

# Handelsanalys Ekerö Centrum

2016-04-21

Marcus Henrikson (projektledare)

Ann-Marie Johansson

Jennie Livensjö



# Uppdraget

Syftet med utredningen är att studera hur mycket handelsetablering som kan tänkas efterfrågas utöver befintlig handel i Ekerö Centrum. Handelsutredningen ska utgöra ett underlag för övrigt planarbete

Viktiga indata till handelsutredningen är:

- att det planeras en förtätning med ca 950 nya bostäder
- att ett program är under framtagande där förslag till exploatering i volymer är framtaget
- att det planeras för mer handelsyta, enligt uppgift ca 7 000 kvm
- att det planeras för en ny skollokaler i centrum med 450 elever
- att det planeras för ytterligare ca 5 500 kvadratmeter kontor och att det planeras för nya parkeringar

Med anledning av detta vill kommunen få belyst centrumets kommersiella förutsättningar utifrån de planer med bostadsförtätning med mera som föreligger, samt hur väl centrumet möter de lokala behoven. Vår erfarenhet är att även faktorer såsom fastighetsägarstrukturen, centrumets fysiska form och närvaron av andra verksamheter såsom kultur och kommunal service påverkar de kommersiella förutsättningarna.



Utredningsområdets avgränsning.



# Sammanfattning

- Totalt omsätter Ekerö Centrum idag ca 400 miljoner kronor med en uthyrbar yta på ca 5 500 kvm.
- Upptagningsområdet omfattar hela Ekerö kommun med totalt 26 500 invånare som förväntas öka med drygt 4 000 personer fram t.o.m. år 2025.
- Detta ger ett marknadsunderlag\* för detaljhandelsvaror på närmare 1,6 miljarder kronor. Marknadsunderlaget förväntas öka med ca 470 miljoner kronor fram till och med år 2025 på grund av befolknings- och konsumtionstillväxt.
- Befolkningen i marknadsområdet har en hög disponibel medelinkomst. Inkomstindex per person är högre än både rikssnittet (100) och snittet för Stockholms län (119). I Primärområdet är index 148 och totalt för hela marknadsområdet 135.
- För sällanköpsvaror har Ekerö ett starkt utflöde av köpkraft, se förklaring nedan\*\* (handelsindex 37). Detta innebär ett utflöde i storleksordningen 494 miljoner kronor till Stockholms City och andra konkurrerande köpcentrum. Även för dagligvaror sker ett förhållandevis högt utflöde av köpkraft på drygt 220 miljoner kronor (handelsindex 70).
- Konkurrensen i Storstockholm förväntas öka genom nya projekt såsom bland andra Kungens Kurva (+30 000) och Bromma Blocks (+20 000). Mall of Scandinavia i Solna (+ 100 000 kvm uthyrbar yta) öppnade i november 2015, och andra projekt är bl.a. Valparaiso i Norra Djurgårdsstaden (+ ca 40 000 kvm uthyrbar yta) samt ombyggnader och utbyggnader av befintliga handelsplatser.
- För år 2020 bedöms Ekerö Centrum ha en omsättningspotential på ca 680 miljoner kronor för detaljhandel enligt medelalternativet, vilket innebär en omsättningsökning på ca 360 miljoner kronor. Störst är omsättningspotentialen för dagligvaror som invånarna vill handla nära där man bor.
- Bedömningen av omsättningspotentialen ger ett ytbehov på närmare 14 000 kvm uthyrbar yta (GLA) jämfört med dagens 5 500 kvm, dvs en ökning med drygt 8 000 kvm. Detta ligger i linje med den planerade utbyggnad av Ekerö Centrum, som således är mycket relevant och viktig för att kommunen ska kunna tillhandahålla service till kommuninvånarna och bemöta framtidens krav på en attraktiv handelsplats. Om inte Ekerö Centrum byggs ut är det risk att centrum tappar attraktivitet i framtiden.
- För att nå bedömd omsättningspotential är det av stor vikt att tillgängligheten och antalet parkeringsplatser blir tillräckligt många och ”nyttiga”, dvs bekväma och lätta att använda, i förhållande till den uthyrbara ytan. Bedömningen förutsätter även att en attraktiv och koncentrerad butiksmix kan skapas som kompletterar och förstärker befintligt utbud.
- Bedömningen av omsättningspotentialen har tagit hänsyn till framtida konkurrens inkl. e-handeln som också kan ses som en potential.

\* Per capita konsumtionen \* befolkningsunderlaget

\*\* Konsumtionen per capita på Ekerö jämfört med konsumtionen per capita riksgenomsnittet. Riket = 100

# Innehållsförteckning

- 1 Fakta om Ekerö**
  - 1.1 Definition av centrum
  - 1.2 Omsättning och bedömd uthyrbar yta Ekerö 2014
  - 1.3 Geografisk orientering
  - 1.4 Läge, tillgänglighet och parkering
  - 1.5 Förbifart Stockholm
- 2 Marknad**
  - 2.1 Definition av marknadsområdet
  - 2.2 Befolkning 2014 och prognos avseende år 2020 och år 2025
  - 2.3 Marknadsunderlag detaljhandelsvaror per del av marknadsområdet
- 3 Konkurrens**
  - 3.1 Konkurrerande köpcentrum
  - 3.2 Planerad handel i kommunen
  - 3.3 Konkurrerande livsmedelsbutiker
  - 3.4 Försäljningsströmmar
  - 3.5 E-handel
- 4. Omsättningspotential och ytbehov**
  - 4.1 Analysmodell
  - 4.2 Marknadsandel och omsättningspotential 2020 och 2025
- 5. Planering av ytor för bästa centrumfunktion**
  - 5.1 Enligt program
  - 5.2 Placering för bästa stråkfunktion
  - 5.3 Några tankar
- 6. Nästa steg**

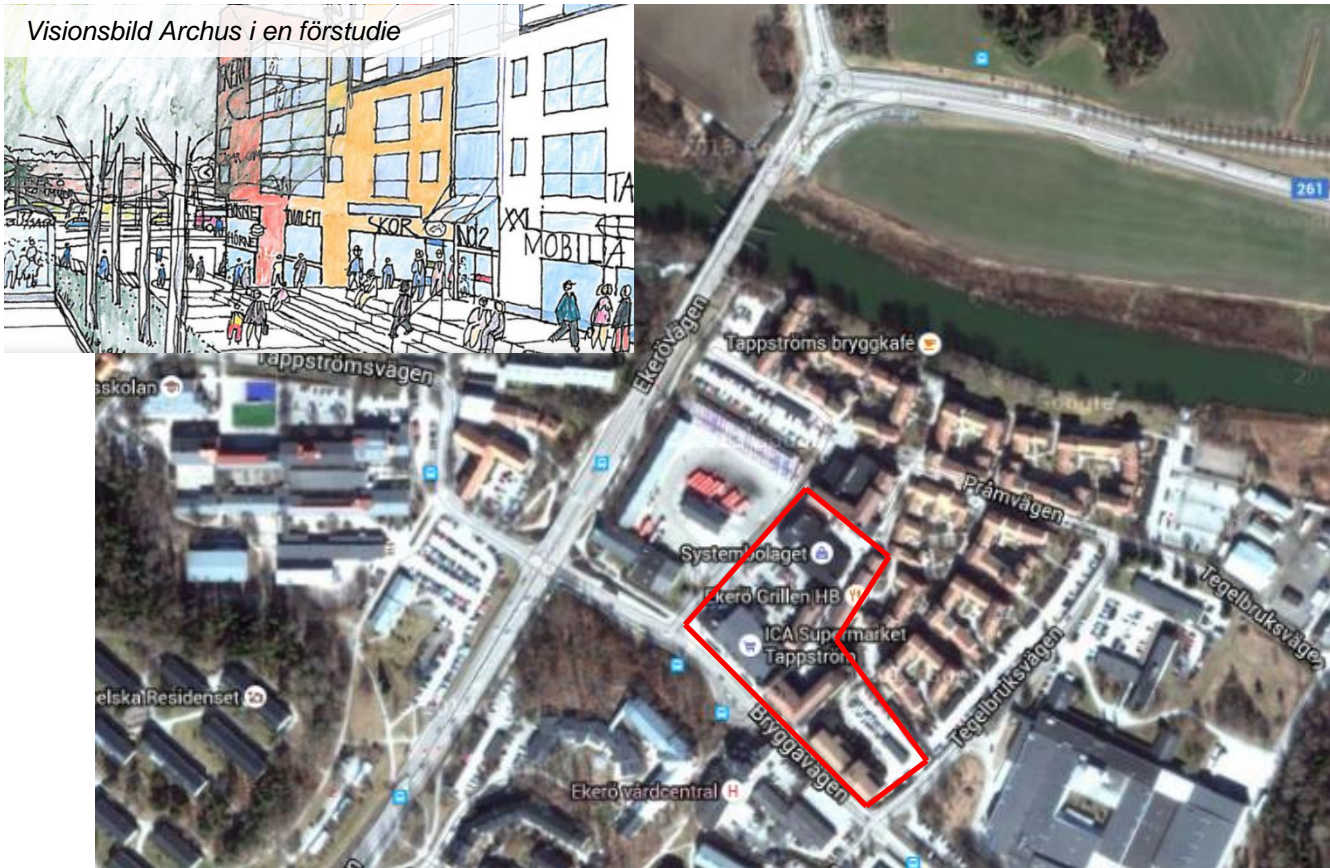
## BILAGA

Socioekonomiska data

# FAKTA OM EKERÖ

# 1. Fakta om Ekerö

## 1.1 Definition av Ekerö Centrum



- Ekerö Centrum ligger i området Tappström i Ekerö kommun, cirka 30 minuters körtid från centrala Stockholm. Med allmänna kommunikationer tar man sig dit med buss. Från centrum går flertalet bussar vidare ut på kommunens öar.
- Centrumet omsätter cirka 400 miljoner kronor, varav dagligvaror står för cirka 65 procent av omsättningen. Ekerö Centrum står i princip för hela kommunens sällanköpsvaruomsättning, då det inte finns särskilt mycket konkurrens i kommunen.
- Det planeras i dagsläget för en utbyggnad av centrum med bl. a. Wallenstam som byggherre. Planerna inkluderar 400 lägenheter i blandad upplåtelseform inklusive handel (7 000 kvm BTA) i botten.

Källa: Google Maps, Wallenstam, Sverige Bygger

# 1. Fakta om Ekerö

## 1.2 Omsättning och bedömd uthyrbar yta Ekerö Centrum 2014

HYRESGÄSTER per bransch	BUTIKER	OMSÄTTNING	TOTAL YTA	YTEFFEKTIVITET
	Antal	Mkr*	Kvm	Tkr/kvm
<b>Dagligvaror</b>	<b>5</b>	<b>259</b>	<b>1 480</b>	<b>175</b>
<b>Sällanköp</b>	<b>11</b>	<b>62</b>	<b>1 345</b>	<b>46</b>
- Beklädnad	4	36	950	38
- Hem**	2	5	120	38
- Fritid	5	21	275	76
<b>S:a detaljhandel</b>	<b>16</b>	<b>321</b>	<b>2 825</b>	<b>113</b>
Servering	7	13	360	36
Kommersiell service	6	63	2 350	27
<b>S:a totalt</b>	<b>29</b>	<b>397</b>	<b>5 535</b>	<b>72</b>

\* mkr inkl. moms

\*\* uppskattad siffra

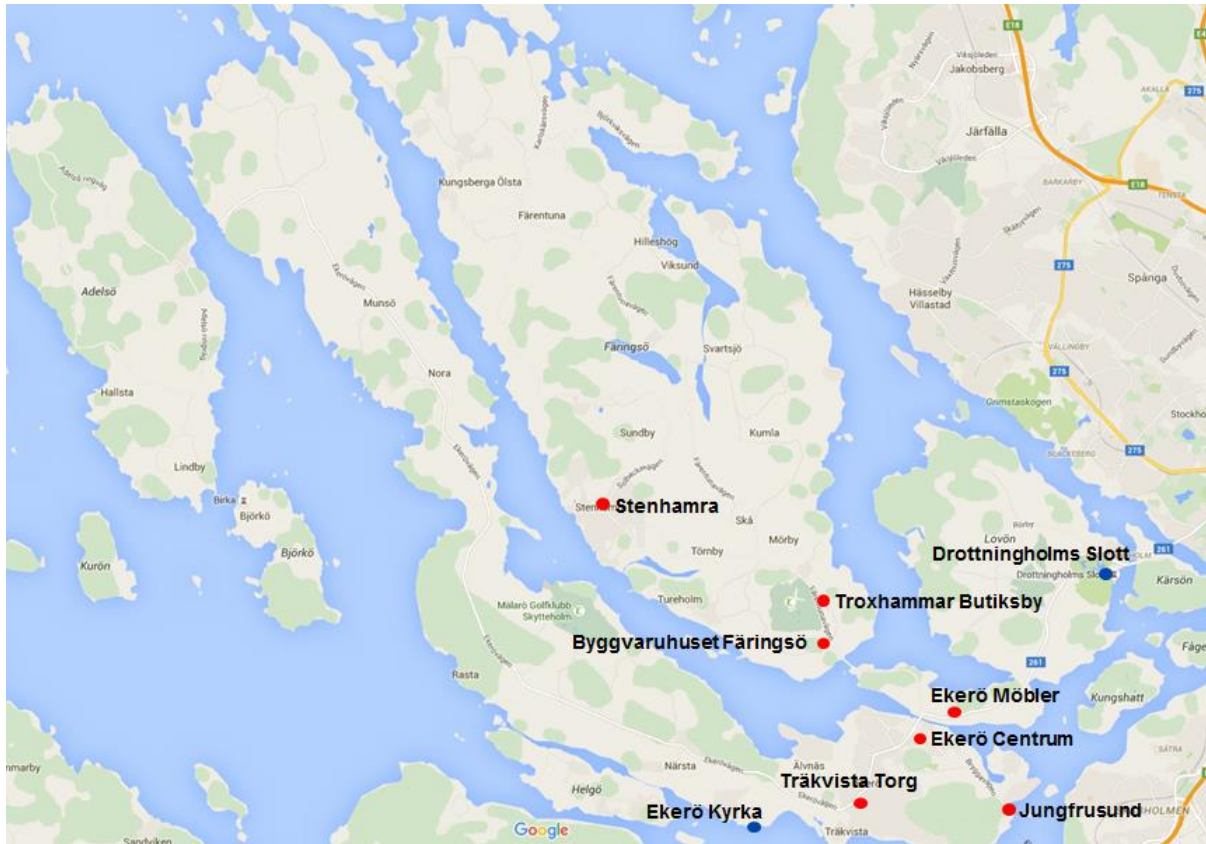
Totalt omsätter Ekerö Centrum ca 400 miljoner kronor och har en uthyrbar på ca 5 500 kvadratmeter. Till denna ytan tillkommer en del offentlig service såsom biblioteket och Folkandvården som WSP saknar ytuppgift för.

Ekerö Centrum är det minsta kommuncentret i Storstockholm. De höga yteffektivitetstalen visar att t.ex. livsmedelsbutiken i centrum behöver byggas ut för att hantera den höga omsättningen per kvadratmeter. Ekerö Centrums livsmedelsbutik ligger i toppen i riket när det gäller omsättning per kvadratmeter om man bortser från Gekås i Ullared och ett antal trafik- och närbutiker.



# 1. Fakta om Ekerö

## 1.3 Geografisk orientering



- Detaljhandelsomsättningen i hela Ekerö kommun uppgick till drygt 830 miljoner kronor 2014. Försäljningen är dagligvaruorienterad, drygt 65 procent (ca 540 miljoner) av omsättningen består av livsmedel och övriga dagligvaror.
- Ekerö möbler, som är en destination på Ekerö, omsätter cirka 50 miljoner kronor.
- Bygghuset Färingsö Trä omsätter cirka 110 miljoner kronor.
- Jungfrusund är en marin mötesplats med kontor, restaurang, viss handel och övrig verksamhet såsom hudvård, naprapat och konsthantverk.
- Troxhammar Butiksby är ett litet område med små gårdsbutiker (bl.a. kläder och inredning), café och annan verksamhet (hunddagis, frisör mm).

# 1. Fakta om Ekerö

## 1.4 Läge, tillgänglighet och parkering

Området försörjs med kollektivtrafik genom bussar som från Brommaplan avgår var tredje minut i högtrafik och var tionde minut övrig tid. I stort sett alla kommunens bussar passerar Ekerö centrum eller Tappström.

Inom utbredningsområdet finns tre busshållplatser: Tappström, Ekerö centrum samt Centrumslingan. Hållplats Tappström är placerad på Ekerövägen norr om korsningen Ekerövägen-Tappströmsvägen-Bryggavägen, medan hållplatsen Ekerö centrum är placerad på Bryggavägen öster om samma korsning och Centrumslingans hållplats vid vändslingan på Bryggavägen.

Då Ekerö är en ö med broförbindelse så koncentreras i stort sett all trafik till Ekerövägen, vilket ger hög trafikbelastning i korsningarna. I centrum är det framför allt korsningen Ekerövägen-Tappströmsvägen-Bryggavägen som är särskilt belastad med långa köer i rusningstrafik.



Dagens bussanslutningar

# 1. Fakta om Ekerö

## 1.4 Läge, tillgänglighet och parkering

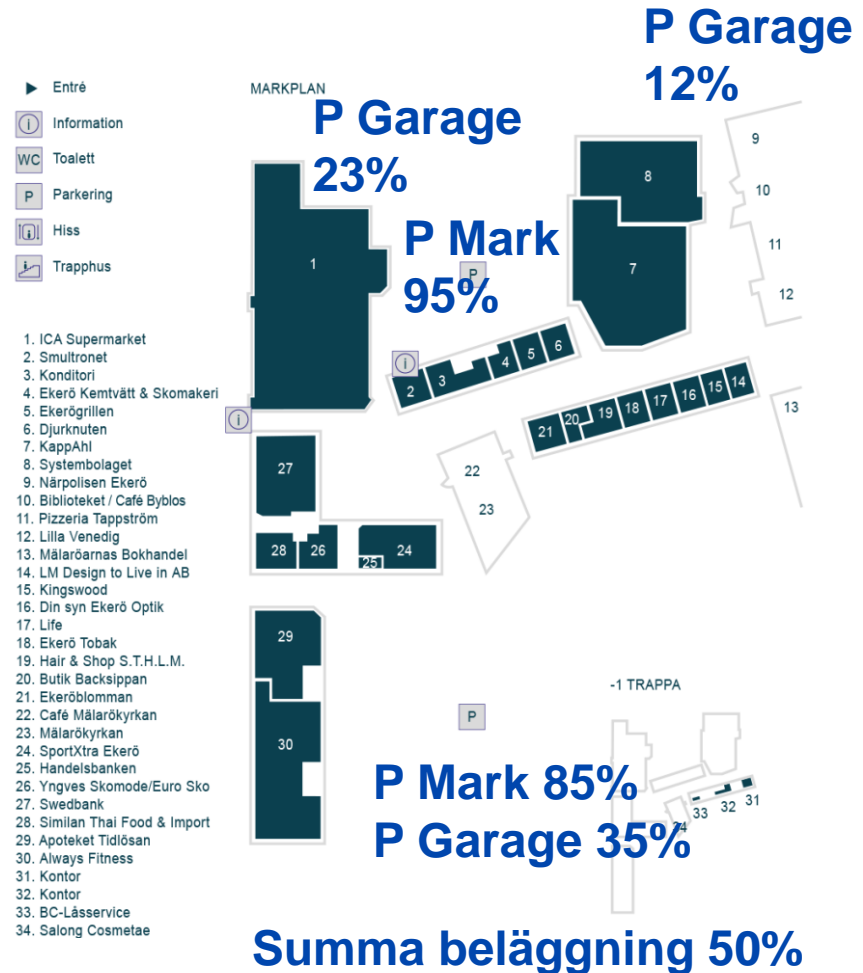
I områdets sydvästra del finns en stor infartsparkering med drygt 270 parkeringsplatser, där det är gratis att parkera upp till två dygn.

Centrumparkeringar utgörs av en markparkering på den östra sidan av Ångbåtsvägen på 45 bilplatser för besökare. Den flankeras av två p-garage för centrumkunder på vardera 50 bilplatser. Att parkera i garage är alltid mindre attraktivt än att parkera på mark, vilket framgår av figuren till höger. Garagens infarter och kopplingar till centrumet visa hissar upplevs som otrygga.

Längre ner i backen, förbi det längst bort placerade p-garaget, finns en parkeringsanläggning för personal vid bussdepån, cirka 90 parkeringsplatser för boende i området samt cirka 30 allmänna parkeringsplatser för besökare.

På andra sidan centrum, vid Tegelbruksvägen, finns en markparkering med garage under på ca 125 bilplatser.

De allmänna parkeringsanläggningarna i centrum regleras med P-skiva två timmar alla dagar 08-22. Beläggningen är ojämnt fördelad mellan garage och mark. Garagen nyttjas sparsamt enligt uppgift.



Beläggning kl. 13.00 onsdagen den 30 september.

# 1. Fakta om Ekerö

## 1.4 Läge, tillgänglighet och parkering

Norconsult har tidigare bedömt parkeringsbehovet för besökare till centrum. Se tabell till höger.

Antaget att detaljhandelsytan är 6 300 kvm BTA (inklusive restauranger mm), ger detta ett behov av 180 bilplatser.

Vår enkla p-räkning visade att det stod 130 bilar samtidigt parkerade, varav en del kanske hade andra ärenden än detaljhandelsbesök (boende, kontor och service), men en onsdag kl. 13.00 är sannolikt inte en dimensionerande dag.

Med en utbyggnad av centrum med 9 500 kvm BTA (medelalternativet) behövs med Norconsults p-tal ytterligare 270 bilplatser.

Totalt behov efter utbyggnad: 180 + 270 bilplatser = 450 bilplatser.

Idag finns det ca 270 bilplatser.

Underskott av bpl för centrum blir då 180 bilplatser, givet att dagens bilplatser upplevs som nyttiga för besökaren.

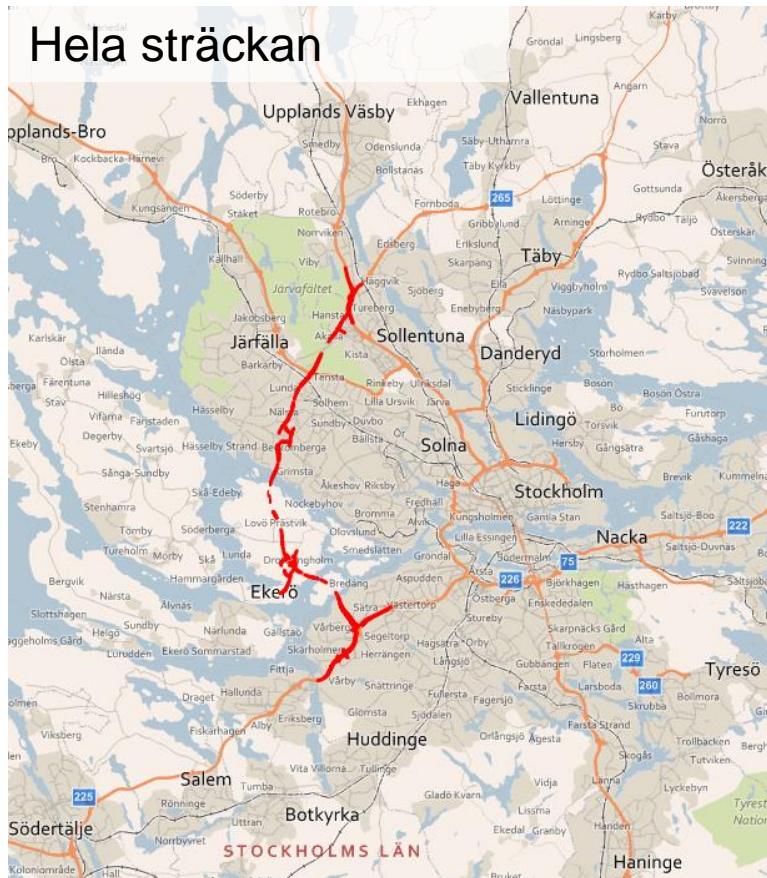
### Handel

Arbetstäthet:	13 anställda/1000 kvm BTA
Besökstäthet:	60 besökare/1000 kvm BTA
Bilförandel:	40 %
Antal bilar/1000 kvm BTA handel:	$(13+60) * 0,4 = 29,2$

Källa: Norconsult

# 1. Fakta om Ekerö

## 1.4 Förbifart Stockholm



Förbifart Stockholm är det största vägprojektet någonsin i Stockholms Län och kommer få stor betydelse för framkomligheten i regionen. Leden kommer binda samman norra och södra Stockholm och flera av de regionala stadskärnorna (bl.a. Kista, Barkarby och Kungens Kurva). Restiden för hela sträckan beräknas till 15 minuter. Av ledens 21 km kommer drygt 18 km gå i tunnel. Förbifarten passerar i tunnel under Lovö, och ansluter till Ekerövägen via två cirkulationsplatser, en vid Edeby och en vid Tillflykten. Vid Kungens Kurva kommer förbifarten att gå ned i tunnel i höjd med Ikea.

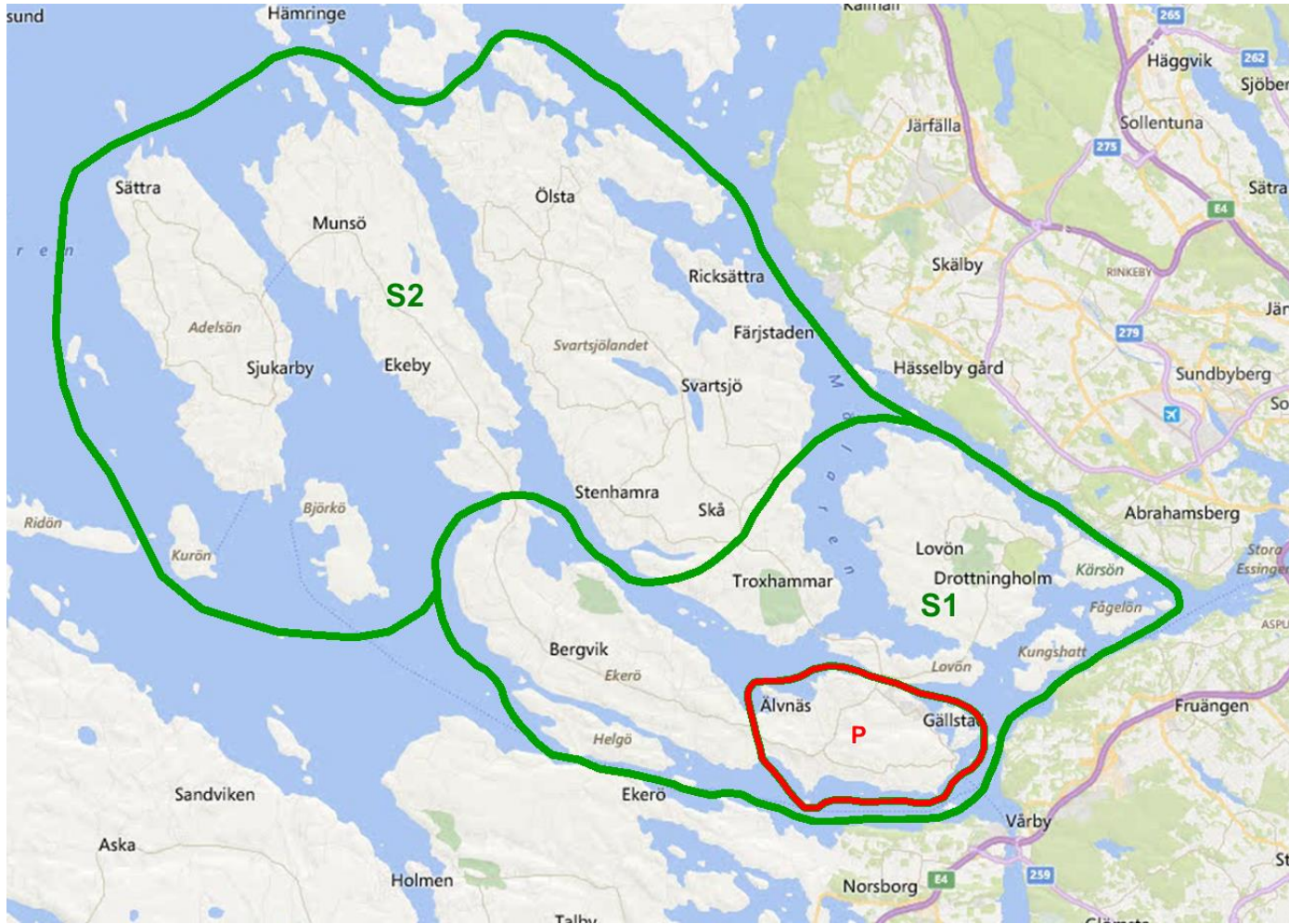
Att första spadtag togs hösten 2014 men stoppades strax efter av den nya regeringen för att ge Stockholms stad, Stockholms läns landsting och övriga parter möjlighet att förhandla om avtalet om projektets finansiering. Arbetet återupptogs i januari 2015 och byggtiden uppskattas till cirka 10 år.

MARKNAD



## 2. Marknad

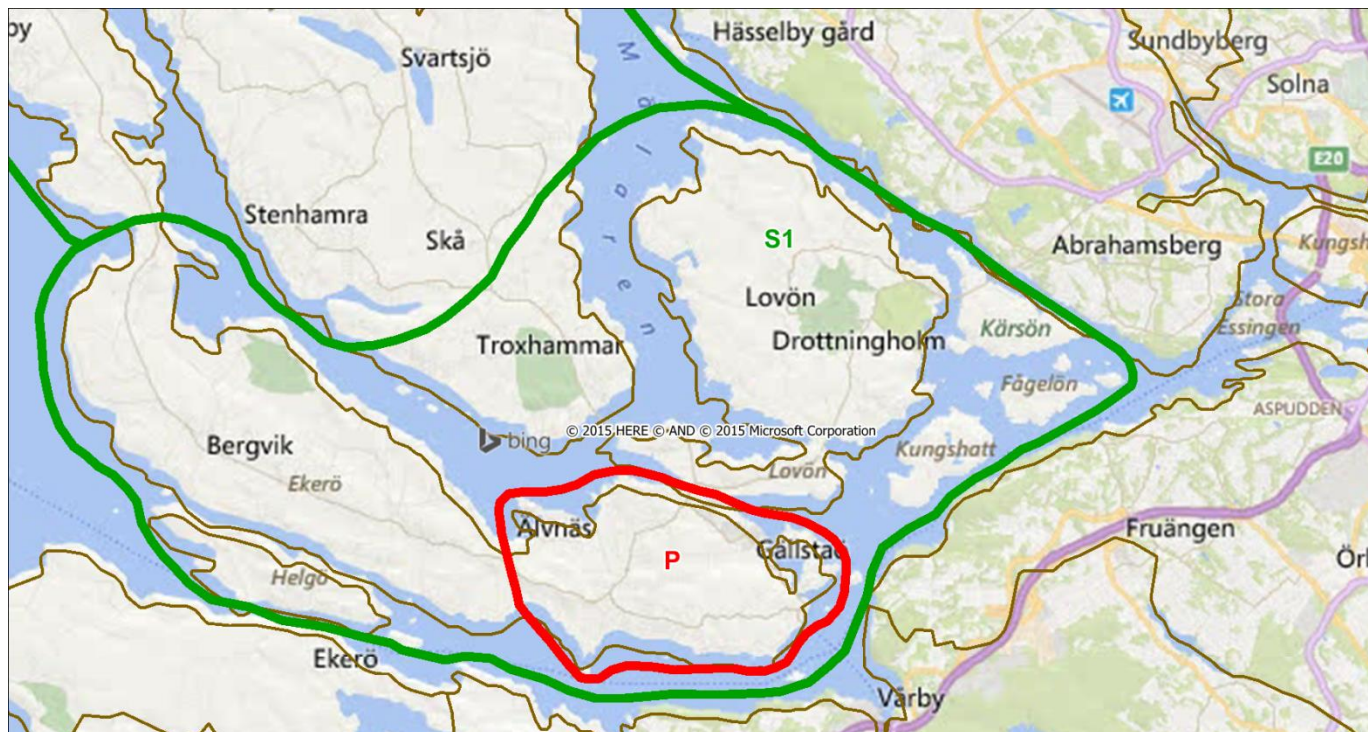
### 2.1 Definition av marknadsområdet





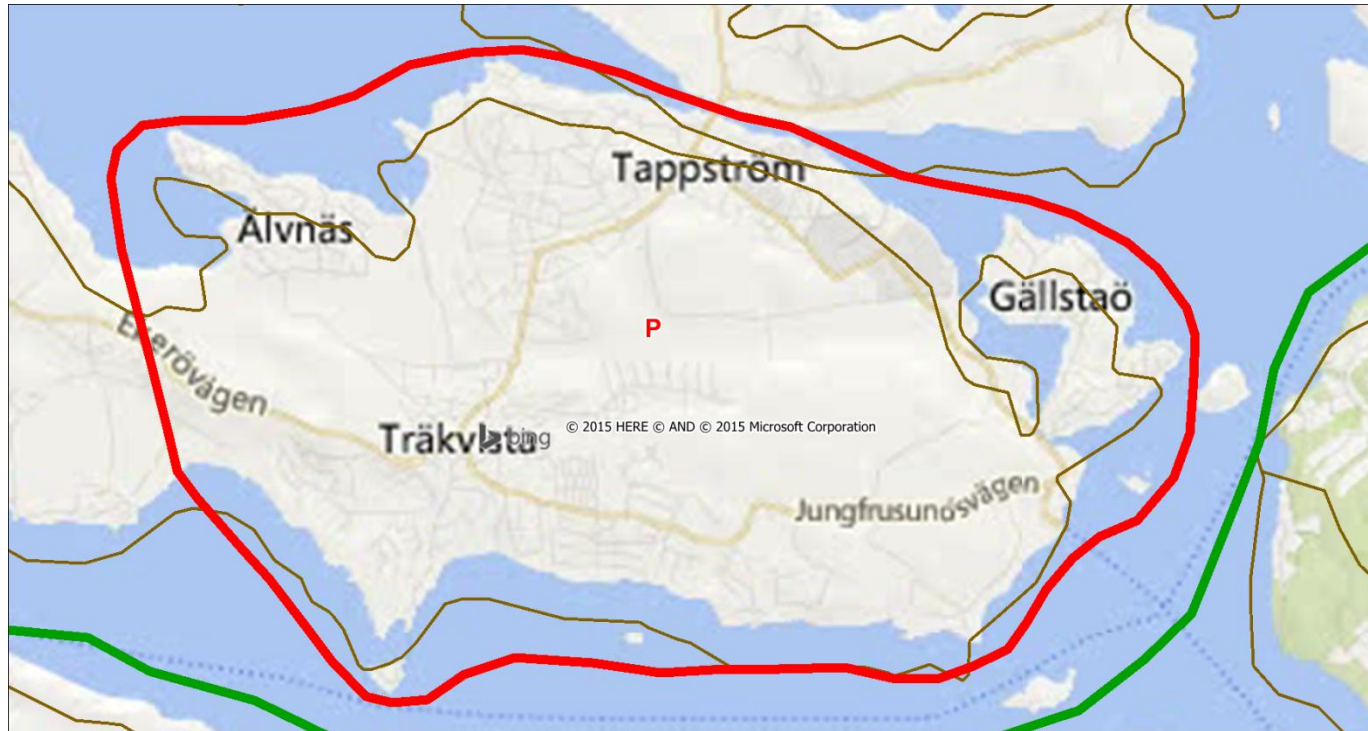
## 2. Primär- och sekundärområde 1

### 2.1 Definition av marknadsområdet



## 2. Primärområdet

### 2.1 Definition av marknadsområdet



## 2. Marknad

### 2.2 Befolkning 2014 och prognos 2020 och 2025

BEFOLKNINGSPROGNOS	2014	2020	2025	FÖRÄNDRING 2014-2020		FÖRÄNDRING 2014-2025	
	ANTAL	PROGNOS	PROGNOS	ANTAL	%	ANTAL	%
Primärområde	13 100	15 118	15 842	2 018	15,4%	2 742	20,9%
Sekundärområde 1	4 600	4 973	5 278	373	8,1%	678	14,7%
Sekundärområde 2	8 800	9 180	9 435	380	4,3%	635	7,2%
Sekundärområde totalt	13 400	14 153	14 713	753	5,6%	1 313	9,8%
<b>Marknadsområde totalt</b>	<b>26 500</b>	<b>29 271</b>	<b>30 555</b>	<b>2 771</b>	<b>10,5%</b>	<b>4 055</b>	<b>15,3%</b>
Stockholms län	2 199 948	2 368 011	2 536 292	168 063	7,6%	336 344	15,3%
<b>Sverige</b>	<b>9 747 355</b>	<b>10 138 869</b>	<b>10 477 689</b>	<b>494 005</b>	<b>5,1%</b>	<b>832 825</b>	<b>8,6%</b>

- Totalt bor det i marknadsområdet 26 500 personer varav 13 100 personer i primärområdet. Befolkningen förväntas öka med ca 4 055 personer eller 15,3% fram t.o.m. år 2025.
- Fram t.o.m. år 2023 bedöms den kraftigaste befolkningsökningen äga rum i området Tappström, Ekerö centrum och Brygga. Även på södra Färingsö och Skå förväntas en större tillväxt.
- Prognosår 2025 är valt med bakgrund av att Förbifart Stockholm då kan vara färdigbyggt.

## 2. Marknad

### 2.3 Marknadsunderlag detaljhandelsvaror

Marknadsunderlag detaljhandel - per del av marknadsområdet							
MARKNADSOMRÅDET	MARKNADSUNDERLAG MKR*			FÖRÄNDRING 2014- 2020		FÖRÄNDRING 2014-2025	
	2014	2020	2025	mkr	%	mkr	%
Primärområde	782	962	1 064	180	23%	282	36%
Sekundärområde 1	275	316	355	42	15%	80	29%
Sekundärområde 2	526	584	634	59	11%	108	21%
Sekundärområde totalt	800	900	988	100	13%	188	23%
<b>Marknadsområdet totalt</b>	<b>1 583</b>	<b>1 862</b>	<b>2 052</b>	<b>280</b>	<b>18%</b>	<b>470</b>	<b>30%</b>

Marknadsunderlag detaljhandel - per varugrupp hela marknadsområdet							
VARUGRUPP	MARKNADSUNDERLAG MKR*			FÖRÄNDRING 2014-2020		FÖRÄNDRING 2014-2025	
	2014	2020	2025	MKR	%	MKR	%
<b>Dagligvaror</b>	849	963	1 028	114	13%	179	21%
<b>Sällanköp</b>	733	899	1 025	166	23%	291	40%
- Beklädnad	231	278	313	47	21%	82	35%
- Hem	149	187	217	38	25%	68	46%
- Fritid	217	267	305	50	23%	89	41%
- Bygg	136	167	189	30	22%	53	39%
<b>S:a detaljhandel</b>	<b>1 583</b>	<b>1 862</b>	<b>2 052</b>	<b>280</b>	<b>18%</b>	<b>470</b>	<b>30%</b>

\*Befolkningen x per capita konsumtionen . Inkl. moms i 2014 års priser.

- Marknadsunderlaget/köpkraften\* i hela upptagningsområdet uppgick år 2014 till närmare 1,6 miljarder kronor.
- WSP är medlem i KPG-gruppen (Konsumtionsprognosgruppen) som fram till år 2029 prognostiserar en genomsnittlig årlig konsumtionsökning med 1,6 % per capita (fasta priser)\*.
- Pga. befolkningstillväxt och konsumtionstillväxt förväntas marknadsunderlaget i hela marknadsområdet fram t.o.m. år 2025 att växa med ca 470 miljoner kronor.
- Befolkningen i marknadsområdet har en hög medelinkomst. Inkomstindex per person är högre än både rikssnittet (100) och snittet för Stockholms län (119). I Primärområdet är index 148 och totalt för hela marknadsområdet 135.

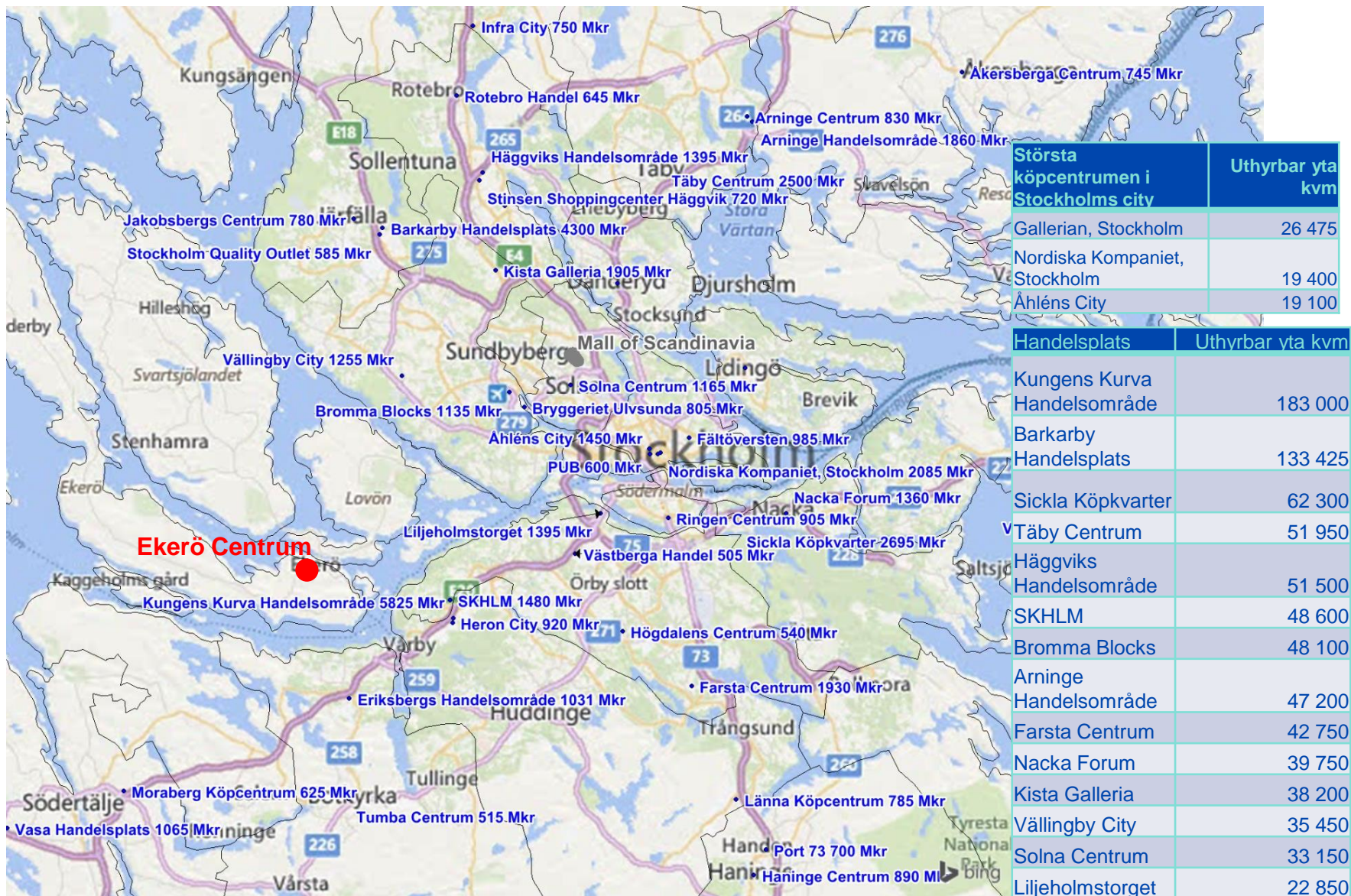


\* WSP har dock i föreliggande analys räknat med en lägre tillväxt för hemelektronik 2,2 % i stället för 7,0 % per år enligt KPG-gruppen vilket ger en årlig tillväxt för detaljhandelsvaror på ca 1,1 % per år.

# KONKURRENS

# 3. Konkurrens

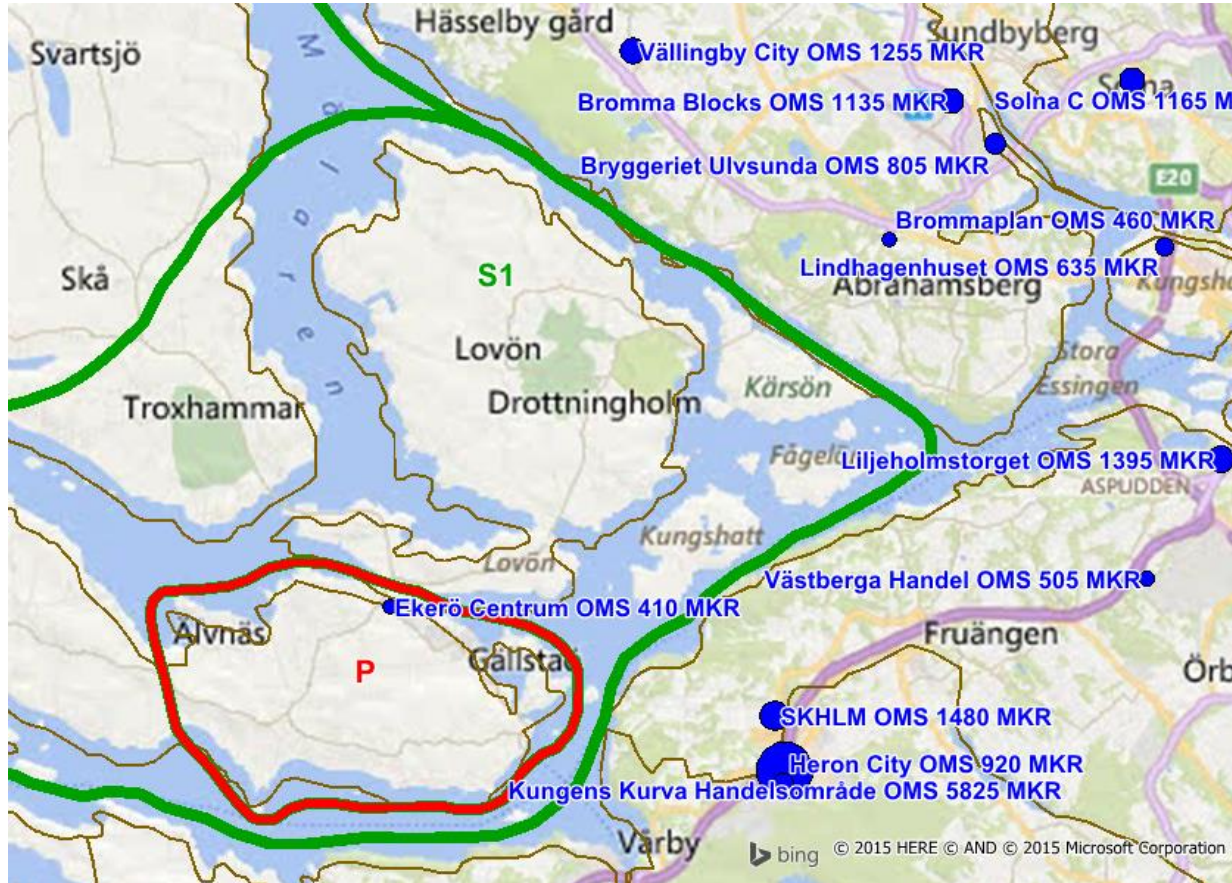
## 3.1 Konkurrerande köpcentrum >500 mkr



\*Omsättning och uthyrbar yta är exkl. restauranger-caféer och kommersiell service

## 3. Konkurrens

### 3.1 Konkurrerande köpcentrum >430 mkr



- Ekerö Centrum är ett kommuncentrum då konkurrensen inom den egna kommunen är mycket svag. Marknadsunderlaget är för litet för att det ska finnas plats för mer än ett centrum.
- Utanför kommunen är däremot konkurrensen tuff. Bromma Blocks är den största konkurrensen, men även Vällingby Centrum och de stora externa handelsområdena och regionala köpcentrumen i Storstockholm såsom Kungens Kurva, Barkarby handelsområde och SKHLM Centrum konkurrerar om Ekeröboms pengar.

## 3. Konkurrens

### 3.1 KPI konkurrerande köpcentrum

KÖPCENTRUM	Oms. MSEK*			Uthyrbar yta m2 (GLA)				Oms. per kvm, SEK*			Totalt antal hyresgäster	Parkeringsplatser	
	Totalt	Dagligvaror	Sällanköpsvaror	Totalt	Dagligvaror	Sällanköpsvaror	Total detaljhandel	Totalt	Dagligvaror	Sällanköpsvaror		Totalt	Per 1000 kvm
<b>Konkurrerande köpcentrum utanför marknadsområdet</b>													
Bromma Blocks	1 135	765	370	50 300	9 500	38 600	48 100	23 597	80 526	9 585	79	2 000	40
Bromma Handel	160	0	160	6 900	0	6 900	6 900	23 188	N/A	23 188	5	100 (est.)	14
Brommaplan	460	410	50	8 000	3 450	850	4 300	106 977	118 841	58 824	45	100 (est.)	13
Vällingby City	1 255	375	880	50 450	7 175	28 275	35 450	35 402	52 265	31 123	141	2100	42
Kungens Kurva Handelsområde	5 825	1 355	4 470	182 800	17 425	162 625	180 050	32 352	1 355	4 470	73	5000	27
Kungens Kurva Shoppingcenter	N/A	N/A	N/A	25 000	150	24 825	24 975	N/A	N/A	N/A	23	1000	N/A
SKHLM	1 480	255	1 225	57 100	4 650	43 950	48 600	30 453	54 839	27 873	157	3000	53
<b>Köpcentrum i kommuner med jämförbar storlek avseende befolkning (25 000-35 000 inv.)</b>													
Mörby Centrum	725	485	240	18 200	4 950	8 400	13 350	54 307	97 980	28 571	78	500	27
Vallentuna Centrum	400	320	80	18 700	5 300	2 600	7 900	50 633	60 377	30 769	41	150 (est.)	8

### Betydande framtida konkurrens utanför den egna kommunen

KÖPCENTRUM	KOMMUN	PROJEKT	FASTIGHETS-UTVECKLARE	GLA idag	GLA tillkommande	ÖPPNING
Bromma Blocks	Stockholm	Utbyggnad	Vencom Property Partners	50 300	20 000	N/A
Kungens Kurva	Huddinge	Utbyggnad	IKANO Retail Centers	20 000	30 000	2018
Mall of Scandinavia	Solna	Nybyggnad	Unibail Rodamco	100 000		Nov. 2015

\*Uppgifterna är inklusive moms  
Källa: SSCD 2014



# 3. Konkurrens

## 3.2 Planerad handel i kommunen – Brunna Handelsområde

Planområdet ligger i Träkvista (östra delen av Älvnäsvägen) och är ca 2 hektar stort. Idag är marken obebyggd, tidigare använd som öppen betesmark och som handelsträdgård.

Cirka 4 00 kvadratmeter handel är planerat i 2-4 butiker. Fastighets AB LE Lundberg och NCC är markägare, och förhandling med byggherrar pågår.

Detaljplanen har vunnit laga kraft november 2014 och planerad byggstart är oklar.

Området ligger invid Lidl och ca 500 m söder om planområdet ligger Träkvista torg med matvarubutik, pizzeria och andra mindre butiker och verksamheter.

Med hänsyn till närheten till Träkvista torg är det önskvärt att småskalig handel och service istället ska lokaliseras dit. Inom detta område ska istället sådan handel finnas som av utrymmesskäl eller andra skäl inte är lämpliga att placera vid Träkvista torg eller Ekerö Centrum.

Med hänsyn till andra matvarubutiker på Ekerö har inte heller en matvarubutik ansetts lämplig i området.



# 3. Konkurrens

## 3.2 Planerad handel i kommunen – Brunna Handelsområde forts.

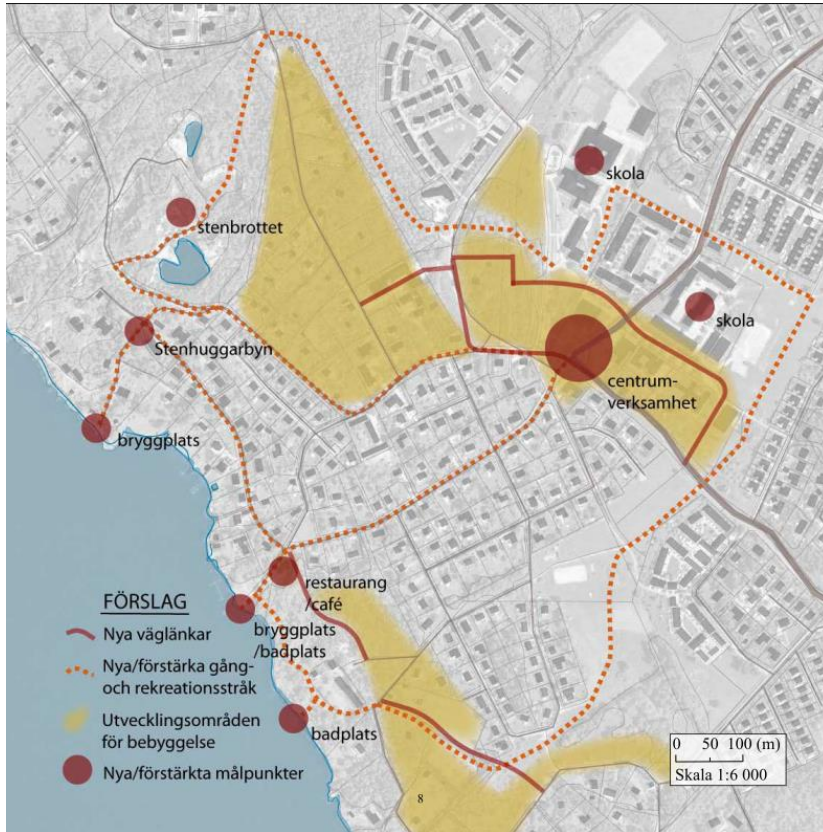


Källa: Ekerö Kommun



# 3. Konkurrens

## 3.2 Planerad handel i kommunen – Stenhamra

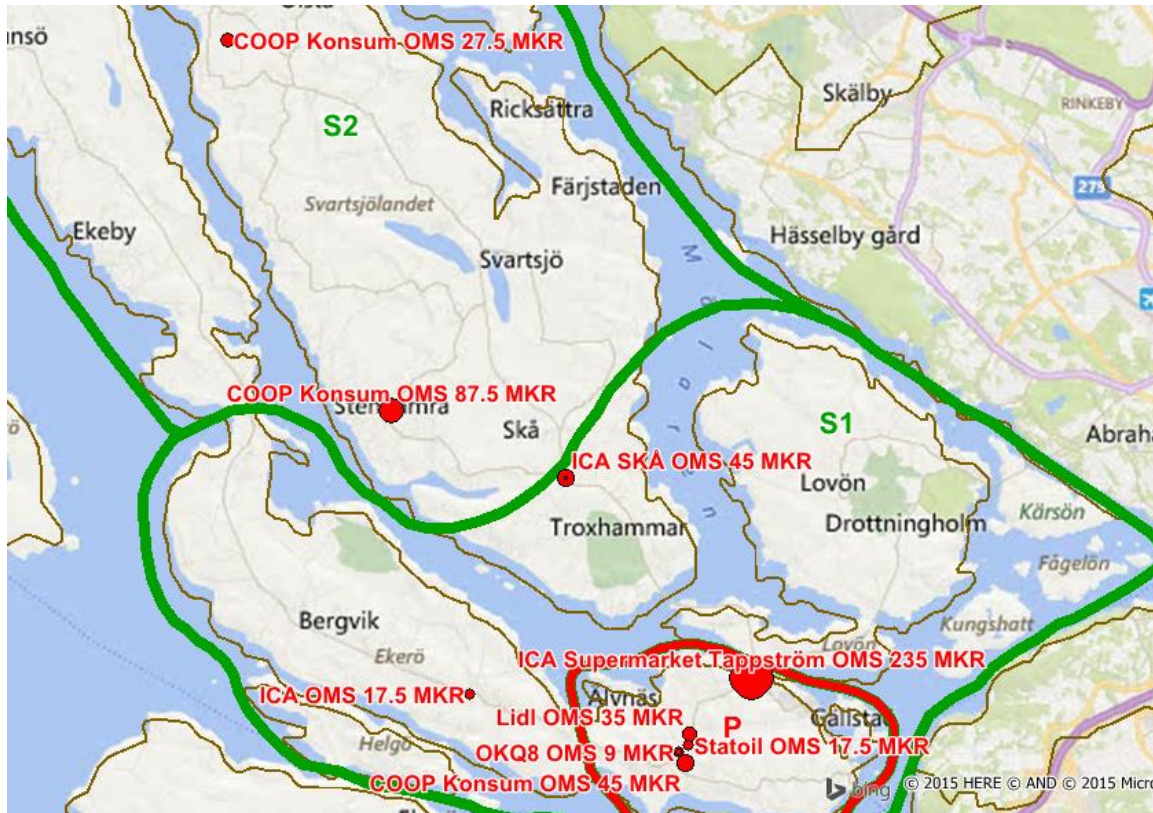


I Stenhamra centrum görs en satsning för utveckling av centrum med olika typer av bostäder genom nyexploatering med lägenheter för bland annat äldreomsorg och seniorer samt kontor, butiker och annan service. En helhetsbild för hela tätorten har också arbetats fram.

I de centrala delarna av Stenhamra vill man skapa ett mer intimt centrum med tydliga gaturum. Byggnaderna föreslås inrymma två-tre våningar och ge möjlighet till småskalig handel/verksamhet/kontor i bottenvåningarna med bostäder ovanpå.

## 3. Konkurrens

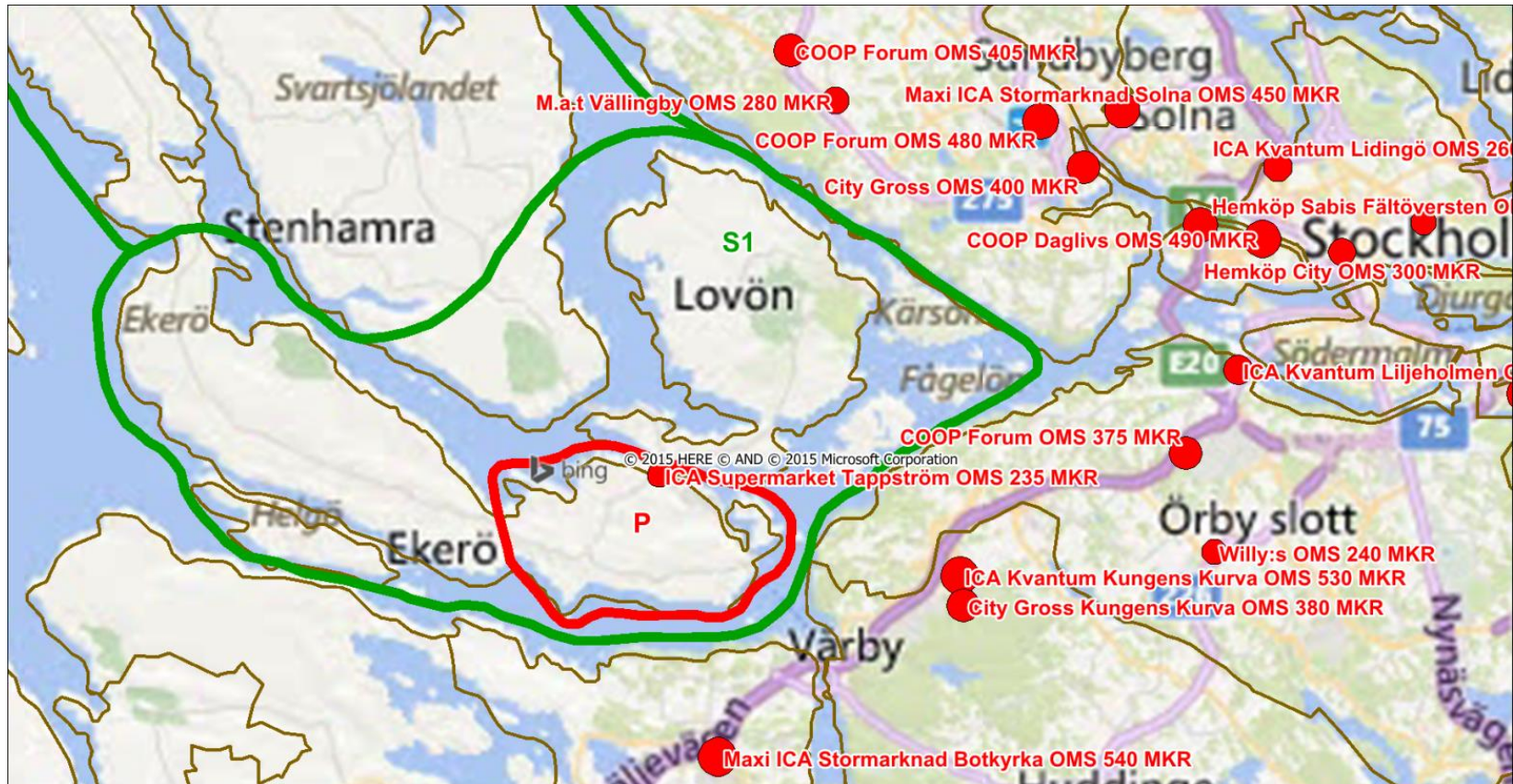
### 3.3 Konkurrerande livsmedelsbutiker P och S1



- Den största livsmedelsbutiken i kommunen är ICA Tappström med en omsättning på ca 235 miljoner kronor
- Köptroheten för dagligvaror är förhållandevis låg (köptrohetsindex 70).
- Utflödet av köpkraft när det gäller dagligvaruhandel sker främst till Bromma och större regionala handelsplatser och köpcentrum.

## 3. Konkurrens

### 3.3 Konkurrerande livsmedelsbutiker utanför marknadsområdet (>230 mkr)



Utanför kommunen finns många stora livsmedelsbutiker med en mycket hög omsättning, bland annat Coop Forum (Bromma Blocks), City Gross (Bromma) och ICA Kvantum i Kungens Kurva.

## 3. Konkurrens

### 3.4 Försäljningsströmmar

- Försäljningen för de olika detaljhandelsbranscherna i kommunen har jämförts med ett riksgenomsnitt.
- Om index överstiger 100 innebär det att området attraherar invånare från ett större omland. Om index är lägre än 100 innebär det att området har ett utflöde av köpkraft till andra områden.

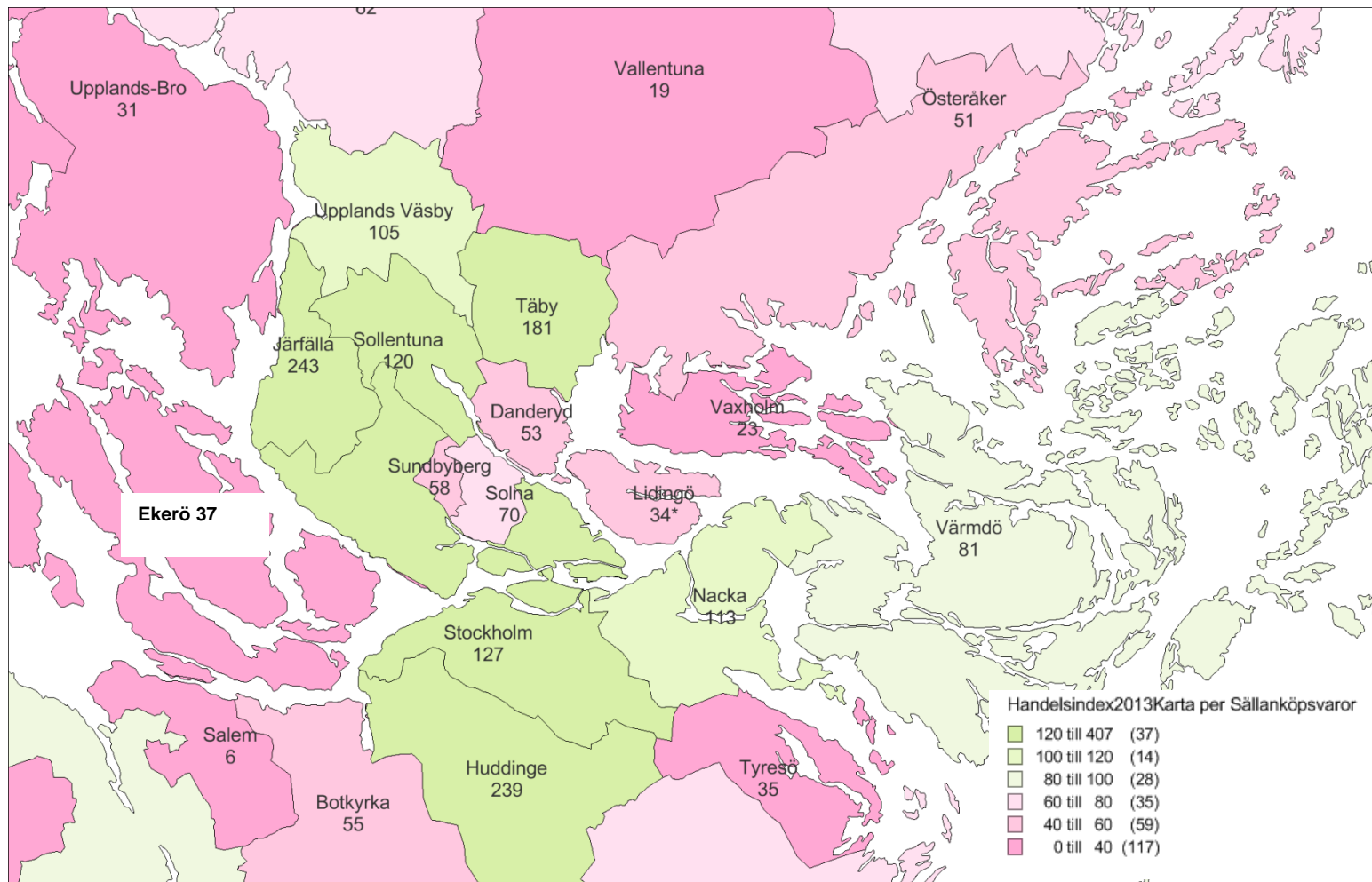
Varugrupp	Ekerö totalt	Försäljningsunderlag Mkr inkl moms	Över-underförsäljning Mkr inkl moms	Index riket = 100
<b>Dagligvaruhandel*</b>	<b>544</b>	<b>767</b>	<b>-223</b>	<b>70</b>
Beklädnad	30	174	-144	17
Hemutrustning	50	137	-86	36
Fritidsvaror	54	251	-197	21
Järn & bygg	155	126	28	121
Detaljhandel brett sortiment		94		
<b>Summa sällanköps- varuhandel</b>	<b>289</b>	<b>782</b>	<b>-494</b>	<b>37</b>
<b>Summa detaljhandel</b>	<b>833</b>	<b>1 549</b>	<b>-716</b>	<b>53</b>
Restaurang & café	108	277	-169	39

\*exklusive Systembolaget

- Försäljningsströmmarna per branschgrupp har beräknats på av WSP justerade omsättningssiffror från SCB.
- Branschgruppen 'detaljhandel med brett sortiment' avser t.ex. butiker där flera branscher dominerar.
- Försäljningsindex för sällanköpsvaror är 37, vilket innebär ett kraftigt utflöde av köpkraft i storleksordningen 500 miljoner kronor. För dagligvaror är motsvarande index 70, vilket också är en förhållandevis låg siffra då dagligvaror vanligtvis har ett betydligt mindre utflöde av köpkraft än sällanköpsvaror.

## 3. Konkurrens

### 3.4 Försäljningsströmmar sällanköpsvaror



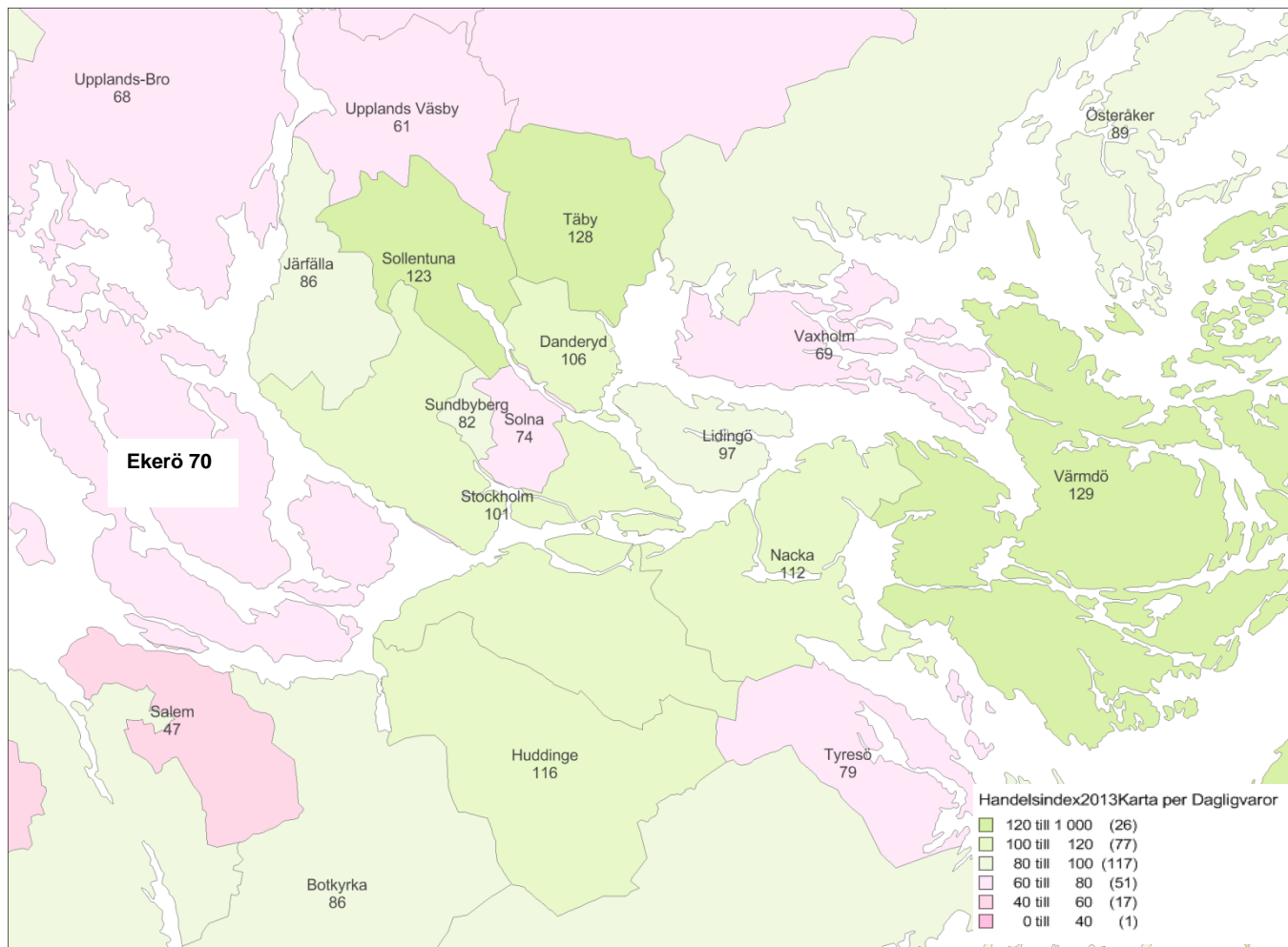
Bland kommunerna som har ett starkt inflöde av köpkraft när det gäller sällanköpsvaruhandeln hör Täby kommun (+ 1,8 miljarder kronor), Järfälla kommun (+ 3 miljarder kronor), Huddinge kommun (+ 4,9 miljarder kronor) och Stockholms kommun (+ 7,2 miljarder kronor).





## 3. Konkurrens

### 3.4 Försäljningsströmmar dagligvaror



För dagligvaror är flödena över kommungräns betydligt lägre än för sällanköpsvaror.

## 3. Konkurrens

### 3.5 E-handel

Bransch	Omsättning (mdr kr)	Tillväxt Helår		Andel av totala detaljhandel
		2014	2013	
Hemelektronik	10,3	17%	15%	23%
Kläder/skor	7,5	4%	9%	12%
Böcker/media	3,4	3%	2%	u.s.
Bygghandel*	2	33%	u.s.	6%
Heminredning/möbler	1,5	18%	19%	3%
Sport/fritid	1,4	20%	28%	6%
Barnartiklar/leksaker*	1	38%	u.s.	u.s.
Övrigt**	15,8	22%	26%	X
<b>Totalt</b>	<b>42,9</b>	<b>16%</b>	<b>17%</b>	<b>6,40%</b>

Källa: E-barometern, HUI

E-handeln beräknas framgent öka med ca 15 procent per år i genomsnitt, dock från en förhållandevis låg nivå i många branschgrupper. Inom hemelektronik som ökat kraftigast hittills förväntas en lägre tillväxt under prognosperioden. För beklädnad förväntas e-handeln växa med ca 7 procent per år.

## 3. Konkurrens

### 3.5 E-handel

#### Adlibris öppnar butik i Stockholm city



- E-handelsföretagen är i allt större utsträckning intresserade av att också exponera sitt sortiment i fysiska butiker. I framtiden bedöms också de fysiska butikerna i allt större utsträckning kunna tillgodogöra sig den omsättning som sker via nätet, varför andra parametrar en ren omsättning kan komma att utgöra grund för hyresbetalningsförmåga.
- Det konsumentbeteende som redan i dag är vanligt förekommande förväntas bestå eller intensifieras. Det gäller tex varor som har valts ut i fysiska butiker men i ett senare skede beställs på nätet alternativt att utbudet först studeras på nätet innan inköp görs fysiskt (s.k. Cross Channel).

# OMSÄTTNINGSPOTENTIAL OCH YTBEHOV

# 4. Omsättningspotential och ytbehov

## 4.1 Analysmodell



- Analysmodellen har sitt ursprung från USA och har utvecklats av pionjärer såsom William J. Reilly (Reilly´s law), Applebaum and Nelsen.
- De ingående momenten i analysen dokumenteras. Modellen baseras på en väl utvecklad och vedertagen metod.
- Baserat på definierat marknadsområde, framtagna analys avseende befolkning och marknadsunderlag samt bedömning av konkurrensen har en analys genomförts av hela centrumets omsättningspotential mot den aktuella marknaden inom fem branschgrupper av detaljhandel.
- Som utgångspunkt för beräkningarna har en kalibrering genomförts av vilka marknadsandelar Ekerö Centrum som helhet tar i dagsläget.

## 4. Omsättningspotential och ytbehov

### 4.2 Marknadsandelar och omsättningspotential 2020 och 2025

MARKNADSOMRÅDE	BEDÖMD ANDEL	POTENTIELL MARKNADSANDEL 2020		
	2014	min	max	medel
Primärområde 1	29%	40%	52%	46%
Sekundärområde 1	13%	25%	33%	29%
Sekundärområde 2	10%	19%	24%	21%
<b>S:a marknadsområde</b>	<b>20%</b>	<b>31%</b>	<b>40%</b>	<b>35%</b>

VARUGRUPP	BEDÖMD ANDEL	POTENTIELL MARKNADSANDEL 2020		
	2014	min	max	medel
<b>Dagligvaror</b>	30%	40%	51%	45%
<b>Sällanköp</b>	8%	21%	28%	25%
- Beklädnad	15%	31%	44%	37%
- Hem	4%	13%	17%	15%
- Fritid	10%	31%	38%	34%
<b>S:a detaljhandel</b>	<b>20%</b>	<b>31%</b>	<b>40%</b>	<b>35%</b>

#### Omsättningspotential 2020

VARUGRUPP	OMSÄTTNING	OMSÄTTNINGSPOTENTIAL * 2020			FÖRÄNDRING 2014-2020		EX MOMS
	mkr 2014	min	max	medel	Mkr (medel)	%	medel
<b>Dagligvaror</b>	259	394	504	449	190	73%	404
<b>Sällanköp</b>	62	198	263	230	169	275%	184
- Beklädnad	36	89	125	107	71	197%	86
- Hem	5	25	33	29	24	541%	23
- Fritid	21	84	105	95	74	350%	76
<b>S:a detaljhandel</b>	<b>321</b>	<b>592</b>	<b>767</b>	<b>679</b>	<b>359</b>	<b>112%</b>	<b>589</b>

\* Mkr inklusive moms, fasta 2014 års priser

- Bedömningen av vilka framtida marknadsandelar som är möjliga att uppnå för Ekerö centrum har varit relativt försiktiga med hänsyn tagen till konkurrensen från omkringliggande större regionala köpcentrum och handelsplatser samt e-handeln.
- När det gäller livsmedel har även hänsyn tagits till befintliga livsmedelsbutiker i kommunen.
- För år 2025 har framförallt marknadsandelarna i maxalternativet dragits ned något p.g.a. att en fortsatt tillväxt förväntas för e-handeln. För övrigt är marknadsandelarna i stort sett lika mellan de båda prognosåren
- För år 2020 bedöms Ekerö Centrum ha en omsättningspotential på ca 680 miljoner kronor för detaljhandel enligt medelalternativet (fasta 2014 års priser). Detta innebär en omsättningsökning på ca 360 miljoner kronor. Störst är omsättningspotentialen för dagligvaror som invånarna vill handla nära där man bor. Marknadsanalysen visar att marknaden är tillräckligt stor för ett betydligt större butikskoncept inom dagligvaruhandeln
- För sällanköpsvaror såsom beklädnad, hemutrustning och fritidsvaror bedöms det som svårare att uppnå en kritiskt massa för att vara tillräckligt attraktiv gentemot konkurrerande större centrum. Inom detta området fyller istället Ekerö Centrum framförallt behovet av vardagsnära handel spetsat med ett antal butiker med ett mer unikt sortiment och som ej är kedjebutiker.

# 4. Omsättningspotential och ytbehov

## 4.2 Ytbehov 2020

VARUGRUPP	ANTAGANDE		OMSÄTTNING	YTBEHOV 2020			JÄMFÖRELSE 2014
	FÖRSÄLJNING/KVM (tkr/kvm)		POTENTIAL				MEDEL- ALTERNATIVET
	min	max	Mkr* (Medel)	max	min	medel	kvm
Dagligvaror	80	90	449	5 614	4 990	5 302	3 822
Sällanköp	40	51	230	5 737	4 553	5 145	3 800
- Beklädnad	35	45	107	3 057	2 377	2 717	1 767
- Hem	30	40	29	961	721	841	721
- Fritid	55	65	95	1 719	1 455	1 587	1 312
<b>S:a detaljhandel</b>	<b>60</b>	<b>71</b>	<b>679</b>	<b>11 351</b>	<b>9 543</b>	<b>10 447</b>	<b>7 622</b>
Servering**	25	35		795	477	636	276
Kommersiell service övriga nöjen***				2 838	2 386	2 612	262
<b>S:a totalt</b>				<b>14 983</b>	<b>12 406</b>	<b>13 695</b>	<b>8 160</b>

\* Fasta 2014 års priser inkl moms

\*\* Schablonberäkning 5 – 7% av detaljhandelsytan

\*\*\* Schablonberäkning utifrån nuvarande yta för kommersiell service och övriga nöjen

- Bedömningen av omsättningspotentialen ger ett ytbehov på närmare 14 000 kvm uthyrbar yta (GLA) jämfört med dagens 5 500 kvm, dvs en ökning med drygt 8 000 kvm. Detta ligger i linje med planerad utbyggnad av Ekerö Centrum. Planerad utbyggnad är således mycket relevant och viktig för att kommunen ska kunna tillhandahålla service till kommuninvånarna och bemöta framtidens krav på en attraktiv handelsplats. Om inte Ekerö Centrum byggs ut är det risk att centrum tappar attraktivitet i framtiden.
- För restauranger och caféer har en schablonberäkning genomförts då ytorna för restaurangerna och caféerna är starkt relaterade till centrumets totala uthyrbara yta.
- Restauranger och caféer har blivit allt viktigare i stadsdelscentrum, kommuncentrum och regionala köpcentrum och är en viktig konkurrensfaktor förutsatt att man lyckas attrahera rätt operatörer.

## 4. Omsättningspotential och ytbehov

### 4.2 Omsättningspotential 2025

Omsättningspotential 2023*								
VARUGRUPP	OMSÄTTNING		OMSÄTTNINGSPOTENTIAL MKR 2025			FÖRÄNDRING 2014-2025		EX MOMS
	mkr 2014	min	max	medel	Mkr (medel)	%	medel	
<b>Dagligvaror</b>	259	422	512	467	208	80%	420	
<b>Sällanköp</b>	62	215	277	246	184	300%	197	
- Beklädnad	36	98	130	114	78	217%	91	
- Hem	5	29	35	32	27	606%	25	
- Fritid	21	88	112	100	79	377%	80	
<b>S:a detaljhandel</b>	<b>321</b>	<b>637</b>	<b>789</b>	<b>713</b>	<b>392</b>	<b>122%</b>	<b>617</b>	

\*inklusive moms, fasta 2014 års priser

- För år 2025 efter det att Förbifart Stockholm antas vara färdigbyggd bedöms omsättningspotentialen till ca 710 miljoner dvs en ökning med närmare 400 miljoner jämfört med 2014.
- WSP bedömer inte att Förbifart Stockholm får någon större effekt på Ekerö Centrum p.g.a. att WSP redan i bedömningen avseende år 2020 har räknat med att det, även med en utökning av Ekerö Centrum, kommer att vara ett utflöde av köpkraft. Det finns ett stort utbud av alternativa inköpsställen utanför kommunen redan idag för Ekeröborna, vilket medför att Förbifart Stockholm endast får en marginell effekt.
- Ovanstående bedömning av omsättningspotentialen och ytbehoven för år 2020 och 2025 förutsätter dock att en attraktiv och koncentrerad butiksmix kan skapas som kompletterar och förstärker befintligt utbud. Tillkommande ytors planlösning och miljö ska tillgodose de krav som konsumenterna normalt ställer på bekvämlighet och atmosfär. Vidare ska bilplatserna var tillräckligt många och "nyttiga", dvs bekväma och lätta att använda i samband med inköp.



## 4. Omsättningspotential och ytbehov

### 4.2 Ytbehov 2025

Dimensionering 2025 - Intervall yteffektivitet									
VARUGRUPP	ANTAGANDE		OMSÄTTNING POTENTIAL*	YTBEHOV 2025			JÄMFÖRELSE 2014		
	FÖRSÄLJNING/KVM (tkr/kvm)			max	min	medel	MEDEL-ALTERNATIVET		
B	min	max	Mkr (Medel)						
Dagligvaror	80	90	467	5 836	5 187	5 511	4 031	272%	
Sällanköp	40	51	246	6 138	4 869	5 503	4 158	309%	
- Beklädnad	35	45	114	3 259	2 535	2 897	1 947	205%	
- Hem	30	40	32	1 059	794	926	806	672%	
- Fritid	55	65	100	1 820	1 540	1 680	1 405	511%	
<b>S:a detaljhandel</b>	<b>60</b>	<b>71</b>	<b>713</b>	<b>11 973</b>	<b>10 056</b>	<b>11 015</b>	<b>8 190</b>	<b>290%</b>	
Servering**	25	35		838	503	670	310	86%	
Kommersiell service**				2 993	2 514	2 754	404	17%	
<b>S:a totalt</b>				<b>15 805</b>	<b>13 073</b>	<b>14 439</b>	<b>8 904</b>	<b>161%</b>	

\*inklusive moms, fasta 2014 års priser  
 \*\* Schablonberäkning 5%-7 % av detaljhandelsytan

- Marknadstillväxten fram tom år 2025 innebär ett ytbehov på drygt 14 000 kvm enligt medelalternativet vid samma krav på yteffektivitet som för år 2020. Detta innebär en utökning av handelsytorna i centrum med ca 9 000 kvm.
- Bedömningarna om ytbehov är starkt beroende av vilka krav som ställs på yteffektivitet. Dessa varierar mellan olika branscher men också mellan företag inom samma bransch. WSP har ställt höga krav när det gäller yteffektivitet och beräkningarna av tillkommande ytbehov baseras således på att befintlig handel även fortsättningsvis har en bra yteffektivitet och därmed är välmående och drar nytta av att centrum förstärks och att tillkommande ytor får bra lönsamhet
- Prognosen visar också på ett maxalternativ som innebär en potential att utöka ytorna ca 10 300 kvm. Maxalternativet baseras på en lägre försäljning per kvm jämfört med medelalternativet och bedöms också som realistiskt. Framförallt för sällanköpsvarorna bör även en lägre omsättning per kvadratmeter enligt minimumalternativet innebära god lönsamhet både för befintliga och tillkommande butiker

# PLACERING AV NYA YTOR

# 5. Placering av nya ytor för bästa centrumfunktion

## 5.1 Enligt programmet

Planprogrammet säger att för att bebyggelsestillskottet i centrum ska bidra till ett mer levande centrum föreslås handel, restauranger, caféer och möjlighet till allmänna servicefunktioner finnas i centrum. Vissa lägen innehåller redan idag sådana funktioner samtidigt som ett tillskott skapas på bussdepåtomten.

Vidare säger programmet att nya centrumytor placeras så att de vänder sig utåt, så att kommersiella lokaler placeras mot Ekerövägen (B), Ångbåtsvägen (C) och Bryggavägen (D), samt i det nya stråket mellan befintligt centrum och Tappström (E).

På norra delen av Ångbåtsvägen ska endast bostäder finnas, för att koncentrera handel och andra centrumfunktioner runt de gator och stråk som ovan nämnts (F).

Byggnader som enbart innehåller centrumfunktioner är markerade i brunt. Områden som är gröna är områden som föreslås innehålla handel i bottenplan samt bostäder i övriga plan. I de senare ska centrumfunktioner endast finnas längs huvudstråk.



# 5. Placering av nya ytor för bästa centrumfunktion

## 5.2 Placering för bästa stråkfunktion

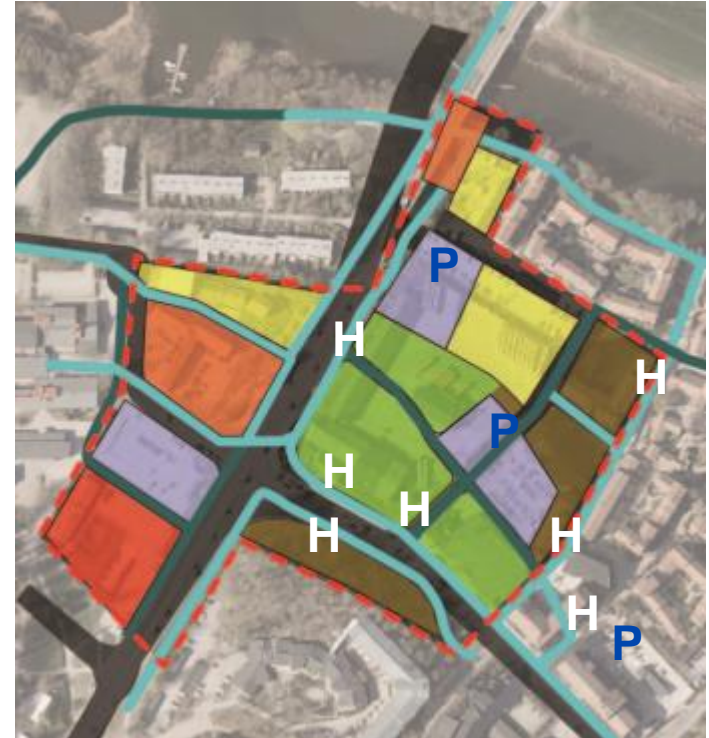
En lokal lägesmodell kan ge besked om hur nya ytor bäst placeras för att uppnå bäst kommersiell funktion. Den studerar goda grannar, konkurrens, parkering, kollektivtrafik, stråkmiljö samt stråkintensitet. Ur den kan följande slutsatser dras:

I en liten stads centrum (hit hör Ekerö) är goda grannar av störst betydelse (det kräver en stor mängd av rätt sorts butiker inom synhåll). Döda fasadytor och fasader med annat innehåll sänker alltså platsens attraktivitet. På andra plats kommer parkering. Här gäller regeln: gott om parkering som är nära, gratis och lättillgänglig. Dessa två står i det aktuella fallet för nästan 60 procent av lägets totala maxpoäng.

Att behålla det gamla centrumstråket samtidigt som nya berikande gatuplansverkssamheter placeras i områdets ytterkanter motverkar syftet ovan: butikerna kommer för långt ifrån varandra, upp till 200 meter. Det blir inte så stark koppling mellan delarna.

Den mycket attraktiva mittenparkeringen utökas – det är bra, men i detta stadsrum finns även bäst förutsättningar för ett nytt, större, centrum att samlas kring. Idag vänder butikerna denna plats ryggen. Detta kunde bli centrumets samlande torg med butiker runt om. Trafiken kan lösas med ett stort gemensamt garage under, där de idag mindre nyttiga sidogaragen samordnas. Trafiken till bostäder mot vattnet kanske kan ledas på andra gator. Det viktiga är att besökaren upplever centrumet som en helhet, där de olika parkeringarna stöttar varandra.

På nästa sida ges ett exempel på principutformning.



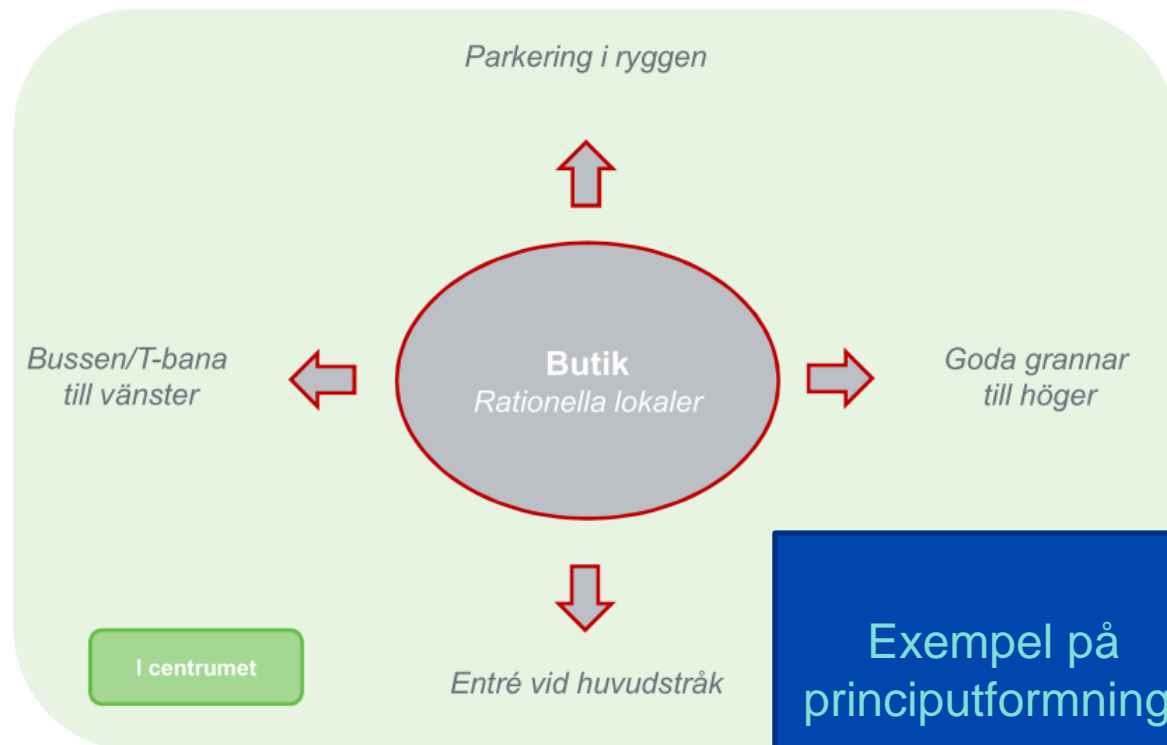
Placering av ny och befintlig handel (H) och parkering (P) enligt planprogrammet. Handeln upplevs som utspridd.

# 5. Placering av nya ytor för bästa centrumfunktion

## 5.2 Placering för bästa stråkfunktion

Koncentration och tydliga stråksamband – Ekerö C storlek tillåter inte ett alltför utdraget centrum. Att koncentrera handeln till några starka stråk som samverkar är därför av största vikt. För att utnyttja centrumets fulla potential, och bibehålla dess idag attraktiva rumsliga struktur, är det även viktigt att centrumet har en väl avvägd attraktion mellan dess olika delar.

Detta är inte helt enkelt att lösa utan ombyggnader även i befintligt centrum.



# 5. Placering av nya ytor för bästa centrumfunktion

## 5.3 Några tankar

### **Gynna ankarbutikerna**

Framgång kommer genom de små frågorna, men låt en utökad ICA, som är centrumets främsta dragare, möjligheten att utvecklas på kommersiella villkor är en viktig del i detta.

### **Marknadsföring**

Skyltprogrammet ses över.

Öka synlighet och tillgänglighet till centrumet för förbipasserande.

### **Miljön**

Etablera och utveckla fler trevliga mötesplatser, sittbänkar, lätta upp den yttre miljön etc.

### **Se det som ett centrum**

Programområdet omfattar endast halva centrumet.

## 6. Nästa steg

I ett nästa steg föreslår WSP att en kundundersökning genomförs för att få bättre underlag inför utvecklingen av Ekerö Centrum. Exempel på frågeområden är:

- hur Ekeröborna ser på centrum i dag
- hur ofta besöker de centrum
- vad handlar de i centrum
- hur tar de sig till centrum
- vad saknas i centrum
- vilka butiker och centrum besöker Ekeröborna i de fall de inte gör sina inköp i centrum och på ön ?

Vidare föreslår WSP att en mer detaljerad lista tas fram avseende butiker som bedöms förstärka centrum och som bedöms som möjliga att addera till centrum/butiker där en sannolik etableringsvilja finns, och vilka ytor dessa butiker kräver

# BILAGA



# BILAGA

## Socioekonomisk data

Marknadsområdes del	Andel					
	0-24	25-44	45-64	över 65	Kvinnor	Män
Primärområde 1	36%	23%	24%	17%	50%	50%
Sekundärområde 1	30%	24%	30%	15%	49%	49%
Sekundärområde 2	32%	23%	28%	16%	49%	49%
Total	34%	23%	26%	16%	50%	50%
Stockholms län	30%	30%	24%	16%	50%	50%
Sverige	30%	26%	25%	20%	50%	50%

Marknadsområdesdel	Summa disponibel inkomst (Mkr)	Disponibel inkomst per person	Antal personer	Index per person jämfört med riksgenomsnitt
Primärområde 1	3 103	351 000	8 839	148
Sekundärområde 1	1 000	318 200	3 143	134
Sekundärområde 2	1 686	276 700	6 095	117
Totalt	5 789	320 255	18 077	135
Stockholms län	462 671	282 000	1 640 614	119
Sverige	1 760 831	236 700	7 440 017	100

Marknadsområdes-del	Pendlingsnetto		
	Sysselsatt nattbefolkning	Dagbefolkning	Pendlingsnetto
Primärområde 1	5 532	3 592	-1 940
Sekundärområde 1	1 976	1 938	-38
Sekundärområde 2	3 995	1 690	-2 305
Total	11 503	7 220	-4 283
Stockholms län	967 157	1 080 942	113 785

# TACK - WSP Fastighetsutveckling

