



Handelsutredning Ljusdal

April 2011

Förord

Handeln i Ljusdal står inför en hel del frågetecken. Hur går det för våra handelsföretag idag?

Hur kan vi utveckla Ljusdal som handelsort? Vilka möjligheter har vi, och likaså vilka svårigheter? Hur kan ett eventuellt nytt handelsområde påverka oss?

Frågorna är många, därför har vi anlitat en extern konsult som med nya ögon, och en stor portion erfarenhet, kan hjälpa oss att belysa dessa.

Vi ser fram emot att denna handelsutredning tillika konsekvensanalys, ska hjälpa oss i vår utveckling av Ljusdal.

Carina Andersson

Ordförande Svensk Handel Ljusdal

I samarbete med

Svensk Handel Gävleborg

Ljusdals kommun/Närlljus

Östernäs Affärsfastigheter AB

Norrsvedja Fastigheter AB

Brospannet

Fastighets AB Seglet

Kjärnet Fastigheter AB

LjusdalsHem

Norrvidden Fastigheter AB

Innehållsförteckning

Förord	2
Innehållsförteckning	3
Uppdrag	4
Sammanfattning	5
Metodik.....	8
Nulägesbeskrivning	9
Dagens och framtidens	10
Butiksbestånd	15
Lokaliteter	16
Sortiment	17
Dagligvaruhandeln i Ljusdal	18
Sällanköpshandel	19
Total försäljning	20
Index för handeln i Ljusdal	22
Inkomstindex	24
Centrums utformning	25
Tillgänglighet.....	28
Parkeringar.....	29
Infrastruktur.....	30
Pendling till och från Ljusdal	32
Statistik	33
Turism	34
Fritidshus	35
Distanshandel	36
Konkurrens utifrån	37
Östernäs Handelsområde	39
Slutsats.....	41
CV.....	42

Uppdrag

Ändamålet med utredningen är att utröna konsekvenserna, positiva och negativa, vid en etablering av ett handelsområde på Östernäs och därmed i kommunen i övrigt.

I uppdraget inryms även en nulägesanalys av handeln i Ljusdal med ett framtidsscenario.

I analysen granskas handelns utveckling till dags dato och även en tillbakablick.

Allt mot bakgrund till befolkningsdemografi, samhällsservice och kommunen i övrigt.

Sammanfattning

Uppdrag

Att utreda konsekvenserna av en handelsetablering på Östernäs.

Metodik

Genom omfattande faktainsamling, intervjuer och studiebesök sammanställa ett faktaunderlag för beslut.

Nulägesbeskrivning

Handeln går på tomgång. Konkurrens från andra orter är besvärande. Nytt blod måste till i handeln.

Dagens och framtiden i handeln

Handeln är en bransch i ständig förändring. Historiskt stabil tillväxt under ca 10 år. Framtiden komplex. Stor skillnad på handel mellan mindre och större orter. Utbudet växer och skiftar karaktär. Internationaliseringen ökar inom handeln. Efterfrågan ökar. Upplevelsekonsumtionen ökar. Konsumenterna har tidsbrist. Kunderna blir allt kunnigare. Framtiden ska mötas med förändringsberedskap.

Butiksbestånd

Stort butiksbestånd i Ljusdal. Väl utbyggd handel. Utbudet behöver kompletteras främst inom belysning, damunderkläder, textilier, skor och billigare barnkläder.

Lokaliteter

Brist på nya rationella lokaler liksom större butiksytor. Förhållandevis låga hyror leder till svårigheter att för fastighetsägare räkna hem nyinvesteringar.

Sortiment

Butikerna har överlag ett för orten ett bra sortiment.

Dagligvaruhandeln

Utvecklingen står still. Branschen lider till brist på rationella lokaler.

Sällanköpshandel

Småskalig i Ljusdal. Tappar köpkraft främst till Hudiksvall och Sundsvall. Brist på rationella och större lokaler.

Total försäljning

Totalt har orten ett försäljningstapp på ca 20%.

Index för handeln i Ljusdal

Index är ett försäljningsmått som visar vad försäljningen teoretiskt kan uppgå till på orten. Senast tillgängliga index för dagligvaror är 94, sällanköp 64 och totalt 79.

Inkomstindex

Inkomstindex för Ljusdal är 83.

Centrums utformning

Norra Järnvägsgatan är köpingens stora handelsstråk. Tyvärr för lång. Centrumhuset är en trist galleria. Postplan är centrum för ärendehandel. Gamla Stan en slumrande pärla med stora utvecklingsmöjligheter.

Tillgänglighet

Gemensamma öppettider ett måste!

Parkeringar

Tillräckligt med parkeringar. Hänvisning till p-platserna vid postplan måste förbättras från järnvägsgatan.

Infrastruktur

Väl utbyggd järnvägs och – busstrafik.

Pendling

Nettoutpendling från kommunen ligger på 266 personer per dygn.

Statistik

Statestiken ska tas med förnuft och är i detaljhandelsändamål ingen vetenskap.

Inkomstindex

Inkomstindex för Ljusdal är 83. Riksnittet ligger på 100.

Turism

Besöksnäringen är av stor omfattning. Järvsö är navet för turism i kommunen.

Fritidshus

Det är en mycket stor omfattning av fritidshus i kommunen. Näst högst i länet.

Distanshandel

Tidigare benämnt postorder. Växer mer än vi anar och kommer att växa ändå mer. Används framförallt av yngre. D.v.s. morgondagens konsumenter.

Konkurrens utifrån

Handeln i Ljusdal konkurrerar främst med Hudiksvall, Sundsvall och Gävle.

Östernäs Handelsområde

Östernäs ger och skapar förutsättningar att vidareutveckla handeln i Ljusdal. Projektet står och faller med att tillgängligheten för fordonstrafik säkerställs med planfria korsningar med järnvägen. Området skapar förutsättningar för att handeln att där på sikt kunna uppnå en försäljning på uppemot 300 Mkr.

Slutsats

Östernäs handelsområde bör byggas. Något egentligt alternativ finns ej för närvarande, vare sig vid norra eller södra infarten till Ljusdal. Redan i dag är handeln efter Järnvägsgatan för utspridd, ca 1 km, för att utgöra ett ge känslan av ett attraktivt centrum.

Metodik

Arbetet med uppdraget har inletts med en omfattande faktainsamling om Ljusdals kommun genom sökningar på internet.

Det gäller bland annat:

- Befolkningsprognos 2010 – 2030 Ljusdals kommun
- Ortsanalys Ljusdal
- Fakta Ljusdal Kommun 2010
- Projektet – Ljusdal i centrum
- NärLjuset
- Lokalt utvecklingsprogram Ljusdals kommun 2009 – 2013
- Förstudierapport: Turismbranschens påverkan för Ljusdals kommun
- Östernäs utvecklingsområde
- Upplevelse som affärsidé
- Statistikgenomgång ur Handeln i Sverige 1999 och framåt
- Vidarebearbetning av statistiska uppgifter ur Handeln i Sverige

Sammanträffande och intervjuer med:

- Ljusdals Kommun
- Svensk Handel Ljusdal
- Enskilda handlare
- Fastighetsägare
- Enskilda konsumenter
- Svensk Handel Bollnäs
- Svensk Handel Sundsvall
- Svensk Handel Hudiksvall
- Svensk Handel Gävle

Studiebesök i Ljusdals kommun vid två tillfällen.

Nulägesbeskrivning

Utvecklingen av handeln i Ljusdal går på tomgång sedan ett antal år tillbaka, vilket klart framgår av statistiken som redovisas i utredningen. Orsakerna till stiltjen har många orsaker. Det kan bero på att en del butiker inte röner en förväntad framgång. Konkurrensen från andra orter upplevs som besvärande för köpmännen samtidigt som det lockar befolkningen att göra inköp på andra orter. Bristande lönsamhet i vissa företag skapar inga ekonomiska muskler för satsningar. Äldre köpmän som önskar avyttra men inte hittar någon efterträdare.

Handeln i Ljusdal måste få en nytändning för att kunna se framtiden an. Nytt blod inom handeln i Ljusdal är en av förutsättningarna inför framtiden!

En förändring är ett måste om handeln i Ljusdal ska, kunna, bestå och utvecklas.

En livskraftig handel är en av förutsättningarna för att hela kommunen ska uppfattas ett attraktivt samhälle som lockar till sig nya företag och därmed nya arbetstillfällen!



Dagens och framtidens

Detaljhandeln är en bransch i ständig förändring. De senaste åren har varit mycket händelserika.

Efter 90-talskrisen följde ungefär 130 månader med ständig tillväxt inom handeln. Detta trots att det under den tiden var stora konjunktursvängningar.

Handeln har under åren ändrat karaktär. Antalet storbutiker har blivit allt fler och företrädesvis etablerats i externa köpcentra i form av "boxbutiker".

Kedjebutiker såväl frivilliga som helintegrerade butiker har blivit allt vanligare. Franchisebutiker har även de blivit allt vanligare. D.v.s. köpmannen "hyr" ett butiksutlägg som innebär allt från butiksutformning till sortiment. Det är emellertid köpmannen som står den ekonomiska risken.

Kedjekoncepten har utvecklats starkt. Det leder till och bidrar till att påskynda utslagning av äldre butiksstrukturer.

Lågprisaktörer inom främst dagligvarumarknaden har etablerats.

E-handeln, distanshandeln, tar allt större marknadsandelar.

Den pågående urbaniseringen leder till en koncentration av näringsliv, handel och befolkning till städerna. För handeln har detta inneburit att städerna med stora marknadsplatser tagit marknadsandelar från omlandet.

Urbaniseringstrenden har förstärkts genom konsumenternas ökade mobilitet och benägenhet att besöka attraktiva butiker och handelsplatser. Det gäller då företrädesvis sällanköpsvaror. Den ökade mobiliteten innebär att de regionerna och handelsplatserna som framstår som attraktiva för konsumenterna lockar till sig konsumenter i allt större omfattning.

Framtidens handel

Framtidens handel blir allt mer komplex och kommer att skilja sig högst väsentligt mellan den mindre orten och den stora staden med dess externhandelsområde. Den grundläggande utgångspunkten är kundernas efterfrågan, handelns utbud marknadsplatsen.

Detta i sin tur påverkas av omvärldsfaktorer som konjunkturer, tillväxt, teknisk utveckling och politiska beslut.

Långsiktiga framtidsbedömningar ska således också hålla öppet för radikala och svårförutsägbara utvecklingar.

Handelns utbud

Utbudet växer och ändrar karaktär. Stigande inkomster, ökad köpkraft, leder till växande handel. Köp av tjänster växer i dag snabbare. Rot- och Rutavdrag öppnar för ytterligare köp av tjänster som då tar köpkraft från handeln. Inom handeln så växer sällanköpshandeln snabbare, totalt sett, än dagligvaruhandeln.

Sällanköpshandelns tillväxt är beroende på introduktion av nya produkter. Där går framförallt hemelektronikbranschen går i bräschen. Sällanköpshandeln är dock konjunkturkänsligare än dagligvarubranschen. Kraftigt ökande energipriser för hushållen leder till minskat konsumtionsutrymme som främst påverkar sällanköpshandeln.

De 30 största grupperingarna
har 45% av marknaden

Internationella kedjor etableras, med för oss konsumenter med nya produkter och upplägg, men då på större handelsplatser.

Attraktiva handelsplatser lockar nya intressanta butikskoncept som i närhet av andra storbutiker lockar konsumenter. Handel föder handel!

Speciellt för dagligvaruhandeln blir service och närhet blir allt vanligare. Tiden är knapp för många hushåll. Hämta och lämna barnen på dagis styr livet i barnfamiljerna. Tillgängligheten blir allt viktigare. Lättillgängliga och välbelägna P-platser lockar liksom generösa öppettider. Närheten är väsentlig. Rätt utnyttjat gynnar det den mindre orten.

Kvalitet och lågpris är egentligen en omöjlig kombination. Den butiken som bäst lyckas kombinera detta på bästa sätt är vinnare!

Efterfrågan ökar

Efterfrågan ökar och blir samtidigt mer mångfacetterad.

Baskonsumtionen blir naturligtvis även i framtiden en mycket stor del av den totala handelskonsumtionen. Det trendigare blir allt viktigare. Det märks framförallt inom mode. Baskonsumtionen sker i välsorterade butiker på bostadsorten. Det där lilla extra söker konsumenterna på de stora handelsplatserna genom sitt större utbud.

Kunderna är mångfacetterade. Ingen kund är den andra lik. Det blir viktigare för butikerna att identifiera "sina" kunder och deras specifika köpbehov. Köpbehoven skiljer sig allt väsentligt.

Några exempel på kundkategorier:

- Äldre äldre
- Äldre 40-talister
- Barnfamiljer
- Invandrare
- Ungdom
- Singlar

Alla har sina köpbehov och resurser för shopping.

Ett uttryck:

Dagens pensionärer är rikare än sina barn och friskare än sina föräldrar!

40-talisterna är en mycket köpstark kundkrets som lägger mycket pengar på upplevelser, resor, barn och barnbarn.

Barnfamiljers konsumtion skiljer sig på många sätt gentemot den genomsnittlige svenskens. Med barnfamiljer menar man familjer med barn upp till 14 år. Totalt spenderar barnfamiljer ca 14 Mdr på hemmet, prylar, kläder mat enligt Sifo.

Invandrare har genom kulturella orsaker andra inköpsvanor. Typ muslimernas fasta.

Singelhushållen ökar i omfattning. I Stockholm är andelen singelhushåll mer än 60 %. Singelhushållen har helt andra köpvanor. Mycket ute ätande. Mindre matförpackningar. Mera färdiglagat.

Upplevelsekonsumtion

Upplevelsekonsumtion ökar. Vad ska man köpa om man redan har allt?
Sammankopplingen mellan shopping och upplevelser skapar nya positiva trender.

Shoppingturism d.v.s. man reser för att inhandla det som även kan köpas på hemorten. Eller kunden anser det vara värt besväret och kostnaden för en längre resa för shopping.

Tidsbrist

Många konsumenter upplever en faktisk eller en rent utav uppfattad tidsbrist som besvärande. Kassaköer är inte bra. Ett tydligt irritationsmoment för den stressande kunden.

Kunskap kontra okunskap

Kundernas kunskap baseras ofta efter deras specialintressen. Information är lätt att hämta på nätet. Det har aldrig varit så lätt som nu att hitta och få kunskap. Kunderna har aldrig varit så kunniga som nu.

Det innebär att fackkunskap blir allt viktigare i butik!

En annan kundkategori ställer krav på råd och dåd i butik vilket även leder till att butiken måste ha större kunskaper.

Dagligvarubutiker anställer i dag kockar och kallsköter i allt större utsträckning för att kunna ge än bättre och mer kvalificerad kundservice.

Handeln behöver välutbildad personal. Det håller inte att "jobba i affär tills jag hittar något annat!"

Framtiden

Är framtiden förutsägbar? Handeln förändras ständigt. 1990 förutspådde man säkert framtiden. Frågan är om den förutsägelsen stämde? 1950 fanns det mellan 100 – 200 livsmedelsbutiker i Gävle. I dag finns det ca 20. Kunde man 1950 förutsäga det?

Framtiden ska mötas med förändringsberedskap och öppna ögon. Bedriv en kontinuerlig omvärldsanalys samtidigt som den egna verksamheten kritiskt granskas. Underskatta inte den egna förmågan till att följa framtidens konkurrens och utveckling. Entreprenörskap vinner i längden. Ta till vara goda idéer. Idéer är och förblir en bristvara!

Butiksbestånd

Ljusdal har i förhållande till ortens storlek ett förhållandevis stort butiksbestånd. Med andra ord är handeln väl utbyggd och vilar på gamla traditioner. Det betyder att butiker av ett modernare snitt skulle göra gott för handeln. Butikerna är till största delen privatägda och i vissa fall anslutna till frivilliga fackkedjor. Även franchisebutiker förekommer men i obetydlig omfattning. Näst intill samtliga branscher finns representerade. Önskvärt vore om utbudet kompletterades med följande branscher: Belysning, damunderkläder, textilier, skor och billigare barnkläder. Det kan ske genom nya butiker eller genom så kallad branschblandning.

Överetablering är ett ord som oftast nämns i samband med nyetableringar. En nyetablering är snarare utveckling än överetablering. Det är utveckling av butiker som Ljusdal så väl behöver. Nya butiker har ofta nya butikskoncept och kan skapa ytterligare efterfrågan som samtidigt ökar köptroheten på orten. Utan nytänkande så avstannar utvecklingen. Ökad konkurrens skapar inte bara en ökad prispress som i sig leder till rationellare butiksdrift och på sikt bättre lönsamhet utan en allmän uppryckning hos redan befintlig handel.

Mindre butiker på mindre orter kan få svårt att uppnå tillfredsställande lönsamhet. Lösningen kan då vara att redan befintlig butik kompletterar med ytterligare bransch.

Lokaliteter

Under rubriken Centrums utformning finns ytterligare kommentarer till lokaliteter i Ljusdals centrum.

Butikslokaliteterna i centrum är från skiftande tidsåldrar. Det innebär skiftande utföranden som speglar tidernas förändring.

Ytskikt interiört lämnar i somliga fall en del övrigt att önska. Likaså behöver allmänbelysning i vissa butiker ett ges ett nytt liv.

Lättillgängligheten för personer med nedsatt rörelseförmåga kräver åtgärder. Bokhandeln är i detta fall ett föredöme med sin nya entré.

Dagens handel ställer större krav på hög yteffektivitet som kan vara svårt att uppnå i äldre butikslokaler. Det kan bero på nivåskillnader i butikslokalerna liksom att kunna ha en bra överblick av försäljningsytorna. Lagerytor kan med fördel finnas placerade i direkt anslutning till försäljningsytorna.

Yteffektiviteten är direkt avhänglig till butikens lönsamhet.

Försäljning/kvadratmeter är ett reellt mått på lönsamhet. Försäljningen kan vara allt ifrån 5 000 kr/kvm till uppemot 50 000 kr/kvm. I Ljusdal lär det inte finnas butiker med den högre summan.

Brist föreligger på större och rationella lokaler vilket medför begränsade möjligheter för ytkrävande nyetableringar av kedjebutiker.

Hyresnivån i Ljusdal är låg. Till en del beroende på låg lönsamhet hos butikerna varför betalningsförmågan därför blir lidande. Det leder till att fastighetsägare har svårt att räkna hem moderniseringar och nybyggnationer.

Det hela kan liknas med Hönan eller Ägget.

Stora köpcentra

- Växer snabbast
- $\frac{1}{3}$ av all handel sker i ett köpcentra
- $\frac{1}{2}$ av all sällanköpshandel sker i ett köpcentra

Sortiment

Butikssortimentet/utbudet i Ljusdal håller med, några undantag, en hög klass. Allt måste ställas i relation till ortens storlek och därmed kundunderlaget. Naturligtvis kan kunderna alltid ställa krav och ha önskemål men samtidigt ska kraven vara realistiska.

Bland de branscher och sortiment som saknas eller kompletteras kan nämnas:

Belysning, damunderkläder, textilier, modeskor, billigare barnkläder och tonårskläder.

Om de tidigare angivna branscherna kompletteras i Ljusdal så bedöms sortimentet som klart tillfredställande!

Branschglidning

Dagligvaror → Restaurang

Dagligvaror → Tjänster

Dagligvaror → Sällanköpshandel

Sporthandel → Konfektion

Vitvaror → Brunvaror

Dagligvaruhandeln i Ljusdal

Under den senaste 5-årsperioden har dagligvaruhandeln haft en för orten en "svagare" utveckling än för branschen i gemen. Dagligvaruhandeln har ökat med nära nog 80 mkr för aktuell period.

Dagligvaruhandeln uppgick 2009 till 541 Mkr¹.

Med andra ord har butikerna inte följt volymutvecklingen inom branschen. Nu är det inga våldsamma tapp utan snarare tendenser att något inte är vad det ska vara. Dagligvaror är ingen varugrupp som kunderna reser långa vägar för att handla men därför måste ändå ortens butiker följa utvecklingen. Resor till orter som Hudiksvall och Sundsvall är inget egentligt alternativ för Ljusdalsborna när det gäller dagligvaror. Det utesluter inte att enstaka storhandel sker samtidigt.

Dagligvarubutikerna på orten har tyvärr en ojämn kvalitet. En nyetablering skulle skärpa konkurrensen och höja kvalitén på den befintliga dagligvaruhandeln och därmed bidra till ökad försäljning i Ljusdal.

Det skulle samtidigt skapa förutsättningar en välbehövlig prispress inom dagligvaruhandeln.

En uppskattad försäljningsökning för dagligvaruhandeln de kommande 5 åren på beräknas till ca 90 Mkr. För den kommande 10 års perioden blir osäkerheten större, men försäljningen kan öka med uppemot 140 Mkr. Vid en nybyggnad på Östernäs överträffas säkert denna prognos.

Statistikkälla: Handeln i Sverige

1950	50 000	dagligvarubutiker
Idag	6 000	dagligvarubutiker

¹ Nya beräkningsmodeller infördes 2009 varför försäljningen 2009 på 541 Mkr inte är jämförbara med de andra siffrorna i utredningen. Statistikkälla: Handeln i Sverige

Sällanköpshandel

Sällanköpshandeln, i Ljusdal, har inte följt samma positiva utveckling som vad dagligvaruhandeln gjort.

Sällanköpshandeln i kommunen uppgick 2009 till 353 Mkr²

Under den senaste 5-årsperioden har sällanköpshandeln ökat med 45 Mkr. I och för sig en icke oäven försäljningsökning men borde kunna vara högre.

Resor i samband med eller för sällanköp är mycket vanligt förekommande för Ljusdalsborna. Trots förhållandevis långa restider så tar konsumenterna de olägenheterna i form av kostnader och även tidsspillan. Bakom epitetet nöjen så finner konsumenterna alltid skäl för att "glömma" kostnader mm.

De orter som närmast kommer i fråga för handelsutflykter är Hudiksvall, Sundsvall och i viss mån Gävle. Viss handel sker även i Bollnäs men i obetydlig omfattning. I sammanhanget ska vi inte bortse från Stockholm.

Utbudet i Hudiksvall lockar främst genom de rikstäckande kedjebutikerna vilka saknas i Ljusdal. Vare sig avståndet eller restiden till Hudiksvall upplevs som avskräckande.

Däremot är avstånd och restid till Sundsvall och Birsta betydligt längre gentemot Hudiksvall. Restiden till Gävle är dessutom väsentligt längre så att Gävle knappast framstår som något egentligt rationellt alternativ. Stockholm kan vi inte bortse ifrån. Har någon över huvudtaget undvikit att shoppa vid ett besök i huvudstaden?

Sundsvall har ett nära nog komplett handelsutbud där knappast något saknas. Birsta har klassats som ett av Sveriges främsta externhandelscentra. Naturligtvis lockar detta till besök och shopping. Restiden till främst Birsta kommer att minska med ca 15 minuter när den nya broförbindelsen blir klar framåt 2015.

Försäljningen av sällanköpsvaror den kommande 5 års perioden beräknas, trots den ökade konkurrensen "utifrån", öka med Ca 50 Mkr. Prognosen för kommande 10 år pekar mot en ökning med Ca 110 Mkr. Även här kan den förväntade nyetableringen på Östernäs medföra att prognosen spräcks positivt.

² Nya beräkningsmodeller infördes 2009 varför försäljningen 2009 på 541 Mkr inte är jämförbar med de andra siffrorna i utredningen. Statistikkälla: Handeln i Sverige

Total försäljning

Den totala detaljhandelförsäljningen, d.v.s. dagligvaruhandel och sällanköps-handeln, de senaste 5 åren har ökat med 125 Mkr, vilket motsvarar ca 15 procentenheter.

Det är den förhållandevis svaga utvecklingen på sällanköpshandeln som drar ner totalförsäljningen. Ökningstakten för dagligvaruhandeln är däremot förhållandevis god.

I jämförelse med orter av motsvarande storlek och dess närhet till större handelsorter sticker inte utvecklingen i Ljusdal ut vare sig som bra eller dålig.

Det innebär inte att man därför stillatigande ska vara nöjd utan offensivt arbeta vidare! Konkurrensen i framtiden kommer inte att bli mindre utan hårdare!

Många gånger görs jämförelser med stora handelsorter och tror att utvecklingen på den mindre orten ska vara lika bra. Det är egentligen en mycket orättvis jämförelse! Lika barn leka bäst!

Kom ihåg att Ljusdal är unikt i sig själv. Det finns bara ett Ljusdal! Många frågar efter jämförelseorter men det finns inga helt jämförbara orter. Ljusdal är Ljusdal!

Den totala försäljningen för de kommande fem åren beräknas öka med ca 140 Mkr. 10-årsprognosen uppskattas medföra en försäljningsökning på ca 250 Mkr.

De redovisade försäljningsökningarna är inte beroende på den eventuella nyetableringarna på Östernäs men förstärks ytterligare om den genomförs.

Statistikkälla: Handeln i Sverige

Familjen Svensson

Familjen Svensson satsar allt mer på fritid än på mat visar SCB:s statistik. Hushållens utgifter har ökat med 35 procent under de senaste 30 åren. Under tidsperioden har fördelningen mellan skilda typer förändrats. Bostad, transporter fritid och kultur har ökat medan livsmedelskostnaderna har minskat. Sedan mitten av 1990-talet lägger vi mer pengar på fritid och kultur än på livsmedel.

Hushållens utgifter efter olika utgiftsposter i procent 2008:

Bostad	24,6
Livsmedel	12,7
Utemåltider	3,6
Alkoholaltiga drycker	1,3
Tobak	0,8
Förbrukningsvaror	2,0
Hushållstjänster	3,5
Kläder och skor	5,1
Möbler m.m.	5,9
Hälso/sjukvård	2,2
Transport	17,3
Fritid och kultur	18,9

Källa: SCB

Index för handeln i Ljusdal

Jämförelseindex, index, anger relationen mellan kommunens handel och rikets. Det betyder att handeln i kommunen, i förhållande till dess befolkningstal i till rikets, är vad den ska "vara" uppgår den till 100. Är uppgivet index 90 innebär det att försäljningen ligger 10 procentenheter under den teoretiska.

DV= Dagligvaruhandel

Säll = Sällanköpshandel

Totalt = Sammanlagd handel, DV + Säll

Indexutvecklingen för Ljusdal 1999 – 2008

År	DV	Säll	Totalt
1999	110	55	83
2000	111	56	83
2001	109	73	91
2002	107	74	91
2003	105	77	91
2004	105	76	90
2005	94	79	86
2006	95	74	84
2007	95	71	82
2008	97	69	83

Från 2009 infördes en ny beräkningsgrund för försäljningsindex innebärande att såväl apoteksvaror som systemförsäljning ingår i index.

På teoretisk väg har det framtagits siffror för flera år tillbaka. I dessa siffror finns då en stor tveksamhet varför de bör tas med en nypa salt och därför enbart ska ses som en trendrapport.

2002	101	86	94
2008	97	69	83
2009	94	64	79

Inkomstindexet på 83 ska finnas med i bedömningen. Helt klart finns det en nedåtgående trend som tyvärr tycks hålla i sig. Det är dags att ta den nedåtgående trenden på allvar!

Trots allt ter sig utvecklingen även för dagligvaruhandeln vara vikande vilket är oroande. Utbudet, samt konkurrensen från Hudiksvall och Sundsvall, är svårhanterlig och kräver reella insatser inomhandeln. Då främst genom att skapa förutsättningar för kedjebutiker i Ljusdal.

Försäljningsindex ger en indikation till hur försäljningen ligger till i kommunen i jämförelse med omvärlden. För att utröna hur kommunens försäljning egentligen ter sig så måste de egentliga försäljningssiffrorna finnas med i jämförelsen.

Källa: Statistik Handeln i Sverige

Inkomstindex

Inkomstindexet pratar inte till Ljusdals fördel, men är en del av förklaringen till de i vissa fall låg handelsindex. Senast tillgängliga inkomstindex för Ljusdal är 83. Det innebär att den statistiska inkomsten för Ljusdalborna i gemen är 17 % enheter lägre än för Svensson, d.v.s. den genomsnittliga rikssvensken.

Det betyder att om Ljusdal skulle ha ett inkomstindex på 100 så skulle handeln i kommunen omsätta ytterligare ca 150 mkr under förutsättning att de höjda inkomsterna samtidigt konsumeras i kommunen.

För Gävleborgslän är inkomstindex 90.

Genom nyetableringar av ytterligare kunskaps och tjänsteföretag i kommunen så finns förutsättningar att inkomstindex stiger och därmed ökad handel samt ökad skattekraft i kommunen.

Inkomstindex för

Ljusdal	83
Bollnäs	85
Hudiksvall	89
Gävle	94
Sundsvall	94

Statistikkälla: Handeln i Sverige

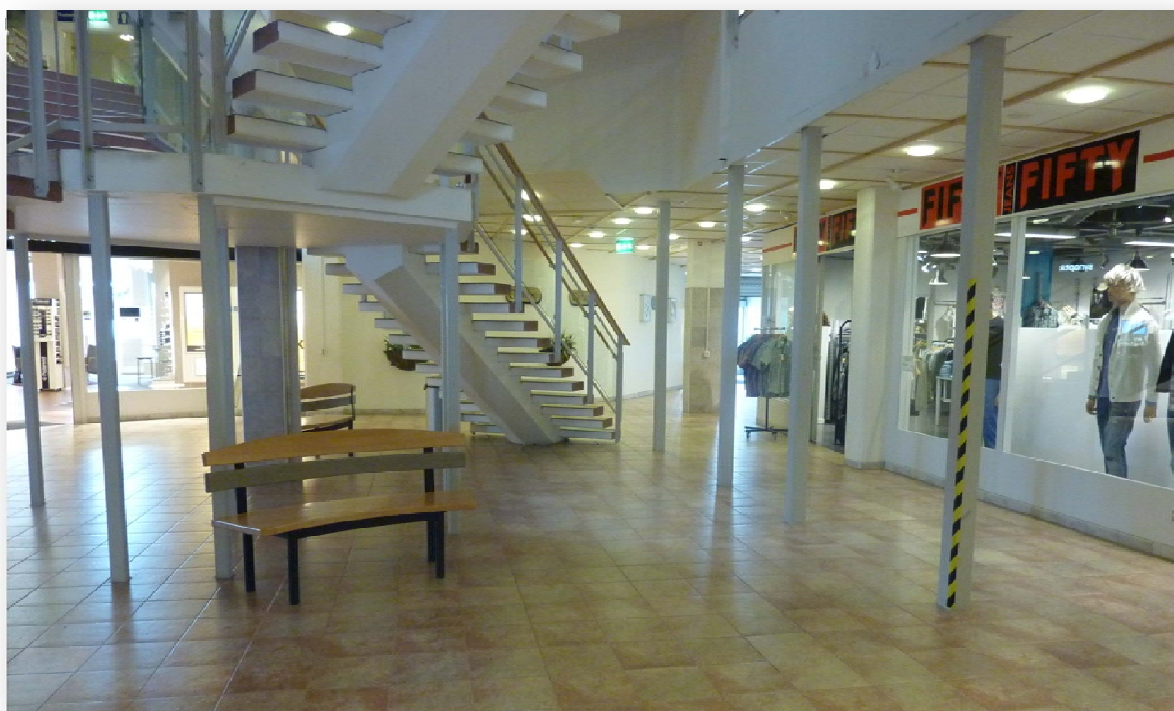
Centrums utformning

Norra Järnvägsgatan är Ljusdals stora handelsstråk som löper parallellt utmed järnvägen. Det medför att centrumstråket blir mycket långsträckt. Själva affärsstråket efter Järnvägsgatan är ca en km långt. För en ort av Ljusdals storlek är ett affärsstråk på en km allt för långt vilket leder till att Ortsbefolkningen i stor utsträckning använder bil för förflyttning mellan skilda butiker. Samtidigt finns en hel del "gluggar" efter gatan. Möjligheter till förtätning finns med andra ord. Därigenom är det svårt att peka ut det absoluta "mitt i city". Järnvägsgatan blir inte kortare med en förtätning. Gatan är fortfarande en km lång! Den direkta centrumkänslan uteblir därför.

Norra Järnvägsgatan absoluta närhet till järnvägen har medfört att nära nog alla etableringar finns på den ena sidan av gatan. Möjligheter finns emellertid till byggnationer även på den andra sidan och då för näringsverksamhet p.g.a. buller från järnvägen. En välbehövlig förtätning efter Norra Järnvägsgatan ter sig därför möjlig på sikt.

Ökade säkerhetskrav gentemot järnvägar och publik bebyggelse kan leda till någon slags restriktioner.

Centrumhuset är köpingens galleria med ett flertal trevliga butiker. Entrén från både Järnvägsgatan som Postplan saknar luft och rymd vilket de "gemensamma" ytorna i gallerian inte särskilt inbjudande och lockande.



Postplan: Utformningen med stora nivåskillnader skapar problem. Postplan torde bäst lämpa sig för typ ärendehandel. Butiker till vilka bilen används för snabba besök. Typ Spelbutiker, blomsterhandel, banker och apotek. Postplan uppfyller en hel del av detta redan idag. Butikslägena är att betrakta som B-lägen. P-platsen, Postplan, skulle vinna på en bättre hänvisningsskyltning från Järnvägsgatan samt att ytorna bättre anpassas till P-ändamål. Planer på nybyggnation vid Postplan finns. Omfattningen av detta är av mindre karaktär, varför tveksamhet kan föreligga om de ekonomiska förutsättningarna för nybyggnation.



Telle-Gallerian Inrymmer ett antal butiker varav två större. Radiobutiken och Sportaffären. Radiobutiken har en öppen överskådlig lokal av modernt snitt. Lokalen ger möjligheter till rationell handel.

Sportaffären upplevs som trång och svår att överskåda. Det här är inte en rationell lokal för den typen av verksamhet.

Gallerian i sig själv är inte vad man kan kräva av en modern galleria och dess utformning i sin helhet ger en hel del att önska!



Gamla Stan: Är en slumrande pärla som med varsam hand kan förädlas till ett centrum för kunskaps och tjänsteföretag. De vackra träbyggnaderna skapar en inspirerande och kreativ arbetsmiljö som är väl värd att vårda.

Tillgänglighet

Tillgängligheten innebär inte bara vägar, transporter och parkeringar.

För konsumenterna är öppettider mycket väsentliga och de ska då framförallt vara enhetliga. Det gäller framförallt att de annonserade och marknadsförda öppettiderna hålls av butikerna i centrum!

Fram för allt är öppettider på lördagar väsentliga samt att de är generösa och gemensamma. Lördagen är den dag i veckan som kunderna har största möjligheterna att shoppa och då med hela familjen.

Generösa lördagstider kan i viss mån motverka utpendling av handel.

Vid en framtida etablering på Östernäs kommer öppettiderna att behöva omprövas av hela köpingen.



Parkeringar

Kunder anser ofta att parkeringar saknas och är fel belägna. Parkeringsplatserna ska enligt kunderna finnas i direkt anslutning till den butik som ska besökas.

Så enkelt är det inte. Det måste finnas rimliga krav på väl belägna parkeringar. Ju mindre orten är desto större krav är kraven på att parkeringen ligger i direkt anslutning till butikerna. Tyvärr är det ofta som så att de bäst belägna

P-platserna används av de som har sin arbetsplats närheten. Hårddraget så hindrar dessa parkeringsgäster sina uppdragsgivare, d.v.s. kunderna.

P-skiva har införts i Ljusdals centrum vilket leder till bättre rotation på bilarna på p-platserna. Arbetsparkeringar har till en del flyttats vilket gör att tillgången på bra belägna p-platser ökat. Uppskyltningen med hänvisning till p-platser kan bli bättre.

P-platserna vid Postplan behöver få bättre hänvisningsskyltar från Järnvägsgatan.

Totalt finns ca 500 p-platser i city vilket väl motsvarar behoven i normalfallen.

En vanlig svensk familj bär
hem 2,5 ton mat per år

Infrastruktur

Järnväg

Ljusdal har mycket goda järnvägsförbindelser mot Bollnäs, Gävle och Stockholm. Naturligtvis innebär det lika goda förbindelser mot Östersund. Restiden mot Stockholm med X 2000 är endast 3 timmar.

Med andra tåg är ändå restiden till Stockholm mindre än 4 timmar.

Ca 10 förbindelser med Stockholm finns dagligen.

Tågförbindelserna med Gävle är utmärkta och ger korta restider.

Tågtrafiken genom orten är omfattande. Uppemot 80 tåg/dygn passerar Ljusdal.



Buss

Bussförbindelserna är väl utbyggda såväl inom som utom kommunen.

Bil/Lastbil

Riksvägarna 83 och 84 passerar genom kommunen och korsar varandra i Ljusdals tätort.

E 45 går genom kommunens västra delar.

E 4 byggs ut till 2- filig upp till Hudiksvall. Det innebär att en omfördelning troligtvis kommer att ske mellan RV 83 och RV 84 främst för Härjedalstrafiken. Den ökade trafiken som förväntas på 84 genom Ljusdal kommer troligtvis att medför trafikstockningar i rusningstid. Nu ska vi komma ihåg att rusningstrafik i Ljusdal långt ifrån är av samma intensitet som i storstäder.

I tidsperioden 2018 – 2021 planeras en ny förbifart av Ljusdal varför RV 84 som vägval mot Härjedalsfjällen troligtvis att bli ännu attraktivare.



Pendling till och från Ljusdal

Arbetspendlingen till och från kommunen är av förhållandevis liten omfattning.

Det är främst Bollnäs och Hudiksvall som svarar för den övervägande delen av såväl in som utpendling. Inpendlingen uppgår till 967 medan utpendlingen 1 233. Det ger en nettoutpendling på 266.

Pendlingens påverkan av handeln ter sig tämligen obetydlig.

Statistik

All statistik ska tas med en nypa salt. Felkällorna är många och kan vara svåra att upptäcka. Ett litet fel skapar som regel uppkomsten av ytterligare fel. Speciellt i korta perspektiv är felen ibland svåra att härleda. Över ett längre perspektiv blir felen tydligare och som regel kan då härledas till en begränsad tidsperiod. Hur felen uppkommit beror som regel på den personliga faktorn en felaktig inkodning eller en felaktig SIN-kod.

Statistik ska tas med förnuft och är i detaljhandelssammanhang definitivt ingen vetenskap.

Materialet ska ses som en som en indikation på över vad som sker och som en del i ett större sammanhang.

I statistiken omfattar Dagligvaruhandel förutom mat även tidningar, kosmetika mm.

Sällanköpshandeln är kläder, skor, radio, tv, möbler mm.

Turism

Besöksnäringen är mycket viktig för Ljusdal och är av stor omfattning. Besöksnäringen är till största delen lokaliserad till Järvsö med såväl sommar som vinterturismen. Totalt omfattar den på årsbasis uppemot 250 000 dagsbesökande.

Turisters handelspotential är mycket viktig och måste tillvaratas i större utsträckning av handlarna. Handlarna måste bättre bjuda till under de stora turistveckorna med skilda aktiviteter. Kunderna finns här då i större omfattning än annars. Ta tillvara den möjligheten!

Järvsö är utan tvekan navet för turismen i kommunen. En förutsättning för ytterligare utveckling i Järvsö är att handeln i Ljusdal blir ännu mer attraktiv och lockande. Ett bättre samspel mellan orterna stärker de ytterligare.

Genomfartstrafiken till Härjedalsfjällen är en stor potentiell möjlighet till besöksturism.

NärLjus förstudie: Turismbranschens påverkan för kommunen, Therese Lindberg 2009.04.20-2009.06.19 ger en utmärkt bild av turismen i kommunen.

Turistbyrå saknas i Ljusdal! I synnerhet när trafiken bedöms ökas på RV 84. Då ter det sig omöjligt att turister ska "vända" ta RV 83 till Järvsö för att besöka en turistbyrå.

Turistbyrån i Järvsö är för övrigt väl gömd för genomfartstrafiken och måste få en mer offensiv placering.

Fritidshus

Andelen fritidshus i kommunen är hela 88/1000 invånare vilket är det näst högsta i länet. Det är enbart Nordanstig som har en högre andel fritidshus som är 139/1000 invånare. För länet uppgår andelen till 56/1000 och riket 44/1000 invånare.

Fritidshusen är till stor del lokaliserade till Järvsöområdet.

Det innebär att kommunen på goda grunder har en hel del "gäster" vilket naturligtvis påverkar handeln i kommunen. Fritidsboende lägger mycket pengar i den lokala handeln.

Distanshandel

Distanshandel är ingen ny företeelse. Alla har hört talas om Clas Ohlson som från Insjön sålde enkla ritningar via det vad som då kallades postorder. Insjön som även inrymde Åhlén & Holm som tapetserade landet med planscher med kungafamiljen. Postoder-Sveriges centralort blev sedermera Borås med Ellos m.fl.

Dagens yngre generationer har mycket stor datakunskap och speciellt de yngre prioriterar "Nätet" framför t ex TV-tittandet.

Ungdomars vana skapar ett stort framtida "behov" som handeln måste anamma som handel via nätet.

Vid undersökningar vid Högskolor/Universitet har nästintill 100 % av eleverna använt nätet för shopping.

Det ter sig därför osannolikt att inte distanshandeln kommer att öka.

Distanshandeln ter sig i dag mycket annorlunda mot förr. Resor köps i mycket stor utsträckning på nätet. Blocket omsätter miljarder. Fler och fler detaljhandelsföretag etablerar sig på nätet. Deras engagemang är mycket olika. Vissa satsar helhjärtat medan andra finns på nätet för att man ska vara där.

Näthandeln 2010 uppskattades till att omfatta nära nog 5 % av all detaljhandel. Den omfattningen har uppnåtts på ca 20 år.

Spekulerar vi om framtiden så pekar mycket på att distanshandeln om 10 år uppgår till 20 % av all detaljhandel! Det innebär att ungefär 40 % av handelstillväxten under denna tidsperiod går till distanshandeln. Tillväxt som tidigare till allra högsta delen hamnat hos den traditionella handeln.

Det här är bara spekulationer som kanske inte till fullo faller in men för den delen är det en tankeväckare som i högsta grad kan spegla framtidens handel.

Källa: Fredrik Bergström Market

Konkurrens utifrån

Handeln i Ljusdal konkurrerar främst med handeln i:

Bollnäs

Bollnäs har ett något större utbud, än Ljusdal, men påminner i mycket om Ljusdal om man undantar ett och annat kedjeföretag.

Hudiksvall

Hudiksvall är egentligen primärhandelsorten gentemot Ljusdal. Hudiksvall har många kedjebutiker och gallerior som uppfyller Ljusdalsbornas primära behov av alternativ handel.

Sundsvall/Stenstaden

Stenstaden erbjuder handel i den "gamla" stilen. Trevlig och omväxlande med ett rikt utbud men lockar inte till besök i större omfattning.

Sundsvall/Birsta

Birsta har utvecklats sig till ett av Sveriges största externhandelsområde. Inte nog med det. Det klassades som Sveriges främsta externhandelsområde 2010 enligt tidningen Market. Utbudet är mycket omfattande och det som saknas är egentligen försumbart. Här finns allt!

Konkurrensen från IKEA, MediaMarkt, Elgiganten, Biltema och Bauhaus är mycket starkt och egentligen omöjlig att möta för övrig handel.

Gävle

Gävle har ett utbud som är nära Sundsvalls utbud men är utspritt på flera etableringsplatser. Besöken i Gävle upplevs inte som lika rationella som vad Sundsvall erbjuder. Dessutom är restiden till Gävle längre. Trots det lockar Gävle ändå!

Stockholm

Stockholm är underskattad som shoppingmål. Säg den person som inte har passat på att shoppa i samband med besöket där?

Östernäs Handelsområde

Planerna på ett handelsområde på Östernäs är intressanta. Där skapas möjligheter för handelsetableringar som inte hittills varit genomförbara i övrigt på orten.

Närheten till den nuvarande centrumbildningen med Östernäs är tilltalande.

Det som talar mot projektet är fordonstillgängligheten. Det måste bli mycket lättare att komma till området. Järnvägen som är det stora hindret passeras dagligen av uppemot 80 tåg. Det innebär ca 4-5 timmars bomnedfällning/dag och omöjliggör därför en handelsetablering på Östernäs! Fordonstrafiken till och från området måste göras enklare. Utan en planfri korsning inget handelsområde!



Gång och cykeltrafiken kräver goda förbindelser med en eller två tunnlar. De bör/ska vara luftiga och breda med dagsljusinsläpp. Nivåskillnader ska byggas långsluttande samtidigt utrustade med markvärme för att förhindra halka vintertid.

Projektet står och faller med tillgängligheten!

Något egentligt alternativt likvärdig plats till Östernäs finns inte i Ljusdal.

De alternativ som nämns är:

Kläppa: Medför en uppenbar risk att köpingens egentliga handelscentra efter Järnvägsgatan blir ännu mer utsträckt. Det redan nu 1 km långa centrat skulle då fördubblas i längd vilket medför att centrumet verkligen blir uttunnat.

Stavsäter: Är heller inte ett bra alternativ då den etableringen i likhet med Kläppa medför ett ytterligare utsträckt centra. De negativa effekterna påminner i allt med Kläppa.

Östernäs: Östernäs ger möjlighet för en byggyta om ca 10 000 kvm handel. Det innebär möjlighet för 1 – 2 dagligvarubutiker och 4 – 5 övriga större etableringar. De senare av en karaktär som tidigare inte finns etablerade i Ljusdal på grund av lokalbrist. Vid sådana etableringar kommer nya affärskoncept till orten som i dag saknas. Utbudet blir både större och bredare samtidigt som de motverkar viljan till utflyktshandel till andra orter.

Förutom de nya planerna för Östernäs finns redan i dag ytor på området som skulle kunna användas för handelsändamål. Likaså finns det ytterligare lokalytor på området som även dessa skulle kunna användas för handel.

Nyetableringar på Östernäs är förhållandevis ”enkla” att genomföra då markområdet uppfattas som en ”råyta” som relativt snabbt kan bebyggas.

Naturligtvis kommer en Östernäsetablering att påverka Ljusdal både som ort som dess handel mycket positivt. Kommunen blir attraktivare med en bredare kommersiell service.

Närheten till det nuvarande centrumet är tilltalande. Rätt utnyttjat med effektiva fordonstillfarter och välplanerade gång och cykelvägar så uppfattas med all säkerhet Östernäsområdet som en del av det nuvarande centrumet.

Vissa handlare kan komma att uppleva en frustration inför ökad konkurrens men ortens butiker har i dag näppeligen varor som de eventuellt tillkommande butikerna har.

Troligtvis kan enstaka butik på orten komma att stänga men det är tveksamt om det sker på Östernäs utan det sker av helt andra orsaker.

Totalt sett så kan handeln i Ljusdal komma att öka med uppemot 100 Mkr i ett kort perspektiv och därigenom uppemot 40 arbetstillfällen genom Östernäs i ett inledningsskede.

I ett femårsperspektiv kan försäljningen på området, fullt utbyggt och etablerat innebära en försäljning på uppemot 300 Mkr.

Det är viktigt att utformningen av Östernäs skapar en känsla av samhörighet med övriga Köpingen och gärna Gamla stan. Behåll trädstadskänslan! Då kan Östernäs tillföra något nytt, inte bara för Ljusdal utan för ny bebyggelse av gammalt stuk. Det är naturligtvis skalet på fastigheterna som ska ha det gamla stuket medan innanmätet ska vara ”up to date”. Östernäs kan bli något helt nytt och attraktivt med en sådan utformning!

Slutsats

Efter att ha sammanvägt vad som framkommit och redovisats i konsekvensanalysen förordas att Östernäsområdet färdigställs för handelsändamål.

För att få optimal effekt bör en extern etableringskonsult anlitas som har etablerade kontakter med kedjeföretag som tidigare visat intresse för etableringar i Ljusdal men som avbrutits i brist på lämpliga lokaler.

Beredskap ska finnas för etablering av ”storhandel” på annat område i Ljusdal om själva Östernäsprojektet går i stöpet.

Alternativområdet måste då ligga i omedelbar anslutning till Järnväggsgatan i själva centrum

Avslutningsvis vill jag tacka för det goda samarbete som jag mött i utredningsarbetet. Välvilja, öppenhet och framtidstro har speglat alla kontakter. Ingen nämnd och ingen glömd!

Lycka till i utvecklingen av handelsområdet på Östernäs.

Ljusdal den 24 mars 2011

Thomas Petterson

Fristående konsult

CV

Thomas Pettersson

Jag har arbetat med och inom handeln redan från under min skoltid. Butiksarbete på alla nivåer från "på golvet" till egenföretagande. Jag hade en fotobutik som jag utvecklade till en av landsortens största butiker. Omsättningen i denna skulle i dagens penningvärde motsvara ca 25 Mkr. I samband med detta engagerade jag mig i en fackkedja där jag medverkade i inköps- och marknadsföringsuppgifter på riksnivå. I samband med butiken så engagerade jag mig också i Köpmannarörelsen, vilket ledde till en förfrågan om jag ville arbeta med handelsfrågor på heltid. Sagt och gjort så blev Dalarna och Gävleborg mitt verksamhetsområde vilket senare utvecklades att även omfatta Värmland, Södermanland, Uppland och Gävle-Dala. Inom detta arbete arbetade jag med hyresförhandlingar, nyetableringar, nedläggningar, obestånd, köprätt, utbildningar, säkerhetsarbete mm.

Jobbet medförde att jag hade ansvar för ett nätverk som omfattade centrumledare i Dalarna och Gävleborg. Ett nätverk för externhandel i Gävleborg, Dalarna, Uppland, Västmanland, Örebro län, Östergötland.

Under denna tid engagerades jag också i dåvarande HPI, Handelns Planinstitut. Där medverkade jag i ett stort antal handelsutredningar, av den typ som nu görs i Ljusdal. Detta i såväl mindre som större kommuner. Jag har även medverkat i jobbet kring "Handeln i Sverige", en publikation som innehåller handelsfakta om Sveriges alla kommuner. Min uppgift bestod då i att bistå med text samt granskning av handelssiffror.

Under senare år har jag arrangerat studieresor för att titta på handel i t.ex Helsingfors, Krakov, Berlin, Prag, Budapest, London och Split. I höst arrangerar jag återigen en studieresa till Prag.

Jag har gjort ett otal studiebesök för handel inom och utom landet. Då i ett flertal av Europas länder.

Jag brukar använda uttrycket: Kan nå'n handel så kan jag handel!

Thomas Pettersson
Dalaköpmännens Service AB
Sveagatan 3, 784 33 Borlänge
Mobil: 070-551 34 51
Epost: dkfbab@gmail.com