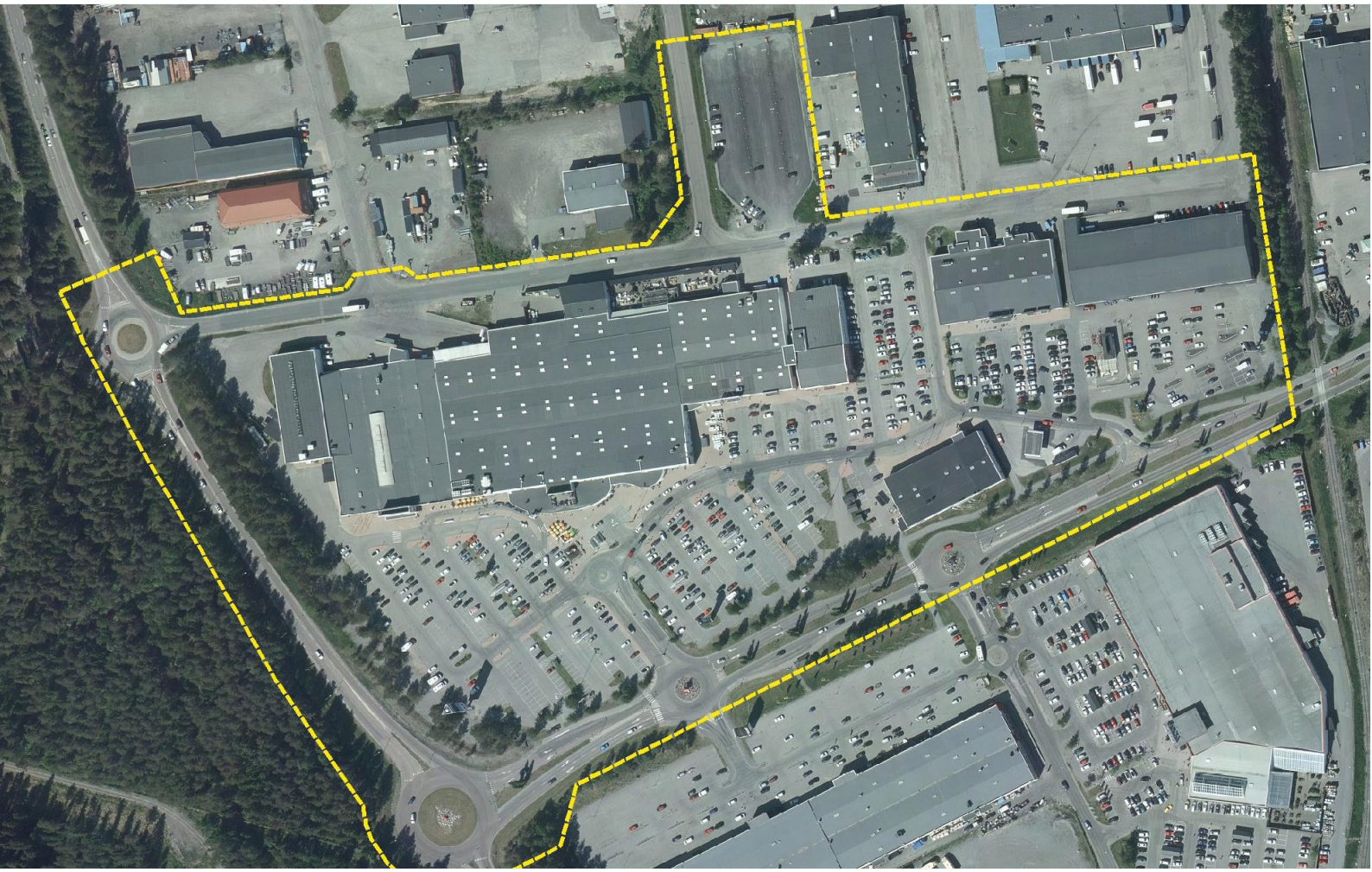


Handelsutredning

Konsekvenser av planförslag
Del av Storheden (Storheden 1:37 m.fl)

Luleå kommun

Datum: 230830

Innehåll

1. Inledning ... 3
1.1 Bakgrund ... 3
1.2 Uppdrag ... 3
1.3 Begrepp och definitioner ... 4

2. Den svenska kommersen och konsumtionen ... 5

3. Medtag från tidigare genomförd utredning ... 11

4. Marknadsförutsättningar ... 12
4.1 Utbud ... 12
4.1.1 Handelns storlek och utveckling ... 12
4.1.2 Handelns styrka - försäljningsindex ... 13
4.1.3 Handelns geografiska struktur ... 13
4.2 Efterfrågan ... 16
4.3 Fastighetsmarknaden i norra Sverige ... 17

5. Analys ... 18
5.1 Etableringsanalys: Luleå kommun ... 18
5.2 Konsekvensanalys: Tillkommande ytor Storheden ... 20
5.3 Effekt på parkeringsbehov av tillkommande ytor ... 22

6. Slutsatser och rekommendationer ... 23
6.1 NIRAS rekommendationer för Storheden ... 23
6.2 NIRAS rekommendationer för övergripande planering av handel i kommunen ... 25

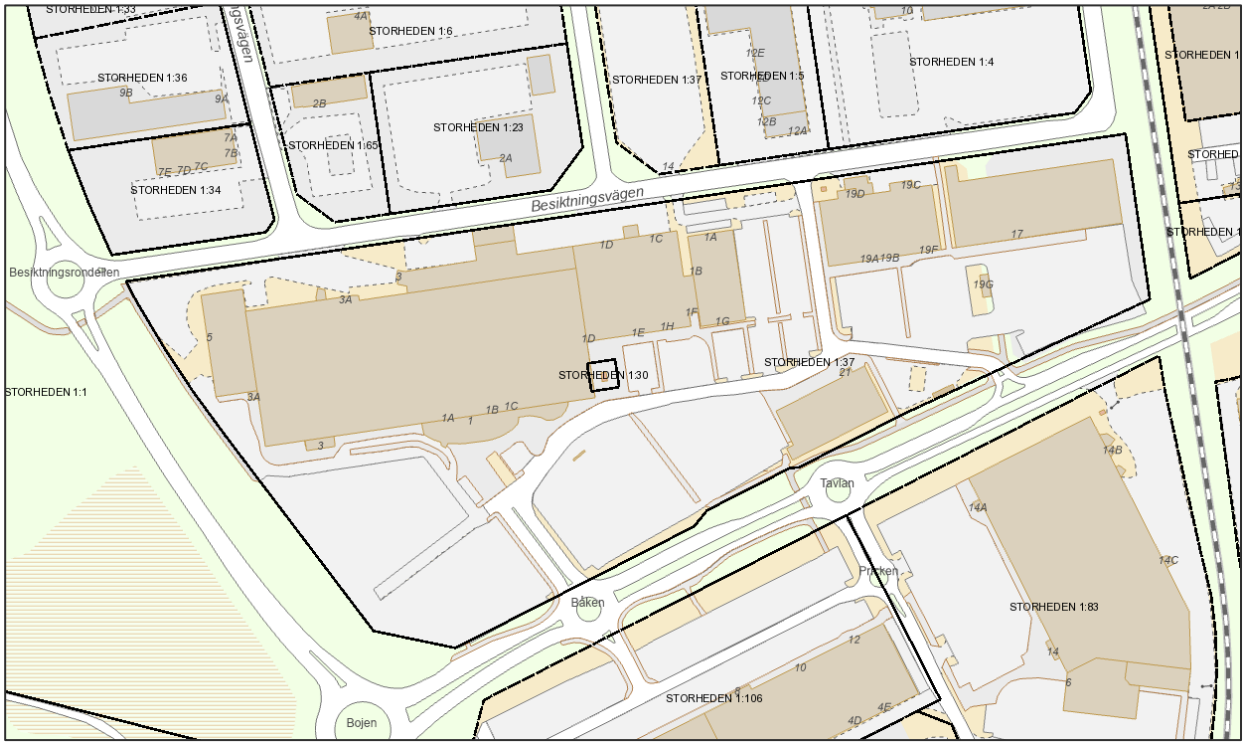
1. Inledning

1.1 Bakgrund

En ny detaljplan håller på att tas fram inom handelsområdet Storheden i Luleå kommun. Planförslaget innebär en förtätning med cirka 30 000 kvm lokaler utöver idag befintlig yta om cirka 30 000 kvm. De tillkommande ytorna avses användas främst till handel samt tillskott av kontor inom fastigheten Storheden 1:37. De användningsbestämmelser som ämnas användas i större delen av området är H (Handel), K (Kontor) och till viss del G (Drivmedel). Parkering ska lösas med en blandning av markparkeringar och parkeringshus. Ett sänkt P-tal kommer även att tillämpas. Det finns även önskemål från exploatörens håll att bygga hotell men detta möjliggörs inte i detaljplanen i nuläget.

Kommunen eftersträvar att detaljplanens genomförande inte ska riskera en betydande utslagning av handel och andra segment i staden. En handelsutredning behöver därför upprättas för att studera vilken omgivningspåverkan planförslaget kan medföra.

Figur 1. Kartbild över Fastigheten Storheden 1:37



Källa: Kartbild från Luleå kommuns kommunkarta.

1.2 Uppdrag

NIRAS har fått i uppdrag av Luleå kommun att genomföra en handelsanalys som belyser konsekvenserna av detaljplanens genomförande. Potentiella tillväxt- och utslagningseffekter bedöms med avseende på främst Storheden och centrum men även övriga kommunen. I utredningen analyseras två scenarion: ett där de

tillkommande ytorna består till 100 procent av handel respektive ett scenario där de tillkommande ytorna fördelas till 60 procent handel och 40 procent kontor.

Denna utredning tar avstamp i den tidigare handelsutredning som genomfördes av NIRAS på uppdrag av Luleå kommun år 2015. Sedan utredningen genomfördes har konsumenternas köpbeteende förändrats väsentligt och tagit ett stort steg framåt inom e-handel. I det fall att framtagna slutsatser skiljer sig mot tidigare genomförd utredning motiveras detta.

Utifrån beräkningar och övrig analys under utredningens gång ger NIRAS rekommendationer om eventuella justeringar i detaljplanen. Därtill ges rekommendationer för den generella utvecklingen av handel i hela Storheden samt kommunen till år 2040. Utredningens mål är att ta fram ett underlag för fortsatt planering av handel i Luleå kommun - primärt för Storheden och sekundärt för kommunen som helhet.

Horisontår för analysen sätts till år 2030. Detta då e-handelns utveckling är relativt svårbedömd efter pandemin som kraftigt förändrat inköpsvanor. Därtill har geopolitisk oro i Europa samt räntehöjningar bidragit till kraftigt minskad konsumtion. Av försiktighetsskäl sätts därför prognosåret något kortare än normalt. Genomförandet väntas ske relativt omgående, men kan dock ske både tidigare och senare än satt horisontår.

1.3 Begrepp och definitioner

Omsättning: Försäljning inklusive moms år 2022, i fasta priser om inget annat anges.

Dagligvaror: Sammanfattande begrepp för allivs- och speciallivsbutiker, service- och jourbutiker, blommor, tobak, tidningar och kioskvaror samt systembolag och apotek.

Sällanköpsvaror: Sammanfattande begrepp för handel inom beklädnad, fritidsvaror och hemutrustning.

Detaljhandel/Detaljhandelsvaror: Det samlade begreppet för både dagligvaror och sällanköpsvaror.

Centrumverksamhet: Verksamhet som behöver ligga centralt eller på annat sätt ska vara lätt att nå för många människor. Där ingår till exempel butiker, restauranger, kontor, gym, med mera.

Logi samt café/restaurang: Avser logiverksamheter (såsom hotell, vandrarhem, stugbyar, camping) samt restauranger eller caféer. Innefattas ej i begreppet detaljhandel.

Kommersiell service: Vinstdrivande serviceverksamheter såsom tvätteri, hår-/kroppsvård, massage, mäklare, gym, paketutlämning, biluthyrning med mera.

Offentlig service: Skattefinansierad verksamhet såsom skola och offentlig vård. Finansiären är offentlig (stat, region och kommun), medan utförare av offentlig service kan vara både offentliga och/eller privata aktörer.

Konsumtion per capita: Det genomsnittliga belopp som en konsument spenderar på detaljhandelsvaror, café/restaurang samt annan kommersiell service.

Köpkraft/Konsumtionsunderlag: Den samlade köpkraften för ett angivet område, det vill säga marknadens storlek utifrån efterfrågan.

2. Den svenska kommersen och konsumtionen

En redogörelse följer här av trender och tendenser genom en historisk tillbakablick över vad som varit framgångsrikt historiskt, när det kommer till koncept och verksamhetsmix. Bland annat behandlas digitaliseringens påverkan på konsumtionen, samt pandemi- och konjunktureffekter. En framtidsutblick beskriver hur platsbunden konsumtion kan förändras på sikt.

2.1 Handelns utveckling

Under 1960-talet utvecklades Sverige till ett modernt och högindustrialiserat land. Sveriges BNP ökade kraftigt och bidrog till uppkomsten av ett välfärdssamhälle.

Städerna i Sverige växte med nya bostadsområden och funktionella lägenheter, vilket ledde till utvecklingen av miljonprogrammet. Med hjälp av moderna bostäder till rimliga priser skulle den stora bostadsbristen byggas bort. Handel, servicetjänster och nöjen blev viktigare och byggdes nära de nya bostadsområdena. Miljonprogramsområdet introducerade även en ny form av stadsplanering med affärer, samhällsservice, biografer, arbetsplatser, kyrkor och skolor.

Efter att stadskärnorna förtätats skedde expansionen på obebyggd mark utanför städerna, framför allt i Stockholm med ABC-staden, som var en samlad bebyggelse med arbete, bostad och centrum.

Kedjevaruhus som EPA, Åhléns och Domus började etableras i städerna och blev konkurrenter till mindre specialbutiker. Med ökad köpkraft och mindre tid att handla växte behovet av köpcentrum utanför städerna. Idag har många gamla varuhus rivits och ersatts av stadsgallerior. Efter införandet av fria affärstider etablerades även servicebutiker med begränsat sortiment och längre öppettider. Dagligvaruhandeln har koncentrerats med färre butiker och öppettiderna har förlängts. Caféer, restauranger och kommersiell service har ökat snabbare än handeln och blivit viktiga delar av orter och stadskärnor

2.2 Stadsdelscentrums renässans

Handeln och servicen i stadsdelar kring större städer har kämpat mot konkurrensen från köpcentrum och cityhandeln. Marknadsandelar, butiker och anställda har minskat. Samtidigt har urbaniseringen i storstäderna fortsatt, vilket ökar behovet av att möta boendes behov nära deras hem. Konceptet med ABC-staden har därmed fått nytt liv i form av 15-minuters staden, där det inte ska ta längre än 15 minuter att nå viktiga platser.

Stadsdelsbutiker för dagligvaror har fått en nystart på grund av tidsbristen hos hushållen. Dagligvaruhandeln kan vi se lägger ett större fokus på att etablera sig närmare konsumenten med en större andel mindre format.

Att konsumenter numera kan vara bekväma och spara tid genom e-handel innebär i sin tur vissa utmaningar för storbutiker (till exempel stormarknader) placerade i externa lägen. Dessa kommer framöver behöva se över sina ytor för att bibehålla relevans bland den stora kundgruppen bilburna konsumenter, och i förlängningen sin lönsamhet. En väg mot detta är via upphämtning av varor inköpta via internet, så kallad click-and-collect. E-handel och nära belägen handel gynnas av detta. Stora butiker behöver anpassa sig för att behålla relevans genom bland annat click-and-collect.

Mindre marknader för sällanköpshandel möter utmaningar från stora handelsplatser och e-handel. Lokalt entreprenörskap och närservice blir viktiga, och stora handelsplatser måste erbjuda upplevelser för att konkurrera.

2.3 Besöksrelaterade näringar i svenska kommuner

Besöksrelaterade näringar inkluderar främst detaljhandel, hotell, restaurang, kultur/nöje/fritid och annan serviceverksamhet. Detaljhandeln är den största branschen i Sverige sett till omsättning, medan övriga besöksrelaterade branscher (hotell/restaurang, kultur/nöje/fritid och annan serviceverksamhet) ses i många fall som adderade dimensioner av kommers till detaljhandeln.

Sett till den geografiska strukturen är det framför allt kommuner med starka reseanledningar som t.ex. Gotland eller nordliga kommuner med ett stort utbud av vintersportanläggningar som ger ett stort inflöde av verksamheter och därigenom styrker näringarna inom kommunen. Men även storstadskommunerna och andra mellanstora svenska städer attraherar besökare till utbudet av både handel men också restaurang, nöje och dylikt som ofta är bredare i dessa regioncentra.

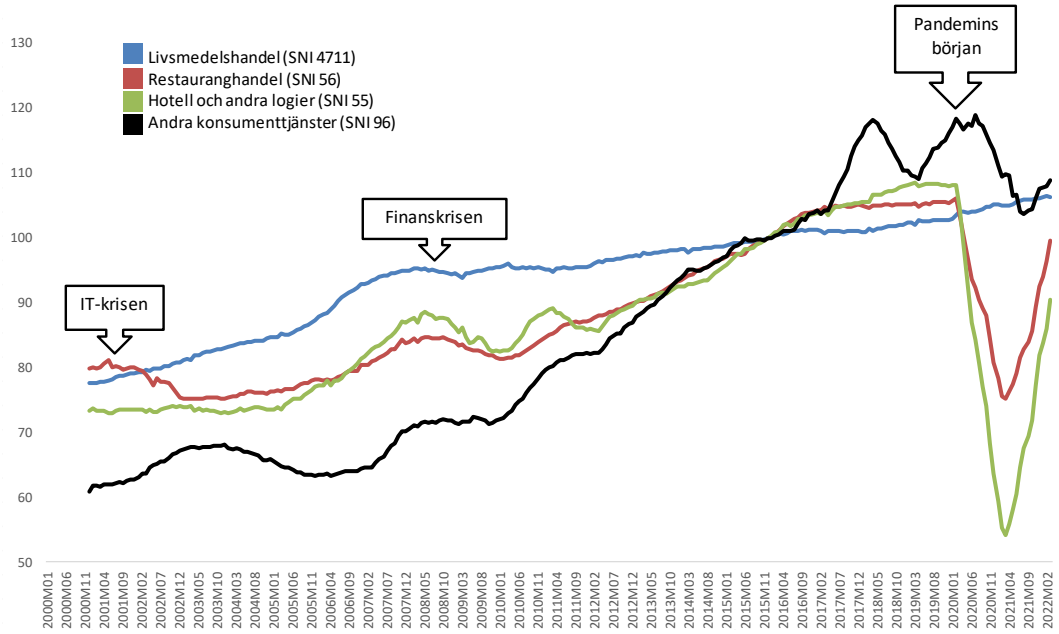
Både tjänstekonsumtionen per capita och resandet överlag spås fortsätta öka, vilket innebär att näringarna kommer fortsätta växa. Att nästan all framtida befolkningstillväxt spås ske i storstadsregioner och större städer innebär också goda förutsättningar för näringarna. Samtidigt kan ekonomiska kriser som ofta innebär ett minskat konsumtionsutrymme för hushållen dämpa efterfrågan utöver de grundläggande behoven.

2.4 Café, restaurang och kommersiell service är framgångsfaktorer

Café- och restaurangnäringen har haft positiv tillväxt och uppvisat högre tillväxttal än detaljhandeln i stort. Caféernas och restaurangernas närvaro har därmed stor betydelse på dagens handelsplatser och stadsdelscentrum. Likaså kommersiell service har växt kraftigt. Utbudet av kommersiell service, såväl som offentlig service i form av vård har växt fram i takt med att utbudet har utvecklats på handelsplatserna

Under pandemin minskade dock försäljningen av restaurangtjänster, särskilt på hotell och trafiknära restauranger, på grund av minskat resande. Försäljningen under år 2020 minskade med 25 procent jämfört med föregående år enligt SCB. Inhemsk konsumtion minskade och utländska besökare uteblev. Restaurangkonsumtionen har dock återhämtat sig i takt med att restriktionerna har lättats och människor har ett behov av att mötas och uppleva mat och andra aktiviteter.

Figur 2: Försäljningsvolym inom olika konsumentnära branscher år 2000-2022



Källa: SCB. Index basår 2015 = 100. Indexerad trend rullande 12 månader

Efter pandemin har istället hög inflation och höga räntor pressat de svenska hushållen, som på kort sikt dämpar efterfrågan i branscherna. Nedgångar i dessa branscher brukar pågå under ett par år efter en kris början.

2.5 Delningsekonomi och återanvändning

Begagnatmarknaden, second-hand och vintage har blivit populära och växer både på fysiska och digitala marknadsplatser. Loppmarknader finns nu även i storstäder och olika koncept har uppstått, inklusive högprofilerade och evenemangsliknande aktiviteter. Intresset och behovet för begagnade varor tycks fortsätta öka, samtidigt som vi som konsumenter blir mer medvetna om miljöpåverkan och delningsekonomi. Digitaliseringen har gjort det enkelt att dela och byta saker, och begagnathandeln utvecklas både mellan konsumenter och från företag till konsument. Trots att begagnathandeln ännu är mindre än nyvaruhandeln finns en stor potential, särskilt för kläder och möbler. Detaljhandelns affärsmodeller behöver anpassas för att möta hållbarhetskraven, och vissa företag tar redan initiativ i denna riktning genom samarbeten med second hand-aktörer.

2.6 Synergier mellan staden och dess kommers

Handel, kontor, restauranger, bostäder och publika verksamheter kan dra nytta av närheten till varandra. Till exempel vill nya arbetsplatser ofta ligga centralt, med god kollektivtrafik, tillsammans med butiker och restauranger. En stark stadskärna och nya bostäder kan vara skillnaden mellan om det lönar sig att bygga nya kontor eller inte.

Även i mindre projekt med fokus på handel, restauranger och service har både fastighetsvärden och mjuka faktorer kring trygghet och attraktivitet ökat. Särskilt trygghetsfrågan har aktualiserats på senare år då vissa handelsplatser och stadsdelar haft problem med social oro och brottslighet.

Stadskärnor och stadscentrum har en viktig roll som sociala mötesplatser, och attraktivitet spelar en stor roll för att locka människor att vistas där. Attraktivitet är ett brett begrepp som kan omfatta allt ifrån estetik, trygghet, trivsel, hållbarhet, tillgång på samhällsfunktioner och konsumtion

Efter pandemin har läget blivit en viktig konkurrensfaktor för kontorsmarknaden, och flexibla kontorslösningar och hybridmodellen för hemarbete förväntas fortsätta vara vanliga. Inne i städerna sker en tillväxt av flexibla lösningar, olika former av kontorshotell, där små och medel-stora företag hyr i. De flesta bedömare anser att hemarbetet kommer att öka för de grupper där det är möjligt. Frågan är hur stor andel det blir på sikt. Studier visar att många vill sitta hemma ett par dagar i veckan, få verkar vilja sitta hemma hela tiden. Den så kallade hybridmodellen är här för att stanna, vilket i sin tur gör konsumtionsunderlaget något mer komplext när människor spenderar mer tid arbetandes i hemmet.

I storstäderna blir närhet till turtät kollektivtrafik allt viktigare. Där etablerar sig ofta stora och medelstora företag. Kring de nya arbetsplatserna växer det fram service, inte minst restauranger och caféer. För kontor i något mer perifera lägen blir låga hyror ett viktigt konkurrensmedel i takt med att behovet av kontorsytor minskar när distansarbete permanenteras. Det finns tecken på att kontorsmarknaden har mättats på kort sikt som en effekt av det nya arbetssättet.

Stadsförnyelse skapar ringar på vattnet genom att utgå från en mötes- och handelsplats. På ett torg i en ny stadsdel, sker det möten och handel i butikerna, restaurangerna, gymmen, frisörsalongerna med mera. Detta skapar också arbetstillfällen som bidrar till skattebasen i kommunen.

2.7 Digitalisering och dess effekt på platsbunden konsumtion

Den privata konsumtionen har allt mer blivit digital, särskilt inom e-handeln. Detta har påverkat både nya och gamla handelsplatser. Inköpen sker både mellan privatpersoner och företag. Även om förflyttningen sker långsamt så väntas en fortsatt ökande andel av alla varuköp ske via internet i takt med att nya generationer ser detta inköpssätt som en naturlig process. Digitaliseringen har också ökat transparensen på marknaden och lett till prispress för sällanköpsvaror.

Media- och bokkonsumtionen har förändrats till stor del genom digitala prenumerationstjänster som Spotify, Netflix och Storytel.

I takt med ökade inkomster har restaurang och logi ökat sedan början av 2000-talet, och faktiskt för-skjutit viss del av konsumtionen från livsmedel till färdiglagade måltider eller fika på restaurang/café. En av restauranghandelns konkurrensfördelar är att den (utöver att tillhandahålla en färdiglagad måltid eller fika) ger ett sammanhang för umgänge mellan människor på en fysisk plats. Samtidigt har digitaliseringen börjat ge avtryck även inom restauranghandeln. Möjligheten att kunna beställa hem mat med digitala tjänster såsom Foodora, Uber Eats eller Wolt har varit ett koncept som ökat under Covid-19-pandemin, framför allt i de större städerna. I dagsläget står digital försäljning av knappt en procent av restauranghandeln, men väntas växa på sikt.

Kommersiell service, såsom gym och hud-/hårvård, är svårare att digitalisera på samma sätt som andra konsumtionsområden. Även om flertalet gymkedjor i sitt utbud nu har tillgång till pass via appar. Förutsättningen för dessa tjänster är att producent och konsument möts på samma plats. Det är samtidigt inte otänkbart att ”transporten” kommer förskjutas från konsumenten till producenten - alltså att producenten tar sig till där

konsumenten är istället för tvärtom - särskilt i de fall där tjänsten inte behöver skrymmande verktyg eller hjälpmedel för att utföras.

Resor och kulturella upplevelser har ökat, men resebyråer har minskat i betydelse på grund av direktbokningar online. Nöjen och kultur har även blivit viktig inslag i många handelsplatser när ytor ställts om från traditionell handel eller annan verksamhet

Primärvården har börjat använda digitala lösningar för att möta patienterna, men vissa begränsningar finns jämfört med fysiska besök.

2.8 E-handelns ökning – pandemins inverkan

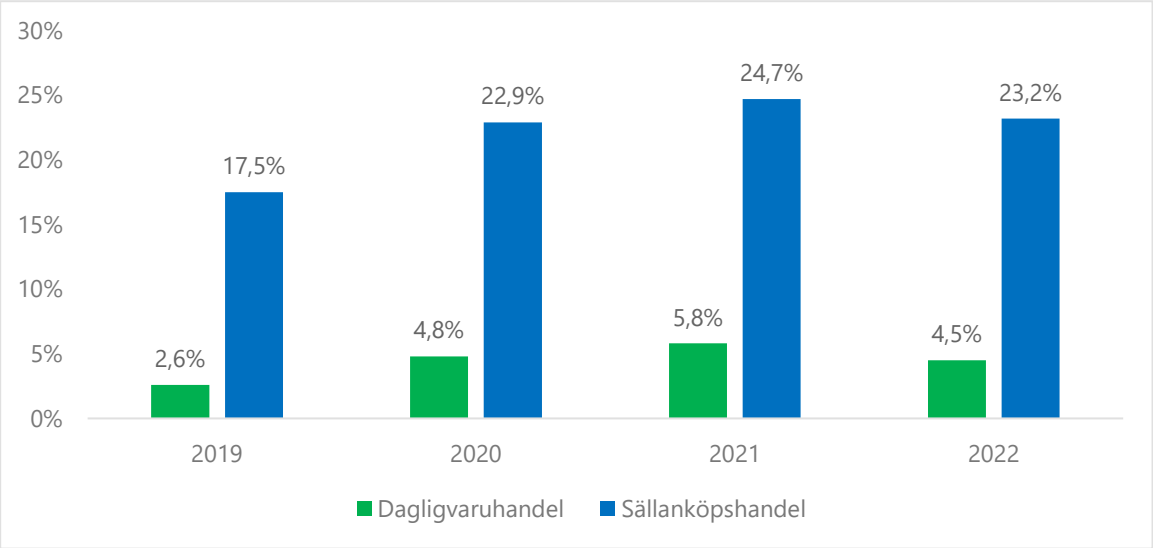
Det tar oftast lång tid för konsumenter att ändra ett köpbeteende, men i och med pandemin har det gått särskilt fort i omvandlingen. Den digitala försäljningen inom detaljhandeln har sedan 2007 gått från att stå för blott 3 procent av all försäljning till att under år 2022 stå för 15 procent av all försäljning[1]. På lite mer än ett decennium har alltså e-handeln kommit att stå för en sjättedel av all detaljhandel i Sverige.

Under pandemin kunde man särskilt märka en ökning av matinköp från internet. Även äldre målgrupper som idag står för en liten andel av de totala nätköpen har också tvingats lära nytt och bli e-handelskonsumenter på grund av att olika restriktioner begränsat konsumenternas rörlighet för att minska smittspridningen. Pandemin accelererade en effekt som redan var på gång och snabbade på förändringen i konsumentbeteendet även bland de som troligtvis inte hade e-handlat annars. I och med att vi har varit mycket i våra hem har mer pengar spenderats inom livsmedel, bygg, trädgård, möbler och elektronik.

Den fysiska butikshandeln har till större del återhämtat sig efter pandemin, men återgår inte helt till det läge som var rådande dessförinnan. Under år 2022 minskade e-handeln med 7 procent jämfört med året innan. Även med hänsyn taget till en viss återgång efter pandemin så väntas försäljningstillväxten inom fysisk handel dock bli i princip stillastående under kommande tio åren enligt rådande prognoser[2]. Störst riskutsatthet finns bland de handelsplatser som agerar i ett hårt konkurrensutsatt marknadsområde där små verksamheter saknar marginaler att konkurrera med stora volymhandelskedjor. Det återstår fortfarande att se hur marknaden, och konsumenternas beteende, kommer att se ut ett par år efter att pandemins effekter klingat av.

[1] E-barometern 2022, Postnord
[2] Svensk Handel, Läget i Handeln 2022

Figur 3. E-handelsandel av försäljningen år 2019-2022



Källa: Dagligvaruindex; Handelsfakta, Detaljhandelns försäljning; PostNord, E-barometern; HUI

2.9 Detaljhandelns framtid

E-handeln och hur den kommer att påverka den fysiska handeln är ett ämne som ständigt diskuteras intensivt. E-handeln ihop med digitaliseringen och nya köpbeteenden är idag den fysiska handelns största konkurrent. Detta gäller särskilt sällanköp men det kommer på sikt påverka även dagligvarubutikerna. Samtidigt innebär det nya konsumentbeteendet inte bara konkurrens utan även en möjlighet att växla upp affärerna via digital närvaro.

Handeln har sedan dess begynnelse ständigt utvecklats och antagit nya former i takt med att samhället och konsumtionsmönster ändras. Nya butiker, koncept och affärsmodeller skapas och gamla försvinner och ersätts. Redan nu kan man se hur både detaljhandelsaktörerna, fastighetsägarna och städerna börjar att anpassa sig till den nya verkligheten genom förändrade koncept.

Sammantaget väntas hur och var varuinköpet kommer ske i framtiden tydligare definieras av skiljelinjen mellan behov kontra upplevelser. Både inköp av dagligvaror, som i grunden är behovsdrivna, och sällanköpsvaror riskerar att koncentreras till e-handelsköp givet konsumentens önskan om tidsbesparing och låga priser. Ett undantag kan vara den så kallade upplevelsehandeln. Många kunder vill klämma och känna på varorna, och för många är shopping en social aktivitet, särskilt när det kommer till beklädnadshandel med stor variation i konsumenternas preferenser. Denna upplevelsehandel har redan idag koncentrerats till stadskärnor och köpcentrum. Den geografiskt närliggande butiken har dock än så länge fördelen att kunna konkurrera via tillgänglighet jämfört med e-handelns tidsbesparing. Andra som kan klara konkurrensen från nätet är lågprisbutiker såsom Rusta och Ö&B samt butiker som både är låg- och normalpris såsom Jula.

Det är samtidigt värt att poängtera att det på den växande e-handelsmarknaden även finns nätbutiker som slås ut. Det är således inte enbart fysiska butiker som påverkas av omstruktureringen inom handeln.

3. Medtag från tidigare genomförd utredning

Under 2015 genomförande NIRAS en handelsutredning på uppdrag åt Luleå kommun. Årets utredning för Storheden (denna utredning) delvis göras med utgångspunkt i den tidigare utredningen. Om nya slutsatser och rekommendationer föreslås ska dessa diskuteras utifrån tidigare resultat och motiveras.

Handelsutredningen som genomfördes 2015 var en heltäckande kartläggning av Luleå kommun och varje handelsplats/handelsområde skulle analyseras för hur mycket handel kommunen kunde tillåta.

Utredningens slutsatser sammanfattades i fem punkter:

- Satsa på stadskärnan som mötes- och handelsplats särskilt för shopping, restaurang, nöje och kultur. Se till att det finns B-lägen i centrum för verksamheter som inte kan betala cityhyror. Undvik ett stort externt shoppingcenter.
- Luleå har livskraftiga stadsdelscentra. Det kommunen kan göra är att samla lokal och kommunal service där och underhålla tillgänglighet och infrastruktur. Förtäta gärna med bostäder nära de olika centrumen.
- Storheden är och bör vara Luleås storskaliga handelsplats.
- Peka inte ut Notviksstan enbart som ett framtida handelsområde. Låt det vara ett blandat område med volymhandel och företag i andra branscher. En struktur liknande dagens.
- I Skutviken bör kommunen ta ett övergripande planeringsgrepp. Handeln behöver inte styra denna process, utom vad gäller ICA Kvantum.

Luleå har under en lång tid varit den viktigaste handelsplatsen i Norrbotten med Luleå stadskärna och Storheden som de starkaste magneterna. Befolkningsprognosen pekade på år 2015 mot en befolkning 77 400 invånare år 2018 och 79 400 invånare år 2023. Det finns också en politisk vision som är framtagen av kommunen som heter ”10 000 nya luleåbor”. Det innebär att det skall finnas utrymme för minst 5 000 nya bostäder.

I utredningen gjordes bedömningen att Luleå då hade en klok avvägning mellan å ena sidan volymhandel med sällanköpsvaror främst i Storheden och andra sidan shopping och upplevelser i stadskärnan. Bedömningen gjordes även att e-handeln, likt för resten av Sverige, skulle vara ett hot. Många kunder har lång resväg till Luleå och då kan e-handeln vara ett attraktivt alternativ. Dock kunde hotet minimeras om Luleå erbjuder en totalupplevelse av restauranger, handel, nöje och kultur. I detta fall har e-handelsvanan ökat kraftigt efter pandemin och hämmar enligt NIRAS bedömning tillväxtpotentialen för fysisk handel i högre utsträckning än tidigare.

Effekter av ett eventuellt externt shoppingcenter bedömde NIRAS vid tidigare utredning enligt följande:

- Om shoppingomsättningen i miljoner kronor (Mkr) börjar närma sig hälften av stadskärnans shoppingomsättning kan det bli problem i centrum.
- Utvecklingen kan ”tippa över” om shoppingomsättningen externt blir lika stor som omsättningen i centrum.
- 20 000 kvm i ett externt shoppingcenter skulle medföra ett omsättningstapp i centrum på 20-25 %. Det skulle riskera nedläggning av ett stort antal butiker och serveringar, kanske 10 % av beståndet.

NIRAS ansåg då således att om kommunen vill värna om sin stadskärna bör man vara försiktig med etablering av extern shoppinghandel i större skala. Det kan dock finnas behov av att ändå utveckla befintlig shoppinghandel i Storheden, och det kan vara bra med konkurrens så att centrum är på tå.

4. Marknadsförutsättningar

Marknaden studeras utifrån utbudssidan (befintligt utbud av verksamheter) samt utifrån efterfrågesidan (befolkning/köpkraft samt om möjligt trafik-/resenärsflöden) vid platsen.

4.1 Utbud

4.1.1 Handelns storlek och utveckling

Luleå kommun är den största kommunen i Norrbotten sett till befolkning. Staden har en central roll i regionen och fungerar som ett viktigt handelscentrum för norra Sverige.

Den totala handeln i Luleå kommun omsatte 6 262 mkr år 2021. Omsättningen har sedan år 2015 ökat med 11 procent. Detta kan jämföras med Norrbottens län där snittet var en ökning med 8 procent. Av de närliggande kommunerna, presenterade i tabellen nedan, hade Luleå kommun högst utveckling. Luleå kommun har även en högre utveckling än närliggande kommuner sett till dagligvaror men en nästintill oförändrad utvekling sett till sällanköpsvaror.

Luleå kommun har en tredubbelt så stor omsättning som Haparanda och dubbel storlek jämfört med Piteå.

Tabell 1. Omsättning och utveckling inom detaljhandeln i Luleå kommun samt omland, mkr

Område	Total detalj-handel, mkr 2021	Utveckling % år 2015-2021	DV, mkr 2021	Utveckling % år 2015-2021	SV, mkr 2021	Utveckling % år 2015-2021
Luleå	6 262	11%	3 429	20%	2 833	0%
Piteå	2 635	10%	1 437	13%	1 198	8%
Boden	1 545	9%	1 025	16%	519	-5%
Haparanda	1 984	-1%	1 066	31%	918	-38%
Kiruna	1 621	6%	1 001	6%	620	5%
Kalix	780	7%	566	7%	214	5%
Norrbottens län	*17 883*	*8%*	*10 637*	*15%*	*7 247*	*-3%*
Sverige	*717 705*	*12%*	381 211	*15%*	*336 514*	*9%*

Källa: Handelsfakta

4.1.2 Handelns styrka - försäljningsindex

Handelns storlek i en kommun är starkt beroende av hur många som bor där. Antalet invånare är särskilt viktigt i dagligvaruhandeln eftersom människor vill handla i närheten av bostaden. Ett sätt att mäta och jämföra handelns styrka mellan kommuner där befolkningen är olika stor är genom att beräkna försäljningsindex. Försäljningsindex är ett mått på hur väl handeln förmår att ta tillvara det befolkningsmässiga försäljnings-underlag som finns i en kommun och om handeln dessutom förmår att locka kunder från andra kommuner.

Försäljningsindex 100 indikerar att handeln omsätter lika mycket som det befolkningsmässiga underlaget med-ger. Index över 100 indikerar att handeln attraherar kunder från andra kommuner och index under 100 indikerar att handeln har ett utflöde till andra kommuner. Försäljningsindex för sällanköpshandel uppvisar oftare större skillnad mellan kommuner än för dagligvaruhandeln. Detta på grund av att sällanköpshandeln ofta är koncentrerad till större regioncentra jämfört med dagligvaruhandeln som är mer jämnt geografiskt spridd över landet och finns närmare konsumenten.

Försäljningsindex för den totala detaljhandeln i Luleå kommun ligger på 116, vilket innebär att det finns ett inflöde av handel. För både dagligvaror och sällanköpsvaror ligger försäljningsindex över 100. Att ett index för dagligvaruhandeln är högre än till exempel sällanköpsvaruhandeln är inget konstigt då dagligvaror generellt är något vi vill handla nära hemmet. För sällanköpsvaror är vi mer benägna att åka längre sträckor för att komma åt ett annat och större utbud. Haparanda har ett index över 300 inom alla kategorier vilket till stor del kan förklaras med en omfattande gränshandel.

Tabell 2. Försäljningsindex inom detaljhandeln i Luleå kommun samt närliggande kommuner år 2021

Område	Försäljningsindex Total detaljhandel 2021	Försäljningsindex Dagligvaruhandel 2021	Försäljningsindex Sällanköpshandel 2021
Luleå	116	119	112
Piteå	91	93	88
Boden	80	100	57
Haparanda	304	308	300
Kiruna	105	122	85
Kalix	72	98	72

Källa: Handelsfakta

4.1.3 Handelns geografiska struktur

Handeln i Luleå kommun består av ett varierat utbud: både kedjor men också en mix av större och mindre handelsplatser i form av centrumhandel, gallerior och externhandelsområden.

Stadens centrala affärsområde är framförallt Storgatan och Kungsgatan. Här finns både butiker, restauranger och caféer. Längs Storgatan i Luleå finns tre gallerior; Smedjan, Shopping och Strand. Norr om centrum ligger externhandelsområdet Storheden och Notviken.

Utöver ovan nämnna finns det ett utbud av mindre butiker, specialbutiker och butiker med lokalt producerade varor.

Luleå har ett för svenska förhållanden ett stort upptagningsområde med restider på i vissa fall över 4 timmar, t.ex. Kiruna. Detta medför att Luleå har en marknad för helgresor med övernattning, där man går på restaurang, utställningar, teater etc. Mer frekventa besökare bedöms dock ha en benägenhet för restider om 2-3 timmar i det mer direkta upptagningsområdet.

Luleå centrum

Handeln i Luleå centrum är främst koncentrerad till Storgatan och Kungsgatan. I centrum finns tre gallerior.

Gallerian Shopping, är inte bara Sveriges, utan också världens första inomhusgalleria som ritades av arkitekten Ralph Erskine och invigdes 1955. Här finns bland annat H&M, Gina Tricot, BIK BOK, Scorett, Subway, Bastard Burgers m.fl. Gallerian ligger i korsningen Kungsgatan och Skeppsbron.

I Strand galleria finns ett utbud av bland annat Lagerhaus, Peak performance, Rituals, Indiska, Vero Moda, Wayne´s Coffee m.fl.

Smedjan är störst sett till antal butiker av de tre galleriorna. Här finns ett utbud av bland annat Clas Ohlson, Kick, IKEA Planera & beställ, Lindex, Kapp Ahl, Hemtex, Volt, Elgiganten, Akademibokhandel, Espresso house m.fl. Gallerian har även ett p-hus.

Alla tre gallerior ägs av Diös, ett fastighetsbolaget som har både kommersiella fastigheter och bostäder.

Vakansgrader i centrum uppgår för närvarande till 7 procent[3] vilket inte sticker ut nämnvärt i relation till jämförbara städer.

Notviken

Notviken är ett tidigare industriområde där det succesivt etablerats volymhandel och dagligvaruhandel. I Notviksstan finns bl.a. Ica Kvantum, Systembolaget, flera bilfirmor, bygghandel, Coop Arena, idrottshallar och annan verksamhet.

Storheden

Storheden utmärks av främst volymhandel och dagligvaruhandel. Till viss del finns det även shopping inom sällanköpshandel. Södra Storheden består av industriföretag och bilfirmor. Söder om Storhedsvägen ligger bland annat Stadium Outlet, MediaMarkt, Biltema, Elgiganten, ÖoB, Ica Maxi, Jysk, XXL m.fl. Norr om Storhedsvägen ligger bland annat Clas Ohlson, Stora Coop, Sportshopen, Systembolaget, Dollarstore, Mio, Willys m.fl. Det är också här den aktuella fastigheten Storheden 1:37. Storheden präglas av markparkering och butiker i markplan med egen entré mot gatan.

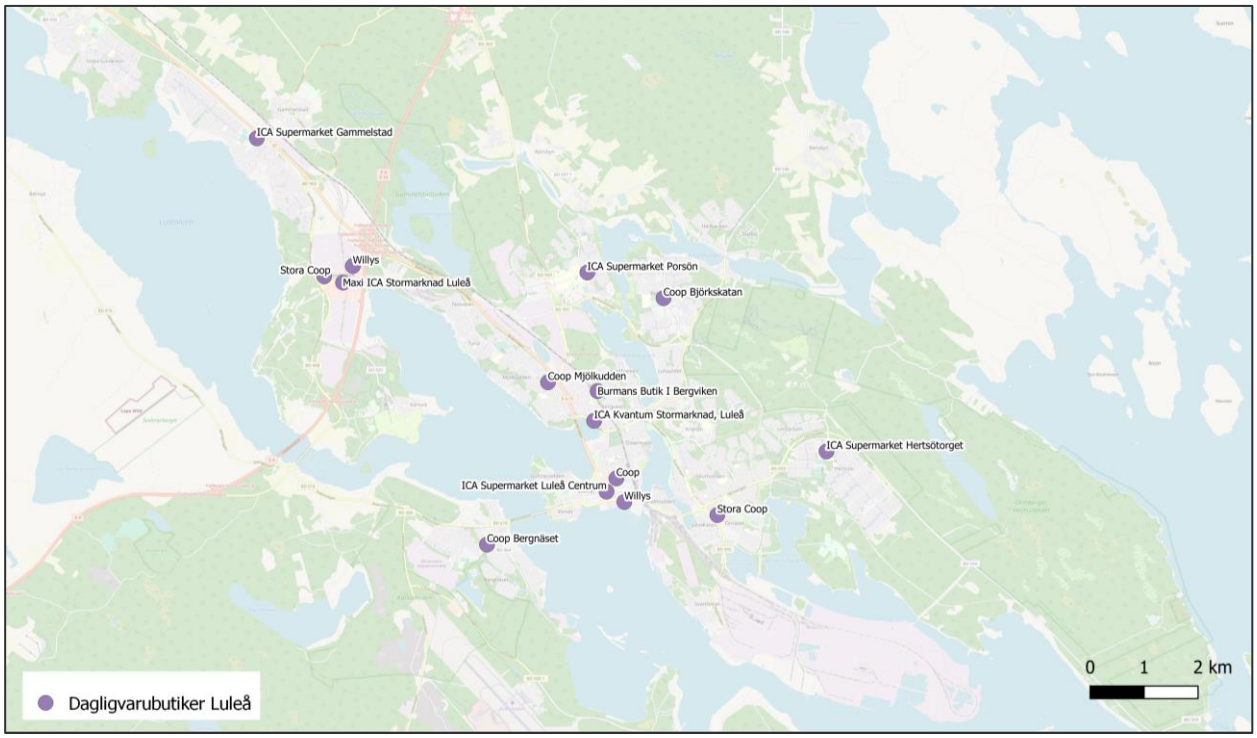
Dagligvaruhandelns struktur

Dagligvaruhandeln är till sin karaktär lokal. Få resor längre sträckor för att handla dagligvaror utan det gör man generellt nära hemmet och till och från jobb eller skola. I Luleå finns det ett brett utbud av både koncept och kedjor. Samtidigt som dagligvaruhandeln är lokal kan det finnas stora skillnader i dominansen av enskilda butiker inom själva kommunen. I Storheden finns de tre största aktörerna inom dagligvaror, Ica, Axfood och

[3] Datscha, 2023

Coop med sina största koncept, Ica Maxi, Willys och Coop. I centrum finns en Ica Supermarket och Coop. Vid hamnen finns Willys.

Figur 5. Kartbild över större dagligvarubutiker i Luleå

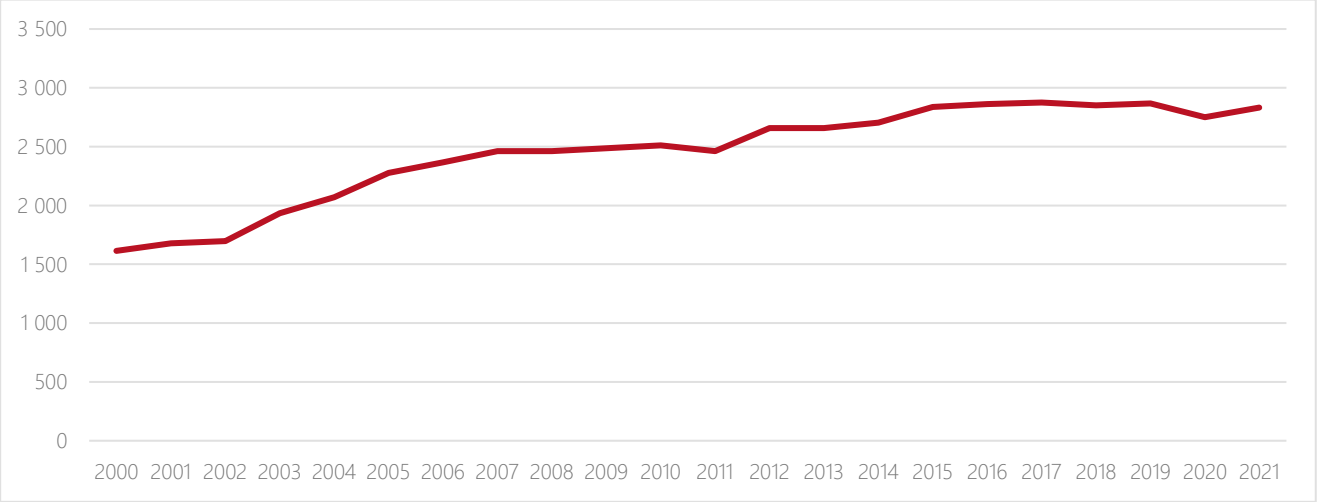


Källa: NIRAS

Regional konkurrens

Handeln är stark i Luleå, och kommunens främsta konkurrens är inte att Luleåborna åker till en annan kommun för att handla, utan att kommuninvånarna i närliggande kommuner väljer att istället handla på hemmaplan eller till exempel i Umeå eller via e-handel. 2016 öppnade Ikea i Umeå vilket delvis kan avläsas på försäljningsutvecklingen i Luleå år 2017 och 2018 som då planade ut, se grafen nedan.

Figur 1. Försäljningsutveckling inom sällanköpsvaruhandeln i Luleå kommun år 2000-2021, mkr



Källa: Handelsfakta

Luleåborna åker till viss del till andra kommuner för att handla möbler samt i viss utsträckning för att uppleva storstadsatmosfär i städer som Stockholm. Det är ovanligt att Luleåbor åker till Umeå eller Haparanda för att shoppa i övrigt. Umeå blir en allt större konkurrent till Luleå, särskilt när Ikea öppnade, och det är möjligt att invånare från t.ex. Skellefteå i större utsträckning väljer Umeå för att handla istället för Luleå.

Piteå har idag en relativt stabil situation i handeln med ett index som sedan år 2007 legat på drygt 90 för dagligvaror och runt 85 på sällanköpsvaror. Piteåbornas utflöde hamnar troligtvis huvudsakligen i Luleå som har det närmast största handelsutbudet.

Boden har en stabil dagligvaruhandel, vilket i sig inte är konstigt då dagligvaror är något man gärna handlar nära hemmet. Boden har ett lägre index för sällanköpshandel vilket delvis kan förklaras av närheten till Luleå.

Haparanda har en stark detaljhandel, särskilt på grund av Ikea och sin gränshandel. Planerna på den nya handelsplatsen Barents Center som förväntades stärka Haparanda ytterligare har uteblivit.

4.2 Efterfrågan

Under de senaste 10 åren har Luleå haft den starkaste befolkningstillväxten av kommunerna i Norrbotten. Sedan år 2012 har Luleås befolkning ökat med 6 procent följt av Piteå (+3 procent) och Boden (+2 procent). Resterande kommuner har minskat sin befolkning.

Luleå kommuns befolkning väntas fortsatt öka vilket enligt kommunen kan tillskrivas den ökade produktionen av nya bostäder. Den ökade efterfrågan på bostäder i Luleå kan förklaras av stadens framväxande näringsliv och den gröna omställningen som ger och kommer att ge upphov till många arbetstillfällen. Rådande prognos för Luleå ger att befolkningen väntas öka med cirka 5 000 invånare till år 2030, eller cirka 7 procent.

Under efterföljande period mellan år 2030 och 2040 väntas befolkningen öka med ytterligare cirka 8 000 invånare. Utvecklingen för denna period är dock mer osäker, vilket behandlas vidare i analys och slutsatser.

Tabell 3: Befolkningsprognos Luleå med omnejd

	År 2021	**År 2030**	**År 2040**	**Utveckling 2021-2030**
Luleå kommun	78 876	84 344	92 691	7 %
Kommuner i upptagningsområdet (Piteå, Älvsbyn, Boden)	78 492	83 548	*	6 %

Källa: Senast tillgängliga befolkningsprognos respektive kommun

En jämförelse kan även göras mellan kommunernas befolkningsprognoser och SCB:s framskrivningar. Luleå kommuns befolkningsprognos visar på ett invånartal på 84 344 jämfört med prognosen från SCB som visar på 80 171 invånare år 2030. SCB:s befolkningsprognos visar generellt en lite blygsammare utveckling än kommunens egna prognos, detta då framskrivningar ofta görs utifrån historisk utveckling och inte tar hänsyn till planerat bostadsbyggande.

4.3 Fastighetsmarknaden i norra Sverige

Norrbotten och dess närområde inklusive Luleå präglas av en grön våg av industri- och infrastrukturinvesteringar som på lång sikt kan medföra en stark fastighetsmarknad. Planerad befolkningstillväxt och investeringar kräver stor efterfrågan på bostäder samt motsvarande utveckling av kommersiell service, vård, skola och omsorg.

Detta kan idag möta utmaningar på den idag osäkra bygg- och bostadsmarknaden. Nyproduktionen i Luleå har avmattats under 2022 och 2023 på grund av stigande kostnader och osäkra marknadsförutsättning[4]. Stimulans i form av investeringsstöd, eller möjligheten att lyfta moms vid bostadsproduktion kan komma att behövas och kommunen behöver arbeta med att få fler exploatörer att etablera sig på den lokala/regionala marknaden. Det finns en relativt god efterfrågan på råmark/byggrätter, men projektaktiviteten har bromsat in.

Det planeras för nyproduktion inom de mer centrala delarna av Luleå, och flera småhustomter i Dalbo har bebyggts under de senaste åren. Allmännyttiga Lulebo avyttrar fastigheter för att finansiera nyproduktion och modernisering av befintligt bestånd.

Det pågår flera projekt inom kommersiella fastigheter i Luleå, främst runt Campusområdet. LKAB uppför ett innovationscentrum om cirka 5 000 kvadratmeter med beräknat färdigställande i Q1 2024. Inom Campus har Akademiska Hus investeringar på gång, som Deltakvarteret med 32 000 kvadratmeter utbildningslokaler.

I Luleå kan noteras en ökad efterfrågan på flexibla lokaler och flexibla hyresavtal, och det har etablerats ett antal co-workinghubbar.

Det pågår även planering för omvandling av kvarteret Bävern i centrala Luleå till en blandad användning.

Det planeras omfattande industri- och infrastrukturinvesteringar i Norr-/Västerbotten, vilket kan ge stora möjligheter för fastighetsmarknaden i Luleå. Dock bedöms det finnas utmaningar kring utveckling av offentlig och kommersiell service och lokal infrastruktur, samt stigande direktavkastningskrav och kapitalkostnader, vilket kan leda till en svag marknad under 2023/2024.

I de norra länen Norrbotten och Västerbotten pågår det planering för omfattande investeringar på över 1 100 miljarder kronor i gröna lösningar och infrastruktur. Om dessa investeringar genomförs skulle det kunna innebära en minskning av hela Sveriges koldioxidutsläpp med cirka 10 procent. Detta kräver stora investeringar på kort och är en komplicerad process där samverkan mellan myndigheter, kommuner, regioner och andra aktörer är avgörande. De största utmaningarna kopplat till dessa är satsningar är kompetensförsörjning, energi, bostäder, finansiering och infrastruktur.

I Norrbotten och Västerbotten är det idag brist på arbetskraft och arbetslösheten är låg. Det ökade behovet av arbetskraft i och med de tänkta investeringarna har uppskattats handla om cirka 100 000 personer. Det motsvarar en ökning av befolkningen i länen med 20 procent.

[4] Svensk Fastighetsmarknad 2023, SVEFA

5. Analys

En analys av marknadspotentialen har genomförts genom att beräkna köpkraft samt bedöma möjligt etableringsutrymme i Luleå kommun utifrån dagens omfattning av handel samt bedömd tillväxt på sikt. Vidare genomförs en konsekvensanalys för tillkommande ytor vid handelsområdet Storheden genom att effekter på övrig handel (främst centrumhandeln) i Luleå beräknas utifrån etableringsutrymmet. Därtill behandlas möjliga effekter på parkeringsbehov av tillkommande ytor vid Storheden.

5.1 Etableringsanalys: Luleå kommun

En eventuell etablering av tillkommande handelsytor kan få potentiella effekter på befintligt utbud i övriga delar av kommunen. Förvisso är handeln inom Luleå kommun en knytpunkt för handel i den utökade regionen (som innebär ett nettoinflöde från omgivande kommuner) och därigenom har stor attraktionskraft bland konsumenterna. Upptagningsområdet med större köpkraftflöden bedöms av NIRAS främst vara Luleå, Piteå, Älvsbyn samt Boden vilka i tabellen inkluderas under ”Köpkraft Luleå kommun + omnejd”. Därtill läggs mer långväga besökare från Norrbotten i stort. Dessutom väntas befolkningen växa betydande inom upptagningsområdet vilket innebär ökad köpkraft. Samtidigt förändras konsumtionsmönstret i stort genom att e-handeln växer och fungerar som en motverkande kraft och hämmar potentialen för fysisk handel.

Det bör poängteras att det oroliga läget i ekonomin och samhället i stort under de senaste tre åren har gjort prognostiseringen svårare för alla analysaktörer. Det innefattar främst pandemi, krig i Europa och hög inflation i världen. Det senaste tillfället då svensk ekonomi kan sägas ha varit i ett ”normalläge” var år 2019. Basen för prognostiseringar är till viss del bedömning av historisk utveckling, vilket alltså försvåras av avsaknaden av normalläge. Mot bakgrund av detta är NIRAS bedömning av hur den fysiska konsumtionen per capita förändras till år 2030 medvetet försiktig. Samtidigt är Luleås handel som nämnts ett regioncentra varför viss justering uppåt har gjorts utifrån kommunens attraktionskraft för handel.

Senast tillgängliga dataår för handeln i Luleå med omnejd är 2021, vilket används som nuläge och bas för beräkningarna. Pandemirestriktioner gällde fortfarande under denna period, varför justeringar har gjorts för att parera för den då tillfälligt minskade konsumtionen och omsättning inom fysisk handel. Mot bakgrund av detta hålls även befintlig handels omsättning i fasta priser konstant för att belysa möjligt etableringsutrymme.

NIRAS beräkning nedan visar att det inom **dagligvaruhandeln** väntas finnas ett etableringsutrymme om cirka **350-400 mkr** fram till år 2030. Motsvarande etableringsutrymme inom **sällanköpshandeln**, som påverkas relativt mer av e-handeln, är cirka **150-200** mkr fram till år 2030. Här bör dock poängteras att bedömningen av etableringsutrymme utgår från ett mer positivt scenario för köpkraften både vad gäller befolkningsökningar och att handeln i Luleå utvecklas relativt något bättre än övrig fysisk handel i Sverige. Skulle befolkningstillväxten hamna mer i linje med försiktiga framskrivningar och Luleås handel utvecklas mer i linje med riket som helhet hade utvecklingspotentialen minskat (se ”dämpad utveckling”).

Tabell 4. Etableringsutrymme fysisk handel Luleå kommun år 2030, fasta priser

	År 2030
DAGLIGVAROR	
Köpkraft Luleå kommun + inflöde från omnejd, år 2021	3 432
Köpkraft Luleå kommun + inflöde från omnejd, år 2030	3 801
Etableringsutrymme	**369**
Etableringsutrymme vid dämpad utveckling	*170*
SÄLLANKÖPSVAROR	
Köpkraft Luleå kommun + inflöde från omnejd, år 2021	2 838
Köpkraft Luleå kommun + inflöde från omnejd, år 2030	3 021
Etableringsutrymme	**183**
Etableringsutrymme vid dämpad utveckling	*30*

Källa: NIRAS beräkningar

Givet att Luleås utbud av handel redan i dagsläget är välutvecklat bedöms ej omfattande potential finnas för tillkommande stora format utöver ovan identifierat etableringsutrymme till år 2030. Inom sällanköpshandeln finns viss underutveckling inom möbel-/heminredningsbranschen enligt NIRAS bedömning[5].

Om befolkningen fortsätter öka kraftigt efter år 2030 i enlighet med kommunens rådande prognos kan dock ytterligare etableringsutrymme finnas för handel. Här bör dock poängteras att detta förutsätter kraftig befolkningstillväxt. Skillnaden mellan kommunens befolkningsprognos och SCB:s framskrivning är så pass stor till år 2040 (92 691 kontra 80981 invånare) att NIRAS ser det nödvändigt att poängtera att avvikelsen gör att det faktiska etableringsutrymmet kan komma att skilja sig kraftigt åt till dess. Om den kraftiga befolkningstillväxten uteblir till år 2040 kan etableringsutrymmet påverkas nedåt avsevärt. Mer om detta under slutsatser.

[5] En etablering i paritet med ett fullskaligt IKEA-varuhus, vilket har diskuterats under lång tid, skulle möjligen kunna höja kommunens omsättning betydligt. Bedömning av sådan potentiell etablering ryms dock inte inom ramen för denna utredning. En liten planeringsstudio har dock öppnats av Ikea i Luleå under våren 2023.

5.2 Konsekvensanalys: Tillkommande ytor Storheden

Utifrån identifierat möjligt etableringsutrymme i Luleå kommun som helhet beräknas konsekvenser av etablering av tillkommande ytor i del av handelsområdet Storheden; Storheden City (DP Storheden 1:37 m.fl). Idag finns 31 000 kvm kommersiell yta på Nyfosas fastighet vid Storheden. Föreslagen ny yta är 31 000 kvm. Den totala ytan skulle då bli cirka 62 000 kvm. Aktuellt för läget är enligt kommunen sällanköpsvaruhandel/handel med skrymmande varor, varför konsekvensanalysen görs för denna typ av detaljhandel.

För att vara konsekvent mellan etableringsanalysen och konsekvensanalysen sätts etableringsår hypotetiskt till år 2030 för tillkommande ytor. Etableringen kan ske både tidigare och senare än så samt med färdigställande över en längre tidsperiod. Det huvudsakliga syftet med konsekvensanalysen är att bedöma effekten av etableringen överlag på övrig handel, ej specifikt att belysa utvecklingen vid enskilda årtal.

Hela Storheden (inkl. Storheden City) står idag för drygt 50 procent av sällanköpshandeln i kommunen[6]. Luleå stadskärna med tillhörande gallerior står motsvarandevis för ungefär 35-40 procent av sällanköpshandeln i kommunen. Därtill har området Notviken har en betydande omfattning av partihandel och övriga verksamheter, men sällanköpshandeln i området är betydligt mindre med cirka 5 procent av sällanköpshandeln. Övriga, glest spridda sällanköpsbutiker står för återstående del. På grund av Storhedens samt Luleå centrums dominerande roller inom kommunen görs en konsekvensanalys av utökningen av kommersiella ytor vid Storheden och dess möjliga effekter på centrumhandeln. Påverkan på övrig handel behandlas övergripande.

Två scenarion utreds i konsekvensanalysen för de tillkommande kommersiella ytorna om 31 000 kvm: (1) 100 procent handel respektive (2) 60 procent handel samt 40 procent kontor på tillkommande ytor. Dessa scenarion har använts även i andra utredningar inför planens framtagning.

NIRAS gör bedömningen att genomsnittlig yteffektivitet blir minst 18 000 kr/kvm i de nya ytorna. Detta nyckeltal utgår från hypotetisk fördelning 90/10 mellan sällanköpsvaror och café/restaurang/kommersiell service. Detta är ett något lägre snitt för yteffektivitet jämfört med handelsområden överlag, men ämnar ta hänsyn till att det kan bli andra inslag än enbart handel med skrymmande varor.

1. 100% handel på den nya ytan

Om samtliga tillkommande ytor dedikeras till handel innebär det 31 000 kvm tillkommande handelsyta. Detta skulle enligt NIRAS bedömning av dagens läge och liknande etableringar innebära en omsättning om cirka 500-600 mkr givet en yteffektivitet om 18 000 kr/kvm. Om andra verksamheter utöver detaljhandel (till exempel café/restaurang eller kommersiell service) etableras i större omfattning kan dock omsättningspåverkan bli lägre.

För scenario 1 visar NIRAS analys att etableringsutrymmet skulle bli starkt negativt efter etableringen av tillkommande handelsytor om 31 000 kvm. Därmed skulle övrig handel i kommunen påverkas kraftigt negativt. I synnerhet centrumhandeln skulle påverkas kraftigt med omsättningsminskningar i spannet om åtminstone 15-20 procent med hänsyn tagen till dagens marknadsandelar för kommunens handelsplatser. För befintligt utbud i Storheden bedöms att detta inte drabbas särskilt negativt av utökningen varför den större effekten bör ges på centrumhandeln och därför väntas ligga i det övre nämnda spannet. Då inga definierade verksamheter finns att

[6] Beräkningar av NIRAS. Källor: Swedish Shopping Center Directory, Handelsfakta, Cityindex.

ta ställning till i dagsläget annat än att det handlar om skrymmande varor är NIRAS bedömning mer generell utan möjlighet att bedöma påverkan i särskilda segment.

2. 60% handel och 40% kontor på den nya ytan

Om 60 procent av tillkommande ytor dediceras till handel innebär det 18 600 kvm tillkommande handelsyta. Detta skulle enligt NIRAS bedömning av dagens läge och liknande etableringar innebära en omsättning om cirka 300-400 mkr givet en yteffektivitet om 18 000 kr/kvm. Om andra verksamheter utöver detaljhandel (till exempel café/restaurang eller annan kommersiell service) etableras i större omfattning kan dock omsättningspåverkan bli betydligt lägre.

För scenario 2 visar NIRAS analys att etableringsutrymmet skulle bli starkt negativt efter etableringen av tillkommande handelsytor om 18 600 kvm. Därmed skulle övrig handel i kommunen påverkas negativt. Även i detta scenario skulle centrumhandeln påverkas betydligt, om än något mindre med omsättningsminskningar i spannet om åtminstone 5-10 procent med hänsyn tagen till dagens marknadsandelar för kommunens handelsplatser. För befintligt utbud i Storheden bedöms att detta inte drabbas särskilt negativt av utökningen varför den större effekten bör ges på centrumhandeln och därför väntas ligga i det övre nämnda spannet. Då inga definierade verksamheter finns att ta ställning till i dagsläget annat än att det handlar om skrymmande varor är NIRAS bedömning mer generell utan möjlighet att bedöma påverkan i särskilda segment.

Tabell 5. Konsekvensanalys tillkommande handelsyta år 2030, fasta priser

	Scenario 1: 100% handel	**Scenario 2: 60% handel, 40% kontor**
Etableringsutrymme* sällanköpsvaror Luleå kommun år 2030, mkr	150 - 200 mkr	
Tillkommande handelsyta Storheden, kvm	31 000	18 600
Skattad omsättning tillkommande yta, mkr	558 mkr	335 mkr
Återstående etableringsutrymme	**-375 mkr**	**-151 mkr**
Beräknad påverkan på centrumhandeln	*Minst -120 mkr*	*Minst -50 mkr*
	Mellan -15% och -20%	*Mellan -5% och -10%*

*Källa: NIRAS beräkningar. * = i enlighet med etableringsanalys i föregående avsnitt.*

Sammantaget skulle båda scenario innebära kraftigt negativt etableringsutrymme som därmed bedöms få stor påverkan på befintlig handel. Tillkommande ytor skulle innebära att all köpkrafttillväxt i upptagningsområdet som helhet då skulle gå till Storhedens utökning. I synnerhet centrumhandeln skulle påverkas av expansionen. En minskning om mellan 15-20 procent för centrumhandeln kan innebära att flera butiker kan få svårigheter att gå runt utan minskad sysselsättning och kan också innebära att butiker slås ut, uppemot var sjätte butik. Samtidigt är effekten svårbedömd då det ännu ej är känt vilka etableringar som kan komma att bli aktuella i

Storheden samt inom vilka branscher/format. NIRAS bedömer här att risken för negativ påverkan på centrumhandeln i de övre procentuella spannen för respektive scenario är hög.

Även vid minskningar uppemot 10 procent får det följder för centrumhandeln i form av minskad omsättning och sysselsättning, om än mildare i omfattningen och risken för utslagning lär då inte bli lika hög.

5.3 Effekt på parkeringsbehov av tillkommande ytor

Likt för konsekvensanalysen i föregående avsnitt utreds de två scenariona även för parkering: (1) 100% handel på tillkommande ytor respektive (2) 60% handel respektive 40% kontor på tillkommande ytor. Detta för att identifiera eventuella under- eller överskott av platser utifrån planförslaget.

På fastigheten planeras antalet parkeringsplatser fördelas enligt följande: cirka 210 parkeringar i markplan och cirka 740 i parkeringshus.

1. **100% handel på den nya ytan**

NIRAS bedömer att det föreslagna parkeringstalet på 15 platser per 1 000 kvm handel är för lågt. Det beror främst på att vid 80-85 procents beläggning bedömer många kunder att parkeringen är full och väljer andra parkeringar på Storheden. NIRAS föreslår ett p-tal på 20 platser per 1 000 kvm. Också detta p-tal är relativt lågt. Ofta ligger p-talet för externhandel på 25-30 platser per 1 000 kvm.

I planförslaget finns cirka 210 markparkeringar och cirka 740 platser i två p-hus med vardera fem plan. Det ger cirka 148 platser per plan i p-husen tillsammans.

Totalt har vi cirka 950 p-platser.

Om vi skulle få 100 % handel i den nya ytan skulle det krävas 1 240 p-platser i maxtid (62 000 kvm och 20 platser per 1 000 kvm). Vi får en p-brist på 290 platser vilket är cirka 30 procents underskott (290 platser genom 950 platser). Detta är under maximal handelstid främst under lördagar (och möjligen söndagar) mellan kl 11 och kl 14 enligt NIRAS. Dessa tider är dock avgörande för handelsplatsens omsättning.

I praktiken är bristen ännu större då NIRAS bedömer att handelskunder i låg grad kommer att använda p-husens två översta plan av de fem, åtminstone om det finns ledig parkering hos grannfastigheterna. *Med detta sätt att räkna har vi egentligen cirka 660 platser (210+450) en brist på cirka 580 platser jämfört med behovet på 1 240 platser. Det är klart att det finns osäkerheter i denna bedömning. NIRAS räknar fortsättningsvis med en brist på 500 platser.*

Sammanfattningsvis bedömer NIRAS att det under så kallad maxtid kommer fattas 500 p-platser på Nyfosas fastighet, ett underskott på cirka 30-40 procent.

2. **60% handel och 40% kontor på den nya ytan**

Idag finns som nämnts cirka 31 000 kvm kommersiell yta på Nyfosas fastighet. Föreslagen ny yta är 31 000 kvm. Den totala ytan skulle då bli cirka 62 000 kvm, varav cirka 50 000 kvm handel och 12 000 kvm kontor.

Handel skulle i max tid behöva cirka 1 000 platser. Kontoren, med 26 platser per 1 000 kvm, skulle behöva cirka 300 platser. Sammanlagt cirka 1 300 platser. NIRAS delar i stort kommunens bedömning att samnyttjande mellan handel och kontor kan ge 15 procent, vilket skulle ge ett behov på cirka 1 100 platser. Här skulle man kunna utnyttja hela p-husen genom att styra kontorsparkeringen till de övre planen, vilket kan vara ett gångbart alternativ.

Således skulle vi få en brist på 250 platser vilket är drygt 25 procents underskott.

6. Slutsatser och rekommendationer

Etableringsutrymmet inom sällanköpshandeln i Luleå kommun väntas vara cirka 150-200 mkr år 2030. Här bör dock poängteras att bedömningen av etableringsutrymme utgår från ett mer positivt scenario för köpkraften både vad gäller befolkningsökningar och att handeln i Luleå utvecklas relativt något bättre än övrig fysisk handel i Sverige sett till kommunens status i regionen. Skulle befolkningstillväxten hamna mer i linje med försiktiga framskrivningar av befolkningen och Luleås handel utvecklas mer i linje med riket som helhet hade utvecklingspotentialen dock minskat betydligt.

En konsekvensanalys har vidare gjorts för tillkommande ytor inom Storheden om 31 000 kvm. Konsekvensanalysen har gjorts för två scenarion: 100% handel i de tillkommande ytorna respektive 60% handel 40% kontor i de tillkommande ytorna. Därtill behandlas även behovet av parkeringar för respektive scenario.

- <u>Scenario 1: 100% handel</u>
  För scenario 1 visar NIRAS analys att kommunens etableringsutrymme skulle bli starkt negativt efter etableringen av tillkommande handelsytor om 31 000 kvm. Därmed skulle övrig handel i kommunen påverkas kraftigt negativt. I synnerhet centrumhandeln skulle påverkas kraftigt med omsättningsminskningar i spannet om åtminstone 15-20 procent (troligen den övre delen av spannet)..

  För parkeringsfrågan är NIRAS bedömning för scenario 1 att det under så kallad maxtid kommer fattas 500 p-platser på Nyfosas fastighet, ett underskott på cirka 30-40 procent.

- <u>Scenario 2: 60% handel och 40% kontor</u>
  För scenario 2 visar NIRAS analys att etableringsutrymmet skulle bli starkt negativt efter etableringen av tillkommande handelsytor om 18 600 kvm. Därmed skulle övrig handel i kommunen påverkas kraftigt negativt. Även i detta scenario skulle centrumhandeln påverkas, om än något mindre med omsättningsminskningar i spannet om åtminstone 5-10 procent (troligen den övre delen av spannet).

  För parkeringsfrågan är NIRAS bedömning för scenario 2 att det skulle kunna innebära en brist på 250 platser vilket är drygt 25 procents underskott.

6.1 NIRAS rekommendationer för Storheden

Mot bakgrund av genomförd etableringsanalys och konsekvensanalys bedömer NIRAS att en utökning av handelsytan i enlighet med scenarion skulle innebära betydande problem för centrumhandeln. Denna är redan i dagsläget riskutsatt och således särskilt känslig för utökad konkurrens. Storheden är idag ett regioncentra för

handel, och en kraftig utökning av dess ytor kan få betydande följder för övrig handel. Då riskerar främst centrum drabbas jämfört med övrigt befintligt utbud enligt NIRAS analys.

NIRAS bedömning är istället att ytor mellan 10 000-15 000 kvm handel skulle ge mindre effekt på befintlig handel med uppemot cirka 5 procent minskning inom centrumhandeln specifikt. En minskning av omsättningen med cirka 5 procent innebär sällan betydande problem för befintliga butiker och skulle troligtvis betyda en mer hanterbar effekt.

Mot bakgrund av detta ger NIRAS förslag på justerade scenarion för utökning av handel och kontor enligt nedan:

Alternativ med 100 % handel
NIRAS bedömer att Nyfosa alltså bör minska den nya kommersiella ytan och dessutom utöka markparkeringen för att få en bättre balans. Då skulle den sammanlagda kommersiella ytan kunna bli i storleksordningen 46 000 kvm (dvs. medge en utbyggnad på ca 15 000 kvm). Med ett p-tal på 20 per 1 000 kvm behöver vi totalt ca 920 platser. Vi antar vidare att med de ca 15 000 kvm vi får ”över” kan vi skapa ca 500-600 nya markparkeringar. Om vi räknar med 550 nya platser får vi sammanlagt cirka 760 markparkeringar och ett behov av ca 160 platser i de nedersta planen i p-husen. Det ger cirka 920 platser, varav drygt 80 procent alltså är markparkeringar. Dock kan i det i detta läge vara så att p-husen inte behövs lägre utan helt eller till större delen kan ersättas med markparkering. P-husen har ju en byggnadsyta på några tusen kvm. Detta behöver säkerligen utredas vidare.

Om det ändå byggs p-hus krävs att de är väl utformade med breda ramper, goda marginaler, inbjudande på-/avfarter etc. Annars kommer många kunder hellre ställa sig på angränsande parkeringar (om Nyfosas markparkering är full).

Alternativ med 60 % handel och 40 % kontor
Antag att vi här av 15 000 nya kvm bygger 9 000 kvm handel och 6 000 kvm kontor (se dock följande avsnitt om att kontor på Storheden kan få effekter på stadskärnan).

Idag finns som nämnts cirka 31 000 kvm kommersiell yta på Nyfosas fastighet. Den totala ytan skulle i detta alternativ bli cirka 46 000 kvm, varav cirka 40 000 kvm handel och 6 000 kvm kontor.

Handeln skulle i max tid behöva cirka 800 platser. Kontoren, med 26 platser per 1 000 kvm, skulle behöva cirka 155 platser. Sammanlagt cirka 955 platser. NIRAS delar i stort kommunens bedömning att nivån för samnyttjande mellan handel och kontor kan vara 15 procent, vilket skulle ge ett behov på cirka 810 platser (det vill säga ca 100 platser mindre än i alternativet med 100 procent handel). Det kan även i detta fall medföra att det inte behövs några p-hus, även om det säkerligen behöver utredas vidare.

Mot bakgrund av att en trivsam torgmiljö för besökare står i fokus i gestaltningsprogrammet och att de samlade byggnaderna (nuvarande och tilltänkta) sluter sig i relation till övriga delar av Storheden-området går det även att fundera över vilken påverkan parkeringshus kan ha på områdets karaktär och förmedlade intryck.

Etablering av kontorsytor
För detta scenario gör NIRAS även en kortare kommentar om etableringen av kontorsytor utifrån situationen på

kontorsmarknaden i Sverige i dagsläget. Storheden är ett A-läge för handel men för kontor inte lika starkt. Marknadssituationen på kontorsmarknaden är något utmanande när hybridmodellen för distansarbete numera har etablerat sig och inte kräver lika stor omfattning av ytor längre. I takt med att utbudet av kontorsytor skulle öka kan det också få effekt på hyresnivåer vilket kan göra en större etablering svårare att räkna hem. Vakanserna för B-lägen är numera även något högre än historiskt. Flera faktorer pekar mot att en omfattande etablering av kontorsytor är riskfylld. Samtidigt skulle en etablering innebära att besöksanledningarna i området ökar och därtill även viss flexibilitet i planen inför framtiden. Baksidan av detta är dock att för stor omfattning av kontorsytor i Storheden kan riskera att centrum dräneras på besökare och därigenom verksamheternas försäljning. Det osäkra läget för kontor kräver en egen analys, vilket inte ryms inom ramen för detta uppdrag.

Kommentar om hotelletablering

Som en del av uppdraget har NIRAS också kommenterat vilka följder en hotelletablering kan få för stadens utbud av konsumentnära verksamheter. Gestaltningsprogrammet nämner att hotell förslagsvis kan placeras i områdets västra del. Detta skulle enligt exploatör höja Storhedens status vilket förvisso NIRAS håller med om, men detta kan även ske med vissa följder för övriga delar av Luleå. NIRAS gör inom ramen för denna utredning ingen bedömning för hur hotellmarknaden skulle påverkas i kommunen av en ny hotelletablering, däremot kan möjliga effekter på konsumentnära branscher av en sådan etablering kommenteras. En primär effekt skulle kunna vara att efterfrågan på tillfälligt boende i centrum minskar. En sekundär effekt skulle därmed också kunna vara att färre därför besöker café och restaurang i centrum. Att etableringen av ett hotell skulle lyfta Storhedens kvällsekonomi är ingen tvekan om, däremot riskerar en sådan expansion utöver befintliga planer alltså ske på bekostnad av både handel och övrig konsumtion i centrum. Kvällsekonomin är många gånger stadskärnornas konkurrensfördel när fysisk handel i övrigt domineras av externa handelsområden.

Generell bedömning av utvecklingsplaner för Storheden

Sammantaget är planförslaget, och gestaltningen, för Storheden nytänkande i vad ett handelsområde kan och bör vara både i exploateringsgrad och besöksmiljö. Å ena sidan har NIRAS under utredningen konstaterat dels en risk att mängden nya ytor kan bli alltför omfattande, med möjliga negativa effekter för centrumhandeln. Å andra sidan innebär utvecklingsplanerna att attraktionskraften i verksamhetsutbudet höjs genom att skapa en torgliknande miljö fri från biltrafik. Gång- och cykeltrafikanter kan därmed ges exklusiv tillgång till kärnan av verksamheter. En miljö som påminner om en mix av handelsområde och traditionell torgmiljö kan alltså vara gynnsam för platsen, och detta i sig måste inte nödvändigtvis innebära negativa följder för centrumhandeln utan snarare tvärtom; ett sätt att skapa mer trivsamma handelsområden.

6.2 NIRAS rekommendationer för övergripande planering av handel i kommunen

I Luleås översiktsplan 2021 och principer för genomförande till år 2040 ges utveckling av handel utrymme. NIRAS har studerat de skrivelser som ingår om handel och ger synpunkter utifrån denna utrednings resultat.

- ”Volymhandel ska i första hand lokaliseras till Storheden och i andra hand till Notviken. Utvecklingen av handel på Storheden ska ske varsamt och etappvis söderut från Storhedsvägen fram till Karlsviksvägen.”

Den genomförda etableringsanalysen för Luleå kommun samt konsekvensanalysen för Storheden visar att utökningen av ytor i Storheden 1:37 m.fl. skulle innebära att samtlig köpkrafttillväxt för sällanköpsvaror i upptagningsområdet som kan väntas gå till kommunens utbud till år 2030 skulle tillfalla sagda expansion. Därför är NIRAS bedömning att ytterligare expansion av handelsområdet som helhet (utöver NIRAS föreslagna utökning om 15 000 kvm) ej är att rekommendera innan år 2030.

På längre sikt (efter år 2030 fram till 2040) kan dock beredskap finnas för ytterligare expansion i takt med att befolkningen kan växa ytterligare mellan 2030 och 2040 sett till kommunens prognos. Mot bakgrund av osäkerheten i både befolkningstillväxt och konsumtion är NIRAS rekommendation att en förnyad analys bör göras från framåt 2030 vilket också skulle ligga i linje med uttalad ambition om att utvecklingen av handel på Storheden ska ske varsamt och etappvis.

Övriga synpunkter:

- Det beskrivs att centrum är prioriterat som navet för handel m.m. Kanske kan detta förtydligas till att handla om småskalig handel framåt.
- Att förtäta handeln vid Storheden är bra utifrån att göra det lättare att röra sig över området, och även höja trivselfaktorn i de annars bilintensiva miljöerna.
- Det beskrivs att volymhandel i första hand ska lokaliseras till Storheden och i andra hand Notviken. Här ser NIRAS i likhet med vid utredningen år 2015 att Storheden passar bäst för skrymmande varor medan Notviken lämpar sig mer för motor- och partihandel samt annan verksamhet som inte är detaljhandelsrelaterad.