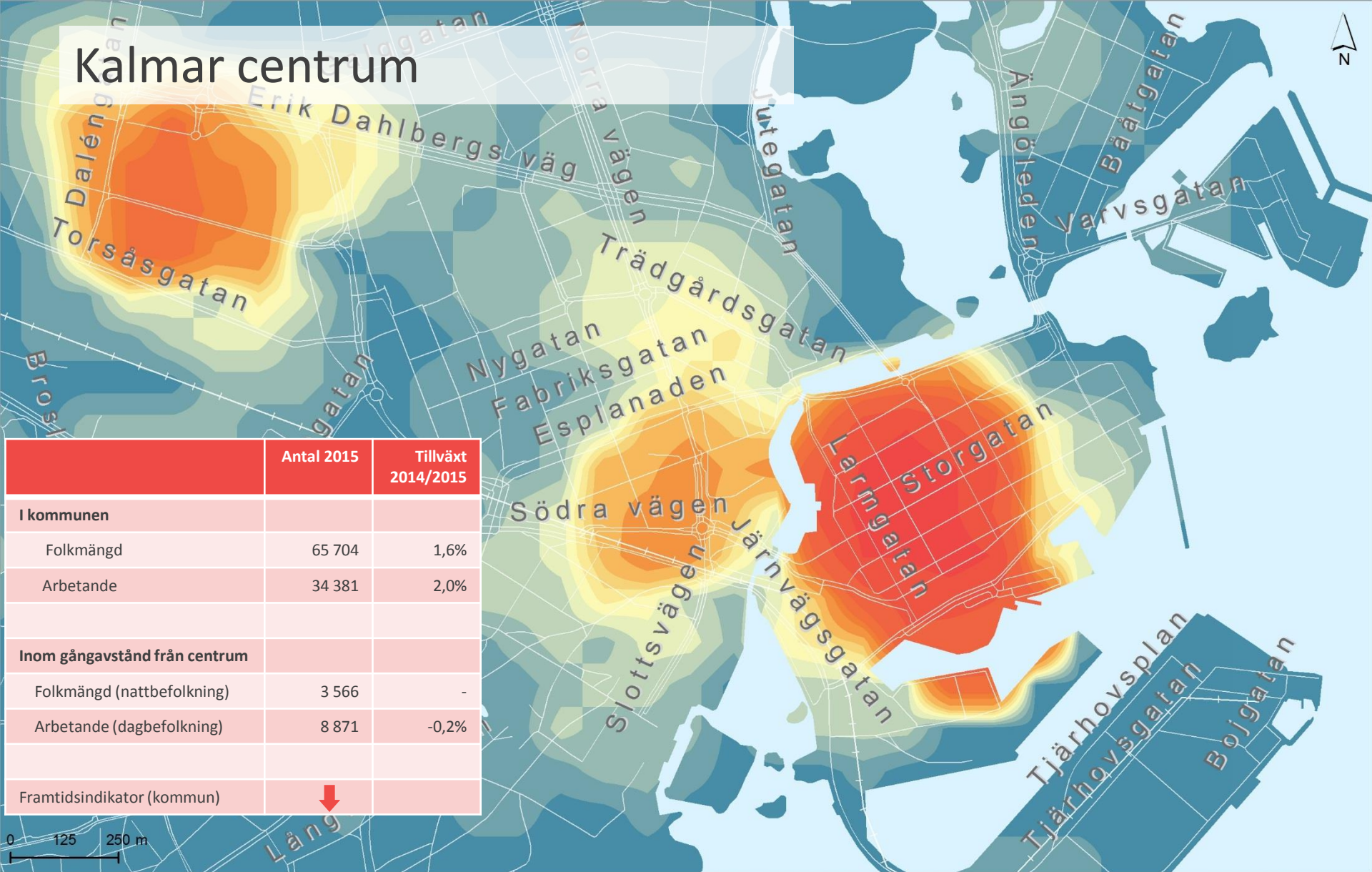


Jönköping centrum

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	412	2 436	76		2 790	5,2%
Detaljhandel	179	822	35	15%	1 570	5,2%
Dagligvaror	53	242	8	9%	403	5,2%
Sällanköpsvaror	126	580	27	20%	1 167	5,1%
Beklädnad	60	294	16	49%	514	3,2%
Hem- & fritidsvaror	66	286	11	14%	653	6,7%
Övrig kommersiell service	233	1 034			1 220	5,3%
Hotell & restaurang	95	744	40	35%	825	6,2%
Hotell	10	188	30	36%	262	11,5%
Restaurang	85	556	10	35%	563	3,9%
Annan service	138	290	1		395	3,4%
Hud, skönhet och kroppsvård	103	220	-1		203	1,5%
Kulturinstitutioner	1					
Rese & turism	10	70	2		67	8,1%
Övrig konsumentservice	24	-	-		-	-

Handeln i Jönköping utvecklas starkt under året. Den totala utveckling för året var 5,2%. Den positiva utvecklingen beror delvis på att Atollen går bra och där flera nya enheter etableras. I andra delar av centrum har flera butiker stängt igen eller flyttat sin verksamhet till andra marknadsplatser. Flera bolags omsättning ökar under året, både inom dagligvaru- och sällanköpsvaruhandeln. De bolag som är etablerade på Atollen går särskilt bra. Inom hotellnäringen så går ett nyetablerat hotell bra vilket ger effekt på årets resultat genom ökningen på 11,5%. Detta speglas även inom rese- och turistbranschen där Destination Jönköping, kommunens turismbolag, ökar i omsättning och bidrar till den positiva utvecklingen på 8,1%.

Kalmar centrum

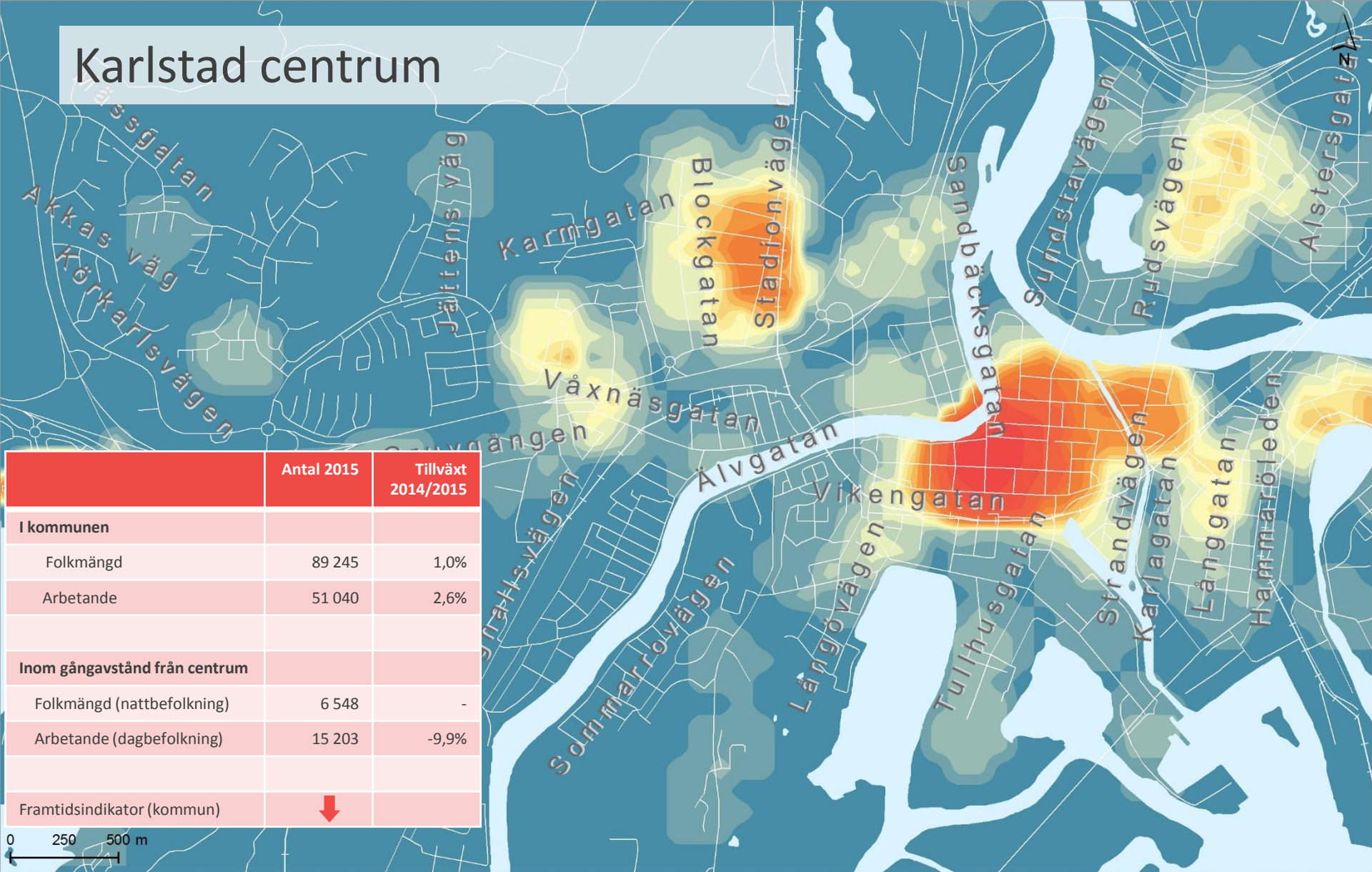


Kalmar centrum

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	266	1 921	25		1 909	1,9%
Detaljhandel	132	674	3	19%	1 229	0,5%
Dagligvaror	28	152	0	11%	254	2,4%
Sällanköpsvaror	104	522	3	23%	975	0,0%
Beklädnad	49	235	1	60%	407	0,5%
Hem - & fritidsvaror	55	287	2	16%	568	-0,4%
Övrig kommersiell service	134	725			680	4,5%
Hotell & restaurang	58	491	24	37%	495	4,1%
Hotell	6	151	20	33%	181	13,1%
Restaurang	52	340	4	40%	314	-0,5%
Annan service	74	234	-2		185	5,7%
Hud, skönhet och kroppsvård	55	76	-3		78	8,3%
Kulturinstitutioner	3	110	0		45	7,1%
Rese & turism	6	36	-1		54	10,2%
Övrig konsumentsservice	10	12	0		10	0,0%

Detaljhandeln och servicenäringsarna i Kalmar visar ett positivt resultat för 2016 om 1,9%. Dagligvaruhandeln fortsatte förra årets positiva utveckling, främst genom stabila enheter inom livsmedel samt en god utveckling för flera mindre enheter inom den övriga dagligvaruhandeln. Flera enheter inom sällanköpsvaruhandeln ligger stabilt och utvecklingen rör sig runt 0%. Inom hotellnäringsen ser vi dock en positiv utveckling och där antalet anställda ökar markant gentemot föregående år. Inom annan service går vissa kategorier starkt fram, dock från låga nivåer.

Karlstad centrum

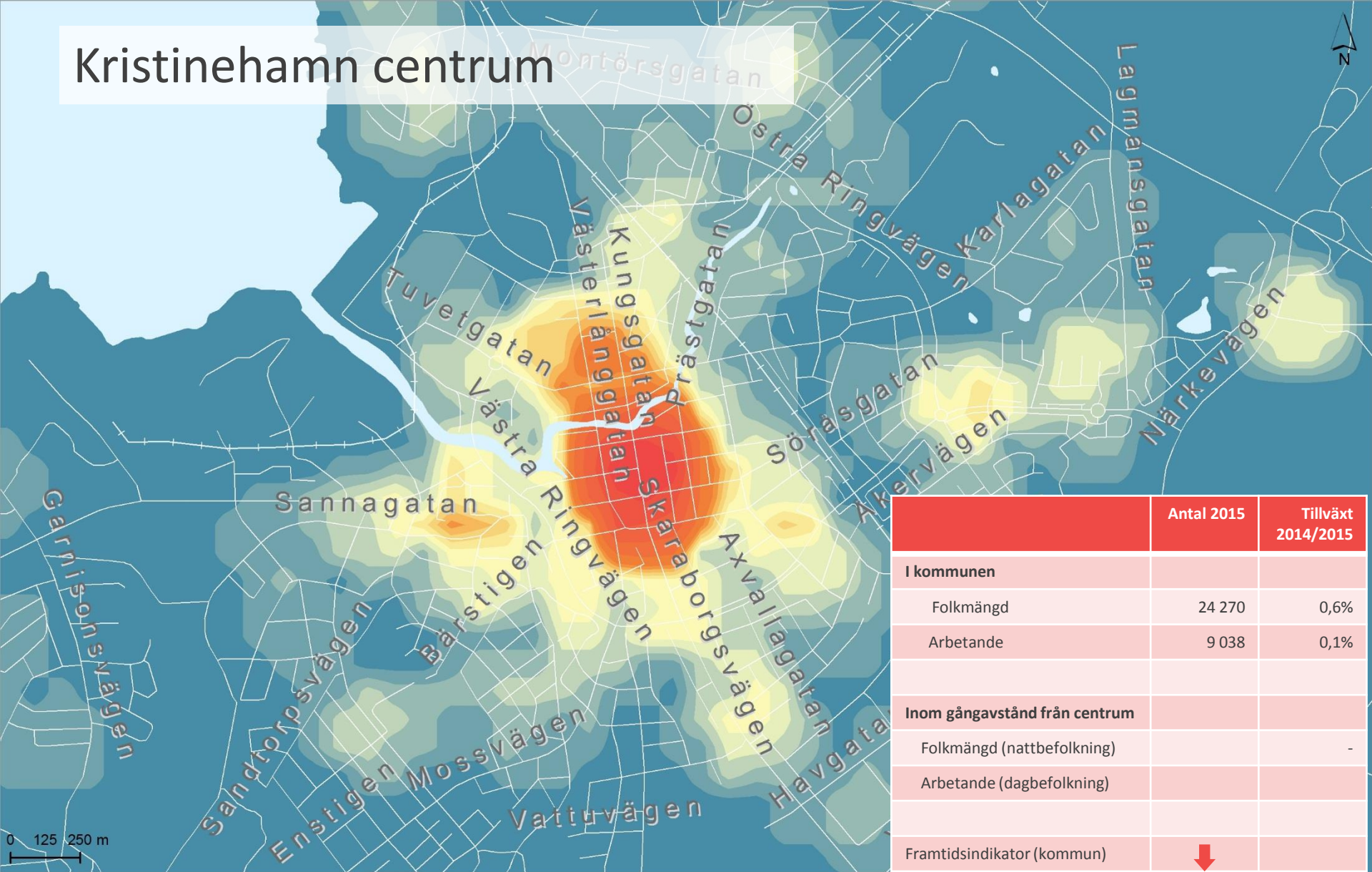


Karlstads centrum

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	333	2 008	27		2 935	4,3%
Detaljhandel	155	824	38	19%	1 652	4,1%
Dagligvaror	28	180	-6	13%	421	2,2%
Sällanköpsvaror	128	644	44	23%	1 231	4,8%
Beklädnad	57	308	29	54%	565	5,4%
Hem- & fritidsvaror	71	336	15	16%	666	4,2%
Övrig kommersiell service	178	1 184			1 283	4,6%
Hotell & restaurang	80	828	8	49%	899	4,5%
Hotell	15	310	-16	59%	392	-0,3%
Restaurang	65	518	24	43%	507	8,6%
Annan service	98	356	-19		384	4,9%
Hud, skönhet och kroppsvård	72	137	15		160	3,2%
Kulturinstitutioner	5	146	1		111	16,8%
Rese & turism	4	35	0		58	7,4%
Övrig konsumentservice	17	38	-35		55	-11,3%

Den totala omsättningen i Karlstad centrum går stark framåt och ökade under året med 4,3 procent jämfört med 2015. Omsättningen i detaljhandeln ökade med 4,1 procent. Framförallt sällanköpsvaruhandeln utvecklades starkt till följd av nyetableringar i den nya gallerian Valvet. Omsättningen i Övrig kommersiell service ökade med 4,6 procent. Den totala omsättningen i Karlstads stadskärna år 2016 uppgick till drygt 2,9 miljarder kronor fördelat på knappt 1,7 miljarder kronor i detaljhandeln och knappt 1,3 miljarder kronor i Övrig kommersiell service. Antalet butiker i stadskärnan var 333 och antalet anställda var 2 008 personer.

Kristinehamn centrum

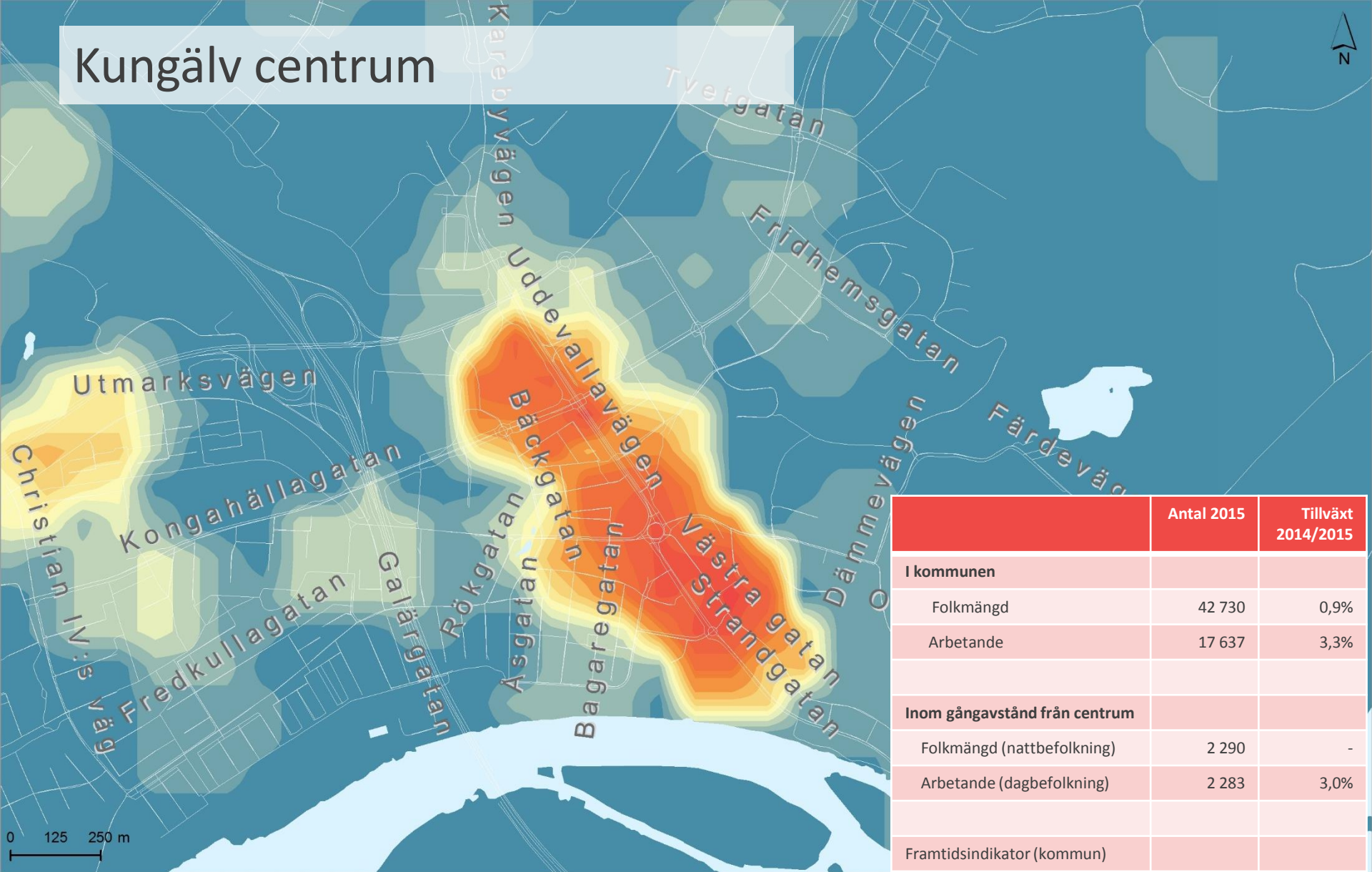


Kristinehamn centrum

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	96	213	-12		350	-1,7%
Detaljhandel	45	114	-6	22%	255	-1,9%
Dagligvaror	19	42	-6	17%	128	-7,2%
Sällanköpsvaror	26	72	0	32%	127	4,1%
Beklädnad	11	46	3	98%	82	9,3%
Hem- & fritidsvaror	15	26	-3	14%	45	-4,3%
Övrig kommersiell service	51	99	-6		95	-1,0%
Hotell & restaurang	18	69	-1	33%	63	-1,6%
Hotell	2					
Restaurang	16					
Annan service	33	30	-5		32	0,0%
Hud, skönhet och kroppsvård	25	24	-7		27	0,0%
Kulturinstitutioner	-	-	-		-	-
Rese&turism	1	-	-		-	-
Övrig konsumentservice	7	4	0		-	-

Den totala detaljhandeln i Kristinehamns stadskärna omsatte drygt 250 miljoner kronor år 2016, varav 128 miljoner kronor inom dagligvaruhandeln och 127 miljoner kronor inom sällanköpsvaruhandeln. Dagligvaruhandeln uppvisar en negativ utveckling vilket främst beror på att en livsmedelsaktör avslutade sin verksamhet i mitten av 2016. Den positiva utvecklingen återfinns inom sällanköpsvaruhandeln som totalt sett växte med drygt 4 procent. Beklädnadshandeln utvecklades starkt i och med att en större klädkedja öppnade en ny butik i Kristinehamn under 2016 medan hem- och fritidsvaruhandeln däremot utvecklades svagt på grund av att några aktörer stängde eller avslutade sin verksamhet. Hotell-, restaurang och servicesektorn visar en i stort sett oförändrad utveckling jämfört med föregående år. Den totala omsättningen av handel, restaurang och service i Kristinehamn uppgick till 350 miljoner kronor år 2016.

Kungälv centrum

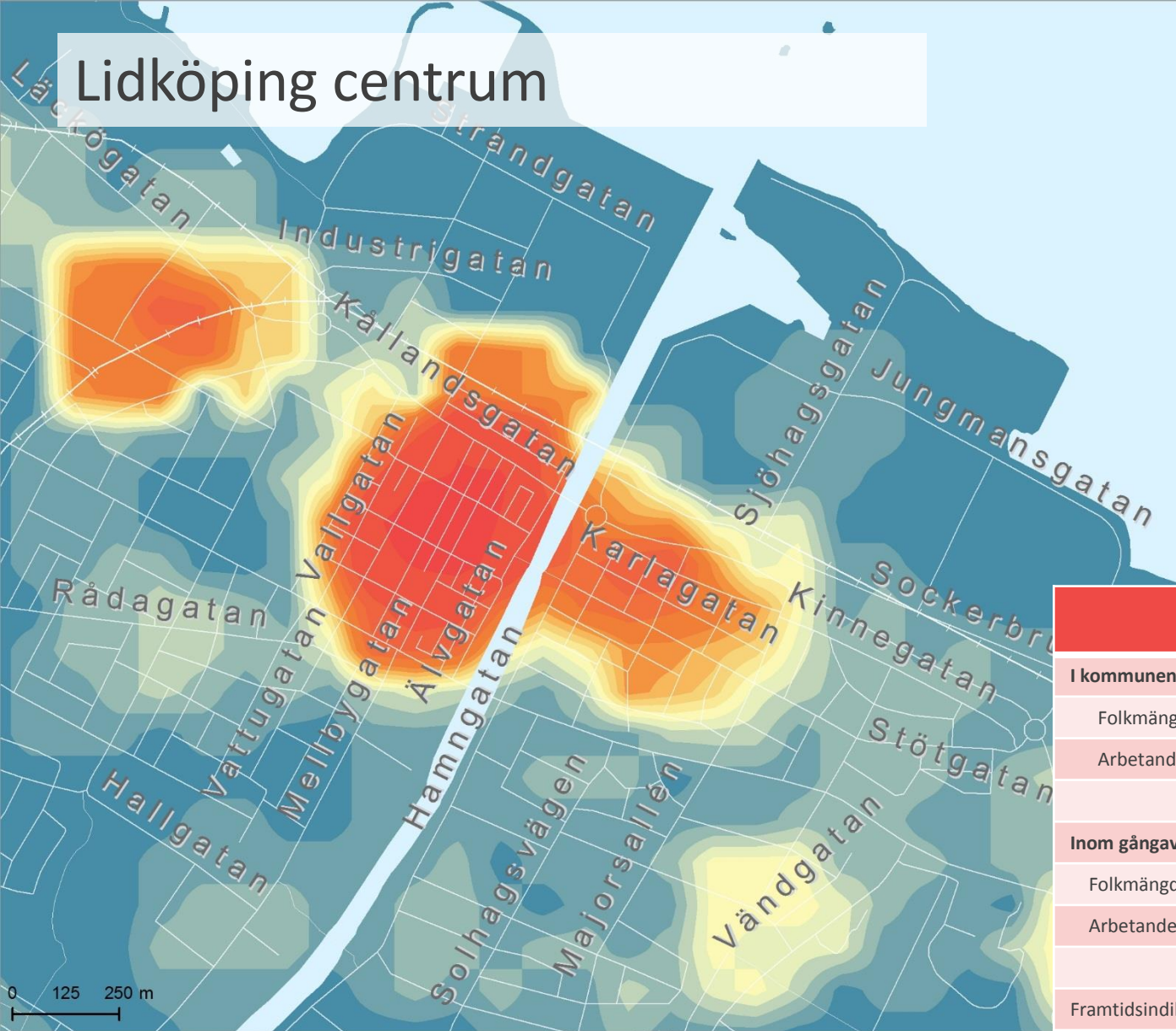


Kungälv centrum

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	118	309	31		474	3,4%
Detaljhandel	44	154	-4	13%	294	-1,7%
Dagligvaror	17	73	1	11%	170	0,0%
Sällanköpsvaror	27	81	-5	18%	124	-3,9%
Beklädnad	14	40	-5	57%	65	-8,5%
Hem- & fritidsvaror	14	41	0	10%	59	1,7%
Övrig kommersiell service	74	74			180	12,8%
Hotell & restaurang	21	0	23	20%	107	18,0%
Hotell	1					
Restaurang	20					
Annan service	53	74	12		73	5,8%
Hud, skönhet och kroppsvård	40	66	12		60	5,3%
Kulturinstitutioner	0	-	-		-	-
Rese & turism	3	-	-		-	-
Övrig konsumentservice	10	8	-2		7	0,0%

Den totala omsättningen i Kungälv centrum utvecklas positivt med 3,4% under 2016. Handeln följer därmed föregående års positiva trend. Både dagligvaruhandeln och sällanköpsvaruhandeln uppvisar dock negativa resultat. Detta beror på att flera mindre enheter försvinner, särskilt inom beklädnadshandeln. Inom dagligvaruhandeln finns även stark konkurrens från butiker utanför centrum. Bäst utvecklas verksamheterna inom hotell & restaurang och annan service. Här tillkommer flera enheter vilket gör att antalet anställda ökar vilket i sin tur ger effekt på omsättningen.

Lidköping centrum



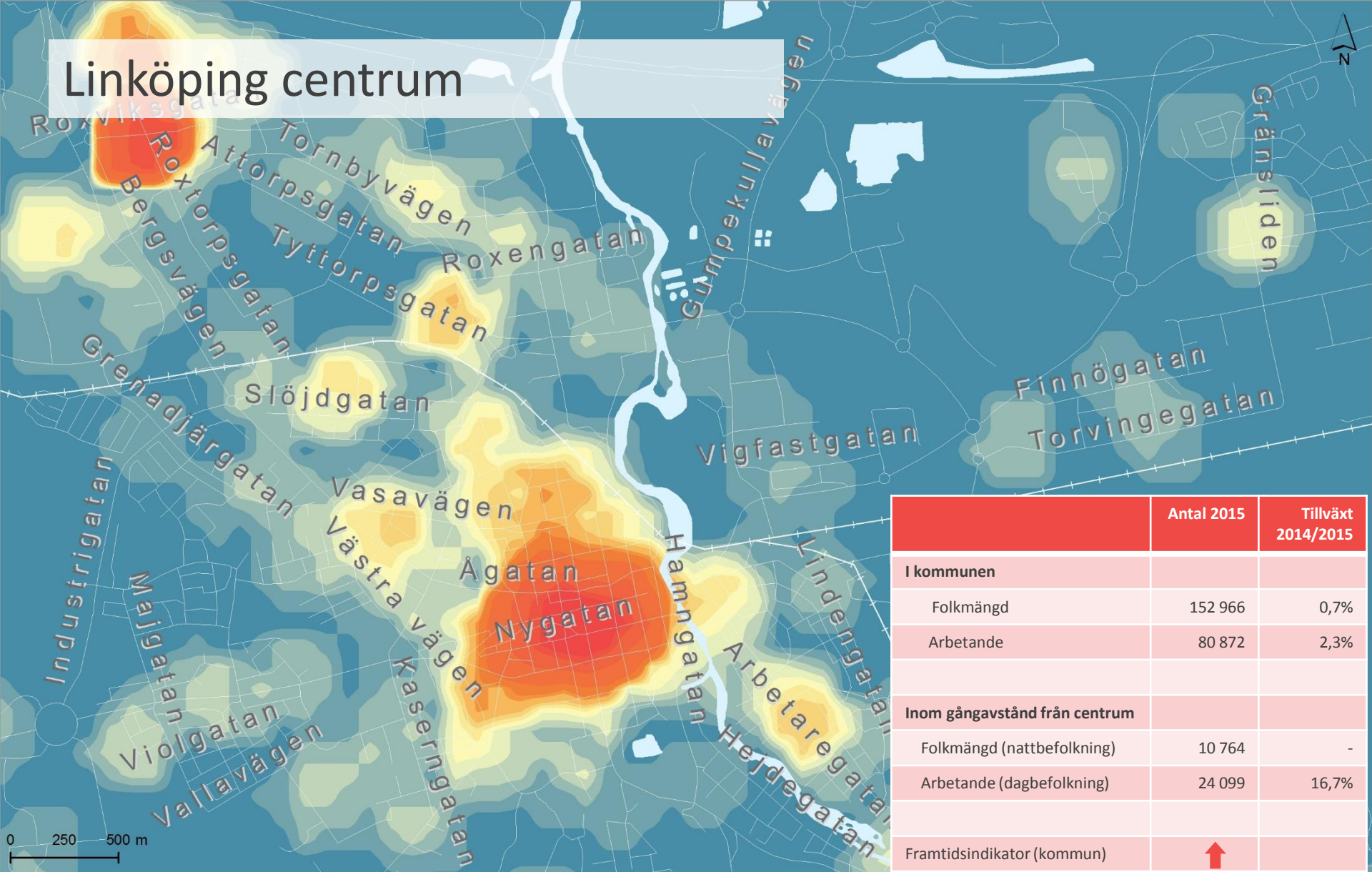
	Antal 2015	Tillväxt 2014/2015
I kommunen		
Folkmängd	39 009	0,6%
Arbetande	17 905	1,2%
Inom gångavstånd från centrum		
Folkmängd (nattbefolkning)	3 496	-
Arbetande (dagbefolkning)	6 217	-0,2%
Framtidsindikator (kommun)	↓	

Lidköpings centrum

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	193	656	57		945	4,4%
Detaljhandel	88	352	22	25%	662	2,5%
Dagligvaror	17	94	7	14%	195	-0,5%
Sällanköpsvaror	71	258	15	37%	467	3,8%
Beklädnad	33	100	6	64%	192	5,5%
Hem- & fritidsvaror	38	158	9	29%	275	2,6%
Övrig kommersiell service	105	304			283	9,3%
Hotell & restaurang	44	212	20	43%	197	15,2%
Hotell	6	75	8	57%	76	11,8%
Restaurang	38	137	12	38%	121	17,5%
Annan service	61	92	15		86	-2,3%
Hud, skönhet och kroppsvård	43	75	13		69	0,0%
Kulturinstitutioner	2	-	-		-	-
Rese & turism	5	-	-		-	-
Övrig konsumentservice	11	11	2		11	-15,4%

Stadskärnan i Lidköping går totalt sett framåt under året och ökar med 4,4 procent. Detaljhandeln ökar med 2,5 procent och Övrig kommersiell service ökar med 9,3 procent. Restaurangsektorn uppvisar en mycket stark ökning, 17,5 procent, vilket främst förklaras av att antalet restauranger ökat jämfört med 2015. Den totala omsättningen i stadskärnan uppgick till 945 miljoner kronor, varav 662 miljoner kronor i detaljhandeln och 283 miljoner kronor i övrig kommersiell service. Totalt antal butiker var 192 och totalt antal anställda var 656 personer.

Linköping centrum

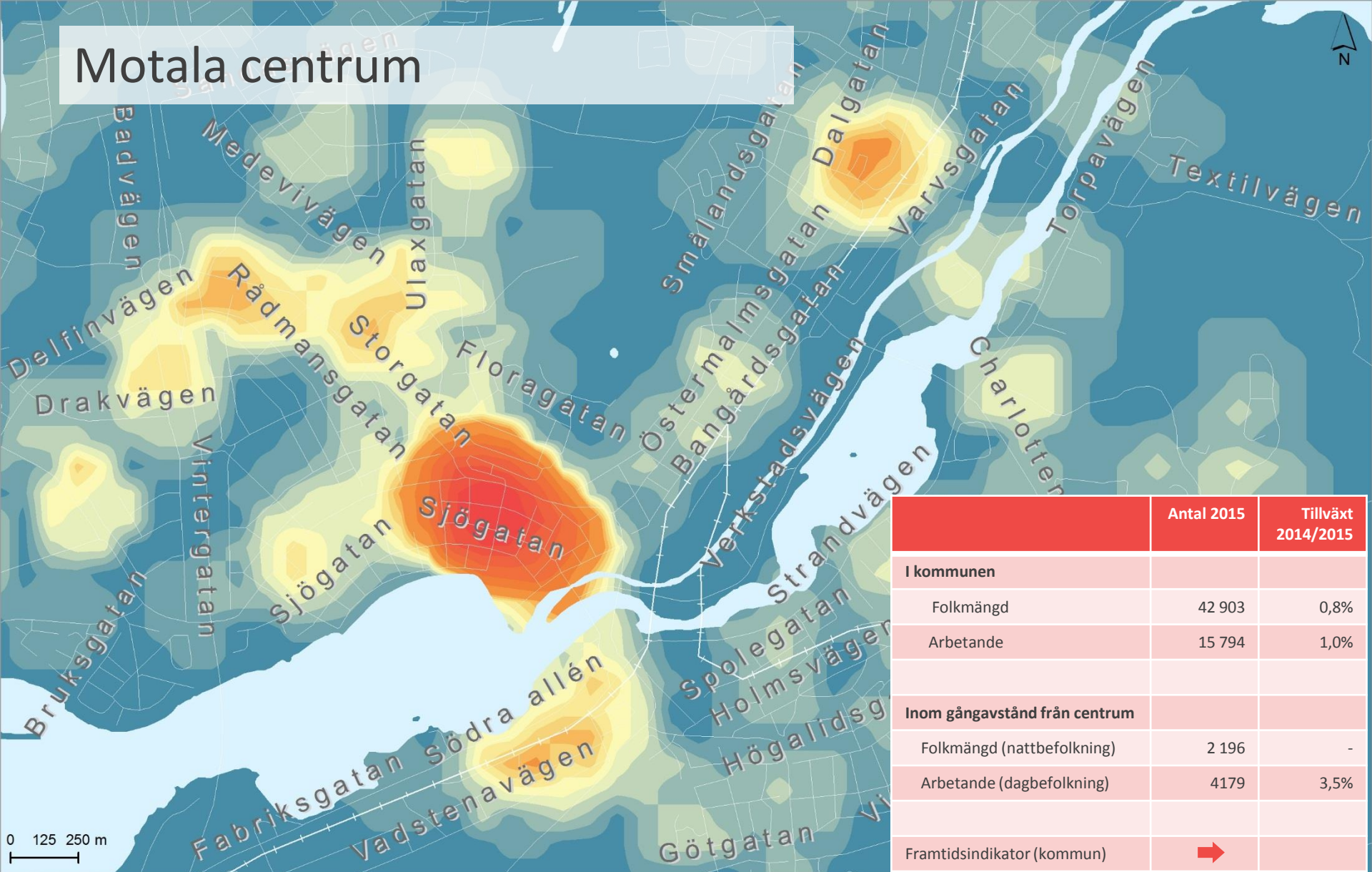


Linköpings centrum

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	472	3 073	61		3 470	4,3%
Detaljhandel	218	1 011	-3	18%	2 143	4,3%
Dagligvaror	55	263	0	12%	633	3,4%
Sällanköpsvaror	163	748	-3	24%	1 510	4,7%
Beklädnad	78	328	8	54%	624	3,0%
Hem- & fritidsvaror	85	420	-11	17%	886	6,0%
Övrig kommersiell service	254	1 314	64		1 327	4,3%
Hotell & restaurang	114	994	90	42%	976	7,4%
Hotell	6	177	27	34%	192	3,8%
Restaurang	109	817	63	44%	784	8,3%
Annan service	140	320	-26		351	-3,3%
Hud, skönhet och kroppsvård	112	191	5		195	-5,8%
Kulturinstitutioner	3	38	-5		55	1,9%
Rese & turism	7	58	-28		80	0,0%
Övrig konsumentservice	19	33	2		21	-4,5%

Centrumhandeln i Linköping utvecklades starkt med en positiv utveckling på 4,3 procent. Inom detaljhandeln ökar både daglig- och sällanköpsvaruhandeln. Dagligvaruhandeln i centrum ökar och det är främst de större aktörerna som går bra. Restaurangnäringen i Linköping visar en fortsatt positiv trend, flera nya enheter har tillkommit och befintliga aktörer uppvisar också en god omsättningsutveckling. Kommersiell service minskar något inom vissa delkategorier. Totalt sett omsätter handel, restaurang och service cirka 3,5 miljarder kronor i Linköping.

Motala centrum



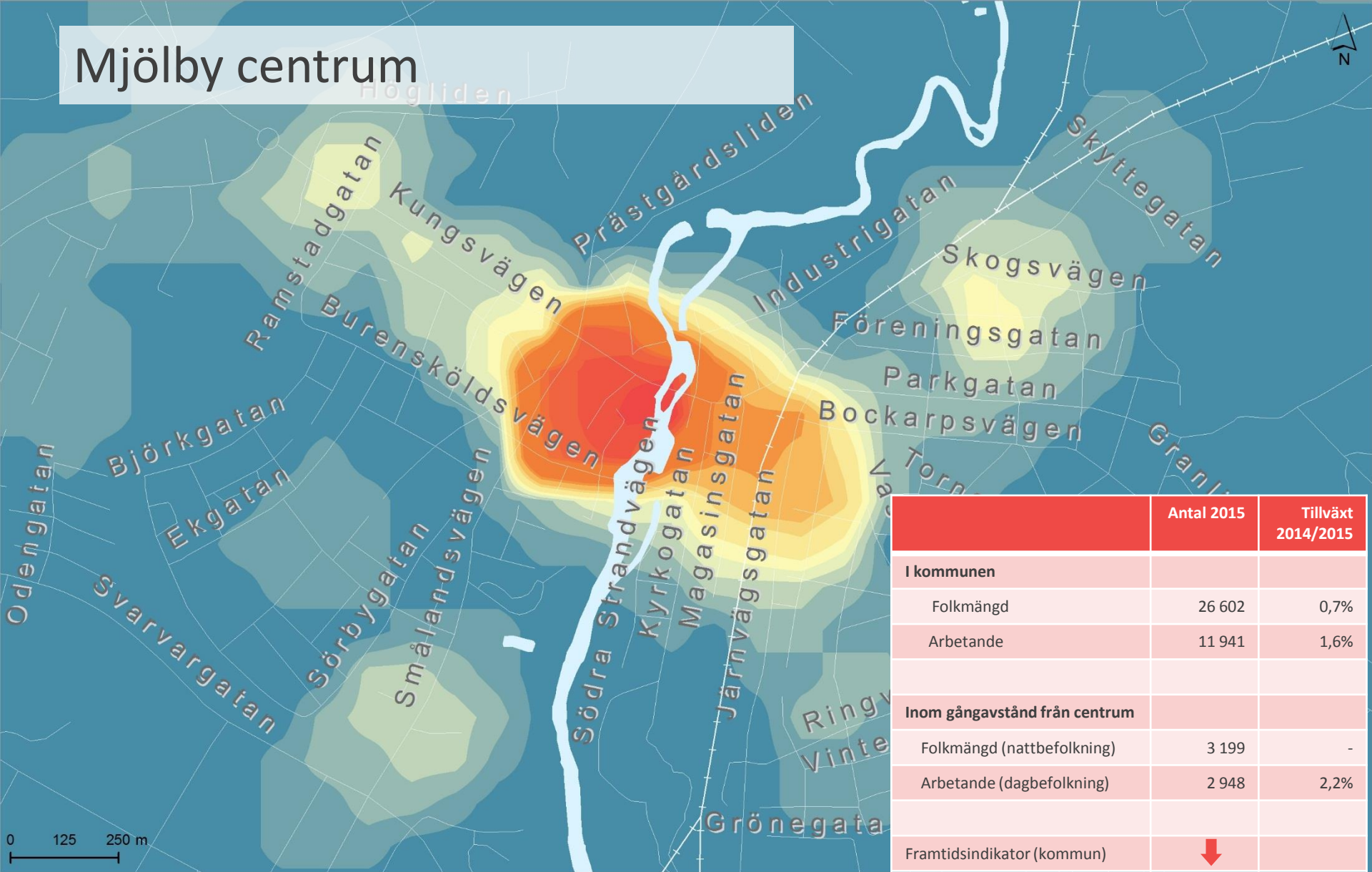
	Antal 2015	Tillväxt 2014/2015
I kommunen		
Folkmängd	42 903	0,8%
Arbetande	15 794	1,0%
Inom gångavstånd från centrum		
Folkmängd (nattbefolkning)	2 196	-
Arbetande (dagbefolkning)	4179	3,5%
Framtidsindikator (kommun)	➔	

Motala centrum

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	170	523	-40		794	2,3%
Detaljhandel	70	240	-45	23%	553	0,2%
Dagligvaror	15	49	-8	14%	178	1,4%
Sällanköpsvaror	55	191	-37	34%	375	-0,4%
Beklädnad	25	89	-18	89%	182	-2,8%
Hem- & fritidsvaror	31	102	-19	22%	193	2,1%
Övrig kommersiell service	100	283	5		241	7,4%
Hotell & restaurang	34	172	6	55%	148	11,9%
Hotell	4	27	0	61%	30	-13,6%
Restaurang	30	145	6	54%	118	21,0%
Annan service	66	111	-1		93	0,9%
Hud, skönhet och kroppsvård	48	33	-1		50	3,3%
Kulturinstitutioner	5	55	1		15	-19,7%
Rese & turism	3	13	1		16	11,9%
Övrig konsumentservice	11	10	-2		12	10,4%

I Motala centrum uppgick den totala omsättningen i de kommersiella näringarna till drygt 800 miljoner kronor. Tillväxten i detaljhandeln var måttlig mellan 2015 och 2016. Detaljhandelns omsättning låg på ungefär samma nivå som föregående år medan de övriga kommersiella näringarna ökade. Den svaga utvecklingen i detaljhandeln förklaras bland annat av flera konkurser och butiksnedläggningar i dagligvaruhandeln. I Sällanköpsvaruhandeln minskade beklädnadshandeln medan handeln med hem- och fritidsvaror ökade svagt. Utvecklingen förefaller dock i huvudsak ske i befintligt bestånd. Hotellnäringen ser en nedgång vilket förefaller bero på att de under 2015 nådde god omsättning på grund av flyktingkrisen. Restaurangnäringen såg en god tillväxt om än från låga nivåer.

Mjölby centrum

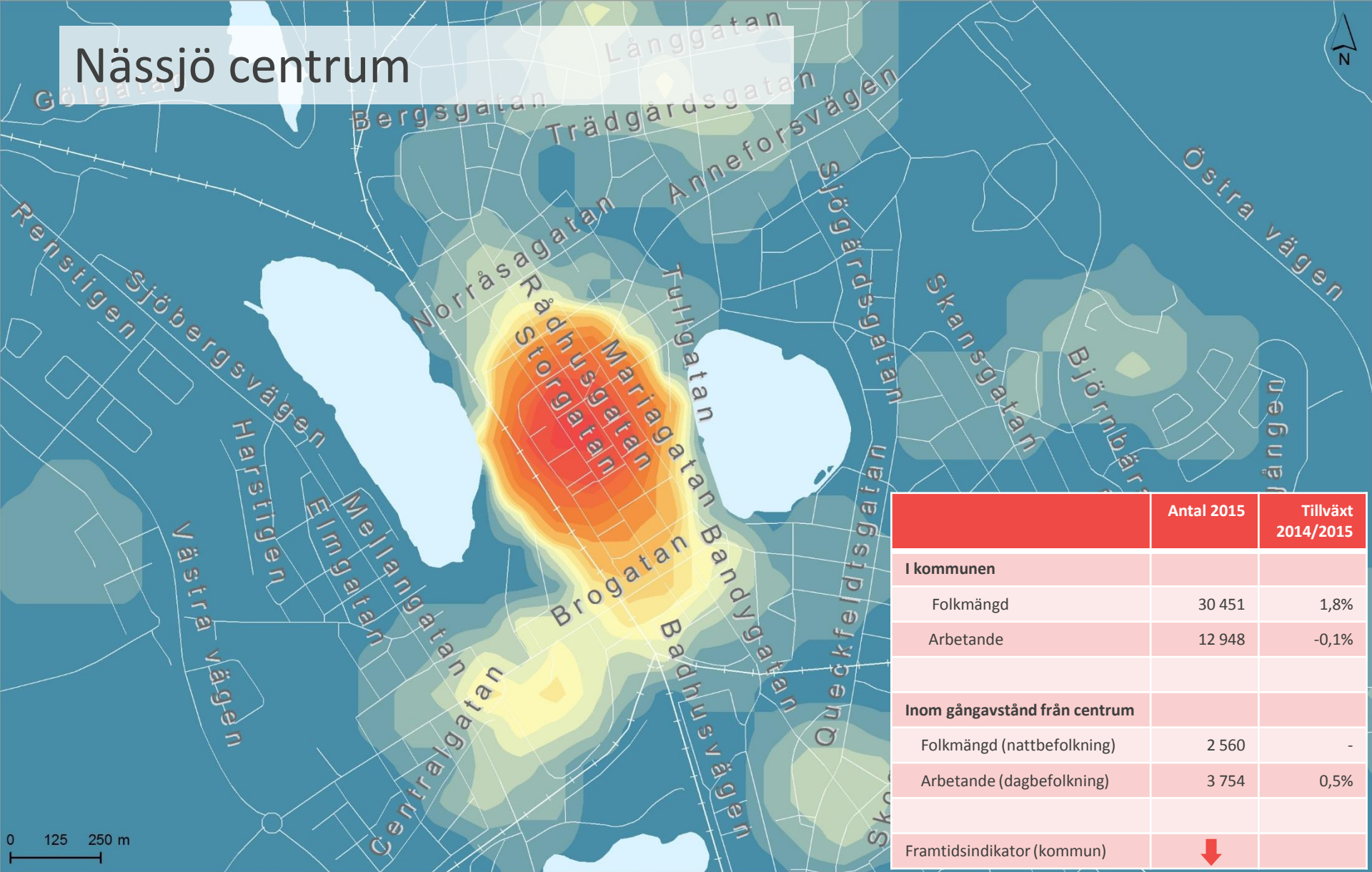


Mjölby centrum

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	67	242	-8		522	6,5%
Detaljhandel	38	171	-7	31%	452	6,4%
Dagligvaror	16	91	2	30%	288	7,1%
Sällanköpsvaror	22	80	-9	31%	164	5,1%
Beklädnad	9	41	-1	58%	70	2,9%
Hem- & fritidsvaror	13	39	-8	23%	94	6,8%
Övrig kommersiell service	29	71			70	7,7%
Hotell & restaurang	12	42	-1	10%	36	16,1%
Hotell	0	0	0		0	-
Restaurang	12	42	-1	12%	36	16,1%
Annan service	17	29	0		34	0,0%
Hud, skönhet och kroppsvård	14	25	0		28	0,0%
Kulturinstitutioner	2	-	-		-	-
Rese & turism	0	-	-		-	-
Övrig konsumentservice	1	-	-		-	-

Mjölbys stadskärna uppvisar en god utveckling 2015-2016 och omsättningen ökar totalt sett med 6,5 procent. Detaljhandeln ökar med 6,4 procent och övrig kommersiell service ökar med 7,7 procent. Totalt omsatte stadskärnan 522 miljoner kronor år 2016 varav 452 miljoner kronor i detaljhandeln och 70 miljoner kronor i övrig kommersiell service. Det totala antalet anställda inom handel och kommersiell service var 242 personer och antalet butiker var 66.

Nässjö centrum



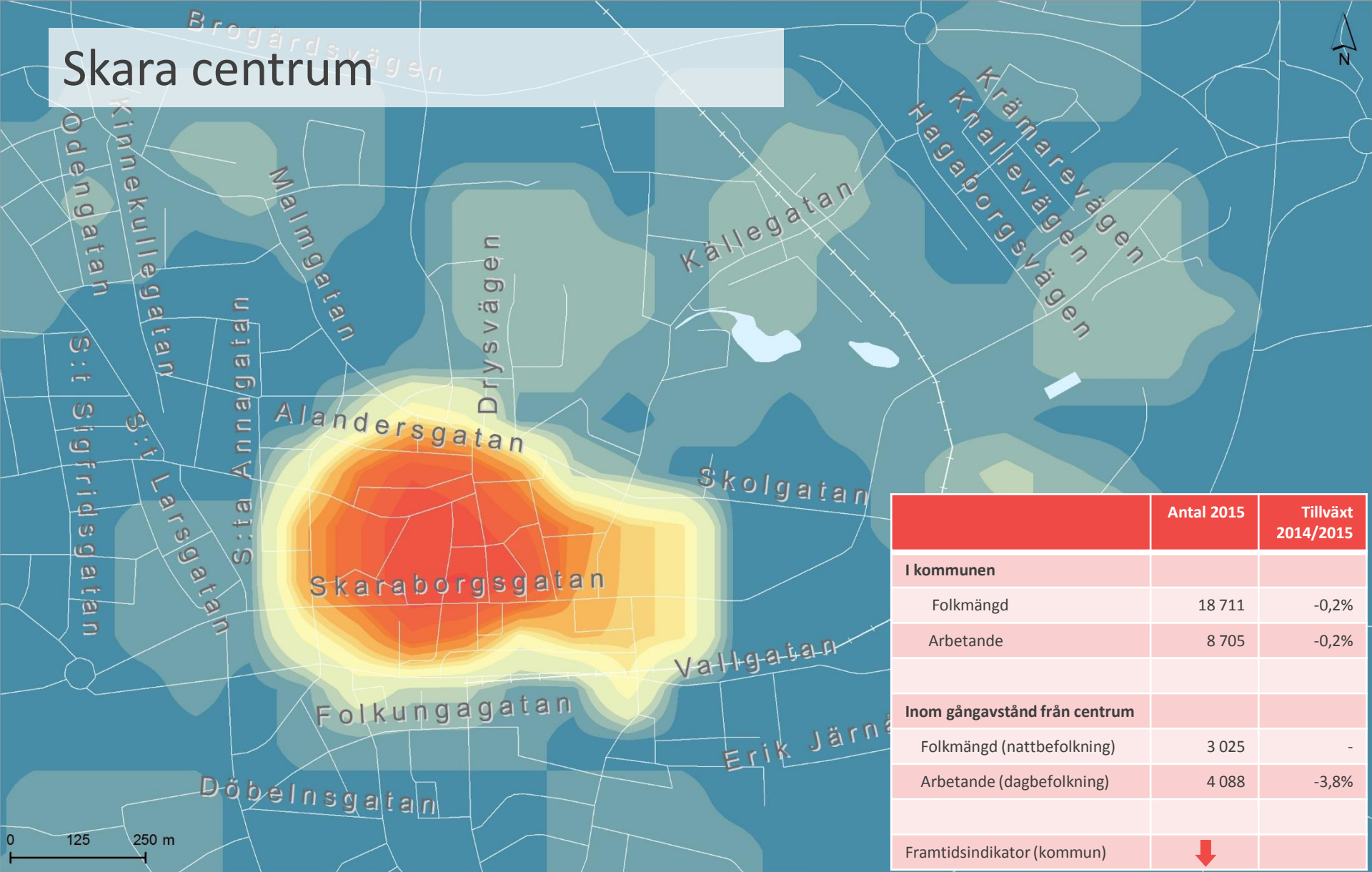
	Antal 2015	Tillväxt 2014/2015
I kommunen		
Folkmängd	30 451	1,8%
Arbetande	12 948	-0,1%
Inom gångavstånd från centrum		
Folkmängd (nattbefolkning)	2 560	-
Arbetande (dagbefolkning)	3 754	0,5%
Framtidsindikator (kommun)	↓	

Nässjö centrum

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	106	431	-6		724	3,6%
Detaljhandel	58	256	-5	39%	579	2,1%
Dagligvaror	20	113	0	32%	266	-0,4%
Sällanköpsvaror	38	143	-5	48%	313	4,3%
Beklädnad	13	57	-2	85%	102	2,0%
Hem- & fritidsvaror	25	86	-3	40%	211	5,5%
Övrig kommersiell service	48	32			145	9,8%
Hotell & restaurang	20	0	3	54%	102	15,9%
Hotell	1	-	-		-	-
Restaurang	19	-	-		-	-
Annan service	28	32	-4		43	-2,3%
Hud, skönhet och kroppsvård	26	32	-5		38	-5,0%
Kulturinstitutioner	1	-	-		-	-
Rese & turism	1	-	-		-	-
Övrig konsumentservice	0	-	-		-	-

Nässjö centrum ökade med 3,6% under året och fortsätter därmed sin positiva trend sen de senaste åren. Ökningen beror främst på att sällanköpsvaruhandeln och hotell & restaurang går framåt. Inom dessa kategorier tillkommer flera nya enheter samtidigt som större aktörer går bra. Särskilt en aktör i fritidsvaruhandeln går starkt framåt. Inom dagligvaruhandeln är konkurrensen hård med flera större enheter utanför centrumavgränsningen. Trots detta ligger dagligvaruhandeln i centrum stabilt.

Skara centrum

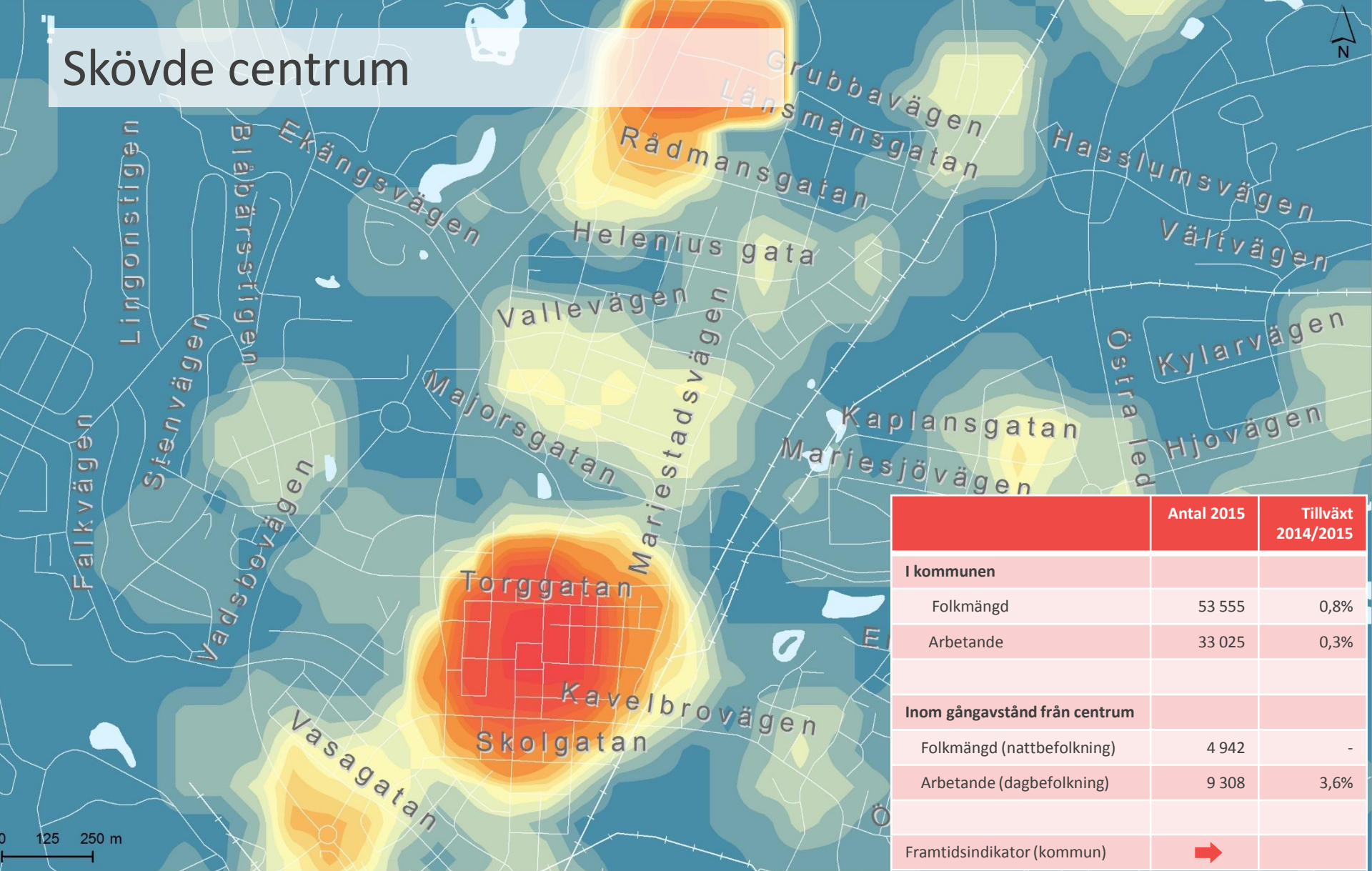


Skara centrum

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	69	228	14		489	9,2%
Detaljhandel	35	139	6	38%	372	4,5%
Dagligvaror	13	100	8	47%	284	4,4%
Sällanköpsvaror	22	39	-2	23%	88	4,8%
Beklädnad	12	15	0	65%	25	4,2%
Hem- & fritidsvaror	10	24	-2	18%	63	5,0%
Övrig kommersiell service	34	50			117	27,2%
Hotell & restaurang	11	0	4	30%	74	34,5%
Hotell	2	-	-		-	-
Restaurang	9	-	-		-	-
Annan service	23	50	4		43	16,2%
Hud, skönhet och kroppsvård	15	19	2		23	9,5%
Kulturinstitutioner	1	-	-		-	-
Rese & turism	3	31	-2		10	25,0%
Övrig konsumentservice	4	-	-		-	-

Handeln i Skara utvecklas under året positivt. Totalt ökar omsättningen i stadskärnan med 9,2%. Detaljhandeln ökade med 4,5%. Omsättningen inom dagligvaruhandeln utvecklas stabilt då flera aktörer går bra, särskilt inom livsmedel och apotek. Detsamma gäller för sällanköpsvaruhandeln där flera bolag utvecklas positivt under året. Den kraftiga ökningen inom hotell och restaurang beror främst på att ett större hotell tar igen för omsättningstappet föregående år. Inom annan service går flera bolag bra och utvecklingen rent procentuellt är god, dock från låga nivåer.

Skövde centrum

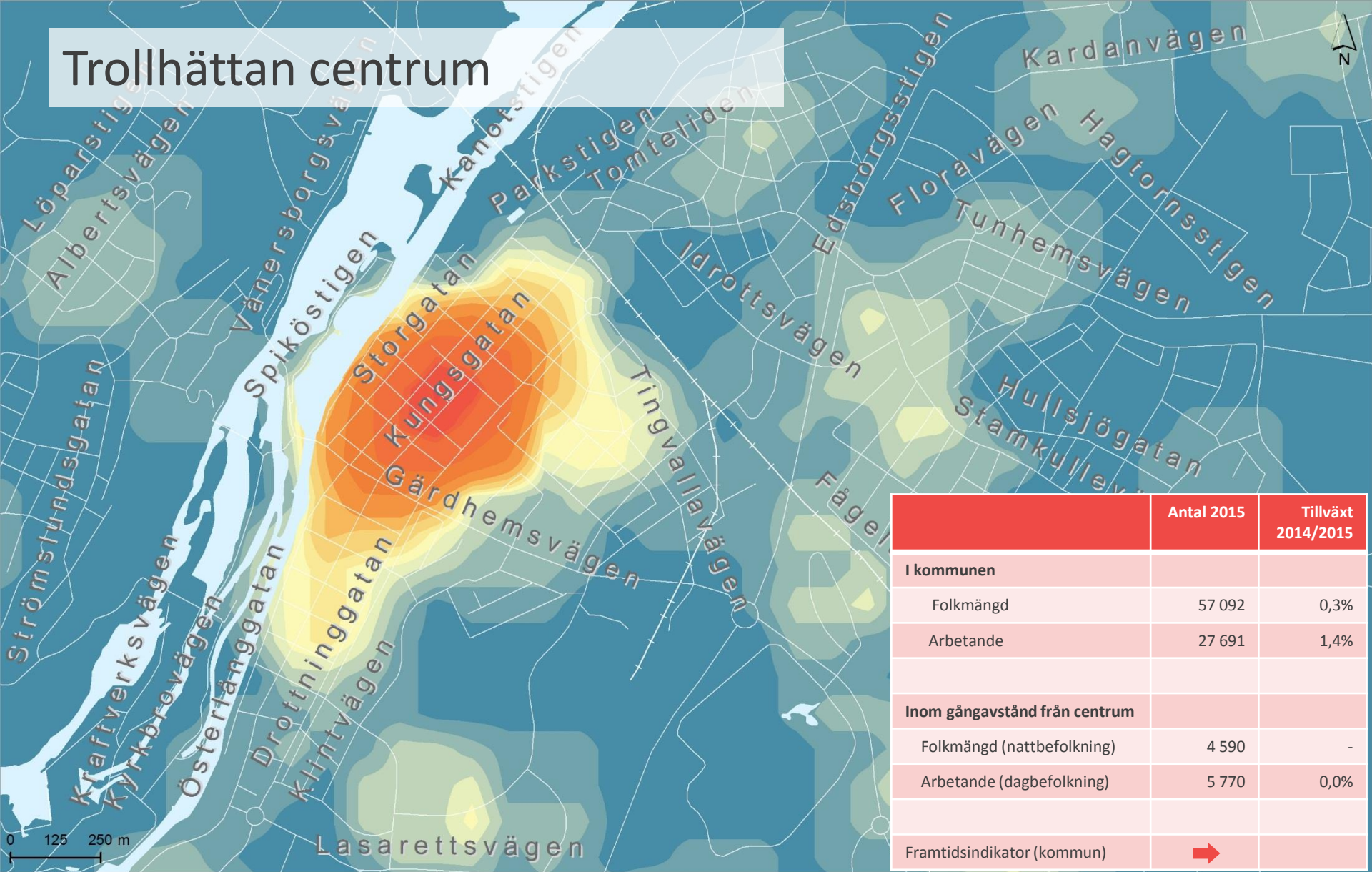


Skövde centrum

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	199	953	20		1 699	2,7%
Detaljhandel	98	497	-5	25%	1 177	1,6%
Dagligvaror	16	77	2	20%	375	2,5%
Sällanköpsvaror	82	420	-7	29%	802	1,3%
Beklädnad	43	219	4	65%	389	6,3%
Hem- & fritidsvaror	39	201	-11	19%	413	-3,1%
Övrig kommersiell service	101	456	25		522	5,2%
Hotell & restaurang	33	352	33	36%	340	5,6%
Hotell	4	64	6	41%	87	13,0%
Restaurang	29	288	27	34%	253	3,3%
Annan service	68	104	-8		182	4,6%
Hud, skönhet och kroppsvård	50	97	-1		108	0,9%
Kulturinstitutioner	1	-	-		-	-
Rese & turism	4	-	-		-	-
Övrig konsumentservice	13	7	-9		24	14,3%

Utvecklingen för handel och kommersiell service i Skövdes stadskärna 2015-2016 var 2,7 procent. Detaljhandeln ökade med 1,6 procent och övrig kommersiell service ökade med 5,2 procent. Inom detaljhandeln ökade omsättningen i samtliga branscher förutom i hem- och fritidsvaruhandeln. Den totala omsättningen i stadskärnan var knappt 1,7 miljarder kronor varav knappt 1,2 miljarder kronor i detaljhandeln och drygt 500 miljoner kronor i övrig kommersiell service. Totalt fanns det 199 butiker i stadskärnan och antalet anställda uppgick till 953 personer.

Trollhättan centrum



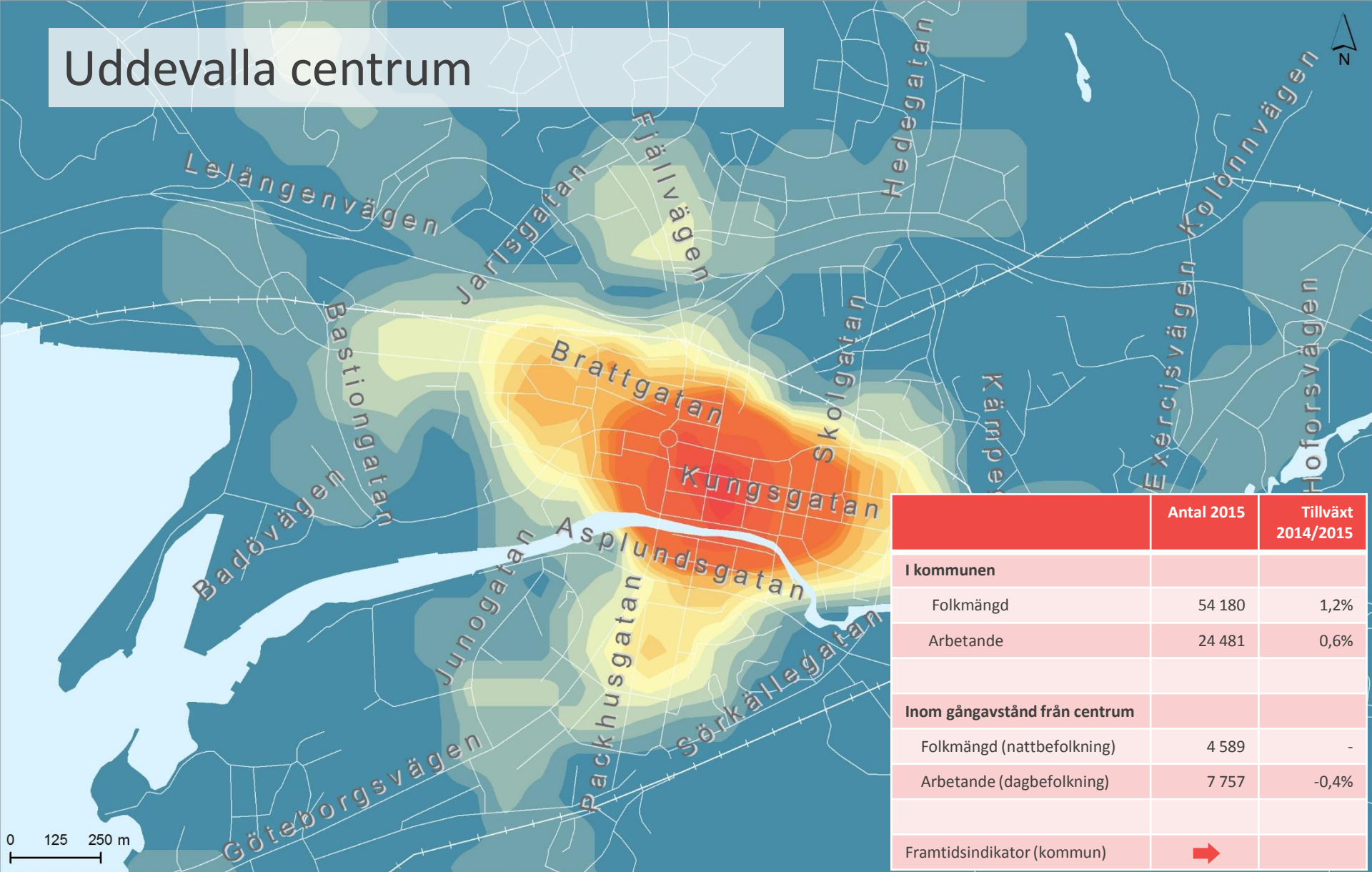
	Antal 2015	Tillväxt 2014/2015
I kommunen		
Folkmängd	57 092	0,3%
Arbetande	27 691	1,4%
Inom gångavstånd från centrum		
Folkmängd (nattbefolkning)	4 590	-
Arbetande (dagbefolkning)	5 770	0,0%
Framtidsindikator (kommun)	➔	

Trollhättan centrum

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	252	941	8		1078	7,1%
Detaljhandel	72	233	9	13%	537	4,9%
Dagligvaror	26	87	4	12%	254	6,3%
Sällanköpsvaror	46	146	5	13%	283	3,7%
Beklädnad	17	51	0	19%	92	0,0%
Hem- & fritidsvaror	29	95	5	12%	191	5,5%
Övrig kommersiell service	134	562	-1		541	9,3%
Hotell & restaurang	57	481	0	53%	429	9,4%
Hotell	3	403	1	73%	101	12,2%
Restaurang	54	78	-1	49%	328	8,6%
Annan service	77	81	-1		112	8,7%
Hud, skönhet och kroppsvård	56	60	-1		64	-5,9%
Kulturinstitutioner	2	-	-		-	-
Rese & turism	2	-	-		-	-
Övrig konsumentservice	17	21	-6		25	31,6%

Efter tidigare års negativa resultat utvecklas detalj- och servicenäringarna i Trollhättan på ett positivt sätt under 2016. Inom detaljhandeln ökar både daglig- och sällanköpsvaruhandeln och det är främst de större aktörerna som drar upp omsättningen. Ett antal nya enheter tillkommer vilket också påverka positivt. Hotell- och restaurangnäringen utvecklas positivt med drygt 9 procent. Ett antal bolag ökar men det finns även ett antal bolag som tappar omsättning under året. Den totala omsättningen av handel, restaurang och service uppgick till närmare 1,1 miljard kronor med en stark tillväxt på 7 procent jämfört med föregående år.

Uddevalla centrum

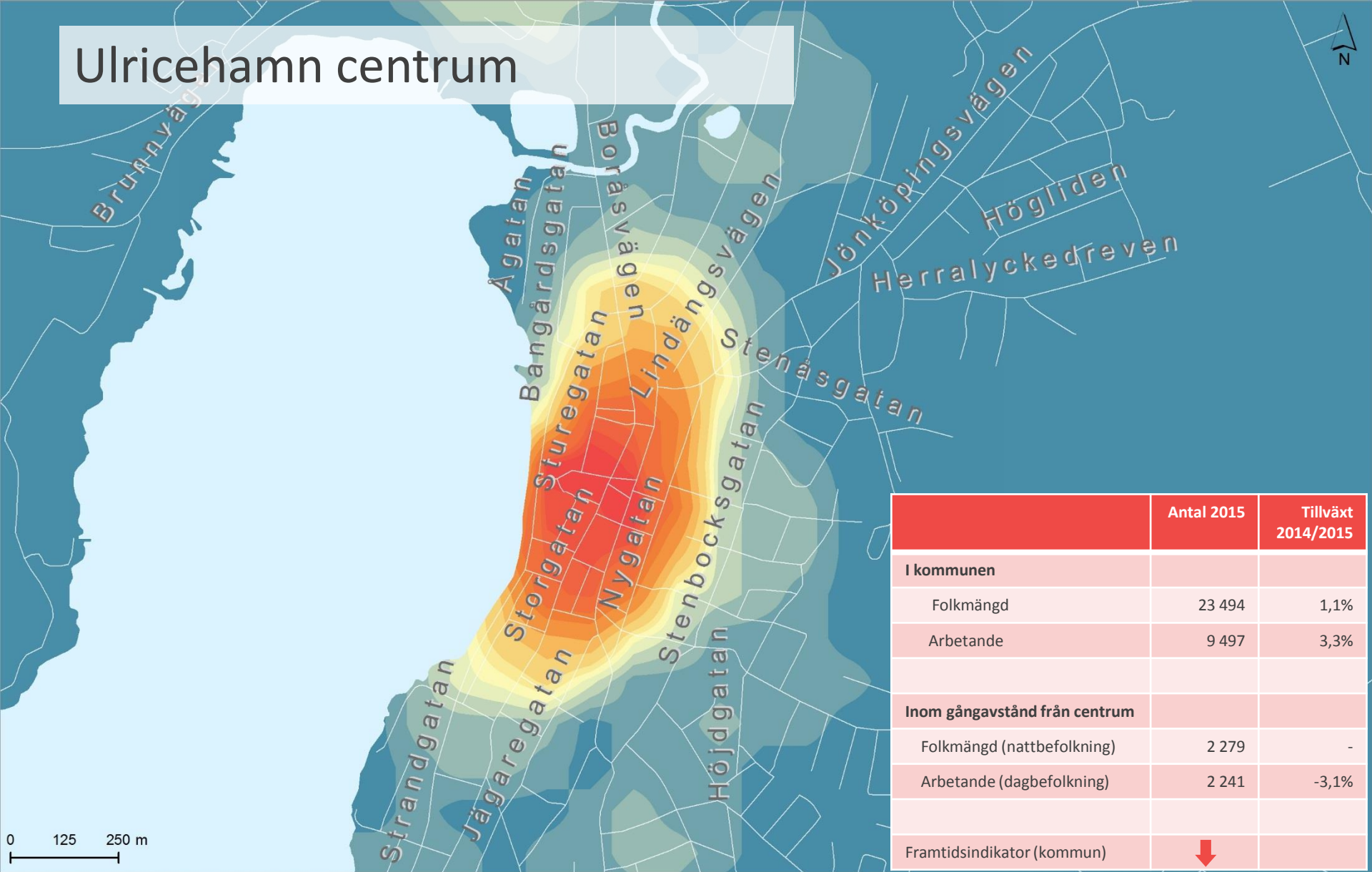


Uddevalla centrum

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	185	642	-17		823	-2,4%
Detaljhandel	50	264	-8	11%	572	-2,6%
Dagligvaror	12	123	-3	16%	368	4,8%
Sällanköpsvaror	38	141	-5	7%	204	-13,6%
Beklädnad	14	44	0	14%	66	-15,4%
Hem- & fritidsvaror	24	97	-5	5%	138	-12,7%
Övrig kommersiell service	97	237	-9		251	-2,0%
Hotell & restaurang	37	160	-14	20%	173	1,2%
Hotell	1	-	-		-	-
Restaurang	36	-	-		-	-
Annan service	60	77	5		78	-8,3%
Hud, skönhet och kroppsvård	46	51	6		53	15,2%
Kulturinstitutioner	1	-	-		-	-
Rese & turism	4	-	-		-	-
Övrig konsumentservice	9	15	-12		17	-43,3%

Centrumhandeln i Uddevalla visar en negativ utveckling för 2016. Dagligvaruhandeln ökar starkt med närmare 5 procent medan sällanköpsvaruhandeln, till följd av butiksnedläggningar och konkurser, backar i samtliga delbranscher. Detta bedöms främst bero på den ökade konkurrensen från externhandelsområdet Torp. Inom restaurang och kommersiell service försvinner vissa aktörer samtidigt som andra tillkommer. Hotell- och restaurangnäringen visade en positiv tillväxt medan servicesektorn minskade mellan 2015-2016. Eftersom omsättningsnivåerna är förhållandevis låga inom kommersiell service får varje nytt tillskott, eller bortfall, ett högt procentuellt genomslag vilket var fallet i kategorin övrig konsumentservice där en större aktör försvann. Den totala omsättningen av handel, restaurang och service i Uddevalla uppgick till cirka 820 miljoner kronor med en negativ tillväxt på 2,4 procent jämfört med föregående år.

Ulricehamn centrum

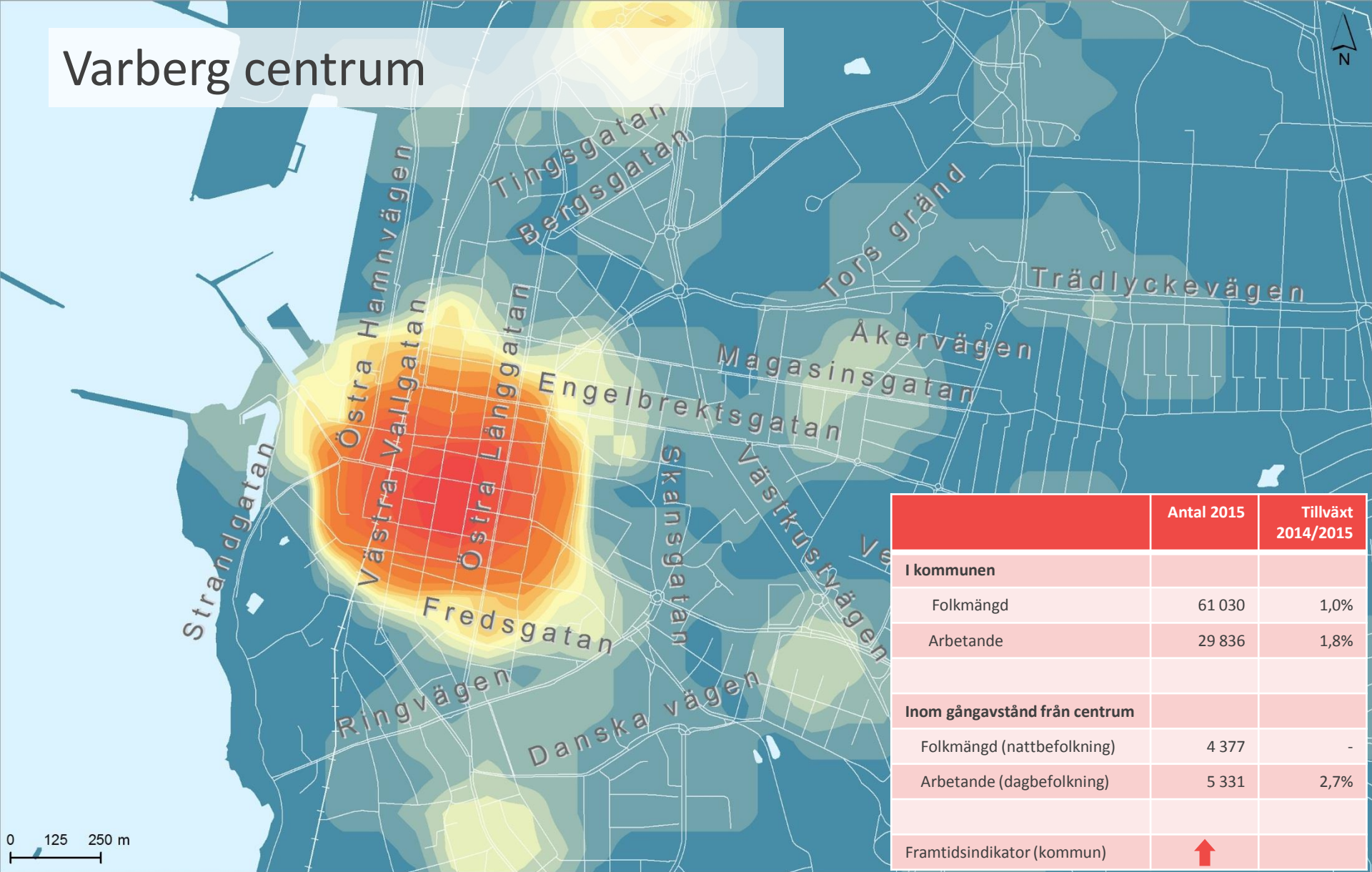


Ulricehamn centrum

	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	119	392	-3		872	4,2%
Detaljhandel	45	223	-3	58%	752	2,5%
Dagligvaror	11	144	1	67%	453	1,1%
Sällanköpsvaror	34	79	-4	48%	299	4,5%
Beklädnad	14	36	-1	23%	54	-1,8%
Hem- & fritidsvaror	20	43	-3	64%	245	6,1%
Övrig kommersiell service	40	90			120	16,6%
Hotell & restaurang	17	65	-	45%	90	20,0%
Hotell	2	-	-		-	-
Restaurang	15	-	-		-	-
Annan service	23	25	0		30	7,3%
Hud, skönhet och kroppsvård	20	20	2		21	10,5%
Kulturinstitutioner	0	-	-		-	-
Rese & turism	1	-	-		-	-
Övrig konsumentservice	5	5	-2		8	0,0%

Detaljhandeln i Ulricehamn omsatte cirka 750 miljoner kronor år 2016. Handeln visade en positiv utveckling med 2,5 procent mellan 2015-2016. Dagligvaruhandeln utvecklades med 1,1 procent och sällanköpsvaruhandeln med 4,5 procent. Den positiva utvecklingen inom sällanköpsvaruhandeln berodde i huvudsak på stabilitet, kontinuitet och omsättningstillväxt bland befintliga aktörer inom hem- och fritidsvaruhandeln. Hotell- och restaurangnäringen utvecklades positivt med en stark tillväxt på cirka 20 procent liksom kommersiell service som hade en total tillväxt på drygt 7 procent. Den totala omsättningen av handel, restaurang och service uppgick till cirka 870 miljoner kronor år 2016 och en total tillväxt på drygt 4 procent för staden.

Varberg centrum



Varberg centrum

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	317	1507	-20		1796	6,0%
Detaljhandel	103	500	-67	27%	1082	2,3%
Dagligvaror	23	217	-4	20%	443	0,9%
Sällanköpsvaror	80	283	-63	37%	639	3,2%
Beklädnad	37	164	-3	90%	300	2,4%
Hem- & fritidsvaror	44	119	-60	24%	339	4,0%
Övrig kommersiell service	134	724	47		714	12,1%
Hotell & restaurang	54	523	32	37%	509	9,2%
Hotell	6	212	20	36%	232	7,4%
Restaurang	49	311	12	39%	277	10,8%
Annan service	80	201	15		205	19,9%
Hud, skönhet och kroppsvård	65	105	16		101	11,0%
Kulturinstitutioner	4	61	-1		37	0,0%
Rese & turism	4	35	0		33	0,0%
Övrig konsumentsservice	7	0	0		34	240,0%

Detaljhandeln i Varberg omsatte närmare 1,1 miljard kronor år 2016. Handeln visade totalt sett en positiv utveckling med 2,3 procent mellan 2015-2016. Dagligvaruhandeln utvecklades svagt med 0,9 procent och sällanköpsvaruhandeln med 3,2 procent. Hotell- och restaurangnäringen utvecklades positivt med en tillväxt på drygt 9 procent liksom kommersiell service som hade en total tillväxt på närmare 20 procent. Då omsättningsnivåerna inom servicesektorn är förhållandevis låga får varje nytt tillskott ett högt procentuellt genomslag vilket var fallet inom kategorin övrig konsumentsservice där en ny aktör tillkom. Den totala omsättningen av handel, restaurang och service uppgick till knappt 1,8 miljarder kronor år 2016.

Vetlanda centrum

	Antal 2015	Tillväxt 2014/2015
I kommunen		
Folkmängd	26 873	0,8%
Arbetande	12 928	0,9%
Inom gångavstånd från centrum		
Folkmängd (nattbefolkning)	2 762	-
Arbetande (dagbefolkning)	3 570	-1,3%
Framtidsindikator (kommun)	↓	

0 100 200 m

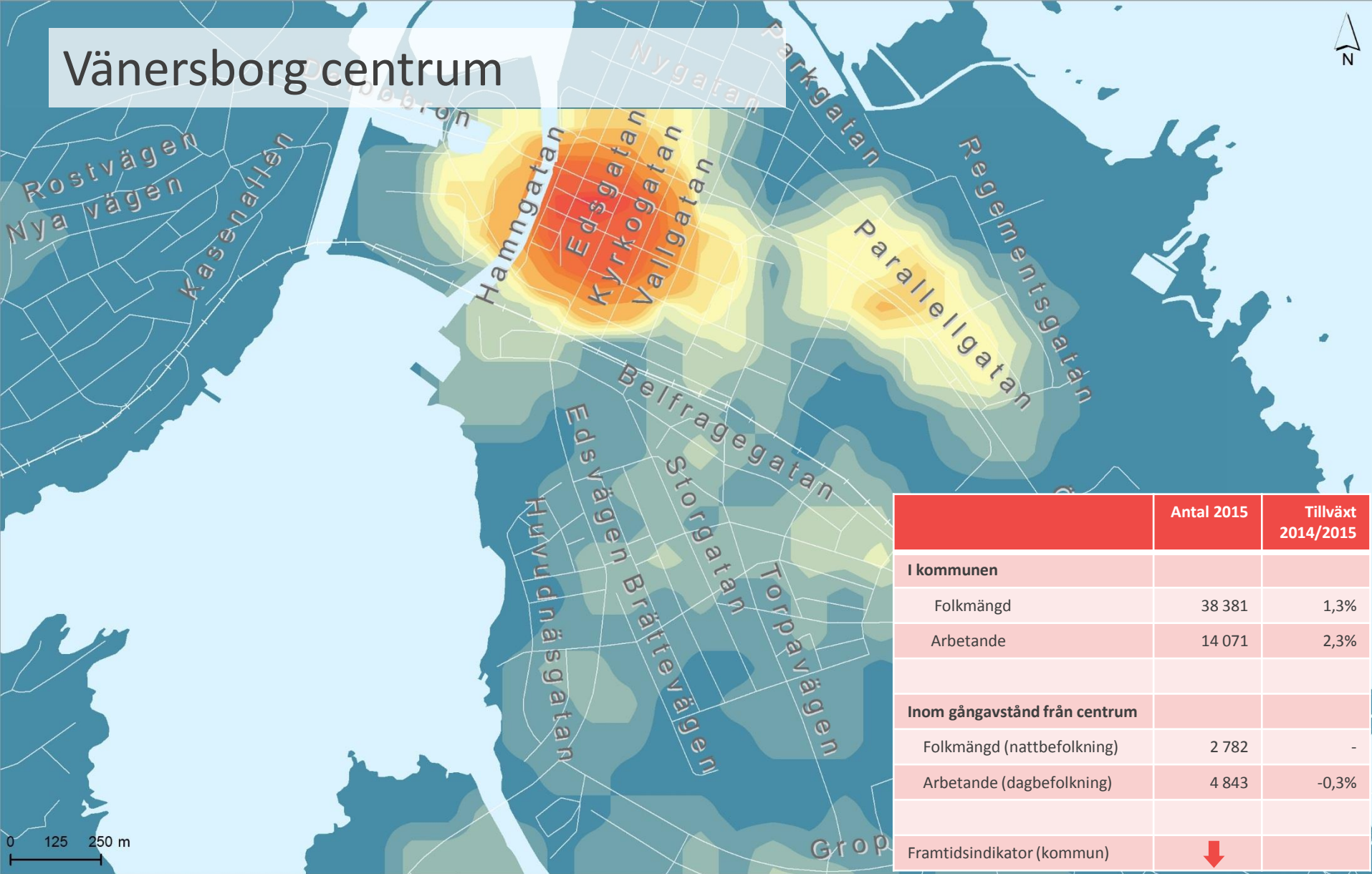
0 100 200 m

Vetlanda centrum

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	103	347	4		663	-0,8%
Detaljhandel	49	218	5	35%	562	-0,8%
Dagligvaror	19	124	2	42%	355	2,0%
Sällanköpsvaror	31	94	3	27%	207	-5,3%
Beklädnad	13	58	1	85%	113	1,4%
Hem- & fritidsvaror	18	36	2	15%	94	-12,1%
Övrig kommersiell service	54	129	-1		102	-1,0%
Hotell & restaurang	15	86	0	33%	63	3,3%
Hotell	2	-	-		-	-
Restaurang	13	-	-		-	-
Annan service	39	43	-1		39	-7,2%
Hud, skönhet och kroppsvård	31	12	4		21	-4,5%
Kulturinstitutioner	3	31	3		10	0,0%
Rese & turism	1	-	-		-	-
Övrig konsumentservice	4	-	-		8	-

Detaljhandeln i Vetlanda omsatte drygt 560 miljoner kronor år 2016. Handeln visade totalt sett en svagt negativ utveckling mellan 2015-2016. Dagligvaruhandeln växte med 2 procent och sällanköpsvaruhandeln visade en negativ utveckling på drygt 5 procent vilket i huvudsak berodde på minskad omsättning och butiker som antingen stängde eller flyttade inom hem- och fritidsvaruhandeln. Hotell- och restaurangnäringen utvecklades positivt med en tillväxt på drygt 3 procent medan tjänstesektorn minskade sin totala omsättning något på grund av att några aktörer försvann sedan föregående år. Den totala omsättningen av handel, restaurang och service uppgick till cirka 660 miljoner kronor år 2016.

Vänersborg centrum

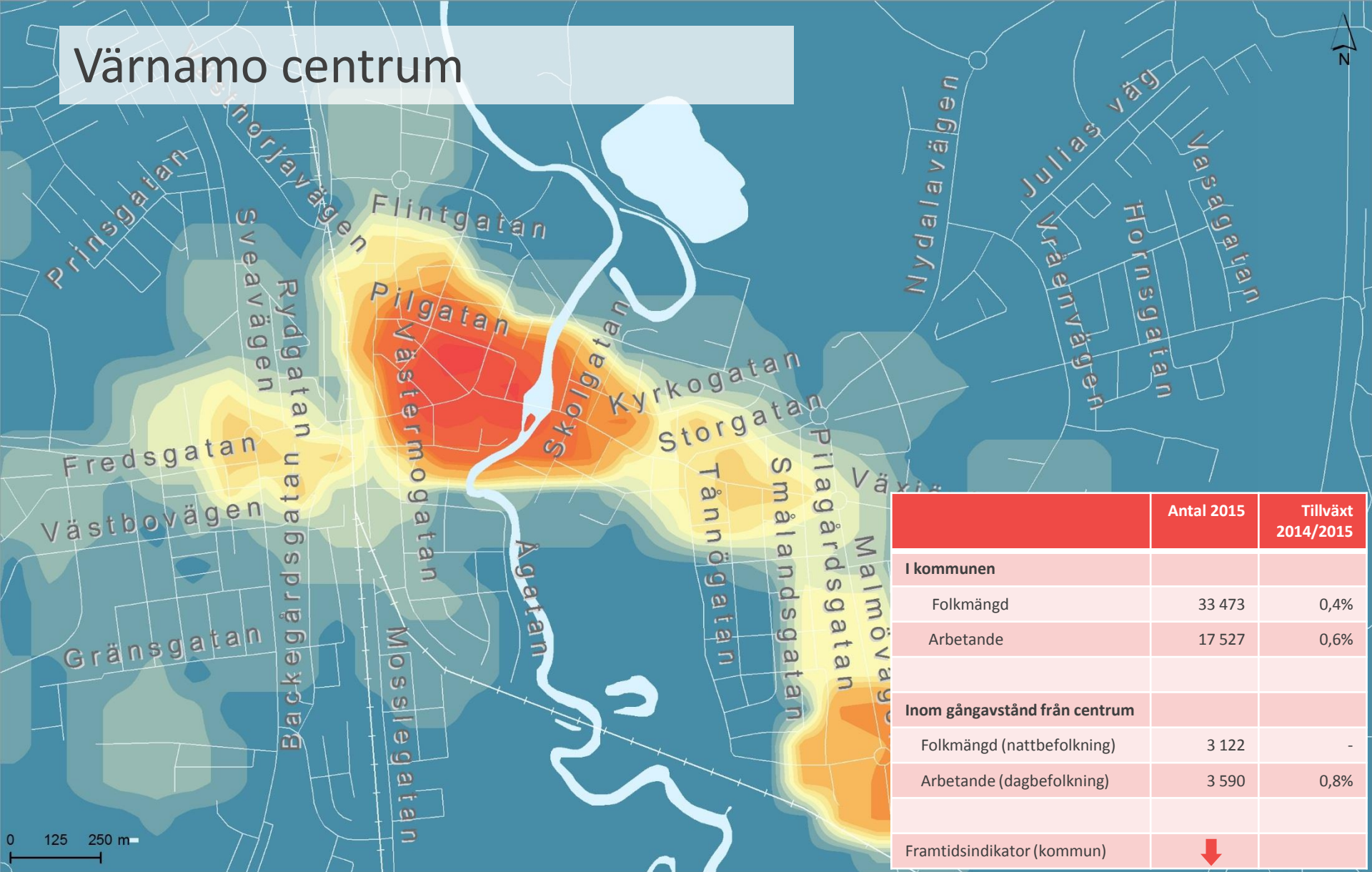


Vänersborg centrum

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	138	449	36		874	0,8%
Detaljhandel	59	240	-4	47%	695	-0,9%
Dagligvaror	25	154	-14	48%	497	0,2%
Sällanköpsvaror	35	86	10	44%	198	-3,4%
Beklädnad	14	45	2	98%	71	1,4%
Hem- & fritidsvaror	22	41	8	34%	127	-5,9%
Övrig kommersiell service	79	209	40		179	7,8%
Hotell & restaurang	31	106	8	29%	88	6,0%
Hotell	1	-	-		-	-
Restaurang	30	-	-		-	-
Annan service	48	103	32		91	9,6%
Hud, skönhet och kroppsvård	34	40	6		54	1,9%
Kulturinstitutioner	4	34	7		14	7,7%
Rese & turism	3	17	-		15	-
Övrig konsumentservice	8	12	2		8	14,3%

Den totala detaljhandeln i Vänersborg omsatte knappt 700 miljoner kronor år 2016 och uppvisade en svagt negativ utveckling med -0,9 procent mellan år 2015-2016. Dagligvaruhandeln hade en oförändrad omsättning medan sällanköpsvaruhandeln visar en negativ utveckling med drygt 3 procent vilket i huvudsak beror på utvecklingen inom hem- och fritidsvaruhandeln där flera aktörer har försvunnit eller uppvisar omsättningsminskningar mellan åren. Hotell- och restaurangnäringen utvecklas positivt med en total tillväxt om 6 procent. Likaså visar servicesektorn i Vänersborg en positiv utvecklingstakt. Handel, restaurang- och serviceverksamheterna omsatte tillsammans 874 miljoner kronor i stadskärnan och utvecklingen var totalt sett svagt positiv med en tillväxt på 0,8 procent jämfört med föregående år.

Värnamo centrum



	Antal 2015	Tillväxt 2014/2015
I kommunen		
Folkmängd	33 473	0,4%
Arbetande	17 527	0,6%
Inom gångavstånd från centrum		
Folkmängd (nattbefolkning)	3 122	-
Arbetande (dagbefolkning)	3 590	0,8%
Framtidsindikator (kommun)	↓	

Värnamo centrum

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	93	353	13		602	2,6%
Detaljhandel	48	165	-11	18%	409	-0,7%
Dagligvaror	11	23	-6	8%	103	-4,6%
Sällanköpsvaror	37	142	-5	33%	306	0,7%
Beklädnad	17	72	-4	98%	171	0,0%
Hem- & fritidsvaror	20	43	-3	18%	135	1,5%
Övrig kommersiell service	45	188	24		193	10,3%
Hotell & restaurang	16	138	18	32%	145	10,7%
Hotell	2	-	-		-	-
Restaurang	14	-	-		-	-
Annan service	29	50	6		48	9,1%
Hud, skönhet och kroppsvård	20	39	6		35	12,9%
Kulturinstitutioner	1	-	-		-	-
Rese & turism	1	-	-		-	-
Övrig konsumentservice	7	-	-		-	-

Den totala detaljhandeln i Värnamo omsatte drygt 400 miljoner kronor år 2016, varav 100 miljoner kronor inom dagligvaruhandeln och 300 miljoner kronor inom sällanköpsvaruhandeln. Dagligvaruhandeln hade en negativ utveckling vilket främst berodde på omsättningsminskningar bland befintliga aktörer. Sällanköpsvaruhandeln uppvisar i stort sett en nollutveckling där beklädnadshandeln har haft en mer positiv utveckling med viss ökad omsättning jämfört med hem- och fritidsvaruhandeln där exempelvis en större sporthandel stängde under året. Hotell-, restaurang- och servicesektorn hade en positiv tillväxt med över 10 procent jämfört med föregående år. Den totala omsättningen av handel, restaurang och service i Värnamo uppgick till närmare 550 miljoner kronor år 2016.

Bilagor

Antal arbetsställen i stadskärnorna 2012-2016

Antal butiker i dagligvaruhandeln

Kommun	2012	2013	2014	2015	2016
Alingsås	14	17	18	19	21
Arvika	22	21	20	20	18
Borås	28	28	31	31	35
Falkenberg	11	10	9	10	18
Falköping	8	8	8	9	12
Gislaved	10	10	10	10	14
Göteborgs city	180	181	190	202	208
Halmstad	26	24	23	22	30
Jönköping	35	35	37	38	53
Kalmar	22	23	25	25	28
Karlstad	23	23	24	24	28
Kristinehamn	IU	IU	IU	IU	19
Kungälv	14	14	16	15	17
Lidköping	14	12	13	13	17
Linköping	36	40	44	45	55
Mjölby	11	12	13	14	16
Motala	IU	IU	IU	IU	15
Nässjö	13	13	15	18	20
Skara	13	12	10	8	13
Skövde	11	10	11	11	16
Trollhättan	23	22	22	24	26
Uddevalla	22	22	23	22	12
Ulricehamn	11	11	9	7	11
Varberg	17	19	21	21	23
Vetlanda	12	12	14	15	19
Vänersborg	20	20	22	21	25
Värnamo	8	8	7	8	11
Region GFR	598	600	628	644	780

Antal butiker i sällanköpsvaruhandeln

Kommun	2012	2013	2014	2015	2016
Alingsås	81	77	78	75	73
Arvika	48	49	50	49	50
Borås	98	96	99	101	95
Falkenberg	47	46	47	46	49
Falköping	31	29	28	28	27
Gislaved	28	25	26	25	25
Göteborgs city	579	583	597	623	608
Halmstad	100	102	102	98	104
Jönköping	132	132	130	123	125
Kalmar	114	109	105	101	103
Karlstad	134	128	124	122	128
Kristinehamn	IU	IU	IU	IU	24
Kungälv	33	32	35	33	27
Lidköping	75	73	74	71	70
Linköping	156	151	149	149	163
Mjölby	22	19	19	20	21
Motala	IU	IU	IU	IU	55
Nässjö	39	39	42	42	38
Skara	25	24	22	21	22
Skövde	86	83	82	81	82
Trollhättan	59	49	48	50	46
Uddevalla	43	42	40	39	38
Ulricehamn	33	37	43	45	34
Varberg	79	73	77	82	80
Vetlanda	36	34	30	27	31
Vänersborg	42	36	36	35	35
Värnamo	38	37	37	36	37
Region GFR	2 153	2 099	2 115	2 118	2 190

Antal arbetsställen i stadskärnorna 2012-2016

Antal butiker i hotell och vandrarhem

Kommun	2012	2013	2014	2015	2016
Alingsås	3	4	4	3	4
Arvika	4	3	3	3	3
Borås	8	9	9	10	8
Falkenberg	3	3	2	2	2
Falköping	IU	IU	IU	IU	0
Gislaved	2	1	1	1	1
Göteborgs city	34	34	34	24	25
Halmstad	3	4	4	5	3
Jönköping	8	9	10	10	10
Kalmar	7	7	7	7	6
Karlstad	15	15	15	14	15
Kristinehamn	IU	IU	IU	IU	2
Kungälv	1	1	1	1	1
Lidköping	3	5	6	6	6
Linköping	6	6	7	7	6
Mjölby	1	1	1	1	0
Motala	IU	IU	IU	IU	4
Nässjö	2	1	1	1	1
Skara	2	2	3	3	2
Skövde	4	3	3	3	4
Trollhättan	4	4	3	3	3
Uddevalla	2	2	2	2	1
Ulricehamn	1	1	1	1	2
Varberg	5	5	5	5	6
Vetlanda	2	2	2	1	2
Vänersborg	2	1	1	1	1
Värnamo	2	2	2	2	2
Region GFR	120	121	124	113	120

Antal butiker i café och restaurang

Kommun	2012	2013	2014	2015	2016
Alingsås	27	28	29	28	33
Arvika	14	16	18	19	18
Borås	68	66	67	66	78
Falkenberg	25	25	22	22	28
Falköping	7	6	7	9	10
Gislaved	10	10	10	9	9
Göteborgs city	462	483	491	561	569
Halmstad	47	46	53	59	62
Jönköping	56	61	70	72	85
Kalmar	50	52	54	54	52
Karlstad	56	58	59	59	65
Kristinehamn	IU	IU	IU	IU	16
Kungälv	14	14	15	15	20
Lidköping	26	27	28	29	38
Linköping	82	84	90	94	109
Mjölby	8	9	11	10	12
Motala	IU	IU	IU	IU	30
Nässjö	15	16	15	15	19
Skara	8	8	7	7	9
Skövde	26	27	27	25	29
Trollhättan	46	48	53	53	54
Uddevalla	33	35	36	33	36
Ulricehamn	14	14	12	11	15
Varberg	40	40	40	38	49
Vetlanda	13	12	13	14	13
Vänersborg	26	29	32	32	30
Värnamo	12	12	12	13	14
Region GFR	1 181	1 219	1 267	1 342	1 502

Antal arbetsställen i stadskärnorna 2012-2016

Antal butiker i annan service

Kommun	2012	2013	2014	2015	2016
Alingsås	64	62	71	70	73
Arvika	29	27	30	30	39
Borås	116	107	114	116	128
Falkenberg	45	43	48	47	46
Falköping	24	23	21	18	22
Gislaved	15	14	17	17	17
Göteborgs city	488	493	530	609	610
Halmstad	64	60	70	69	75
Jönköping	98	91	106	106	138
Kalmar	55	55	61	62	74
Karlstad	77	77	87	87	98
Kristinehamn	IU	IU	IU	IU	33
Kungälv	39	39	43	43	52
Lidköping	54	49	55	57	61
Linköping	113	103	110	116	140
Mjölby	14	12	13	14	17
Motala	IU	IU	IU	IU	66
Nässjö	25	25	31	34	28
Skara	22	22	22	19	23
Skövde	58	56	60	64	68
Trollhättan	56	61	72	75	77
Uddevalla	55	53	55	56	60
Ulricehamn	22	20	23	23	23
Varberg	66	59	68	75	80
Vetlanda	25	26	30	29	39
Vänersborg	43	43	45	43	48
Värnamo	26	23	25	24	29
Region GFR	1 686	1 637	1 800	1 895	2 164

Stadskärnornas omsättning 2011-2016

Omsättning (mkr) i dagligvaruhandeln

Kommun	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Alingsås	251	246	238	225	218	211
Arvika	434	438	427	442	452	462
Borås	319	321	311	313	323	333
Falkenberg	44	49	48	52	61	71
Falköping	101	99	102	101	105	109
Gislaved	319	313	324	332	315	299
Göteborg C	2 174	2 196	2 293	2 272	2 584	2 939
Halmstad	293	255	260	267	281	296
Jönköping	307	378	367	364	383	403
Kalmar	241	231	226	242	248	254
Karlstad	381	380	393	403	412	421
Kristinehamn	i.u.	i.u.	i.u.	149	138	128
Kungälv	160	139	148	170	170	170
Lidköping	210	198	196	197	196	195
Linköping	527	552	598	592	612	633
Motala	i.u.	i.u.	i.u.	173	175	177
Mjölby	208	242	241	251	269	288
Nässjö	256	254	259	268	267	266
Skara	308	301	278	261	272	284
Skövde	401	382	383	389	399	409
Trollhättan	200	211	221	225	239	254
Uddevalla	356	327	329	335	351	368
Ulricehamn	407	437	438	443	448	453
Varberg	418	425	435	435	439	443
Vetlanda	314	344	347	341	348	355
Vänersborg	447	458	474	495	496	497
Värnamo	117	121	117	113	108	103
Region GFR	9 193	9 299	9 452	10 309	10 309	10 821

Omsättning (mkr) i sällanköpsvaruhandeln

Kommun	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Alingsås	443	436	466	432	436	440
Arvika	336	302	294	290	294	298
Borås	880	855	851	814	822	830
Falkenberg	293	278	271	270	305	345
Falköping	178	173	174	177	183	189
Gislaved	200	182	182	185	186	187
Göteborg C	6 835	7 006	6 824	6 756	7 063	7 384
Halmstad	951	964	950	934	941	948
Jönköping	1 084	1 116	1 118	1 056	1 110	1 167
Kalmar	1 057	1 019	1 002	975	975	975
Karlstad	1 233	1 231	1 142	1 122	1 175	1 231
Kristinehamn	i.u.	i.u.	i.u.	117	122	127
Kungälv	147	136	137	133	129	124
Lidköping	480	439	442	434	450	467
Linköping	1 448	1 432	1 436	1 377	1 442	1 510
Motala	i.u.	i.u.	i.u.	378	376	375
Mjölby	203	165	164	148	156	164
Nässjö	301	289	272	288	300	313
Skara	88	81	82	80	84	88
Skövde	818	774	773	782	792	802
Trollhättan	298	302	273	264	273	283
Uddevalla	345	345	340	273	236	204
Ulricehamn	235	241	251	274	286	299
Varberg	585	599	599	600	619	639
Vetlanda	231	238	235	230	218	207
Vänersborg	261	238	228	212	205	198
Värnamo	310	296	305	302	304	306
Region GFR	19 239	19 137	18 812	18 883	19 482	20 100

Stadskärnornas omsättning 2011-2016

Omsättning (mkr) i hotell och vandrarhem

Kommun	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Alingsås	44	45	45	46	45	44
Arvika	45	43	41	49	49	50
Borås	201	193	189	193	201	209
Falkenberg	29	33	31	27	31	IU
Falköping	0	0	0	0	0	0
Gislaved	12	12	12	12	13	IU
Göteborg C	844	794	874	848	983	1 139
Halmstad	117	113	105	112	109	106
Jönköping	167	173	187	211	235	262
Kalmar	119	134	127	141	160	181
Karlstad	354	359	389	394	393	392
Kristinehamn	IU	IU	IU	IU	IU	IU
Kungälv	40	39	39	38	40	IU
Lidköping	28	48	64	61	68	76
Linköping	157	170	169	179	185	192
Mjölby	0	0	0	0	0	0
Motala	IU	IU	IU	40	35	30
Nässjö	34	33	34	34	35	IU
Skara	58	84	51	51	40	IU
Skövde	69	68	66	68	77	87
Trollhättan	84	79	78	80	90	101
Uddevalla	22	28	33	29	27	IU
Ulricehamn	17	17	18	18	18	IU
Varberg	145	152	166	200	216	232
Vetlanda	5	5	6	6	6	IU
Vänersborg	3	4	5	5	5	IU
Värnamo	34	40	42	41	45	IU
Region GFR	2 627	2 664	2 770	2 870	3 106	3 361

Omsättning (mkr) i café och restaurang

Kommun	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Alingsås	128	129	131	136	143	150
Arvika	58	64	71	81	95	111
Borås	401	411	410	415	430	446
Falkenberg	109	130	123	116	125	IU
Falköping	20	20	20	24	25	26
Gislaved	24	25	23	25	27	IU
Göteborg C	4 333	4 511	4 696	4 475	4 689	4 913
Halmstad	338	302	317	311	339	370
Jönköping	472	482	512	522	542	563
Kalmar	290	320	332	317	315	313
Karlstad	386	397	415	430	467	507
Kristinehamn	IU	IU	IU	IU	IU	IU
Kungälv	36	37	43	38	49	IU
Lidköping	95	110	110	88	103	121
Linköping	567	600	648	669	724	784
Mjölby	27	28	30	27	31	36
Motala	IU	IU	IU	81	98	118
Nässjö	44	46	50	49	53	IU
Skara	27	17	29	12	13	IU
Skövde	197	210	237	237	245	253
Trollhättan	261	271	288	278	302	328
Uddevalla	123	132	126	125	132	IU
Ulricehamn	34	44	49	48	50	IU
Varberg	217	214	224	226	250	277
Vetlanda	17	20	21	20	16	IU
Vänersborg	49	54	60	67	66	IU
Värnamo	62	75	75	77	79	IU
Region GFR	8 313	8 647	9 041	8 919	9 409	9 926

Stadskärnornas omsättning 2012-2016

Omsättning (mkr) i annan service

Kommun	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Alingsås	IU	94	107	114	116	118
Arvika	IU	51	52	47	50	53
Borås	IU	224	236	221	246	274
Falkenberg	IU	84	83	87	83,6	80
Falköping	IU	30	28	24	26	28
Gislaved	IU	19	25	28	27,9	28
Göteborg C	IU	IU	IU	1501	1549	1599
Halmstad	IU	168	189	177	167	158
Jönköping	IU	380	381	369	382	395
Kalmar	IU	158	165	166	175	185
Karlstad	IU	324	336	385	366	348
Kristinehamn	IU	IU	IU	32	32	32
Kungälv	IU	59	68	65	69	73
Lidköping	IU	91	95	90	88	86
Linköping	IU	332	356	375	363	351
Motala	IU	IU	IU	101	105	108
Mjölby	IU	35	35	34	34	34
Nässjö	IU	30	31	45	44	43
Skara	IU	28	33	32	37	43
Skövde	IU	135	140	166	174	182
Trollhättan	IU	97	98	95	103	112
Uddevalla	IU	81	93	90	84	78
Ulricehamn	IU	36	34	24	27	30
Varberg	IU	152	145	143	171,2	205
Vetlanda	IU	49	51	43	41	39
Vänersborg	IU	80	87	76	83	91
Värnamo	IU	34	46	44	46,2	48
Region GFR	IU	2 768	2 912	4 689	4 689	4 821

Stadskärnornas marknadsandel 2010-2016

Dagligvaruhandeln

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Alingsås	16%	15%	14%	13%	12%	12%
Arvika	56%	54%	52%	52%	51%	52%
Borås	10%	9%	9%	9%	9%	9%
Falkenberg	5%	6%	6%	6%	7%	7%
Falköping	12%	12%	12%	12%	12%	12%
Gislaved	42%	40%	40%	41%	39%	35%
Göteborg C	14%	13%	13%	13%	14%	15%
Halmstad	9%	8%	8%	8%	8%	8%
Jönköping	8%	9%	9%	8%	9%	9%
Kalmar	11%	10%	10%	10%	10%	11%
Karlstad	13%	13%	13%	13%	13%	13%
Kristinehamn						17%
Kungälv	11%	10%	10%	11%	11%	11%
Lidköping	17%	15%	15%	15%	14%	14%
Linköping	11%	12%	12%	12%	11%	12%
Mjölby	22%	25%	25%	27%	29%	14%
Motala			14%	14%	14%	30%
Nässjö	36%	33%	34%	33%	32%	32%
Skara	50%	47%	47%	45%	46%	47%
Skövde	23%	21%	21%	21%	20%	20%
Trollhättan	11%	11%	12%	12%	12%	12%
Uddevalla	18%	16%	15%	15%	15%	16%
Ulricehamn	68%	70%	70%	70%	68%	67%
Varberg	22%	21%	21%	20%	20%	20%
Vetlanda	42%	44%	44%	43%	42%	42%
Vänersborg	47%	47%	47%	50%	49%	48%
Värnamo	9%	10%	9%	9%	8%	8%

Sällanköpsvaruhandeln

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Alingsås	42%	41%	44%	41%	39%	39%
Arvika	66%	59%	58%	55%	53%	53%
Borås	26%	25%	25%	24%	24%	23%
Falkenberg	6%	6%	5%	5%	6%	6%
Falköping	31%	31%	31%	30%	30%	31%
Gislaved	36%	34%	38%	38%	37%	37%
Göteborg C	33%	34%	33%	32%	32%	32%
Halmstad	29%	29%	30%	30%	28%	28%
Jönköping	21%	22%	22%	20%	20%	20%
Kalmar	28%	27%	27%	25%	24%	23%
Karlstad	27%	26%	24%	23%	23%	23%
Kristinehamn			31%	31%	32%	32%
Kungälv	19%	19%	20%	21%	19%	18%
Lidköping	46%	39%	38%	36%	37%	37%
Linköping	27%	26%	25%	24%	23%	24%
Mjölby	36%	30%	33%	29%	29%	31%
Motala			36%	36%	34%	34%
Nässjö	47%	44%	45%	47%	49%	48%
Skara	25%	24%	24%	23%	22%	23%
Skövde	33%	31%	31%	31%	29%	29%
Trollhättan	15%	15%	14%	13%	13%	13%
Uddevalla	15%	15%	13%	10%	8%	7%
Ulricehamn	36%	41%	43%	45%	46%	48%
Varberg	37%	37%	38%	37%	36%	37%
Vetlanda	35%	37%	35%	31%	28%	27%
Vänersborg	55%	53%	54%	50%	45%	44%
Värnamo	34%	31%	33%	33%	32%	33%

Stadskärnornas marknadsandel 2010-2016

Hotell och vandrarhem

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Alingsås	90%	88%	85%	90%	86%	83%
Arvika	68%	80%	82%	95%	91%	90%
Borås	105%	101%	102%	105%	99%	93%
Falkenberg	15%	16%	11%	9%	9%	
Falköping						
Gislaved	12%	24%	26%	14%	12%	
Göteborg C	25%	21%	22%	21%	21%	22%
Halmstad	24%	24%	22%	21%	18%	16%
Jönköping	29%	30%	31%	34%	35%	36%
Kalmar	33%	34%	36%	38%	35%	33%
Karlstad	76%	72%	74%	75%	65%	59%
Kristinehamn						
Kungälv	26%	22%	22%	21%	21%	
Lidköping	49%	75%	92%	65%	64%	57%
Linköping	31%	34%	34%	34%	33%	34%
Motala				68%	49%	61%
Mjölby						
Nässjö	88%	89%	88%	90%	95%	
Skara	73%	89%	61%	68%	43%	
Skövde	38%	37%	36%	39%	42%	41%
Trollhättan	65%	67%	70%	71%	77%	73%
Uddevalla	11%	15%	16%	13%	11%	
Ulricehamn	53%	59%	52%	52%	42%	
Varberg	35%	33%	35%	41%	38%	36%
Vetlanda	14%	14%	14%	15%	14%	
Vänersborg	4%	6%	7%	7%	2%	
Värnamo	43%	50%	48%	48%	45%	

Café och restaurang

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Alingsås	62%	58%	57%	32%	24%	25%
Arvika	40%	52%	49%	51%	59%	55%
Borås	49%	49%	48%	46%	44%	42%
Falkenberg	22%	24%	22%	21%	22%	
Falköping	15%	13%	14%	18%	17%	16%
Gislaved	18%	22%	20%	20%	19%	
Göteborg C	57%	57%	55%	49%	50%	49%
Halmstad	42%	39%	40%	37%	36%	38%
Jönköping	38%	36%	38%	37%	36%	35%
Kalmar	36%	50%	50%	48%	44%	40%
Karlstad	44%	45%	45%	44%	46%	43%
Kristinehamn						
Kungälv	19%	16%	20%	18%	17%	
Lidköping	38%	42%	41%	37%	37%	38%
Linköping	45%	46%	46%	45%	44%	44%
Motala				33%	38%	54%
Mjölby	16%	15%	15%	13%	15%	12%
Nässjö	46%	46%	47%	42%	38%	
Skara	35%	19%	24%	11%	12%	
Skövde	35%	36%	38%	38%	36%	34%
Trollhättan	48%	50%	53%	48%	48%	49%
Uddevalla	27%	27%	25%	22%	22%	
Ulricehamn	33%	35%	40%	36%	34%	
Varberg	39%	39%	38%	36%	37%	39%
Vetlanda	15%	18%	18%	16%	11%	
Vänersborg	30%	28%	32%	37%	35%	
Värnamo	29%	32%	29%	26%	25%	

Region Mittnord

*Dalarnas län
Södermanlands län
Uppsala län
Västerbottens län
Västernorrlands län
Västmanlands län
Örebro län
Östergötlands län (delar)*

Regional konjunktur med lokala variationer

Tillväxten i dagligvaruhandeln har på lång sikt varierat mellan 2 och 9 procent. Efter en inledande nedgång i början av 2000-talet skedde en snabb återhämtning 2004-2006 varefter tillväxten stagnerade på en hög nivå under några år. I samband med den internationella lågkonjunkturen omkring 2009-2010 sjönk tillväxttakten i riket snabbt för att under de senaste åren fluktuerat svagt mellan 2 och 3 procent per år.

Region Mittnord följer i huvudsak den generella utvecklingen med något starkare upp- och nedgångar. Under 2015/16 ökade dagligvaruhandeln i region Mittnord med 2,4 procent vilket var i linje med genomsnittet för riket.

De lokala variationerna är stora så till vida att Umeå, Sundsvall och Örebro hade en tillväxt över genomsnitt för riket och regionen. Borlänge och Eskilstuna hade samtidigt svagast utveckling på kommunnivå i region Mittnord. Delvis förklaras den starka tillväxten i Umeå och Örebro av nyetableringar. I Borlänge torde den svaga tillväxten kunna förklaras av att en större aktör inom dagligvaruhandeln valt att stänga sin butik på grund av svag lönsamhet.

Inom sällanköpsvaruhandeln har tillväxten varierat mellan 1 och 9 procent. För IT-kraschen låg tillväxten på omkring 5 procent. Efter en svag nedgång i tillväxttakten ökade tillväxttakten kontinuerligt fram till 2007. En följd av detta var en kraftig expansion av den fysiska handeln, en stegring av hyresnivåerna och minskad vakansgrad. I samband med lågkonjunkturen 2008/2009 föll tillväxttakten i sällanköpsvaruhandeln snabbt. Efter 2010 har sällanköpsvaruhandeln fluktuerat kraftigt mellan åren.

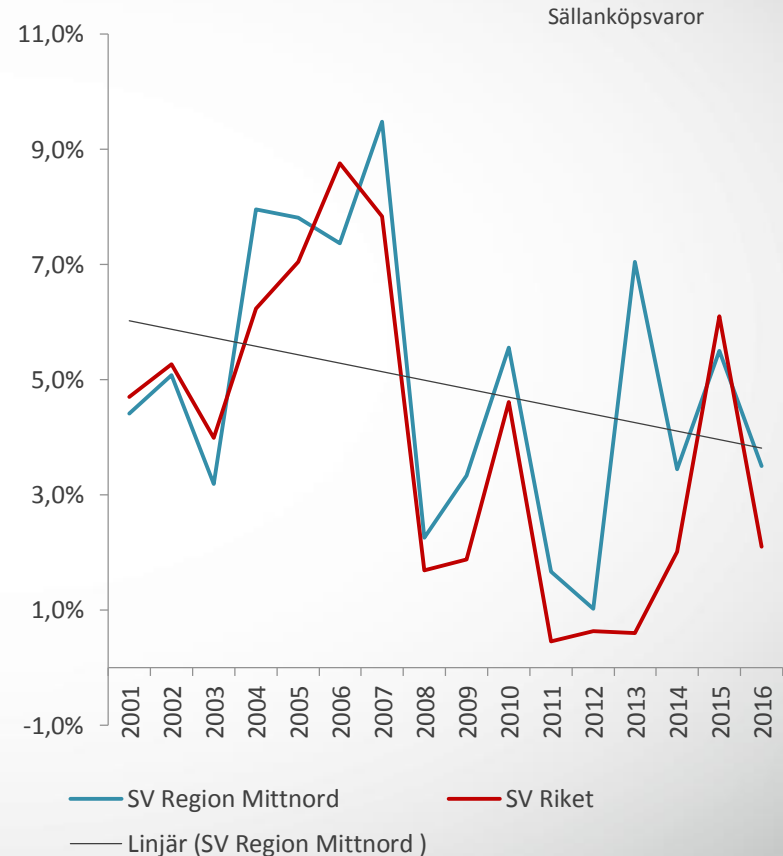
En av förklaringarna kan hänföras till en trasslig konjunktur men även en starkare konkurrens från den växande e-handeln påverkar utvecklingen i den fysiska handeln. Tillväxten har dock varit positiv om än avtagande.

Sällanköpsvaruhandeln i region Mittnord följer i huvudsak svängningarna med undantaget att tillväxten låg på en högre nivå än i riket under perioden 2008-2013. Under 2015/2016 har sällanköps-varuhandeln i region Mittnord ökat med 3,5 procent. De regionala variationerna är stora och i huvudsak förklaras ökningen av utvecklingen i Umeå kommun där sällanköpsvaruhandeln ökade med knappt 20 procent under året. Undantaget Västerås och Uppsala låg tillväxten i övriga kommuner under genomsnittet för regionen och riket. Frånvaron av tillväxt förklaras av att det ej tillkommit nyetableringar av större omfattning i de aktuella kommunerna. Och, utvecklingen i Umeå, där IKEA och Avion bidragit till en större regional och lokal konkurrens, har i princip raderat tillväxten i Sundsvall och Skellefteå kommun. I Västerås och Uppsala förklaras tillväxten av en stark marknadstillväxt men också av flera nyetableringar i såväl city som på de externa marknadsplatserna.

Försäljningsindex visar köpströmmar över kommungränser och är en indikator på den samlade attraktiviteten hos detaljhandeln i en kommun. Inom dagligvaruhandeln har index varit relativt stabilt även om det finns tendenser till att enskilda kommuner har fått se en fallande attraktivitet. Inom sällanköpsvaruhandeln syns en svagt fallande trend vilket sannolikt beror på en ökad regional konkurrens. Undantaget utgörs av Umeå där etableringen av IKEA och Avion resulterat i en förstärkt regional attraktivitet.

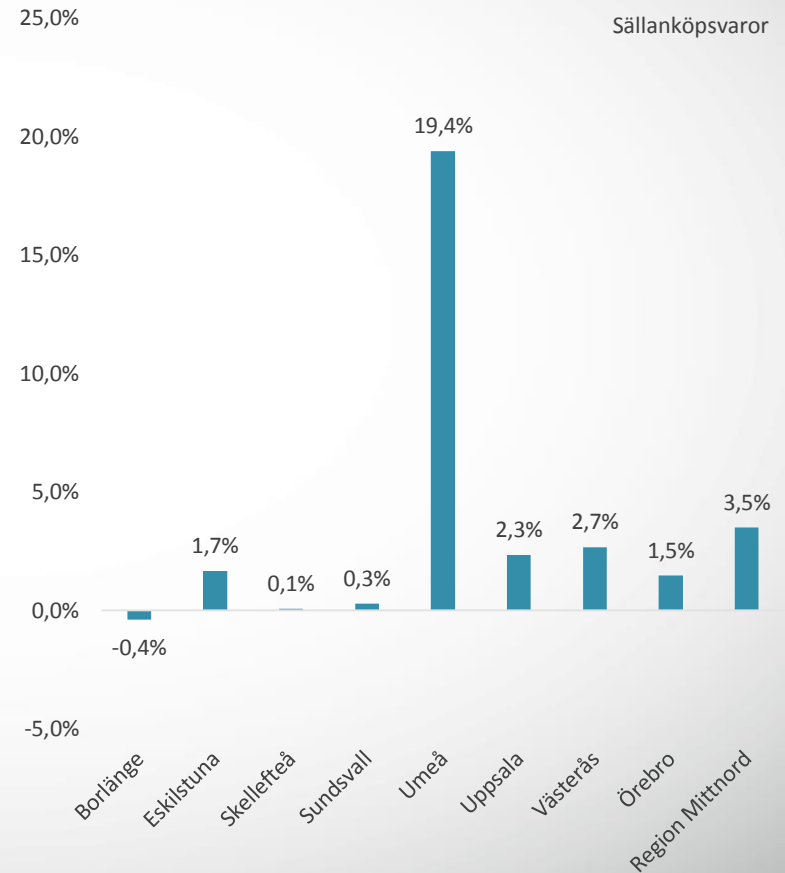
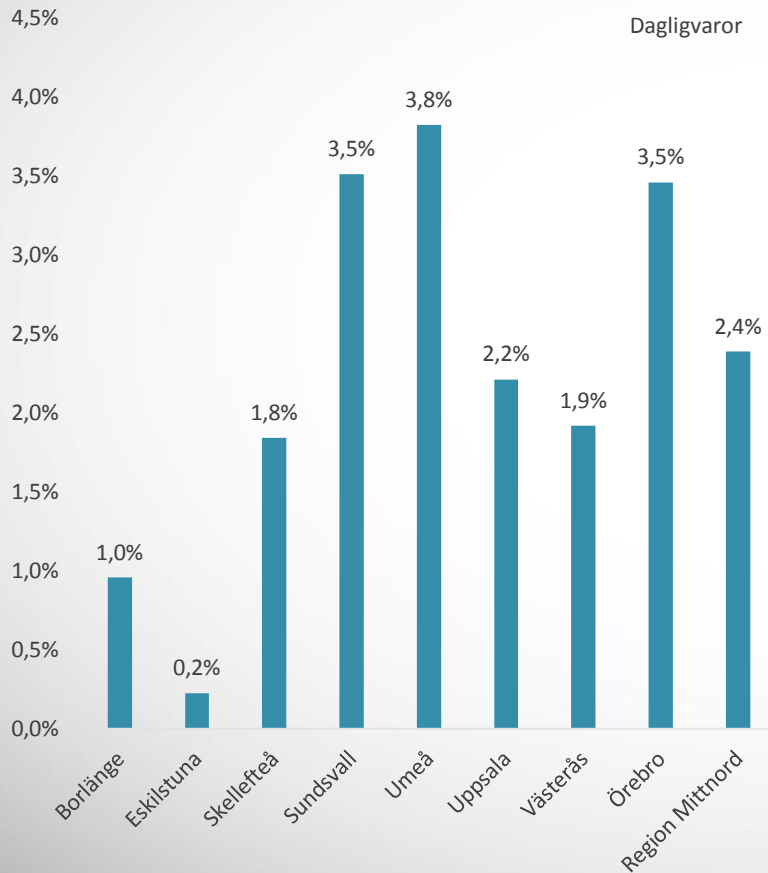
Regional konjunktur följer riket

Omsättningsutveckling inom detaljhandeln i region Mittnord och Sverige 2000-2016



...Men lokala variationer förekommer

Omsättningsutveckling på kommunnivå i detaljhandeln i region Mittnord och Sverige 2015/2016



Detaljhandelns attraktivitet

Försäljningsindex för dagligvaru- och sällanköpsvaruhandeln i region Mittnord, riket = 100

Dagligvaror

	2014	2015	2016
Borlänge	109	110	107
Eskilstuna	93	91	88
Skellefteå	101	101	100
Sundsvall	101	99	99
Umeå	100	99	99
Uppsala	98	98	97
Västerås	108	108	106
Örebro	96	97	97

Sällanköpsvaror

	2014	2015	2016
Borlänge	194	191	184
Eskilstuna	97	94	92
Skellefteå	90	88	86
Umeå	115	116	133
Uppsala	121	122	121
Västerås	151	150	148
Örebro	154	153	150

Stadskärnornas marknadsandel 2016

Stadskärnornas andel av total omsättning i aktuell kommun

Med marknadsandel avses hur stark stadskärnan är i förhållande till den totala detaljhandeln i samma kommun. Marknadsandelen kan således sägas vara ett mått på stadskärnans attraktivitet eller styrka.

Dagligvaruhandeln i stadskärnorna utgörs ofta av småskaliga koncept med en kompletterande funktion för konsumenterna. Bland citykoncepten märks ofta när- och servicebutiker, specialiserade livsmedelsbutiker, mindre supermarkets samt apotek och Systembolag. Andra butiker utgörs av blomsterhandlare, tobaks- och tidningskiosker samt hälsokost och/eller parfymbutiker. Jämfört med tidigare års undersökningar ligger marknadsandelarna fortsatt på en relativt stabil nivå. För region Mittnord som helhet står stadskärnorna för 13 procent av kommunernas omsättning i dagligvaruhandeln. Stadskärnans marknadsandel var högst i Skellefteå, 16 procent, och lägst i Borlänge och Eskilstuna, båda med en marknadsandel på 9 procent

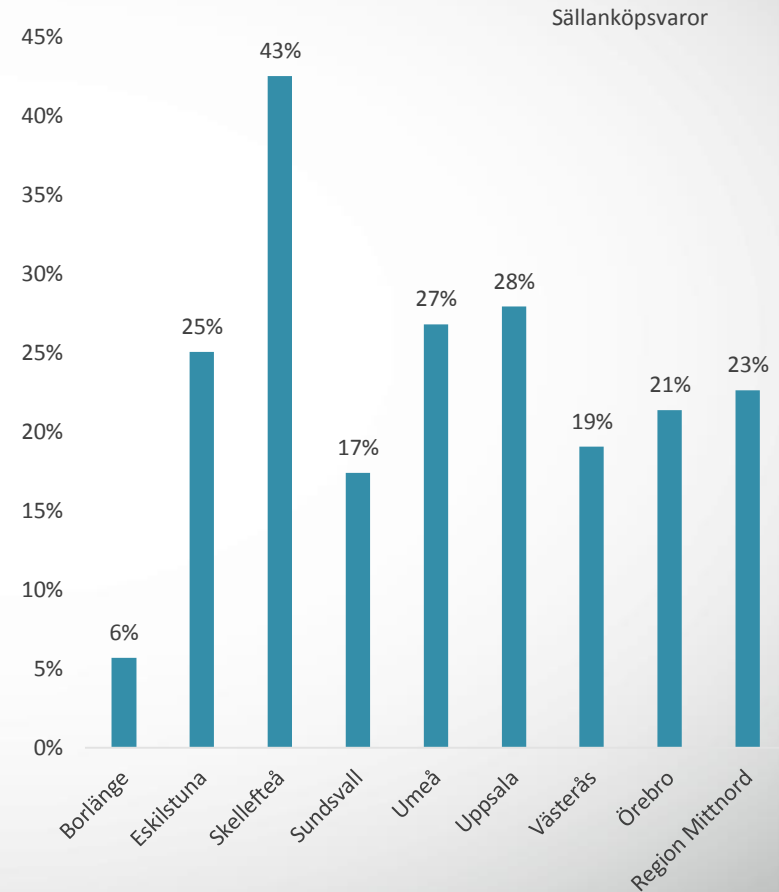
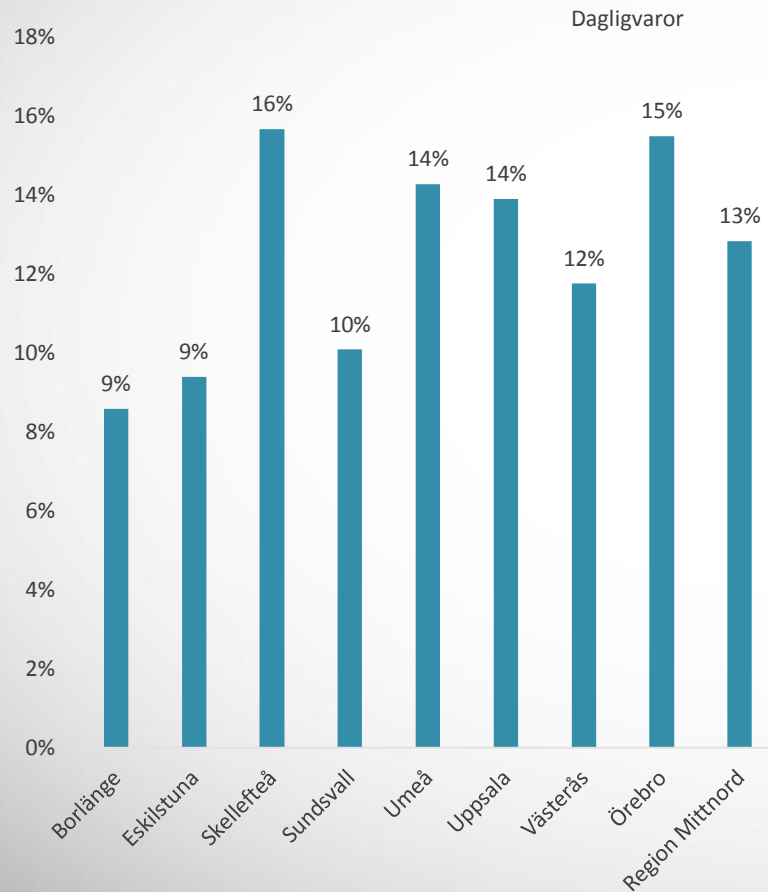
Borlänges stadskärna har den klart lägsta marknadsandelen i sällanköpsvaruhandeln, 6 procent, vilket beror på att stadskärnan är liten och att det finns mycket externhandel i kommunen, främst i Norra Backa och Kupolen. Högst marknadsandel i sällanköpsvaruhandeln har Skellefteås stadskärna, vilket främst förklaras av att Ikea inte finns i kommunen. För region Mittnord som helhet gäller att stadskärnornas marknadsandel i sällanköpsvaruhandeln minskar.

Hotell samt café och restaurang har generellt en stark ställning i stadskärnorna. Genomsnittet för region Mittnord är en marknadsandel på 59 procent i hotellnäringen. Högst marknadsandel i hotellnäringen har Umeå och Örebro, båda med en andel på 68 procent. Lägst marknadsandel har Västerås, 33 procent.

Inom café och restaurangnäringen finns en spridning mellan 29 och 51 procents marknadsandel för stadskärnorna. Högst marknadsandel har Skellefteås stadskärna, 51 procent, och lägst marknadsandel har Borlänges stadskärna, 29 procent. Genomsnittet för region Mittnord år 2016 är 44 procents marknadsandel, en minskning med 4 procentenheter sedan 2010. Minskningen beror inte på att restaurangnäringen i stadskärnorna går svagt utan på att det öppnas många nya restauranger utanför stadskärnorna, till exempel i nya eller utbyggda stadsdelar, bostadsområden och kontorsområden

Stadskärnornas marknadsandel

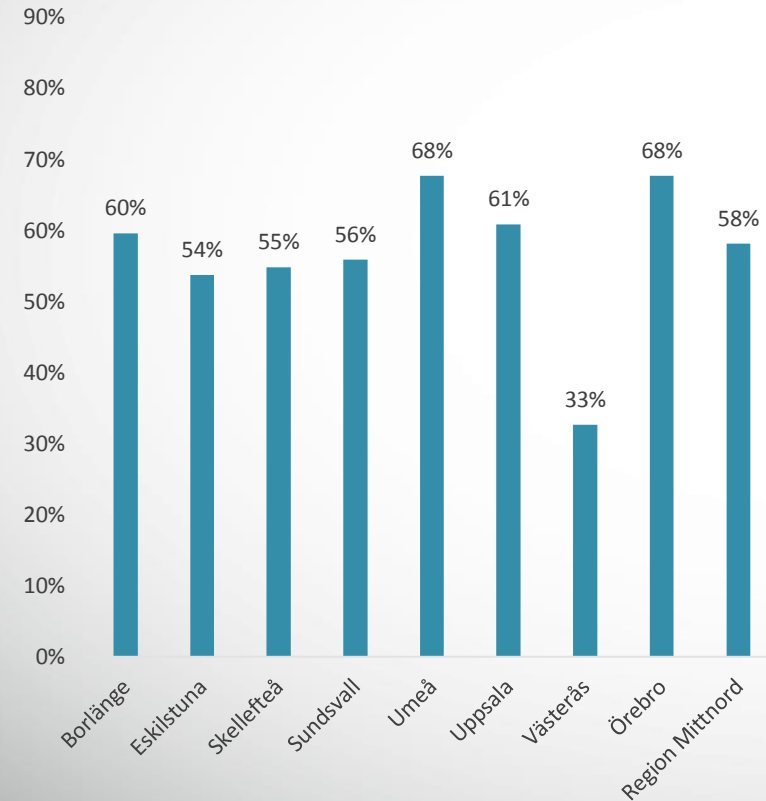
Stadskärnornas andel av total omsättning i aktuell kommun år 2016



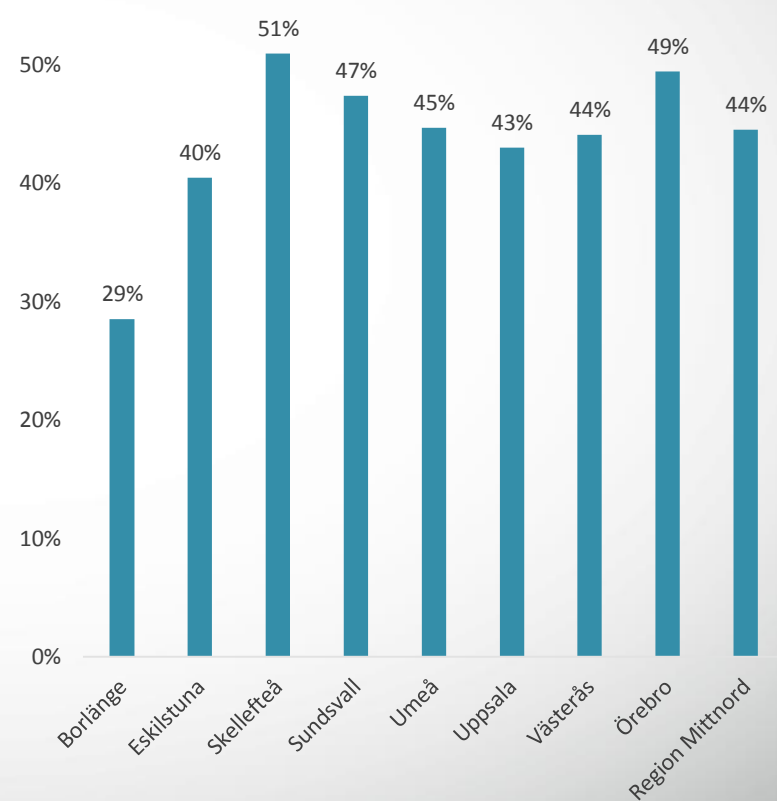
Stadskärnornas marknadsandel

Stadskärnornas andel av total omsättning i aktuell kommun år 2016

100% Hotell & vandrarhem



60% Café/restaurang



Stadskärnornas utveckling

Omsättningsutveckling i region Mittnord 2009-2016, procent

Inom dagligvaruhandeln var tillväxten under 2015/16 generellt sett 2,5 procent, vilket är något svagare än den långsiktiga trenden i region Mittnord. Starkast utveckling i dagligvaruhandeln 2015/2016 hade Eskilstuna och Uppsala, 6,9 respektive 6,2 procent. Skellefteå och Sundsvall hade svagast utveckling, -2,5 respektive -0,9 procent.

Utvecklingen i sällanköpsvaruhandeln var svag under året (-0,1 procent) men i ett historiskt perspektiv ändå stark (-0,7%). Samtliga stadskärnor, förutom Sundsvall och Umeå hade en negativ utveckling i sällanköpsvaruhandeln 2015-2016. Svagast utveckling i sällanköpsvaruhandeln hade Borlänge och Eskilstuna, -9,9 % respektive -5,2 procent.

Hotell och restaurangnäringarna fortsätter ha en god tillväxt och i region Mittnord ökade båda branscherna starkare än den historiska tillväxten.

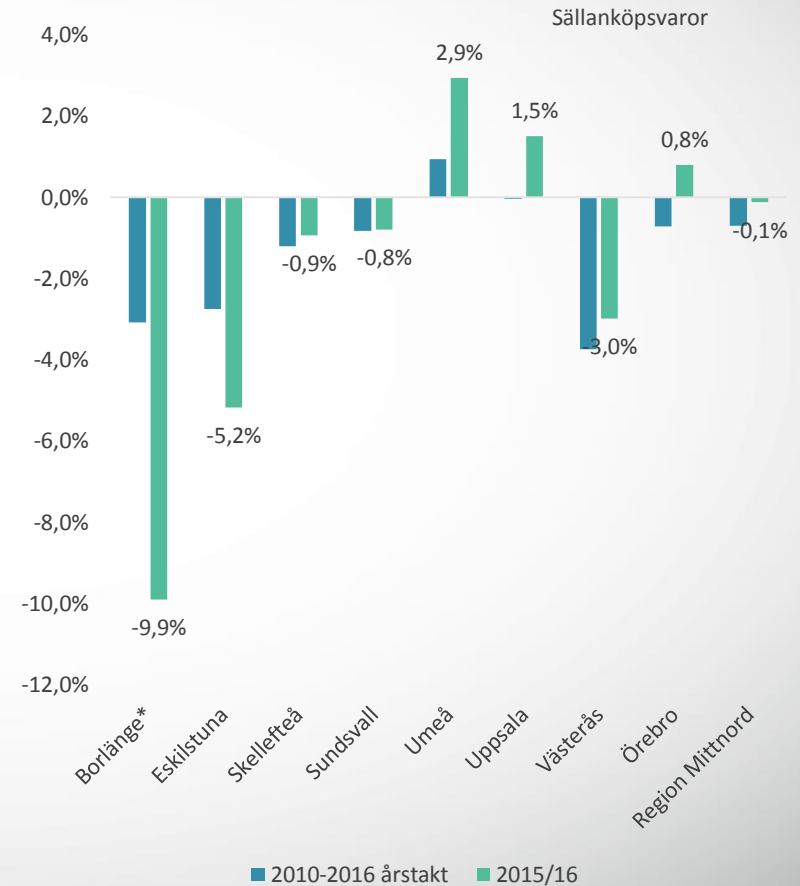
Hotellnäringen hade starkast utveckling i Örebro och Uppsala. Den långsiktiga trenden visar att samtliga stadskärnor ökar.

Restaurangnäringen konkurrerar i viss omfattning med dagligvaruhandeln om födointaget och är ofta en viktig orsak till att dagligvaruhandeln har en svag utveckling. Restaurangnäringen ökade, 2015-2016, med 6,3 procent i region Mittnord. Starkast tillväxt återfanns i de städerna Uppsala, Skellefteå och Örebro. Eskilstuna och Sundsvall var de enda stadskärnor där omsättningen i restaurangnäringen minskade. Den långsiktiga trenden visar att samtliga stadskärnor ökar.

Huvudbranschen annan service består av bland annat frisörer, hud-, kropps- och friskvård, biografer, muséer, reparationsverkstäder mm. Antalet arbetsställen är många men deras betydelse för stadskärnornas tillväxt begränsad då omsättningen per företag som regel är låg. Diagrammet visar att tillväxten i region Syd som helhet var god, 3,3 procent, Precis som övriga servicebranscher växer den därigenom snabbare än detaljhandeln men i volym är tillväxten begränsad. Framförallt förklaras tillväxten av att underbranschen hud, skönhets- och kroppsvård var mycket expansiv under året. Det är svårt att på lokal nivå hitta några specifika förklaringar till den starka utvecklingen annat än att den bakomliggande orsaken är en allmän efterfrågeökning på denna typ av tjänster.

Stadskärnornas utveckling

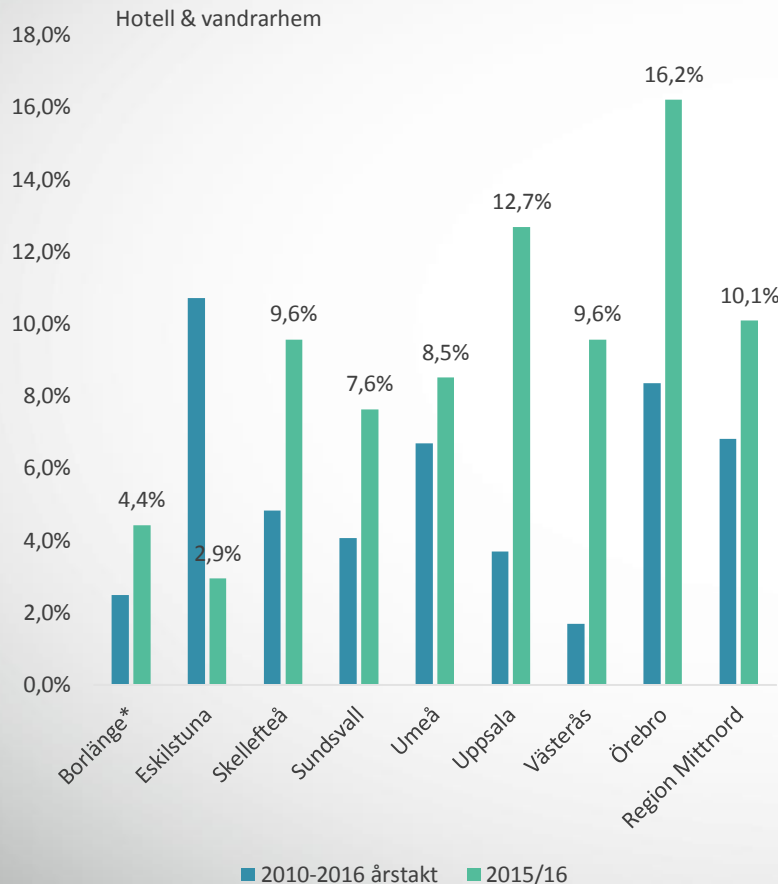
Omsättningsutveckling i detaljhandeln i region Mittnord 2010-2016, procent



*årstakt 2012-2016

Stadskärnornas utveckling

Omsättningsutveckling i hotell & restaurang i region Mittnord 2010-2016, procent



*årstakt 2012-2016

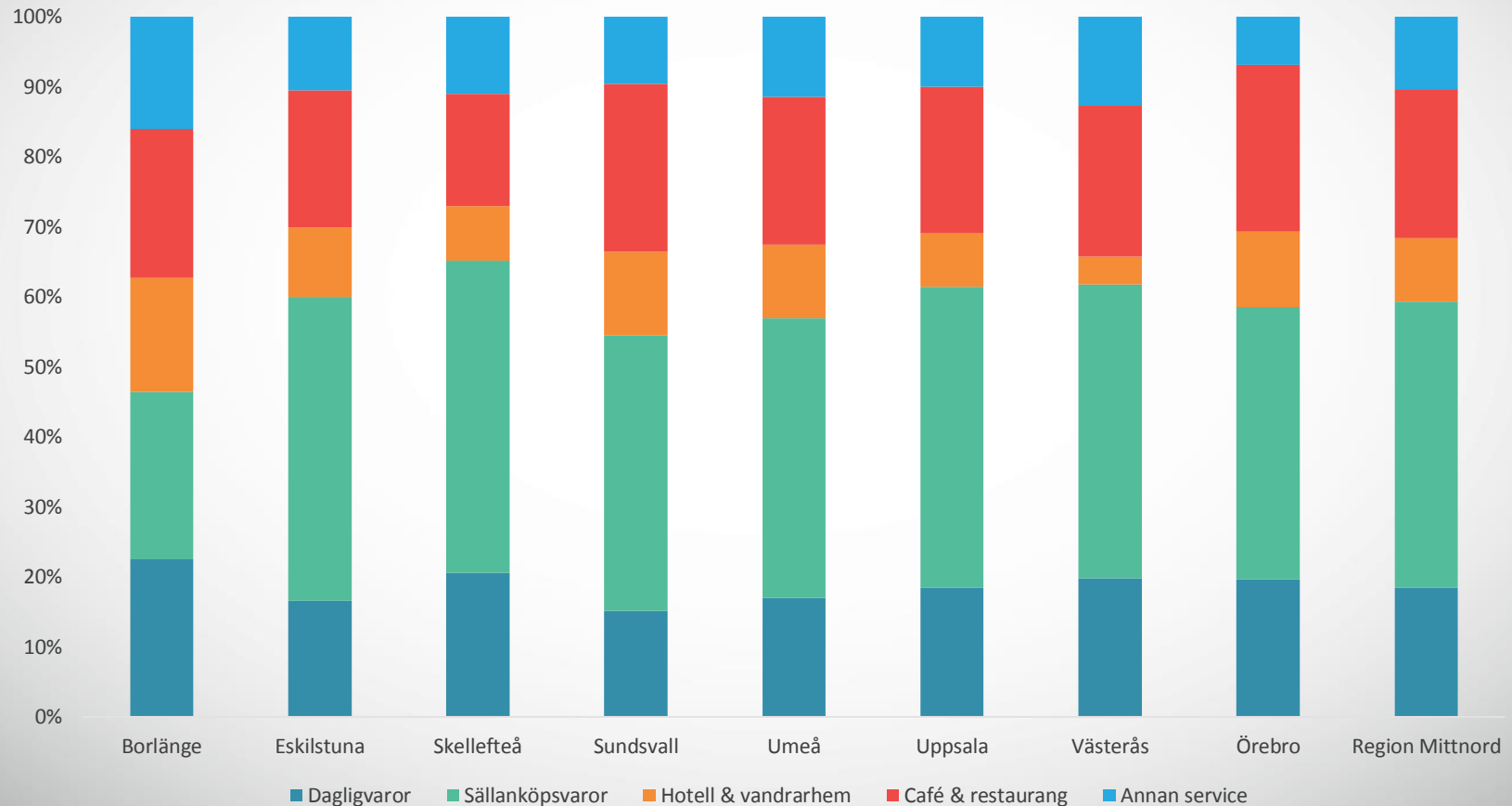
Stadskärnornas utveckling

Omsättningsutveckling i annan service i region Mittnord 2012-2016, procent



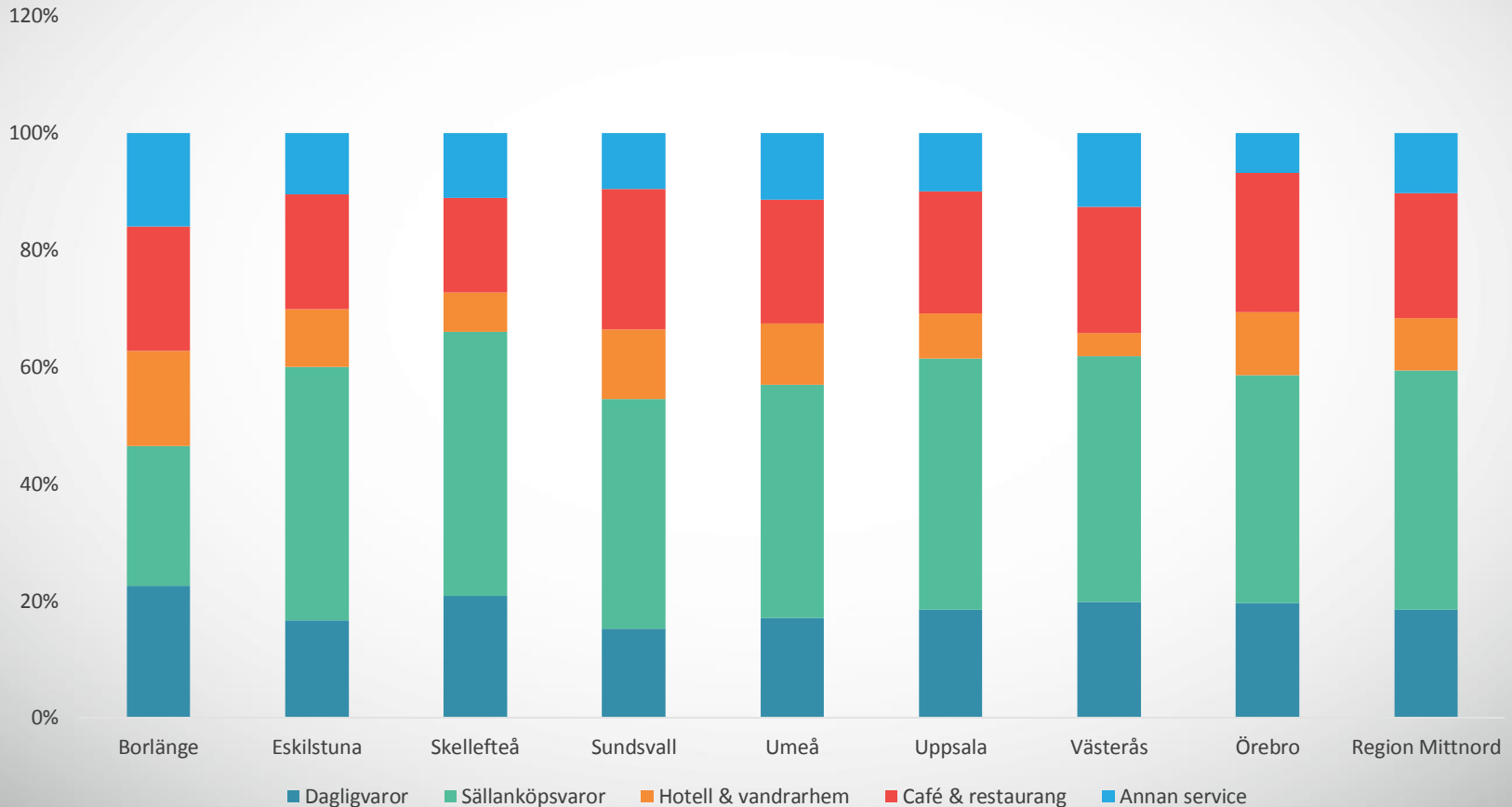
Branschstruktur i stadskärnor i region Mittnord 2016

Huvudbranschers andel av totalt antal arbetsställen/butiker i stadskärnor

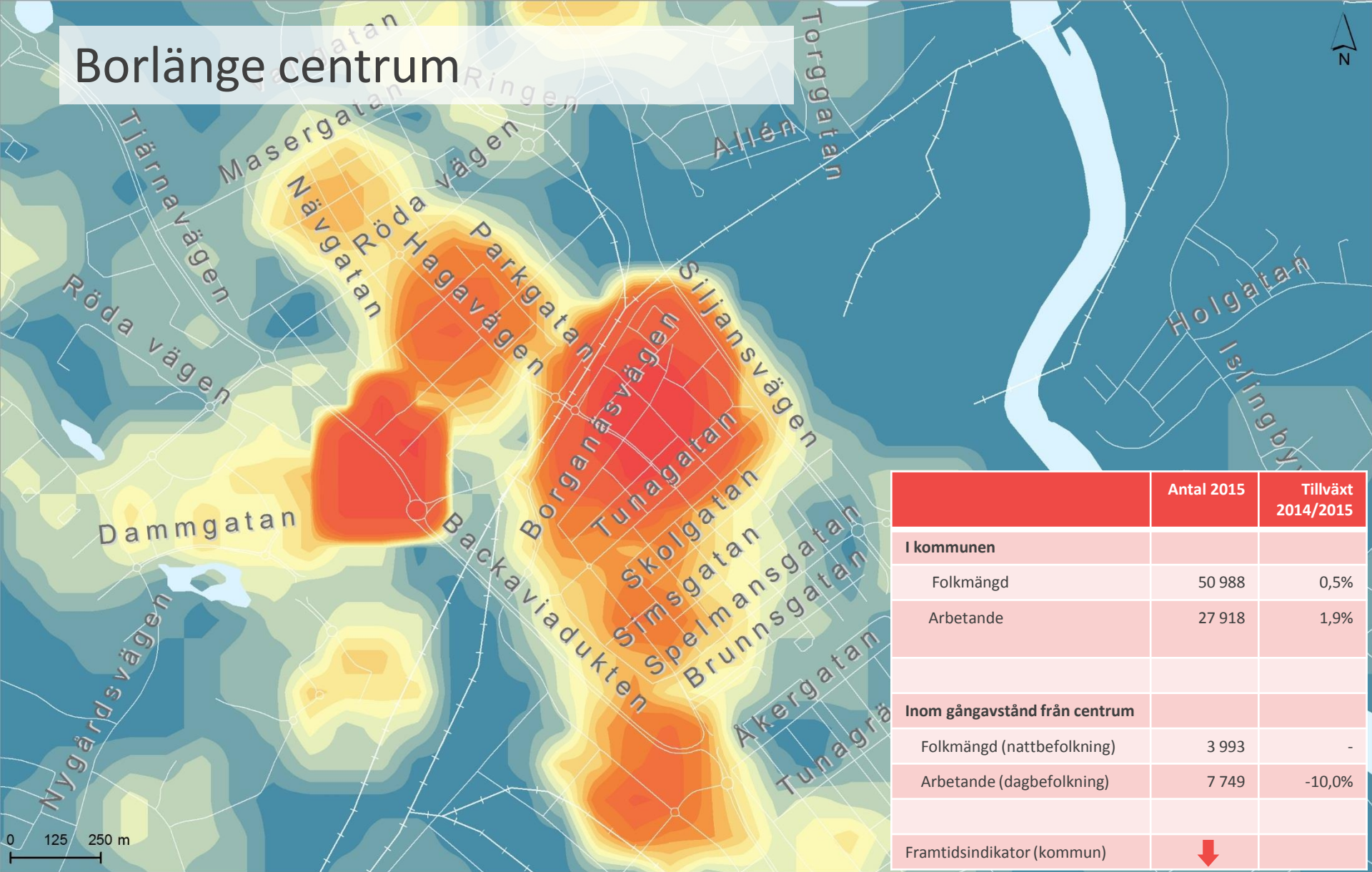


Branschstruktur i stadskärnor i region Mittnord 2016

Huvudbranschers andel av total omsättning i stadskärnor



Borlänge centrum

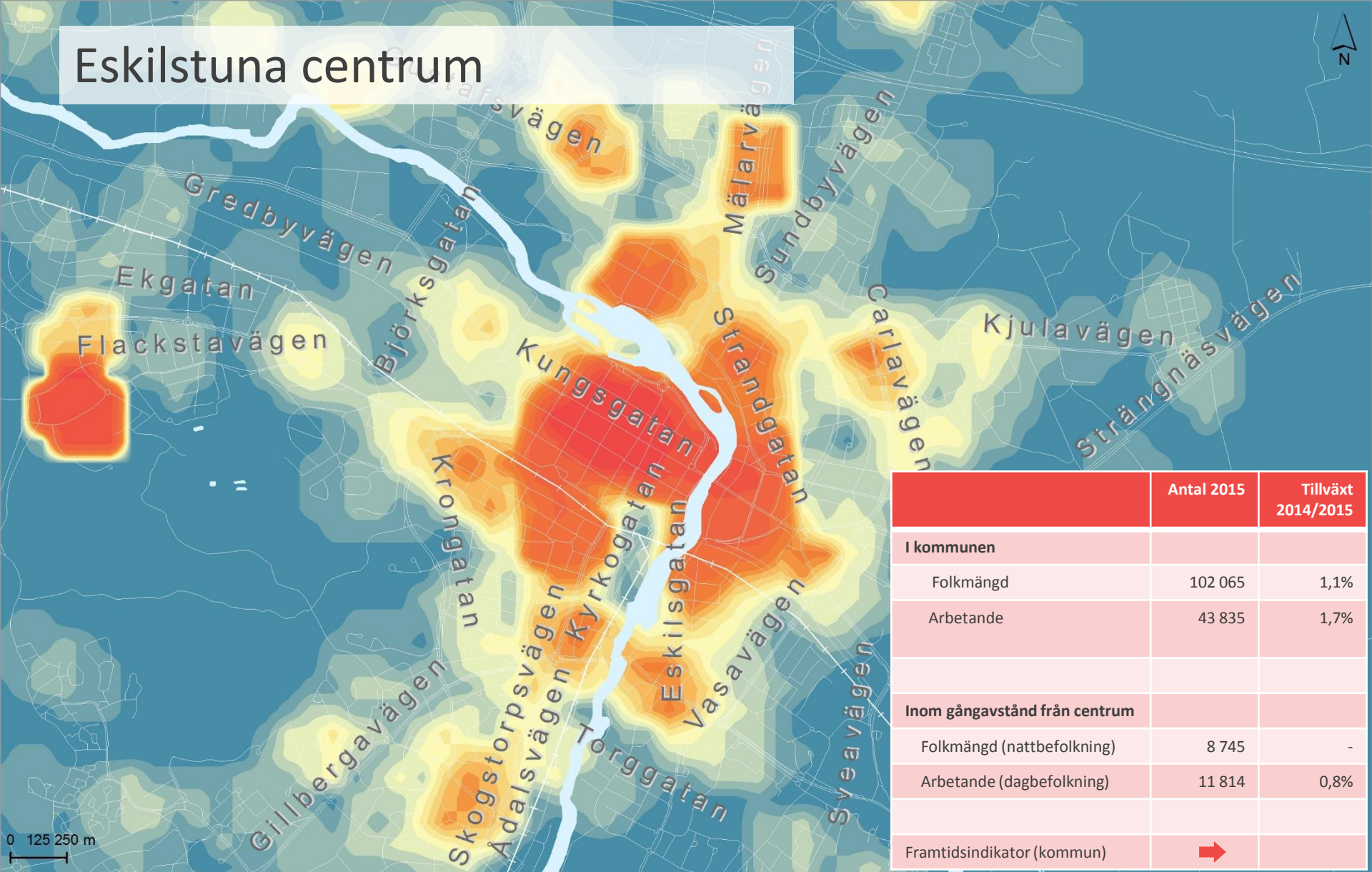


Borlänge centrum

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	122	570	2	-	724	-1,4%
Detaljhandel	44	165	-2	7%	336	-5,6%
Dagligvaror	16	43	4	9%	163	-0,6%
Sällanköpsvaror	28	122	-6	6%	173	-9,9%
Beklädnad	13	51	6	13%	80	1,3%
Hem- & fritidsvaror	15	71	-12	4%	93	-17,7%
Övrig kommersiell service	78	405	4	-	388	2,6%
Hotell & restaurang	35	279	-3	37%	272	2,3%
Hotell	5	103	3	60%	118	4,4%
Restaurang	30	176	-6	29%	154	0,7%
Annan service	43	126	7	-	116	3,6%
Hud, skönhet och kroppsvård	35	72	7	-	72	10,8%
Kulturinstitutioner	4	-	-	-	-	-
Rese & turism	1	-	-	-	-	-
Övrig konsumentservice	3	5	0	-	17	-

Omsättningen i Borlänges stadskärna minskade med 1,4 procent 2015-2016. Detaljhandeln backade kraftigt med 5,6 procent vilket främst berodde på en kraftig nedgång i hem- och fritidsvaruhandeln till följd av butiksnedläggningar och omlokaliseringar från centrum till de externa marknadsplatserna. Övrig kommersiell service ökade emellertid med 2,6 procent. Omsättningen i detaljhandeln var 336 miljoner kronor och omsättningen i kommersiell service var 388 miljoner kronor. Antalet butiker var 122 och antalet anställda var 570.

Eskilstuna centrum



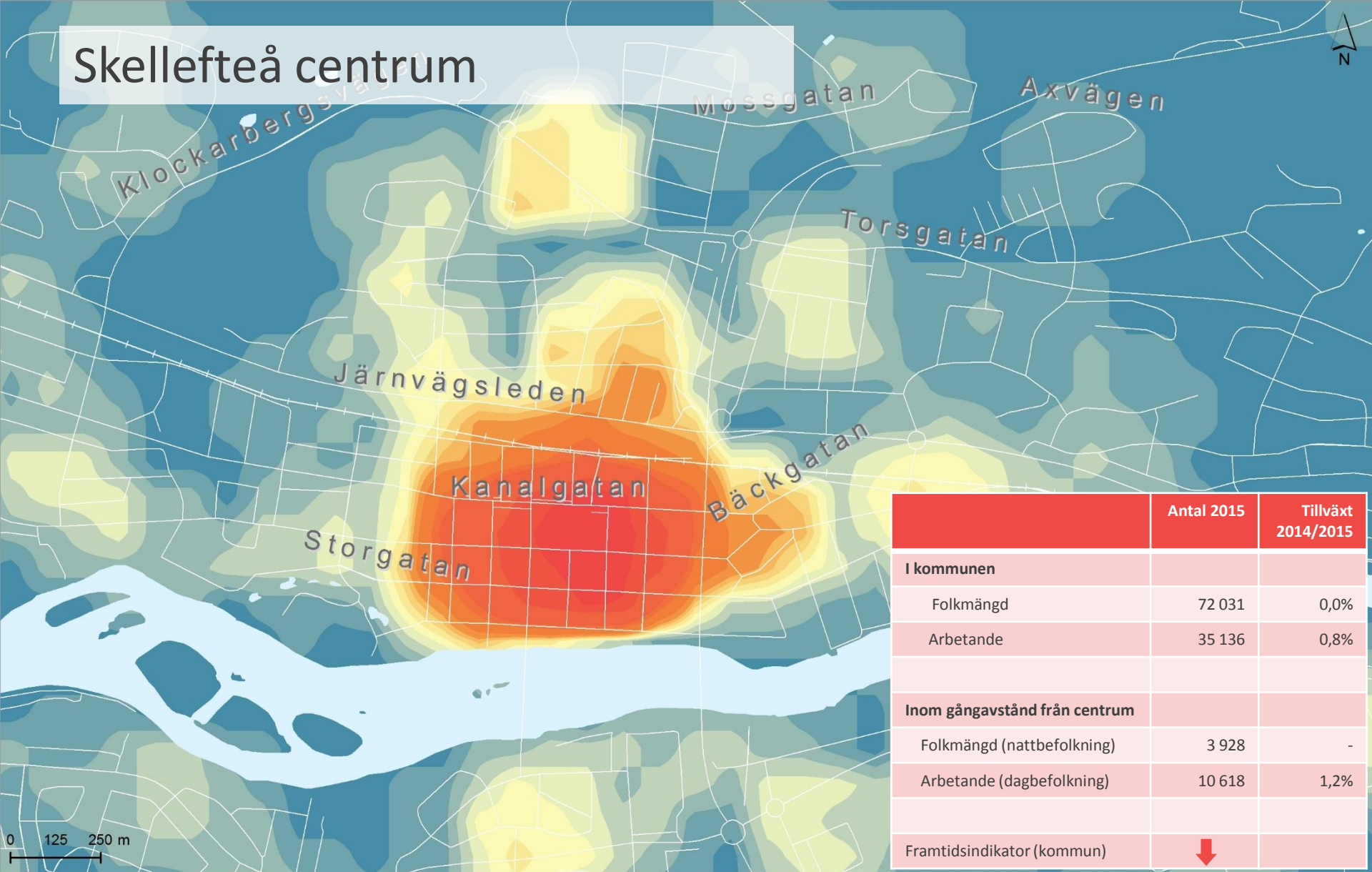
	Antal 2015	Tillväxt 2014/2015
I kommunen		
Folkmängd	102 065	1,1%
Arbetande	43 835	1,7%
Inom gångavstånd från centrum		
Folkmängd (nattbefolkning)	8 745	-
Arbetande (dagbefolkning)	11 814	0,8%
Framtidsindikator (kommun)	➡	

Eskilstuna centrum

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	318	1 279	7	-	1 772	-1,4%
Detaljhandel	128	515	-21	17%	1 063	-2,1%
Dagligvaror	34	122	5	9%	294	6,9%
Sällanköpsvaror	94	393	-26	25%	769	-5,2%
Beklädnad	35	172	-9	51%	311	-3,7%
Hem- & fritidsvaror	59	221	-17	19%	458	-6,1%
Övrig kommersiell service	190	764	28	-	709	-0,3%
Hotell & restaurang	71	635	26	44%	522	-0,8%
Hotell	5	153	5	54%	175	2,9%
Restaurang	66	482	21	40%	347	-2,5%
Annan service	119	129	2	-	187	1,1%
Hud, skönhet och kroppsvård	99	79	4	-	108	1,9%
Kulturinstitutioner	3	15	0	-	15	0,0%
Rese & turism	4	14	0	-	13	30,0%
Övrig konsumentservice	13	21	-2	-	51	-5,6%

Handel och kommersiell service i Eskilstunas stadskärna omsatte knappt 1,8 miljarder kronor år 2016, vilket innebär en minskning med 1,4 procent jämfört med 2015. Detaljhandeln omsatte knappt 1,1 miljarder kronor, en minskning med 2,1 procent. Dagligvaruhandeln hade en stark utveckling, 6,9 procent, och det var således den svaga utvecklingen i sällanköpsvaruhandeln, minus 5,2 procent, som gjorde att handeln som helhet backade. Övrig kommersiell service omsatte drygt 700 miljoner kronor och backade svagt med 0,3 procent. Antalet butiker och anställda i stadskärnan var 318 respektive 1 279.

Skellefteå centrum

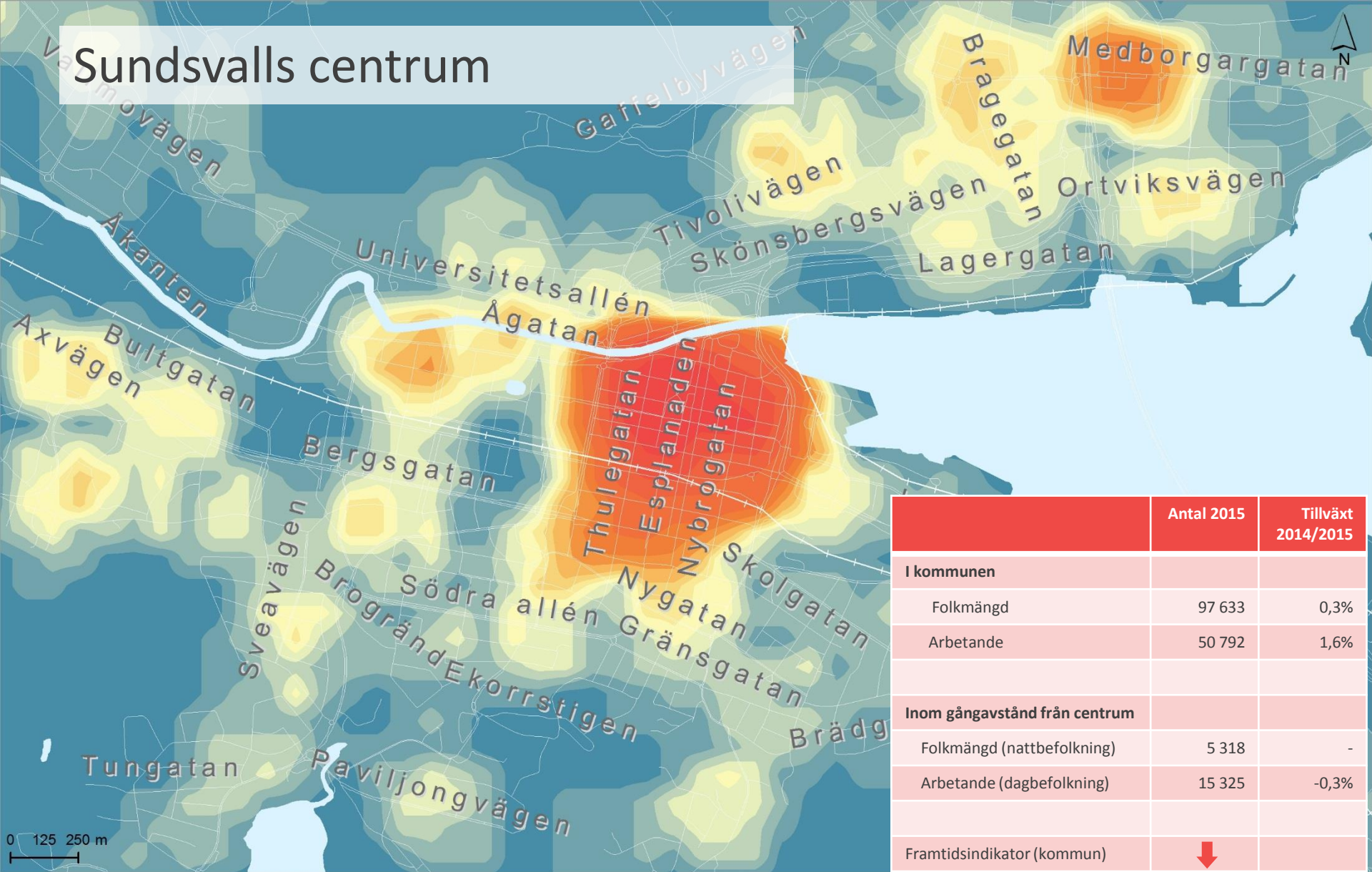


Skellefteå centrum

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	228	1 158	17		1 878	1,5%
Detaljhandel	111	539	-28	28%	1 238	-1,4%
Dagligvaror	22	133	-5	16%	390	-2,5%
Sällanköpsvaror	89	406	-23	43%	848	-0,9%
Beklädnad	33	157	-8	72%	301	-2,3%
Hem- & fritidsvaror	56	249	-15	35%	547	-0,2%
Övrig kommersiell service	117	619	45		640	7,6%
Hotell & restaurang	46	443	37	52%	431	11,7%
Hotell	5	117	10	55%	126	8,6%
Restaurang	41	326	27	51%	305	13,0%
Annan service	71	176	8		209	0,0%
Hud, skönhet och kroppsvård	54	103	6		106	-1,9%
Kulturinstitutioner	2	-	-		-	-
Rese & turism	4	-	-		-	-
Övrig konsumentservice	11	31	5		26	-10,3%

Den totala omsättningen för detaljhandel och kommersiell service i Skellefteås stadskärna uppgick till 1,9 miljarder kronor år 2016, vilket motsvarar en ökning med 1,5 procent jämfört med 2015. Omsättningen i detaljhandeln var drygt 1,2 miljarder kronor, en minskning med 1,4 procent. Detta förklaras delvis på den ökade regionala konkurrens som etableringarna av IKEA och Avion i Umeå medfört men också på grund av butiksnedläggningar i den ökade konkurrensens kölvatten. Övrig kommersiell service omsatte 640 miljoner kronor, en ökning med 7,6 procent. Antalet butiker uppgick till 228 och antalet anställda var 1 158 personer.

Sundsvalls centrum



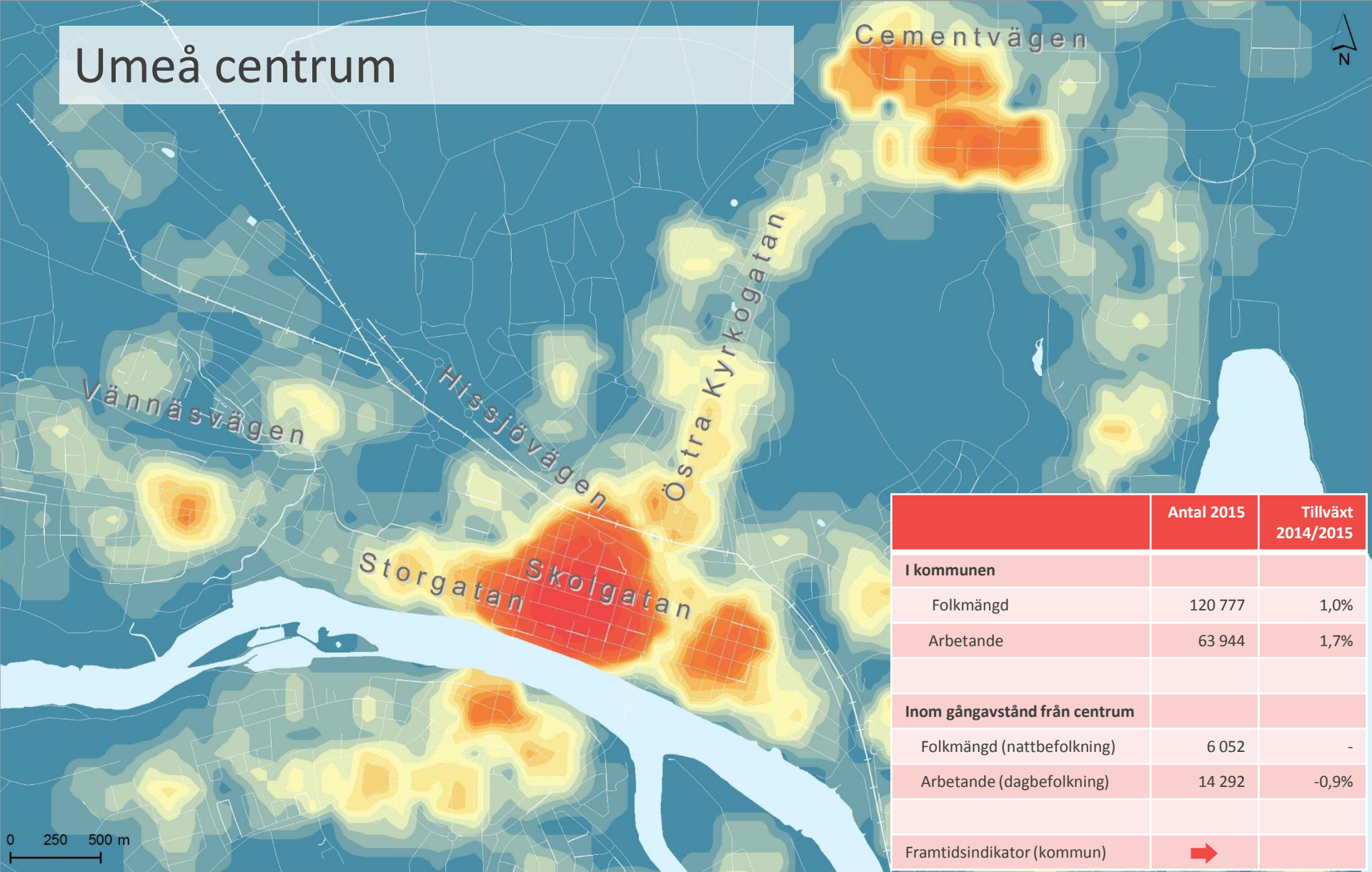
	Antal 2015	Tillväxt 2014/2015
I kommunen		
Folkmängd	97 633	0,3%
Arbetande	50 792	1,6%
Inom gångavstånd från centrum		
Folkmängd (nattbefolkning)	5 318	-
Arbetande (dagbefolkning)	15 325	-0,3%
Framtidsindikator (kommun)	↓	

Sundsvalls centrum

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	302	1 562	-72	-	2 236	0,0%
Detaljhandel	114	549	-66	14%	1 217	-0,8%
Dagligvaror	32	132	-28	10%	339	-0,9%
Sällanköpsvaror	82	417	-38	17%	878	-0,8%
Beklädnad	38	169	-20	36%	326	1,6%
Hem- & fritidsvaror	44	248	-18	13%	552	-2,1%
Övrig kommersiell service	188	1 013	-6	-	1 019	1,0%
Hotell & restaurang	80	792	-4	50%	804	1,4%
Hotell	7	215	0	56%	268	7,6%
Restaurang	73	577	-4	47%	536	-1,5%
Annan service	108	221	-2	-	215	-0,5%
Hud, skönhet och kroppsvård	84	105	-1	-	119	2,6%
Kulturinstitutioner	1	-	-	-	-	-
Rese & turism	7	70	6	-	36	-2,7%
Övrig konsumentservice	16	45	-7	-	59	-4,8%

Handel och kommersiell service i Sundsvalls stadskärna omsatte 2 236 miljoner kronor år 2016, vilket innebär en nollutveckling jämfört med 2015. Detaljhandeln omsatte drygt 1,2 miljarder kronor och backade, till följd av beslut om butiksnedläggningar i sällanköpsvaruhandeln, svagt med 0,8 procent. Övrig kommersiell service ökade med 1 procent, främst beroende på en gynnsam utveckling i hotellnäringarna, och nådde en omsättning på just över 1 miljard kronor.

Umeå centrum



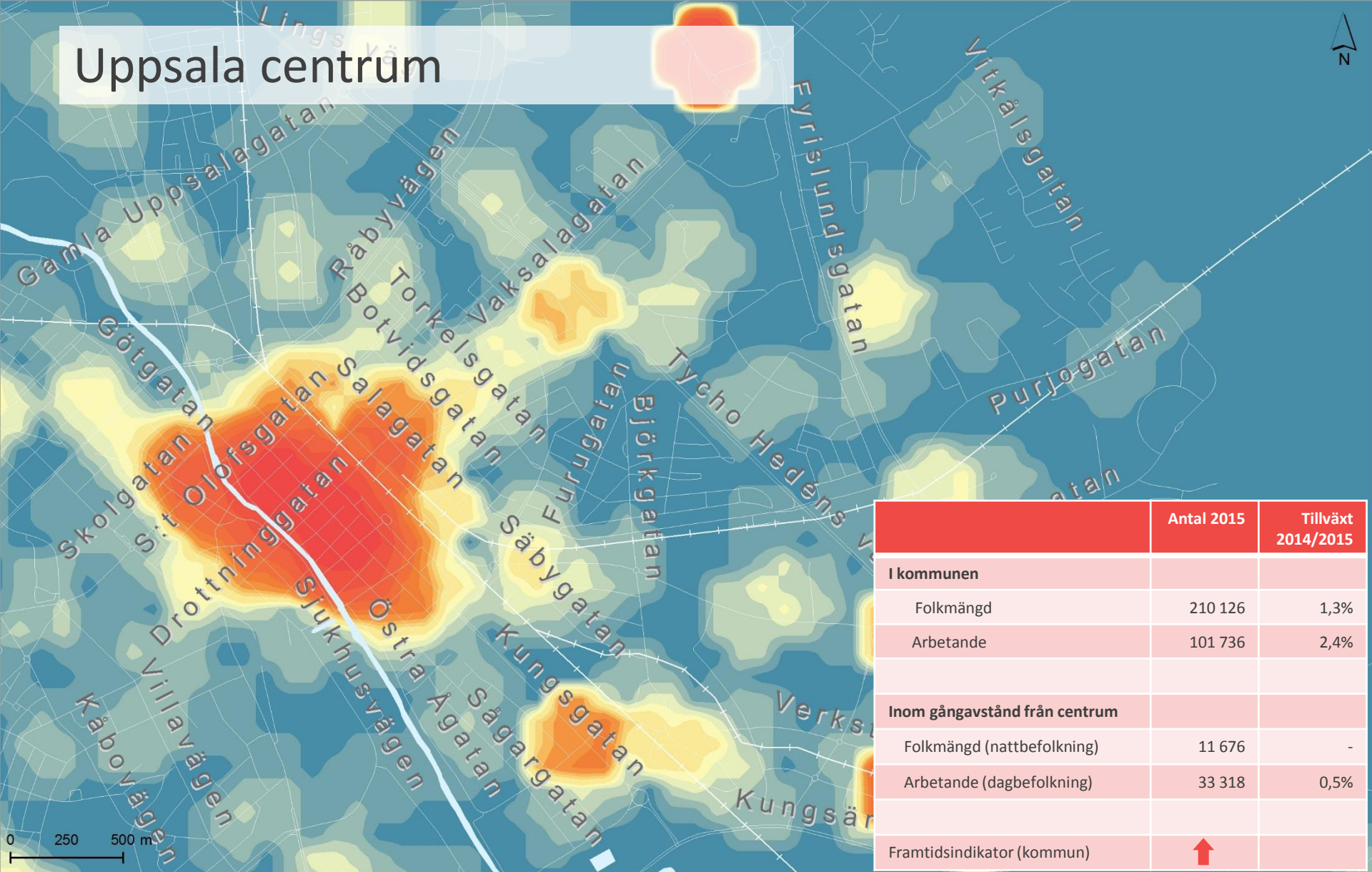
	Antal 2015	Tillväxt 2014/2015
I kommunen		
Folkmängd	120 777	1,0%
Arbetande	63 944	1,7%
Inom gångavstånd från centrum		
Folkmängd (nattbefolkning)	6 052	-
Arbetande (dagbefolkning)	14 292	-0,9%
Framtidsindikator (kommun)	➔	

Umeå centrum

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	364	2 675	75	-	3 510	3,6%
Detaljhandel	182	1 005	6	21%	1 997	2,3%
Dagligvaror	41	263	14	14%	597	0,7%
Sällanköpsvaror	142	742	-8	27%	1 400	2,9%
Beklädnad	69	363	3	59%	644	3,0%
Hem- & fritidsvaror	73	379	-11	18%	756	2,9%
Övrig kommersiell service	182	1 670	69	-	1 513	5,5%
Hotell & restaurang	86	1 124	31	50%	1 110	4,6%
Hotell	9	160	5	68%	370	8,5%
Restaurang	77	964	26	45%	740	2,8%
Annan service	96	546	38	-	403	8,0%
Hud, skönhet och kroppsvård	73	202	19	-	189	6,2%
Kulturinstitutioner	4	123	11	-	58	7,4%
Rese & turism	6	63	5	-	107	16,3%
Övrig konsumentservice	13	158	3	-	49	0,0%

Handel och kommersiell service i Umeå stadskärna omsatte drygt 3,5 miljarder kronor år 2016, vilket innebär en ökning med 3,6 procent jämfört med 2015. Detaljhandeln omsatte knappt 2 miljarder kronor, en ökning med 2,3 procent. Trots ökad lokal konkurrens till följd av IKEA och Avion har alltså stadskärnan klarat sig bra under året. Butiksnedläggningar har under året ersatts av nyetableringar. Övrig kommersiell service omsatte 1,5 miljarder kronor, en ökning med 5,5 procent. Samtliga branscher inom både handel och kommersiell service ökade omsättningen 2015-2016. Det totala antalet butiker i stadskärnan var 364 och antalet anställda var 2 675 personer.

Uppsala centrum



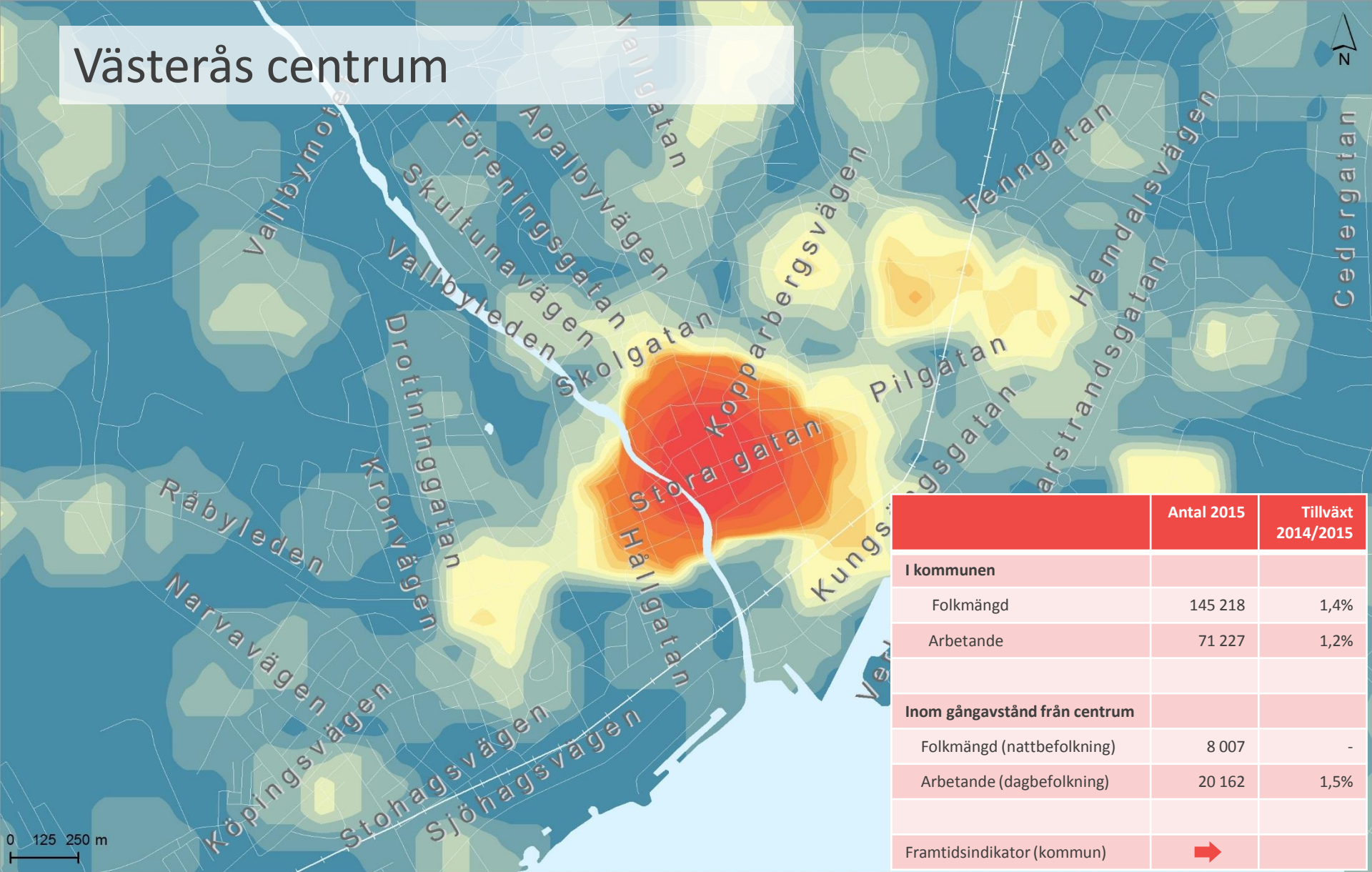
	Antal 2015	Tillväxt 2014/2015
I kommunen		
Folkmängd	210 126	1,3%
Arbetande	101 736	2,4%
Inom gångavstånd från centrum		
Folkmängd (nattbefolkning)	11 676	-
Arbetande (dagbefolkning)	33 318	0,5%
Framtidsindikator (kommun)	↑	

Uppsala centrum

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	658	3 706	186	-	5 333	6,0%
Detaljhandel	278	1 479	-10	21%	3 275	2,9%
Dagligvaror	63	342	35	14%	983	6,2%
Sällanköpsvaror	215	1 137	-45	28%	2 292	1,5%
Beklädnad	88	565	-1	60%	1 026	2,0%
Hem - & fritidsvaror	127	572	-44	20%	1 266	1,1%
Övrig kommersiell service	380	2 227	196	-	2 058	11,4%
Hotell & restaurang	163	1 640	217	47%	1 523	13,4%
Hotell	13	350	27	61%	409	12,7%
Restaurang	150	1 290	190	43%	1 114	13,7%
Annan service	217	587	-21	-	535	5,9%
Hud, skönhet och kroppsvård	162	206	32	-	270	16,4%
Kulturinstitutioner	8	220	10	-	144	-0,7%
Rese & turism	21	80	-10	-	74	29,8%
Övrig konsumentsservice	26	81	-53	-	47	-33,8%

Handel och kommersiell service i Uppsalas stadskärna hade en stark utveckling 2015-2016. Detaljhandeln ökade med 2,9 procent och Övrig kommersiell service ökade med 11,4 procent. Ökad konkurrens från externhandelsområdet Gränby har under året bidragit till omlokaliseringar och butiksnedläggningar i stadskärnan varför sällanköpsvaruhandeln har en svag utveckling. Dagligvaruhandeln utvecklas fortsatt starkt. Den totala omsättningen i stadskärnan var 5,3 miljarder kronor varav knappt 3,3 miljarder i detaljhandeln och knappt 2,1 miljarder kronor i övrig kommersiell service. Antalet butiker var 658 och antalet anställda var 3 706 personer.

Västerås centrum



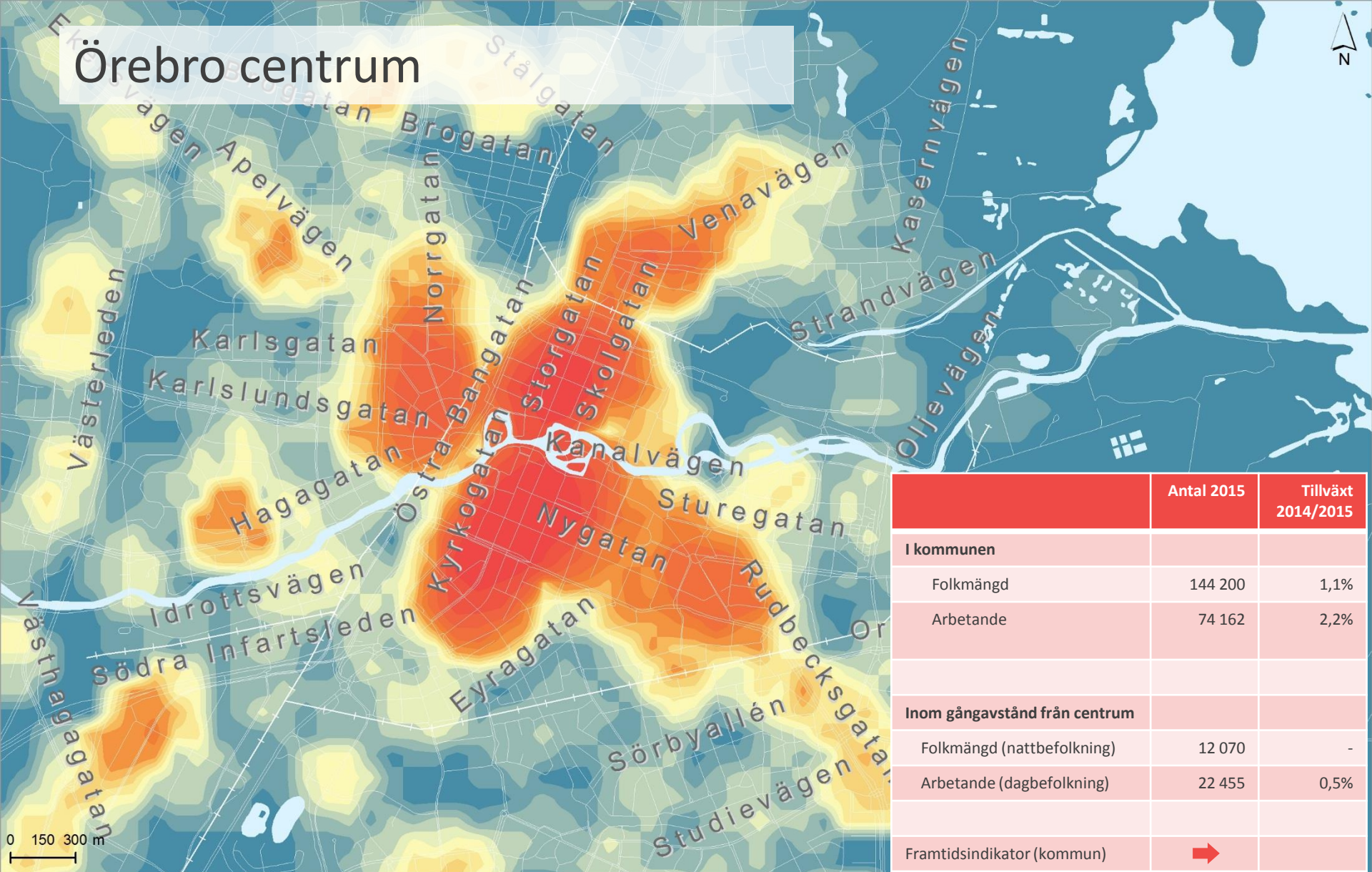
	Antal 2015	Tillväxt 2014/2015
I kommunen		
Folkmängd	145 218	1,4%
Arbetande	71 227	1,2%
Inom gångavstånd från centrum		
Folkmängd (nattbefolkning)	8 007	-
Arbetande (dagbefolkning)	20 162	1,5%
Framtidsindikator (kommun)	➔	

Västerås centrum

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	400	2 149	-4	-	3 185	1,7%
Detaljhandel	178	922	-26	16%	1 967	-0,6%
Dagligvaror	42	243	6	12%	631	4,8%
Sällanköpsvaror	142	679	-32	19%	1 336	-3,0%
Beklädnad	68	337	-15	46%	610	-5,0%
Hem- & fritidsvaror	74	342	-17	13%	726	-1,2%
Övrig kommersiell service	222	1 227	22	-	1 218	5,5%
Hotell & restaurang	90	861	33	42%	813	5,0%
Hotell	7	105	-2	33%	126	9,6%
Restaurang	83	756	35	44%	687	4,2%
Annan service	132	366	-11	-	405	6,6%
Hud, skönhet och kroppsvård	97	156	-24	-	180	-0,6%
Kulturinstitutioner	3	106	16	-	57	111,1%
Rese & turism	9	42	0	-	101	-14,4%
Övrig konsumentservice	23	62	-3	-	67	24,1%

Omsättningen för handel och kommersiell service i Västerås stads kärna uppgick till knappt 3,2 miljarder kronor år 2016. Omsättningen i detaljhandeln var knappt 2 miljarder kronor och omsättningen i övrig kommersiell service var drygt 1,2 miljarder kronor. Handeln backade svagt med 0,6 procent medan övrig kommersiell service ökade med 5,5 procent. Det fanns 400 butiker i Västerås stads kärna 2016. Antalet anställda var 2 149 personer.

Örebro centrum



	Antal 2015	Tillväxt 2014/2015
I kommunen		
Folkmängd	144 200	1,1%
Arbetande	74 162	2,2%
Inom gångavstånd från centrum		
Folkmängd (nattbefolkning)	12 070	-
Arbetande (dagbefolkning)	22 455	0,5%
Framtidsindikator (kommun)	➡	

Örebro centrum

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda 2015/16	Marknadsandel 2016	Omsättning 2016	Utveckling 2015/16
Totalt	576	2 716	70	-	3 853	3,8%
Detaljhandel	237	1 026	-27	19%	2 255	0,8%
Dagligvaror	64	303	6	15%	755	0,7%
Sällanköpsvaror	173	723	-33	21%	1 500	0,8%
Beklädnad	69	297	-9	41%	605	0,5%
Hem- & fritidsvaror	104	426	-24	16%	895	1,0%
Övrig kommersiell service	339	1 690	97	-	1 598	8,4%
Hotell & restaurang	151	1 323	89	54%	1 333	11,8%
Hotell	11	285	10	68%	416	16,2%
Restaurang	140	1 038	79	49%	917	10,0%
Annan service	188	367	8	-	265	-6,0%
Hud, skönhet och kroppsvård	150	115	4	-	155	7,6%
Kulturinstitutioner	6	138	2	-	16	0,0%
Rese & turism	6	57	-2	-	58	-3,3%
Övrig konsumentservice	26	57	4	-	36	-41,9%

Omsättningen i Örebros stadskärna ökade med 3,8 procent 2015-2016. Detaljhandeln ökade, trots att renoveringen av Krämarren färdigställdes under 2016, med blygsamma 0,8 procent. Övrig kommersiell service hade en ökning på hela 11,8 procent beroende på en stark utveckling i branscherna hotell, en ökning med 16,2 procent, och restaurang som ökade med 10,0 procent. Omsättningen i stadskärnan uppgick till knappt 3,9 miljarder kronor varav knappt 2,3 miljarder kronor i detaljhandeln och knappt 1,6 miljarder kronor i övrig kommersiell service.

Bilagor

Antal arbetsställen i stadskärnorna 2010-2016

Antal butiker i dagligvaruhandeln

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Borlänge			19	17	17	16	16
Eskilstuna	31	35	31	28	27	26	34
Skellefteå	21	22	22	21	19	21	22
Sundsvall	27	31	30	30	31	32	32
Umeå	45	43	40	41	40	41	41
Uppsala	62	62	57	57	59	62	63
Västerås	46	45	46	47	46	42	42
Örebro	67	68	69	64	58	62	64
Region Mittnord	299	306	314	305	297	302	314

Antal butiker i sällanköpsvaruhandeln

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Borlänge			31	31	31	28	28
Eskilstuna	115	109	112	102	104	98	94
Skellefteå	99	100	105	98	95	89	89
Sundsvall	118	108	106	102	99	85	82
Umeå	133	129	139	143	138	144	142
Uppsala	241	243	223	226	218	226	215
Västerås	159	165	166	157	149	144	142
Örebro	217	213	232	214	195	185	173
Region Mittnord	1 082	1 067	1 114	1 073	1 029	999	965

Antal butiker i hotell och vandrarhem

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Borlänge			4	6	5	5	5
Eskilstuna	2	2	3	3	4	5	5
Skellefteå	5	5	5	5	5	5	5
Sundsvall	10	10	10	8	7	7	7
Umeå	15	14	15	15	12	9	9
Uppsala	12	11	11	11	11	13	13
Västerås	4	5	6	6	6	7	7
Örebro	11	14	13	13	12	11	11
Region Mittnord	59	61	67	67	62	62	62

Antal butiker i café och restaurang

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Borlänge			25	27	30	29	30
Eskilstuna	50	44	68	64	75	67	66
Skellefteå	34	34	40	36	37	37	41
Sundsvall	59	65	68	63	64	74	73
Umeå	61	58	65	69	65	73	77
Uppsala	122	127	131	136	133	144	150
Västerås	61	55	69	72	88	83	83
Örebro	103	107	116	126	133	139	140
Region Mittnord	490	490	582	593	625	646	660

Antal arbetsställen i stadskärnorna 2012-2016

Antal butiker i övrig service

	2012	2013	2014	2015	2016
Borlänge	44	44	48	44	43
Eskilstuna	117	118	122	123	119
Skellefteå	71	63	62	71	71
Sundsvall	97	101	98	111	108
Umeå	117	115	84	97	96
Uppsala	205	205	180	228	217
Västerås	112	110	120	133	132
Örebro	197	202	200	200	188
Region Mittnord	960	958	914	1 007	974

Stadskärnornas omsättning 2010-2016

Omsättning (mkr) i dagligvaruhandeln

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Borlänge			175	160	159	164	163
Eskilstuna	355	304	264	275	271	275	294
Skellefteå	313	321	348	366	409	400	390
Sundsvall	323	333	324	334	346	342	339
Umeå	501	520	522	554	561	593	597
Uppsala	831	841	816	885	905	926	983
Västerås	475	510	560	548	581	602	631
Örebro	673	668	714	735	739	750	755
Region Mittnord	3 471	3 497	3 723	3 857	3 971	4 052	4 152

Omsättning (mkr) i sällanköpsvaruhandeln

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Borlänge			196	197	194	192	173
Eskilstuna	909	916	870	807	805	811	769
Skellefteå	912	914	883	859	838	856	848
Sundsvall	923	927	909	920	893	885	878
Umeå	1 323	1 313	1 299	1 304	1 313	1 360	1 400
Uppsala	2 298	2 242	2 201	2 163	2 258	2 258	2 292
Västerås	1 679	1 642	1 640	1 459	1 377	1 377	1 336
Örebro	1 566	1 556	1 580	1 538	1 519	1 488	1 500
Region Mittnord	9 610	9 510	9 578	9 247	9 197	9 227	9 196

Omsättning (mkr) i hotell och vandrarhem

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Borlänge			107	101	107	113	118
Eskilstuna	95	87	96	128	140	170	175
Skellefteå	95	105	111	108	117	115	126
Sundsvall	211	235	240	230	232	249	268
Umeå	251	269	268	304	312	341	370
Uppsala	329	321	333	345	363	363	409
Västerås	114	110	119	121	115	115	126
Örebro	257	269	294	298	313	358	416
Region Mittnord	1 352	1 396	1 568	1 635	1 699	1 824	2 008

Omsättning (mkr) i café och restaurang

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Borlänge			101	133	156	153	154
Eskilstuna	315	368	327	320	335	356	347
Skellefteå	254	251	242	235	256	270	305
Sundsvall	480	466	502	536	553	544	536
Umeå	524	533	591	625	657	720	740
Uppsala	854	843	908	947	980	980	1114
Västerås	486	533	593	619	659	659	687
Örebro	553	562	661	699	799	834	917
Region Mittnord	3 466	3 556	3 925	4 114	4 395	4 516	4 800

Stadskärnornas omsättning 2012-2016

Omsättning (mkr) i övrig service

	2012	2013	2014	2015	2016
Borlänge	99	109	105	112	116
Eskilstuna	161	173	171	185	187
Skellefteå	198	206	209	209	209
Sundsvall	199	214	215	215	215
Umeå	389	370	373	373	403
Uppsala	534	491	505	505	535
Västerås	395	389	380	380	405
Örebro	230	244	238	282	265
Region Mittnord	2 205	2 196	2 196	2 261	2 335

Stadskärnornas marknadsandel 2010-2016

Marknadsandel (%) i dagligvaruhandeln

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Borlänge			10%	9%	9%	9%	9%
Eskilstuna	13%	11%	9%	9%	9%	9%	9%
Skellefteå	14%	14%	15%	16%	17%	16%	16%
Sundsvall	11%	11%	10%	11%	11%	11%	10%
Umeå	13%	14%	14%	14%	14%	15%	14%
Uppsala	14%	14%	13%	14%	14%	13%	14%
Västerås	11%	11%	11%	11%	11%	11%	12%
Örebro	17%	17%	17%	17%	17%	16%	15%
Region Mittnord	12%	12%	13%	13%	13%	13%	13%

Marknadsandel (%) i sällanköpsvaruhandeln

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Borlänge			9%	8%	7%	6%	6%
Eskilstuna	32%	32%	31%	29%	27%	27%	25%
Skellefteå	48%	47%	46%	45%	43%	43%	43%
Sundsvall	19%	19%	19%	20%	19%	18%	17%
Umeå	33%	34%	33%	32%	32%	31%	27%
Uppsala	33%	32%	31%	30%	30%	28%	28%
Västerås	29%	27%	25%	23%	21%	20%	19%
Örebro	25%	25%	25%	24%	23%	21%	21%
Region Mittnord	28%	27%	27%	26%	25%	24%	23%

Marknadsandel (%) i hotell/vandrarhem

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Borlänge			68%	69%	71%	58%	60%
Eskilstuna	63%	48%	55%	59%	51%	55%	54%
Skellefteå	78%	66%	65%	55%	46%	48%	55%
Sundsvall	58%	63%	63%	58%	57%	56%	56%
Umeå	64%	72%	70%	72%	65%	68%	68%
Uppsala	64%	66%	66%	63%	64%	55%	61%
Västerås	32%	32%	36%	35%	34%	32%	33%
Örebro	68%	66%	72%	73%	70%	70%	68%
Region Mittnord	59%	60%	63%	61%	58%	57%	58%

Marknadsandel (%) i café och restaurang

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Borlänge			20%	26%	29%	29%	29%
Eskilstuna	51%	57%	48%	46%	44%	42%	40%
Skellefteå	60%	58%	54%	49%	52%	53%	51%
Sundsvall	48%	43%	45%	47%	51%	51%	47%
Umeå	48%	45%	50%	49%	48%	53%	45%
Uppsala	49%	46%	46%	45%	44%	41%	43%
Västerås	44%	45%	48%	46%	47%	45%	44%
Örebro	42%	40%	46%	47%	52%	49%	49%
Region Mittnord	48%	46%	46%	46%	47%	46%	44%

Region Stockholm

Stockholms län

Regional konjunktur med lokala variationer

Tillväxten i dagligvaruhandeln har på lång sikt varierat mellan 2 och 6 procent i riket. Efter en inledande nedgång i början av 2000-talet skedde en snabb återhämtning 2004-2006 varefter tillväxten stagnerade på en hög nivå under några år. I samband med den internationella lågkonjunkturen omkring 2009-2010 sjönk tillväxttakten i riket snabbt för att under de senaste åren fluktuerat. Under 2015/2016 ökade dagligvaruhandeln i riket med 2,5 procent.

Region Stockholm följer i huvudsak utvecklingen i riket men med kraftigare fluktuationer. Under 2015/2016 ökade dagligvaruhandeln i region Stockholm med 3,1 procent vilket var över genomsnittet för riket. I såväl Stockholm som Södertälje kommun har tillväxten legat omkring 3 procent.

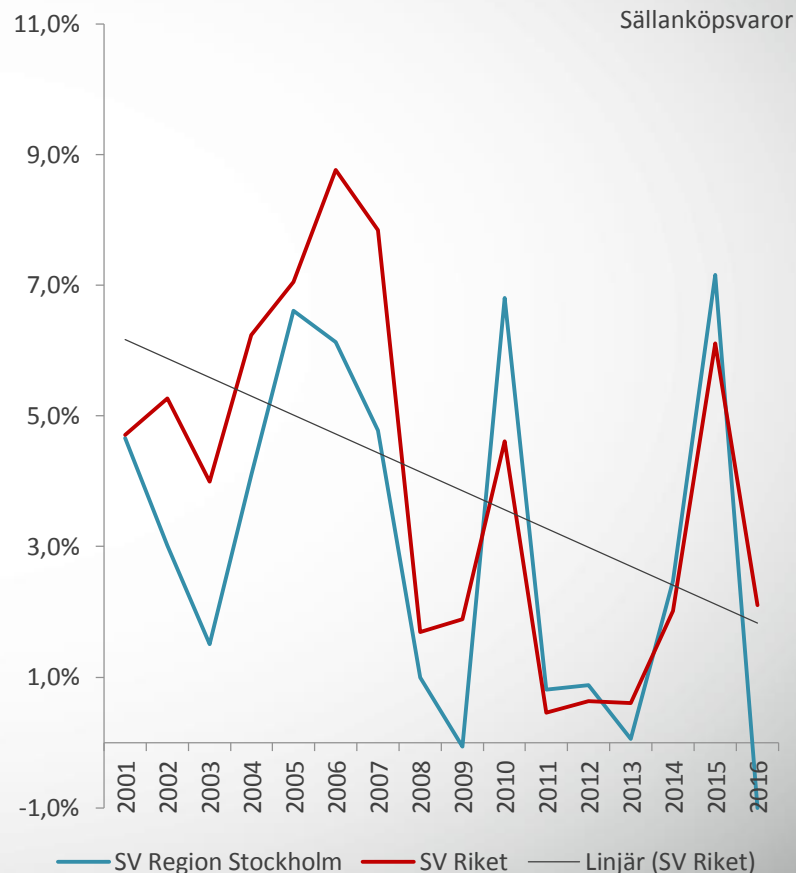
Inom sällanköpsvaruhandeln har tillväxten mellan åren 2000 - 2016 varierat mellan 1 och 9 procent. Före IT-kraschen låg tillväxten på omkring 5 procent. Efter en svag nedgång i tillväxttakten har den sedan kontinuerligt ökat fram till 2006. En följd av detta var en kraftig expansion av den fysiska handeln, en stegring av hyresnivåerna och minskad vakansgrad. I samband med lågkonjunkturen 2008/2009 föll tillväxttakten i sällanköpsvaruhandeln snabbt. Efter 2010 har detaljhandeln haft en svag men ändå stabil tillväxttakt som har ökat under de senaste åren. En av förklaringarna kan hänföras till en trasslig konjunktur men även en allt starkare konkurrens från den växande e-handeln som påverkar utvecklingen i den fysiska handeln.

Fram till 2010 följde utvecklingen i region Stockholm utvecklingen i riket om än på en lägre nivå. Därefter har tillväxten i sällanköpsvaruhandeln i huvudsak legat i linje med genomsnittet för riket. Under 2015/16 backade sällanköpsvaruhandeln i region Stockholm med 1,0 procent vilket var under genomsnittet för riket. Framförallt berodde nedgången på en ökad konkurrenssituation för handeln i Stockholms kommun men också på att stadskärnan genomgår flera stora ombyggnadsprojekt vilka påverkar tillgängligheten negativt.

Försäljningsindex visar köpströmmar över kommungränser och är en indikator på den samlade attraktiviteten hos detaljhandeln i en kommun. Inom dagligvaruhandeln har försäljningsindex varit relativt stabilt. Inom sällanköpsvaruhandeln framgår att attraktiviteten har minskat i både Stockholms och Södertälje kommun till följd av en ökad regional konkurrens från bland annat Mall of Scandinavia och Kungens Kurva.

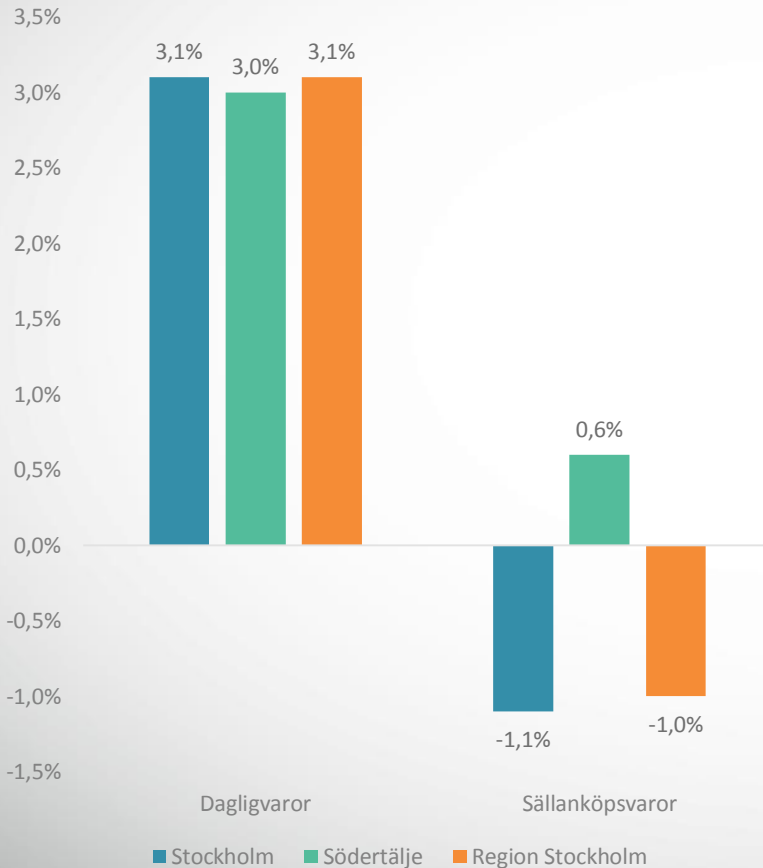
Regional konjunktur följer riket

Omsättningsutveckling inom detaljhandeln i region Stockholm och Sverige 2000-2016



...lokala variationer och regional styrka

Omsättningsutveckling på kommunnivå och försäljningsindex i region Stockholm 2015/2016



Försäljningsindex: dagligvaruhandeln

	2014	2015
Stockholm	103	103
Södertälje	86	85

Försäljningsindex: Sällanköpsvaruhandeln

	2015	2016
Stockholm	128	122
Södertälje	75	73

Stadskärnornas marknadsandel och omsättningsutveckling

Marknadsandel (%) och omsättningsutveckling i region Stockholm 2015-2016, procent

Med marknadsandel avses hur stark stadskärnan är i förhållande till den totala detaljhandeln i samma kommun. Marknadsandelen kan således sägas vara ett mått på stadskärnans attraktivitet eller styrka.

Dagligvaruhandeln i stadskärnorna utgörs ofta av småskaliga koncept med en kompletterande funktion för konsumenterna. Bland citykoncepten märks ofta när- och servicebutiker, specialiserade livsmedelsbutiker, mindre supermarkets samt apotek och Systembolag. Andra butiker utgörs av blomsterhandlare, tobaks- och tidningskiosker samt hälsokost och/eller parfymbutiker. För region Stockholm som helhet står stadskärnorna för 12 procent av kommunernas omsättning i dagligvaruhandeln. Stadskärnans marknadsandel var något högre i Stockholms city (13%) än i Södertälje (11%).

Inom sällanköpsvaruhandeln har stadskärnornas marknadsandel ökat under året. Stockholms city hade, trots en starkt ökad regional konkurrens, en marknadsandel på 44 procent medan Södertälje centrum hade en marknadsandel på 37 procent. I sina respektive kommuner har alltså stadskärnorna en stark position.

I hotell och restaurangnäringen är det på grund av sekretess omöjligt att säga något om respektive bransch marknadsandel i Södertälje. Stockholms city tappar marknadsandelar i bägge branscherna varför marknadsandelen år 2016 uppgick till 49 respektive 27 procent i hotell-

och restaurangnäringen. Anledningen till detta är att konkurrensen från andra delar av Stockholms innerstad (främst malmarna) har ökat och att cityområdet kännetecknas av tillgänglighetsproblematik och stora ombyggnadsprojekt..

Anledningen till att de svagt förändrade marknadsandelarna är givetvis stadskärnornas omsättningsutveckling. Dagligvaruhandeln i de ingående stadskärnorna ökade med 1,9 procent vilket var under genomsnittet för riket. Det finns dock skillnader mellan städerna så till vida att Södertälje ökade med 4,9 procent och Stockholms city med 1,7 procent. Anledningen till den goda utvecklingen i Södertälje var att befintliga butiker lyckades tillgodogöra sig marknadstillväxten på ett bra sätt.

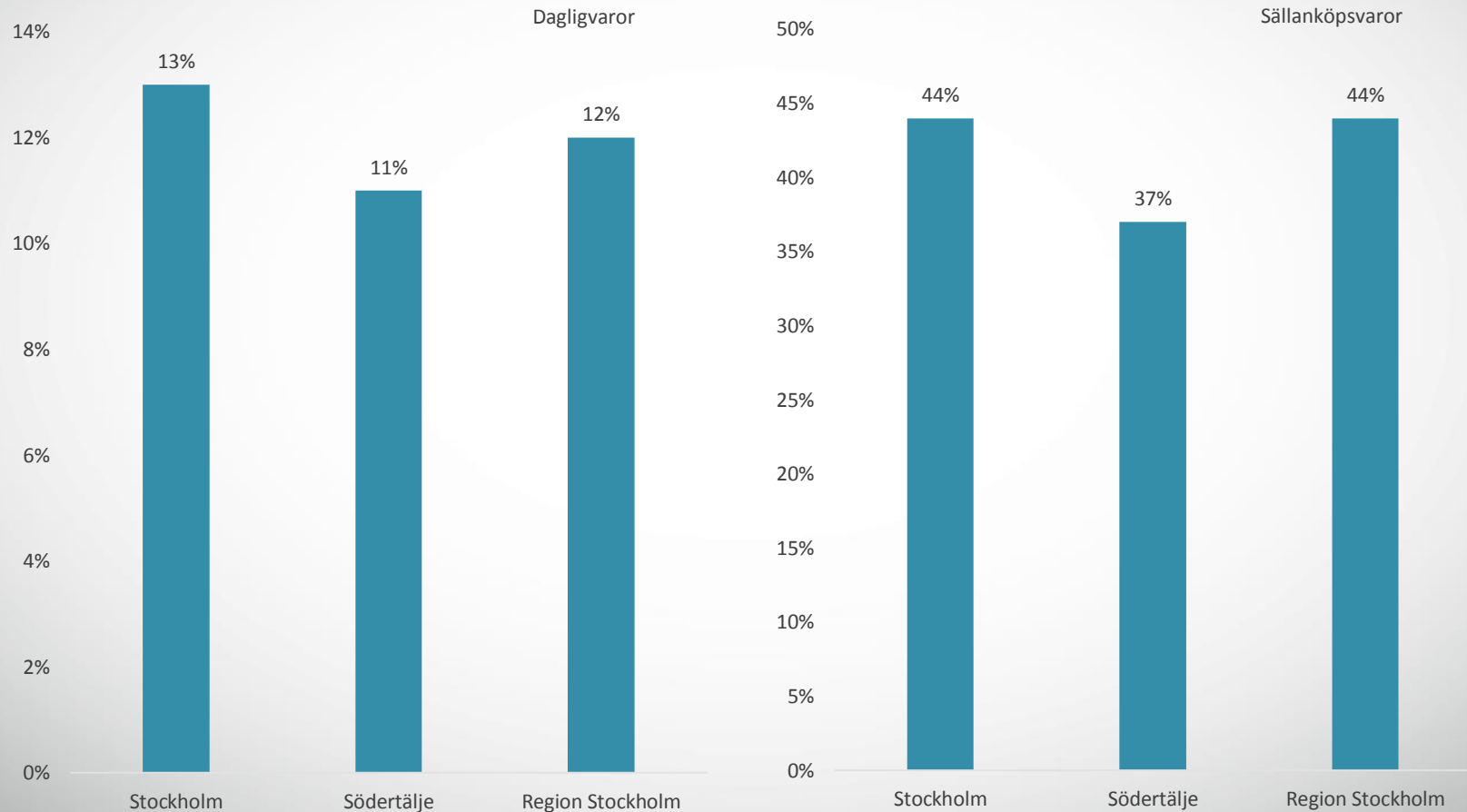
I sällanköpsvaruhandeln var utvecklingen 6,3 procent i Södertälje och 1,6 procent i Stockholm. I Södertälje var det relativt turbulent under året med så väl nyetableringar som butiksnedläggningar. Den starka utvecklingen förklaras dock av nyetablerade kedjebutiker inom hem- och fritidsvaruhandeln samt en allmänt god utveckling i beklädnadshandeln.

Hotellnäringen i Stockholm backade med 0,7 procent och restaurangnäringen ökade med 5,0 procent. I Södertälje ökade hotell och restaurang sammanslaget med 4,2 procent.

Huvudbranschen annan service består av bland annat frisörer, hud-, kropps- och friskvård, biografer, muséer, reparationsverkstäder mm. Antalet arbetsställen är många men deras betydelse för stadskärnornas tillväxt begränsad då omsättningen per företag som regel är låg. Diagrammet visar att tillväxten var 3,9 procent i Stockholm och 2,3 procent i Södertälje

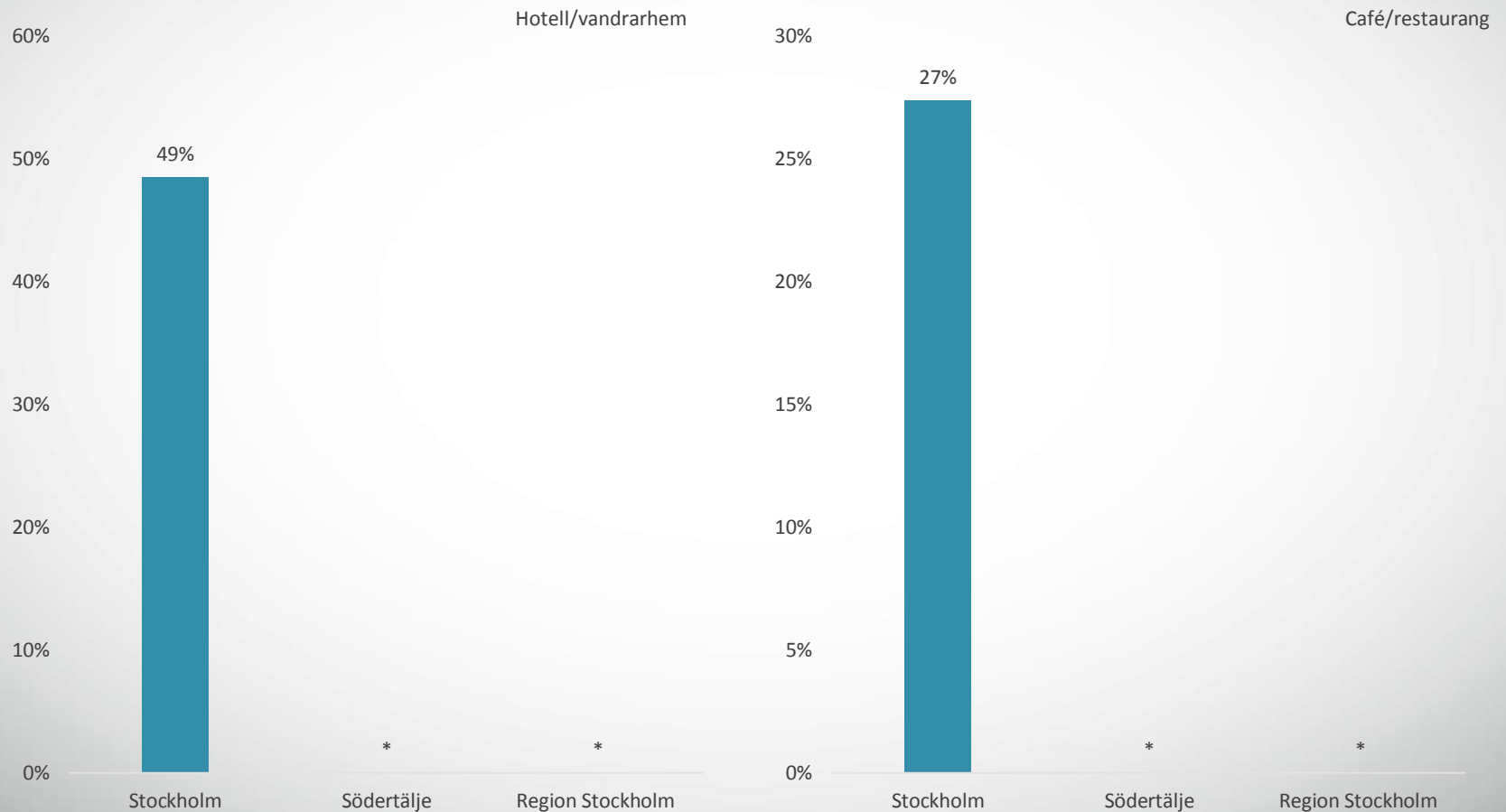
Stadskärnornas marknadsandel

Stadskärnornas andel av total omsättning i aktuell kommun 2016



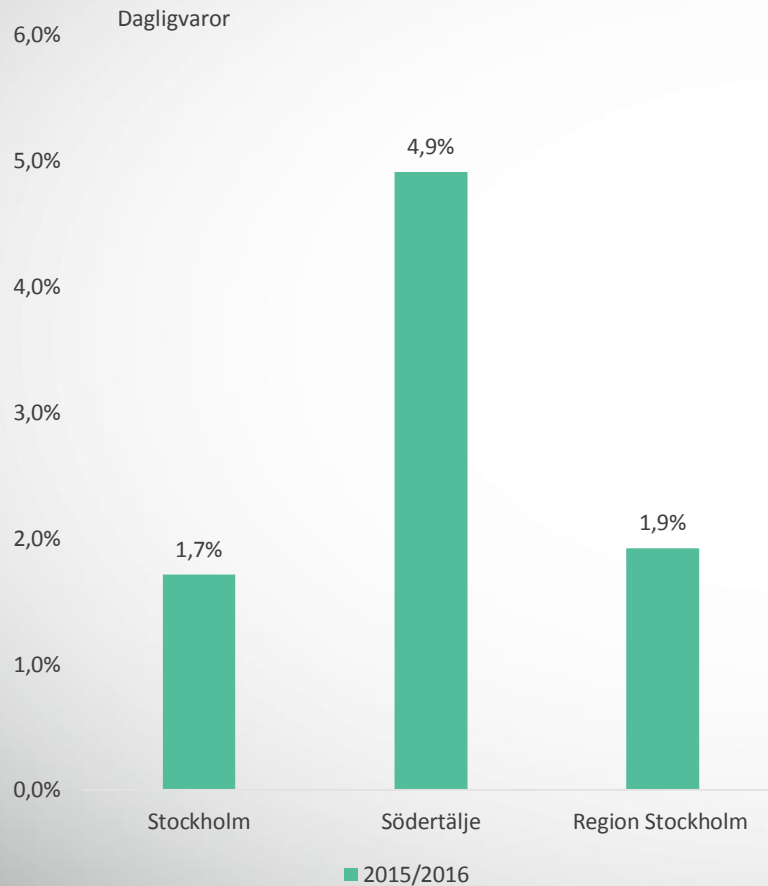
Stadskärnornas marknadsandel

Stadskärnornas andel av total omsättning i aktuell kommun 2016



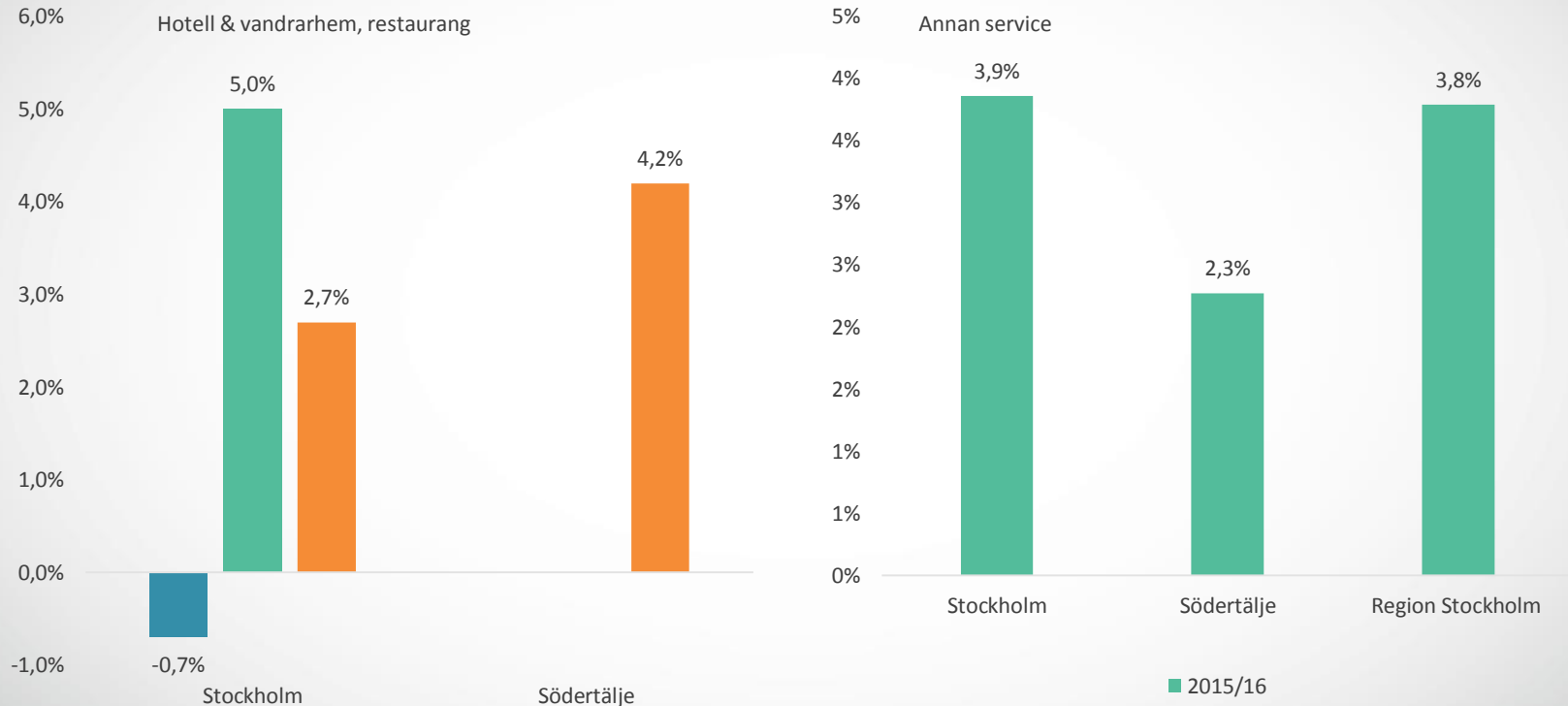
Stadskärnornas utveckling

Omsättningsutveckling i detaljhandeln i region Stockholm 2015-2016, procent



Stadskärnornas utveckling

Omsättningsutveckling i hotell, restaurang och annan service i region Stockholm 2015-2016, procent

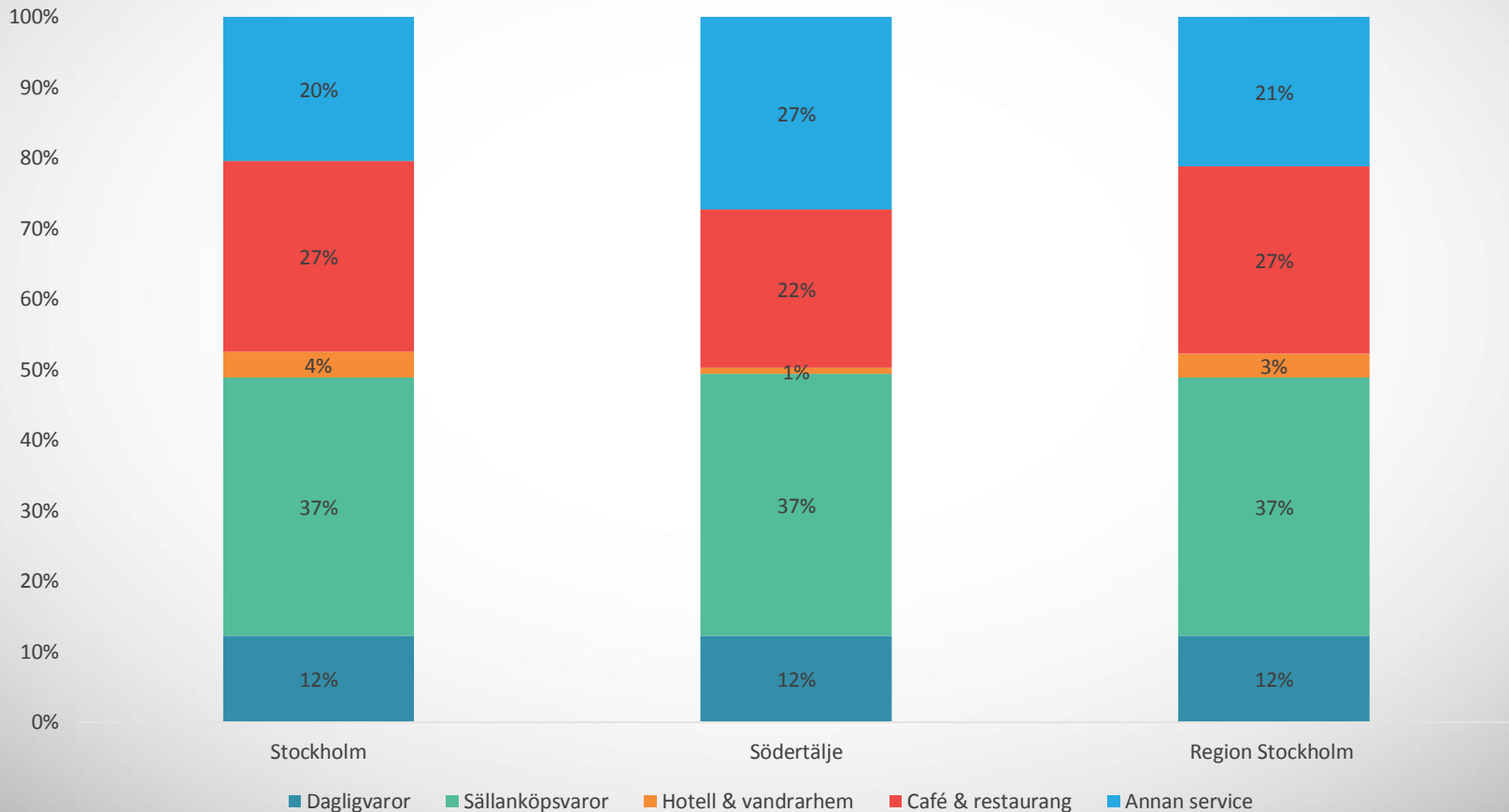


■ Hotell & vandrarhem ■ Restaurang ■ Hotell, vandrarhem och restaurang

Anmärkning: På grund av sekretess redovisas hotell och restaurang i Södertälje på aggregerad nivå.

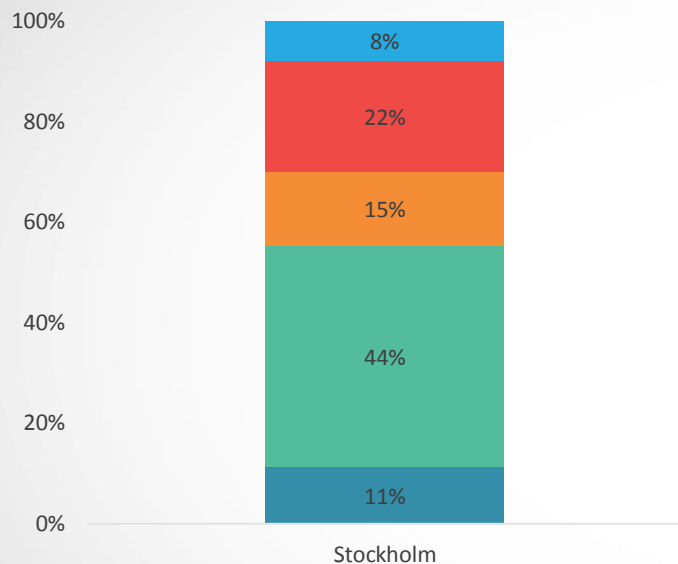
Branschstruktur i stadskärnor i region Stockholm 2016

Huvudbranschers andel av totalt antal arbetsställen/butiker i stadskärnor

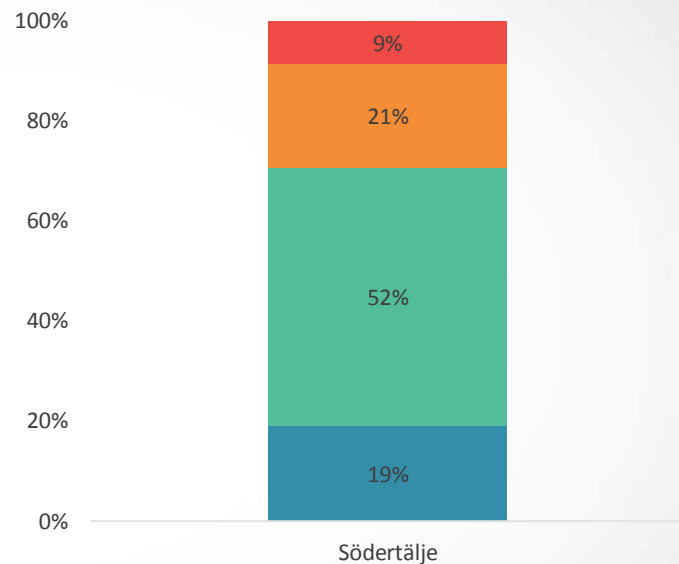


Branschstruktur i stadskärnor i region Stockholm 2016

Huvudbranschers andel av stadskärnors totalomsättning



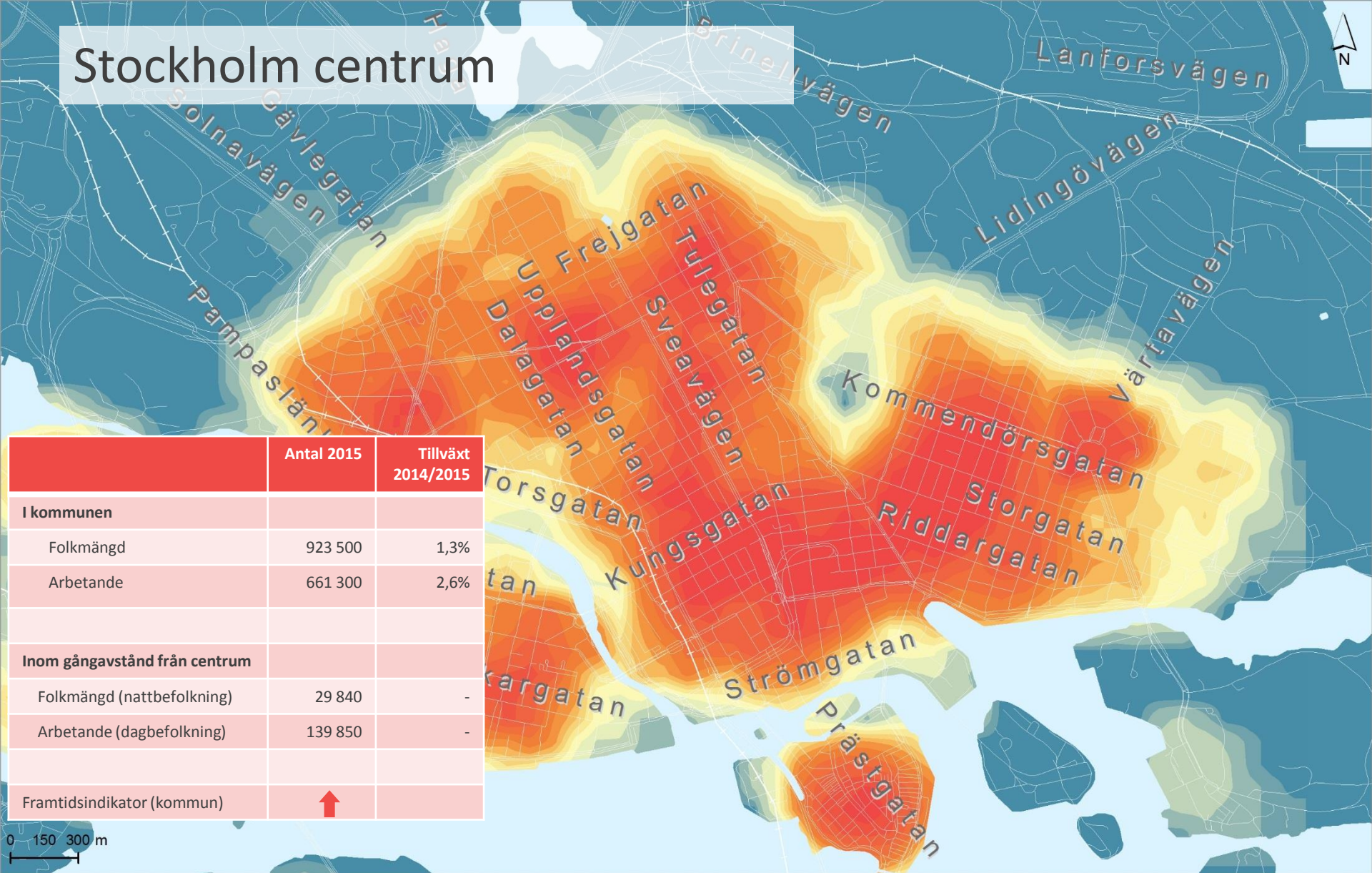
■ Dagligvaror ■ Sällanköpsvaror
 ■ Hotell & vandrarhem ■ Café & restaurang
 ■ Annan service



■ Dagligvaror ■ Sällanköpsvaror
 ■ Hotell & restaurang ■ Annan service

Anmärkning: På grund av sekretess redovisas hotell & vandrarhem och restaurang i Södertälje på aggregerad nivå.

Stockholm centrum

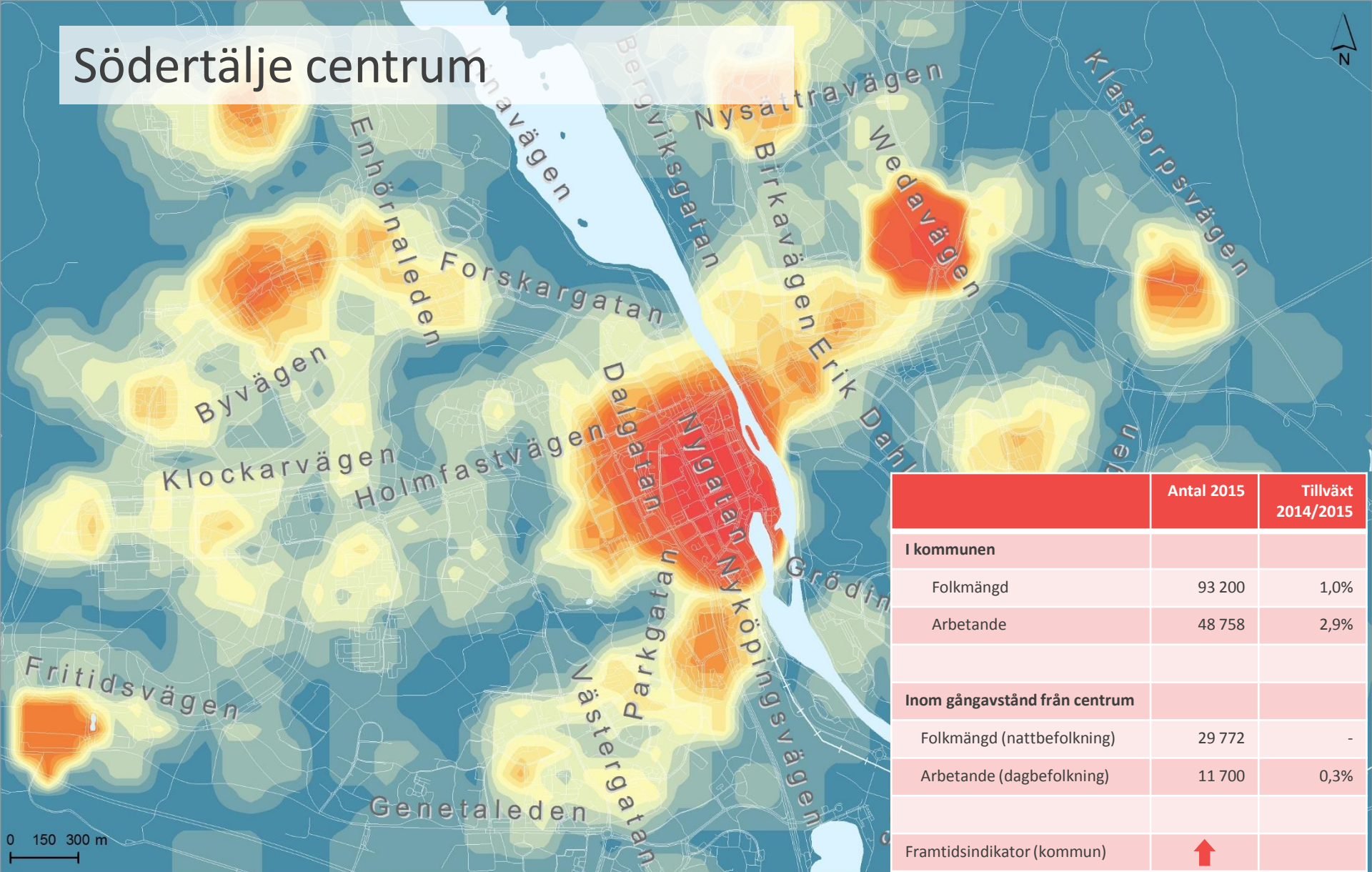


Stockholm centrum

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda	Marknadsandel	Omsättning	Utveckling
Totalt	1 943	23 098	348	-	36 751	2,2%
Detaljhandel	949	8 425	-198	29%	20 324	1,7%
Dagligvaror	238	1 806	-204	13%	4 162	1,7%
Sällanköpsvaror	711	6 619	6	44%	16 162	1,6%
Beklädnad	359	3 333	-8	55%	7 268	0,6%
Hem- & fritidsvaror	352	3 286	14	38%	8 894	2,5%
Övrig kommersiell service	994	14 673	546	-	16 427	2,9%
Hotell & restaurang	597	10 308	459	33%	13 521	2,7%
Hotell	72	3 086	170	49%	5 429	-0,7%
Restaurang	525	7 222	289	27%	8 092	5,0%
Annan service	397	4 365	87	-	2 906	3,9%
Hud, skönhet och kroppsvård	250	721	13	-	854	2,9%
Kulturinstitutioner	27	2 439	44	-	906	-2,1%
Rese & turism	75	471	45	-	553	22,1%
Övrig konsumentservice	45	734	-15	-	593	0,5%

Den totala omsättningen i Stockholm city ökade med 2,2 procent. Samtliga huvudbranscher uppvisade en positiv tillväxt. Såväl dagligvaru- som sällanköpsvaruhandeln ökade med omkring 1,7 procent. Detta trots omfattande tillgänglighetsproblem i cityområdet till följd av bland annat spårvägsbyggen, ökad konkurrens från e-handel och köpcentrum i den omkringliggande regionen och rivning/renoveringsarbeten av för cityhandeln viktiga marknadsplatser. Hotell och restaurangnäringarna ökade med i genomsnitt 2,7 procent vilket framförallt berodde på en positiv utveckling i café- och restaurangnäringen. Hotellnäringen backade svagt trots att flera nya hotell tillkommit och att flera befintliga enheter utvecklat sina erbjudanden i cityområdet under året. En viktig förklaring till detta torde vara att efterfrågan på hotellövernattningar växer på malmarna och i kranskommunerna. Annan service uppvisar en tillväxt om 3,9 procent vilket framförallt berodde på en stark tillväxt inom rese & turism samt en mer måttlig tillväxt inom hud- och skönhetsvård. Den måttliga tillväxten i Stockholms city under året torde inom överskådlig framtid kunna vändas till det bättre i takt med att de stora infrastruktur- och fastighetsutvecklingsprojekten färdigställs.

Södertälje centrum



Södertälje centrum

Bransch	Antal butiker	Antal anställda	Förändring anställda	Marknadsandel	Omsättning	Utveckling
Totalt	245	959	1	-	1 572	5,2%
Detaljhandel	121	500	-9	22%	1 111	5,9%
Dagligvaror	30	94	-4	11%	299	4,9%
Sällanköpsvaror	91	406	-5	37%	812	6,3%
Beklädnad	36	181	4	95%	358	8,5%
Hem- & fritidsvaror	56	225	-9	25%	454	4,6%
Övrig kommersiell service	124	459	10	-	461	3,6%
Hotell & restaurang	57	337	14	23%	326	4,2%
Hotell	2	26	0	-	-	-
Restaurang	55	311	14	-	-	-
Annan service	67	122	-4	-	135	2,3%
Hud, skönhet och kroppsvård	51	83	1	-	102	5,2%
Kulturinstitutioner	1	0	0	-	-	-
Rese & turism	2	0	0	-	-	-
Övrig konsumentservice	13	39	-5	-	27	0,0%

Södertälje centrum uppvisar en relativt god tillväxt under året. De kommersiella näringarna i Södertälje omsatte knappt 1,6 miljarder kronor och ökade med 5,6 procent. Detaljhandeln ökade med i genomsnitt 5,9 procent vilket framförallt förklaras av en stark utveckling i sällanköpsvaruhandeln, i synnerhet inom beklädnadshandeln. Även dagligvaruhandeln i citykärnan går starkt och står sig väl i konkurrens mot dagligvarubutiker utanför citykärnan. Inom övrig kommersiell service ökade omsättningen med 3,6 procent på grund av en allmän efterfrågeökning. Hotell och restaurang ökar på grund av en ökad efterfrågan inom framförallt restaurangnäringen.

Bilagor

Antal arbetsställen i stadskärnorna 2015-2016

Antal butiker i dagligvaruhandeln

	2015	2016
Stockholm	245	238
Södertälje	30	30
Region Stockholm	275	268

Antal butiker i sällanköpsvaruhandeln

	2015	2016
Stockholm	729	711
Södertälje	94	91
Region Stockholm	823	802

Antal butiker i hotell och vandrarhem

	2015	2016
Stockholm	71	72
Södertälje	1	1
Region Stockholm	72	73

Antal butiker i restaurang och café

	2015	2016
Stockholm	531	525
Södertälje	55	55
Region Stockholm	586	580

Antal butiker i annan service

	2015	2016
Stockholm	423	396
Södertälje	68	67
Region Stockholm	491	463

Stadskärnornas omsättning 2015-2016

Omsättning (mkr) i dagligvaruhandeln

	2015	2016
Stockholm	4 092	4 162
Södertälje	285	299
Region Stockholm	4 377	4 461

Omsättning (mkr) i sällanköpsvaruhandeln

	2015	2016
Stockholm	15 900	16 162
Södertälje	764	812
Region Stockholm	16 664	16 974

Omsättning (mkr) i hotell och vandrarhem

	2015	2016
Stockholm	5 467	5 429
Södertälje*	*	*
Region Stockholm	-	-

*sekretess

Omsättning (mkr) i café och restaurang

	2015	2016
Stockholm	7 703	8 092
Södertälje*	*	*
Region Stockholm	-	-

*sekretess

Omsättning (mkr) i annan service

	2015	2016
Stockholm	2 798	2 906
Södertälje	132	135
Region Stockholm	2 930	3 041

Stadskärnornas marknadsandel 2015-2016

Marknadsandel (%) i dagligvaruhandeln

	2015	2016
Stockholm	13%	13%
Södertälje	11%	11%
Region Stockholm	13%	12%

Marknadsandel (%) i hotell/vandrarhem

	2015	2016
Stockholm	52%	49%
Södertälje	*	*
Region Stockholm	-	-

* Sekretess

Marknadsandel (%) i sällanköpsvaruhandeln

	2015	2016
Stockholm	43%	44%
Södertälje	35%	37%
Region Stockholm	42%	44%

Marknadsandel (%) i café och restaurang

	2015	2016
Stockholm	28%	27%
Södertälje	*	*
Region Stockholm	-	-

* Sekretess