



Lokalbehovsutredning

Vård- och centrumverksamhet Båstads station / Tuvelyckan

NIRAS på uppdrag av Båstads kommun

Datum: 2023-06-29

Innehåll

1.	Inledning	5
1.1	Bakgrund.....	5
1.2	Uppdrag	7
1.3	Begrepp och definitioner	7
2.	Den svenska kommersen och konsumtionen	9
2.1	Konsumtionens skepnad på lång sikt.....	9
3.	Marknadsförutsättningar	12
3.1	Utbud: omfattning och struktur.....	12
3.1.1	Handelns storlek och utveckling	12
3.1.2	Handelns styrka - försäljningsindex.....	12
3.1.3	Marknadens geografiska struktur.....	13
3.1.4	Verksamheter och lokaler inom utvecklingsområdet	16
3.2	Efterfrågan: befolkning och besöksflöden.....	16
3.2.1	Befolkningsutveckling	16
3.2.2	Besökare i kommunen.....	17
4.	Resultat från genomförd workshop om lokalbehov	19
5.	Utvecklingsmöjligheter centrumverksamhet Båstad	21
5.1	Förutsättningar till år 2070	21
5.2	Centralortens verksamhetsstruktur och lämpliga lägen på sikt.....	21
6.	Analys av utvecklingsområdet	23
6.1	Marknadspotential	23
6.2	Lokalbehov samt lokalisering	24
6.3	Lokalisering	25
7.	Slutsatser och rekommendationer.....	27
7.1	Lokaler och lokaliseringar i Tuvelyckan etapp 2	27
7.2	Förhållande befintligt stadsdelscentrum kontra Tuvelyckan etapp 2.....	27

7.3	Att etablera Tuvelyckan som plats.....	28
7.4	Centrumverksamhet i Båstad – kommentarer om utvecklingen på sikt.....	30

Bilaga (se slutet av rapporten)

Sammanfattning

Under utredningens genomförande har slutsatser kring omfattning och områdets utveckling dragits. NIRAS rekommendation av lokalytor i etapp 2 innebär åtminstone 1 000 - 1 500 kvm lokalyta. Det finns en risk att de tilltänkta lokalytorna om 3 400 kvm för etapp 2 kan blir omfattande i relation till dags utbud.

Därmed bör frågetecken lyftas för nivån för ett minimikrav för lokaler i detaljplanen. Om minimikrav ämnar användas bör detta vara utformat på ett sätt så att det utgår från ett grundläggande behov av tjänster plus ett visst utrymme för övriga typer av lokaler.

För tillkommande verksamheter i etapp 2 rekommenderas lokaler placeras i vägnära läge intill Inre Kustvägen samt i anslutning till befintliga lokaler vid Stationstorget. Synlighet och bra koppling till både bostadsområdet, station och vägnät med goda flöden är viktiga faktorer.

För nuvarande torgbildning i relation till en möjlig centrumbildning i etapp 2 är det lämpligt att lokalytorna samlas och länkas samman via befintliga Torghuset och tillkommande byggnader längs Inre Kustvägen enligt tidigare förslag.

Etableringen av Tuvelyckan som en plats

Vägarna för att etablera Tuvelyckan som en plats är flera. En väg kan vara att bygga en identitet utifrån målgruppen barnfamiljer. Detta till exempel genom tillskapande av inte bara aktivitetsytor utomhus utan även genom närhet till aktivitetslokaler i form av padelhallen. Ett annat alternativ för att bygga platsvarumärke kan vara att vara "ett annorlunda alternativ" till det besöksnäringfokuserade Båstad. Med detta menas en stadsdel som karaktäriseras av att vara ett lugnare alternativ till det övriga pulserande Båstad.

Kommunen har en uttalad ambition att få besöksnäringen att leva även under lågsäsong. Detta är något som skulle kunna dras nytta av för att marknadsföra "stadsdelen som lever året om" med knypunkten för kollektivtrafik. Besöksanledningar att bygga vidare på är hållbarhetsaspekten av det kollektivtrafiknära läget som identitet för området. Flera stadsdelar runt om i landet marknadsför sig idag som ett hållbarhetsalternativ genom närhet till goda kommunikationer.

Även den goda synligheten från vägen fungerar som ett ypperligt "skyltfönster" för området som bör dras nytta av, t.ex. genom iögonfallande statyer, konst och annan aktivitet på Stationstorget. Ljusdesign kvällstid kan vara fördelaktigt för höja medvetenheten om området bland förbipasserande, givet att det inte stör.

Ett projekt av Tuvelyckans omfattning fordrar enligt NIRAS ett särskilt aktivt medskapande mellan kommun, exploatör/byggherre med hänsyn till kollektivtrafikläget och omfattningen av områdets bostadsutveckling.

Centrumverksamhet i Båstad på sikt

Sett till korta avstånd inom och till centralorten samt omfattande besöksnäring kan det kommersiella utbudet med fördel kan fortsätta utvecklas med Köpmangatan som pulsåder och via Hallandsvägen mot Inre Kustvägen upp till Båstads station. De stråk där tillgängligheten är god och där ett brett utbud av verksamhet finns blir viktigt för konsumenter. Därmed bedömer NIRAS det viktigt att ha beredskap för att kunna fortsätta utveckla stråket från Båstads station upp mot länsgränsen om efterfrågan uppstår. En så pass omfattande utökning av stationen som Tuvelyckan ändå innebär påverkar resten av Båstads utbud och kräver samverkan och en uttalad vision för Tuvelyckan som plats från samtliga involverade parter.

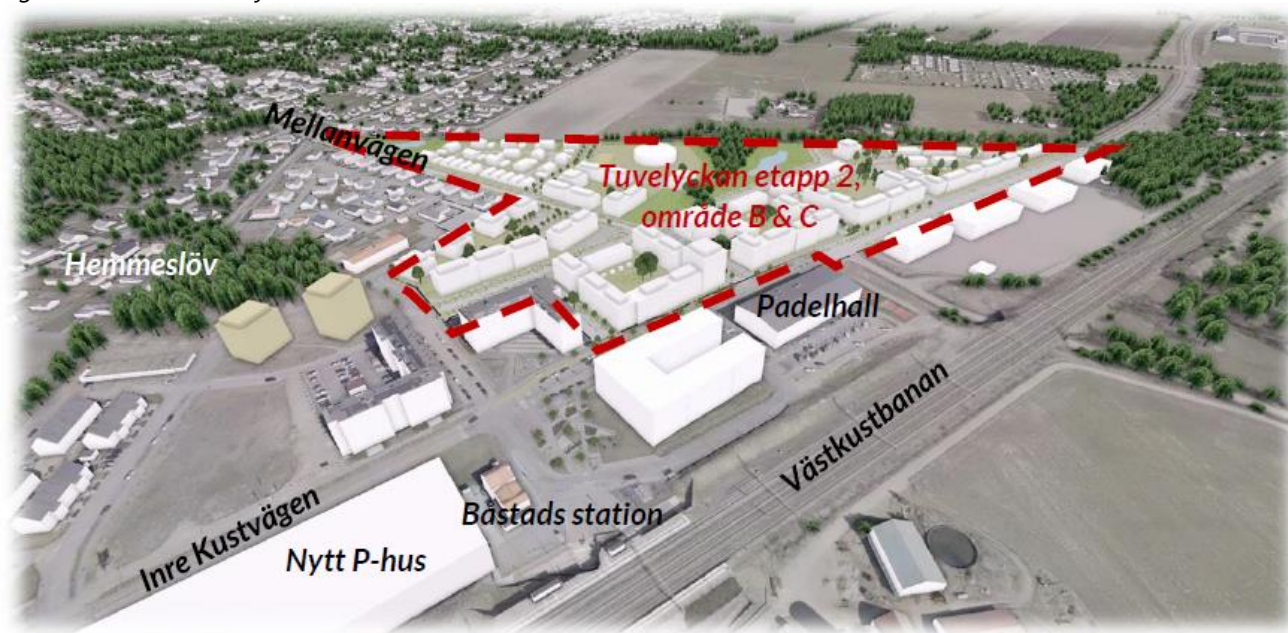
1. Inledning

1.1 Bakgrund

Båstads kommun arbetar med en ny detaljplan för Tuvelyckan etapp 2, område B & C, intill Båstads station. Båstads (nya) station är ett resultat av Projekt Hallandsås där Väst kustbanan fick en ny sträckning och tunnel genom Hallandsås.

Planområdet är beläget i direkt anslutning till Båstads station, cirka 4 km öster om Båstad centrum och är cirka 127 300 m² stort.

Figur 1: Översikt Tuvelyckan



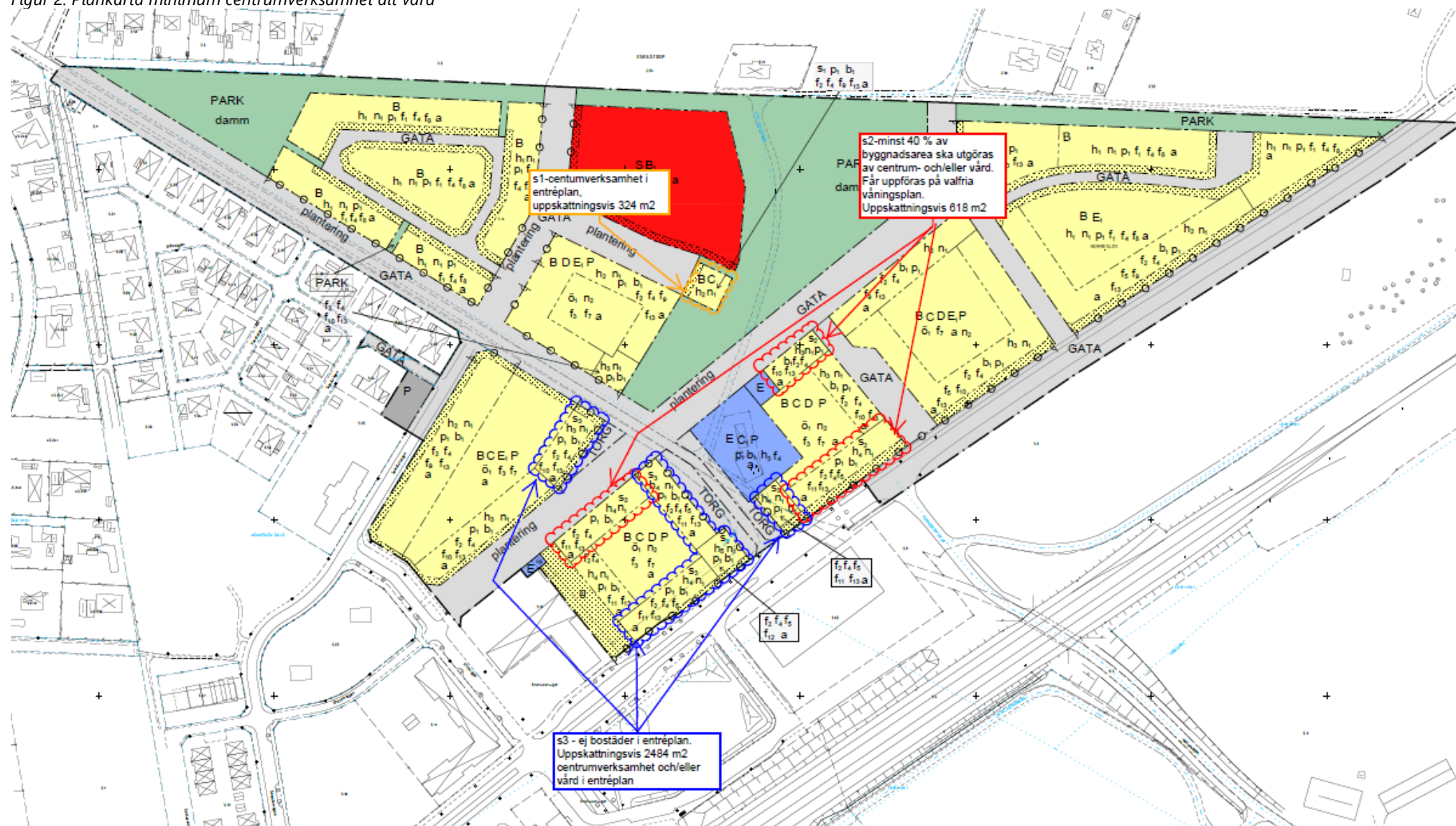
Källa: Båstads kommun

I detta kollektivtrafiknära läge, som Båstads station utgör, är kommunens ambition och viljeinriktning att möjliggöra för en så kallad blandstad som inrymmer olika former av centrumverksamhet, vård, bostäder samt platser för rekreation.

Viss handel, centrumverksamhet och/eller vård styrs i plankarta, daterat den 25 augusti 2022 genom planbestämmelserna s1 - Centrumverksamhet i entréplan, s2 - Minst 40 % av byggnadsarea ska utgöras av centrum- och/eller vårdändamål. Centrum och/eller vårdändamål kan uppföras på valfria våningsplan samt s3 - Ej bostäder i entréplan. Baserat på illustrationskarta, daterad den 25 augusti 2022, innebär det uppskattningsvis totalt 3426 m² BTA. Se även bilaga "Plankarta - minimum centrumverksamhet alt vård" på nästföljande sida för ingående planering av ytor.

Under planprocessen har exploatör framfört oro för att lokaler kommer att stå tomma och man har gemensamt landat i att en verksamhetsutredning/analys ska utföras.

Figur 2: Plankarta minimum centrumverksamhet alt vård



Källa: Båstads kommun

1.2 Uppdrag

NIRAS har fått i uppdrag av Båstads kommun att genomföra en utredning av lokalbehovet vid Båstads station. I utredningen ska stadsliv studeras och innefatta en platsanalys samt en framtidsspaning för att på så sätt kunna:

- Bedöma/uppskatta behov och efterfrågan av olika slags funktioner (som inryms i användningsbestämmelserna Centrum (C) och Vård (D)) inom Tuvelyckan etapp 2, område B & C...
- I olika tidshorisonter (2030, 2050 samt 2070) och med hänsyn till den förväntade bebyggelseutvecklingen vid stationsområdet och Båstad tätort.
- Verksamhetsutredningen/analysen ska även, inom planområdet, peka ut strategiskt lämpliga lägen på olika funktioner samt omfattning.

NIRAS ger sammanfattande slutsatser utifrån utredningen avseende omfattning, lokalisering och inriktning av olika verksamhetskategorier. Rekommendationer ges för att höja områdets attraktivitet och förbättra marknadsläget.

Utifrån genomförd analys diskuteras konsekvenser av hypotetiska scenarion där utbudet utvecklas polärt i Tuvelyckan respektive befintligt centrum, dvs merparten av nya centrumfunktioner placeras i Tuvelyckan alternativt i befintligt centrum.

1.3 Begrepp och definitioner

Omsättning: Försäljning inklusive moms år 2022, i löpande priser om inget annat uppges.

Yta: Area angivet i kvadratmeter bruttoarea (BTA) om inget annat uppges. Kan även uppges i lokalyta (LOA).

Dagligvaror: Sammanfattande begrepp för allivs- och speciallivsbutiker, service- och jourbutiker, blommor, tobak, tidningar och kioskvaror samt systembolag och apotek.

Sällanköpsvaror: Sammanfattande begrepp för handel inom grupperna beklädnad, fritidsvaror och hemutrustning.

Detaljhandel/Detaljhandelsvaror: Det samlade begreppet för både dagligvaror och sällanköpsvaror.

Centrumverksamhet: Verksamhet som behöver ligga centralt eller på annat sätt ska vara lätt att nå för många människor. Där ingår till exempel butiker, restauranger, kontor, gym, med mera.

Logi samt café/restaurang: Avser logiverksamheter (såsom hotell, vandrarhem, stugbyar, camping) samt restauranger eller caféer. Innefattas ej i begreppet detaljhandel.

Kommersiell service: Vinstdrivande serviceverksamheter såsom tvätteri, hår-/kroppsvård, massage, mäklare, gym, paketutlämning, biluthyrning med mera.

Offentlig service: Skattefinansierad verksamhet såsom skolor och offentlig vård. Avser även indirekt skattefinansierad verksamhet som drivs i privat regi.

Vård: Avser främst öppenvård i form av vårdcentral/hälsocentral, BVC, MVC och familjecentral där vård ges vid besök på en mottagning. Även tandvård och vaccinationskliniker. Kan i vissa fall även innefatta vård- och omsorgsboende (särskilt boende för äldre) där behovet av omvårdnad är omfattande. Innefattar ej t.ex. LSS-

boende med stöd i vardagen där vårdinslaget är mindre. Slutenvård vid sjukhus samt kriminalvård behandlas vanligtvis ej.

Konsumtion per capita: Det genomsnittliga belopp som en konsument spenderar på detaljhandelsvaror, café/restaurang samt annan kommersiell service.

Köpkraft/Konsumtionsunderlag: Den samlade köpkraften för ett angivet område, det vill säga marknadens storlek utifrån efterfrågan.

2. Den svenska kommersen och konsumtionen

Detta avsnitt behandlar detaljhandel, café och restaurang, vård samt annan kommersiell service vid olika marknadsplatser. Avsnittet ämnar ge en övergripande helhetsbild av utvecklingen över tid i konsumentnära branscher. En sammanställning görs av trender och tendenser genom en historisk tillbakablick över vad som varit framgångsrikt historiskt, när det kommer till koncept och verksamhetsmix. En framtidsutblick beskriver hur platsbunden konsumtion kan förändras på sikt.

Delen om den svenska kommersen och konsumtionens historia placeras av utrymmesskäl i bilaga till denna rapport. Nedan följer delen om konsumtionens skepnad på längre sikt.

2.1 Konsumtionens skepnad på lång sikt

Den privata konsumtionen, eller den del av hushållens inkomster som inte går till sparande, har under lång tid sett ganska snarlik ut. Handel med varor har utgått från marknadsplatser både historiskt och i nutid. Under de senaste årtiondena har de möten som traditionellt skett fysiskt mellan köpare och säljare för transaktioner av varor delvis förflyttats till att bli allt mer digitala.

En stor del av hushållens inköp sker numera via internet, både mellan privatpersoner och företag. Även om förflyttningen sker långsamt så väntas en fortsatt ökande andel av alla varuköp ske via internet i takt med att nya generationer ser detta inköpsätt som en naturlig process. Det tydligast exemplet på digitaliseringens effekt är alltså e-handeln som redan idag fått stora effekter på både nya och gamla handelsplatser. Centrumhandel med sällanköpsvaror har påverkats kraftigt av tillväxt inom e-handel och volymhandel, och transformationen av dessa handelsplatser syfte och identitet pågår i allra högsta grad. Utbudet går från traditionella sällanköpsbutiker till att mer karaktäriseras av utlämningsställen. Marknaden för utlämningsställen samt hemleveranser till konsument har utvecklats kraftigt under de senaste tio åren, och är nu i ett läge där denna konsolideras och bättre anpassas efter efterfrågan och aktörernas behov av lönsamhet.

Digitaliseringen har också inneburit att öka transparensen på marknaden mellan olika aktörers erbjudanden och priser via prisjämförelsesidor, som i sin tur har lett till en prispress för många sällanköpsvaror, både nationellt och globalt.

Konsumtionen av media och böcker är ett särskilt tydligt område som tidigt påverkades av den digitala transformationen. Bok-, film- och musikförsäljningen har stöpts om till att numera i majoritet ske digitalt via prenumerationstjänster som Spotify, Netflix och Storytel.

I takt med ökade inkomster har restaurang och logi ökat sedan början av 2000-talet, och faktiskt förskjutit viss del av konsumtionen från livsmedel till färdiglagade måltider eller fika på restaurang/café. En av restauranghandels konkurrensfördelar är att den (utöver att tillhandahålla en färdiglagad måltid eller fika) ger ett sammanhang för umgänge mellan människor på en fysisk plats. Samtidigt har digitaliseringen börjat ge avtryck även inom restauranghandeln. Möjligheten att kunna beställa hem mat med digitala tjänster såsom Foodora, Uber Eats eller Wolt har varit ett koncept som ökat under Covid-19-pandemin, framför allt i de större städerna. Ett av få starka koncept inom restauranghandeln under pandemin har varit digital försäljning i kombination med hemleverans via de olika plattformarna. I dagsläget står digital försäljning av knappt en procent av restauranghandeln, men väntas växa på sikt. Särskilt i ljuset av att konsumtionen på sikt väntas förskjutas från egenlagade måltider till färdiglagade, i takt med att ökade inkomster ger förutsättningar för nya konsumentbeteenden.

Traditionell take away-försäljning som bygger på att konsumenten själv hämtar upp måltiden väntas förskjutas mot hemleverans, vilket kan minska behovet av lokalyta något.

Kommersiell service är också något som växt sedan början av 2000-talet, men som än så länge inte kan digitaliseras lika lätt som annan typ av konsumtion. De tjänster som utförs inom ramen för kommersiell service såsom gym, hud-/hårvård och dylikt är sådana som i dagsläget innebär att tjänsten produceras samtidigt som den konsumeras. Förutsättningen för detta är att producent och konsument möts och befinner sig på samma plats. Det är samtidigt inte otänkbart att "transporten" i viss utsträckning kommer förskjutas från konsumenten till producenten - alltså att producenten tar sig till där konsumenten är istället för tvärtom - särskilt i de fall där tjänsten inte behöver skrymmande verktyg eller hjälpmedel för att utföras. Mobila tjänster kan även få viss effekt på behovet av lokaler på sikt.

Även rekreation och kultur är ett område där hushållens konsumtion har ökat sedan början av millennieskiftet. Särskilt resandet har ökat kraftigt och därmed också konsumtionen av varor och tjänster utomlands. Nöjen och kultur har även blivit viktig inslag i många handelsplatser när ytor ställts om från traditionell handel eller annan verksamhet. Samtidigt har resebyråer (och bankkontor) minskat betydligt i takt med att dessa bokningstjänster sköts av konsumenten själv, ofta utan mellanhänder, via internet.

Hälsorelaterade trender har gått starkt bland konsumenter i flera år med ökad etablering av t.ex. gym- och hälsovård. Även sjukvård har av olika anledningar blivit vanligare vid kommersiella platser. Digitala lösningar inom vården i kontakten mellan konsument och producent har tagit ett stort steg framåt i samband med pandemin inom primärvården. Konsumenterna vände sig på grund av smittspridning och restriktioner att kontakta vårdgivare digitalt, och är idag en naturligt ingående del i primärvården. Samtidigt har de digitala besöken vissa naturliga begränsningar i t.ex. att möjligheten till undersökning av besvär inte är jämförbar med fysiska besök. De digitala inslagen i kontakten med tandvården är jämförelsevis ännu i sin linda med låg andel digitala kontakter. Marknaderna för hälso-/sjukvård och tandvård är relativt unga och utvecklas och förbättras fortfarande betydligt. Den stora omställning som pågår inom bland annat primärvården i Sverige för god och nära vård involverar både offentliga och privata aktörer. Omställningen är omfattande och ställer krav på organisatorisk samordning både på strategisk, taktisk och operativ nivå. Även mellan olika regioner blir samordningen viktig. Vårdmarknaden påverkas också i hög grad av politiska beslut om det offentliga roll och ansvar inom vården.

Framtiden för platsbunden vård är svårbedömd. Oavsett organisation visar många studier på de goda värdena med ökad grad av "digifysisk" vård där den digitala kontakten integreras med den fysiska, särskilt i områden med låg tillgänglighet eller andra utmaningar, exempelvis kompetensförsörjning. I relation till andra länder är den svenska primärvårdens andel av resurserna låg, något som nu sakteligen håller på att förändras. Därmed väntas betydelsen av att komma både fysiskt och digitalt närmare konsumenten via primärvården öka framöver vilket kan gynna behovet av lokaler i stadsdelscentrum och bostadsområden. Politiska beslut får dock stor påverkan på utvecklingen.

Upplevelser har överlag växt i betydelse bland de svenska hushållen i relation till varuinköp, och inte minst digitala upplevelser till låg kostnad. På sikt kan konsumtionen i virtuella världar få betydande effekter på fysisk/platsbunden konsumtion. Redan idag umgås vi som människor digitalt genom spel eller videomöten. Sociala medier är något annat som läggs omfattande tid på. Yngre delar av befolkningen växer upp med detta sätt att umgås ("digital natives") och förskjuter konceptet om vad det innebär att umgås sinsemellan. Konsumtion

definieras¹ som slutlig användning av varor och tjänster. Hur användningen, alltså fördelningen i tid och pengar mellan områden, kommer att se ut bland konsumenter på lång sikt kan se väldigt annorlunda ut jämfört med idag i det fall att den digitala konsumtionen växer. Tillväxten i digital konsumtion ser inte ut att sakta ned.

Den digitala världen medför att kopplingen till en fysisk plats minskar i betydelse när alla är nåbara oavsett avstånd. Avslutningsvis handlar många konsumtionstrender om att som en konkurrensfördel förflytta en vara eller tjänst närmare konsumenten och där kan digitaliseringen ge påtagliga effekter i framtidens fysiska marknadsplatser på lång sikt. Mot bakgrund av detta krävs lyhördhet för hur konsumtionstrenderna väntas utvecklas, för att bibehålla en relevans i det kommersiella utbudet. Det stora skiftet, det där varuhandeln sker i ökad grad via internet, pågår för närvarande. Stadskärnors och andra handelsplatserns identitetsförändring pågår likaså. Urbaniseringen väntas innebära en fortsatt koncentration till marknadsplatser, samtidigt som definitionen av marknadsplatser kan komma att omformuleras i takt med nya former för hur människor konsumerar. Många fysiska marknadsplatser har skapats utifrån behov, i framtiden krävs ökad relevans för att få konsumenterna att välja att besöka en plats där inte enbart kommersen bidrar. Besöksnäringsskommuner har dock goda förutsättningar att dra nytta av att konsumenter blir mer selektiva med vilka platser de väljer att besöka för upplevelser, vilket gör att flexibla lösningar för lokaler blir än mer viktiga i dessa regioner.

För utformningen och strukturen av lokaler inom olika marknadsplatser och stadsdelar, kan en naturlig effekt bli att lokaler som ligger i lägen som traditionellt har genererat besök inte längre huvudsakligen kommer inhysa sådan verksamhet. En större mix väntas framöver, varför viss flexibilitet krävs i planeringen av nya och befintliga områden. Starka handelsplatser väntas bli ännu starkare, och svagare handelsplatser kommer kräva omvandling för att fortsätta vara relevanta bland konsumenter och andra. För mindre och delvis även mellanstora städer har det tidigare huvudsakligen varit fokus på stadskärnan som centrum. I takt med att konsumtionen förändras suddas skillnaden ut mellan den traditionella stadskärnans handelsfokus och mindre stadsdelscentrums fokus på kommersiell service.

I mindre kommuner kan omfattande stadsutvecklingsprojekt få påtagliga effekter på stadens struktur, och som en följd av att olika områden i mindre orter börjar konkurrera om en begränsad mängd köpkraft blir det också än viktigare med flexibilitet även i utformningen av lokaler. En begränsad mängd gatuplan är lämpliga för etablering av lokaler, och inte alla gaturum är inte heller lämpliga för bostäder. Därmed är det också viktigt att bygga in flexibilitet i utformningen genom att bostäder antingen kan ställas om till lokaler eller vice versa.

Samlokaliseringar mellan privat och offentlig service är nödvändigt i tider när befolkningsunderlaget minskar i mindre orter. Genom lokaldelning kan flera verksamheter ges förutsättningar att minska bördan av lokalkostnader och få ekonomin att gå ihop tillräckligt väl för att få verksamheten att fungera. Samarbeten mellan det offentliga och det kommersiella kommer att bli allt viktigare även framåt.

¹ NE.se

3. Marknadsförutsättningar

En sammanfattande beskrivning av Båstad där centrumverksamhetsmarknadens omfattning, sammansättning och struktur tas fram och behandlas per kategori: konsumentnära verksamhet och vårdverksamhet övergripande.

Marknaden studeras utifrån utbudssidan (befintligt utbud av verksamheter) samt utifrån efterfrågesidan (befolkning/köpkraft samt trafik-/resenärflöden) vid platsen.

3.1 Utbud: omfattning och struktur

Centrumverksamhet innefattar en mängd typer av verksamheter. De största kategorierna som oftast är kärnan i centrumbildningars kommersiella utbud är handel, restaurang/café och annan kommersiell service. Mot bakgrund av detta behandlas denna typ av konsumentnära tjänster nedan. För vård är det framför allt vård vid öppen mottagning i form av primärvård och tandvård som är ett vanligt förekommande inslag i centrumbildningar.

3.1.1 Handelns storlek och utveckling

Den fysiska handeln i Båstad kommun omsatte 1 044 mkr år 2021. Omsättningen har sedan år 2015 ökat med 30 procent, detta kan jämföras med Hallands län där snittet var en ökning med 14 procent. Av de närliggande kommunerna, presenterade i tabellen nedan, hade Båstad kommun högst utveckling. Färgerna indikerar vilken kommun som har högst utveckling (grön) jämfört med lägst utveckling (röd). Båstad kommun har även en högre utveckling än närliggande kommuner sett till dagligvaror och sällanköpsvaror.

Tabell 1. Omsättning och utveckling inom detaljhandeln i Båstad kommun samt omland, mkr

Kommun	Total detaljhandel, mkr	Utveckling % år 2015-2021	Dagligvaruhandel, mkr	Utveckling % år 2015-2021	Sällanköpshandel, mkr	Utveckling % år 2015-2021
Båstad	1 044	30%	682	29%	362	31%
Laholm	1 240	28%	761	17%	478	50%
Ängelholm	3 020	28%	1 763	29%	1 256	26%
Halmstad	7 793	13%	4 071	14%	3 722	12%
Sverige	717 705	12%	381 211	15%	336 514	9%

Källa: Handelsfakta, Handelsrådet

En viktig förklaringsfaktor till den starka utvecklingen i mindre kommuner är att pandemin innebar att en större del av befolkningen höll sig lokalt och handlade mer inom kommunens gränser på bekostnad av regioncentra som Halmstad som vanligtvis har en hög marknadsandel i omlandet. Detta väntas studsa tillbaka något i statistiken för 2022 som ännu ej finns tillgänglig.

3.1.2 Handelns styrka - försäljningsindex

Handelns storlek i en kommun är starkt beroende av hur många som bor där. Antalet invånare är särskilt viktigt i dagligvaruhandeln eftersom människor vill handla i närheten av bostaden. Ett sätt att mäta och jämföra handelns styrka mellan kommuner där befolkningen är olika stor är genom att beräkna försäljningsindex. Försäljningsindex är ett mått på hur väl handeln förmår att ta tillvara det befolkningsmässiga försäljningsunderlag som finns i en kommun och om handeln dessutom förmår att locka kunder från andra kommuner.

Försäljningsindex 100 indikerar att handeln omsätter lika mycket som det befolkningsmässiga underlaget medger. Index över 100 indikerar att handeln attraherar kunder från andra kommuner och index under 100 indikerar

att handeln har ett utflöde till andra kommuner. Försäljningsindex för sällanköpshandel uppvisar oftare större skillnad mellan kommuner än för dagligvaruhandeln. Detta på grund av att sällanköpshandeln ofta är koncentrerad till större regioncentra jämfört med dagligvaruhandeln som är mer jämnt geografiskt spridd över landet och finns närmare konsumenten.

Försäljningsindex för den totala detaljhandeln i Båstad kommun ligger på 97, vilket indikerar ett litet utflöde. För dagligvaruhandeln ligger index på 120 och indikerar däremot ett inflöde. Att ett index för dagligvaruhandeln är högre än till exempel sällanköpsvaruhandeln är inget konstigt då dagligvaror generellt är något vi vill handla nära hemmet. För sällanköpsvaror är vi mer benägna att åka längre sträckor för att komma åt ett annat och större utbud. För sällanköpshandeln har Båstad ett index på 72.

Tabell 2. Försäljningsindex inom detaljhandeln i Båstad kommun samt närliggande kommuner år 2021

Område	Försäljningsindex total detaljhandel 2021	Försäljningsindex dagligvaruhandel 2021	Försäljningsindex sällanköpshandel 2021
Båstad	97	120	72
Laholm	69	79	56
Ängelholm	101	111	89
Halmstad	109	107	111

Källa: Handelsfakta, Handelsrådet

3.1.3 Marknadens geografiska struktur

Inom samt i omlandet till Båstads kommun finns det ett flertal större handelsplatser, varav fyra inom kommunen. Därtill finns det ett flertal handelsplatser utanför kommunens gränser varav vissa som Väla lockar långväga besökare. Utöver dessa renodlade handelsplatser finns även centrumhandel i olika omfattning i respektive centralorts stadskärna.

Entré Båstad

Entré Båstad är en relativt ny handelsplats i Båstad lokaliserad cirka 1,5 km från tågstationen och det aktuella utredningsområdet. Här finns livsmedelshandel i form av en Willys. Utöver detta finns bland annat Elon, en Outletbutik, Friskis och Svettis, apotek, handelsträdgård, bilbesiktning, fiskbutik och restaurang, leksaksbutik och bygghandel. Vidare etableringar är därutöver tilltänkta i form av två vägresteranger samt handel inom Entré Båstad etapp 3 strax nordost om cirkulationsplatsen. För Tuvelyckan som stadsdel påverkas utvecklingspotentialen av närheten till Entré Båstad.

Gränslösa Shopping

Gränslösa Shopping ligger i Östra Karup inom Båstads kommun. Här finns Willab Gardens nya flagship showroom med växthus och uterum, restaurang, sport- och klädbutiker, ridsportsbutik mm.

Boarps handelscentrum

Boarps handelscentrum är beläget på landsbygden strax väster om centrala Båstad. Där finns bland annat Ladan i Boarp, en butik på 3 000 kvm och har det mesta till hemmet. Från kläder, inredning till verktyg och kontorstillbehör. I övrigt finns det i Boarp bland annat fiskaffär, blomsteraffär, grönsakshandel, möbelaffär, klädbutik, café och yogastudio.

Båstads centrum

Handel och annan centrumverksamhet i centrala Båstad är främst lokaliserad längs med Köpmansgatan, med

navet vid Märta Måås cirkulationsplats. Längs stråket finns butiker i form av klädbutiker, bokhandel, caféer och restauranger. Vid navet finns bland annat en Ica Supermarket, ihop med apotek, Systembolaget och offentlig service i form av bibliotek. Därtill finns längs stråket vård, tandvård, gym och annan typ av kommersiell service. Överlag karaktäriseras utbudet av restauranger, kommersiell service och sällanköpsbutiker i form av heminrednings- och klädesbutiker i något högre utsträckning i relation till andra handelsplatser.

Särpräglat för handeln i Båstads centrum är att verksamheterna i stor utsträckning är koncentrerade längs med Köpmansgatan vilket innebär hög tillgänglighet med bil på ett sätt som avviker mot klustringen av handel i många andra stadskärnor.

Mellby center

Mellby center ligger precis intill avfarten från E6:an till Mellbystrand. Det är en trafikorienterad handelsplats med över 700 parkeringsplatser. Här finns förutom Ica Maxi och McDonalds även Lindex, Elgiganten, Apotek, Guldfynd, KappAhl, Dressman, frisör, restaurang mm.

Flygstaden handelsområde

I utkanten av Halmstad, i närheten av flygplatsen, ligger Flygstaden handelsområde med representation av bland annat Ica Maxi, Systembolaget, Rusta mfl.

Hallarna

Hallarna köpcentrum ligger i Halmstad och omfattar över 40 000 kvm handelsyta. Tidigare hette handelsplatsen Eurostop men nyinriggdes och utökades år 2017 under namnet Hallarna.

Stenalyckan handelsområde

Stenalyckan är en handelsplats i Halmstad som omfattar både detaljhandel och bilhandel. Handelsplatsen ligger längs E20 direkt norr om handelsplatsen Hallarna.

Brännborn center

I Ängelholm finns Brännborn center som är en handelsplats med ett brett utbud av dagligvaru- och sällanköpsbutiker. Här finns både större kedjor som Ica, Clas Ohlson, Rusta och mer lokal representation som Lampaffären.

Väla centrum

I Helsingborg finns en av södra Sveriges största handelsplatser i form av Väla Köpcentrum och Väla Park. Utöver Ikea, som lockar besök från hela sydöstra Skåne, finns även de flesta större detaljhandelskedjor representerade. Idag omfattar handelsplatsen ungefär 70 000 kvm handelsyta, något som på sikt planeras utökas till uppemot 120 000 kvm genom att byggas ut på höjden.

Dagligvaruhandel

I Båstad finns idag större livsmedelsbutiker i form av en Willys belägen vid Entré Båstad samt Ica Supermarket inne i centrala Båstad. Därtill finns ett antal mindre butiker i kommunen. Systembolaget är lokaliserat till centrala Båstad. Ytterligare en större livsmedelsbutik, nämligen en Ica Maxi finns vid Mellbystrand i Laholm som ligger ca 11 min med bil från Båstad station. Även i Ängelholm finns Ica Maxi representerat.

Primärvård och tandvård

Inom kommunen finns ett antal öppenvårdinrättningar, dvs sådan vård som ges vid besök på mottagning. I centrumsammanhang handlar det främst om allmän tandvård samt primärvård i form av vårdcentral, BVC, MVC och allmänläkarmottagningar. Utbudet är främst koncentrerat till de största tätorterna Båstad, Förslöv och Grevie. Marknaden för denna typ av tjänster är ofta väldigt lokal, dvs. de boende söker sig oftast till

verksamheter i relativ närhet till hem eller arbete. Samtidigt kan mindre eller mellanstora orter attrahera konsumenter mer långväga i de fall att dessa bor i glesbygd eller landsbygd.

Inom Båstad finns allmän tandvård i form av Folktandvården Båstad. Folktandvården har en stor del av marknaden i Sverige, mycket tack vare dess uppdrag att hantera barn- och ungdomstandvården då man automatiskt listas hos Folktandvården om inget aktivt val görs. Därtill finns även enstaka mindre mottagningar i Båstad såsom Oris Dental.

Primärvård i form av vårdcentral i privat regi finns representerat genom Catio Vårdcentral samt Båstad-Bjäre läkarpraktik. Offentlig vårdcentral via Region Skåne finns i Förslöv. Precis över länsgränsen till Laholm finns Strandängshälsan i Allarp som fram till nyligen var filial för Strandängshälsan i Mellbystrand men numera är huvudenhet för verksamheten. En bit norröver i Skummeslövsstrand finns även allmänläkarmottagningen Tudorkliniken.

3.1.4 Verksamheter och lokaler inom utvecklingsområdet

Utvecklingsområdet definieras som Tuvelyckan etapp 1-2 med tillhörande stationsnära område. Detta ligger en bit utanför tätorten, men samtidigt i nära anslutning till närliggande Entré Båstad. Inom utvecklingsområdet finns ett antal lokaler och verksamheter, beskrivna i tabellen nedan.

Tabell 3: Översikt lokaler samt verksamheter inom utvecklingsområdet

Plats	Yta	Nuvarande verksamhet	Kommentar
Båstads station	500 kvm i flera plan	Utbildningsverksamhet, kontorsverksamhet, café	<i>Caféverksamhet över sommaren</i>
Torghuset	250 kvm fördelat på 4 lokaler	Restaurang/bageri, frisersalong, skönhetssalong	<i>En lokal om 75 kvm vakant sedan färdigställande.</i>
"Stationshuset"	150 kvm	Hudvårdsmottagning, nagelvård	
Båstad Padel	1 800 kvm padelyta, 1 500 kvm kontor, 650 kvm gym samt 250 kvm restaurang/café	Padel, co-working/kontor, restaurang, gym	

Källa: NIRAS sammanställning

Därtill finns ett antal verksamheter i omlandet runt utvecklingsområdet. Strax norrut ligger Båstad camping med omfattande besöksverksamhet, bland annat restaurang och servicebutik. Äppedalsens golfklubb med övernattnin och restaurang samt Gårdskampen på andra sidan järnvägen i Hemmeslövs herrgård.

Vidare norrut i Skummeslövsstrand finns ett utbud av campingar, restauranger, bank, primärvård, livsmedelsbutik i form av Ica Nära och andra verksamheter.

3.2 Efterfrågan: befolkning och besöksflöden

3.2.1 Befolkningsutveckling

Inom Båstads kommun bodde 15 824 invånare den 31 december år 2022. Fram till år 2032 väntas befolkningen öka med ungefär 1,0 procent årligen. En av förutsättningarna för tillväxt inom verksamheter inom kommunen är den köpkraft som den lokala befolkningen står för. Det finns även ett betydande inflöde av köpkraft från besökande i kommunen. Köpkraften sätter ramarna för möjliga tillkommande etableringar.

Tuvelyckan med omnejd inkluderar etapp 1-2 samt direkt norrliggande planerade bostadsområden inom Hemmeslöv. För befolkningens utveckling redovisas prognos för Hemmeslöv/Tuvelyckan utifrån bostadsbyggande medan en framskrivning utan hänsyn tagen till byggande används för lång sikt för kommunen som helhet.

Tabell 4: Befolkningsutveckling inom kommunen, kort respektive lång sikt

Område	År 2022	År 2030	År 2050	År 2070
Hemmeslöv (inkl. Tuvelyckan)	1 934	3 524	-	-
Båstads kommun*	15 824	17 125	18 631	20 007

Källa: Båstads kommun (definitiv trendbaserad prognos 05/23) samt SCB. * = Prognos för år 2050 respektive år 2070 utifrån årlig procentuell tillväxt i SCB:s långtidsframskrivning

För Tuvelyckan innebär planerat bostadsbyggande enligt översiktsplan 2030 att Tuvelyckan inklusive omnejd kommer att omfatta totalt cirka 1 800 – 2 300 bostadsenheter. Med det uppräkningsstal som används inom kommunen om 1,8 boende per enhet skulle detta innebära uppemot 4 000 invånare. Utfallet beror på faktiskt antal byggda bostäder. Detta är utgångspunkten för NIRAS analys av underlaget för verksamhet i Tuvelyckan.

Allarp som finns på andra sidan kommungränsen till Laholm bedöms inte ge ett betydande inflöde av köpkraft enligt NIRAS. Området som utvecklas i Allarp, där cirka 1 000 nya invånare kan tillkomma, är relativt långt ifrån Båstads station / Tuvelyckan geografiskt och således är potentialen mindre att locka besökare. Tillskapandet av nya bostäder kan innebära ett mindre inflöde från området, men då centrumverksamhet möjliggörs i Allarp och eftersom tillskottet om cirka 1 000 nya invånare är relativt "långt" för att vara underlag för stadsdelscentrum så är denna potential liten enligt NIRAS erfarenhet. Köpkraften som attraheras av mindre stadsdelscentrum är många gånger väldigt lokal.

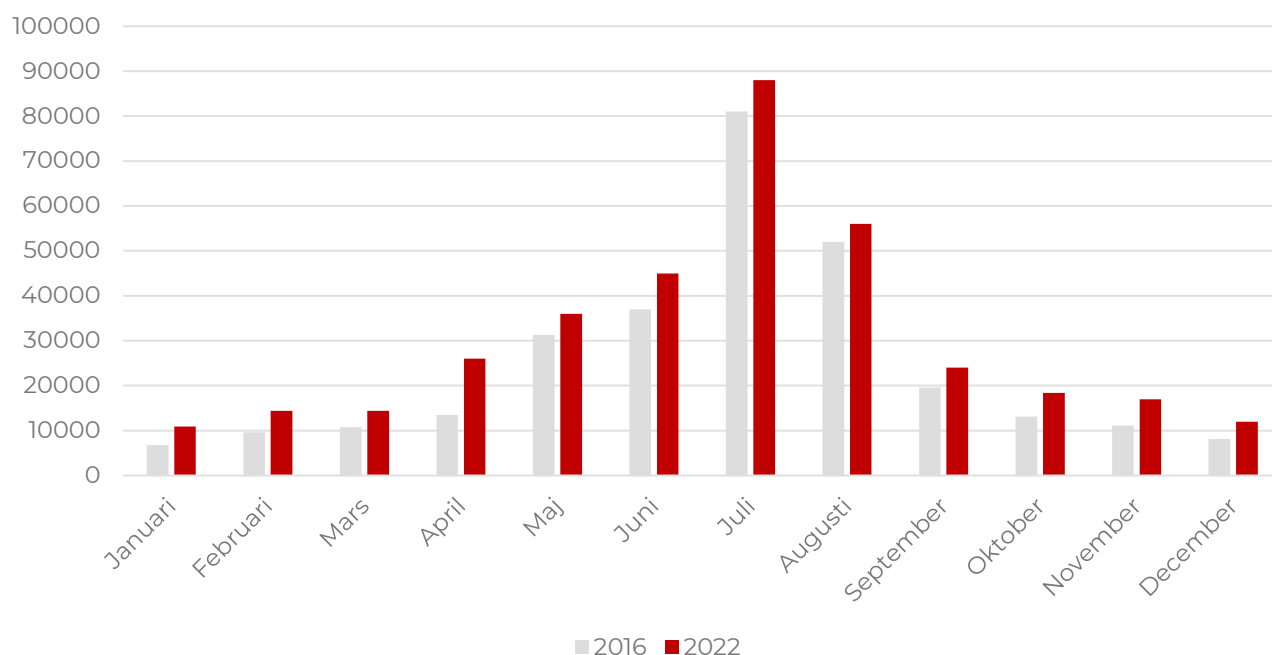
3.2.2 Besökare i kommunen

Vid Båstads station anlöper idag persontågstrafik genom Pågatåg och Öresundståg. Det dagliga antalet tågresenärer uppgår till cirka 1 200. Därtill trafikeras stationen av regionbussar genom Skånetrafiken respektive Hallandstrafiken. Främst för stationsnära service är stabila nivåer av resenärer viktigt för att ge underlag till verksamhet året om.

Båstads kommun är en av de starkaste besöksnäringsskommunerna i Sverige, vilket också avspeglas i gästnattstatistiken. Gästnattsstatistiken innebär besökare som bor på kommersiella boendeanläggningar i form av hotell, stugbyar, vandrarhem samt camping med minst 9 bäddar. Alla mindre anläggningar rapporterar inte in. Inte heller gästbåtshamnar, fritidshus eller air bnb kommer med. Utöver detta kommer besökare som bor i egna bostäderna. Alla besökare är inte övernattande sådana, men statistiken ger en god jämförbarhet för turismen regioner sinsemellan.

Över 60 procent av Båstads gästnätter genomförs under högsäsongen maj-augusti, vilket gör att en stor andel av konsumtionen sker under dessa månader. Samtidigt har kommunen också relativt höga tal under lågsäsong, vilket ger visst underlag för besöksnäringens verksamhet året om. Mellan 2016 och 2022 har antalet gästnätter ökat med över 20 procent.

Figur 3: Antal gästnätter Båstads kommun år 2016-2022



Källa: Båstads kommun

93 procent av gästnätterna år 2022 enligt ovan stammar från inhemska turister enligt kommunens underlag, det vill säga besökare från andra delar av landet. NIRAS bedömning är att den inhemska turismen kommer att fortsätta öka även på sikt i takt med att efterfrågan på attraktiva resmål inom landet väntas öka mot bakgrund av samhällstrender som hållbarhetsfokus och global uppvärmning. Besökare genererar främst tillväxt inom boende- och måltidskonsumtion, och därtill särskilt i anslutning till besöksmålen.

Omfattningen av verksamheter som agerar inom besöksnäringen är mycket stor i Båstad. NIRAS bedömer för boende i fritidshus samt övernattande vid boendeanläggningar att det i Båstads kommun kan handla om konsumtion i storleksordningen om:

- Åtminstone 50 mkr inom dagligvaruhandeln
- Ungefär 45 mkr inom café- och restauranghandeln
- Konsumtionen av sällanköpsvaror är svårare att fastställa eftersom konsumtionsmönstret varierar stort över året och ofta är kopplat till behoven i den ordinarie boendeorten, men generellt kan sägas att den därför är betydligt mindre i omfattning jämfört med dagligvaror och café/restaurang.

Bedömningen inkluderar inte dagsbesökare som är svårare att kvantifiera men kan ändå ses som en positivt tillskott till aktuella branscher.

4. Resultat från genomförd workshop om lokalbehov

Under utredningens gång har en workshop genomförts av NIRAS tillsammans med intressenter involverade i utvecklingen av området runt Båstads station och Tuvelyckan. Workshopen genomfördes den 3 maj 2023 med representanter från bland annat kommun och exploatör.

Syftet med workshopen var att inhämta tankar, erfarenheter, inriktning och målbild om lokaler och verksamheter i utvecklingsområdet samt identifiera styrkor, svagheter, möjligheter och hot kopplat till lokaler och verksamheter på sikt.

Insikter från workshopen har tagits vidare i den övriga utredningen och är ett viktigt underlag i framtagningen av slutsatser och rekommendationer.

Nedan följer resultaten sammanfattade i punktform.

NULÄGE	
Styrkor - Närhet till kollektivtrafik - Närhet till rekreation - Närhet till centrum ”Båstad” som varumärke - Stor andel av nya bostäder säljs till personer som aktivt väljer att flytta (alt. Köpa sommarbostad) - Förskola etablerad - Ingen/liten opinion mot området - Relativt låga vakanser bostäder, gott intresse för bostadsrätter - Redan idag flera verksamheter på platsen trots lågt köpkraftsunderlag i området - Närhet till handelsområdet Båstad Entré som utvecklas - Vägnära, bra synlighet	Svagheter - Bygger inifrån och ut, underlaget styr - Parkeringar - Flöde trafik och personer - Konkurrens till närliggande områden - Byggplats under lång tid - Upplevs ligga ”långt bort” från de som bor i centrum - Idag outhyrda lokaler - Lågt kundunderlag för närvarande - Saknar identitet i ett i övrigt omtalat Båstad - Inget större tryck på säsongsbunden verksamhet trots omfattande turism i kommunen

FRAMTID OCH VISION

Hot

- Detaljplan högt krav på lokaler
 - Kommunen har erfarenhet av att det inte blir lokaler
 - Påverkar förutsättningar för att komma igång med byggandet, vissa byggrätter planeras längre fram för ökad bärighet
- För högt ställda krav riskfyllt, verklig "miniminivå" behövs
- Hänsyn till att närliggande områden utvecklas, ex Al-larp
- Det som byggs (verksamheter) på marken mellan Inre Kustvägen och Väst kustbanan påverkar intrycket av Tuvelyckan
- Att antalet parkeringar är för lågt i relation till behovet (parkeringstal/-norm)
- Konjunkturläge
- Risk för att tömma centrala Båstad på verksamheter
- Risk att överetablering betyder att lokaler står tomma och påverkar attraktiviteten negativt

Möjligheter

- Detaljplan högt krav på lokaler
 - Hitta en miniminivå (nu från samråd)
 - Stimulera mer uthyrning
 - Kommunala behov, etablera något
 - Andra behov
- Torgen blir aktiva platser
 - Torg vid P-hus, hämta, lämna, dölja
 - Torg vid stationshus – liv och rörelse första möte
- Lokala ankare – Komplement till övriga verksamheter och Båstad? Något med lokal förankring för att jobba med varumärket? Skapa en destination.
- Livsmedelsbutik – typ Lidl som inte finns i närområdet
- Annan service, tandläkare, vårdcentral, apotek, veterinär,
- Oskrivet blad – möta nya och andra målgrupper? Barn? Familj
- Tuvanområdet och parken – möjlighet att bygga identitet utifrån familjevården och aktivitetsyta
 - Personalintensiva verksamheter på tillgänglig mark ger flöden
 - Etablera en identitet för området jmf Båstad tätort med nöjesfokus
 - Skapa forum för dialog
 - Flexibla lokaler och ex "bokaler".
 - Optimera läget för verksamheter, ej sprida över för många gator
 - Förbereda lokaler på centrala platser för 3,5 meter takhöjd för flexibel användning och omställning när underlaget ökar med tid

5. Utvecklingsmöjligheter centrumverksamhet Båstad

En övergripande bedömning för utvecklingsmöjligheter för centrumverksamhet görs nedan utifrån förväntad utveckling till år 2070, Båstads regionala förutsättningar samt påverkansfaktorer i form av samhällstrender etc.

5.1 Förutsättningar till år 2070

Fram till år 2050 respektive 2070 väntas befolkningen öka med cirka 3 000 respektive 4 000 personer enligt SCB:s befolkningsframskrivning. Procentuellt innebär detta knappt 20 respektive 25 procents ökning av totalbefolkningen inom Båstads kommun. Det kan vid första anblick verka som omfattande ökning, men med hänsyn taget till tidshorisonten innebär detta relativt stabil tillväxttakt om strax under 100 tillkommande invånare årligen. Om hänsyn tas till bostadsbyggande blir tillväxten högre, men samtidigt är denna svår att bedöma och till viss del olämplig att beräkna utifrån på lång sikt. Snabba omvärldsförändringar och stor rörlighet hos befolkningen inom och mellan länder ger därtill ökad komplexitet.

En befolkningsökning om 3 000 - 4 000 medger förvisso betydande tillskott av köpkraft och underlag för verksamhet, samtidigt beror potentialen för ny centrumverksamhet kraftigt av var dessa nya bostäder tillskapas. I vissa fall kan det handla om omfattande bostadsutveckling i nivå med Tuvelyckan, i andra fall kan det handla om att bostäder tillskapas mer fragmenterat och spritt över kommunens utvecklingsorter eller stadsdelar. I dessa fall kan det handla främst om bostadsnära service och vägnära "minicentrum" snarare än tillkommande renodlade handelsområden. Överlag är det svårt att peka ut specifika platser för en bedömning som dels sträcker sig så pass långt fram som år 2050-2070 och dels inte föregås av en regelrätt etableringsanalys, varför NIRAS råd därmed blir mer övergripande och tar avstamp i de utvecklingsområden som utpekats i kommunens översiktsplan 2030. NIRAS bild är dock att det på kort sikt kommer bli viktigare att arbeta mer med utveckling och omvandling av befintliga marknadsplatser snarare än etableringen av nya, omfattande sådana.

För generell lokalisering av centrum- och vårdverksamhet är NIRAS samstämmiga i kommunens strategi för lokalisering av vård- och omsorgsverksamhet till kollektivtrafknära lägen med god tillgång till gång- och cykelnätverk. För att underlätta bygga kommersiella noder är NIRAS rekommendation att samlokalisera primärvård och annan mottagningsinriktad vård med övrig centrumverksamhet. Även utifrån samlokalisering mellan olika offentliga verksamheter, exempelvis kommunala och regionala, blir detta en än viktigare konkurrensfaktor på sikt i det fall att vårdmarknaden fortsätter att privatiseras.

Därtill är NIRAS bild att en avvägning är nödvändig för vilken ambitionsnivå som bör finnas för tillgång till både kommersiell och kommunal service på mindre orter. En stor del av att bygga knypunkter, centrum och samlingsplatser utöver den offentliga servicen är det kommersiella. Det kommersiellas förutsättningar bestäms av efterfrågan på marknaden. Verksamheter som agerar på mindre marknader har också sämre förutsättningar att konkurrera med verksamheter som finns i exempelvis större centralorter. Under lång tid har både efterfrågan (definierat i antal boende) och tillgången till kommersiell service minskat i mindre orter, varför NIRAS ser det som av stor vikt att identifiera och arbeta fram ett avgränsat antal utvecklingsorter som har potential att uppnå en viss nivå tillgång till grundläggande serviceverksamhet, vilket så även sker i Båstads kommun.

5.2 Centralortens verksamhetsstruktur och lämpliga lägen på sikt

I översiktsplanen anges att det i Båstad centrum ska planeras för fler funktioner än handel. I en tid då stadskärnor står under press både från externhandel och e-handel, är detta en klok ambition enligt NIRAS. Handeln kan inte längre vara enda besöksanledning för ett centrum i en tid då handelsplatsen behöver gå mot en bredare

beteckning i form av marknadsplats. Lokalytor står allt oftare tomma i centrumsammanhang, men Båstad har förhållandevis goda förutsättningar för att möta detta mot bakgrund av centrumstrukturen som är integrerad med det övriga stadsrummet längs Köpmangatan. Väg 115 är en viktig faktor för att ge Båstads centrumverksamhet förutsättningar att leva även på sikt. Sammantaget är NIRAS uppfattning att tillgången till verksamhetslokaler längs Köpmangatan kommer vara en styrka även framåt, även om verksamheterna som inhyses kan ändra skepnad. Det blir viktigt att fortsätta arbeta med trivsel och skötsel av centrum. Samtidigt är NIRAS bedömning att centrum bör definieras och marknadsföras som inte bara ett centrum runt cirkulationsplatsen Märta Måås, utan som ett längre centrumstråk som kan komplettera strandstråket från Båstad hamn och österut.

Hemmeslöv (inklusive områdena Eskilstorpsstrand, Hemmeslövsstrand, Petersberg och Riviera) karaktäriseras av relativt låg befolkningstäthet, om än med inslag av strandnära besöksnäring. Lägre densitet av köpkraft spritt över ett större område ger sämre förutsättningar för etablering av ytterligare centrumverksamhet. Samtidigt har området i sin helhet omfattande köpkraft genom uppemot 2 000 invånare, varför Tuvelyckan / Båstads station bör fungera som "infartscentrum" till resten av Hemmeslöv-området. Enligt NIRAS bedömning är det i detta läge lämpligt att sträva mot att genom Tuvelyckan / Båstads station skapa ett starkt stadsdelscentrum i östra Båstad tätort mot bakgrund av att platsen är en knutpunkt för kollektivtrafik och bra läge för förbipasserande bilburna besökare. Genom fortsatt arbete med Tuvelyckan / Båstads station kan sträckan bli än mer en pulsåder för Båstad.

Sett till de korta avstånden inom och till centralorten samt den omfattande besöksnäringen är NIRAS bedömning att det kommersiella utbudet med fördel kan fortsätta utvecklas längs Inre Kustvägen. Att servicen utvecklas längs detta stråk är gynnsamt för Båstads identitet och sammanväxt med närliggande Laholms kommun. NIRAS rekommendation är att besöksgenererande verksamhet lokaliseras utmed Inre Kustvägen om ambitionen är att höja Båstads status både som besöksdestination men även som stad och fortsätta bygga platsvarumärke för ett expanderande Båstad. Lokalisering av icke-besöksgenererande verksamhet som industri riskerar skapa viss anonymitet och intryck av industriområde, och bör placeras i mer perifera lägen (som samtidigt är trafiknära).

Till viss del växer utbudet av verksamheter och mötesplatser fram organiskt, särskilt i attraktiva lägen. I en kommun som Båstad med korta avstånd är det enligt NIRAS erfarenhet viktigt att vara medveten om att lokalkonkurrensen på sikt omvandlas till mikrokonkurrens i takt med att stadens områden i slutändan växer ihop, både inom och över kommungränser. Det utbud och centrumverksamhet som finns på andra sidan kommungränsen till Laholm utvecklas kontinuerligt, och Mellby center är ett centrum med stark konkurrenskraft. För Båstads del är det därför viktigt att koncentrera utvecklingen av nordvästra kommundelen till en plats som har potential att möta upp detta.

Besöksnäringen som i Båstads kommun är både viktig och omfattande ger samtidigt inte alltid förutsättningar för verksamhet året om, på det sätt som lokalbefolkningens köpkraft medger. Det är enligt NIRAS bild bra att fortsätta ha ett utpräglat destinationstänk för Båstad tätort, inte bara i ett regionalt perspektiv utan även nationellt. Våga testa nya idéer, tillåta tillfälliga inslag som food trucks i attraktiva lägen och/eller lokaler där verksamheter kan samlokaliseras men nyttjas olika delar av året. Samtidigt är det viktigt att tilltänkta etableringar som inte är direkt lokaliserade längs t.ex. strandstråk etc är grundade i köpkraften som kan hämtas från de boende primärt, och från besöksnäringen sekundärt för att skapa förutsättningar för verksamhet året om och inte bara säsongsbundet.

6. Analys av utvecklingsområdet

En analys av marknadspotentialen för lokaler har genomförts genom att beräkna köpkraft samt bedöma möjlig omsättningsnivå för etableringar inom utvecklingsområdet. Utifrån detta görs en jämförelse med befintliga lokaler och beräknade framtida ytor. Därefter har en bedömning gjorts av lämpliga lokaliseringar för verksamheter inom området, samt förslag på inriktning och koncept.

6.1 Marknadspotential

Köpkraft innebär den summa som den lokala befolkningen förväntas lägga på konsumentnära varor och tjänster. I detta fall innefattas centrumverksamhet med grundläggande tjänster såsom dagligvaror, café/restaurang, kommersiell service och vård. Potentialen för sällanköpsvaror (inkl. apotek) bedöms vara mycket låg på grund av områdets karaktär samt närvaron av starka handelsplatser i området och inkluderas därför ej. Eftersom aktuellt läge är en kollektivtrafiknod tas särskild hänsyn till flödena av resenärer vid platsen.

På grund av stor oro under senaste åren med pandemin som påverkat konsumtionsmönstret, och nuvarande oro med krig i Europa, hög inflation och kraftiga reallöneminskningar är konsumtionens utveckling något osäker. Därför gör NIRAS bedömningen att volymtillväxten per capita i köpkraft bör sättas till enbart svagt positiv under perioden fram till år 2030.

Köpkraften presenteras i fasta priser på grund av det osäkra marknadsläget. Därtill redovisas potentiell försäljning för etableringar inom utvecklingsområdet år 2030. Potentiell försäljning innebär den försäljningssumma en verksamhet bedöms ha potential att uppnå i området. Överlag sett bedöms försäljningsvolymen komma både från boende, resenärer samt besökare/förbipasserande i området.

I tabellen nedan redovisas analys av köpkraften i anslutning till utvecklingsområdets hypotetiska färdigställande år 2030. Köpkraften bedöms kunna hämtas från större delen av närområdet, med undantag för de bostäder som planeras i Petersberg med direkt närhet till Entré Båstad samt i Heden mot länsgränsen. Här är NIRAS bedömning att de inte är tillräckligt närliggande till Tuvelyckans centrum för att innebära ett betydande flöde till platsen.

Tabell 5: Underlag från Tuvelyckan etapp 1-2 med omnejd samt potentiell försäljning

Konsumtionstyp	Köpkraft år 2030, mkr	Potentiell försäljning år 2030, mkr
Dagligvaror	106	0-20
Servicehandel	13	5
Restaurang/café	31	10
Kommersiell service (hår-/hudvård, gym, tvätterier etc.)	21	10
Primärvård	13	0-10
Tandvård	6	5

Källa: NIRAS

Mot bakgrund av ovanstående beräkning samt hänsyn tagen till befintligt utbud på marknaden är NIRAS bedömning att förväntat framtida köpkraftsunderlag kan generera ett totalt ytbehov (BTA) enligt följande:

- **Dagligvaror/servicehandel:** En butik om 400-500 kvm i form av mindre områdesbutik eller servicebutik. Svårt att uppnå bärighet för resenärer respektive boende separat, då kan en servicebutik i bra läge vara ett alternativ. Troligtvis lättare att uppnå bärighet i en servicebutik än en större områdesbutik sett till närliggande konkurrens.
- **Restaurang/café:** Tre-fyra restauranger eller caféer med ca 50-150 kvm vardera.
- **Kommersiell service:** Ett mindre gym om 400 kvm, eventuellt ej kedjedrivet. Två hud- och hårvårdsverksamheter om 50-100 kvm.
- **Primärvård:** För vårdcentral bedöms en risk finnas för att underlaget är för litet, sett till stadsdelens storlek och konkurrensen i närområdet. Därmed sätts ytbehovet till noll.
- **Tandvård:** En tandvårdsmottagning om 60-80 kvm.

Notera att ovanstående ytor ej inkluderar redan idag befintliga verksamheter inom utvecklingsområdet, mer om detta under avsnitt 5.2. Utöver konsumtionen av ovanstående grundläggande tjänster finns även andra typer av centrumverksamheter som kan vara aktuella för etablering inom området. Dessa verksamheter är dock ofta icke-besöksgenererande och kan därför vara svåra att kvantifiera underlag för. Det innebär dock inte att potential inte kan finnas för etablering av sådana dessa verksamheter, men efterfrågan är mer diffus.

6.2 Lokalbehov samt lokalisering

En lokalbehovsanalys för området genomförs för att bestämma de marknadsmässiga förutsättningarna för verksamheter i området när det är färdigbyggt. Detta genom att ställa befintligt utbud av lokaler i relation till förväntat framtida behov.

Inom utvecklingsområdet finns ett flertal lokaler tillgängliga redan i dagsläget (se avsnitt 3.2). Om omfattningen (ytan) av dessa ställs i relation till framräknad efterfrågan på ytor (avsnitt 5.1) går att dra slutsatsen att vissa av de framtida behoven tillfredsställs redan idag. NIRAS bedömning är att behovet i etapp 2 minskas som ett resultat av detta. Behovet utöver redan befintliga ytor i utvecklingsområdet kan då bli följande (i BTA):

- Servicebutik upp till 400-500 kvm
- Restaurang/café ytor upp till 200 kvm
- Tandvårdsmottagning om 60-80 kvm

Sammantaget kan detta innebära ett lokalbehov för grundläggande tjänster om totalt 700-800 kvm i etapp 2 år 2030. Därtill kan lokalytor för icke-besöksgenererande verksamhet eller verksamhet som är svår att beräkna behovet för tillkomma, exempelvis verksamheter som blir destinationer i sig tack vare duktiga entreprenörer. Upplevelserelaterade verksamheter kräver dessutom ofta ett större omland för att uppnå bärighet. NIRAS rekommendation är för detta att ta höjd för åtminstone 200 kvm. Detta skulle innebära totalt uppemot 900-1 000 kvm lokalyta. För kontorsytor bedömer NIRAS att behovet av ytor i dagsläget är fyllt sett till befintliga lokalytor (som även kan ställas om). För primärvård kan underlag finnas för mindre vårdcentral men frågetecken finns för underlaget i relation till omgivande konkurrens. Om vårdcentral läggs till behovet på sikt kan det uppgå till cirka 1 500 kvm.

På längre sikt, framåt 2050-2070, skulle behovet av centrumverksamhet troligtvis se relativt konstant ut, även för centrumstråket i Båstad tätort. Det påverkas samtidigt av utfallet av byggnationerna vid Tuvelyckan samt omkringliggande marknadsplatser. Om Tuvelyckan utifrån nuvarande förutsättningar etableras som ett starkt

stadsdelscentrum, kan behovet av ytor öka. Samtidigt är NIRAS bild att stråket upp mot Laholm och vidare kan väntas fortsätta vara expansivt, varför konkurrensen om köpkraften kommer att öka. Därmed är bedömningen att behovet av centrumytor inom Tuvelyckan troligtvis kommer vara relativt konstant, samtidigt som mark för handel runt omkring området bedöms vara fortsatt expansivt. Om bostäder etableras i stor utsträckning kan detta generera ytterligare köpkraft till Tuvelyckan, något som dock är svårt att bedöma omfattningen av i dagsläget.

6.3 Lokalisering

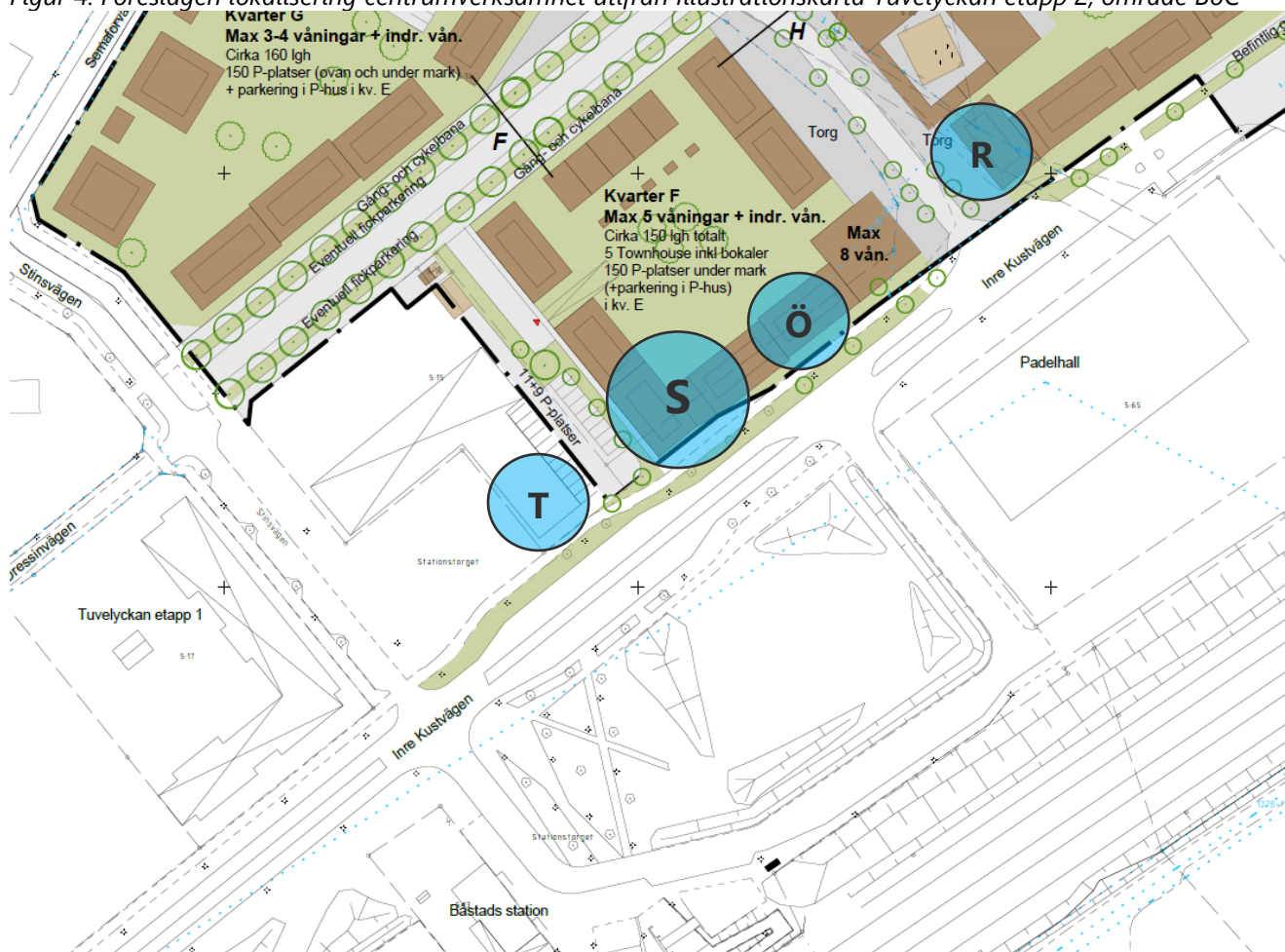
Utifrån lokalbehovsanalysen behandlas lokaliseringar inom det aktuella området utifrån dagens och planerad struktur (stråk, noder etc) med avseende på hur förutsättningarna för verksamhet ser ut i området. Prioriterade platser och knypunkter identifieras av NIRAS som utgångspunkt för framtida etableringar.

Mot bakgrund av att behovet av lokalytor minskas avsevärt när hänsyn tas till redan befintliga ytor, ges försägarade förutsättningar för lokalisering av verksamhet i etapp 2 för centrumbildningen. NIRAS rekommendation är då följande (se även illustration nedan):

En viktig faktor är lokaliseringen av en **servicebutik** i etapp 2 enligt avsnitt 5.2 ovan. Ur ett marknadsperspektiv skulle en sådan lämpligen placeras i synligt läge från stationsområdet för att bli relevant för både resenärer, boende och förbipasserande, förslagsvis i lokaler längs med Inre Kustvägen. Därmed ges bäst förutsättningar att attrahera samtliga kundgrupper och på så vis höja sannolikheten för att verksamheten fungerar ekonomiskt med hänsyn till att resenärsmängderna i dagsläget är något för låga för att fungera som stabilt underlag för liten servicehandel i Båstads station. Ett minus är att närheten för boende blir något lägre genom lite längre promenadavstånd, men befintligt centrum bedöms ha tillräcklig attraktionskraft för att väga upp för detta till viss del.

- För lokaliseringen av **restaurang/caféyta** bedömer NIRAS att dessa verksamheter med fördel kan läggas dels i entrén till etapp 2 i det fall att kommunen ämnar flytta byggrätten några meter åt nordost för att öka torgytan vid entrén. Alternativt kan det placeras friliggande längre in i etapp 2 och således frikopplat från centrumet utan större problem.
- För lokaliseringen av **tandvårdsmottagning** är NIRAS förslag att sådan placeras i befintligt centrum "Torghuset" som i dagsläget har vakanta lokaler. Detta är givetvis avhängigt intresse för etablering från marknadsaktörer. Etableringen är också avhängigt möjligheter till lokalanpassningar.
- För övriga lokaler till **icke-besöksgenererande verksamhet** kan även dessa lämpligtvis placeras längs Inre Kustvägen.

Figur 4: Föreslagen lokalisering centrumverksamhet utifrån Illustrationskarta Tuvelyckan etapp 2, område BoC



Källa: Båstads kommun. T = Tandvård, S = Servicebutik, R = Restaurang/café, Ö = Övriga lokaler

Notera att ovanstående lokaliseringar enbart är förslag och att dessa kan bero av marknadsintresse. NIRAS övergripande rekommendation är att framför allt placera tillkommande verksamheter i detta stråk.

Tidigare nämnd potential för etableringen av servicebutik utgår från att annan större dagligvarubutik ej placeras i närområdet. Om större dagligvarubutik placeras i närområdet:

- Kommer denna ta en stor del av underlaget för handel och kraftigt sänka potentialen för servicebutik i etapp 2.
- Kan den lämpligtvis placeras i framtida P-hus givet att tillgänglig yta är tillräcklig för logistik, parkeringsinfarter etc.

Eftersom utökning även ämnar ske av Entré Båstad kan dagligvaruaktörer ha prioriterat intresse för den platsen framför Båstad station.

Men! Etableringen av en större dagligvarubutik kan påverka balansen på dagligvarumarknaden inom hela kommunen, och en sådan etablering bör därför föregås av en separat konsekvensanalys.

7. Slutsatser och rekommendationer

I avsnittet ges sammanfattande slutsatser utifrån utredningen avseende omfattning, lokalisering och inriktning av olika verksamhetskategorier, samt möjliga följder för platsen. Rekommendationer ges för att höja områdets attraktivitet och förbättra marknadsläget. Avslutningsvis ger NIRAS kommentarer om förväntad utveckling på sikt för hela Båstads kommun.

7.1 Lokaler och lokaliseringar i Tuvelyckan etapp 2

För utvecklingen av Tuvelyckan har NIRAS dragit ett antal slutsatser under genomförd utredning. Dessa, samt rekommendationer, redovisas nedan i punktform.

- Utvecklingsområdet har redan idag ett stort utbud av lokaler, både i bostadshus runt torget, i Båstad stationshus samt i padelhallen. Omfattningen av lokaler är hög i relation till det lokala underlaget. NIRAS ser en risk att de tilltänkta lokalytorna för etapp 2 kan blir alltför omfattande i relation till dagens utbud i utvecklingsområdet. Därför bör frågetecken lyftas för nivån för ett minimikrav för lokaler i detaljplanen. Om minimikrav ämnar användas bör detta vara utformat på ett sätt så att det främst utgår från ett grundläggande behov av tjänster inte bara utifrån tillkommande befolkning utan även med hänsyn tagen till befintligt centrum.
- Med hänsyn taget till förväntad köpkrafttillväxt och redan idag befintliga lokalytor inom utvecklingsområdet bedömer NIRAS ett ytterligare lokalbehov för grundläggande tjänster om totalt 700-800 kvm (BTA) i etapp 2 år 2030. Därtill kan lokalytor för icke-besöksgenererande verksamhet eller verksamhet som är svår att beräkna behovet för tillkomma, exempelvis verksamheter som blir destinationer i sig tack vare duktiga entreprenörer. NIRAS rekommendation är för icke-besöksgenererade verksamheter att ta höjd för åtminstone 200 kvm. Vidare bör beredskap finnas för primärvårdsverksamhet även om frågetecken finns för etableringspotentialen. Med hänsyn taget till denna "marginal" och tillkommande behov skulle det innebära att NIRAS rekommendation blir ett minimum av totalt cirka 1 000 – 1 500 kvm lokalyta i etapp 2.
- Lokaler för tillkommande verksamheter i etapp 2 rekommenderas placeras i vägnära läge intill Inre Kustvägen samt i nära anslutning till befintliga lokaler vid Stationstorget i etapp 1. För bedömning och förslag för exakt lokalisering för verksamheterna se figur i avsnitt 6.3. Synlighet och bra koppling till både bostadsområdet och vägnätet med goda flöden är viktiga faktorer.

7.2 Förhållande befintligt stadsdelscentrum kontra Tuvelyckan etapp 2

Utifrån genomförd analys diskuteras konsekvenser av ett hypotetiskt scenario där utbudet utvecklas polärt i Tuvelyckan etapp 2 respektive befintligt stadsdelscentrum vid stationstorget, där merparten av nya centrumfunktioner placeras i Tuvelyckan alternativt i befintligt stadsdelscentrum. NIRAS resonemang för dessa scenarion beskrivs med möjliga konsekvenser och effekter enligt nedan:

- Om **merparten av nya centrumfunktioner placeras i Tuvelyckan etapp 2** finns en risk att placeringen av dessa funktioner kan innebära att stadsdelen bli "inåtvänd" och anonym för besökare och förbipasserande. Därtill ser NIRAS en risk att verksamhetsutbudet blir fragmenterat och inte får en sammanhållen kärna på det sätt en modern stadsdel behöver. Det kan även bli svårt att hitta verksamheter som kan fylla alla lokaler, och därigenom påverkar uppfattningen av området negativt med tomma lokaler.

- Om **merparten av nya centrumfunktioner placeras i befintligt centrum** kan det gynna stadsdelen genom att skapa ett starkt och attraktivt stadsdelscentrum med högt intresse för etablering. En risk kan dock vara att befintliga lokaler inte räcker till för identifierat lokalbehov på längre sikt. Enligt NIRAS analys kommer det finnas ett behov av ytterligare lokaler utöver de i befintligt centrum när området är färdigbyggt enligt slutsatser i 7.1.

Inget av ovanstående alternativ är enligt NIRAS bedömning optimala för områdets utveckling och för att höja attraktionskraften på sikt. Mot bakgrund av detta är NIRAS förslag på lösning ett minimum för lokalytor samt tillhörande lokalisering i etapp 2 enligt avsnitt 7.1 (samt figur 5) för att få befintligt centrum och tilltänkta torgytor i etapp 2 att kännas sammanlänkade. Två centrumbildningar är komplext sett till underlaget av köpkraft – varför en genomtänkt struktur blir nödvändig. Troligen blir det därför lämpligt att samla lokalytorna och länka samman via befintliga Torghuset och tillkommande byggnader (se blå markering i figur nedan). Ett levande centrum skapas bäst i det vägnära läget om det som i detta fall råder stor konkurrens om köpkraften med omfattande handelsverksamhet i närheten.

Figur 5: Föreslagen ansamling av tillkommande lokalytor (utifrån illustrationskarta Tuvelyckan etapp 2, omr BoC)



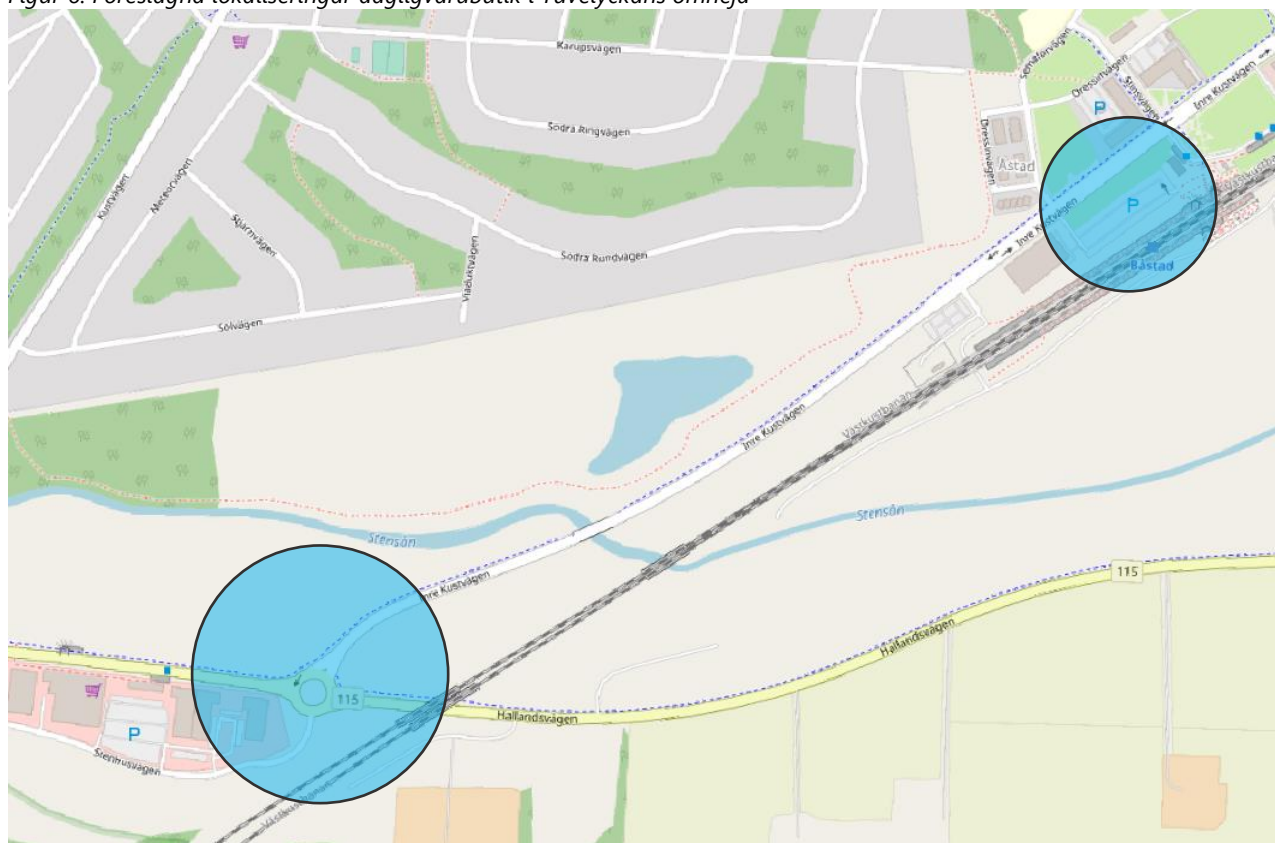
Källa: Båstads kommun, bearbetad av NIRAS.

7.3 Att etablera Tuvelyckan som plats

För det samlade Hemmeslöv-området som till viss del karaktäriseras av låg befolkningstäthet relativt övriga delar av centralorten är det viktigt att skapa ett tydligt stadsdelscentrum som samtidigt kan dra nytta av det spår- och vägtrafiknära läget. Därmed bör tillskapandet av centrumverksamhet i hela Hemmeslöv koncentreras till Tuvelyckan / Båstads station för att skapa en "entré" till området. Samtidigt präglas övriga mer strandnära delar av Hemmeslöv-området av turismverksamhet och bör så fortsätta genom etablering av exempelvis restaurang/café.

För det område bredvid Båstads station (mellan spårområde och Inre Kustvägen) är NIRAS bedömning att det överlag vore bra med etablering av mer "öppen" verksamhet närmre stationsområdet i stil med handel för att skapa en mer levande plats. Detta kommer att bli viktigt för att fortsätta höja attraktionskraften i Tuvelyckan som ett stadsdelscentrum för hela nordöstra delen av centralorten Båstad och i förlängningen som stadsdel. Här ser NIRAS ett potentiellt läge för lågprisbutik för livsmedel för att öka mångfalden av aktörer och format på dagligvarumarknaden i Båstad, till exempel i anslutning till påtänkt parkeringshus. Detta skulle dock minska potentialen för servicebutik inom utvecklingsområdet. Därtill kan en större etablering av livsmedelsbutik få negativa konsekvenser för övriga butiker i Båstad. För att belysa detta mer ingående rekommenderar NIRAS att en konsekvensanalys genomförs i det fall att en tillkommande etablering blir aktuellt.

Figur 6: Föreslagna lokaliseringar dagligvarubutik i Tuvelyckans omnejd



Källa: Båstads kommun, bearbetad av NIRAS.

För att bygga platsvarumärke för Tuvelyckan är NIRAS rekommendation att ge utvecklingsområdet byggstenar för en egen identitet, som kan göras på flera sätt:

- En väg kan vara att bygga en identitet utifrån målgruppen barnfamiljer. Detta till exempel genom tillskapande av inte bara aktivitetsytor utomhus utan även genom närhet till aktivitetslokaler i form av padelhallen.
- Ett annat alternativ för att bygga platsvarumärke kan vara att vara "ett annorlunda alternativ" till det traditionellt besöksnäringfokuserade Båstad centralort. Med annorlunda alternativ menas en stadsdel som karaktäriseras av att vara ett lugnare alternativ till det övriga pulserande Båstad för de familjer aktivt vill få ett andrum från sommarturismen.

- Kommunen har en uttalad ambition att få besöksnäringen att leva även under lågsäsong. Detta är något som skulle kunna dras nytta av för att marknadsföra "stadsdelen som lever året om" gentemot lokalbefolkningen med avseende på knutpunkten för spår- och vägtrafik.
- Besöksanledningar att bygga vidare på är hållbarhetsaspekten av det kollektivtrafiknära läget som identitet för området. Flera stadsdelar runt om i landet marknadsför sig idag som ett hållbarhetsalternativ genom närhet till goda kommunikationer, utöver mer konkreta funktioner som mobilitetshus och lokaler för t.ex. cykelservice.
- Även den goda synligheten från vägen fungerar som ett ypperligt "skyltfönster" för området som bör dras nytta av, t.ex. genom iögonfallande statyer, konst och annan aktivitet på Stationstorget. Ljusedesign kvällstid kan vara fördelaktigt för höja medvetenheten om området bland förbipasserande spår- och vägresenärer, givet att det inte stör boende vid torget.

Med hänsyn taget till omfattningen av bostadsutveckling som ämnas ske i området är det enligt NIRAS bedömning viktigt med ett ställningstagande från kommunens sida kring vad man vill med Tuvelyckan, inte bara för området utan även som knutpunkt för hela Hemmeslöv och nordöstra delen av centralorten. Detta innebär hela vägen från idag uttalad ambition för området i översiktsplanen till intresseväckande kommunikation ut mot befolkning och besökare. Ett projekt av Tuvelyckans omfattning där en ny del av staden skapas och kollektivtrafikläget kräver enligt NIRAS ett särskilt aktivt medskapande mellan kommun, exploatör/byggherre. På lång sikt involveras även tillkommande boende, intresseföreningar för stadsdelen och fastighetsägare för kontinuerligt arbete.

Utöver ovanstående är det även viktigt att arbeta med hygienfaktorer som renlighet, trygghet och skötsel för området. NIRAS är samstämmiga med ambitionsnivån i översiktsplanen om att platsen är en entré för Båstad och att extra tyngd därför bör ligga på att nyttja platsen som skyltfönster för befolkning och besökare.

NIRAS stämmer in i kommunens bedömning att en etablering av parkeringshus kan bidra positivt till området då det möjliggör ökad flexibilitet för byggnaden genom t.ex. aktivering av gatuplan jämfört med en mer statisk traditionell parkeringsplats. Ett sådant parkeringshus kan bidra till ett mer sammanhållet intryck av områdets byggnader givet att det görs på rätt sätt. Därtill används marken mer effektivt vilket får ses som en hygienfaktor för centumbildningar.

För att uppnå positiva synergieffekter i stadsdelen där besöksflödena utvecklas organiskt krävs det en viss miniminivå av storlek på verksamheter samt att stadsdelen sticker ut i konkurrensen med andra marknadsplatser, däribland Båstads centrum, Entré Båstad, Mellby center m.fl. Ofta handlar det om en bredd av verksamheter utöver grundläggande tjänster, närmare bestämt när stadsdelscentrum utvecklas till fullödiga marknadsplatser med en bredd av olika verksamheter såsom kultur, kontor, nöje med mera. Därigenom går ett centrum från att vara "enbart" ett centrum, till att mer karaktäriseras av destination och besöksmål. Utifrån perspektivet av Tuvelyckan som mindre stadsdelscentrum är det viktigt att arbeta med att samla och de besöksskäl som krävs i området, såsom grundläggande kommersiell service, skola/förskola, vård till ett stråk om möjligt. Det är inte alltid självklart för ett mindre stadsdelscentrum att uppnå bärighet, varför koncentration av verksamheter och besöksskäl är avgörande för att skapa en stark kärna av flöden som krävs för en levande plats.

7.4 Centrumverksamhet i Båstad – kommentarer om utvecklingen på sikt

Sett till de korta avstånden inom och till/från centralorten samt den omfattande besöksnäringen är NIRAS bedömning att det kommersiella utbudet med fördel kan fortsätta utvecklas med Köpmangatan som pulsåder och vidare utåt via Hallandsvägen och längs Inre Kustvägen upp till Båstads station. Att handel och service utvecklas

längs detta stråk är gynnsamt för Båstads identitet och sammanväxt med närliggande Laholms kommun. Därtill bidrar expansionen av besöksintensiv verksamhet till att knyta samman stadsdelarna.

För Tuvelyckans del är det viktigt att koncentrera utvecklingen av centrumverksamhet till en plats som har potential att möta upp behoven främst bland boende i Hemmeslöv och kollektivtrafikresenärer, det vill säga runt Stationstorget, och att potentialen för lokaler vid denna plats främst bör utgå från dessa målgrupper. Samtidigt har hela ovannämnda stråket Köpmangatan-Hallandsvägen-Inre Kustvägen en roll att fylla i nordöstra kommundelen som helhet i form av en entré och bredare marknadsplats för hela kommunen och turismen. NIRAS rekommendation är fortsatt utveckling och exploatering av stråket med besöksgenererande verksamhet.

I och mellan kommuner med korta avstånd som Båstad och Laholm är det enligt NIRAS erfarenhet viktigt att vara medveten om att lokalkonkurrens mellan marknadsplatser på sikt omvandlas till mikrokonkurrens i takt med att områden i slutändan växer ihop och nya tätorter skapas, både inom och över kommungränser. När områden växer ihop ökar konkurrensen och de upplevda avstånden blir kortare. Det utbud och centrumverksamhet som finns i Laholms kommun har potential att utvecklas på lång sikt enligt NIRAS bedömning. Men för boende och besökare blir kommungränserna på sikt inte längre relevanta när avstånden är små.

Istället kommer de stråk där tillgängligheten är god och där ett brett utbud av verksamhet finns vara viktigt för konsumenter i Båstad med omnejd. Därmed bedömer NIRAS att det blir viktigt att ha beredskap för att kunna fortsätta utveckla stråket från Båstads station upp mot länsgränsen på lång sikt om efterfrågan uppstår. En så pass omfattande utökning av staden som Tuvelyckan ändå innebär kräver samverkan och en uttalad vision för Tuvelyckan som plats från samtliga involverade parter.

Bilaga

Den svenska kommersen och konsumtionens historia

1. Handel och annan konsumentnära verksamhet

1.1. Handelns utveckling

Sverige utvecklades under 1960-talet, under de så kallade rekordåren, till ett modernt och högindustrialiserat land. Sveriges BNP ökade kraftigt och det skapade förutsättningar för ett modernt välfärdssamhälle.

Sveriges städer utvecklades och trånga bostadskvarter byggdes ut med nya bostadsområden och funktionella lägenheter. Denna utveckling ledde så småningom till utvecklingen av det så kallade miljonprogrammet. Handel, servicetjänster och nöjen fick en allt större betydelse och byggdes därmed praktiskt i närheten av de nya bostadsområdena. Med hjälp av moderna bostäder till rimliga priser skulle den stora bostadsbristen byggas bort. Miljonprogramsområdet la även grunden till en ny form av stadsplanering med affärer och samhällsservice, biografier, arbetsplatser, kyrkor och skolor.

Efter att de centrala delarna i städerna hade förtätats fick expansionen ske på obebyggd mark utanför staden. ABC-staden, Arbete, Bostad och Centrum, växte då fram och framför allt i Stockholm. Detta innebar ett nytt begrepp inom svensk stadsplanering som innebar en ny samlad bebyggelse där man skulle inom korta avstånd både kunna bo, arbeta och ha tillgång till butiker och samhällsservice. De mest kända exemplen är Vällingby och Farsta.

Handeln som utvecklade sig i förorterna blir under 60-talet en stor konkurrent till de mindre specialbutikerna inne i städerna. I takt med att bilen som färdssätt blir vanligare, blir det svårare för butiker inne i städerna att möta den tillgänglighet som förortshandeln erbjuder. Detta gjorde att enskilda fackhandlare och små detaljhandelsbutiker fick det allt svårare och många mindre butiker slogs ut. Kedjeveruhus såsom EPA, Åhléns och Domus började ta plats inne i städerna runt om i Sverige. Ihop med bättre parkeringsmöjligheter och bättre priser kunde man möta upp det nya köpbeteendet.

Sveriges invånare fick det allt bättre ställt och i och med den kvinnliga delen av befolkningens ökade deltagande på arbetsmarknaden. Detta ledde till att hushållens köpkraft ökade. Den dubblade inkomsten för många familjer innebar att en större del av pengarna kunde gå till annat än dagligvaror, nämligen kläder, skor, leksaker, husgeråd med mera.

Samtidigt som köpkraften ökade – minskade den tillgängliga tiden för att handla. Därmed ökade också behovet av att kunna handla allt på ett ställe, dit det var enkelt att ta sig och parkera sin bil. Köpcentrum kom då som ett svar på detta nya köpbehov. Dessa lokaliserades ofta utanför städerna där marken var billigare och stora handelsområden med brett samlat utbud kunde byggas upp.

Idag har många av de gamla EPA- och Domusvaruhusen rivits. Åhléns finns kvar i vissa lägen och många tidigare varuhus har gjort om till stadsgallerior.

Efter att fria affärstider införts 1972 började även ett stort antal servicebutiker även att etableras. Servicebutiker kännetecknas av ett begränsat sortiment och yta men längre öppettider. Därefter har dagligvarubutikerna anpassat (förlängt) sina öppettider. Dagligvaruhandel har också koncentrats, dvs många fler butiker har lagts ner än vad som öppnats. Idag öppnas ganska få dagligvarubutiker med en yta under 800–1 000 kvm.

Café och restaurangkonsumtionen har ökat snabbare än handeln under början av 2000-talet och är nu en viktig del av små och stora orts- och stadskärnor. Likaså kommersiell service har ökat kraftigt under perioden i takt med att hushållen disponibla inkomst har ökat och i sin tur tjänstekonsumtionen.

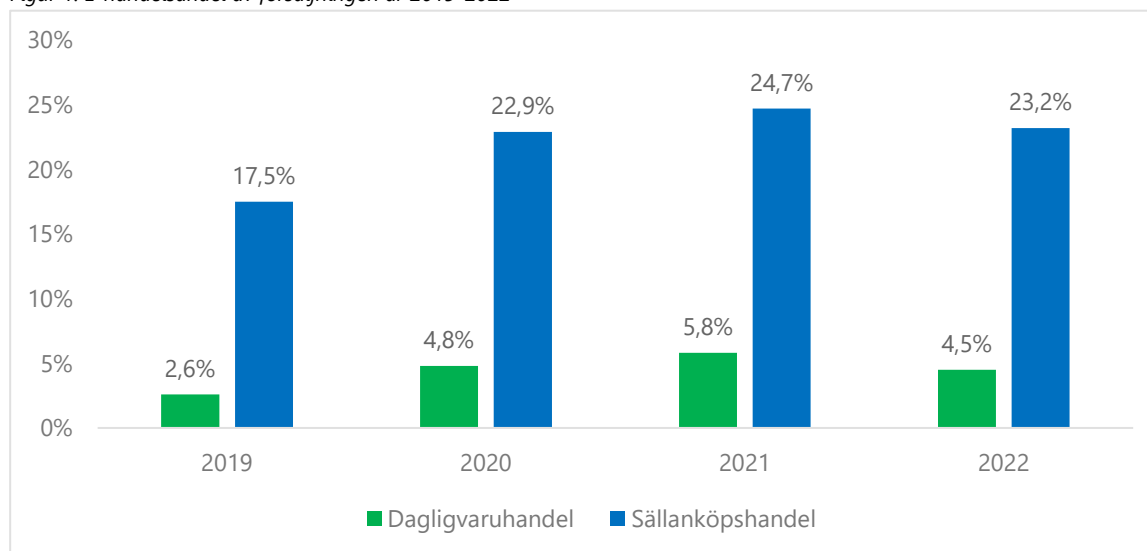
1.2. E-handels ökning – pandemins inverkan

Det tar oftast lång tid för konsumenter att ändra ett köpbeteende, men i och med pandemin har det gått särskilt fort i omvandlingen. Den digitala försäljningen inom detaljhandeln har sedan 2007 gått från att stå för blott 3 procent av all försäljning till att under år 2022 stå för 15 procent av all försäljning². På lite mer än ett decennium har alltså e-handeln kommit att stå för en sjättedel av all detaljhandel i Sverige.

Under pandemin kunde man särskilt märka en ökning av matinköp från internet. Även äldre målgrupper som idag står för en liten andel av de totala nätköpen har också tvingats lära nytt och bli e-handelskonsumenter på grund av att olika restriktioner begränsat konsumenternas rörlighet för att minska smittspridningen. Pandemin accelererade en effekt som redan var på gång och snabbade på förändringen i konsumentbeteendet även bland de som troligtvis inte hade e-handlat annars. I och med att vi har varit mycket i våra hem har mer pengar spenderats inom livsmedel, bygg, trädgård, möbler och elektronik.

Den fysiska butikshandeln har till större del återhämtat sig efter pandemin, men återgår inte helt till det läge som var rådande dessförinnan. Under år 2022 minskade e-handeln med 7 procent jämfört med året innan. Även med hänsyn taget till en viss återgång efter pandemin så väntas försäljningstillväxten inom fysisk handel dock bli i princip stillastående under kommande tio åren enligt rådande prognoser³. Störst riskutsatthet finns bland de handelsplatser som agerar i ett hårt konkurrensutsatt marknadsområde där små verksamheter saknar marginaler att konkurrera med stora volymhandelskedjor. Det återstår fortfarande att se hur marknaden, och konsumenternas beteende, kommer att se ut ett par år efter att pandemins effekter klingat av.

Figur 1. E-handelsandel av försäljningen år 2019-2022



Källa: Dagligvaruindex; Handelsfakta, Detaljhandelns försäljning; PostNord, E-barometern; HUI

1.3. Stadsdelscentrums renässans

² E-barometern 2022, Postnord

³ Svensk Handel, Läget i Handeln 2022

Handeln och servicen i stadsdelar i och kring de större städerna har under en längre period haft svårt att möta konkurrensen från större köpcentrum och cityhandeln. Marknadsandelarna har minskat och även antalet butiker och anställda. Samtidigt har urbaniseringen i storstäderna fortsatt, vilket gör att stadsdelscentrum kan växa och förtätas. Det talas dessutom alltmer i stadsplaneringssammanhang om att de boendes behov ska kunna mötas i deras direkta närhet.

Grundkonceptet i ABC-staden har fått nytt liv i lite annorlunda form under de senaste åren genom den så kallade 15-minutersstaden. 15-minutersstaden innebär att det inte ska ta längre tid än 15 minuter att ta sig med cykel till de viktigaste platserna i form av arbete, skola, vård, butiker och upplevelser. Detta behov blev tydligt i och med Covid-pandemins begränsande effekt på människors rörelsemönster. I takt med att en stad växer ställs också naturligt krav på att de boende har dessa funktioner även i nyttillkomna stadsdelar eller områden.

För dagligvaror syns nu ett trendbrott där stadsdelsbutiker med ett attraktivt erbjudande har fått en pånyttfödelse. En viktig drivkraft bakom detta är hushållens tidsbrist. Konsumenter är inte längre benägna att åka långt för att handla, vi är mer kräsna med hur vi lägger vår tid. Detta gynnar både e-handeln och den stadsdelsnära handeln och servicen. Dagligvaruhandeln kommer under det närmaste decenniet att lägga större fokus på att etablera sig närmare konsumenten med en större andel mindre format. Detta innebär att andelen mindre butiker kommer att öka. Kan aktörer dessutom erbjuda ett unikt koncept och en unik service finns det stora vinningar. Att konsumenter numera kan vara bekväma och spara tid genom e-handel innebär i sin tur vissa utmaningar för storbutiker (till exempel stormarknader) placerade i externa lägen. Dessa kommer framöver behöva se över sina ytor för att bibehålla relevans bland den stora kundgruppen bilburna konsumenter, och i förlängningen sin lönsamhet. En väg mot detta är via upphämtning av varor inköpta via internet, så kallad click-and-collect.

För sällanköp såsom kläder, hemutrustning och fritidsvaror kommer mindre marknader fortsättningsvis att möta utmaningar från stora handelsplatser och från e-handeln. Små marknader har generellt ett för litet kundunderlag för att större kedjor ska vilja etablera sig där. Det lokala entreprenörskapet blir därmed viktigare i kombination med annan service. Det blir också viktigt att skapa en lokal kundbas med bra kontakt med närmarknader genom aktiviteter och digitala verktyg, både egna och gemensamma. Samtidigt har mindre marknader minskat under lång tid i takt med handelsområdets och köpcentrums tillväxt, och är numera så pass nedslimmade i utbudet att det kan finnas behov av närservice även i framtiden. Numera är även de stora handelsplatserna ansatta av konkurrensen från e-handeln, och har därmed tvingats att lyfta sitt erbjudande och bli mer upplevelsefokuserade.

1.4. Besöksrelaterade näringar i svenska kommuner

Grunden i besöksrelaterade näringar består främst av detaljhandel, hotell och restaurang men även kultur/nöje/fritid samt annan serviceverksamhet såsom hud-/hårvård kan i vissa fall betraktas som närbesläktade. Transporter av olika slag inkluderas i vissa fall i definitionen av besöksnäring, men är inte bundet till en viss plats på samma sätt som t.ex. en restaurang.

Sett över riket som helhet är detaljhandeln överlägset största bransch i termer av omsättning med nio procent av omsättningen inom svenskt näringsliv⁴. Dels har branschen en högre produktivitet per anställd, men framför

⁴ SCB 2019

allt är detaljhandelsvaror i form av dagligvaror, beklädnad, hem- och fritidsutrustning det som drivers merparten av kommersen i många handelsområden. Övriga besöksrelaterade branscher (hotell/restaurang, kultur/nöje/fritid och annan serviceverksamhet) ses i många fall som adderade dimensioner av kommers till detaljhandeln med motsvarandevis en eller två procent vardera av omsättningen inom näringslivet.

Sett till den geografiska strukturen är det framför allt kommuner med starka reseanledningar som t.ex. Gotland med dess utbud av stränder eller nordliga kommuner med ett stort utbud av vintersportanläggningar som ger ett stort inflöde av verksamheter och därigenom styrker näringarna inom kommunen. Men även storstadskommunerna och andra mellanstora svenska städer attraherar besökare, mycket tack vare tätbebyggda områden som hjälper till att skapa ett gott köpkraftsunderlag för verksamheter över relativt korta avstånd. Även om klassiska turismdestinationer och storstäder har stark draghjälp av utländska resenärer så har även mellanstora städer ofta ett starkt utbud av inte bara detaljhandel utan även hotell, restauranger och annan verksamhet.

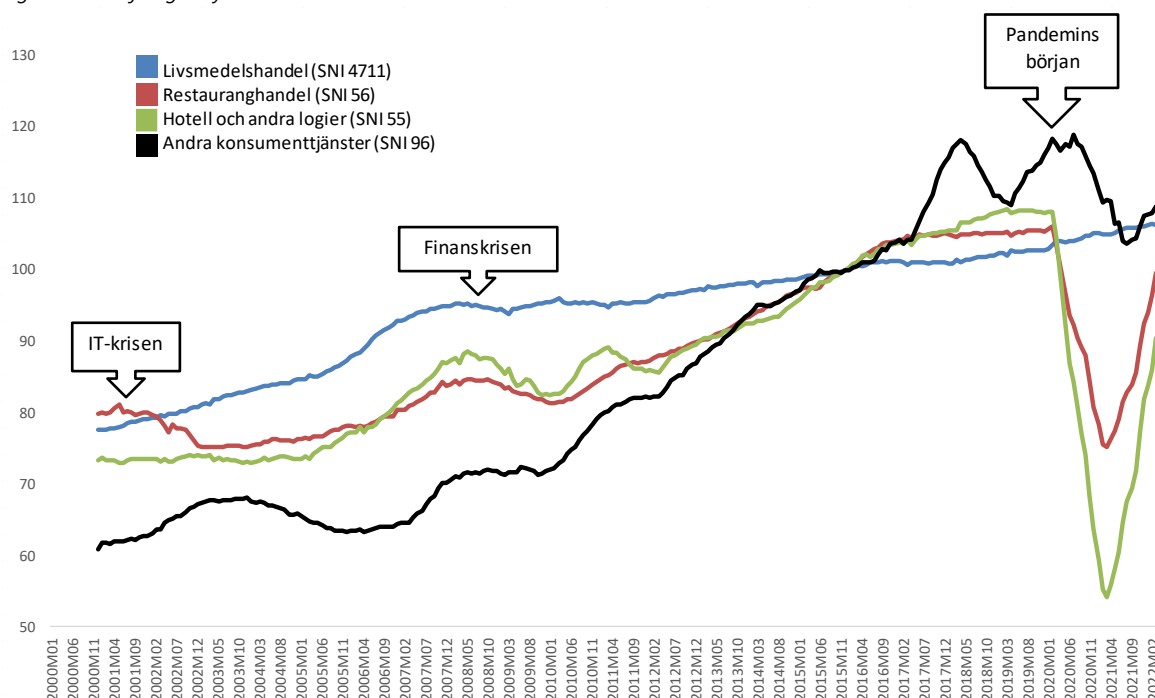
Både tjänstekonsumtionen per capita och resandet överlag spås fortsätta öka, vilket innebär att näringarna kommer fortsätta växa. Att nästan all framtida befolkningstillväxt spås ske i storstadsregioner och större städer innebär också goda förutsättningar för näringarna. Samtidigt kan ekonomiska kriser som ofta innebär ett minskat konsumtionsutrymme för hushållen dämpa efterfrågan utöver de grundläggande behoven.

1.5. Café, restaurang och kommersiell service är framgångsfaktorer

Café- och restaurangnäringen har som tidigare nämnt haft en positiv tillväxt under många år och uppvisat högre tillväxttal än detaljhandeln i stort. Likaså kommersiell service har växt kraftigt. Caféernas och restaurangernas närvaro har stor betydelse på dagens handelsplatser och stadsdelscentrum. De bidrar till att det, utöver handel, finns andra sorters mötesplatser. Det syns nya caféer och restauranger i olika miljöer generellt, både i bostadskvarter och på handelsplatser. En annan tydlig utveckling är att det förekommer allt fler olika koncept, en större bredd och variation som attraherar olika målgrupper vid olika tillfällen. Även olika typer av service, kommersiell såväl som kommunal, har växt fram i takt med att utbudet har utvecklats i handelsplatserna.

Restaurangnäringen tappade dock stora volymer under pandemin när hushållens konsumtion försköts från utemåltider till hemlagat. Försäljningen under år 2020 minskade med 25 procent jämfört med föregående år enligt SCB. Särskilt hårt drabbade blev hotellen och dessas restaurangförsäljning samt trafiknära restauranger, som ett resultat av det minskade resandet globalt. Inhemska konsumenter minskade sin konsumtion, men framför allt uteblev den stora gruppen utländska besökare som står för ungefär en tredjedel av turismkonsumtionen i Sverige enligt Tillväxtverket. I takt med att restriktionerna har släppts har restaurangkonsumtionen återhämtat sig. Detta är en naturlig följd av att restriktionerna har släppts och att människor har ett uppdämt behov av att mötas över måltider eller andra upplevelser.

Figur 2: Försäljningsvolym inom olika konsumentnära branscher år 2000-2022



Källa: SCB. Index basår 2015 = 100. Indexerad trend rullande 12 månader

Efter pandemin har istället hög inflation och höga räntor pressat de svenska hushållen, som på kort sikt dämpar efterfrågan i branscherna. Nedgångar i dessa branscher brukar pågå under ett par år efter en kris början.

1.6. Detaljhandelns framtid

E-handeln och hur den kommer att påverka den fysiska handeln är ett ämne som ständigt diskuteras intensivt. E-handeln ihop med digitaliseringen och nya köpbeteenden är idag den fysiska handelns största konkurrent. Detta gäller särskilt sällanköp men det kommer på sikt påverka även dagligvarubutikerna. Samtidigt innebär det nya konsumentbeteendet inte bara konkurrens utan även en möjlighet att växla upp affärerna via digital närvaro.

Handeln har sedan dess begynnelse ständigt utvecklats och antagit nya former i takt med att samhället och konsumtionsmönster ändras. Nya butiker, koncept och affärsmodeller skapas och gamla försvinner och ersätts. Redan nu kan man se hur både detaljhandelsaktörerna, fastighetsägarna och städerna börjar att anpassa sig till den nya verkligheten genom förändrade koncept.

Sammantaget väntas hur och var varuinköpet kommer ske i framtiden tydligare definieras av skiljelinjen mellan behov kontra upplevelser. Både inköp av dagligvaror, som i grunden är behovsdrivna, och sällanköpsvaror riskerar att koncentreras till e-handelsköp givet konsumentens önskan om tidsbesparing och låga priser. Ett undantag kan vara den så kallade upplevelsehandeln. Många kunder vill klämma och känna på varorna, och för många är shopping en social aktivitet, särskilt när det kommer till beklädnadshandel med stor variation i konsumenternas preferenser. Denna upplevelsehandel har redan idag koncentrerats till stadskärnor och köpcentrum. Den geografiskt närliggande butiken har dock än så länge fördelen att kunna konkurrera via tillgänglighet jämfört med e-handels tidsbesparing. Andra som kan klara konkurrensen från nätet är lågprisbutiker såsom Rusta och Ö&B samt butiker som både är låg- och normalpris såsom Jula.

Det är samtidigt värt att poängtera att det på den växande e-handelsmarknaden även finns nätbutiker som slå ut. Det är således inte enbart fysiska butiker som påverkas av omstruktureringen inom handeln.

1.7. Handeln måste vara där människor är

Det e-handeln framför allt gör är att minska marknaden för den fysiska handeln och gör därmed att butikerna går från ett måste till att bli ett alternativ.

Den fysiska handeln måste närma sig kunderna alltmer, inte minst handeln i externa lägen. Handeln kan inte längre förvänta sig att kunden är villig att åka längre sträckor i bil för att spendera timmar i ett handelsområde, när alternativet finns att få varorna hem till dörren.

Ett exempel på detta är att flytta staden till handeln. I Gränby i Uppsala och Barkarby utanför Stockholm har staden börjat att byggas upp kring handeln som var först på plats. Det finns även exempel där handeln flyttar till staden. Tidigare klassiska externhandelskoncept väljer att öppna upp citybutiker. XL bygg som vanligtvis ligger i externa handelslägen har öppnat citybutiker. IKEA har öppnat upp en cityenhet i Stockholm med IKEA-kök, som nu utökats till ett cityvaruhus i Gallerian. Detta är ett sätt att möta kunden men också knyta ihop med e-handeln. Två nya gallerior på västkusten, Kongahälla shopping i Kungälv och Mölndals galleria, är exempel på hur handeln anpassar sig och lokaliseras i direkt anslutning till staden.

Kongahälla Shopping ligger strax intill E6:an och för att den ska bli en naturlig del av stadskärnan bygger man bostäder däremellan för att länka ihop den nya handeln med staden. Gallerian innehåller inte bara ett klassiskt shoppingutbud, det finns även underhållning med bowling mm, en restaurangdel, gym och en del med enbart vård. Detta är ett koncept som inte bara visar på att placeringen av gallerian är i direkt anslutning till där invånarna bor, utan även att dagens handel inte kan vara en enskild aktör.

Mölndals stadskärna kommer de närmaste åren att genomgå en modernisering. Förutom den nya gallerian, planeras det för fler butiker och handelsytan kommer att fördubblas mot tidigare. Det kommer även byggas nya bostäder, kontor och mötesplatser. Mölndal vill utveckla ett centrum som ska vara tillgängligt, trivsamt och möta invånarnas vardagsbehov med både shopping och service. Mölndal satsar även på ett nytt stadsbibliotek. Det har byggts nya kontor och bland annat har SCA flyttat in i en stor kontorsbyggnad. Det byggs även för en större parkeringsanläggning i anslutning till innerstadshandeln. På sikt kommer det även att byggas hotell, fler kontor och en gymnasieskola.

1.8. Synergier mellan staden och dess kommers

Både handel, kontor, restauranger, bostäder och publika verksamheter kan få synergier genom att etableras nära varandra. Till exempel vill nya arbetsplatser ofta ligga centralt, med god kollektivtrafik och tillsammans med butiker och restauranger. En stark stadskärna och nya bostäder kan vara skillnaden mellan om det lönar sig att bygga nya kontor eller inte.

Även i mindre projekt med fokus på handel, restauranger och service har både fastighetsvärden och mjuka faktorer kring trygghet och attraktivitet ökat. Särskilt trygghetsfrågan har aktualiserats på senare år då vissa handelsplatser och stadsdelar haft problem med social oro och brottslighet. Det är dock viktigt att det görs på rätt sätt och att rätt förutsättningar finns på plats innan en sådan satsning genomförs. Främst krävs ett tillräckligt starkt konsumtionsunderlag och ett koncept som är anpassat för den lokala marknaden.

Stadskärnor och stadscentrum har viktiga roller som sociala mötesplatser. Förutom att göra ärenden vill man även träffa vänner, ta en fika eller äta ihop. För att skapa en plats där människor vill vistas är attraktivitet en viktig faktor. Attraktivitet är ett brett begrepp som kan omfatta allt ifrån estetik, trygghet, trivsel, hållbarhet, tillgång på samhällsfunktioner och konsumtion.

Läget har efter pandemin blivit en ännu viktigare konkurrensfaktor på kontorsmarknaden för att locka anställda och bidra med ett socialt sammanhang. Inne i städerna sker en tillväxt av flexibla lösningar, olika former av kontorshotell, där små och medelstora företag hyr in sig. De kan också bli en bas för nätverk, dvs att företag ses vid fikar och börjar samverka. De flesta bedömare anser att hemarbetet kommer att öka för de grupper där det är möjligt. Frågan är hur stor andel det blir på sikt. Studier visar att många vill sitta hemma ett par dagar i veckan, få verkar vilja sitta hemma hela tiden. Den så kallade hybridmodellen är här för att stanna, vilket i sin tur gör konsumtionsunderlaget något mer komplext när människor spenderar mer tid arbetandes i hemmet.

I storstäderna blir närhet till turtät kollektivtrafik allt viktigare. Där etablerar sig ofta stora och medelstora företag. Kring de nya arbetsplatserna växer det fram service, inte minst restauranger och caféer. För kontor i något mer perifera lägen blir låga hyror ett viktigt konkurrensmedel i takt med att behovet av kontorsytor minskar när distansarbete permanenteras. Det finns tecken på att kontorsmarknaden har mättats på kort sikt som en effekt av det nya arbetssättet. Kontors- och co-workinghotell behöver därmed leverera upplevelser utöver det vanliga, både inom kontorsytan och i den direkta omgivningen runt kontoret.

Stadsförnyelse skapar ringar på vattnet genom att utgå från en mötes- och handelsplats, ett torg i en ny stadsdel, sker det möten och handel i butikerna, restaurangerna, gymmen, frisörsalongerna med mera. Detta skapar också arbetstillfällen som bidrar till skattebasen i kommunen.

1.9. Delningsekonomi och återanvändning

De senaste åren har begagnatmarknaden, second-hand och vintage slagit igenom stort och fortsätter att utvecklas och växa, både genom fysiska marknadsplatser men särskilt genom digitala marknadsplatser.

Konceptet "loppis" eller loppmarknad har blivit alltmer accepterat och är inte längre endast ett ute-på-landet fenomen. Loppmarknader finns idag i olika former även i storstaden. Vissa är permanenta i sin karaktär, andra mer som evenemangsliknande aktiviteter såsom bakluckeloppis. Andra är mer högprofilerade med till exempel märkesvaror. Aktörer som Stadsmissionen och Myrorna har under flera år verkat i kommersiella miljöer. Det finns inget som tyder på att intresset eller behovet avtar.

Vi som konsumenter blir även alltmer medvetna om de avtryck vi gör på miljön genom vår konsumtion. Grundtanken är att om människor delar på saker så utnyttjas resurserna bättre. Ett resultat av detta är att nya sätt att konsumera har dykt upp och begreppet delningsekonomi fötts. Detta innebär olika arrangemang för att hyra, dela eller låna saker istället för att själv äga dem.

Bytes- och olika former av återanvändningskoncept har fått en bred spridning tack vare digitaliseringen i samhället. Stora aktörer och sajter gör det möjligt för människor att dela på och byta saker på ett enkelt och smidigt sätt. Likväl som att business-to-consumer-handeln (B2C) utvecklas via internet så sker samma sak för consumer-to-consumer-handeln. Låga transaktionsavgifter för annonsering och betalning i kombination med enkla lösningar för leveranser gör att det aldrig varit enklare att handla begagnat än nu.

Än så länge är begagnathandeln fortfarande på låga nivåer i relation till detaljhandeln med nyproducerade varor som helhet. Benägenheten och potentialen för att återanvända till exempel kläder och möbler är större än för varor som präglas av snabb teknikutveckling, till exempel datorer och mobiltelefoner. Detaljhandelns befintliga affärsmodeller kommer behöva stöpas om och utvecklas i ljuset av samhällets strävan att bli alltmer hållbart i sin konsumtion. Ett exempel på nytänkande är modekoncernen H&M:s aktiva ägande och samarbete med second hand-aktören Sellpy där H&M har egen shop på Sellpys digitala plattform samt tillhandahåller Sellpy-påsar för second hand-logistik i sina egna fysiska butiker.

2. Vårdverksamhet

2.1. Vård – från behov till efterfrågan

Allmänmedicinen är stommen i primärvårdssystemet. Detta har sitt ursprung i provinsialläkarsystemet. Under 1940-talet började en omfattande satsning på att bygga ut sjukvården och primärvården i Sverige. Målet var att skapa en sjukvård som var tillgänglig för alla, oavsett ekonomisk ställning. Detta ledde till att antalet vårdcentraler och distriktsläkare ökade kraftigt. Samtidigt började tandvården också att utvecklas och allt fler kommuner började erbjuda tandvård till invånarna. Under 1960-talet började tandvården i Sverige att bli mer centraliserad, och kommunerna fick större ansvar för att tillhandahålla tandvård.

Under 1970-talet genomfördes en stor reform av sjukvården i Sverige, kallad sjukhusreformen. Syftet med reformen var att modernisera och effektivisera sjukvården samt att öka samarbetet mellan primärvården och sjukhusen. I och med reformen fick primärvården en större roll och fler vårdcentraler öppnades runt om i landet. Ungefär samtidigt infördes en statlig tandvårdsreform som innebar att tandvården blev en del av den allmänna sjukvården. På 1990-talet genomfördes ytterligare en reform av sjukvården i Sverige, kallad vårdval. Syftet med vårdvalsreformen var att öka valfriheten för patienterna genom att införa en marknadsliknande konkurrens mellan vårdgivare. Reformen innebar också att tandvården frångick från sjukvården och blev en egen myndighet.

Därefter har ett skifte skett inom vården och dess styrning. Från att under lång tid ha varit helt behovsstyrd med offentligt utförande av vården har systemet förflyttats till att i högre utsträckning bli efterfrågestyrd och utföras allt mer av privata producenter. Efterfrågestyrning innebär att marknaden erbjuder de lösningar som flest kunder efterfrågar. Efterfrågestyrningen har konstaterats att till viss del innebära en målkonflikt⁵ gentemot behovsprincipen för prioritering inom vården där den som har störst behov av vård ska ges företräde.

Den stora skillnaden i detta sammanhang jämfört med andra traditionellt konsumentinriktade marknader är att vårdmarknaden inte består av säljare och köpare som möts, utan är istället en marknad med tre parter: producent (vårdgivaren) som säljer en tjänst, en kund (patienten) som konsumerar tjänsten och samhället (skattebetalarna) som betalar. Vårdmarknaden kan istället klassificeras som en kvasimarknad⁶ då den till stor del finansieras av skatteintäkter och ersättningen är fast, även om ersättningsmodellernas komplexitet kan variera. Det är alltså en kommersiell marknad, men inte fullt ut. Alla leverantörer är inte vinstmaximerande, efterfrågan bestäms av det offentliga och valet av utförare görs inte fullt ut av konsumenten utan av den som upphandlat tjänsten för konsumentens räkning.

⁵ https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/riksrevisionens-granskningsrapport/primarvardens-styrning--efter-behov-eller_H2B522/html

⁶ Le Grand och Bartlett (1993)

Denna utveckling kan även skönjas inom andra delar av den offentliga sektorn. Privata leverantörer har blivit allt vanligare i sammanhang där det offentliga annars varit enda aktör. Vårdssektorn präglas idag av varierande grad av privatisering. Med privatisering avses i detta fall andelen av verksamheten inom vård, skola och omsorg som utförs av privata företag⁷. Idag är den andelen ungefär 17 procent enligt SCB⁸.

Särskilt omsorg och hälso-/sjukvård präglas i högre grad av privatisering, medan utbildning något lägre. Därtill finns även regionala skillnader där storstadsregioner ofta har högre andel privat utförande.

2.2. Vårdkonsumtionens sammansättning

Vårdmarknaden och andra delar av välfärden där marknadskrafter styr består inte enbart av den offentligt finansierade verksamheten (köp av verksamhet), utan även sådan som finansieras privat av hushållen själva. SKR beskriver⁹ att det offentliga köpet av verksamhet enbart innefattar kärnverksamhet och inte affärsmässig sådan. Således är marknaderna inom välfärdssektorn, däribland vård, större än enbart den offentliga kärnverksamheten som finansieras av skattemedel.

Hälso- och sjukvården kan klassificeras (och kvantifieras) på många sätt och nivåer. Sett till ovanstående resonemang om marknadens sammansättning är en viktig avgränsning den som görs utifrån utgiftsområde och finansier. Det offentliga stod år 2021 för 86 procent av de totala utgifterna inom hälso- och sjukvård¹⁰, samtidigt som hushållens andel av utgifterna var 13 procent. Hushållens konsumtion handlar ofta om patientavgifter samt utgifter för läkemedel. Därtill kommer övriga finansierare som privata sjukvårdsförsäkringar eller hushållens icke-vinstdrivande organisationer som står för kvarvarande 1 procent.

En annan viktig avgränsning är den som görs för olika typer av offentlig vårdverksamhet: kommunfinansierad och regionfinansierad vård och omsorg. Regionerna är huvudman och offentlig finansierare för tandvård, primärvård och specialistvård medan kommunerna är huvudman och offentlig finansierare för omsorg/socialtjänst respektive personlig assistans. Samtidigt är ofta det offentliga både beställare och även leverantör av vården tillsammans med privata aktörer. Det finns därtill exempel på samarbeten mellan kommun och region där ansvarsfördelningen kan se annorlunda ut beroende på politiska beslut och förutsättningar för verksamhet.

Vårdens andel av BNP har ökat kraftigt under senaste 20 åren. Historiskt har hälso- och sjukvården stått för mindre del men är nu i paritet med motsvarande handels andel om 11 procent av BNP. Vårdmarknaden fortsätter att växa, inte minst genom de digitala inslagen som blir en allt mer integrerad del av verksamheten. Att komma närmare konsumenten är numera en konkurrensfaktor inte bara inom handeln utan även inom vården.

Samtidigt som vårdmarknaden växer är ett annat viktigt steg i vårdens utveckling att komma närmare patienten. Detta pågår genom den omställning som sker i vården inom ramen för målsättningen om en god och nära vård, vilket är en överenskommelse¹¹ mellan staten och SKR (Sveriges Kommuner och Regioner). Omställningen

⁷ I vissa fall, och i lägre utsträckning, görs även köp av verksamhet från andra kommuner och regioner på uppdrag av varandra.

⁸ <https://www.scb.se/hitta-statistik/statistik-efter-amne/offentlig-ekonomi/finansier-for-den-kommunala-sektorn/finansier-och-utforare-inom-varden-skolan-och-omsorgen/pong/statistiknyhet/finansier-och-utforare-inom-vard-skola-och-omsorg-20202/>

⁹ <https://skr.se/skr/ekonomijuridik/ekonomi/sektornisiffror/kopavverksamhet.35817.html>

¹⁰ <https://www.scb.se/hitta-statistik/statistik-efter-amne/nationalrakenskaper/nationalrakenskaper/halsorakenskaper/pong/statistiknyhet/halsorakenskaper-2021/>

¹¹ <https://skr.se/skr/halsasjukvard/utvecklingavverksamhet/naravard/overenskommelseomengodochnaravard.28402.html>

syftar till att vården i högre grad organiseras och bedrivs med utgångspunkt från patientens behov och förutsättningar. Primärvården är basen och navet i vården med både privata och offentliga utförare. Primärvården behöver samspela med den specialiserade vården på och utanför sjukhusen, kommunernas socialtjänst samt andra intressenter som behövs utifrån patientens perspektiv. Sammantaget innebär detta en stor omställning där konsumenterna ska styras tydligare mot primärvården som ett första steg i vårdtrappan, något som redan är vanligt förekommande i andra länder.

2.3. Vårdens betydelse i den kommersiella platsen

I takt med att vård präglats i allt högre utsträckning av kommersiella drivkrafter har inslaget av vård ökat i många kommersiella kluster och handelsplatser. Även betydelsen av vård har ökat i takt med att andra tjänster än enbart detaljhandel har kommit att konkurrera om konsumenternas köpkraft. I ett läge där fysisk handel allt mer har satts under press av e-handel under de senaste 10-15 åren har andra tjänster kommit att öka istället såsom café/restaurang, kommersiell service och även vård.

Framför allt olika typer av öppenvård där besök sker vid mottagningar i form av exempelvis primärvård och tandvård har blivit framträdande i många handelsplatser och centrumsammanhang. Primärvård innebär den första kontakten mellan patient och vårdsystem och är den del av hälso- och sjukvården som svarar för insatser som inte kräver sjukhusens kompetens/resurser eller annan särskild kompetens. Detta omfattar allt från läkarbesök och rådgivning till vaccinationer och hälsoundersökningar. Primärvården består främst av hälso-/vårdcentraler, barnavårdscentraler och mödravårdscentraler och tandvården av tandläkar- eller tandteknikermottagningar.

Både primärvården och tandvården präglas av hög privatiseringsgrad och den geografiska närheten till konsumenten styr i båda dessa verksamhetsområden. Samtidigt är ersättningsmodellerna olika då primärvård ersätts genom kundvalsmodellen medan tandvården har fri prissättning mot konsument. Den finansiella styrningen och i synnerhet ersättningssystemen för utförare är dock komplexa och förändras kontinuerligt för att skapa incitament gentemot marknaden att erbjuda god vård. Därtill finns stora skillnader i hur styrningen ser ut i de olika regionerna, vilket kan påverka möjligheten till jämlik vård.

För tandvårdsmarknaden innebar avregleringen 1999 att etableringsfrihet och fri prissättning infördes. Jämfört med andra vårdmarknader i Sverige har tandvårdsmarknaden mognat under något längre tid. Tandvårdssystemet präglas också av en betydligt lägre grad av skattefinansiering än övrig hälso- och sjukvård. Ytterligare påverkan på marknaden har det statliga tandvårdsstödet haft som infördes 2008. Folktandvården har ett ansvar för barn och ungdomstandvården (där denna subventioneras upp till 23 års ålder). Även om Folktandvården konkurrensutsätts av regionerna så har Folktandvården en mycket hög marknadsandel då barn och ungdomar per automatik listas hos dessa om inget aktiv val görs. Även inom vuxentandvården har Folktandvården en hög marknadsandel med ungefär en tredjedel av all omsättning¹². Praktikertjänst är näst störst med en marknadsandel om drygt en fjärdedel. Näst största privata aktör har enbart ett par procentenheter av marknaden. Geografiskt finns det stora skillnader i andelen av tandvården som utförs av Folktandvården, med låga marknadsandelar i Stockholm och Skåne samtidigt som marknadsandelen är hög i Gävleborg, Västerbotten, Norrbotten och Uppsala.

¹² https://www.tlv.se/download/18.1fc7385174b9d2fac726f7d/1601384944994/rapport_uppfoljning_tandvardsmarknaden_2009-2019.pdf

För primärvården ökade antalet privata vårdcentraler kraftigt i samband med vårdvalsreformen 2010, men ökningen har därefter planat ut något. Stora aktörer inom primärvården är bland annat Capio och Praktikertjänst med hundratals mottagningar över landet. Även om det finns stora aktörer med närvaro i form av mottagningar över stora delar av landet så skiljer sig marknadssammansättningen mellan primärvården och tandvården. Inom tandvården finns det fler stora aktörer med stor marknadsandel jämfört med inom primärvården. Andelen privata vårdcentraler skiljer sig också kraftigt mellan olika regioner där Stockholm och Västmanland har hög andel privata vårdcentraler medan Örebro, Västerbotten, Norrbotten, Dalarna och Jämtland-Härjedalen har motsvarande låg andel¹³.

2.4. Framtidens vård – nära konsumenten

Att dessa typer av vård har blivit framträdande i kommersiella kluster är på grund av dessa kluster ofta lockar många besökare och därigenom potentiella kunder. I takt med att nya stadsdelar växer fram har även nya vårdverksamheter ökat där. Generellt sett är det oftast privata aktörer som väljer att etablera sig i dessa sammanhang när närhet till konsumenten är en konkurrensfaktor och marknadsunderlaget bedöms vara stort nog för att bedriva verksamhet. Primärvård har tillsammans med apotek numera börjat lokaliseras i traditionella handelsplatser i ökad utsträckning på senare år. På samma gång har vårdcentraler i mycket låg utsträckning etablerats i områden med låg tillgänglighet (glesbygd eller landsbygd).

Mot bakgrund av omställningen mot god och nära vård kommer särskilt primärvården få en viktigare roll på framtidens vårdmarknad och gentemot konsumenterna. Läge och närhet till konsumenten kommer blir fortsatt viktigt för aktörer på vårdmarknaden. Vården som finns nära konsumenten kommer troligtvis byggas ut och samlokaliseras med mer specialiserad vård och även omsorg i form av t.ex. korttidsboende, särskilt boende eller LSS. Att tillhandahålla sammanhållen vård kommer troligtvis bli en ännu viktigare konkurrensfaktor på sikt.

Inte bara inom vård och utan även inom omsorgen kommer det troligtvis bli viktigare att komma närmare den som är i behov av omsorg med hänsyn till demografiska utmaningar. Sedan 1990-talet har särskilt boende genomgått betydande förändringar. Fokus har skiftat från att erbjuda enbart boende till att även erbjuda olika former av service och aktiviteter. Brukarens preferenser och behov blir allt mer föremål för fokus i takt med att valfrihetssystem har införts eller införs i fler kommuner. För specifikt särskilt boende enligt socialtjänstlagen (SoL) är det knappt 10 procent¹⁴ av alla kommuner som infört LOV (Lagen om valfrihet) och är också det område som ökat mest under de senaste åren. I dagsläget bor 20 procent av de boende vid äldreboende i privat drivna boenden¹⁵. Det råder i dagsläget underskott på särskilda boende för äldre. Som ett resultat av pandemin har underskottet dämpats något men i takt med den demografiska förändringen väntas behovet av boende öka på sikt. Inom äldreomsorg och LSS är privatiseringsgraden låg men växande. Marknadskrafter inom utvecklingen av omsorg såsom särskilt boende kan innebära ökat fokus på etablering utifrån geografisk närhet i de fall det bedöms relevant. Att många av konsumenterna som är aktuella för boende är sköra påverkar dock deras förutsättning att göra aktiva val.

¹³ SOU 2019:42 Digifysiskt vårdval - Tillgänglig primärvård baserad på behov och kontinuitet

¹⁴ <https://skr.se/skr/demokratiledningstyrning/styrningledning/organiserastryaleda/driftformer/valfrihetssystemochersattningsmodeller/socialomsorgvalfrihetssystemersattningsmodeller/valfrihetssystemkommunerbeslutslaget2022/utvecklingavloviverige.58960.html>

¹⁵ <https://www.vardforetagarna.se/vardfakta/alldreomsorg/>