

Cityindex 2022

Lidköping

Fastighetsägarna och HUI



Cityindex 2022



FASTIGHETSÄGARNA

hui

Varför Cityindex?



Cityindex 2021

Tillväxthjulet

Ökade skatteintäkter och
mer välmående kommun

Attraktiv stad

Nya företag och bättre
arbetsmarknad

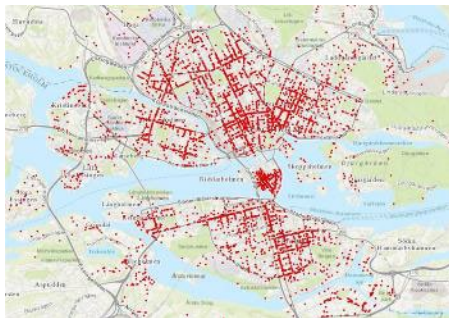
Ökad inflyttning och fler
investeringar



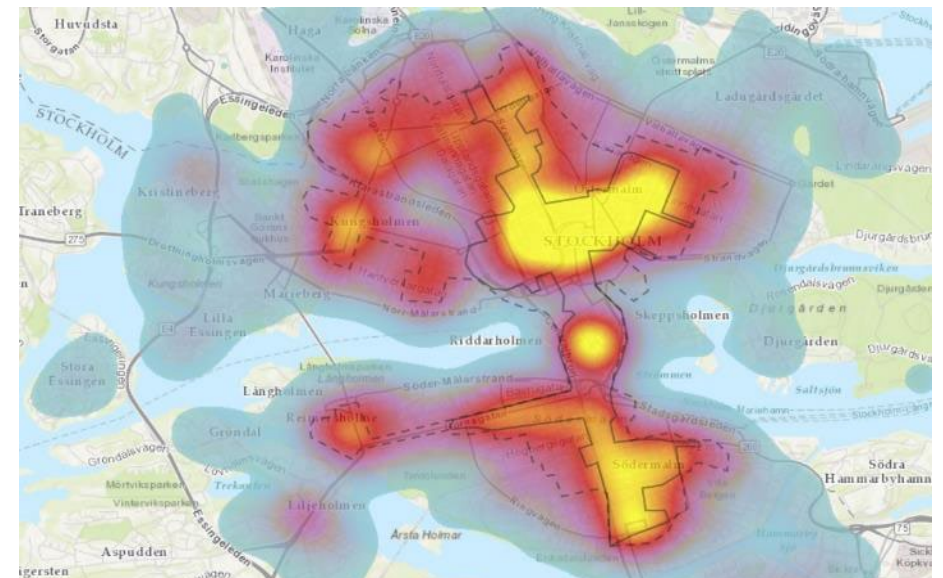
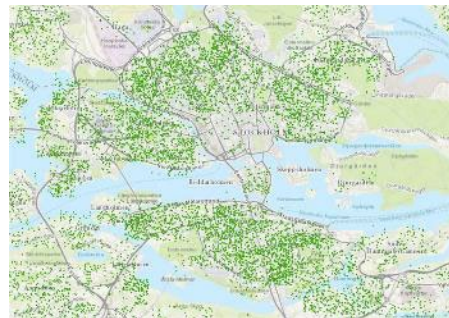
Stadskärnans avgränsning

Stadskärnans avgränsning baseras på tätheten av boende och kommersiella verksamheter.

Densitet av verksamheter



Densitet av boende



Densitet av verksamheter samt avgränsning av Stockholm stadskärna

Indelning av stadskärnor

Stadskärnorna delas in i fyra kategorier, baserat på antalet boende i tätorten.

STORSTÄDER

Göteborg
Malmö
Stockholm
Uppsala

STÖRRE STÄDER

Borås
Eskilstuna
Falun
Gävle
Halmstad
Helsingborg
Jönköping
Kalmar
Karlstad
Kristianstad
Linköping
Luleå
Lund
Norrköping

Skövde
Sundsvall
Södertälje
Trollhättan
Umeå
Västerås
Växjö
Örebro
Östersund

MEDELSTORA STÄDER

Alingsås
Avesta
Boden
Enköping
Eslöv
Falkenberg
Falköping
Hudiksvall
Härnösand
Hässleholm
Höganäs
Höllviken och
Ljunghusen

Karlshamn
Karlskoga
Karlskrona
Katrineholm
Kinna
Kiruna
Kristinehamn
Kungsbacka
Kungälv
Köping
Landskrona
Lidköping

Ljungby
Ludvika
Mariestad
Motala
Norrtälje
Nyköping
Nässjö
Oskarshamn
Piteå
Sandviken
Skellefteå
Trelleborg

Uddevalla
Vallentuna
Varberg
Visby
Vänersborg
Värnamo
Västervik
Ystad
Åkersberga
Ängelholm
Örnsköldsvik

SMÅSTÄDER

Arboga
Arvika
Bjuv
Bollnäs
Ekerö
Eksjö
Fagersta
Finspång
Gislaved
Gällivare
Höör

Kungsängen
Lomma
Mjölby
Mora
Nybro
Nynäshamn
Oxelösund
Ronneby
Sala
Skara
Skoghall
Stenungsund
Strängnäs
Svedala
Söderhamn
Timrå
Tranås
Ulricehamn
Vetlanda
Åhus
Åstorp
Älmhult



Branschindelning

TOTALT

Sammanfattande begrepp för detaljhandel, kommersiell service och hotell & restaurang.

DETALJHANDEL

Sammanfattande begrepp för handel inom dagligvaror och sällanköpsvaror.

DAGLIGVAROR

SNI 47.11, 27.2

Sammanfattande begrepp för allivs- och speciallivsbutiker, service- och jourbutiker, blommor, tobak, tidningar och kioskvaror med mera samt systembolag.

SÄLLANKÖPSVAROR

Sammanfattande begrepp för handel inom grupperna beklädnad samt hem- och fritidsvaror.

BEKLÄDNADSVAROR

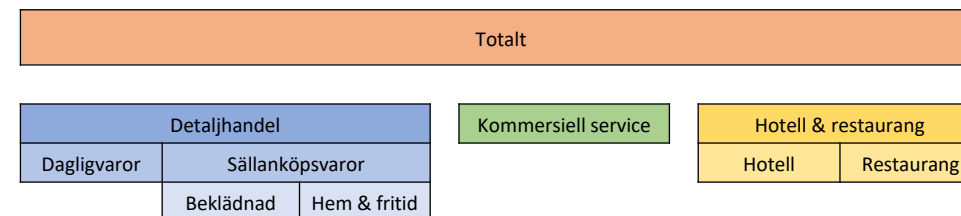
SNI 47.71-72

Kläder, skor, väskor och accessoarer.

HEM- & FRITIDSVAROR

SNI 47.19, 47.4-47.8 exkl. 47.71-72

Övriga branscher inom sällanköpsvaruhandeln som inte ingår i beklädnadshandeln. Några exempel är sport, möbler, leksaker, elektronik, järn- och byggvaror och heminredning. I hem- och fritidsvaruhandeln ingår även butiker med blandat sortiment som till exempel Rusta, Åhléns och Clas Ohlson. Vidare ingår apotek i denna kategori.



KOMMERSIELL SERVICE

SNI 59.14, 77.2, 79.1, 79.9, 93.12, 93.13, 93.21, 95.1-2, 96.012, 96.02, 96.04

Med kommersiell service avses tjänster som säljs av företag till konsument, är vinstdrivande och drivs av näringsidkare. Vanliga exempel är gym, biografer och frisörer. Tjänsten säljs och konsumeras i regel på samma plats. Offentlig service som inte har ett kommersiellt fokus separeras från kommersiell service. Kommersiell service utgörs av tjänster som återfinns på samma platser och i liknande sammanhang som detaljhandel och restauranger. Verksamheter som är kopplade till fastigheter, finansiella tjänster, utbildning och så vidare räknas ej till kommersiell service.

HOTELL

SNI 55.1-3

Hotell (inklusive restaurang där de förekommer), vandrarhem, stugbyar, campingplatser och konferensanläggningar med boende.

RESTAURANG

SNI 56.1

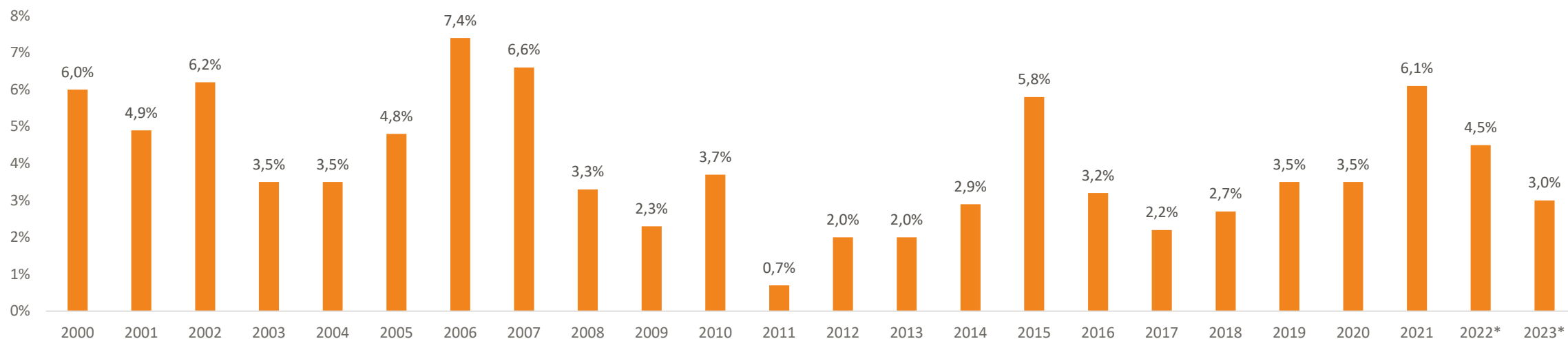
Restauranger, caféer och dylikt. Catering- och barverksamheter ingår ej i kartläggningen.

Detaljhandelns utveckling



Stark tillväxt för detaljhandeln 2021

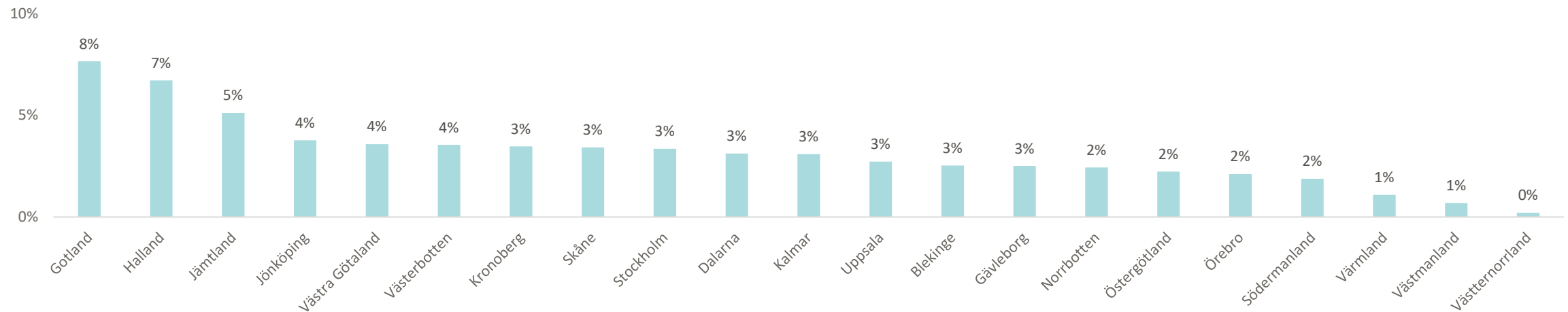
DETALJHANDELNS OMSÄTTNINGSENTVECKLING I LÖPANDE PRISER



Positiv tillväxt för fysisk detaljhandel i samtliga län

DEN FYSISKA HANDELNS TILLVÄXT PER LÄN

Den fysiska handelns tillväxt per län 2021, jämfört med 2020. Löpande priser.



Detaljhandeln växte främst på nätet

DETALJHANDELSTILLVÄXT, FYSISK HANDEL OCH E-HANDEL

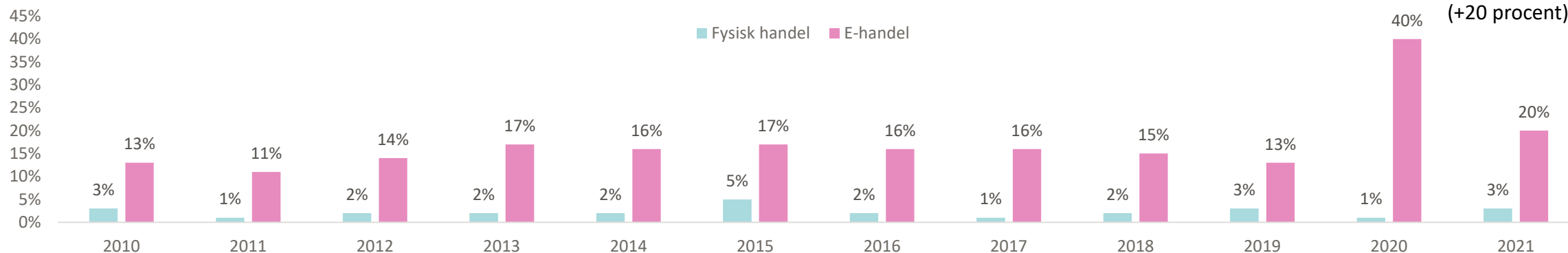
Tillväxten för fysisk handel och e-handel, 2010-2021. Löpande priser.



Under 2021 omsatte e-handeln

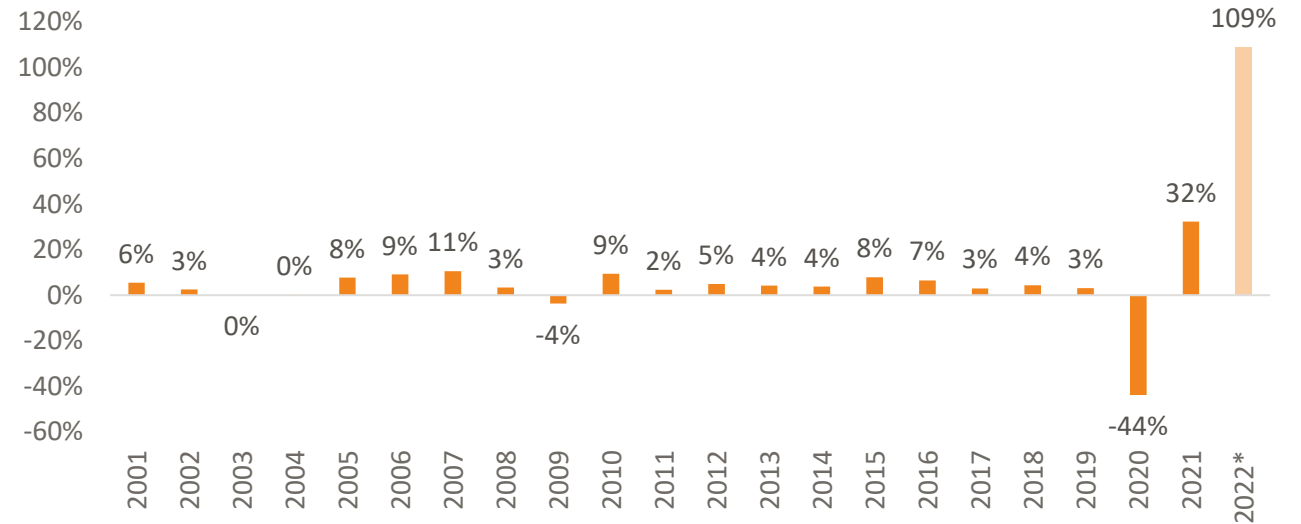
146 miljarder

(+20 procent)

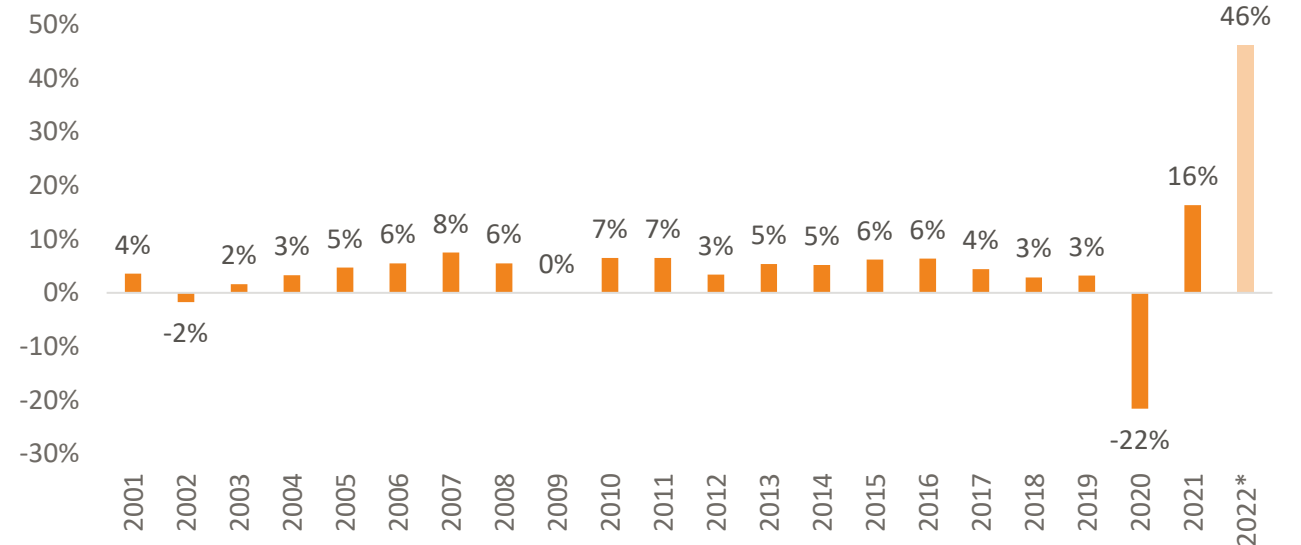


Återhämtning för hotell och restaurang

HOTELLBRANSCHENS OMSÄTTNINGSENTVECKLING I LÖPANDE PRISER



RESTAURANGBRANSCHENS OMSÄTTNINGSENTVECKLING I LÖPANDE PRISER

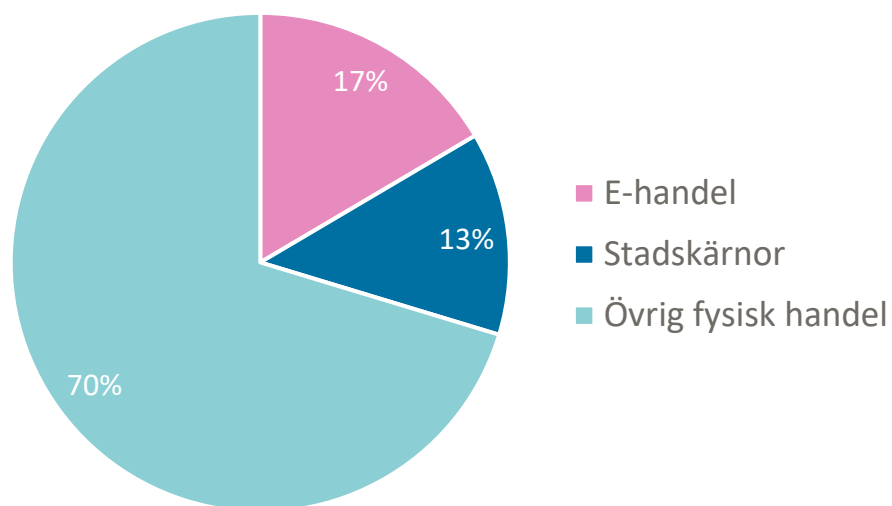


*Första halvåret 2022

Källa: SCB

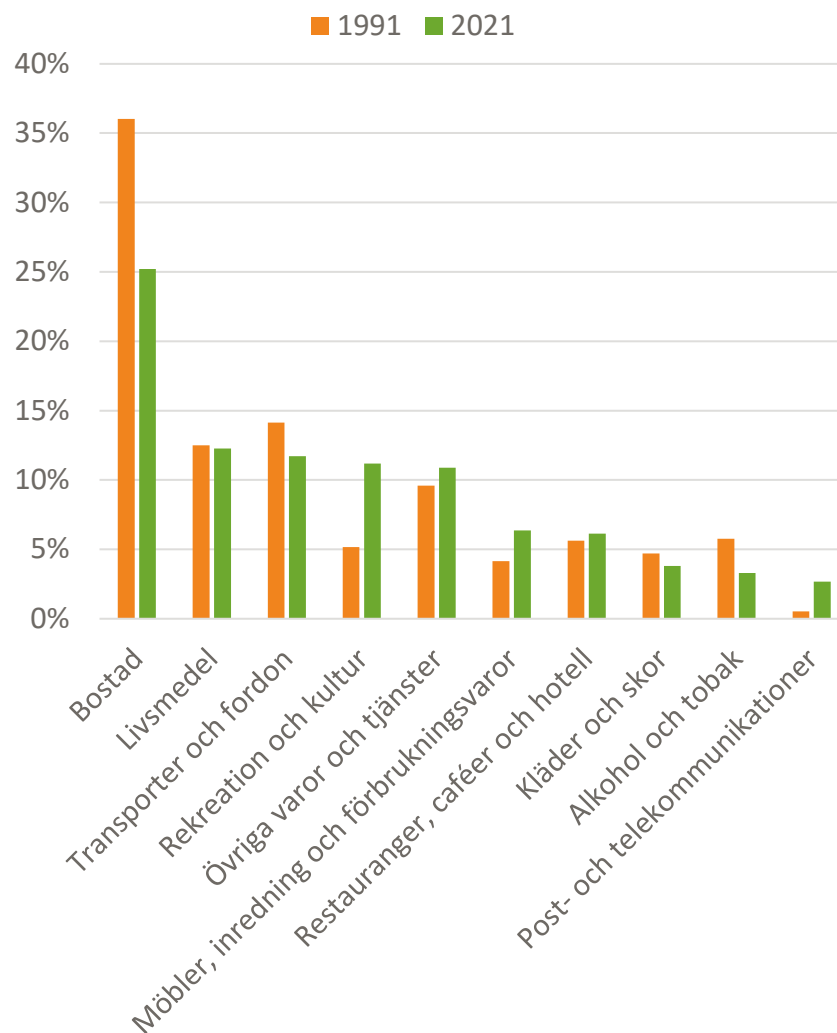
Stadskärnans marknadsandel oförändrad

TOTAL DETALJHANDELSOMSÄTTNING FÖRDELAD PÅ FÖRSÄLJNINGSKANAL 2021



Stor efterfrågan på kultur

HUSHÅLLENS KONSUMTION 1991-2021



A young woman with long, wavy red hair styled in a side braid is the central figure. She is wearing a white, textured knit sweater and is smiling as she looks towards the left. The background is a bustling city street market. To her left, there are market stalls with white awnings and various goods. Several people are walking around, including a man in a dark jacket and another in a plaid shirt. The street is lined with buildings, and the overall atmosphere is lively and urban.

Flöden i stadskärnorna

Flöden skapar stadsliv

FLÖDET VÄXTE I TAKT MED VACCINATIONERNA

Pandemin har till synes gett upphov till vissa permanenta beteendeförändringar även om det är tydligt att många längtat tillbaka till staden. Efter perioder med smittspridning och restriktioner har flödena i stadskärnorna ökat markant, men är ännu inte tillbaka på prepandemisk nivå. Hur besöksflödet utvecklas är direkt avgörande för stadskärnornas möjligheter att skapa stadsliv och därför är det viktigt att förstå flödets beståndsdelar.

TELIA CROWD INSIGHTS

För att mäta besöksflödena i de områden som ingår i stadskärnorna används Telia Crowd Insights.

Datainhämtningen sker från mobilpositionering i Telias nät och skalas upp representativt för att ge en rättvisande bild. Dataunderlaget anonymiseras och aggregeras och levereras i rutor om 500 x 500 meter. De undersökta rutorna täcker de utvalda områdena och inkluderar besökare som har befunnit sig minst tio minuter i en ruta.

Nytt för i år är att besöken kan kategoriseras efter vilken typ av aktivitet det sannolikt rör sig om baserat på rörelsemönster under dygnets timmar: om man är hemma, på arbetet eller om man gör något annat i stadskärnan.



Flödesnivån 2019–2022

2020: TVÅ AV FEM BESÖK I STADSKÄRNAN UTEBLEV

När pandemin slog till började besöksflödena dala i våra stadskärnor. Mellan mars och december 2020 minskade besöksnivån i snitt med 62 procent jämfört med motsvarande period 2019.

2021: POSITIV TREND MEN VART TREDJE BESÖK SAKNADES

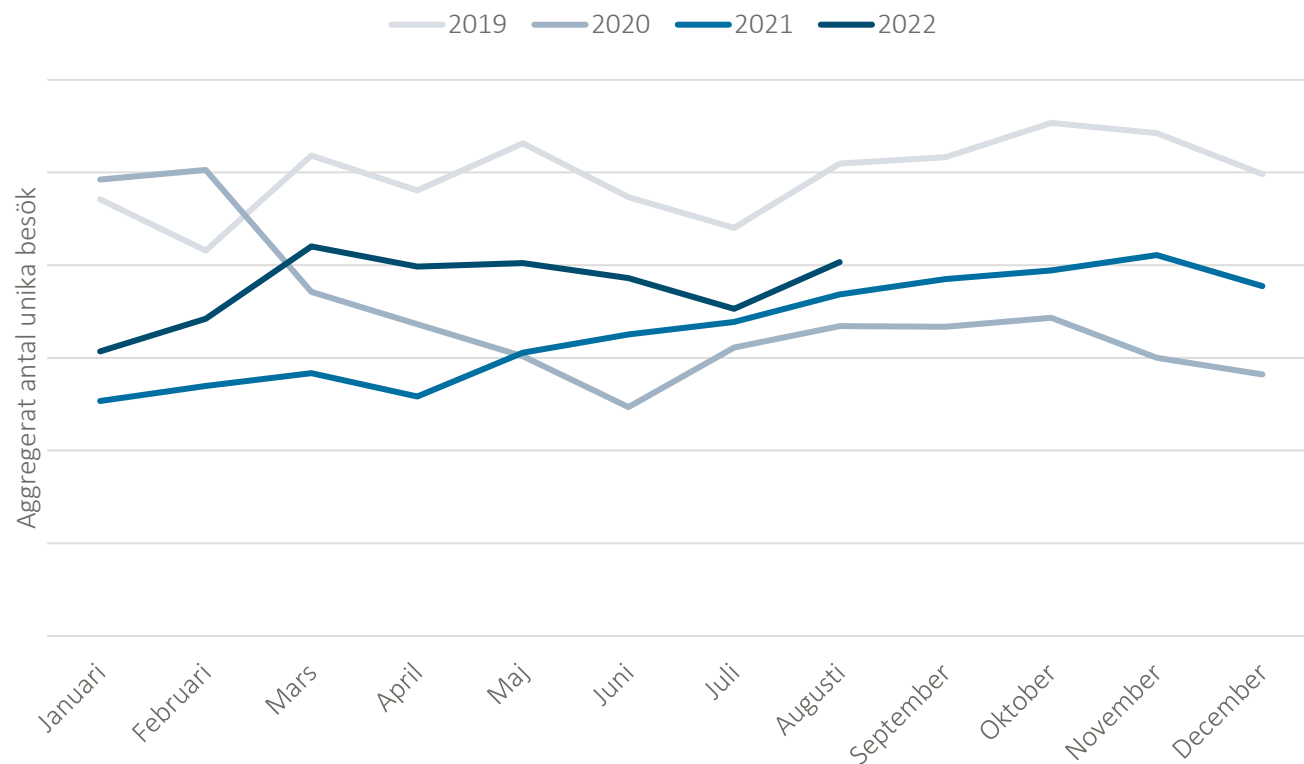
Januari 2021 inleddes med rekordlåga flödesnivåer jämfört med motsvarande månad 2019 (-46 procent i januari), men hade generellt en uppåtgående trend fram till årsslutet (-24 procent i december). För helåret 2021 minskade flödesnivåerna med 33 procent jämfört med 2019.

2022: EN AV FEM BESÖKARE SAKNAS FORTFARANDE

Årsskiftet 2021-2022 såg en ny våg av smittspridning och därför började besöksflödet återigen på en låg nivå, men trenden har sedan dess varit överlag positiv. Fram till i augusti 2022 ligger flödesnivån i snitt 22 procent under flödesnivån för motsvarande period 2019. Det mönster vi ser i år är att stadskärnorna har lockat tillbaka många besökare men att drygt var femte ännu saknas. Brytningar på stadskärnetyp och besökstyp kompletterar insikten om vad detta kan bero på, vilket presenteras på nästkommande två sidor.

FLÖDESNIVÅN I STADSKÄRNORNA

Flödesnivån i de svenska stadskärnorna januari 2019 till augusti 2022



Källa: Telia Crowd Insights

Flödesutveckling 2019-2022

FLÖDESUTVECKLINGEN SPEGLAR STADSSTORLEKEN

Flödesutvecklingen har påverkat stadskärnetyperna olika mycket. Den generella trenden är att större städer har tappat en större andel av sitt flöde. Att större städer har en större andel kontor i stadskärnan och att många har jobbat hemifrån under pandemin kan ha bidragit till utfallet. Pandemin har också gjort att besöksanledningarna i stadskärnorna har minskat. Även detta ger stort utslag i storstäderna, som normalt sett har många gästnätter.

STORSTÄDERNA TAPPADE MEST MEN ÅTERHÄMTADE SIG BÄST

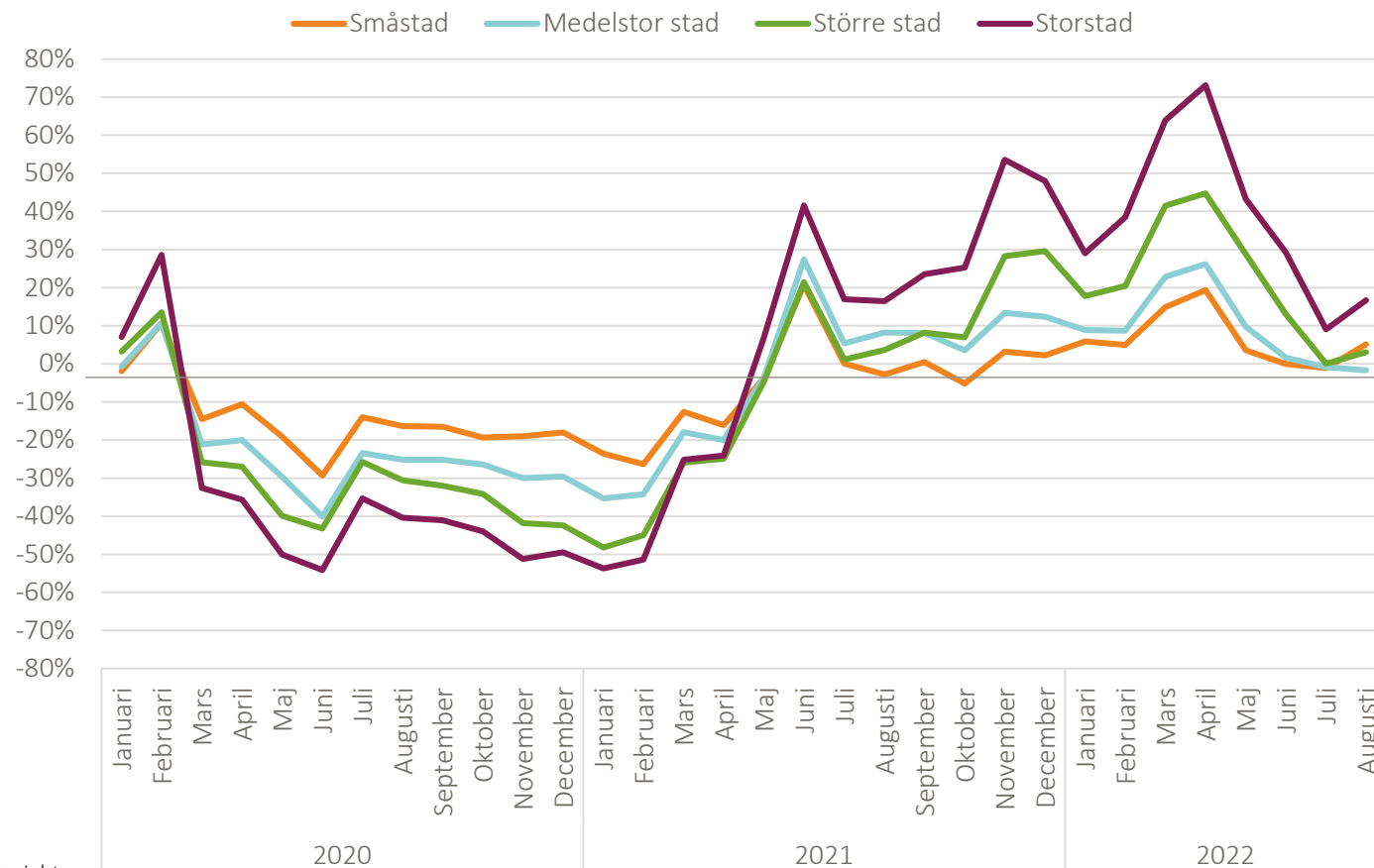
Flödestrenden vände runt maj 2021 för samtliga stadskärnetyper, när besöksflödet blev positivt jämfört med motsvarande månad året före. Storstäderna, som har bäst förutsättningar att återhämta sig, fick se en rekyleffekt som toppade vid +73 procent i april 2022 jämfört med april 2021.

MIX AV BRANSCHER ÖKAR BESÖKEN

När bredden av branscher som representeras i stadskärnan ökar blir även besöksanledningarna fler, vilket i sin tur leder till att stadskärnan nyttjas under en större del av dygnet. I rapporten [Cityindex Insikt](#) framkommer att besöksantalet i stadskärnan ökar med mellan 1 och 2 procent för varje ny bransch som tillkommer, och att den effekten är större ju mindre stadskärnan är.

FLÖDESUTVECKLING I STADSKÄRNORNA

Flödesutvecklingen i de olika stadskärnetyperna januari 2020 till augusti 2022, jämfört med motsvarande månad föregående år, dvs januari 2019 till augusti 2021.



Besökstyper 2019–2022

FLÖDET SKILJER SIG MELLAN OLIKA BESÖKSTYPER

Besöksflöden kan delas in i tre typer; hem, arbete eller övrig aktivitet. Kategoriseringen görs utifrån vilken av aktiviteterna det sannolikt rör sig om baserat på besökarnas rörelsemönster under dygnets timmar. Se fotnot för exakt definition.

EN AV FEM ARBETANDE HAR ÄNNU INTE ÅTERVÄNT

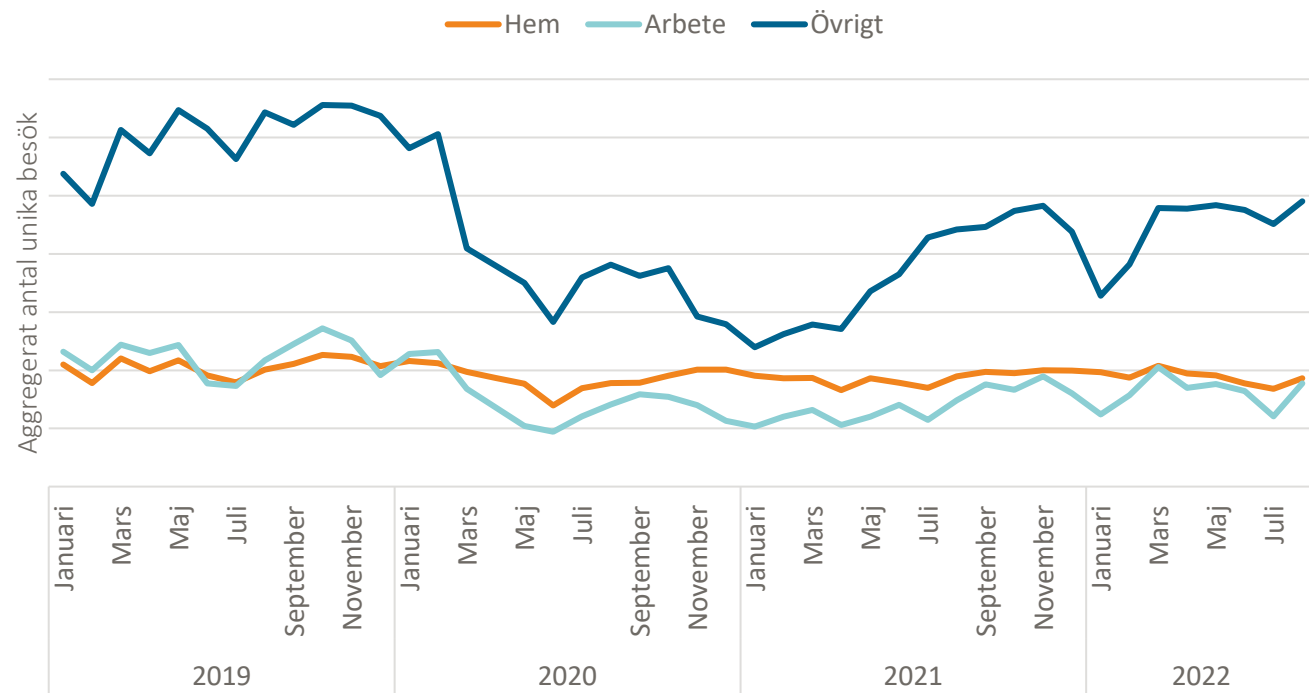
Besök kategoriserade som arbete minskade i snitt med 42 procent under pandemins första år (mars 2020 till februari 2021). Sedan i mars 2022 har detta gap halverats i takt med återgången till arbetsplatserna i stadskärnorna, och ligger i snitt 21 procent under motsvarande period 2019.

VIKTIGT ATT ÖVRIGA BESÖK ÅTERVÄNDER TILL STADSKÄRNORNA

Det största tappet skedde bland övriga besök till stadskärnorna, som nästan halverades (-46 procent) under pandemins första år. Det är denna besökstyp som utgör störst del av besöksflödena till stadskärnan och som vanligtvis står för en betydande andel av omsättningen. Sedan i mars 2022 ligger övriga besök i snitt 22 procent under 2019 års nivå.

BESÖKSTYPER I STADSKÄRNORNA

Flödesnivå för olika typer av aktiviteter i de svenska stadskärnorna, januari 2019 till augusti 2022



Besökstyperna kategoriseras av Telia Crowd Insights enligt följande definition:

Källa: Telia Crowd Insights

- **Hem:** platsen i stadskärnan där besökaren haft den längsta uppehållsperioden före kl. 09:00.
- **Arbete:** platsen i stadskärnan för dagens längsta aktivitet som börjar efter att besökaren lämnat hemmet men före kl. 16.00, och som sker minst 500 m från det identifierade hemmet. *Arbete* definieras endast för arbetsdagar, alltså inte helger eller helgdagar.
- **Övrigt:** besök i stadskärnan som varken definieras som *hem* eller som *arbete*.

Besöksflödena registreras per unika besökare; om en person rör sig på flera platser i stadskärnan räknas hen bara en gång per dygn.



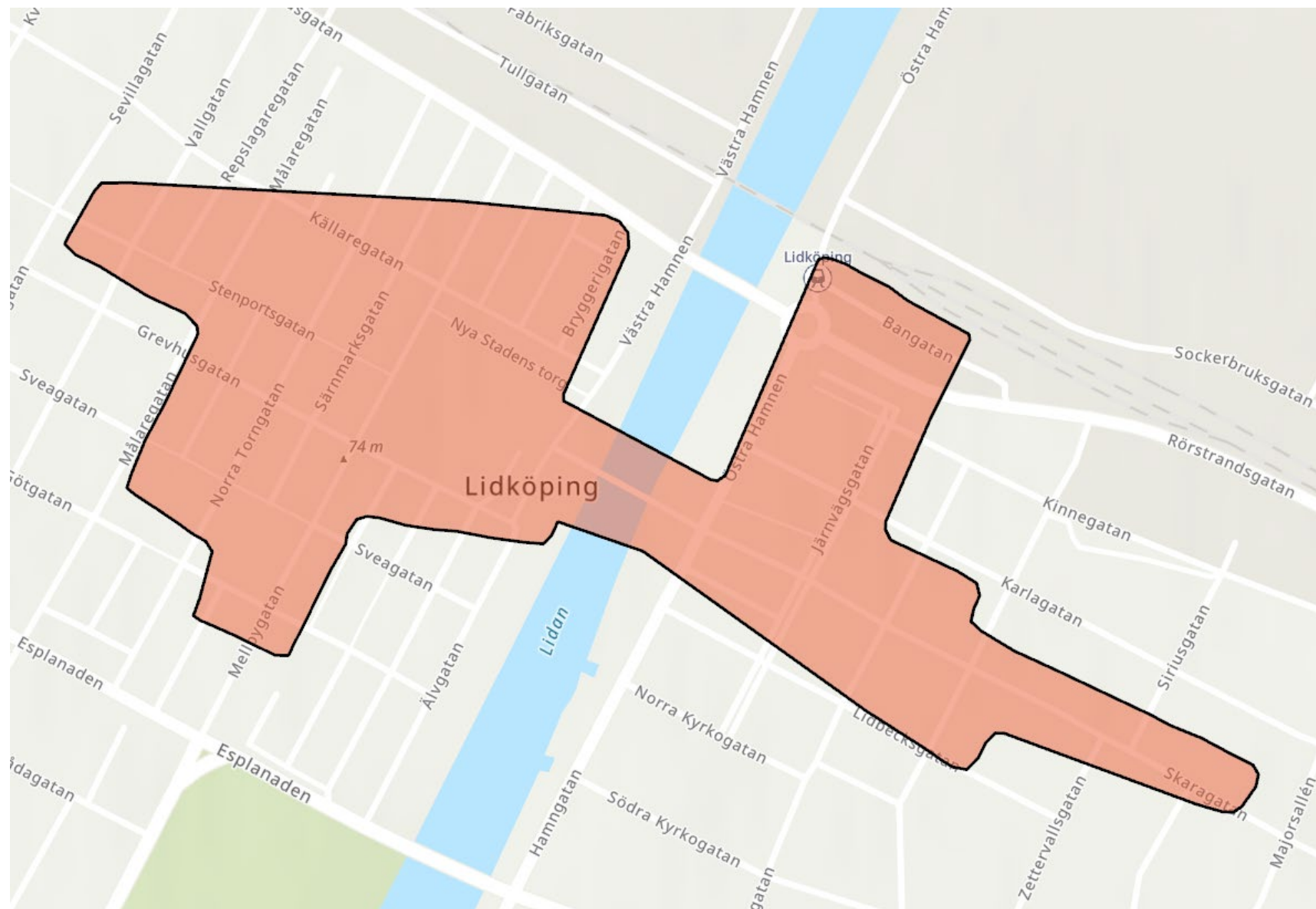
Den lokala stadskärnan

Lokala kartor



Stadskärnan

Stadskärnans avgränsning baseras på densiteten av befolkning och kommersiella verksamheter. Avgränsningen uppdateras var tredje år. Den senaste uppdateringen skedde år 2020.



Densitet av kommersiella verksamheter

Färgen indikerar densiteten av butiker, kommersiell service, restauranger och hotell.



Källa: SCB

Befolkningen i stadskärnan



Befolkningsutveckling

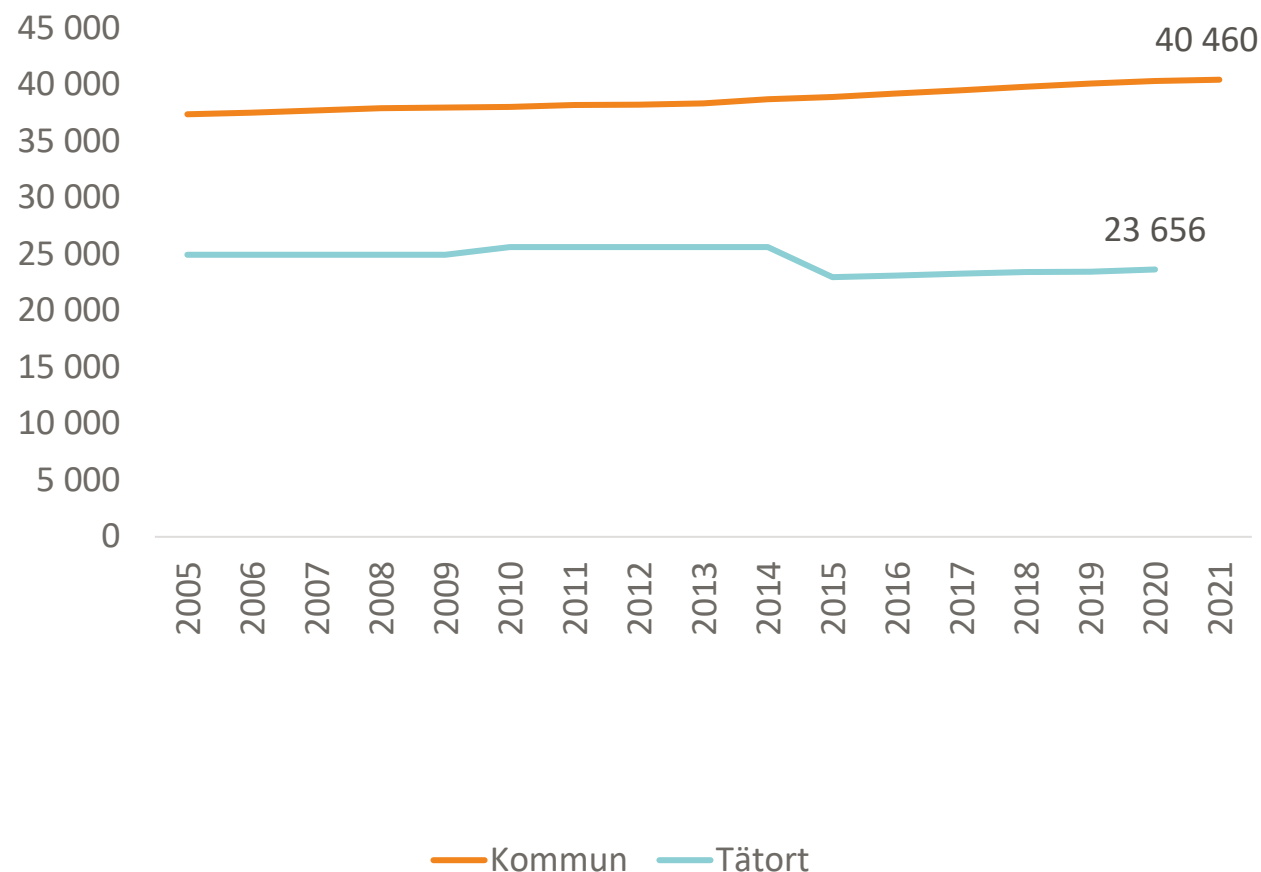
Befolkningsutvecklingen har en central roll i stadskärnans framtida förutsättningar. En växande befolkning innebär större möjligheter för stadskärnan att växa, både sett till yta och till omsättning.

Befolkningstillväxt är särskilt viktigt för handeln i stadskärnan. Befolkningsunderlaget ökar köpkraften och möjliggör ett attraktivt utbud.

Det är därför intressant att jämföra befolkningsutvecklingen i kommunen och tätorten med rikets befolkningsutveckling. Under perioden 2005 till 2021 ökade befolkningen i Sverige med cirka 16 procent.



Befolkning i kommun och tätort



Befolkningen i stadskärnan

2 714 personer bor i stadskärnan (befolkning)

2 355 personer arbetar i stadskärnan (dagbefolkning)

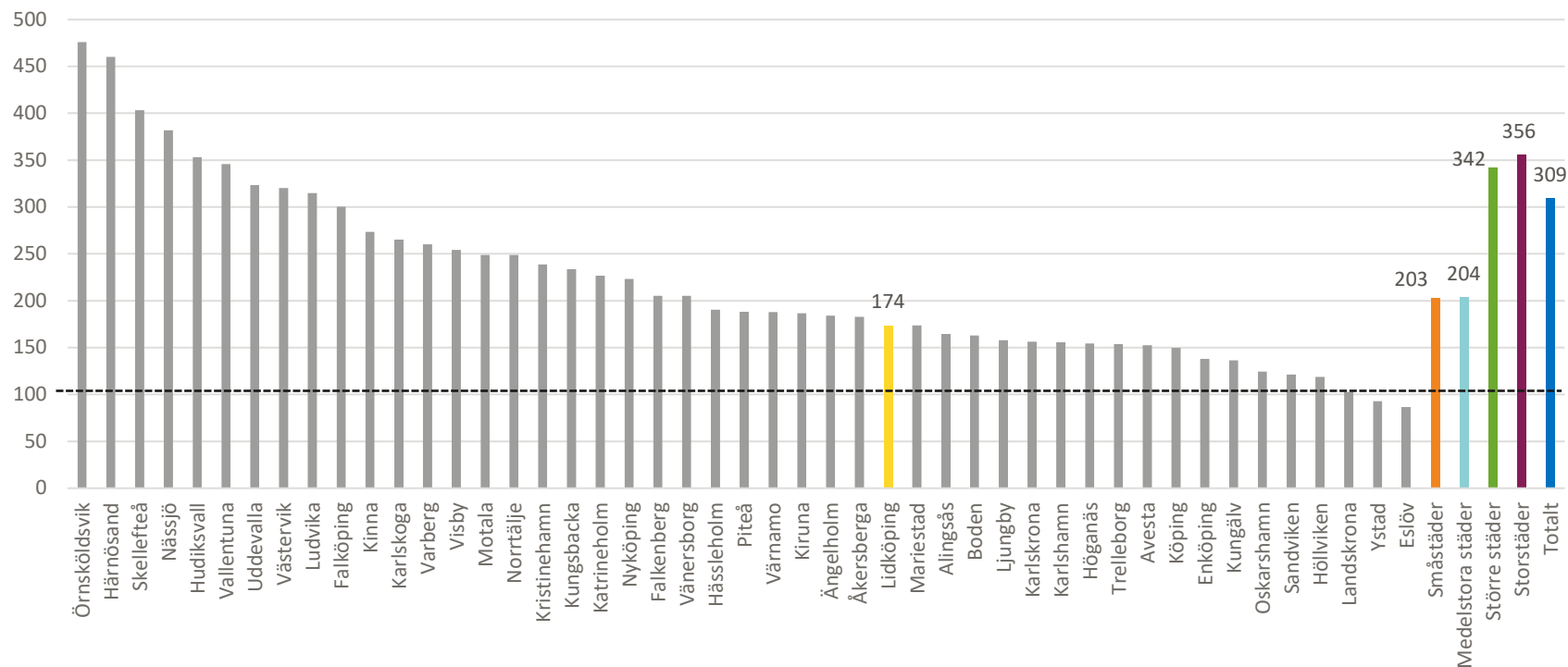
1 355 arbetande personer som bor i stadskärnan (nattbefolkning)

Källa: SCB

Balans mellan dag- och nattbefolkning

DAG- OCH NATTBEFOLKNING I STADSKÄRNAN

Dagbefolkningen dividerat med nattbefolkning år 2021 i respektive stads kärna av samma stadskärnetyp, genomsnittet i respektive stadskärnetyp samt totalen för samtliga stadskärnor

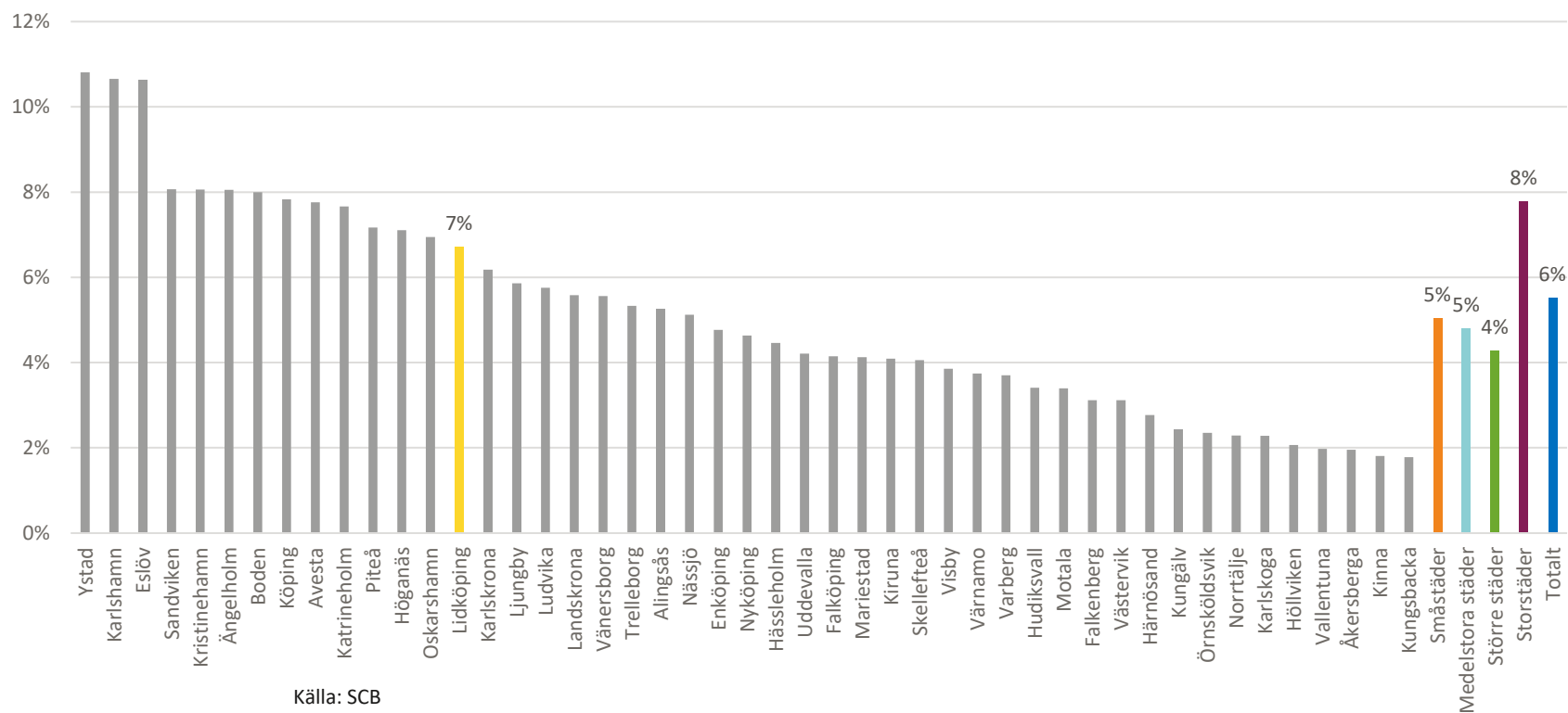


Källa: SCB

Stadskärnans andel av kommunens befolkning

STADSKÄRNANS ANDEL AV KOMMUNENS BEFOLKNING

Antal boende i stadskärnan dividerat med kommunens befolkning år 2021 i stadskärnor av samma stadskärnetyp, genomsnittet i respektive stadskärnetyp samt totalen för samtliga stadskärnor*

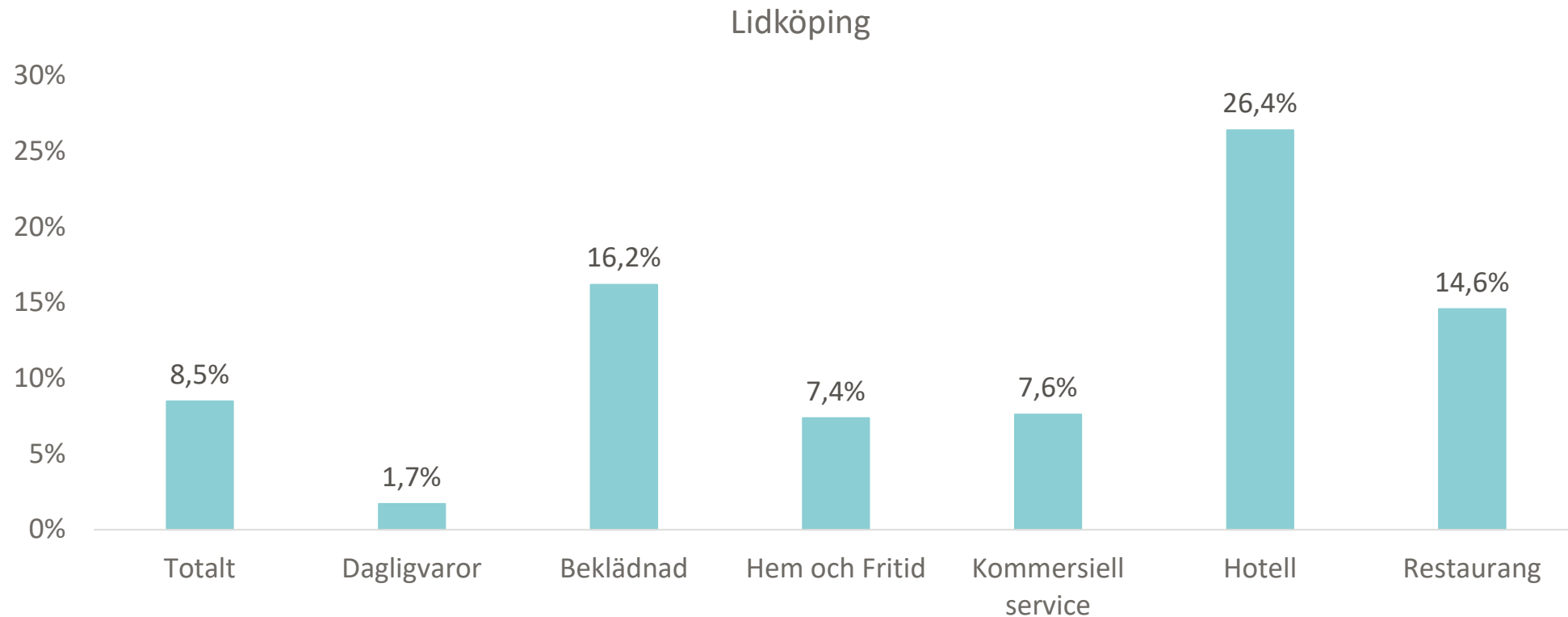


Källa: SCB

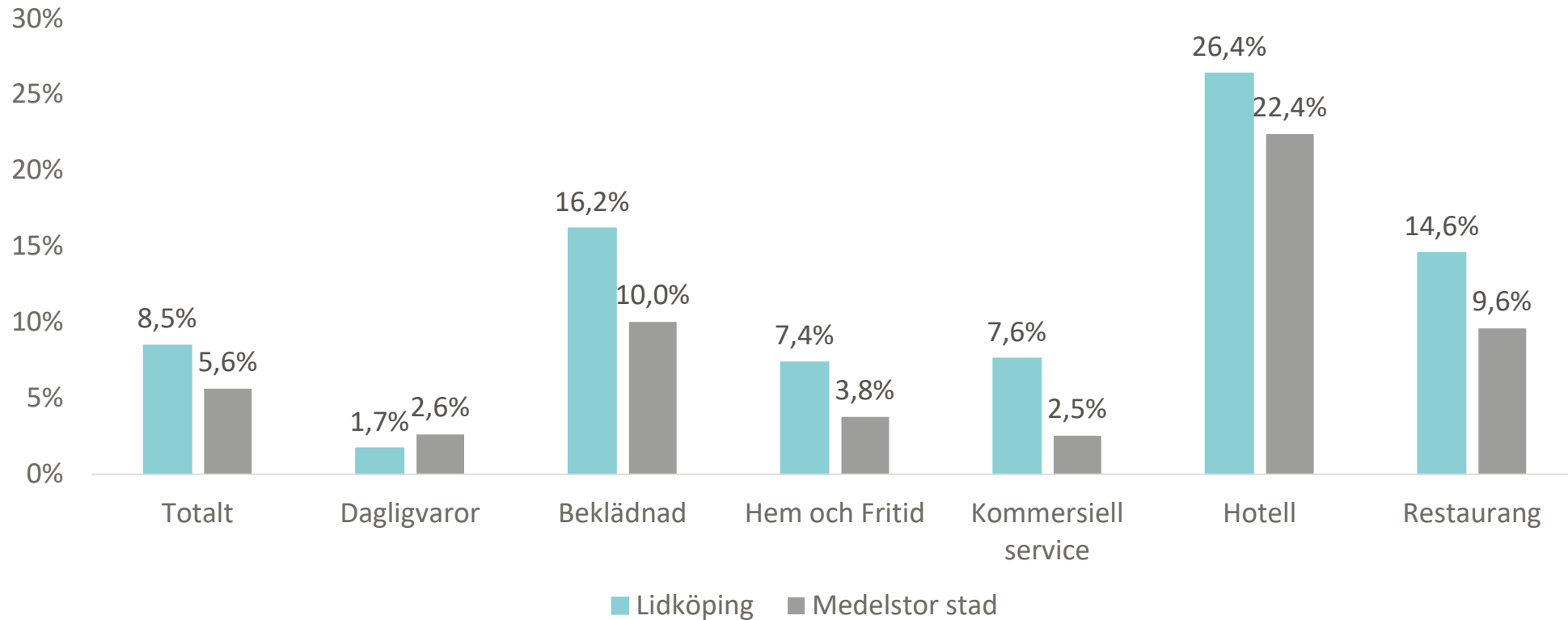
Omsättningsutveckling



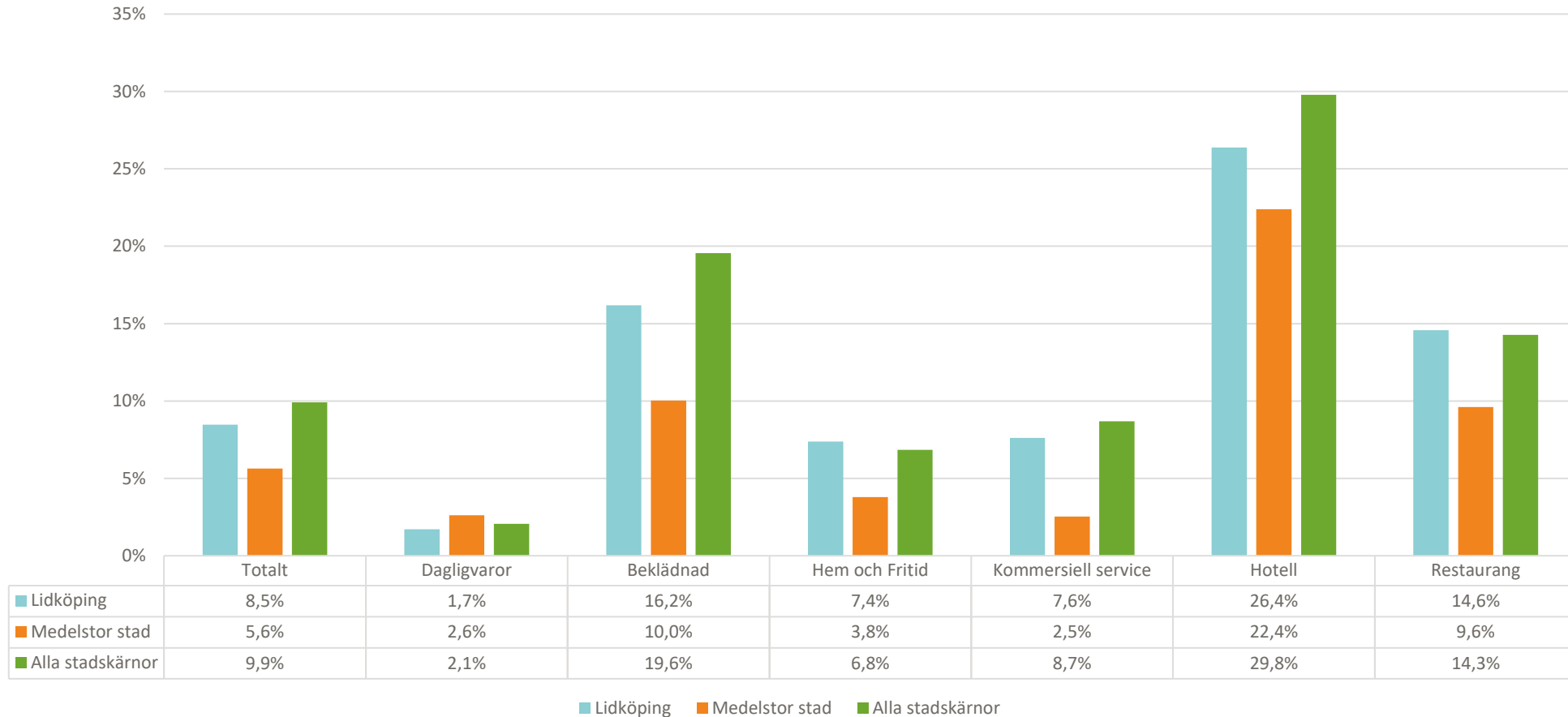
Omsättningsutveckling 2020-2021



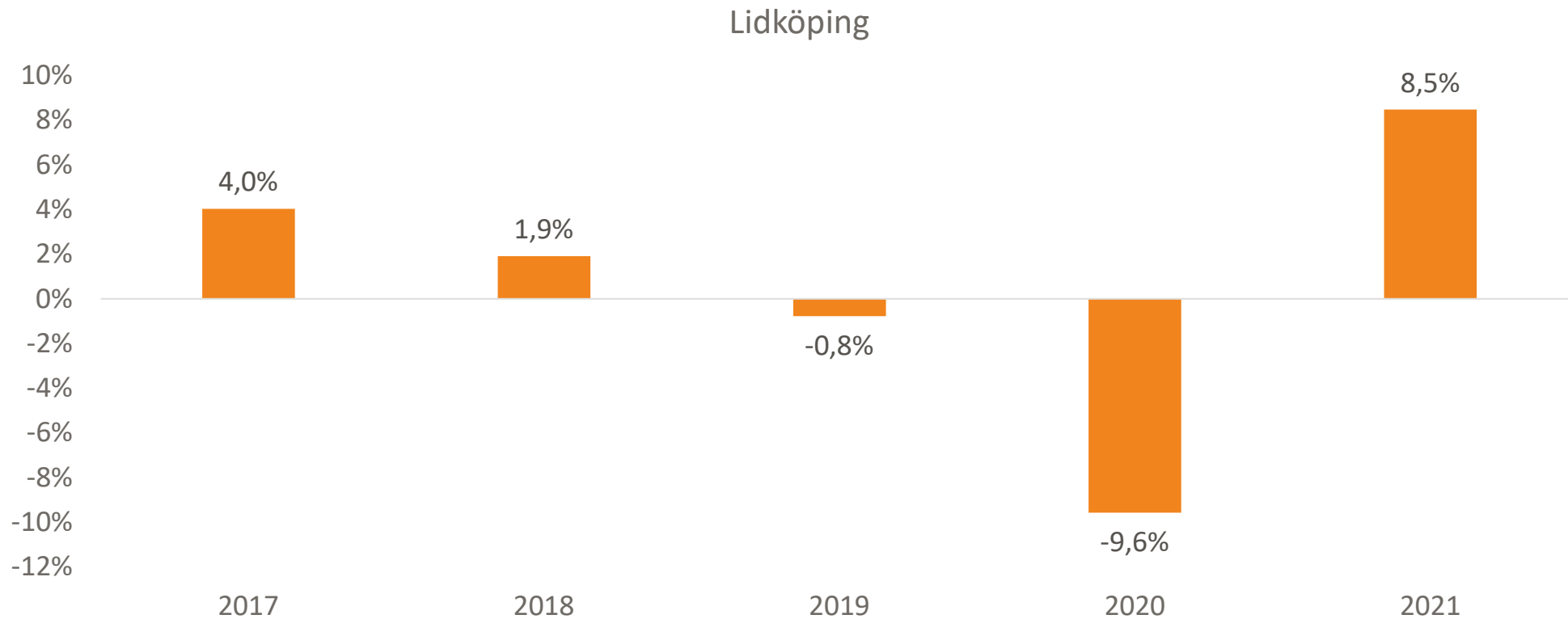
Omsättningsutveckling 2020-2021



Omsättningsutveckling 2020-2021, jämförelser



Historisk omsättningsutveckling 2016-2021



Omsättning, antal verksamheter och anställda



Bransch	Omsättning per bransch	Förändring från föregående år
Dagligvaror	274	5
Beklädnad	119	17
Hem & fritid	323	22
Kommersiell service	65	5
Hotell	57	12
Restaurang	114	15

Antal verksamheter	Förändring från föregående år
8	-2
18	1
32	1
47	1
6	0
27	1

Antal anställda per bransch	Förändring från föregående år
67	-5
68	-2
137	3
61	-5
67	2
153	27

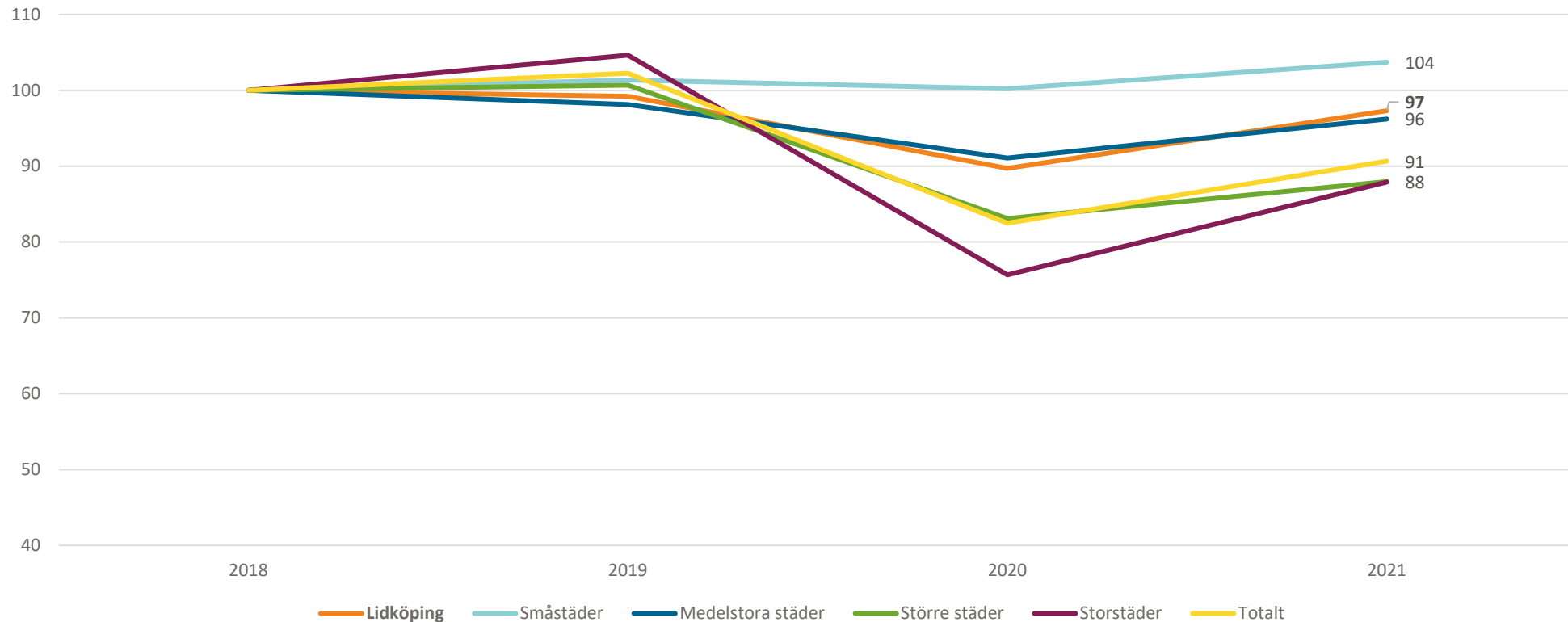
Totalt	952	74
---------------	------------	-----------

138	2
------------	----------

553	20
------------	-----------

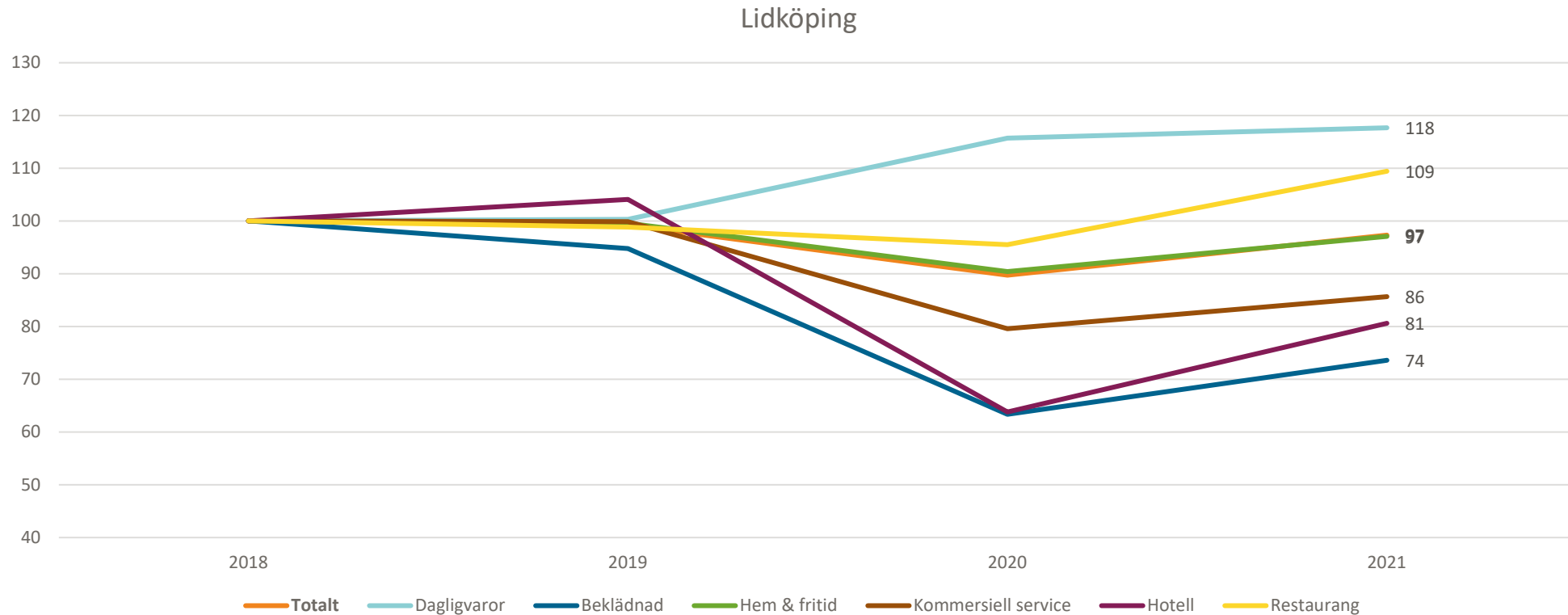
Indexerad omsättningsutveckling 2018-2021

Stadskärnan jämfört med stadstyperna och totalt (index 100=2018)



Indexerad omsättningsutveckling 2018-2021

Per bransch och totalt (index 100=2018)



Snittköpsutveckling 2019-2021

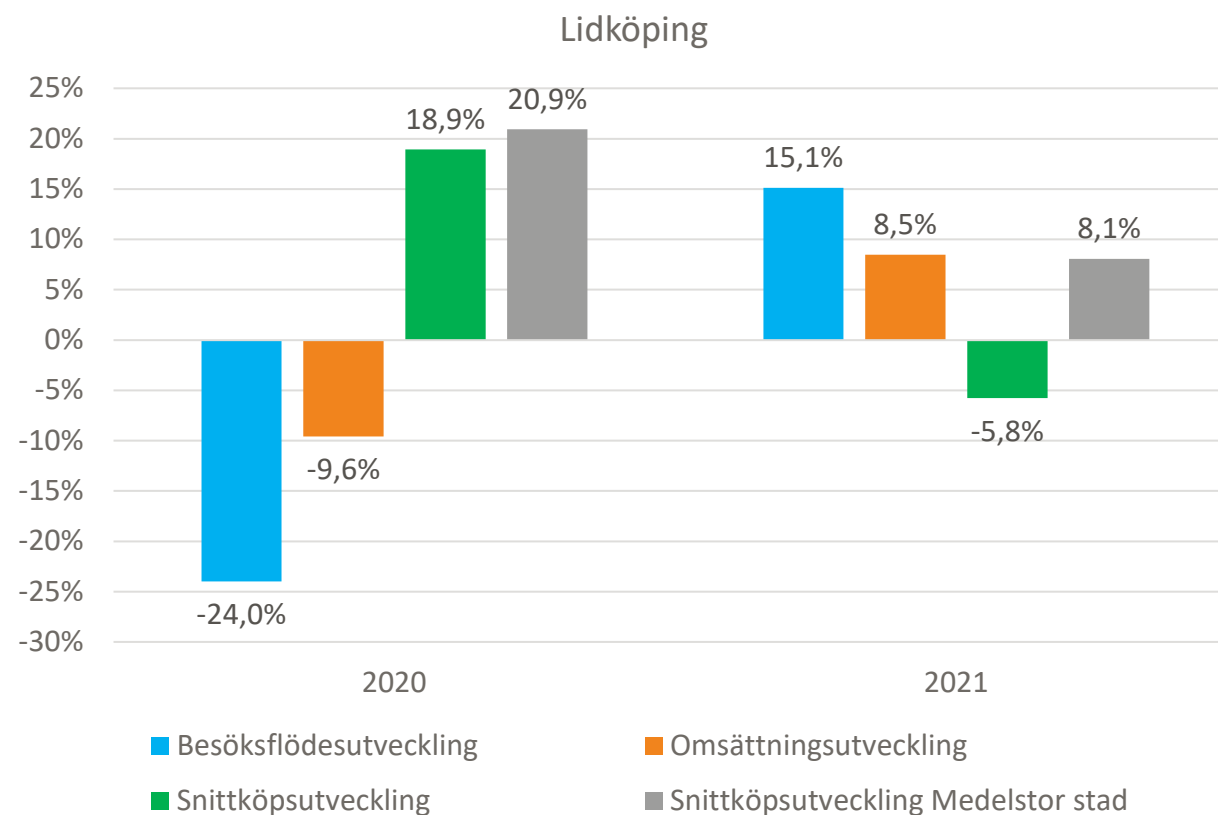
SNITTKÖPEN VISAR PÅ STADSKÄRNORS EFFEKTIVITET

Snittköpsutveckling är ett kommersiellt effektivitetsmått som mäter utvecklingen av den genomsnittliga omsättning som besökarna i stadskärnan genererar. Måttet visar hur mycket bättre eller sämre är stadskärnan på att omvandla dess besök till en högre omsättning.

Ju större relativ skillnad det är mellan besöksutvecklingen och omsättningsutveckling, desto större effekt får det på snittköpen.

$$\frac{\text{Omsättningsutveckling}}{\text{Besöksflödesutveckling}} = \text{Snittköpsutveckling}$$

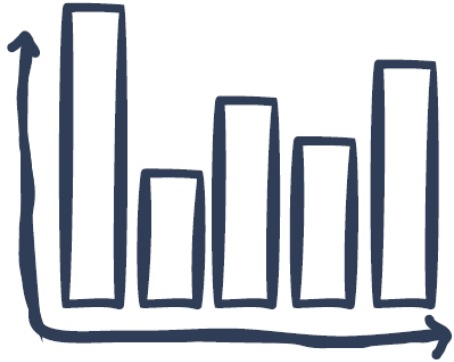
- Om **besöksstapeln** är lägre än **omsättningsstapeln** ökar **snittköpen**.
- Om **besöksstapeln** är högre än **omsättningsstapeln** minskar **snittköpen**.



Avser förändringen mellan 2019 och 2020 respektive 2020 och 2021. Notera att det finns verksamheter inom branscher som inte omsättningsbedöms inom ramen för Cityindex och är därför inte inkluderade i måtten för omsättningsutveckling och snittköpsutveckling. Däremot är besöken till samtliga verksamheter inkluderade i besöksflödesutvecklingen.

Källa: Telia Crowd Insights & HUI

Sammanfattning av stadskärnans utveckling



Lidköping stadskärna har haft en starkare omsättningsutveckling än andra jämförbara städer.



Den bransch som har haft bäst utveckling i stadskärnan är hotell, medan dagligvaror har haft svagast utveckling.



Snittköpsutvecklingen i Lidköping stadskärna har varit bättre än andra jämförbara städer.

Kommunens utveckling

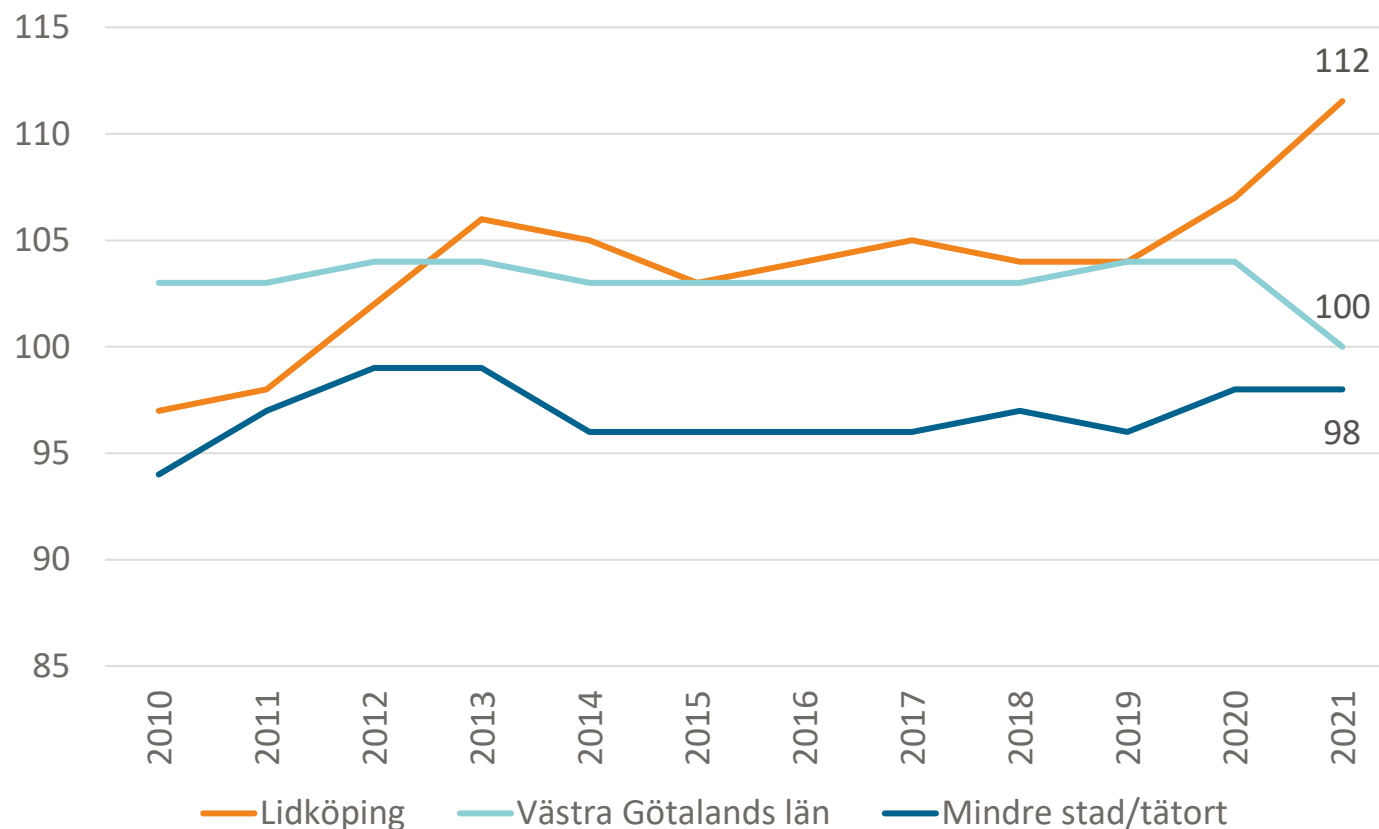


Handeln i kommunen

Försäljningsindex för den totala detaljhandeln beskriver hur handeln förmår ta tillvara den befolkningsmässiga köpkraften och attrahera kunder från områden utanför sin kommun. Index över 100 innebär att handeln drar kunder från andra områden och index under 100 innebär att handeln har ett utflöde till andra kommuner.

UTVECKLING AV KOMMUNENS FÖRSÄLJNINGSEX FÖR TOTAL DETALJHANDEL ÖVER TID

Jämfört med länet och jämförbara kommuner



Källa: [Handelsfakta](#)

Observera att typen av stad är baserad på SCB:s indelning av kommuner och inte Cityindex definition av stadstyper. SCB uppdaterade stadskategorierna 2017 och därför är det möjligt att datan för jämförbara städer inte är jämförbar innan 2018 och efter 2017.

Handelns utveckling

Stadskärnans förutsättningar påverkas av hur utbudet av handel, restauranger och andra kommersiella verksamheter förändras i kommunen och länet i stort. Om exempelvis ett köpcentrum eller ett handelsområde öppnar upp i närheten av stadskärnan blir det generellt sett svårare för stadskärnan att behålla sin omsättning. Det är därför intressant att jämföra stadskärnans försäljningsutveckling med kommunens och länets försäljningsutveckling.

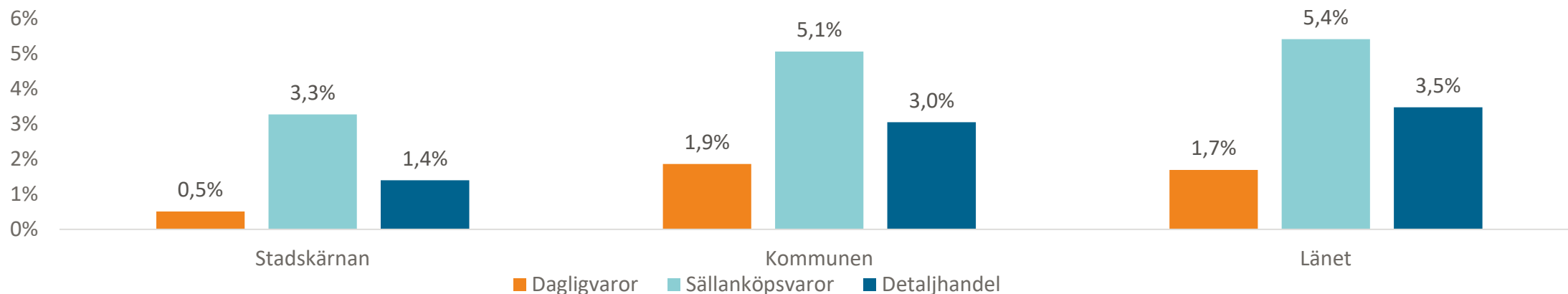
HANDELNS OMSÄTTNING

Handelns omsättning per bransch i stadskärnan, kommunen och länet 2021.

	Dagligvaror	Sällanköpsvaror	Detaljhandel
Stadskärnan	274	443	716
Kommunen	1 647	1 452	3 099
Länet	63 578	56 652	120 226

OMSÄTTNINGSENTVECKLING I STADSKÄRNAN, KOMMUNEN OCH LÄNET

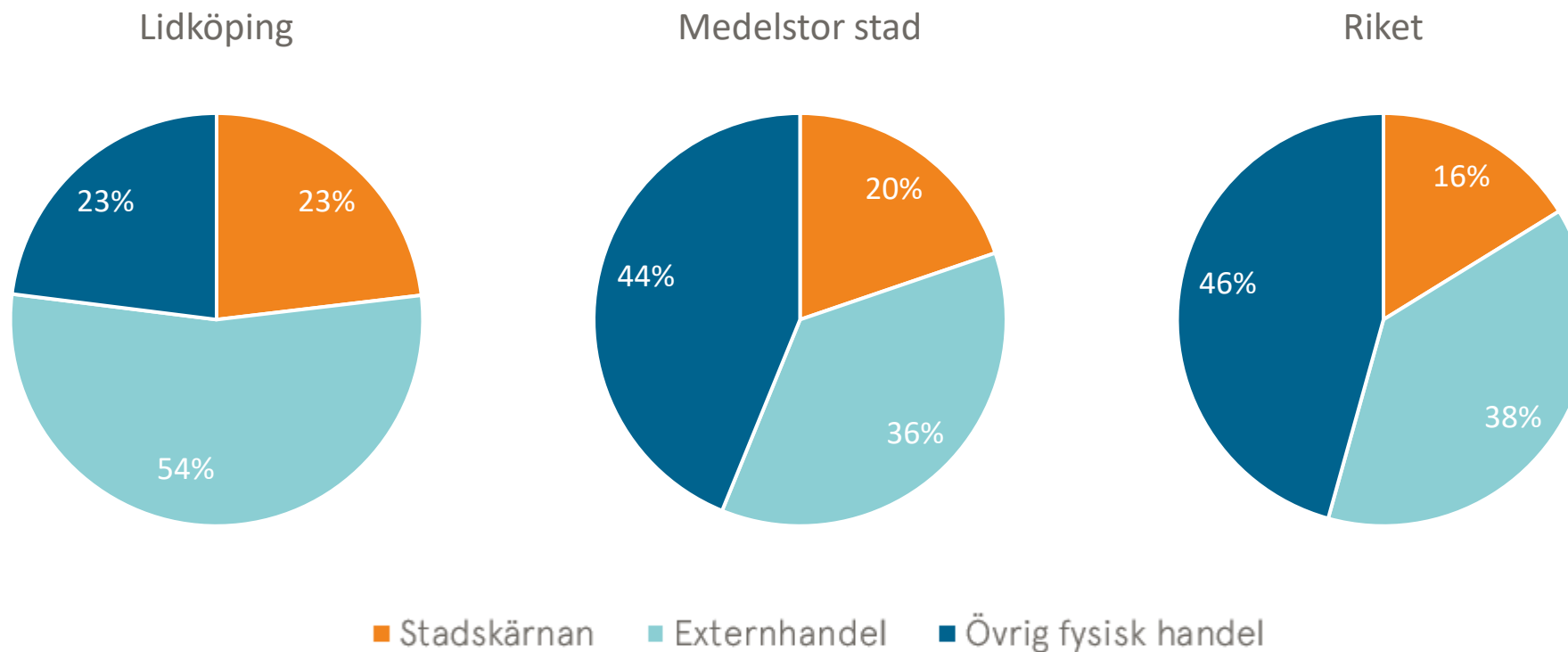
Omsättningsutveckling för handeln i stadskärnan, kommunen och länet, 2021 jämfört med 2020.



Var handlar man?

FÖRDELNINGEN AV FYSISK HANDEL

Den fysiska detaljhandelns omsättning i kommunen år 2021 uppdelat på försäljningsplats, i jämförelse med rikets fördelning. Externhandel avser köpcentrum och handelsområden.



Källa: [Handelsfakta](#), SSCD

Lokala kommentarer



Sammanfattning

- Stads kärnan har en nettoppendling på 174, vilket innebär ett nettoinflöde av arbetskraft till stads kärnan. Detta är lägre än för jämförbara städer.
- 7 procent av kommunens befolkning bor i stads kärnan. Detta är en högre andel än i jämförbara städer.
- Omsättningen i Lidköping stads kärna ökade med 8,5 procent 2021, vilket är en starkare ökning än andra jämförbara städer. Den bransch som gick bäst var hotell, medan dagligvaror hade det tuffast.
- Lidköping kommun har ett försäljningsindex över 100, vilket tyder på att kommunen attraherar köpkraft från andra kommuner.
- Detaljhandelsförsäljningen har ökat mindre i stads kärnan jämfört med kommunen i helhet.
- Stads kärnans snittköpsutveckling har minskat med 5,8 procent 2021, vilket är lägre än andra jämförbara städer.
- Stads kärnan står för 23 procent av kommunens totala detaljhandelsomsättning. Detta är en högre andel än för jämförbara städer.



A blurred street scene with pedestrians and storefronts, featuring a potted orange tree in the foreground.

Cityindex Insikt 2022

Strategi för rikare stadsliv

Sex pusselbitar för ett rikare stadsliv

Databearbetning i kombination med intervjuerna från [Cityindex Insikt](#) resulterade i sex insikter, som alla knyter an till vikten av ett brett utbud i stadskärnan – och hur förutsättningar skapas för ett sådant.

BRANSCHBREDD
DRAR BESÖK

NISCHA &
KONCEPTUALISERA

GODA
GRANNAR

MERVÄRDEN
AV KULTUR

GÖR PLATS
FÖR UTBILDNING

FÖLJ
MÄNNISKAN



Tio punkter som gynnar stadslivet

Utveckla staden tillsammans med en gemensam vision

Förstärk unika förutsättningar med nischat utbud

Följ människan med data och delaktighet

Möt medvetna konsumenter med nya koncept

Satsa på synergi med givande grannar

Lyft stadslivet med kultur

Skapa plats för möten med ökad flexibilitet

Modernisera lokalhyreslagstiftningen för ny efterfrågan

Ta bort hinder i skattelagstiftningen för bredare utbud

Se över stadsbyggnadsprocesserna för ökad flexibilitet





För mer information om Cityindex:

Alma Ohlin, ansvarig näringspolitik
Fastighetsägarna Skaraborg
0500-46 69 42, alma.ohlin@fastighetsagarna.se

För frågor om rapporten:
Miko Roth, detaljhandelsanalytiker
HUI Research
070-714 51 65, miko.roth@hui.se

