



Cityindex 2022

# Cityindex 2022 Ronneby

Fastighetsägarna och HUI



# Innehåll

	Sida
1 Inledning	3
2 Detaljhandelns utveckling	10
3 Flöden i stadskärnorna	17
4 Den lokala stadskärnan	22
Lokala kartor	23
Befolkningen i stadskärnan	27
Omsättningsutveckling	32
Kommunens utveckling	42
Lokala kommentarer	46
5 Strategi för rikare stadsliv	48
6 Sammanfattning och rekommendationer	53
7 Kontaktuppgifter	56



# Inledning





# Förord

Vi befinner oss just nu i en tid där omvärldens ombytlighet återigen prövar vårt samhälle. Vi har precis påbörjat återhämtningen från år av pandemi och ställs nu inför en situation med krig i Europa följt av stigande energipriser, ökad inflation och ekonomisk osäkerhet. Detta påverkar såväl verksamheterna i våra stadskärnor som konsumtionsutrymmet hos besökarna.

Låt oss ta tillvara lärdomar från pandemiåren, att förändring är en del av stadens DNA, att våra mänskliga beteenden och behov driver utvecklingen, att vi konsumerar lokalt där vi är samt att stadskärnan är en plats för möten och trygghet. I Detaljhandelns konjunkturrapport från september 2022 skriver HUI att *”I svårare tider blir det ännu viktigare att ha koll på kundgruppernas agerande, när inkomstprioriteringar förändras i takt med att hushållens ekonomiska resurser minskar”*. Vi på Fastighetsägarna summerar det med vikten av att följa människan. I årets Cityindex Sverige har vi därför adderat data som visar vistelsemönster av olika besökstyper i stadskärnan. Vi delar in dem i boende, arbetande och övrigt.

Insikten om att flöden skapar stadsliv har aldrig varit viktigare. Våra rapporter visar på positiva samband mellan en varierad branschbredd och flöden samt hur icke kommersiella verksamheter indirekt bidrar till stadskärnans positiva omsättningsutveckling. Det vi ser och lär i stadskärnan har potential att driva utveckling och skapa ny efterfrågan och nya möjligheter att generera tillväxt för hela kommunen.

I nya tider av osäkerhet blir det ännu viktigare att arbeta tillsammans för stadslivet. Det är vår förhoppning att Cityindex Insikt och Cityindex Sverige tillsammans med rapporterna för respektive stadskärna utgör diskussionsunderlag och adderas till den expertis som fastighetsägare, kommuner, centrumorganisationer, närings- och kulturliv, invånare och övriga besitter om just sin stad.

**Anna Wiking**, näringspolitisk chef Fastighetsägarna Syd  
**Christina Friberg**, expert stadsutveckling Fastighetsägarna MittNord  
**David Björnberg**, omvärldsanalytiker Fastighetsägarna GFR  
**Helena Olsson**, chef stadsutveckling Fastighetsägarna Stockholm

# Om Cityindex

Cityindex är en objektiv, heltäckande och mellan stadskärnor helt jämförbar kartläggning av den kommersiella utvecklingen i samtliga Sveriges 107 stadskärnor.

Cityindex är ett samarbete mellan Fastighetsägarna och HUI.

**Fastighetsägarna** är en branschorganisation som arbetar för en hållbar fastighetsmarknad med en stark lokal förankring. Våra kontor finns från Malmö i söder till Luleå i norr. Hos oss är cirka 15 000 fastighetsföretag och bostadsrättsföreningar medlemmar.

På **HUI** älskar vi att undersöka, mäta och analysera hur konsumenter betar sig, hur framtida affärsmodeller ser ut och hur handel och destinationer kan utvecklas. I 50 år har vi på HUI hjälpt våra kunder att förstå omvärlden, agera utifrån nya förutsättningar och kommunicera med hjälp av väl underbyggd kunskap.



# Stadskärnans avgränsning

Stadskärnans avgränsning baseras på tätheten av boende och kommersiella verksamheter.

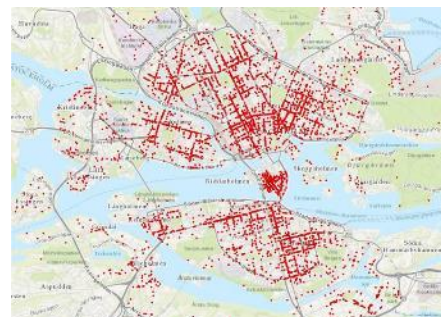
Grunden för Cityindex och vad som är stadskärnans avgränsning är antal verksamheter och befolkningsdensitet, alltså hur tätbefolkat området är samt hur tätt det är mellan de kommersiella verksamheterna. Ett område med en stor befolkningsmängd men utan verksamheter definieras som ett bostadsområde och ett område med enbart verksamheter och få boende definieras som externt handelsområde eller köpcentrum.

Ett grafiskt exempel på hur kombinationen av verksamheter och boende samspelar visas i kartorna över Stockholm här intill. De kommersiella verksamheterna är markerade med röda prickar. Densiteten är hög i mitten vid Gamla stan men även norr och söder om detta område. Om verksamhetskartan kombineras med kartan som med hjälp av gröna prickar visar befolkningsdensiteten i Stockholm börjar området att avgränsas tydligare. I de absolut mest centrala delarna av Stockholm är befolkningen

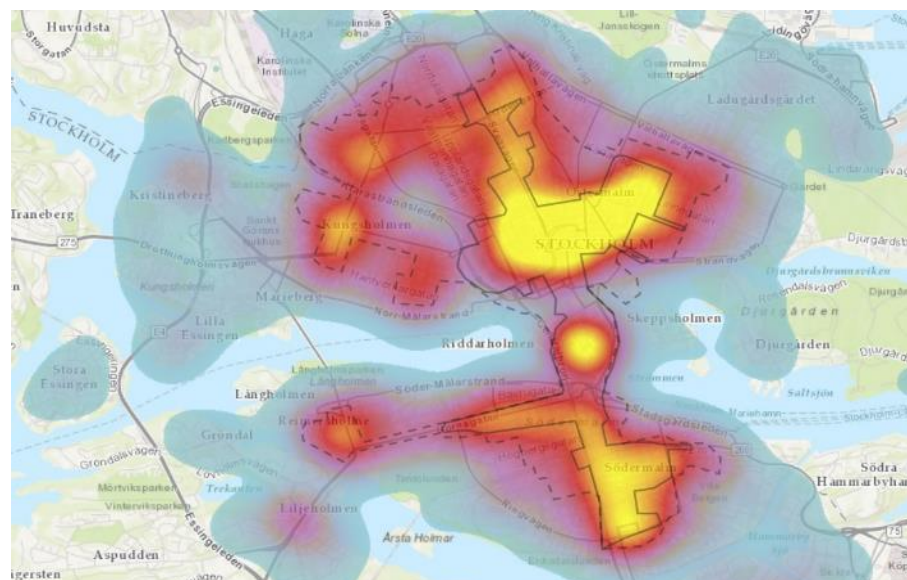
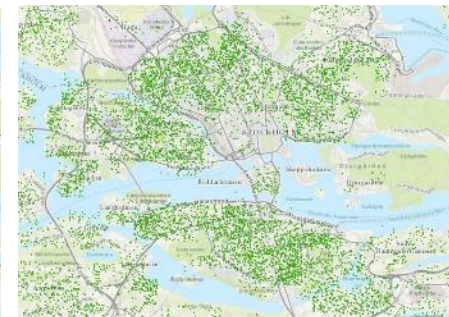
förhållandevis liten, men detta kompenseras av att antalet verksamheter är väldigt högt och att området angränsar till områden med ett stort befolkningsunderlag.

Stadskärnans avgränsning utformas utifrån en modell som tar hänsyn till ovan nämnda kriterier. Den stora kartbilden visar Stockholms stadskärna (heldragen linje) samt Stockholms innerstad (streckad linje). Utöver detta visas en intensitetskarta för antalet verksamheter. Kartan visar tydligt hur avgränsningen samspelar med var verksamheterna faktiskt ligger. Utanför stadskärnan finns vissa områden med hög densitet (många verksamheter) som inte inkluderas i avgränsningen på grund av antingen en brist på boende i området eller att avståndet till den övriga stadskärnan är för stort.

Densitet av verksamheter



Densitet av boende



Densitet av verksamheter samt avgränsning av Stockholm stadskärna



# Definitioner

## STADSKÄRNA

Stadskärnan avgränsas i första hand efter densitet av boende, butiker, restauranger och hotell. Utöver detta finns ett antal kompletterande regler om barriärer, resecentrum, större verksamheter och så vidare. Totalt finns det 107 stadskärnor i Sverige, vilket innebär att cirka 20 städer saknar stadskärna. De sistnämnda städerna har givetvis centrumbildningar, men dessa definieras istället som stadsdelscentrum på grund av en lägre densitet av boende och verksamheter.

## INNERSTAD

I storstäderna finns ofta stadsdelscentrum precis utanför stadskärnan som på många sätt motsvarar stadskärnans egenskaper och densiteter. Dessa ingår i ett yttre område som benämns "innerstaden" och kompletterar bilden av tätortens centrumbildning.

## TÄTORT

Enligt SCB definieras tätorter som "...tätbebyggda områden med minst 200 invånare och där avståndet mellan husen är mindre än 200 meter".

## STAD

Tätorter med 10 000 invånare eller fler. Städerna delas in i fyra grupper som harmoniserar med SKR:s kommungruppsindelning. Dessa är:

TYP AV STAD	ANTAL INVÅNARE I TÄTORTEN
Storstad	150 000+
Större stad	37 500–149 999
Medelstor stad	15 000–37 499
Småstad	10 000–14 999





# Indelning av stadskärnor

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

## STORSTÄDER

Göteborg  
Malmö  
Stockholm  
Uppsala

Skövde  
Sundsvall  
Södertälje  
Trollhättan  
Umeå  
Västerås

Växjö  
Örebro  
Östersund

## MEDELSTORA STÄDER

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

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

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

Ljungby  
Ludvika  
Mariestad  
Motala  
Norrköping  
Norrköping  
Nässjö  
Oskarshamn  
Piteå  
Sandviken  
Skellefteå  
Trelleborg

Uddevalla  
Vallentuna  
Varberg  
Visby  
Vänersborg  
Värnamo  
Västervik  
Ystad  
Åkersberga  
Ängelholm  
Örnsköldsvik

## SMÅSTÄDER

Arboga  
Arvika  
Bjuv  
Bollnäs  
Ekerö  
Eksjö  
Fagersta  
Finspång  
Gislaved  
Gällivare  
Höör

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





# Branschindelning

## TOTALT

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

## DETALJHANDEL

Sammanfattande begrepp för handel inom dagligvaror och sällanköpsvaror.

## DAGLIGVAROR

*SNI 47.11, 27.2*

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

## SÄLLANKÖPSVAROR

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

## BEKLÄDNADSVAROR

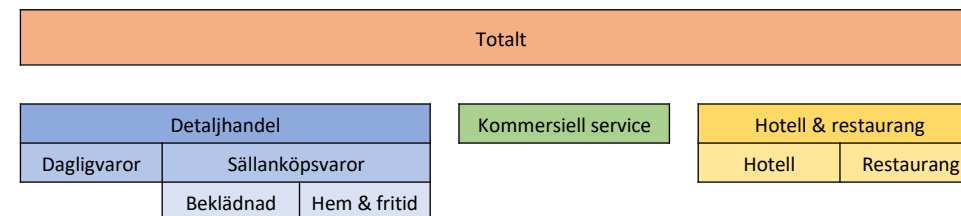
*SNI 47.71-72*

Kläder, skor, väskor och accessoarer.

## HEM- & FRITIDSVAROR

*SNI 47.19, 47.4-47.8 exkl. 47.71-72*

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



## KOMMERSIELL SERVICE

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

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

## HOTELL

*SNI 55.1-3*

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

## RESTAURANG

*SNI 56.1*

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



# Detailhandelns utveckling





# Stark tillväxt för detaljhandeln 2021

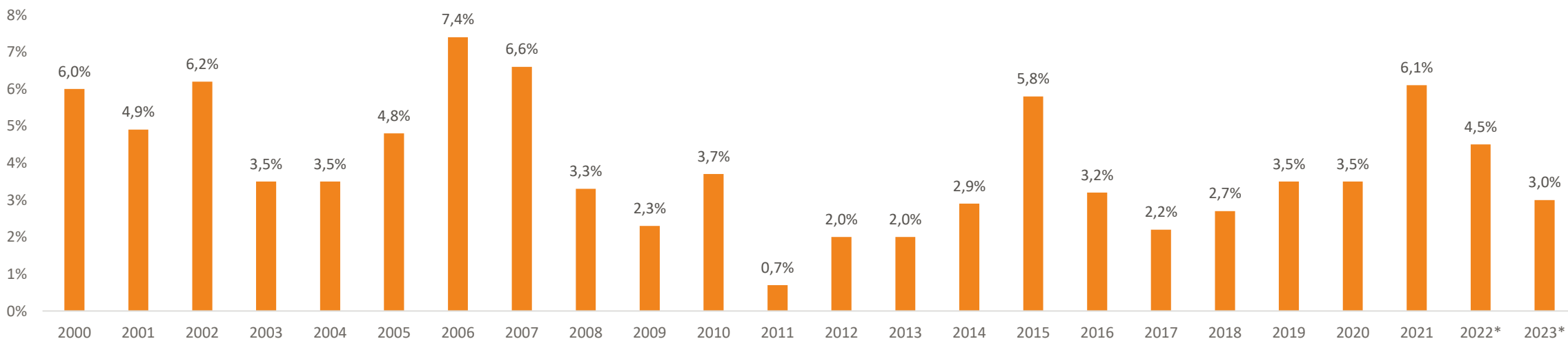
## DETALJHANDELN VÄXTE UNDER 2021

2021 var ett starkt år för detaljhandeln i riket. Alla branscher inom detaljhandeln låg på en högre försäljningsnivå än före pandemin, förutom modehandeln som fortfarande hade en lägre omsättning. Den svenska detaljhandeln ökade med 6,1 procent under 2021. Tillväxten kan bland annat förklaras av att samhället började öppnas upp igen efter att ha påverkats av restriktioner under en stor del av 2020. E-handels kraftiga utveckling var också en bidragande faktor bakom tillväxten i detaljhandeln.

## PROGNOSEN FRAMÅT

Prognosen för detaljhandeln är att tillväxten kommer att uppgå till 4,5 procent under 2022 och till 3,0 procent under 2023. Även om hushållens köpkraft kommer att minska framöver kommer de ökade priserna i handeln att kompensera för en minskning av försäljningsvolymerna. Framförallt gäller detta dagligvaruhandeln, där priserna har ökat markant till följd av högre råvarupriser och ökade energi- och bränslepriser.

## DETALJHANDELNS OMSÄTTINGSUTVECKLING I LÖPANDE PRISER



\*Detaljhandelns konjunkturrapport september 2022, HUI

Källa: SCB:s Detaljhandelsindex och HUI

# Positiv tillväxt för fysisk detaljhandel i samtliga län

## SAMTLIGA LÄN HAR HAFT POSITIV TILLVÄXT

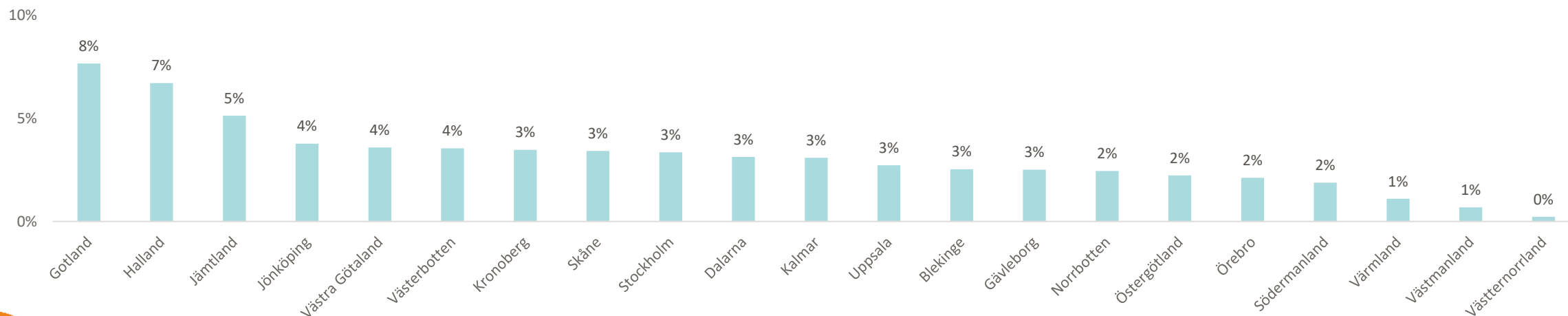
Detaljhandelns förutsättningar har förändrats drastiskt sedan pandemin slog till. Siffror från databasen Handeln i Sverige visar att den fysiska handeln med sällanköpsvaror ökade med 5,2 procent under 2021, medan den fysiska handeln med dagligvaror ökade med 1,4 procent. Totalt sett växte den fysiska detaljhandeln med 3,2 procent. Med fysisk handel avses handel i butik exklusive e-handel.

## VARIERANDE TILLVÄXT I KOMMUNER OCH LÄN

Gränshandelskommunerna ökade svagt under 2021, men ligger fortfarande långt ifrån omsättningen före pandemin. Kommuner med pendlingsavstånd till storstäder har haft en gynnsam utveckling under både 2020 och 2021, då många boende i dessa har arbetat hemifrån och därför har gjort en större del av sina inköp närmare hemmet. Av alla län klarade sig Gotland och Halland bäst, med en omsättningsökning om 8 respektive 7 procent. Västernorrland, Västmanland och Värmland hade lägst tillväxt.

## DEN FYSISKA HANDELNS TILLVÄXT PER LÄN

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





# Detaljhandeln växte främst på nätet

## STÖRSTA DELEN AV TILLVÄXTEN SKEDDE PÅ NÄTET

Under 2021 hade e-handeln en starkare tillväxt än före pandemin, även om tillväxten var betydligt lägre än 2020. Samtidigt som den fysiska handeln hade utmaningar under året gynnades e-handeln i hög grad av den sociala distansering som rått under pandemin. Under 2021 uppgick försäljningen i den svenska e-handeln till 146 miljarder kronor, en ökning med 20 procent sedan år 2020. Dagligvaruhandeln var den delbransch som växte allra mest, men från en relativt låg nivå. I sällanköpsvaruhandeln stod e-handeln för hela tillväxten.

## TILLVÄXT ÄVEN I FYSISK HANDEL, MEN BETYDLIGT SVAGARE

Den fysiska handeln i riket ökade också under 2021, om än med betydligt svagare tillväxttal än e-handeln. Det ska dock tilläggas att detaljhandelstillväxten var den högsta på sex år. Under perioden 2010-2021 har den fysiska handeln ökat med 1 till 5 procent per år, det vill säga långt mindre än e-handeln.



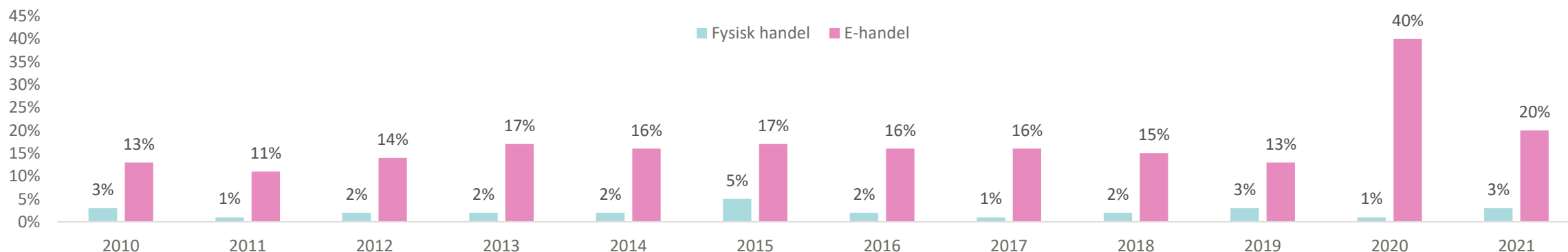
Under 2021 omsatte e-handeln

**146 miljarder**

(+20 procent)

## DETALJHANDELSTILLVÄXT, FYSISK HANDEL OCH E-HANDEL

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



# Återhämtning för hotell och restaurang

## ÅTERHÄMTNING FÖR HOTELL

Hotellbranschen drabbades hårt under pandemins första år, men återhämtade sig delvis under 2021. Hotellbranschen ökade med 32 procent, vilket betyder att hotellen ännu inte är tillbaka på samma nivå som före pandemin. Däremot är det tydligt att hotellbranschen hade ett bättre år 2021 jämfört med 2020. En förklaring kan vara att många svenskar bestämde sig för att semestra på hemmaplan, då pandemiläget var fortsatt osäkert.

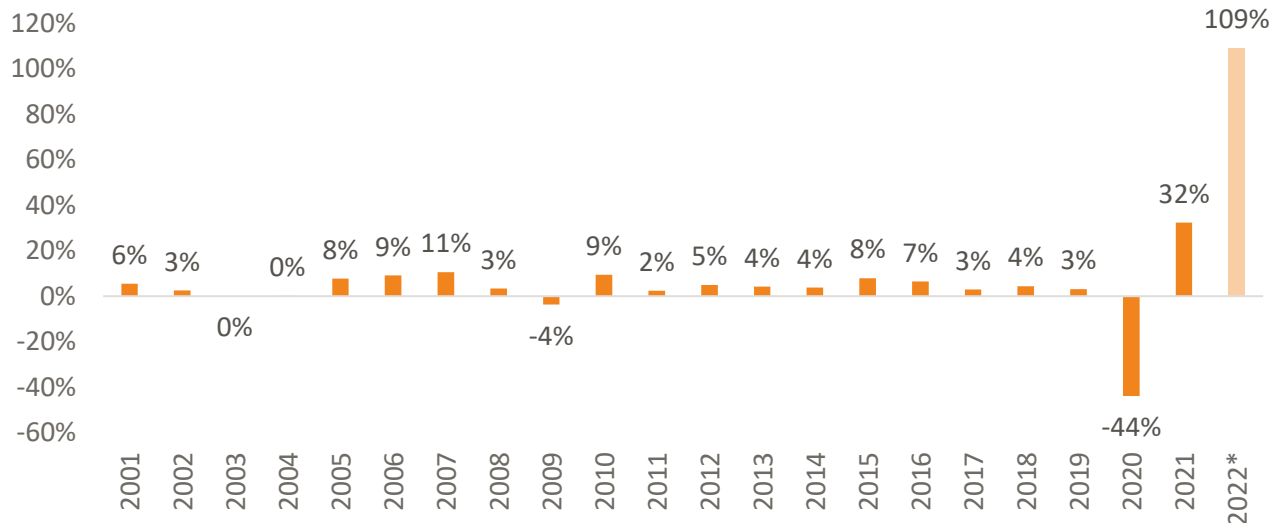
## RESTAURANGNÄRINGEN ÖKADE MED 16 PROCENT

Även restaurangnäringen har återhämtat sig, med en omsättningsökning på 16 procent under 2021. Många aktörer har försökt bibehålla efterfrågan exempelvis genom att erbjuda avhämtning, hemkörning eller en längre uteserveringssäsong.

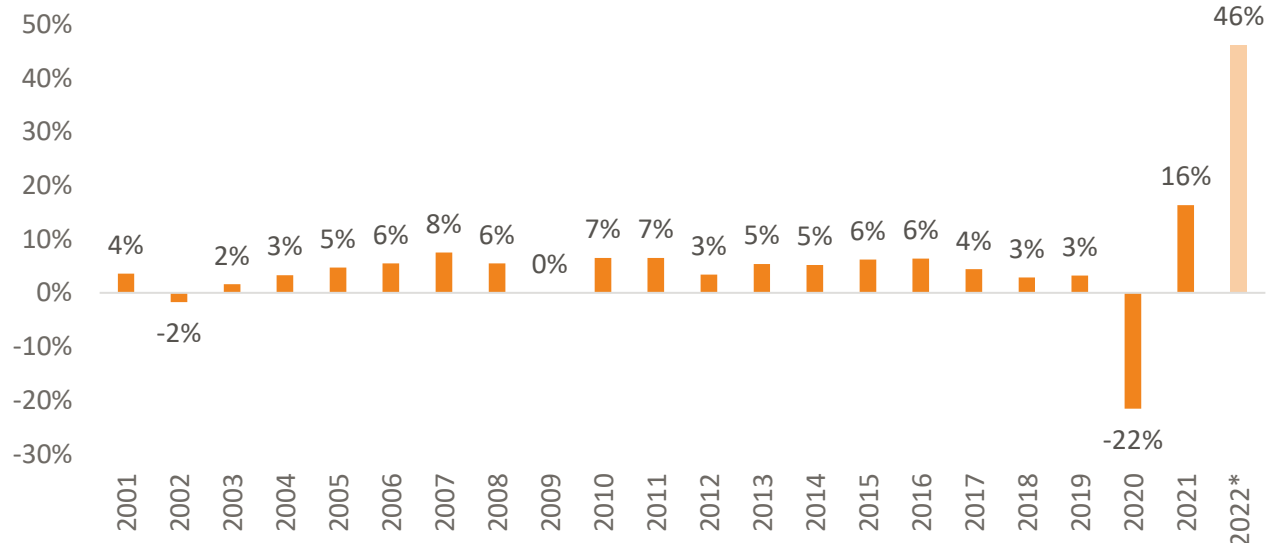
## FLER PERSONER NYTTJADE KOMMERSIELL SERVICE

Den sociala distanseringen har lett till att många har undvikit gym, frisörer, biografer och andra verksamheter. Även resebyråernas omsättning har minskat kraftigt till följd av att det inte längre har varit lika enkelt att åka utomlands. 2021 var dock inte lika pandemityngt som 2020, vilket gjorde att nyttjandet av ovan nämnda verksamheter började öka igen.

## HOTELLBRANSCHENS OMSÄTTNINGSENTVECKLING I LÖPANDE PRISER



## RESTAURANGBRANSCHENS OMSÄTTNINGSENTVECKLING I LÖPANDE PRISER



\*Första halvåret 2022

Källa: SCB



# Stadskärnans marknadsandel oförändrad

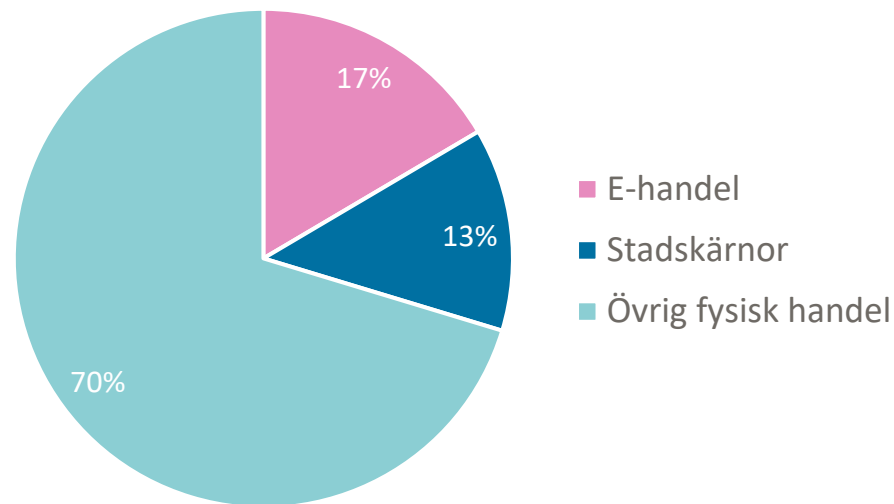
## FÄRRE KÖP GÖRS I STADSKÄRNAN

E-handeln har haft en stark tillväxt under pandemin, både under 2020 och 2021. Branschens andel av den totala försäljningen i detaljhandeln växte från 16 till 17 procent mellan 2020 och 2021. Andelen av detaljhandelns omsättning som spenderades i stadskärnan uppgick till 13 procent, liksom året innan. Övrig fysisk handel minskade från 71 till 70 procent men stod för en klar majoritet av detaljhandelsförsäljningen. Övrig fysisk handel avser köpcentrum och handelsområden som är belägna utanför stadskärnan, samt mer glest klustrad handel såsom bostadsnära livsmedelsbutiker.

## OMSÄTTNING I FÖRSÄLJNINGSKANALERNA

Totalt omsatte detaljhandeln 884 miljarder kronor under 2021. Detaljhandeln går i sin tur att fördela på fysisk detaljhandel och e-handel. Den fysiska detaljhandeln omsatte 738 miljarder kronor, medan e-handeln omsatte 146 miljarder kronor. I Sveriges stadskärnor omsatte detaljhandeln totalt 116 miljarder kronor, vilket innebär att e-handeln var en större försäljningskanal för detaljhandeln än stadskärnorna för andra året i rad.

## TOTAL DETALJHANDELSOMSÄTTNING FÖRDELAD PÅ FÖRSÄLJNINGSKANAL 2021



# Stor efterfrågan på kultur

## FÖRÄNDRING I HUSHÅLLENS KONSUMTION

Den andel av konsumtionen som de svenska hushållen lägger på detaljhandel har varit relativt stabil sedan 1991. Den tydligaste skillnaden är att hushållen lägger mindre pengar på alkohol och tobak, och mer på möbler, inredning och förbrukningsvaror. Svenskarna lägger vidare en betydligt mindre andel av inkomsten på boende, medan rekreation och kultur tar en allt större andel av plånboken. Även andelen som läggs på post- och telekommunikation har ökat, om än från en låg nivå.

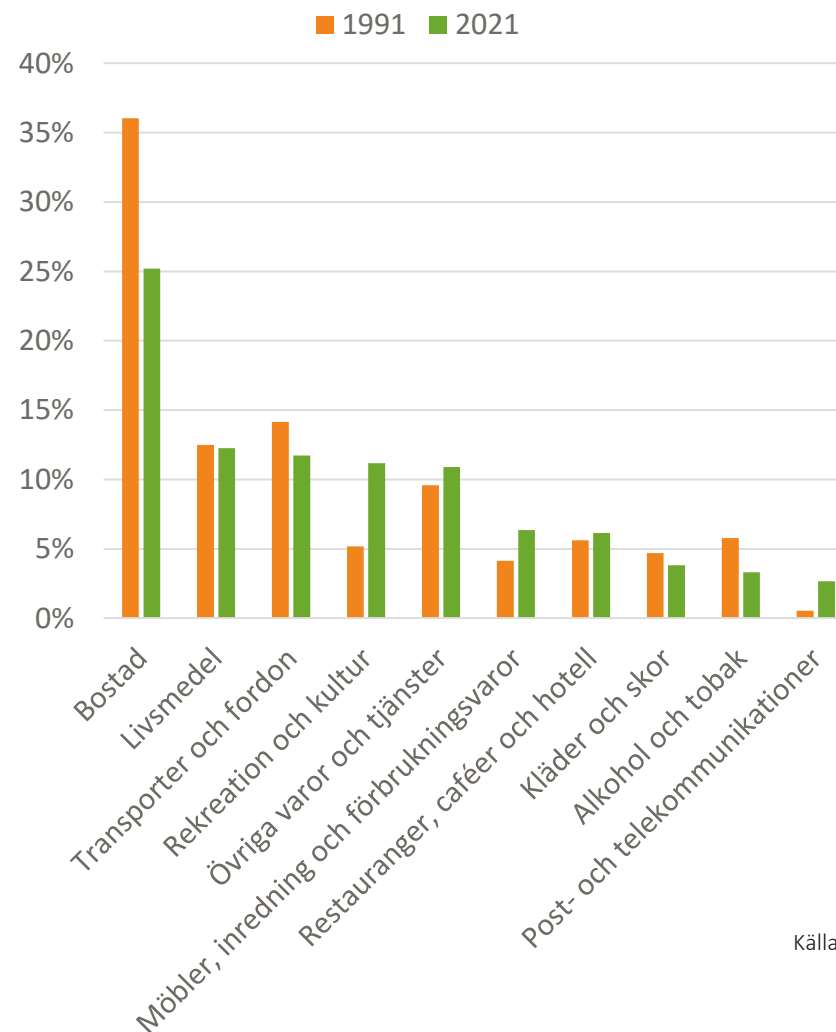
## MINDRE ANDEL AV KONSUMTIONEN TILL BOENDE

Trots att boende är den klart största utgiftsposten för hushållen har dess andel av konsumtionen minskat kraftigt, från 36 procent 1991 till 25 procent 2021. Under de senaste 30 åren har bolåneräntorna varit låga och inkomstutvecklingen har varit god. Under 2022 kan dock höjda räntor och rekordhöga energipriser leda till att en större del av hushållens konsumtion går till boende.

## MERVÄRDEN AV KULTUR

Diagrammet visar att hushållens konsumtion av rekreation och kultur har mer än fördubblats på 30 år. Rapporten [Cityindex Insikt](#) visar att det lönar sig att låta kulturen ta plats i stadskärnorna, särskilt i de små och medelstora städerna där det går att påvisa att den totala omsättningen i stadskärnan ökar med 4,3 procent när en kulturverksamhet etablerar sig. Kulturverksamheter såsom teatrar, biografier, muséer och konstgallerier bedriver ofta verksamhet på andra tider än många andra branscher. Det förlänger stadskärnans öppettider, vilket medför att människor är i rörelse i stadskärnan under en större del av dygnet. Utöver den omsättning kultursektorn bidrar med är den alltså även en viktig del när det kommer till att tillföra liv och rörelse och för att öka den upplevda tryggheten i stadskärnan. Kulturverksamheter bidrar även med stora sociala värden och till att skapa trivsamma platser där folk vill stanna kvar.

## HUSHÅLLENS KONSUMTION 1991-2021





A young woman with long, wavy red hair styled in a braid, wearing a white, textured knit sweater, is shown in profile, smiling and looking towards the left. She is standing in a busy outdoor market or street scene. In the background, there are other people, including a man in a dark jacket and another in a plaid shirt, and various market stalls with white awnings. The scene is brightly lit, suggesting a sunny day. The text "Flöden i stadskärnorna" is overlaid on the left side of the image.

**Flöden i stadskärnorna**



# Flöden skapar stadsliv

## FLÖDET VÄXTE I TAKT MED VACCINATIONERNA

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

## TELIA CROWD INSIGHTS

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

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

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





# Flödesnivån 2019–2022

## 2020: TVÅ AV FEM BESÖK I STADSKÄRNAN UTEBLEV

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

## 2021: POSITIV TREND MEN VART TREDJE BESÖK SAKNADES

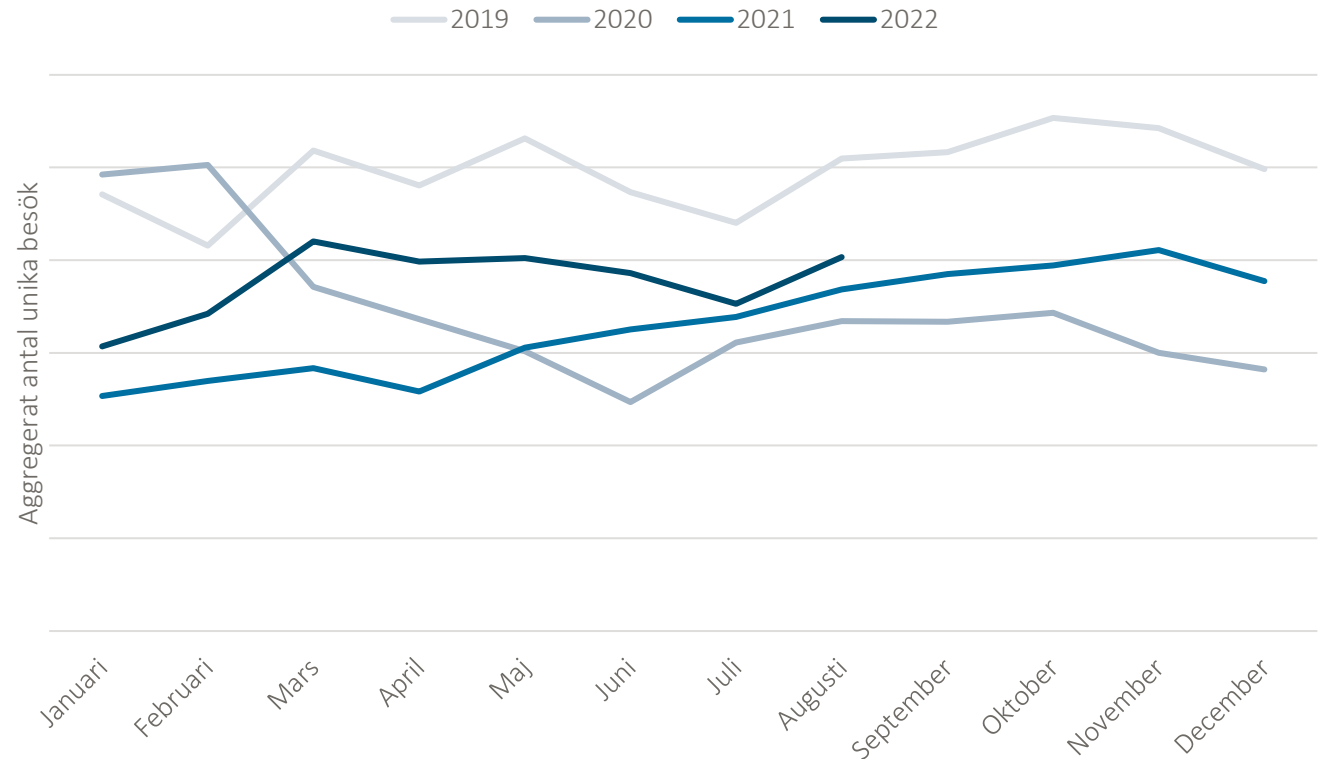
Januari 2021 inleddes med rekordlåga flödesnivåer jämfört med motsvarande månad 2019 (-46 procent i januari), men hade generellt en uppåtgående trend fram till årsslutet (-24 procent i december). För helåret 2021 minskade flödesnivåerna med 33 procent jämfört med 2019.

## 2022: EN AV FEM BESÖKARE SAKNAS FORTFARANDE

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

## FLÖDESNIVÅN I STADSKÄRNORNA

Flödesnivån i de svenska stadskärnorna januari 2019 till augusti 2022



Källa: Telia Crowd Insights

# Flödesutveckling 2019-2022

## FLÖDESUTVECKLINGEN SPEGLAR STADSSTORLEKEN

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

## STORSTÄDerna TAPPADE MEST MEN ÅTERHÄMTADE SIG BÄST

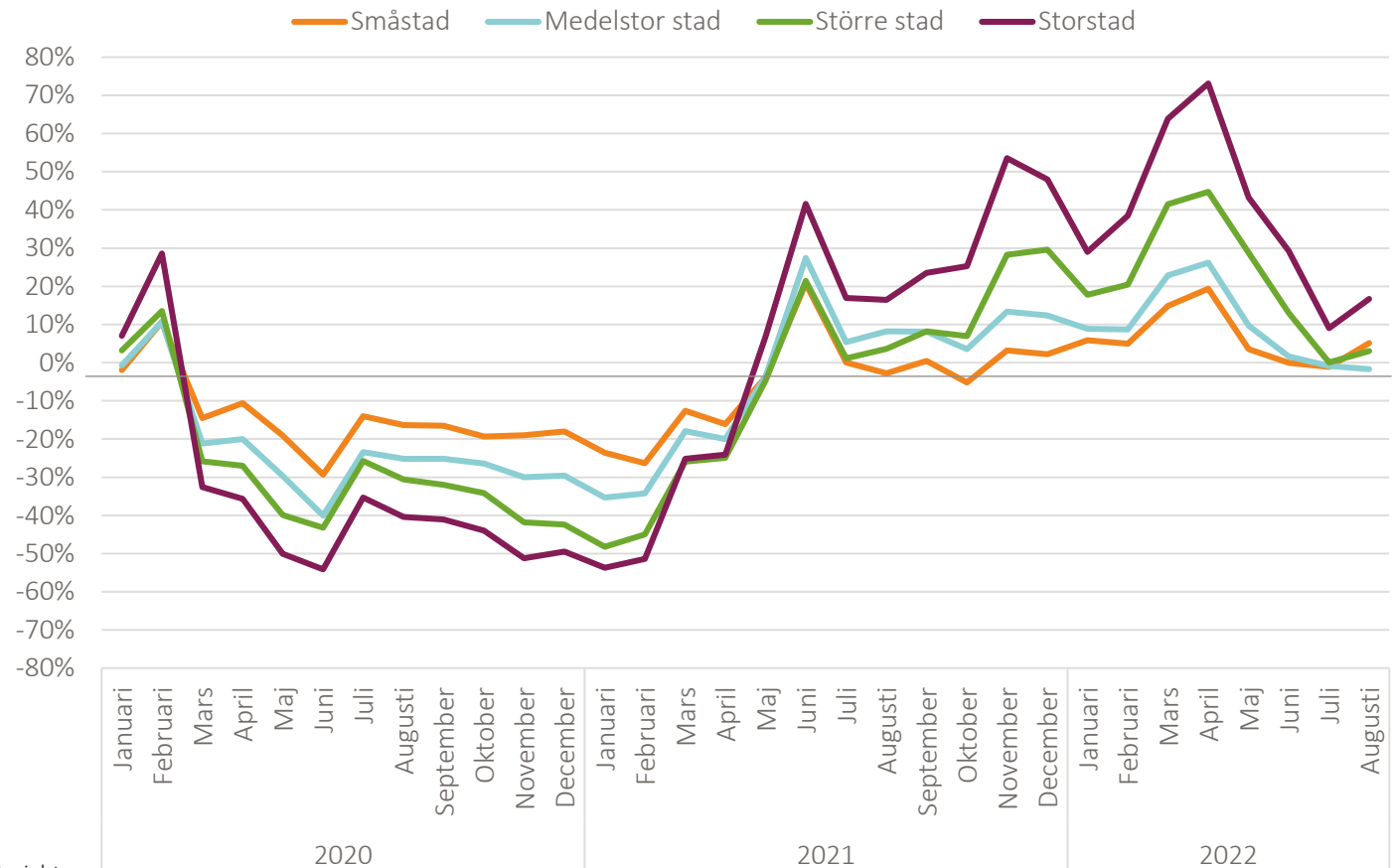
Flödestrenden vände runt maj 2021 för samtliga stadskärnetyper, när besöksflödet blev positivt jämfört med motsvarande månad året före. Storstäderna, som har bäst förutsättningar att återhämta sig, fick se en rekyleffekt som toppade vid +73 procent i april 2022 jämfört med april 2021.

## MIX AV BRANSCHER ÖKAR BESÖKEN

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

## FLÖDESUTVECKLING I STADSKÄRNORNA

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





# Besökstyper 2019–2022

## FLÖDET SKILJER SIG MELLAN OLIKA BESÖKSTYPER

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

## EN AV FEM ARBETANDE HAR ÄNNU INTE ÅTERVÄNT

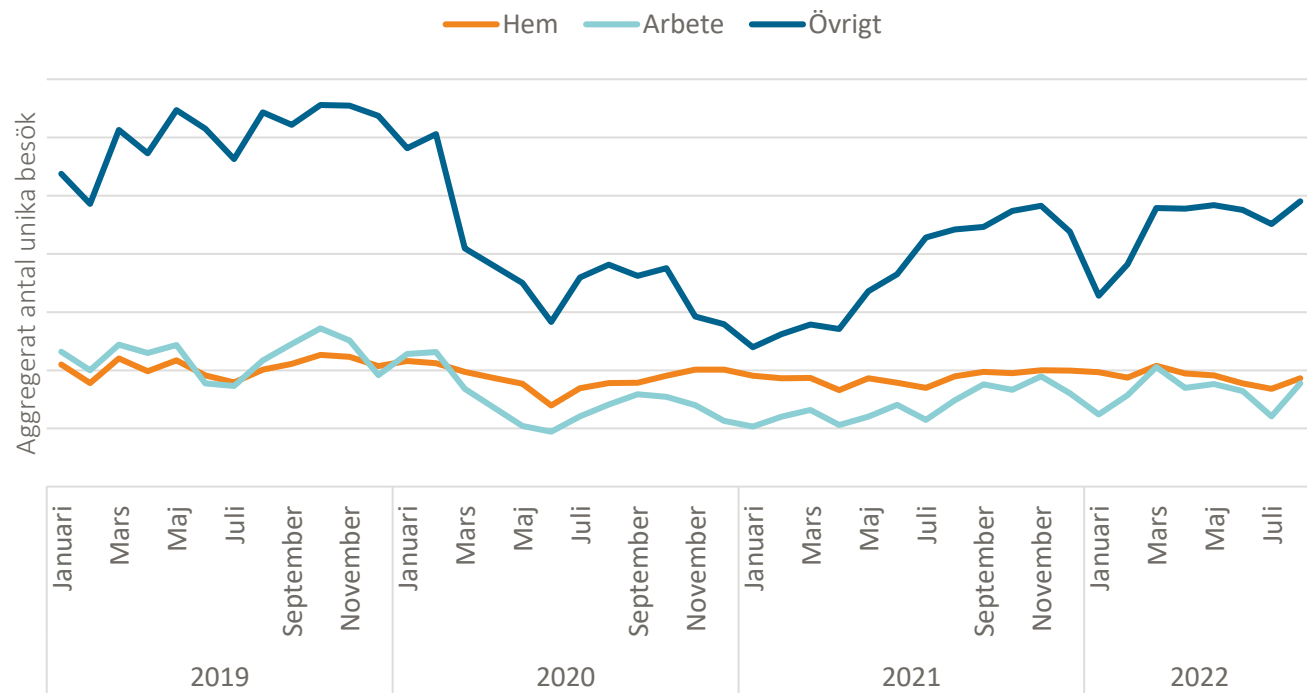
Besök kategoriserade som arbete minskade i snitt med 42 procent under pandemins första år (mars 2020 till februari 2021). Sedan i mars 2022 har detta gap halverats i takt med återgången till arbetsplatserna i stadskärnorna, och ligger i snitt 21 procent under motsvarande period 2019.

## VIKTIGT ATT ÖVRIGA BESÖK ÅTERVÄNDER TILL STADSKÄRNORNA

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

## BESÖKSTYPER I STADSKÄRNORNA

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



Besökstyperna kategoriseras av Telia Crowd Insights enligt följande definition:

Källa: Telia Crowd Insights

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

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

A wide, paved urban path at sunset. Two women are riding bicycles away from the camera on the left side of the path. The sun is low on the horizon, creating a strong lens flare and casting long shadows. Other people are walking and cycling in the distance. The path is bordered by trees and modern streetlights. The overall atmosphere is bright and active.

# Den lokala stadskärnan



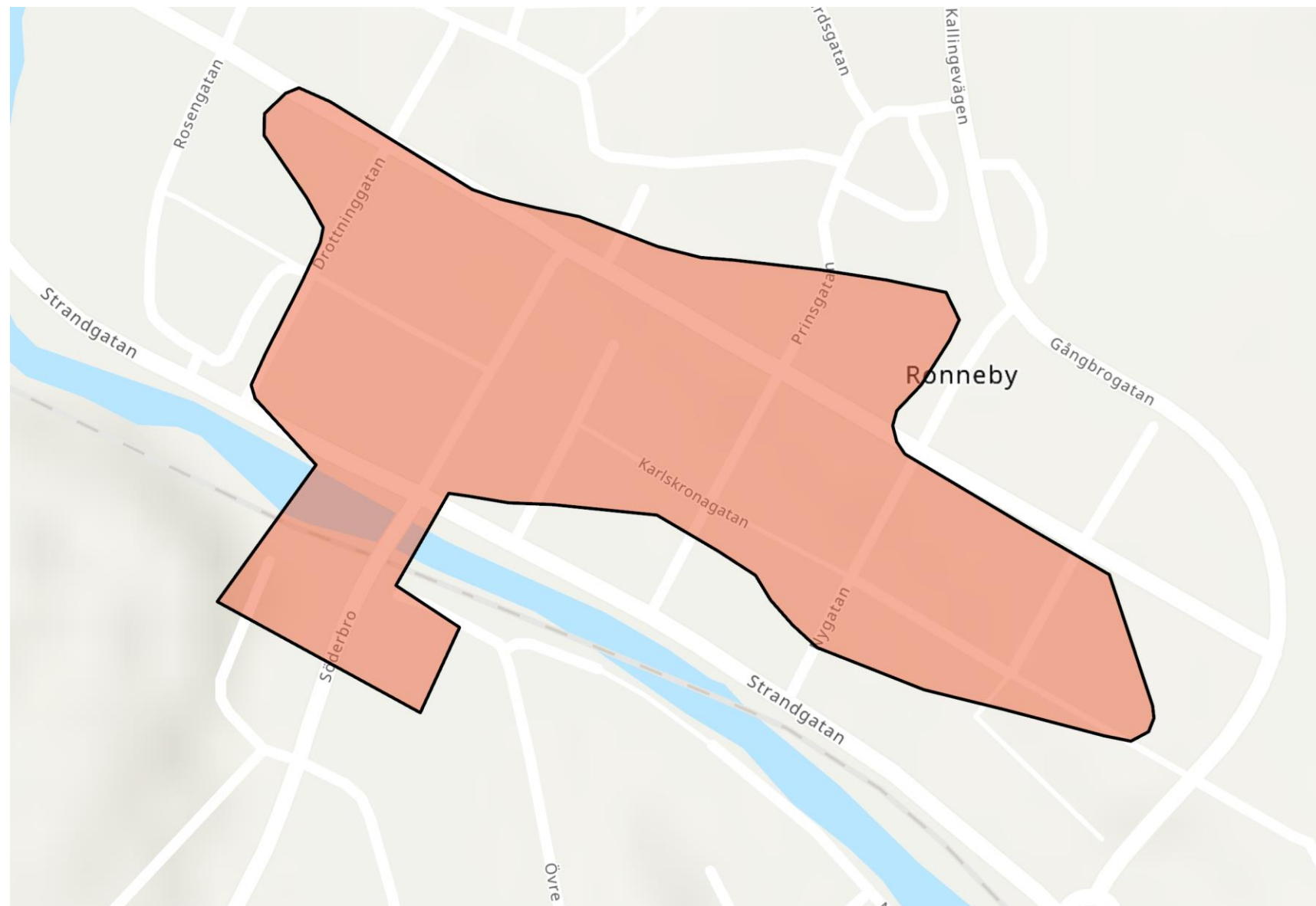
# Lokala kartor





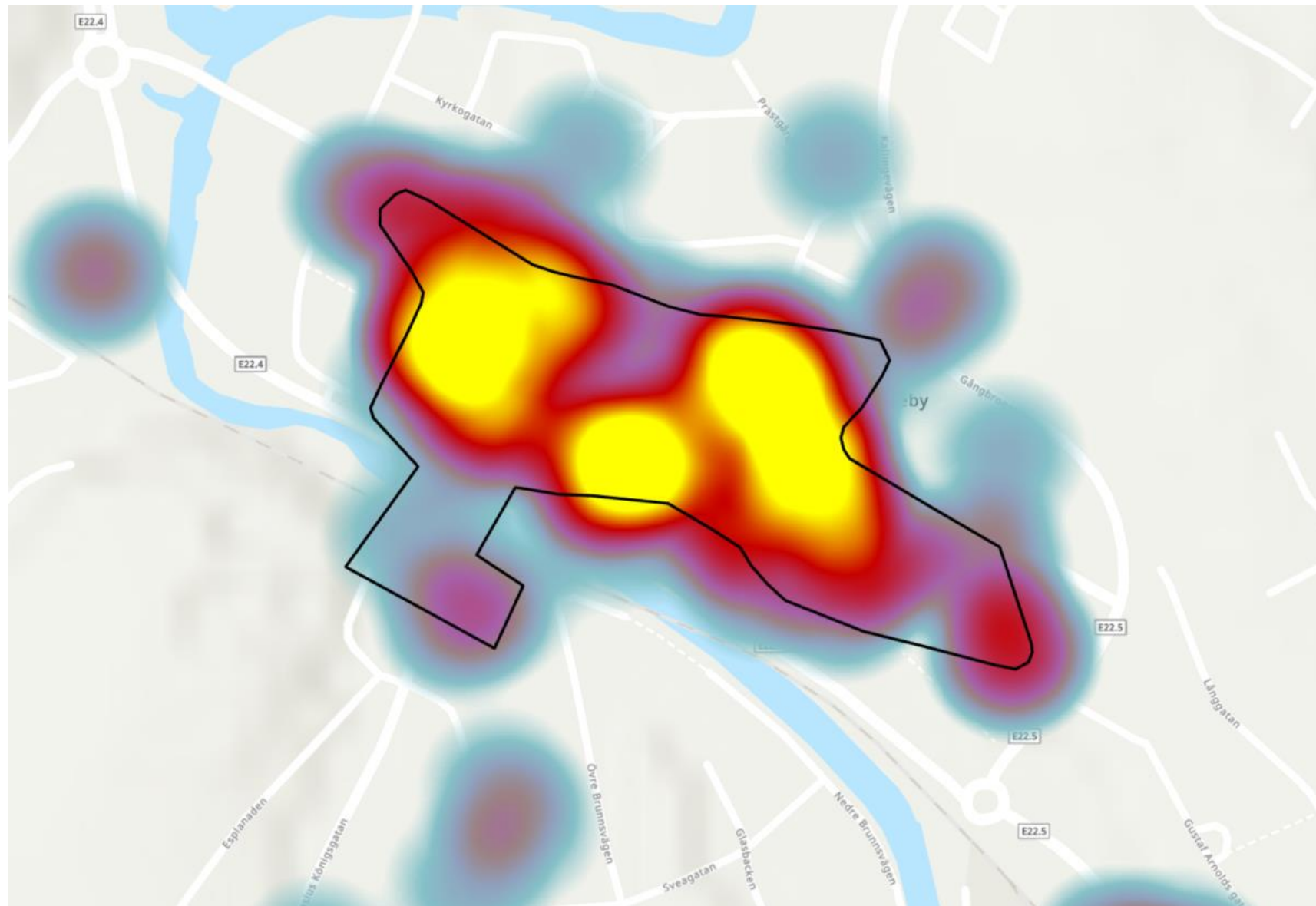
# Stadskärnan

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



# Densitet av kommersiella verksamheter

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

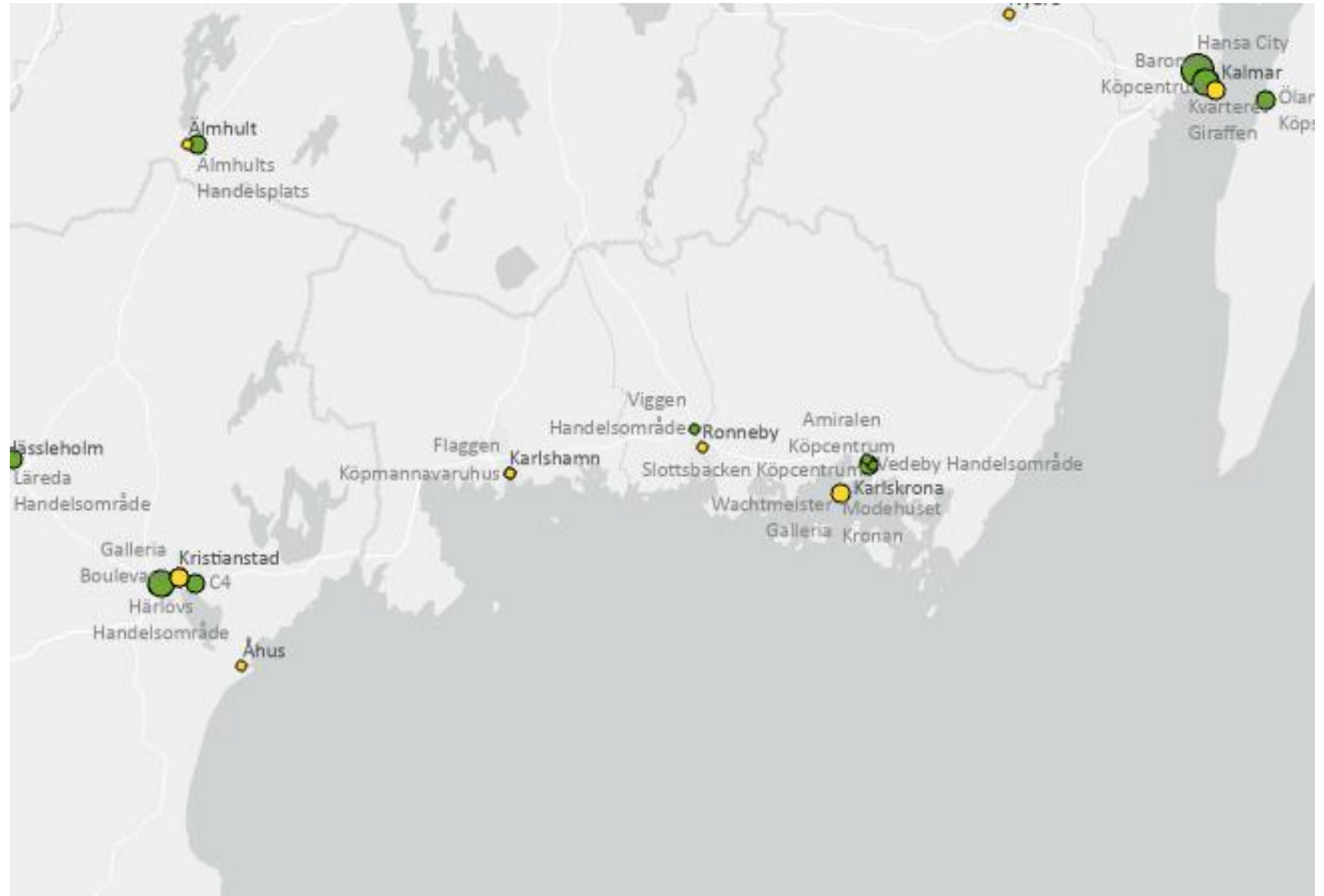


Källa: SCB

# Konkurrens-situation

På bilden visas de köpcentrum, handelsplatser och stadskärnor som ligger i närheten av stadskärnan.

- Gula cirklar avser stadskärnor.
- Gröna cirklar avser köpcentrum och handelsområden.
- Cirkelns storlek indikerar omsättningen på respektive plats.



Källa: SCB



# Befolkningen i stadskärnan



# Befolkningsutveckling

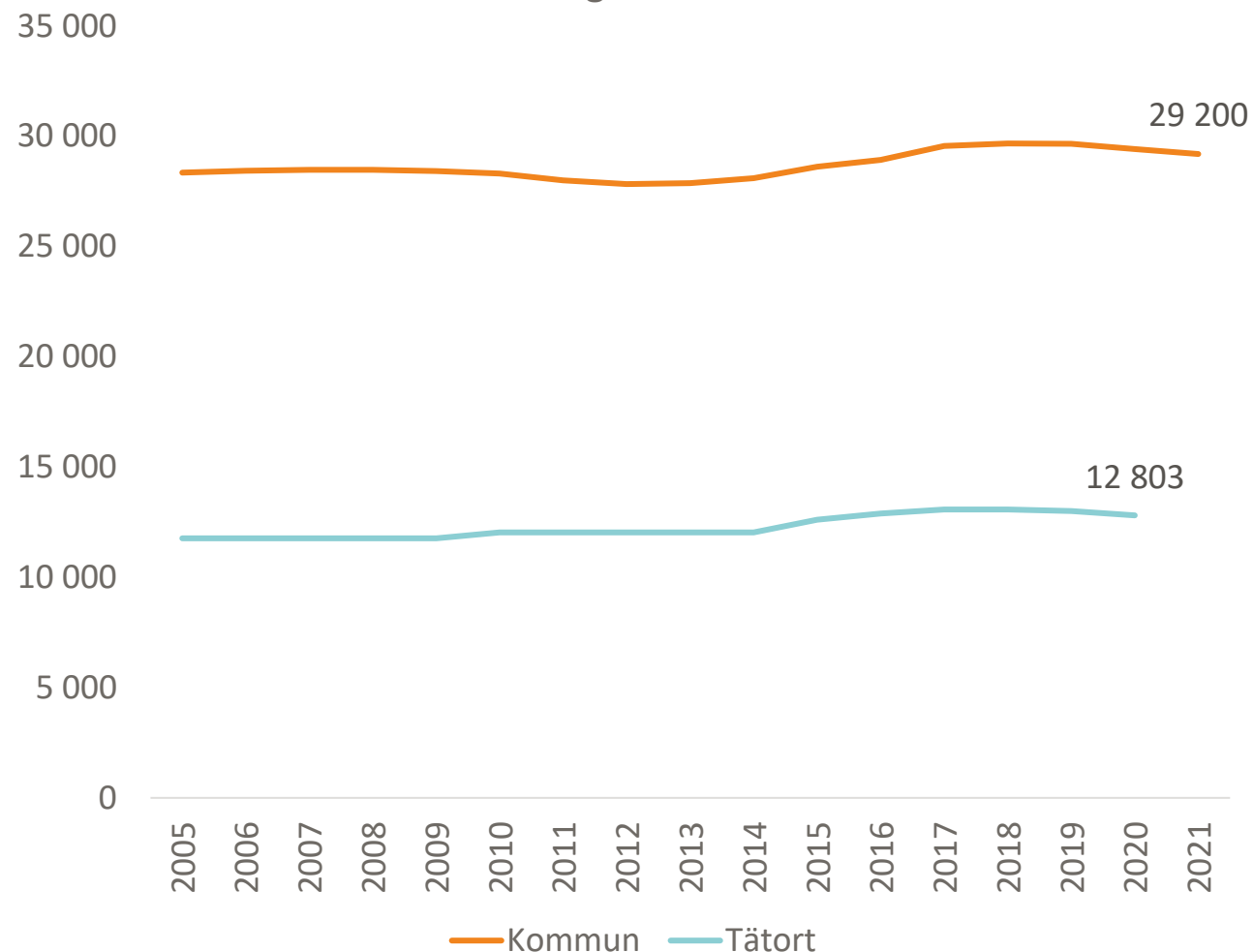
Befolkningsutvecklingen har en central roll i stadskärnans framtida förutsättningar. En växande befolkning innebär större möjligheter för stadskärnan att växa, både sett till yta och till omsättning.

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

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



Befolkning i kommun och tätort



# Befolkningen i stadskärnan

Antalet personer som bor och arbetar i stadskärnan har stor påverkan på stadskärnans förutsättningar. För de som bor i stadskärnan blir det naturligt att besöka de verksamheter som ligger i närheten av bostaden. Antalet boende har en särskilt stor påverkan på dagligvaruhandeln i stadskärnan, eftersom det är vanligt att handla mat nära sin bostad. De som bor väldigt nära stadskärnan brukar också den dagligen. Det kan finnas bostäder i direkt anslutning till det uppritade området, till exempel.

Även de som arbetar i stadskärnan har en naturlig anledning att regelbundet besöka stadskärnan. Det är vanligt att dessa personer handlar, äter på restaurang eller besöker kommersiella verksamheter som exempelvis frisör i samband med sitt arbete i stadskärnan. Särskilt viktiga är de arbetande för lunchförsäljningen på restaurangerna i stadskärnan.

1 256 personer bor i stadskärnan (befolkning)

624 personer arbetar i stadskärnan (dagbefolkning)

476 arbetande personer som bor i stadskärnan (nattbefolkning)

Källa: SCB



# Balans mellan dag- och nattbefolkning

## Om måttet

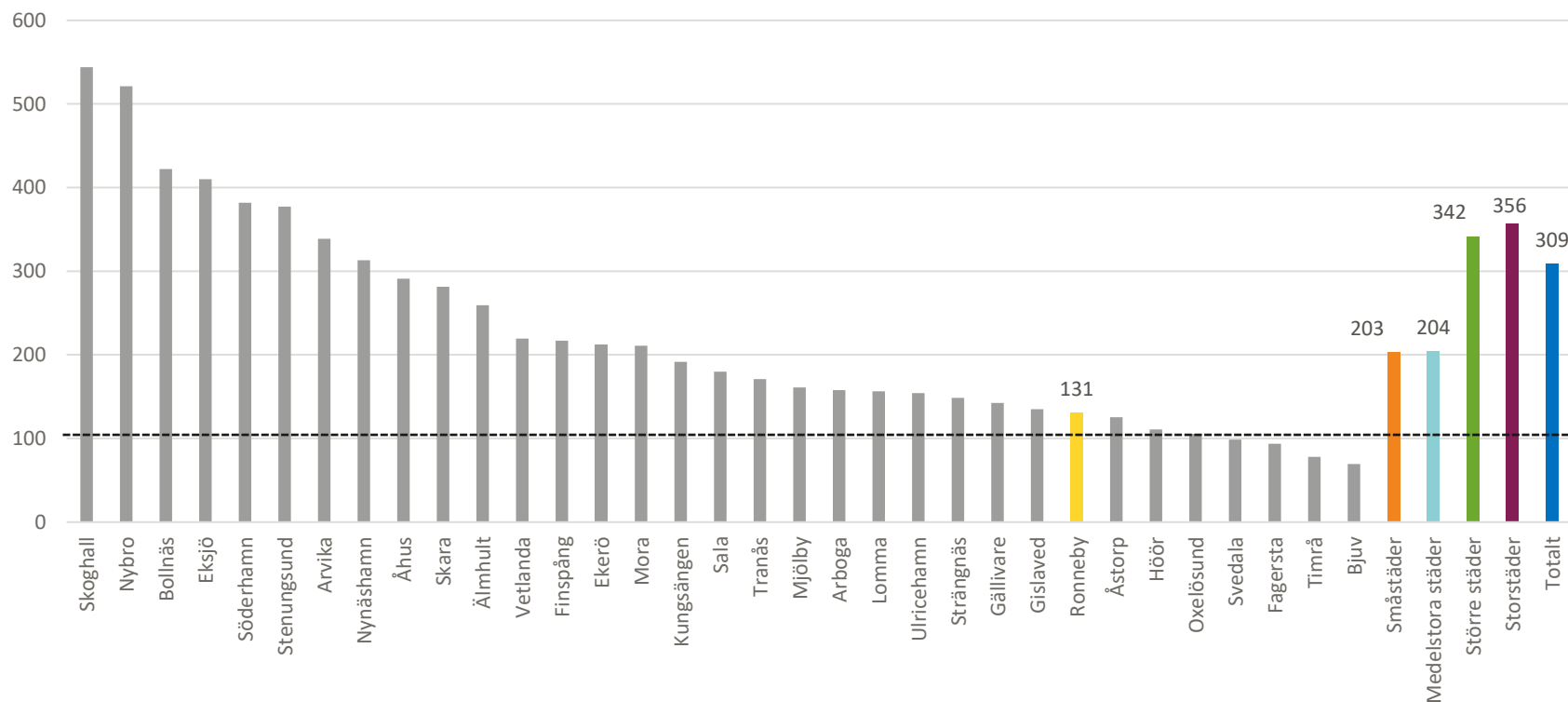
Dagbefolkning avser alla som arbetar i stadskärnan, oavsett var de bor. Nattbefolkningen avser de som bor i stadskärnan och som arbetar, oavsett om de arbetar i eller utanför stadskärnan. Både dag- och nattbefolkningen exkluderar alltså barn, pensionärer och andra som inte arbetar.

## Balansen visar på flödet

Diagrammet visar på förhållandet mellan dag- och nattbefolkning, vilket ger värdefull information om flödet till stadskärnan. En nettopendling under 100 innebär att det är vanligare att arbetande personer pendlar ut från stadskärnan, än in till den. En nettopendling över 100 innebär att fler pendlar in till stadskärnan, vilket bidrar med köpkraftsunderlag till stadskärnan.

## DAG- OCH NATTBEFOLKNING I STADSKÄRNAN

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



Källa: SCB

# Stadskärnans andel av kommunens befolkning

## Om måttet

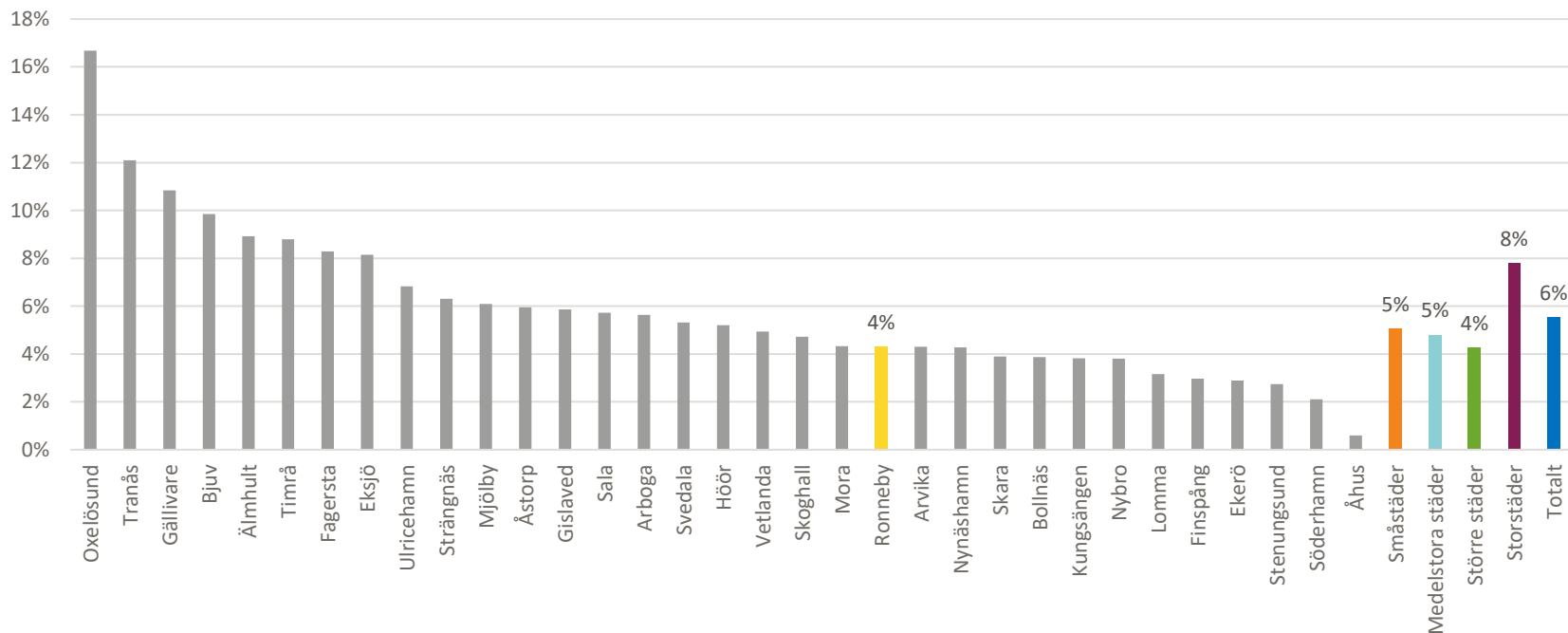
Befolkningen i stadskärnan och kommunen avser alla som är skrivna i respektive område.

## Andelen viktig för utbudet

Hur stor andel av kommunens befolkning som bor i stadskärnan ger en indikation om förutsättningarna för verksamheterna i stadskärnan. Fler boende i stadskärnan ökar behovet av bostadsnära verksamheter som dagligvaruhandel och gym, medan en låg andel gör att stadskärnan i högre grad måste ha ett erbjudande som lockar besökare som bor på andra platser.

## STADSKÄRNANS ANDEL AV KOMMUNENS BEFOLKNING

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



Källa: SCB

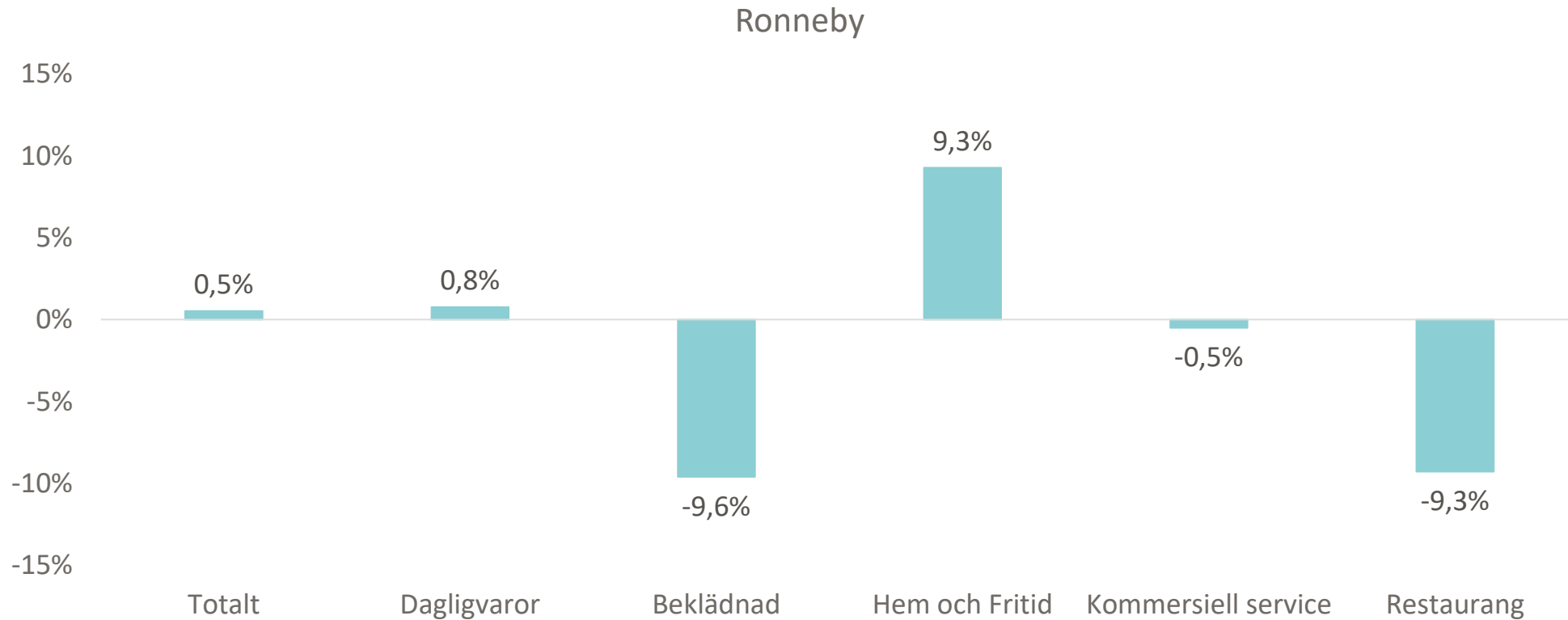
\* Stapeletiketterna är avrundade till närmsta heltal.



# Omsättningsutveckling

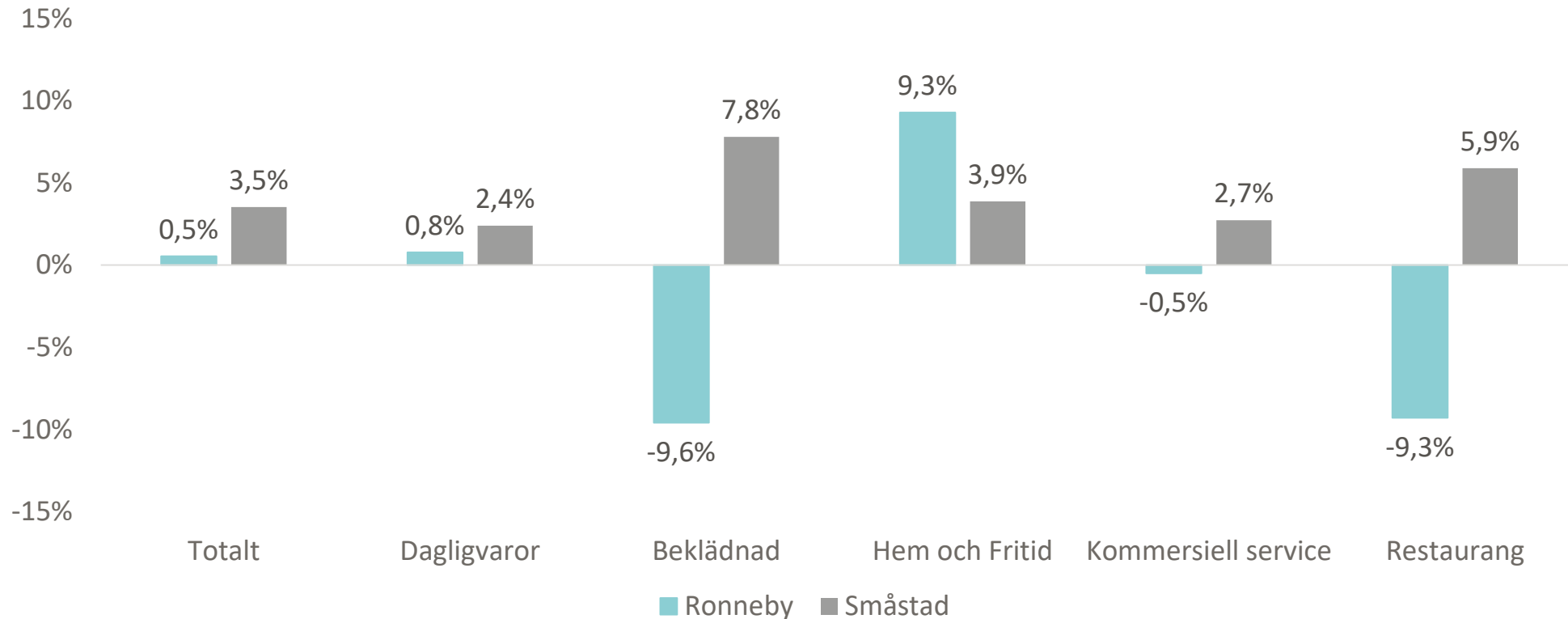


# Omsättningsutveckling 2020-2021



I omsättningsutvecklingen för Ronnebys stadskärna inkluderas även Systembolaget och Colorama.

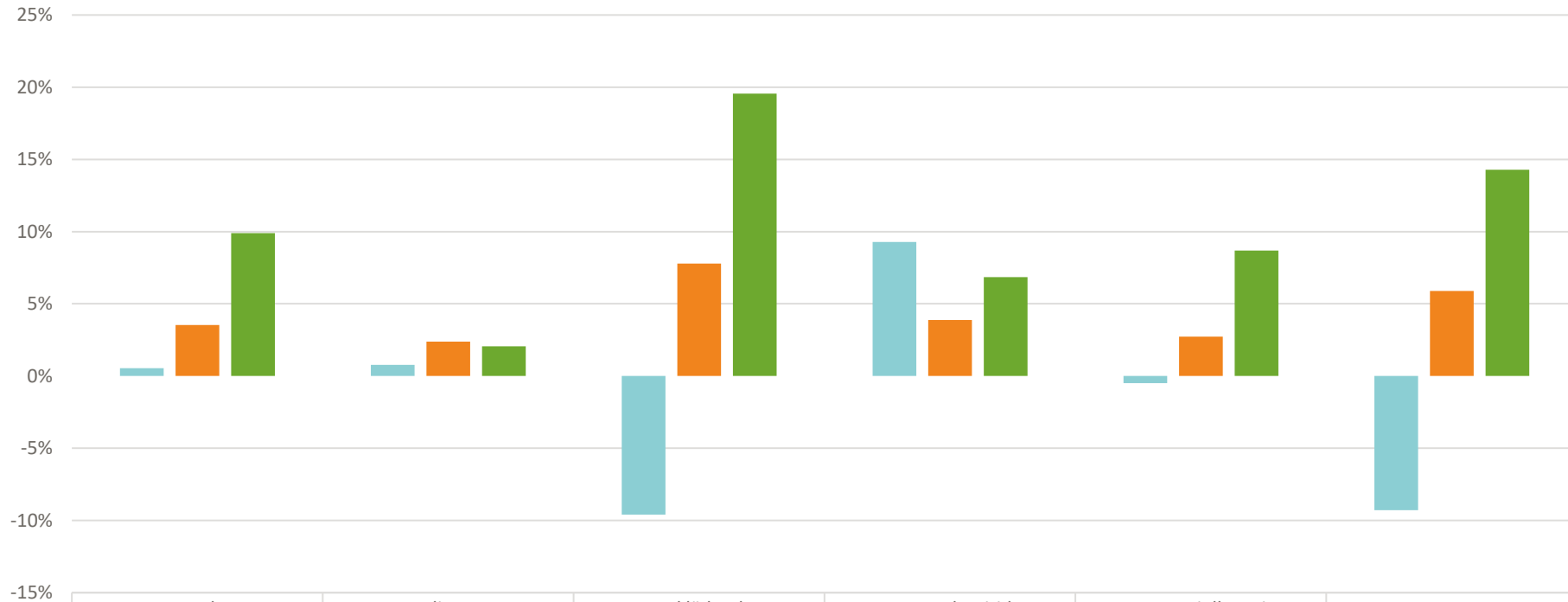
# Omsättningsutveckling 2020-2021



I omsättningsutvecklingen för Ronnebys stadskärna inkluderas även Systembolaget och Colorama.



# Omsättningsutveckling 2020-2021, jämförelser

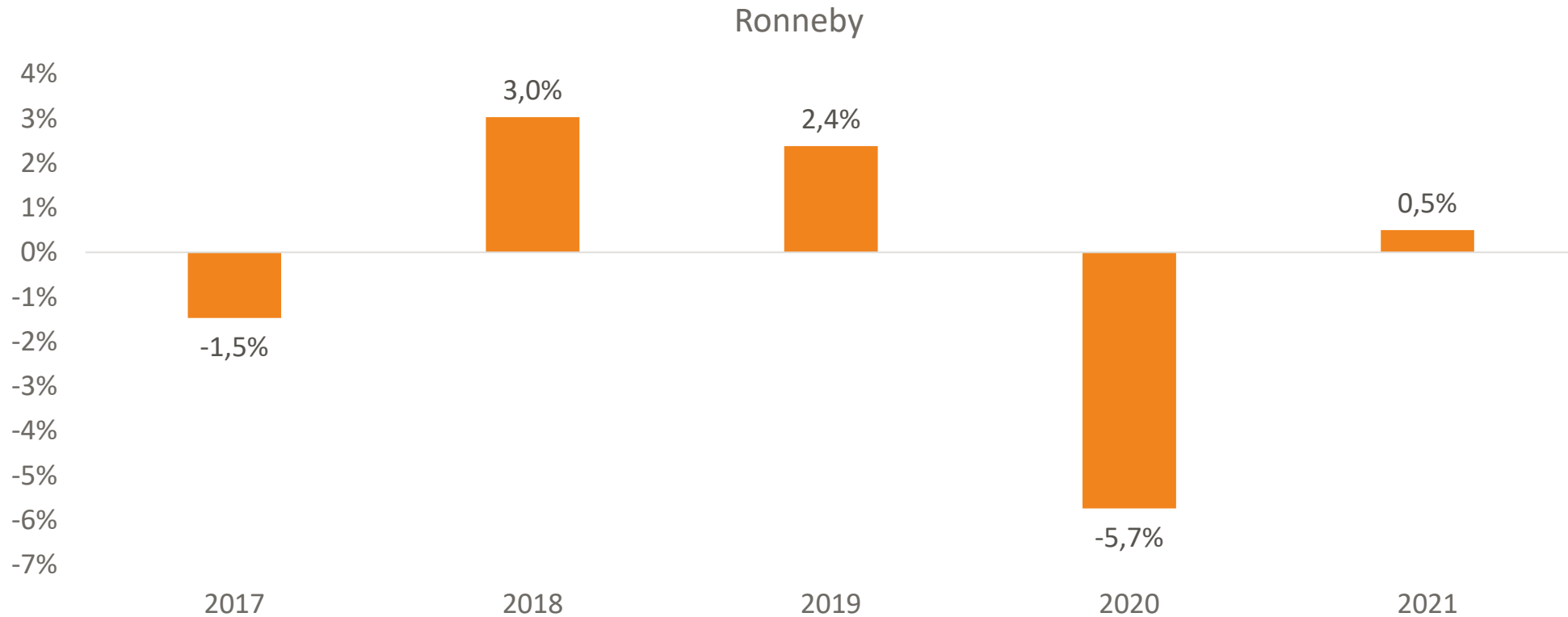


	Totalt	Dagligvaror	Beklädnad	Hem och Fritid	Kommersiell service	Restaurang
Ronneby	0,5%	0,8%	-9,6%	9,3%	-0,5%	-9,3%
Småstad	3,5%	2,4%	7,8%	3,9%	2,7%	5,9%
Alla stadskärnor	9,9%	2,1%	19,6%	6,8%	8,7%	14,3%

■ Ronneby ■ Småstad ■ Alla stadskärnor

I omsättningsutvecklingen för Ronnebys stadskärna inkluderas även Systembolaget och Colorama.

# Historisk omsättningsutveckling 2016-2021



I omsättningsutvecklingen för Ronnebys stadskärna inkluderas även Systembolaget och Colorama.



# Omsättning, antal verksamheter och anställda



Bransch	Omsättning per bransch	Förändring från föregående år
Dagligvaror	266	2
Beklädnad	25	-3
Hem & fritid	86	7
Kommersiell service	20	0
Restaurang	42	-4

Antal verksamheter	Förändring från föregående år
11	-1
7	-3
14	0
22	-1
21	-5

Antal anställda per bransch	Förändring från föregående år
46	-2
15	-6
37	2
21	-5
47	-12

<b>Totalt</b>	<b>438</b>	<b>2</b>
---------------	------------	----------

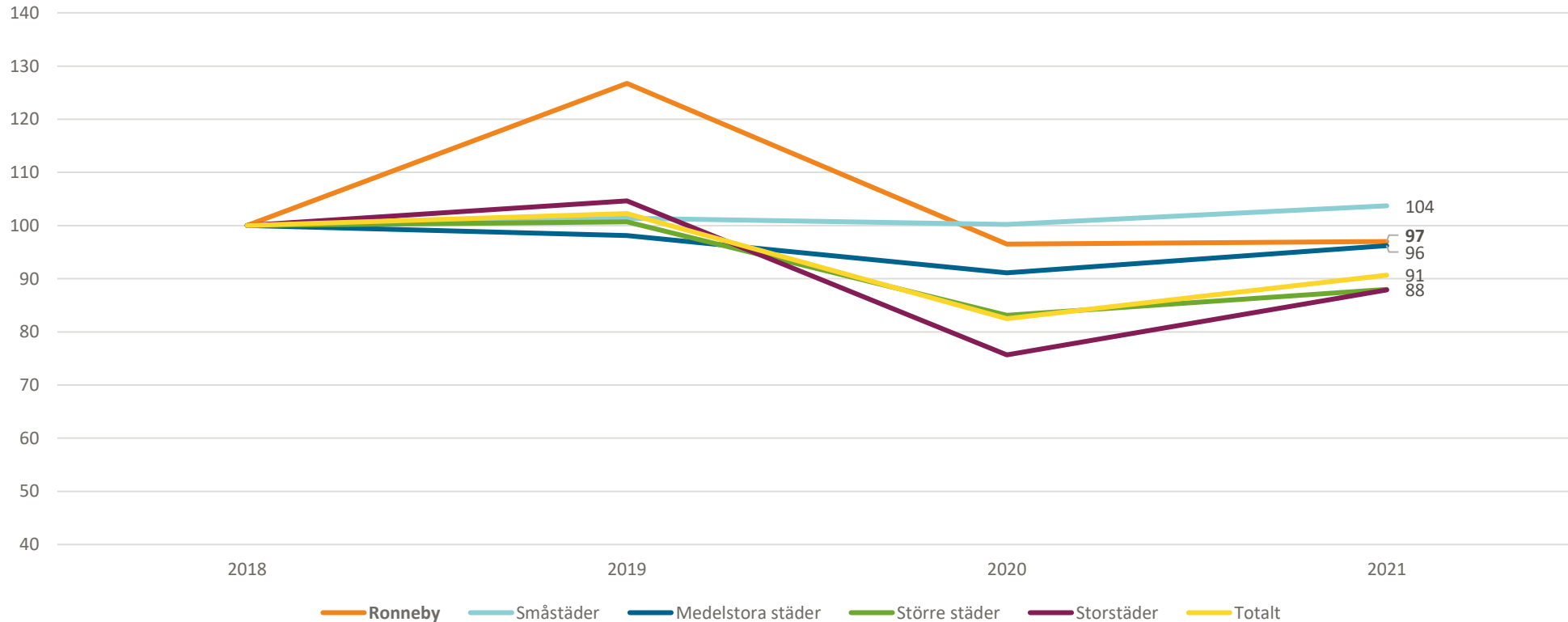
<b>75</b>	<b>-10</b>
-----------	------------

<b>166</b>	<b>-23</b>
------------	------------

I omsättningsutvecklingen för Ronnebys stadskärna inkluderas även Systembolaget och Colorama.

# Indexerad omsättningsutveckling 2018-2021

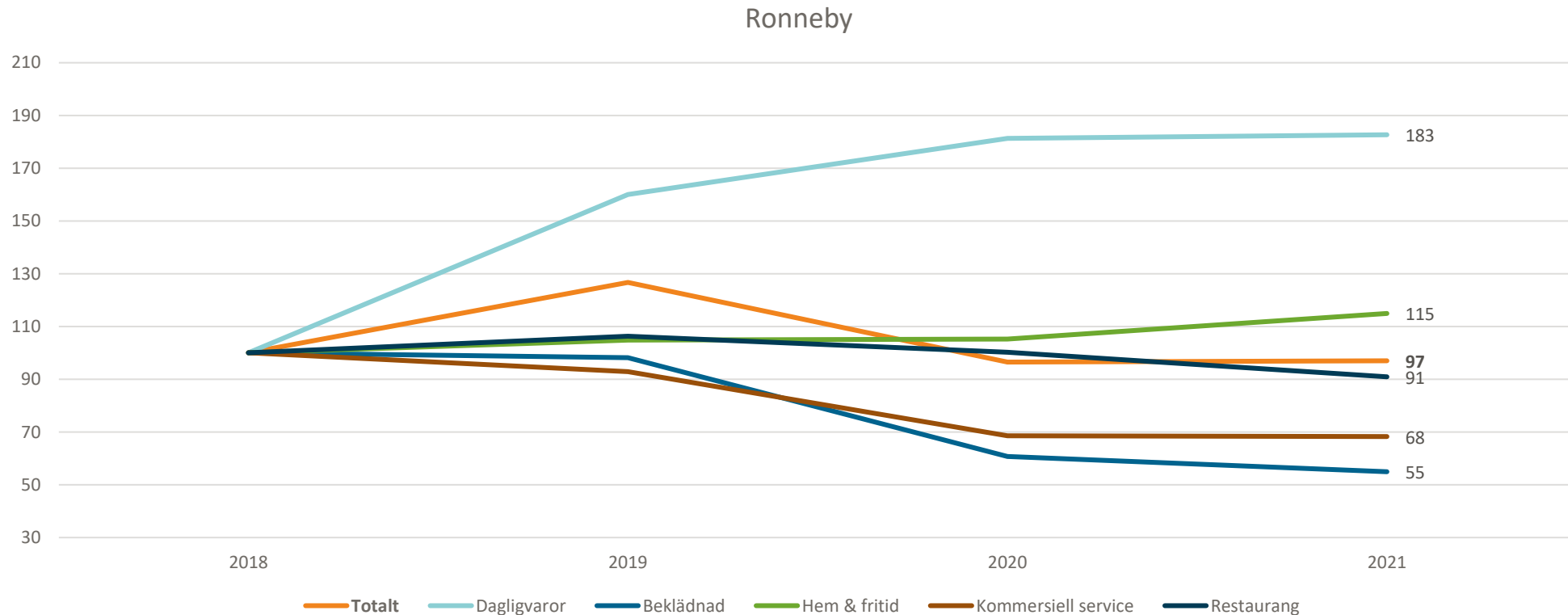
Stadskärnan jämfört med stadstyperna och totalt (index 100=2018)



I omsättningsutvecklingen för Ronnebys stadskärna inkluderas även Systembolaget och Colorama.

# Indexerad omsättningsutveckling 2018-2021

Per bransch och totalt (index 100=2018)



I omsättningsutvecklingen för Ronnebys stadskärna inkluderas även Systembolaget och Colorama.



# Snittköpsutveckling 2019-2021

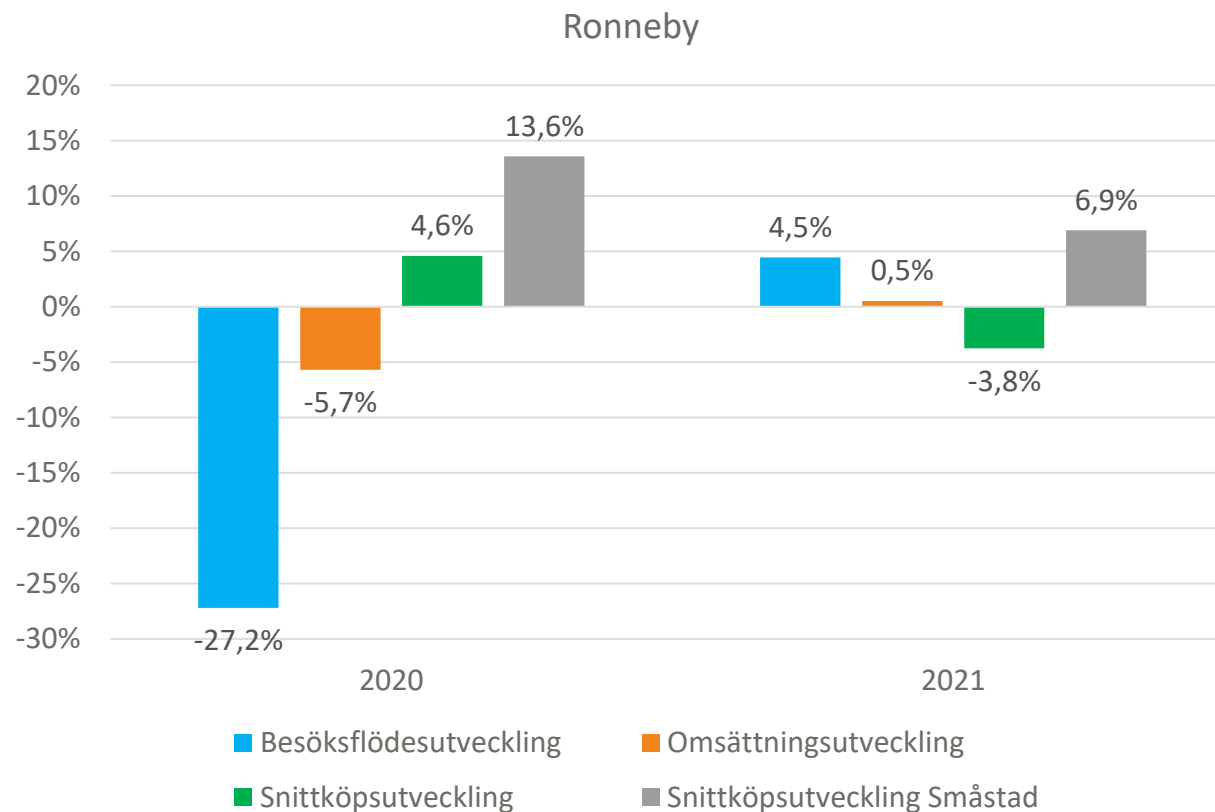
## SNITTKÖPEN VISAR PÅ STADSKÄRNORS EFFEKTIVITET

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

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

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

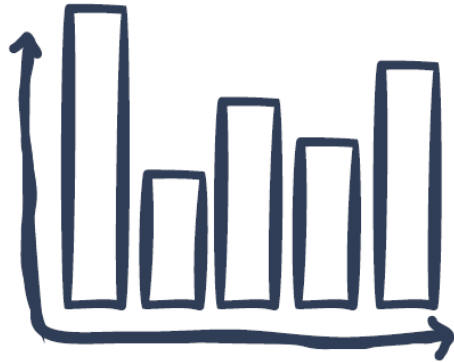
- Om **besöksstapeln** är lägre än **omsättningsstapeln** ökar snittköpen.
- Om **besöksstapeln** är högre än **omsättningsstapeln** minskar snittköpen.



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

I omsättningsutvecklingen för Ronnebys stadskärna inkluderas även Systembolaget och Colorama.

# Sammanfattning av stadskärnans utveckling



Ronneby stadskärna har haft en svagare omsättningsutveckling än andra jämförbara städer.



Den bransch som har haft bäst utveckling i stadskärnan är hem & fritid, medan beklädnad har haft det tuffast.



Snittköpsutvecklingen i Ronneby stadskärna har varit sämre än andra jämförbara städer.

# Kommunens utveckling



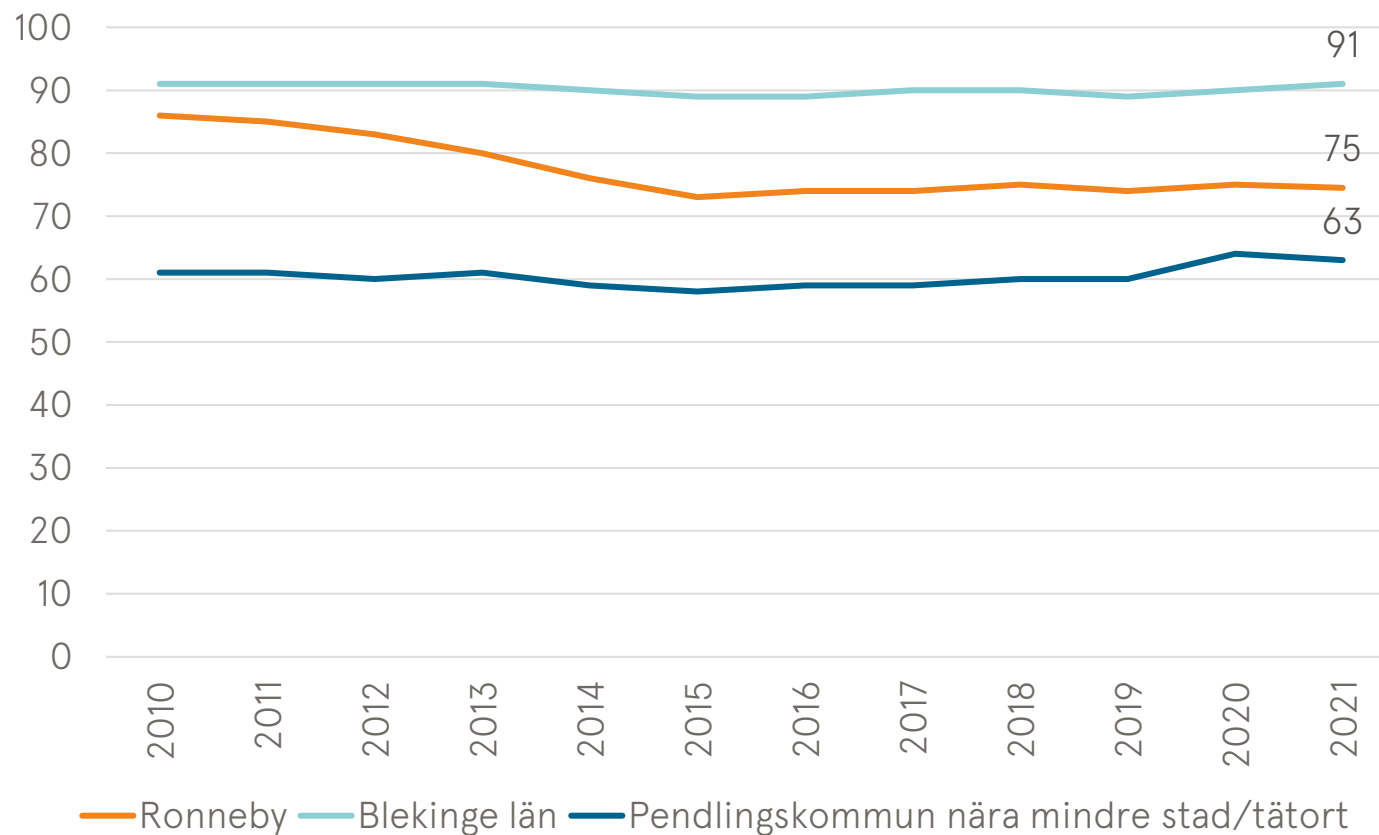


# Handeln i kommunen

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

## UTVECKLING AV KOMMUNENS FÖRSÄLJNINGSDINDEX FÖR TOTAL DETALJHANDEL ÖVER TID

Jämfört med länet och jämförbara kommuner



Källa: [Handelsfakta](#)

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

# Handelns utveckling

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

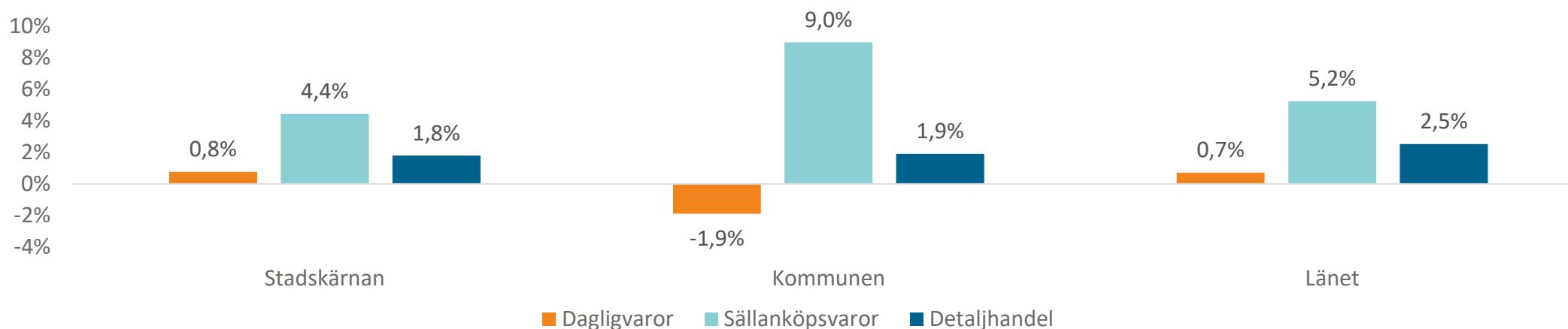
## HANDELNS OMSÄTTNING

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

	Dagligvaror	Sällanköpsvaror	Detaljhandel
<b>Stadskärnan</b>	266	111	376
<b>Kommunen</b>	936	558	1 494
<b>Länet</b>	5 785	4 133	9 916

## OMSÄTTNINGsutveckling i stadskärnan, kommunen och länet

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

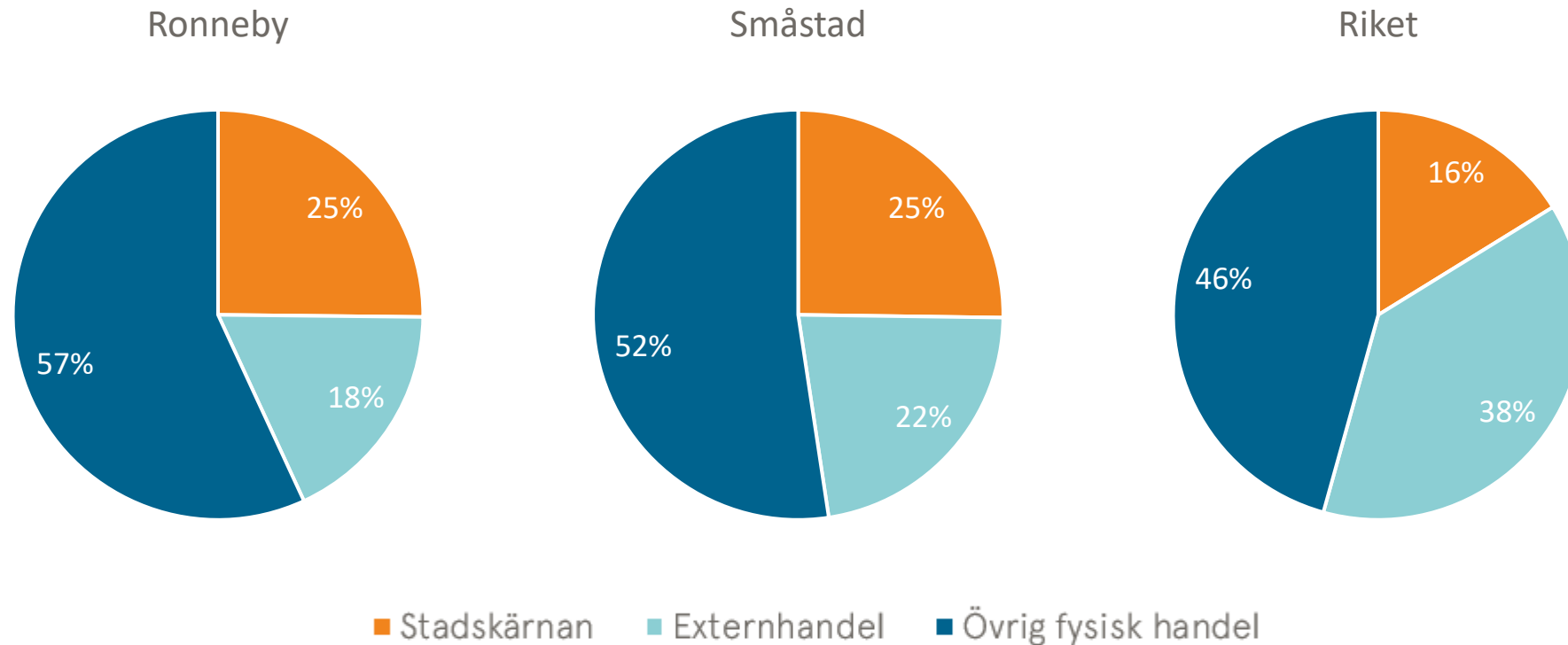


I omsättningen för Ronnebys stadskärna inkluderas även Systembolaget och Colorama.

# Var handlar man?

## FÖRDELNINGEN AV FYSISK HANDEL

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



I omsättningen för Ronnebys stadskärna inkluderas även Systembolaget och Colorama.

Källa: [Handelsfakta](#), SSCD



# Lokala kommentarer





# Sammanfattning

- Stads kärnan har en nettoppendling på 131, vilket innebär ett nettoinflöde av arbetskraft till stads kärnan. Detta är lägre än för jämförbara städer.
- 4 procent av kommunens befolkning bor i stads kärnan. Detta är en lägre andel än i jämförbara städer.
- Omsättningen i Ronnebys stads kärna ökade med 0,5 procent 2021, vilket är en sämre utveckling än andra jämförbara städer. Den bransch som gick bäst var hem & fritid, medan beklädnad hade det tuffast.
- Ronneby kommun har ett försäljningsindex under 100, vilket tyder på att kommunen tappar köpkraft till andra kommuner.
- Detaljhandelsförsäljningen har ökat ungefär lika mycket i stads kärnan som kommunen i helhet.
- Stads kärnans snittköpsutveckling har minskat med 3,8 procent 2021, vilket är lägre än andra jämförbara städer.
- Stads kärnan står för 25 procent av kommunens totala detaljhandelsomsättning. Detta är en liknande andel som jämförbara städer.







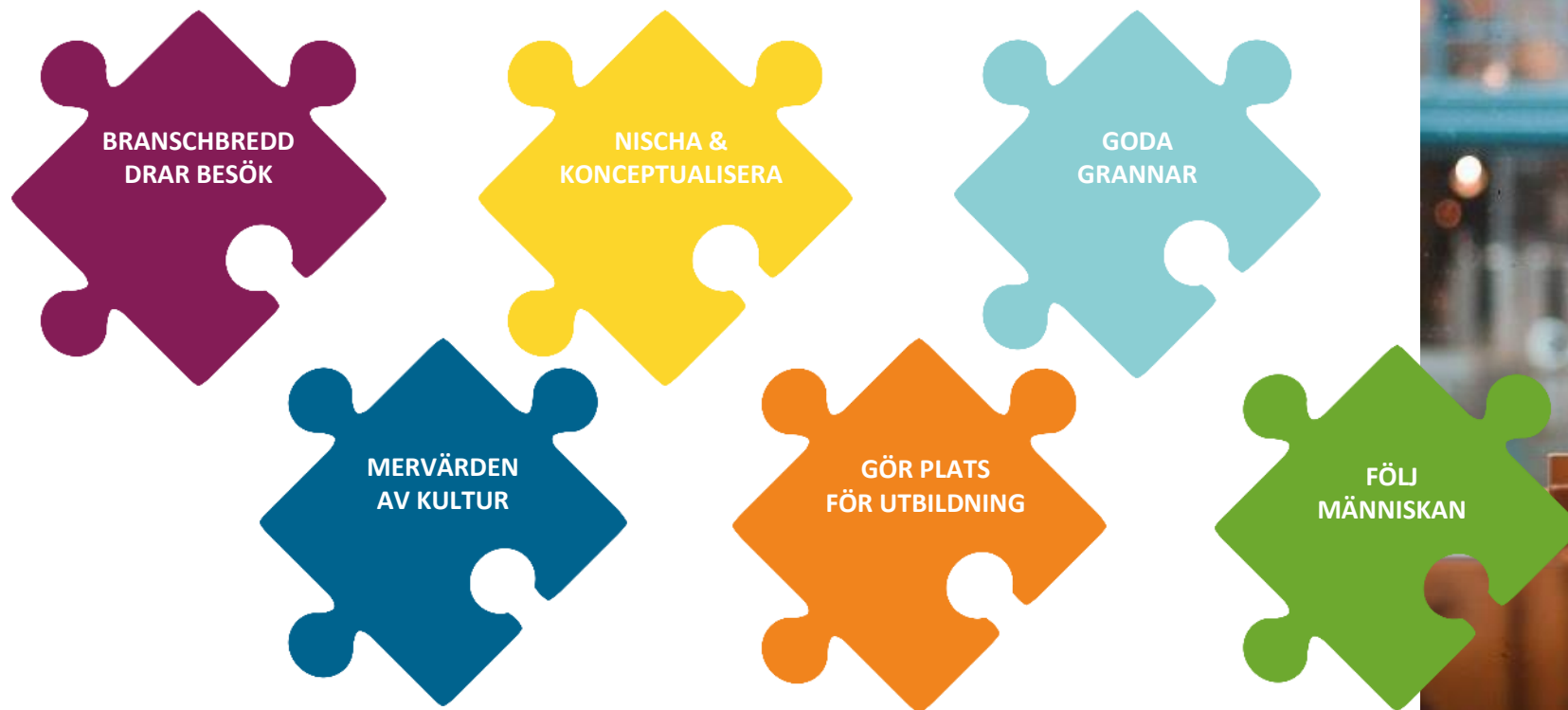
Cityindex Insikt 2022

Strategi för rikare stadsliv



# Sex pusselbitar för ett rikare stadsliv

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



# De viktigaste resultaten från Cityindex Insikt

## 1. Stads kärnor med stor branschbredd lockar fler besökare.

Det är viktigt att låta en mix av branscher ta plats i stadskärnan. När utbudet breddas ökar besöksantalet med i snitt mellan 1 till 2 procent per tillkommande ny bransch i stadskärnan.

## 2. Kultur utgör som branschgrupp en liten del av stadskärnornas totala bestånd.

Kulturens andel är blott 4 procent i snitt, men den har en viktig roll för stadslivet. Det finns en tydlig skillnad i andelen kulturverksamheter mellan de fyra storstäderna (5 procent) och övriga stadskärnor i landet (2 procent).

## 3. När en ny typ av kulturverksamhet etablerar sig i en medelstor stad eller småstad ökar omsättningen med i genomsnitt 4,3 procent.

Det finns mervärden av att släppa in kulturbranscherna till stadskärnan. Analysen visar att omsättningen ökar ju fler kulturbranscher som finns representerade.

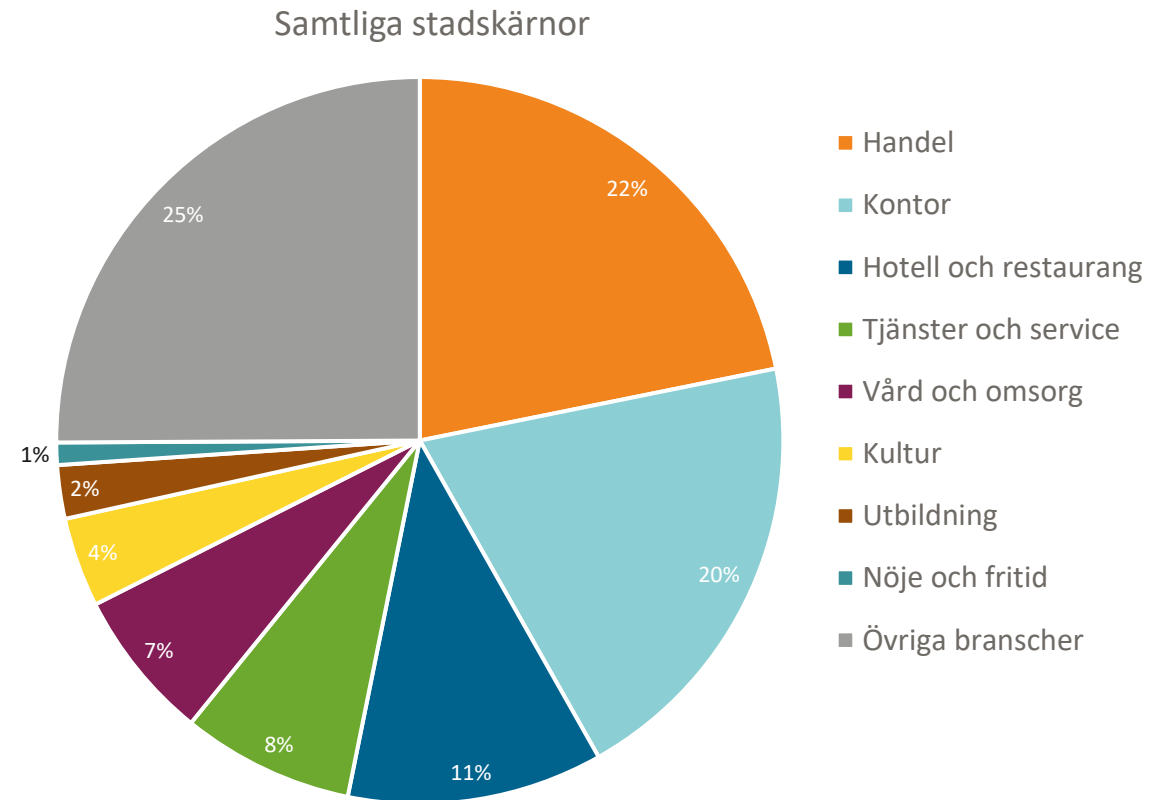
## 4. När en ny typ av kontorsverksamhet etablerar sig i stadskärnan ökar omsättningen med i genomsnitt 3,5 procent.

Dagbefolkningen som befinner sig i stadskärnan är viktig för omsättningen.

## 5. Det finns skillnader i branschbredd mellan olika stadskärnetyper.

Branschbredden är störst i storstäder och större städer och minst i medelstora och små städer. Handelsbranscher har en mindre andel av den totala branschbredden i större städer än i mindre.

Relativ branschstorlek i respektive SNI-grupp  
År 2019





# Mix av branscher ger ett rikare stadsliv

När bredden av branscher som representeras i stadskärnan ökar blir även besöksanledningarna fler, vilket i sin tur leder till att stadskärnan nyttjas under en större del av dygnet. På nationell nivå finns det en tydlig positiv korrelation mellan det antal branscher som finns i stadskärnan, hur många som besöker den och hur mycket den omsätter. I snitt ökar antalet besök i stadskärnan mellan 1 till 2 procent per ny bransch. Här är det också viktigt att komma ihåg att olika branscher bidrar olika mycket till besöksökningen, och att detta rör sig om den ökning av besöksantalet som genomsnitts-branschen i snitt bidrar med.

Branschbreddens påverkan är positiv för samtliga stadstyper. Sambandet är starkare i småstäder och medelstora städer än i större städer och storstäder. Detta beror troligen på att en ny bransch i de mindre stadstyperna medför en större procentuell ökning av branschbredden. Om vi ser tillbaka på utvecklingen under de senaste åren ser vi också att det framför allt är de mindre städerna som har ökat sin omsättning, samtidigt som fler branscher tar plats i våra stadskärnor.

Branschbreddens effekt på besöksantal och omsättning var större under 2019 än under 2020. Detta kan i mångt och mycket förklaras av att både besöksantalet och omsättningen sjönk i de flesta stadskärnor under 2020, vilket resulterar i en lägre genomsnittsökning av antalet besökare per ny bransch i stadskärnan.

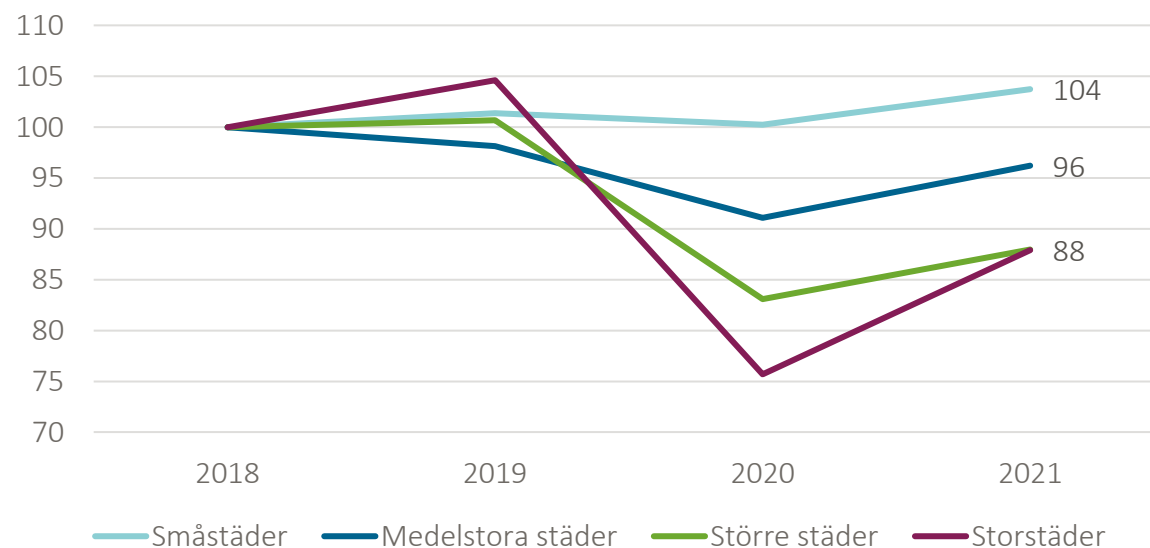
## Genomsnittlig ökning av antalet besökare per ny bransch i stadskärnan för olika stadstyper

	2019	2020
<b>Småstäder</b>	2,0%	1,6%
<b>Medelstora städer</b>	1,9%	1,7%
<b>Större städer</b>	1,1%	1,0%
<b>Storstäder</b>	1,1%*	1,1%

\* Ej statistiskt signifikant.

## OMSÄTTNINGsutveckling per stadstyp

Indexerad omsättningsutveckling 2018-2021 (2018 = 100).







# Branschbredd lockar besökare

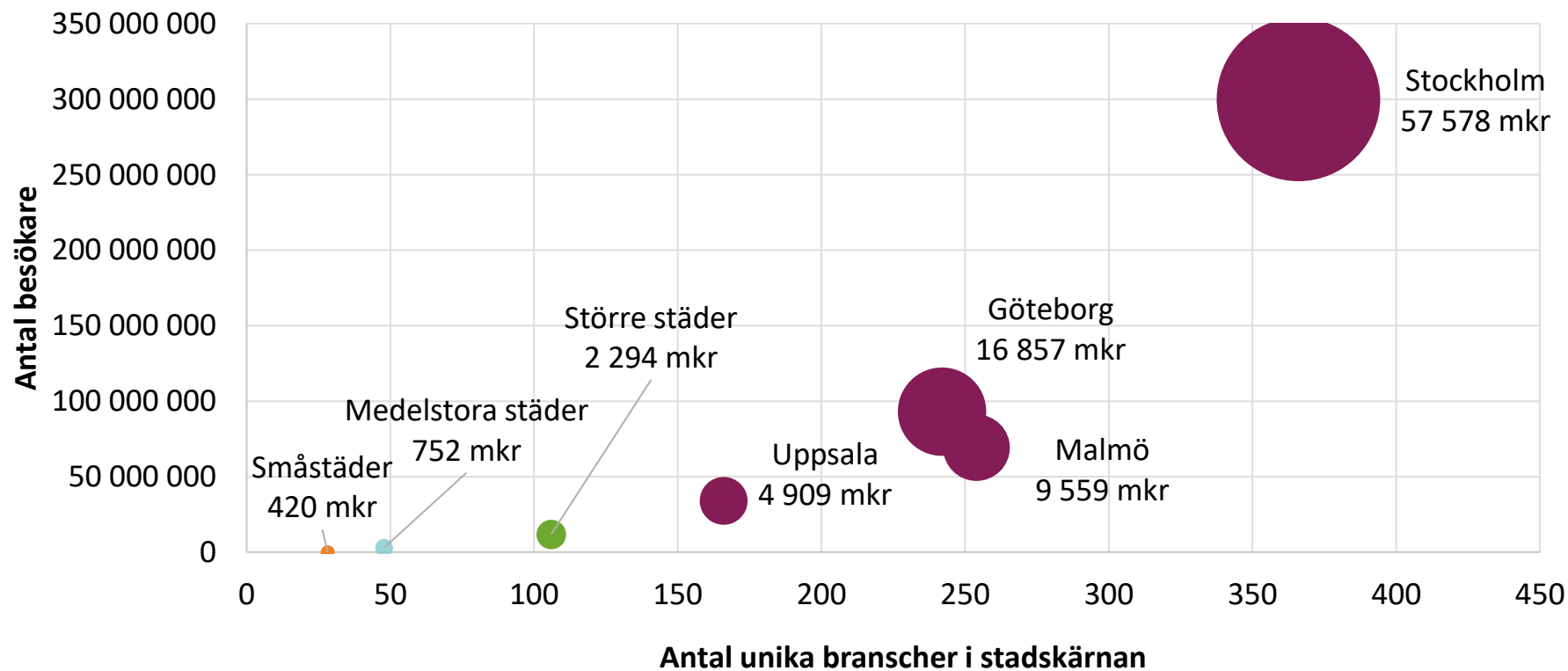
Det finns ett positivt samband mellan antalet överflödigt branscher i stadskärnan och hur många som besöker den. Antalet branscher har en positiv korrelation med antalet besökare i samtliga stadstyper, men påverkan är olika stor.

Som det går att avläsa i diagrammet till höger är det i storstäderna som sambandet mellan branschbredd och besökare är som starkast. Sambandet avtar ju mindre stadskärnan är.

Under 2020 var besökstappet som störst i storstäderna, men under 2021 och 2022 ser vi även att återhämtningen av besöksflödena är som starkast där.

## SAMBANDET MELLAN BRANSCHBREDD, OMSÄTTNING OCH BESÖKSANTAL

Storstäder, samt medelvärden för småstäder, medelstora städer och större städer, 2019



Cityindex Sverige 2022

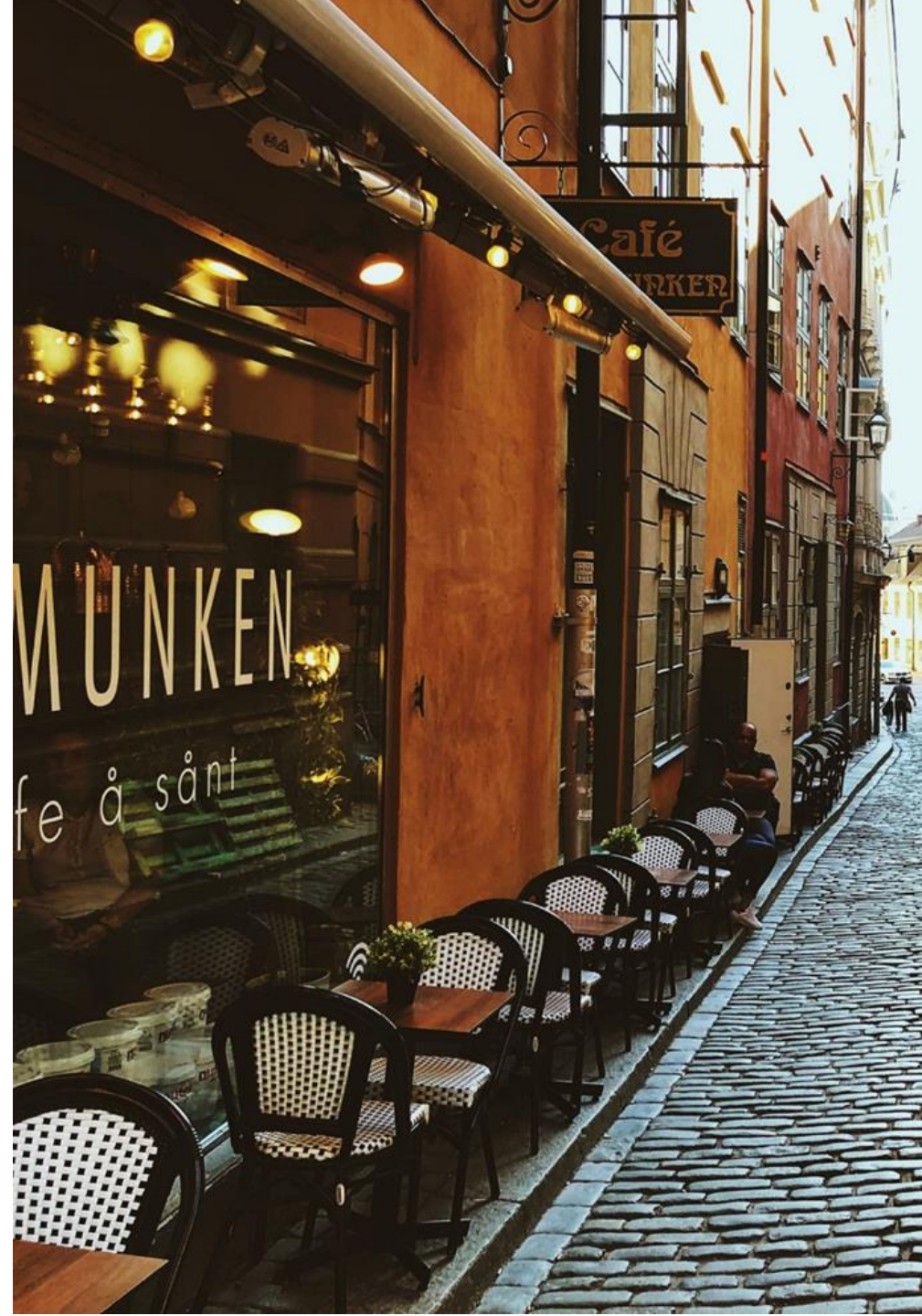
# Sammanfattning och rekommendationer





# Pandemin präglar även årets resultat

- **Detaljhandeln växte under 2021**, och såväl den fysiska handeln som e-handeln hade starka tillväxtår.
- 2021 var ett bättre år för stadskärnorna än 2020. Omsättningen i de i Cityindex kartlagda kommersiella verksamheterna ökade med 10 procent jämfört med 2020. Däremot ligger **omsättningen fortfarande en bra bit ifrån 2019** års nivå.
- **Samtliga branscher hade en positiv utveckling under 2021**. Starkast utveckling hade hotell, som också var den bransch som backade mest under 2020.
- **Dagligvaror** är den enda bransch i stadskärnorna som **har ökat sin omsättningen för varje år**.
- **Småstäderna** omsatte mer under 2021 jämfört än före pandemin, och är således den **enda stadskärnetypen med positiv tillväxt jämfört med före pandemin**.
- Det finns **stora skillnader mellan stadskärnetyperna**. De kommersiella verksamheterna ökade kraftigare i storstäderna än i småstäderna under 2021.
- Cityindex visar att **omsättningen ökar relativt sett mer än besöken under 2021, vilket ger ett högre snittköp**. Under 2020 minskade besöksflödena kraftigare än stadskärnornas omsättning, vilket då som nu tyder på färre besök men mer i shoppingpåsen hem.
- De stadskärnor med starkast besöksflödesutveckling under 2021 och de sju första månaderna 2022 är även de som tappade flest besökare under 2020. Däremot är **besöksflödena alltså lägre än före pandemin**.
- Besök som varken kan relateras till boende eller arbete i stadskärnan minskade kraftigt under pandemin. Trenden vände under 2021 och **övriga besök ligger på drygt en femtedel under 2019 års nivå**.
- **Stockholm stod för nästan hälften av den totala återhämtningen** i omsättning i Sveriges 107 stadskärnor. Omsättningen i huvudstadens stadskärna ligger dock fortfarande på en lägre nivå än 2019.





# Rekommendationer

Ett mixat utbud av verksamheter i stadskärnan, såväl kommersiella som icke-kommersiella, driver på omsättning och besöksflöden i stadskärnan.

När allt fler av de rationella inköpen flyttar till nätet blir den lustfyllda shoppingen, i kombination med möten och upplevelser, en viktigare del av det fysiska erbjudandet. Nischade, unika koncept som erbjuder en personlig köpupplevelse och som också fungerar som mötesplatser har stor potential när det gäller att återuppliva stadskärnan och dra nya typer av flöden till platsen.

Goda grannar stärker varandra, och överraskande synergieffekter kan skapas mellan till synes helt olika verksamheter. Därför är platssamverkan A och O för att få ihop det diversifierade utbudet i stadskärnan.

Kultur driver inte bara på besöksflöden utan bidrar även med andra mervärden till stadskärnan. Analysen visar på en omsättningsökning på över 4 procent i medelstora städer och småstäder. Dessutom bidrar kultur till liv och dynamik som skapar besöksanledningar och får besökarna att vilja stanna kvar.

Utbildningsverksamheter kan ge stadskärnan besöksflöden i form av både unga och vuxna som tar del av stadslivet.

För att få ett rikt stadsliv är det viktigt att fråga människorna som nyttjar platsen. De sitter på värdefull information för att skapa välmående.



## För mer information om Cityindex

Anna Wiking, näringspolitisk chef Fastighetsägarna Syd  
070-955 31 32, [anna.wiking@fastighetsagarna.se](mailto:anna.wiking@fastighetsagarna.se)

Christina Friberg, expert stadsutveckling Fastighetsägarna MittNord  
070-349 91 25, [christina.friberg@fastighetsagarna.se](mailto:christina.friberg@fastighetsagarna.se)

David Björnberg, omvärldsanalytiker Fastighetsägarna GFR  
070-695 33 03, [david.bjornberg@fastighetsagarna.se](mailto:david.bjornberg@fastighetsagarna.se)

Helena Olsson, chef stadsutveckling Fastighetsägarna Stockholm  
070-520 81 10, [helena.olsson@fastighetsagarna.se](mailto:helena.olsson@fastighetsagarna.se)

## För frågor om rapporten

Miko Roth, kundansvarig HUI Research  
070-714 51 65, [miko.roth@hui.se](mailto:miko.roth@hui.se)

Mikail Sertcanli Branting, projektledare HUI Research  
073-398 93 74, [mikail.sertcanli@hui.se](mailto:mikail.sertcanli@hui.se)

