
Snabbanalys av detaljhandeln i Avesta kommun

Mars 2017

Emelie Krantz
Konsult

031-759 50 10

emelie.krantz@hui.se

Per Andersson
Senior konsult

031-759 50 05

per.andersson@hui.se

Definitioner



Beklädnadshandel: Konfektion och ekipering, skohandel.

BTA: Bruttototalarea, area av våningsplan, begränsad av omslutande väggars utsida. Se även försäljningsyta.

Dagligvaruhandel: Livsmedel, apotek (receptfritt och egenvård), systembolag, tobak, tidningar, blommor.

Detaljhandel med hemutrustning: Möbelhandel, heminredning, järn- & byggvaror.

Fritidsvaruhandel: Radio & musik, bok & papper, Ur, Guld & optik, Fotohandel, Cykel- sport- och båthandel, leksaker, data & tele.

Försäljning: Försäljning inklusive moms, löpande priser.

Försäljningsindex: Relationen i dagligvaruhandeln, sällanköpsvaruhandeln och den egentliga detaljhandeln mellan faktisk omsättning och försäljningsunderlaget multiplicerat med 100.

Försäljningsyta: Del av lokalyta (exklusive lager och kontor) avsedd för försäljning.

Jämförelseindex: Ett genomsnittindex för respektive kommungrupp. Dessa index kan ställas mot kommunens försäljningsindex så att man kan jämföra den egna kommunens index med andra jämförbara kommuners index.

Kommungrupper SKL 2011: 1: Storstäder, 2: Förortskommuner tillorstäder, 3: Större städer, 4: Förortskommuner till större städer, 5: Pendlingskommuner, 6: Turism- och besöksnäringkommuner, 7: Varuproducerande kommuner, 8: Glesbygdskommuner, 9: Kommuner i tätbefolkad region, 10: Kommuner i glesbefolkad region.

Köpkraft: Konsumtion av detaljhandelsvaror (marknadens storlek från efterfrågesidan).

Marknadsområde: Den geografiska marknad handeln i kommunen i huvudsak konkurrerar inom.

Bakgrund



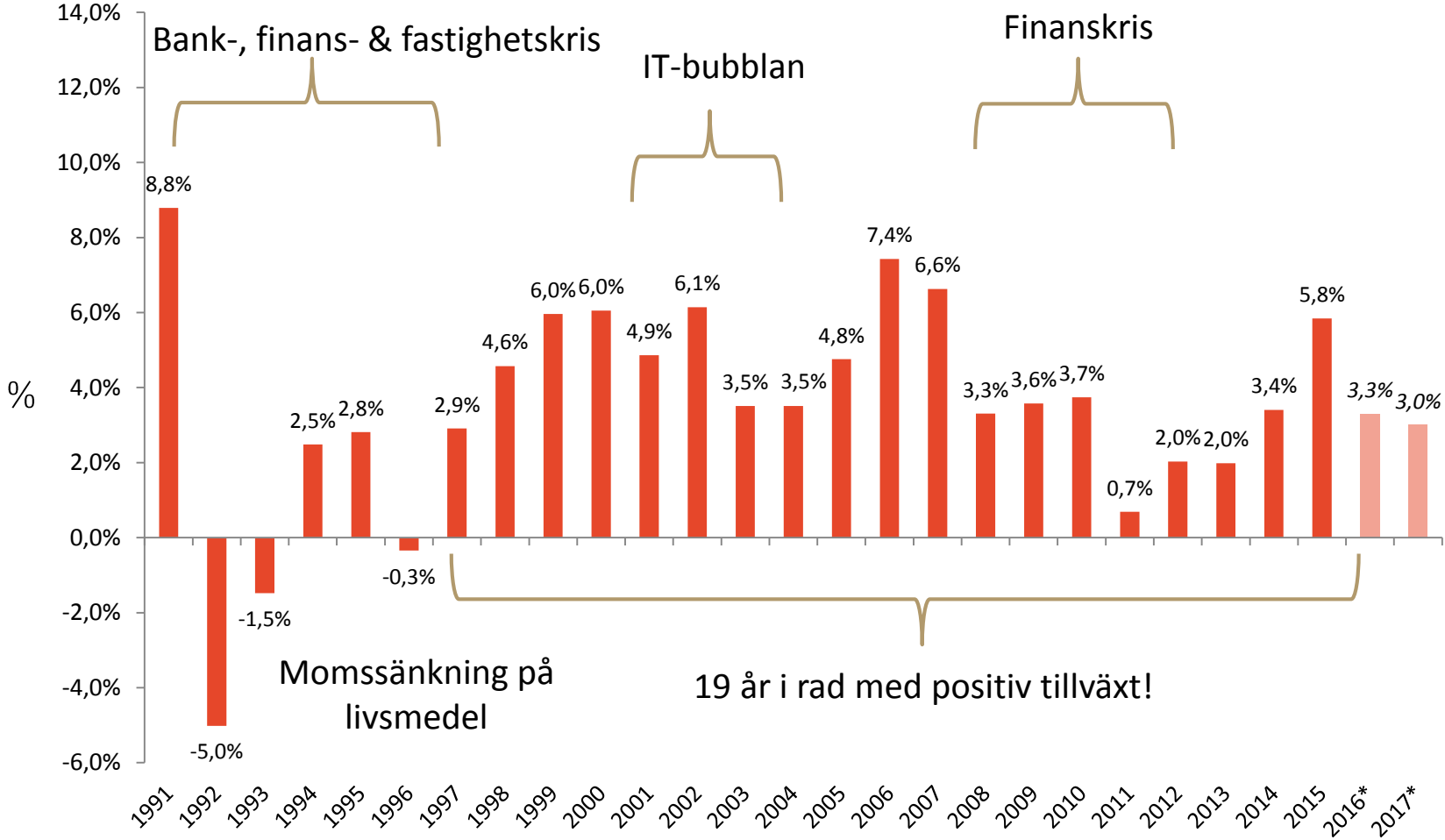
Syftet med rapporten är att förse Avesta kommun med kunskap och vilka förutsättningar (idag och i framtiden) som råder för handeln i Avesta kommun. Rapporten innehåller 2015 års data.

Rapporten är uppdelad i följande avsnitt:

1. Trender och utveckling
2. Marknadsområdet samt kartläggning från efterfrågesidan (köpkraftsprognos)
3. Kartläggning av marknaden från utbudssidan (handeln i Avesta med omnejd)
4. Reflektioner och slutsatser

Trender och utveckling

- Utveckling total detaljhandel i löpande priser



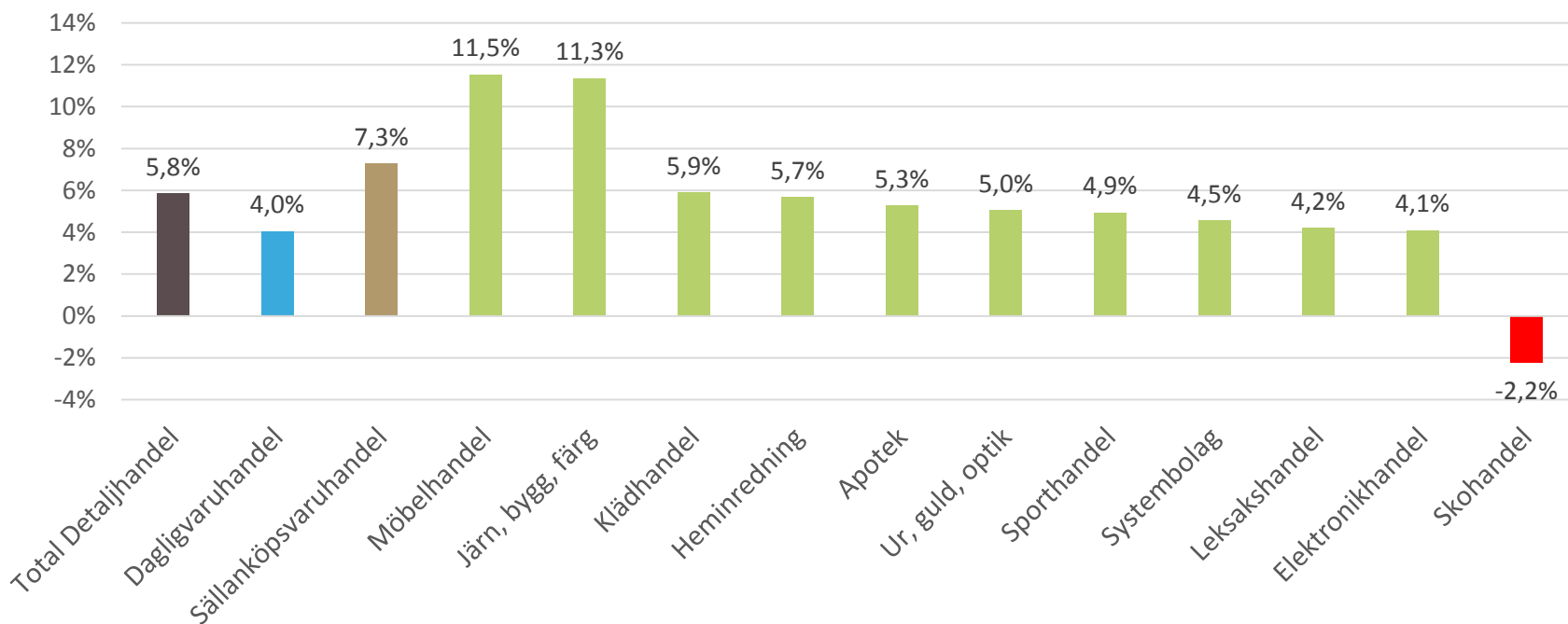
Källa: HUI Research och SCB

Trender och utveckling

- Detaljhandelsåret 2015



- Rekordförsäljning för julhandeln (starkaste sedan 2007). Utfallet för julhandeln för 2016 blev en ökning i löpande priser på 0,9 %.
- Fortsatt hemintresse.
- Sällanköpsvaruhandeln fortsätter att gå starkare än dagligvaruhandeln – tecken på stark konjunktur



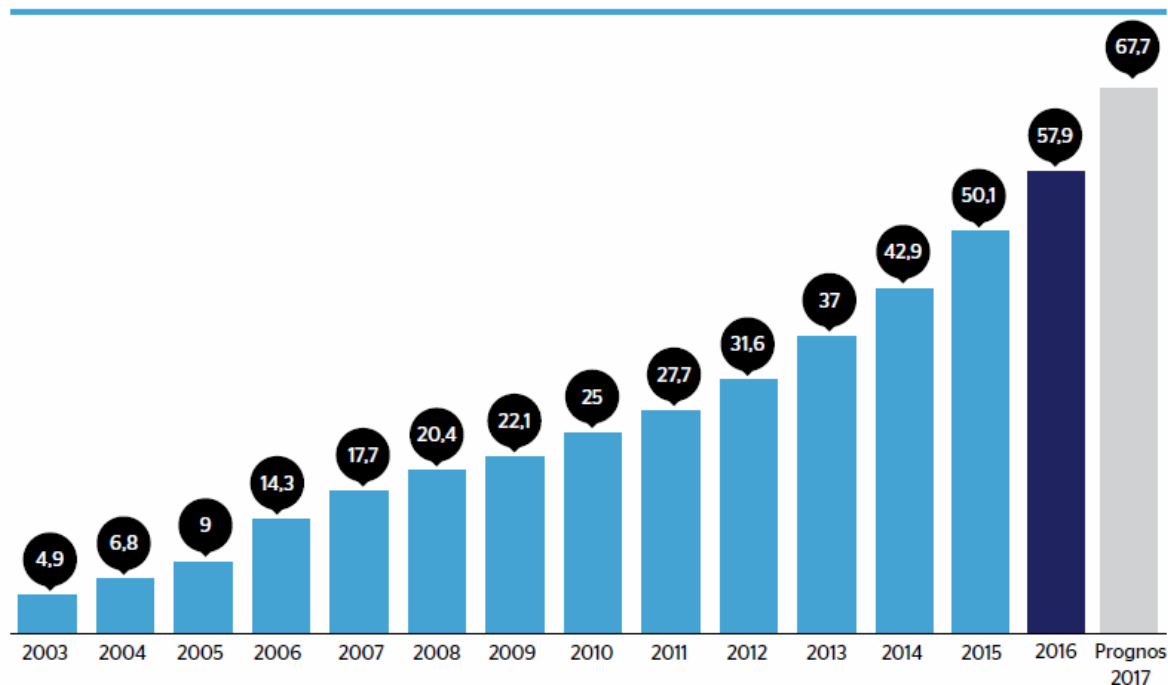
Källa: HiS

Trender och utveckling

- Utveckling e-handeln

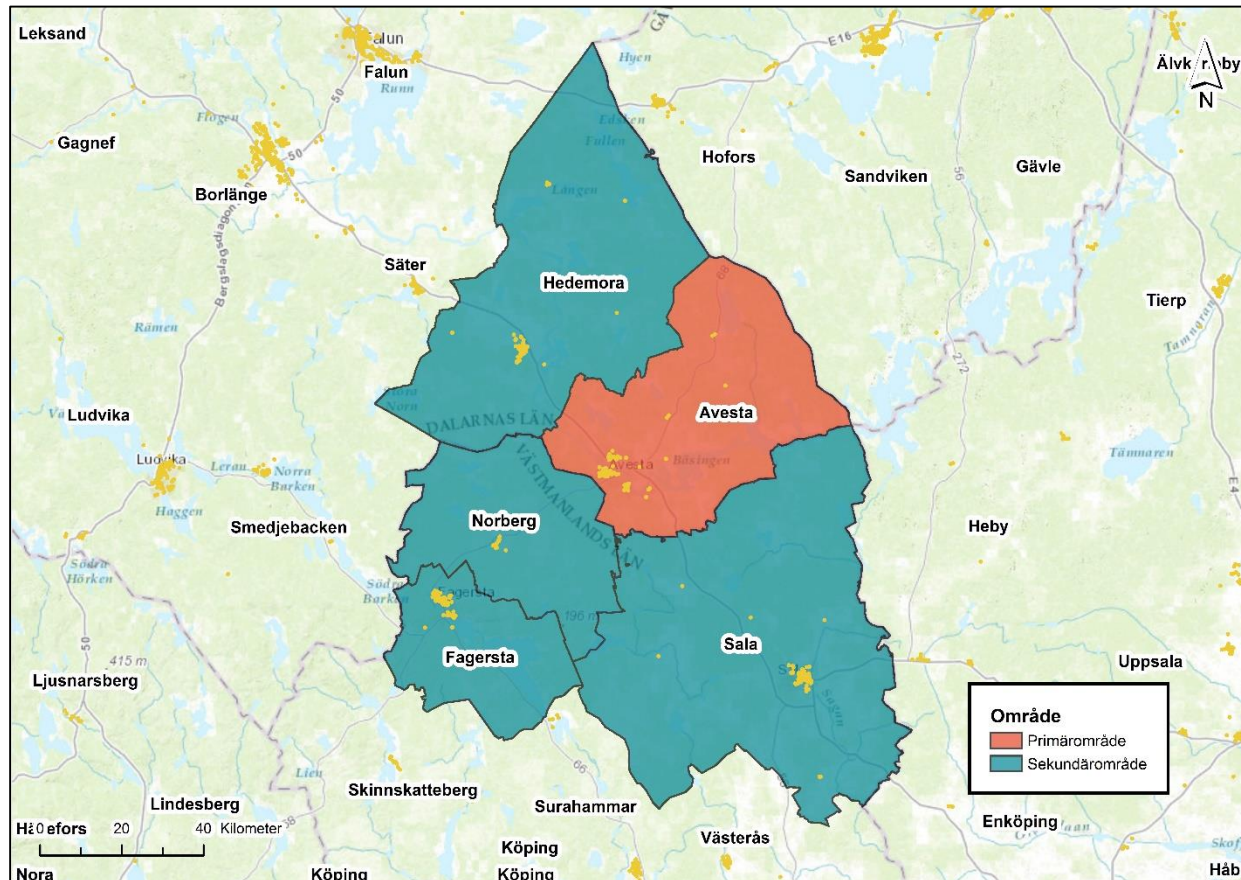
En allt större del av försäljningen inom detaljhandeln flyttar ut på nätet. Under 2016 växte den totala e-handeln med 16 procent, vilket motsvarar 57,9 miljarder kronor. Den totala detaljhandelsförsäljningen ökade med 3,3 procent under året och det är sällanköpsvaruhandeln som driver på utvecklingen. E-handeln utgör nu 7,7 procent av den totala detaljhandeln och 13,6 procent av sällanköpsvaruhandeln. Under 2017 förväntas e-handeln växa med 17 procent.

E-handels omsättning (mdkr):



Källa: E-barometern helårsrapport 2016 PostNord i samarbete med Svensk Digitalhandel och HUI Research

Marknadsområdet



Marknadsområdet är det geografiska område som handeln i Avesta konkurrerar inom. Marknadsområdet, enligt HUI Research bedömning, utgörs av Avesta kommun och de närliggande kommunerna Hedemora, Norberg, Sala och Fagersta. Upptagningsområdet för handeln i Avesta är i första hand Avesta kommun. Heby och Hofors är inte med i upptagningsområdet, trots att de är grannkommuner, då centralorterna ligger närmare andra stora städer.



Efterfrågesidan



I detta avsnitt görs en analys av köpkraften för detaljhandelsvaror i Avesta. Köpkraften beräknas utifrån den situation som råder idag och HUI Research gör även en prognos över köpkraftens utveckling fram till år 2025.

Köpkraften är det belopp invånarna i en kommun förväntas spendera på inköp av detaljhandelsvaror. Köpkraften i en kommun beror på antalet invånare samt inkomstnivåerna i kommunen (inkomsterna har olika betydelse för olika varugrupper).

Vid bedömningen av köpkraften år 2020 och 2025 har HUI utgått från Konsumtionsprognosgruppens (KPG) prognos över hur köpkraften per capita i riket och Avestas utvecklas.

Köpkraftstalen i denna rapport är baserade på total konsumtion, dvs både fysiskt handel men även e-handel. I dagligvaruhandeln bedöms e-handeln ha mycket liten negativ påverkan då den endast svarar för cirka 1 procent av marknaden idag och uppskattas stå för 5 procent år 2025. Dessutom kan butiker i Avesta dra nytta av e-handeln genom att själva erbjuda e-handel, med hemleverans eller avhämtning i butik. I sällanköpsvaruhandeln står e-handeln för cirka 8 procent av köpkraften idag och cirka 16 procent år 2025.

Efterfrågesidan

- Befolkning 2015 och befolkningsprognos 2025



Befolkningen i Avesta är prognosticerad att öka med cirka 7 procent fram till horisontåret 2025. Avesta kommuns interna befolkningsmål ligger på 25 000 invånare år 2025, detta skulle innebära en ökning på 10 procent.

Av de övriga kommunerna i marknadsområdet förväntas Norberg vara den enda kommun som har en negativ befolkningsutvecklingen. Hedemora förväntas ha en befolkningsutveckling på 6 % vilket är strax under Avesta. De övriga kommunerna Fagersta och Sala har båda en utveckling mellan 2-3 %. Av jämförelse kommunerna har Ludvika lägst utveckling på 4 % medans Finspång förväntas ha högst utveckling på 22 %.

	2015	2020	2025	Utveckling 2015-2025
Avesta	22 781	23 590	24 427	+7 %
Avesta kommuns befolkningsmål	22 781	23 890	25 000	+10 %
Hedemora	15 235	15 698	16 174	+6 %
Norberg	5 803	5 745	5 688	-2 %
Fagersta	13 286	13 486	13 690	+3 %
Sala	22 109	22 331	22 555	+2 %
Finspång	21 199	23 405	25 841	+22 %
Ludvika	26 362	26 893	27 436	+4 %
Lindesberg	23 562	24 157	24 767	+5 %
Köping	25 557	26 861	28 231	+10 %

Källa: [Befolkningsprognoser.se/Statistikon kommunnivå år 2014-2024](https://www.scb.se/Statistikon/kommunnivaaar/2014-2024/)

Efterfrågesidan

- Köpkraft dagligvaror

Köpkraften för dagligvaruhandeln i Avesta kommun uppgick till 721 miljoner kronor år 2015. Denna förväntas öka till cirka 808 miljoner kronor år 2025 vilket motsvarar en ökning på 87 miljoner kronor. Detta motsvarar en köpkraftsökning på 12%. När Avesta sitt befolkningsmål på 25 000 invånare år 2025 kommer köpkraften växa med ytterligare ca 20 miljoner kronor. Köpkraftsutvecklingen beror på ökad konsumtion samt befolkningstillväxt. Köpkraftsutvecklingen följer befolkningsutvecklingen. Bland kommunerna i upptagningsområdet, förutom Avesta, förväntas Hedemora ha högst köpkraftsutveckling vilket beror på att Hedemora har högre befolkningstillväxt än de övriga kommunerna. Norberg förväntas ha lägst köpkraftsutveckling. Av jämförelsekommunerna är Finspång den kommun med starkast köpkraftsutveckling.

	2015 Mkr	2020 Mkr	2025 Mkr	Utv. 2015-2025 Mkr	Utv. 2015- 2025 %
Avesta	721	763	808	+87	+12 %
Avesta kommuns befolkningsmål	721	773	827	+106	+ 15 %
Hedemora	482	508	535	+53	+11 %
Norberg	184	186	188	+4	+2 %
Fagersta	420	436	453	+33	+8 %
Sala	699	722	746	+47	+7 %
Finspång	671	757	854	+183	+27 %
Ludvika	834	870	907	+73	+9 %
Lindesberg	745	781	819	+74	+10 %
Köping	808	869	933	+125	+15 %

Källa: HUI Research, Konsumtionprognosgruppen (KPG)

Efterfrågesidan

- Köpkraft sällanköpsvaror



Köpkraften för sällanköpsvaruhandeln i Avesta kommun 2015 uppgick till 613 miljoner kronor och förväntas öka med 210 miljoner kronor fram till 2025. När Avesta sitt befolkningsmål på 25 000 invånare år 2025 kommer köpkraften växa med ytterligare 20 miljoner kronor.

Köpkraftstillväxten är starkare i sällanköpsvaruhandeln än vad den är i dagligvaruhandeln. Anledningen är att ökade inkomster gynnar sällanköpsvaruhandeln mer än dagligvaruhandeln. Detta för att ökningen av konsumtion av mat är betydligt mer begränsad än ökningen av köp av sällanköpsvaror. Den ökade köpkraften har sin förklaring i en förväntad ökning av konsumtionen per capita samt en något ökande befolkning.

	2015 Mkr	2020 Mkr	2025 Mkr	Utv. 2015-2025 Mkr	Utv. 2015- 2025 %
Avesta	613	709	823	+210	+34 %
Avesta kommuns befolkningsmål	613	718	843	+230	+38 %
Hedemora	410	471	545	+135	+33 %
Norberg	156	173	192	+36	+23 %
Fagersta	357	405	461	+104	+29 %
Sala	595	671	760	+165	+26 %
Finspång	570	703	871	+301	+53 %
Ludvika	709	808	925	+216	+30 %
Lindesberg	634	726	835	+201	+32 %
Köping	688	807	952	+264	+38 %

Källa: HUI Research, Konsumtionprognosgruppen (KPG)

Efterfrågesidan

- Köpkraft sällanköpsvaruhandelns underbranscher



Den lokala köpkraften inom sällanköpsvaruhandelns i Avesta förväntas öka med 210 miljoner kronor under tidsperioden 2015-2025. Denna ökning fördelas på underbranscherna enligt tabellen nedan.

Vi kan konstatera att "Fritid" är det segment som ökar mest under tidsperioden, med en ökning på cirka 90 miljoner kronor i. "Hem & bygg" har också en bra tillväxt under perioden på cirka 70 miljoner kronor. Beklädnad förväntas öka med cirka 45 miljoner kronor.

Konsumtionen inom fritidssegmentet är prognosticerat att öka mer än beklädnads- och hem & bygg-segmenten. Det beror till stor del på en förväntad ökad konsumtion av elektronikvaror.

Köpkraft sällanköpsvaruhandelns underbranscher (Mkr)

	Beklädnad	Hem & bygg	Fritid
2015	196	232	185
2020	218	265	225
2025	243	303	277
Utveckling 2015-2025 (Mkr)	+47	+71	+92
Utveckling 2015-2025 (%)	+24 %	+31 %	+50 %

Källa: HUI Research, Konsumtionprognosgruppen (KPG)

Efterfrågesidan

- Café och restaurang

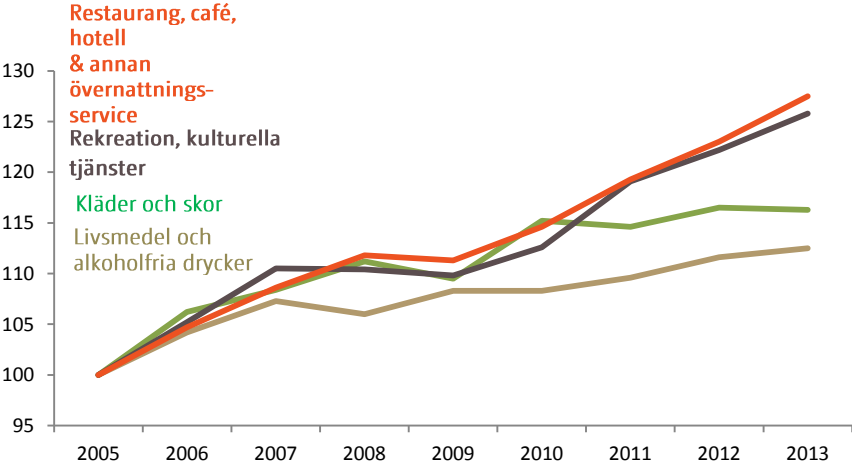
Café- och restaurangnäringen i Sverige

Café- och restaurangnäringen har haft en positiv tillväxt under många år och uppvisat högre tillväxttal än detaljhandeln i stort. Inom köpcentrumhandeln står restauranger för cirka 4 procent av omsättningen och verksamheter inom kommersiell service 2 procent. Café- och restaurangernas närvaro och roll har stor betydelse på dagens handelsplatser och de bidrar till att det, utöver shopping, finns andra sorters mötesplatser.

Köpkraft Café och restaurang

Köpkraften inom restaurang- och cafébranschen i Avesta kommun uppgår i dagsläget till cirka 200 miljoner kronor. Köpkraften förväntas öka till 240 miljoner kronor år 2025, vilket innebär en ökning med cirka 40 miljoner kronor under tidsperioden.

Omsättningsutveckling branscher



Källa: HUI Research, Konsumtionprognosgruppen (KPG)

Köpkraft restaurang och café (Mkr)

Restaurang och café	
2015	199
2020	218
2025	240
Utveckling 2015-2025 (Mkr)	+41
Utveckling 2015-2025 (%)	+21 %

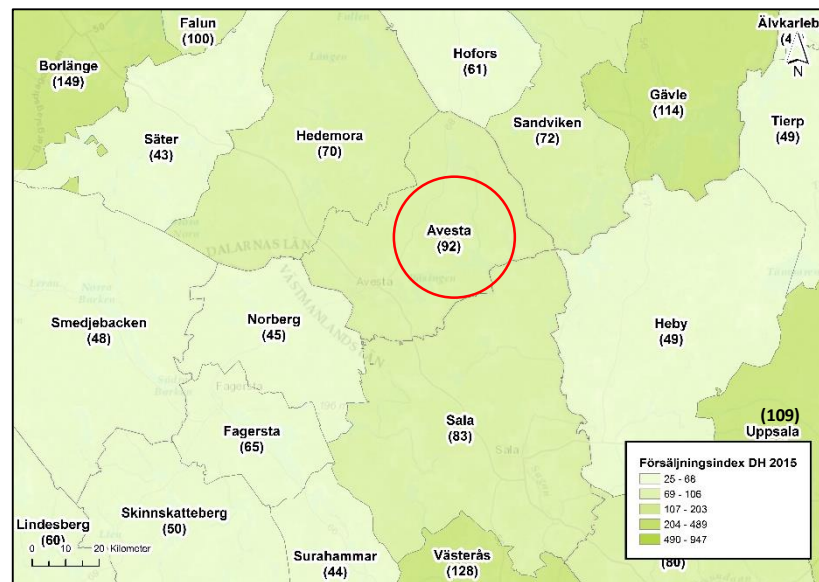


Utbudssidan

- Försäljningsindex 2015

Handelns storlek i en kommun är starkt beroende av hur många som bor där. 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 försäljningsunderlag som finns i en kommun och om handeln dessutom förmår att locka kunder från andra kommuner. Försäljningsindex 100 innebär att handeln omsätter lika mycket som det befolkningsmässiga underlaget medger. Index över 100 innebär att handeln drar kunder från andra kommuner och index under 100 innebär att handeln har ett utflöde till andra kommuner.

Avesta har ett försäljningsindex på 92 för den totala detaljhandeln, vilket innebär ett begränsat utflöde av omsättning. Av de andra kommunerna i marknadsområdet har Avesta högst index för den totala detaljhandeln. Hedemora har ett index på 70, Norberg index 45, Fagersta index 65 och Sala index 83. Norberg som har lägst index har i större utsträckning ett utflöde av omsättning jämfört med de andra kommunerna, och en del av denna omsättning tillfaller troligtvis Avesta då Norbergs tätort ligger nära Avesta.



De kommuner med ett index över 100, vilket visar på att man har ett inflöde av omsättning från andra kommuner eller från turism, är de större kommunerna Borlänge, Gävle, Västerås och Uppsala.

Utbudssidan

- Försäljningsindex 2009-2015

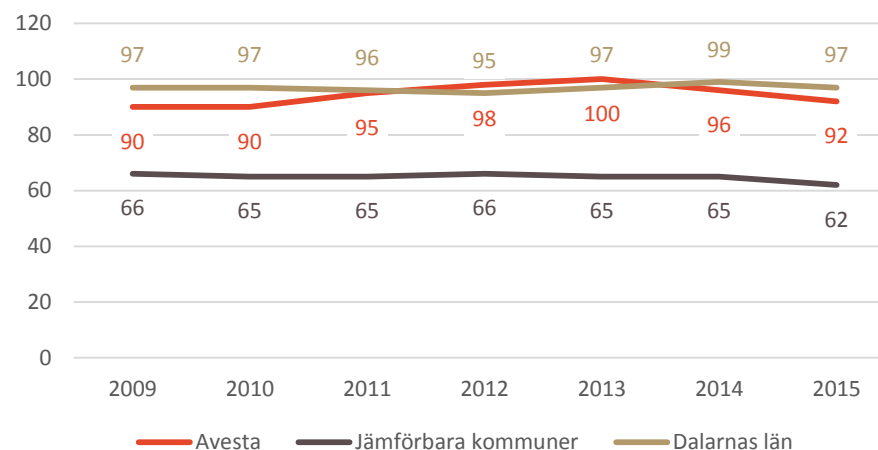
Avestas försäljningsindex för den totala detaljhandel uppgick 2015 till 92. Länets index uppgick till 97 och kommungruppens (*jämförbara kommuner* *), som Avesta tillhör enligt SCB:s klassificering, till 62 för 2015.

Försäljningsindexet för den totala detaljhandeln i Avesta kommun ligger över snittet för jämförelsegruppen. Sedan 2009 har Avesta ökat med 2 enheter medan kommungruppen har minskat med 4 enheter. Länet som helhet har ett index på 97. Det finns några mindre kommuner med svagare index men också några större med starkare handel såsom Falun och Borlänge men även viss gränshandel i kommunerna Malung och Älvdalen som ligger nära Norge som drar upp deras index. I Dalarnas län finns det även populära skidorter som bidrar med säsongeffekt för kommunerna.

Avesta hade ett starkt försäljningsindex för den totala detaljhandeln under 2012 och 2013 (98 och 100) men har sedan dess minskat till 92.

Jämförbara kommuner har haft en näst intill oförändrad utveckling fram till 2015 då försäljningsindexet har minskat.

Försäljningsindex detaljhandeln 2015



*Med *jämförbara kommuner* menas de kommuner som är klassificerade på samma sätt som Avesta kommun, det vill säga *Varuproducerande kommuner*; Kommun där 34 procent eller mer av nattbefolkningen mellan 16 och 64 år är sysselsatta inom tillverkning och utvinning, energi och miljö samt byggverksamhet (SNI2007).

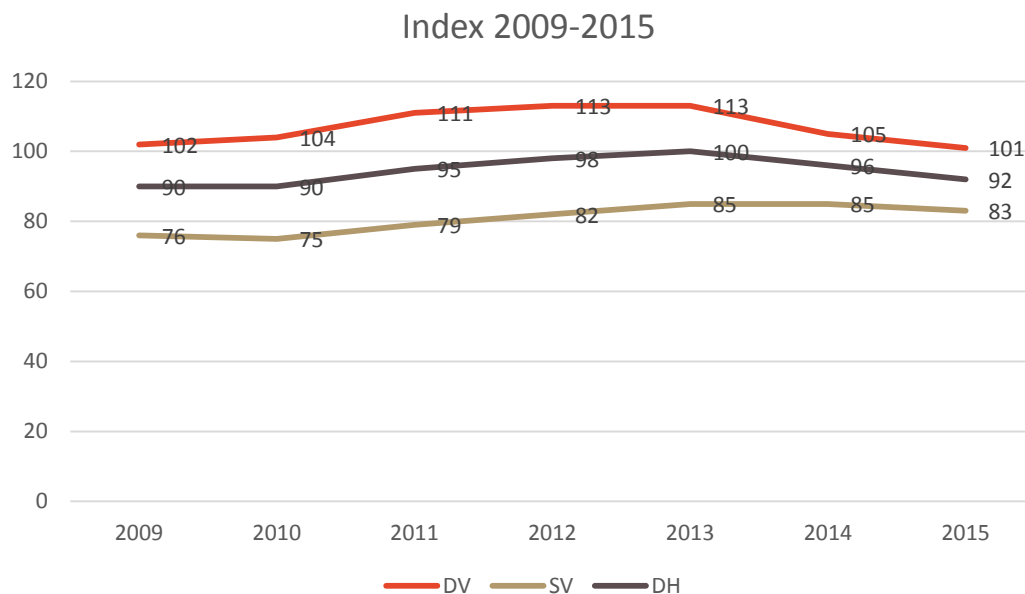
Av dessa kommuner har vi valt att lyfta ut Finspång, Ludvika, Lindesberg och Köping för en ytterligare jämförelse då dessa kommuner även har ett liknande befolkningsunderlag.

Utbudssidan

- Försäljningsindex 2009-2015

Avesta har sedan mätperioden 2009-2015 haft ett försäljningsindex på dagligvaror över 100. Höst index för dagligvaruhandeln hade Avesta under 2012-2013 med ett index på 113. Då invånarna i en kommun i större utsträckning vill handla dagligvaror på hemmaplan är försäljningsindexet för dagligvaror generellt är högre än för sällanköpsvaror. Avesta kommun har sedan 2010 haft ett stigande försäljningsindex på sällanköpsvaror förutom under 2014-2015 då både försäljningsindexet för sällanköp och dagligvaror minskade.

Att försäljningsindexet gått ner kan bero på att butiksstrukturen har ändrats. Det kan även bero på att befolkningsutvecklingen ökat mer än vad omsättningen i butikerna har ökat.



Utbudssidan

- Försäljning i detaljhandeln 2015



Under 2015 uppgick omsättningen i detaljhandeln i Avesta kommun till 1,3 miljarder kronor. Cirka 56 procent av denna omsättning genererades inom dagligvaruhandeln och resterande 44 procent inom sällanköpsvaruhandeln.

Avesta har tredje högst total detaljhandelsomsättning efter Köping och Ludvika. Både dessa kommuner har lite högre befolkningsmängd än Avesta. Delar man upp omsättningen i dagligvaror och sällanköpsvaror har Avesta högre omsättning inom sällanköpsvaruhandeln än både Ludvika, Köping och övriga kommuner.

Norberg och Fagersta har lägst omsättning i detaljhandeln men är också de minsta kommunerna sett till befolkning.

Omsättning i detaljhandeln (Mkr) 2015

	Dagligvaror	Sällanköpsvaror	Total detaljhandel
Avesta	771	591	1 362
Hedemora	459	229	688
Norberg	140	29	169
Fagersta	386	172	558
Sala	744	446	1 190
Finspång	485	331	816
Ludvika	915	513	1 428
Lindesberg	686	228	914
Köping	942	495	1 437

Utbudssidan

Dagligvaror

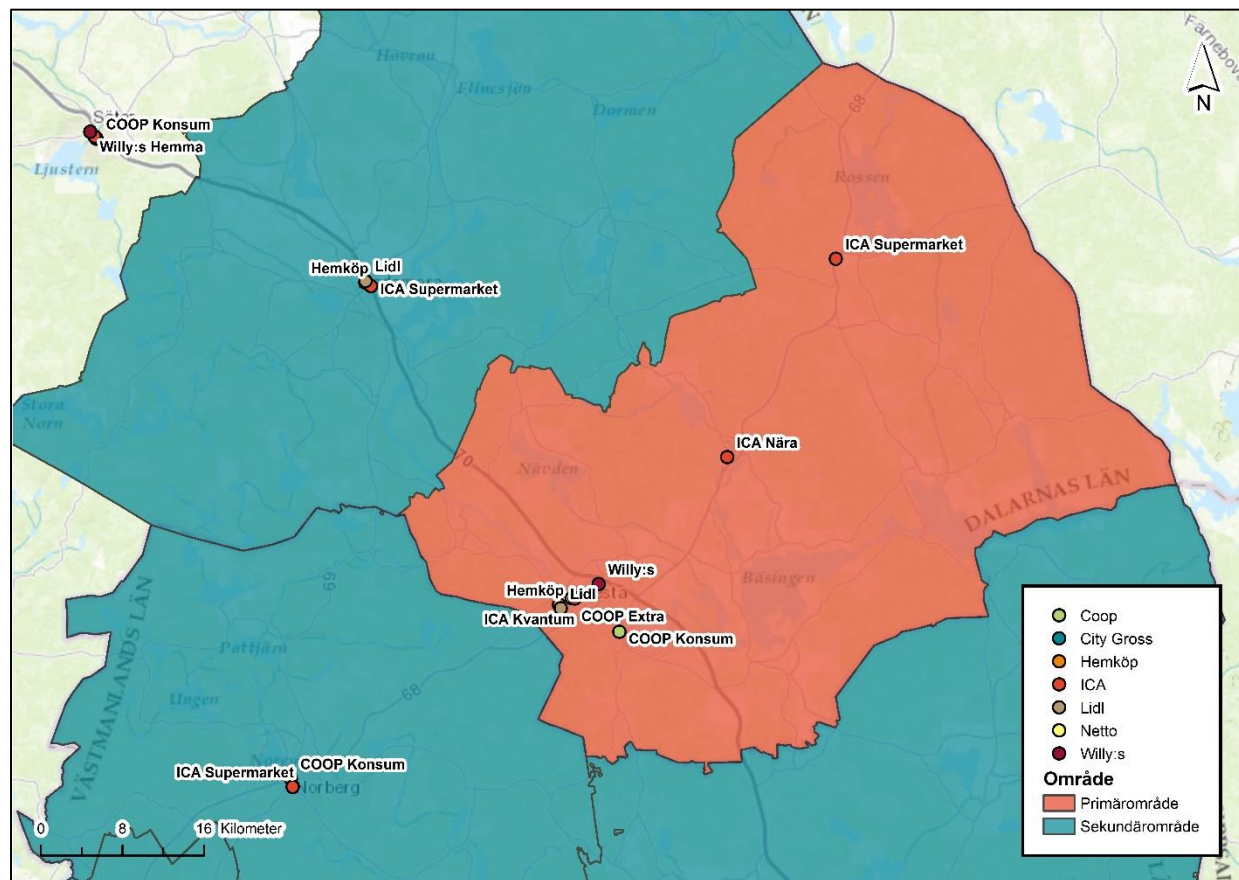
HUI
RESEARCH



Utbudssidan

- Dagligvarumarknaden

Kartan visar livsmedelsmarknaden i Avesta kommun samt med omnejd.



Källa: HiS, ARCGIS

Utbudssidan

- Försäljningsindex dagligvaror 2015

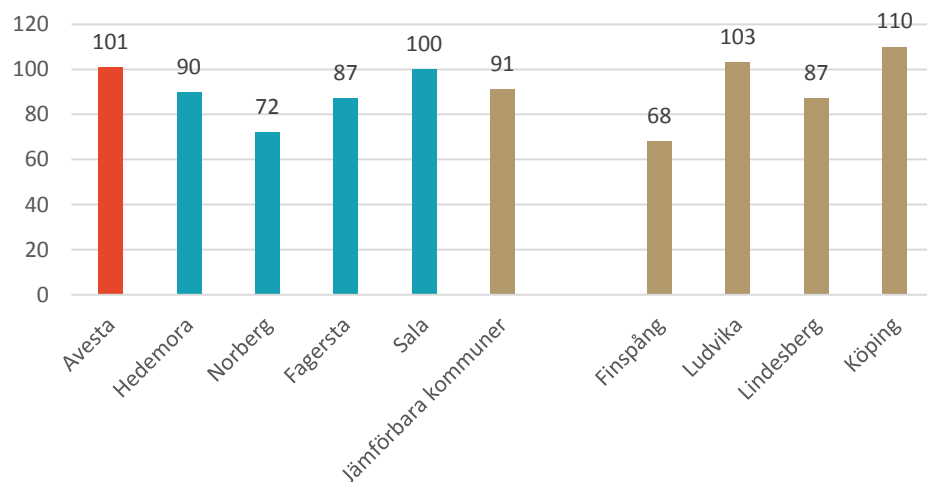


Avesta har ett försäljningsindex på 101 inom dagligvaruhandeln. Ett dagligvaruindex på 101 betyder att Avesta kommun till fullo kan tillgodose kommunens invånare med dagligvaror. Generellt handlar man dagligvaror närmare hemmet och är inte benägen att åka lika långt för att handla dagligvaror som man kanske är för sällanköpsvaror.

Kommunerna i marknadsområdet har alla ett lägre index än Avesta. Sala kommun ett index strax under Avesta på 100 vilket betyder att Sala kommun kan tillgodose sig all köpkraft av dagligvaror i kommunen. Norberg är den kommun med lägst index vilket kan tyda på att dagligvaruutbudet är svagt och inte är tillräckligt tillfredställande för kommuninvånarna och man väljer därför att handla i annan kommun, tex Avesta som är den närmsta tätorten. Fagersta har också ett lägre index och utflöde av köpkraft.

Avesta har ett starkare index än kommungrupp som har ett index på 91. Det gör även Ludvika och Köping medan Finspång och Lindesberg båda har ett index under kommungruppens.

Försäljningsindex dagligvaruhandeln 2015



Källa: HiS, HUI Research

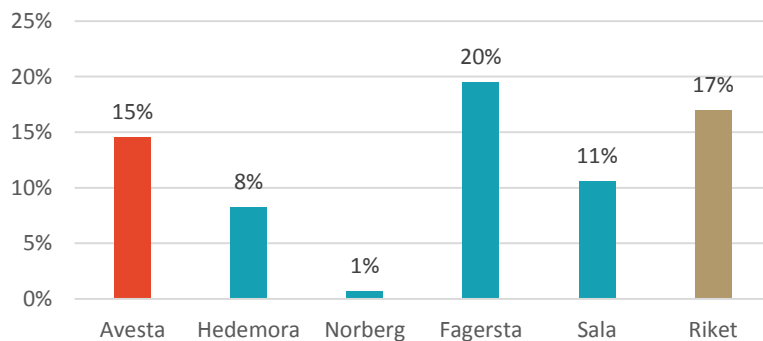
Utbudssidan

- Försäljningsutveckling i dagligvaruhandeln 2009-2015

Utvecklingen inom dagligvaruhandeln i Avesta kommun har varit god den senaste 6 årsperioden. En ökning på cirka 15 procent jämfört med nivån 2009. Detta är nästan i paritet med riket som ökat 17 procent. Avesta ligger dessutom redan på höga omsättningsnivåer inom dagligvaruhandeln, vilket även avspeglas i Avestas försäljningsindex.

Fagersta är den kommun som stått för störst tillväxt, dock från något lägre nivåer.

Försäljningsutveckling dagligvaruhandeln
2009-2015



Utbudssidan

- Dagligvaruhandeln 2015



Dagligvaruutbudet i Avesta har ett index på 101 vilket visar på att kommunen tar bra tillvara på köpkraften inom dagligvaruhandeln.

I kommunen är det främst tre aktörer som står för majoriteten av omsättningen, ICA Kvantum, Coop Extra och Willys. I Avesta finns det även en Hemköpsbutik, en Coop Konsum, en Tempo och sedan 2004 en Lidl. Dagligvaruutbudet är huvudsakligen lokaliserad till centrala Avesta, inklusive externområdet Dalahästen. Två ytterligare ICA butiker finns på två andra mindre orter i kommunen. ICA Supermarket i Horndal och ICA Nära i Fors.

Under 2011 ersattes ICA Supermarket i centrala Avesta av en ICA Kvantum på en ny tomt inte långt ifrån den gamla och intill Coop Extra.

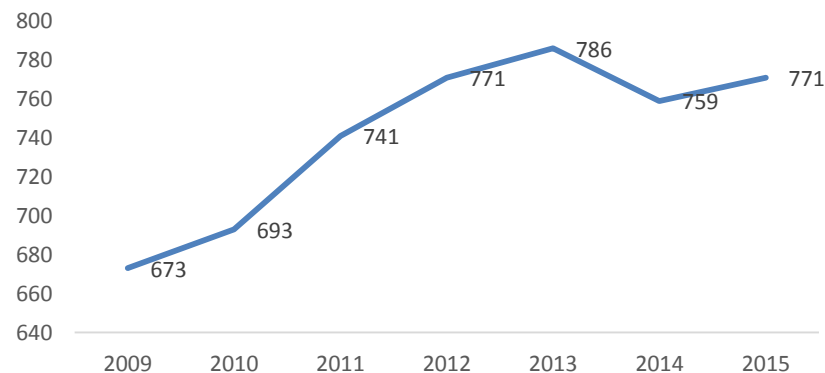
I maj 2015 flyttade Willys in i ny och större lokal tillsammans med Rusta vid Dalahästen som är Avestas externhandelsområde. I samband med detta stängdes Willys tidigare butik och i den lokalen har El-Giganten flyttat in.

Omsättning per butik (Mkr) 2015

	Ort	Omsättning (Mkr inkl. moms)
ICA Kvantum	Avesta	147
Coop Extra	Avesta	150
Willys	Avesta	150
Hemköp	Avesta	67
Lidl	Avesta	35
Coop Konsum	Krylbo	17
ICA Supermarket	Horndal	43
Tempo Skogsbo	Avesta	52

Källa: HiS, HUI Research

Försäljningsutveckling dagligvaruhandeln 2009-2015



Utbudssidan

Sällanköp

HUI
RESEARCH



Utbudssidan

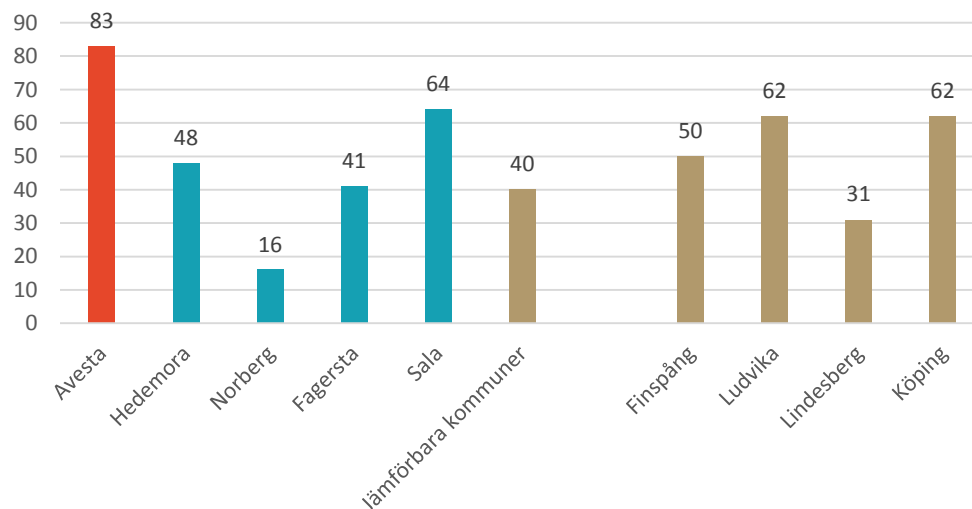
- Försäljningsindex sällanköpsvaror 2015



Avesta har ett försäljningsindex på 83 inom sällanköpsvaruhandeln. Ett index på 83 innebär att kommunen har ett visst utflöde av omsättning till andra kommuner. Avesta har ett mycket högre index inom sällanköpsvaruhandeln jämfört med de kommuner som ligger i marknadsområdet men även mot kommungruppen jämförbara kommuner samt de utvalda kommunerna (Finspång, Ludvika, Lindesberg och Köping).

Norberg har ett mycket lågt index på 16, vilket tyder på att utbudet inom sällanköpsvaruhandeln är svag och invånarna väljer att åka till annan kommun för att handla. Sala har ett index på 64 vilket är bättre än både Fagersta och Norberg, vilket tyder på att invånarna väljer att handla mer på hemmaplan. Närheten till Västerås skapar troligtvis ett visst utflöde av omsättning.

Försäljningsindex sällanköpsvaruhandeln 2015



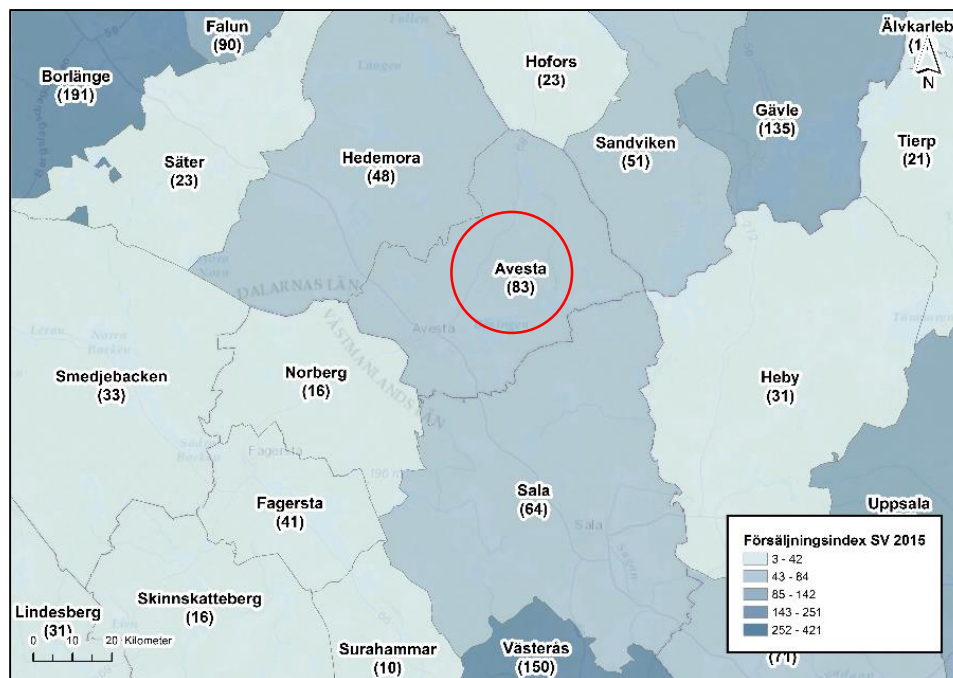
Källa: HiS, HUI Research

Utbudssidan

- Försäljningsindex sällanköpsvaror 2015

De övriga kommunerna i marknadsområdet har alla ett utflöde av omsättningen vilket men största sannolikhet går till större kommuner som kan ha ett bredare utbud av butiker. Exempel på dessa kommuner är Borlänge och Västerås som båda har ett index över 100 vilket visar på ett inflöde av köpkraft både från närliggande kommuner men i större utsträckning även turism.

Avesta ligger ca 1 timma körtid från Västerås och Borlänge. De tre jämförelsekommunerna Ludvika, Köping och Lindesberg ligger alla med mindre köravstånd från en större stad. Köping har ca 30 min till Västerås. Ludvika har ca 40 min till Borlänge och Lindesberg har ca 30 min till Örebro.

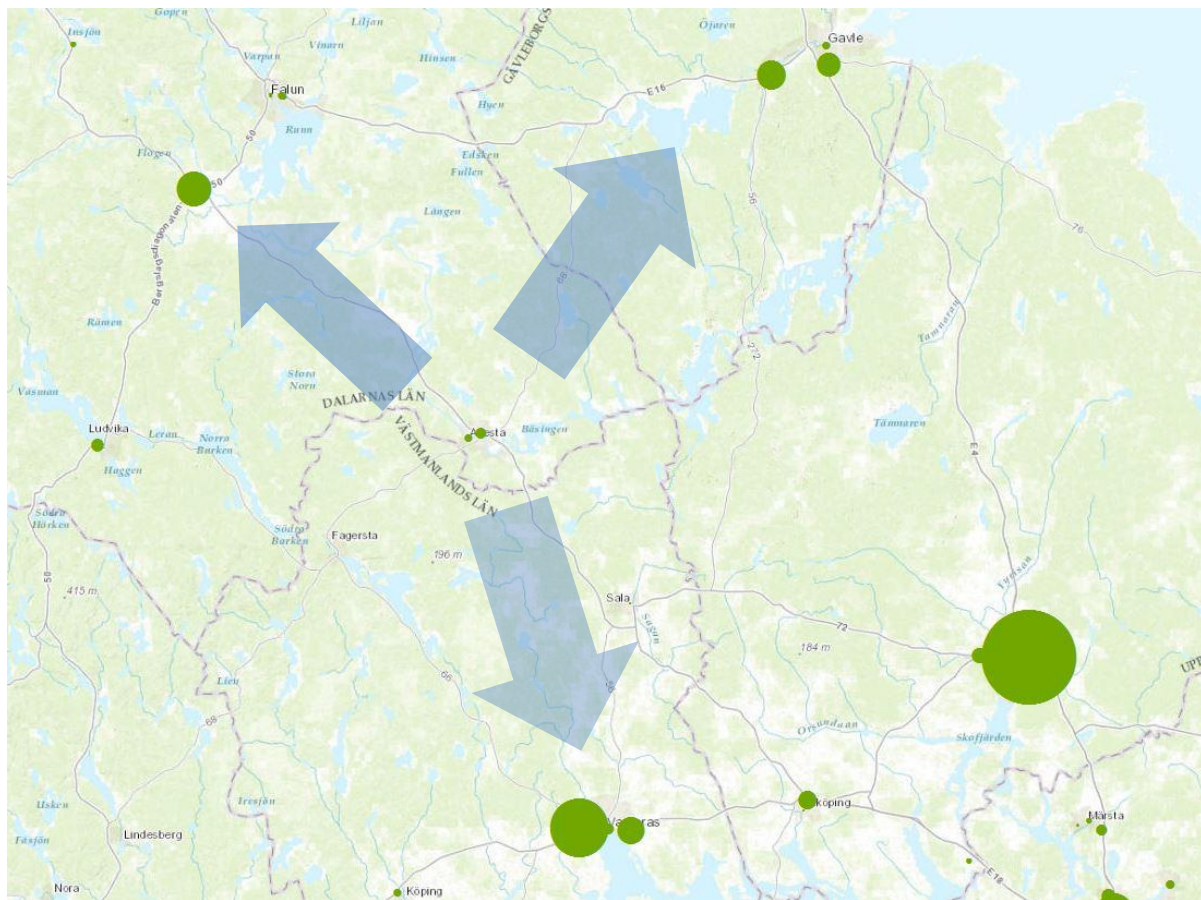


Källa: HiS, HUI Research

Utbudssidan

- Sällanköpsvaruhandeln

Kartan nedan visar köpcentrum och handelsplatser med minst fem hyresgäster och en yta på minst 5 000 kvm i närområdet av Avesta. Det är framförallt Borlänge, Västerås och Valbo i Gävle som är större handelsnav. IKEA finns även representerade i varje kommun. Storleken på respektive punkt utgår ifrån storlek på handelsplatsen (kvm)



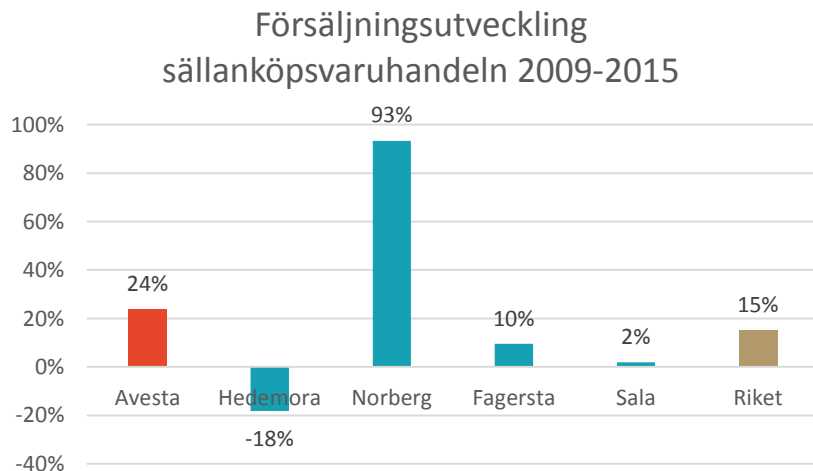
Källa: SSCD

Utbudssidan

- Försäljningsutveckling i sällanköpsvaruhandeln 2009-2015

Utvecklingen inom sällanköpsvaruhandeln i Avesta kommun mellan 2009-2015 uppgick till 24 procent och har därmed haft starkare utveckling än dagligvaruhandeln i kommunen. Inom sällanköpsvaruhandeln ligger Avestas utveckling över riksnittet som ligger på 15 procent.

Norberg har haft starkast utveckling med 93 procent. Från 2009-2012 var utvecklingen som högst, 113 procent, dock från låga nivåer (15 mkr till 35 mkr).



Källa: HiS, HUI Research

Utbudssidan

- Sällanköpsvaruhandeln 2015

Sällanköpsvaruhandeln i Avesta är koncentrerad till centrum där det finns en galleria, samt externhandelsplatsen Dalahästen.

Avesta Galleria

I Avesta galleria finns bland annat kedjebutiker såsom H&M, Kicks, Lindex och Vero moda.

Åhléns, som funnits i Avesta i över 50 år, stängde under sommaren 2015 ner butiken i Avesta Galleria. Lokalerna togs istället över av H&M som öppnade H&M home. Även Waynes Coffee har öppnat under året.

Dalahästen

Handelsplatsen Dalahästen präglas av mer volymhandeln samt av dagligvarubutiken Willys. Andra aktörer är bland annat ÖoB, Jysk, Rusta och Factory Outlet.

Handelsplatsen byggdes ut med en ny byggnad som stod klar under våren 2015. I den nybyggda lokalen flyttade Willys och Rusta in under 2015.

Premises area, Tenants & Sales

Source: HUI Research

Category	GLA m ²	Tenants	Sales mSEK	Sales per sqm, SEK
Food & Convenience	1 100	2	N/A	N/A
Durable goods	+ 11 700	13	N/A	N/A
Total	= 12 800	15	212	16 562
Restaurants	+ 650	2	N/A	N/A
Commercial Services	+ 1 550	4	N/A	N/A
Total	= 2 200	6	18	8 182
Leasable	15 000			
Common areas	+ 1 500			
Total	= 16 500	24	230	15 333



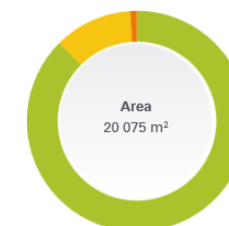
Retail	12 800 m ²
Restaurants	650 m ²
Services	1 550 m ²
Common areas	1 500 m ²

Dalahästen

Premises area, Tenants & Sales

Source: HUI Research

Category	GLA m ²	Tenants	Sales mSEK	Sales per sqm, SEK
Food & Convenience	3 100	2	N/A	N/A
Durable goods	+ 14 475	13	N/A	N/A
Total	= 17 575	15	301	17 127
Restaurants	+ 2 300	3	28	12 174
Commercial Services	+ 0	0	N/A	N/A
Total	= 2 300	3	28	12 174
Leasable	19 875			
Common areas	+ 200			
Total	= 20 075	19	329	16 553



Retail	17 575 m ²
Restaurants	2 300 m ²
Services	0 m ²
Common areas	200 m ²

Utbudssidan

- Sällanköpsvaruhandeln 2015

Sällanköpsvaruhandeln kan delas in i ett antal underbranscher. Nedan redovisas index för den totala sällanköpsvaruhandeln samt för varje underbransch. Avesta har högst försäljningsindex i marknadsområdet samt bland jämförbara kommuner. Ett index på 83 är bra men indikerar ett visst utflöde. Det är framförallt i branschen Fritid som har lägst index på 38 där det finns utflöde av köpkraft.

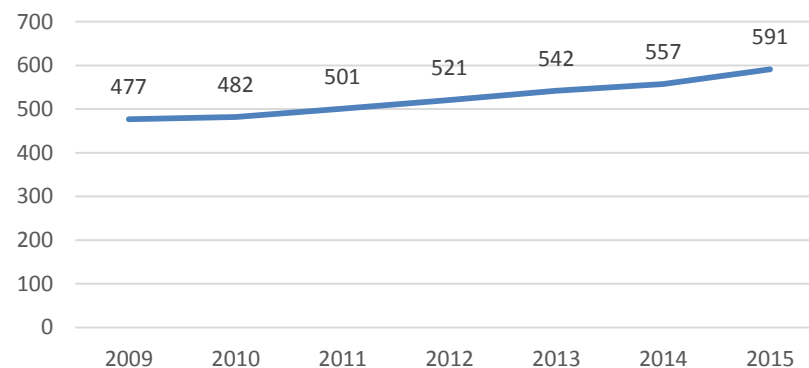
Övrig sällanköp som innefattar butiker såsom Åhléns, Rusta och ÖoB, har högst index av underbranscherna på 148. Åhléns har under 2015 stängt sin butik vilket gör att statistiken för 2016 kan komma att ändras.

Beklädnad har ett index på 73 vilket indikerar ett utflöde av omsättning.

Hem och Bygg har ett index på 102.



Försäljningsutveckling
sällanköpsvaruhandeln 2009-2015



Försäljningsindex sällanköpsvarusegmenten
2015 (Mkr)

Beklädnad	Hem & bygg	Fritid	Övrig sällanköp	Totalt
73	102	38	148	83

Omvärldsbevakning



Omvärldsbevakning

- 2016 och framåt



Avesta

- I Cityhuset i centrala Avesta öppnade Subway en ny enhet under mars månad 2016.
- Biltema vill bygga en 7 000 kvm stor butik vid Dalahästen. Detaljplanen antagen av kommunstyrelsen.
- Elgiganten flyttade under våren 2016 till nybyggda lokaler vid Dalahästen där elektronikkedjan blivit granne med Burger King som öppnade i februari 2016.
- Team Sportia stängde i februari 2017.
- Tempo Skogsbo har Sveriges högsta omsättning bland Tempobutiker. Planer finns på att flytta butiken och utöka ytan samt konvertera till Hemköp.

Fagersta

- I Fagersta har det varit planer på ett nytt affärscentrum under ett antal år. ICA var först tänkt som en ankarhyresgäst men har nu bestämt sig för att satsa på det befintliga läget. Hur uthyrningsprocessen går kommer avgöra om det blir ett projekt eller inte.

Borlänge

- I Kupolen öppnade flera butiker under hösten 2015, bland annat Rituals, Synoptik, TGR samt Flash. Samtidigt stängde klädbutiken Rut and Circle under julhandeln 2015. Butiken öppnade så sent som i februari samma år.
- Under mars 2016 stängde Coop Forum i Borlänge på grund av bristande lönsamhet.
- Handelsområdet Norra Backa, där Ikea finns, utökas med en tredje etapp. Utbyggnaden planeras inom en snar framtid och beräknas vara klar under 2017. Utbyggnaden består av butiker inom hem- och fritidssegmentet och är tänkt att komplettera IKEA:s sortiment. Ägaren, Ikea Group, räknar med 3 miljoner besökare om året.

Omvärldsbevakning

- 2016 och framåt



Västerås

- I den nya fastighet om 20 000 kvadratmeter på Erikslund som Gotska står bakom, öppnade Blomsterlandet en ny butik under januari 2016. Etapp två i fastigheten påbörjas nu, med planerad byggstart våren 2017.
- Renoveringen av Sigma Galleria i Västerås färdigställdes under 2015. Samtliga butiker i gatuplanet har fått egna entréer mot gator och torg.

Gävle

- XXL öppnade under våren 2015 en 4000 kvadratmeter stor butik i Valbo Köpstad. Även Lager 157 slog upp portarna i maj månad samma år. Detta var butikkedjans 21:a butik i Sverige.
- The Body Shop öppnade i september 2015 i Valbo Köpcentrum. Klädbutiken Volt öppnade i november samma år och Rusta och Synsam öppnade under våren 2016. Med anledning av nyetableringen av Rusta i Valbo stängdes butiken i centrala Gävle.

Valbo köpcentrum

- En ombyggnation av 5 400 kvadratmeter tomma lokaler började blev färdigställt under 2016. De nya lokalerna rymmer tio nya hyresgäster.
- Valbo Köpstad står inför en stor utvecklingsfas och arbetet med en ny detaljplan är igång. Den kommer, enligt fastighetsägarna, att möjliggöra omkring 65 000 kvadratmeter handel inom området när den vunnit laga kraft. VVAB (Valbo Volymhandel AB, samägt av Coop Fastigheter och Konsum Gävleborg) har ingått ett samarbetsavtal med Rico Estate Development AB (RED) avseende den fortsatta utvecklingen av den norra delen av handelsområdet Valbo Köpstad. Handelsområdet omfattar närmare 30 000 kvadratmeter nya handelsytor och väntas kunna utvecklas etappvis under de närmaste tre till fem åren. Utbyggnationen väntas på grund av förseningar börja tidigast 2017.

Reflektioner och slutsatser



Det är svårt att utan en mer djupgående analys, göra mer långtgående slutsatser. För att göra det krävs beräkningar av etableringsutrymmen för detaljhandeln i Avesta kommun. Vidare bör ytterligare uppmärksamhet göras runt handelsstråken, samt inventering av kommersiell service med mera. Vi rekommenderar att detta görs som en tilläggsstudie i nästa skede. I denna studie kan vi dock ge en övergripande analys av handelssituationen i kommunen med omnejd.

Dagligvaruhandeln

Dagligvaruhandeln i Avesta kommun omsatte 771 miljoner kronor år 2015. Försäljningsindex för dagligvaruhandeln uppgick till 101, vilket tyder på att Avesta kommuns dagligvarubutiker tillfullo tar tillvara på den köpkraft som finns hos kommuninvånarna. Utbudet av dagligvarubutiker har sin tyngdpunkt i centrala Avesta samt externhandelområdet Dalahästen. *Utbudet bedöms idag som gott i relation till kommunens storlek, med en butiksstruktur, som innefattar både färskvarubutik, lågprisbutik samt kompletterande ortsbutiker.*

HUI Researchs bedömning är att förutsättningarna är goda för att invånarna i Avesta och kommer fortsättningsvis vara trogna kommunens dagligvarubutiker. Denna bedömning grundar sig i huvudsak på att inköp av livsmedel är något man önskar göra i nära anslutning till bostaden.

Vi vill dock lyfta ett finger för att E-handelsutvecklingen till viss del kan förändra förutsättningarna för dagens konsumtionsmönster och således påverka strukturen. Vi bedömer dock att inom dagligvaruhandeln kommer e-handeln medföra mindre förändringar än för sällanköpsvaruhandeln. Detta baseras på den kunskap vi har idag och den kan snabbt förändras med hänsyn till teknikutvecklingen.

Reflektioner och slutsatser



Sällanköpsvaruhandeln

Med den konkurrensen som råder för sällanköpsvaror inom de närliggande kommunerna Borlänge och Västerås är det svårt att undvika ett utflöde inom just detta segment. Möjligheter finns dock att minska utflödet genom att utveckla sällanköpsvaruhandeln i kommunen.

Det är utifrån en snabbanalys omöjligt att säga vilket segment en nyetablering skall ske inom och vilka format som saknas. För detta behövs en mer djupgående analys göras.

Försäljningsindex sällanköpsvarusegmenten 2015 (Mkr)

Beklädnad	Hem & bygg	Fritid	Övrig sällanköp	Totalt
73	102	38	148	83

Det vi kan se i tabellen ovan för branschindex är att det finns potential inom fritidssegmentet där Avesta har ett lågt index på 38. Beklädnadshandeln har även ett index på 73 och har ett utflöde av omsättning. Hem & bygg har det starkaste indexet på 102.

Avesta har ett högre försäljningsindex inom sällanköpsvaruhandeln än de tre jämförelse kommunerna Ludvika, Köping och Lindesberg. Då Avesta har längre körtid till en större stad, till skillnad från de andra kommunerna, bidrar till att invånarna i Avesta blir mer benägna att handla på hemmaplan.

Café och restaurang

Köpkraften för café och restaurang uppgår idag till ca 200 miljoner kronor och förväntas öka med 40 miljoner kronor fram till år 2025.

Rekommendationer



Uppslag på framtida analyser

Vi rekommenderar Avesta att:

- Komplettera snabbanalysen för Avesta med en etableringsanalys. Etableringsanalysen visar på inom vilka branscher det finns utrymme att etablera. Således får Avesta ett styrdokument för vilken inriktning och omfattning som kommunen långsiktigt bör sträva efter. Detta ger också indikationer på vilka branscher som bör satsas på vid eventuella vakanser så inte feletableringar genomförs i ett överetablerat segment.
- En konsumentundersökning som visar vad kommuninvånarna tycker om handeln i Avesta, hur den lever upp till deras förväntningar och vad man saknar. Konsumentundersökningen kartlägger också var kunderna kommer ifrån vilket ger en indikation vilka marknader som Avesta har ett handelsinflöde ifrån och med vilken omfattning.
- Köpcentrumanalys för att utreda respektive styrkor och svagheter

