

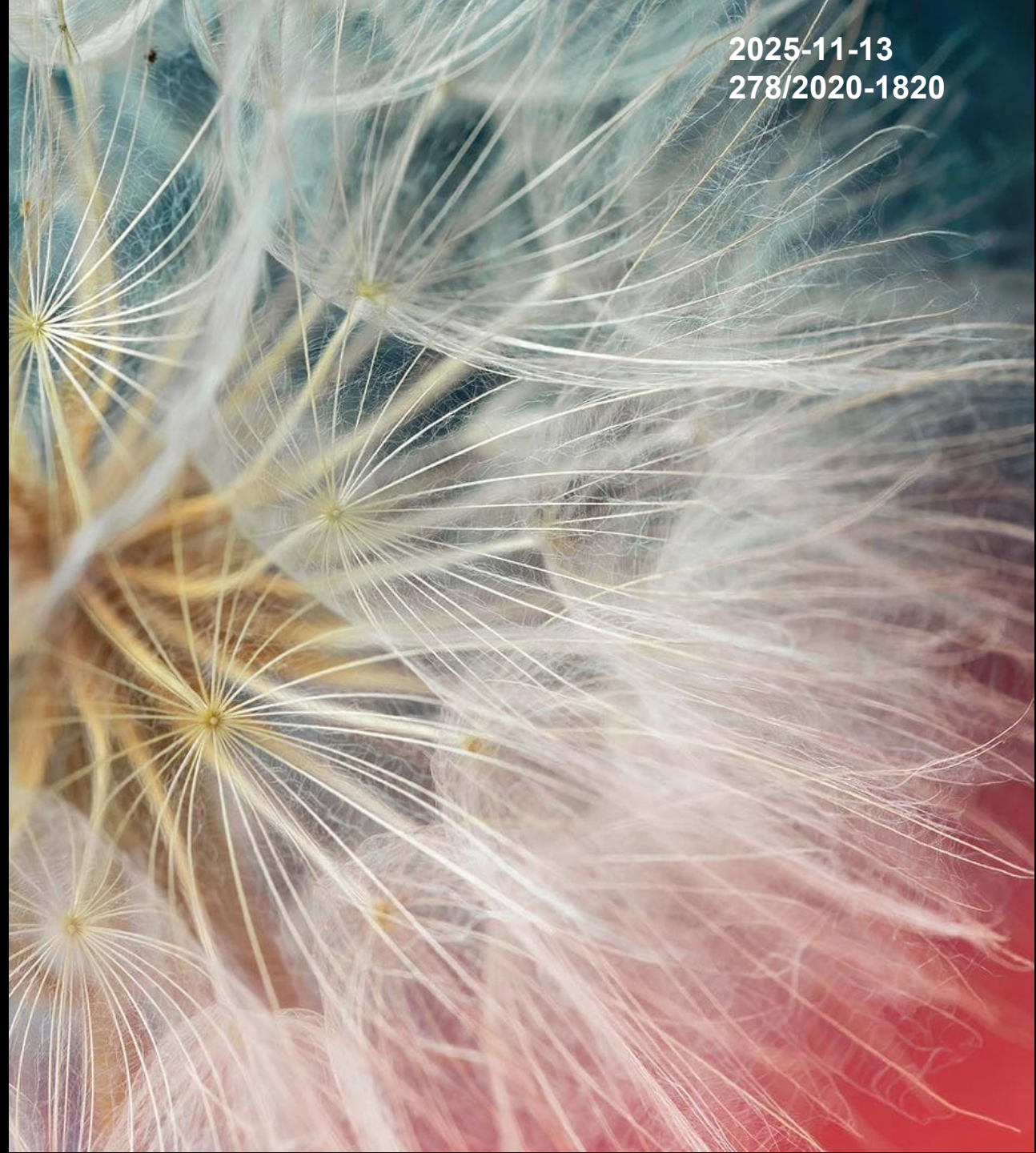


2025-11-13
278/2020-1820

POTENTIELLA KONSEKVENSER VID UTBYGGNAD AV VÅLA CENTRUM

MEDVERKANDE

Ulf Rämme, Anton Strömbäck, Sanja Vujicic, Elin Gustavsson,
Roy Rizk och Henrik Bergström





Innehållsförteckning

1	SAMMANFATTANDE SLUTSATSER	4
2	BRASNCHTRENDER	10
3	NULÄGESBESKRIVNING - REGIONAL	23
4	NULÄGESBESKRIVNING - HELSINGBORG	37
5	KONSEKVENSPANALYS	44
6	BASSCENARIO	47
7	UTREDNINGSSCENARIO 1	51
8	UTREDNINGSSCENARIO 2	64
9	KONSEKVENSER FÖR GÄSTNATTSUTVECKLING	69
10	FASTIGHETSEKONOMISKA KONSEKVENSER	71
11	SOCIALA KONSEKVENSER	78
12	BILAGA 1	87

Syfte och uppdrag

Helsingborgs stad fungerar i många avseenden som motor och draglok för kommunerna i familjen Helsingborg. Detta är särskilt tydligt inom detaljhandeln där handelsplatsen Väla med sina olika funktioner attraherar besökare från såväl näraliggande som mer avlägsna kommuner.

Denna konsekvensanalys syftar till att belysa potentiella konsekvenser av en utbyggnad av det befintliga Väla centrum, dvs Välamarknaden 3. Fastighetsägaren Skandia Fastigheter har under lång tid arbetat för fortsatt utveckling genom tillbyggnad av vefintligt centrum. Ambitionen omfattning har varierat och i denna rapport analyseras potentiella konsekvenser av att utöka befintlig byggrätt med 20 000 kvadratmeter BTA från dagens volym. I praktiken skulle förslaget innebära att Väla centrum ökar från dagens 72 000 till 92 000 kvadratmeter BTA. Utvecklingsförslaget möjliggör utveckling av handel, sport och upplevelser där de senare är att betrakta som ingående i planbestämmelsen R, besöksanläggning.

I uppdraget har ingått att beskriva marknadsförutsättningar samt ekonomiska, sociala och fastighetsekonomiska konsekvenser av potentiell utbyggnad för handel och besöksverksamhet i Helsingborg samt de övriga kommunerna i Familjen Helsingborg. I fokus har potentiell påverkan på förutsättningarna för verksamheter i Helsingborgs centrum stått.

Rapporten inleds med en redovisning av pågående trender inom handel och turism/besöksnäring. I kapitel 3 genomförs en nulägesbeskrivning av olika verksamheters

nuläge och utveckling under perioden 2019-2023 i Helsingborg och den omkringliggande regionen. Kapitel 4 beskriver och analyserar hur relationen mellan Helsingborg centrum och Väla handelsområde utvecklats och förändrats mellan 2008 och 2023.

Kapitel 5-8 analyserar hur en potentiell utveckling av Väla centrum kan förväntas påverka den befintliga detaljhandelns utveckling utifrån ett basscenario och två olika utrednings-scenarier. De efterföljande kapitlen 9-11 analyserar vilka potentiella konsekvenser som utbyggnaden kan få för hotellnäringen, fastighetsmarknaden i Helsingborgs centrum samt den sociala hållbarheten. Undersökningen avslutas med kapitel 12 där WSP undersöker huruvida det fortsatt finns anledning att begränsa dagligvaruhandelns utveckling på Väla handelsområde.

Uppdraget har genomförts av WSP Society Advisory där Ulf Rämme (uppdragsledare), Roy Rizk, Elin Gustavsson, Anton Strömbäck och Henrik Bergström bidragit med olika insatser i genomförandet. Kontaktperson på Helsingborgs kommun har varit Mareile Walters på Stadsbyggnadsförvaltningen.

Stockholm i september 2025

Ulf Rämme

1. SAMMANFATTANDE SLUTSATSER OCH KOMMENTARER

Sammanfattande slutsatser och kommentarer

- ✓ Syftet med denna rapport är att belysa vilka potentiella konsekvenser som kan förväntas uppstå i Helsingborgs stad och den omkringliggande familjen Helsingborg vid en utbyggnad av Väla centrum, dvs Välamarknaden 3. Fastighetsägaren Skandia Fastigheter har under lång tid arbetat för fortsatt utveckling genom tillbyggnad av befintligt centrum. Ambitionens omfattning har varierat och i denna rapport analyseras potentiella konsekvenser av att utöka befintlig byggrätt med 20 000 kvadratmeter BTA från dagens volym. I praktiken skulle förslaget innebära att Väla centrum ökar från dagens 72 000 till 92 000 kvadratmeter BTA. Utvecklingsförslaget möjliggör utveckling av handel, sport och upplevelse.
- ✓ Rapporten är omfattande och syftar till att belysa flera efterfrågade frågeställningar. Kapitel 1-3 är att betrakta som en bakgrund till den senare delen av undersökningen och kan i sig läsas fristående från dessa. Kapitel 1-3 fokuserar dels på pågående trender inom handel och besöksnäringar dels på handelns och besöksnäringarnas regionala struktur och utveckling i Skåne län och familjen Helsingborg. I ett eget avsnitt, kapitel 3, undersöks detaljhandelns geografi och utveckling i Helsingborgs kommun med fokus på relationen mellan stadskärnan och Väla handelsområde. I kapitel 4-10 analyseras vilka potentiella konsekvenser som kan förväntas uppstå på den befintliga handeln i Helsingborgs kommun och övriga kommuner i familjen Helsingborg vid en potentiell utbyggnad av Väla centrum.
- ✓ Konsekvensanalysen har genomförts för ett **basscenario** i vilket utvecklingen i Helsingborg och kommunerna i den övriga familjen utvecklas i linje med den framtida marknadstillväxten och utifrån historiska mönster. I basscenariot tillåts inte någon utbyggnad av Väla centrum. I **utredningsscenario 1** tillåts Väla centrum tillskapa 20 000 kvadratmeter BTA, cirka 16 000 kvm uthyrbar yta, med inriktning mot detaljhandel. För att belysa de lokala och regionala konsekvenserna jämförs resultatet från utredningsscenario 1 med basscenariot. **Utredningsscenario 2** omfattar samma utbyggnadsvolym men innehållet på de tillkommande ytorna har i sin helhet antagits utgöras av sport och upplevelser. Analysen av utredningsscenario 2 skiljer sig från de övriga genom att använda ett mer kvalitativt tillvägagångssätt. Den huvudsakliga anledningen till detta är definitionssvårigheter samt brister i underlagsmaterialets kvalitet.
- ✓ **Basscenariot** ger vid handen att den befintliga sällanköpsvaruhandeln i familjen Helsingborg har potential att öka drygt åtta procent under perioden 2023-2035. I enlighet med basscenariot förväntas samtliga kommuner i familjen Helsingborg få en positiv utveckling. Det finns en viss variation i lokal tillväxt beroende på förväntad framtida marknadstillväxt och kommunernas befintliga marknadsposition i regionen. Tillväxten förväntas bli starkast i Helsingborg, Ängelholm, Landskrona, Båstad och Höganäs. Övriga kommuner i familjen Helsingborg förväntas få en mer måttlig tillväxt varför deras regionala position kan förväntas försvagas under perioden. I basscenariot förväntas sällanköpsvaruhandelns omsättning i Helsingborgs city minska med 15 procent, motsvarande 130 miljoner kronor från dagens nivå.

Sammanfattande slutsatser och kommentarer

- ✓ **Utredningsscenario 1** undersöker hur den idag befintliga handeln i Helsingborg och de omkringliggande kommunerna i den övriga familjen påverkas av en potentiell utbyggnad om 20 000 kvm BTA. WSP bedömer att de nya ytorna har potential att omsätta omkring 600 miljoner kronor. I utredningsscenario 1 har WSP bedömt de **direkta effekterna** av potentiell etablering. Med direkta effekter avses att den nya etableringen uppnår sin förväntade omsättning momentant, att inköpsmönstren har förändrats och att den befintliga handeln inte vidtar åtgärder för att aktivt möta den ökade konkurrensen. Analysen visar att den befintliga handeln i Helsingborgs kommun kan förväntas tappa fyra procent av sin omsättning medan kommunerna i den övriga familjen bedöms tappa omkring 4,5 procent av sin omsättning. Inom den övriga familjen i Helsingborg förväntas de direkta effekterna variera mellan minus 2 och minus 11 procent. Effekterna förväntas bli mer omfattande i små och geografiskt perifera kommuner såsom Perstorp, Örkelljunga, Bjuv och Klippan. Effekterna på mer avlägsna marknadsplatser utanför familjen Helsingborg understiger en procent av deras omsättning. WSP har också skattat de **långsiktiga effekterna** för den befintliga handeln vid en potentiella utbyggnad av Väla centrum. De långsiktiga effekterna speglar detaljhandelns omsättning i enskilda kommuner år 2035 med hänsyn tagen till framtida marknadstillväxt och en potentiell förändring av respektive kommuns regionala marknadsposition efter Välas utbyggnad. Beräkningar av de långsiktiga effekterna pekar på kommuner som erfarit relativt stora effekter i samband med potentiell utbyggnad och samtidigt riskerar uppleva en svag framtida marknadstillväxt kommer få svårt att återhämta sig till ursprungsnivån år 2023. Effekterna är, undantaget i Perstorps kommun, små och osäkra. Kommuner med en stark marknadsposition och gynnsam framtida befolkningstillväxt, framförallt Ängelholm och Båstad, bedöms ha potential att både återhämta sig och växa under prognosperioden. Resultaten i utredningsscenario 1 stöds av ett stort antal forskningsrapporter och -artiklar som pekar på att effekterna av utökad externhandel i form av volymhandel och/eller köpcentrum har små och ofta statistiskt icke säkerställda effekter på den befintliga handeln i etableringskommunerna samt omkringliggande kommuner och stadskärnor. Forskningsöversikten har kompletterats med lokala fallstudier i vilka den senaste forskningens metoder tillämpas på etableringar av externa köpcentrum i Malmö (Emporia), Halmstad (Hallarna) och Kristianstad (C4 Shopping). Fallstudierna förstärker tidigare slutsatser så till vida att det inte heller vid etablering av externa köpcentrum med ett "cityliknande" utbud går att påvisa säkerställda statistiska effekter på handeln i etableringskommunen eller kommunerna i den omkringliggande regionen i samband med nyetableringen.
- ✓ De inomkommunala effekterna av Väla centrum potentiella utbyggnad enligt utredningsscenario 1 bedömdes utifrån resultat från tidigare forskning samt fallstudier av stadskärnornas utveckling i Malmö, Helsingborg, Kristianstad och Halmstad i samband med tidigare nämnda externa etableringar och rensat för alla trender som drabbar stadskärnor i större städer lika. De lokala fallstudierna visade att de direkta effekterna på stadskärnornas omsättning efter etableringarna av Emporia, Hallarna, C4 och Väla var relativt begränsade (<-10 procent) och kortvariga. På längre sikt och i synnerhet efter pandemin, förklaras stadskärnornas svaga utveckling i huvudsak av beteendeförändringar (ökad e-handel och minskade personflöden) och en mer ansträngd hushållsekonomi. Enskilda butikers avetablering i Helsingborgs centrum efter år 2020 bör betraktas i ljuset av förändringar som dessa snarare än Väla centrumets närvaro i Helsingborg.

Sammanfattande slutsatser och kommentarer

- ✓ WSP bedömer att de inomkommunala effekterna varierar beroende på vilket koncept och vilka aktörer som Skandia Fastigheter lyckas attrahera till utbyggnaden. Den huvudsakliga ambitionen är att tillföra nya aktörer och koncept för att på så vis komplettera befintliga verksamheter, öka attraktionskraften hos nya kundgrupper och minimera konkurrens-effekten mellan idag befintliga enheter och potentiella nyetableringar. Effekterna på idag befintliga handel i Helsingborgs kommun bedöms som små eftersom de kompletterar och stärker idag befintligt utbud.

I ett värsta scenario är det rimligt att utgå ifrån att de tillkommande ytorna fylls med ett utbud liknande det som erbjuds besökaren redan idag. I detta fall bedömer WSP att de största effekterna kan förväntas drabba den idag befintliga handeln i Väla centrum samt omkringliggande handel med likartat utbud och koncept i Väla handelsområde och utmed Ängelholmsleden. De samlade omsättningsförlusterna för den befintliga handeln på dessa marknadsplatser bedöms understiga 10 procent av nuvarande omsättning. Befintlig handel i lokala bostadsområdescentrum såsom Ödåkra, Råå, Statten och Rydebäck med flera består uteslutande av lokala entreprenörer med koncept och utbud som i många fall skiljer sig från kedjeföretagens utbud. Därmed berörs de endast i begränsad omfattning av den potentiellt skärpta konkurrens som ett utbyggt Väla centrum enligt utredningsscenario 1 innebär. Den befintliga handeln i stadskärnan i Helsingborg domineras, såväl till antal som till omsättning, av från kedjeföretagen fristående handlare. Effekterna av en utbyggnad av Väla centrum bedöms därför påverka en minoritet av befintliga verksamheter, det vill säga kvarvarande kedjeföretag, hårdare än de fristående handlarna. En bedömning av de samlade effekterna på den idag befintliga handeln i stadskärnan bedöms, baserat på tidigare forskning samt lokala fallstudier, uppgå till mellan 5-10 procent av stadskärnan omsättning vilket motsvarar en potentiell omsättningsförlust om 45-90 miljoner kronor från dagens nivå. Fortsatt strukturomvandling, bestående beteendeförändringar i konsumentledet samt svårigheter att skapa attraktiva butikslokaler i goda lägen bedöms vara ett större hot mot stadskärnans framtida utveckling än en potentiell utvidgning av Väla centrum.

- ✓ **Utredningsscenario 2** innebär att Väla centrum tillåts tillföra 20 000 kvadratmeter BTA med inriktning mot aktiviteter inom sport och upplevelser. Nulägesanalysen i kapitel 2 visade att Helsingborgs kommun och övriga kommuner i familjen Helsingborg, precis som stora delar av Skåne län, är underförsörjda med sport, upplevelser och turistaktiviteter. Beroende på verksamhet finns undantag och i familjen Helsingborg utgörs de framförallt av Ängelholm, Båstad, Höganäs, Perstorp och Klippans kommun. Att kommunerna är underförsörjda innebär att köpkraften överstiger omsättningen varför det redan i nuläget finns ett etableringsutrymme för denna typ av aktiviteter i regionen. Detta utrymme bedöms i ett framtids-perspektiv ha potential att öka dels därför att det under lång tid skett en förskjutning av konsumtionen från exempelvis detaljhandelskonsumtion till konsumtion av kultur och upplevelser dels därför att regionen kännetecknas en växande befolkning. Potentiell etablering av Sport och upplevelser i Väla centrum förväntas till viss del absorbera ett befintligt och växande utflöde från regionen och samtidigt absorbera delar av idag befintliga verksamheters omsättning.

Sammanfattande slutsatser och kommentarer

- ✓ För att genomföra konsekvensanalys av utredningsscenario 2 har WSP utgått ifrån den vision av verksamheter som Skandia Fastigheter avser attrahera till Väla centrum. Förslag har sedan jämförts mot befintligt utbud av snarlika verksamheter vilka riskerar att påverkas av Välas potentiella utbyggnad. Då det är svårt att beräkna konsekvenserna av Skandia Fastigheters förslag i monetära termer eller sysselsättning har en kvalitativ jämförelse genomförts. De kommuner där det förekommer branschmässig och/eller geografisk överlappning i utbud har, på kort sikt, antagits riskera störst påverkan av en potentiell expansion i Väla centrum. Detta innebär att verksamheter inom klätterverksamhet, höghöjdsbana, lekland/trampolinpark, Spa/dagspa, VR/datspelshallar, samt eventuellt café och restaurang i framförallt Helsingborg och Ängelholms kommun riskerar påverkas negativt av en potentiell utökning av Väla centrum. Risken för utslagning av verksamheter bedöms, trots en ökar konkurrens, som låg då verksamheterna konceptuellt skiljer sig åt varför de bedöms få olika målgrupper.
- ✓ Potentiell etablering av café och restaurangverksamhet på delar av de nya ytorna bedöms få som direkta och långsiktiga effekter på befintliga verksamheter i Helsingborgs kommun, Helsingborgs centrum och den omkringliggande regionen. Anledningen till detta är ett befintligt etableringsutrymme samt en förväntad stark marknadstillväxt i ett framtidsperspektiv.
- ✓ I samband med undersökningens genomförande har Helsingborgs också velat analysera hur en potentiell utveckling av Väla centrum påverkar fastighetsmarknaden för handel och andra gatuplansverksamheter. I samband med genomförande kombinerades ett antal intervjuer med lokala aktörer och intressenter med statistisk analys. Intervjuerna visade att de lokala representanter anser att tidigare utbyggnader har haft och föreslagen utbyggnad av Väla centrum kommer få stora negativa effekter på uthyrningsgrad, hyresnivåer och fastighetsvärden. Den statistiska analysen visar dock att den sammantagna vakansgraden i nuläget är i nivå med det historiska genomsnittet. Såväl hyresnivåer som direktavkastning har på lång sikt drivits av konjunktur och den makroekonomiska utvecklingen. Om Välas centrums föregående utbyggnad 2011/2012 hade haft effekter på Helsingborg centrums attraktivitet bedömer WSP att detta skulle ha lämnat signifikanta avtryck i hyresnivåernas och direktavkastningens efterföljande utveckling. Då hyresnivåerna i stadskärnan utvecklades i paritet med Väla handelsområde under perioden 2010/2012 och direktavkastningen har legat på en stabil nivå bedömer WSP därför att det inte går att dra säkra slutsatser kring hur stadskärnans fastighetsmarknad kan komma att påverkas av en framtida expansion av Väla centrum.
- ✓ Undersökningen har även haft som mål att ge översiktlig bedömning av vilka sociala konsekvenser som kan uppstå i stadskärnan till följd av potentiell expansion på Väla. Analysen är genomförd med utgångspunkt i de ekonomiska konsekvenserna. Eftersom dessa bedöms vara begränsade, bedömer WSP att risken för utslagning av butiker och ökad vakansgrad är liten på lång sikt. (jämför exempelvis Clas Ohlssons återetablering år 2024 som skedde mot bakgrund av att rätt läge och lokal för deras verksamhet uppenbarade sig på lokalmarknaden) På kort sikt finns en viss sannolikhet för fler tomma lokaler, särskilt i B- och C-lägen. Ur ett socialt perspektiv kan utvecklingen på därför leda till en ökad känsla av

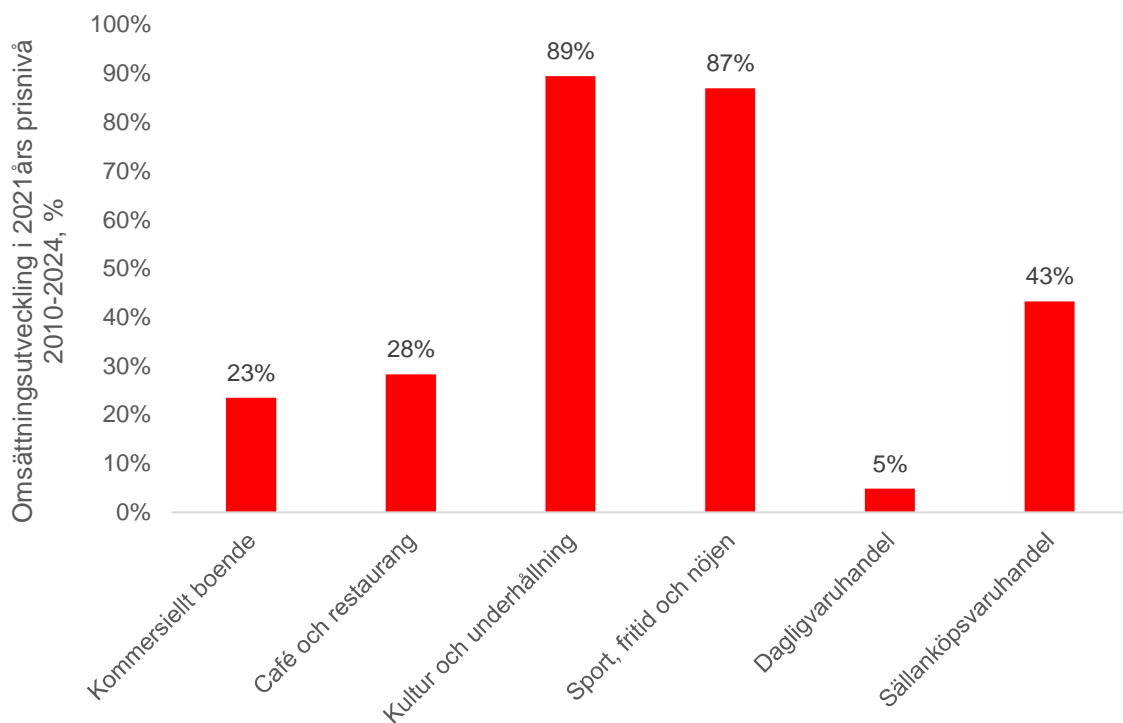
Sammanfattande slutsatser och kommentarer

otrygghet, främst på grund av minskad rörelse och fler stängda fasader i områdena. På längre sikt förväntas dock de perifera delarna av stadskärnan återfå innehåll med samma typ av verksamheter eller annat innehåll av mer flödesoberoende karaktär. Det skulle resultera i förbättrade förutsättningar för en trygg och attraktiva stadskärna. Undersökningen visar också att Helsingborgs stadskärna har större social betydelse för stadens invånarna än Väla centrum. Detta beror främst på en bättre tillgänglighet, särskilt för områden med svagare socioekonomiska förutsättningar, där behovet av varor och tjänster i närområdet är större.

- ✓ Helsingborgs kommun har velat att WSP ska besvara huruvida det fortsatt finns anledning att begränsa livsmedelshandelns expansion på Väla handelsområde. Det är viktigt att betona att marknadens aktörer är bäst lämpade att avgöra var goda marknadslägen finns och uppstår. Därmed finns inget behov av att begränsa dagligvaruhandelns expansion på Väla per se. Tvärtom kan det finnas goda argument att på lång sikt ha ett öppet förhållningssätt och beredskap att möjliggöra för etablering av idag okända koncept eller aktörer att etablera sig på platser de anser är mest lämpliga för deras verksamhet. Baserat på den befintliga handelns struktur, historiska utveckling och Helsingborgs framtida marknadstillväxt bedömer WSP att det under perioden 2023-2035 finns ett maximalt etableringsutrymme om drygt 5 000 kvadratmeter BTA. Då det finns anledning att minimera konsekvenserna för det befintliga utbudet bedöms en mer sannolik potentialen variera mellan 2 100 och 3 200 kvadratmeter BTA. Mot bakgrund av denna begränsade ytpotential rekommenderar WSP därför att potentiella etableringsförfrågningar styrs mot planerade eller pågående utvecklingsområden för bostadsbebyggelse och/eller stadsdelar och bostadsområden som idag är underförsörjda med dagligvaror. Genom att möjliggöra för en etablering av bostadsnära dagligvaruhandel skapas sociala värden genom att grupper som av olika anledningar har svårt att nå den idag befintliga dagligvaruhandeln ges möjlighet till en ökad tillgänglighet till dagligvaruhandel utan att de kommersiella villkoren för befintlig dagligvaruhandel förändras i grunden.

2. BRANSCHTRENDER

Konsumtionsmönstren förändras



Källa: SCB, Omsättning inom tjänstesektorn.

Detaljhandeln har under lång tid varit utsatt för en stark konkurrens från konsumtion av andra tjänster. Denna trend har fortsatt och förstärkts under perioden 2010-2024.

Diagrammet visar att omsättningen i dagligvaruhandeln ökat med 5 procent i 2021 års prisnivå. Som en jämförelse kan konstateras att café och restaurangomsättningen ökat med närmare 30 procent under samma period. En rimligt tolkning av detta är att hushållen ersatt konsumtion av mat i hemmet mot konsumtion på café och restaurang.

I ett vidare perspektiv kan konstateras att handeln (dagligvaror och sällanköpsvaror) står sig relativt väl mot övernattningar på kommersiella boenden samt café och restaurang. Däremot visar sig omsättningen inom branscherna kultur och underhållning samt sport, fritid och nöjen närmast ha fördubblats i volym sedan år 2010. Utvecklingen kan ses som ett uttryck för hushållens ökade köpkraft i vilken detaljhandeln inte förmått behålla sin attraktionskraft gentemot andra nöjen och upplevelser. Hushållen fortsätter alltså konsumera i den fysiska handeln men annan, livsstils- och upplevelsecentrerad, konsumtion har kommit att bli allt mer betydelsefull i människors vardag.

Fysisk handel tappar marknadsandelar

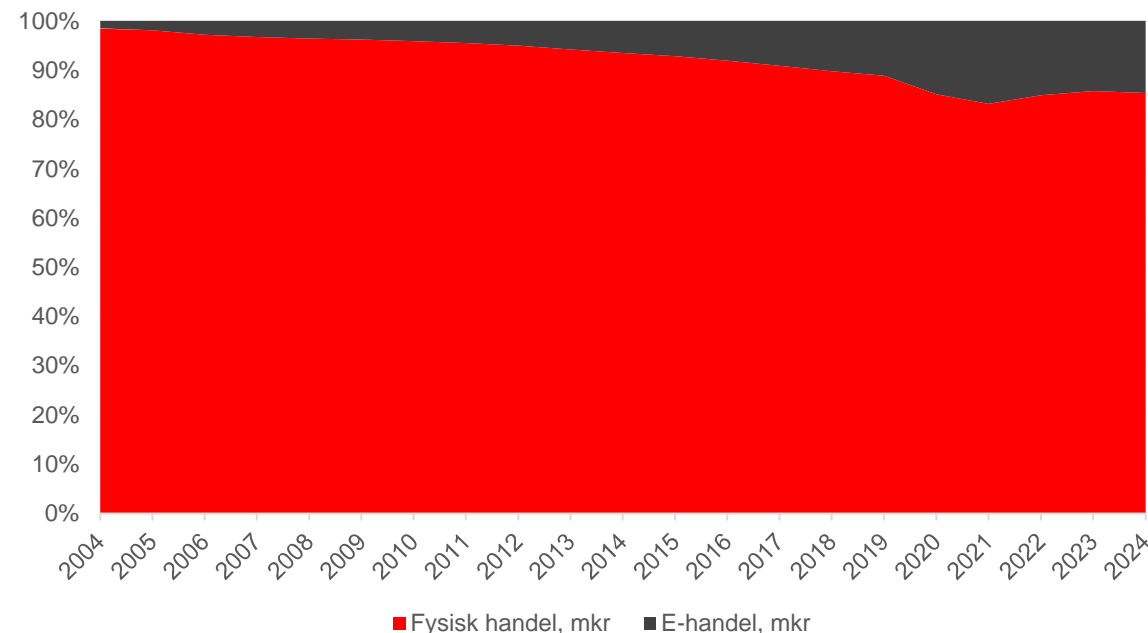
Den begynnande digitaliseringen under 1990-talet banade väg för en första trevande och föga framgångsrik e-handelsvåg. De bestående exemplen på framgång hämtas idag från bokhandeln. IT-kraschen 2002/2003 innebar en nödvändig sanering i en bransch med stor framtidstro men stora inneboende utmaningar i affärsmodellerna.

En andra fas märktes av först några år in på det nya årtusendet då framförallt den traditionella postorder-/distanshandeln ersatte sina manuella kataloger med digitala alternativ. I den fysiska handeln pågick samtidigt en trevande utveckling där e-handeln betraktades som ett separat komplement till butikerna och där integrationen mellan de två kanalerna var närmast obefintlig. Under denna fas utvecklades e-handeln snabbast inom beklädning, sport och fritid samt hemelektronik. Inom dagligvaruhandeln förekom trevande försök utan att någon varaktig framgång nåddes.

En tredje fas inleddes åren efter finanskrisen 2008/2009. Denna fas kännetecknas av allt starkare förankring i traditionellt fysiska detaljhandelsbranscher och en allt bredare e-handelsadaptation i framförallt sällanköpsvaruhandeln. Tidigt i denna fas eftersträvade den fysiska handeln att integrera e-handel i traditionella affärsmodeller. Senare kom nya affärsmodeller att börja utvecklas baserat på begrepp som multi- och omnichannel retailing.

Pandemiårens sociala restriktioner innebar att e-handeln tillfälligt fick en extraskjuts framförallt genom att nya målgrupper i högre utsträckning tog till sig den nya tekniken.

Fördelning av detaljhandels omsättning på olika försäljningskanaler



Källa: Postnord, E-barometern; WSP egna beräkningar.

Restriktionerna innebar även att den fysiska handeln tvingades se över och utveckla sina digitala erbjudanden och affärsmodeller för att på sikt passa in i det nya postpandemiska konsumtionslandskapet.

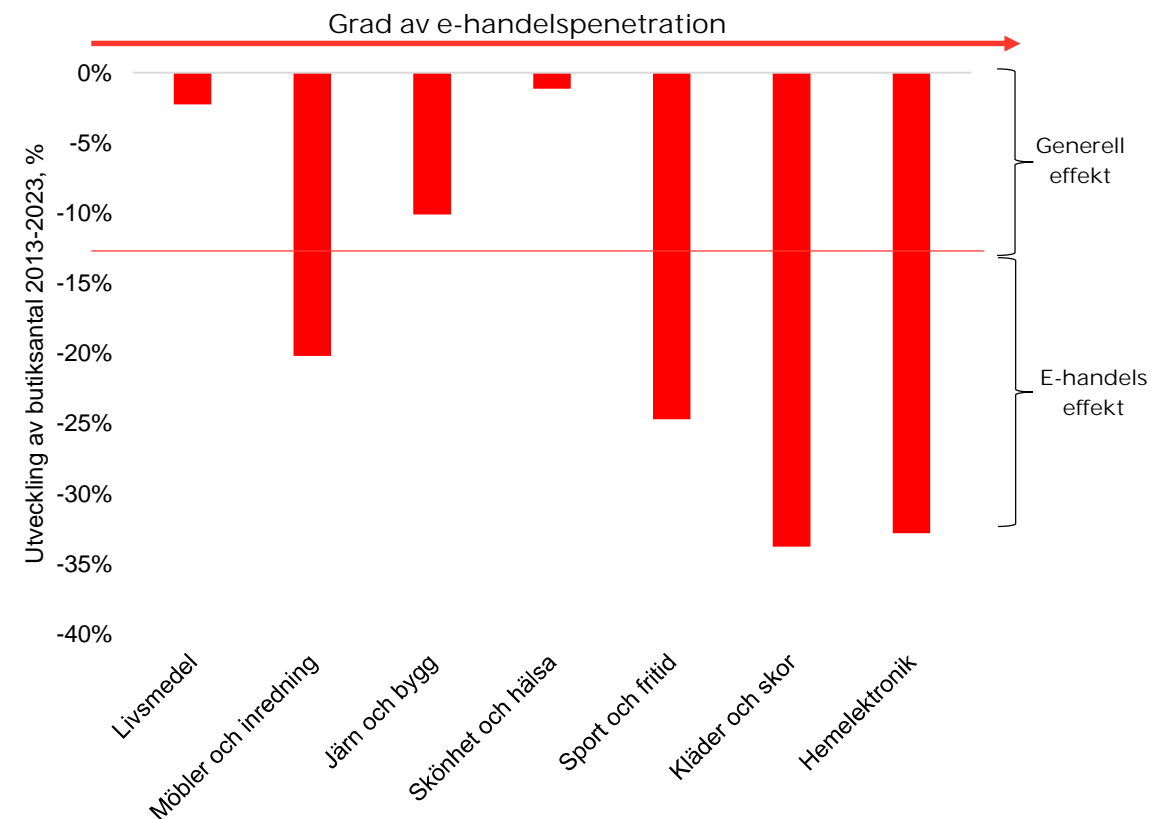
E-handelns påverkan på butiksbeståndet

Det torde inte finnas några tvivel om att den långsiktiga konsekvensen av e-handelns framväxt har varit en allt snabbare strukturomvandling vilken bland annat tagit sig uttryck genom en fortsatt, och kanske tilltagande, nedläggning av fysiska butiker.

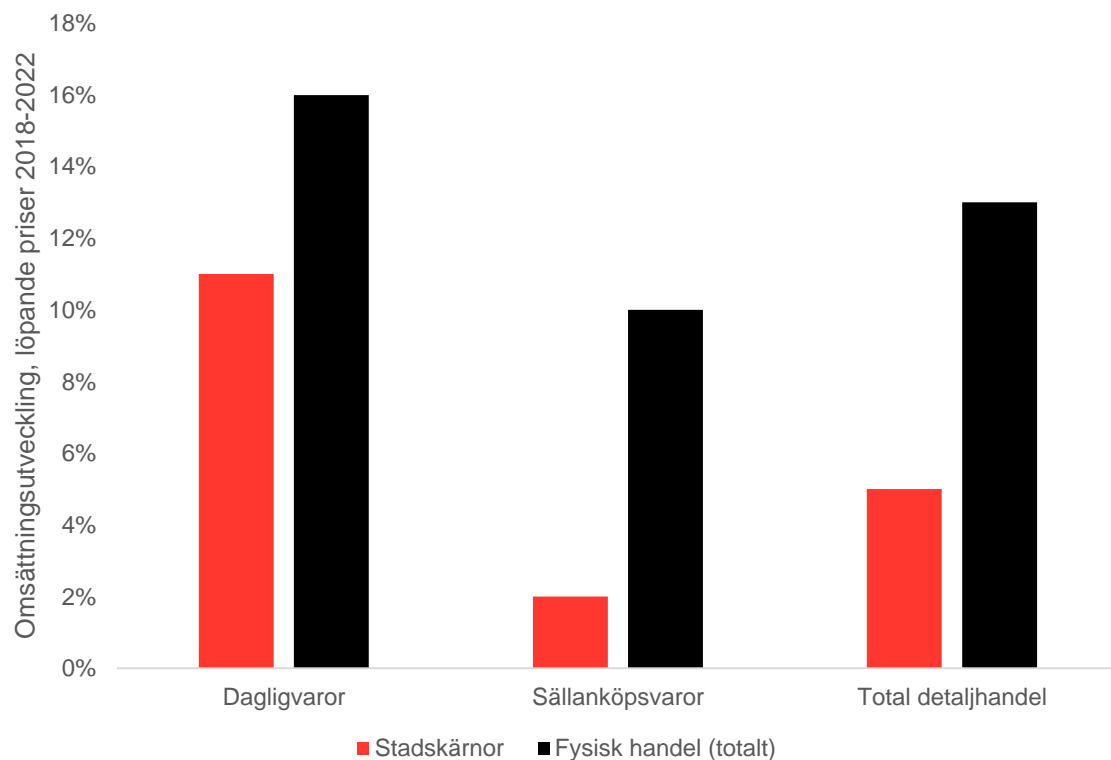
Diagrammet visar hur antalet butiker inom sällanköpsvaruhandeln viktigaste branscher utvecklats under perioden 2012-2023. Branscherna har sorterats efter grad av e-handelspenetration. Längst till höger återfinns således branscher i vilka e-handeln kopplat ett starkt grepp om branschens utveckling och tvärtom.

Diagrammet visar att antalet butiker minskat i samtliga branscher under perioden. Utvecklingen har varit starkast i branscher där e-handelspenetrationen är hög. Utvecklingen kan delas i en generell, underliggande, trend som drabbar alla branscher lika, det vill säga där utvecklingen skulle varit för handen även utan konkurrens från e-handeln, samt en branschspecifik trend som i huvudsak fångar effekterna av e-handelns utveckling i den aktuella branschen. Med detta som utgångspunkt kan konstateras att det minskade butiksantalet i branscher med låg till måttlig e-handelspenetration uteslutande kan förklaras av närvaro av generella trender. I branscher där e-handelspenetrationen är hög förklarar den i flera branscher en majoritet av det minskade butiksantalet

Utveckling av antalet butiker inom sällanköpsvaruhandeln 2012-2023, %



Svag tillväxt i svenska stadskärnor



Källa: Fastighetsägarna, cityindex.

Tidigare visades att den fysiska handeln tappar marknadsposition gentemot försäljning via digitala kanaler. Marknadsplatser påverkas beroende på geografiskt läge, storlek och utbud olika av den ökade konkurrensen. Generellt kan konstateras att externa marknadsplatser med huvudsaklig inriktning mot volymhandel har klarat sig bättre än stadskärnor och köpcentrum där beklädnadshandel och småskalig shopping dominerar utbudet.

I diagrammet visas omsättningsutveckling i fysisk handel (totalt) och stadskärnor under perioden 2018-2022. Perioden kan förefalla begränsad men är i praktiken en illustration av en trend som pågått och förstärkts under flera decennier. Sedan 2018 har detaljhandeln i stadskärnorna vuxit med 5 procent samtidigt som den fysiska handeln, totalt sett, vuxit med mer än det dubbla. Stadskärnorna tappar således fortsatt mark.

Erfarenheten säger i princip att det krävs tillskapande av nya volymer och butikslokaler för att på lokal nivå överträffa detaljhandelns tillväxt i riket. Att den svaga utvecklingen i många stadskärnor förklaras av en stark konkurrens är svårt att bortse ifrån. Man måste dock ha med sig att svårigheten att skapa rationella ytor av tillräcklig volym och i lägen som passar de moderna butikskoncepten är viktiga förklaringsfaktorer. Frånvaron av nya ytor gör att befintlig handel har varit tvungen att växa organiskt i befintliga ytor varför det är svårt att uppnå höga tillväxttal. I takt med detaljhandelns kräftgång i stadskärnorna har nya branscher och verksamheter inrymts i lokaler som tidigare använts av detaljhandelsändamål. På lång sikt har detta förändrat hur besökarna använder våra stadskärnor.

Ökad betydelse för lågprishandeln

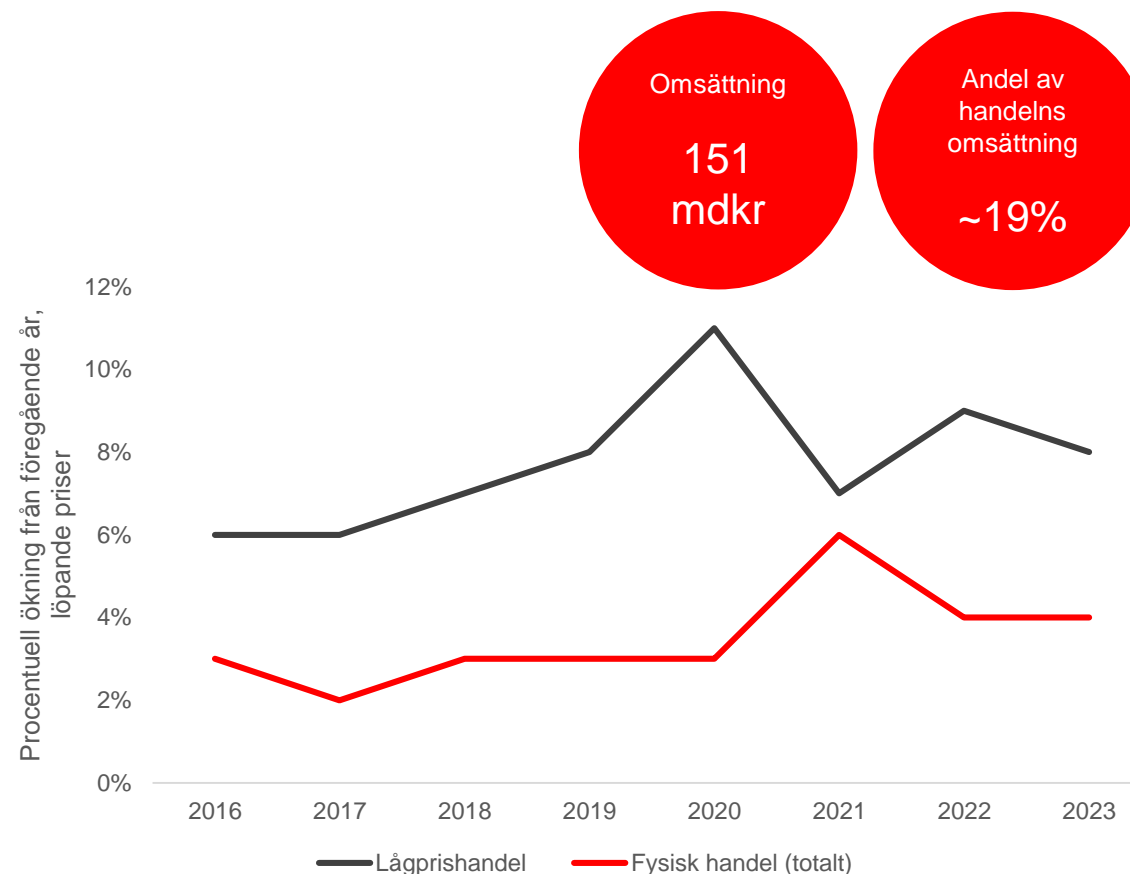
Parallellt med e-handeln har den så kallade lågprishandeln ökat sin betydelse för den fysiska handeln. I en nyligen genomförd undersökning konstateras att omsättningen i lågprishandeln ökat från 30 till 150 miljarder under de inledande decennierna av det nya årtusendet. Detta motsvarar en årlig tillväxt om 8 procent jämfört med en årlig tillväxt om 3,5 procent i detaljhandeln som helhet. Lågprishandeln har inte bara vuxit snabbare än detaljhandeln i stort den har också högre marginaler och bättre lönsamhet än detaljhandeln som helhet.

Lågprishandeln har ingen tydlig definition men brukar sägas utgöras av aktörer som Ö&B, Jula, Bygghuset, Rusta, Dollarstore, Normal, Lidl och Willys för att nämna några. Lågprissegmentet kännetecknas av ett grunt sortiment i stora volymer, hög användning av egna märkesvaror och begränsad kringservice och mycket arbete för konsumenterna själva.

Lågprishandeln är representerad i hela landet men den lokala närvaron är starkare i mindre städer och landsbygdskommuner än i storstadsregionerna och de större städerna. Försäljningen sker i huvudsak genom fysiska butiker lokaliserade på halvexterna och externa marknadsplatser, samt genom e-handel.

Coronapandemin och de senaste årens ekonomiska läge med stigande priser och räntor har urholkat hushållens köpkraft och givit lågprishandeln grogrund för fortsatt tillväxt. Det är dock noterbart att tillväxten visat sig vara motståndskraftig mot konjunktursvängningar

Källa: Svensk Handel, Läget i handeln.



i ett längre perspektiv vilket pekar på att det är ett koncept som tilltalar konsumenterna. Anledningen till detta är att lågprishandeln har utvecklats till att erbjuda det konsumenten efterfrågar till låga priser samt att det ger utrymme för lyxkonsumtion eftersom det frigör konsumtionsutrymme i grupper där lyxkonsumtion inte är en självklarhet. Ytterligare en viktig orsak till lågprishandelns tillväxt är den ökade ekonomiska ojämlikheten i samhället där framförallt invånare med svag anknytning till arbetsmarknaden utgör en viktig grupp för aktörer inom lågprishandeln. Lågprishandelns tillväxt gör att det i vissa kommuner kan komma att uppstå efterfrågan på verksamhetsmark för ändamålet.

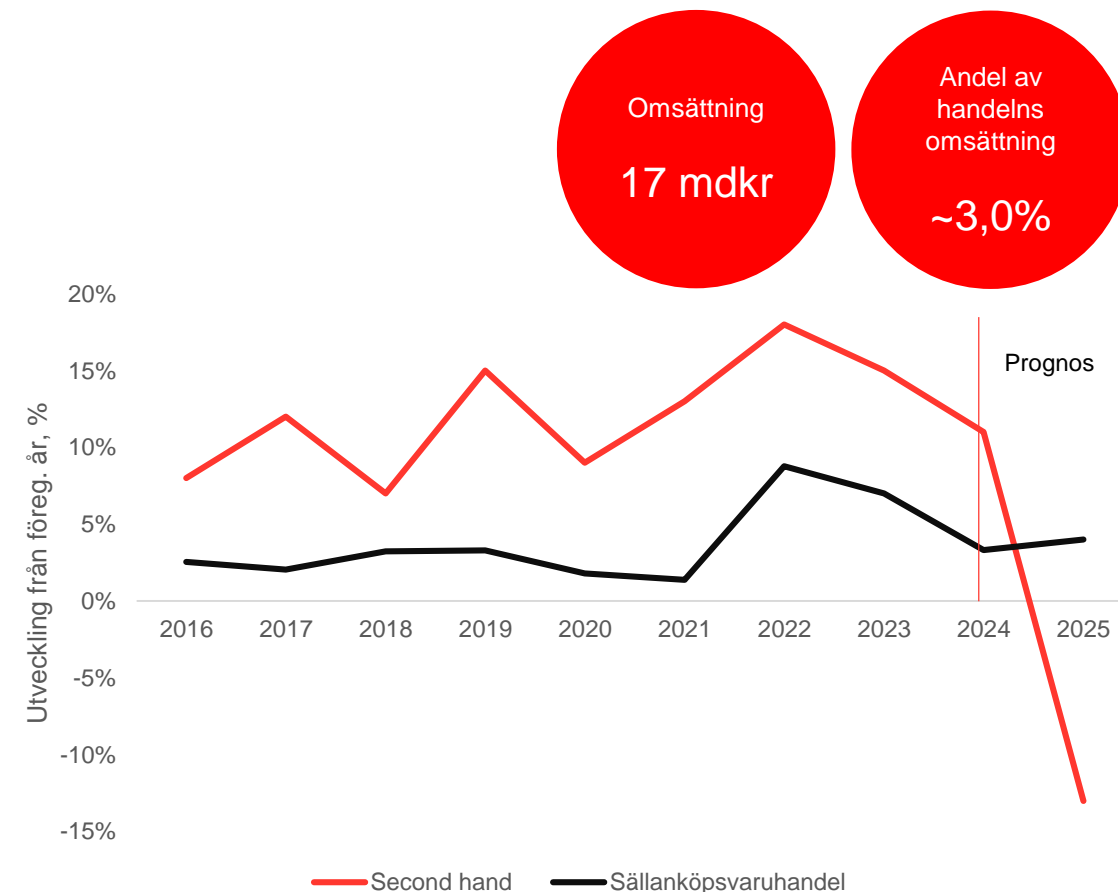
Minskad omsättning i second hand

Under senare år har en ny grupp konsumenter, generation Z, på allvar gjort sitt inträde på detaljhandelsmarknaden. Därigenom uppges hållbarhet och ökad cirkularitet ha fått ett ökat fokus. Trenden är motsägelsefull och går till det stora på tvärs mot andra viktiga trender som lågprishandel och e-handel.

Handeln med second hand är lika vanlig mellan könen men kvinnor är mer frekventa köpare. Yngre handlar mer än äldre, högutbildade mer än lågutbildade och boende i städer mer än boende på landsbygden. Över tid har även äldre kommit att vara mer delaktiga i handeln med second hand. Efterfrågan på andrahandsartiklar drivs primärt av priset. Miljöhänsyn och möjligheten att hitta något unikt är viktiga faktorer bland många övriga. Då pris är en så viktig faktor är det rimligt att sluta sig till att second hand handeln går bättre i dåliga tider och tvärtom.

Second hand försäljning bedrivs genom fysiska butiker, digitala plattformar och butiker eller mellan konsumenter. E-handelsplattformar som Blocket, Tradera och Facebook Marketplace dominerar försäljningen både i värde och antal transaktioner.

Second hand handeln omsatte cirka 17 miljarder kronor år 2024 varav omkring 66 procent skedde via digitala kanaler. Diagrammet visar att tillväxten har varit starkare än i den traditionella handeln sedan år 2015. Den höga tillväxttakten beror på en kombination av tillskapande av nya aktörer/ koncept och fortsatt tillväxt hos befintliga aktörer. Med en



förbättrad konjunktur under år 2025 bedöms försäljningen i second hand handeln minska för första gången sedan år 2015.

Från att ha varit en lokal kuriositet i ett avlägset tajgalandskap har second hand handeln på senare år letat sig in i urbana finrum såsom stadskärnor, köpcentrum och gallerior där de svarar upp mot den urbana medelklassens efterfrågan och fyller fastighetsägarnas vakanta lokaler.

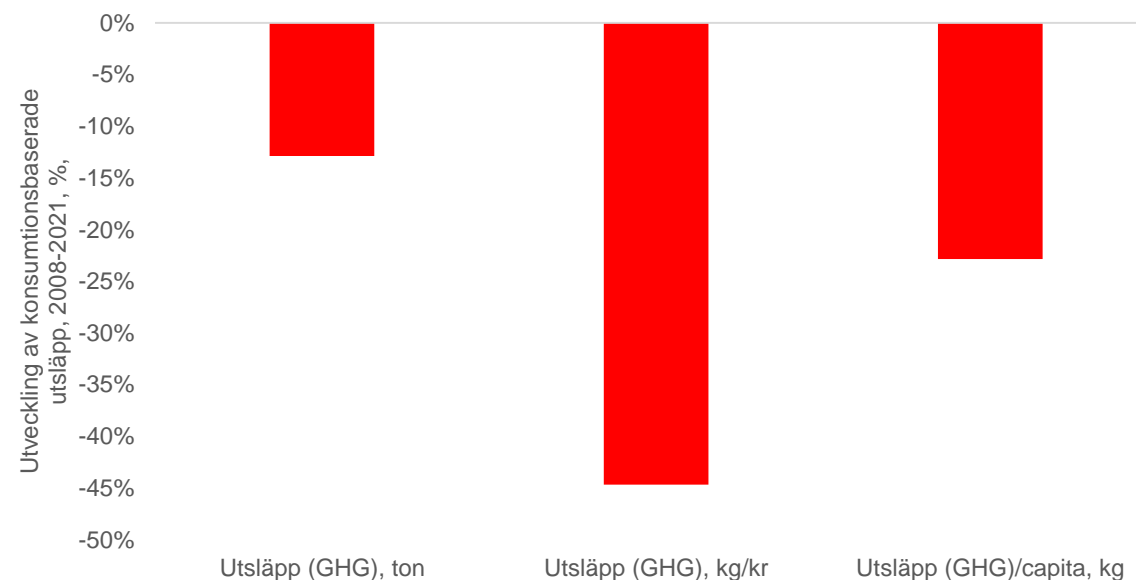
Handelns klimatavtryck minskar

Konsumtionen av second hand varor och ett behov av ökad cirkularitet betraktas ofta som en konsekvens av att vår konsumtion allmänt lämnar ett för stort klimatavtryck. Tidigare visades att second hand handeln växer men också att det är att betrakta som en relativt marginell rörelse i jämförelse med konsumtion av nyproducerade varor.

Det är svårt att veta vilka miljöeffekter som uppstår av second hand försäljning eftersom det inte finns kunskap om i vilken utsträckning den reducerar/ersätter försäljningen av nya produkter. Mot bakgrund av en fortsatt ökad nyförsäljning är det därför rimligt att utgå ifrån att den stora kraften bakom ett minskat klimatavtryck från handeln ligger i en allt mer klimateffektiv bakomliggande produktion och distribution.

År 2021 uppgick utsläppen från detaljhandelskonsumtion i Sverige till knappt 23 miljoner ton. Omkring två tredjedelar av utsläppen genereras av konsumtion av livsmedel och andra dagligvaror.

Trots en konsumtionsökning om drygt 50 procent under perioden 2008-2021 har utsläppen från detaljhandelskonsumtion minskar med 13 procent. I termer av utsläpp per capita eller utsläpp per konsumerad krona har utsläppseffektiviteten ökat ännu mer. Utsläppen per capita har minskat 23 procent medan utsläppen per konsumerad krona minskat omkring 45 procent under samma period.



Trots att konsumtionen ökat under perioden kan orsakerna till denna nedgång spåras i att de bakomliggande produktions- och distributionsleden blivit mer utsläppseffektiva men också att importen av detaljhandelsvaror skiftat från länder med höga utsläpp till länder med mer utsläppseffektiv produktion.

Trender inom turism och upplevelseindustri

Upplevelseindustrin och turistnäringen har många likheter genom människors intresse att uppleva produkter, tjänster och platser. Det finns flera trender inom dessa näringar, men några sticker ut mer än andra och kan vara relevanta och lyfta.

WSP har identifierat ett antal fenomen eller områden som sticker ut mer än andra:

- Personlig utveckling
- Cirkularitet och hållbarhet
- Teknologisk utveckling

Inom *personlig utveckling* handlar det i upplevelseindustrin om att skifta fokus från nöje till personlig utveckling, med ökande efterfrågan på meningsfulla och transformerande upplevelser, så som retreats och hälsoresor. Inom turistnäringen ligger fokus på hållbarhet och personlig/samhällelig utveckling i upplevelser. Ett exempel kan vara retreats som kombinerar återhämtning med lokalt samhällsengagemang.

Inom *cirkularitet och hållbarhet* lutar trenden inom upplevelseindustrin åt att hållbara val kan bli standard så som slow travel, lokal kultur och miljövänliga alternativ. Inom turistnäringen ligger fokus på lokalkulturen där både marknadsföring och produktutveckling blir central. Ett exempel är resor där turister lever som en lokalinvånare och deltar i kulturella aktiviteter.

De flesta trenderna inom upplevelse och turism förväntas uppstå inom den *teknologiska utvecklingen*. En trend kan ske inom hyperpersonalisering och AI där upplevelser skräddarsys i realtid med hjälp av AI, big data och sensorer – baserat på individens beteende, känslor och preferenser. Det kan till exempel handla om en resa anpassad efter individens sömn, musiksmak och väderpreferens.

Immersiva teknologier så som VR, AR och spatial computing är kopplat till den teknologiska utvecklingen och skapar upplevelser som suddar ut gränserna mellan digitalt och fysiskt, till exempel virtuella konserter och digital turism. Inom turistnäringen är en trend virtuell och förstärkt verklighet som får bredare användning inom utbildning. Ett exempel kan vara en stadstur där turister kan se historiska händelser genom AR. Det kan också handla om turister som utför uppdrag, samlar berättelser och belöningar. Tekniken kan också vara behjälplig vid planering av resor. Ett exempel är personliga mjukvaruassistenter som kan underlätta för turister med komplexa reseplaneringar och bokningar. Ansiktsigenkänning kan komma att ersätta traditionella pass och boardingkort, vilket gör incheckningen snabbare och smidigare

En tredje trend inom upplevelseindustrin är biohacking och kroppsnära teknik så som neuroteknologi och wearables som gör det möjligt att anpassa upplevelser till kroppens signaler, till exempel musik som följer hjärnvågor eller spa med realtidsfeedback. Inom turistnäringen handlar det om att teknik och neurovetenskap integreras i hälsoinriktade upplevelser. Ett exempel är tysta retreats med neurofeedback och ljudterapi.

Trender inom turism och upplevelseindustri

En fjärde trend är, slutligen, gränslösa upplevelser som handlar om att tekniken i större utsträckning kan komma att möjliggöra exklusiva resor utanför jordens eller havens gränser. Det kan exempelvis betyda kortare rymdresor eller upplevelser i låg gravitation.

Sammantaget kan det sägas att turisttrenderna lutar mot ökad hållbarhet, personliga och meningsfulla upplevelser. Turister kan efterfråga än mer miljövänliga och socialt ansvarsfulla alternativ. Teknik, särskilt AI och VR/AR, möjliggör skräddarsydda reseupplevelser. Välbefinnande kan komma att bli mer centralt med fokus på retreats och hälsosamma aktiviteter. Turister kan komma att söka mer syftesdrivna upplevelser så som volontärarbete och kulturellt lärande. Klimatförändringar påverkar resmålens attraktivitet, vilket sannolikt kommer leda till nya resmönster.

Målgruppstrender inom upplevelser och turism

De trender inom turism och upplevelseindustri som presenterades i det föregående fokuserade på det fenomen eller område som trenden kretsar kring. Målgruppstrender fokuserar mer på människans beteenden och intressen som leder till att de reser till platser och/eller söker sig till olika upplevelser. Några målgruppstrender som sannolikt kommer att fortsätta och intensifieras presenteras nedan.

- **Hållbarhet och klimatmedvetenhet – ekoturism**

- Ökat intresse för miljövänliga transporter, boenden och aktiviteter
- Inom transport kan internationella tågresor med hjälp av IoT-tekniken (Internet of Things) och datorstyrda nätverk leda till snabbare och mer effektiva tågresor. En framtida rutt kan till exempel bli höghastighetståg mellan London och Bordeaux
- Inom flyg kan elektriska flygplan för korta sträckor komma att introduceras, men konventionella flygplan kommer sannolikt fortfarande att användas för långdistansresor
- Resor med låg miljöpåverkan där turister bidrar till naturens och samhällets återhämtning – exempelvis mangroveplantering, volontärskap

- **Välbefinnande och hälsa**

- Fokus på mental återhämtning, stresshantering och holistisk hälsa
- Retreats för yoga, mindfulness och andlig utveckling med fokus på självoptimering och "longevity" – exempel tystnadsretreats, shamanresor, AI-spa.

- **Lärande och personlig utveckling**

- Resor kombineras med kurser i språk, matlagning, hantverk med mera
- Resor för att utvecklas, lära sig nytt eller skapa som kopplar till livslångt lärande och kreativitet – exempelvis matlagningskurser, storytelling, kodningscamp
- **Slow travel – långsamma, meningsfulla resor**
 - Färre destinationer, längre vistelser, fokus på lokal kultur och äkthet

Målgruppstrender inom upplevelser och turism

- **Teknikdrivna resor**

- VR/AR förhöjer upplevelser, rymdresor och AI
- Resor skapade för att generera innehåll eller bygga digitala gemenskaper – exempelvis fototurer, TikTok-retreats.

- **Gemenskapsfokuserad turism**

- Resor som stärker relationer och skapar nya sociala band
- Grupper med gemensamma intressen, till exempel LGBTQ+, singlar

- **Äventyrsturism och expeditioner**

- Fysiskt krävande resor med adrenalin och unika upplevelser – exempelvis glaciärvandring, vulkanbestigning och höghöjdsalpinism.

- **Vetenskaps- och rymdturism**

- Resor kopplade till forskning och rymden så som "Citizen science" – exempelvis rymdturism, klimatforskningsexpeditioner

- **Djur- och naturbaserad turism**

- Etiska upplevelser där turister stödjer djur- och naturskydd – exempelvis elefantreservat, marinbiologiresor

- **Kulturarvs- och identitetsturism**

- Resor för att utforska kultur, traditioner och släkthistoria – exempelvis släktforskning och urfolksturism

Turistnäringens utmaningar

I samband med beslut och utveckling av Väla Centrum bör ett antal utmaningar inom upplevelseindustrin, turism och evenemang uppmärksammas. De mest framträdande utmaningarna är:

- **Klimatförändringar:** Trots turisternas och resenärernas klimatmedvetenhet kommer resandet med stor sannolikhet att öka. Detta går lite stick i stäv med synen på att turismen är ohållbar, så som överturism, markerodering eller flygskam. Utmaningen kan leda till att turister uppfattas som "hycklare" då de å ena sidan är medvetna om turismens påverkan på klimatet, samtidigt som de reser mer, vilket kan leda till en negativ bild av turistnäringen. Ökat ansvar ligger på att minska klimatpåverkan samtidigt som extremväder och miljöförändringar försvårar drift av verksamheten.
- **Infrastrukturutveckling:** Sveriges glest befolkade land och geografiska storlek ställer höga krav på en fungerande infrastruktur. Brist på direktflyg och snabba tågförbindelser kan påverka val av destination negativt.
- **Social hållbarhet:** Social och kulturell hållbarhet blir viktigare för att attrahera framtidens medarbetare och boende. Balans mellan ekonomiska intressen och lokalbefolkningens välmående kan bli mer tydlig. Populära destinationer kan överbelastas, vilket skapar slitage och kan skapa konflikter med lokalbefolkningen. Fokus har länge legat på besöksantal, medan en omställning till kvalitativa upplevelser och turism med lokal nytta och långsiktighet kan stå i centrum.
- **Överturism:** Förväntningar om överturism kan leda till att destinationer och platser i högre utsträckning eftersträvar begränsningar av antalet besökare. Förhandsbokning och införande av avgifter kan komma att bli vanligare i samband med besök på specifika attraktioner.
- **Digital utmattning:** Teknik kan ersätta mänskliga möten och fysiska resor. Kommersiellt drivna upplevelser hotar äkthet och kulturellt värde. Ökad personifiering väcker frågor om integritet, övervakning och manipulativa upplevelser.
- **Geopolitisk instabilitet:** Kriser och konflikter hotar tillgången till marknader och internationellt samarbete. Pandemier och cyberhot har stor påverkan på turismen.
- **Ekonomiska klyftor:** Upplevelser och turism riskerar att bli lyx – fler stängs ute när priset ökar och utbudet snävas in. Specialintressen och att vissa målgrupper drivs att resa av sina ideal och/eller intressen gör att priserna sannolikt kommer att öka ju högre intresset för en upplevelse eller plats är, vilket kan leda till att fler människor inte kommer att ha råd att resa. Inflation och lågkonjunktur begränsar människors resmöjligheter.
- **Kompetensförsörjning och arbetsvillkor:** Branschen har svårt att attrahera arbetskraft på grund av dåliga villkor och låg status. Det krävs insatser för att göra turism till ett attraktivt yrkesval.

3. NULÄGESBESKRIVNING

HANDEL OCH SERVICE I FAMILJEN HELSINGBORG

Marknadsområdets geografiska utbredning

Det geografiska upptagningsområdet för Helsingborg och Väla har i äldre utredningar antagits bestå av kommuner i Familjen Helsingborg för vilka effekter av Välas tidigare expansioner undersökts. Utan ingående analyser av besökarens resmönster och ursprung är det oerhört svårt att dra slutsatser om en marknadsplats upptagningsområde varför sådana antaganden riskerar leda till att estimerade effekter blir av för stor omfattning på kommunerna i den omkringliggande regionen.

WSP har i denna analys valt att närma sig frågan om upptagningsområdet utifrån en gravitationsansats där utbudet på Väla och konkurrerande marknadsplatser i den omkringliggande regionen påverkar konsumenternas inköpsresor.

Väla som marknadsplats utgörs av ett större externt köpcentrum, ett IKEA-varuhus samt omkringliggande volymhandel. Besöksanledningarna är ofta unika även om de ibland kan sammanfalla så att en ursprunglig besöksanledning till någon omkringliggande volymaktör kan rendera i ett kompletterande besök i Väla köpcentrum eller IKEA och tvärtom. Därigenom definierar ursprungsorsaken varifrån besökarna reser vid varje enskilt tillfälle och för varje enskild individ. Med ledning av detta är det rimligt att dra slutsatsen att Väla köpcentrums marknadsområde definieras av närvaron av Hallarna i Halmstad kommun i norr samt närvaron av Nova Lund, Center Syd, Burlöv center och andra marknadsplatser i söder. I öster avgränsas sedan några år C4 i Kristianstad Välas marknadsområde. Den exakta utbredningen avgörs av respektive plats volym/storlek.

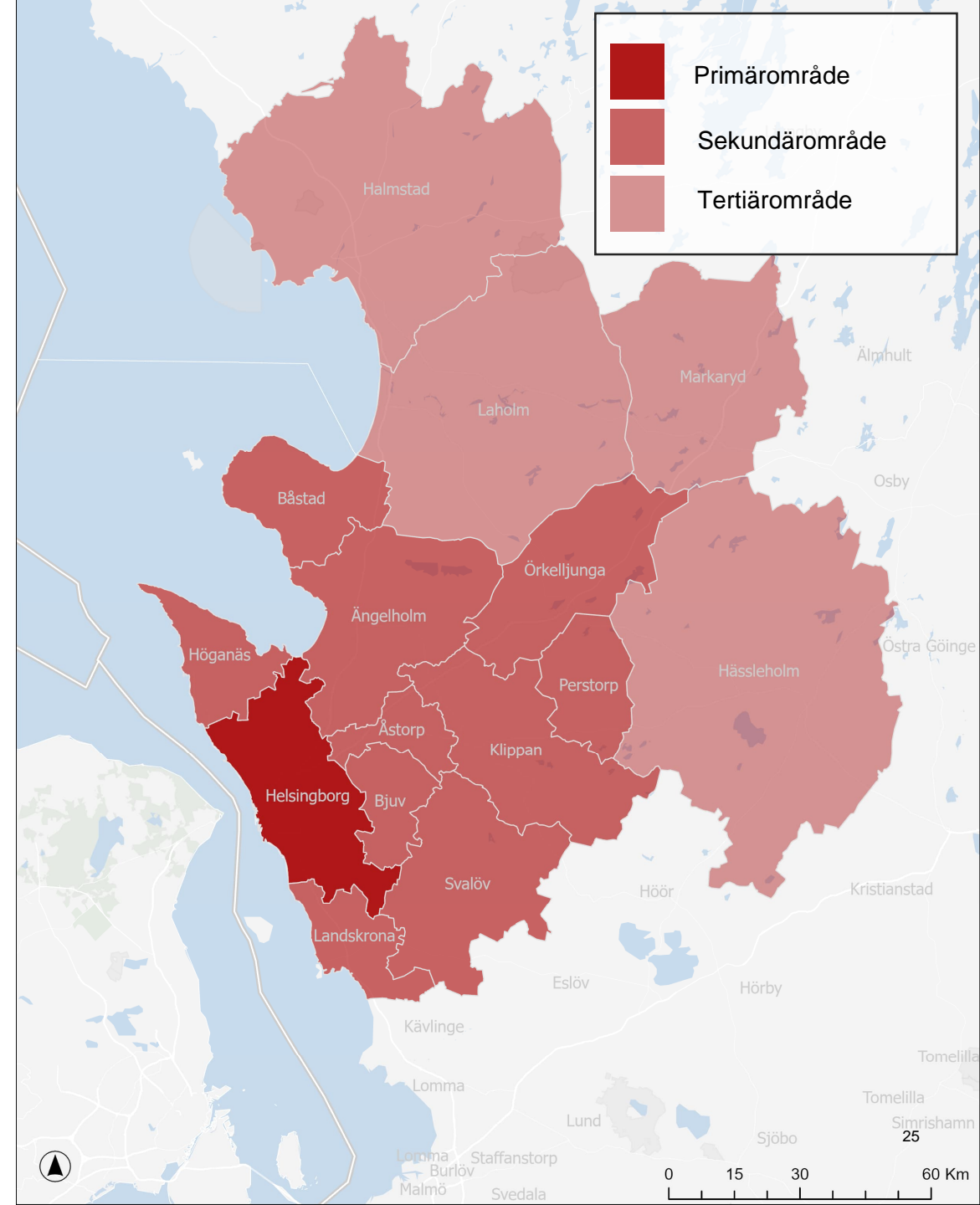
Idag befintlig volymhandel på Väla marknadsområde har i princip samma marknadsområde som köpcentrumets geografiska utbredning.

IKEA-varuhuset kan, även om inköpsfrekvensen är lägre, sägas avgöra marknadsområdets maximala utbredning. Konkurrensen från alternativa marknadsplatser är högre inom detta område varför lojaliteten mot Väla och Helsingborg sjunker med stigande geografiskt avstånd. WSP bedömer att IKEA Helsingborgs marknadsområde sträcker sig strax norr om Halmstad kommun och strax söder om Landskrona kommun. I öster avgränsas det av närvaron av IKEA Älmhult och IKEA Kalmar. Även om de senare visserligen är mindre spelar närhet till marknad viss betydelse för deras respektive attraktionskraft. En rimlig avgränsning i öster för IKEA är därför Kristianstads och/eller Sölvesborgs kommun.

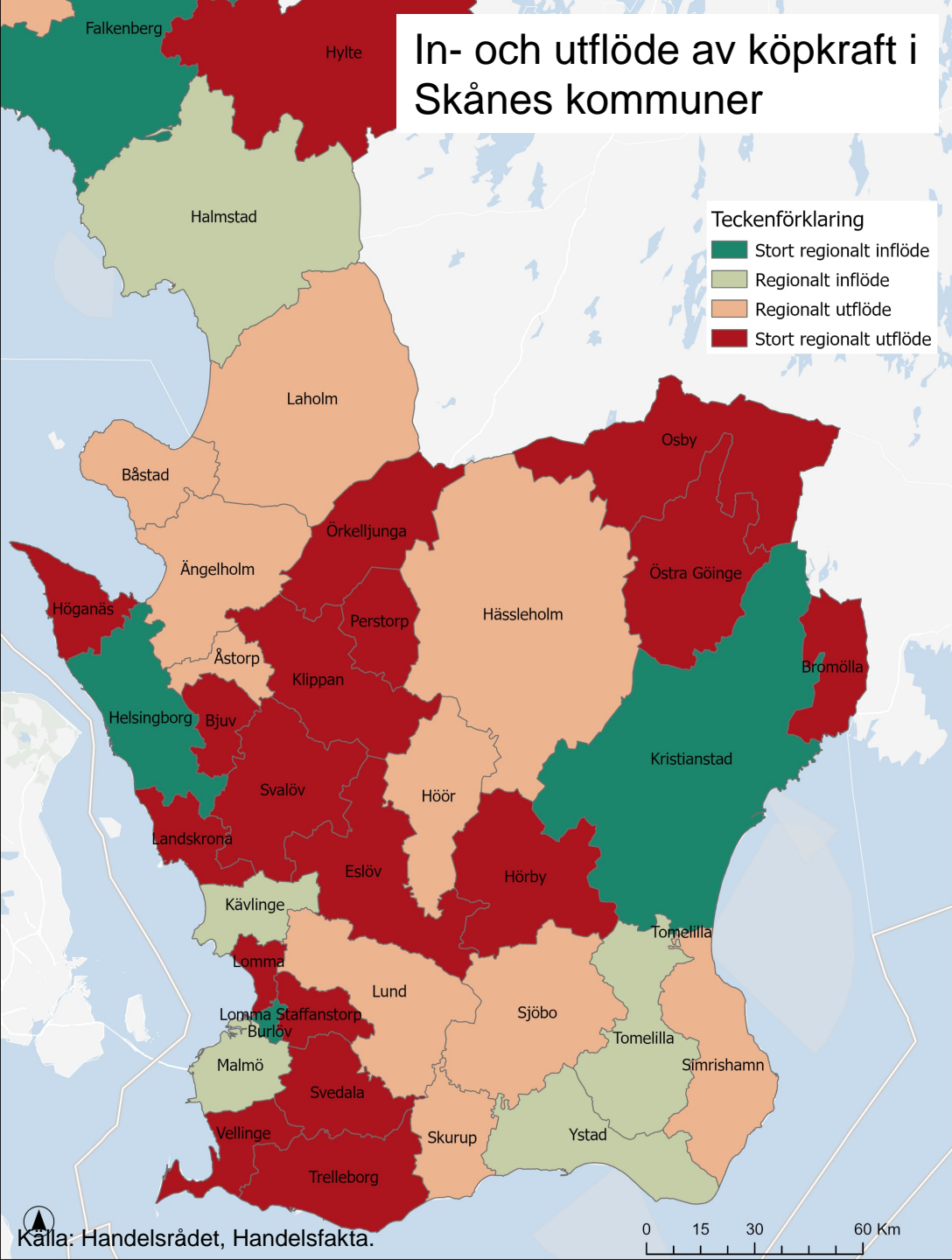
Marknadsområdets geografiska utbredning

Då föreliggande analys avser att belysa effekterna av en potentiell utbyggnad av Väla köpcentrum bedömer WSP att den mest rimliga avgränsningen av marknadsområdet utgörs av Helsingborgs kommun och kommunerna i den övriga Familjen Helsingborg.

I kartan sträcker sig marknadsområdet därefter österut för att omfatta Hässleholm, och norrut mot Markaryd, Laholm och Halmstad. Boende i dessa perifera delar dras dock primärt mot Väla och Helsingborg på grund av IKEAs närvaro. Att kartan inte omfattar fler kommuner i östra Skåne beror på problematiska tvärförbindelser som gör att de boende tidsmässigt har närmare till Malmö och Älmhult. I valet mellan dessa och Helsingborg torde Malmö i kraft av storlek och centralitet ha större attraktion än övriga kommuner i nordöstra Skåne.



In- och utflöde av köpkraft i Skånes kommuner



En regional orientering

Den lokala attraktionskraften i detaljhandeln speglas bäst genom att studera försäljningsindex för olika kommuner. Försäljningsindex mäter den lokala per capita omsättningen i relation till motsvarande nyckeltal för riket och kan därför sägas vara en god indikator på köpströmmar över kommungränser. I sammanhanget kan sägas att dagligvaruhandeln ofta är en lokal företeelse med små regionala inköpsflöden varför försäljningsindex brukar kretsa omkring 100. Sällanköpsvaruhandeln uppvisar å andra sidan en högre geografisk koncentration och följaktligen är de regionala inköpsströmmarna större.

Vidstående karta visar försäljningsindex inom sällanköpsvaruhandeln år 2023 för kommuner i Skåne län. För överskådlighet har kommunerna grupperats i fyra grupper utifrån försäljningsindex storlek.

Kartan visar att de regionala inköpströmmarna är stora då endast sju kommuner har ett inflöde av köpkraft, det vill säga försäljningsindex överstiger 100. Av dessa har Burlöv, Helsingborg och Kristianstad kommun starkast regional position. Övriga kommuner kännetecknas alltså av ett utflöde av köpkraft i olika omfattning. Man kan konstatera att utflödet är störst i kommuner omkring centralorterna men också att utflödet är större i de västra delarna av länet än i de östra. Kommuner i sydöstra Skåne, Tomelilla och Ystad, har ett inflöde vilket beror på starka dragare samt närheten till turismen på Österlen. Bland kommunerna i familjen Helsingborg är utflödet större i de södra och östra delarna än i de norra vilket sannolikt beror på en starkare regional konkurrens.



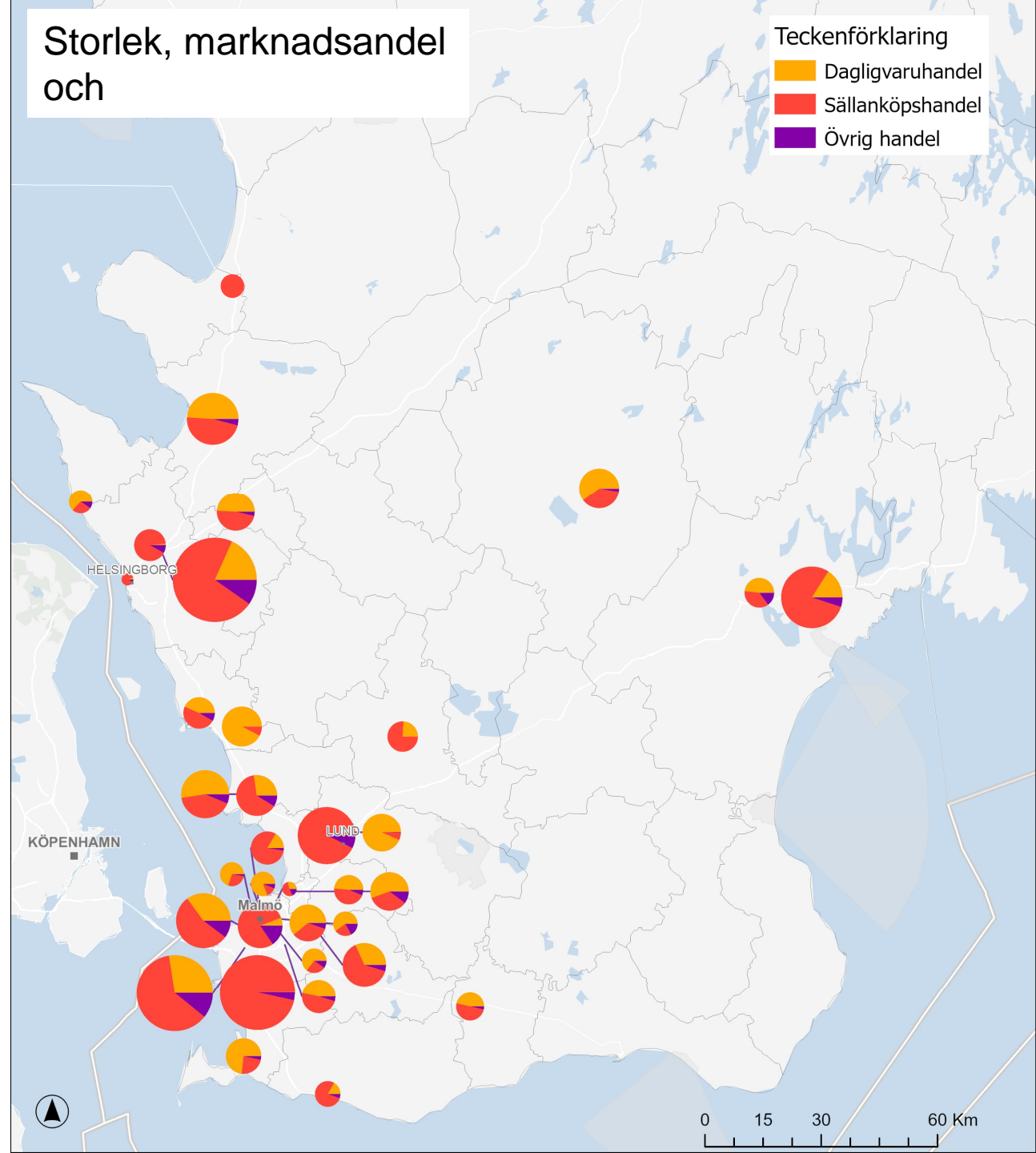
Marknadsplatsers lokalisering

En viktig förklaring till de regionala inköpsströmmarna är att en majoritet av de större marknadsplatserna i Skåne är lokaliserade i kommuner utmed E6:an i västra Skåne.

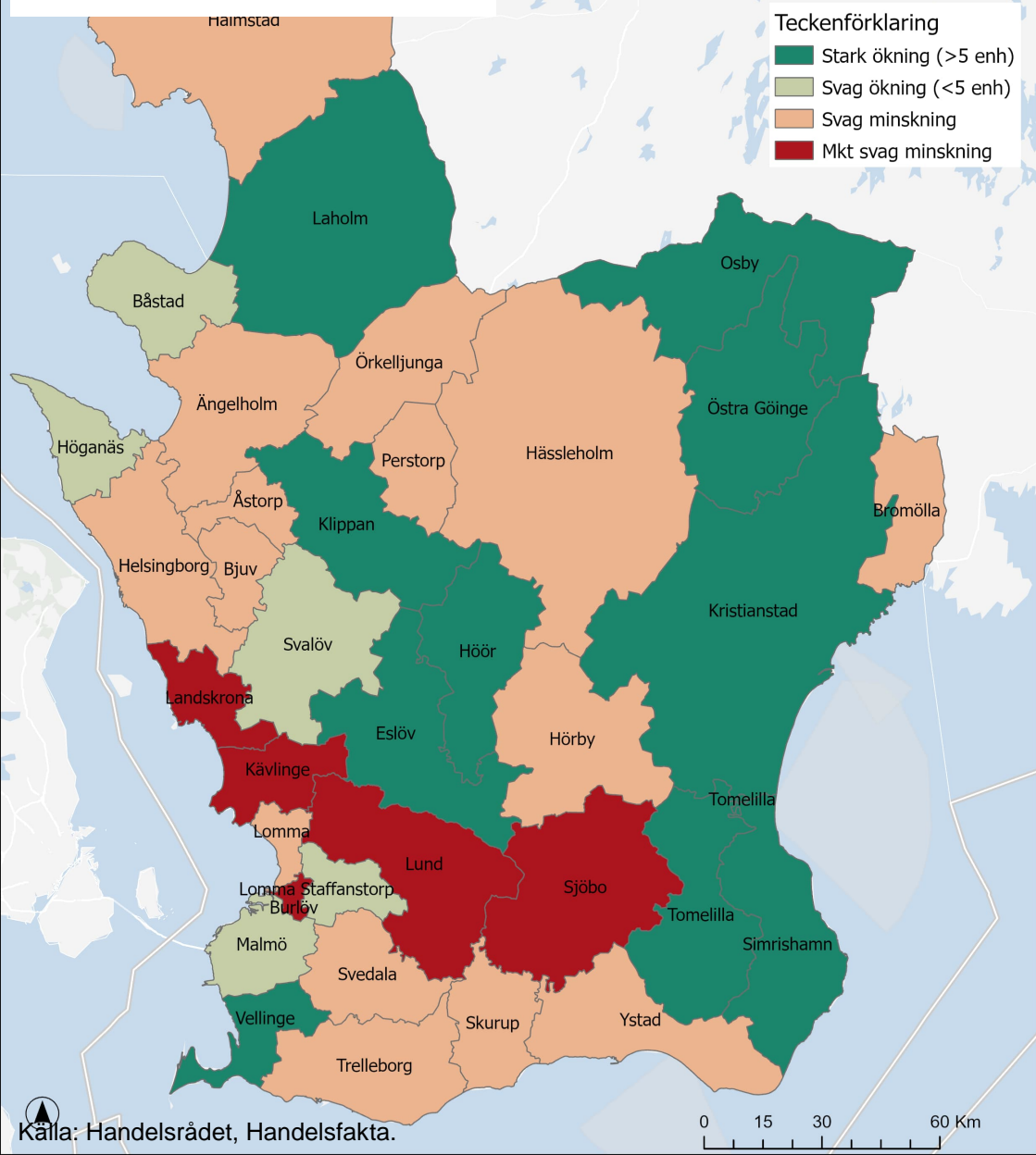
Man kan emellertid konstatera att det finns en branschmässig obalans. Dagligvaruhandel resulterar inte sällan i ett mer lokalt och bostadsnära inköpsbeteende medan inköp av sällanköpsvaror resulterar i inköpsresor som inte alltid är avsedda att äga rum på den mest näraliggande marknadsplatsen.

En följd av detta är att dagligvaruhandeln på de större marknadsplatserna i Skåne stod för omkring 25-30 procent av dagligvaruhandelns omsättning i länet. Inom sällanköpsvaruhandeln är den regionala koncentrationen högre då de större marknadsplatserna stod för drygt 50 procent av omsättningen i Skåne län.

I Familjen Helsingborg utgörs de större marknadsplatserna av Brännborns center, Väla centrum och volymhandel, Hyllinge storcenter, Råå samt Österleden handelsområde.



Förändring av in- och utflöde av köpkraft i Skånes kommuner



Regionala förändringar av inköpsströmmar

Under perioden 2019-2023 har detaljhandeln utveckling påverkats av effekter av pandemin, ett osäkert omvärldsläge och en kostnadskris på grund av inflation och stigande räntor. Några större nyetableringar har egentligen inte tillkommit utan istället har befintliga marknadsplatser förtätats inom befintliga ytor eller utvidgats med nya aktörer och funktioner.

Kartan visar att kommuner i östra Skåne uppvisar en stark ökning av försäljningsindex under perioden 2019-2023. I många fall förklaras det av utvecklingen har skett från låga nivåer varför enstaka etableringar kan ha fått stor påverkan på de regionala inköpsströmmarna. Störst enskild påverkan har etableringen av C4/Hammar i Kristianstad haft. Även i sydöstra Skåne har index ökat kraftigt vilket torde kunna förklaras av en ökad turism och längre vistelsetider under pandemiåren.

I övriga delar av länet är utvecklingen varierad men fler kommuner uppvisar en fortsatt minskning av försäljningsindex. I centrala Skåne syns en mycket stark utveckling av försäljningsindex vilken bland annat förklaras av etablering av ett nytt storbutikscentrum i Eslöv.

I Familjen Helsingborg har index generellt minskat vilket ger vid handen att området tappat i konkurrenskraft. Klippan skiljer sig genom en stark ökning. I Åstorp där Jula köpt Hyllinge handelsplats har något genomslag på försäljningsindex inte blivit synligt ännu. I Båstad och Höganäs har försäljningsindex ökat svagt vilket pekar på att de stärkt sin regionala och delregionala position.

Dagligvaruhandeln i Familjen Helsingborg

	Omsättning 2023, mkr	Utveckling 2019/2023, mkr	Utveckling 2019/2023, %	Försäljnings- index 2023
Helsingborg	5 857	1 194	26%	101
Ängelholm	1 831	375	26%	106
Landskrona	1 577	321	26%	87
Åstorp	1 283	41	3%	203
Höganäs	871	117	16%	80
Båstad	675	102	18%	110
Klippan	527	122	30%	77
Örkelljunga	371	65	21%	93
Bjuv	239	57	31%	39
Svalöv	233	34	17%	42
Perstorp	219	29	15%	78
Familjen Helsingborg	13 683	2 457	21%	95
Skåne län	50 165	8 871	21%	92
Riket	405 546	67 958	20%	100

Dagligvaruhandeln i Familjen Helsingborg omsatte 13,6 miljarder kronor år 2023 vilket motsvarar en tillväxt om drygt 2,4 miljarder kronor sedan 2019. Omsättningen i dagligvaruhandeln har ökat med omkring 20 procent under perioden vilket till stora delar utgörs av prisökningar. Av den totala tillväxten i Skåne län låg kommunerna i Familjen Helsingborg bakom 27 procent.

Studerar enskilda kommuner kan konstateras att omsättningens storlek och utveckling i absoluta tal tydligt följer kommunernas folkmängd och befolkningsutveckling. Detta sammanhänger med att dagligvaruhandelns storlek och tillväxt är starkt knutna till folkmängden och dess förändring.

Den procentuella ökningen i enskilda kommuner pekar på att det inte skett några större strukturella förändringar och att utvecklingen följer de nationella och regionala trenderna i så måtto att de större kommunerna (Helsingborg, Ängelholm och Landskrona) förstärkt sin marknadsposition medan de mindre kommuner position försvagats. Bland mindre kommuner sticker Klippans och Bjuvs kommuner ut genom en synnerligen god tillväxt. I Klippan är tillväxten tillräckligt stark för att dra slutsatsen att det tillkommit nyetableringar under perioden.

Sällanköpsvaruhandeln i familjen Helsingborg

	Omsättning 2023, mkr	Utveckling 2019/2023, mkr	Utveckling 2019/2023, %	Försäljnings- index 2023
Helsingborg	8 141	467	6%	145
Ängelholm	1 488	93	7%	89
Landskrona	927	-48	-5%	53
Åstorp	564	44	8%	92
Höganäs	506	64	14%	48
Båstad	488	73	18%	83
Bjuv	212	1	0%	36
Klippan	278	97	54%	42
Örkelljunga	107	-11	-9%	28
Svalöv	87	11	14%	16
Perstorp	46	-12	-21%	17
Familjen Helsingborg	12 844	779	9%	88
Skåne län	51 597	4 358	9%	98
Riket	391 693	34 960	10%	100

Sällanköpsvaruhandeln i Familjen Helsingborg omsatte knappt 13 miljarder kronor vilket motsvarade 25 procent av länets omsättning. Under perioden 2019-2023 har omsättningen ökat med cirka 775 miljoner kronor vilket i princip ligger i linje med tillväxttakten i Skåne län och riket under samma period. Försäljningsindex för Familjen Helsingborg pekar på att regionen som helhet har ett utflöde av köpkraft motsvarande 1,6 miljarder kronor till andra kommuner.

Inom familjen Helsingborg finns stora skillnader och undantaget Helsingborgs kommun har samtliga kommuner ett utflöde av köpkraft. Utflödets storlek uppvisar i absoluta tal hög överensstämmelse med respektive kommunens folkmängd. Anledningen till detta är att handeln i de minsta kommunerna inte har potential att tillgodose den lokala efterfrågan.

Sällanköpsvaruhandeln i Helsingborgs kommun omsatte drygt 8,1 miljarder kronor år 2023. Under perioden 2019-2023 har omsättningen ökat med 6 procent vilket innebär att handeln i Helsingborgs kommun halkar efter andra kommuner i regionen. Studeras utvecklingen i den omkringliggande regionen kan konstateras att utvecklingen är blandad. Klippan, Båstad och Höganäs har förstärkt sina marknadsandelar i såväl en regional som nationell kontext. I Landskrona, Örkelljunga och Perstorp har marknadspositionen fortsatt att försämrats.

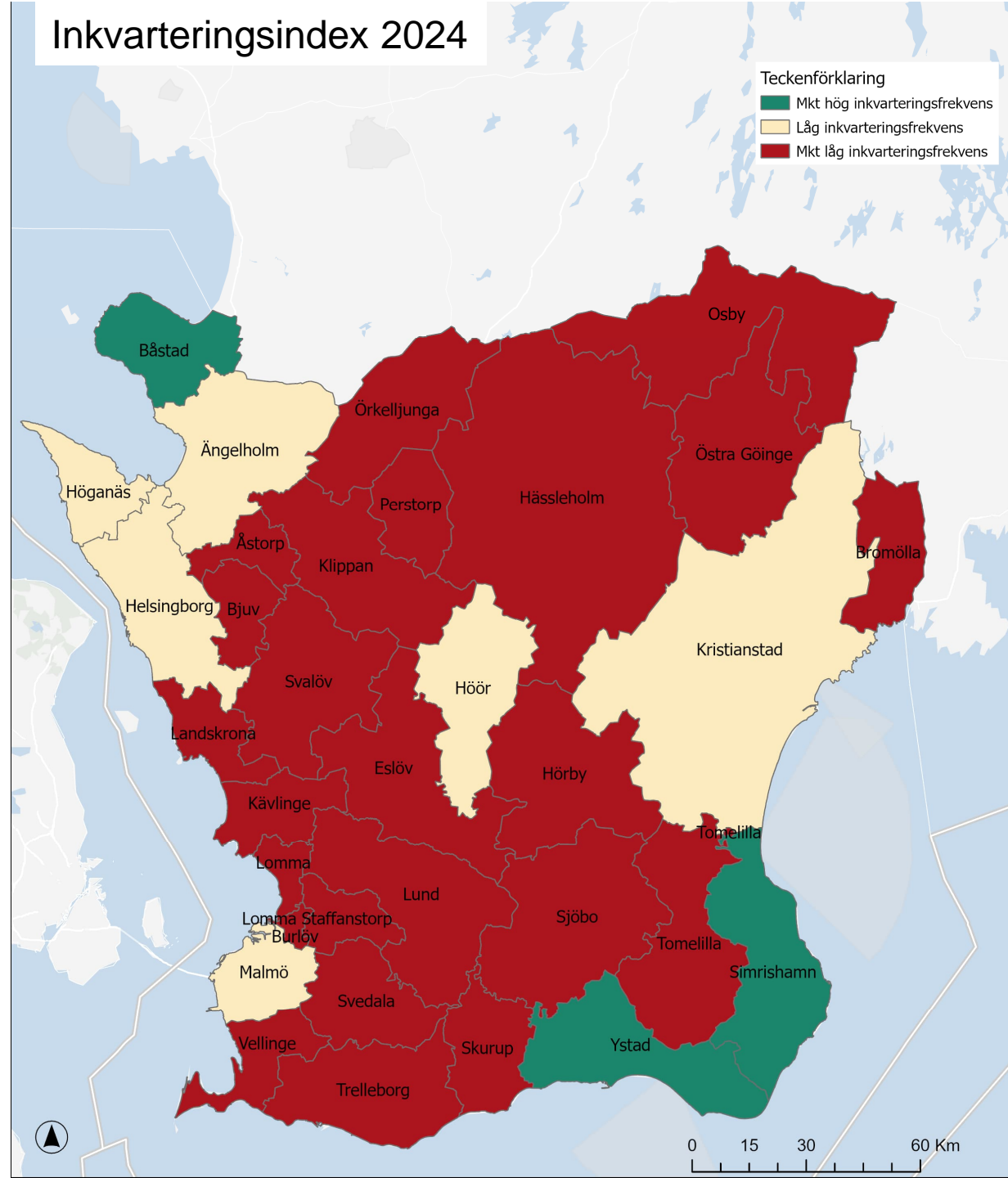


Låg inkvarteringsfrekvens

För att analysera besöksnäringens position i Skåne och kommunerna i Familjen Helsingborg har WSP samlat in och bearbetat statistik kring inkvartering på kommersiella anläggningar. I vidstående karta redovisas gästnätter per invånare i respektive kommun i förhållande till genomsnittet för riket. Precis som i fallet med försäljningsindex inom detaljhandeln signalerar ett värde över 100 att berörda kommuner har en hög eller mycket hög inkvarteringsfrekvens medan kommuner med ett index under 75 har en mycket låg inkvarteringsfrekvens i förhållande till genomsnittet för riket.

I ett regionalt perspektiv är det endast Simrishamn, Ystad och Båstad som kan klassificeras som kommuner med mycket hög inkvarteringsfrekvens. Kommunerna i det övriga länet har generellt mycket låg inkvarteringsfrekvens men det finns undantag såsom Malmö, Kristianstad, Höganäs, Ängelholm, Helsingborg och Höör.

Inkvarteringsindex 2024



Gästnätter i familjen Helsingborg

	Gästnätter år 2024, antal	Utveckling 2019/2024, antal	Utveckling 2019/2024, %	Inkvarterings- index år 2024
Helsingborg	875 384	84 095	11%	88
Båstad	326 899	-475	0%	313
Ängelholm	231 787	9 304	4%	79
Höganäs	165 861	43 542	36%	89
Landskrona	159 698	-49 612	-24%	52
Svalöv	47 270	-16 102	-25%	50
Klippan	37 166	2 472	7%	32
Örkelljunga	35 319	12 875	57%	53
Bjuv	IU	IU	IU	IU
Perstorp	IU	IU	IU	IU
Åstorp	IU	IU	IU	IU
Familjen Helsingborg	1 879 384	86 099	5%	78
Skåne	6 857 920	332 250	5%	74
Sverige	69 049 569	1 739 038	3%	100

År 2024 genererades knappt 1,9 miljoner gästnätter i familjen Helsingborg vilket motsvarar en ökning om fem procent sedan år 2019. Tillväxten har varit i linje med utvecklingen i Skåne län och något starkare än i riket. Tabellen visar dock att kommunerna i Familjen Helsingborg genererar färre gästnätter per capita än i riket.

Studerar enskilda kommuner kan konstateras att antalet gästnätter, inte förvånande, är högst i Helsingborg där kapaciteten är störst. Därefter följer ett antal kommuner i den nordvästra delen av regionen. I inlandskommunerna är efterfrågan på gästnätter som regel mer begränsad.

Utvecklingen bland kommunerna är varierad. Antalet gästnätter har i såväl absoluta tal som procent ökat starkast i Helsingborgs och Höganäs kommun sedan 2019. I Landskrona och Svalöv har efterfrågan minskat med omkring 25 procent samtidigt som tillväxten har varit svag i Båstad, Ängelholm och Klippan. Det begränsade utbudet av kommersiella övernattningsverksamheter i Bjuv, Perstorp och Åstorp gör att det inte går att dra slutsatser om branschens utveckling i dessa.

Inkvarteringsindex visar att samtliga kommuner, undantaget Båstad, genererar färre gästnätter per capita än i riket. I Bjuv, Perstorp och Åstorp är antalet rapporterade enheter för få för att SCB/Tillväxtverket ska redovisa data kring kommersiella övernattningar.

Generellt svag turistkonsumtion i Skåne län

Med turistintensitet avses turisters/besökares per capita konsumtion av olika varugrupper i Skånes kommuner i förhållande till genomsnittet för riket. Sammanställningen baseras på nyligen publicerad officiell statistik kring turismen på lokal nivå. Statistiken tas fram av Tillväxtverket och baseras till stor del på besökares korttransaktioner i samband med sina besök i olika kommuner. Tidigare har liknande uppgifter inte varit möjliga att ta fram med en konsekvent och jämförbar metod. Kunskapen om besökarnas bidrag till den lokala ekonomin har därför varit begränsad och osäker.

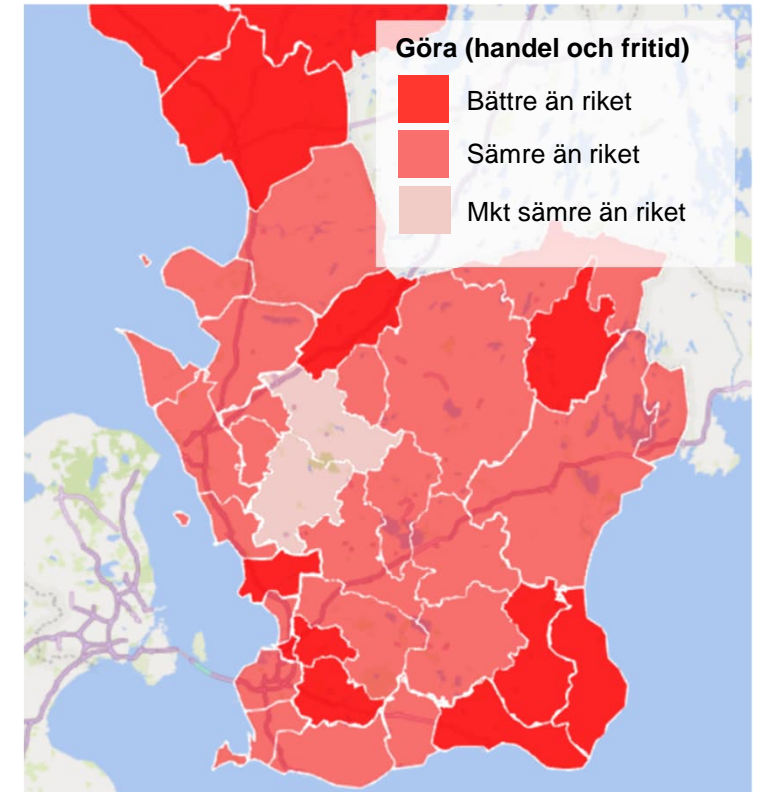
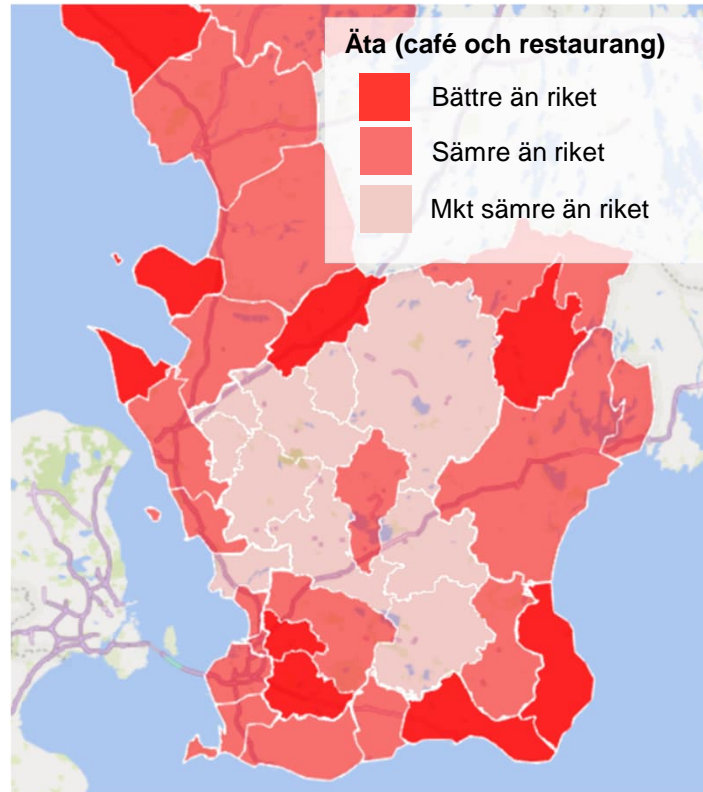
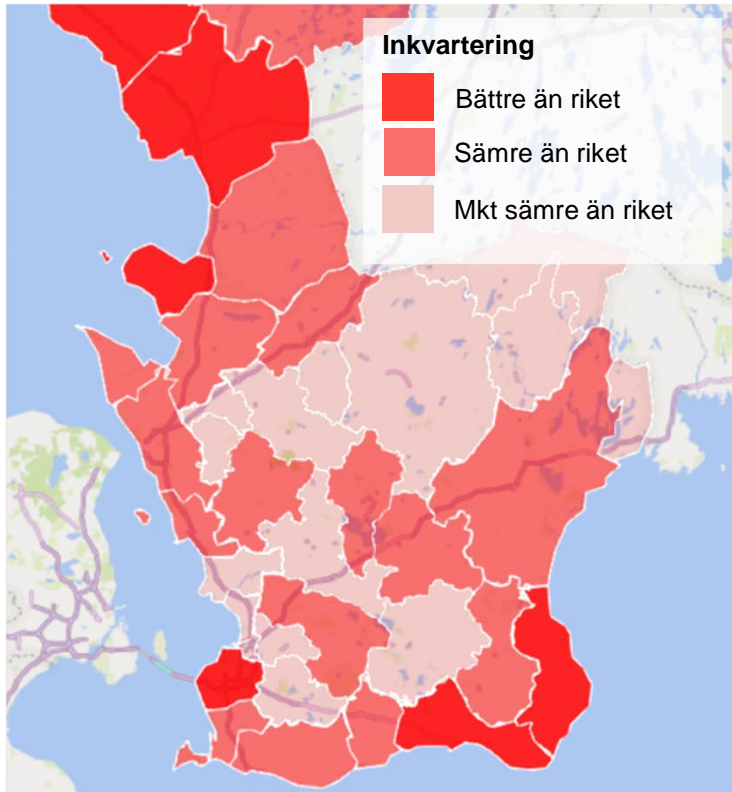
Kartorna på följande sida visar huruvida besöksnäringarna i Skåne län presterar bättre eller sämre än genomsnittet för riket.

År 2023 konsumerade turister/besökare inkvarteringstjänster i Skåne län för omkring 5,7 miljarder kronor vilket motsvarar en ökning om 26 procent sedan 2019. Kartan visar att turister/besökare spenderar små belopp på konsumtion av inkvarteringstjänster i Skånes kommuner. Detta innebär att per capita konsumtionen inom denna aktivitet understiger genomsnittet för riket. Endast kommunerna på Österlen (Simrishamn och Ystad), Malmö och Båstad har en per capita konsumtion av kommersiellt boende som överstiger genomsnittet för riket.

Inom aktiviteten Äta, det vill säga café och restaurang, uppgick besökarnas/ turisternas konsumtion till drygt 5,2 miljarder kronor år 2023. Sedan 2019 har konsumtionen ökat med 27 procent. Den regionala bilden är något annorlunda så till vida att många inlands-kommuner har en svagare position än inom inkvarteringstjänster. Generellt är turisternas per capita konsumtion av café och restaurang tjänster lägre i Skåne än i riket. Simrishamn, Ystad, Staffanstorps, Lund, Höganäs, Båstad samt Klippan avviker från övriga genom ett stort inflöde av café och restaurangkonsumtion.

Inom aktiviteten Göra, det vill säga shopping samt kultur och fritid, spenderade besökare i Skåne knappt 26 miljarder kronor år 2023 vilket motsvarade en ökning om 15 procent sedan år 2019. I huvudsak kvarstår tidigare geografiska mönster med en hög konsumtion i sydöstra Skåne. I detta sammanhang har även kommunerna utmed E6:an i sydvästra Skåne förstärkt sin position relativt riket. I nordvästra Skåne är besökarnas konsumtion inom segmentet Göra lägre än i riket.

Turistintensitet i Skånes kommuner



Konsumtion av sport och upplevelser

Det finns ingen officiell definition av sport och upplevelser då dessa ingår som en delmängd i branschen kulturella och personliga tjänster. Därigenom är det svårt att uppskatta deras storlek och betydelse. I denna rapport har WSP utgått ifrån att de omfattar verksamheter inom branscher som kan sägas överensstämma med planbestämmelsen R.*

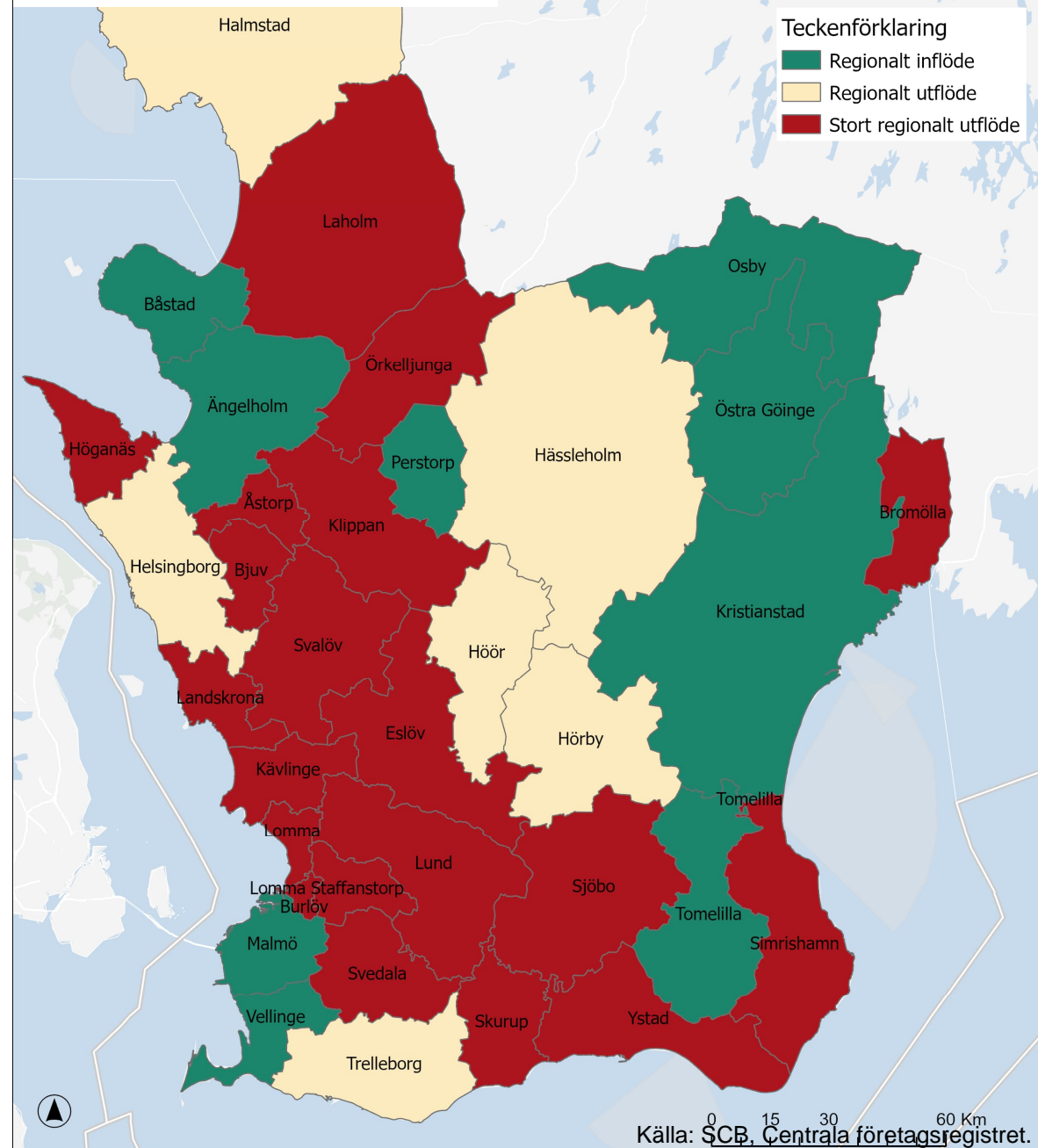
För att ge en bild av den regionala koncentrationen av sport och upplevelser har ett så kallat försäljningsindex beräknats på samma sätt som för detaljhandeln fast med utgångspunkt i antalet sysselsatta per capita. Därigenom kan de två nyckeltalen jämföras.

Kartan visar att ett fåtal kommuner i Skåne län har ett regionalt inflöde av besökare inom sport och upplevelseverksamhet. De senare utgörs framförallt av starka turistkommuner utmed östkusten, kring Skålderviken samt Malmö. I dessa kommuner är utbudet av sport och övriga upplevelser starkare än i riket. Kommunerna i det övriga länet kännetecknas av ett regionalt utflöde avseende sport och upplevelser.

Studeras Familjen Helsingborg kan konstateras endast Båstad och Ängelholm har ett regionalt inflöde inom aktiviteter kopplade till sport och upplevelser.

- Ingående SNI-koder i sport och upplevelse: Sporthallar, idrottsplatser och andra sportanläggningar (93 119), Gymanläggningar (93 130), Professionella idrottsutövare, sportarrangörer och sportadministratörer (93 199), Nöjes- och temaparker (93 210), Övriga fritids- och nöjesanläggningar (93 290).

Sport och upplevelse-index 2024



Sport och upplevelser* i Familjen Helsingborg

	Sysselsatta 2024	Utveckling 2019-2024	Försäljnings- index
Helsingborg	504	66%	91
Ängelholm	416	274%	253
Landskrona	78	-1%	45
Båstad	64	35%	110
Höganäs	56	87%	54
Klippan	37	97%	57
Perstorp	29	303%	110
Åstorp	25	79%	41
Bjuv	17	-55%	28
Örkelljunga	4	-64%	10
Svalöv	0	0%	1
Familjen Helsingborg	1 229	87%	91
Skåne län	4 903	83%	94
Riket	38 597	45%	100

Tabellen visar att drygt 38 000 personer arbetade inom sport- och upplevelseverksamheter i riket år 2024. I Skåne uppgick antalet sysselsatta till 4 900 och i familjen Helsingborg till drygt 1 200 personer. Under perioden 2019-2024 har antalet sysselsatta ökat med 45 procent i riket. Ökningen har varit starkare i såväl Skåne som Familjen Helsingborg vilket pekar på att regionen stärkt sin position i förhållande till riket.

Den bild som framkommer inom familjen Helsingborg är snarlik tidigare slutsatser. Flest sysselsatta återfinns i Helsingborg och Ängelholm. Tillsammans stod dessa för omkring 75 procent av de sysselsatta inom sport och upplevelser.

Ur ett tillväxtperspektiv kan konstateras att antalet sysselsatt ökat mest Helsingborg och Ängelholm. För regionen som helhet stod dessa kommuner för knappt 90 procent av den ökade sysselsättningen. Studeras den procentuella utvecklingen kan konstateras att tillväxten i många fall är god och över genomsnittet för länet och riket. Framförallt Ängelholm, Perstorp och Klippan sticker ut i positiv bemärkelse medan Bjuv, Örkelljunga och Svalöv utmärker sig genom en minskande sysselsättning.

Upplevelseindex ger indikationer om inköpsströmmar inom sport och upplevelse och det kan konstateras att Ängelholm, Båstad och Perstorp har ett inflöde av besökare medan övriga kommuner har ett utflöde av varierande omfattning. Utflödet var störst i Svalöv och Örkelljunga.

* Ingående SNI-koder i sport och upplevelse: Sporthallar, idrottsplatser och andra sportanläggningar (93 119), Gymanläggningar (93 130), Professionella idrottsutövare, sportarrangörer och sportadministratörer (93 199), Nöjes- och temparker (93 210), Övriga fritids- och nöjesanläggningar (93 290).

4. NULÄGESBESKRIVNING

HANDELNS UTVECKLING I HELSINGSBORG CENTRUM OCH VÄLA
HANDELSOMRÅDE



Geografiska avgränsningar: Stadskärnan och Väla

Nulägesanalysen har hittills visat att Helsingborg är den viktigaste kommunen för detaljhandeln i Familjen Helsingborg. I detta avsnitt fokuseras på handeln i Helsingborgs kommun med särskilt fokus på utvecklingen i Helsingborgs centrum och på Väla handelsområde. För att dra slutsatser om utvecklingen har WSP beställt finfördelad statistik i syfte att komplettera resultat från tidigare genomförd utredning.

Stadskärnan

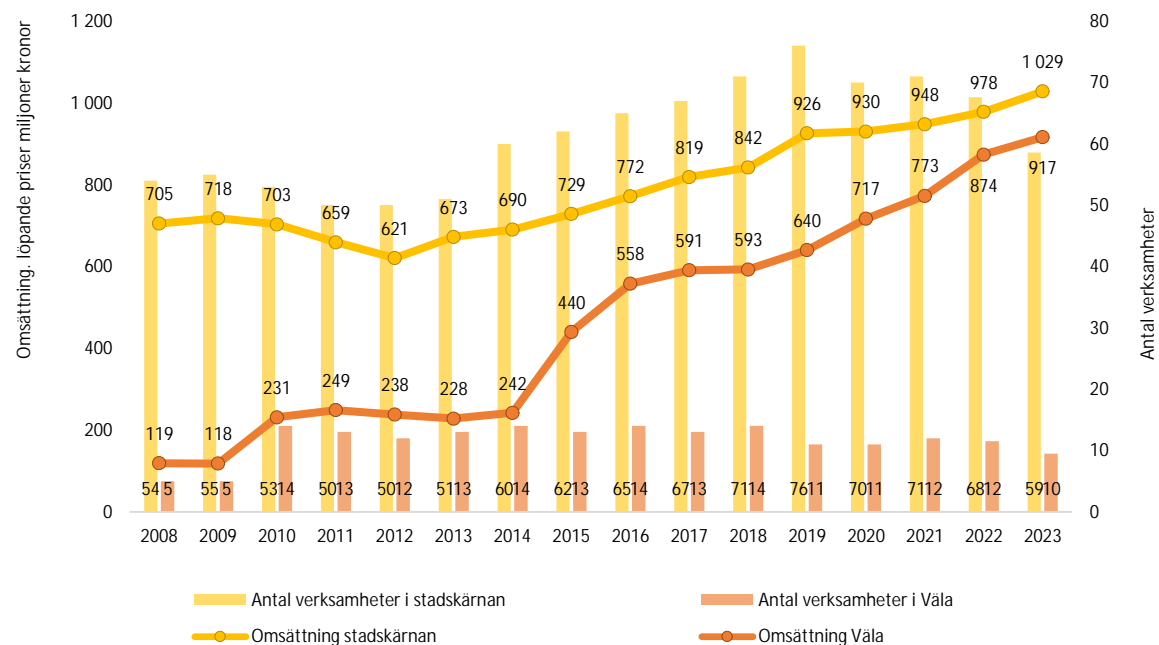
Som utgångspunkt för sammanställningen av handelns omsättning och antal verksamheter har WSP utgått ifrån samma avgränsning av stadskärnan som i den tidigare analysen av Väla vision med tillägg för kvarteret som avgränsas av Nedre Långvinkelsgatan och Springpostgränden. På gator som utgör de yttre gränserna för stadskärnan har verksamheter på båda sidor inkluderats. Dessa förändringar har bidragit till mindre justeringar av omsättningsnivån i stadskärnan.

Väla handelsområde

Väla innefattar i denna studie Väla Centrum, omkringliggande volymhandel, IKEA, verksamheter längs Marknadsvägen samt Väla norra.



Dagligvaruhandeln behåller sin ställning



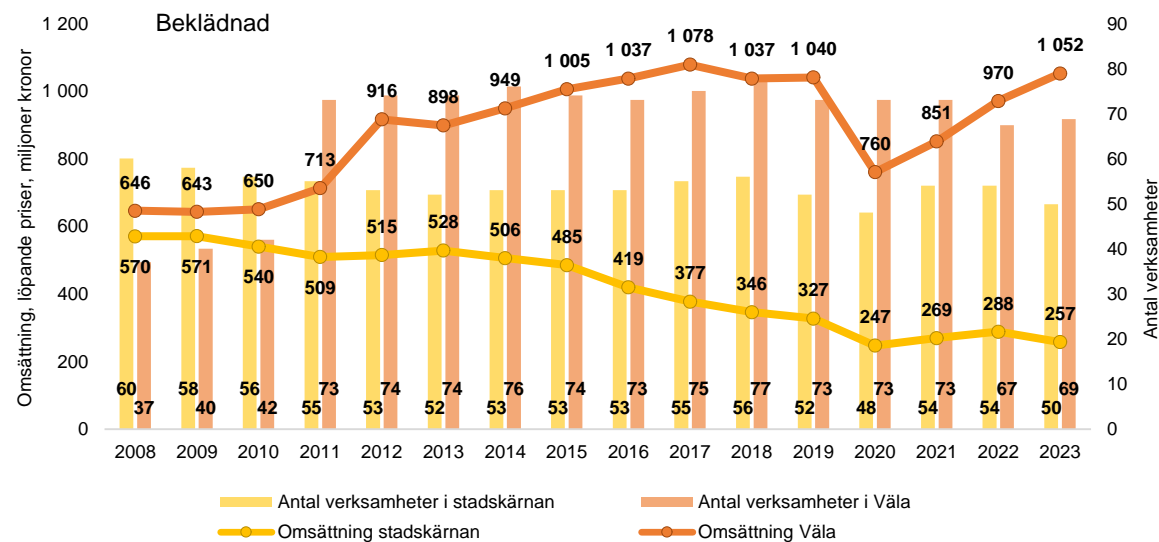
Omsättningen i dagligvaruhandeln minskade i Helsingborgs centrum under åren 2008-2012. Tillväxten har därefter varit stabil med en omsättningsökning om 65 procent sedan år 2012. På handelsområdet Väla har tillväxten varit mer stötvis vilket sammanfaller med nyetableringar. Mellan 2009 och 2010 skedde en mindre ökning vilken följdes av en kraftigare ökning mellan 2014 och 2016 till följd av Willys etablering. Därefter har tillväxten på Väla varit stabil men starkare än i stadskärnan. Sedan år 2019 har omsättningen både i centrum och på Väla ökat samtidigt som antalet butiker har minskat.

Dagligvaruhandelns omsättning är fortsatt högre i Helsingborgs centrum än på Väla handelsområde. Detta är ovanligt då större städer normalt har en högre omsättning i externhandeln. Antalet butiker är dock avsevärt fler vilket pekar på att handeln i Helsingborgs centrum är mer småskalig än dagligvaruhandeln på Väla handelsområde.

Under perioden 2019-2023 har dagligvaruhandeln i Helsingborgs centrum utvecklats i paritet med dagligvaruhandeln i stadskärnor i större städer, plus 11 procent mot plus 10 procent.

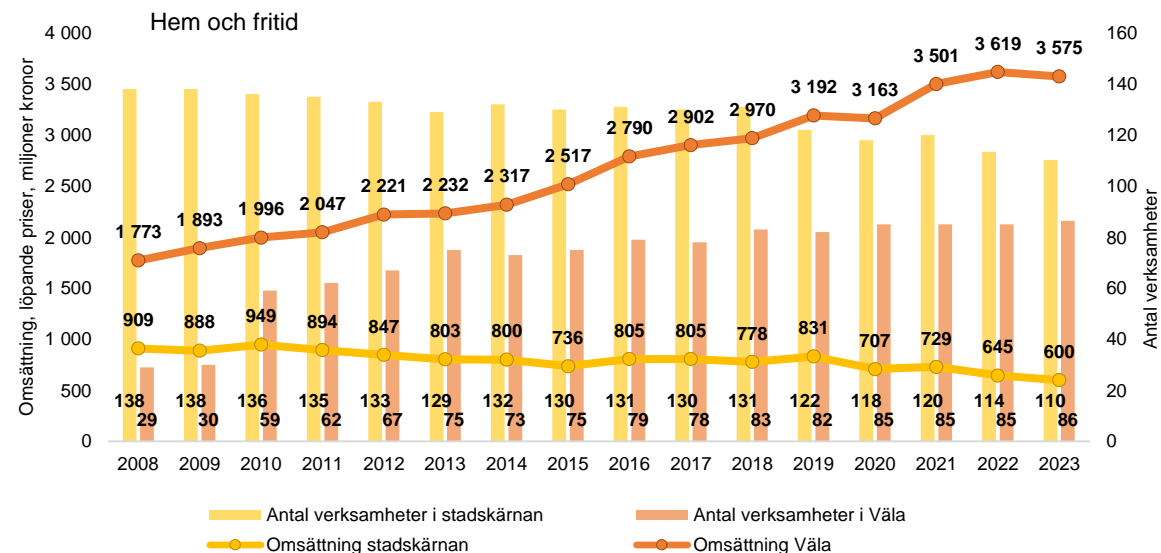
Splittrad utveckling inom sällanköpsvaruhandeln

Sällanköpsvaruhandeln har delats upp i beklädnadshandel samt handel med hem- och fritidsvaror. Figuren visar att omsättningen i Helsingborgs centrum minskat under hela perioden. I ett längre perspektiv har omsättningen inom beklädnadshandeln minskat starkare än omsättningen inom hem- och fritidsvaruhandeln. Under perioden 2019-2023 minskade den totala omsättningen med 25 procent vilket framförallt förklaras av postpandemisk turbulens med stigande inflation och räntor samt minskade flöden till följd av ökat hemarbete, ökat fokus på bostadsnära handel samt återhämtning inom e-handeln.



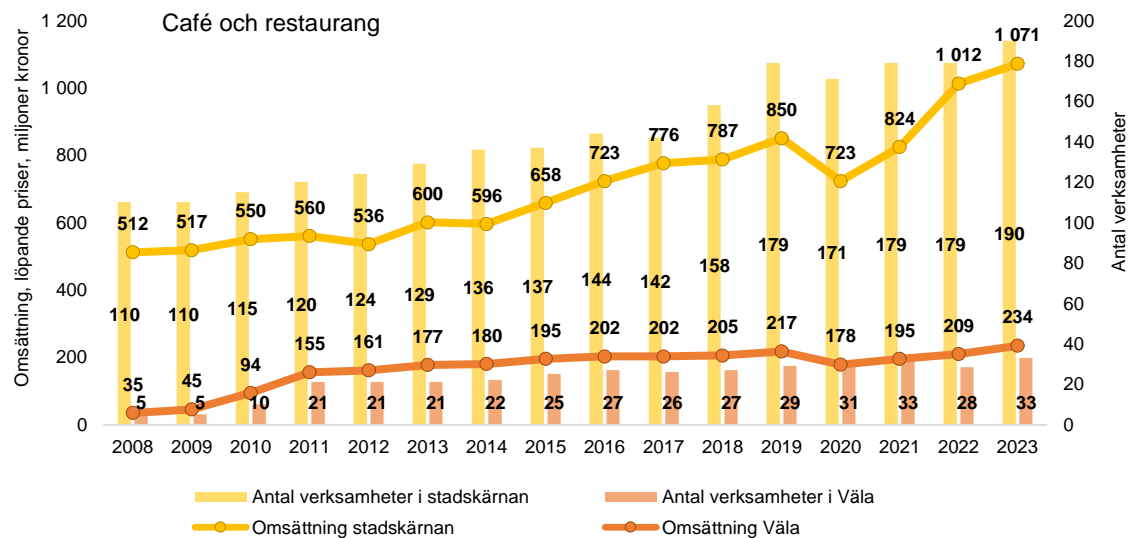
Väla handelsområde har på lång sikt ökat sin omsättning vilket beror på utbyggnad av Väla centrum och tillkommande nyetableringar på omkringliggande fastigheter. Studeras beklädnadshandelns utveckling mellan 2009-2012, dvs föregående utbyggnad av Väla centrum, kan konstateras att beklädnadshandelns omsättning på Väla handelsområde ökade 275 miljoner kronor medan beklädnadshandeln i Helsingborgs centrum minskade med 55 miljoner kronor. Motsvarande beräkning avseende hem och fritidsvaruhandeln pekar på en ökning på Väla handelsområde (nytt IKEA och utbyggnad av Väla centrum) motsvarande 328 miljoner kronor medan omsättning i Helsingborgs centrum minskade med 41 miljoner kronor.

Det är utifrån nedanstående diagram och ovanstående exempel inte möjligt att dra slutsatser om hur stor andel av stadskärnans omsättningsförlust som är en effekt Välas expansion och andra simultant nedåtgående trender. Då Välas omsättningsökning överstiger stadskärnans minskning är det däremot rimligt att dra slutsatsen att tillväxten skett på bekostnad av Helsingborgs centrum såväl som handelsplatser i den omkringliggande regionen och andra större städer.



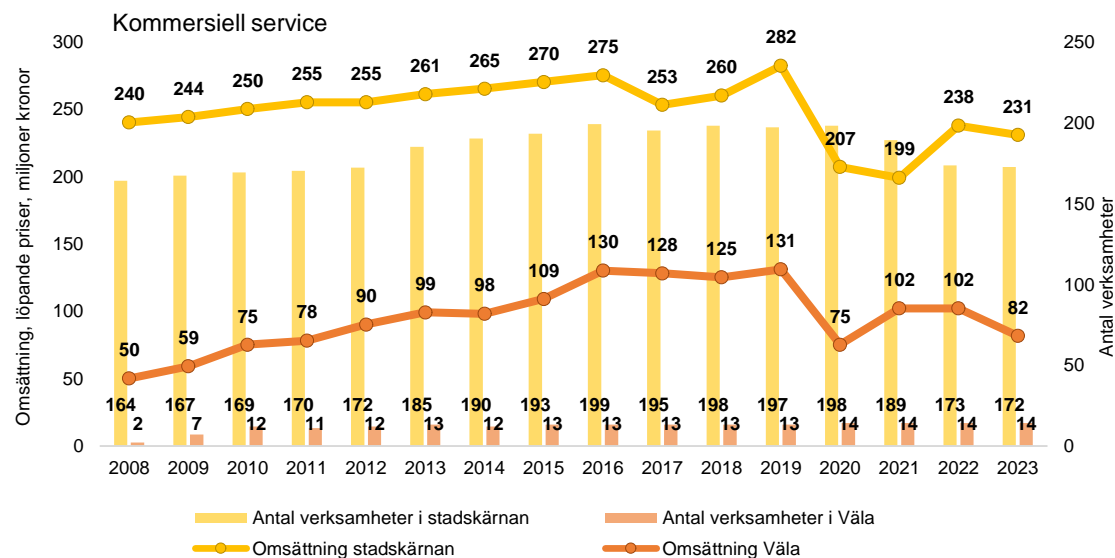
Café, restaurang och service vinner mark

Café och restaurang uppvisar på lång sikt en stark utveckling såväl i Helsingborgs centrum som på Väla handelsområde. Såväl omsättning som antalet enheter har mer än fördubblats under perioden. Under perioden 2019-2023 ökade omsättningen i Helsingborgs centrum med 26 procent vilket ska jämföras med knappt 7 procent på Väla. Den goda tillväxten i stadskärnan torde kunna förklaras av en kombination av tillväxt i

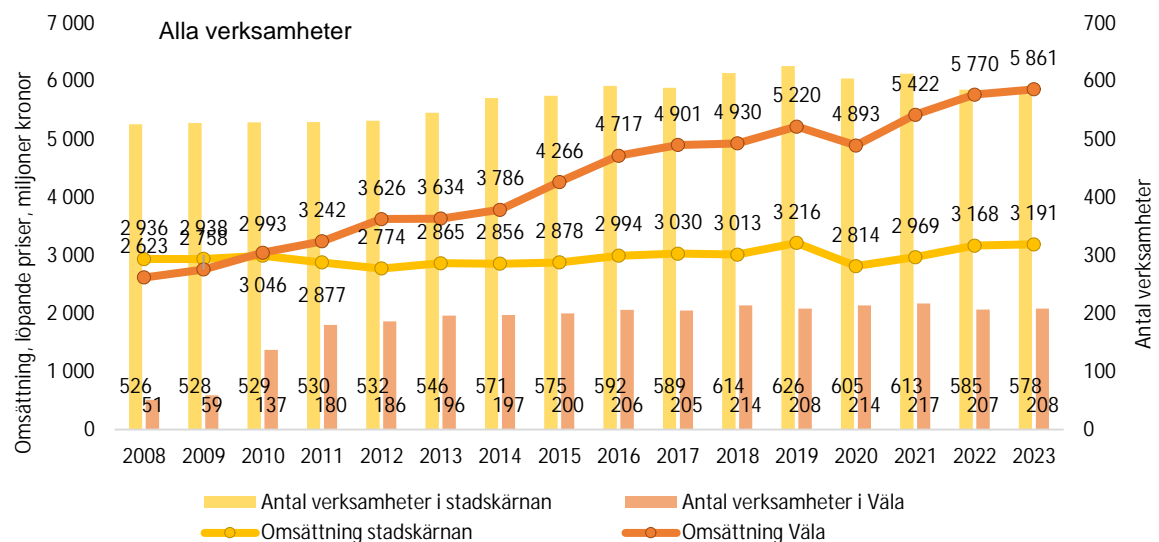


befintligt bestånd och nyetableringar. Då tillväxten inom café och restaurang har varit starkare än utvecklingen inom detaljhandeln kan konstateras att övergången från handel till andra branscher förstärkts under perioden.

Utvecklingen inom kommersiell service uppvisar en mer splittrad bild. Under perioden 2008-2016 ökade omsättningen i kommersiell service snabbare på Väla än i stadskärnan. Utvecklingen har under den efterföljande perioden varit snarlik på de två marknadsplatserna.



Väla handelsområde växer medan stadskärnan ändrar struktur



En sammanfattande bild av utvecklingen i Helsingborg ges av vidstående bild där det tydligt framgår att såväl omsättning som antal arbetsställen/butiker har ökat på lång sikt. Under perioden 2011-2023 har såväl antalet arbetsställen som omsättning vuxit med 10 procent. Som framgått tidigare har olika branscher utvecklats med olika styrka och riktning i Helsingborgs centrum varför café, restaurang och kommersiell service tagit ett större grepp om omsättning och lokalutbud. Över tid har den genomsnittliga omsättningen per försäljningsställe varit oförändrad men då tillväxten skett inom café, restaurang och kommersiell service torde en rimlig slutsats vara att för marknadsplatsen "storskaliga" butiker/arbetsställen med god hyresbetalningsförmåga ersatts av mer "småskaliga" verksamheter med mer begränsad sådan.

På Väla handelsområde har utvecklingen i jämförelse varit dramatisk. Sedan 2011 har antalet butiker ökat blott 15 procent medan omsättningen ökat 80 procent. Orsaken till tillväxten förklaras i huvudsak av en successiv ökning av detaljhandelsytan på fastigheter angränsande till Väla centrum. Då omsättningen på Väla vuxit snabbare än antalet butiker är det rimligt att dra slutsatsen att genomsnittsomsättningen per butik/arbetsställe ökat över tid.

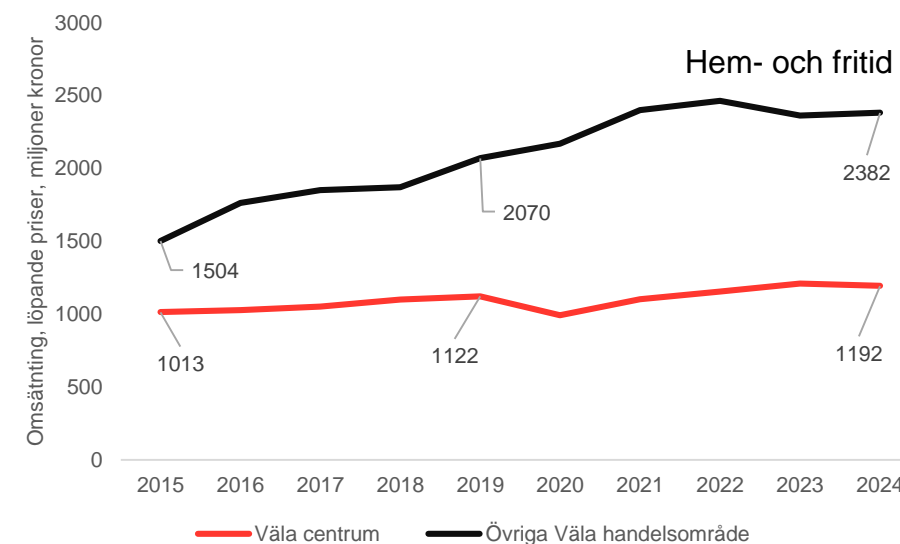
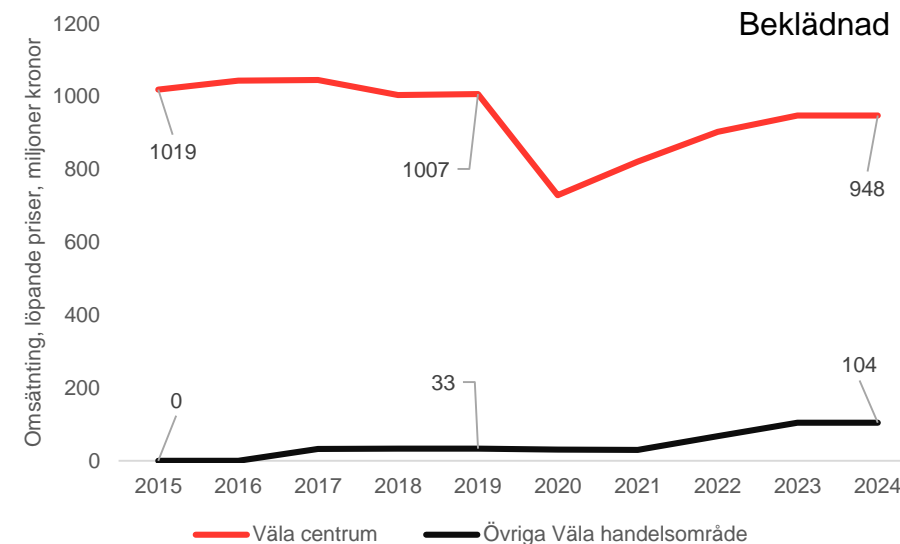
Tillväxten på Väla drivs av volym- och lågprishandel

WSP har genom Skandia Fastigheter fått tillgång till omsättningsuppgifter för Väla centrum under perioden 2015-2024. Genom att jämföra dessa med detaljhandelns utveckling i Väla handelsområde som helhet framträder en mer nyanserad bild av utvecklingen under den senaste tioårsperioden.

Diagrammet visar att omsättningen i Väla centrum har ökat med drygt 100 miljoner kronor sedan år 2015. Beklädnadshandeln har backat med 70 miljoner kronor medan handeln med hem- och fritidsvaror ökat med 180 miljoner kronor. Den bakomliggande orsaken till utvecklingen är ökade genomsnittsinköp snarare än ett ökat kundantal eller en ökad besöksfrekvens.

I jämförelse med övriga Väla handelsområde, där omsättningen ökat knappt en miljard, framstår utvecklingen i Väla centrum som blygsam. Anledningen till den starka utvecklingen i övriga Väla handelsområde är tillskapande av ny handelsyta inom volym- och lågprishandeln som svar på en trendmässig förändring av efterfrågan såväl som postpandemisk respons på hushållens försämrade privatekonomi.

En rimlig slutsats av ovanstående är därför att andra krafter (bland annat e-handel, ökad regional konkurrens, förändrade konsumtionsmönster) har haft en starkare påverkan på stadskärnan i Helsingborg än utvecklingen i Väla centrum.



5. KONSEKVENSANALYS

Förutsättningar och utredningsscenarier

Skandia Fastigheter vill tillföra Väla Centrum ytterligare verksamhetsyta med kommersiell inriktning. Helsingborgs stad har under flera år arbetat med att ta fram ett planförslag baserat på Skandias önskemål. Sedan år 2024 finns ett inriktningsbeslut om ett planförslag som möjliggör en utökad byggrätt om 20 000 kvadratmeter BTA vilket motsvarar omkring 16 000 kvadratmeter uthyrbar lokalyta. Förslagets huvudsakliga inriktning utgörs av handel vilken kompletteras med möjligheter till besöksanläggning, det vill säga planbestämmelse R, avgränsad till sport och upplevelser.

För att analysera hur en utbyggnad av Väla centrum påverkar den befintliga handeln i Helsingborg och övriga kommuner i familjen Helsingborg har WSP analyserat tre scenarier enligt följande:

- A) Basscenario** – Genom befolkningsutveckling och stigande köpkraft på lokal nivå förväntas handel och service i Helsingborg och dess kranskommuner utvecklas utifrån marknadstillväxt och historiska mönster.
- B) Utredningsscenario 1** – Väla tillåts expandera med 20 000 kvadratmeter BTA inom segmentet sällanköpsvaruhandel med shoppinginriktning. Detta omfattar branscher/varugrupper såsom kläder, skor, data/tele, hemelektronik, sportutrustning, möbler och heminredning och så vidare. Ambitionen är att komplettera befintligt utbud med nya varumärken och koncept eftersom marknaden för breddutbud är att betrakta som mättad.

C) Utredningsscenario 2 - Väla expanderar med 20 000 kvadratmeter BTA inom segmentet sport och upplevelser vilket motsvaras av detaljplanebestämmelsen R, Besöksanläggning, med eventuella tillägg och begränsningar.

För att analysera konsekvenserna av sport och upplevelser har WSP beslutat att operationalisera "sport och upplevelser" som ingående i SNI-koderna 93 119, 93 130, 93 199, 93 210 samt 93 290 vilka omfattar en lång rad verksamheter inom sport och upplevelser. Som exempel kan nämnas bowling, racketsport, gym, biljard, curling inomhusgolf, bodyflight, trampolinparker, parcouranläggningar, höghöjdsbanor, inomhusklättring, escape rooms, dataspels- och e-sportanläggningar samt inomhusanläggningar för paintball vilka alla har stor bäring för Väla centrum framtida utveckling.

Skandia Fastigheters ambition är att komplettera nuvarande utbud med verksamheter inom ovanstående SNI-koder för att på så sätt skapa en plats med regionalt och sannolikt nationellt unika verksamheter inom sport och aktivitet. Ambitionen är att skapa en eller två större ankarverksamheter samt ett antal utrymmesmässigt mindre verksamheter av kompletterande karaktär.

Förutsättningar och utredningsscenarier

För att analysera konsekvenserna av de olika scenarierna har WSP tillämpat olika angreppssätt. Basscenariot och Utredningsscenario 1 har analyserats med utgångspunkt i en gravitationsansats i vilken potentiella effekter antas vara en funktion av befolkningens köpkraft och avstånd (tillgänglighet) till Väla samt den befintliga handelns storlek och regionala position. Utredningsscenario 2 har på grund av bristfällig statistik analyserats genom en kombination av källmaterial och tillämpande av en mer kvalitativ ansats.

För att placera in potentiell utveckling av Väla centrum i ett större sammanhang har även forskningsöversikt kring tänkbara effekter vid handelsetableringar genomförts. Baserat på dessa studeras därefter hur etablering av C4 i Kristianstad, Emporia i Malmö och Hallarna i Halmstad påverkat handeln i den aktuella kommunen, den omkringliggande region samt etableringskommunernas respektive stadskärnor. Med ledning av denna delundersökning dras slutsatser med bäring för utveckling av Väla centrum.

6. BASSCENARIO

Omsättningen förväntas öka i samtliga kommuner

I basscenariot har sällanköpsvaruhandelns utveckling i Helsingborg och övriga kommuner i Familjen Helsingborg baserats på följande antaganden:

1. Befolkningen utvecklas enligt SCBs regionala befolkningsprognoser (20240611). Prognosen innebär att befolkningen i regionen växer med totalt 5 procent under perioden. Tillväxten förväntas bli högst i Båstad, Höganäs och Ängelholm och lägst i de östra delarna av familjen Helsingborg. I Helsingborgs kommun förväntas befolkningen öka med 5 procent under perioden. Osäkerheten i framtida utfall är hög på grund av minskade födelsetal samt variationer i inrikes omflyttning och en förändrad syn på migration.
2. Inkomsterna antas öka med 1,8 procent per år enligt Konjunkturinstitutets långtidsprognos (makrosenario). Köpkraften per capita, vilken är en funktion av inkomstutvecklingen, utvecklas enligt vedertagen prognos (KPG). Köpkraften för sällanköpsvaror bedöms öka från 39 000 till 46 000 kronor år per capita år 2035.
3. E-handeln förväntas fortsatt växa och ta marknadsandelar. WSP bedömer att e-handelns andel av sällanköpsvaruhandeln växer från 30 till 39 procent under prognosperioden. Detta gör att den växande e-handeln bedöms absorbera drygt 85 procent av köpkraftstillväxten under perioden. I praktiken bedöms därför per capita köpkraften för fysisk handel öka från 27 000 till 28 000 kronor.
4. Den historiska utvecklingen i olika kommuner baseras på marknadstillväxt samt tillskapande av nya ytor. I basscenariot antas inga nyetableringar tillkomma under prognosperioden varför befintliga inköpsströmmar antas vara oförändrade vilket innebär att alla kommuner behåller sin position på den regionala marknad.

	Invånare			Omsättning , mkr		
	2023 (utfall)	2035 (prognos)	Utveckling 2023/2035	2023 (utfall)	2035 (prognos)	Utveckling 2023/2035
Helsingborg*	151 306	158 417	4,7%	8 141	8 783	7,9%
Landskrona	47 134	48 790	3,5%	927	989	6,7%
Ängelholm	44 866	48 242	7,5%	1 488	1 649	10,8%
Höganäs	28 193	30 114	6,8%	506	557	10,1%
Klippan	17 723	18 019	1,7%	278	291	4,8%
Åstorp	16 458	16 808	2,1%	564	594	5,2%
Bjuv	15 968	16 328	2,3%	212	223	5,4%
Båstad	15 912	17 050	7,2%	488	539	10,4%
Svalöv	14 544	14 862	2,2%	87	92	5,3%
Örkelljunga	10 433	10 897	4,4%	107	115	7,6%
Perstorp	7 323	7 239	-1,1%	46	47	1,9%
Familjen Helsingborg	369 860	386 764	4,6%	12 844	13 879	8,1%

* Helsingborgs kommun inkl Väla handelsområde

Tabellen visar att omsättningen i den fysiska sällanköpsvaruhandeln har potential att omsätta knappt 13,9 miljarder kronor år 2035 vilket motsvarar en tillväxt om drygt 1,0 miljarder kronor uttryckt i 2023 års prisnivå. Givet ovanstående antaganden förväntas samtliga kommuner få en positiv utveckling om än med olika procentuell styrka beroende på förväntad framtida marknadstillväxt och befintlig marknadsposition i regionen.

I absoluta tal förväntas tillväxten bli starkast i Helsingborgs kommun. Även Ängelholm, Landskrona, Båstad och Höganäs uppvisar en för regionen god utveckling och kan därför förväntas stärka sina regionala marknadspositioner. Övriga kommuner förväntas få en svagt positiv tillväxt som understiger genomsnittet för regionen varför deras regionala marknadsandel kan förväntas minska.

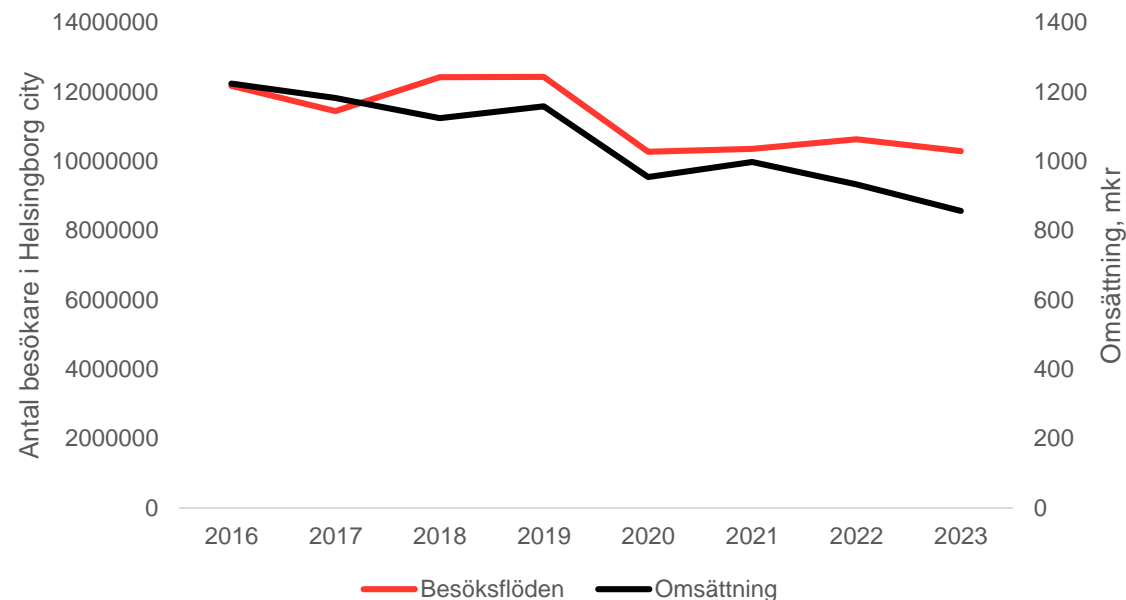
Omsättningsutveckling i Helsingborgs kommun

Då de historiska trenderna för marknadsplatsers utveckling i Helsingborgs kommun uteslutande påverkas av tillskapande av ny butiksyta på Väla och andra marknadsplatser i kommunen är det inte möjligt att använda dessa för att bedöma olika marknadsplatsers absorption av den framtida tillväxten.

För att göra detta behöver en underliggande trend identifieras varför WSP i vidstående diagram undersöker sambandet mellan besöksflöden och omsättningsutveckling i Helsingborgs centrum. Besöksflödena i Helsingborgs centrum har under perioden 2015-2023 minskat med 15 procent samtidigt som omsättningen i sällanköpsvaruhandeln minskat med 30 procent i löpande priser. Differensen mellan dessa är att betrakta som en effekt av generella trender samt sällanköpsvaruhandelns expansion på andra marknadsplatser.

För att bedöms framtida omsättningsutveckling på olika marknadsplatser har WSP utgått ifrån marknadstillväxten samt olika marknadsplatsers andel av den totala omsättningen år 2023. En framtida marknadsposition för Helsingborgs stadskärna har beräknats baserat på ovanstående samband. Denna beräkning visar att stadskärnans marknadsandel, i frånvaro av tillkommande etableringar i kommunen, kan förväntas minska från dagens marknadsandel om 11 procent till drygt 8 procent år 2035. I praktiken innebär detta att omsättningen minskar omkring 130 miljoner kronor vilket då antas absorberas av övriga marknadsplatser enligt deras respektive marknadsandel. En majoritet av den framtida marknadstillväxten förväntas ske på Väla och övriga större marknadsplatser.

Personflöden och omsättning i Helsingborgs city 2016-2023.



Marknadsandel och omsättning för marknadsplatser i Helsingborgs kommun år 2023 (utfall) och 2035 (estimering) enligt basscenariot

	Marknadsandel, %		Omsättning, mkr	
	2023	2035	2023	2035
Helsingborgs centrum	11%	8%	857	725
Väla handelsområde	57%	58%	4 625	5 075
Ängelholmsleden	16%	16%	1 286	1 400
Landskronavägen	4%	4%	326	365
Rydebäck	2%	2%	130	143
Övrig kommun	11%	12%	917	1 075
Totalt	100%	100%	8 141	8 783

Känslighetsanalys av framtida marknadstillväxt

Då befolkningsprognoser kännetecknas av stor osäkerhet har WSP genomfört en känslighetsanalys för att se hur sällanköpsvaruhandeln i olika kommuner utvecklas givet antagandet att den framtida befolkningstillväxten är 25 procent starkare eller svagare än SCB:s grundprognos.

I praktiken innebär detta antagande att befolkningstillväxten i familjen Helsingborg varierar plus/minus 0,3-1,9 procentenheter jämfört med grundprognosen i respektive kommun. Givet dessa förutsättningar framgår att omsättningen i den fysiska sällanköpsvaruhandeln kan förväntas variera kring grundscenariot med plus/minus 9 till 16 procent.

	Förväntad omsättning år 2035, mkr		
	Befolkningsökningen minskar 25 procent jmf med SCBs scenario	Befolkningsökningen ökar 25 procent jämfört med SCBs scenario	Skillnad (plus/minus) grundprognos
Helsingborg	8 685	8 882	14%
Landskrona	980	997	13%
Ängelholm	1 620	1 678	16%
Höganäs	548	566	16%
Klippan	290	292	9%
Åstorp	590	597	10%
Bjuv	222	225	10%
Båstad	530	548	16%
Svalöv	91	92	10%
Örkelljunga	114	116	14%
Perstorp	47	47	16%
Familjen Helsingborg	13 718	14 039	14%

* Helsingborgs kommun inkl Väla handelsområde

7. UTREDNINGSSCENARIO 1

Omsättningspotential i befintliga och nya ytor

Utredningsscenario 1 beskriver potentiella konsekvenser av en utbyggnad av Väla centrum med 20 000 kvm BTA, motsvarande 16 000 kvadratmeter LOA, för handelsändamål.

Tabellen visar, för det första, aktuella nyckeltal för sällanköpsvaruhandeln idag samt en skattning av den omsättningspotential som möjliggörs på idag befintliga ytor givet framtida marknadstillväxt. Tabellen visar, för det andra, vilken omsättningspotential som bedöms uppstå givet en utbyggnad om 16 000 kvadratmeter samt framtida marknadstillväxt. WSP bedömer att Välas geografiska position gör att det svårt att, på kort sikt, utvidga den geografiska marknaden varför omsättningspotentialen uppstår genom ett starkare grepp om det regionala marknadsområdet.

WSP bedömer att nuvarande Väla centrum, det vill säga befintliga ytor, har potential att öka med drygt 200 miljoner kronor givet den framtida marknadstillväxten. Detta innebär att omsättningen, i 2023 års prisnivå, kan förväntas uppgå till 2 350 miljoner kronor år 2035 vilket med bibehållen butiksyta innebär att omsättningen per kvadratmeter stiger från dagens nivå till drygt 52 000 kronor. Huruvida denna tillväxt i praktiken kan materialiseras fullt ut är osäkert då fortsatt organisk tillväxt bedöms svår att nå eftersom det finns en ökad risk för upplevd trängsel vilket riskerar medföra att Väla centrum tappar konkurrenskraft till idag konkurrerande butiker och marknadsplatser i den omkringliggande regionen.

De tillkommande ytorna bedöms stärka Väla centrum's marknadsandel inom idag befintligt marknadsområde. I Helsingborgs kommun bedöms marknadsandelen öka från 26 till 29 procent medan den i den omkringliggande familjen bedöms öka från 13 till

		2023	2035
Befintligt	Uthyrbar yta (loa)	~45 000	~45 000
	Omsättning, mkr	2 140	2 350
	Omsättning/kvm Loa, kr	47 556	52 225
Tillkommande	Uthyrbar yta (loa)	-	~16 000
	Omsättning, mkr	-	385
	Omsättning/kvm Loa, kr	-	24 075
Totalt efter ombyggnad	Uthyrbar yta (loa)	-	61 000
	Omsättning, mkr	-	2 735
	Omsättning/kvm Loa, kr	-	44 825

15 procent. Detta gör i kombination med en framtida växande marknad att omsättningspotentialen på de tillkommande ytorna bedöms uppgå 385 miljoner kronor uttryckt i 2023 års prisnivå. Omsättningen per kvadratmeter bedöms på de tillkommande ytorna uppgå till omkring 24 000 kronor.

Sammantaget innebär utvecklingen att Väla centrum's uthyrbara butiksyta ökar från dagens 45 000 kvadratmeter till 61 000 kvadratmeter. Den totala omsättningspotentialen inom sällanköpsvaruhandeln uppskattas till 2 735 miljoner kronor år 2035 med en genomsnittlig omsättning per kvadratmeter om knappt 45 000 kronor. Att omsättningen per kvadratmeter minskar totalt sett förklaras av att besökarna i Väla centrum sprids ut på en större yta.

När WSP i det följande bedömer konsekvenserna av utbyggnaden av Väla centrum görs detta baserat på den förväntade totala omsättningsökningen om 600 miljoner kronor eftersom det är svårt att separera effekterna av tillkommande ytor samt potentiella överspillningseffekter på idag befintliga ytor från varandra.

Direkta effekter på befintlig handel

De direkta effekterna har analyserats utifrån antagandet att de nya ytorna redan är på plats i 2023 års regionala marknadsstruktur och inköpsmönster. Då de nya ytorna förväntas stärka Välas regionala position absorberas dess omsättning i sin helhet från den idag befintliga handeln i den omkringliggande regionen samt befintlig handel Helsingborgs kommun.

För att genomföra beräkningarna har WSP beräknat köpkraften för fysisk handel i varje kommun i Familjen Helsingborg. Köpkraften har därefter jämförts med omsättningen 2023 för att bedöma regionala flöden av köpkraft, det vill säga in- och utflöde. De tillkommande ytorna har antagits uppnå en omsättning om 600 miljoner kronor vilka hämtas från den befintliga handelns omsättning utan möjlighet till återhämtning på kort sikt. Därigenom är det så kallade övernatten effekter som beräknas. För att bedöma de tillkommande ytornas absorptionsgrad i Helsingborg och den omkringliggande regionen har WSP använt underlag från Skandia Fastigheter speglades varifrån besökare/kunder till Väla centrum kommer idag. Även om volymerna kan förändras är det rimligt att anta att den geografiska fördelningen är trögrörlig över tid. Styrkan i att använda dessa uppgifter är att fördelningen blir mer exakt än om en teoretisk gravitationsberäkning baserat på avstånd och den lokala handelns regionala position genomförts.

Tabellen visar att en potentiell utbyggnad av den omfattning som föreslagits kan förväntas hämta en majoritet av sin omsättning från Helsingborgs kommun. I den omkringliggande familjen förväntas absorptionen bli störst från näraliggande kommuner som Landskrona och Höganäs och lägst i perifera kommuner såsom Perstorp, Svalöv, Båstad och Örkelljunga.

	Köpkraft 2023, mkr	Omsättning 2023, mkr (utfall)	Geografisk fördelning av Välas besökare	Geografisk fördelning av ny omsättning	Förväntad omsättning efter utbyggnad, mkr	Direkta effekter "över natten", %
Svalöv	396	87	1%	5	82	-6%
Örkelljunga	284	107	2%	10	97	-10%
Bjuv	435	212	3%	21	191	-10%
Perstorp	199	46	1%	5	41	-11%
Klippan	483	278	3%	21	257	-8%
Åstorp	448	564	4%	26	538	-5%
Båstad	433	488	2%	10	478	-2%
Landskrona	1 283	927	7%	42	885	-5%
Höganäs	768	506	7%	42	464	-8%
Ängelholm	1 222	1 488	4%	26	1 462	-2%
Helsingborg*	4 120	8 141	51%	300	7 841	-4%
Vägens marknad			15%	90	90	<-1%

* Helsingborgs kommun inkl Väla handelsområde

Effekterna på den idag befintliga handeln har estimerats genom att ställa potentiell omsättningsförlust i relation till den befintliga handelns omsättning. Detta visar att de lokala effekterna varierar mellan minus två och minus 11 procent av den befintliga handelns omsättning. Det finns ett svagt negativt samband mellan storlek på den befintliga handeln och procentuell omsättningsförlust så till vida att små, inte sällan geografiskt perifera kommuner, påverkas mer än näraliggande kommuner med en mer omfattande handel. Följaktligen bedöms den befintliga handeln påverkas mest i Perstorp, Örkelljunga samt Bjuv och minst i kommuner med en idag stark och konkurrenskraftig handel. Som exempel på det senare kan Ängelholm och Båstad. I Helsingborgs kommun bedöms den befintliga handeln tappa omkring 300 miljoner kronor vilket motsvarar omkring 4 procent av den befintliga handelns omsättning. Totalomsättningen är dock fortsatt 8 141 miljoner kronor eftersom inflödet från omkringliggande kommuner samt bidrag från vägens marknad (300 mkr) ska adderas till omsättningen i Helsingborgs kommun.

Potential för återhämtning och långsiktiga effekter

De direkta effekterna som förväntas uppstå på kort sikt kan förväntas öka utflödet av köpkraft från kommuner i regionen. På lång sikt bedöms dock befolkningstillväxt och lokal köpkraftsutveckling åtminstone delvis ge den lokala handeln potential till återhämtning. För att beräkna de långsiktiga effekterna har WSP utgått ifrån beräkningarna av de direkta effekterna och adderat respektive kommuns absorptionsgrad av den framtida marknadstillväxten givet respektive kommuns nya regionala marknadsposition.

Tabellen visar kommunernas absorptionsgrad varierar kraftigt i utgångsläget år 2023. Att kommuner som Helsingborg, Åstorp, Ängelholm och Båstad har en absorptionsgrad över 100 innebär att den befintliga handelns omsättning överstiger storleken på den lokala köpkraften. De drar således till sig köpkraft från den omkringliggande kommuner och region. Utbyggnaden av Väla antas absorbera en del av den befintliga handelns omsättning i kommunerna i Familjen Helsingborg varför samtliga kommuner i den omkringliggande regionen bedöms få erfara en minskad absorptionsgrad och förändrad regional position.

Den förväntade marknadstillväxten har beräknats baserat på respektive kommuns förväntade befolkningstillväxt samt köpkraftsökning per capita. Den befintliga handelns tillväxt/återhämtning har skattats genom att multiplicera förväntad marknadstillväxt med estimerad lokal absorptionsgrad efter potentiell utbyggnad av Väla genomförts. Genom att kombinera detta med tidigare uppskattning av omsättningen på lokal nivå efter potentiell utbyggnad av Väla har nya omsättningsnivåer med hänsyn tagen till den lokala handelns nya regionala position kunnat estimeras.

	Absorptions- grad 2023 (utfall)	Absorptions- grad givet utbyggnad (estimering)	Förväntad marknads- tillväxt 2023- 2035, mkr	Absorbption av framtida marknads- tillväxt, mkr	Uppskattad omsättning 2035, mkr	Långsiktig effekt
Svalöv	22%	21%	21	4	86	-1%
Örkelljunga	38%	34%	22	7	104	-3%
Bjuv	49%	44%	23	10	201	-5%
Perstorp	23%	20%	4	1	42	-10%
Klippan	58%	53%	23	12	269	-3%
Åstorp	126%	120%	23	28	566	0%
Båstad	113%	110%	45	50	527	8%
Landskrona	72%	69%	86	59	944	2%
Höganäs	66%	60%	77	47	511	1%
Ängelholm	122%	120%	132	158	1 620	9%
Helsingborg*	198%	205%	325	642	9 009	11%

* Helsingborgs kommun inkl Väla handelsområde

Tabellen visar att handeln i kommuner som bedöms uppleva relativt sett stora effekter av Välas expansion och samtidigt bedöms få en svag marknadstillväxt under prognosperioden kommer få svårt att återhämta sig till ursprungsnivån före Välas potentiella utbyggnad. Det tydligaste exemplet utgörs av Perstorps kommun. I övriga mindre kommuner bedöms de bestående effekterna som små och osäkra. Handeln i kommuner med en relativt stark handel före expansionen och en gynnsam framtida befolkningstillväxt bedöms samtidigt ha potential att återhämta under prognosperioden. Tydligast är detta i Ängelholm och Båstad kommun. I övriga kommuner bedöms de bestående effekterna små och osäkra.

Skillnader i effekt mellan bas- och utredningsscenario

En jämförelse mellan bas- och utredningsscenariot år 2035 visar hur den regionala marknaden förändras givet direkta effekter av Välas etablering samt kommuners återhämtning till följd av en framtida förväntad marknadstillväxt.

Den förväntade omsättningen i Helsingborgs kommun förväntas uppgå till drygt 9,0 miljarder kronor i utredningsscenariot varför omsättningen år 2035 bedöms vara 225 miljoner högre än i basscenariot där inga nya ytor tillåts tillkomma. Skillnaden förväntas bestå i en ökad geografisk koncentration där Helsingborgs kommun förväntas växa på bekostnad av handeln i kranskommunerna.

En potentiell utvidgning av sällanköpsvaruhandeln på Väla bedöms göra att omsättningen i den omkringliggande familjen Helsingborg minskar med 4 procent jämfört med basscenariot. Tabellen visar att det finns skillnader i styrka på lokal nivå men dessa är relativt begränsade och ska spridas ut ett stort antal lokala aktörer inom den lokala sällanköpsvaruhandeln..

	Förväntad omsättning 2035, mkr (Basscenario)	Förväntad omsättning 2035, mkr (utredningsscenario)	Skillnad
Svalöv	92	86	-6%
Örkelljunga	115	104	-10%
Bjuv	223	201	-10%
Perstorp	47	42	-11%
Klippan	291	269	-8%
Åstorp	594	566	-5%
Båstad	539	527	-2%
Landskrona	989	944	-5%
Höganäs	557	511	-8%
Ängelholm	1 649	1620	-2%
Helsingborg*	8 783	9 009	2%
Övrig familj	5 095	4 869	-4%

* Helsingborgs kommun inkl Väla handelsområde

Sysselsättningseffekter

De ekonomiska konsekvenserna har räknats om till sysselsättningseffekter genom att dividera de potentiella omsättningsförlusterna i olika scenarier med genomsnittlig produktivitet (omsättning per sysselsatt) i sällanköpsvaruhandeln på kommunal nivå.

Enligt basscenariot i vilket allt är oförändrat och marknaden förväntas växa enligt tidigare antaganden bedöms sysselsättningen inom sällanköpsvaruhandeln i familjen Helsingborg växa med omkring 450 personer under perioden 2023-2035. Sysselsättningen förväntas växa starkast i Helsingborg samt de näraliggande kommunerna Ängelholm, Höganäs och Landskrona. I övriga kommuner bedöms sysselsättningsökningen var begränsad i ett framtidsperspektiv.

De direkta effekterna i utredningsscenariot bedöms minska antalet sysselsatta i den befintliga sällanköpsvaruhandeln med omkring 225 sysselsatta. Effekten förväntas bli störst i Helsingborg och Höganäs där omkring 140 respektive 22 sysselsatta i den befintliga sällanköpsvaruhandeln riskerar stå utan arbete. I relation till det totala antalet sysselsatta i den lokala handeln bedöms sysselsättningseffekterna bli starkast i de kommuner där även omsättningen förväntas påverkas mest. Överlag bedöms dock sysselsättningseffekterna som små.

Då expansionen av Väla bedöms innebära en omsättningsökning om 600 miljoner kronor i Helsingborgs kommun är det med en genomsnittlig produktivitet om 2,1 miljoner per sysselsatt rimlig att dra slutsatsen att de potentiella nya ytor på Väla centrum kan förväntas möjliggöra för 280 sysselsatta varför nettoeffekten på sysselsättningen i såväl Helsingborgs kommun som den omkringliggande regionen kan förväntas bli positiv så

	Basscenario		Utredningsscenariot		
	Nya sysselsatta, antal	Direkta effekter, antal sysselsatta	Direkta effekter, andel av sysselsättning	Långsiktiga effekter, antal	Långsiktiga effekter, andel av sysselsättning
Svalöv	4	-4	-6%	-1	-1%
Örkelljunga	2	-3	-8%	-1	-2%
Bjuv	4	-8	-10%	-4	-5%
Perstorp	0	-1	-10%	-1	-9%
Klippan	5	-8	-10%	-4	-4%
Åstorp	13	-11	-5%	1	0%
Båstad	17	-4	-2%	13	9%
Landskrona	24	-17	-5%	7	2%
Helsingborg	302	-141	-4%	408	11%
Höganäs	26	-22	-10%	2	1%
Ängelholm	56	-9	-2%	46	9%
Helsingborg*	302	-141	-4%	408	11%
Övrig familj	152	-86	-2%	59	1%

* Helsingborgs kommun inkl Väla handelsområde

till vida att cirka 50 nya arbetstillfällen skapas i regionen.

De långsiktiga effekterna, i vilka WSP tagit hänsyn till framtida marknadstillväxt och en förändrad regional marknadsposition för sällanköpsvaruhandeln i olika kommuner, synes bli små och osäkra undantaget i Helsingborg och Ängelholm där antalet sysselsatta på lång sikt bedöms öka med drygt 400 respektive knappt 50 personer. I relation till den totala sysselsättningen innebär detta en ökning med cirka 11 respektive 9 procent. I övriga kommuner bedöms sysselsättningen i princip återhämta sig på lång sikt.

En jämförelse mellan de långsiktiga effekterna och basscenariot visar att skillnaden i antal nya sysselsatta är liten varför nettoeffekten positiv men försumbar. Det är i sammanhanget i Helsingborg som de långsiktiga sysselsättningseffekterna överstiger antalet sysselsatta skapade i basscenariot.

Vad säger forskningen om effekter av utbyggd handel?

Med tanke på den framtida utvecklingen inom handeln bedömer WSP att möjligheten för nyetablering av större marknadsplatser med volymhandel och/eller shoppingutbud är begränsat. Potentiell utveckling bedöms istället ske genom utveckling och komplettering av redan befintliga marknadsplatser på enskilda marknader med goda framtida tillväxtbetingelser. På andra, mer begränsade, marknader eller marknader med redan stark konkurrens kan det finnas potential för etablering av dagligvaror eller aktörer/koncept, exempelvis lågprishandel, som tidigare saknats eller varit svagt utvecklade.

Hur befintlig detaljhandeln har påverkats vid etablering och/eller utveckling av externa marknadsplatser har undersökts i ett stort antal forskningsrapporter under 2000-talet. Då studierna är genomförda av olika forskare, med olika metodologiska angreppssätt och materialval är det rimligt att tolka huvudresultaten som att de är stabila och säkerställda.

Bergström (1999) visade baserat på ett material kring förhållanden under 1990-talet att etablering av extern volymhandel eller externa köpcentrum främst påverkar handeln i de omkringliggande kranskommunerna samtidigt som de inomkommunala effekterna var begränsade inom såväl dagligvaru- som sällanköpsvaruhandeln. Mattsson (2003) och Svensson (2004) visade med enkäter och statistisk analys att etablering av externa stormarknader inom dagligvaruhandeln hade små effekter på dagligvaruhandeln i stadskärnorna. Effekterna kom istället att påverka stora och medelstora dagligvaru-etableringar i bostadsnära och/eller trafikorienterade lägen mest negativt.

Rämme och Rosén (2008) undersökte huruvida etablering av extern volymhandel och externa köpcentrum bidrog till negativa omsättningseffekter för cityhandeln, handeln i den övriga kommunen och omkringliggande kranskommuner. Undersökningen omfattade 36 kommuner med fler än 25 000 invånare där volymhandel etablerats eller tillåtit byggas ut samt 130 kranskommuner. Utgångspunkten var SCBs omsättningsstatistik och en geografisk indelning av varje undersökningskommun i tre geografiska delområden. Slutsatsen var att effekterna skiljde sig mellan branscher så till vida att dagligvaruhandeln i stadskärnorna påverkades starkare än sällanköpsvaruhandeln. Anledningen till detta var att effekterna inom dagligvaruhandeln var inomkommunala medan de i huvudsak var regionala eller delregionala i sällanköpsvaruhandeln. Effekterna i kranskommunerna varierade beroende på geografisk närhet och storlek på handeln i den aktuella kommunen. Frånvaron av mer omfattande effekter tolkades som att handeln i stadskärnorna och på de externa marknadsplatserna hade ett komplementärt, snarare än konkurrerande, förhållande till varandra.

Daunfeldt et al har i en serie studier (2014, 2015, 2016, 2018) undersökt hur Ikea-etableringar och medföljande etableringar (volymhandel och/eller köpcentrum) påverkar förutsättningarna för befintlig handel i etableringskommunerna. Angreppssättet har varit omfattande statistisk analys av såväl kommun- som företagsdata avseende omsättning, sysselsättning och produktivitet. De huvudsakliga slutsatserna har varit att effekterna är positiva och geografiskt varierande i etableringskommunerna. Samtidigt har de negativa effekterna på befintlig handel i kranskommunerna samt etableringskommunernas stadskärnor varit små, osäkra och inte statistiskt säkerställda. De positiva effekterna tolkades som ett resultat av agglomerationseffekter.

Effekter av handelsetablering i Skåne

I en studie av hur externa etableringar påverkar den befintliga handeln i stads kärnor i kommuner med färre än 25 000 invånare drar Daunfeldt et al (2022) snarlika slutsatser. De direkta effekterna på produktivitet och omsättning konstateras vara små och statistiskt säkerställda i stads kärnorna så länge forskarna endast kontrollerar för företagsunika egenskaper. När de i ett efterföljande steg adderade effekten av tidstrender för att kontrollera för långsiktiga ekonomiska trender i småstäder försvinner de negativa effekterna av externhandelsetableringar. Baserat på detta drar Daunfeldt et al slutsatsen att handelns prestation i stads kärnorna snarare beror på strukturella förändringar, såsom urbanisering, demografisk stagnation och brist på lokala investeringar, snarare än ökad konkurrens från etablering av externa köpcentrum och volymhandel.

Följer man Daunfeldts et al:s metod för utvärdering av effekter av handelsetableringar är det möjligt att dra slutsatser om huruvida etableringen av Hallarna i Halmstad (2017), C4 i Kristianstad (2018) samt etableringen av Emporia i Malmö (2012) påverkade den övriga handeln i respektive kommun samt de omkringliggande kranskommunerna. En sådan utvärdering kan ge ytterligare belägg för tidigare forskningsresultat är rimliga men också möjliggöra slutsatser kring potentiella effekter vid utbyggnad av Väla marknad.

Etableringen av Hallarna och C4 innebar att omkring 36 000 respektive 50 000 kvm uthyrbar yta inom handel och service tillfördes Halmstad respektive Kristianstad kommun. År 2023 omsatte Hallarna 750 miljoner och C4 drygt 1,1 miljarder kronor. Omkring 70 procent av anläggningarnas omsättning utgjordes av sällanköpsvaruhandel. Etableringen av Emporia under hösten 2012 innebar att handeln i Malmö kommun tillfördes drygt 80 000 kvadratmeter uthyrbar yta. År 2023 omsatte Emporia 3,8 miljarder kronor varav

sällanköpsvaruhandeln utgjorde drygt 60 procent. Samtliga var inför etableringen kända på såväl de lokala som de regionala marknaderna varför det fanns både tid och anledning för redan etablerade aktörer att anpassa sin verksamhet för att möta den nya konkurrenssituationen.

För att belysa närvaron av lokala och regionala effekter av dessa etableringar har kommunerna i respektive funktionell analysregion (FA-region) delats upp i en kontrollgrupp som antas påverkas av expansionen i ett angränsande område och en försöksgrupp vilket är det område inom vilket expansionen har ägt rum. Försöksgruppen utgörs av Halmstad, Kristianstad och Malmö kommun. Kontrollgrupperna omfattar i Malmös fall övriga kommuner i FA-region Malmö medan den i fallet med Kristianstad omfattar kommunerna i FA-region Kristianstad samt syd- och nordöstra Skåne.

Baserat på denna geografiska indelning har en regressionsanalys genomförts vilken kontrollerar för fixa tidseffekter, det vill säga tidstrend (konjunktur, e-handelseffekter med mera) samt kommunspecifika fixa effekter oberoende av tid. För att fånga effekterna av nyetableringarna har en kontrollvariabel, som tidsmässigt sammanfaller med nyetableringarna, lagts in. Matematiskt kan detta sammanfattas i följande ekvation:

$$\text{Ekv (1): } Y = \alpha + \alpha_t + \alpha_i + \beta_i * D_{\text{etablering}} + Y_{t-1} + \varepsilon$$

Där Y är den beroende variabeln som skall förklaras. Tidstrenden fångas av den fixa effekten α_t samtidigt som kommunspecifika skillnader mellan respektive kommun fångas av variabeln α_i . Variabeln $\beta_i * D_{\text{etablering}}$ är en interaktionsvariabel som fångar potentiella

Två fallstudier: effekter av C4 och Emporia

effekter av nyetableringarna av Hallarna, C4 och Emporia. Dummy-variabeln antar värdet 0 under perioden före nyetableringen och 1 därefter. Y_{t-1} är den laggade beroende variabeln avsedd att kontrollera för förekomst av autokorrelation och heteroskedacitet i residualerna.

Vidstående övre tabell visar genomsnittlig storlek på den beroende variabeln omsättning före och efter etablering av Hallarna, C4 och Emporia uppdelat på försöks- och kontrollgruppen. Tabellen visar att den genomsnittliga omsättningen ökade kraftigt i samtliga kommuner i försöksgruppen under perioden efter respektive etablering ägt rum. Den genomsnittliga utvecklingen i de omkringliggande kranskommunerna var samtidigt mer måttlig men uppvisar en svag ökning under de efterföljande åren.

Den nedre tabellen visar resultatet av respektive regressionsanalys och följaktligen hur respektive etablering påverkade omsättningsutvecklingen för handeln i etableringskommunen respektive de omkringliggande kommunerna efter öppnandet och rensat för trender som påverkar utvecklingen i respektive kommun. Om effekterna av respektive etablering var statistiskt säkerställd skall T-värdet överstiga 1,96 procent och P-värdet understiga 0,05. Tabellen ska därför tolkas som att etableringarna av Hallarna, C4 och Emporia inte hade några statistiskt säkerställda effekter på sällanköpsvaruhandelns utveckling i vare sig etableringskommunen som den omkringliggande regionen.

	Genomsnittlig omsättning per år, mkr (Försöksgrupp)		Genomsnittlig omsättning per år, mkr (Kontrollgrupp)	
	Före etablering	Efter etablering	Före etablering	Efter etablering
Kristianstad	3 910	4 840	688	706
Malmö	13 605	18 430	987	1 056
Halmstad	3 077	4 091	1 473	2 224

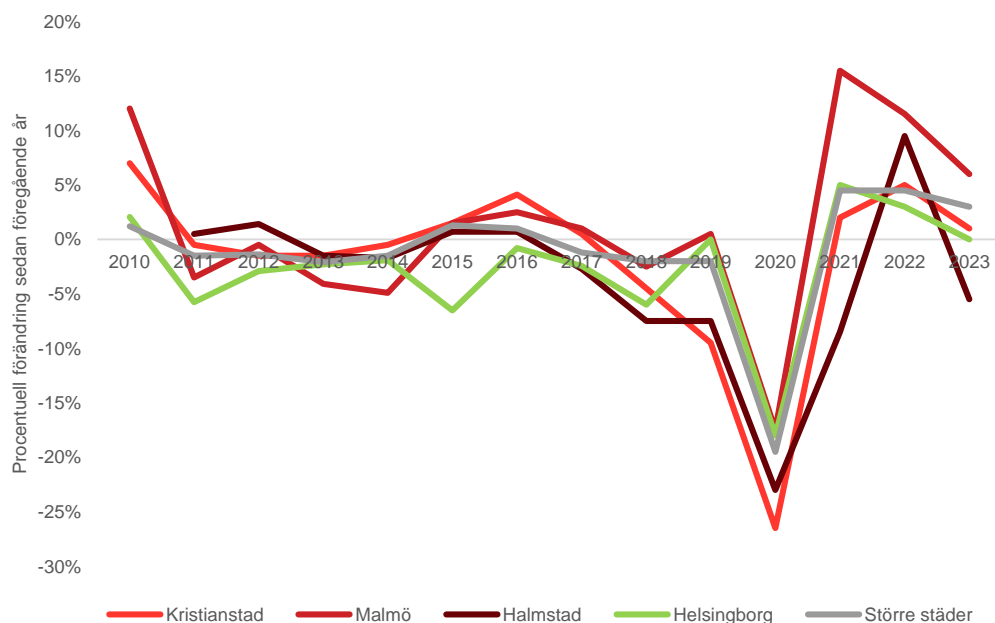
	Koefficient	Standardfel	T-värde	P-värde	Antal obs
Kristianstad	0,004	0,03	0,126	0,899	312
Malmö	0,027	0,03	0,901	0,368	336
Halmstad	-0,008	0,03	-0,237	0,813	96

Dessa exempel har, tillsammans med resultat från tidigare forskning, stor betydelse för vilka slutsatser som kan dras kring en potentiell utbyggnad av handeln i Väla centrum. En utbyggnad av Väla köpcentrum i den omfattning som analyserats i utredningsscenario 1 bedöms därför ha begränsade effekter på den befintliga handeln i Helsingborg och kommunerna i den omkringliggande Familjen Helsingborg.

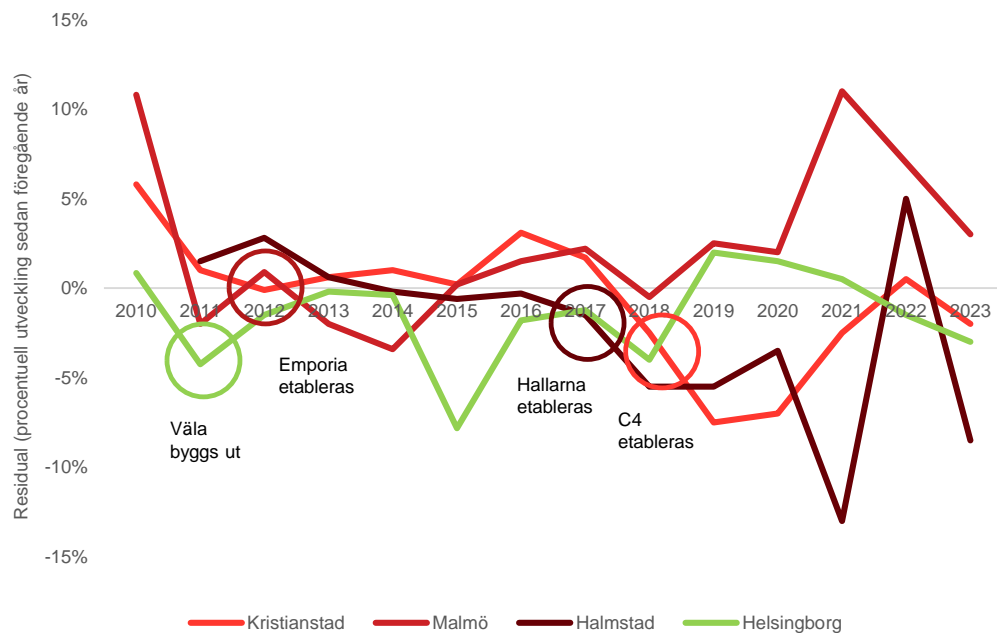
Detaljhandelns utveckling i lokala stadskärnor

Med hjälp av Fastighetsägarnas rapporter Cityklimatet och Cityindex har WSP sammanställt och analyserat hur omsättningen i sällanköpsvaruhandeln utvecklats i Malmö, Kristianstad, Halmstad och Helsingborg. Under denna period har nya externa marknadsplatser tillkommit i berörda kommuner och befintliga byggts ut.

Diagrammet visar omsättningsutveckling i sällanköpsvaruhandeln i Malmö, Kristianstad, Halmstad; Helsingborg samt alla större städer under perioden 2009-2023. Generellt kan konstateras att utvecklingen i de fyra stadskärnorna följer de övergripande trenderna under hela perioden. Även om det finns variationer över tid och mellan enskilda städer och genomsnittet för samtliga större städer finns inget stöd för att skillnaderna är statistiskt säkerställda.



Residualanalys belyser lokala särdrag



En fördjupad analys där WSP rensat den lokala utvecklingen för trender som är gemensamma för alla större städer framgår av vidstående diagram. Därigenom tydliggörs den lokala utvecklingen under perioden samtidigt som potentiella effekter på stadskärnan av utbyggt externhandel kan illustreras.

Malmö centrum utvecklades 2-3 procent sämre än genomsnittet för större städer under åren efter Emporias etablering 2012. Därefter har det skett en återhämtning och tillväxt för stadskärnans handel.

I Helsingborg minskade omsättningen i stadskärnan 5 procent åren direkt efter nya Välas invigning hösten 2011. En ny period av minskad omsättning inleddes 2014/2015 då gamla Söderpunkt stängdes för renovering. Under den postpandemiska perioden har omsättningen i Helsingborgs centrum minskat vilket i huvudsak torde bero på lokal respons på postpandemiska konsumtionsmönster, inflation, kostnadskris och inte minst minskade personflöden.

Handeln i Kristianstad centrum följde länge den generella trenden. Ett trendbrott inleddes år 2016 och kom att fortgå och fördjupas till följd av etableringen av C4 hösten 2018. Under åren efter C4: etablering minskade handeln i Kristianstad centrum, rensat för gemensamma trender med 9 procent. På senare år syns tecken på att handeln i Kristianstad centrum på nytt utvecklas i linje med genomsnittet. Utvecklingen i Halmstad uppvisar en tydligt nedåt trend långt innan etableringen av Hallarna år 2017. De påföljande åren minskade sällanköpsvaruhandeln i stadskärnan med 6 procent per år. Därefter har utvecklingen varit volatil och svårtolkad. Då den negativa utvecklingen i Kristianstad och Halmstad inleddes redan innan C4as respektive Hallarnas etablering kan utvecklingen inte enkom beskyllas dessa etableringar.

Potentiell påverkan på befintlig handel i Helsingborgs kommun

Beräkningarna har visat att Väla centrum kan förväntas hämta omkring 50 procent av sin potentiellt nya omsättning från den befintliga handeln i Helsingborgs kommun. Med en total omsättningspotential om cirka 600 miljoner kronor innebär detta att 300 miljoner förväntas komma från befintlig handel på olika marknadsplatser i Helsingborgs kommun.

Det är hart när omöjligt att med säkerhet kvantitativt beräkna om och med vilken styrka olika marknadsplatser påverkas av externa etableringar. Erfarenhetsmässigt är det i samband med konsekvensanalyser brukligt att argumentera för att lika slår mot lika, det vill säga att etablering av kedjebutiker primärt påverkar befintliga kedjebutiker medan den från kedjorna fristående handeln klarar den ökade konkurrensen bättre eftersom de fyller en annan funktion för konsumenterna på marknaden. I analogi med detta innebär etablering av större butiker, inte sällan anslutna till kedjorna, att större butiker i samma bransch påverkas i högre utsträckning än andra. Slutligen spelar avstånd in så till vida att näralliggande butiker som verkar i samma bransch och med liknande koncept påverkas i större omfattning än mer perifera butiker och marknadsplatser.

Bedömningen försvåras av att Skandiafastigheter inte fattat beslut om vilka koncept och utbud som förväntas etableras på de tillkommande ytorna. Då ambitionen torde vara att minimera den interna konkurrensen inom Väla centrum är ett rimligt antagande därför att fokus kan förväntas vara på verksamheter och koncept som idag saknas och/eller är underrepresenterade i Helsingborgs kommun. Det vill säga att tillföra nytt utbud som kompletterar och stärker Väla centrum och Helsingborgs konkurrenskraft i en lokal och regional kontext. Med tanke på de trender som under senare år har varit rådande

i detaljhandeln och i synnerhet bland köpcentrumaktörer torde detta kunna innebära tillfälliga eller permanenta ytor för bland annat:

- **Exklusiva bilmärken** (jämför Tesla, Polestars och Volvos förekomst i exempelvis Westfield Mall of Scandinavia, Emporia, Gallerian i Stockholm samt Täby centrum)
- **Exklusiva eller nya varumärken** (jämför Hästens, Lexington, Boss, Chanel, Dyson, Sephora, Shabanys förekomst i Emporia, Westfield Mall of Scandinavia och Täby centrum)
- **E-handelsdrivna affärsmodeller** (Booztlet (Emporia), Outnorth (Kalmar och Växjö city), Webhallen (Stockholm och Göteborg), Bygghemma (Malmö och Sollentuna), Lyko (Emporia m fl)).

Ovanstående är några exempel på verksamheter och koncept som skulle kunna tillföras Väla Centrum i samband med en potentiell utbyggnad och vars effekter på den befintliga handeln bedöms bli begränsade eftersom de kompletterar den idag befintliga handeln.

Ett alternativt scenario bedöms kunna vara ett utökad utbud liknande det som redan finns. I ett sådant scenario är det gängse att utgå ifrån tesen om att lika slår mot lika. En sådan utveckling bedöms primärt påverka omsättningsutvecklingen bland befintliga aktörer i Väla centrum såväl som befintlig handel i Helsingborgs city eller på andra platser i kommunen. Hur stora effekterna blir på stadskärnan är svårt att bedöma men viss ledning kan erhållas genom genomförd forskning på området (Rämme&Rosén) som pekar på att om omsättningen i externhandeln ökar med 100 miljoner kronor till följd av en etablering så minskar

Potentiell påverkan på befintlig handel i Helsingborgs kommun

omsättningen i stadskärnan med drygt 2 procent. Om detta samband står sig skulle en potentiell utbyggnad på Väla medföra en direkt omsättningsförlust om 5-10 procent för den befintliga handeln i Helsingborgs city. Fallstudier från tidigare etableringar av extern handel i Malmö, Kristianstad, Helsingborg och Halmstad visade samtidigt att stadskärnans omsättningsförlust, rensat för gemensamma trender, under de efter etableringen närmast följande åren varierar mellan 5-10 procent. Med tanke på att stadskärnan i Helsingborg idag omsätter 850 miljoner kronor motsvarar de två exemplen en uppskattad omsättningsförlust varierande mellan 45-90 miljoner kronor samtidigt som den resterande omsättningen, det vill säga 210-255 miljoner kronor, överförs från befintlig handel i Väla centrum, omkringliggande handel på Väla handelsområde samt handel med likartat utbud och koncept på andra platser i Helsingborgs kommun. Vilka marknadsplatser och aktörer som påverkas och i vilken omfattning beror på läge och koncept. En rimlig bedömning är dock att effekterna på den övriga handeln på Väla och/eller i den övriga kommunen understiger 10 procent av den befintliga omsättningen. Sällanköpsvaruhandeln i lokala stadsdelar och stadsdelscentrum centrum såsom Ödåkra, Stattena, Råå eller Rydebäck kännetecknas i många fall av små och från de etablerade kedjeföretagen fristående aktörer. Deras karaktär och struktur skiljer sig från handeln i Väla centrum och på Väla handelsområde varför utvecklingen i hög grad styrs av e-handeln och den makroekonomiska utveckling snarare än konkurrensen från Väla. Risken för påverkan av en utbyggnad av Väla centrum bedöms därför begränsad.

8. UTREDNINGSSCENARIO 2

Sport och upplevelseutbud

För att angripa utredningsscenario 2 omfattande sport och upplevelser har WSP fått använda ett delvis annorlunda angreppssätt. Anledningen till detta är att branschen sport och upplevelser såsom den är definierad enligt tidigare är en delmängd av den bransch som i den offentliga statistiken benämns "kulturella och personliga tjänster". Den befintliga statistiken är bristfällig och kvaliteten svår att säkerställa. Det finns därmed en stor risk att effektbedömningarna blir osäkra och i praktiken oanvändbara på grund av breda osäkerhetsmarginaler.

WSP har därför valt att närma sig frågan om tänkbara effekter utifrån ett mer kvalitativt angreppssätt. De frågor som ska besvaras är för det första vilket kommersiellt utbud av sport och upplevelser finns i regionen idag. Detta gör att vi exkluderar organiserad föreningsverksamhet och idrottsplatser för att skapa ett utbud som kan tänkas beröras av effekter från en potentiell upplevelseanläggning i Väla centrum. Hur matchar, för det andra, tänkt utbud i en upplevelseanläggning i Väla centrum det befintliga kommersiella utbudet i regionen? Genom att identifiera eventuell förekomst av överlappning både i bransch och efter kommun möjliggörs slutsatser kring konkurrenssituationen utifall Väla tillåts komplettera befintlig verksamhet med sport och upplevelser. Hur välförsörjda är, för det tredje, kommunerna i familjen Helsingborg med ett kommersiellt utbud av sport och upplevelser, det vill säga finns det ett etableringsutrymme som kan tillgodoses för att minska utflödet av köpkraft från regionen?

Finns det, slutligen, en risk för utslagning av idag befintliga verksamheter om Väla tillåts expandera i den omfattning som möjliggörs av enligt planförslaget.

Tabellen på efterföljande sida visar ett urval av verksamheter inom sport och upplevelser som finns representerade bland kommuner i Familjen Helsingborg. Inventeringsurvalet har gjorts med ledning av det utbud som fastighetsägaren tänker sig erbjudas möjlighet att etablera sig i Väla efter utbyggnad. Inventeringen har genomförts genom en kombination av sökningar i databasen UC Select samt internetsökningar.

Verksamheter såsom biograf, boule, padel och gym finns representerade i samtliga kommuner. Medan biografer och gym ofta har en central lokalisering är boule och padel inte sällan lokaliserade halvcentralt och/eller i närhet till befintliga idrottsanläggningar.

Helsingborg och Ängelholm är de kommuner som har bredast utbud av sport och upplevelser. I den förra finns samtliga utvalda verksamheter representerade medan enstaka verksamheter saknas i Ängelholm. I övriga kommuner förekommer verksamheter i enskilda branscher såsom bowling, biljard, Gocart, inomhusgolf och lekland/trampolin-park.

Befintligt utbud av sport och upplevelser

Potentiellt sport- och upplevelseutbud i Väla centrum:

- ✓ Klättersport
- ✓ Hang gliding
- ✓ Höghöjdsbana
- ✓ Body flight
- ✓ Trampolinpark
- ✓ Surfing
- ✓ Dag-Spa
- ✓ VR-verksamhet
- ✓ Lek och lär
- ✓ Restaurang (sport/aktivitetstema)
- ✓ Skidtunnel

	Biograf	Paintball/ Laser- dome	Curling	Bowling	Biljard	Boule	Go cart	Klättring (inomhus)	Parkour (inomhus)	Äventyrs- park/hög- höjdsbana/ Zipline	Padel	Golf (inomhus)	Gym	Lekland/ Trampolin- park	VR/ Data- spelhall/ gameing center	Spa/ Dagspa	Escape rooms
Helsingborg	x	X	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Ängelholm	x	X		x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x	x	x
Bjuv	x			x		x					x		x				
Båstad	x			x		x					x		x				
Höganäs	x	X		x		x					x	x	x				
Landskrona	x	X	x	x	x	x	X				x		x	x		x	
Örkelljunga	x			x		x					x		x			x	
Klippan	x			x		x	x				x		x				
Svalöv	x			x		x					x		x			x	
Åstorp	x	x		x		x					x		x	x			
Perstorp	x			x	x	x					x		x			x	

Sport och upplevelser ger potential att stärka underlaget för handeln i Helsingborgs kommun

En jämförelse mellan befintligt utbud och det tänkta utbudet i Väla centrum visar att det finns en viss risk för geografisk överlappning inom branscherna klättersport, höghöjdsbana, trampolinpark, VR/dataspelshall samt spa/dagspa vilka med få undantag är representerade i Helsingborg och Ängelholms kommun. Frånvaron av utbud i de omkringliggande kommunerna i familjen Helsingborg gör att WSP bedömer att risken att det ska uppstå regionala/mellankommunala effekter är begränsad både i geografi och i termer av ekonomi eller sysselsättning.

Nulägesanalysen har tidigare visat att kommunerna i familjen Helsingborg såväl som Skåne län som helhet är underförsörjda med aktiviteter inom sport och upplevelser. Beräkningarna gjordes utifrån sysselsättningssiffror men observationen ges stöd av motsvarande beräkningar baserade på omsättningsuppgifter från SCB. I familjen Helsingborg bedöms "utflödet" av köpkraft/försäljningsunderlag uppgå till knappt 200 miljoner kronor, motsvarande drygt 200 arbetstillfällen, årligen. Lokala undantag finns i framförallt kommunerna Ängelholm samt Båstad. Detta indikerar att det i nuläget finns ett etableringsutrymme som kan tillvaratas genom förstärkningar av det lokala utbudet i Helsingborg. Under den närmaste tioårsperioden bedömer WSP att utflödet, i frånvaro av nyetableringar, kommer att förstärkas eftersom det befintliga utbudet inte har förmåga och kapacitet att tillgodogöra sig (absorbera) den förväntade framtida marknadstillväxten. Därigenom är det rimligt att dra slutsatsen att etableringsutrymmet ökar i ett framtidsperspektiv.

I och med statistikens bristfällighet är det svårt att räkna på potentiella konsekvenser av en expansion av sport och upplevelser i Väla Centrum utifrån ett monetärt och/eller sysselsättningsmässigt perspektiv. I ett basscenario där befintliga verksamheter utvecklas i enlighet med sin historiska marknadsposition och inga nyetableringar tillkommer är det rimligt att förvänta sig en framtida marknadstillväxt styrd av befolkningstillväxten i Familjen Helsingborg.

En potentiell etablering av sport och upplevelser förväntas, genom att förstärka det befintliga utbudet med nya verksamheter, absorbera delar av det utflöde som finns från regionen idag. Resterande omsättning riskerar absorberas från idag befintliga verksamheter och kommuner där branschmässiga och geografiska överlappningar finns. Detta innebär att verksamheter inom klätterverksamhet, höghöjdsbana, lekland/trampolinpark, Spa/dagspa, VR/dataspelshallar, samt eventuellt café och restaurang i framförallt Helsingborg och Ängelholms kommun riskerar påverkas negativt av en potentiell utökning av Väla centrum.

WSP bedömer att risken för utslagning av befintliga verksamheter är begränsad. Anledningen till detta är bland annat att flera befintliga verksamheter, exvis spa/dagspa, i de identifierade fallen är en delverksamhet inom befintlig hotellverksamhet. Så kallade lekland/trampolinparker har som regel låg betalningsvilja för lokaler och är därför ofta lokaliserade i äldre verksamhetslokaler inte sällan i halvperifera eller perifera lägen. Den låga betalningsviljan/-förmågan bidrar till att deras intresse för att etablera verksamhet i nybyggda lokaler är begränsat på grund av höga lokalkostnader.

Små effekter på befintlig café och restaurangnäring

Andra verksamheter såsom existerande äventyrsparker/höghöjdsbanor/ziplines är av fysiska orsaker organiserade i utomhusmiljöer vilket gör deras intresse för lokalisering inomhus begränsat. Då befintliga konkurrerande verksamheter inte är lokaliserade i Helsingborg centrum bedömer WSP att risken för negativa konkurrenseffekter är begränsad i stadens centrala delar.

Under uppdragets gång har det lyfts farhågor om vad som händer med befintliga verksamheter inom café och restaurangverksamhet om fastighetsägaren möjliggör för utökad café och restaurangytan i samband med ombyggnaden. WSP bedömer att det finns en viss risk att en utökning av café- och restaurangverksamheten på Väla påverkar befintligt utbud i centrala Helsingborg. Hur stor en sådan utökning är emellertid svårt att bedöma utan att säkert veta att denna yta kommer expanderas.

WSP har genomfört en överslagsberäkning baserat på ett antagande om att omkring 10 procent av den potentiella utökningen om 16 000 kvm LOA utgörs av café och restaurangverksamhet. Givet detta förväntas café och restaurangytan utökas med omkring 1 600 kvadratmeter vilket, beroende på koncept, motsvarar omkring 10-15 caféer och restauranger med en omsättningspotential om 50-75 miljoner kronor. På en regional marknad där befolkningen förväntas öka från 370 000 till 386 000 invånare och per capita köpkraften bedöms öka från knappt 17 000 till 20 000 kronor per capita under den kommande tioårsperioden bedöms marknadstillväxten uppgå till mellan 1,3 och 1,5 miljarder. De potentiellt nya enheterna i Väla centrum bedöms därigenom ha en begränsad påverkan på idag befintligt utbud i regionen.

Ett annat rimligt tankeexperiment är att undersöka hur café och restaurangnäringen i Helsingborgs centrum påverkas under antagande att de potentiellt nya enheterna på Väla hämtar all sin omsättning från befintliga verksamheter i nuvarande stadskärna. Den befintliga café och restaurangnäringen i Helsingborg centrum omsatte år 2023 knappt 1,1 miljarder kronor. Om vi antar att potentiellt nya enheter på Väla skulle hämta hela sin omsättning från befintliga näringar i Helsingborgs centrum innebär det att 5-7 procent av omsättningen skulle överföras från stadskärnan till Väla centrum. Sammantaget bedömer WSP därför att såväl de regionala som de lokala effekterna blir små och, på en växande marknad, kan återhämtas inom 1-2 år.

9. KONSEKVENSER FÖR GÄSTNATTSUTVECKLING

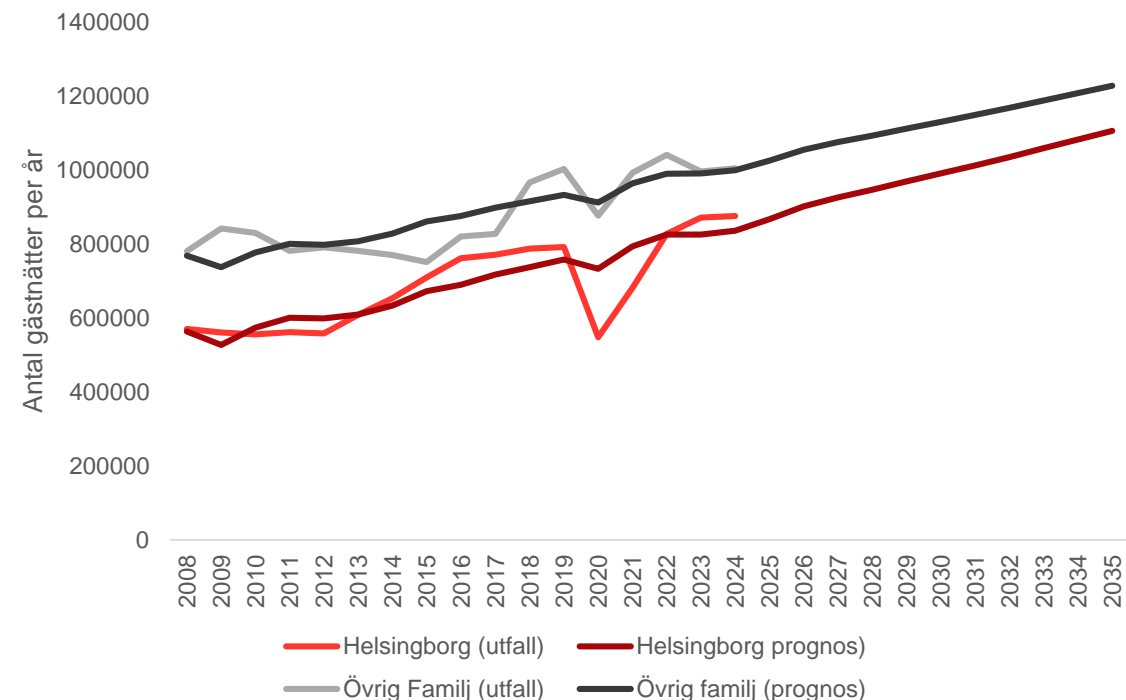
Försumbara effekter på utveckling av gästnätter

WSP bedömer att det utbud som utretts primärt vänder sig mot dagbesökare från kommunerna i familjen Helsingborg och övrigt upptagningsområde. Därigenom torde effekterna på antalet gästnätter bli begränsat och primärt drivas av den generella marknadstillväxten.

Det finns ett starkt samband mellan resande, efterfrågan på hotellnätter och ekonomiskt utveckling (BNP). För att bedöma hur antalet gästnätter i Helsingborg och övriga kommuner i familjen kan förväntas utvecklas i ett framtidsperspektiv har WSP därför genomfört en regressionsanalys där antalet efterfrågade gästnätter antas vara en funktion av det historiska sambandet samt den förväntade ekonomiska utvecklingen under prognosperioden. Bedömningen av den framtida utvecklingen av gästnätter grundar sig på Konjunkturinstitutets prognos för Sveriges ekonomiska utveckling under perioden 2024-2060.

Vidstående diagram visar att antalet gästnätter i Helsingborgs kommun ökat från 560 000 till 875 000 per år under perioden 2008-2024. Detta var ett resultat av en stark konjunktur men också en utbyggd kapacitet vilken möjliggjort bättre tillgång till hotellövernattningar. Under prognosperioden 2025-2035 förväntas antalet gästnätter öka i genomsnitt 2,5 procent per år vilket motsvarar en total tillväxt om 240 000 gästnätter eller omkring 25 000 gästnätter per år.

I den omkringliggande familjen Helsingborg har antalet gästnätter ökat från 780 000 till 1 000 000 gästnätter per år mellan 2008 och 2024. Under prognosperioden 2025-2035 förväntas antalet gästnätter öka med 1,9 procent per år vilket innebär en genomsnittlig



årlig ökning om drygt 20 000 gästnätter eller drygt 200 000 gästnätter totalt. Då tillväxten förväntas vara starkare i Helsingborg än i den omkringliggande regionen innebär detta att Helsingborg stärker sin regionala marknadsposition.

Det är värt att poängtera att den förväntade utvecklingen är att betrakta som ett grundscenariot där utvecklingen sker med utgångspunkt i dagens marknadsstruktur. Med den volym och det utbud som kan förväntas på de nya ytorna bedöms efterfrågan på gästnätter skilja sig marginellt från detta scenario. Med en utbyggd hotellkapacitet, det vill säga lika många disponibla rum som idag, och en oförändrad genomsnittlig vistelsetid medför ovanstående analys en kraftigt ökad beläggningsgrad i nuvarande befintlig hotellkapacitet. Detta signalerar i sin tur ett potentiellt etableringsutrymme i hotellnäringen givet den framtida marknadstillväxten.

10. FASTIGHETSEKONOMISKA KONSEKVENSER

Potentiella konsekvenser på fastighetsvärden Helsingborgs centrum

Utvecklingen av stadskärnor är en komplex process som påverkar både det lokala näringslivet och fastighetsmarknaden. I det här avsnittet analyseras vilken effekt en potentiell utbyggnad av Väla centrum kan förväntas få på fastighetsvärden i Helsingborg centrum.

Potentiella effekter är:

1. Minskad efterfrågan på butikslokaler: När externa köpcentrum etableras och attraherar kunder, finns risk för minskade flöden och försäljning i de centrala delarna av staden. Ur ett hyresgästperspektiv riskerar detta leda till en minskad efterfrågan på lokaler för handel, café och restaurang samt kommersiell service.

1. Minskade hyresintäkter: Med minskad efterfrågan på och försäljning av varor och tjänster i stadens centrala delar finns risk för ökad vakansgrad och/eller minskade hyresnivåer. Fastighetsägare kan behöva sänka hyrorna för att behålla hyresgäster vilket riskerar leda till ett minskade hyresintäkter och på sikt ett lägre driftnetto.

2. Omvandling av fastigheter: Fastighetsägare kan behöva omvandla kommersiella fastigheter till andra användningsområden, som kontor eller bostäder, för att maximera avkastningen. Det leder till högre driftkostnader för fastighetsägare och lägre driftnetto.

4. Minskade fastighetsvärden: Externa köpcentrum ökar konkurrensen gentemot verksamheter på andra marknadsplatser i staden. Med en ökad konkurrens kan fastighetsägare och handlare tvingas att förbättra sina erbjudanden och tjänster för att behålla befintliga och attrahera nya kunder. Detta riskerar att minska hyresintäkterna och öka verksamheternas driftkostnader och, allt annat lika, minska driftnettot vilket leder till minskade fastighetsvärden.

5. Långsiktiga effekter: På lång sikt kan etableringen av externa köpcentrum leda till en omstrukturering av stadens handelsmönster, vilket kan påverka fastighetsvärden både positivt och negativt beroende på hur väl CBD anpassar sig till förändringar.

Djupintervjuer med lokala aktörer

Som en del av analysen genomfördes tre djupintervjuer med lokala aktörer för att få djupare insikt om hur en utbyggnad av Väla bedöms påverka vakansgrad, avkastningskrav och fastighetsvärden. De intervjuade representerade Fastighetsägarna Syd, Helsingborg City samt fastighetsbolaget Jefast.

En gemensam bild som målades upp under intervjuerna var att den tidigare utbyggnaden av Väla haft en betydande effekt på handeln i stadskärnan. I samband med expansionen lämnade större kedjeföretag som H&M, Åhléns och Clas Ohlson centrum varför omfattande vakanser uppstod. Utvecklingen förändrade även stadskärnans utbud så till vida att traditionell detaljhandel ersattes med upplevelseorienterade verksamheter. I Helsingborgs centrum innebar detta att vakanta lokaler ersattes av restauranger, caféer, kultur, secondhand och lokala aktörer. För att anpassa sig till större trender och nyetableringar arbetar alla fastighetsägare gemensamt med att utveckla stadskärnan. Organisationen Helsingborg City fungerar som en slags "mäklare" mellan fastighetsägare och potentiella hyresgäster. Under senare år har en etableringsansvarig rekryterats för att arbeta aktivt med att attrahera nya aktörer till stadskärnan, vilket gör de mer rustade att möta förändringar.

Även kontorsmarknaden har påverkats negativt vilket främst förklaras av att nyproducerade kontorslokaler i Oceanhamnen bidragit till omflyttningar snarare än nyetableringar. Utvecklingen har bidragit till stigande vakansgrader i det äldre beståndet.

En större omsättning av olika hyresgäster gör att fastighetsägarna måste investera i lokalanpassningar vilka kan vara både kostsamma och riskfyllda i synnerhet med osäkra hyresgäster. Den senaste årens ekonomiska utveckling har försämrat betalningsförmågan hos hyresgäster samtidigt som fastighetsägarna måste göra anpassningar och ta ett allt större ansvar. Med högre driftkostnader och ökad vakansgrad minskar fastigheternas driftnetto och följaktligen fastighetsvärdet.

I intervjuerna diskuterades även hur externa värderares syn på fastigheter har förändrats. I ett starkt marknadsläge, som under högkonjunktur upplevde fastighetsägaren att vakansgraden tenderar att spela en mindre roll i fastighetsvärderingar då värderare förväntar sig att den ska återgå till jämnvikt. I lågkonjunktur blir vakansgraden mer betydelsefull för värderingen eftersom investerare och banker i högre grad fokuserar på uthyrningsgraden och dess långsiktiga påverkan på fastighetsbeståndet.

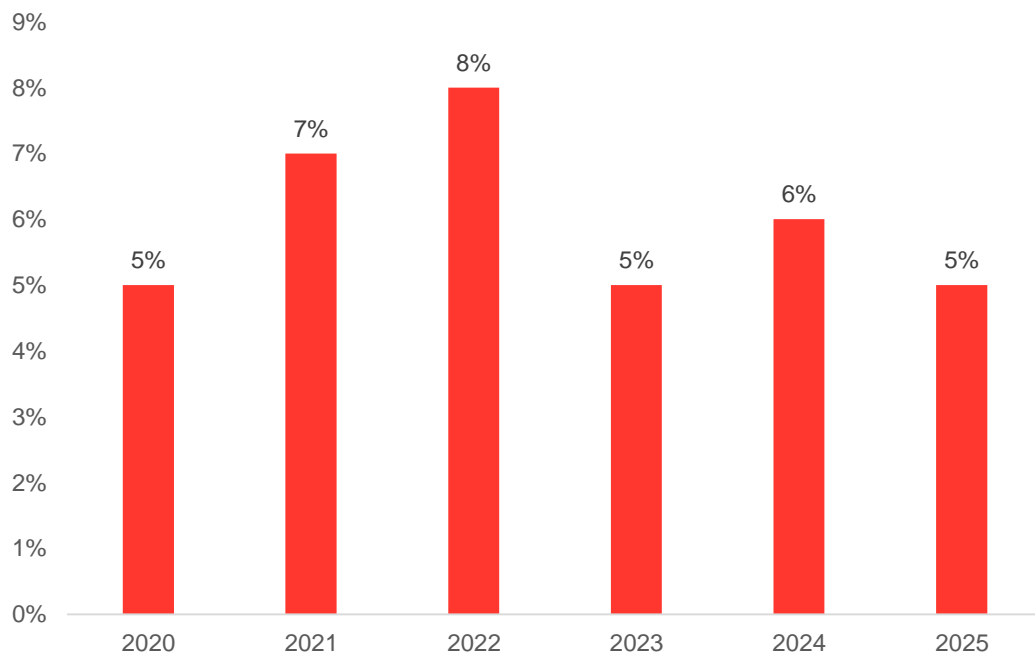
Under intervjuernas genomförande ställdes också frågor kring huruvida hyresnivåerna är marknadsmässiga och om beståndet är uthålligt i ett förändrat ekonomiskt klimat. Även om hyresintäkterna har ökat genom indexjusteringar, så har kostnadssidan – inklusive räntor och driftkostnader – ökat kraftigt. Sammantaget innebär detta att vakansgraden, i kombination med ökade kostnader, har fått en mer central roll i bedömningen av fastigheters värde och lönsamhet. Känslan är enligt de intervjuade att värderingarna börjat nå sin botten.

Djupintervjuer med lokala aktörer

Samtliga intervjuade ventilerar en oro kring hur en potentiell expansion av Väla kommer påverka stadskärnan. Respondenterna argumenterar för att expansionen riskerar leda till utslagning/omflyttning av verksamheter. Med en minskad attraktivitet finns en risk för att värdet på kontorslokaler och bostäder påverkas negativt. En sådan utveckling skulle påverka driftnetto och avkastningskrav och leda till lägre fastighetsvärderingar. För att minimera påverkan på stadskärnan uttrycker respondenterna därför en önskan att expansionen i Väla ska vara unika eller ett komplement till befintligt utbud i stadskärnan.

Enligt beräkningar kommer en expansion av Väla få mer begränsade effekter på handeln i citykärnan. Det är dock värt att poängtera att detta är genomsnittseffekter varför effekterna på enskilda butiker och/eller fastigheter mycket väl kan bli mer omfattande. Det kan i sin tur påverka mikrolägen och enskilda fastigheters värderingar tydligt.

Vakansgrad



Källa: Propertyintel; Föreningen Helsingborg city.

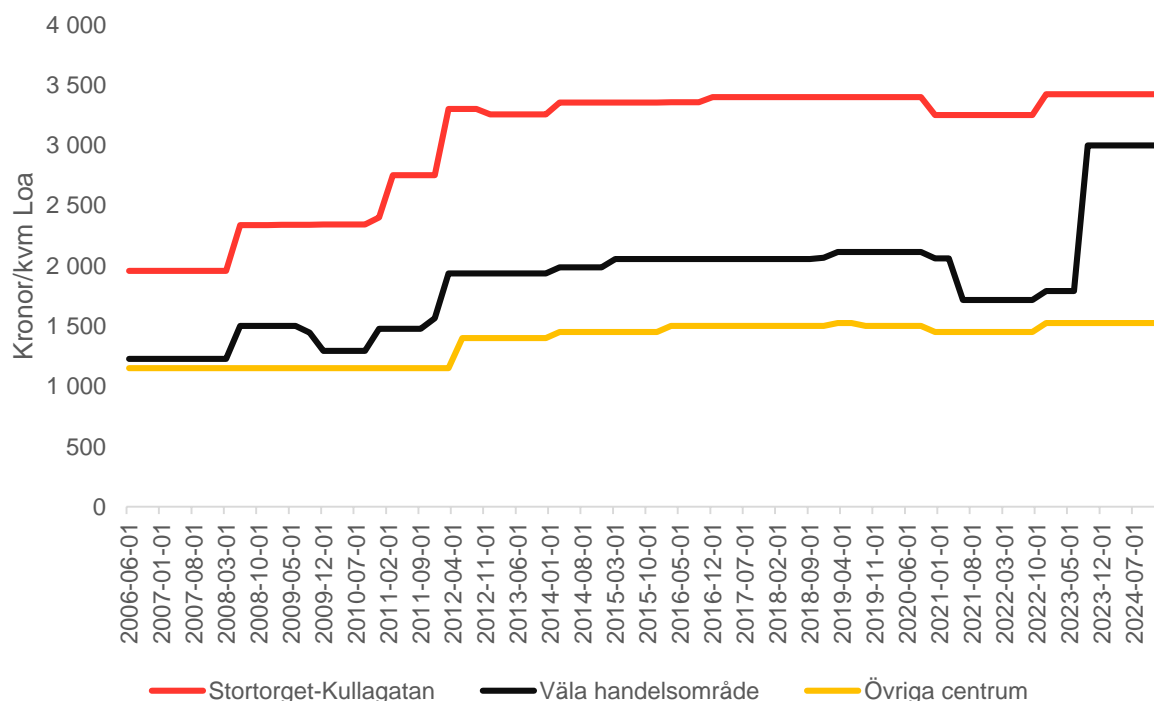
Läge	Område för handel	Nuvarande vakansgrad	Långsiktig vakansgrad
A	Stortorget-Kullagatan	11%	9%
A	Våla handelsområde	3%	5%
B	Övriga centrum	10%	12%
C	Övriga tätorten	15%	12%
D	Övriga kommunen	20%	17%

Uppgifterna kring vakansgrader har hämtats från Föreningen Helsingborgs city samt det fastighetsekonomiska verktyget Propertyintel.

Diagrammet visar att vakansgraden* i Helsingborgs centrum, efter några turbulenta pandemiår, är tillbaka omkring fem procent vilket är i nivå med den prepandemiska situationen. Ovanstående tabell ger en mer nyanserad bild då den visar att efterfrågan på lokaler för handel och kommersiell service är högre i Våla handelsområde än i Helsingborgs centrum. Detta speglas genom en lägre vakansgrad såväl i nuläget som på längre sikt. Värt att notera är också att uthyrningsgraden för lokaler är på ungefär samma nivå oberoende av läge. De mest attraktiva lägena kring Stortorget/Kullagatan har i nuläget en lägre efterfrågan på lokaler än mindre centrala lägena.

*Antalet lediga lokaler dividerat med totala antalet lokaler.

Trendmässig utveckling av hyresnivåer

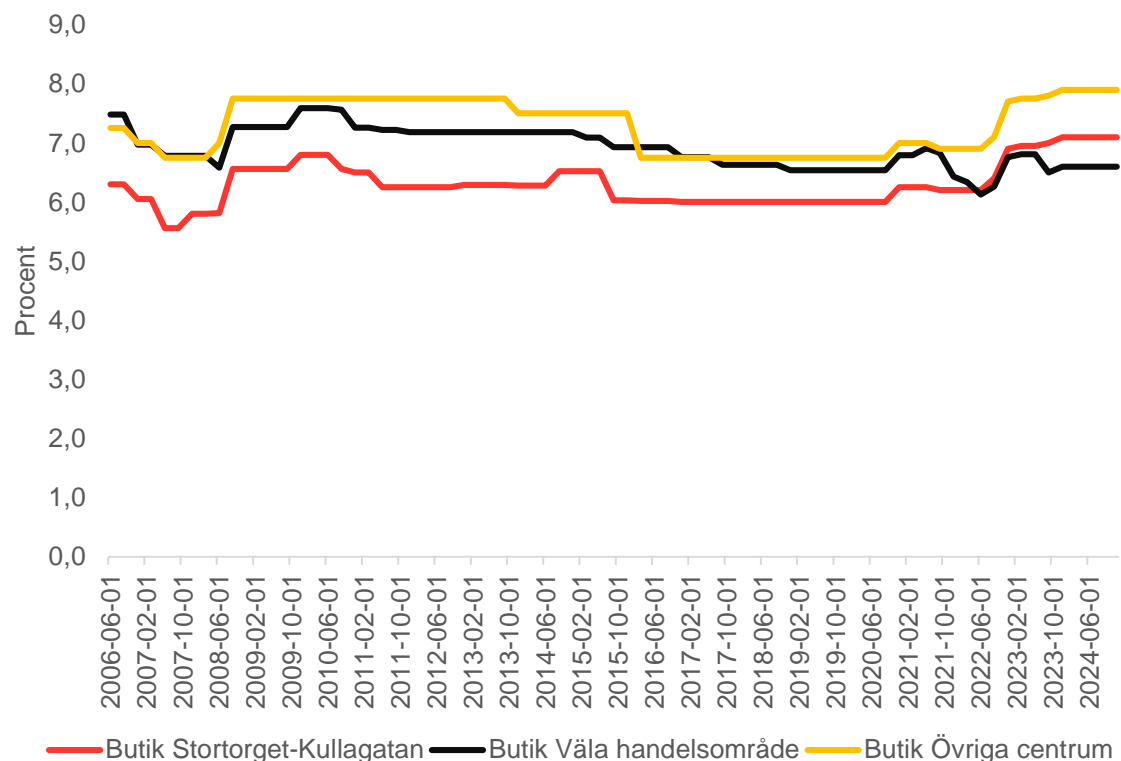


Genom att studera hyresnivåer för kommersiella lokaler på en lokal marknad möjliggörs slutsatser om dels efterfrågan på lokaler dels marknadens stabilitet och konjunkturkänslighet. Jämförelser av nivåer på lokala delmarknader kan säga något om platsens attraktivitet i en geografisk kontext. Vid jämförelse av statistik mellan områden är det viktigt att ta hänsyn till att Stortorget-Kullagatan som klassas som ett A-läge bara utgör en liten del av centrum medan övriga centrum som klassas som ett B-läge kan ses som mer representativt för centrum som helhet. Väla handelsområde klassas som ett A-läge men området är stort och inrymmer betydande variationer av hyresnivåerna. Svefa uppskattar i sin senaste rapport Svensk Fastighetsmarknad att butikshyrorna för ett A-läge i Helsingborg kan pendla mellan 2 750-4 000 kr/kvm. Hyror i ett B-läge uppskattats pendla mellan 1250-3000 kr/kvm.

Vidstående diagram visar hyresnivåer för gatuplanslokaler (handel) i Helsingborgs centrum och på Väla handelsområde under perioden 2006-2024. Utifrån diagrammet är det rimligt att dra följande slutsatser:

- Utvecklingen av hyror, såväl i Helsingborgs centrum som i Väla Handelsområde, är konjunkturellt och trendmässigt drivna.
- Under perioden 2006-2010 ökade hyresnivåerna starkare för lokaler kring Stortorget/Kullagatan än på Väla. Utvecklingen ger indikationer om att efterfrågan på lokaler var hög och stigande under denna period.
- Effekterna av på stadskärnans hyresnivåer av Välas expansion 2011/2012 är små. Under perioden december 2010 till december 2012 ökade hyresnivåerna utmed Kullagatan med 35 procent samtidigt som motsvarande ökning på Väla var drygt 30 procent. Om Välas utbyggnad haft mer omfattande effekter skulle detta ha tagit sig uttryck genom ett nivåskift och/eller efterföljande sjunkande hyresnivå.
- Pandemin samt den efterföljande turbulensen har påverkat hyresnivåerna mer på Väla än i Helsingborgs city varför hyresnivåerna på Väla kommit att närma sig Stortorget/Kullagatan. En anledning till utvecklingen är att KPI-justerade kontrakt och högre stabilitet bidragit till att hyreshöjningar får ett starkare genomslag. I nuläget är det alltså rimligt att dra slutsatsen att Väla handelsområde har en lika stark attraktionskraft för etableringar som de mest attraktiva lokalerna i Helsingborgs centrum.

Förändrad attraktion och marknadsdynamik



Om hyresnivåer och deras utveckling är att betrakta som en indikator på hyresgästernas betalningsvilja för att befinna sig på en marknad så utgör direktavkastning en indikator på fastigheternas avkastning och fastighetsägarnas riskbedömning av en plats eller marknad. Direktavkastningens nivå och utveckling påverkas i hög grad av makroekonomiska faktorer vilka påverkar alla fastigheter på platsen lika. Andra påverkansfaktorer, såsom hyresnivåer och vakansgrad, är marknadsspecifika eller styrda av geografiska relationer och förhållanden såsom position i orthierarkin, läge i den aktuella kommunen, utbud och efterfrågan på lokaler och så vidare.

Diagrammet visar direktavkastning för kommersiella lokaler på olika delmarknader i Helsingborgs kommun under perioden 2006-2024. Under stora delar av perioden har direktavkastningen på olika delmarknader fluktuerat beroende på den makroekonomiska utvecklingen snarare än utbyggnader av Väla handelsområde. Marknaden bedömde under stora delar av 2010-talet de lokala delmarknadernas position lika så till vida att direktavkastningen har varit lägst i området kring Stortorget/Kullagatan och högst i de mer perifera delar av stadskärnan. Väla handelsområde placerade sig länge mellan dessa.

Under 2010-talet minskade direktavkastningen på alla delmarknader. Väla handelsområde har under hela 2010-talet stärkt sin lokala marknadsposition gentemot centrala Helsingborg. Under andra halvan av 2017 skedde ett trendbrott så till vida att direktavkastningen för första gången understeg sin motsvarighet i de mindre centrala delarna av stadskärnan. Motsvarande positionsförskjutning gentemot Stortorget/Kullagatan inleddes under pandemin och fullbordades under de postpandemiska årens samhällsekonomiska turbulens med inflations, stigande räntor och kostnadskris för hushållen. Utvecklingen signalerar att Väla handelsområde, på grund av låg vakansgrad och goda hyresintäkter, idag betraktas som en starkare plats att befinna sig på för företag inom handel och andra kommersiella näringar. Att direktavkastningen i nuläget är högre på Stortorget-Kullagatan kan sannolikt förklaras av en större risk för vakanser i fastighetsbestånd varför fastighetsägare och investerare kräver kompensation genom högre avkastningskrav.

11. SOCIALA KONSEKVENSER

Förutsättningar för social konsekvensanalys

Inom ramen för denna handelsanalys har fem aspekter kartlagts och analyserats kopplat till förutsättningar för social hållbarhet.

1. Befolkningstäthet
2. Socioekonomiska förutsättningar
3. Utbud av dagligvaror i form av livsmedel och apotek
4. Utbud av upplevelse- och besöksverksamheter
5. Tillgänglighet med kollektivtrafik

Kapitlet har Helsingborgs tätort och Väla som huvudsaklig geografisk avgränsning. De inledande sidorna redogör förutsättningarna i Helsingborg utifrån sociala perspektiv. Bedömningen av de sociala konsekvenserna genomförs med utgångspunkt i de ekonomiska konsekvenserna.

Befolkningstäthet

Befolkningstäthet visar stadens relativa tyngdpunkt ur ett boendeperspektiv. Den visar var marknadsunderlaget för lokal handel och kommersiell service är som störst – och ofta även var de sociala nyttorna av dessa är som störst. Detta då tillgänglighet, främst kopplat till gångavstånd, till handel och kommersiell service är en viktig social aspekt i sammanhanget.

När befolkningstäthet visualiseras geografiskt visar det även de rumsliga sambanden i den byggda miljön – hur staden breder ut sig och var de befolkningstäta stråken finns. I Helsingborg är befolkningstätheten hög i stadskärnan och i omkringliggande flerbostadshusområden såsom Tågaborg, Rosengården, Söder och Fredriksdal. Flerbostadsområdena är relativt jämnt utspridda i geografin (se utskrivna stadsdelar i kartan) och huserar tillsammans en betydande del av stadens befolkning.

Kartan visar att de befolkningstäta stadsdelarna ligger närmare stadskärnan än Väla. Väla ligger strax utanför Helsingborgs tätort och gränsar till småhusbebyggelse i Ödåkra samt industri- och verksamhetsområden i nordöstra Helsingborg. Detta betyder att Väla har en ytterst begränsad betydelse som lokalt centrum utan snarare ska förstås som ett relativt externt handelsområde med en kommunal och regional betydelse. Helsingborgs stadskärna har däremot både funktionen som lokalt centrum för boende i stadskärnan, kommunalt centrum för boende inom tätorten och i viss mån som regional handelsdestination.

Således kan förutsättningarna för sociala nyttor som kommer av handel och kommersiell service sägas vara högre i stadskärnan än i Väla.



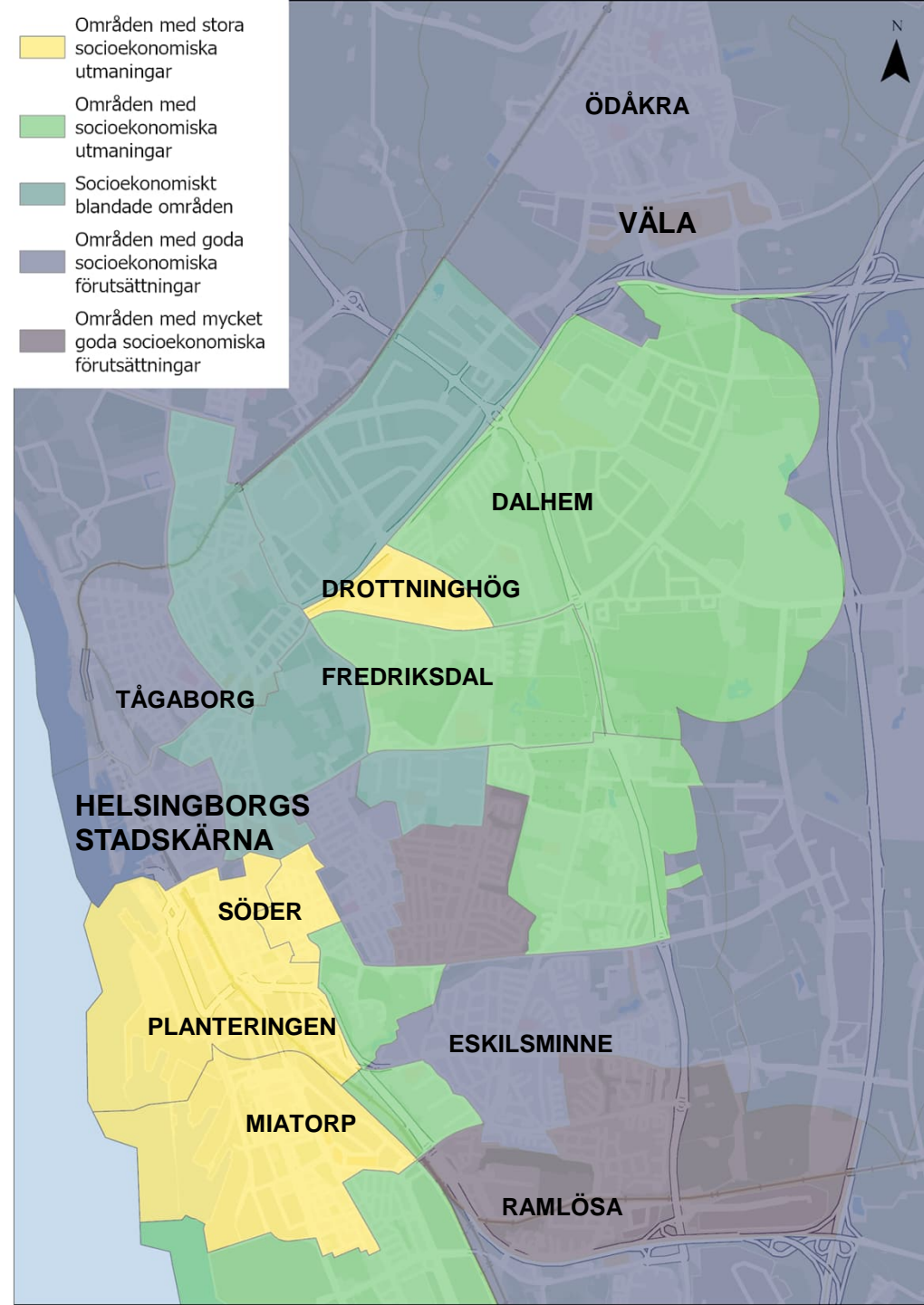
Socioekonomiska förutsättningar

Utöver befolkningstäthet och rumsliga samband är de socioekonomiska förutsättningarna viktiga att beakta, särskilt för de socioekonomiskt svagare stadsdelarna. Generellt gäller att socioekonomiskt svagare stadsdelar har ett större behov av nära handel och kommersiell service då befolkningen i dessa har lägre mobilitet och ofta är belägna i mer perifera lägen i staden med lägre närhet till platser med handel och kommersiell service.

I Helsingborg är dock inte den rumsliga fördelningen av socioekonomi lika tydligt avståndsbaserad från stadskärnan som i exempelvis storstäderna. Stadsdelarna Söder, Planteringen och Miatorp uppvisar alla stora socioekonomiska utmaningar (SCB, 2025) och ligger relativt nära eller inom stadskärnans gräns. Detta betyder att stadskärnan är så pass nära att eventuella utbudsbrister i stadsdelarna kan kompenseras genom stadskärnans utbud av handel och service.

För stadsdelen Drottninghög är det rumsliga avståndet (både i avstånd och topografi) en större barriär. För Drottninghög finns därmed ett större behov av närhet till handel och service, samt goda kollektivtrafikkopplingar till större marknadsplatser. Samma argument har bäring för Fredriksdal, Dalhem, med flera, även om de socioekonomiska förutsättningarna inte är lika svåra.

Stadskärnan brukar utöver handel och kommersiell service även husera offentliga byggnader och funktioner. För socioekonomiskt svagare grupper är dessa kollektiva resurser av större betydelse, varför närhet och tillgänglighet till stadskärnan har stor betydelse även i ett bredare socialt perspektiv.



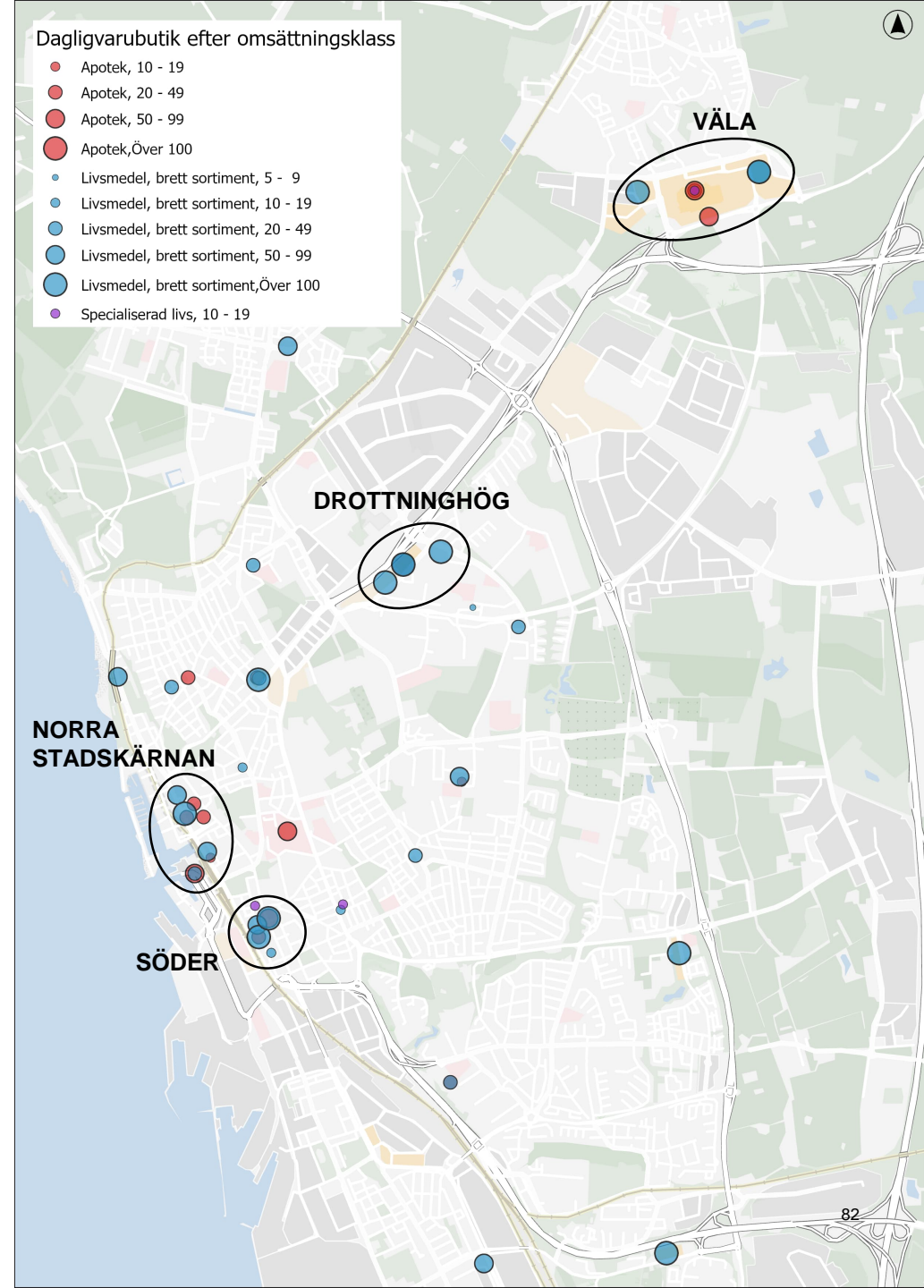
Utbud av dagligvaror – livsmedel och apotek

Även om ett nära utbud till handel och kommersiell service i regel är viktigt finns det vissa kategorier där det ur ett socialt perspektiv är särskilt viktigt: dagligvaror i form av livsmedelsbutiker och apotek. Som namnet antyder är dagligvaror något som införskaffas ofta och utgör de allra viktigaste inköpen i vardagen. Att ha livsmedel och apotek inom gångavstånd från sin bostad underlättar i vardagen och är för mobilitetsbegränsade grupper (ex. barn, äldre, personer med funktionsnedsättningar) mycket viktigt för självständigheten.

Utbudet av dagligvarubutiker är spritt över tätorten med vissa tydliga kluster. I Helsingborgs stadskärna finns två kluster, ett i norra delen av stadskärnan och ett i Söder. Ett större område för volymhandel finns i Drottninghög med tre större livsmedelsbutiker som har en hög omsättning. Väla sticker också ut som ett kluster av dagligvaruhandel med två större livsmedelsbutiker och flera stora apotek.

Utöver dessa finns enstaka butiker utspridda i tätorten vid förortscentrum eller nära större trafikleder. De mer centrala delarna av staden samt förorter med högre täthet har en relativt god närvaro av dagligvarubutiker, med visst undantag för Fredriksdal som har dagligvaror i grannstadsdelen Drottninghög. Annars är det främst småhusområdena i Eskilsminne och Sofieberg som har långt till närmaste livsmedelsbutik eller apotek.

Kopplat till socioekonomi framgår det att samtliga stadsdelar med stora socioekonomiska utmaningar har nära eller relativt nära tillgång till utbud av dagligvaror. Stadsdelarna med låg tillgång är generellt de där de socioekonomiska förutsättningarna är goda och bilinnehavet är stort – vilket på stadsdelsnivå innebär att nära tillgång inte är lika avgörande för en god tillgänglighet till dagligvaruhandeln.



Utbud av upplevelse- och besöksverksamheter

Vidare är det av intresse att kartlägga var destinationer med upplevelsebaserad karaktär finns i Helsingborg idag. Destinationerna är i huvudsak centrerade till den centrala stadskärnan med bland annat konst- och kulturscener, idrottsarena, Laserdome, Prison Island, Klättercenter, Tropikariet samt Fredriksdals muséer och trädgårdar. Stadskärnan omfattar även en gågata med butiker och restauranger. I södra delen av stadskärnan finns en inomhusgalleria med bland annat biograf samt Pitchers aktivitets- och sportpub.

I Miatorp finns Jumpyard och Helsingborg Indoor golf. Öster om Helsingborg finns en mindre djurpark. I stadsdelen Dalhem finns en klätterklubb med lokaler för klättring.

I Väla centrum ligger en VR-Studio som erbjuder besökare VR-baserade spel, lekar och aktiviteter för olika målgrupper. I handelsområdet direkt väster om Väla centrum finns Leos Lekland samt RUFF Indoor golf. Direkt norr om Väla ligger samhället Ödåkra. Där finns Spritfabriken, eller "Spritan", som är en mötesplats med konst, kultur och umgänge.

Öster om Väla ligger Hyllinge, med ett externhandelsområde. Där finns leklandet Funplays samt golfhotellet Lydinge resort med bland annat Spa.

Sammantaget är det stadskärnan som är stadens främsta målpunkt för upplevelse- och besöksverksamheter – vilket bidrar till stadskärnans multifunktionalitet och därmed sociala nytta.



Tillgänglighet med kollektivtrafik*

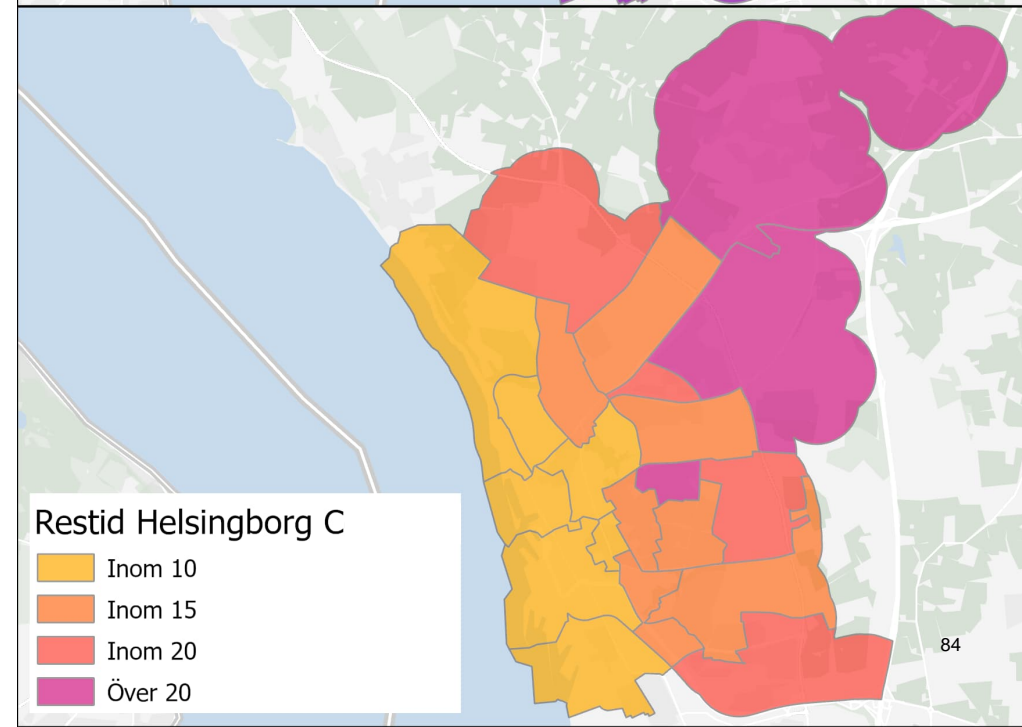
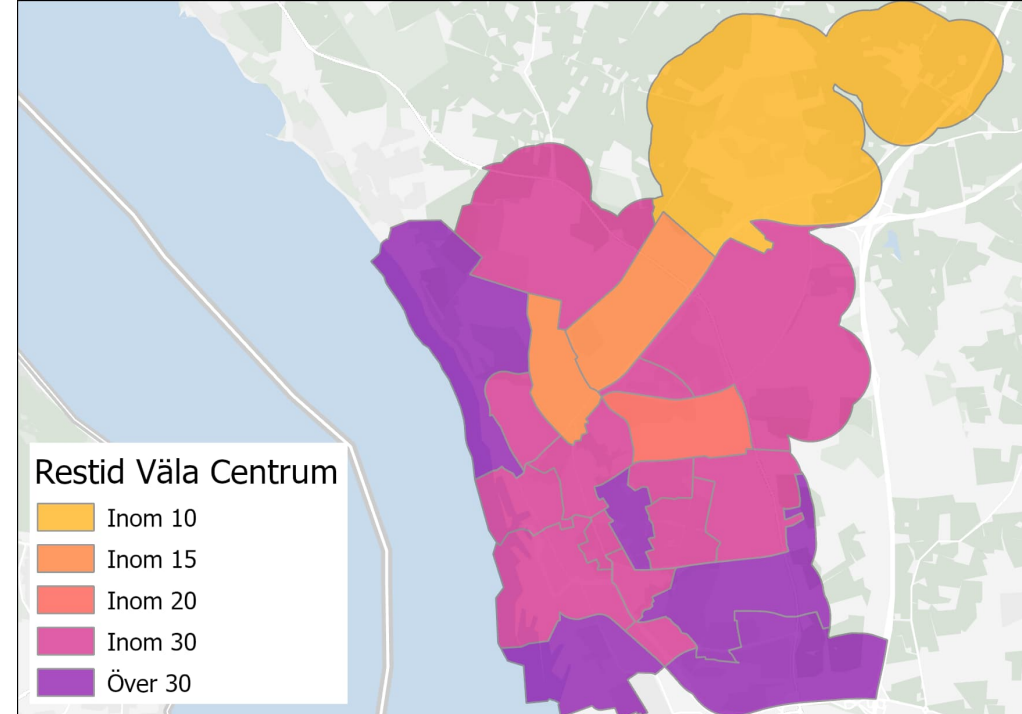
Stadskärnan och Väla är de två stora kommunala målpunkterna kopplat till handeln, kommersiell service samt upplevelse- och besöksverksamheter. Därför är det ur ett socialt perspektiv betydelsefullt att analysera tillgängligheten med kollektivtrafik till dessa. För att kartlägga tillgängligheten med kollektivtrafik till Väla centrum och Helsingborg central har restider från RegSO områden i Helsingborg och Ödåkra sammanställts. Detta har gjorts genom att välja en hållplats belägen nära befolkningscentret för varje RegSO och data om restider har hämtats från Skånetrafikens reseplanerare.

De två kartorna visar restiden med kollektivtrafik (i minuter) till Väla centrum respektive Helsingborg centrum. Det framgår tydligt att resor mot Helsingborg C är snabbare och har en bättre täckningsgrad för hela tätorten. Däremot är tillgängligheten mot Väla mycket begränsad. Endast tre närliggande områden har en restid under 20 minuter och många av resorna innehåller byten som förlänger restiden.

Helsingborgs stadsbussnät är tydligt utformat så att alla mer frekventerade linjer passerar genom den centrala staden vilket underlättar förflyttningar till service, nöjen och arbetsplatser som är centralt belägna. Däremot innebär det att tvärgående resor har längre restider och i många fall blir tvungna att innehålla minst ett byte för att exempelvis nå en målpunkt som Väla handelsområde.

Kartorna visar tydligt att tillgängligheten med kollektivtrafik matchar den geografien – de allra flesta i staden har betydligt närmare till stadskärnan än Väla. Detta stärker stadskärnans förutsättningar för sociala nyttor genom handeln relativt Väla.

* Vid tidpunkten för denna analys hade det nya linjenätet för Helsingborg ännu inte börjat gälla och publicerats i reseplaneraren. Därför baseras analysen på linjenätet som gällde fram till och med den 14/6-2025.



Sociala konsekvenser i Helsingborg

Bedömningen av sociala konsekvenser för Helsingborgs stadskärna görs med utgångspunkt i de ekonomiska konsekvenserna. De sociala konsekvenserna avgränsas till konsekvenser för trygghet, attraktivitet och olika gruppers tillgång till varor och tjänster. Konsekvenserna bedöms genom resonemang kring ett potentiellt förändrat innehåll i stadskärnan, vakanser och flöden.

Undersökningen har visat att de ekonomiska konsekvenserna på befintlig handel vid en potentiell utbyggnad av Väla är beroende av det nya konceptets utformning och innehåll.

WSP bedömer att ett värsta scenario där potentiellt utbyggnad av Väla fylls med ett förstärkt breddutbud liknande det som finns idag riskerar medföra konkurrens effekter för den befintliga handeln på Väla såväl som i stadskärnan. De ekonomiska konsekvenserna för den befintliga sällanköpsvaruhandeln i Helsingborgs city bedöms variera mellan minus 5-10 procent. En majoritet av potentiella konsekvenser bedöms påverka butiker med liknande koncept och utbud (kedjeanslutna aktörer) varför en mindre del av det befintliga utbudet påverkas relativt sett mer än den stora massan av fristående handlare. Med detta följer en viss risk för utslagning av befintliga butiker i stadskärnan men denna är svår att uppskatta och separera från effekter av minskade flöden eller en växande e-handel som i praktiken är en större konkurrent då den hittills drabbat beklädnadshandeln mer än övrig sällanköpsvaruhandel

Då WSP bedömer de ekonomiska konsekvenserna som relativt små bedöms även de sociala konsekvenserna uppträda i begränsad utsträckning.

Sociala konsekvenser

- **Vakanser kan ha en negativ inverkan på tryggheten och attraktiviteter**
Risken för utslagning av butiker är störst i stadskärnans B- och C-lägen eftersom dessa ofta karakteriseras av små företag/butiker och relativt sett små personflöden redan i utgångsläget. Situationen gör dem sårbara för förändrad konkurrens och riskerar medföra en tilltagande koncentration från stadskärnans perifera till dess mer centrala stråk. Utslagning av butiker riskerar på kort sikt medföra ökade vakanser och på längre sikt en förändring av stadskärnans innehåll från butiker till café och restaurang, kommersiell service, kultur och/eller kontor i bottenvåningslokaler. Vakanser riskerar bidra till minskade flöden/närvaro och minskad social kontroll vilket kan påverka den upplevda tryggheten negativt. Risken för varaktiga vakanser med otrygghet som följd är störst i B- och C-lägen. Otrygghet har i sin tur negativ inverkan på platsens attraktivitet.
- **Ett förändrat innehåll i centrum kan påverka socioekonomiskt svagare hushålls tillgång till varor och tjänster negativt**
Helsingborgs stadskärna har en starkare rumslig koppling till socioekonomiskt svagare stadsdelar än Väla centrum. Ett minskat utbud av handel och kommersiell service i stadskärnan riskerar därför påverka dessa grupper mer än andra. I ett scenario där Väla utvecklas med ett förstärkt breddutbud finns det en risk att butiker i stadskärnan konkurreras ut. Det skulle resultera i en mindre jämlik tillgång på basvaror vilket är negativt utifrån ett socialt perspektiv.

Sociala konsekvenser i Helsingborg

- **En förändrat innehåll med gatuplansverksamheter tillgängliga under större del av dygnet kan vid god utformning bidra till en tryggare stadskärna**
Om vakanser ersätts med utåtriktade verksamheter som lockar människor, bidrar till levande gaturum och ”ögon mot gatan” under stor del av dygnet kan stadskärnan upplevas både mer attraktiv och trygg. Det kan handla om såväl restaurang- och kafé verksamheter men även gym och andra verksamheter som utformas med kontakt mot gaturummet.

Bilaga 1

-

Behov att begränsa ytterligare dagligvaruhandel på Väla handelsområde



Stadens tillväxt och handelns lokalisering

I uppdraget har också ingått att undersöka huruvida det finns behov av låta fortsätta begränsa livsmedelshandeln på Väla Handelsområde.

I nulägesbeskrivningen framgick att dagligvaruhandeln i Helsingborg omsatte knappt 5,8 miljarder med ett försäljningsindex om 101. Det senare ger vid handen dagligvaruhandeln i Helsingborgs kommun, i teorin, är så pass stark att den behåller all lokal köpkraft i kommunen. I praktiken är det dock ett uttryck för potentiellt utflöde av köpkraft från boende i Helsingborg, i samband med semester och så vidare, kompenseras av motsvarande inflöde från den boende i den omkringliggande regionen eller mer långväga besökare.

Dagligvaruhandeln har en relativt god spridning i förhållande till var människor bor i Helsingborgs stad. Studeras vidstående karta framgår att det finns tre tydliga kluster (Väla, Ringstorp och Helsingborgs centrum/södercity. Större singeletableringar finns också utspridda i staden med närhet till boende och/eller större trafikleder. Mindre butiker inriktade på den lokala närmarknaden återfinns bland annat i Statten, Mariastaden, Helsingborg centrum och Dalhem.

I förhållande till framtida bebyggelseutveckling för bostadsändamål finns en risk att vissa nya områden står utan eller ges en mer begränsad tillgång till bostadsnära dagligvaruhandel. Bland annat framtida riskerar framtida bostadsutveckling i de östra delarna av staden samt de norra delarna av Ödåkra ställas utan bostadsnära service.

Dagligvarubutiker efter omsättning

Omsättning i miljoner kr

- < 50
- 51 - 100
- 101 - 150
- 151 - 775

ÖP 2021

Ny markanvändning

- Mångfunktionell bebyggelse, Ändrad
- Sammanhängande bostadsbebyggelse, Ändrad
- Verksamheter och industri, Ändrad

FÖP H+

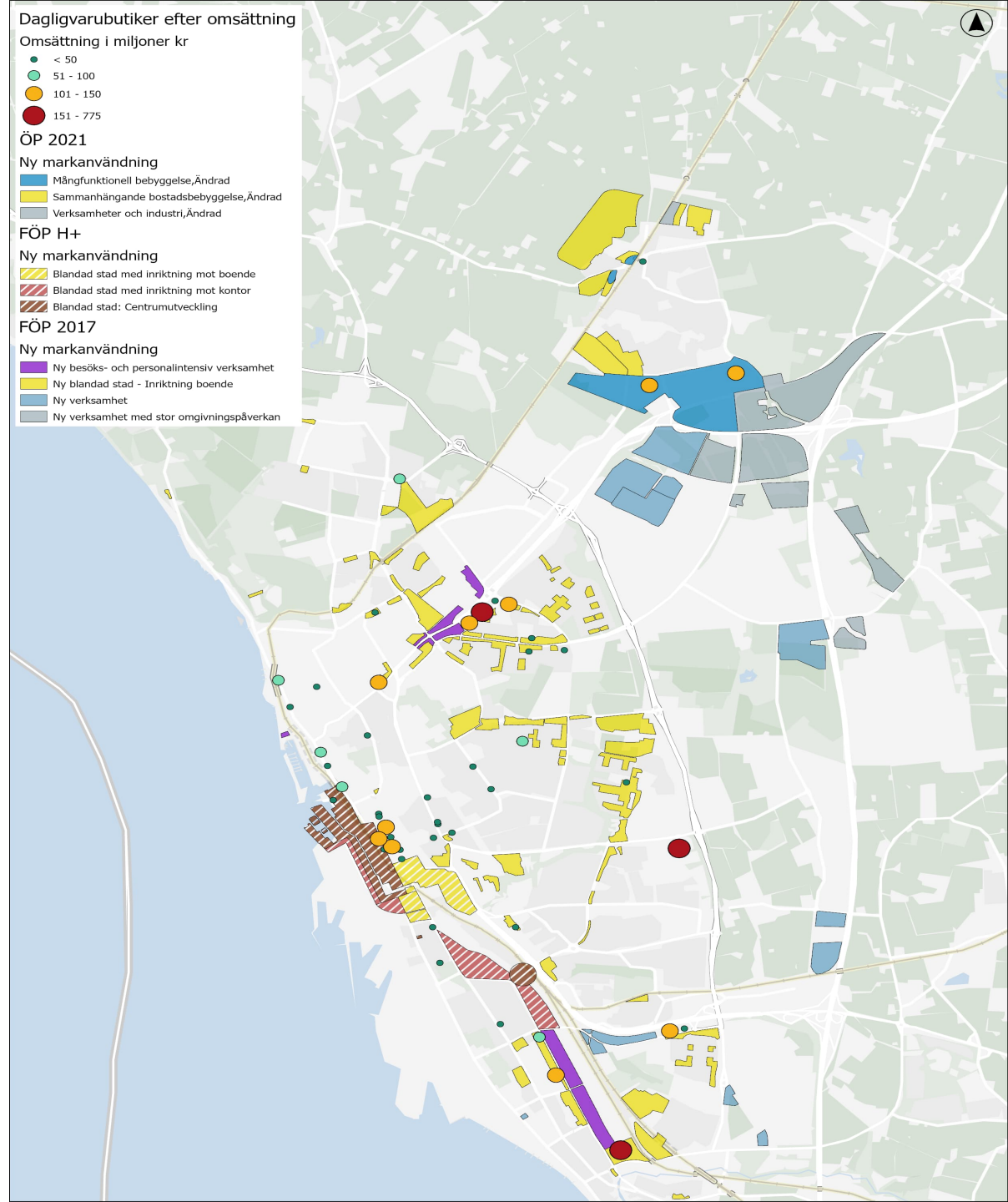
Ny markanvändning

- Blandad stad med inriktning mot boende
- Blandad stad med inriktning mot kontor
- Blandad stad: Centrumutveckling

FÖP 2017

Ny markanvändning

- Ny besöks- och personalintensiv verksamhet
- Ny blandad stad - Inriktning boende
- Ny verksamhet
- Ny verksamhet med stor omgivningspåverkan

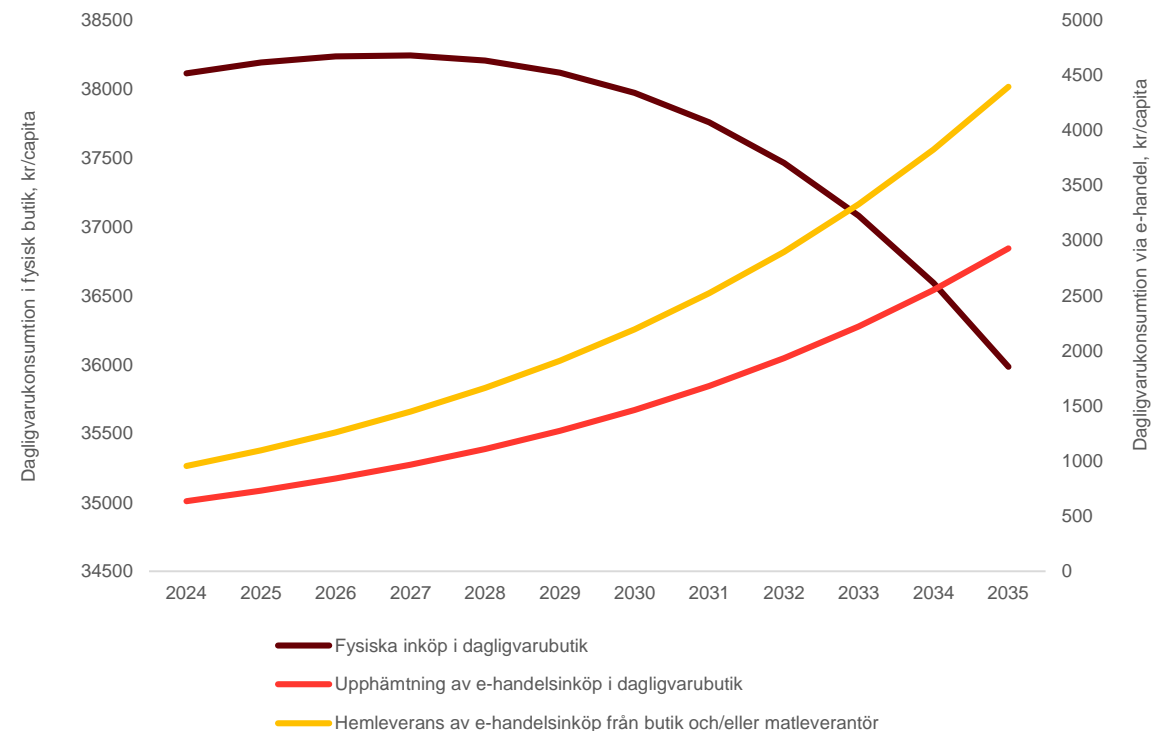


Marknadstillväxt och strukturomvandling

Konkurrensen inom dagligvaruhandeln i Helsingborgs kommun är att betrakta som relativt god. Studeras de etablerade kedjornas andel av den lokala omsättningen i dagligvaruhandeln i relation till motsvarande nyckeltal för riket kan konstateras att ICA har en något starkare position, det vill säga större andel av den totala omsättningen, i Helsingborgs kommun än i riket samtidigt som Coop och Axfood uppvisar det omvända förhållandet. Den stora vinnaren i Helsingborg tycks i sammanhanget vara Lidl som i ett jämförande perspektiv har en stark lokal position.

Behovet av livsmedels- och dagligvaruhandel styrs i ett framtidsperspektiv av marknadstillväxt, ändrade konsumtionsmönster och fortsatt strukturomvandling. På bara några år har synen på den framtida befolkningsutvecklingen och tillväxten förändrats kraftigt. De bakomliggande orsakerna till detta är bland annat en uppstramning av migrationspolitiken samt en allt snabbare demografisk omvandling med åldrande befolkning och allt lägre barnafödande. Därtill har postpandemisk oro och internationell osäkerhet kring den ekonomiska utvecklingen bidragit till en inbromsning av ekonomin och förändrat synen på den framtida tillväxten. Sammantaget leder dessa förändringar till att marknadstillväxten kan förväntas mattas av i ett framtidsperspektiv.

Utöver ovanstående fortgår handelns strukturomvandling. I den fysiska handeln tar sig detta uttryck genom att medelstora och stora dagligvarubutiker växer i omsättning såväl som antal samtidigt som antalet mindre butiker går i motsatt riktning då de slås ut eller läggs ned till följd av en svag lönsamhet.



Därtill fortsätter förändrade inköpsmönster att gynna e-handels tillväxt vilken inom dagligvaruhandeln tar sig uttryck genom bland annat upphämtning i butik, hemleverans av måltidslösningar traditionella inköp i fysiska butiker eller inköp i obemannade butiker.

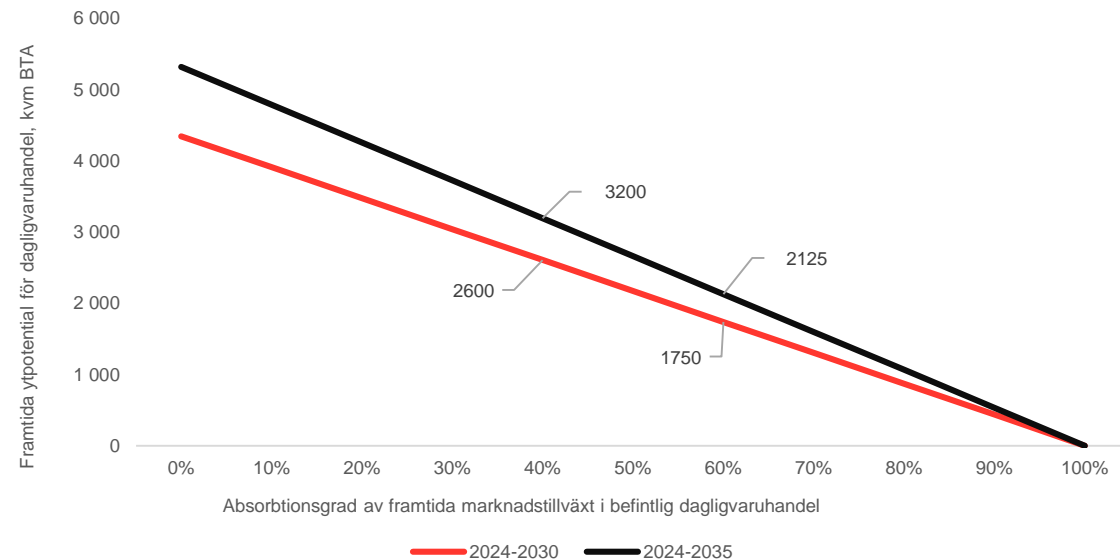
I ovanstående diagram visas hur dagligvarukonsumtionens fördelning mellan olika inköpskanaler kan förväntas utvecklas under den kommande tioårsperioden. Utvecklingen är tydlig så till vida att en majoritet av dagligvarukonsumtionen fortsatt förväntas ske genom fysiska besök i dagligvarubutiker. Under första halvan av 2030-talet förväntas dock en förändring kunna skönjas då per capita konsumtionen i tilltagande grad förskjuts mot digitala kanaler.

Etableringsutrymme och föreslagen lokalisering

Genom en kombination av lokala befolkningsprognoser och prognoser för dagligvarukonsumtionens framtida utveckling har WSP estimerat en framtida ytpotential för dagligvaror i Helsingborg. Den framtida ytpotentialen förväntas ha ett negativt samband till den befintliga handelns absorptionsgrad av framtida marknadstillväxt. Detta innebär i praktiken att i frånvaro av nyetableringar förväntas 100 procent av den framtida marknadstillväxten tillfalla den befintliga handeln och tvärtom. Det vill säga att om all framtida marknadstillväxt tas i anspråk av nyetableringar förväntas den befintliga handeln omsätta lika mycket som idag mätt i 2023 års priser. I praktiken är det rimligt att förvänta sig en situation mellan dessa ytterligheter.

WSP bedömer att den befintliga dagligvaruhandeln i Helsingborg behöver tillgodogöra sig 40-60 procent av den framtida marknadstillväxten för att möjliggöra långsiktig överlevnad. Detta innebär en ytpotential motsvarande knappt 1 750-2 600 kvm BTA under perioden 2024-2030 och 2 125 -3 200 kvm BTA under perioden 2024-2035. Detta motsvarar etableringsutrymme för en medelstor butik alternativt en till två mindre butiker med bostadsnära förankring.

I praktiken är marknadens aktörer mest lämpade att avgöra var goda marknadslägen finns och uppstår. För att möjliggöra fortsatt utveckling av dagligvaruhandeln ser WSP därför inte något direkt behov av att fortsatt begränsa dagligvaruhandelns expansion på Väla handelsområde. Tvärtom kan det finnas goda skäl att på lång sikt underlätta fortsatt etablering då branschens framtida utveckling är hölj i dunkel. Inte minst viktigt är en



beredskap att möjliggöra för idag okända koncept eller aktörer att etablera sig på platser som de anser är lämpliga för deras verksamhet.

Baserat på vad som framkommit om dagligvaruhandelns struktur och utveckling i Helsingborg samt den begränsade ytpotential som identifierats under perioden 2024-2035 rekommenderar WSP därför att potentiella etableringsförfrågningar styrs mot planerade eller pågående utvecklingsområden för bostadsbebyggelse och/eller stadsdelar och bostadsområden som idag är underförsörjda med dagligvaror. Genom att möjliggöra för en etablering av bostadsnära dagligvaruhandel skapas sociala värden genom att grupper som av olika anledningar har svårt att nå den idag befintliga dagligvaruhandeln ges möjlighet till en ökad tillgänglighet till dagligvaruhandel utan att de kommersiella villkoren för befintlig dagligvaruhandel förändras i grunden.

wsp

wsp.com

