

Cityindex Sverige 2022

Fastighetsägarna och HUI

Oktober 2022



Cityindex 2022



FASTIGHETSÄGARNA

hui.

Innehåll

	Sida
1 Inledning	3
2 Detaljhandelns utveckling i riket	10
3 Stads kärnornas utveckling	17
4 Flöden i stads kärnorna	25
5 Strategi för rikare stadsliv	30
6 Sammanfattning och rekommendationer	35
7 Kontaktuppgifter	38



Inledning



Förord

Vi befinner oss just nu i en tid där omvärldens ombytlighet återigen prövar vårt samhälle. Vi har precis påbörjat återhämtningen från år av pandemi och ställs nu inför en situation med krig i Europa följt av stigande energipriser, ökad inflation och ekonomisk osäkerhet. Detta påverkar såväl verksamheterna i våra stadskärnor som konsumtionsutrymmet hos besökarna.

Låt oss ta tillvara lärdomar från pandemiåren, att förändring är en del av stadens DNA, att våra mänskliga beteenden och behov driver utvecklingen, att vi konsumerar lokalt där vi är samt att stadskärnan är en plats för möten och trygghet. I Detaljhandelns konjunkturrapport från september 2022 skriver HUI att *”I svårare tider blir det ännu viktigare att ha koll på kundgruppernas agerande, när inkomstprioriteringar förändras i takt med att hushållens ekonomiska resurser minskar”*. Vi på Fastighetsägarna summerar det med vikten av att följa människan. I årets Cityindex Sverige har vi därför adderat data som visar vistelsemönster av olika besökstyper i stadskärnan. Vi delar in dem i boende, arbetande och övrigt.

Insikten om att flöden skapar stadsliv har aldrig varit viktigare. Våra rapporter visar på positiva samband mellan en varierad branschbredd och flöden samt hur icke kommersiella verksamheter indirekt bidrar till stadskärnans positiva omsättningsutveckling. Det vi ser och lär i stadskärnan har potential att driva utveckling och skapa ny efterfrågan och nya möjligheter att generera tillväxt för hela kommunen.

I nya tider av osäkerhet blir det ännu viktigare att arbeta tillsammans för stadslivet. Det är vår förhoppning att Cityindex Insikt och Cityindex Sverige tillsammans med rapporterna för respektive stadskärna utgör diskussionsunderlag och adderas till den expertis som fastighetsägare, kommuner, centrumorganisationer, närings- och kulturliv, invånare och övriga besitter om just sin stad.

Anna Wiking, näringspolitisk chef Fastighetsägarna Syd
Christina Friberg, expert stadsutveckling Fastighetsägarna MittNord
David Björnberg, omvärldsanalytiker Fastighetsägarna GFR
Helena Olsson, chef stadsutveckling Fastighetsägarna Stockholm

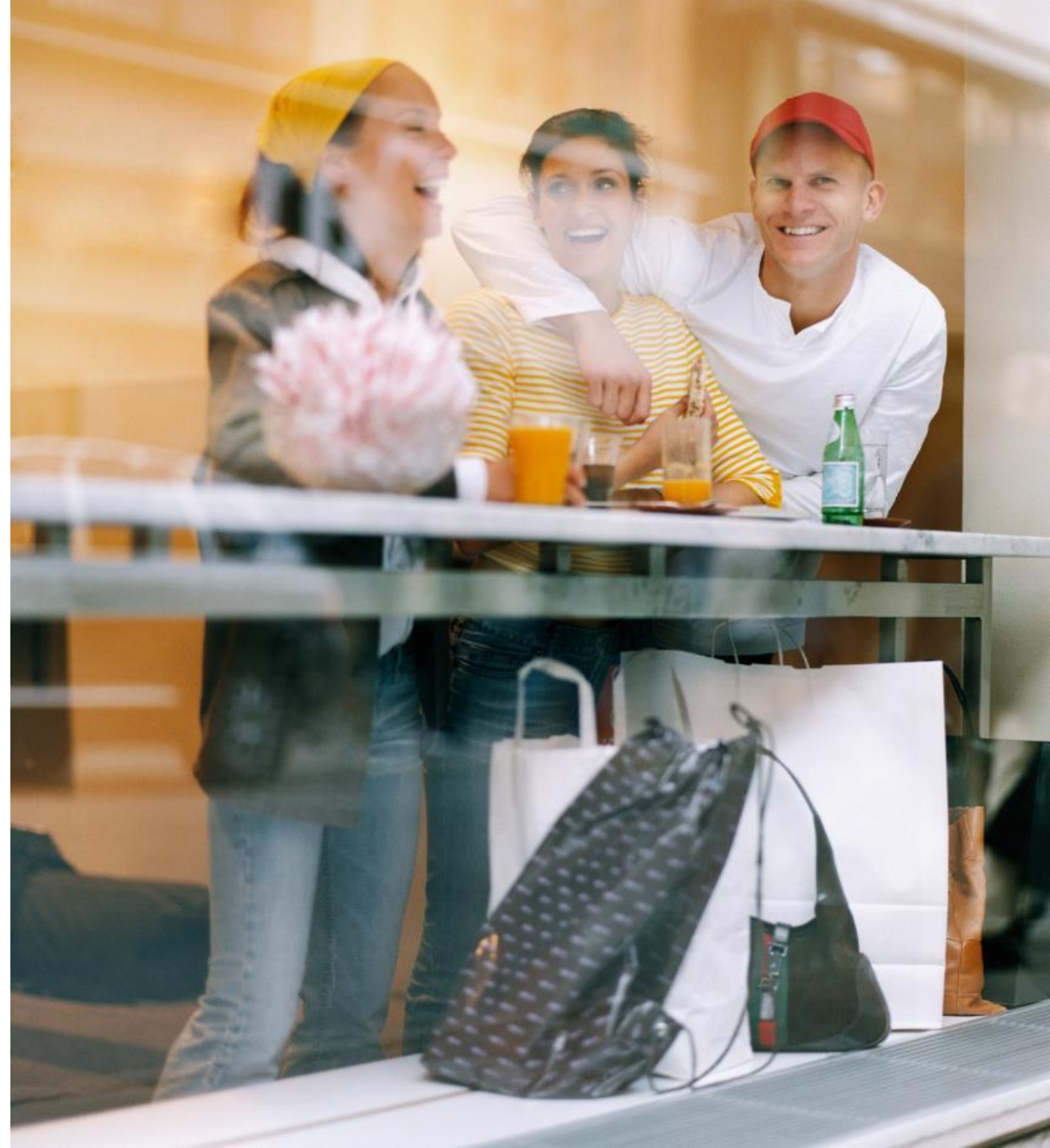
Om Cityindex

Cityindex är en objektiv, heltäckande och mellan stadskärnor helt jämförbar kartläggning av den kommersiella utvecklingen i samtliga Sveriges 107 stadskärnor.

Cityindex är ett samarbete mellan Fastighetsägarna och HUI.

Fastighetsägarna är en branschorganisation som arbetar för en hållbar fastighetsmarknad med en stark lokal förankring. Våra kontor finns från Malmö i söder till Luleå i norr. Hos oss är cirka 15 000 fastighetsföretag och bostadsrättsföreningar medlemmar.

På **HUI** älskar vi att undersöka, mäta och analysera hur konsumenter betar sig, hur framtida affärsmodeller ser ut och hur handel och destinationer kan utvecklas. I 50 år har vi på HUI hjälpt våra kunder att förstå omvärlden, agera utifrån nya förutsättningar och kommunicera med hjälp av väl underbyggd kunskap.



Stadskärnans avgränsning

Stadskärnans avgränsning baseras på tätheten av boende och kommersiella verksamheter.

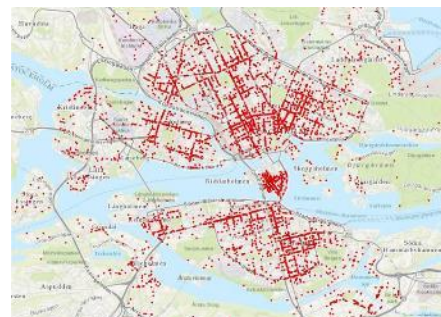
Grunden för Cityindex och vad som är stadskärnans avgränsning är antal verksamheter och befolkningsdensitet, alltså hur tätbefolkat området är samt hur tätt det är mellan de kommersiella verksamheterna. Ett område med en stor befolkningsmängd men utan verksamheter definieras som ett bostadsområde och ett område med enbart verksamheter och få boende definieras som externt handelsområde eller köpcentrum.

Ett grafiskt exempel på hur kombinationen av verksamheter och boende samspelar visas i kartorna över Stockholm här intill. De kommersiella verksamheterna är markerade med röda prickar. Densiteten är hög i mitten vid Gamla stan men även norr och söder om detta område. Om verksamhetskartan kombineras med kartan som med hjälp av gröna prickar visar befolkningsdensiteten i Stockholm börjar området att avgränsas tydligare. I de absolut mest centrala delarna av Stockholm är befolkningen

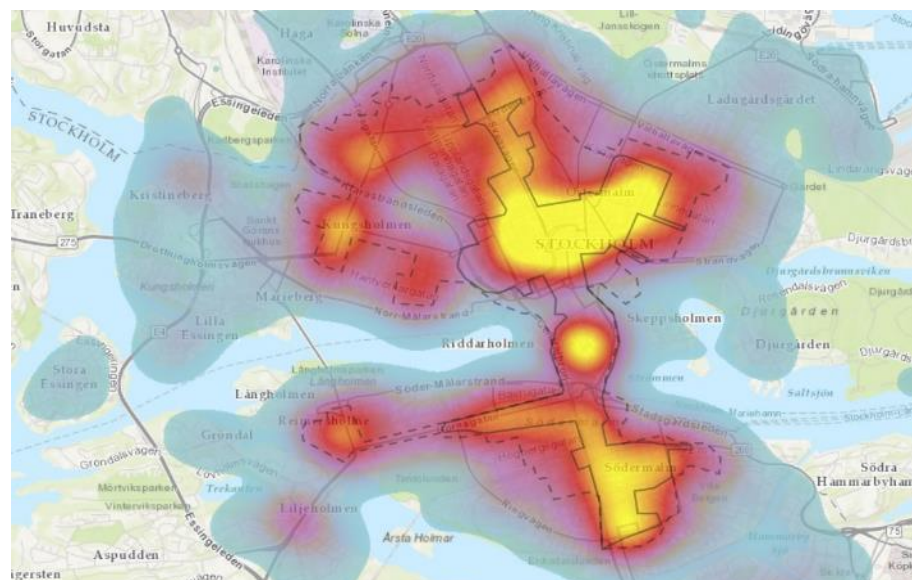
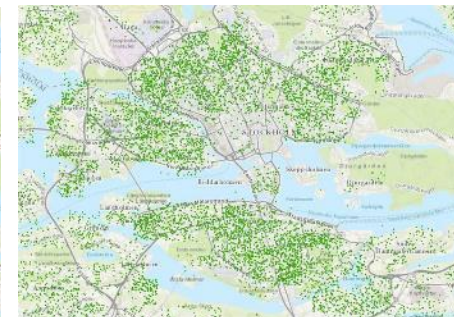
förhållandevis liten, men detta kompenseras av att antalet verksamheter är väldigt högt och att området angränsar till områden med ett stort befolkningsunderlag.

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

Densitet av verksamheter



Densitet av boende



Densitet av verksamheter samt avgränsning av Stockholm stadskärna

Definitioner

STADSKÄRNA

Stadskärnan avgränsas i första hand efter densitet av boende, butiker, restauranger och hotell. Utöver detta finns ett antal kompletterande regler om barriärer, resecentrum, större verksamheter och så vidare. Totalt finns det 107 stadskärnor i Sverige, vilket innebär att cirka 20 städer saknar stadskärna. De sistnämnda städerna har givetvis centrumbildningar, men dessa definieras istället som stadsdelscentrum på grund av en lägre densitet av boende och verksamheter.

INNERSTAD

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

TÄTORT

Enligt SCB definieras tätorter som "...tätbebyggda områden med minst 200 invånare och där avståndet mellan husen är mindre än 200 meter".

STAD

Tätorter med 10 000 invånare eller fler. Städerna delas in i fyra grupper som harmoniserar med SKR:s kommungruppsindelning. Dessa är:

TYP AV STAD	ANTAL INVÅNARE I TÄTORTEN
Storstad	150 000+
Större stad	37 500–149 999
Medelstor stad	15 000–37 499
Småstad	10 000–14 999



Indelning av stadskärnor

Stadskärnorna delas in i fyra kategorier, baserat på antalet boende i tätorten.

STORSTÄDER

Göteborg
Malmö
Stockholm
Uppsala

Skövde
Sundsvall
Södertälje
Trollhättan
Umeå
Västerås

Växjö
Örebro
Östersund

MEDELSTORA STÄDER

Borås
Eskilstuna
Falun
Gävle
Halmstad
Helsingborg
Jönköping
Kalmar
Karlstad
Kristianstad
Linköping
Luleå
Lund
Norrköping

Alingsås
Avesta
Boden
Enköping
Eslöv
Falkenberg
Falköping
Hudiksvall
Härnösand
Hässleholm
Höganäs
Höllviken och
Ljunghusen

Karlshamn
Karlskoga
Karlskrona
Katrineholm
Kinna
Kiruna
Kristinehamn
Kungsbacka
Kungälv
Köping
Landskrona
Lidköping

Ljungby
Ludvika
Mariestad
Motala
Norrköping
Norrköping
Nyköping
Nässjö
Oskarshamn
Piteå
Sandviken
Skellefteå
Trelleborg

Uddevalla
Vallentuna
Varberg
Visby
Vänersborg
Värnamo
Västervik
Ystad
Åkersberga
Ängelholm
Örnsköldsvik

SMÅSTÄDER

Arboga
Arvika
Bjuv
Bollnäs
Ekerö
Eksjö
Fagersta
Finspång
Gislaved
Gällivare
Höör

Kungsängen
Lomma
Mjölby
Mora
Nybro
Nynäshamn
Oxelösund
Ronneby
Sala
Skara
Skoghall
Stenungsund
Strängnäs
Svedala
Söderhamn
Timrå
Tranås
Ulricehamn
Vetlanda
Åhus
Åstorp
Älmhult



Branschindelning

TOTALT

Sammanfattande begrepp för detaljhandel, kommersiell service och hotell & restaurang.

DETALJHANDEL

Sammanfattande begrepp för handel inom dagligvaror och sällanköpsvaror.

DAGLIGVAROR

SNI 47.11, 27.2

Sammanfattande begrepp för allivs- och speciallivsbutiker, service- och jourbutiker, blommor, tobak, tidningar och kiosksvaror med mera samt systembolag.

SÄLLANKÖPSVAROR

Sammanfattande begrepp för handel inom grupperna beklädnad samt hem- och fritidsvaror.

BEKLÄDNADSVAROR

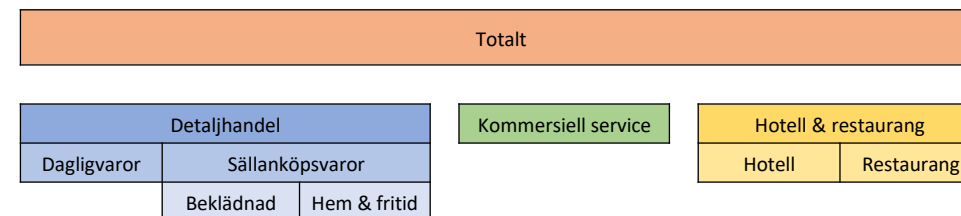
SNI 47.71-72

Kläder, skor, väskor och accessoarer.

HEM- & FRITIDSVAROR

SNI 47.19, 47.4-47.8 exkl. 47.71-72

Övriga branscher inom sällanköpsvaruhandeln som inte ingår i beklädnadshandeln. Några exempel är sport, möbler, leksaker, elektronik, järn- och byggvaror och heminredning. I hem- och fritidsvaruhandeln ingår även butiker med blandat sortiment som till exempel Rusta, Åhléns och Clas Ohlson. Vidare ingår apotek i denna kategori.



KOMMERSIELL SERVICE

SNI 59.14, 77.2, 79.1, 79.9, 93.12, 93.13, 93.21, 95.1-2, 96.012, 96.02, 96.04

Med kommersiell service avses tjänster som säljs av företag till konsument, är vinstdrivande och drivs av näringsidkare. Vanliga exempel är gym, biografier och frisörer. Tjänsten säljs och konsumeras i regel på samma plats. Offentlig service som inte har ett kommersiellt fokus separeras från kommersiell service. Kommersiell service utgörs av tjänster som återfinns på samma platser och i liknande sammanhang som detaljhandel och restauranger. Verksamheter som är kopplade till fastigheter, finansiella tjänster, utbildning och så vidare räknas ej till kommersiell service.

HOTELL

SNI 55.1-3

Hotell (inklusive restaurang där de förekommer), vandrarhem, stugbyar, campingplatser och konferensanläggningar med boende.

RESTAURANG

SNI 56.1

Restauranger, caféer och dyl. Catering- och barverksamheter ingår ej i kartläggningen.

Detailhandelns utveckling



Stark tillväxt för detaljhandeln 2021

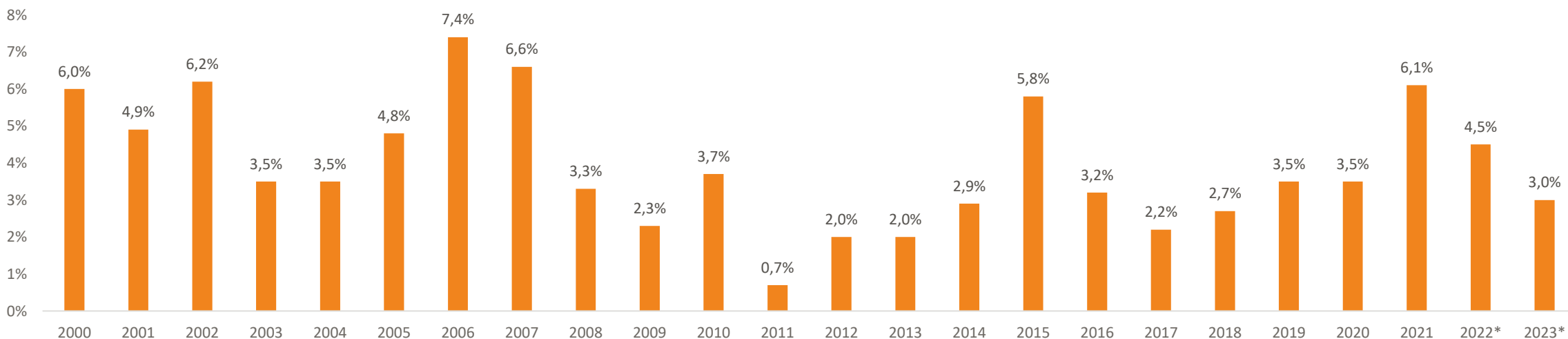
DETALJHANDELN VÄXTE UNDER 2021

2021 var ett starkt år för detaljhandeln i riket. Alla branscher inom detaljhandeln låg på en högre försäljningsnivå än före pandemin, förutom modehandeln som fortfarande hade en lägre omsättning. Den svenska detaljhandeln ökade med 6,1 procent under 2021. Tillväxten kan bland annat förklaras av att samhället började öppnas upp igen efter att ha påverkats av restriktioner under en stor del av 2020. E-handels kraftiga utveckling var också en bidragande faktor bakom tillväxten i detaljhandeln.

PROGNOSEN FRAMÅT

Prognosen för detaljhandeln är att tillväxten kommer att uppgå till 4,5 procent under 2022 och till 3,0 procent under 2023. Även om hushållens köpkraft kommer att minska framöver kommer de ökade priserna i handeln att kompensera för en minskning av försäljningsvolymerna. Framförallt gäller detta dagligvaruhandeln, där priserna har ökat markant till följd av högre råvarupriser och ökade energi- och bränslepriser.

DETALJHANDELNS OMSÄTTINGSUTVECKLING I LÖPANDE PRISER



*Detaljhandelns konjunkturrapport september 2022, HUI

Källa: SCB:s Detaljhandelsindex och HUI

Positiv tillväxt för fysisk detaljhandel i samtliga län

SAMTLIGA LÄN HAR HAFT POSITIV TILLVÄXT

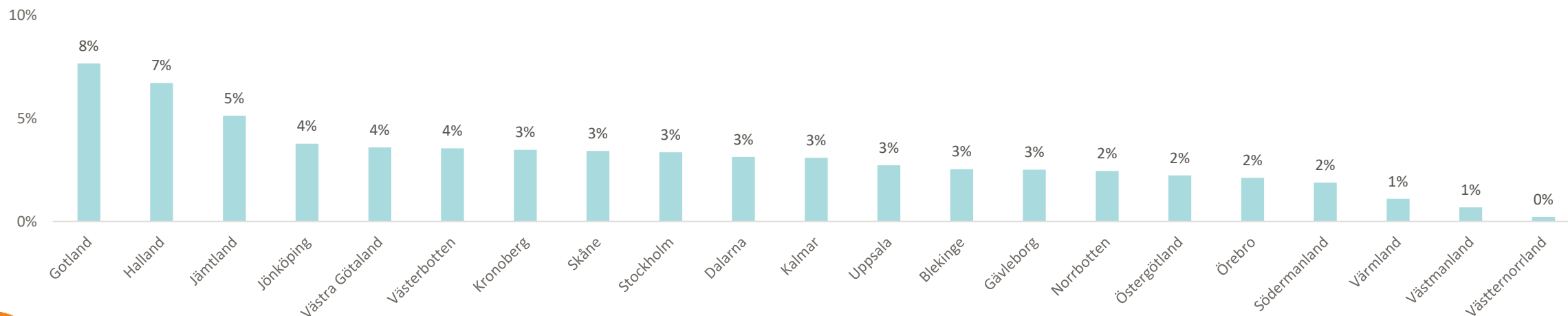
Detaljhandelns förutsättningar har förändrats drastiskt sedan pandemin slog till. Siffror från databasen Handeln i Sverige visar att den fysiska handeln med sällanköpsvaror ökade med 5,2 procent under 2021, medan den fysiska handeln med dagligvaror ökade med 1,4 procent. Totalt sett växte den fysiska detaljhandeln med 3,2 procent. Med fysisk handel avses handel i butik exklusive e-handel.

VARIERANDE TILLVÄXT I KOMMUNER OCH LÄN

Gränshandelskommunerna ökade svagt under 2021, men ligger fortfarande långt ifrån omsättningen före pandemin. Kommuner med pendlingsavstånd till storstäder har haft en gynnsam utveckling under både 2020 och 2021, då många boende i dessa har arbetat hemifrån och därför har gjort en större del av sina inköp närmare hemmet. Av alla län klarade sig Gotland och Halland bäst, med en omsättningsökning om 8 respektive 7 procent. Västernorrland, Västmanland och Värmland hade lägst tillväxt.

DEN FYSISKA HANDELNS TILLVÄXT PER LÄN

Den fysiska handelns tillväxt per län 2021, jämfört med 2020. Löpande priser.



Detaljhandeln växte främst på nätet

STÖRSTA DELEN AV TILLVÄXTEN SKEDDE PÅ NÄTET

Under 2021 hade e-handeln en starkare tillväxt än före pandemin, även om tillväxten var betydligt lägre än 2020. Samtidigt som den fysiska handeln hade utmaningar under året gynnades e-handeln i hög grad av den sociala distansering som rått under pandemin. Under 2021 uppgick försäljningen i den svenska e-handeln till 146 miljarder kronor, en ökning med 20 procent sedan år 2020. Dagligvaruhandeln var den delbransch som växte allra mest, men från en relativt låg nivå. I sällanköpsvaruhandeln stod e-handeln för hela tillväxten.

TILLVÄXT ÄVEN I FYSISK HANDEL, MEN BETYDLIGT SVAGARE

Den fysiska handeln i riket ökade också under 2021, om än med betydligt svagare tillväxttal än e-handeln. Det ska dock tilläggas att detaljhandelstillväxten var den högsta på sex år. Under perioden 2010-2021 har den fysiska handeln ökat med 1 till 5 procent per år, det vill säga långt mindre än e-handeln.



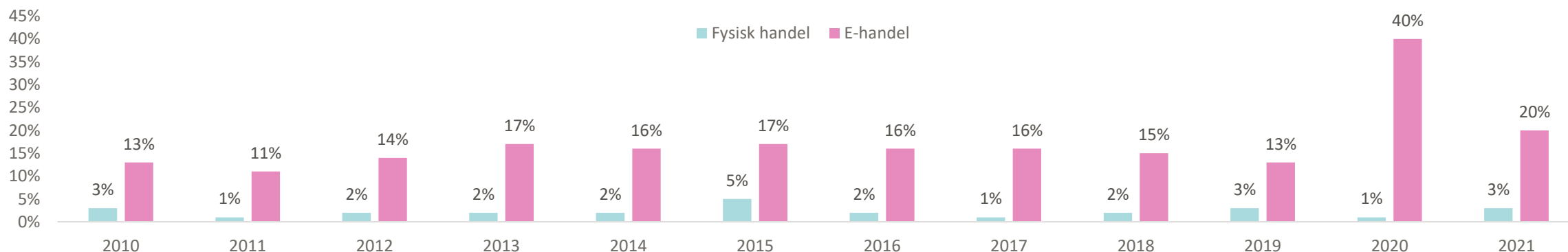
Under 2021 omsatte e-handeln

146 miljarder

(+20 procent)

DETALJHANDELSTILLVÄXT, FYSISK HANDEL OCH E-HANDEL

Tillväxten för fysisk handel och e-handel, 2010-2021. Löpande priser.



Återhämtning för hotell och restaurang

ÅTERHÄMTNING FÖR HOTELL

Hotellbranschen drabbades hårt under pandemins första år, men återhämtade sig delvis under 2021. Hotellbranschen ökade med 32 procent, vilket betyder att hotellen ännu inte är tillbaka på samma nivå som före pandemin. Däremot är det tydligt att hotellbranschen hade ett bättre år 2021 jämfört med 2020. En förklaring kan vara att många svenskar bestämde sig för att semestra på hemmaplan, då pandemiläget var fortsatt osäkert.

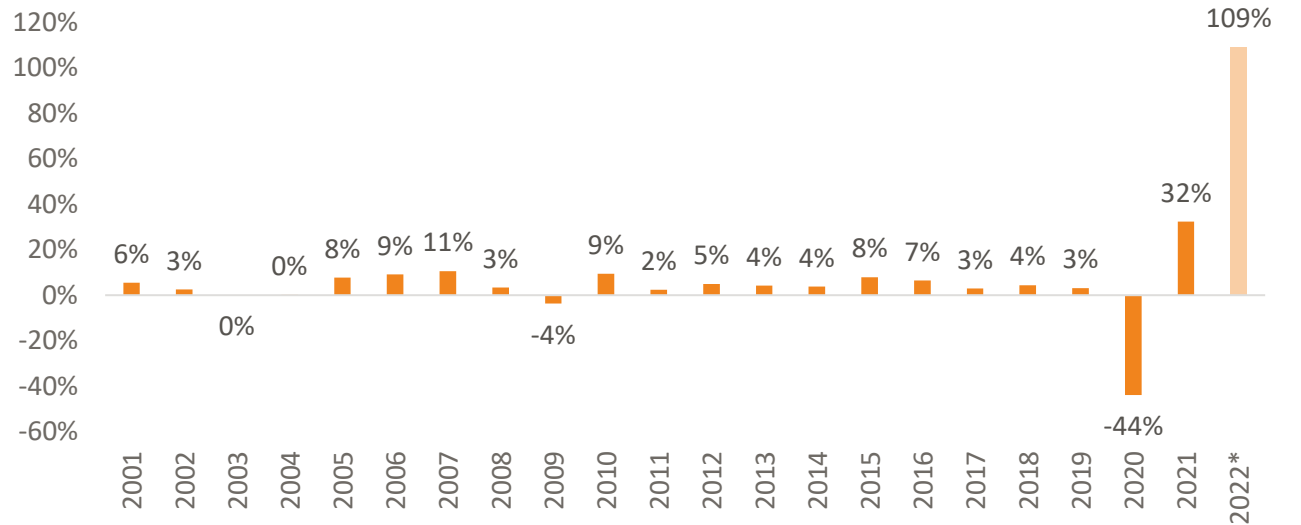
RESTAURANGNÄRINGEN ÖKADE MED 16 PROCENT

Även restaurangnäringen har återhämtat sig, med en omsättningsökning på 16 procent under 2021. Många aktörer har försökt bibehålla efterfrågan exempelvis genom att erbjuda avhämtning, hemkörning eller en längre uteserveringssäsong.

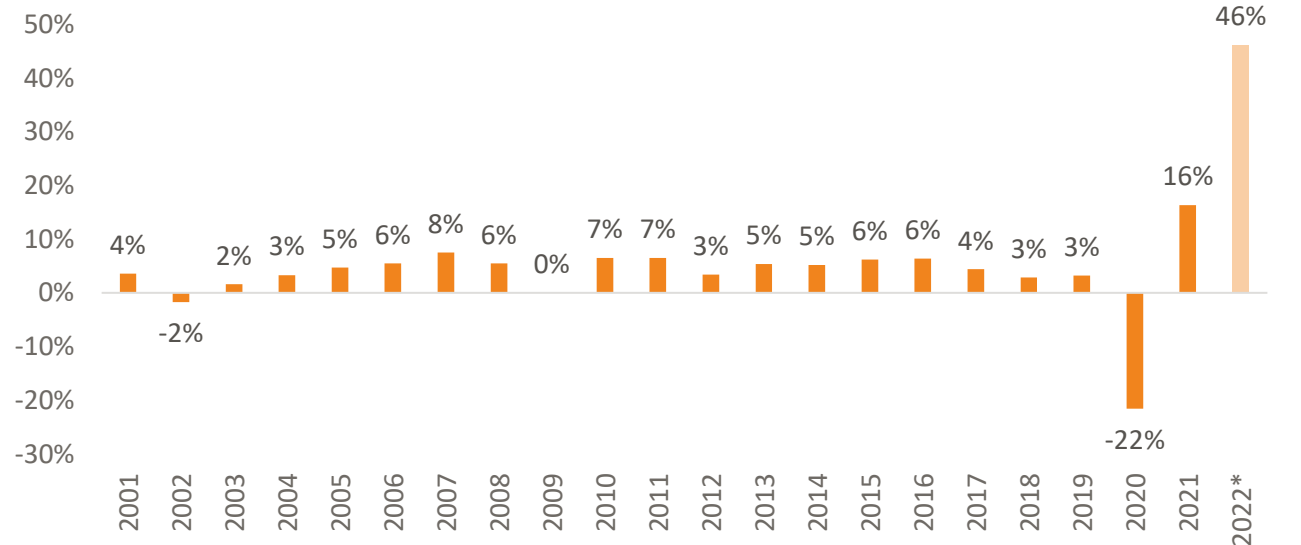
FLER PERSONER NYTTJADE KOMMERSIELL SERVICE

Den sociala distanseringen har lett till att många har undvikit gym, frisörer, biografer och andra verksamheter. Även resebyråernas omsättning har minskat kraftigt till följd av att det inte längre har varit lika enkelt att åka utomlands. 2021 var dock inte lika pandemityngt som 2020, vilket gjorde att nyttjandet av ovan nämnda verksamheter började öka igen.

HOTELLBRANSCHENS OMSÄTTNINGSENTVECKLING I LÖPANDE PRISER



RESTAURANGBRANSCHENS OMSÄTTNINGSENTVECKLING I LÖPANDE PRISER



*Första halvåret 2022

Källa: SCB

Stadskärnans marknadsandel oförändrad

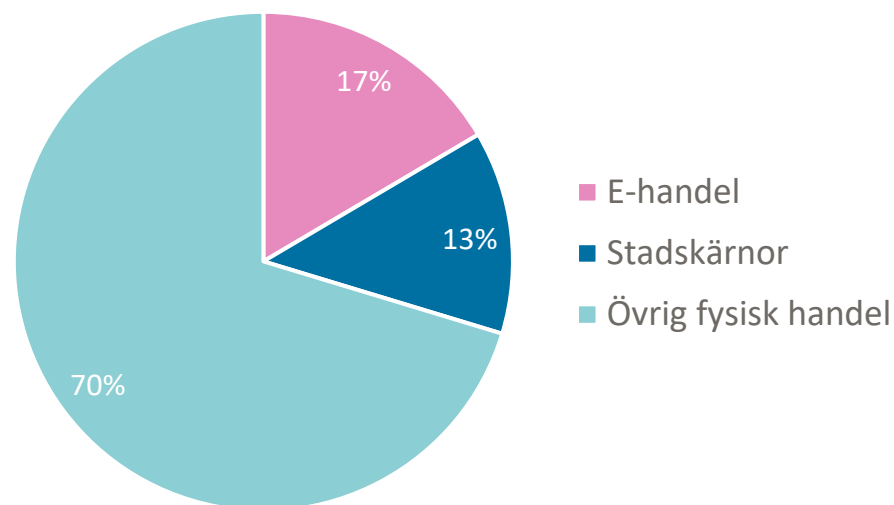
FÄRRE KÖP GÖRS I STADSKÄRNAN

E-handeln har haft en stark tillväxt under pandemin, både under 2020 och 2021. Branschens andel av den totala försäljningen i detaljhandeln växte från 16 till 17 procent mellan 2020 och 2021. Andelen av detaljhandelns omsättning som spenderades i stadskärnan uppgick till 13 procent, liksom året innan. Övrig fysisk handel minskade från 71 till 70 procent men stod för en klar majoritet av detaljhandelsförsäljningen. Övrig fysisk handel avser köpcentrum och handelsområden som är belägna utanför stadskärnan, samt mer glest klustrad handel såsom bostadsnära livsmedelsbutiker.

OMSÄTTNING I FÖRSÄLJNINGSKANALERNA

Totalt omsatte detaljhandeln 884 miljarder kronor under 2021. Detaljhandeln går i sin tur att fördela på fysisk detaljhandel och e-handel. Den fysiska detaljhandeln omsatte 738 miljarder kronor, medan e-handeln omsatte 146 miljarder kronor. I Sveriges stadskärnor omsatte detaljhandeln totalt 116 miljarder kronor, vilket innebär att e-handeln var en större försäljningskanal för detaljhandeln än stadskärnorna för andra året i rad.

TOTAL DETALJHANDELSOMSÄTTNING FÖRDELAD PÅ FÖRSÄLJNINGSKANAL 2021



Stor efterfrågan på kultur

FÖRÄNDRING I HUSHÄLLENS KONSUMTION

Den andel av konsumtionen som de svenska hushållen lägger på detaljhandel har varit relativt stabil sedan 1991. Den tydligaste skillnaden är att hushållen lägger mindre pengar på alkohol och tobak, och mer på möbler, inredning och förbrukningsvaror. Svenskarna lägger vidare en betydligt mindre andel av inkomsten på boende, medan rekreation och kultur tar en allt större andel av plånboken. Även andelen som läggs på post- och telekommunikation har ökat, om än från en låg nivå.

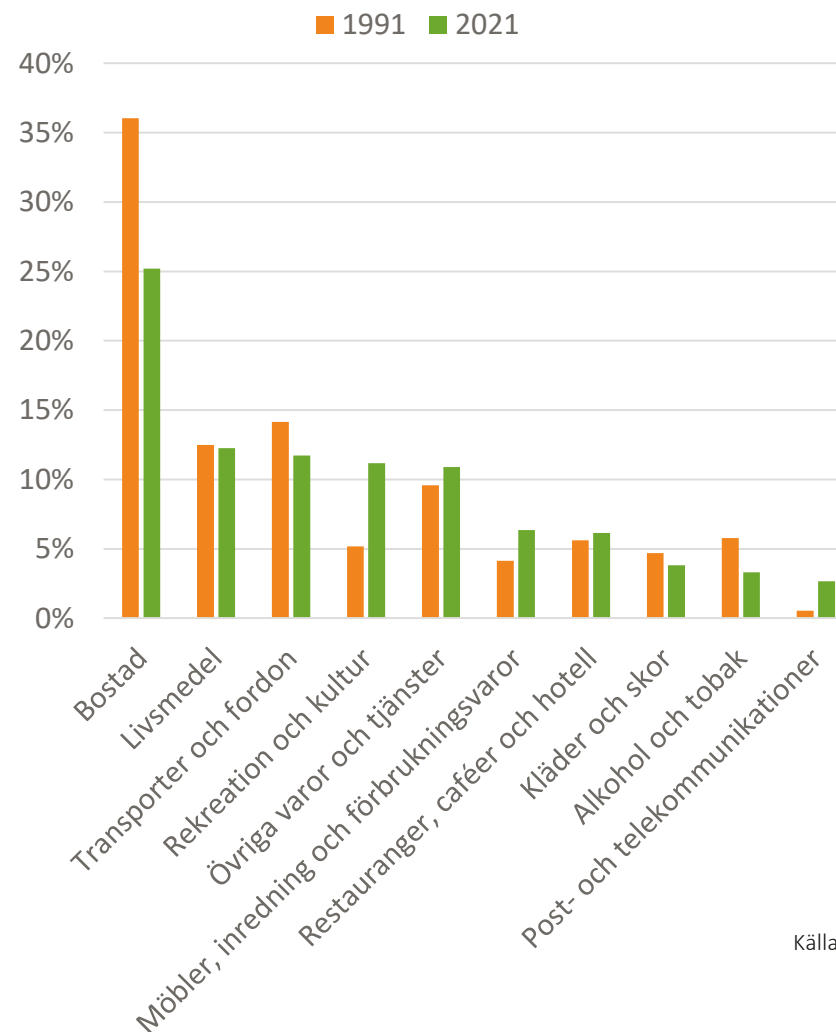
MINDRE ANDEL AV KONSUMTIONEN TILL BOENDE

Trots att boende är den klart största utgiftsposten för hushållen har dess andel av konsumtionen minskat kraftigt, från 36 procent 1991 till 25 procent 2021. Under de senaste 30 åren har bolåneräntorna varit låga och inkomstutvecklingen har varit god. Under 2022 kan dock höjda räntor och rekordhöga energipriser leda till att en större del av hushållens konsumtion går till boende.

MERVÄRDEN AV KULTUR

Diagrammet visar att hushållens konsumtion av rekreation och kultur har mer än fördubblats på 30 år. Rapporten [Cityindex Insikt](#) visar att det lönar sig att låta kulturen ta plats i stadskärnorna, särskilt i de små och medelstora städerna där det går att påvisa att den totala omsättningen i stadskärnan ökar med 4,3 procent när en kulturverksamhet etablerar sig. Kulturverksamheter såsom teatrar, biografier, muséer och konstgallerier bedriver ofta verksamhet på andra tider än många andra branscher. Det förlänger stadskärnans öppettider, vilket medför att människor är i rörelse i stadskärnan under en större del av dygnet. Utöver den omsättning kultursektorn bidrar med är den alltså även en viktig del när det kommer till att tillföra liv och rörelse och för att öka den upplevda tryggheten i stadskärnan. Kulturverksamheter bidrar även med stora sociala värden och till att skapa trivsamma platser där folk vill stanna kvar.

HUSHÄLLENS KONSUMTION 1991-2021



Stadskärnornas utveckling



Utveckling per stadstyp

POSITIV UTVECKLING UNDER 2021

Försäljningen i stadskärnorna ökade under 2021. Ökningen var störst i storstäderna, som också var de som drabbades värst under pandemins första år.

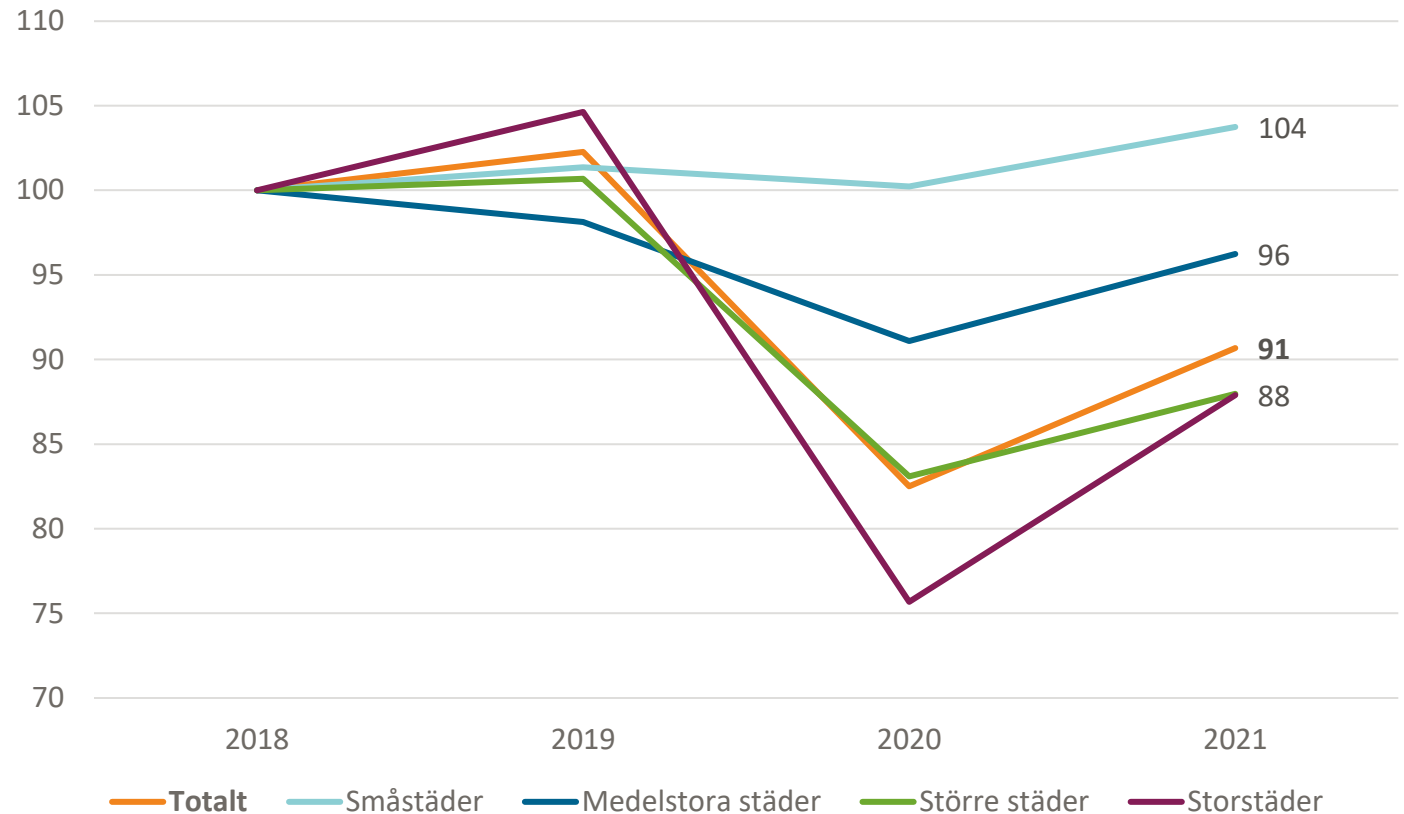
LÄGRE OMSÄTTNING ÄN FÖRE PANDEMIN

Totalt sett är försäljningen i stadskärnorna ännu inte tillbaka på prepandemisk nivå. Under 2021 uppgick den totala omsättningen i stadskärnorna till 169 miljarder kronor, vilket går att jämföra med 187 miljarder kronor 2018 och 191 miljarder kronor 2019.

Småstäderna var den enda stadstypen som hade en högre omsättning än före pandemin, vilket kan förklaras av att de inte drabbades lika hårt av pandemin som övriga stadskärnor under 2020.

OMSÄTTNINGSENTVECKLING PER STADSTYP

Indexerad omsättningsutveckling 2018-2021 (2018 = 100).



Branschernas utveckling i stadskärnorna

KONSTANT ÖKNING FÖR DAGLIGVAROR

Dagligvaror är den enda bransch där omsättningen har ökat för varje år sedan 2018. Förklaringen ligger i att efterfrågan på dagligvaror är konstant, oavsett omvärldsläge.

ÅTERGÅNG TILL FYSISK HANDEL

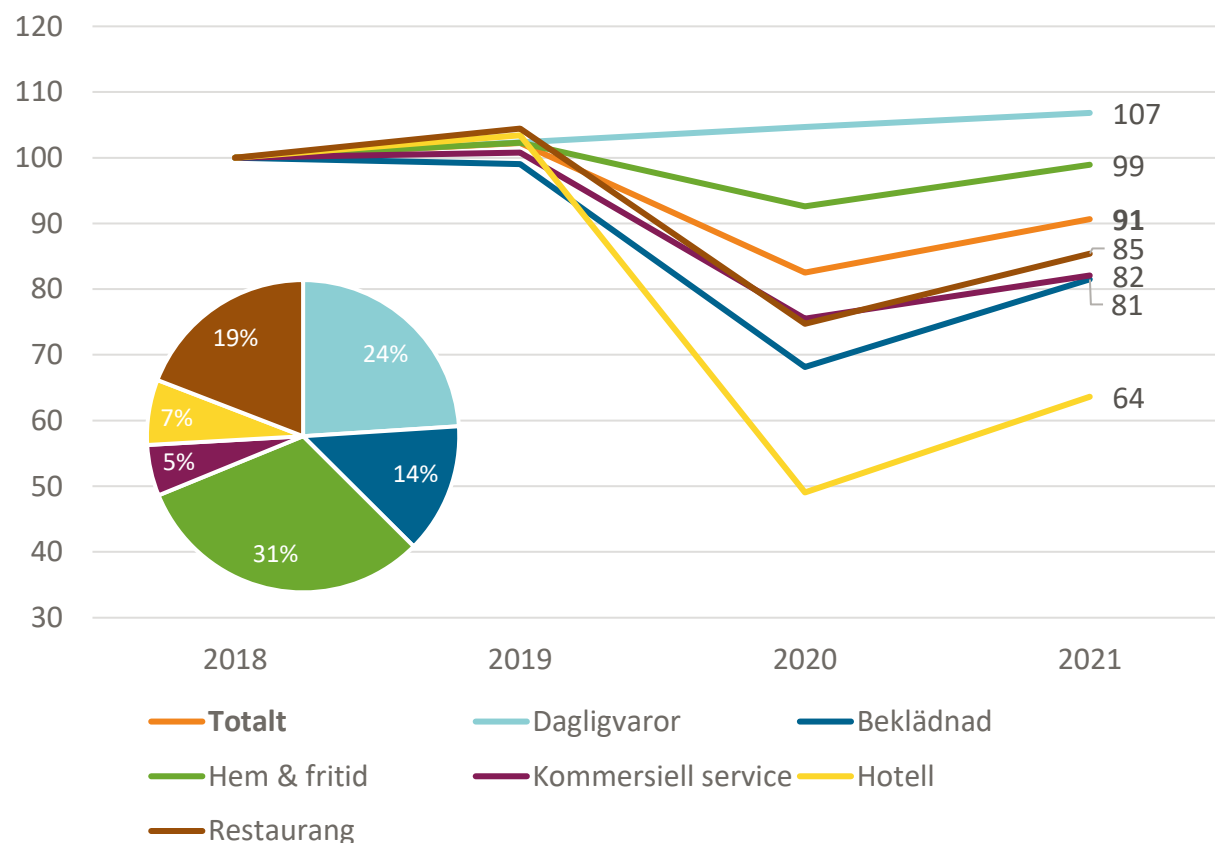
Modehandeln har under en lång period varit hårt ansatt av gallerior i externa områden och av e-handeln. När efterfrågan på kläder, skor och accessoarer minskade under pandemins första år sjönk försäljningen kraftigt. Under 2021 ökade modeförsäljningen igen, men ligger fortfarande en bra bit under nivån före pandemin. Hem- och fritidsbranschen påverkas också av externhandeln och e-handeln, men ligger i stort sett på samma omsättning som 2018.

HOTELLEN VÄRST DRABBADE

Mellan 2020 och 2021 hade hotellbranschen den kraftigaste omsättningsutvecklingen av samtliga delbranscher. Hotellen omsatte dock betydligt mindre under 2021 än de gjorde före pandemin, och är den bransch som har längst väg tillbaka till prepandemisk omsättningsnivå.

OMSÄTTNINGsutvecklingen och omsättningsfördelningen i alla stadskärnor

Indexerad omsättningsutveckling 2018-2021 (2018 = 100). Omsättningsfördelning 2021.



Småstäders omsättning högre än före pandemin

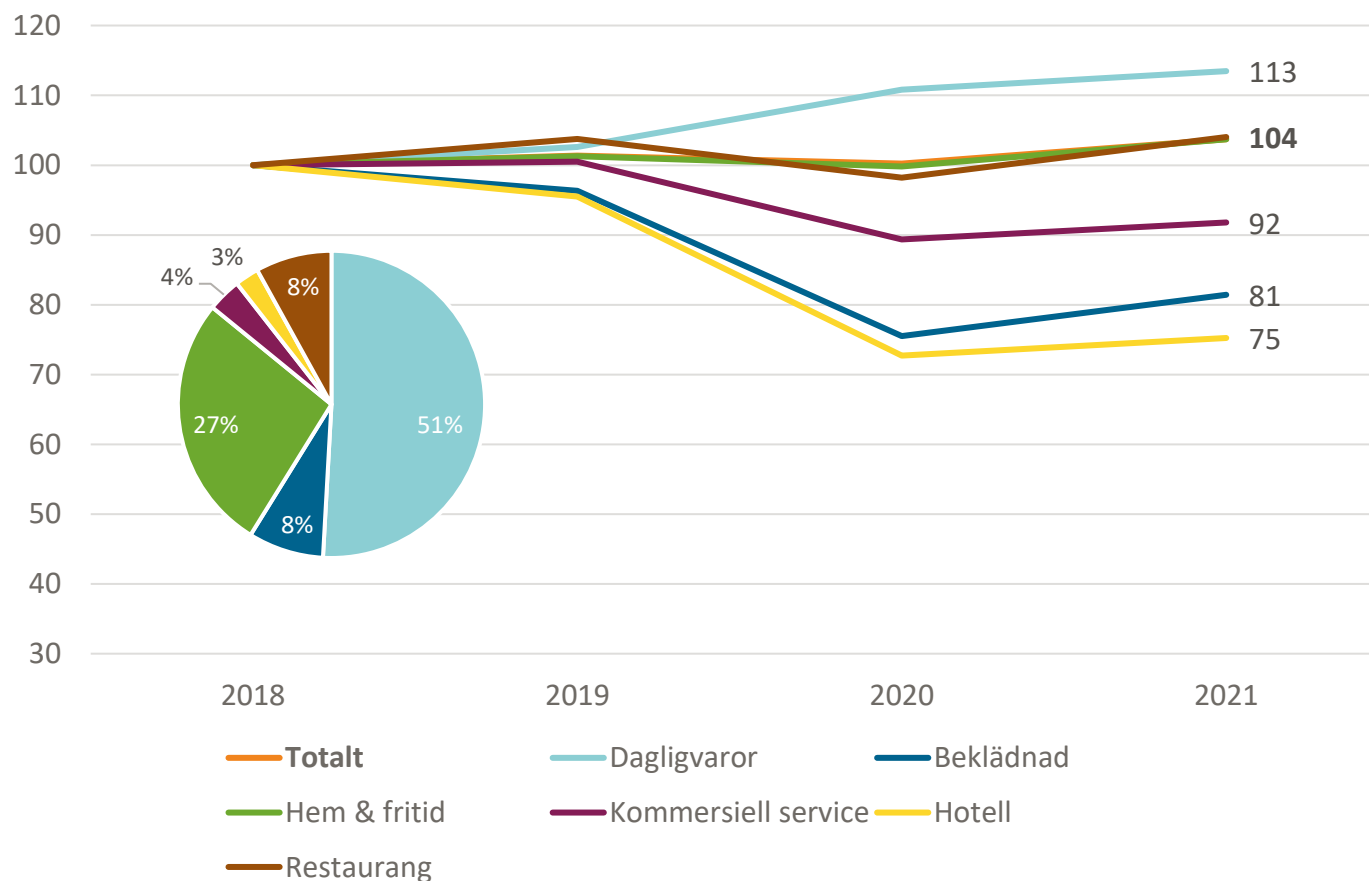
SMÅSTÄDER HAR HAFT BÄST UTVECKLING

Försäljningen i småstäderna ökade med 3,5 procent mellan 2020 och 2021. Det är den svagaste utvecklingen bland stadstyperna, men småstäderna är i gengäld den enda stadstyp där försäljningen har ökat jämfört med före pandemin. Den bransch som tydligast har drivit på denna utveckling är dagligvaruhandeln, som står för lite mer än hälften av den totala omsättningen i småstäderna. Beklädnad och hotell, som hade sämst utveckling under 2020, utgör en mindre del av beståndet och har därför inte påverkat den totala omsättningsutvecklingen lika mycket som i de större stadstyperna.

Småstäderna har en större andel handel än någon av de andra stadskärnetyperna. Som framgår av [Cityindex Insikt](#) ökar besöksantalet bmed 3,3 procent när en ny handelsbransch etablerar sig i en småstad eller medelstor stad.

OMSÄTTINGSUTVECKLINGEN OCH OMSÄTTNINGSFÖRDELNINGEN I SMÅSTÄDER

Indexerad omsättningsutveckling 2018-2021 (2018 = 100). Omsättningsfördelning 2021.



Medelstora städers omsättning ökar

MEDELSTORA STÄDER ÖKADE NÄSTAN 6 PROCENT

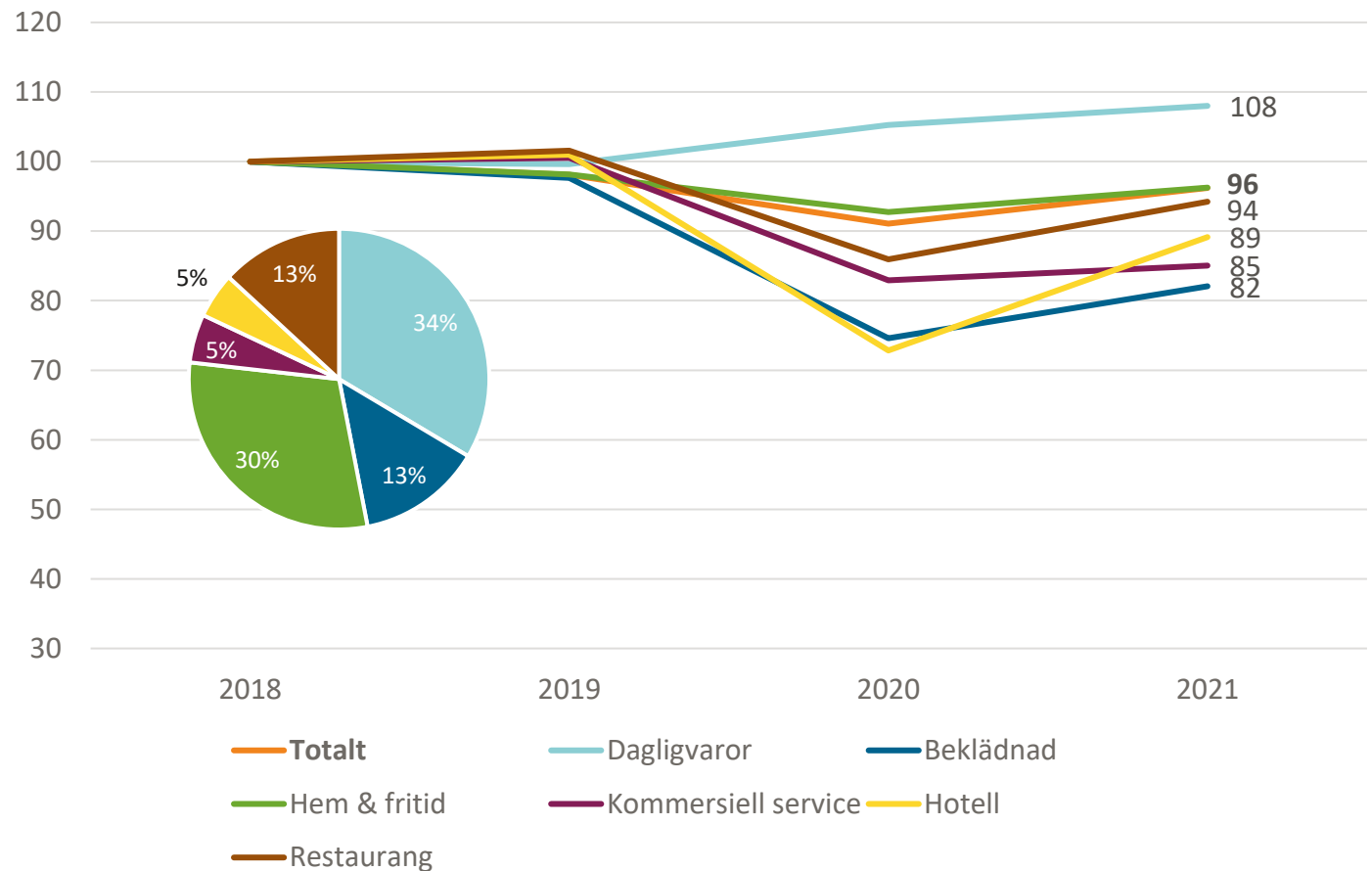
Omsättningen i de medelstora städerna ökade med 5,6 procent mellan 2020 och 2021. Det är en starkare utveckling än i småstäderna men en något svagare än i de större städerna. Hotellen har haft en särskilt stark återhämtning, och har nu kommit närmare omsättningen före pandemin än både restaurang och beklädnad.

Precis som i småstäderna är dagligvaruhandeln en avgörande anledning till att de medelstora städerna har haft en bättre utveckling än snittet, detta då dessa stadskärnetyper innehåller mer dagligvaruhandel än större städer och storstäder.

När en ny bransch etablerar sig i en medelstor stad ökar det genomsnittliga besöksantalet med 1,7 procent. Mer om detta i [Cityindex Insikt](#).

OMSÄTTINGSUTVECKLINGEN OCH OMSÄTTNINGSFÖRDELNINGEN I MEDELSTORA STÄDER

Indexerad omsättningsutveckling 2018-2021 (2018 = 100). Omsättningsfördelning 2021.



Större städer visar svag återhämtning

RELATIVT SVAG ÅTERHÄMTNING FÖR STÖRRE STÄDER

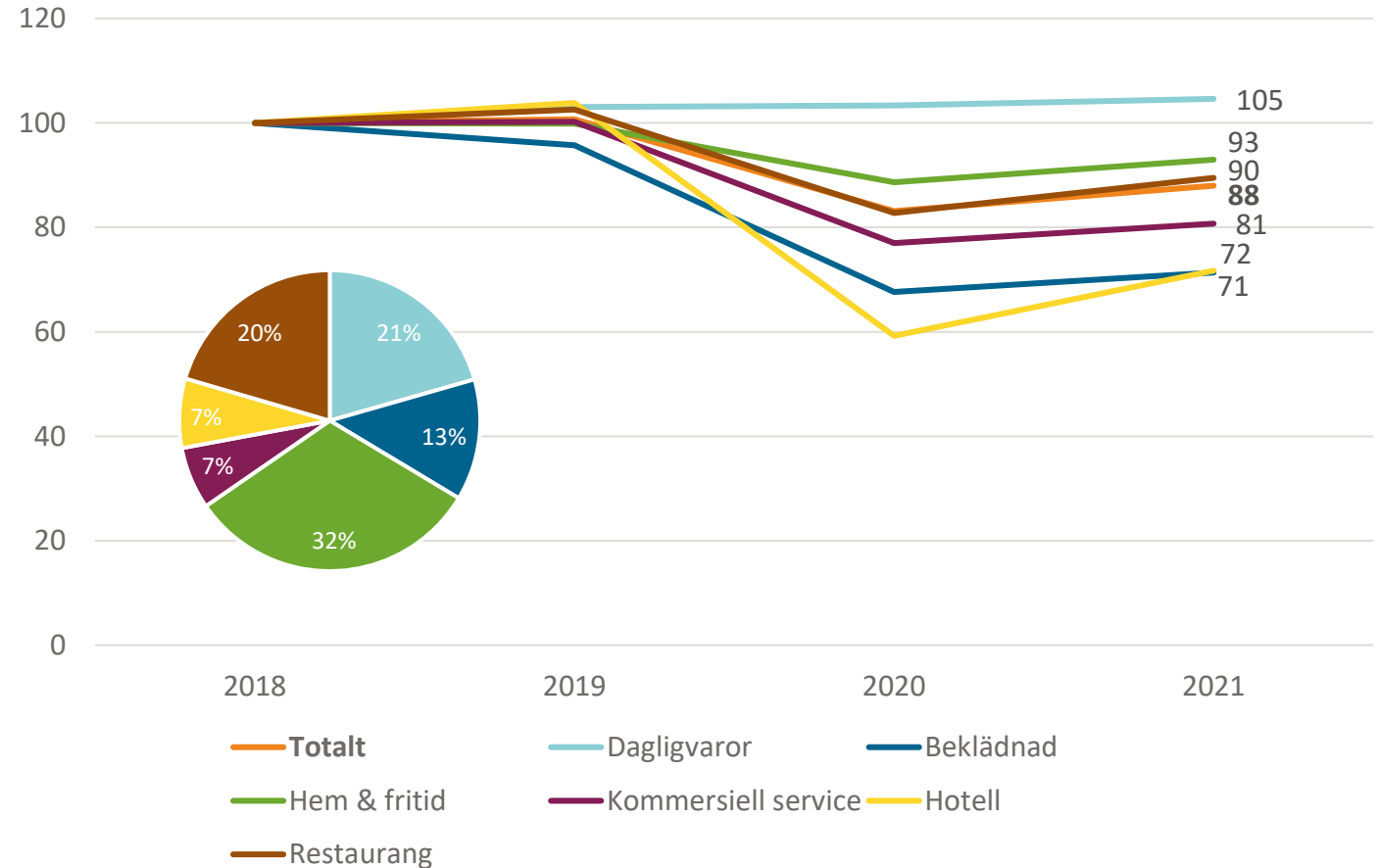
De större städerna ökade totalt med 5,8 procent mellan 2020 och 2021. Anledningen till den relativt svaga omsättningsutvecklingen var att många butiker inom sällanköpsvaruhandeln stängde under 2020 och 2021 i de större städerna.

Under 2021 uppgick omsättningen till 88 procent av 2018 års omsättning. De större städerna har alltså en hel del omsättning att ta igen för att nå prepandemisk nivå.

Bland stadskärnetyperna är det i de större städerna som beklädnadsbranschen haft svagast omsättningsutveckling 2021. Men det finns exempel som inspirerar: i [Cityindex Insikt](#) går det att läsa om hur second hand-kedjan Arkivet har lyckats locka konsumenter med hjälp av en ny nisch och konceptualisering som skapar köer utanför butikerna.

OMSÄTTNINGsutvecklingen och omsättningsfördelningen i större städer

Indexerad omsättningsutveckling 2018-2021 (2018 = 100). Omsättningsfördelning 2021.



Storstäderna särskilt drabbade av pandemin

STÖRST ÅTERHÄMTNING I STORSTÄDERNA

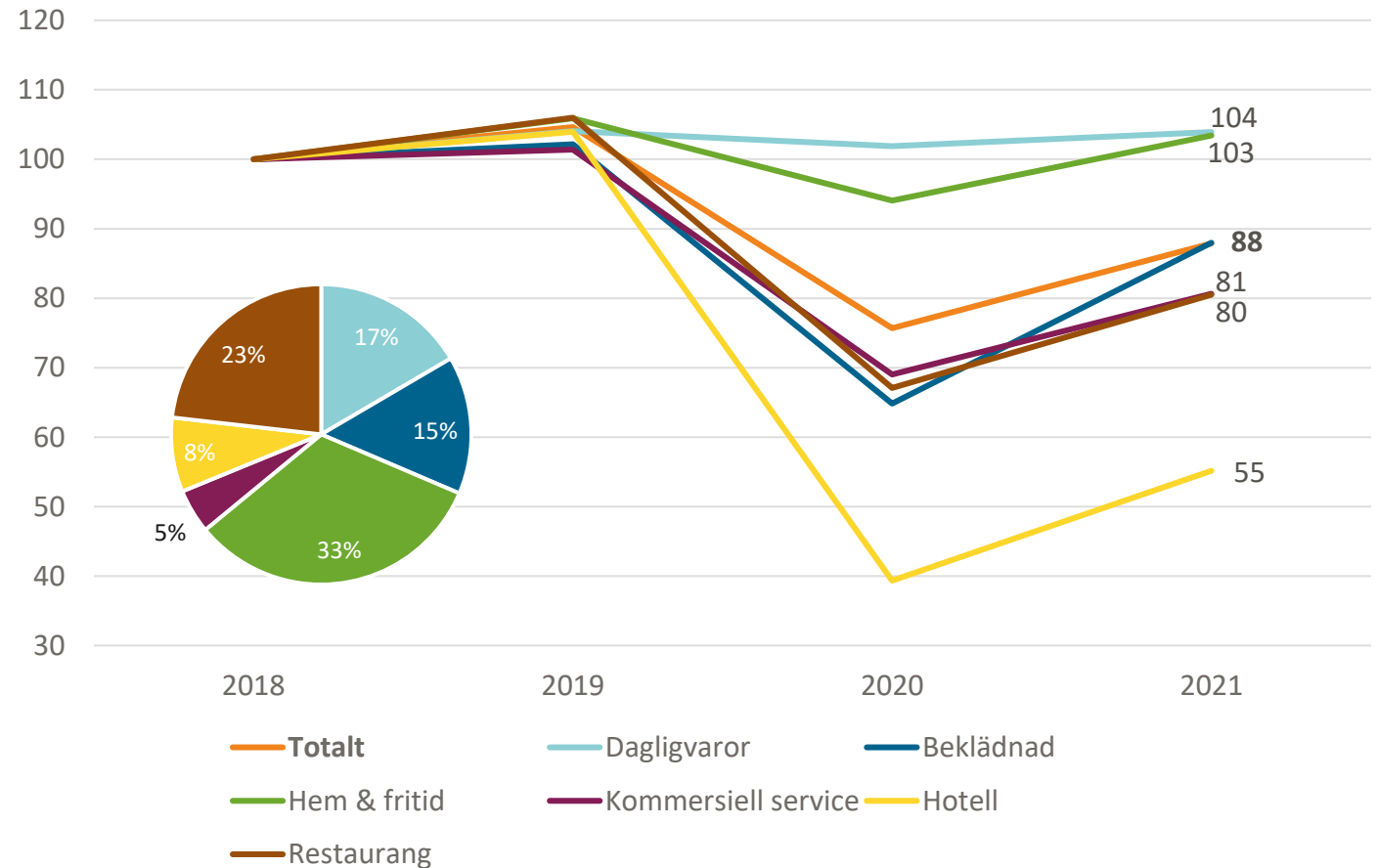
Storstäderna ökade totalt med 16,2 procent mellan 2020 och 2021. Återgången till hotellen och restaurangerna får ett större genomslag i storstäderna än i de övriga stadstyperna, då de utgör en större andel av det totala verksamhetsbeståndet.

Liksom i de större städerna uppgick omsättningen i storstäderna till 88 procent av omsättningen 2018. Förutom dagligvaruhandeln ligger även hem och fritid på en högre omsättningsnivå än före pandemin. Procentuellt sett har antalet butiker inom hem och fritid minskat mer i medelstora städer och större städer än i storstäderna.

Storstäderna har den högsta andelen kontor av stadskärnetyperna, vilket innebär att de också har en stor dagbefolkning som äter lunch, nyttjar den kommersiella servicen och handlar i samband med att de är i stadskärnan. När en ny typ av kontorsverksamhet etablerar sig i stadskärnan ökar omsättningen i genomsnitt med 3,5 procent, visar statistiska analyser i [Cityindex Insikt](#).

OMSÄTTNINGsutvecklingen och omsättningsfördelningen i storstäder

Indexerad omsättningsutveckling 2018-2021 (2018 = 100). Omsättningsfördelning 2021.



Stockholm stod för nästan halva återhämtningen

STORSTÄDERNA STOD FÖR TVÅ TREDJEDELAR AV ÅTERHÄMTNINGEN

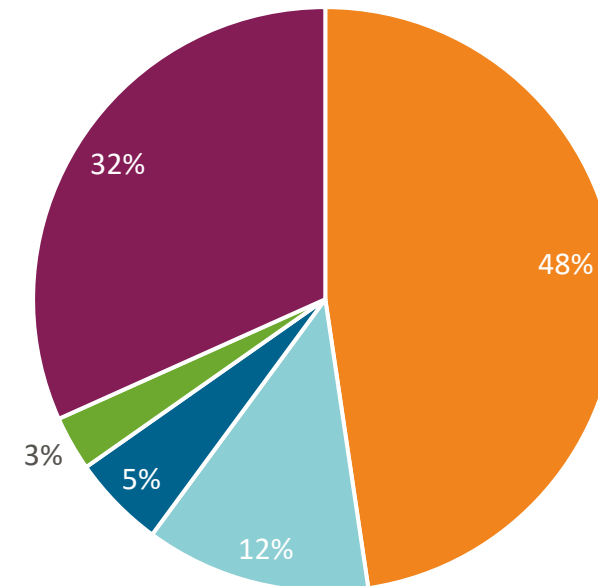
En av huvudinsikterna under 2020 var att pandemin slog väldigt hårt mot storstäderna, men under 2021 var det i gengäld där som återhämtningen var som starkast. Totalt sett stod Stockholm, Göteborg, Malmö och Uppsala för två tredjedelar av omsättningsökningen i de svenska stadskärnorna 2021, medan de stod för 44 procent av omsättningen.

STOCKHOLM ÖKADE MED 7 MILJARDER

Bland storstäderna sticker Stockholm ut med sin spegelvända utveckling: nästan halva omsättningstappet i landets stadskärnor kunde härledas till Stockholm år 2020. Året därpå stod Stockholms stadskärna istället för nästan halva omsättningsökningen. Räknat i kronor ökade omsättningen i alla stadskärnor med totalt 15 miljarder år 2021, varav Stockholms ökade med sju miljarder.

OMSÄTTNINGENS ÖKNINGENS FÖRDELNING

Omsättningsökningen i stadskärnorna 2021, uppdelat på Stockholm, Göteborg, Malmö, Uppsala samt övriga stadskärnor.



■ Stockholm ■ Göteborg ■ Malmö ■ Uppsala ■ Övriga stadskärnor



Flöden i stadskärnorna

Flöden skapar stadsliv

FLÖDET VÄXTE I TAKT MED VACCINATIONERNA

Pandemin har till synes gett upphov till vissa permanenta beteendeförändringar även om det är tydligt att många längtat tillbaka till staden. Efter perioder med smittspridning och restriktioner har flödena i stadskärnorna ökat markant, men är ännu inte tillbaka på prepandemisk nivå. Hur besöksflödet utvecklas är direkt avgörande för stadskärnornas möjligheter att skapa stadsliv och därför är det viktigt att förstå flödets beståndsdelar.

TELIA CROWD INSIGHTS

För att mäta besöksflödena i de områden som ingår i stadskärnorna används Telia Crowd Insights.

Datainhämtningen sker från mobilpositionering i Telias nät och skalas upp representativt för att ge en rättvisande bild. Dataunderlaget anonymiseras och aggregeras och levereras i rutor om 500 x 500 meter. De undersökta rutorna täcker de utvalda områdena och inkluderar besökare som har befunnit sig minst tio minuter i en ruta.

Nytt för i år är att besöken kan kategoriseras efter vilken typ av aktivitet det sannolikt rör sig om baserat på rörelsemönster under dygnets timmar: om man är hemma, på arbetet eller om man gör något annat i stadskärnan.



Flödesnivån 2019–2022

2020: TVÅ AV FEM BESÖK I STADSKÄRNAN UTEBLEV

När pandemin slog till började besöksflödena dala i våra stadskärnor. Mellan mars och december 2020 minskade besöksnivån i snitt med 62 procent jämfört med motsvarande period 2019.

2021: POSITIV TREND MEN VART TREDJE BESÖK SAKNADES

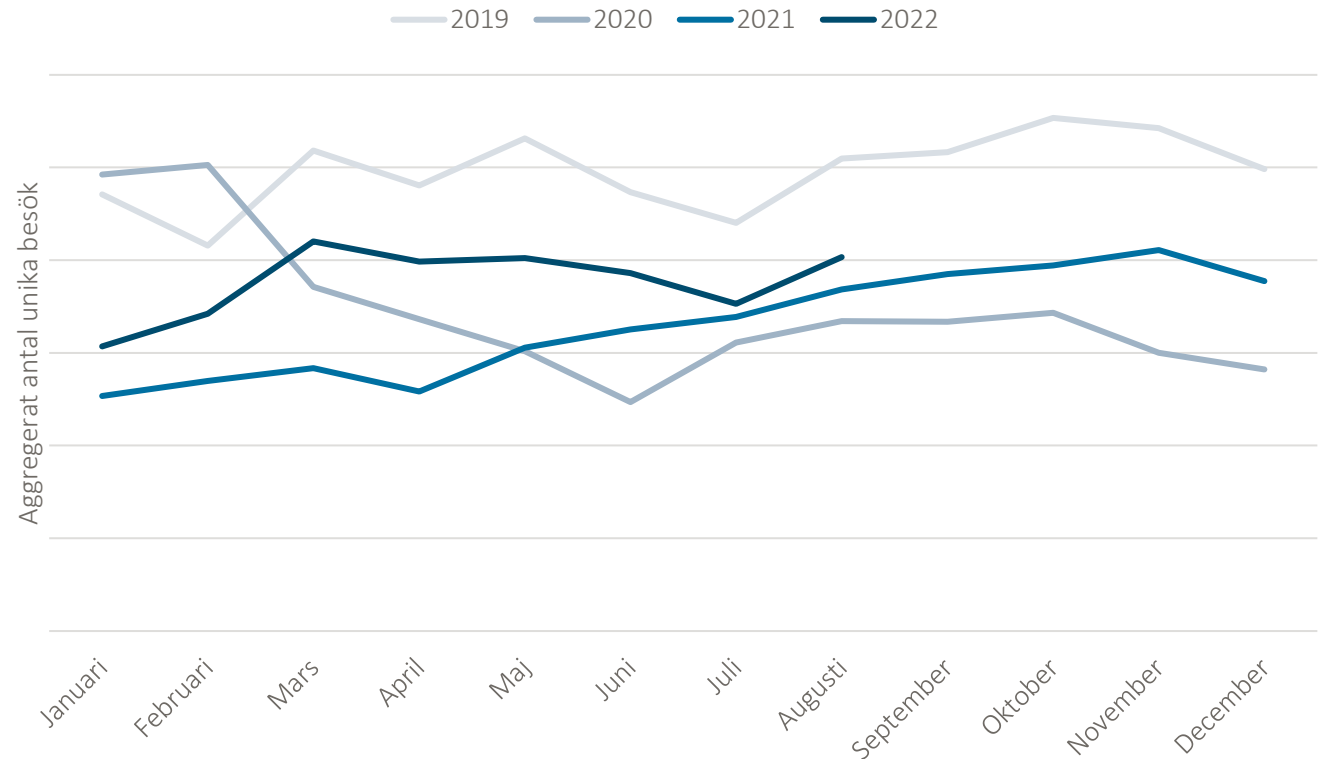
Januari 2021 inleddes med rekordlåga flödesnivåer jämfört med motsvarande månad 2019 (-46 procent i januari), men hade generellt en uppåtgående trend fram till årsslutet (-24 procent i december). För helåret 2021 minskade flödesnivåerna med 33 procent jämfört med 2019.

2022: EN AV FEM BESÖKARE SAKNAS FORTFARANDE

Årsskiftet 2021-2022 såg en ny våg av smittspridning och därför började besöksflödet återigen på en låg nivå, men trenden har sedan dess varit överlag positiv. Fram till i augusti 2022 ligger flödesnivån i snitt 22 procent under flödesnivån för motsvarande period 2019. Det mönster vi ser i år är att stadskärnorna har lockat tillbaka många besökare men att drygt var femte ännu saknas. Brytningar på stadskärnetyp och besökstyp kompletterar insikten om vad detta kan bero på, vilket presenteras på nästkommande två sidor.

FLÖDESNIVÅN I STADSKÄRNORNA

Flödesnivån i de svenska stadskärnorna januari 2019 till augusti 2022



Källa: Telia Crowd Insights

Flödesutveckling 2019-2022

FLÖDESUTVECKLINGEN SPEGLAR STADSSTORLEKEN

Flödesutvecklingen har påverkat stadskärnetyperna olika mycket. Den generella trenden är att större städer har tappat en större andel av sitt flöde. Att större städer har en större andel kontor i stadskärnan och att många har jobbat hemifrån under pandemin kan ha bidragit till utfallet. Pandemin har också gjort att besöksanledningarna i stadskärnorna har minskat. Även detta ger stort utslag i storstäderna, som normalt sett har många gästanter.

STORSTÄDERNA TAPPADE MEST MEN ÅTERHÄMTADE SIG BÄST

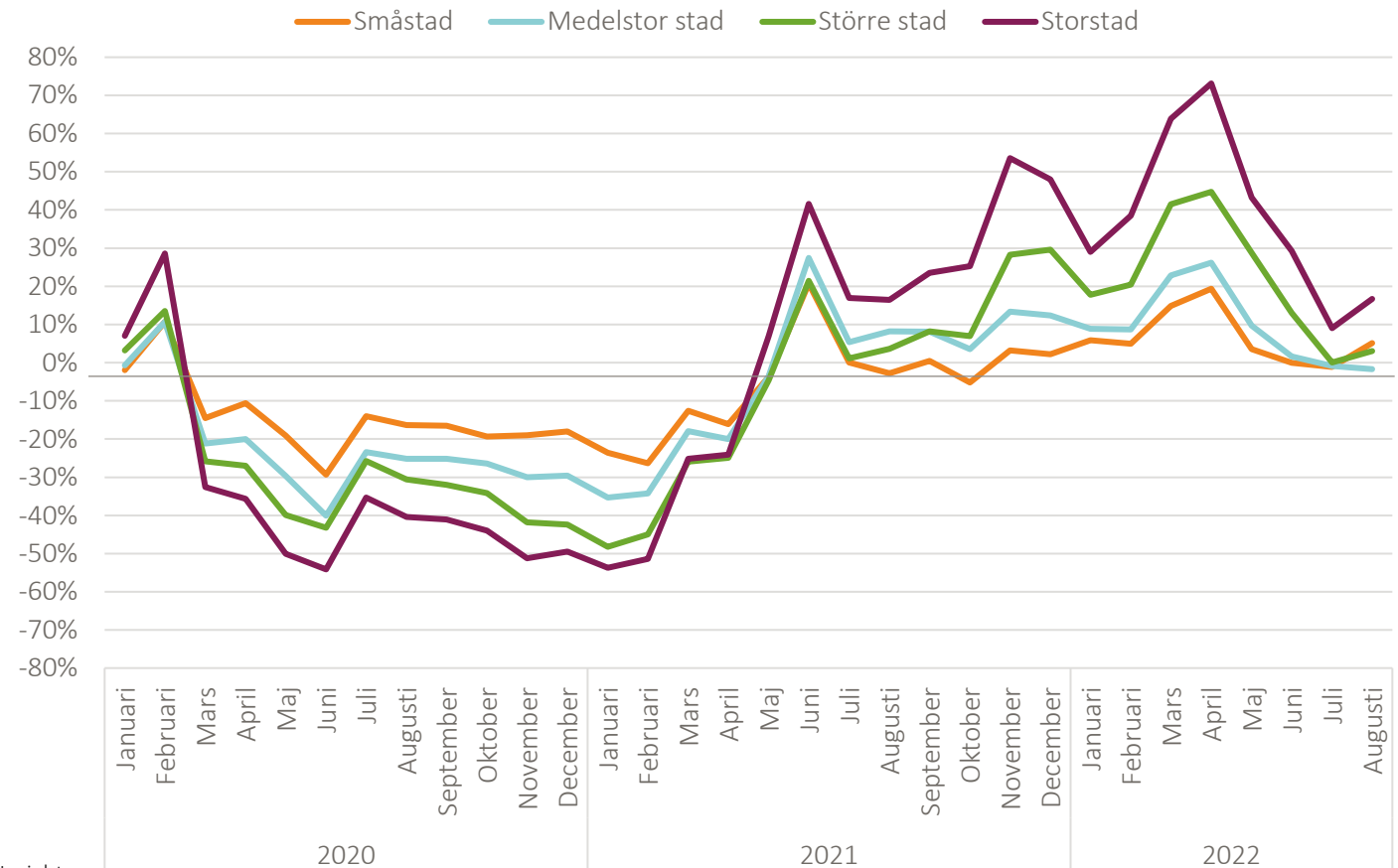
Flödestrenden vände runt maj 2021 för samtliga stadskärnetyper, när besöksflödet blev positivt jämfört med motsvarande månad året före. Storstäderna, som har bäst förutsättningar att återhämta sig, fick se en rekyleffekt som toppade vid +73 procent i april 2022 jämfört med april 2021.

MIX AV BRANSCHER ÖKAR BESÖKEN

När bredden av branscher som representeras i stadskärnan ökar blir även besöksanledningarna fler, vilket i sin tur leder till att stadskärnan nyttjas under en större del av dygnet. I rapporten [Cityindex Insikt](#) framkommer att besöksantalet i stadskärnan ökar med mellan 1 och 2 procent för varje ny bransch som tillkommer, och att den effekten är större ju mindre stadskärnan är.

FLÖDESUTVECKLING I STADSKÄRNORNA

Flödesutvecklingen i de olika stadskärnetyperna januari 2020 till augusti 2022, jämfört med motsvarande månad föregående år, dvs januari 2019 till augusti 2021.



Besökstyper 2019–2022

FLÖDET SKILJER SIG MELLAN OLIKA BESÖKSTYPER

Besöksflöden kan delas in i tre typer; hem, arbete eller övrig aktivitet. Kategoriseringen görs utifrån vilken av aktiviteterna det sannolikt rör sig om baserat på besökarnas rörelsemönster under dygnets timmar. Se fotnot för exakt definition.

EN AV FEM ARBETANDE HAR ÄNNU INTE ÅTERVÄNT

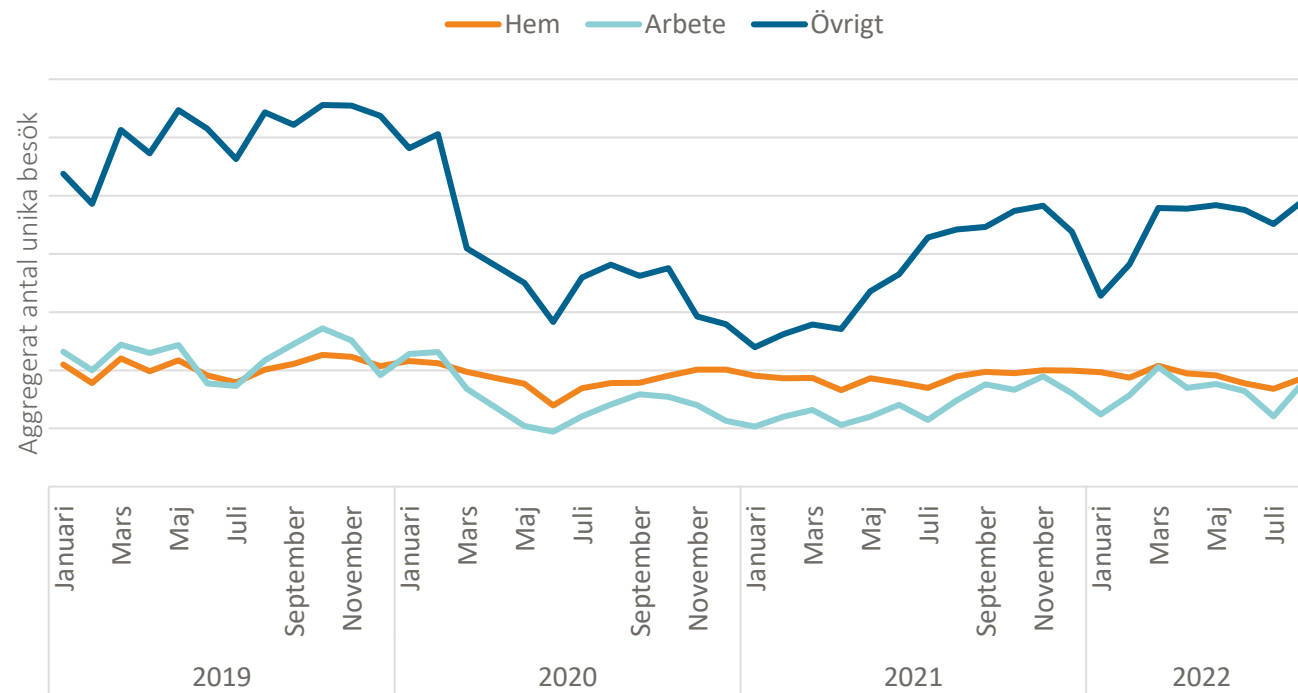
Besök kategoriserade som arbete minskade i snitt med 42 procent under pandemins första år (mars 2020 till februari 2021). Sedan i mars 2022 har detta gap halverats i takt med återgången till arbetsplatserna i stadskärnorna, och ligger i snitt 21 procent under motsvarande period 2019.

VIKTIGT ATT ÖVRIGA BESÖK ÅTERVÄNDER TILL STADSKÄRNORNA

Det största tappet skedde bland övriga besök till stadskärnorna, som nästan halverades (-46 procent) under pandemins första år. Det är denna besökstyp som utgör störst del av besöksflödena till stadskärnan och som vanligtvis står för en betydande andel av omsättningen. Sedan i mars 2022 ligger övriga besök i snitt 22 procent under 2019 års nivå.

BESÖKSTYPER I STADSKÄRNORNA

Flödesnivå för olika typer av aktiviteter i de svenska stadskärnorna, januari 2019 till augusti 2022



Besökstyperna kategoriseras av Telia Crowd Insights enligt följande definition:

Källa: Telia Crowd Insights

- **Hem:** platsen i stadskärnan där besökaren haft den längsta uppehållsperioden före kl. 09:00.
- **Arbete:** platsen i stadskärnan för dagens längsta aktivitet som börjar efter att besökaren lämnat hemmet men före kl. 16.00, och som sker minst 500 m från det identifierade hemmet. *Arbete* definieras endast för arbetsdagar, alltså inte helger eller helgdagar.
- **Övrigt:** besök i stadskärnan som varken definieras som *hem* eller som *arbete*.

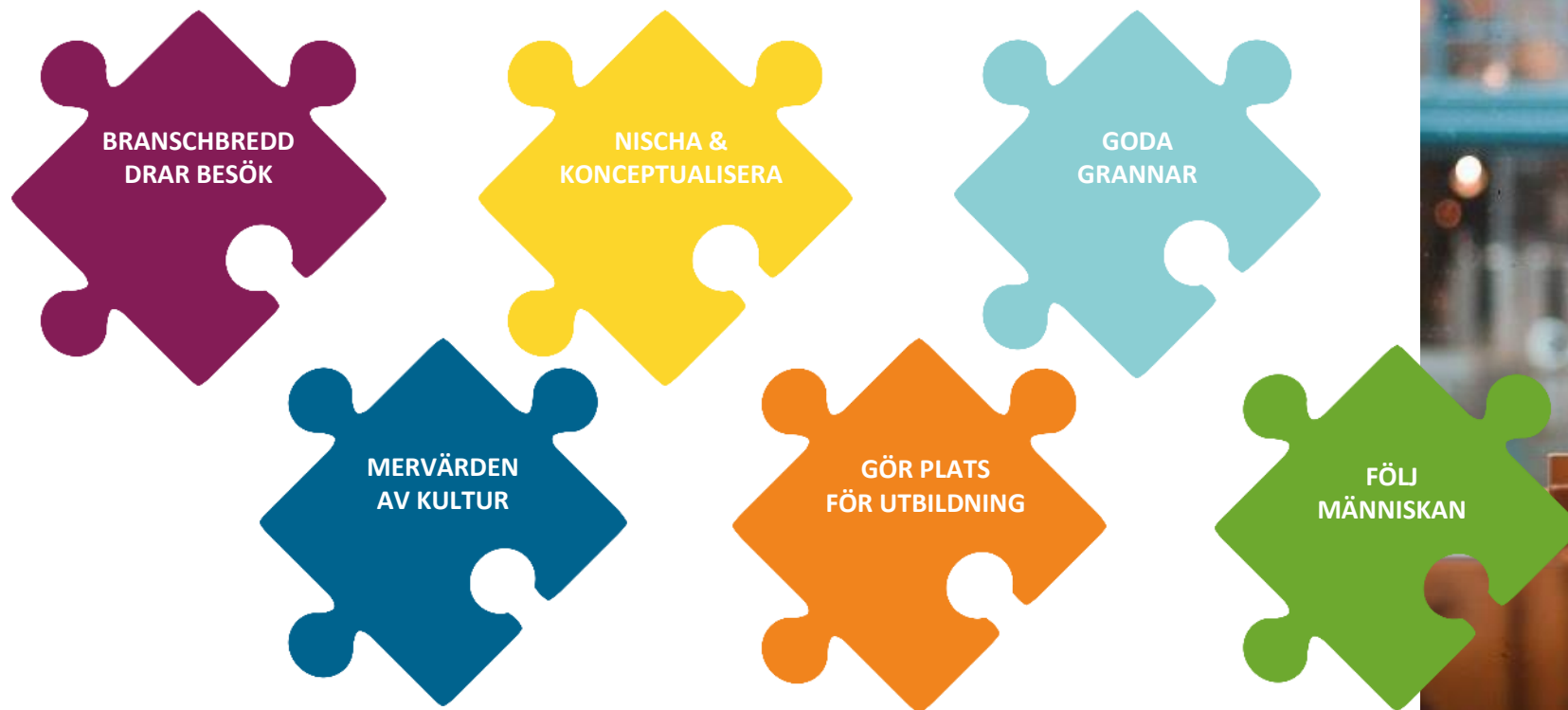
Besöksflödena registreras per unika besökare; om en person rör sig på flera platser i stadskärnan räknas hen bara en gång per dygn.

Strategi för rikare stadsliv



Sex pusselbitar för ett rikare stadsliv

Databearbetning i kombination med intervjuerna från [Cityindex Insikt](#) resulterade i sex insikter, som alla knyter an till vikten av ett brett utbud i stadskärnan – och hur förutsättningar skapas för ett sådant.



De viktigaste resultaten från Cityindex Insikt

1. Stads kärnor med stor branschbredd lockar fler besökare.

Det är viktigt att låta en mix av branscher ta plats i stadskärnan. När utbudet breddas ökar besöksantalet med i snitt mellan 1 till 2 procent per tillkommande ny bransch i stadskärnan.

2. Kultur utgör som branschgrupp en liten del av stadskärnornas totala bestånd.

Kulturens andel är blott 4 procent i snitt, men den har en viktig roll för stadslivet. Det finns en tydlig skillnad i andelen kulturverksamheter mellan de fyra storstäderna (5 procent) och övriga stadskärnor i landet (2 procent).

3. När en ny typ av kulturverksamhet etablerar sig i en medelstor stad eller småstad ökar omsättningen med i genomsnitt 4,3 procent.

Det finns mervärden av att släppa in kulturbranscherna till stadskärnan. Analysen visar att omsättningen ökar ju fler kulturbranscher som finns representerade.

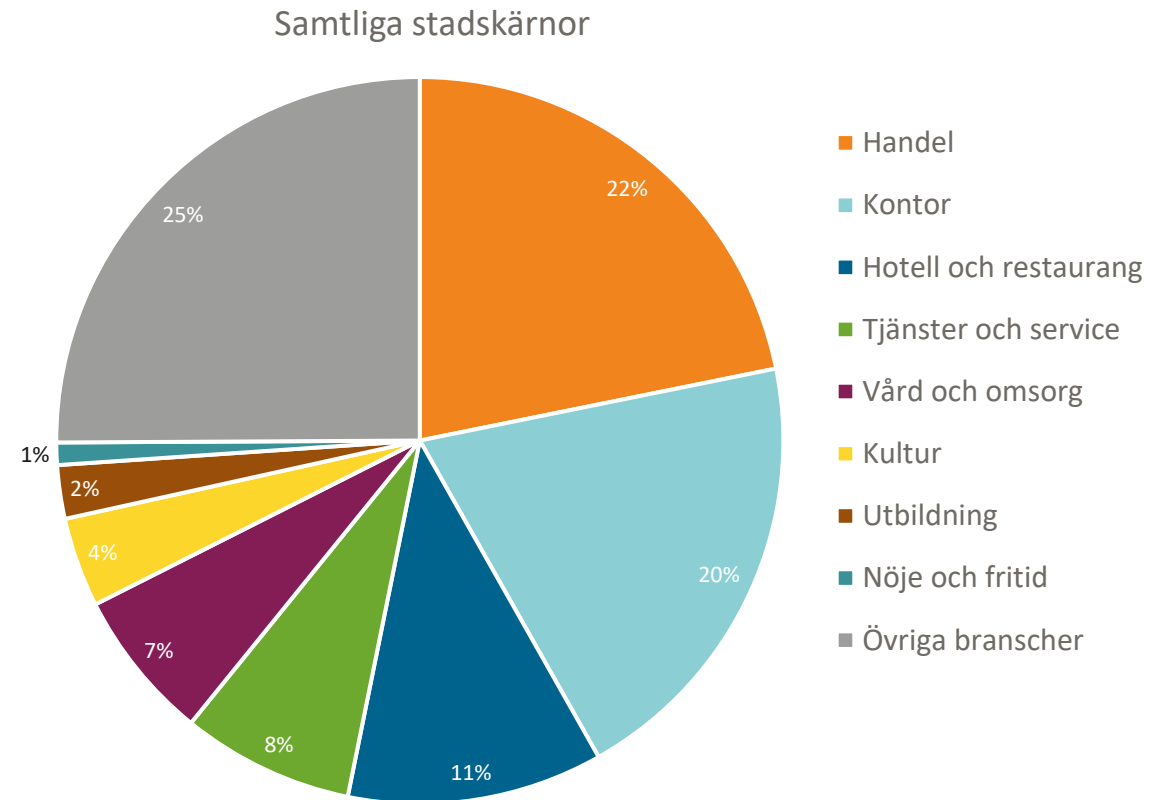
4. När en ny typ av kontorsverksamhet etablerar sig i stadskärnan ökar omsättningen med i genomsnitt 3,5 procent.

Dagbefolkningen som befinner sig i stadskärnan är viktig för omsättningen.

5. Det finns skillnader i branschbredd mellan olika stadskärnetyper.

Branschbredden är störst i storstäder och större städer och minst i medelstora och små städer. Handelsbranscher har en mindre andel av den totala branschbredden i större städer än i mindre.

Relativ branschstorlek i respektive SNI-grupp
År 2019





Mix av branscher ger ett rikare stadsliv

När bredden av branscher som representeras i stadskärnan ökar blir även besöksanledningarna fler, vilket i sin tur leder till att stadskärnan nyttjas under en större del av dygnet. På nationell nivå finns det en tydlig positiv korrelation mellan det antal branscher som finns i stadskärnan, hur många som besöker den och hur mycket den omsätter. I snitt ökar antalet besök i stadskärnan mellan 1 till 2 procent per ny bransch. Här är det också viktigt att komma ihåg att olika branscher bidrar olika mycket till besöksökningen, och att detta rör sig om den ökning av besöksantalet som genomsnitts-branschen i snitt bidrar med.

Branschbreddens påverkan är positiv för samtliga stadstyper. Sambandet är starkare i småstäder och medelstora städer än i större städer och storstäder. Detta beror troligen på att en ny bransch i de mindre stadstyperna medför en större procentuell ökning av branschbredden. Om vi ser tillbaka på utvecklingen under de senaste åren ser vi också att det framför allt är de mindre städerna som har ökat sin omsättning, samtidigt som fler branscher tar plats i våra stadskärnor.

Branschbreddens effekt på besöksantal och omsättning var större under 2019 än under 2020. Detta kan i mångt och mycket förklaras av att både besöksantalet och omsättningen sjönk i de flesta stadskärnor under 2020, vilket resulterar i en lägre genomsnittsökning av antalet besökare per ny bransch i stadskärnan.

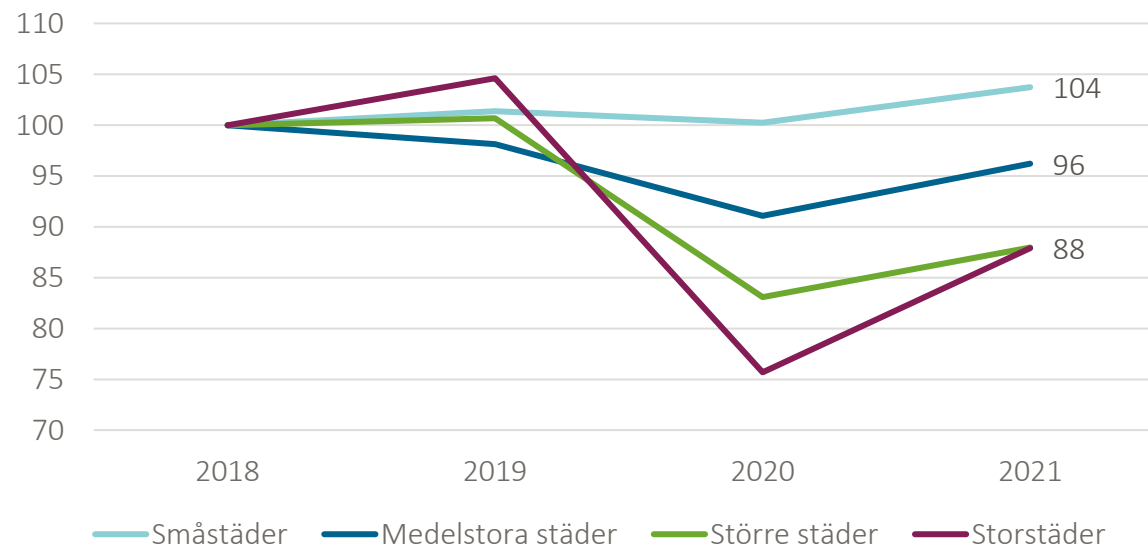
Genomsnittlig ökning av antalet besökare per ny bransch i stadskärnan för olika stadstyper

	2019	2020
Småstäder	2,0%	1,6%
Medelstora städer	1,9%	1,7%
Större städer	1,1%	1,0%
Storstäder	1,1%*	1,1%

* Ej statistiskt signifikant.

OMSÄTTNINGsutveckling per stadstyp

Indexerad omsättningsutveckling 2018-2021 (2018 = 100).





Branschbredd lockar besökare

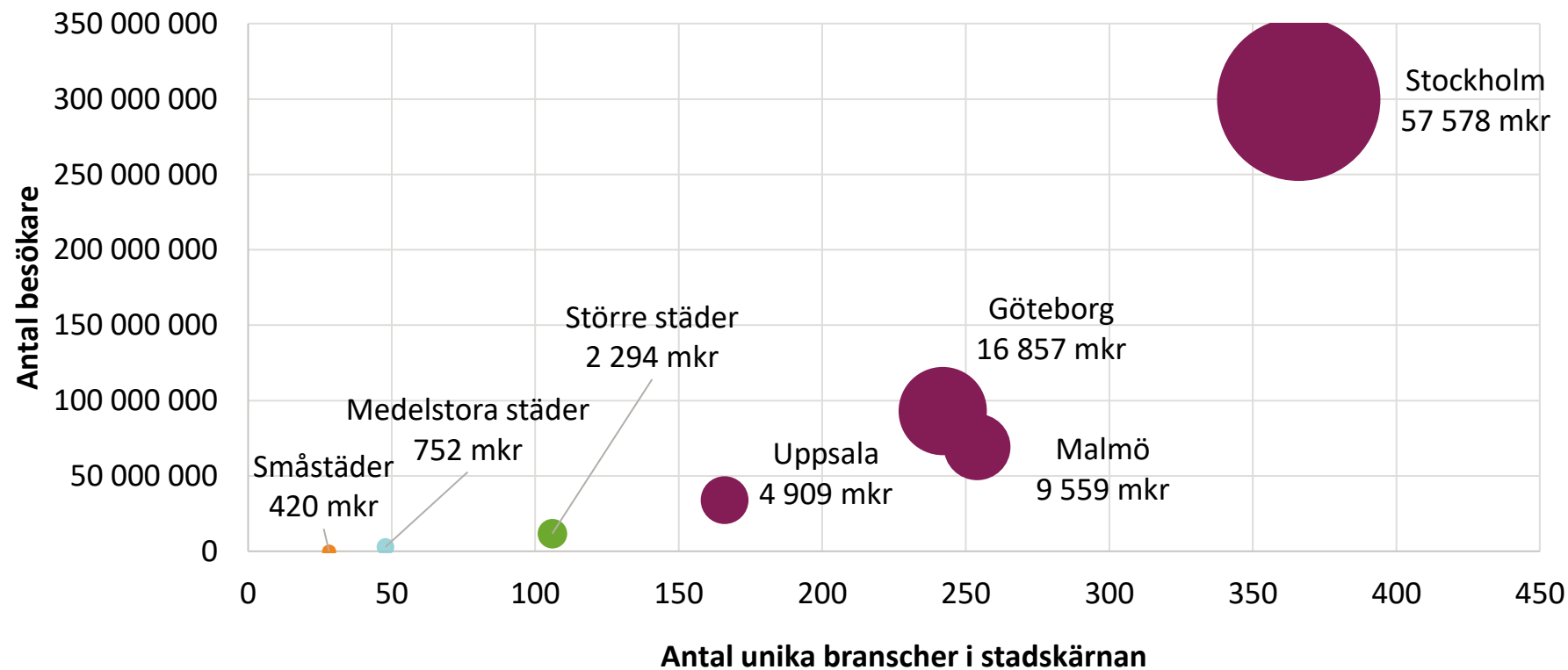
Det finns ett positivt samband mellan antalet överflödigt branscher i stadskärnan och hur många som besöker den. Antalet branscher har en positiv korrelation med antalet besökare i samtliga stadstyper, men påverkan är olika stor.

Som det går att avläsa i diagrammet till höger är det i storstäderna som sambandet mellan branschbredd och besökare är som starkast. Sambandet avtar ju mindre stadskärnan är.

Under 2020 var besökstappet som störst i storstäderna, men under 2021 och 2022 ser vi även att återhämtningen av besöksflödena är som starkast där.

SAMBANDET MELLAN BRANSCHBREDD, OMSÄTTNING OCH BESÖKSANTAL

Storstäder, samt medelvärden för småstäder, medelstora städer och större städer, 2019





Sammanfattning och rekommendationer

Pandemin präglar även årets resultat

- **Detaljhandeln växte under 2021**, och såväl den fysiska handeln som e-handeln hade starka tillväxtår.
- 2021 var ett bättre år för stadskärnorna än 2020. Omsättningen i de i Cityindex kartlagda kommersiella verksamheterna ökade med 10 procent jämfört med 2020. Däremot ligger **omsättningen fortfarande en bra bit ifrån 2019** års nivå.
- **Samtliga branscher hade en positiv utveckling under 2021**. Starkast utveckling hade hotell, som också var den bransch som backade mest under 2020.
- **Dagligvaror** är den enda bransch i stadskärnorna som **har ökat sin omsättningen för varje år**.
- **Småstäderna** omsatte mer under 2021 jämfört än före pandemin, och är således den **enda stadskärnetypen med positiv tillväxt jämfört med före pandemin**.
- Det finns **stora skillnader mellan stadskärnetyperna**. De kommersiella verksamheterna ökade kraftigare i storstäderna än i småstäderna under 2021.
- Cityindex visar att **omsättningen ökar relativt sett mer än besöken under 2021, vilket ger ett högre snittköp**. Under 2020 minskade besöksflödena kraftigare än stadskärnornas omsättning, vilket då som nu tyder på färre besök men mer i shoppingpåsen hem.
- De stadskärnor med starkast besöksflödesutveckling under 2021 och de sju första månaderna 2022 är även de som tappade flest besökare under 2020. Däremot är **besöksflödena alltså lägre än före pandemin**.
- Besök som varken kan relateras till boende eller arbete i stadskärnan minskade kraftigt under pandemin. Trenden vände under 2021 och **övriga besök ligger på drygt en femtedel under 2019 års nivå**.
- **Stockholm stod för nästan hälften av den totala återhämtningen** i omsättning i Sveriges 107 stadskärnor. Omsättningen i huvudstadens stadskärna ligger dock fortfarande på en lägre nivå än 2019.



Rekommendationer

Ett mixat utbud av verksamheter i stadskärnan, såväl kommersiella som icke-kommersiella, driver på omsättning och besöksflöden i stadskärnan.

När allt fler av de rationella inköpen flyttar till nätet blir den lustfyllda shoppingen, i kombination med möten och upplevelser, en viktigare del av det fysiska erbjudandet. Nischade, unika koncept som erbjuder en personlig köpupplevelse och som också fungerar som mötesplatser har stor potential när det gäller att återuppliva stadskärnan och dra nya typer av flöden till platsen.

Goda grannar stärker varandra, och överraskande synergieffekter kan skapas mellan till synes helt olika verksamheter. Därför är platssamverkan A och O för att få ihop det diversifierade utbudet i stadskärnan.

Kultur driver inte bara på besöksflöden utan bidrar även med andra mervärden till stadskärnan. Analysen visar på en omsättningsökning på över 4 procent i medelstora städer och småstäder. Dessutom bidrar kultur till liv och dynamik som skapar besöksanledningar och får besökarna att vilja stanna kvar.

Utbildningsverksamheter kan ge stadskärnan besöksflöden i form av både unga och vuxna som tar del av stadslivet.

För att få ett rikt stadsliv är det viktigt att fråga människorna som nyttjar platsen. De sitter på värdefull information för att skapa välmående.



För mer information om Cityindex

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

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

David Björnberg, omvärldsanalytiker Fastighetsägarna GFR
070-695 33 03, david.bjornberg@fastighetsagarna.se

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

För frågor om rapporten

Miko Roth, kundansvarig HUI Research
070-714 51 65, miko.roth@hui.se

Mikail Sertcanli Branting, projektledare HUI Research
073-398 93 74, mikail.sertcanli@hui.se

