

# HANDELSUTREDNING UPPSALA KOMMUN BERGSBRUNNA TILLÄGG GOTTSUNDA



# HANDELSUTREDNING UPPSALA KOMMUN BERGSBRUNNA TILLÄGG GOTTSUNDA

## KUND

**Uppsala kommun**

## KONSULT

**WSP Analys & Strategi**

WSP Sverige AB  
121 88 Stockholm-Globen  
Besök: Arenavägen 7  
Tel: +46 10 7225000

**wsp.com**

## KONTAKTPERSON

Marcus Henrikson

[Marcus.Henrikson@wsp.com](mailto:Marcus.Henrikson@wsp.com)

070-301 63 88

UPPDRAGSNAMN  
Handelsutredning Uppsala  
kommun Bergsbrunna tillägg  
Gottsunda

UPPDRAGSNUMMER

10327719

FÖRFATTARE  
Marcus Henrikson, Henrik Vestin

DATUM  
2022-01-31

ÄNDRINGSDATUM

# SAMMANFATTNING

## INLEDNING

WSP har i denna rapport utrett behovet av handel i Gottsunda. Målet har varit att hjälpa kommunen att hitta en långsiktigt rimlig handelsetablering med flexibilitet i planeringen samt rätt placering av olika verksamheter.

## STRATEGI FÖR HANDEL OCH SERVICE I GOTTSUNDA

### Utgångspunkt: Gottsundas roll som stadsdelsgruppcentrum ska stärkas

Gottsunda Centrum fungerar idag som ett centrum för flera stadsdelar i Sydvästra staden. I och med att befolkningen i upptagningsområdet växer finns det goda förutsättningar för Gottsunda att behålla den rollen trots ökad konkurrens från e-handeln och ny konkurrens från Bergsbrunna centrum.

En utgångspunkt i rapporten är därför att Gottsundas roll som stadsdelsgruppcentrum ska stärkas och utvecklas.

Nedan beskrivs vilka implikationer det får för planering av handel, restaurang och service i stadsdelen.

### Omfattning och inriktning på utbudet

Lämplig omfattning och inriktning på utgår från vad som kan förväntas i stadsdelsgruppcentrum med liknande förutsättningar som Gottsunda avseende befolkningsunderlag i upptagningsområdet. Därefter har det gjorts en bedömning av hur konkurrensen (både lokalt från andra handelsplatser och generellt från e-handeln) påverkar förutsättningarna i Gottsunda. Marknadsunderlaget har justerats utifrån dagens inkomstnivåer (som är lägre än rikssnittet i närområdet). I närområdet kommer det att flytta in människor med högre inkomster än idag, så kallad gentrifiering, detta innebär att tillväxten och servicen ökar samtidigt med risken är att ekonomiskt svagare grupper trängs undan av högre hyror.

Potentialen för handel och restaurang visas i figuren nedan. År 2035 är potentialen för dagligvaror och sällanköpsvaror negativ. Det beror på att dagens ytor är för stora och att det tar längre än till 2035 innan befolkningen har ökat så mycket att det räcker för att befintliga lokaler ska nå en normal omsättning per kvadratmeter.

Potential lokalyta (kvm LOA, netto)		
	2035	2050
<b>Gottsunda</b>		
Dagligvaror	-1200	1 500
Sällanköpsvaror	-900	2 800
Restaurang & café	1 600	3 900
<b>Summa</b>	<b>-500</b>	<b>8 200</b>

Figuren visar att dagens yta i centrumbyggnaden i princip har rätt storlek år 2035 men profilen är "fel". År 2035 finns det för mycket dagligvaruyta, detta

regleras sannolikt naturligt genom att dagens butiker erhåller en allt högre yteffektivitet allteftersom nya bostäder tillkommer. För sällanköpsvaror är det mer problematiskt, risken finns att dagens beklädnadshandel inte orkar hålla ut tills man når en långsiktig hållbar lönsamhetsnivå (som till slut kommer!). Restauranger är en bransch i stark tillväxt, men som ofta ställer krav på trivsamma miljöer.

Till ytorna för handel och restaurang ska ytor för kommersiell och offentlig service med mera adderas. Det kan till exempel vara frisör, kemtvätt, teater, simhall, gymnasium, skola, sjukhus. Även yta för större gym tillkommer. samt yta för apotek och systembolag.

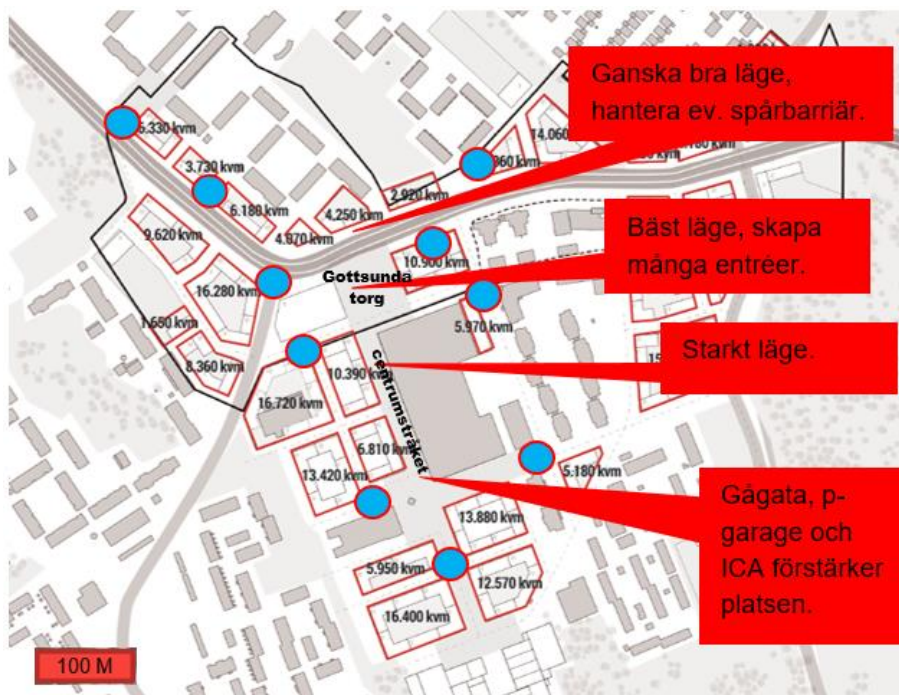
Systembolaget bedöms bli kvar i Gottsunda tack vare den planerade stora befolkningsökningen. Det finns även på sikt underlag för fler livsmedelsbutiker utanför Gottsunda, exempelvis i Ultuna, där det tillkommer cirka 4 500 bostäder.

Utöver handel, restaurang och kommersiell service finns det behov av och potential för andra verksamheter som kan ligga i gatuplan. Då det är mycket svårt att matematiskt räkna fram potentialen har WSP genomfört en benchmarkstudie med andra stadsdelscentrum för flera stadsdelar. Resultaten visar att det i Gottsunda finns potential att utveckla befintliga verksamheter och komplettera med nya verksamheter i Gottsunda. Några exempel är: vård & hälsa, kultur- och fritidsverksamheter, förskolor och utbildning.

Rapporten ger några referenser på verksamheter som ger levande botten våningar i centrum med ett nyttjande som inte är utpräglat kommersiellt men som ändå har blivit bra och bidrar till platsens upplevelse och trygghet.

### **Lokalisering av verksamheter**

I rapporten ges förslag på lämplig lokalisering av gatuplansverksamheter. Förslagen utgår från att verksamheterna ska ges goda kommersiella förutsättningar.



Figuren ovan visar rekommenderade lägen för handel, restaurang och service med bäring på etableringspreferenser. Blå punkter är ungefärliga lägen för mindre lägesbunden restaurang och service.

### Vikten av flexibilitet i planeringen av lokaler

Bedömningar av det totala ytbehovet för handel, restaurang och service år 2050 är svårt att göra eftersom det bygger på långsiktiga prognoser för e-handelns utveckling, prognoser för konsumtion per capita, prognoser för antalet boende och arbetande med mera.

Det finns därmed en osäkerhet om hur mycket lokaler som behövs och vilken mix av handel, restaurang och kommersiell service som är lämplig och möjlig. Mixen av verksamheter kan också behöva förändras över tid för att möta rådande konsumtionspreferenser. Det kan även finnas behov av snabba tillfälliga förändringar. Ett exempel på det är Coronapandemin där lokaler för handel och service hyrdes ut till skolor, idrott, kontor med mera.

En annan konsekvens av att Gottsunda byggs ut under lång tid är att en del lokaler för handel och service måste byggas innan befolkningsunderlaget är så stort för att det finns tillräckligt kommersiellt underlag för verksamheterna. Det kan leda till outhyrda lokaler, vilket är en ekonomisk belastning för fastighetsägaren. Tomma lokaler innebär även att stadsdelen känns mindre levande.

Med den långa tidshorisont som föreligger i Gottsunda, där utbyggnaden ska pågå till 2050, kan det vara en idé att bygga bostäder "utifrån och in", dvs kvarteren som är mest attraktiva för handel och service byggs sent i processen. I annat fall behöver platsen vända sig till ett större upptagningsområde, bli en destination.

För att hantera de osäkerheter och risker en lång utbyggnadsperiod innebär bör gatuplanslokaler planeras och byggas med flexibilitet. Flexibilitet kan skapas på flera sätt:

- Flexibilitet i vilka typer av gatuplansverksamheter detaljplanen tillåter.
- Flexibilitet i detaljplanen avseende var gatuplansverksamheter ska vara tvingande eller tillåtna.
- Flexibilitet i byggnaden så att många olika användningar är möjliga, det går att dela upp eller slå ihop lokaler etcetera.
- Flexibilitet i markanvändning så att mark som ännu är bebyggd kan användas till parkering, tillfälliga verksamheter, utegym, marknad med mera.
- Rätt ägande. Förstå och hantera att olika ägare har olika förutsättningar att förvalta gatuplanslokaler.

### Att tänka på

En intressant observation är att stadsdelscentrum lokaliserade i områden med en relativt stark närmarknad och attraktiva boendemiljöer i sitt omland har fått en revansch. Trenden med rätt varumärken och innehåll är en effekt av det starka och "individuella" varumärkesbyggandet som alltmer omgärdar vårt boende. De nya bostäderna i Gottsundaområdet spelar alltså en nyckelroll.

För upplevelsen av platsen är det en fördel att kommunal service flyttar till ett läge närmare nya spårvägsstråket. Att allt samlas kring ett sammanhållet torg är en styrka. Att servicen finns kvar i området är dock det mest avgörande, trenden är att denna centrumtyp får en allt större andel service på handelns bekostnad. Detta särskilt i ljuset av att handeln under en period kommer att få det tufft innan det blir bättre igen. Dock behöver byggnader för kultur och simhall samplaneras med lämpliga bottenplanslokaler och butiksentréer.

Två viktiga förutsättningar för den fysiska analysen är att parkeringsgarage / mobilitetshubbar placeras enligt förslag *Strukturplan (bilaga 2, januari 2020)* och att såväl längs huvudgator som lokalgator finns möjligheter till kantstensparkering och angöring. Viss typ av handel med skrymmande varor kräver att det finns tillgång till parkeringsplatser eller att det finns möjlighet till hemleverans. T.ex. matvarubutiker är alltjämnt beroende av parkeringsmöjligheter i direkt närhet till affären. Kunderna är beredde att gå mycket korta sträckor med matkassarna.

<b>1</b>	<b>INLEDNING</b>	<b>8</b>
1.1	BAKGRUND OCH SYFTE	8
1.2	UTREDNINGENS OMFATTNING	8
<b>2</b>	<b>TRENDER MED FOKUS PÅ GOTTSUNDA</b>	<b>10</b>
2.1	FÖRÄNDRADE KONSUMTIONSBETEENDEN	10
2.2	OLIKA MARKNADSPLATSERS ROLL OCH FUNKTION	10
<b>3</b>	<b>MÖJLIG MÄNGD HANDEL I GOTTSUNDA</b>	<b>13</b>
3.1	INLEDNING	13
3.2	GOTTSUNDA CENTRUM IDAG	13
3.3	VISIONEN FÖR GOTTSUNDA	13
3.4	KONKURRENTER TILL GOTTSUNDA CENTRUM	15
3.5	UTVECKLINGSPOTENTIAL OCH YTBEHOV 2035 OCH 2050	17
<b>4</b>	<b>KOMPLETTERING AV UTBUD UTÖVER DETALJHANDEL OCH RESTAURANG</b>	<b>26</b>
4.1	INLEDNING	26
4.2	UTBUDET I FYRA STUDERADE STADSOMRÅDEN	31
4.3	POTENTIAL FÖR E-HANDELSFUNKTIONER I STADSDELSCENTRUM	38
4.4	SLUTSATSERNA PEKAR PÅ MÖJLIGHETER PÅ SIKT	41
<b>5</b>	<b>LOKALISERING AV VERKSAMHETER</b>	<b>45</b>
5.1	INLEDNING	45
5.2	FYSISK ANALYS	46
5.3	LOKAL MARKNADSMODELL	49
5.4	FÖRSLAG PÅ PLACERING AV VERKSAMHETER	49
5.5	ÖVERGRIPANDE SYNPUNKTER PÅ STRUKTURPLANEN	51
<b>6</b>	<b>VIKTEN AV FLEXIBILITET I PLANERINGEN</b>	<b>53</b>
6.1	INLEDNING	53
6.2	FLEXIBILITET I DETALJPLANEN	53
6.3	FLEXIBILITET I BYGGNADEN	54
6.4	ÄGANDE	56
6.5	TILLFÄLLIG ANVÄNDNING AV MARK FRAM TILL DESS ATT BEHOV AV EN BYGGNAD UPPSTÅR	57
6.6	SLUTSATSER MED BÄRING PÅ GOTTSUNDA	57
<b>7</b>	<b>BILAGA – DEFINITION AV BRANSCHTILLHÖRIGHET</b>	<b>59</b>
<b>8</b>	<b>BILAGA – DEFINITION AV OLIKA HANDELSBEGREPP</b>	<b>62</b>



# 1 INLEDNING

## 1.1 BAKGRUND OCH SYFTE

I Gottsunda ska stadsnoden utvecklas med en stor mängd bostäder. I samband med detta vill Uppsala kommun ha utrett hur stadsnoden kan komma att utvecklas. Samtidigt ska Bergsbrunna, som påverkas av planerna i Bergsbrunna, få en ny stadsnod.

WSP har tidigare utrett Bergsbrunna och det har blivit angeläget för Uppsala kommun att även genomföra en kompletterande utredning avseende Gottsunda. Utredningen har genomförts av Marcus Henrikson (uppdragsledare), Henrik Vestin och Ruth Wiberg. Kontaktperson hos uppdragsgivaren har varit Stefan Eriksson.

## 1.2 UTREDNINGENS OMFATTNING

Nedan visas en bild på Gottsunda Centrum idag. Den långa byggnaden innehåller kommersiella funktioner i norr och vård, skola, simhall, teaterverksamhet, bibliotek och liknande i den södra delen.



Figur 1 Gottsunda Centrum idag.

Prognosår är valt till åren 2035 och 2050. Området förtätas löpande med bostäder under perioden fram till 2050. Gottsunda ligger före Bergsbrunna i utbyggnadstakt (vilket kan vara en fördel handelsmässigt). Det finns en parkeringsutredning framtagen.



Utredningen kommer att hantera följande av kommunen initierade problemställningar:

- Tankar kring mängd möjlig handel i förhållande till bostäder - idag och i relation till fullt utbyggd stadsnod.
- Tankar kring fördelning av kommersiella ytor mellan dels inomhuscentrum dels i bottenvåningarna utifrån strukturplanen: volym och placering i det som inte ligger i själva centrumbyggnaden.
- Markering av lägen och storlek på lokaler där det bedöms vara marknadsmässigt lämpligt att placera restaurang/café i bottenvåningar och därmed lämpligt att förbereda med ventilation och andra lösningar som krävs för restaurangverksamheter.
- Tankar kring kompletterande offentlig och social service: volym och lägen utifrån nuläge och i relation till fullt utbyggd stadsnod.
- Nya tankar kring vad ett centrum är 2030 och hur man tar höjd för det i planeringen 2021.
- Ev. referenser på levande bottenvåningar och centrum med utnyttjande som inte bara är kommersiellt men ändå har blivit bra.
- Ev. goda exempel där man har lyckats med att bygga "för stora ytor" tidigt och hur de har utnyttjats i avvaktan på att efterfrågan i nybebyggelse har blivit tillräckligt stark.
- Förtydligande: kommunen (plansidan) tänker att detaljplanen generellt skall vara flexibel och möjliggöra såväl bostad som handel i bottenvåningarna, men i vissa lägen kommer man att vilja ha tvingande bestämmelser och där är det av intresse att få input vilka lägen som det är rimligt att kommunen säger att det ska vara butik i och inte bara får vara.
- Resonemang kring betydelsen av att kommunal service finns kvar och betydelse huruvida idrott/kultur (men inte simhall) mm finns kvar i befintligt läge alternativt flyttar till ett läge närmare nya spårvägsstråket.

## 2 TRENDER MED FOKUS PÅ GOTTSUNDA

### 2.1 FÖRÄNDRADE KONSUMTIONSBETEENDEN

De nya konsumentpreferenserna kommer att styra strukturomvandlingen av handel och därtill kopplad service och kan beskrivas på olika sätt. De kan sammanfattas i:

- *Handla billigt* – ofta livsmedel eller större inköp till hem och hobby. Externa singeletableringar och volymhandelsområden står för denna handel.
- *Handla rationellt*. Inköpslistans olika poster handlas snabbt och enklast i köpcentrum. Även välsorterade stadskärnor erbjuder rationell handel.
- *Handla upplevelser*. Stadskärnans utbud är i detta fall, än så länge, unikt med sin blandning av kultur, miljö och kommersiell handel. Stadens styrka ligger i ett unikt utbud och en unik miljö. Köpcentrum försöker ta fatt i denna komparativa fördel.
- *Handla på vägen* till och från arbetet, fritidssyssla eller dylikt. Ofta ren servicehandel i anslutning till allmänna färdmedel, på bensinstationer med mera. Butikerna står för relativt små volymer totalt sett.
- *Handla över nätet*. Handla över nätet är en extrem form av att handla rationellt. Inköpsbeteendet att handla över nätet matchas endast av att handla billigt. Alla övriga beteenden tappar marknadsandelar till dessa två.

Dessa huvudlinjer speglar ett rationellt, och från handelns synpunkt, realistiskt synsätt. Drivkraften för handeln är lönsamhet och handeln måste därför så nära som möjligt följa kundefterfrågan och kundbeteenden.

### 2.2 OLIKA MARKNADSPLATSERS ROLL OCH FUNKTION

Vilken roll och funktion en plats bör ha är viktigt att reflektera över och ta i beaktande för att på bästa sätt skapa en hållbar och attraktiv kommersiell stad eller stadsdel. På ett övergripande plan har det skett en strukturomvandling inom handeln. Konkurrensen mellan olika marknadsplatser har förändrats med tiden.

Handeln koncentreras idag allt mer till befolkningstäta regioner och kunderna reser i högre utsträckning till de stora marknadsplatserna i regionen. Konkurrensen inom handeln sker i hög utsträckning via olika handelsplatser. Människor handlar olika varor på olika platser - vissa varor i den närmaste gallerian och andra i den lokala butiken i bostadsområdet.

Större och mer skrymmande varor, som möbler eller vitvaror, inhandlas ibland på en extern handelsplats som har ett brett utbud. Var människor

väljer att handla drivs av utbudet, tillgänglighet, närvaron av annan service samt hur attraktiv en handelsplats upplevs.

Det kommersiella utbudet i staden bör sättas i ett större sammanhang då den till sin karaktär är regional och dess utveckling påverkas av en rad omvärldsfaktorer som bland annat:

- Vad efterfrågar kunderna, vad erbjuder företagen?
- Hur utvecklas stadskärnan, kommuncentrum och andra handelsplatser?

I en kommun finns som regel flera olika former av handelsplatser, allt ifrån enskilda butiker till köpcentrum, stadskärnor och externa handelsplatser. Handelsplatserna har olika innehåll och funktion. Bostadsområdescentrum och stadsdelscentrum har i huvudsak en lokal marknad och utbudet är framförallt inriktat på konsumenternas dagliga behov. Köpcentrum och externa handelsplatser har ett större upptagningsområde och utbudet är varierat med både dagligvaror och sällanköpsvaror samt restauranger. Stadskärnor och kommuncentrum har ett stort upptagningsområde och det mest kompletta utbudet med såväl handel och restaurang som hotell samt annan kommersiell service och offentlig service.

Gottsunda Centrum är ett centrum för boende i stadsdelen Gottsunda samt i närliggande stadsdelar. Även efter det att Bergsbrunna Centrum har färdigställts så kvarstår statusen som stadsdelsgruppcentrum.

### **Centrum för flera stadsdelar (stadsdelsgruppcentrum)**

#### **Styrkor**

Denna centrumkategori har ett starkt kundflöde där fler än de boende i centrumets närområde besöker platsen. Det finns i regel ett stort utbud och en välutvecklad handelsstruktur med lokala handlare och kedjeföretag samt offentliga verksamheter. Här möts människor från olika stadsdelar och centrumet utgör ofta en knutpunkt i kollektivtrafiken. Det finns i regel en stark ekonomisk bärkraft vilket gör att det ofta känns rent och välskött. Det finns ofta bra resurser för olika utvecklingsprojekt, exempelvis som kan bygga bort otrygghet.

#### **Svagheter**

De större centrumen upplevs ofta inte lika personliga som de mindre. En svaghet som kan utvecklas är centrumens varumärke då de skulle kunna ha tydligare platsmarknadsföring, skyltning etcetera, både visuellt och innehållsmässigt. De större centrumen är ofta egna enklaver med en tydlig fram- och baksida. Baksidan är ofta vänd utåt vilket medför dålig integrering i omgivande bebyggelsestruktur och kräver stora parkerings- och logistiktor. Platser för rekreation och grönytor är förhållandevis få.

#### **Möjligheter**

Dessa centrum har som regel bra resurser att anordna övergripande aktiviteter samt att göra investeringar som gynnar hela centrumet. De anses ofta attraktiva att investera i från externa bolag då avkastningen i regel är hög. De har även en ekonomisk möjlighet som saknas i de mindre centrumen och det finns en potential för ökade fastighetsvärden.

## Hot

De stora centrumen måste konkurrera med andra större handelsplatser som exempelvis externa handelsområden och gallerior. Även om tillgängligheten ofta är god till dessa centrum via både vägar och kollektivtrafik kan det vara en tids- och resurskrävande process att ta sig till och från centrumet. De mindre centrumen är ofta mer tillgängliga för vardagsärenden då de ofta ligger närmare bostaden.

## Lokala stadsdelscentrum

### Styrkor

I denna centrumkategori finns ofta ett visst utbud av daglig service såsom dagligvaruhandel, bibliotek och offentliga verksamheter. Ofta finns det mer offentlig verksamhet än i det lilla centrumet och det är som regel goda kommunikationer till och från centrumet. Det finns en närhetspotential med en tydlig stadsdel som man servar. En annan styrka är att beslutsvägarna ofta är kortare, görs något så märks det ofta direkt. För de boende kring centrumet är det korta avståndet mellan bostad och centrum en styrka.

### Svagheter

Centrumen i denna kategori är ofta byggda för en annan tid och ett annat innehåll, både visuellt och fysiskt. Ofta återfinns lokaler som inte är anpassade till dagens förutsättningar i bra och centrala lägen. Som exempel lyfts dagligvaruhandeln fram där stora butiker ofta ligger med långsidan mot stråken med långa och slutna fasader som följd. Ytorna räcker i flera fall inte till och dessa verksamheter får inte plats att expandera vilket gör att de riskerar att halka efter större centrum för flera stadsdelar och externa handelsområden. Verksamheterna i centrumen är ofta utspridda med oklara flöden och vaga gränser vilket gör dem svåra att överblicka.

### Möjligheter

En stor potential för denna centrumkategori är att addera ett större utbud som servar vardagen, exempelvis genom förskolor, gym eller andra sociala vistelseytor. Ofta har de mellanstora centrumen för lite yta för den lokala dagligvaruhandeln. Människor gör ofta merparten av sina inköp av dagligvaror i närheten av hemmet varför en möjlighet därför är att bereda mer plats för de lokala livsmedelsbutikerna. De mellanstora centrumen har även en stor möjlighet att skapa en lokal särprägel genom att nischa sig. Genom att satsa på uppfräschning eller omvandling motverkas potentiell social utsatthet och stärker den lokala förankringen och självkänslan hos de boende.

## Hot

I vissa centrum har staden en bra rådighet men i flera andra saknas detta vilket försvårar stadens möjlighet till påverkan. Flera centrum är direkt utsatta för konkurrens från närliggande större centrum som tenderar att locka till sig köpkraft från mellanstora och mindre centrum. Att få ekonomi för större förändring kan därför vara svårt, om än ibland nödvändigt.

## 3 MÖJLIG MÄNGD HANDEL I GOTTSUNDA

### 3.1 INLEDNING

Frågan om hur mycket handel det kan finnas i Gottsunda besvaras genom att en handelsanalys genomförs. Syftet med en marknads- och handelsanalys är att bedöma en handelsdestinations marknads- och omsättningspotential. Detta för att rätt dimensionera lokalytor för dagligvaror, sällanköpsvaror, restauranger- och caféer och övrig kommersiell service. Detta sker med hänsyn tagen till den framtida tillväxten inom marknadsområdet och den nuvarande och framtida konkurrenssituationen.

Här antas att Bergsbrunna får en etablering enligt scenario Mellan, det vill säga att för de Sydöstra stadsdelarna väljs strategin med ett mellanstort centrum vid Gottsunda C (se basutredningen för Bergsbrunna).

Analysen görs för tre tidpunkter: 2020, 2035 och 2050.

Vid sidan om bedömning av framtida behov av detaljhandel och restaurang i Gottsunda (detta kapitel), diskuteras i nästa kapitel olika sätt att berika gatan med andra verksamheter.

### 3.2 GOTTSUNDA CENTRUM IDAG

Gottsunda Centrum är ett centrum för boende i stadsdelen Gottsunda samt i närliggande stadsdelar i Sydvästra staden. Gottsunda centrum klassas därmed som ett stadsdelsgruppcentrum. Handeln i Gottsunda centrum består till stor del av dagligvaruhandel med ICA Kvantum, Willys, Lidl och Systembolaget som starka dragare av kunder. Sällanköpsvaruhandeln är begränsad till knappt 10 butiker.

I Gottsunda Centrum finns även ett omfattande serviceutbud, till exempel bibliotek, folktandvård, vårdcentral, badhus och kulturhus.

Gottsunda är, liksom Börjetull, Bergsbrunna och Gränby en av Uppsalas fyra stadsnoder i översiktsplanen.



Figur 2 Gottsunda Centrum.

### 3.3 VISIONEN FÖR GOTTSUNDA

Strukturplanen för Gottsunda stadsnod (Gottsunda stadsnod, strukturplan, januari 2020) är en vidareutveckling av hur målsättningarna i planprogrammet blir till fysisk form: befintliga stråk förstärks och nya

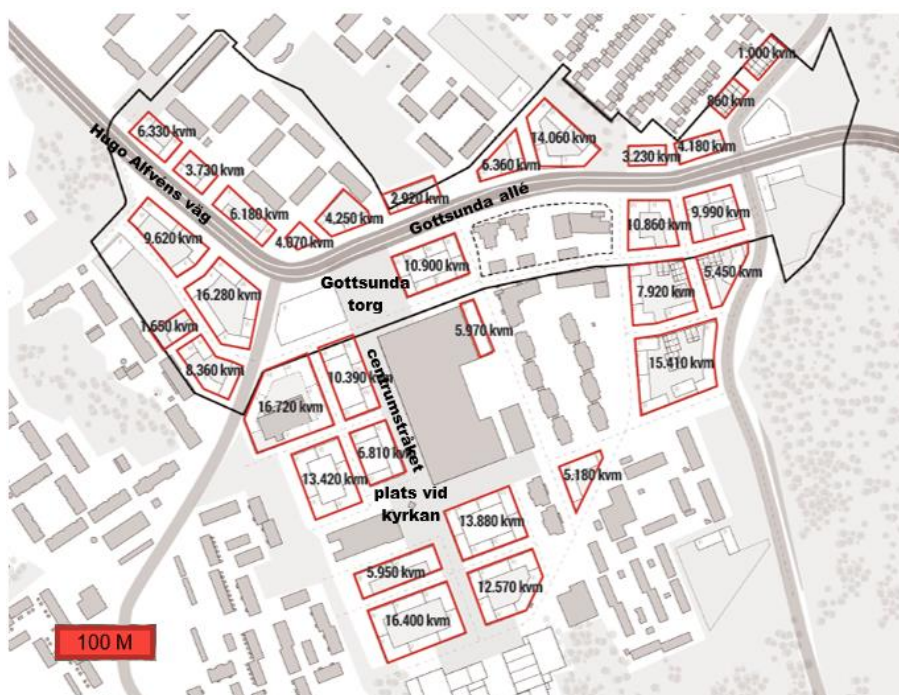
kopplingar föreslås för att skapa en mer sammanhängande stadsdel som det är lätt att hitta till och orientera sig i. Kvaliteten på stadsrummen ska höjas.

Strukturplanen föreslår en ny placering av Gottsunda torg och nya platser längs ett centralt stråk, alla med olika egenskaper för mer variation i de offentliga rummen.

Bebyggelsen föreslås få lokaler för verksamheter längs alla huvudstråk och i strategiska hörn för att uppnå ett ökat stadsliv och ökad trygghet i gaturummen.

Tanken är att centrumets tyngdpunkt skjuts mot nordväst och besöksintensiva verksamheter fokuseras längs centrumstråket och norrut mot Gottsunda allé och det nya torget. Här finns möjlighet att placera simhall och kulturverksamhet i direkt anslutning till kollektivtrafikhållplatsen.

Figuren nedan visar hur området är tänkt att fungera när det är fullt utbyggt.

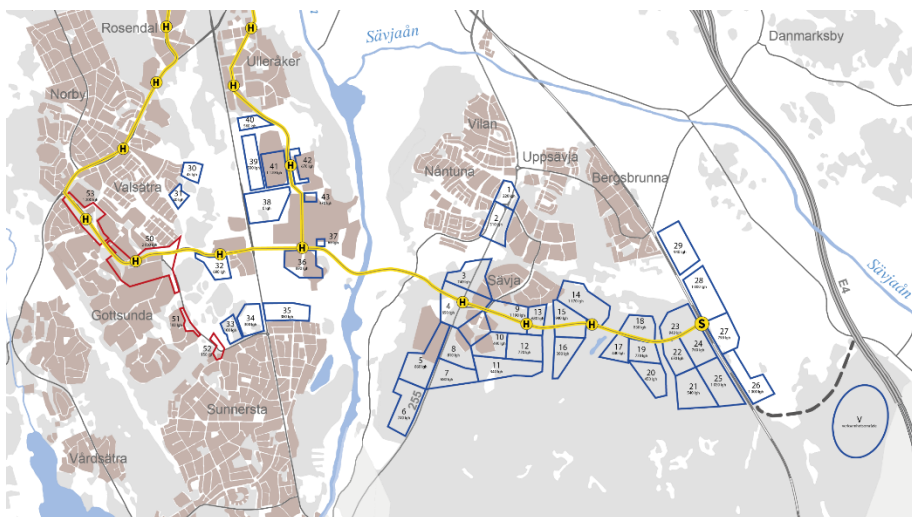


Figur 3 Visionen för Gottsunda.

År 2035 planeras det ha tillkommit cirka 3 700 bostäder i Gottsundas primära upptagningsområde och år 2050 knappt 10 000 bostäder (källa: Skedestidsplan, 19 januari 2021, utkast). Utbyggnadstakten (andel färdigställda bostäder jämfört med totalen) är högre i Gottsunda än i Bergsbrunna, dock är utbyggnadsvolymen i Bergsbrunnas större.

Tre busslinjer planeras som kommer att komplettera den nya spårvägen: buss 7, som mest en buss var femte minut i vardera riktningen, buss 11, som mest en buss var tionde minut i vardera riktningen och buss 107, en buss varje halvtimme i varje riktning (källa: Region Uppsala).





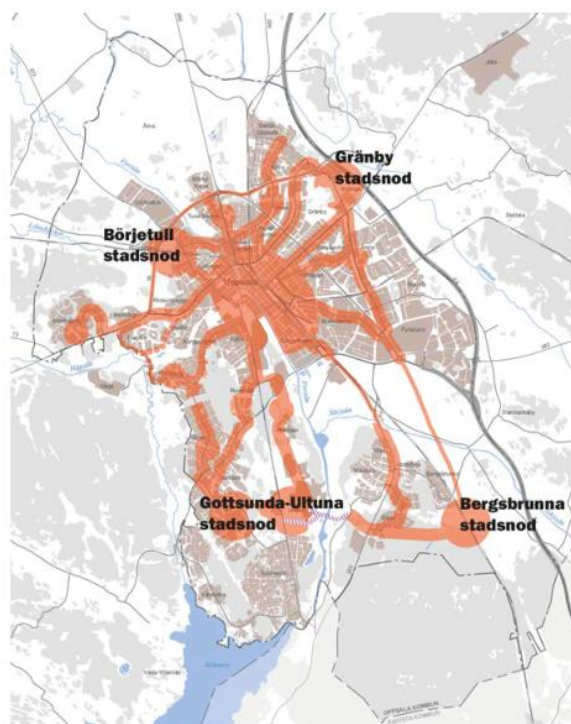
Figur 4. Ny spårväg genom området som kopplar samman Bergsbrunna, Gottsunda och stadskärnan. Streckad linje: ny väg mellan E4 och Bergsbrunna. Detta bidrar till att skapa en entré till området och naturliga stråk inom området.

### 3.4 KONKURRENTER TILL GOTTSUNDA CENTRUM

Förutom en ökad konkurrens från e-handeln bedöms Gottsunda fortsatt uppleva en konkurrens från tillkommande handel i Bergsbrunna. Det planeras för relativt mycket handel kring stadsnoden Bergsbrunna, som även planeras bli ett kollektivtrafiknav med kontorshubb.

Det är tack vare en stor befolkningsökning i och nära Gottsunda som Gottsunda bedöms klara av konkurrensen från Bergsbrunna.

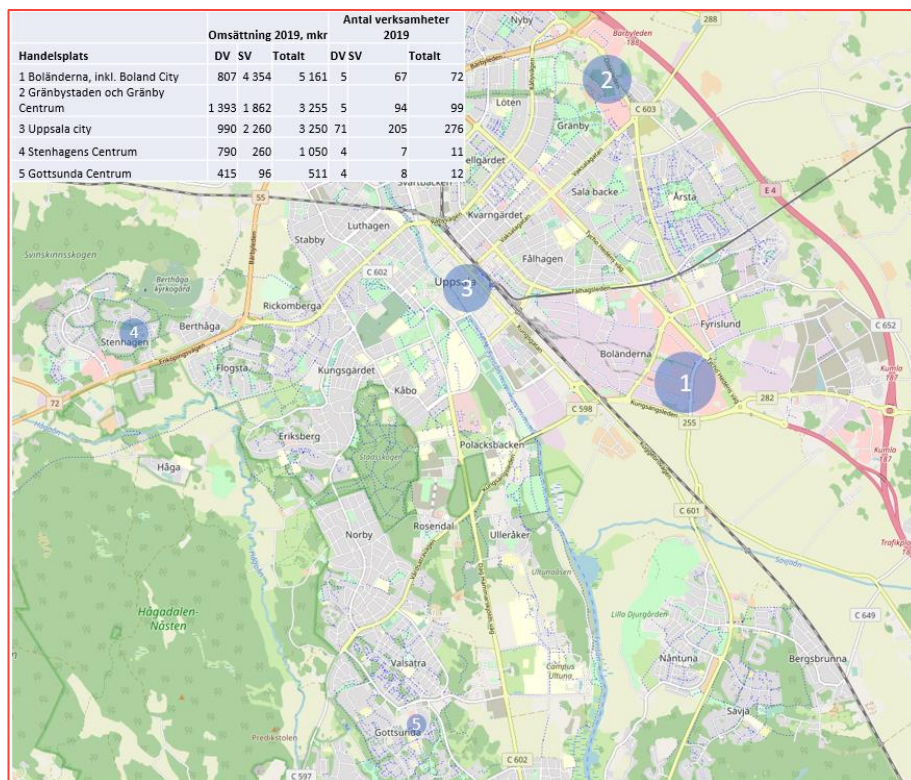
Gottsunda ska vara en av stadens stadsnoder, beskrivet i Uppsalas översiktsplan, se figur nedan.



- Stadsnoder:
- Gottsunda-Ultuna
  - Gränby
  - Bergsbrunna
  - Börjetull

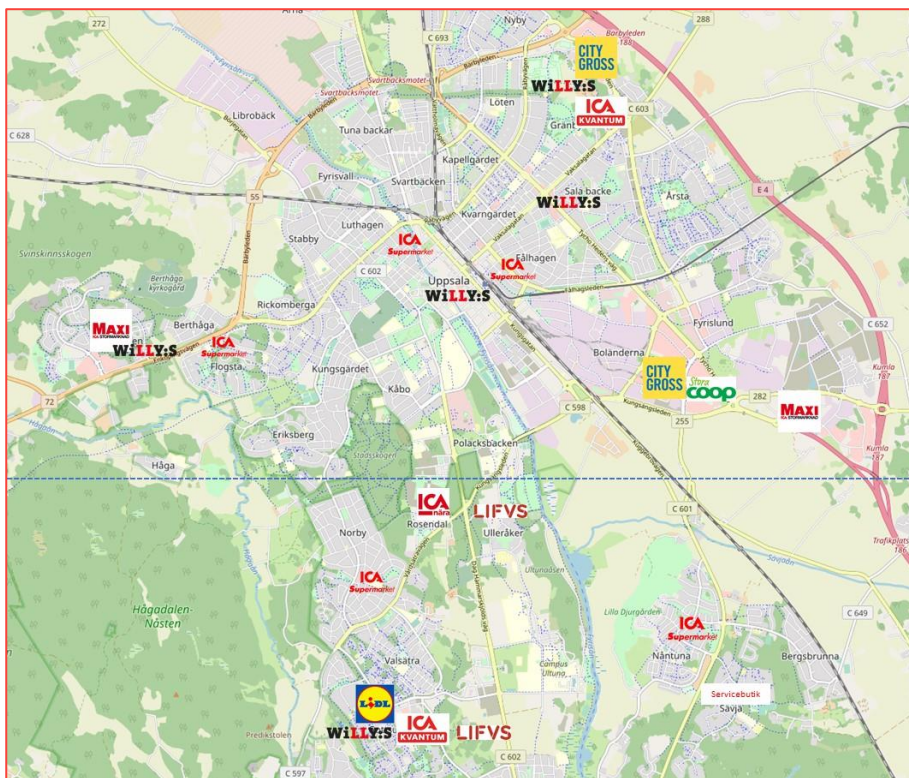
Figur 5 Gottsunda ska enligt översiktsplanen vara en av Uppsalas stadsnoder. Källa: Uppsala kommun.

Gottsundas läge i kommunen framgår av figuren nedan.



Figur 6 Handelsplatser i Uppsala kommun. DV = Dagligvaror, SV = Sällanköpsvaror. Källa: SSCD och WSP. Notera att detta är omsättning före pandemin.

Dagligvarubutiker finns på många platser i Uppsala kommun. Stormarknader finns i handelsområdena Boländerna, Gränby och Stenhagen samt i Gnista. Övriga butiker finns i stadsdelscentrum, bostadsområden och i enskilda lägen. I figuren nedan visas livsmedelsbutiker i Uppsala kommun. Under den streckade linjen visas samtliga butiker. Ovanför den streckade linjen visas endast butiker med omsättning över 150 mkr.



Figur 7 Livsmedelshandel i Uppsala kommun. Tre starka koncept finns redan i Gottsunda.

### 3.5 UTVECKLINGSPOTENTIAL OCH YTBEHOV 2035 OCH 2050

#### Inledning

I detta avsnitt beskrivs hur underlaget i Gottsundas upptagningsområde kommer att utvecklas till 2035 och 2050. År 2035 är några år efter den nya spårvägen står färdig med hållplatser i Gottsunda och i andra bostadsområden i närområdet. År 2050 är när hela utbyggnaden av bostäder genomförd. Siffrorna i figurena nedan är endast skenbart exakta, de ska avrundas.

Ett centrum för flera stadsdelar (stadsdelsgruppcentrum) kännetecknas av att det är en större samlingsplats med handel, kommersiell service samt grundläggande samhällsfunktioner. Tillgängligheten är hög och kopplingen till näraliggande stadsdelar stark. I centrumet arrangeras olika typer av evenemang i en inbjudande och omhändertagen fysisk miljö. Trygghet, tydlighet, närhet och liv över dygnets alla timmar skapar en mötesplats för människor med olika bakgrund. Centrumet är en mötesplats med social mångfald och aktiviteter som attraherar flera målgrupper.

Ett framgångsrikt stadsdelsgruppcentrum behöver bli så bra att man är beredd att åka en bit extra utan att för den skull välja någon av kommunens större handelsplatser. Centrumtypen speglar människors behov av rationella inköp relativt nära bostaden, men där man kan kombinera ett bra grundutbud med känslan av småskalighet. Fungerar strategin är den ekonomisk, ekologisk och socialt hållbar.

Dessa centrum har därför varit vinnare under coronapandemin. Utmaningen består i att traditionellt har denna centrumtyp haft det svårt. Men det finns



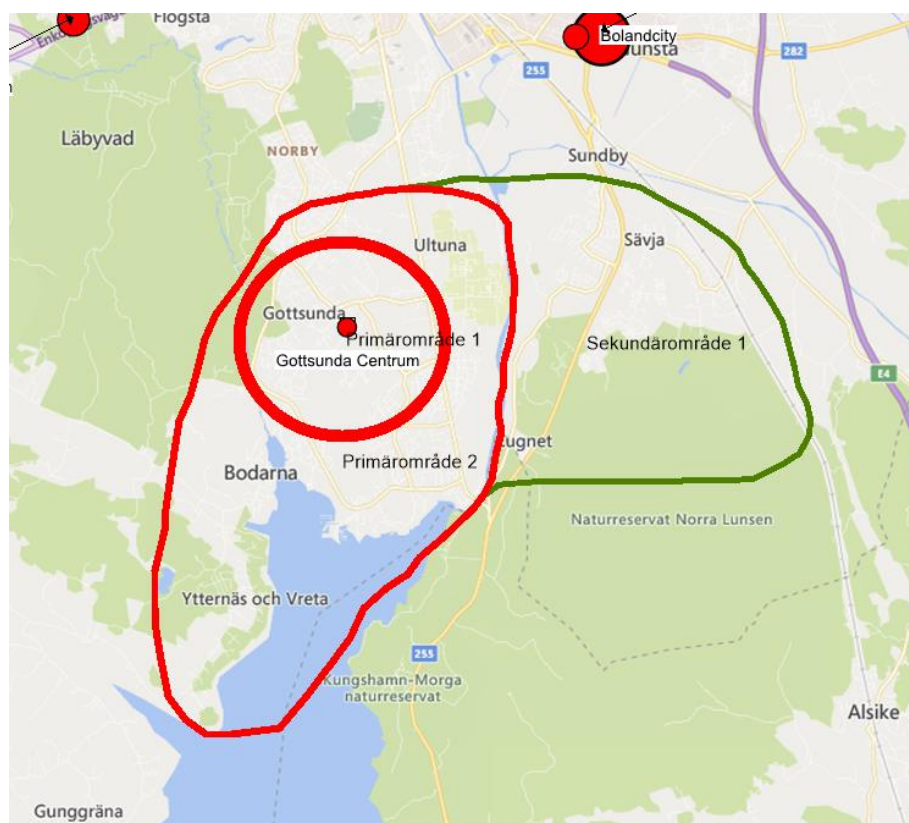
idag många exempel på framgångsrika stadsdelsgruppscentra ehuru i mycket centrala lägen.

Stadsdelscentrum är mindre utsatta för e-handelskonkurrens än stadskärnor, köpcentrum och externhandel eftersom det främsta konkurrensmedlet inte är pris eller ett stort utbud utan närhet och god tillgänglighet. Centrumtypen ställer stora krav på rätt läge, tillgänglighet och kräver ett stort närhetsunderlag med god ekonomi.

### **Gottsundas upptagningsområde**

Gottsunda Centrum är ett stadsdelsgruppscentrum i Uppsala. I Gottsunda centrum primära upptagningsområde ingår, förutom Gottsunda, stadsdelarna Sunnersta, Ulleråker, Vreta och Ultuna. I dessa stadsdelar och deras underområden är utbudet av handel och service kraftigt begränsat och för de som bor i dessa områden är Gottsunda centrum den närmaste större centrumpunkten. I Gottsunda centrum finns å andra sidan mer handel och service än vad som sammanlagt skulle vara möjligt att skapa i respektive stadsdel. Man kan därför säga att de boende ger upp den riktigt lokala tillgängligheten till handel och mot att få bra tillgänglighet på lite längre avstånd.

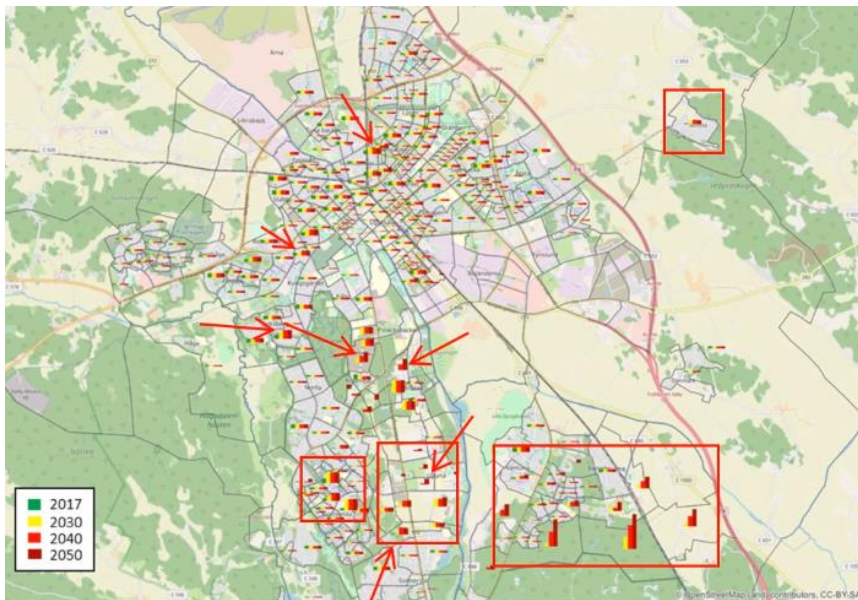
Avgörande vid definition av marknadsområde är en bedömning av läget avseende tillgänglighet och analys av konkurrens och barriärer. I figuren nedan visas Gottsundas nuvarande upptagningsområde.



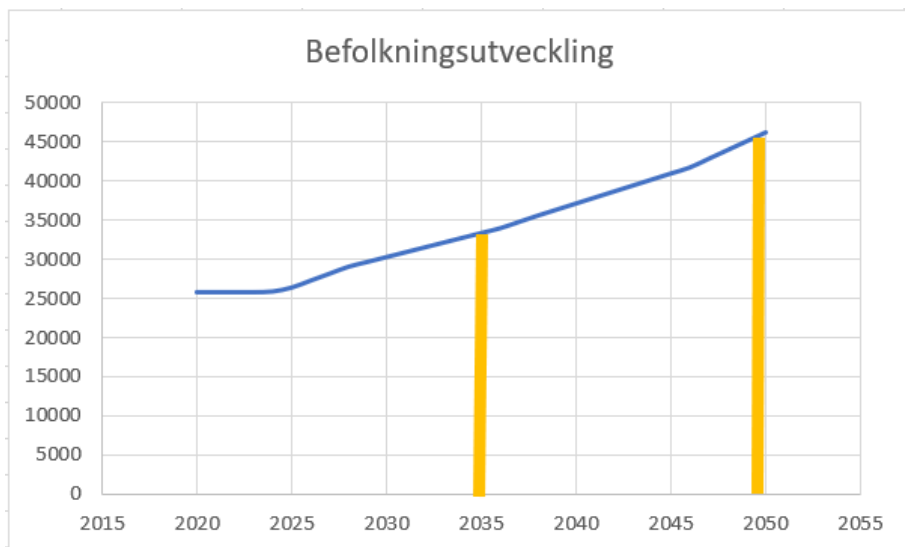
Figur 8 Gottsunda Centrums primära och sekundära marknad. Den inre cirkelns radie är 1 km

### **Köpkraftens framtida utveckling**

Av central betydelse för handelns utveckling på lång sikt är befolkningens storlek, dess tillväxt och inkomstnivåer. Dessa faktorer påverkar den totala köpkraften. Figuren nedan visar var nya bostäder planeras att tillkomma.



Figur 9 Tillkommande befolkning i kommunen är koncentrerad till de södra delarna, se röda pilar och rutor.



Figur 10 Den största delen av befolkningsutvecklingen i Gottsundas primära upptagningsområde kommer efter 2035. År 2035 har ca 37 % av bostadsbyggandet färdigställt.

WSP har utgått från kommunens uppgifter om befolkningens utveckling i Gottsunda på hög detaljeringsnivå (enligt skedestidsplanen).

Gottsunda C upptagningsområde	Befolkning			Förändring	
	2020	2035	2050	2020-2035	2020-2050
Primärområde 1	16 579	22 082	27 762	5 503	11 183
Primärområde 2	9 253	11 273	18 396	2 019	9 143
<b>P1+P2</b>	<b>25 832</b>	<b>33 354</b>	<b>46 158</b>	<b>7 522</b>	<b>20 326</b>
Sekundärområde 1	9 950	25 676	54 276	15 726	44 326
<b>Totalt</b>	<b>35 782</b>	<b>59 030</b>	<b>100 434</b>	<b>23 248</b>	<b>64 652</b>

Figur 11 Befolkning baserad på kommunens utbyggnadsprognos. Det tillkommer ca 20 000 invånare i de viktiga primärområdena.

Per capita konsumtionsuppgifterna har reducerats för prognostiserad försäljning via e-handeln och är justerad för områdenas inkomstnivåer.

Dagens inkomstnivåer (som är lägre än riksnittet i närområdet) kommer på sikt att öka genom bostadsbyggandet, så kallad gentrifiering. Detta innebär att tillväxten och servicen ökar samtidigt med risken är att ekonomiskt svagare grupper trängs undan av högre hyror.

Område	Inkomstindex
Primärområde 1	82
Primärområde 2	137
Sekundärområde 1	105
Uppsala län	99
<b>Sverige</b>	<b>100</b>

Figur 12 Områdenas inkomstnivåer och karaktärer skiljer sig åt. I primärområde 1 bor 60 % i hyresrätt och i primärområde 2 bor 80 % i ägd bostad.

Marknadsunderlaget baseras på uppgifter om befolkningen och framtida befolkningstillväxt i respektive del av marknadsområdet samt uppgifter om per capitakonsumtionen idag och prognoser om olika varugrupper framtida tillväxt.

Konsumtionsunderlaget växer inte rätlinjigt utan påverkas av konjunkturen. Det kan till och med bli så att tillväxten i början av perioden uteblir för att sedan skjuta fart allteftersom tiden går.

Figuren nedan visar underlaget för dagligvaror, sällanköpsvaror och restaurang för ett stadsdelsgruppscentrum i Gottsunda C vid tre tidpunkter.



Marknadsunderlag (MSEK), inkl. moms	Förändring						
	2020	2035	2050	2020-2035	2020-2035	2020-2050	2020-2050
<b>Primärområde 1</b>							
Dagligvaror	538	670	870	133	25%	332	62%
Sällanköpsvaror	395	502	730	107	27%	335	85%
Restaurang & café	188	333	561	145	77%	374	199%
<b>Summa</b>	<b>1 121</b>	<b>1 505</b>	<b>2 161</b>	<b>385</b>	<b>34%</b>	<b>1 040</b>	<b>93%</b>
<b>Primärområde 2</b>							
Dagligvaror	334	374	617	39	12%	282	84%
Sällanköpsvaror	277	305	536	28	10%	259	93%
Restaurang & café	132	202	412	70	54%	281	213%
<b>Summa</b>	<b>743</b>	<b>881</b>	<b>1 565</b>	<b>138</b>	<b>19%</b>	<b>822</b>	<b>111%</b>
<b>P1+P2</b>							
Dagligvaror	872	1 044	1 486	172	20%	614	70%
Sällanköpsvaror	673	807	1 266	135	20%	594	88%
Restaurang & café	319	535	974	215	67%	654	205%
<b>Summa</b>	<b>1 864</b>	<b>2 386</b>	<b>3 726</b>	<b>522</b>	<b>28%</b>	<b>1 862</b>	<b>100%</b>
<b>Sekundärområde 1</b>							
Dagligvaror	336	819	1 785	483	144%	1 449	431%
Sällanköpsvaror	264	652	1 511	388	147%	1 248	473%
Restaurang & café	125	432	1 162	306	245%	1 037	829%
<b>Summa</b>	<b>725</b>	<b>1 903</b>	<b>4 459</b>	<b>1 178</b>	<b>162%</b>	<b>3 734</b>	<b>515%</b>
<b>P1+P2+S1</b>							
Dagligvaror	1 208	1 864	3 271	655	54%	2 063	171%
Sällanköpsvaror	936	1 459	2 777	523	56%	1 841	197%
Restaurang & café	444	966	2 136	522	117%	1 691	381%
<b>Summa</b>	<b>2 589</b>	<b>4 289</b>	<b>8 184</b>	<b>1 700</b>	<b>66%</b>	<b>5 595</b>	<b>216%</b>

Figur 13 Konsumtionsunderlag i upptagningsområdet 2020 och prognos 2035 och 2050 för detaljhandel och restaurang. Inklusive moms. Till dagligvaror hör förutom livsmedel bland annat blomsterhandel, kosmetik, tobaks- och tidningshandel. (Källa: WSP och Konsumtionsprognosgruppen för handeln.)

Det tillkommer cirka 20 000 invånare fram till och med 2050 i de två primärområdena. Detta bidrar till en ökning av konsumtionsunderlaget inom dagligvaror riktat mot den fysiska handeln med ca 600 miljoner kronor (i dagens penningvärde).

Genom befolkningstillväxt och konsumtionstillväxt förväntas marknadsunderlaget för den fysiska detaljhandeln i hela marknadsområdet fram till och med år 2050 växa med ca 3,9 miljarder kronor, uppdelat på 2,1 miljarder kronor för dagligvaror och 1,8 miljarder kronor för sällanköpsvaror.

För restaurang och café är tillväxten större (men från en lägre nivå), här ökar underlaget med 1,7 miljarder kronor fram tom 2050.

Med utgångspunkt från definierat marknadsområde, framtagna analys avseende befolkning och marknadsunderlag samt bedömning av konkurrensen har en kalibrering genomförts av Gottsundas nuvarande omsättning och marknadsandelar mot den aktuella marknaden inom dagligvaror, sällanköpsvaror och restaurang.

För år 2035 och 2050 har på motsvarande sätt en bedömning gjorts avseende framtida potentiella marknadsandelar och omsättning i miljoner

kronor. "Gottsunda" avser i det följande (i frågor om potential och ytbehov) dels själva centrumbyggnaden och dels kvarteren i närområdet.

### Potential och ytbehov: dagligvaror

Idag bedöms Gottsunda Centrum och näraliggande Lidl tillsammans omsätta dagligvaror för 480 miljoner kronor (inklusive systembolag och apotek). Omsättningen avser ett pandemiår.

Figuren nedan visar, för Gottsunda, omsättningspotentialen vid normala marknadsandelar som de omfattande utbyggnadsplanerna skapar för denna centrumtyp.

Omsättningspotential (MSEK), inkl. moms	2020	2035	2050
	<b>Dagligvaror</b>		
Primärområde 1	247	335	435
Primärområde 2	100	131	216
Sekundärområde 1	54	8	18
<b>Summa</b>	<b>401</b>	<b>474</b>	<b>668</b>

Figur 14 Bedömning av omsättningspotential för dagligvaror 2035 och 2050. Kalibrering gav siffrorna för 2020. Siffrorna är i MSEK inklusive moms och i 2020 års priser. Tillkommer gör omsättning från apotek och systembolag.

Gottsunda har potential att öka sin dagligvaruomsättning med cirka 70 miljoner kronor fram till och med år 2035 och cirka 270 miljoner kronor fram till och med år 2050 (till detta kommer ökad omsättning i apotek och systembolag tack vare större underlag). Lidl antas bli kvar i något läge, annars blir potentialen större.

Ökningen hade kunnat bli ännu större, men en ökad e-handelsandel slår mot hela underlaget i upptagningsområdet. Dock har det bedömts att nätandelens ökningstakt bromsas in kraftigt mot slutet av perioden.

En rimlig yteffektivitet (både år 2035 och 2050) på 60 000 respektive 85 000 kr/kvm för ny dagligvaruhandel motsvarar ett ytbehov enligt figuren nedan (uthyrbar yta). En del utrymme kommer att reellt fångas upp av befintliga ytor genom högre yteffektivitet.

Yteffektivitet	Dagens ytor	Potential 2035	Ytbehov	Potential 2050	Ytbehov
	kvm LOA	MSEK	kvm LOA	MSEK	kvm LOA
60 000 SEK / kvm	7 821	474	7 904	668	11 140
90 000 SEK / kvm	7 821	474	5 269	668	7 427

Figur 15 Bedömning av omsättningspotential och totalt ytbehov för dagligvaror 2035 och 2050 i Gottsunda. Siffrorna är i miljoner kronor inklusive moms och i 2020 års priser. Tillkommer gör yta för apotek och systembolag. Dagens yta är inklusive Lidl.

Notera den stora osäkerheten i bedömningen vad gäller ytbehov i slutet av perioden, små justeringar i bedömningen hur nätandelen kommer att utvecklas fram till 2050 får stora effekter på grund av den långa tidsperioden.

Systembolaget bedöms bli kvar i Gottsunda tack vare den planerade stora befolkningsökningen. Det finns även på sikt underlag för fler livsmedelsbutiker utanför Gottsunda, exempelvis i Ultuna, där det tillkommer cirka 4 500 bostäder.

## Potential och ytbehov: sällanköpsvaror

Idag bedöms Gottsunda Centrum omsätta sällanköpsvaror för 21 miljoner kronor. Omsättningen avser ett pandemiår.

Generell trend är tydlig att efterfrågan på närservice har ökat under senare år med allt mer kvalificerat utbud. Det finns dock ett samband med inkomstnivån i området. Genom att det tillkommer många nya bostäder (området blir nästan dubbelt så stort som idag) ökar sannolikheten för en generellt förbättrad inkomstnivå och därmed ett bättre utbud.

Med cirka 20 000 tillkommande invånare i primärområdet kan sällanköpsvarumarknadens andel (som är låg idag) ökas för detta område jämfört med idag.

Figuren nedan visar, för Gottsunda, omsättningspotentialen vid normala marknadsandelar som de omfattande utbyggnadsplanerna skapar för denna centrumtyp.

Omsättningspotential (MSEK), inkl. moms	2020	2035	2050
	<b>Sällanköpsvaror</b>		
Primärområde 1	11	30	102
Primärområde 2	5	12	43
Sekundärområde 1	5	3	8
<b>Summa</b>	<b>21</b>	<b>46</b>	<b>153</b>

Figur 16 Bedömning av omsättningspotential för sällanköpsvaror 2035 och 2050. Kalibrering gav siffrorna för 2020. Siffrorna är i MSEK inklusive moms och i 2020 års priser.

Gottsunda har potential att öka sin sällanköpsvaruomsättning med ca 25 miljoner kronor fram till år 2035 och 130 miljoner kronor fram till och med år 2050.

Underlaget som nya invånare medför urholkas av en snabbt stigande näthandelsandel. Ju längre bort i tiden man kommer desto mindre blir dock skillnaden då näthandelsandelen blir mättad.

En rimlig yteffektivitet (både år 2035 och 2050) på 25 000 respektive 35 000 kr/kvm (olika typer av handel har olika ytbehov) för ny sällanköpsvaruhandel motsvarar ett ytbehov enligt figuren nedan (uthyrbar yta).

Yteffektivitet	Dagens ytor	Potential 2035	Ytbehov	Potential 2050	Ytbehov
	kvm LOA	MSEK	kvm LOA	MSEK	kvm LOA
25 000 SEK / kvm	2 458	46	1 824	153	6 106
35 000 SEK / kvm	2 458	46	1 303	153	4 361

Figur 17 Bedömning av omsättningspotential och totalt ytbehov för sällanköpsvaror 2032 och 2050. Siffrorna är i miljoner kronor inklusive moms och i 2020 års priser.

En del av volymtillväxten kan även fångas upp av befintliga ytor genom högre yteffektivitet bland dessa. Eftersom det är svårare att höja priserna inom sällanköpsvaror än dagligvaror blir det viktigt att försöka sälja fler varor på samma yta.

## Potential och ytbehov: restaurang & café

Utvecklingen för restaurang- och caféverksamheter är ljusare än för både dagligvaror och sällanköpsvaror. En av orsakerna är att konkurrensen från e-handeln är låg.

Idag bedöms Gottsunda Centrum omsätta inom restaurangsegmentet för 32 miljoner kronor. Omsättningen avser ett pandemiår.

Figuren nedan visar, för Gottsunda, omsättningspotentialen vid normala marknadsandelar som de omfattande utbyggnadsplanerna skapar för denna centrumtyp.

Omsättningspotential (MSEK), inkl. moms	2020	2035	2050
	<b>Restaurang &amp; café</b>		
Primärområde 1	18	67	112
Primärområde 2	8	20	41
Sekundärområde 1	6	7	18
<b>Summa</b>	<b>32</b>	<b>93</b>	<b>171</b>

Figur 18 Bedömning av omsättningspotential för restaurang och café 2035 och 2050. Kalibrering gav siffrorna för 2020. Siffrorna är i MSEK inklusive moms och i 2020 års priser.

Gottsunda har potential att öka sin restaurangomsättning med cirka 60 miljoner kronor fram till och med år 2035 och 140 miljoner kronor fram till och med år 2050.

Per capitakonsumtionen inom segmentet restaurang och café bedöms öka med 60 % fram till 2050. Detta tillsammans med en hög köptrohet och ökad befolkning leder till att restaurangpotentialen bedöms bli så god.

En rimlig yteffektivitet (både år 2032 och 2050) på 30 000 respektive 40 000 kr/kvm för nya restauranger och caféer motsvarar ett ytbehov enligt figuren nedan (uthyrbar yta).

Yteffektivitet	Dagens ytor	Potential 2035	Ytbehov	Potential 2050	Ytbehov
	kvm LOA	MSEK	kvm LOA	MSEK	kvm LOA
30 000 SEK / kvm	1 116	93	3 110	171	5 706
40 000 SEK / kvm	1 116	93	2 333	171	4 279

Figur 19 Bedömning av omsättningspotential och totalt ytbehov för restaurang- och caféer 2032 och 2050. Siffrorna är i miljoner kronor inklusive moms och i 2019 års priser.

Den starka tillväxten per capita inom restaurangsegmentet i kombination med den starka befolkningstillväxten ger dessa stora tal. 2050 är dock långt in i framtiden med betydande osäkerhet.

### Ytbehov netto 2035 och 2050 efter avdrag för dagens ytor

Ytorna i figurerna ovan är inklusive dagens verksamheter. Ytorna avser verksamheter i Gottsunda, både i centrumet och utanför. Ytbehovet för detaljhandel och restaurang i Gottsunda sammanfattas i figuren nedan.

Potential lokalyta (kvm LOA, medel)	2 020	2035	2050
	<b>Gottsunda</b>		
Dagligvaror	7 821	6 586	9 283
Sällanköpsvaror	2 458	1 563	5 234
Restaurang & café	1 116	2 721	4 993
<b>Summa</b>	<b>11 395</b>	<b>10 871</b>	<b>19 509</b>

Figur 20 Bedömning av ytbehov 2035 och 2050 för detaljhandel och restaurang i Gottsunda. 2020 avser ytor idag inklusive Lidl men exklusive apotek och systembolag.

En del utrymmet kan även fångas upp av befintliga ytor genom högre yteffektivitet i dessa (som är relativt låga idag). Drar man av för dagens ytor i Gottsunda Centrum (inklusive Lidl) erhålles följande figur, som visar nettobehovet av ny yta i Gottsunda.

Potential lokalyta (kvm LOA, netto)		
	2035	2050
<b>Gottsunda</b>		
Dagligvaror	-1 235	1 462
Sällanköpsvaror	-895	2 776
Restaurang & café	1 605	3 877
<b>Summa</b>	<b>-524</b>	<b>8 114</b>

Figur 21 Bedömning av ytbehov 2035 och 2050 för detaljhandel och restaurang efter det att befintlig yta har ökat sin yteffektivitet.

Till ytorna ska ytor för kommersiell och offentlig service med mera adderas. Det kan till exempel vara frisör, kemtvätt, teater, simhall, gymnasium, skola, sjukhus. Även yta för större gym tillkommer. Samt yta för apotek och systembolag

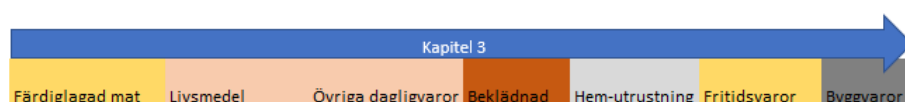
Figuren visar att dagens yta i centrumbyggnaden i princip har rätt storlek år 2035 men profilen är "fel". År 2035 finns det för mycket dagligvaruyta, detta regleras sannolikt naturligt genom att dagens butiker erhåller en allt högre yteffektivitet allteftersom nya bostäder tillkommer. För sällanköpsvaror är det mer problematiskt, risken finns att dagens beklädnadshandel inte orkar hålla ut tills man når en långsiktigt hållbar lönsamhetsnivå (som till slut kommer!). Restauranger är en bransch i stark tillväxt, men som ofta ställer krav på trivsamma miljöer.

## 4 KOMPLETTERING AV UTBUD UTÖVER DETALJHANDEL OCH RESTAURANG

### 4.1 INLEDNING

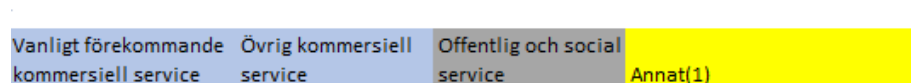
Verksamheter som ej definieras som detaljhandel och restauranger saknar en tydlig definition. Verksamheterna spänner över ett stort fält av aktiviteter. Att verksamheterna har delats upp i två kapitel beror på att de är olika svåra att beräkna. Ytbehovet och potentialen för annat än detaljhandel och restaurang är svår att uppskatta generellt. Det är olika drivkrafter, krav (antal listade patienter, studenter osv.) och modeller inom olika branscher, vilket gör att det inte är möjligt att beräkna på samma sätt som för handel och restaurang och en del serviceverksamheter. Det kan också finnas enskilda aktörer som har möjlighet att ta stora ytor, till exempel gym. Därför har följande struktur tillkommit.

I det föregående avsnittet (kapitel 3) analyserades detaljhandel och restaurang (den blå pilen), vilket brukligt är delat upp på följande sätt.



Figur 22 Detaljhandel och restaurang.

Övriga verksamheter har vi delat upp på följande sätt.



Figur 23 Serviceverksamheter och annat. (1) Kontor mm som ger levande bottenplan.

Tankar kring kompletterande kommersiell, offentlig och social service hanteras genom att en benchmarkstudie har genomförts. Centra som har studerats är Hammarby Sjöstad, Kärrtorp Centrum, Högdalen Centrum samt olika torg i Västerled. Vad de olika områdena innehåller redovisas i det följande och har sorterats enligt indelningen ovan.

I begreppet "annat" finns kontor i bottenplan, men andra exempel kan vara tvättrum, Coworking-space, kyrka, cykelrum, muralmålning, yrkesbutik, gemensamhetslokal, kontorshotell och replokal. Det viktiga är hur det utformas för att bidra till upplevelse av platsen. Arkitekturen spelar här en viktig och central roll.

Nedan ges några referenser på verksamheter som ger levande bottenvåningar i centrum med ett nyttjande som inte är utpräglat kommersiellt men som ändå har blivit bra och bidrar till platsens upplevelse och trygghet.





Figur 24 Återvinningscentral i miniformat, Sundbyberg.



Figur 25 Skola i Sundbyberg.



Figur 26 Förskola. I Hammarby Sjöstad finns fem förskolor. En förskola kan levandegöra bottenplanet utmed ett helt kvarter.



Figur 27 Cykelgarage i Hammarby Sjöstad.



Figur 28 Inbjudande entré till en plastikkirurgisk mottagning i Hammarby Sjöstad.



Figur 29 Ultramodernt kontor i Hammarby Sjöstad (IT-stiftelsen).



Figur 30 Kontor/ateljé/gallerist i Hammarby Sjöstad.





Figur 31 Konstföreningen har ett krypin på baksidan av Högdalen Centrum.



Figur 32 Istället för att kontor en bit upp i huset har hemtjänsten på denna plats i Hammarby Sjöstad valt bottenvåningen ut mot gatan.



Figur 33 Gemensamhetslokal för bostadsrättsföreningar i Hammarby Sjöstad.

## 4.2 UTBUDET I FYRA STUDERADE STADSOMRÅDEN

### Torgen utmed Nockebybanan i Bromma

I Södra staden och i Sydöstra stadsdelarna i Uppsala planeras det för en genomgående spårvägskoppling som förbinder de olika bostadsområdena.

Genom diskussionen på en genomgående spårvägskoppling från Bergsbrunna via Stadsdelsnod Väster bort mot Gottsunda går det att finna likheter med till exempel Nockebybanan i Bromma med dess torg utmed denna genom olika bostadsområden såsom Alvik, Ålsten och Nockeby.

Ursprungligen fanns det berikande gatuplansverksamheter på alla torgen som Nockebybanan stannade vid. Idag återstår tre tyngdpunkter: Alvik, Ålstensgatan och Nockeby Torg. Det finns även ett mindre utbud kring Alléparken med café och bokhandel.

De tre torgen har ett underlag på ca 18 000 invånare som i huvudsak bor i villamattor på en stor yta. Underlaget motsvarar cirka 100 % av dagens befolkning i Gottsunda Centrums primärområde 1. Varje torg försörjer därmed ca 6 000 boende. Inkomstnivån är mycket hög med ett index om 220 (primärområde 1 i Gottsunda har ett index om 82).

Alvik har vuxit och har ett relativt stort utbud av varor och tjänster. Här finns en av Sveriges mest framgångsrika livsmedelsbutiker. På Alviks Torg finns allt från skönhet och hälsa till blommor, kaféer och restauranger samt en matbutik, bibliotek, bank, mindre "saluhall", apotek, vård och service. Alviks Torg ligger med kollektivtrafik en kort bit från city och är en av Stockholms



stora knutpunkter med goda kommunikationer i direkt anslutning till torget. Nockebybanan (12:an) gör det smidigt för de som bor mellan Alvik och Nockeby.

Ålstensgatan är känt för sina speciella hus vid Ålstensgatans södra del och där ligger de funktionalistisk gestaltade radhusen.



Figur 34 Ålstensgatan mot Ålstensskolan.

Torget har fått en renässans. Idag finns bland annat en livsmedelsbutik, bageri, fiskaffär, köttaffär, mäklare, second hand-butik, café, frisör, butik för barnkläder, en unik glassbutik med stort upptagningsområde och en pizzeria.

Den näst sista hållplatsen Nockeby Torg har också överlevt strukturomvandlingen som drabbat många mindre torg och handelsplatser. Här testar Stockholms stad olika lösningar för att skapa större ytor för sociala möten, aktiviteter och sittplatser. En del av gatan har gjorts om till torgyta, se figuren nedan. De boende kan påverka utformningen av Nockeby Torg genom att kontakta staden och berätta vad man vill förändra eller bevara på torget.



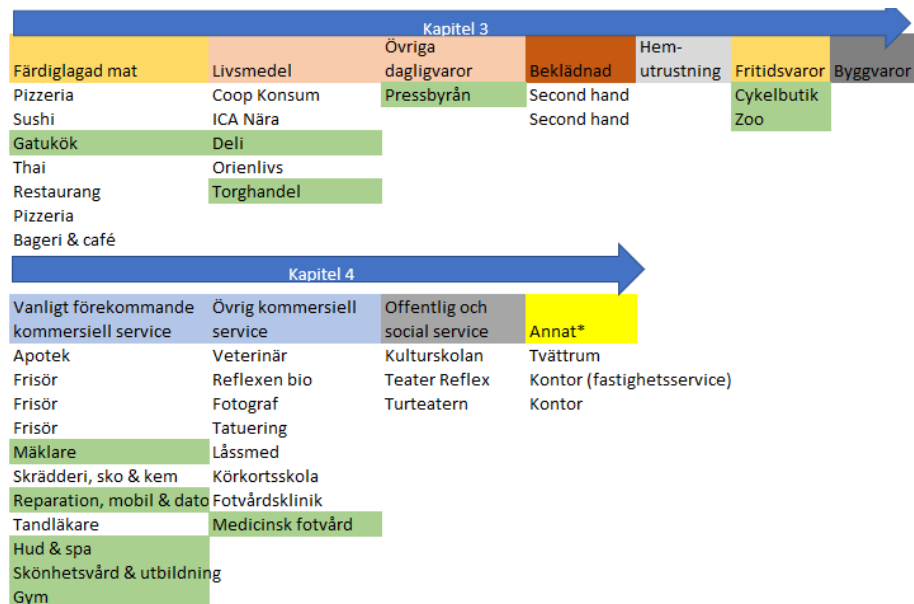
Figur 35 Nockeby Torg saknade tidigare ett torg trots namnet, nu har man fått ett.

På torget finns till exempel skomakeri, bokförlag, blomsterhandel, bageri, café, snabbmat, frisörer, restauranger, apotek, mäklare och klädbutik.

## Kärrtorp Centrum

I Kärrtorp Centrums huvudsakliga upptagningsområde bor det cirka 7 500 invånare, vilket motsvarar cirka 30 % av dagens befolkning i Gottsunda Centrums primärområden.

Det finns 42 berikande gatuplansverksamheter i Kärrtorp Centrum enligt figuren nedan.



Figur 36 \*) Kontor mm som ger levande bottenplan.

Gröna rutor är möjliga kompletteringar till Gottsunda i en växande marknad.



Figur 37 Påkostad ny trappa i Kärrtorp Centrum.

## Högdalen Centrum

I Högdalen Centrums huvudsakliga upptagningsområde bor det cirka 25 000 invånare, vilket motsvarar cirka 100 % av dagens befolkning i Gottsunda Centrums primärområden.

Det finns 63 berikande gatuplansverksamheter i Högdalen Centrum enligt figuren nedan.

Kapitel 3						
Färdlagad mat	Livsmedel	Övriga dagligvaror	Beklädnad	Hemrustning	Fritidsvaror	Byggvaror
Restaurang	ICA Supermarket	Blommor	Second hand & loppis	Jysk	Ur	
Restaurang	Matdax	Pressbyrån			Leksaker	
Restaurang	Balkanlivs	Kiosk		Lågpris (garn, tygger & Fantasy Design)	Guldsmed	
Grillkiosk	Balkandeli	Tobak			Synoptik	
Thai	Matgrossen	Kicks			Djurmagasinet	
Asiatisk	Asian Food Market					
Sushi						
Sushi						
Konditori						
Grill & kebab						
Espresso House						
Pub & bar						

Kapitel 4			
Vanligt förekommande kommersiell service	Övrig kommersiell service	Offentlig och social service	Annat*
Apotek	Resebyrå, växlingsko	Bibliotek	Kontor (konstförening)
Systembolaget	Bowling	Vårdcentral	Kontor (bank)
Tandläkare	Bingohall	Barnvårdcentr	Coworking space**
Frisör	Solarium		Kyrka
Frisör	Akupunktur & massage		Kyrka
Frisör	Begravningsbyrå		
Frisör (Klippotek)			
Frisör (Klipp It)			
Mäklare			
Nagelvård			
Skönhetssalong			
Folktandvården			
Skrädderi			
Mister Minit & Sko			
Reparation, IT-servcie			
Reparation, mobil			
Gym			

Figur 38 \*) Kontor mm som ger levande bottenplan. \*\*) Market Place STHLM, Community för kvinnliga entreprenörer.

Gröna rutor är möjliga kompletteringar till Gottsunda i en växande marknad.



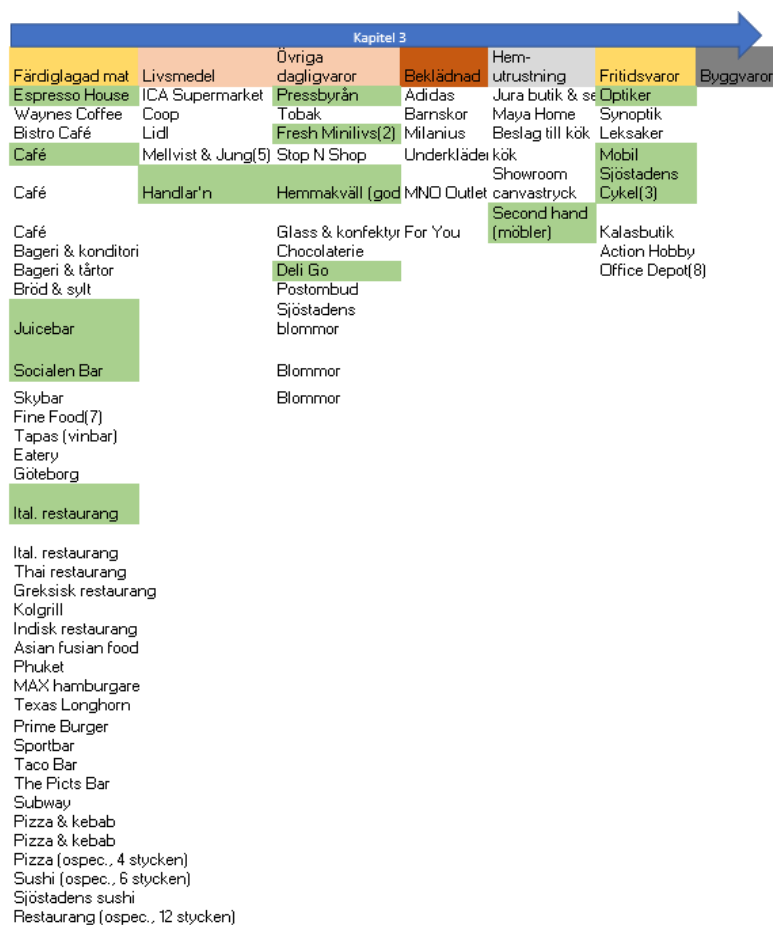
Figur 39 Påkostad koppling mellan tunnelbanan och biblioteket i Högdalen Centrum.

## Hammarby Sjästad

Butiker, restauranger och serviceverksamheter i Mårtensdal, Luma och Sicka udde (del av Hammarby Sjästad) betjänar i huvudsak de boende och arbetande i samma områden. I dessa områden bor det cirka 17 000 personer och arbetar cirka 10 000 personer.

De tre områdena tillsammans är till ytan nästan hälften så stora som Gottsunda Centrums primärområde 1, där det bor ungefär lika många men arbetar en femtedel så många.

Det finns 219 berikande gatuplansverksamheter i den del av Hammarby Sjästad som görs av huvuddelen av Södra Hammarbyhamnen (basområdena Mårtensdal, Luma och Sicka udde) enligt figuren nedan. Inkomstrivån är hög med ett index om 150 (primärområde 1 i Gottsunda har ett index om 82).



Kapitel 4			
Vanligt förekommande kommersiell service	Övrig kommersiell service	Offentlig och social service	Annat(1)
Apotek	Hotell	Bibliotek	Cykelrum
Apotek	Hotell	Förskola	Kajutan (visningsbostad?)
Apotek	Massage (Thai)	Förskola	Muralmålning inomhus
Systembolaget	Massage (Thai)	Förskola	Muralmålning utomhus
Mäklare	Massage (Thai)	Förskola	Gatmöbler (ståbord & bordtennis)
Mäklare	Massage (Thai)	Förskola	Yrkesbutik
Mäklare	Massage (Thai)	Skola(6)	Yrkesbutik
Mäklare	Massage	Lugnets skola(9)	Budwheels (lager, replokaler)
Mäklare	Hälsobehandling	Kulturama, skola	Tårtstudio
Mäklare	Yogahubb	Primärvård	Sv. Kyrkans församling
Skönhet, vård & frisör	Solarium	Hemtjänst	FAB Fabriken (konferens, kontorsplatser)
Skönhetssalong	Solarium	Vaccin Direkt	Möteszonen (konferensrum)
Hudvård	Fotoateljé	Naprapatlandslag	Kontorshotell
Hudterapeut	Fotoateljé	Naprapatkliniken	Unity (workspaces)
Hudklinik	Galleri & ateljé	Kiropraktiker	Kontor (IT-stiftelsen)
Hudklinik	Tavelfabriken	Fysioterapeuter	Kontor (inredningsbyrå)
Nagelsalong	Konthandel, ramverkstad	Plastikkirurgen	Kontor
Tandläkare	Tryck på kläder & produkter	Hospital DMD.se	Kontor
Tandläkargruppen	Städfirma		Kontor
Sjöstaden	Sjöstadens Hund & Katt(4)		Kontor (arkitekter)
Tandläkare	Wine & Barrels (vinlagring)		Kontor
Tandläkare	Cykelverkstad FixMyBike		Kontor
Reparation, mobil	Biltvätt		Kontor (Samhall)
IT-tjänster (Makab)	Europcar (biluthyrning)		Kontor
IP-net (elektronikverksta)	Däckservice		Kontor (bank)
Sjöstadens kem & tvätt	Fotvård		Kontor (bank)
Sjöstadens kem & skrä	Botox & fotvård		Kontor (Automatic Alarm)
Kem, nyckel, sko & skrä			Kontor?
Skrädderi			Kontor (Familjebostäder)
Gym (SATS)			Kontor
Gym (Nordic Wellness)			Kontor
Gym (Fitness 24 Seven)			Kontor
Gym (ospec., 4 stycken)			Kontor
Frisör (Sjöstadens salonger)			Kontor
Frisör (Sjöstadssalongen)			Kontor (fastighetsutveckling)
Frisör (ospec., 9 stycken)			
Frisör, naglar & fotvård			

Figur 40 (1) Kontor mm som ger levande bottenplan. (2) Kioskutbud. (3) Även skiduthyrning (nära Hammarbybacken). (4) Även hunddagis. (5) Även restaurang typ Urban Deli. (6) Matsal & kök med generösa fönster åt gatan. (7) Även livsmedel. (8) Stor andel kontorsvaror. (9) Stor röd tegelbyggnad med lång död fasad.

Gröna rutor är möjliga kompletteringar till Gottsunda i en växande marknad.

Det fanns vid inventeringstillfället (oktober 2021) ingen vakans i området. Notera det svaga inslaget av sällanköpsvaror, närheten till Sickla Köpvarter, Södermalm och Globen Shopping påverkar.





Figur 41 Generös kantstensparkering i Hammarby Sjöstad underlättar för många verksamheter att överleva ekonomiskt.



Figur 42 Lidl i Hammarby Sjöstad integrerad i en tät stadsmiljö.



Figur 43 Samma Lidl, notera generösa och öppna glasfasader där man kan se in i lokalen. Detta bidrar till den upplevda tryggheten på gatan.

### 4.3 POTENTIAL FÖR E-HANDELSFUNKTIONER I STADSDELSCENTRUM

Handeln kommer att behöva utnyttja de fysiska ytorna på ett effektivare sätt. Många butikskedjor ser nu över sina butiksnät. Olönsamma butiker stänger och antalet kvadratmeter dras ned. Samtidigt expanderar många företag med nya butiker i mer gynnsamma lägen. Betydelsen av det fysiska läget ökar i takt med digitaliseringen. Sämre lägen tenderar att bli ännu sämre och värdet av de bästa lägena, de där flödena är som störst, blir ännu högre. Det kommer att stänga fysiska butiker framöver, men det kommer också att tillkomma nya.

E-handeln är inte bara ett hot mot den fysiska utan det kan även finnas potential för olika funktioner kopplade till e-handel. Nedan presenteras några exempel på detta.

#### **Ombud med utökat tjänsteutbud**

Fungerar som ett vanligt paketombud men med tilläggstjänster så som upppackning och emballagehantering, paketering (exempelvis vid returnerande av varor) samt provrum.

Det är en innovativ lösning som kan locka boende och besökare till området.

En utmaning är vem som ska stå för kostnaden. Ett prispåslag på leveransavgiften skulle kunna adderas, men det upplevda mervärdet för konsumenten är troligtvis inte tillräckligt.



Leveriet (Atrium Ljungberg). Sickla i Stockholm/Nacka, Mobilia i Malmö och Gränbystaden i Uppsala. Paketutlämning i butiksmiljö och tilläggstjänster som provrum, utställningsyta och utskjutet lager.



Eway (Grosvenor). Burlöv Center, Skärholmen, Väsby Centrum. Här ska e-handel giftas samman med den fysiska handeln och besökarna ges möjlighet att genomföra alla sina ärenden på ett och samma ställe. Paketutlämning, provrum, paketinslagning, fria arbetsplatser.



Pick Past Post (Diös). Sundsvall och Östersund.

En **ombudsyta** där slutkunder både kan hämta och lämna paket. Här kan besökare testa kläder i provrum och direkt returnera varor som ej önskas. I ombudet finns en yta avsedd som showroom. Denna yta kan hyras av e-handlare eller varumärken för att dessa skall kunna exponera produkter under kortare tid.

En **lageryta** för både inkommande och utgående paket. Lagret effektiviserar även butiker i närliggande fastigheter genom att hyra ut lagerytor på kort och lång sikt. Detta frigör sällyta vid butik och skapar därigenom en bättre driftsekonomi för butiken.

En **rad servicetjänster** framtagna för att optimera butiksdrift i närliggande fastigheter. Exempel på tjänster är godshantering, upppackning samt hantering av internetbeställningar och returser.



Figur 44 Exempel på ombud med utökat tjänsteutbud.

## Service- och mobilitetshubb

Allt fler nya stadsdelar planerar för mobilitetshubbar istället för traditionella parkeringsgarage. Mobilitetshubben erbjuder mer flexibilitet och många fler funktioner.

En mobilitetshubb är en plats där du kan sköta vardagliga ärenden som:

- Parkera cykel eller bil och ladda ditt fordon
- Låna fordon från en bilpool eller cykelpool
- Tvätta eller serva ditt fordon
- Sopsortera
- Hämta paket som du köpt via e-handel

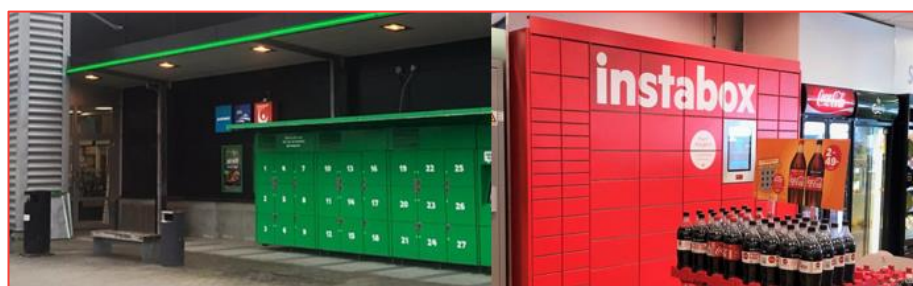
Bäst fungerar det när mobilitetshubben lokaliseras nära lokalt centrum, bostad eller kollektivtrafiknod. Det måste vara acceptabla gångavstånd till och från mobilitetshubbarna för dem som ska använda dem.



Figur 45 Service- och mobilitetshub i Vallastaden, Linköping.

### Leveransboxar

Ytan används för upprättande av så kallade leveransboxar – boxar eller utrymmen med digitala lås där varan/paketet kan korttidslagras. Boxar kan exempelvis upprättas i anslutning till livsmedelsbutik eller i bottenplan på ett flerfamiljshus (motsvarande postrum), alternativt på enskild plats som är gynnsam ur ett geografiskt/logistiskt perspektiv.



Figur 46 Leveransboxar

### Mikroterminal

En terminal eller dedikerad yta för omlastning från traditionellt distributionsfordon (vanligtvis budbil eller 3,5 tons lastbil) till mindre distributionsfordon (som kan vara eldrivet och/eller en lastcykel, se figur nedan).



Figur 47 Exempel på samlastning.

## 4.4 SLUTSATSERNA PEKAR PÅ MÖJLIGHETER PÅ SIKT

### Sammanfattning

Det är ofta svårt att hitta helt jämförbara områden i benchmarkstudier. Två av områdena ovan (torgen utmed Nockebybanan i Bromma samt Hammarby Sjöstad) har en befolkning med betydligt högre inkomster än vad de som bor i Gottsundas primärområde 1 har idag. Däremot i Gottsundas primärområde 2 bor 80 % i villa och har betydligt högre inkomster. Idag ser Gottsundas primärområde 1 socioekonomiskt annorlunda ut än dessa områden och kanske liknar mer Kärrtorp och Högdalen. Dock kommer den stora förändring som planeras i Gottsundas upptagningsområde att förbättra den socioekonomiska situationen. Det blir ett annat Gottsunda än det som finns idag varför det kan vara relevant att även studera områden med högre inkomster. Gottsunda kommer även att vara större än de studerade områdena och storlek i sig ökar den lokala köptroheten. Viktigt för Gottsunda blir att framtida besökare kan känna sig trygga och säkra.

Benchmarkstudien visar på ett antal verksamheter som idag saknas i Gottsunda Centrum men finns på platser med lika stort eller till och med mindre befolkningsunderlag. Dessutom kommer underlaget till Gottsunda Centrum att öka genom omfattande bostadsexploatering.

En intressant observation är att stadsdelscentrum lokaliserade i områden med en relativt stark närmarknad och attraktiva boendemiljöer i sitt omland har fått en revansch. Trenden med rätt varumärken och innehåll är en effekt



av det starka och "individuella" varumärkesbyggandet som alltmer omgärdar vårt boende. De nya bostäderna spelar i Gottsundaområdet spelar alltså en nyckelroll.

Nedan följer tankar kring kompletterande handel, restaurang, kommersiell, offentlig och social service i Gottsunda. Efterfrågan på utbud ökar med ökat befolkningsunderlag. Som kapitel 3 visar så tar det flera år av tillväxt innan efterfrågan på detaljhandel kommer ikapp den yta som idag står till förfogande. I början handlar det om överlevnad och konsolidering inom detaljhandeln. Till en början är ytbehovet för beklädnad för stort och för annan sällanköpsvaruhandel för litet.

Bra kompletteringar till utbudet i Gottsunda är verksamheter med fokus på vård och hälsa, närservice, utbildning och lågpris. Dessa branscher och livsmedel växer snabbt och förekommer omfattande i stadsdelscentrum.

Exempel på kompletteringar följer nedan.

**Restaurang och detaljhandel** kan till exempelvis vara följande.

Färdiglagad mat	Livsmedel	Övriga dagligvaror	Beklädnad	Hemutrustning	Fritidsvaror	Byggvaror
Gatukök	Torghandel	Hälsobutik	Barnkläder	Jysk	Cykelbutik	Järnaffär
Café	Handlar'n	Pressbyrå		Second hand (möbler)	Ur/optik	
Espresso House	Minilivs	Hemmakväll			Zoobutik	
Juicebar	Deli	Kicks			Hantverk	
Socialen Bar						
Restauranger						
	Lågpris (ÖoB)	Lågpris (ÖoB)		Lågpris (ÖoB)	Lågpris (ÖoB)	Lågpris (ÖoB)
3800 kvm	1400 kvm			2700 kvm		

Figur 48 Exempel på restaurang och detaljhandel (ytor från kapitel 3 avser 2050).

Annan **kommersiell service** (till exempel hud- och skönhetsvård, gym, kemtvätt, biograf, resebyråer) varierar kraftigt beroende på både plats och bransch. Det är därför svårt att räkna fram ytbehovet generellt.

Vanligt förekommande kommersiell service	Övrig kommersiell service
Mäklare (minst två)	Begravningsbyrå
Reparation, mobil & dator & IT	Massagesalong
Hud & spa	Solarium
Frisör (flera)	Cykelverkstad
Nagelvård, -salong	Medicinsk fotvård
Skönhetssalong	Städfirma (och annat ROT & RUT)
Skönhetsvård & utbildning	
Hälsobehandling	
Gym (flera)	
Skrädderi, kem & tvätt	

Figur 49 Exempel på komplettering av kommersiell service.

Förutom ovan nämnda exempel på hyresgäster är även annan **offentlig och social service** av intresse för att erhålla en levande stadsdel och för att attrahera besökare från ett större omland. Detta kan tex vara ett bibliotek, förskola etcetera. Bibliotek finns i centrumet. Det kommer att finnas behov av fler förskolor med den tillkommande befolkningen. Förskolor är ett effektivt sätt att levandegöra gatumiljöer i mindre attraktiva lägen nära centrumet.

Det finns en tandläkarmottagning i Gottsunda Centrum idag (folktandvård). En tandläkare behöver cirka 1 000 patienter och tandläkarna föredrar att vara ett par stycken för att dela på gemensamma större investeringar. Befolkningsunderlaget år 2035 på cirka 30 000 invånare ger underlag för cirka 25 tandläkare. En tandläkarmottagning om 3 tandläkare kräver totalt en uthyrbar yta på cirka 150 kvm.

En vårdcentral behöver cirka 8000 – 10 000 listade patienter. Ytbehov är cirka 1500 kvm. I till exempel Stockholms kommun är det cirka 12 000 invånare per vårdcentral och i Huddinge kommun cirka 15 000 invånare per vårdcentral (källa Hälsokontrollen, patientenkäten). Detta indikerar ett underskott av vårdcentraler i framtida Gottsunda (det finns en i centrumet idag).

WSP har varit i kontakt med Kulturförvaltningen i Uppsala kommun i syfte att inventera planer och visioner för kultur- och fritidsverksamheter i Gottsunda. Kultur och fritidsförvaltningen ser behov av nya och förändrade ytor för kultur- och fritidsverksamheter i Gottsunda. I vilken omfattning, när och var dessa ytor kan tillkomma är inte färdigutrett då det delvis är beroende av vad som händer i Gottsunda i stort. Det finns emellertid flera planer och visioner. Ett urval av dessa presenteras nedan:

- Ett ökat antal invånare i Gottsunda innebär att det finns behov av mer lokaler för skola, förskola, allaktivitetshus, idrott med mera. En del av dessa lokaler kan ligga i gatuplan, vilket bidrar till ökade stadslivskvaliteter i Gottsunda.
- Verksamheter som flyttar ut från befintliga lokaler kan behöva tillfälliga lösningar i väntan på att de nya lokalerna blir färdiga. De tillfälliga lokalerna kan vara sådana som är avsedda för handel och service, men där det dröjer ytterligare några år innan befolkningsunderlaget är tillräckligt stort för att nå lönsamhet.
- Visionen är ett kulturellt nav i södra Uppsala som lockar besökare från ett stort omland. Ett stort antal besökare är gynnsamt för handel och service.
- Det nya kulturhuset förslås inrymma följande funktioner: bibliotek, samhällsinformation, ytor för publik programverksamhet och workshops, scen för teater, dans, cirkus, musik, möten och andra evenemang, utställningsyta för bild och form (med café), ateljéer och studios, specialytor för konst- och kulturverksamhet (alla konstarter) samt pop-up-ytor som kan variera övre tid beroende på hur centrum utvecklas, såväl utomhus som inomhus.
- Exempel på tillfälliga verksamheter som kan använda lokaler för handel och service som ännu inte är uthyrda är ambulerande konsthall och pop-up utsällningar.

**Annat** utmed gatan/stråk i mindre attraktiva lägen som kan liva upp gatan och öka den upplevda känslan av trygghet och säkerhet kan till exempel vara:

- Coworking space
- Kontor (såsom fastighetsservice, fastighetsutveckling, konstförening, arkitekt, kommun, bokförlag, andra mindre kontor).
- Tvättrum
- Cykelrum
- Tårtstudio
- Gemensamhetslokal för t ex bostadsrättsföreningar

## Olika butikskoncept har olika ytbehov

För ungefärliga storlekar på lokaler för tillkommande handel kan följande nyckeltal ge en viss vägledning.

- Livs varierar stort från 500 kvm LOA till 6 000 kvm LOA beroende på koncept och profil.
- Butiker inom kategorin övriga dagligvaror såsom brödbutik/café/blommor/kiosk behöver ofta 50–70 kvm LOA.
- Sällanköpsvaror inom shopping (exempel på verksamheter, LOA): optiker 150–180 kvm, telekom 50–80 kvm, mindre modebutik 180–200 kvm och mindre inredningsbutik 100 kvm.
- Sällanköpsvarubutiker med brett sortiment och med traditionell utformning (LOA):
  - butiker från 400–500 kvm upp till 1200 eller 1500 eller 2000 kvm beroende på koncept;
  - några butikskoncept har ytor som överstiger 2000 kvm.
- Sällanköpsvarubutiker med brett sortiment och med kompakt "citykoncept" (LOA):
  - 250–500 kvm, men även upp till 1000 kvm beroende på butikskoncept.
  - I dagsläget få butikskoncept har tagit detta steg, men antalet bedöms i framtiden öka.
- Restaurang och café (LOA): kvartersrestaurang 140–160 kvm, "matigt" café/lunchställe 100–110 kvm. Även caféer under 100 kvm förekommer.
- Kommersiell service, exempelvis mäklare, frisör & skönhet 50–100 kvm; gym 25–1200 kvm.

## 5 LOKALISERING AV VERKSAMHETER

### 5.1 INLEDNING

Som tidigare avsnitt visat så dröjer det innan marknaden växer ikapp den yta som dagens centrum rymmer. Det är inom framför allt restaurang som behov av ny yta först uppträder. Detaljhandeln behöver först konsolidera sig med ökande underlag.

Det finns med andra ord inga handelsytor att fördela ut utanför den delen av centrumbyggnaden som blir kvar. Det är först några år efter 2035 som behov uppstår.

Benchmark-studien visar på att det finns ett underskott på kommersiell service i området. Sådan kan då med fördel placeras utanför den förminskade centrumbyggnaden.

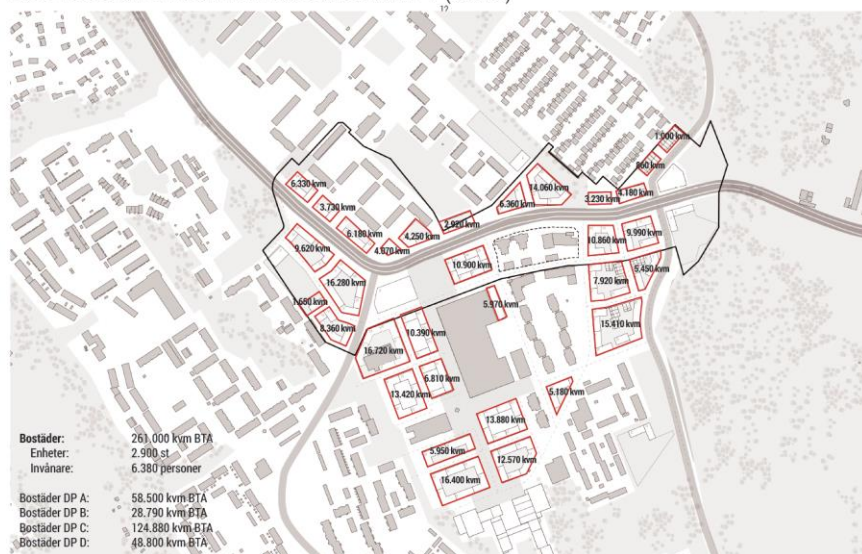
För den delen som blir kvar blir ICA ett ankare i söder. För att inte orsaka centrumvandring norrut behöver denna butik ligga kvar. Visionen är att den del av centrumet fokuserar på handel och den södra delen med service flyttas till torget i norr och ersätts med bostäder.

Rätt placering av nya verksamheter styrs delvis av strukturplanen och förändringar i infrastrukturen.

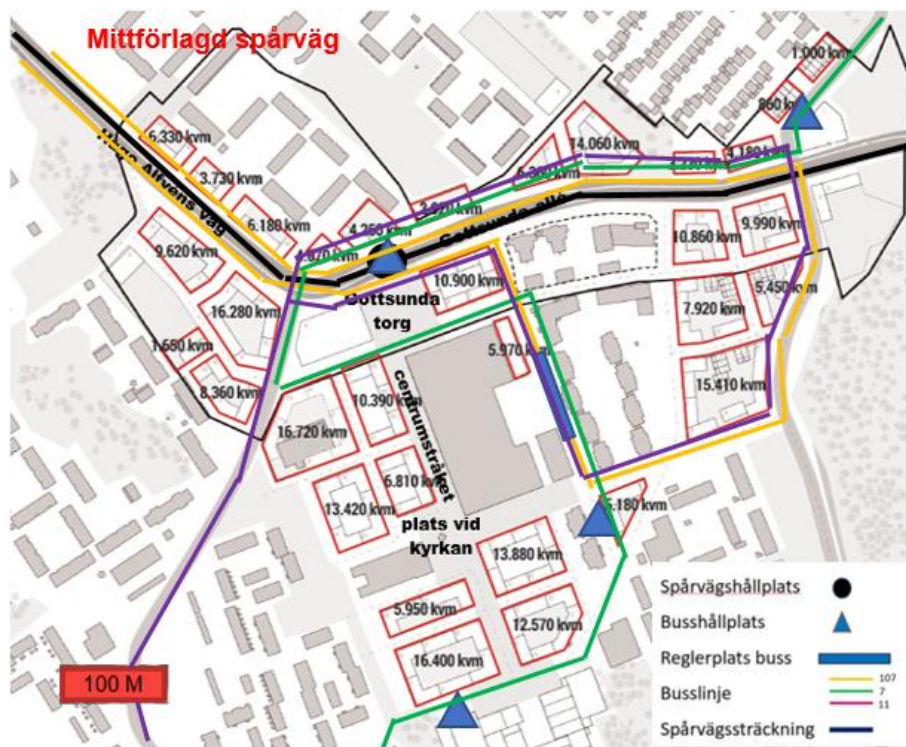
För ändamålet kommer en lokal marknadsmodell att användas som rangordnar butikslägen i ett centrum eller en stadsdel. Den inleds med en fysisk analys av området (framtida stråk, mötesplatser, noder, kopplingar, fysiska barriärer med mera spelar roll).

Det är en fördel om en aktör kan kontrollera och samordna handelsutbudet annars finns risk för intern konkurrens.

#### GOTTSUNDA STRUKTUR BOSTÄDER ALT 1 (05.25)



Figur 50 Strukturplan.



Figur 51 En stark kollektivtrafiknod vid torget planeras (regionens vision).

## 5.2 FYSISK ANALYS

### Inledning

Den fysiska analysen av området tar sin utgångspunkt i ett antal modeller för att bedöma stadsrummets kvaliteter. I dessa delas stadsrummet upp i noder, stråk, och mötesplatser. Noder kan sägas vara strategiska punkter i stadsrummet genom vilka användaren tar sig in i området. Noder kan utgöras av viktiga korsningar, platser för tillfälliga trafikstopp (exempelvis busshållplatser), geografiska kluster (exempelvis köpcentrum, gatuhörnsverksamheter) av verksamheter eller områden med särskild fysisk karaktär, torg osv.

Stråk är gator eller gångvägar utmed vilka besökarna vanligen rör sig samt gator som besökaren potentiellt skulle kunna röra sig längs. Utöver tidigare nämnda kan även järnvägar och kanaler räknas till stråk. Genom rörelsen utmed stråken betraktas staden och det är kring dessa som också staden är organiserad. Beroende på kvalitet och variation utmed stråken ändras besökarens sätt att nyttja dem. Stråk och noder är kopplade till varandra genom att vara varandras motsatser.

### Gjorda erfarenheter, generellt

- Verksamheterna gynnas att många människor passerar förbi dem. De bästa lägena finns därför ofta längs områdets större stråk.
- Särskilt starka lägen är de noder som ligger där stråk med stora flöden korsas. En nod kan också vara en hållplats för kollektivtrafik eller ett mobilitetshus. Mötesplatser som i sig drar mycket människor kan också vara bra lägen. En mötesplats kan till exempel vara en park. Dragare är verksamheter som drar mycket människor till



platser. I en stadsdel kan dragaren till exempel vara en större livsmedelsbutik.

- Dagligvarubutiker, kiosker och snabbmat/hämtmat, kemitvättar etc. är beroende av starka flöden. De får gärna ligga vid huvudstråk, busshållplatser, tågstationer, parkeringar med mera.
- För restauranger är det lika viktigt att ligga i söder/väster som att ha ett starkt flöde. Rent praktiskt kan ett bra läge för en krog vara vid det stora stråket, eller väl synlig från stråket, med en uteservering i solläge. Ett bra restaurangläge kan också vara mot en park, om läget inte är för isolerat.
- **The power of ten.** Har du tio anledningar att besöka en gata eller en plats skapas en levande plats. Skapas tio sådana platser blir stadsdelen levande (går det inte med tio, så skapa så många du kan).
- Ett stråk upplevs som mer intressant, tryggare och trevligare om det har en hög täthet mellan gatuplanslokalerna. Därför bör man sträva efter att inte sprida ut verksamheterna för mycket i området.
- Verksamheterna bör lokaliseras så att boende och arbetande lätt kan ta sig till dem. Undvik stora avstånd, barriärer, höjdskillnader med mera. Ta hänsyn till var områdets kopplingar till omlandet finns och hur de är utformade.
- Vissa verksamheter är mindre flödesberoende än andra. För restauranger kan ett bra solläge ibland vara viktigare än att ligga vid huvudstråket. Kontor i gatuplan, möteslokaler och friskvård är också exempel på verksamheter som är mindre beroende av starka flöden.
- Det finns även andra verksamheter som bidrar till att skapa flöden som kan gynna handeln och service. Några exempel är kommunal service, kulturhus och större arbetsplatser.
- Man går som regel max 6-7 minuter (ca 500 meter) med en bärkasse från livsmedelsbutiken. Kortare med två kassar. Ännu kortare vid trappor och uppförsbacke.
- En arbetande går sällan mer än fem minuter enkel väg för att äta lunch.

## Analys av den fysiska strukturen i Gottsunda

### Noder

Det finns ett antal platser som kan ses som framtida noder i området. Den starkaste noden bedöms bli spårvagnshållplatsen norr om torget kopplat till busshållplats.

Naturliga noden uppstår även vid spårvagnshållplatser i andra delar av "Gottsundaområdet". Även placering av p-hus/--garage för besökare blir en nod tillsammans med de stora dragarna i centrumet.

## Stråk

Stråken styrs av gaturummets framtida utformning. Illustrationskartan (strukturplanen ovan) exemplifierar intentionerna. I denna illustration utgörs de naturliga stråken av Gottsunda allé.

## Mötesplatser

I den framtida stadsstrukturen så återfinns en stark framtida mötesplats i form av torget. Runt torget planeras det för omfattande social och offentlig service.

## Barriärer

Närområdet saknar i princip barriärer. Kanske kan ett för stort torg samt bredden på och den planerade spårvägslinjen på Gottsunda allé tillsammans öka risken för barriäreffekt mellan områdets norra och södra del. Rätt utformning och låg hastighet för bilarna löser detta.

## Syntes

Utifrån den fysiska analysen ovan framträder ett antal *naturliga* platser att förlägga framtida handel, restauranger och kommersiell service på.

Tillgängligheten med kollektivtrafik till området kommer att bli hög. Detta skapar en tydlig entré i områdets norra del. I den framtida stadsstrukturen återfinns flera mötesplatser i området: torget, centrumet och kulturutbudet runt torget. Tillsammans har då torget en särskilt stor potential att bli den naturliga mötesplatsen. Viktigt blir då att det runt torget samlas annat utbud än bara social och offentlig service. Kommersiell service och restauranger passar här. Även en eventuell flytt av Lidl. Föreliggande rapport visar exempel från Hammarby Sjöstad hur Lidl kan anpassas till tät stadsmiljö. Även torgets utformning blir viktigt (storlek, anpassning till årstiderna samt innehåll).

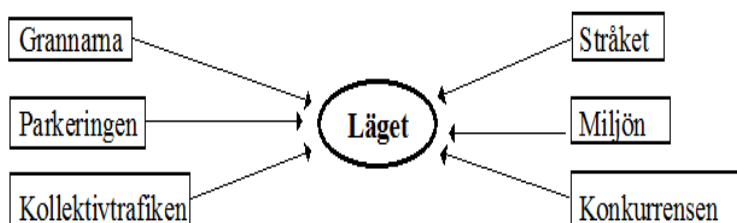
Området får ett tydligt huvudstråk, från torgytan och kollektivtrafiknoten i områdets norra del till den stora livsmedelsbutiken i söder. Även utmed Gottsunda allé finns ett framtida huvudstråk. Det blir viktigt att säkerställa tillgängligheten med bil till den stora livsmedelsbutiken i söder. Annars finns risk för centrumvandring. Med centrumvandring menas att den kommersiella tyngdpunkten flyttas till en annan plats på grund av försämringar i externa lägeskvalitéer. Den vanligaste formen av centrumvandring i mindre och mellanstora svenska städer är flytt av A-stråket från den ena sidan av det centralaste torget till den andra sidan.

Utrymmet för berikande gatuplansverksamheter är under de första åren större än det som omfattas av detaljhandel. Levande gatustråk kan även skapas med hjälp av andra verksamheter som inte är lika lägeskänsliga. Restaurang är ett exempel på detta.

Verksamheterna tillhör inte alltid de verksamheter som kan betala de högsta hyrorna, men de kan under rätt omständigheter vara mycket intressanta för att berika ett område. Exempel på sådana verksamheter är hushållstjänster, kultur i olika former, träning och idrott, hälsa, skolor, fritidsgårdar, samlings- och möteslokaler.

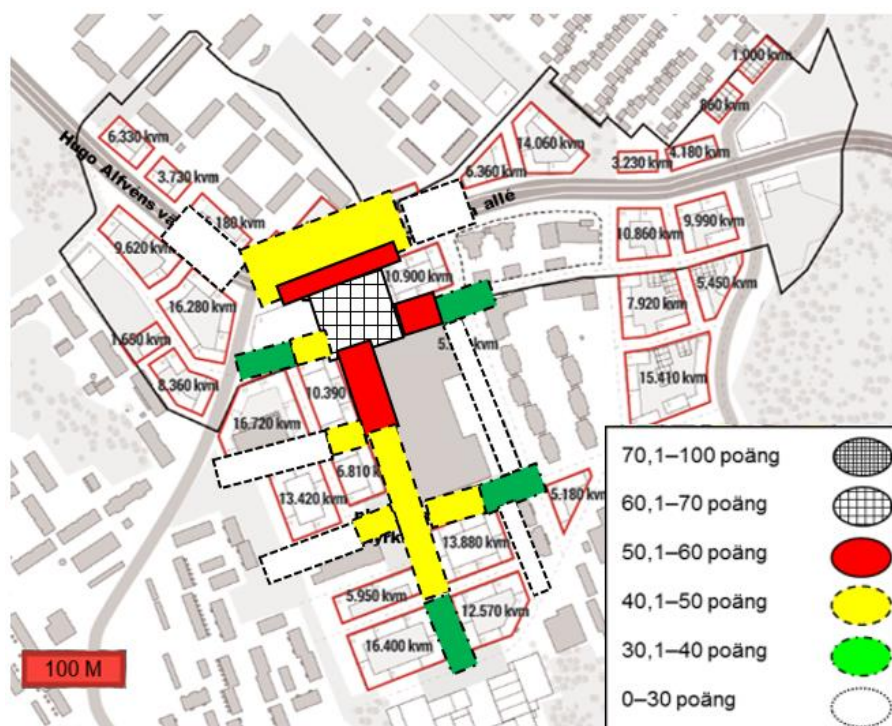
### 5.3 LOKAL MARKNADSMODELL

Modellen visar i sin ursprungsform sambandet mellan observerad lägeskvalitet och försäljningsmöjlighet för de branscher/företag/profiler för vilka den är avstämd inne i en stadskärna eller ett köpcentrum. Modellen arbetar med relativt lätt observerade parametrar och rangordnar butikslägen i ett centrum eller en stadsdel.



Figur 52 Dessa sex lägesparametrar viktas olika beroende på vilken bransch/sortiment/ företag man studerar och vilken typ och storlek av centrum det gäller.

Resultatet för Gottsunda visas i figuren nedan. Två viktiga förutsättningar för analysen är att parkeringsgarage / mobilitetshubbar placeras enligt förslag *Strukturplan (bilaga 2, januari 2020)* och att såväl längs huvudgator som lokalgator finns möjligheter till kantstensparkering och angöring.



Figur 53 Olika lägens relativa attraktivitet för detaljhandel och därmed kopplad kommersiell service. Över 70 lägespoäng ger exceptionella, kommersiella förutsättningar, men är mycket ovanligt i en liten stad. Endast gatornas relativa styrka är analyserad. Inne i gallerian kan andra lägespoäng förkomma.

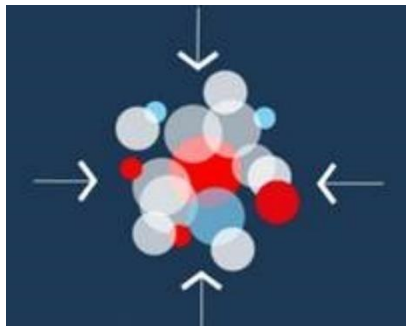
### 5.4 FÖRSLAG PÅ PLACERING AV VERKSAMHETER

#### Etableringspreferenser

Viss typ av handel med skrymmande varor kräver att det finns tillgång till parkeringsplatser eller att det finns möjlighet till hemleverans. T.ex.

matvarubutiker är alltjämnt beroende av parkeringsmöjligheter i direkt närhet till affären. Kunderna är beredde att gå mycket korta sträckor med matkassarna.

Handel vill gärna ligga tillsammans med annan handel och service för att bilda en stark målpunkt. Viss typ av handel (till exempel kläder) vill även ligga i kluster med liknande utbud.



Figur 54 Koncentrera etableringarna till få noder och stråk för att undvika intern konkurrens.

Butiker och verksamheter ska vara väl synliga från större stråk där många rör sig. Hörnlägen har bättre synlighet än lägen mitt på en gata. Tydlig skyltning och belysning är även viktigt.

För att hantera framtida ökade kunderlag i ett område som ännu inte är på plats, men där handelsytorna kommer i en byggnad som ingår i en tidig etapp är det viktigt med flexibilitet både vad gäller innehåll och lokalstorlekar.

Detta för att minimera risken för vakanta lokaler. Det kan vara viktigt under en utbyggnadsfas att möjliggöra alternativa användningar av bottenvåningslokaler.

I nya områden rekommenderas att bygga i etapper där berikande gatuplanslokaler placeras i de sistkomna kvarteren om exploatören inte vill acceptera en ökad risk för vakanser under en övergångsperiod. Flexibla lokaler med tillfälliga verksamheter är en lösning under tiden. Planera för flexibilitet, till exempel stor lokal vill bli två små.

Sammanfattningsvis gäller följande prioriteringar av funktioner för stärkt handel:

1. Klustring av handel
2. Bostäder (speciellt vid mindre centrum)
3. Tillgänglighet (alla trafikslag)
4. Kontor/hotell
5. Samhällsservice och kulturverksamhet (till exempel vårdcentral och bibliotek) bidrar till platsens identitet och kan vara indirekt viktiga för handeln.

Dagligvaror är mindre lägeskänsliga, har lägre behov av goda grannar samt kräver mindre underlag för etablering än sällanköpsvaror. Restauranger är ännu mindre lägeskänsliga än dagligvaror.

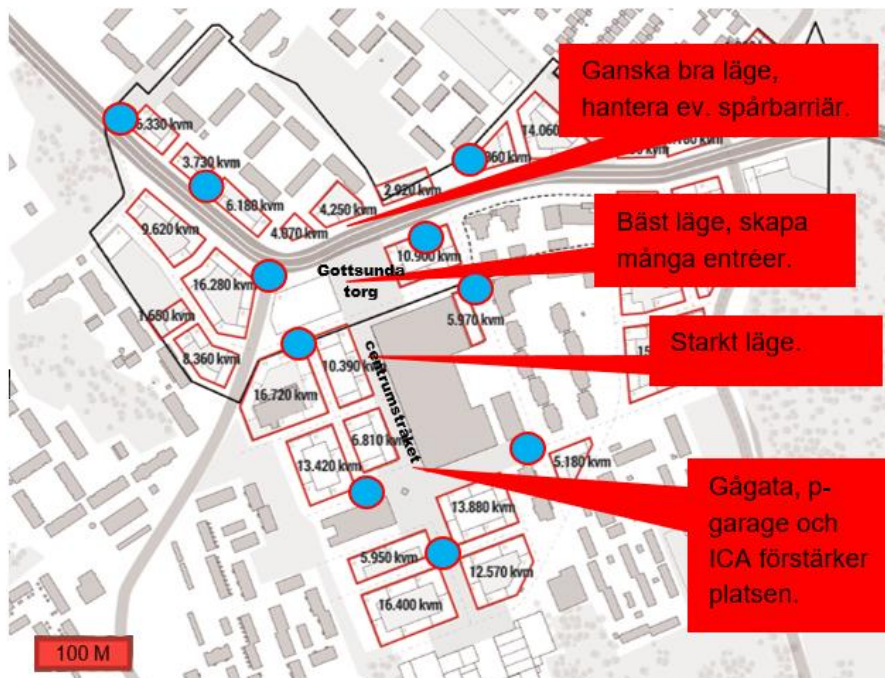
### **Gottsunda**

Med den långa tidshorisont som föreligger i Gottsunda, där utbyggnaden ska pågå till 2050, kan det vara en idé att bygga bostäder "utifrån och in", dvs kvarteren som är mest attraktiva för handel och service byggs sent i



processen. I annat fall behöver platsen vända sig till ett större upptagningsområde, bli en destination.

Figuren nedan visar lämpliga lägen på lokaler där det bedöms vara marknadsmässigt lämpligt att placera handel, service och restaurang/cafe i bottenvåningar.



Figur 55 Rekommenderade lägen för handel, restaurang och service med bäring på etableringspreferenser. Blå punkter är ungefärliga lägen för mindre lägesbunden restaurang och service. Nytt läge för Lidl kan förändra bilden lite.

För upplevelsen av platsen är det en fördel att kommunal service flyttar till ett läge närmare nya spårvägsstråket. Att allt samlas kring ett sammanhållet torg är en styrka. Att servicen finns kvar i området är dock det mest avgörande, trenden är att denna centrumtyp får en allt större andel service på handens bekostnad. Detta särskilt i ljuset av att handeln under en period kommer att få det tuftt innan det blir bättre igen. Dock behöver byggnader för kultur och simhall samplaneras med lämpliga bottenplanslokaler och butiksentréer.

## 5.5 ÖVERGRIPANDE SYNPUNKTER PÅ STRUKTURPLANEN

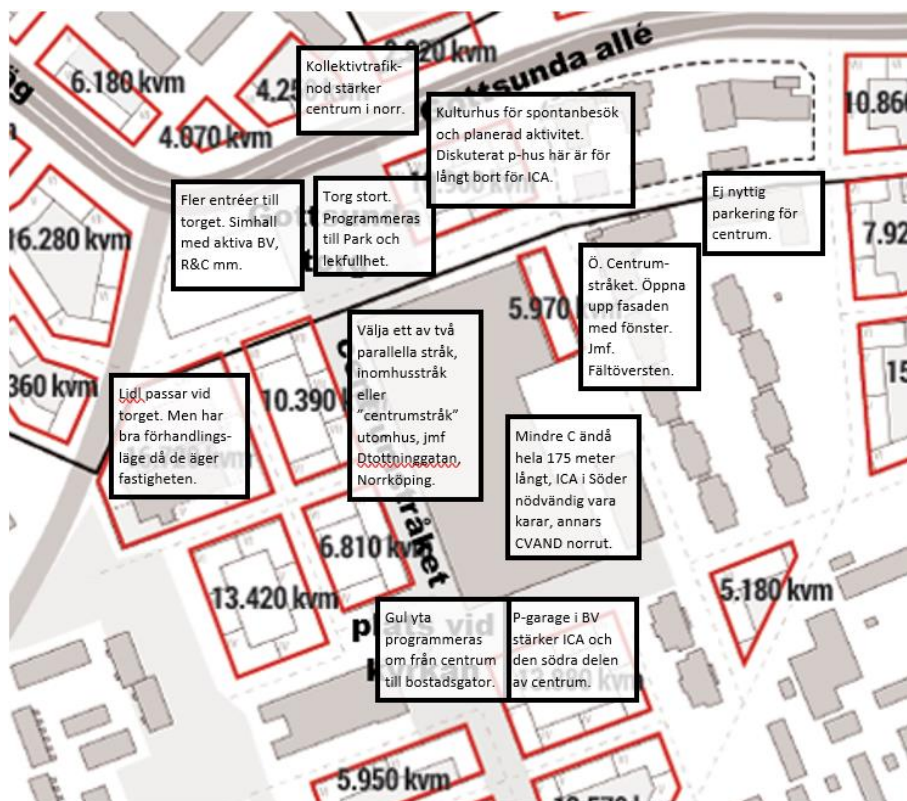
Stråket i centrumbyggnaden är också ett stråk och måste ritas ut i planerna för förståelsen av platsen. Det invändiga stråket konkurrerar med det utvändiga.

Det utvändiga stråket har i förslaget få entréer från centrumet och behöver ha andra vistelsekvaliteter för att fungera.

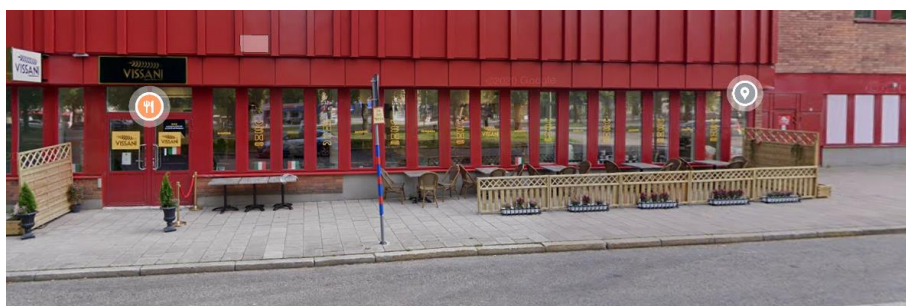
Det är generellt mycket torg/gågata i förslaget, men saknas park med funktioner för lek och idrott. Några av de gula ytorna skulle kunna vara gröna eller åtminstone mer tydligt programmerade så att de är målpunkter i sig.

Torget är för stort och har för få entréer mot sig.

Badhuset, mataffärerna och spårvägsstationen är stora dragare för flöden i området. Man kan byta plats på någon av dessa för att dra ned flöden mot skolan och aktivera en större del av stråket.



Figur 56 Kommentarer på strukturplanen.



Figur 57 Exempel på en "levandegjord" tråkig baksida. Östra Centrumtråket i Gottunda kan kanske hanteras på ett liknande sätt (Fältöversten).

## 6 VIKTEN AV FLEXIBILITET I PLANERINGEN

### 6.1 INLEDNING

Bedömningar av det totala ytbehovet för handel, restaurang och service år 2050 är svårt att göra eftersom det bygger på långsiktiga prognoser för e-handelns utveckling, prognoser för konsumtion per capita, prognoser för antalet boende och arbetande med mera.

Det finns därmed en osäkerhet om hur mycket lokaler som behövs och vilken mix av handel, restaurang och kommersiell service som är lämplig och möjlig. Mixen av verksamheter kan också behöva förändras över tid för att möta rådande konsumtionspreferenser. Det kan även finnas behov av snabba tillfälliga förändringar. Ett exempel på det är Coronapandemin där lokaler för handel och service hyrdes ut till skolor, idrott, kontor med mera.

En annan konsekvens av att Gottsunda byggs ut under lång tid är att en del lokaler för handel och service måste byggas innan befolkningsunderlaget är så stort för att det finns tillräckligt kommersiellt underlag för verksamheterna. Det kan leda till outhyrda lokaler, vilket är en ekonomisk belastning för fastighetsägaren. Tomma lokaler innebär även att stadsdelen känns mindre levande.

För att hantera de osäkerheter och risker en lång utbyggnadsperiod innebär bör gatuplanslokaler planeras och byggas med flexibilitet. Flexibilitet kan skapas på flera sätt:

- Flexibilitet i detaljplanen.
- Flexibilitet i byggnaden.
- Flexibilitet i markanvändning.
- Rätt ägande.
- Lokalisera andra typer av funktioner i bottenvåningarna.

### 6.2 FLEXIBILITET I DETALJPLANEN

#### **Tillåt bred användning**

Genom att tillåta C i stället för H ges möjlighet till fler användningar av lokalerna än bara handel, till exempel gemensamhetslokaler, festlokaler och lekrum, verkstad och hobbyrum samt gästboende för övernattande gäster, cykelrum med verkstad etcetera. Det möjliggör även att lokaler kan ha olika användning över tid. Det minskar risken för vakanser som inverkar negativt på stadslivskvaliteterna. Ännu mer flexibilitet fås om detaljplanen tillåter ytterligare verksamheter, till exempel bostäder och kontor.

#### **Medge, men tvinga inte fram, bottenvåningslokaler**

Om man i detaljplanen skriver att centrumändamål/ handel skall finnas i bottenvåning så kan den inte innehålla någon annan användning. Om den totala planerade ytan för bottenvåningslokaler är större än vad marknaden klar finns det risk för att lokalerna inte går att hyra ut.

Genom att centrumändamål/ handel medges finns möjlighet för marknaden att själv välja de mest attraktiva lägena där de kommersiella förutsättningarna är goda.

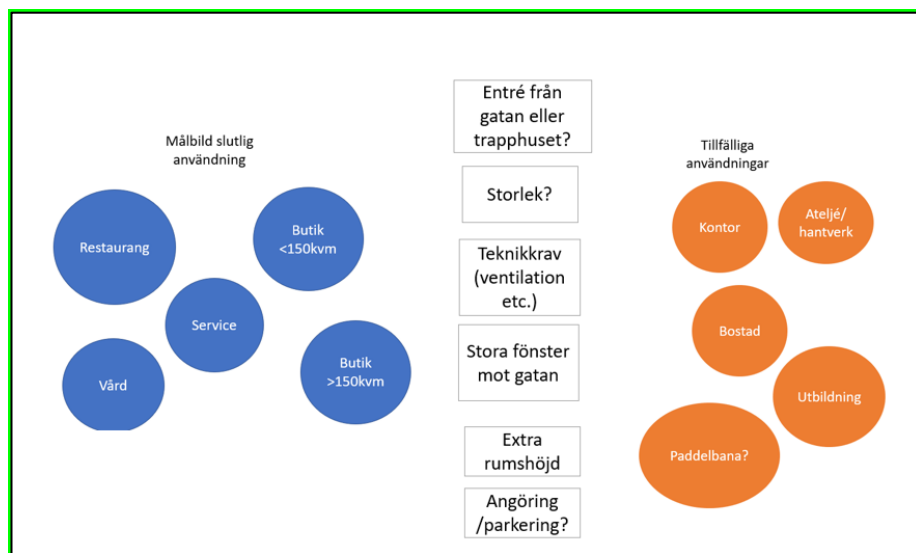
### 6.3 FLEXIBILITET I BYGGNADEN

En grundförutsättning för att kunna ändra användning över tid är att medge flera användningar i detaljplanen. Att bara ange en flexibel användning kan dock innebära att man måste riva och bygga nytt eller kraftigt bygga om lokalen för att den ska passa till den nya användningen. Det behövs därför säkerställas att lokalen passar för flera användningar med bestämmelser i detaljplan.

Till exempel kan tillräcklig rumshöjd och lämpliga entréförhållanden för flera användningar. (kontor, butik och bostad) säkerställas. Det är svårare att säkerställa i detaljplanen att de tekniska systemen så som ventilation är förberedda för de olika användningarna (till exempel restaurang kräver separat ventilation från bostäderna).

Bygg därför bottenvåningslokaler som fungerar för flera behov utan ombyggnad eller med mindre ombyggnad. Ett exempel på mindre ombyggnad är att göra mer än en entré till lokalen så att man kan välja om det ska vara en stor lokal eller två mindre lokaler.

Undersök vilka användningar kan rymmas i liknande eller samma lokaler. Baserat på vilka användningar man har tänkt sig i fullt utbyggt skede kan man matcha dem mot lämpliga tillfälliga användningar och reglera utformningen så att det passar för båda dessa. Lokalerna går inte att göra flexibla för alla användningar.



Figur 58 Matcha tillfälliga och slutliga användningar.



I efterföljande exempel har lokaler som medger flera användningar eller en kombination av användningar samtidigt byggts.

### Exempel Vallastaden

I Vallastaden i Linköping är nästan alla byggrätter reglerade flexibelt med både B och C. En mycket liten del har tvingande bottenvåningslokaler, men nästan alla bottenvåningar är reglerade med att de ska ha minst 3,2 meter i rumshöjd och byggnader mot huvudstråk och gator har en tvingande bestämmelse om att byggnaden ska ha entréer mot gatan.

Det ger upphov till en stor mängd bostäder som skulle kunna omvandlas till exempelvis kontor eller butik eller någon form av bokal. Att bo i en butikslokal ger dock problem med insyn och en del konstiga lösningar för att skapa avskildhet har uppstått.



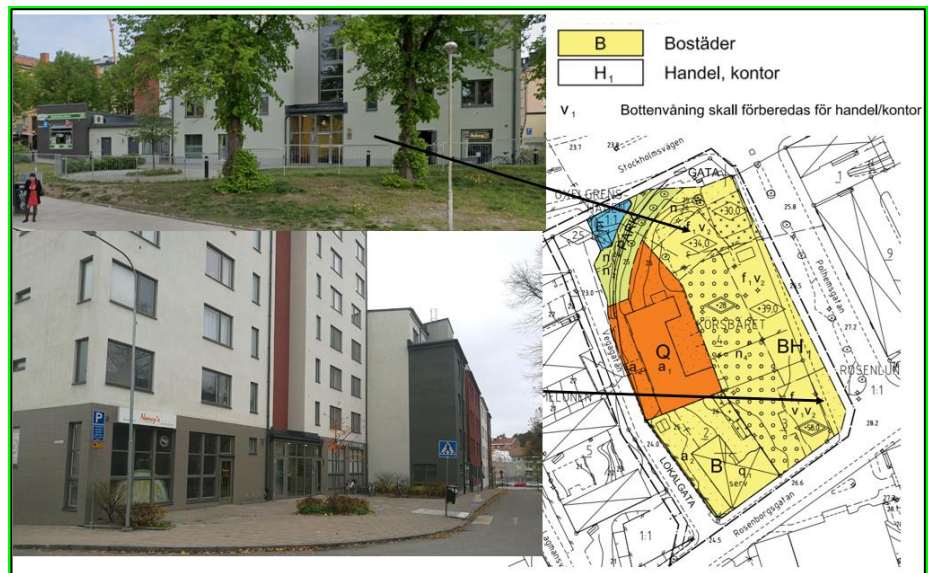
Figur 59 Vallastaden

### Exempel kv Körsbäret Södertälje

I kv. Körsbäret i Södertälje var planen flexibel för användning Bostäder och Handel/kontor inom en stor del av byggrätten och inom en del var det föreskrivet att bottenvåningen skulle förberedas för kontor/handel.

Uttolkningen av bestämmelsen innebar att bottenplanet byggdes med en högre rumshöjd där den ena delen byggdes ut med en restaurang från början och den andra delen fick ett mellangolv som skulle kunna rivas om man ville byta från bostad till lokal. Den slutgiltiga ägaren för denna blev dock en tandläkare som använde mellangolvet för sina tekniska installationer (tryckluft etcetera och därmed inte fick direkt utgång mot gatan. Både restaurangen och tandläkaren fick ytor i källaren för specialavlopp (fettavskiljare och hantering av amalgam).

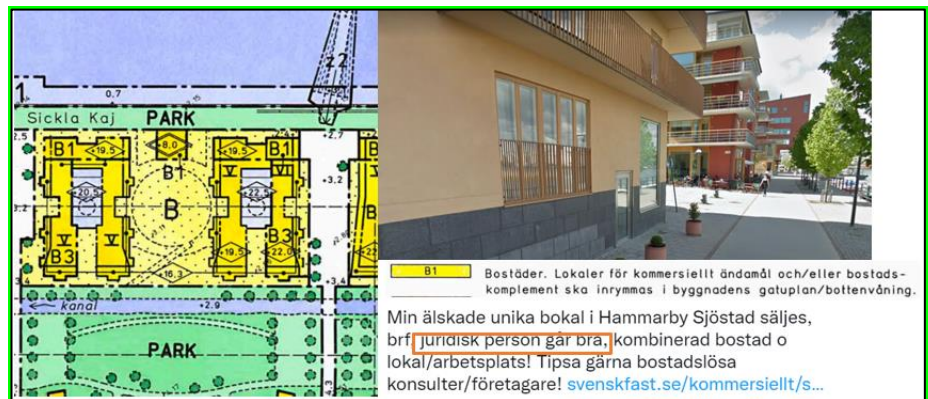
Lokaler med kontor, en gemensamhetslokal och en kiosk byggdes även i de norra delarna av kvarteret. Lokalerna har inte byggts om efter inflyttning 2011.



Figur 60 Kv. Körsbäret.

## Bokaler i Hammarby Sjästad

Till Bostadsmässan i Hammarby Sjästad lanserades "bokaler" Kombinerade lokaler och bostäder tänkta för den som driver en mindre verksamhet från sin bostad. Bostäderna hade en mindre lokaldel i direkt anslutning till en bostadsdel.



Figur 61 Hammarby Sjästad.

## 6.4 ÄGANDE

Finansieringen av lokalerna är viktig. För en BRF kan en outhyrd lokal vara en stark belastning. Att en juridisk person kan äga lokalen är en möjlig lösning.

Om lokalerna ägs av olika intressenter och privatpersoner är det svårare att styra utbudet i lokalerna. Att kommunen eller en kommunal aktör äger och hyr ut lokalerna ger större kontroll, men innebär en ekonomisk risk.

Övergång från bostad till lokal bedöms vara särskilt svår för bostadsrätter. I ett hyresrättshus finns det lite större möjlighet till sådan förändring längre fram förutsatt att ägaren är positiv.

## 6.5 TILLFÄLLIG ANVÄNDNING AV MARK FRAM TILL DESS ATT BEHOV AV EN BYGGNAD UPPSTÅR

Det är möjligt att välja att inte bygga ut alla delar från början om de lokaler som planeras är svåra att kombinera med andra användningar. Det kan bland annat gälla en större lokal till exempel dagligvarubutik som det är svårt att hitta en tillfällig användning för. Den fria ytan kan användas till parkering, tillfälliga verksamheter etcetera. Det kan också vara möjligt att utöka bottenvåningen med en tillbyggnad i senare skede.

## 6.6 SLUTSATSER MED BÄRING PÅ GOTTSUNDA

Eftersom utbyggnaden av Gottsunda tar många år kommer det att bli viktigt att utnyttja möjligheterna med en flexibel planering. I huvudsak bör det planeras för att möjliggöra, men inte tvinga fram, etablering av gatuplanslokaler. Detaljplanerna bör även tillåta flera användningar, det vill säga att det är bättre att planera med C i stället för H.

I vissa delar av Gottsunda är det dock, både ur ett serviceperspektiv och ur ett stadslivsperspektiv, viktigt att säkerställa att det blir bottenplanslokaler. Där kan detaljplanerna vara tvingande. För att säkerställa att det blir handel, restaurang och kommersiell service i viktigaste punkterna kan detaljplanen även begränsas till att endast omfatta handel (H). Se figur 53 vilka lägen det kan tänkas vara. Lägen med lägespoäng över 50,1 kan vara rimliga att reglera mindre flexibelt. Kanske även något gulmarkerat område nära spårväghållplatsen (den södra sidan är kommersiellt starkare, men den norra sidan har bättre solläge för restauranger). Avgörande blir här hur man utformar den barriär som spåren innebär (se avsnitt om barriär under fysisk analys).

Vid planering av var detaljplanerna ska vara tvingande och eller begränsade till H är det viktigt att ta hänsyn till var de kommersiellt starkaste lägena finns, se beskrivning i föregående kapitel om vad som är kommersiellt starka lägen. Om man tvingar fram gatuplanslokaler i lägen som inte är kommersiellt gångbara finns det risk för att lokalerna blir svåra att hyra ut till marknadsmässiga hyror, vilket påverkar fastighetsägarens ekonomi. Det finns även risk för att lokalerna fylls med verksamheter som inte berikar stadslivet eller att lokalerna står tomma, vilket även det är negativt för stadslivet.

För att öka möjligheterna att hyra ut gatuplanslokaler i Gottsunda bör även möjligheter till flexibilitet i byggnaden användas. Det är framförallt viktigt i lägen som inte är så kommersiellt starka. Även i starka lägen kan det dock i vissa fall vara motiverat att bygga in möjligheter att till flexibla lokalstorlekar som medger att lokaler slås ihop eller delas upp i fler lokaler.



Figur 62 Spännande och flexibel lokal i Hammarby sjöstad.

Flexibel användning av mark som ännu inte bebyggts kan också bidra till att stärka förutsättningar för gatuplansverksamheter i väntan på att kundunderlaget blir tillräckligt stort. Det kan exempelvis vara bra att undersöka möjligheterna att använda marken till parkeringsplatser för besökare till Gottsunda.

Ett annat exempel är tillfälliga verksamheter som pop up butiker, skridskobana, utomhusscen, lekplats, utegym etcetera. Det bidrar till att fler vill besöka Gottsunda och att de även stannar längre, vilket gynnar handel, restaurang och kommersiell service.

Vid utvecklingen av Gottsunda är det viktigt att ha en dialog med kultur- och fritidsförvaltningen för att utnyttja möjligheterna till flexibel användning av lokaler under utbyggnadstiden.



## 7 BILAGA – DEFINITION AV BRANSCHTILLHÖRIGHET

Bransch	SNIKod	SNI-Text
Dagligvaruhandel	47111	Varuhus- och stormarknadshandel, mest livsmedel, drycker och tobak
Dagligvaruhandel	47112	Livsmedelsbutiker med brett sortiment, ej varuhus eller stormarknad
Dagligvaruhandel	47191	Andra varuhus och stormarknader
Dagligvaruhandel	47199	Övriga butiker med brett sortiment
Dagligvaruhandel	47210	Frukt- och grönsaksaffärer
Dagligvaruhandel	47220	Kött- och charkuteriaffärer
Dagligvaruhandel	47230	Fiskaffärer
Dagligvaruhandel	47241	Brödbutiker
Dagligvaruhandel	47242	Konfektyrbutiker
Dagligvaruhandel	47260	Tobaksaffärer
Dagligvaruhandel	47291	Hälsokostbutiker
Dagligvaruhandel	47299	Övriga specialbutiker med livsmedel
Sällanköpsvaruhandel	47410	Datorbutiker; data- och tv-spelsbutiker
Sällanköpsvaruhandel	47420	Telebutiker
Sällanköpsvaruhandel	47430	Radio- och TV-affärer
Sällanköpsvaruhandel	47510	Garn-, tyg- och sybehörsaffärer
Sällanköpsvaruhandel	47521	Byggvaruhandel
Sällanköpsvaruhandel	47522	Järn- och VVS-varuhandel
Sällanköpsvaruhandel	47523	Färghandel
Sällanköpsvaruhandel	47531	Tapet-, matt- och golvbeläggningshandel
Sällanköpsvaruhandel	47532	Hemtextilbutiker
Sällanköpsvaruhandel	47540	Butiker för vitvaror och andra elektriska hushållsmaskiner och -apparater
Sällanköpsvaruhandel	47591	Möbelaffärer
Sällanköpsvaruhandel	47593	Bosättningsaffärer
Sällanköpsvaruhandel	47594	Butiker för belysningsartiklar
Sällanköpsvaruhandel	47595	Musikhandel
Sällanköpsvaruhandel	47610	Bokhandel
Sällanköpsvaruhandel	47621	Tidningshandel
Sällanköpsvaruhandel	47622	Pappershandel
Sällanköpsvaruhandel	47630	Skiv- och videobutiker
Sällanköpsvaruhandel	47641	Sportaffärer
Sällanköpsvaruhandel	47642	Cykelaffärer
Sällanköpsvaruhandel	47650	Leksaksaffärer
Sällanköpsvaruhandel	47711	Affärer för herr-, dam- och barnkläder, blandat
Sällanköpsvaruhandel	47712	Herrklädesaffärer
Sällanköpsvaruhandel	47713	Damklädesaffärer
Sällanköpsvaruhandel	47714	Barnklädesaffärer
Sällanköpsvaruhandel	47715	Pälsaffärer

Sällanköpsvaruhandel	47721	Skoaffärer
Sällanköpsvaruhandel	47722	Väskaffärer
Sällanköpsvaruhandel	47730	Apotek
Sällanköpsvaruhandel	47740	Sjukvårdsbutiker
Sällanköpsvaruhandel	47750	Parfymaffärer
Sällanköpsvaruhandel	47761	Blomster- och trädgårdvaruhandel
Sällanköpsvaruhandel	47762	Zooaffärer
Sällanköpsvaruhandel	47771	Uraffärer
Sällanköpsvaruhandel	47772	Guldsmedsaffärer
Sällanköpsvaruhandel	47781	Optiker
Sällanköpsvaruhandel	47782	Fotoaffärer
Sällanköpsvaruhandel	47783	Konsthandel och gallerier
Sällanköpsvaruhandel	47784	Mynt- och frimärksaffärer
Sällanköpsvaruhandel	47789	Butiker med övrigt specialsortiment
Sällanköpsvaruhandel	47792	Second hand-butiker m.m.
Restaurang	56100	Restauranger
Annan service	77220	Uthyrare av videokassetter och dvd-skivor
Annan service	79110	Resebyråer
Annan service	79120	Researrangörer
Annan service	79900	Turistbyråer o.d.
Annan service	93130	Gymanläggningar
Annan service	95110	Reparationsverkstäder för datorer och kringutrustning
Annan service	95120	Reparationsverkstäder för kommunikationsutrustning
Annan service	95220	Reparationsverkstäder för hushållsapparater samt utrustning för hem och trädgård
Annan service	95230	Skomakerier, klackbarer m.m.
Annan service	95240	Möbelpetserare m.m.
Annan service	95250	Reparationsverkstäder för ur och guldsmedsvaror
Annan service	95290	Reparationsverkstäder för andra hushållsartiklar och personliga artiklar
Annan service	96012	Konsumenttvätterier
Annan service	96021	Frisörsalonger
Annan service	96022	Skönhetssalonger
Annan service	96030	Begravningsbyråer m.m.
Annan service	96040	Inrättningar för kroppsvård
Annan service	96090	Övriga konsumenttjänstföretag

### Vidare förekommer även följande verksamheter

Byggvaruhandel.

Systembolagets butiker som är monopol.

Båtbutiker som kan vara dominerande i t ex Norrtälje.

Antikvitetsaffärer och antikvariat

Hotell

Biografer

Trafikskolor

Teater- och konserthusföretag o.d.

Bibliotek

Museer

Kulturminnesinstitutioner

Spel- och vadhållningsföretag

Större gymanläggningar

Hushållstjänster, till exempel städföretag och hantverkare (ROT, RUT)

Produktion av kultur, t.ex. replokaler, konstnårsverkstäder och ateljéer.

Konsumtion av kultur, till exempel scener, museiverksamhet, gallerier, biografer, bibliotek.

Försäljning av kulturföremål, till exempel antikvariat och konstgallerier.

Hälsa, vård och omsorg, till exempel vårdcentral mödravård, sjukgymnast.  
Tandläkare, läkare

Skolor och förskolor, studieförbund, företagsrådgivning.

Mötesplatser, till exempel för seniorer, politiska grupper, fritidsgårdar, samlings- och möteslokaler.

Social försäljning, delande, uthyrning och utlåning. Butiker som drivs som sociala företag/kooperativ med verksamhetsidé att anställa personer långt ifrån arbetsmarknaden alternativt där betydande del av överskott går till goda ändamål.

## 8 BILAGA – DEFINITION AV OLIKA HANDELSBEGREPP

### Detaljhandel

Denna utredning behandlar främst detaljhandelsvaror som går via försäljningsställen som klassas som egentlig detaljhandel. Bil- och bensinhandel ingår därför inte. Detaljhandel delas upp i dagligvaror och sällanköpsvaror. Endast cirka hälften av de besöksintensiva verksamheterna i en stadskärna och minoriteten i kommundelscentra och ännu mindre centra utgörs av detaljhandelsbutiker. Resten utgörs av restauranger, kaféer, annan kommersiell service och social service. Restauranger, som även omfattar kaféer och liknande, är en bransch som blir en allt viktigare del i utbudet.

### Dagligvaror (förkortas ofta DV)

Med dagligvaror eller dagligvaruhandel avses sådana varor som fyller konsumentens dagliga inköpsbehov. Begreppet omfattar livsmedel och övriga dagligvaror såsom blommor (blommor, trädgårdsväxter, trädgårdsartiklar), kemtekniska artiklar (kemtekniska artiklar, övrig medicin, hälsopreparat, vitaminer, andra sjukvårdsprodukter, andra varor och artiklar), tobak, tidningar, tidskrifter och djurmat. Livsmedelsbutiker kan delas upp i följande undergrupper:

- **Bekvämbutiker** (trafik- och service/jourbutiker med ofta förlängt öppethållande, max 250 kvadratmeter säljyta och ett begränsat sortiment). Tempo och Handlar'n är exempel på bekvämbutiker. Kallas ibland för närbutiker.
- **Lågprisbutiker** (saknar en vedertagen definition). Willy:s och City Gross är exempel på lågprisbutiker.
- **Stormarknader** (minst 2 500 kvadratmeter säljyta, brett sortiment av både livsmedel och specialvaror, externt läge samt minst 300 bilplatser). Stora Coop (tidigare COOP Forum) och ICA Maxi är exempel på stormarknader.
- **Allivsbutiker** (i mittfåran vad gäller storlek, sortimentsinriktning, servicenivå och priser; de är den svenska dagligvarumarknadens ryggrad och mest anlitade butikskoncept och har ca 50 % av dagligvarumarknaden). ICA Kvantum och Hemköp är exempel på allivsbutiker.
- **Speciallivsbutiker** (de har en huvudsaklig inriktning inom ett varuområde, exempelvis kött-, frukt- och fiskbutiker etc). Speciallivsbutiker samlokaliseras ofta i saluhallar. Gateau försörjer många bostadsområden med bröd.

### Sällanköpsvaror (förkortas ofta SV)

Sällanköpsvaror eller sällanköpsvaruhandel delas upp i fyra olika huvudbranscher: beklädnad, hemutrustning, fritidsvaror och byggvaror. Specialvaror är sällanköpsvaror minus byggvaror. Den pågående branschglidningen har skapat en femte "bransch" som växer sig allt starkare, bestående av "andra butiker, varuhus och stormarknader med brett sortiment" och "övrig sällanköpshandel". Exempel på enheter som hör hit är

ÖoB, Rusta, Åhléns, Albert & Herbert, Lantmännen, Babyland, Eko och Karlssons varuhus.

Sällanköpsvarubutiker förekommer i många typer av handelsdestinationer och lägen: citygallerior, varuhus, fackhandelsbutiker (butiker som har en huvudsaklig inriktning inom ett varuområde), storbutikscentrum, externa köpcentrum, temacentrum och factory outlets.

- **Fritidsvaror:** Bok & papper, cykel & sport, leksaker, foto, radio & tv, data & tele.
- **Beklädnad;** Kläder & skor, väskor.
- **Hemutrustning:** Möbler, heminredning.
- **Byggvaror:** Järn- och byggvaror, färghandel.

### **Restauranger**

I begreppet restaurang ingår även caféverksamhet. I köpcentrum oftast en andel av den totala uthyrbara ytan. Många arbetsplatser styr efterfrågan på lunchrestauranger. En starkt växande trend i centrala lägen är restaurang i hotellmiljö.

### **Kommersiell service**

Begreppet saknar en standarddefinition i Sverige, men kommersiell service utgör ett ofta förekommande inslag i bostadsområden. Begreppet brukar innehålla gymanläggningar, reparationsverkstäder, skomakerier, klackbarer, mäklare, möbeltapetsare m.m., konsumentvätterier, frisör- och skönhetssalonger, begravningsbyråer m.m., inrättningar för kroppsvård, resebyråverksamhet.

### **Offentlig service**

Exempel på offentlig service är kommunalt ägda tandläkarmottagningar, skolor, friskvård såsom sjukgymnast, naprapat mm, barnomsorg, vårdcentral. När kommunen vill gynna ett område kan till exempel ett kommunalt bibliotek aktualiseras.

### **GLA (Gross Leasable Area) och LOA (lokalarea)**

Uthyrbar yta. Lager som hyrs av butikshyresgäst ingår. Allmänna utrymmen ingår inte. En schablon är att LOA utgör 80% av BTA (bruttoarea).



## VI ÄR WSP

WSP är ett av världens ledande analys- och teknikkonsultföretag. Vi verkar på våra lokala marknader med stöd av global expertis. Som tekniska experter och strategiska rådgivare har vi tillgång till ingenjörer, tekniker, naturvetare, planerare, utredare och miljöspecialister liksom professionella projektörer, konstruktörer och projektledare. Vi erbjuder hållbara lösningar inom Hus & Industri, Transport & Infrastruktur och Miljö & Energi. Med drygt 50 000 medarbetare på 500 kontor i 40 länder medverkar vi till en hållbar samhällsutveckling. I Sverige har vi omkring 5 000 medarbetare. [wsp.com](http://wsp.com)

### WSP Sverige AB

121 88 Stockholm-Globen  
Besök: Arenavägen 7

T: +46 10 7225000  
Org nr: 556057-4880  
Styrelsens säte: Stockholm  
[wsp.com](http://wsp.com)

