

RAPPORT MARS 2022

# Stadslivsanalys – inklusive ytterområden

VÄSTERVIK



# Innehåll

|                                                             |           |
|-------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1. BAKGRUND</b>                                          | <b>4</b>  |
| 1.1. Uppdraget                                              | 4         |
| 1.2. Uppdragsgivare och arbetsgrupp                         | 4         |
| <b>2. METOD</b>                                             | <b>5</b>  |
| <b>3. TRENDSPANING VÄSTERVIK</b>                            | <b>6</b>  |
| 3.1. Generell trendspaning omvärld och Västervik            | 6         |
| 3.2. Regionalisering                                        | 6         |
| 3.3. Småstadens revansch                                    | 6         |
| 3.4. Hybridifiering – vi gör både och                       | 7         |
| 3.5. Våra platser utbud och attraktivitet utmanas           | 7         |
| 3.6. Förändrade konsumtionsvanor, hur påverkas Västervik?   | 7         |
| <b>4. NULÄGESANALYS</b>                                     | <b>9</b>  |
| 4.1. Befolkning                                             | 9         |
| 4.1.1. Nattbefolkning                                       | 9         |
| 4.1.2. Dagbefolkning                                        | 9         |
| 4.1.3. Framtida bostadsprojekt                              | 10        |
| 4.2. Campus                                                 | 12        |
| 4.3. Handeln idag                                           | 12        |
| 4.3.1. Stadskärnan                                          | 13        |
| 4.3.2. Externhandeln                                        | 15        |
| 4.4. Kontor och verksamhetslokaler                          | 15        |
| <b>5. PRIME PITCH</b>                                       | <b>16</b> |
| 5.1. Om modellen                                            | 16        |
| 5.2. Dagsläget                                              | 17        |
| 5.2.1. Shopping                                             | 17        |
| 5.2.2. Ärendehandel                                         | 17        |
| 5.3. Scenario 1 – gågata på Storgatan                       | 19        |
| 5.3.1. Storgatan idag                                       | 19        |
| 5.3.2. Shopping                                             | 19        |
| 5.3.3. Ärendehandel                                         | 20        |
| 5.4. Scenario 2 – gångfartsområde på Storgatan              | 21        |
| 5.4.1. Shopping                                             | 21        |
| 5.4.2. Ärendehandel                                         | 22        |
| 5.5. Scenario 3 – shopping där Länsförsäkringar ligger idag | 23        |
| 5.5.1. Shopping                                             | 23        |

|                                                                          |           |
|--------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 5.5.2. Ärendehandel                                                      | 24        |
| <b>6. MEDBORGARENKÄT 2021</b>                                            | <b>25</b> |
| 6.1. Inköpsort                                                           | 25        |
| 6.2. Viktigt och uppfyllt                                                | 25        |
| 6.3. Vad som saknas                                                      | 26        |
| 6.4. Vad är viktigt och vad får dig att besöka olika handelsplatser      | 26        |
| <b>7. FRAMTIDEN</b>                                                      | <b>28</b> |
| 7.1. Framgångsrikt utvecklingsarbete börjar inom den egna organisationen | 28        |
| 7.2. Utbudet – ett centralt fokusområde inför framtiden                  | 28        |
| 7.3. Samverkan kring stadsutvecklingen                                   | 28        |
| 7.4. Storgatans framtid                                                  | 29        |
| 7.5. Länsförsäkringar                                                    | 29        |
| 7.6. Regional tillväxt                                                   | 29        |
| 7.6.1. Befolkningstillväxt                                               | 29        |
| 7.6.2. Per capitakonsumtionstillväxt                                     | 29        |
| 7.6.3. Köptrohet                                                         | 29        |
| 7.6.4. Resultterande omsättningspotential                                | 30        |
| 7.7. Generellt om förtätning i stadskärnan                               | 30        |
| 7.7.1. Efterfrågan från nya boende                                       | 30        |
| 7.7.2. Efterfrågan från nya arbetande och studerande                     | 30        |
| 7.7.3. Slutsats                                                          | 31        |
| <b>8. ANALYS OCH REKOMMENDATION</b>                                      | <b>32</b> |
| 8.1. Stadskärnan                                                         | 32        |
| 8.2. Externhandeln                                                       | 32        |
| 8.3. Bostäder                                                            | 32        |
| 8.4. Kontorsmarknaden och arbetsplatser i stadskärnan                    | 33        |
| 8.5. Organisation och platsvarumärke                                     | 33        |
| <b>9. SAMMANFATTNING</b>                                                 | <b>34</b> |
| <b>10. ARBETSGRUPP</b>                                                   | <b>35</b> |

# 1. Bakgrund

## 1.1. Uppdraget

Denna rapport är en fortsättning och fördjupning av den trendanalys som RSD genomförde åt Region Kalmar under våren 2021, där Västervik var en av de medverkande kommunerna. Vårt fokus blir denna gång etableringar och utbudet i staden, Västerviks stadsliv, med en överblick av ytterområdena.

### Ur offertförfrågan:

*Västervik Framåt beskriver bakgrunden till detta arbete och hela projektet enligt följande: Syftet är att göra en analys av nuläget utifrån frågeställningarna ovan och samtidigt hämta in kunskap om hur den rådande pandemin påverkar förutsättningarna. Se över vad stadskärnan i förhållande till övriga staden, kommunen och regionen ska kännetecknas av i framtiden. Utbudet, stråken, innehållet. Tätheten av bostäder, utbildning, verksamheter och besökare. Arbetet ska präglas av fokus på hållbarhet.*

### Målsättning:

Det övergripande målet med Västervik Citysamverkan är en levande, tät stadsmiljö med ett attraktivt och rikt utbud.

Projektets mål är att fram underlag för en handels- och etableringsguide där det redovisas nuläge och behov de närmaste 10–30 åren inom Västervik tätort. Vidare tas det fram en visionsbild av hur stadskärnan ska se ut i framtiden, samt redovisa principer och underlag för hur en tät stad kan byggas och vilka dess positiva effekter kan bli. Denna rapport ska sedan vara ett underlag till FÖP (Fördjupad Översiktsplan) Västervik för att kunna utveckla en attraktiv stad.

När detta underlag tas fram via Västervik Citysamverkan säkerställs att fastighetsägarnas och näringsidkarnas intressen tas tillvara.

RSD bidrar i detta projekt med ett idédokument i syfte att ligga till grund för vidare beslut och framtagande av vision och i förlängning handlingsplan för det operativa genomförande. Vår del i projektet beskrivs enligt nedan.

Det primära, kvantifierade horisontåret, är satt till 2030. Därutöver görs spaningar mot 2050, då blir dock osäkerheten betydligt större.

## 1.2. Uppdragsgivare och arbetsgrupp

Arbetet har från RSDs sida genomförts av Tomas Kruth (projektledare), Jakob Hägg och Lisa Lagerén. Kontaktperson för uppdragsgivaren har varit Annika Boman, Västervik Framåt.



## 2. Metod

- Statistik och prognoser avseende bostäder, arbetsplatser och verksamheter har sammanställts för att skapa en sammansättning och täthet för bästa stadsliv.
- Betraktelse kring hur stor befolkning(-stäthet) stadskärnan bör ha för bästa stadsliv. Även betraktelse kring hur arbetsplatser och campus påverkar stadslivet.
- Inventering och besiktning, inkl Prime Pitch för stadskärnan, har genomförts på plats i Västervik. Prime Pitch, som är utvecklad av Nordplan AB i samarbete med KTH, är en stråkutvärderingsmodell, sammansatt av ett antal viktade parametrar. Den är genomförd i ett stort antal centrum och stadskärnor och har väl validerade resultat. Modellen kan användas dels för att pröva olika butikslägen, dels för att beskriva den kommersiella kvaliteten hos hela centrum eller stråk, dels för att beräkna de lokala effekterna i omsättningspotential av olika förändringar i stadskärnan. I denna rapport har nulägesanalys samt två framtidsscenarier tagits fram i samråd med uppdragsgivaren.
- Regionala beräkningar med avseende på handel och verksamheter i flera områden inkl stadskärnan.
- Vi har samordnat vårt arbete med Marlene Hassels arbete avseende hennes samtal med aktörerna och deras syn på den fysiska miljön.
- Dialogmöten med projektdeltagarna i har genomförts genom digitala möten samt stadsvandring i Västervik den första oktober. Västervik Framåt har kallat lämpliga deltagare.
- RSD presenterar i denna rapport ett idédokument med en möjlig målbild och strategiska vägval inför handlingsplaner och det operativa arbetet avseende stadskärnans framtida innehåll, utbud och verksamheters lokalisering. Vårt idédokument avser också att vara en viktig del i den i vision som ska också ska tas fram som en senare del i projektet.



## 3. Trendspaning Västervik

### 3.1. Generell trendspaning omvärld och Västervik

Den stora effekten av den pandemi vi nu sannolikt är på väg ur, är att allt det vi tidigare såg som normalt nu kommer att utmanas. Vi blev under pandemin tvungna att tänka nytt för att lösa vår vardag med arbete och en meningsfull fritid. De vanor vi la oss till under pandemin kommer sannolikt påverka hur vi agerar även efter pandemin, vi kommer sannolikt ta med oss en del pandemivanor in i framtiden. Våra sätt att handla, turista och att träffas kommer därför sannolikt att se annorlunda ut i framtiden. All stadsutveckling och samhällsplanering kommer därför behöva göras utifrån andra förutsättningar och planeringsverktyg. Det som varit kommer inte bestå.

Många av de trender vi såg innan pandemin har förstärkts under pandemiåren. När det gäller digitaliseringen har vi slungats flera år framåt i tiden. Där vi befinner oss nu hade vi räknat med att vi skulle befinna oss först om några år. Vi har tvingats att använda digitala verktyg både i det privata och i jobbet. Vi har tvingats att tänka digitalt när restriktionerna inte låtit oss göra som vi alltid har gjort. Detta har gjort att även äldre har börjat handla över nätet. Därför ritas hela strukturen om också långsiktigt, då vi sannolikt inte kommer gå tillbaka till gamla vanor när det nya har blivit det normala.

Men den nya tiden påverkar inte bara handeln, den påverkar hela det urbana utbudet, såsom besöksnäring, kaféer, restauranger, hotell, kultur och upplevelseindustrin. Vi streamar konserter, besöker gudstjänsten genom Facebook, träffar vänner via Facetime och Teams, beställer hem middagen på nätet och äter hemma i stället för på restaurangen. Hela vår vardag har förändrats, inte minst hur och var vi arbetar någonstans.

När pandemin slog till tvingades många att jobba hemifrån och alla möten fick över en natt ställas om från det fysiska rummet till det digitala. Detta innebar också att mycket av det urbana utbudet som riktade sig till de som arbetade på kontor i städerna, såg kundunderlaget försvinna. Vi åt varken dagens lunch, tog med oss en kaffe i farten eller shopade på lunchen längre. Hur ser framtidens kontor ut när vi fortfarande i någon omfattning jobbar hemifrån? Behövs samma kontorsytor? Blir kontoret en mötesplats i stället för en arbetsplats?

Vi ser att några trender kommer få betydelse för vårt sätt att planera och utveckla våra platser och städer:

### 3.2. Regionalisering

Många marknader flyttar närmare kunden. Vi producerar gärna varor närmare marknaden och det vi producerar har en mer lokal prägel. Redan innan pandemin slog till såg vi hur globaliseringen därigenom utmanades. Ett ökat miljö- och hållbarhetstänk gjorde att vi handlade mer nationellt i stället för internationellt. Och när produktions- och kostnadsskillnader började jämnas ut kunde vi se hur industrin började flytta hem produktion. Löneläge spelar mindre roll när produktionen ändå automatiseras och digitaliseras. Denna utveckling förstärks nu under pandemin.

Även turismnäringen ser effekter av trenderna. Vi har lärt oss att hemestra och svemester, d v s vi semesterar lokalt eller inom Sverige och frågan är hur dessa vanor ser ut framöver. Kommer vi ta flyget utomlands i lika stor utsträckning när pandemin har släppt?

### 3.3. Småstadens revansch

Småstaden kan vinna på utvecklingen då inte minst arbetsmarknaden blir mer platsoberoende. Urbaniseringen har flyttat befolkningsökningen mot de större städerna allt sedan industrialiseringen i slutet av 1800-talet. Men flyttströmmarna började på allvar förändra befolkningsstrukturen efter andra världskriget, då industri ofta flyttade närmare större städer som då började växa. Denna utveckling skedde ofta på bekostnad av mindre städer, som såg sina företag flytta ifrån orten som drabbades av en minskade befolkning. Nu utmanas även den tidigare så starka urbaniseringen då arbetsplatsens formella lokalisering inte med självklarhet behöver vara densamma som bostadsorten – däremot

kan arbetsplatsens fysiska lokalisering vara bostadsorten, med minskande arbetspendling som följd. Vi kan ju jobba hemifrån i allt större utsträckning.

Den mindre stadens kvaliteter lyfts fram också då vi diskuterar framtiden. Närheten till både det urbana och till natur och fritidsintressen kan skapa ett intresse för den mindre staden. Men det ska nog mer till för att urbaniseringstrenden helt ska brytas och alla därigenom skulle flytta ut på landet. De flesta forskare är nog överens om att det inte kommer att ske. Däremot kommer vi se ett ökat intresse för både mindre städer och en ökad vilja att flytta ut på landet, en bit från staden. Digitaliseringen gör att vi kan plocka mycket av det bästa från olika världar när vi formar vår vardag och våra drömmar.

### 3.4. Hybridifiering – vi gör både och

Vi har alltid en rädsla inför det nya, att behöva ändra invanda beteenden och tvinga oss att ändra vardagen. Pandemin tvingade oss däremot att göra det. När pandemin är över så innebär det inte att vi över en natt kommer gå tillbaka till de vanor vi hade innan pandemin. Nya möjligheter har skapats genom pandemin som ger oss möjlighet att välja. Vi kan ju välja mellan att handla i favoritbutiken och att handla på nätet. Vi kan kanske välja mellan att jobba hemifrån och att sitta på kontoret. Vi kan göra både och. Våra vanor blir hybrider, vi väljer utifrån behov och möjlighet, vi tvingas inte välja det enda alternativ som finns tillbuds.

### 3.5. Våra platser utbud och attraktivitet utmanas

Den traditionella handeln tar mindre plats i staden. Handelns omsättning kommer sannolikt även fortsatt se omsättningen förskjutas mot e-handeln, även om e-handelns tillväxttakt kommer att mattas av under de närmaste åren. När handeln utvecklas kommer vi se att gränserna suddas ut mellan e-handel och fysisk handel i takt med att logistiken utvecklas. Leveranser till kunden kommer att ske mer rationellt och mer utifrån kundens perspektiv än det perspektiv som är bestämt av logistikföretagen själva.

Företagens behov av kontorsytor kommer att förändras. Från att vi bara pratade om kvadratmeter per arbetsplats, så kommer vi nu mer titta på kontoret som en mötesplats för medarbetarna där man interagerar, utbyter idéer och umgås. Det behöver ju inte innebära att man efterfrågar mindre ytor utan att ytorna disponeras annorlunda. Vi kommer kanske gå mot färre skrivbord och fler mötesplatser.

Konsumenterna har blivit mer gröna och lokala. Vi ställer allt högre krav på det vi äter. Det ska inte bara vara hållbart producerat, det ska vara producerat lokalt dessutom. Detta gäller inte bara utbudet i matvarubutiker och restauranger utan det har också skapat möjligheter för nya företeelser, rekoringar, exempelvis. Rekoringar är lokala producenter som säljer via nätet för avhämtning på speciella platser vid speciella tider.

Digitaliseringen kommer fortsätta att utmana invanda mönster och skapa nya möjligheter. Allt som kan göras på distans kommer att göras digitalt, förutom det fysiska och sociala mötet som kommer bli att mer betydelsefullt i den nya verkligheten vi har framför oss.

### 3.6. Förändrade konsumtionsvanor, hur påverkas Västervik?

Västervik har ett starkt platsvarumärke och hade före pandemin en stor sommarturism med stor betydelse för både staden och regionen. De trender och effekter vi sett under pandemin med en ökande turism inom landet kommer sannolikt skapa möjligheter framöver. Ingen vet om eller i vilken utsträckning vi går tillbaka till gamla vanor. Då Västervik redan är etablerad som sommarstad ser vi att det finns möjligheter att genom stadsutveckling öka reseanledningarna till Västervik och därigenom stärka både besöksnäring och handel framöver.

Västerviks relativt isolerade geografiska läge gör att man kunnat hålla en betydande handel kvar inom kommunen, trots att handeln i riket över tid förskjutits mot de större städerna. Turismen har bidragit till handelsomsättningen

främst under sommaren. Att fortsätta den framgångsrika stads- och destinationsutvecklingen ser vi som avgörande för att både vidmakthålla och stärka positionen.

Handeln i Västervik har genom pandemin inte lidit av de effekter som många andra orter och städer gjort. Enligt City-index 2021 har Västervik klarat sig bättre än jämförbara städer och inte tappat så mycket av sin omsättning i stadskärnan trots pandemin. Se sidan 8 avsnitt 3.4.1. Nu gäller det att hålla kvar handelsomsättningen så att man inte tappar marknadsandelar till kringliggande konkurrenter, dvs tappar marknadsandelar som man sannolikt vunnit under pandemin.

En viktig del i det strategiska arbetet framöver blir således att hålla kvar de positiva effekter pandemin gav staden, hantera de negativa, samtidigt visioner och strategier måste fånga upp oväntade trendsvängningar i framöver.



*Västervik har en samlad, förtätad och genuin struktur med stadsmässiga kvaliteter och unikt läge intill vikar och hav.*



## 4. Nulägesanalys

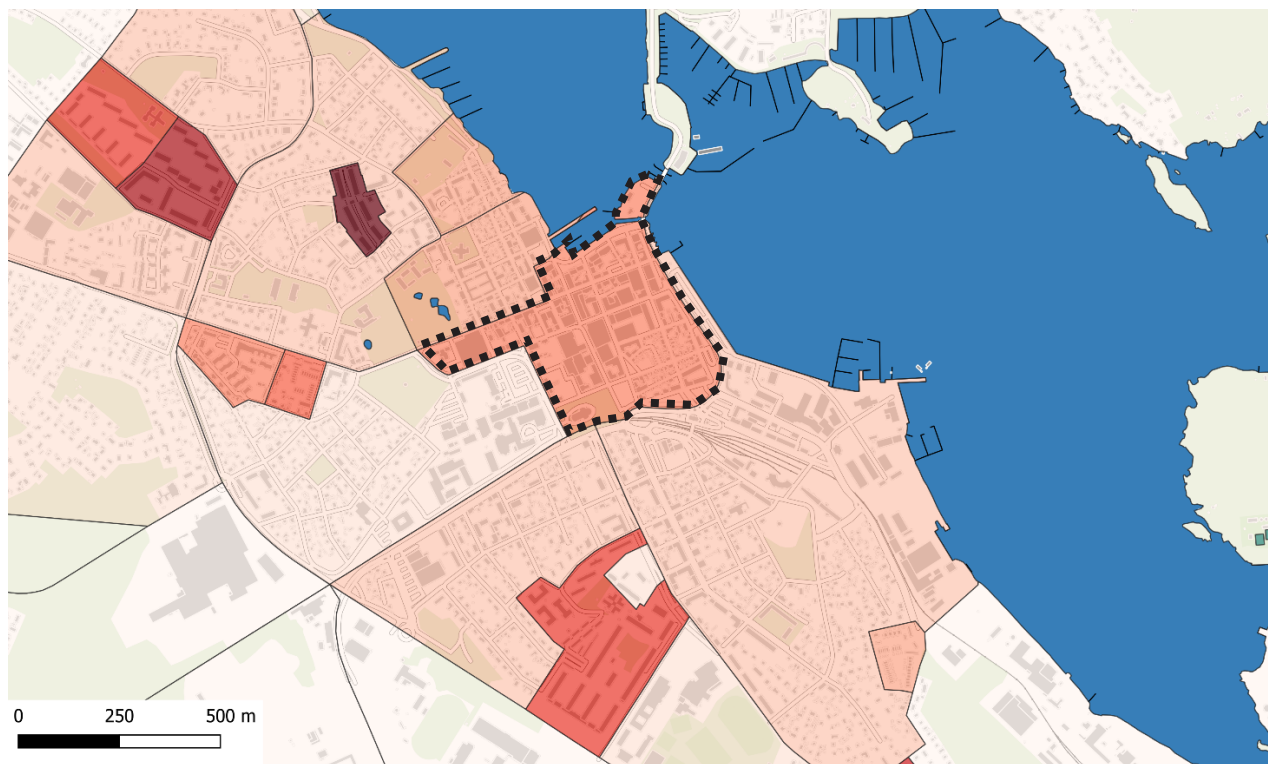
### 4.1. Befolkning

Västerviks befolkningsprognos visar en stillsam utveckling. År 2032 förväntas antalet invånare i kommunen vara 36 800, ca 150 fler än år 2021. Denna ökning sker huvudsakligen fram till år 2028 och grundar sig i att fler flyttar till Västervik än från.

#### 4.1.1. Nattbefolkning

En nulägesanalys av Västerviks nattbefolkning är utförd med GIS utifrån kommunens nyckelkodsområden, befolkningsstatistik är inhämtad från kommunen. Nattbefolkningen är den totala befolkningen med bostad i området.

Bebyggelsen i stadskärnan är sällan högre än två till tre våningar och innehåller mycket ytor för verksamheter, detta medför en relativt låg koncentration av boenden för att vara en stadskärna. I området som täcker de mesta centrala delarna av stadskärnan, markerad med streckad linje i figuren nedan, är nattbefolkningen idag ca 920 boende.



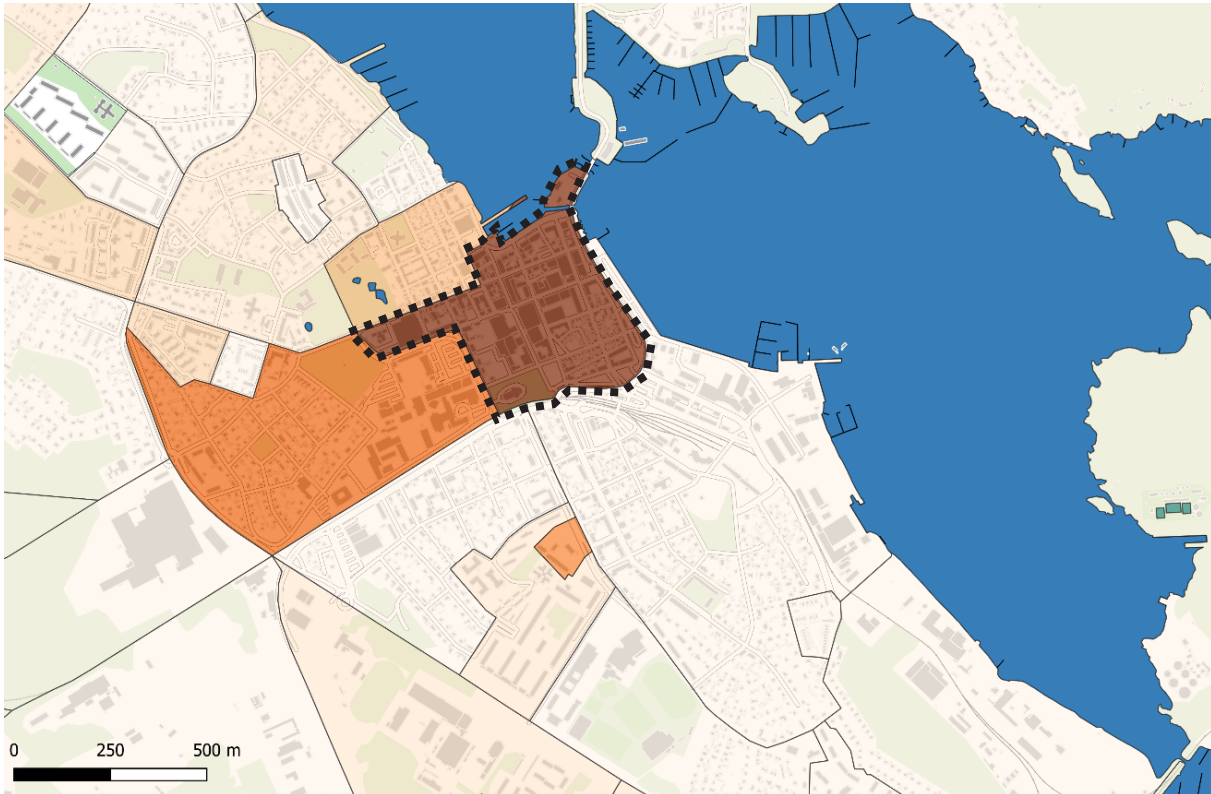
Figur 1. Nattbefolkning per area inom varje nyckelkodsområde. De mest centrala delarna av stadskärnan inom den streckade linjen. En högre koncentration av boende visas i mörkare nyans.

Figur 1 visar att en högre koncentration per nyckelkodsområdesarea finns i områdena runt omkring stadskärnan. Av de områden som visas på bilden har området för stadskärnan näst högst nattbefolkning i absoluta tal, dock finns högre koncentration i områdena utanför stadskärnan. Detta beror till stor del på att stadskärnan innehåller stora ytor för annat än boende och att höjden på flerbostadshusen är högre utanför stadskärnan.

#### 4.1.2. Dagbefolkning

Dagbefolkningen är individer med arbetsplats i området. En tydlig koncentration av dagbefolkningen syns i området kring stadskärnan, sjukhuset samt campusområdet. I området som täcker stadskärnan är dagbefolkningen idag 1 571.

Området för stadskärnan har den högsta koncentrationen av dagbefolkning per områdesarea. Det visas tydligt att flest personer har sin arbetsplats och vistas i dessa områden under dagtid.



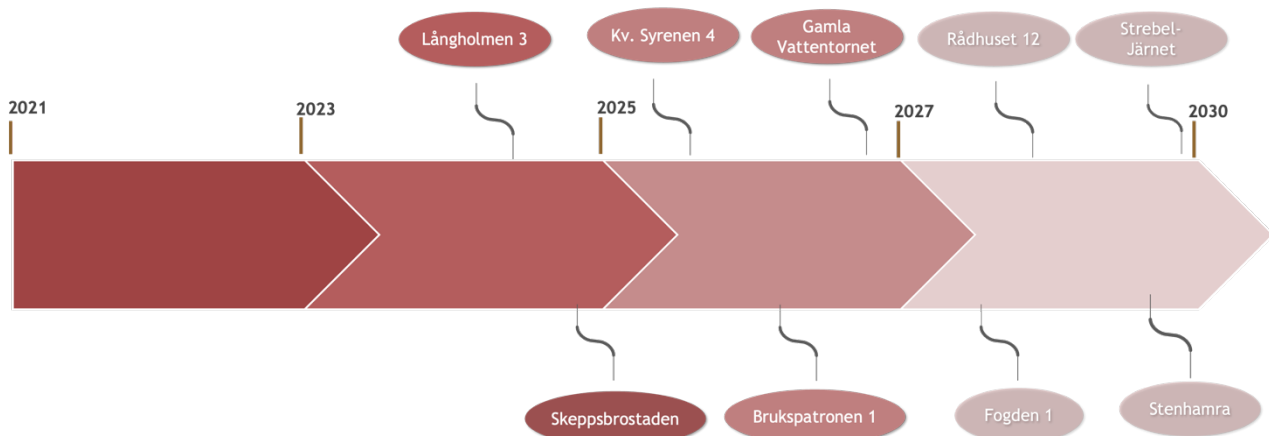
Figur 2. Dagbefolkning per area i nyckelkodsområdena. De mest centrala delarna av stadskärnan inom den streckade linjen.

#### 4.1.3. Framtida bostadsprojekt

I området kring stadskärnan finns ett antal förtätningsprojekt med olika status. Figur 4 ger en överblick av hur boendekoncentrationen kan förändras i framtiden, förutsatt att alla planerade bostadsprojekt genomförs. Vi har i det nedanstående räknat med i snitt 2,1 personer per bostad.

1. **Stenhamra 13.** Uppskattningsvis 150 bostäder (ca 315 personer).
2. **Kv. Syrenen.** Uppskattningsvis 40 bostäder. (ca 84 personer)
3. **Rådhuset 12.** Uppskattningsvis 10 bostäder. (ca 21 personer)
4. **Fogden 1.** Uppskattningsvis 10 stadsradhus samt 25–30 bostäder i flerbostadshus. (ca 80 personer)
5. **Brukspatronen 1.** Uppskattningsvis 10–15 bostäder. (ca 26 personer)
6. **Långholmen 3.** Uppskattningsvis 20 bostäder. (ca 42 personer)
7. **Strebel – Järnet.** Antal bostäder ej känt.
8. **Gamla Vattentornet.** Uppskattningsvis 30 bostäder. (ca 63 personer)
9. **Skeppsbrostaden.** Uppskattningsvis 30 bostäder. (ca 63 personer)

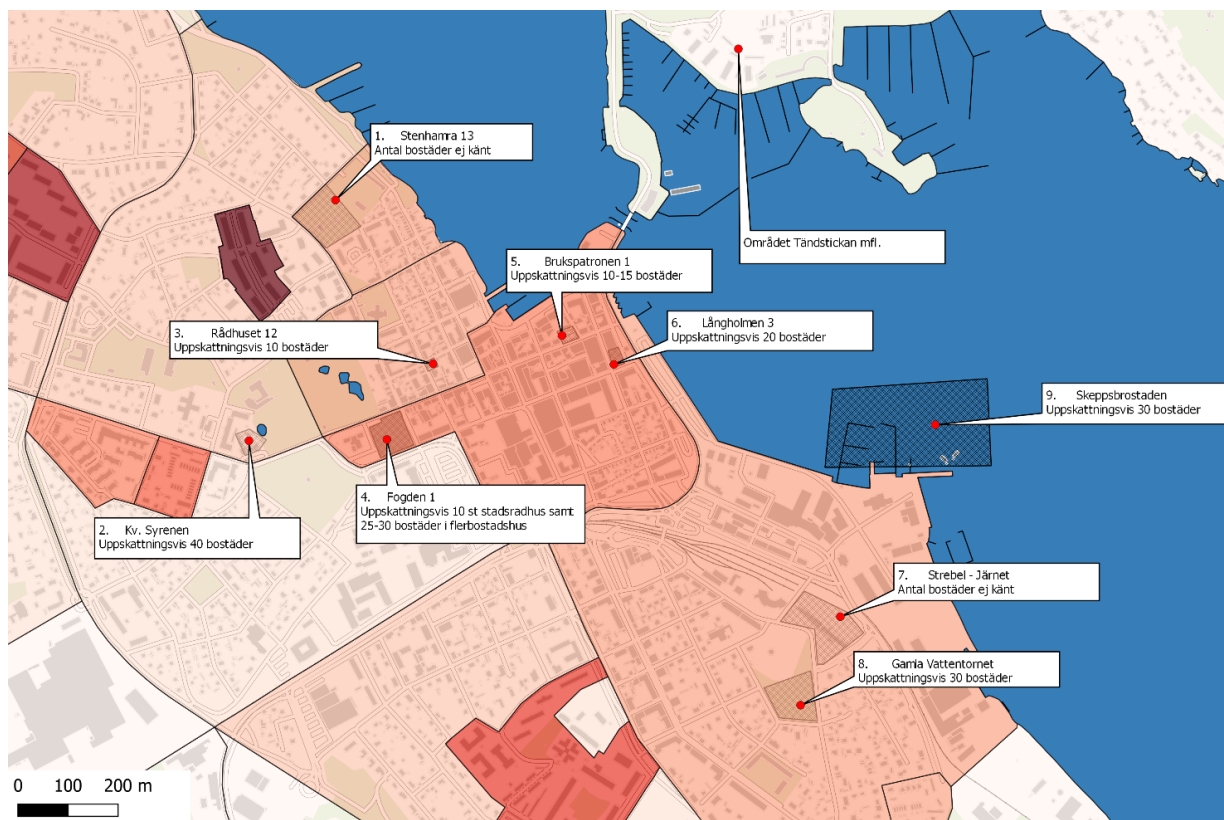
När de olika projekten kan tänkas färdigställas är svårt att uppskatta. Från år 2025 och framåt blir uppskattningen mer osäker. Följande bild utgår ifrån hur långt projektet kommit i detaljplanearbetet. För Långholmen 3 och Skeppsbrostaden är detaljplanearbetet klart och ett antagande att projektet kan vara färdigställt innan år 2025 görs. För Kv Syrenen 4, Gamla Vattentornet, Brukspatronen 1 är detaljplanearbetet pågående och RSD har antagit att projekten kan färdigställas först mellan år 2025 - 2027. För Rådhuset 12, Strebel, Fogden 1 och Stenhamra är detaljplanearbetet ej startat och en osäker uppskattning är att projekten kan vara färdigställda till år 2030.



Figur 3. Bedömda färdigställandeår för projekten.

Ett nyckeltal på 2.1 personer per bostad har använts för att uppskatta befolkningsökningen i varje område. I den innersta stadskärnan (Fogden 1, Brukspatronen 1, Långholmen 3) förväntas projekten generera ett tillskott av ca 150 personer. I det närmsta området omkring stadskärnan (Rådhuset 12, Kv Syrenen) förväntas förtätningsprojekten generera ett tillskott av ca 100 personer. I området kring Strebel – Järnet, Skeppsbrostaden samt Gamla Vattentornet förväntas en ökning av ca 125 personer.

En förtätning som kan stärka stadskärnan är området kring Tändstickan, detta är ett område som ligger mycket nära stadskärnan och skulle således bidra med köpkraft och ett flöde av människor. Idag är koncentrationen av boende mycket låg i detta område. Flera projekt är igång idag, med totalt ca 300 bostäder.



Figur 4. Bilden visar nattbefolkning per områdesarea med kommunens uppskattning av förtätningsprojekten inräknat (endast inräknat där bostäder är uppskattade).



## 4.2. Campus

Idag studerar ca 500 studenter på Campus Västervik. En vision är att det ska finnas 2 000 utbildningsplatser i regionen år 2030, d v s en fyrdubbling av antalet studerande

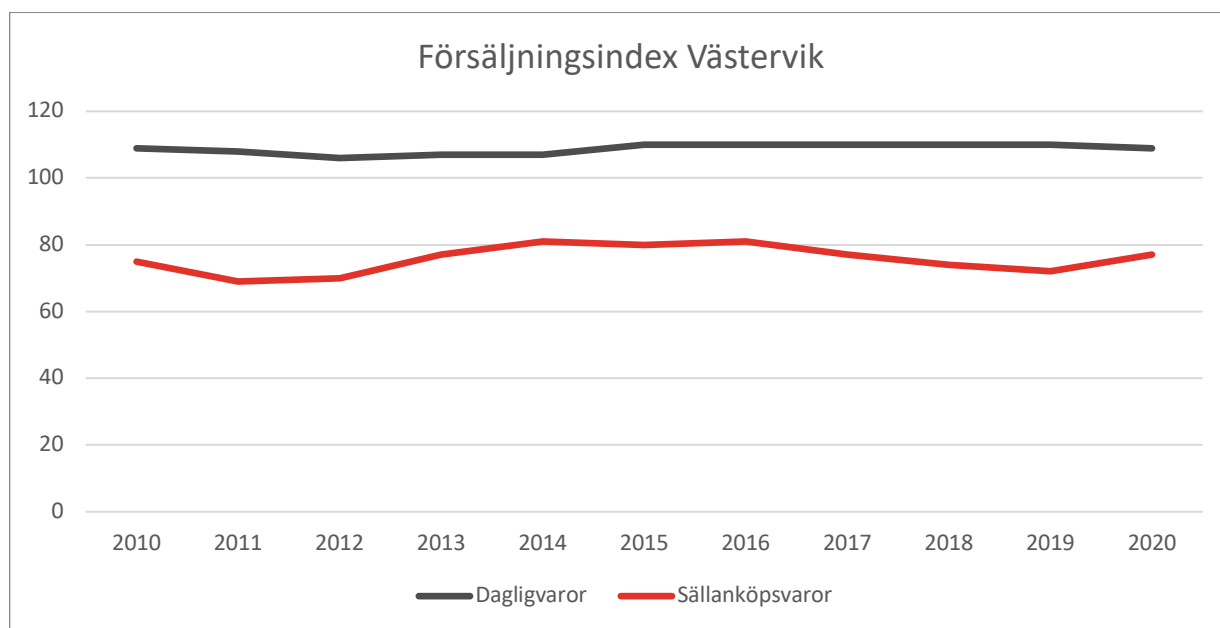
## 4.3. Handeln idag

Enligt Handeln i Sverige (HUI 2021) omsatte Västerviks detaljhandel totalt 2 315 Mkr inkl moms år 2020, en positiv försäljningsutveckling på 2 % noterades under pandemiåret 2020. Omsättningen för sällanköpsvaror blev 870 Mkr (försäljningsutveckling 5 %), och 1 445 Mkr (försäljningsutveckling -1 %) för dagligvaror.

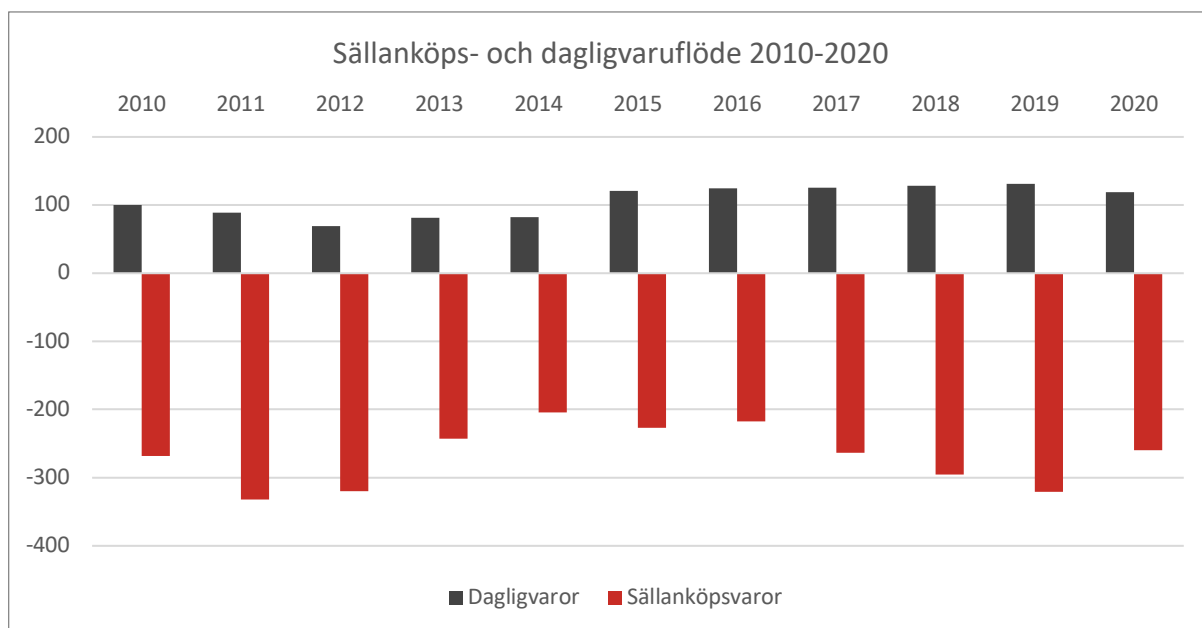
Västervik har idag ett utflöde av sällanköpsvaruhandel, index ligger på 77, vilket betyder att man hade ett utflöde av sällanköpsvaruomsättning på 260 Mkr inkl moms år 2020. För dagligvaruhandeln har man i stället ett inflöde, index ligger på 109, vilket betyder ett inflöde på 119 Mkr inkl moms år 2020.

Sällanköpsvaruindexet är normalt för en ort av Västerviks storlek, och inflödet av dagligvaruomsättning förklaras av ex vis sommarboende.

Siffrorna visar att Västerviks handel inte har påverkats anmärkningsvärt negativt av pandemin, detta kan förklaras bl a av mängden fritidshus i kommunen och den stora tillströmningen av turister under sommarhalvåret.



Figur 5. Detaljhandelsindex för Västervik, 2010 till 2020. Källa: Handeln i Sverige/Handelsfakta.



Figur 6. In- eller utflöde för detaljhandeln i Västerвик, 2010 – 2020. Mkr inkl moms. Källa: Handeln i Sverige/Handelsfakta.

#### 4.3.1. Stadskärnan

##### Cityindex

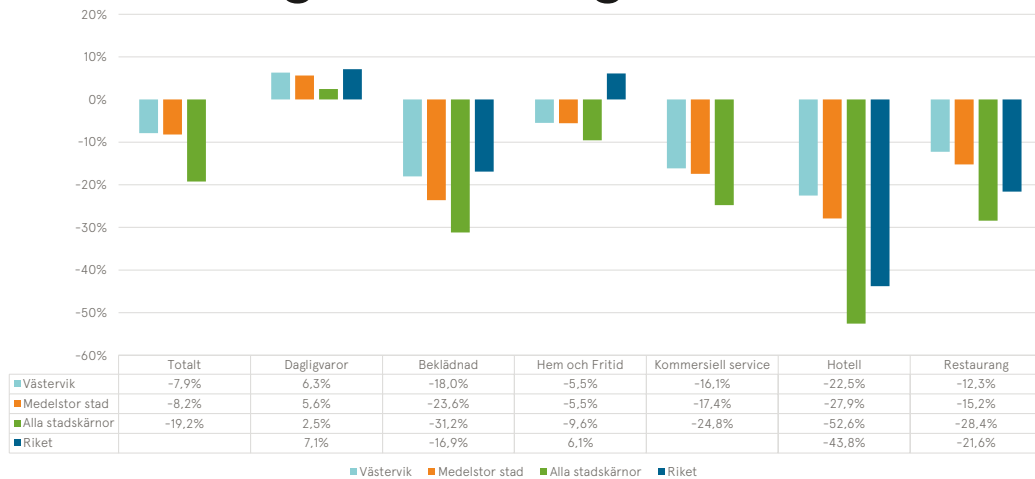
Cityindex, som tas fram av Fastighetsägarna, definierar stadskärnan i Västerвик som de centrala delarna av Storgatan och Kvarngatan, i princip avgränsat av Västra Kyrkogatan i väster och Strömmsgatan i öster. Enligt detta omsatte stadskärnan drygt 480 Mkr inkl moms år 2019, av vilket drygt 200 Mkr är dagligvaror och knappt 280 Mkr sällanköpsvaror. Det innebär att stadskärnan har en marknadsandel av kommunens totala detaljhandel på drygt 20 %.

Cityindex är branschorganisationen Fastighetsägarnas årliga mätning av omsättningen i Sveriges stadskärnor. Ett drygt 100-tal städer ingår där man jämför både städer i samma storlek och hela riket. Enligt denna undersökning har Västerviks stadskärna klarat sig bättre än både jämförbara stadskärnor och alla stadskärnor. Undersökningen jämför skillnaderna mellan åren 2019 och 2020, ett år som präglats av pandemin.

Undersökningen konstaterar att Västerвик har behållit en större del av sin omsättning än jämförbara städer. Den bransch som har haft det tuffast är hotellen, men även här har omsättningstappet inte varit så dramatiskt som i många andra städer. Att varken hotellen eller restaurangerna har drabbats lika hårt som övriga riket beror sannolikt på turismen, att Västerвик är en sommardestination av rang och att man under sommaren hämtade hem mer omsättning än andra städer kunnat göra.

Vi kan också notera att både dagligvaruhandeln och övrig sällanköpshandel visar på positivare resultat än många andra städer, eller rättare sagt man har inte tappat lika mycket som jämförbara städer. När pandemin och restriktioner gjorde att vi inte kunde besöka restauranger och kaféer som tidigare, gynnade detta dagligvaruhandeln som visade en högre ökning i Västerвик än i jämförbara städer. Även övrig handel, såsom beklädnad, hem och fritid samt kommersiell service har inte tappat så mycket. Det kan sannolikt bero på att resandet mot andra städer och handelsorter minskat i pandemins spår. En större del av handeln har stannat i Västerвик trots att e-handeln ökade i hela riket under detta år.

# Omsättningsutveckling 2019–2020



Källa: SCB, Tjänsteproduktionsindex, Handelsfakta.se & HUI beräkning

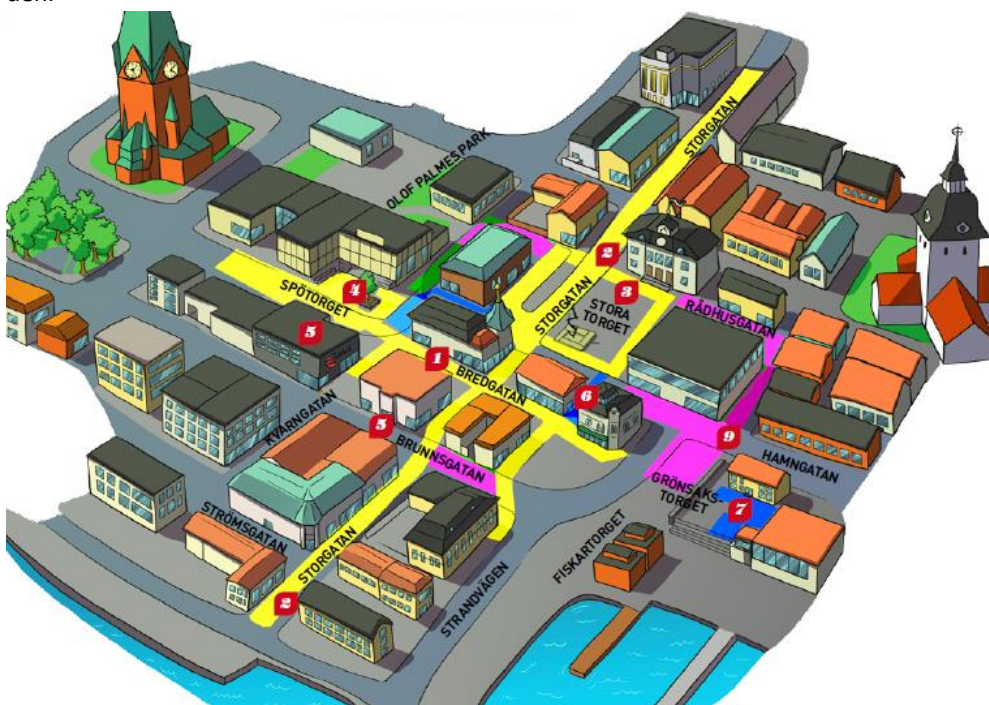


Statistiken har exkluderat e-handel på stadskärna och region men inte riket. Dagligvaror inkluderar Systembolaget. I de fall utvecklingstal för riket saknas finns ingen tillgänglig statistik.

## Stråkstruktur

Enligt den tidigare planen för utbudet i stadskärnan pekades Storgatan och Bredgatan (gula i figuren nedan) ut som viktigaste stråk, där beklädnad skulle koncentreras till södra delen av Bredgatan och upp mot Spötorget och Västerport. Bredgatan närmast vattnet skulle ha mer tyngdpunkt mot restauranger och serveringar. På Storgatan västerut skall utbudet vara bredare och med inslag av serveringar. Man uttryckte i planen önskemål om att Storgatan inte "skall ta slut" efter Brunnsgatan, något som inte riktigt har infriats, eftersom det idag finns verksamheter av icke-handelskaraktär där.

Överlag har en del av tankarna i planen infriats, medan andra varit svårare att lösa och kan bli ett medskick till framtiden.



Figur 7. Stråkstruktur Västerwik. 2010. Vi ser ut över staden ifrån öster och mot väster.

Visionen är dock levande och har varit en tydlig ledstjärna genom årens arbete. Långsamt har etableringarna fallit på rätt plats och utbudet har utvecklats i den önskvärda färdriktningen. Nu önskar man uppdatera och utveckla visionen och denna analys syftar till att ge beslutsunderlag i den arbetsprocessen.

#### 4.3.2. Externhandeln

Västervik har ett större sammanhängande externhandelsområde. Det är Ljungheden, som omsätter totalt drygt 710 Mkr (2020) på totalt ca 20 000 kvm. De största hyresgästerna på Ljungheden är ICA Maxi, Biltema, Jula och Clas Ohlson. Ljungheden är ett renodlat volymhandelsområde. Ljunghedens andel av kommunens totala detaljhandel är drygt 30 %.

Därtill finns en del handel (Willys, Jem & Fix m m) vid Södra infarten och ex vis bilhandlare och hemelektronik utmed Allén från Ljungheden in mot stadskärnan.



Figur 8. Områden med externhandel, Västervik.

#### 4.4. Kontor och verksamhetslokaler

Vi har noterat i vårt arbete i andra städer att det talas mycket om en efterfrågan på moderna, yteffektiva kontorslokaler som är anpassade för det nya kontorslandskapet med många mötesrum. Ett centralt läge och närhet till kommunikation är viktigt. Efterfrågan på kontorslokaler kommer sannolikt förändras i spåren av pandemin. Företagen söker i ökad utsträckning både effektivare, anpassade och även mindre ytor då personalen fortledes kommer arbeta hemifrån i viss utsträckning. Detta är lokaltyper som ofta inte finns i ett äldre fastighetsbestånd utan främst i nyare fastigheter. Detta är något som det kan råda brist på i Västervik.

# 5. Prime Pitch

## 5.1. Om modellen

Med hjälp av den lokala lägesmodellen Prime Pitch (tidigare Kolla Läget) har olika lokaliseringar och kvartersstrukturer för de kommersiella verksamheterna studerats.



Figur 9. Faktorer som avgör ett läges kommersiella kvalitet

Prime Pitch är en stråkutvärderingsmodell, sammansatt av ett antal viktade faktorer (se Figur 9 tv), som beskriver ett läges kommersiella kvalitet. I Prime Pitch poängsätts och viktas de lägesbeskrivande faktorerna för de lägen man vill utvärdera.

Modellens syfte är att utvärdera olika butikslägens försäljningsmöjligheter i ett centrum (en stadskärna, ett stadsdelscentrum eller ett köpcentrum).

Modellen kan användas dels för att pröva olika butikslägen, dels för att beskriva den kommersiella kvaliteten hos hela centrum eller stråk.

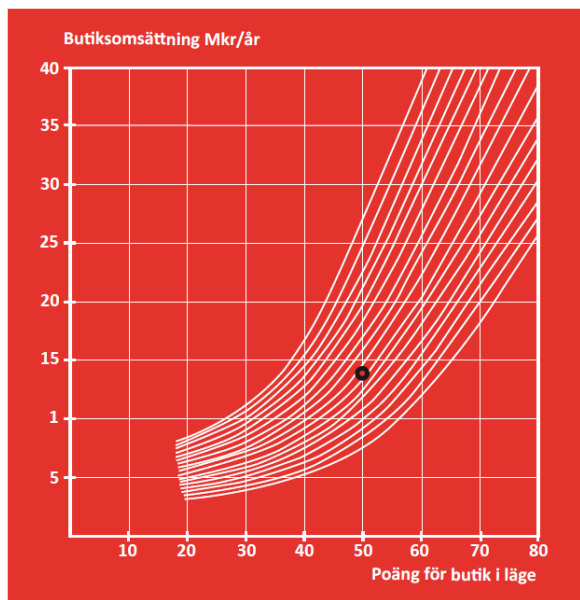
Modellen är utvecklad på KTH och avstämd för ett antal olika branscher/sortiment/profiler och avser relativt små butiker som endast i måttlig omfattning skapar sitt eget läge. Den har hög precision, vid goda indata kan omsättningspotentialen ges med 5 à 10 % noggrannhet, och kan användas som beslutsunderlag vid ny- eller ometablering och vid omstrukturering av stråk och tillgänglighet.

Olika branscher (d v s blommor, skor, guld ... etc) och, inom dessa, specifika sortiment och profiler får olika parametervärden. Olika ortsstorlekar har olika värdenivåer. Lägeskvaliteten för ett enskilt läge erhålles genom en sammanvägning av parametervärdena. Den erhållna lägeskvaliteten står sedan i viss relation till möjlig försäljning för studerad bransch/profil/sortiment i studerat läge.

Figur 10. Samband mellan Prime Pitch-poäng och omsättning.

Källa: Nordplan AB.

Möjlig försäljning bestäms med hjälp av ett diagram, Figur 10, som översätter poäng till försäljningsmöjligheter för resp bransch/sortiment/profil. Det är butikens sak att leva upp till försäljningsmöjligheten. Modellen ger den relativa lägeskvaliteten och därmed de relativa försäljningsmöjligheterna i studerat centrum. Text kan man jämföra dagsläge med ansatta framtidsscenarioer.



Den teoretiska maxpoängen för ett läge är 100 poäng. Detta är dock omöjligt att uppnå (man kan ex vis inte få full poäng på miljö och parkering samtidigt), utan ett mycket gott läge får vanligen mellan 60 och 70 poäng, enstaka lägen kan nå över 70. För nyetableringsbarhet krävs oftast att poängen överstiger 50, men redan etablerade verksamheter kan fungera i lägen med sämre poäng än så.

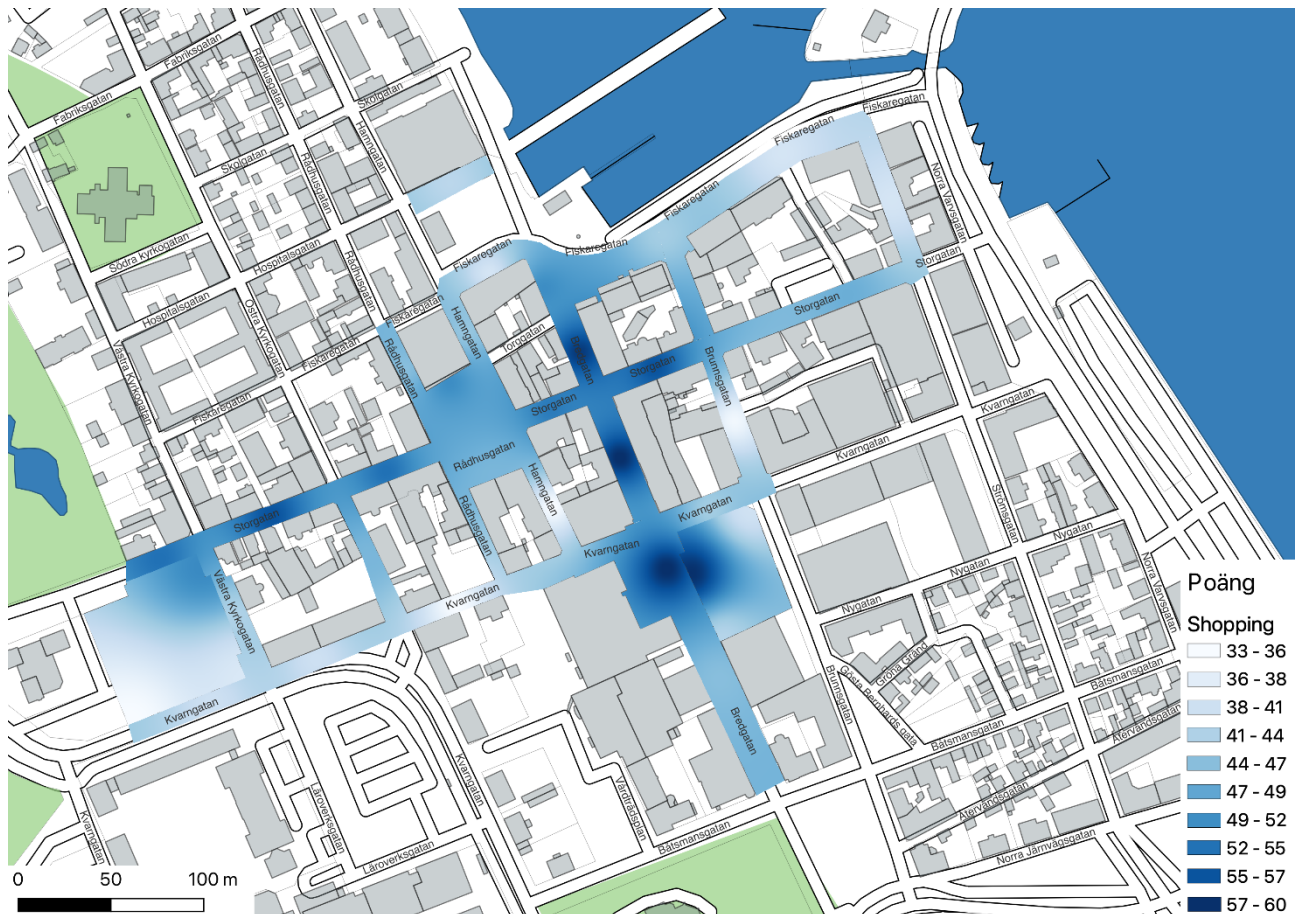
Prime Pitch har i detta fall gjorts för shopping och ärendehandel (dagligvaror).



## 5.2. Dagsläget

### 5.2.1. Shopping

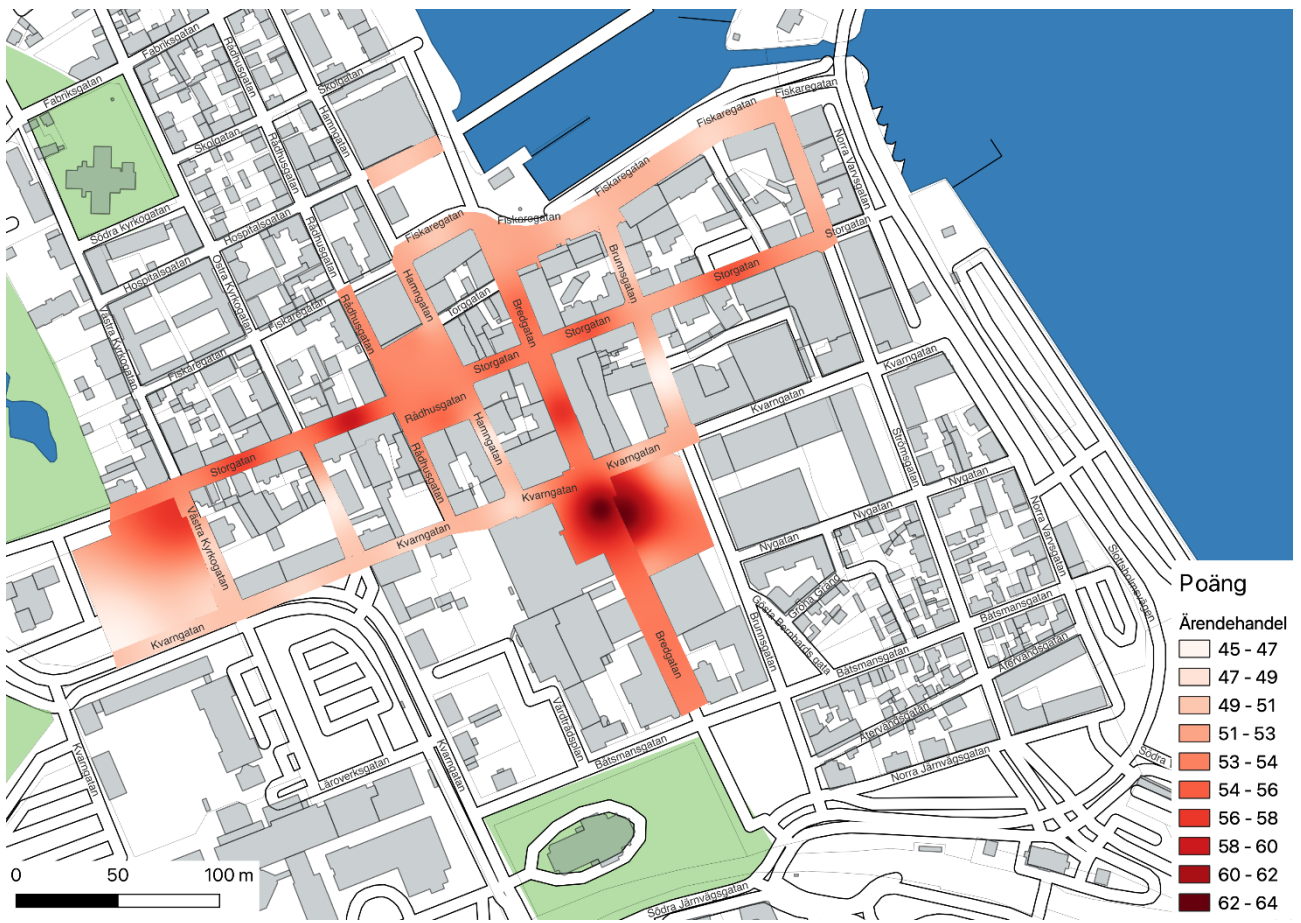
De starkaste lägena för shopping i Västerviks stadskärna ligger på Bredgatan, där vi når uppemot 60 poäng, vilket är att betrakta som ett riktigt bra läge. Även Storgatan når i vissa delar en bit över 50 poäng. Detta beror bl a på det relativt sett stora utbudet av shopping och den goda miljön, samt att det finns gott om parkering i stadskärnan. Dock ser man att poängen faller snabbt när man rör sig just utanför de mest intensiva delarna.



Figur 11. Prime Pitch för shopping i Västerviks stadskärna. Oktober 2021. Källa: RSD.

### 5.2.2. Ärendehandel

För ärendehandel är samma lägen de starkaste, men poängen och attraktiviteten ligger över hela stadskärnan lite högre än för shopping. Stans bästa lägen för ärendehandel är vid Västerport och Bredgatan. Här väger den goda tillgängligheten än tyngre än för shopping.



Figur 12. Prime Pitch för ärendehandel i Västerviks stadskärna. Oktober 2021. Källa: RSD.

## 5.3. Scenario 1 – gågata på Storgatan

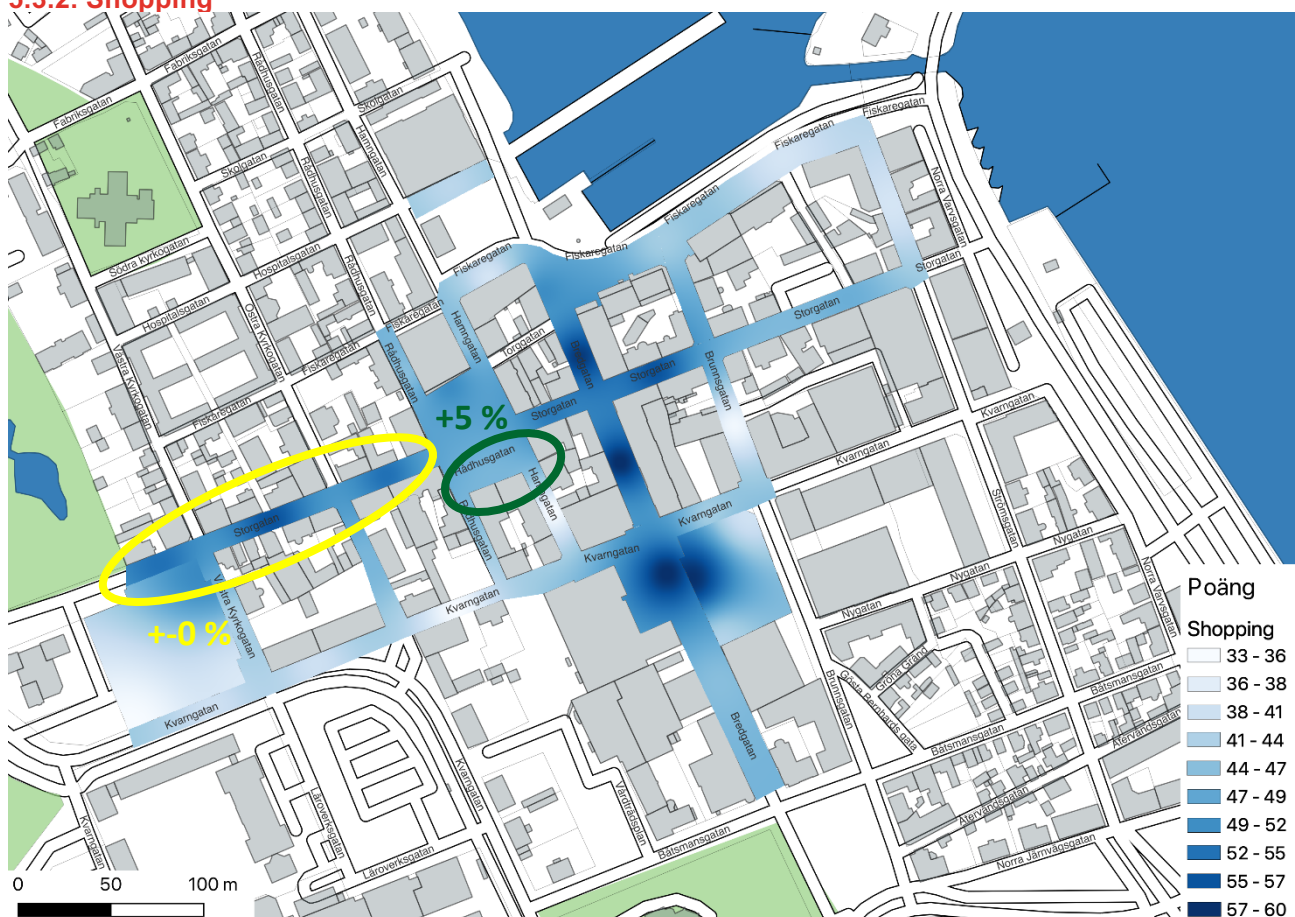
### 5.3.1. Storgatan idag

Övre (västra) delen av Storgatan, mellan Tullportens galleria och Stora Torget är en trafikerad gata i Västerviks stadskärna. Det finns ca 10 kantstensparkeringsplatser utmed sträckan. Biltrafiken har relativt hög hastighet utmed gatan, som även fungerar som genomfart. Gatan kan uppfattas som otrygg att vistas vid, då trottoarerna bitvis är relativt smala.

Utmed sträckan finns handel och andra verksamheter, bl a Erik Hultgrens Bokhandel, beklädnadsbutiker, heminredningsbutiker och second hand-butiken Busfrö.

Som ett första scenario har RSD ansatt gågata på Storgatan mellan Stora Torget och galleria Tullporten. Det innebär att vistelsemiljön förbättras med bl a en ny, mer gångvänlig beläggning och utökad grönska, men att parkeringsplatser försvinner. Vi har inte räknat med några omfattande förändringar i utbudet. Vi har här inte närmare beaktat var de bilar som idag trafikerar Storgatan kommer att köra i framtiden, då det är mest troligt att dessa hamnar på ett för handeln mindre viktigt stråk.

### 5.3.2. Shopping

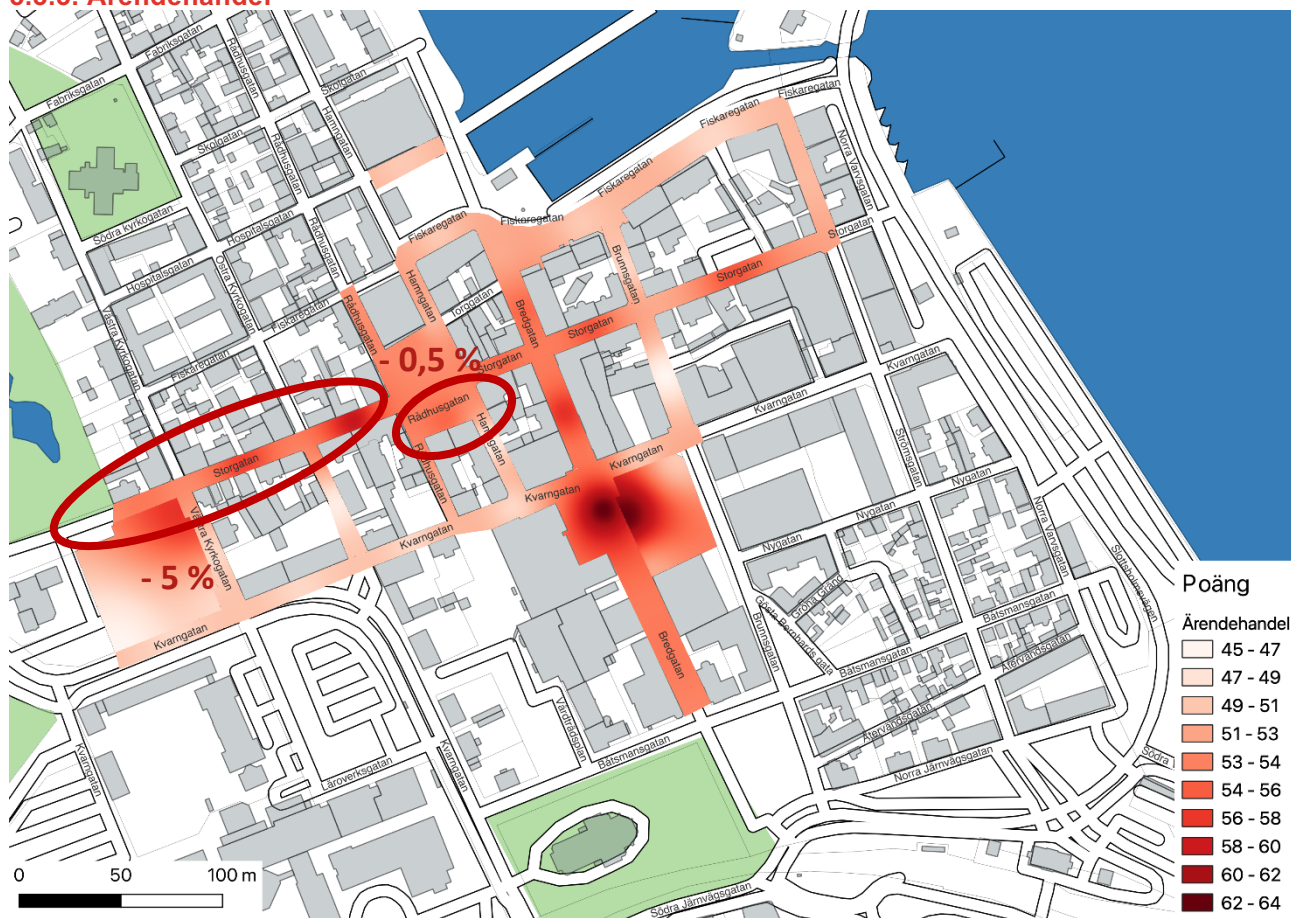


Figur 13. Prime Pitch för shopping i Västerviks stadskärna. Scenario 1 – gågata på Storgatan. Källa: RSD.

För shopping blir effekterna av införande av gågatan mycket nära noll på den största delen av Storgatan, den förbättrade miljöns positiva effekter tas ut helt av de negativa effekterna av den förlorade parkeringen och därmed försämrade tillgängligheten. På torgets södra sida blir effekterna något positiva.



### 5.3.3. Ärendehandel



Figur 14. Prime Pitch för ärendehandel i Västerviks stadskärna. Scenario 1 – gågata på Storgatan. Källa: RSD.

Om vi i stället studerar ärendehandeln bli effekterna negativa, ca 5 % på Storgatans östra delar och svagt negativa vid torget. Detta beror på att för ärendehandel är tillgängligheten viktigare än för shoppingen, och den upplevda miljön spelar relativt sett en mindre roll.

## 5.4. Scenario 2 – gångfartsområde på Storgatan

Om vi i stället gör en mindre förändring, där parkeringen får vara kvar på Storgatan, men att hastigheten sänks till gå-fartstempo (mindre än 10 km/h). Detta kan åstadkommas t ex genom att man gör "klackar" på trottoarerna, omväxlande på olika sidor om gatan (i stället för som idag på bara den norra sidan), så att bilarna tvingas hålla en lägre hastighet. Man kan också addera vägbulor och blomsterlådor som hjälper till att sänka hastigheten. I detta scenario kommer några av parkeringsplatserna – kanske 2 till 3 st – att försvinna för att miljön skall kunna bli trevligare. Inte heller i detta scenario har vi räknat med några omfattande förändringar på utbudssidan.

### 5.4.1. Shopping

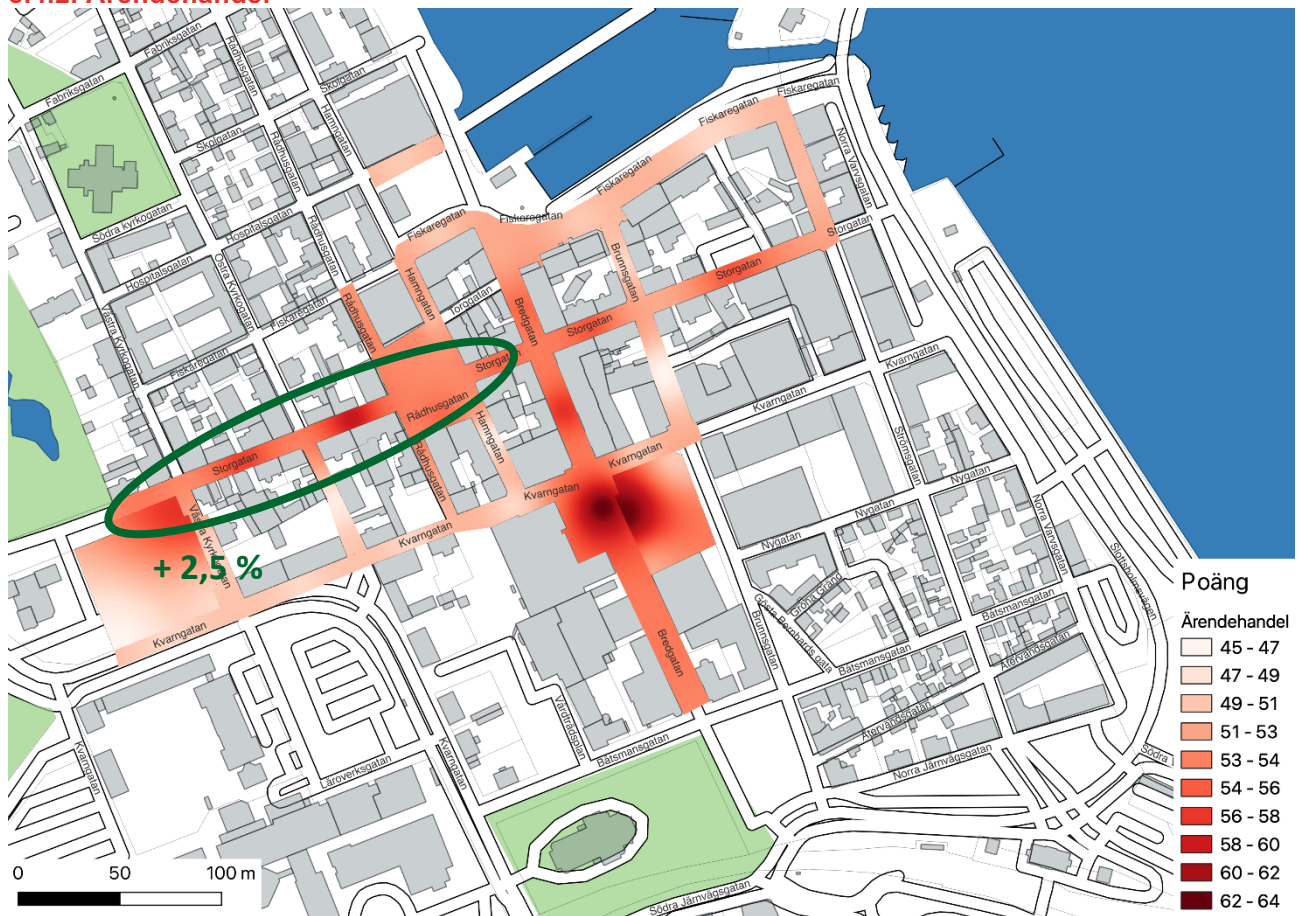


Figur 15. Prime Pitch för ärendehandel i Västerviks stadskärna. Scenario 2 – gångfartsområde på Storgatan. Källa: RSD.

Ett gångfartsområde med trevlig miljö och parkering skulle innebära positiva effekter på ca 5 % på hela östra delen av Storgatan. Givet de relativt höga nivåer som poängen ligger på skulle en lägespotentialsökning med 5 % innebära en lika stor möjlig omsättningsökning för de aktuella shoppingverksamheterna.



### 5.4.2. Ärendehandel



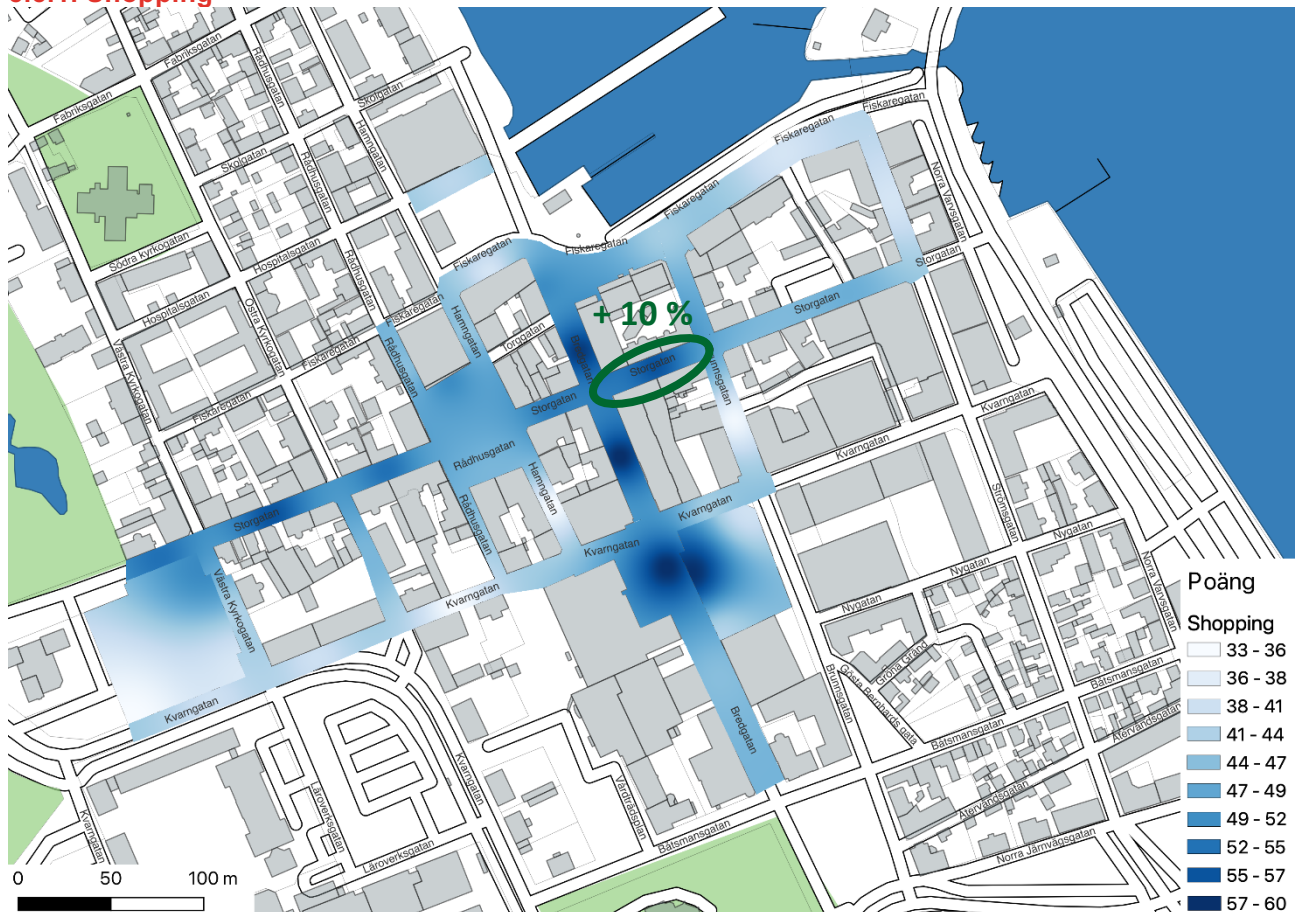
Figur 16. Prime Pitch för ärendehandel i Västerviks stadskärna. Scenario 2 – gångfartsområde på Storgatan. Källa: RSD.

Även på ärendehandelssidan kommer vi att se positiva effekter av ett gångfartsområde, om än inte lika tydliga som för shoppingen.

## 5.5. Scenario 3 – shopping där Länsförsäkringar ligger idag

Om man kan bereda Länsförsäkringar, som idag disponerar en halv kvarterssida på Storgatans östra dels norra sida, där det är gågata, lokaler på annan plats i stadskärnan, skulle dessa lokaler kunna fyllas med någon typ av shopping-verksamhet.

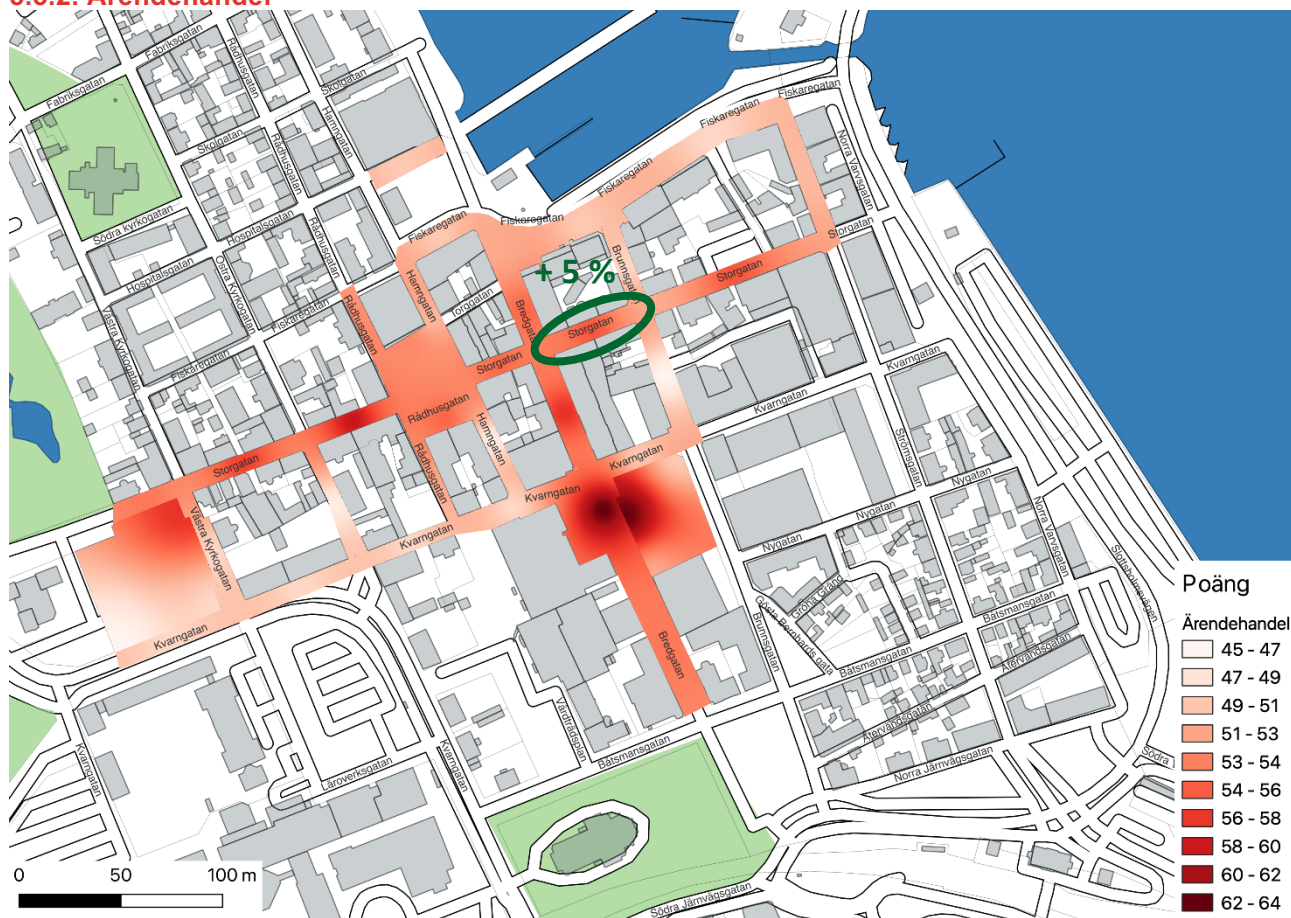
### 5.5.1. Shopping



Figur 17. Prime Pitch för shopping i Västerviks stadskärna. Scenario 3 – shopping i nuvarande Länsförsäkringar. Källa: RSD.

För övriga shoppingverksamheter på Storgatans östra del skulle mer shopping innebära en möjligt förbättrad lägespotential med 10 %. Läget skulle i och med detta bli ett av stadskärnans bästa shoppinglägen, med nära 60 poäng. Med tanke på den höga poäng som läget har redan idag, skulle en ökning av lägespotentialen med 10 % innebära en möjlig omsättningsökning på minst 10 %.

### 5.5.2. Ärendehandel



Figur 18. Prime Pitch för ärendehandel i Västerviks stadskärna. Scenario 3 – shopping i nuvarande Länsförsäkringar. Källa: RSD.

För ärendehandel blir effekterna av shopping i Länsförsäkringars lokaler mindre, men likväl positiva. En ökning med uppemot 5 % till ett värde på över 55 är inte omöjligt, vilket skulle innebära motsvarande möjliga omsättningsökning för omgivande verksamheter.

## 6. Medborgarenkät 2021

Under hösten 2021 genomfördes en digital medborgarenkät, som gav knappt 350 svar. Några utdrag:

### 6.1. Inköpsort

Respondenterna gjorde största delen av sin sällanköpsvaruhandel enligt nedanstående.

| Sällanköpsvaror       | %   |
|-----------------------|-----|
| I stadskärnan         | 39  |
| Externhandel          | 15  |
| I annan stad, vilken? | 15  |
| E-handel              | 31  |
| Total                 | 100 |

Tabell 1. När du handlar sällanköpsvaror, var gör du MERPARTEN av inköpen? Webenkät hösten 2021.

Anmärkningsvärt är att över 30 % säger sig göra det på nätet, det är sannolikt en lite högre siffra än den verkliga, dels för att enkäten genomfördes digitalt, dels för att respondenterna har en dokumenterad närvaro på nätet, dels för att den genomfördes då vi fortfarande såg en del pandemirestriktioner (och pandemieffekter) i samhället. Om man i stället räknar ut hur den fysiska handeln fördelade sig blir andelarna enligt följande.

| Sällanköpsvaror       | %   |
|-----------------------|-----|
| I stadskärnan         | 57  |
| Externhandel          | 21  |
| I annan stad, vilken? | 21  |
| Total                 | 100 |

Tabell 2. När du handlar sällanköpsvaror, var gör du MERPARTEN av inköpen? Endast fysisk handel. Webenkät hösten 2021.

Den andra stad som oftast besöktes för handel var Linköping, som besöktes av knappt 65 %, följt av Kalmar och Norrköping, på drygt 30 % vardera (flera orter fick anges).

### 6.2. Viktigt och uppfyllt

Respondenterna fick även ange hur viktigt olika faktorer är för en stadskärna, och hur väl Västervik har uppfyllt detta,

på en femgradig skala. I diagrammet skulle de båda linjerna sammanfalla om Västerviks stadskärna hade presterat i nivå med hur viktigt respondenterna tycker att respektive faktor är.



Figur 19. Hur viktigt är följande för att du ska trivas i och besöka EN STADSKÄRNA, och hur väl uppfyller Västerviks stadskärna det? 1 är lägsta betyg och 5 är högsta. Webenkät hösten 2021.

Som synes når Västerviks stadskärna inte upp till den ideala i någon faktor. Man måste dock komma ihåg att man tenderar att överdriva viktigheten i den ideala stadskärnan.

Men att notera är att glappet mellan viktigt och uppfyllt är stort på flera delar av utbudssidan, och minst på ex vis miljö (stadskärnan är trevlig), GC-stråk och biltillgänglighet, vilket i sig är lite paradoxalt eftersom glappet är relativt stort på parkeringssidan.





När man tittar på svaren om vad som är den viktigaste anledningen till att besöka stadskärnan respektive externhandeln, är utbudet viktigt på båda platserna, men i stadskärnan finns mer mjuka parametrar som att det är charmigt, trevligt och att man vill gynna den lokala handeln. Externt handlar det mer om rationalitet och pris.

#### Stadskärnan



Figur 22. Vad är viktigaste anledningen till att du besöker din stadskärna? Skriv EN sak. Webenkät hösten 2021.

#### Externt handelsområde



Figur 23. Vad är viktigaste anledningen till att du besöker ett externt handelsområde i din stad? Skriv EN sak. Webenkät hösten 2021.

## 7. Framtiden

Vi har tidigare i denna rapport berört de trender som just nu drar i våra städer. Mycket av vår spaning bygger på att det i rådande tid är svårt att just framtidsspana, även om pandemin sakta släpper greppet. Verkligheten, som vi har varit vana att bygga utvecklingen på, håller på att förändras i grunden. Vi vet inte hur våra städer fullt ut kommer påverkas av förändrade urbana beteenden i pandemins spå. Utvecklingen sker i en rasande fart och det blir därför allt viktigare att planera och ta fram strategier och handlingsplaner.

### 7.1. Framgångsrikt utvecklingsarbete börjar inom den egna organisationen

En tydlig erfarenhet är att framgången i utvecklingsarbetet ofta är kopplade till de organisationer som ska arbeta med utvecklingen. Allt utgår från en fungerade utvecklingsorganisation. Ofta ligger framgången inte i vad man gör, utan hur man gör det.

För att möta framtiden är det därför viktigt att utveckla strategier för att möjliggöra kloka utvecklingsbeslut. De strategier som ska användas som utvecklingsverktyg måste vara framtagna utifrån delaktighet och förankring hos stadens privata och offentliga aktörer. Först då blir de riktlinjer och en tydlig färdriktning för beslutsfattande, investeringar och etableringar. En gammal sanning är att kommunens roll som möjliggörare inte ska underskattas. I dessa tider när inte minst pandemin drar i vår samhällsutveckling, så blir det ännu viktigare att kommunen tar ledartröjan även i fortsättningen.

### 7.2. Utbudet – ett centralt fokusområde inför framtiden

Inför framtiden är det tydligt att utbudet i våra städer bör bli ett prioriterat utvecklingsområde. Som vi tidigare skrivit om så är omställningen betydande för både handel och besöksnäring, utbudet i våra städer utmanas inte bara av pandemin, utan, av digitalisering och förändrade vanor och beteenden. Därför blir sannolikt just etableringsstrategier kanske de viktigaste verktygen framöver. En etableringsstrategi är dessutom en ganska hanterbar åtgärd att genomföra. Den får både omedelbara och långsiktiga effekter på utbudet och möjliggör nödvändiga investeringar för handel, fastighetsägare och kommun.

Under arbetet med denna rapport har det blivit tydligt att den etableringsstrategi som Västervik tog fram för ett 10-tal år sedan har givit resultat. Den fick direkta effekter och möjliggjorde att strategiska etableringar exempelvis inom kafé och dagligvaror hamnade på rätt plats. Resultatet är synligt både i den fysiska miljön och i Västerviks handelssiffror.

En framgångsfaktor är att hitta argument och incitament för fler aktörer att ansluta till nätverk och stadsutvecklingsorganisationer och därigenom hitta möjligheter och åtgärdsområden som legat dolda eller outnyttjade. Ofta har besöksnäringen varit svårast att locka till samverkan, varför just kvällsekonomin, trygghet och säkerhet kan vara exempel på frågor som kan locka fler. Även aktörer inom kultur och fritid kan se möjligheter i att samarbeta när arbetet har fokus på att utveckla både själva samverkan och platsens utbud. Kulturens betydelse för både utbud och attraktivitet ökar, viljan att konsumera kultur framträder allt tydligare, inte minst i enkäterna.

### 7.3. Samverkan kring stadsutvecklingen

Västervik satte tidigt fokus på att bygga en organisation för både stadsutveckling och landsbygdsutveckling. Det finns nu en samarbetstradition som skapar stabilitet, tillit och delaktighet. Västervik Framåt är idag ett föredöme för många städer och kommuner genom sitt framgångsrika arbete. Dock behöver processer, analyser och utredningar alltid ses över och uppdateras regelbundet för att kunna vara aktuella och relevanta beslutsunderlag i utvecklingsprocessen.

Den tidigare genomförda stråkanalysen från 2011 håller nu på att uppdateras för att tydligare kunna kommuniceras och användas som verktyg för att utveckla utbudet. Den omnämns i Affärsplan BID Västervik Storgatan och Stora torget som ett verktyg för etablering även inom denna process. Etableringsplanen var en del i framgångarna bakom de

etableringar som kom till efter att strategin lanserades för 10 år sedan. En uppdaterad etableringsstrategi är en viktig del i det fortsatta arbetet med att utveckla utbudet den fysiska miljön och att även fortdeles nå framgångar i stadsutvecklingen.

## 7.4. Storgatans framtid

Enligt beräkningarna med Prime Pitch i avsnitt 5.3, är det inte fördelaktigt att konvertera Storgatan till gågata, då den lättillgängliga parkeringen har för stor betydelse för gatans verksamheter, och fördelarna med gågata inte förmår kompensera detta. Dock är sannolikt en omdaning till gårdsgata eller gångfartsområde med sänkt hastighet och bättre miljö för fotgängarna ett bra mellanting, då detta bara betyder att en eller kanske två bilplatser måste försvinna.

## 7.5. Länsförsäkringar

Länsförsäkringars lokaler på Storgatan skulle med fördel kunna konverteras till shopping, om den regionala marknaden tillåter nyttillskott, eller att verksamheter flyttas från lägen som är mer perifera idag. Detta skulle kunna innebära att de omgivande enheterna kan öka sin omsättning med uppemot 10 %. Om Länsförsäkringar kan beredas annan lokal en dessa för stadskärnan viktiga vore det, enligt RSDs bedömning, fördelaktigt.

## 7.6. Regional tillväxt

### 7.6.1. Befolkningstillväxt

Västerviks befolkningsprognos visar en stillsam utveckling. År 2032 förväntas antalet invånare i kommunen vara 36 800, ca 150 fler än år 2021. RSD har räknat med följande befolkningsutveckling

| Antal boende      | 2020   | 2025   | 2032   |
|-------------------|--------|--------|--------|
| Västerviks kommun | 36 655 | 36 735 | 36 800 |

Tabell 3. Befolkningsprognos Västervik. Källa: Västerviks kommun.

### 7.6.2. Per capitakonsumtionstillväxt

Per capitakonsumtionstillväxten för handel är måttlig för den fysiska handeln. KPG räknar med negativ tillväxt, d v s att all tillväxt och mer därtill sker på nätet och att den fysiska handeln minskar. RSD räknar lite mer positivt, och har i det följande antagit att den fysiska handeln har nolltillväxt per capita fram till år 2032.

På restaurangssidan räknar RSD med en per capitakonsumtionstillväxt på 1,5 % årligen.

Detta innebär följande totala efterfrågan från kommunens invånare fram till år 2032.

| Efterfrågan     | 2020  | 2025  | 2030  |
|-----------------|-------|-------|-------|
| Dagligvaror     | 1 325 | 1 330 | 1 335 |
| Sällanköpsvaror | 1 125 | 1 130 | 1 130 |
| Restaurang      | 465   | 505   | 540   |

Tabell 4. Efterfrågan från invånarna i Västervik. Mkr inkl moms i 2019 års priser. Källa: RSD.

### 7.6.3. Köptrohet

Med bibehållen marknadsandel utgående från detaljhandelsindex (se avsnitt 4.3) får vi följande köptrohetstal för Västervik.

|                 | Köptrohet   |
|-----------------|-------------|
| Dagligvaror     | 110 à 115 % |
| Sällanköpsvaror | 70 à 75 %   |
| Restaurang      | 70 à 75 %   |

Tabell 5. Köptrohet med bibehållen marknadsandel. Källa: RSD.



### 7.6.4. Resulterande omsättningspotential

Detta ger en resulterande omsättningspotential för handeln i Västervik, hela kommunen.

| Omsättningspotential | 2020 (idag)   | 2025          | 2030          |
|----------------------|---------------|---------------|---------------|
| Dagligvaror          | 1 460 à 1 525 | 1 465 à 1 530 | 1 465 à 1 535 |
| Sällanköpsvaror      | 790 à 845     | 790 à 850     | 795 à 850     |
| Restaurang           | 325 à 350     | 350 à 375     | 380 à 405     |

Tabell 6. Möjlig ny omsättning för handel och restauranger i Västervik. Bibehållen marknadsandel. Mkr inkl moms i 2019 års priser. Källa: RSD.

Detta innebär en tillkommande efterfrågan enligt nedanstående

| Tillkommande möjlig omsättning | 2025           | 2030            |
|--------------------------------|----------------|-----------------|
| Dagligvaror                    | ca 5 Mkr       | Upp till 10 Mkr |
| Sällanköpsvaror                | Upp till 5 Mkr | ca 5 Mkr        |
| Restaurang                     | ca 25 Mkr      | ca 55 Mkr       |

Tabell 7. Möjlig tillkommande omsättning för handel och restauranger i Västervik. Mkr inkl moms i 2019 års priser. Källa: RSD.

Tillväxten genererad av nya boende och den generella efterfrågeökningen är alltså mycket liten fram till år 2030, utan det handlar framförallt om att effektivisera och utveckla den befintliga handeln.

## 7.7. Generellt om förtätning i stadskärnan

### 7.7.1. Efterfrågan från nya boende

Om man i stället uttrycker efterfrågan generellt, om antalet bostäder är okänt, är efterfrågan riktad mot stadskärnan från tillkommande boende i närområdet enligt nedanstående per 1 000 nya boende.

| Bransch         | Efterfrågan riktad mot stadskärnan, Mkr inkl moms |
|-----------------|---------------------------------------------------|
| Dagligvaror     | 10 à 15                                           |
| Sällanköpsvaror | 2 à 3                                             |
| Restaurang      | < 2                                               |
| <b>Totalt</b>   | <b>15 à 20</b>                                    |

Tabell 8. Tillkommande efterfrågan riktad mot stadskärnan från 1 000 nya boende i närområdet. Mkr inkl moms i 2019 års priser.

De nya planerna i och i direkt anslutning till stadskärnan summerar till uppemot 700 personer, vilket alltså motsvarar ca 70 % hälften av detta, eller en tillkommande efterfrågan, när alla projekt är genomförda, på drygt 10 Mkr.

### 7.7.2. Efterfrågan från nya arbetande och studerande

En person lägger konsumtion på olika platser, det kan vara på hemmaplan (d v s i anslutning till bostaden), på vägen (t ex vid kollektivtrafikknutpunkter eller vid en stor väg) och i anslutning till arbetet/skolan.

Hur stor andel av sin konsumtion en arbetande lägger i anslutning till arbetsplatsen/skolan/campus beror till stor del på hur mycket av denna konsumtion som omgivningen förmår fånga upp, d v s om det finns ett befintligt utbud i närheten, eller om tillskottet av arbetande är så stort att det i sig motiverar ett tillskott av utbud.

I ett renodlat arbetsområde (ex vis ett industriområde eller en företagspark) eller annat område där utbudet är litet eller avlägset, spenderar man generellt sett minst. Vid arbete/skola/campus i anslutning till en stadskärna, men utanför den mest intensiva shoppingdelen av densamma, spenderar man bara litet grann i nära anslutning till arbetsområdet/skolan. Men om arbetet, skolan eller campus ligger mitt i en stadskärna spenderas betydligt mer för där finns det verksamheter att spendera i. Se nedanstående tabell.

|                        | Enheten ligger mitt i en stadskärna | Enheten ligger i ett renodlat arbets- eller skolområde | Enheten ligger perifert i en stadskärna |
|------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| <b>Dagligvaror</b>     | 10 à 15%                            | 5 à 10 %                                               | 10 à 15%                                |
| <b>Sällanköpsvaror</b> | 20 à 30%                            | 5 à 10 %                                               | 5 à 10%                                 |
| <b>Restaurang</b>      | 30 à 40%                            | 15 à 25 %                                              | 25 à 35%                                |

Tabell 9. Individens efterfrågan riktad mot arbetsplatsens/skolans/campus (i tabellen kallad enheten) närområde. I procent av individens totala konsumtion. I en ort av Västerviks storlek. Källa: RSD.

Restaurangefterfrågan består främst av lunchefterfrågan, med något ytterligare tillskott i form av café i de mest centrala delarna.

Efterfrågan riktad mot handel och matställen från arbetande och studenter arbetande är således begränsad, och om man uttrycker det generellt, som efterfrågan per 1 000 arbetande eller studenter (vilket motsvarar mellan 15 000 och 20 000 kvm kontorsyta beroende på hur effektiv den är), blir enligt nedanstående, i tusental kronor.

| Bransch                | Efterfrågan riktad mot stadskärnan, Mkr inkl moms |
|------------------------|---------------------------------------------------|
| <b>Dagligvaror</b>     | 5 à 7                                             |
| <b>Sällanköpsvaror</b> | 1 à 3                                             |
| <b>Restaurang</b>      | 2 à 3                                             |
| <b>Totalt</b>          | <b>8 à 13</b>                                     |

Tabell 10. Tillkommande efterfrågan riktad mot stadskärnan från 1 000 nya arbetande och studenter i närområdet. Mkr inkl moms i 2019 års priser.

Den totala efterfrågan riktad mot stadskärnan, både handel och restaurang, från 1 000 nya arbetande och studenter landar alltså på kring 10 Mkr inkl moms.

### 7.7.3. Slutsats

De reella omsättningsökningarna på ett ökat antal arbetande och boende i stadskärnan är små, kanske något tiotal miljoner. Däremot kan ett ökat antal boende och arbetande i stadskärnan ge andra positiva effekter, som ökad närvaro under dygnets alla timmar och – viktigt för en sommarstad som Västervik – årets alla månader.

# 8. Analys och rekommendation

## 8.1. Stadskärnan

- **Visionen från 2011 har fungerat över tid** och gjort att de olika stråken stärkt sin karaktär och nyetableringar har hamnat i rätt sammanhang. Vi rekommenderar en uppdatering av visionen, men nu med hänsyn tagen till de omständigheter som råder idag beträffande efterfrågan och handelns omstrukturering. Behovet av att skapa goda grannar-effekt för allt typer av verksamheter har ökat över tiden vilket gör att behovet av intressanta kluster och tydliga stråk har ökat. Vi ser dock inte att en helt ny vision behöver tas fram, det är fullt tillräckligt att uppdatera den gamla. Det finns inget behov av en vision 2.0, det räcker med en uppdatering, version 1.2. **Fortsätt på den inslagna vägen alltså.**
- Diskussionerna kring **Storgatan** har lett till en diskussion om förändring av trafiklösningen. Tre alternativ har diskuterats; gågata, gångfartsområde eller den lösning som råder idag, enkelriktad trafik. Våra beräkningar visar att ett gångfartsområde både skulle behålla tillgängligheten och ge en möjlig ökning av omsättningen hos verksamheterna på gatan. Vi förordar således att **Storgatan görs om till ett gångfartsområde.**
- På utbudssidan kan stadskärnan **kompletteras** med fler bostäder, moderna kontorslokaler och handel i den mån det är möjligt utifrån handelns utveckling.

## 8.2. Externhandeln

- **Samlad och fungerande externhandel** som kompletterar stadskärnan. Här finns stora dagligvaruenheter likväl som volymhandel med kända varumärken; Biltema, Jula, Blomsterlandet, Clas Ohlson med flera. Det finns sannolikt plats för ytterligare aktörer som kan bredda externhandelsutbudet och därmed ytterligare minska handelsutflödet till andra kommuner. Fler aktörer skulle ge färre anledningar för Västerviksborna att resa utanför kommungränsen.
- Över tid behöver sannolikt **kollektivtrafik, gång och cykelstråk utvecklas** för att möta en allt mer miljömedveten framtid och en kund med andra handels- och resvanor än den nutida bilkunden.
- Västervik är unikt med en relativt samlad externhandel till ett område, Ljungheden. En samlad externhandel är en fördel ur flera perspektiv; tillgänglighetsmässigt är det enklare både för kommunens planerare och för kunden, samt att utbudet upplevs mer samlat och gynnar därmed stadens attraktivitet som handelsplats. Vi ser att det finns ett stort värde i att **behålla och stärka företeelsen med två huvudhandelsplatser**; city och Ljungheden.
- Skulle Ljungheden slå i kapacitetstaket, antingen vad gäller mark eller tillgänglighet, föreslår RSD att man framförallt etablerar ny externhandel vid Södra infarten, där det redan finns en del verksamheter. Man kan även tänka sig att ometablara en del av den handel som idag finns utmed Allén dit.

## 8.3. Bostäder

- Planering för bostäder där kvaliteter som läget nära havet och närhet till stadskärnan nyttjas är av betydelse för att för fler att röra sig i stadskärnan under hela dygnet. Även stadslivet i stadskärnan skulle berikas av att fler bostäder tillskapades i city genom **förtätning och omvandling**. Bostäder med utsikt över vikar och hav och tillgång till en mysig stadskärna ger kvaliteter som får fler att välja bostad i Västervik, vilket är viktigt för att upprätthålla året-runt-staden.

## 8.4. Kontorsmarknaden och arbetsplatser i stadskärnan

- Pandemin har påskyndat en förskjutning av arbetsplatsen från det traditionella kontoret i staden mot större andel hemarbete. Över tid kommer efterfrågan på **flexibla kontor med möjligheter för möten** och social samvaro att öka. Sannolikt blir följden att företagen kommer minska sina traditionella kontorsytor. Hur detta påverkar Västervik är dock inte tydligt då man i stadskärnan mest har mindre företag vid sidan av kommunala enheter.

## 8.5. Organisation och platsvarumärke

- **Stärk stadens identitet** även genom utsmyckning, konst och berättelser i staden. Låt platsvarumärket synas i miljön. Hur gör man den industriella historien levande? Ser man att detta har varit en av Sveriges främsta tändsticksstäder, ex vis? Berätta stadens unika historia och stärk Västerviksbornas relation till staden. Skapa upplevelser och kvaliteter som stärker relationen till staden och hemmakänsla som ger goda ambassadörer.
- **Fortsätt arbetet med trygghetsskapande åtgärder** genom ex vis belysningsprogram och inkluderande och inbjudande lek- och mötesplatser i hela staden.
- **Fortsätt den framgångsrika utvecklingen av nätverk och organisation** kring stadskärnans utveckling. Västervik Framåt är ett föredöme och framgångsmodell för många andra städer i vårt land. Den positionen är väl värd att både vidmakthålla och stärka.



## 9. Sammanfattning

Västervik är en turiststad och har flera gånger fått utmärkelsen årets sommarstad. Detta påverkar givetvis stadslivet positivt. Västerviks handel och besöksnäring går bättre än i många andra städer. Det vittnas också om att återvändare och pigga seniorer finner staden attraktiv att bosätta sig i. Genom vårt arbete kan vi se att Västerviks utveckling omsättningsmässigt är mer gynnsam än man kan förvänta sig av en stad av samma storlek.

När man vandrar runt i staden är också framgången tydlig, det finns ett varierat och relativt omfattande utbud av verksamheter inom både handel, besöksnäring, service och tjänster. Att sommarturisterna bidrar till ett rikt utbud även vintertid är tydligt. Framgångarna har följts upp av aktörerna i staden genom Västervik Framåt genom ett klokt organisationsbyggande. De planer som har tagit fram genom året, belyningsprogram, etableringsstrategi, marknadsplaner, etc, har givetvis bidragit till utvecklingen. Utmärkelsen Årets Stadskärna, som Västervik fick för några år sedan, är ett kvitto på detta.

Vi ser också att det finns en balans mellan utbudet i stadskärnan och externhandelsetableringarna utanför stadskärnan, dvs dessa handelsområden inte konkurrerar med varandra utan snarare kompletterar varandra. För att ytterligare minska utflödet finns det plats för fler aktörer både i stadskärnan och extern. Det är dock mest sannolikt att man kan etablera starka varumärken i Ljungheden då volymhandeln och lågprishandeln växer vilket inte handeln i stadskärnan gör generellt. Detta beror på att den fysiska handeln som finns i stadskärnan oftare är konkurrensutsatt av e-handeln, vilket inte är fallet inom externhandeln.

I denna rapport har vi kartlagd och bedömt de olika stråken i centrala Västervik. Vi kan konstatera att etableringsstrategin har fungerat, den har stärkt de olika stråkens karaktär och bidragit till att verksamhetskluster bildats. Vi ser möjligheter i att man nu uppdaterar den och anpassar den efter den omvärldsanalys som förhoppningsvis denna rapport kan bidra till. Våra beräkningar kan ligga till grund för det fortsatta arbetet med en uppdaterad etableringsstrategi som tas fram i samarbete med fastighetsägarna.

Det finns en tydlig ambition hos kommunen att möjliggöra för fler bostäder i stadskärnan. Det skulle inte bara stärka bostadsmarknaden, det skulle också skapa bättre förutsättningar för handel, restauranger och kommersiell service i stadskärnan, men också för hela kommunens attraktivitet.

Framtidens kontorshyresmarknad utmanas när vi arbetar allt oftare hemifrån. Pandemin har snabbt förändrat våra vanor och förväntningar på arbetssätt och varifrån vi vill arbeta. Att skapa möjlighet för distansarbetare att träffas och arbeta i stadskärnan vid coworking places och andra mötesplatser är viktigt för stadslivet, handeln och restaurangerna. Detta kan vara viktigt att ta i beaktande då staden behöver fler arbetsplatser i centrala staden både nu och inför framtiden.

Så Västervik, håll fast vid den inslagna vägen, behåll men utveckla era strategier beträffande ert fokus på två handelsplatser med tydliga etableringsstrategier, vidareutveckla era nätverk och organisationer för stadsutveckling och lyft fram de tydliga stadskvaliteterna till gagn för både invånare och turism.



## 10. Arbetsgrupp



**Tomas Kruth** har varit verksam inom köpcentrum- och stadsutveckling i 25 år innan han började på RSD våren 2020. Karriären och intresset för utvecklingsfrågor började när han i slutet av 90-talet var centrumledare på A6 Center (nuvarande Asecs) i Jönköping. Därefter har han arbetat med utvecklingsfrågor inom både köpcentrum och stadskärnor, i eget konsultföretag, som lärare på Internationella handelshögskolan i Jönköping och med fastighetsrådgivning och stadsutveckling på branschorganisationen Fastighetsägarna. Nu senast har han varit konsult och processledare på Tyréns. De sista 10 åren har Tomas också haft ett stort engagemang i Svenska Stadskärnor där han finns med i ledningsgruppen.



**Lisa Lagerén** är civilingenjör Väg och Vatten, med inriktning mot trafikplanering, från KTH. Hon har de senaste 25 åren arbetat med ett hundratal handels-, parkerings- och stadsbyggnadsutredningar av olika karaktär, framför allt inom långsiktigt hållbar lönsamhet för alla parter. Hon är för närvarande seniorkonsult och partner på RSD. Tidigare har Lagerén varit verksam vid Skandia Fastigheter, Atrium Fastigheter, Jones Lang LaSalle, Nordplan AB, TP Group, NIRAS och Newsec. Exempel på under senare år genomförda utredningar i stadskärnor är Gällivare, Kiruna, Uppsala, Karlskoga och i köpcentrum Skärholmen C, Kista Galleria, Täby C och Överby Centrum. Hon har även medverkat i forskningsprojekt om parkering och tillgänglighet vid KTH.



**Jakob Hägg** har en kandidatexamen från Chalmers och programmet *Affärsutveckling och entreprenörskap inom samhällsbyggnad*. Hans examensarbete *Från sinande pulsåder till flödande stadsliv - En stråkanalys av Kungsgatan i Göteborg* fick stort genomslag inom samverkansorganisationen *Innerstaden* och berörda fastighetsägare på Kungsgatan i Göteborg. I arbetet intervjuades representanter från fastighetsbolag och Göteborgs Stad, men även handelsexpert, uthyrare och arkitekter för att ta fasta på hur Kungsgatan i Göteborg ska anpassa sig mot den pågående strukturomvandlingen inom handeln.