

Rapport december 2012

# Handelsutredning

– Förutsättningar för utökad handelsyta i  
Nordby-Svinesund och konsekvenser för övrig  
handel i Strömstad och norra Bohuslän

## Förord

HUI Research AB<sup>1</sup> har genomfört en utredning av förutsättningarna för och konsekvenserna av tillkommande handel i Nordby och Svinesund, Strömstads kommun.

Syftet med utredningen är att ta fram ett material som ger svar på Länsstyrelsens och kommunens frågor i samband med Strömstads kommuns arbete med den fördjupade översiktsplanen<sup>2</sup>. Rapporten belyser:

- Förutsättningarna för utökad handelsyta i handelsområdena Nordby och Svinesund.
- Vilka konsekvenser det kan få för befintlig och planerad handel i Strömstad.
- Konsekvenser för handeln i övriga kommuner i norra Bohuslän.

Utredningen är finansierad av Orvelin Group AB<sup>3</sup>, i syfte att ta fram det underlag som Strömstads kommun behöver för arbetet med den fördjupade översiktsplanen.

Henrik Vestin har varit projektledare på HUI. Kontaktpersoner har varit Ulf Palm (Orvelin Group) och Björn Richardsson (Strömstads kommun).

Stockholm i december 2012

Henrik Vestin, HUI Research

---

<sup>1</sup> HUI Reserch AB, Driver forskningsbaserad konsultverksamhet inom handel och turism.

<http://www.hui.se/>

<sup>2</sup> Fördjupad översiktsplan

<http://www.stromstad.se/omkommunen/forvaltningar/kommunledning/oversiktligplanering/fordjupadeoversiktsplanerfop/nordbysvinesund.7706.html>

<sup>3</sup> Orvelin Group AB. <http://www.orvelin.se/>

## Sammanfattning

Syftet med detta uppdrag är att ta fram ett material som ger svar på Länsstyrelsens frågor kring förutsättningarna för utökad handelsyta i handelsområdena Nordby och Svinesund samt vilka konsekvenser det kan få för befintlig och planerad handel i Strömstad samt för handeln i övriga kommuner i norra Bohuslän.

### Drivkrafter för gränshandel och gränshandelns framtid

De främsta drivkrafterna för gränshandeln är att shoppingturister, genom inköpsresor till angränsande länder, vill dra nytta av skillnader i moms, skatteregler, priser och valutakurser mellan det land som de shoppar i och det land de är bosatta i. Prisskillnaden mellan Sverige och Norge har flera orsaker:

- Norge har infört punktskatter, som är högre än de i Sverige, på vissa varugrupper. Exempel på några varugrupper är alkohol, tobak och socker.
- Lönenivåerna är generellt sett högre i Norge, vilket innebär att arbetskostnaderna för handeln är högre jämfört med i Sverige. Detta påverkar den samlade prisbilden.
- Skillnader i valutakurs innebär att en norsk krona är mer värd i Sverige.

En viktig fråga för gränshandelns framtid är om dessa drivkrafter är bestående. När det gäller nivåskillnaden i punktskatter har det hittills inte framkommit något som indikerar att Norge från politiskt håll har för avsikt att sänka punktskatterna. Det finns inte heller något direkt risk för att norrmännen skulle tappa i inkomstnivå. Då valutakursen endast är en del av orsakerna till prisskillnaderna mellan Sverige och Norge så är gränshandeln heller inte så känslig för förändringar av valutakursen. De gynnsamma förutsättningarna för gränshandel mot Norge förväntas därför bestå under en lång framtid.

### Gränshandeln i Strömstad idag

Strömstad är den största gränshandelskommunen i Sverige. Värmland har två starka gränshandelskommuner, Årjäng och Eda. Dagligvaruhandeln i Strömstads kommun omsätter cirka 5,2 miljarder kronor varav kunder från Norge står för mer än 4,5 miljarder kronor. Strömstad har även en stark sällanköpsvaruhandel, med en omsättning på 1,3 miljarder kronor. Sällanköpsvaruhandeln har något fler svenska kunder men den absoluta majoriteten är gränshandlande norska kunder.

### Förutsättningar för en utbyggd gränshandel i Strömstad

En stor och växande köpkraft i Norge innebär goda förutsättningar för en utbyggnad av gränshandeln i Strömstad i såväl dagligvaruhandeln som sällanköpsvaruhandeln och dess underbranscher beklädnadshandel och hem- & fritidsvaror. Kundunderlaget i Sverige är visserligen starkt begränsat, men det är inte mot dessa kunder gränshandeln vänder sig.

Förutsättningarna för en utbyggnad av gränshandeln i Strömstad begränsas framförallt av konkurrens från, befintlig och planerad, gränshandel i värmlandskommunerna Eda och Årjäng. HUI bedömer emellertid att det finns utrymme för en utbyggd gränshandel både i Strömstad och i Värmland.

### **Konsekvenser för övrig handel i Strömstads kommun**

Eftersom gränshandeln nästan uteslutande riktar sig mot norska kunder påverkas inte övrig handel i Strömstad inte så mycket i dagsläget. Därför bedöms befintlig handel inte heller påverkas negativt av en utbyggd gränshandel i Nordby-Svinesund. En möjlig negativ effekt av en utbyggd gränshandel i Nordby-Svinesund kan vara att det begränsar möjligheterna för mer gränshandel i andra delar av kommunen.

### **Konsekvenser för övriga näringar i Strömstads kommun**

En utbyggnad av handelsplatserna kring Nordby och Svinesund kan, utöver ökad försäljning inom detaljhandeln, även leda till nya möjligheter och ökade intäkter inom andra närbesläktade branscher, som restaurang och boendeanläggningar med mera. De flesta gränshandlande kunderna från Norge besöker Strömstad över dagen. Det innebär att potentialen för ökade intäkter är störst i branscher som restaurang/café och servicebranscher som bilreparationer, veterinär, tandläkare etc. Även om Strömstads handelsplatser i huvudsak genererar dagbesökare till kommunen finns det möjlighet att, genom ett ökat antal besökare till Nordby och Svinesund, även öka antalet övernattningar på hotell, vandrarhem, i stugbyar och på campingplatser i Strömstad. Detta skulle dels  ka intäkterna och beläggningsgraden på befintliga boendeanläggningar, dels kunna innebära en potential för framtida nyetableringar. För att denna effekt ska bli märkbart krävs det att antalet besökare ökar kraftigt. En förutsättning för att detta ska ske  r att utbudet i Nordby respektive Svinesund utökas så att det finns fler och starkare anledningar för besökare att stanna längre tid i Strömstad

### **Konsekvenser för handeln i norra Bohuslän**

Då gränshandeln i Strömstad nästan uteslutande riktar sig mot norska konsumenter så är det också i Norge som de största konsekvenserna för befintlig handel kan väntas. Befintlig handel i norra Bohuslän riktar sig i huvudsak mot boende i kommunen och till viss del mot turister och fritidshusboende. Gränshandeln i övriga kommuner i norra Bohuslän är mycket begränsad. Dessutom är det ganska få personer i norra Bohuslän som reser till Strömstad för att handla. Det innebär sammantaget att handeln i övriga kommuner i norra Bohuslän är mycket liten utsträckning konkurrerar mot gränshandeln i Strömstad. En utbyggnad av gränshandeln i Strömstad bedöms därför inte innebära några nämnvärda negativa konsekvenser för befintlig handel i övriga kommuner i norra Bohuslän. Det finns pågående och planerade handelsprojekt i Tanum och Munkedal som i stor utsträckning riktar sig mot norska kunder, det vill säga gränshandel. HUI bedömer att förutsättningarna för gränshandel i kommuner söder om Strömstad är starkt begränsade eftersom Strömstad har en avsevärd konkurrensfördel både vad

gäller geografiskt läge och utbud. Sannolikheten för att norska kunder ska åka förbi Strömstad med dess stora utbud för att handla i en mer avlägsen kommun med ett mer begränsat utbud bedöms som låg. Eftersom förutsättningarna för gränshandel i övriga kommuner redan från början är begränsade bedöms inte en utbyggd gränshandel i Strömstad ha någon större betydelse.

### **Konsekvenser vid utebliven utbyggnad av gränshandeln i Strömstad- nollscenario**

HUI bedömer att en utebliven utbyggnad av gränshandeln i Strömstad innebär att den totala gränshandeln Sverige-Norge blir mindre än om utbyggnaden sker. Anledningen är att alla norska kunder som skulle ha åkt till Strömstad inte kommer att åka till Eda eller Årjäng även om dessa handelsorter byggs ut. En utebliven utbyggnad av gränshandeln i Strömstad innebär att man "ger bort" kunder både till Värmland och till Norge.

## Innehållsförteckning

<b>1</b>	<b>Inledning.....</b>	<b>7</b>
1.1	Bakgrund .....	7
1.2	Syfte .....	7
1.3	Mål .....	8
1.4	Definition av begrepp .....	9
1.5	Läge .....	10
1.6	Definition av områden.....	11
1.7	Antaganden .....	12
1.8	Avgränsningar .....	12
<b>2</b>	<b>Den svenska detaljhandeln.....</b>	<b>13</b>
2.1	Dagligvaruhandeln .....	13
2.2	Sällanköpsvaruhandeln .....	17
2.3	Shopping och turism.....	18
<b>3</b>	<b>Marknadsförutsättningar .....</b>	<b>20</b>
3.1	Marknadsförutsättningar – efterfrågesidan.....	20
3.2	Marknadsförutsättningar – utbudssidan .....	29
3.3	Sammanfattning av marknadsförutsättningar .....	42
<b>4</b>	<b>Konsekvensanalys .....</b>	<b>43</b>
4.1	Etablering av ny handel .....	43
4.2	Konsekvenser vid en utbyggd gränshandel i Strömstad .....	49

# 1 Inledning

Detta första avsnitt syftar till att förklara bakgrunden till uppdraget, dess syfte och mål samt till att belysa den initiala utgångspunkten för uppdraget liksom väsentliga förutsättningar eller antaganden som har varit nödvändiga för arbetet. Vidare presenteras ett antal begreppsdefinitioner samt en överskådlig disposition av rapporten.

## 1.1 Bakgrund

I Strömstads kommuns förslag till fördjupad översiktsplan (FÖP) för områdena Nordby-Svinesund föreslås en ökning av handelsytan med ytterligare 100 000 kvadratmeter BTA. I Länsstyrelsens remissvar från den 28 maj 2012 framförs önskemål om att en handelsutredning ska tas fram. Skälet till detta är att den föreslagna utökningen av handeln i Nordby och Svinesund antas få betydelse för den övriga handeln i Strömstads kommun samt för, såväl befintlig som planerad, handel i omkringliggande kommuner i norra Bohuslän. Länsstyrelsen önskar även få svar på hur förutsättningarna för gränshandel mot Norge förväntas utvecklas på längre sikt.

Orvelin Group, som idag finns representerade med gränshandel i Strömstad, är vidare intresserade av att etablera ytterligare handel och har med anledning av det valt att bistå Strömstads kommun i att besvara Länsstyrelsens frågor.

## 1.2 Syfte

Syftet med detta uppdrag är att ta fram ett material som ger svar på Länsstyrelsens frågor kring förutsättningarna för utökad handelsyta i handelsområdena Nordby och Svinesund samt vilka konsekvenser det kan få för befintlig och planerad handel i Strömstad samt för övriga kommuner i norra Bohuslän.

## 1.3 Mål

Målet med detta uppdrag är att analysera de marknadsmässiga förutsättningarna för utökad handelsyta i handelsområdena Nordby och Svinesund och utifrån det besvara följande frågeställningar:

1. Vilket kundunderlag finns (idag och i framtiden) för detaljhandeln som helhet och för olika branscher som dagligvaruhandel, beklädnadshandel och hem- och fritidsvaruhandel?
2. På vilket sätt påverkar konkurrensen från andra gränshandelsplatser i Västra Götaland och Värmland förutsättningarna för gränshandeln i Strömstad?
3. Hur förväntas förutsättningarna för gränshandeln mot Norge att utvecklas på längre sikt?
4. Vilka möjligheter finns det för att, genom ett ökat antal besökare, öka intäkterna i andra branscher som hotell, camping, restaurang och kultur?
5. På vilket sätt påverkar en utbyggnad av handeln omkringliggande tätorters handel och handelsetableringar (Strömstads centralort och Skee i första hand samt Tanum och andra kommuner söderut i andra hand)?
6. Hur kommer de tilltänkta kunderna att handla i det fall utbyggnad enligt FÖP inte sker (nollscenario). Hur stor andel kommer istället att handla i sin hemkommun och hur stor andel kör (från Norge) till någon annan etablering i Sverige, utanför Strömstads kommun?



## 1.4 Definition av begrepp

*Omsättning:* Försäljning inklusive moms, löpande priser.

*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, hem- och fritidsvaror och varuhus.

*Köpkraft:* Det teoretiska belopp som konsumenterna spenderar på inköp av detaljhandelsvaror, det vill säga marknadens storlek från efterfrågesidan.

*Försäljningsindex:* Ett mått på flöden av handel över kommungränser. Index 100 innebär att handeln omsätter lika mycket som det befolkningsmässiga underlaget medger. Index >100 innebär inflöde, index <100 innebär utflöde.

*Upptagningsområde:* Det område som omfattar efterfrågesidan, exempelvis befolkning, köpkraft med mera.

*Utredningsområde:* Det område som omfattar utbudssidan, exempelvis övrig handel i Strömstad, norra Bohuslän, övrig gränshandel med mera.

## 1.5 Läge

Det aktuella läget redovisas i den fördjupade översiktsplanen (FÖP) för Nordby-Svinesund. De viktigaste förändringarna i planförslaget, jämfört med gällande FÖP, är följande:

- Utökning av handelsytorna, från dagens cirka 120 000 kvadratmeter till cirka 230 000 kvadratmeter butiksyta. Dessa handelsytor fördelas enligt följande: Nordby cirka 70 000 kvadratmeter och Svinesund cirka 30 000 kvadratmeter.

**Figur 1 Nordby-Svinesund.**



Källa: Strömstads kommun,  
Fördjupad Översiktsplan Nordby-Svinesund

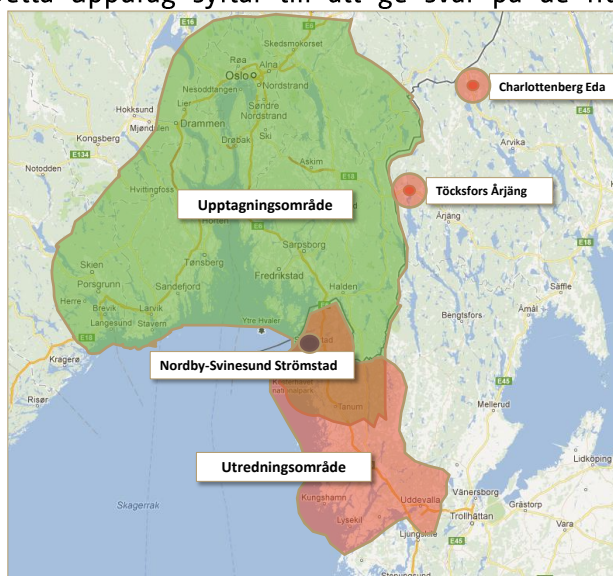
Handelsområdet Nordby har idag 110 butiker och över 80 000 kvadratmeter inomhus-shopping, varav 15 000 kvadratmeter avser mat, konfektyr och tobak. Utöver två stora dagligvarubutiker erbjuder Nordby ett stort utbud av sällanköpsvaror, mode, hus och hem, hobby och fritid, hälsa och skönhet, liksom många restauranger och caféer. Nordby Köpcentrum är i huvudsak inriktat på gränshandel. Erbjudandet riktas primärt till norrmän med ett budskap om hur mycket de kan spara på såväl daglig- som sällanköpsvaror genom att handla smartare i Sverige. Några kilometer närmare den norska gränsen ligger Svinesund. Området består av fristående butiker och aktörer. Området inriktas på gränshandel och utbudet består i huvudsak av dagligvaror som kött, konfektyr och tobak.

## 1.6 Definition av områden

Handelskonsekvensutredningar i allmänhet omfattar vanligtvis ett upptagningsområde. Det är inom detta område som en specifik kommun, ort eller handelsplats har sitt huvudsakliga kundunderlag och inom vilket det får sin omsättning. Vanligtvis inkluderar ett definierat upptagningsområde såväl efterfrågan, i form av befolkning och köpkraft, som detaljhandelsutbudet och konkurrenssituationen i området. När det gäller detta uppdrag ser förhållandena annorlunda ut, varför vi bedömer att det är nödvändigt att i ett tidigt skede definiera de olika områden som vi kommer att belysa och diskutera i denna rapport.

Handelsområdena Nordby och Svinesund är belägna i Strömstads kommun cirka en kilometer från Sveriges gräns mot Norge. Dessa områden är, både i dagsläget och i ett framtida läge med eventuellt utökade handelsytor, framför allt handelsplatser avsedda för gränshandel. Det innebär att handeln i första hand riktar sig till den norska befolkningen på andra sidan riksgränsen. *Upptagningsområdet* är således det område från vilket handeln i Nordby respektive Svinesund primärt hämtar sina kunder och därmed sin omsättning. I nedanstående schematiska karta illustreras upptagningsområdet som det gröna området. Den större delen av upptagningsområdet sträcker sig in i Norge, över ett stort omland och över flera norska län. En mindre del av upptagningsområdet sträcker sig söderut och omfattar därmed Strömstads kommun samt övriga områden i norra Bohuslän.

Detta uppdrag syftar till att ge svar på de frågor som Länsstyrelsen har rörande utökad handelsyta i områdena Nordby respektive Svinesund och vilka konsekvenser det kan medföra för befintlig och redan planerad handel i Strömstad samt i övriga delar av norra Bohuslän. De frågor som Länsstyrelsen ställer berör Strömstads kommun, dess tätorter, övriga kommuner och relevant handel i norra Bohuslän samt i viss mån även övrig gränshandel i Värmland. Med anledning av detta har vi valt att definiera detta område som ett så kallat *utredningsområde*. I kartan illustreras utredningsområdet som det röda området.



**Figur 2 Schematisk karta över Nordby och Svinesunds upptagningsområde (grön) och uppdragets utredningsområde (röd)**

Källa: HUI Research.

## **1.7 Antaganden**

Den föreslagna utbyggnaden i Nordby och Svinesund antas innefatta både dagligvaruhandel och sällanköpsvaruhandel. Ett vidare antagande är att den tillkommande handeln kommer att utveckla och bredda utbudet och det totala erbjudandet i respektive område. Det är sannolikt att det innefattar nya aktörer, butiksformat och branscher, i syfte att öka Nordbys och Svinesunds attraktionskraft ytterligare.

## **1.8 Avgränsningar**

Detta uppdrag kartlägger inte handelns storlek, konkurrens, utbud och struktur på den norska sidan av gränsen.

## 2 Den svenska detaljhandeln

Den svenska detaljhandeln delas in i de två huvudbranscherna dagligvaruhandel och sällanköpsvaruhandel.

### 2.1 Dagligvaruhandeln

Dagligvarumarknaden i Sverige har under de senaste 100 åren utvecklats från att vara en marknad som karaktäriserats av en övervägande andel bostadsnära butiker av traditionell supermarketkaraktär (som Ica Supermarket, Coop Konsum med flera) till en marknad där nya butiksformat som stormarknader, lågprisbutiker, jourbutiker och trafikbutiker har vuxit fram. Nedan följer en kort beskrivning av de butiksformat som finns i Sverige, enligt den indelning som HUI Research utgår ifrån.

#### Servicebutik

Servicebutiken är lokaliserad i en stadskärna eller i ett bostadsområde. Dess främsta konkurrensmedel är tillgänglighet, både vad gäller lokalisering och öppettider, snarare än utbud och pris. Utbudet består uteslutande av dagligvaror av kompletterande karaktär och det är vanligt förekommande att servicebutiken även säljer snabbmat. Några exempel på butikskoncept är 7-Eleven och Pressbyrån, men här återfinns även de flesta av landets icke-kedjeanslutna handlare. Servicebutiken kännetecknas främst av:

- Dagligvarusortiment av kompletterande karaktär
- Generösa öppettider
- Kundfrekvent lokalisering centralt eller bostadsnära

#### Trafikbutik

Trafikbutiken har ett produktutbud som huvudsakligen består av dagligvaror och har ofta mycket generösa öppettider. Butiksformatet har mycket gemensamt med servicebutiken med den skillnaden att trafikbutiken ligger i anslutning till en bensinstation. Trafikbutiken har nästan uteslutande dagligvaror i sortimentet och säljer ofta snabbmat. Inom detta butiksformat återfinns i stort sett endast handlare anslutna till något av de stora bensinbolagen. Exempel på butikskoncept är OK/Q8, Statoil, Preem och Shell. Trafikbutiken kännetecknas främst av:

- Att det är en servicebutik i anslutning till en bensinstation

## **Renodlade lågprisbutiker – Hard Discount**

Lågprisbutiker dök upp på den svenska dagligvarumarknaden under 2002. I dagsläget finns det närmare 300 hard discount-butiker i Sverige. I Sverige domineras butiksformatet helt av två aktörer, Lidl och Netto. Hard discount-butiken kännetecknas främst av:

- Avsaknad av manuella diskar
- Enkel inredning
- Aggressiv prisstrategi där låga priser är det helt dominerande marknadsföringsargumentet
- Begränsat sortiment

## **Allivsbutiker**

De flesta av Sveriges dagligvarubutiker kan klassificeras som allivsbutiker. En allivsbutik är vad man skulle kunna kalla en "vanlig" matbutik. Inom detta butiksformat finns en stor spridning. Allivsbutikerna differentierar sig genom faktorer som butikens storlek, lokalisering, prisnivå, utbud och primär målgrupp.

### ***Nära – Allivs***

Närbutikerna är lokaliserade centralt eller bostadsnära. Den primära målgruppen är människor som bor eller arbetar i närheten av butiken och butikens främsta konkurrensmedel är just närheten. Närbutikerna har ett fullvärdigt utbud av dagligvaror, men utbudet kan inte ses som ett konkurrensmedel gentemot övriga allivsformat. Exempel på butikskoncept som tillhör detta butiksformat är ICA Nära, Coop Nära, Willys Hemma och Tempo. Närbutiken kännetecknas av:

- Central lokalisering i stadskärna eller i bostadsområdes-/stadsdelscentrum
- Fullvärdigt, men något begränsat, utbud av dagligvaror
- Att den övervägande delen av kunderna bor eller arbetar nära butiken

### ***Supermarket – Allivs***

Supermarketbutikerna är lokaliserade centralt eller bostadsnära. Den primära målgruppen är personer som bor eller arbetar i närheten av butiken. Supermarketbutikerna har ett fullvärdigt utbud av dagligvaror. Det är svårt att peka på en faktor som är deras främsta konkurrensmedel, snarare är det så att dessa butiker konkurrerar genom att vara tillräckligt bra vad gäller lokalisering, pris och utbud. Exempel på butikskoncept som tillhör detta butiksformat är ICA Supermarket, Coop Konsum och Hemköp. Supermarketbutikerna kännetecknas av:

- Central lokalisering i stadskärna eller i bostadsområdes-/stadsdelscentrum
- Fullvärdigt utbud av dagligvaror med kompletterande utbud av sällanköpsvaror
- Att den övervägande delen av kunderna bor eller arbetar i närheten av butiken

## **Storbutik – Allivs**

Storbutikerna är lokaliserade halvexternt eller externt och riktar sig i stor utsträckning till bilburna kunder. Till skillnad från övriga allivsbutiker är storbutikernas främsta konkurrensmedel ett brett och djupt utbud. Storbutikerna har ett fullvärdigt utbud av dagligvaror med många valmöjligheter inom varje produktkategori. Exempel på butikskoncept som tillhör detta butiksformat är Willys, ICA Kvantum och Coop Extra. Storbutiken kännetecknas av:

- Ofta halvexterna och externa lokaliseringar
- Fullvärdigt utbud av dagligvaror med många valmöjligheter inom varje produktkategori
- Kompletterande utbud av sällanköpsvaror
- I stor utsträckning bilburna kundkrets

## **Stormarknader**

Stormarknaderna är lokaliserade i halvexterna eller externa lägen och riktar sig huvudsakligen till bilburna kunder. Stormarknaderna har ett fullvärdigt utbud av dagligvaror med många valmöjligheter inom varje produktkategori och erbjuder även ett betydande utbud av sällanköpsvaror. Stormarknadens främsta konkurrensmedel är det breda utbudet i kombination med låga priser. Exempel på butikskoncept som tillhör detta butiksformat är ICA Maxi, Coop Forum och City Gross. Stormarknaden kännetecknas av:

- Halvexterna och externa lokaliseringar
- Fullvärdigt utbud av dagligvaror med många valmöjligheter inom varje produktkategori
- Betydande utbud av sällanköpsvaror
- Övervägande andel bilburna kunder
- God tillgång till parkeringsplatser

## **Butiksformaten fyller olika funktioner för konsumenterna**

Service- och trafikbutikerna har jämförelsevis höga priser och ett starkt begränsat utbud av varor. Dessa butiksformat fungerar därför huvudsakligen som komplement till de övriga butiksformaten, vilket innebär att snittköpen är lägst inom detta format.

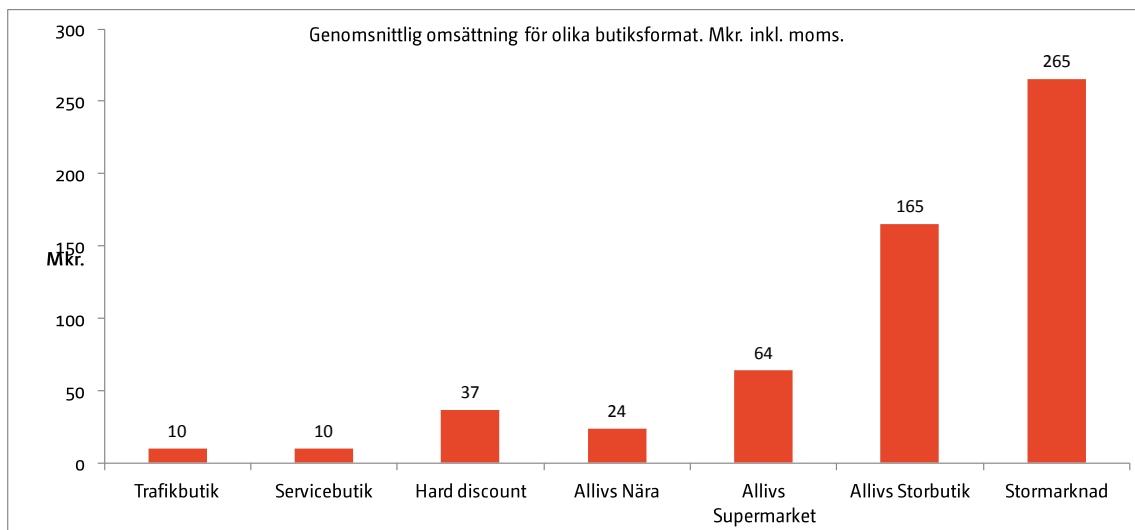
Hard discountbutikerna har ett större sortiment än service- och trafikbutikerna. Det är emellertid få konsumenter som gör merparten av sina inköp i dessa butiker. Snittköpen är högre än i service- och trafikbutikerna men lägre än i övriga butiksformat.

Nära- och supermarketbutikerna ligger oftast nära bostäder och konsumenterna besöker dessa butiker mest frekvent. Närheten väger tungt för konsumenten och kompenserar för att varuutbudet är mindre än hos de större butiksformaten. Andelen kunder som storhandlar i dessa butiker är liten och snittköpen är också lägre än i storbutiker och stormarknader.

Storbutiker och stormarknader är de butiksformat som har störst sortiment av dagligvaror. I stormarknaderna finns dessutom ett visst utbud av sällanköpsvaror som kläder, elektronik, böcker med mera. Butikerna besöks mindre frekvent än de mindre butiksformaten och snittköpen är större än för övriga butiksformat.

De flesta konsumenter handlar i flera butiksformat. De kan veckohandla på Coop Extra, kompletteringshandla några gånger i veckan på Coop Nära och hitta prisvärda produkter på Lidl och så vidare. Detta innebär att konkurrensen i dagligvaruhandeln sker efter principen att *lika slår mot lika*, det vill säga att konkurrensen huvudsakligen sker mellan butiker inom samma format och i mindre utsträckning mellan de olika butiksformaten. Diagrammen nedan visar genomsnittlig omsättning och storlek för de olika butiksformaten.

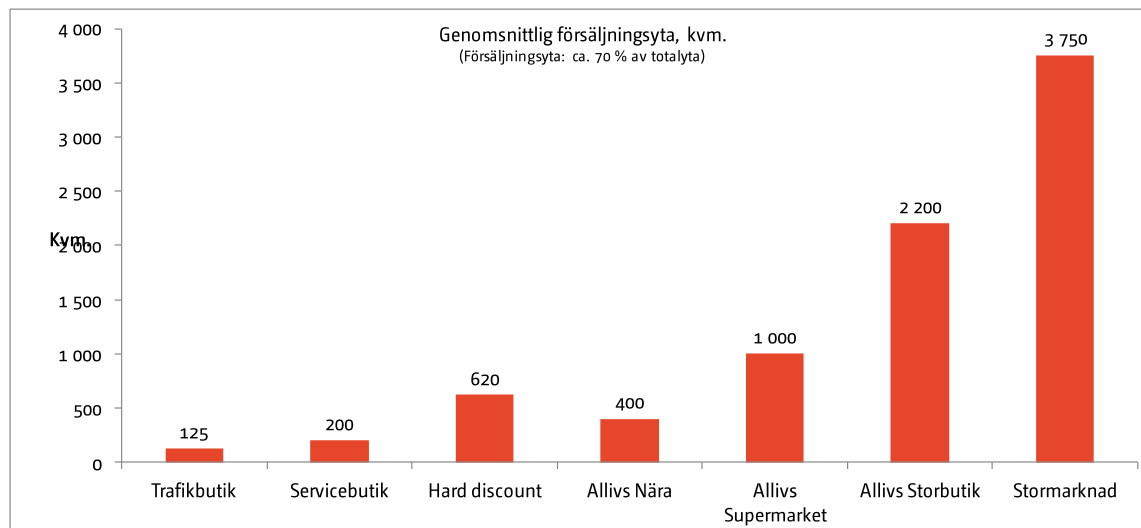
**Diagram 1 Genomsnittlig omsättning i olika butiksformat**



Källa: HUI Research



**Diagram 2 Genomsnittlig försäljningsyta i olika butiksformat.**



Källa: HUI Research

## 2.2 Sällanköpsvaruhandeln

Sällanköpsvaruhandeln delas in underbranscherna:

- Beklädnadshandel: kläder, skor, accessoarer etc.
- Handel med fritidsvaror: sport och fritid, leksaker, böcker, elektronik etc.
- Handel med hemutrustning: möbler, heminredning, järn och bygg, vitvaror etc.
- Övrig sällanköpsvaruhandel: Åhléns, ÖoB, Rusta etc.

Sällanköpsvaruhandeln kan också delas in i urvalshandel och volymhandel. De båda formerna skiljer sig åt avseende innehåll och huvudsaklig lokalisering.

Den så kallade urvalshandeln kännetecknas av inköp som genomförs mer sällan, till exempel inköp av kläder, skor, kosmetika och heminredning. Denna typ av handel återfinns normalt i stadskärnan men förekommer även i externa lägen. I dessa fall innebär det en stark konkurrens mellan externhandeln och handeln i stadskärnan eftersom utbudet är så likartat.

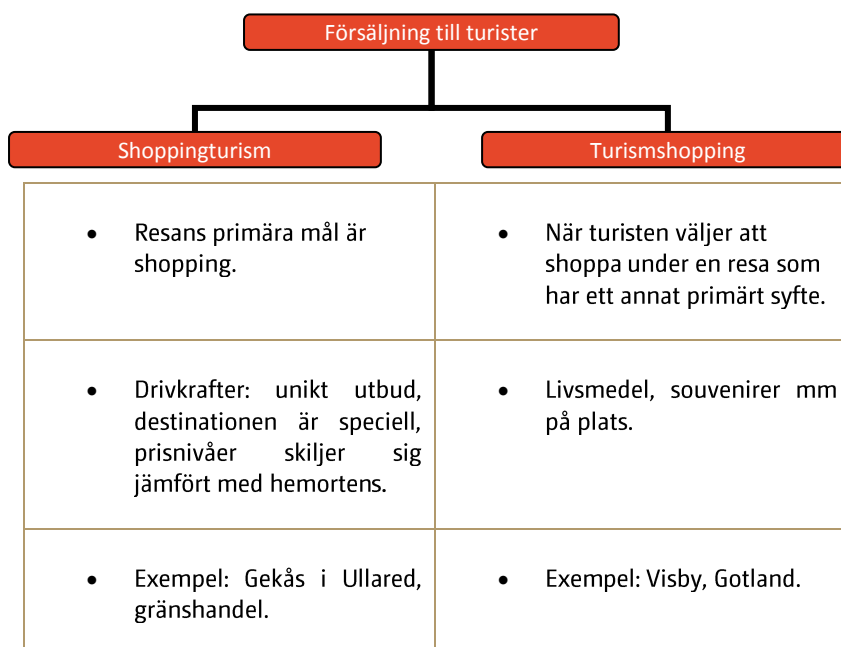
Volymhandeln kännetecknas av varor som handlas mer sällan och, som ordet indikerar, ofta är skrymmande. Exempel är vitvaror och möbler. Volymhandeln är oftast lokaliserad i mer externa lägen utanför eller i utkanten av den egentliga stadsbebyggelsen. Eftersom utbudet av volymhandel i stadskärnan normalt sett är lågt blir konkurrensen mellan externhandeln och handeln i stadskärnan begränsad. Externhandeln (i de fall det rör sig om volymhandel) och handeln i stadskärnan kompletterar oftast varandra mer än vad de konkurrerar.

## 2.3 Shopping och turism

Handel och turism påverkas av ett flertal olika faktorer. Handeln påverkas primärt av befolkningen och dess köpkraft i ett specifikt område medan attraktioner, serviceutbud, kommunikationer och marknadsföring är viktiga faktorer för turismen. Shoppingturismen knyter samman dessa branscher, handel och turism, och har mycket gemensamt med dem båda, exempelvis läge, attraktionskraft, koncept, kommunikation, transportmöjligheter med mera.

Ett sätt att definiera shoppingturism är att: *konsumenten åker längre för att handla vissa varor än vad som egentligen behövs*. Detta resonemang betyder att shoppingen i sig ger resan ett mervärde. I det här sammanhanget är det också relevant att diskutera både så kallad shoppingturism och så kallad turismshopping. Försäljning till turister kan delas in i två huvudsakliga kategorier: shoppingturism och turismshopping. Shoppingturism innebär att shopping är resans primära mål. Turismshopping kallas det när turister under resor, som har något annat primärt syfte, väljer att shoppa.

**Figur 3 Shoppingturism och turismshopping**



Källa: Svensk Handel, Den svenska shoppingturismen 2011.

## **Gränshandel**

Gränshandel är i huvudsak en form av prisbaserad shoppingturism. De främsta drivkrafterna för gränshandeln är att shoppingturister, genom inköpsresor till angränsande länder, vill dra nytta av skillnader i moms, skatteregler, priser och valutakurser mellan det land som de shoppar i och det land de är bosatta i.

Nordisk gränshandel och turism visar på stora effekter i Sverige och har en betydande andel av handeln och turismnäringen på totalnivå. På regional nivå har gränshandeln en marginell betydelse för många kommuner, medan den för några gränshandelsintensiva kommuner har mycket stor ekonomisk betydelse. Gränshandeln sker oftast på den närmast belägna orten eller marknadsplatsen utanför hemlandet. I Sverige är gränshandeln som mest betydelsefull i ett begränsat antal regioner längs gränsen, till exempel kommunerna Strömstad i Västra Götaland, Eda och Årjäng i Värmland och Haparanda i Norrbotten.

## **Den norska gränshandeln**

Under den senaste tioårsperioden har den norska gränshandeln i Sverige ökat mycket kraftigt och effekten är som störst i de regioner som har goda kommunikationer till befolkningstäta områden i Norge. Under 2011 gjorde norrmännen totalt 9,5 miljoner resor till Sverige och av dessa var 5,9 miljoner dagsturer med shopping som syfte. Störst inflytande hade den norska turismen för Strömstads kommun med 3,6 miljoner resor under år 2011. Av dessa var över 3 miljoner, 80 procent, resor över dagen med det primära syftet att shoppa i Strömstad. Detta kan jämföras med Stockholms län som hade 2,6 miljoner turistbesök från de nordiska länderna under samma tidsperiod. Det är anmärkningsvärt att en så liten kommun som Strömstad har så många fler resor än huvudstaden men samtidigt belyser det de norska gränshandelsresornas betydelse för Strömstad. Näst störst inverkan hade den norska turismen för Eda kommun med 1,2 miljoner resor, år 2011.<sup>4</sup>

Den främsta drivkraften bakom gränshandeln från Norge är prisskillnaderna på dagligvaror länderna emellan. En annan drivkraft är det stora utbud som finns på den svenska sidan av gränsen samt att norrmännen gör det till en utflykt att åka till Sverige och handla. Hälften av resorna från Norge har en reslängd på under 10 mil, enkel väg. Majoriteten av resorna till Strömstad specifikt har en reslängd som är 5 mil eller mindre, enkel väg. Flertalet reser med bil och handlar främst livsmedel, godis, alkohol, tobak, apoteksvaror, hälsokost, parfym och smink. De norska turisterna handlade för cirka 25 miljarder kronor i Sverige under år 2011, vilket motsvarar cirka 65 procent av den totala gränshandeln.

---

<sup>4</sup> HUI Research AB, Junkka F. (2011), Nordisk gränshandel och turism. Uppdragsgivare: Svensk Handel, Tillväxtverket, Region Värmland, Västra Götalandsregionen, Västsvenska Turistrådet.

## 3 Marknadsförutsättningar

I detta avsnitt kartläggs de marknadsmässiga förutsättningarna inom dels upptagningsområdet, dels utredningsområdet. Marknadsförutsättningarna kartläggs och analyseras initialt från:

- *Efterfrågesidan* som till exempel rymmer faktorer som befolkningens storlek, utveckling och demografiska struktur. I denna analys läggs även vikt vid att kartlägga befolkningsunderlaget och köpkraften på den norska sidan av gränsen i syfte att bedöma möjligheterna för gränshandeln från Norge.
- *Utbudssidan* som rymmer faktorer som handelns storlek, konkurrens, utbud och struktur.

### 3.1 Marknadsförutsättningar – efterfrågesidan

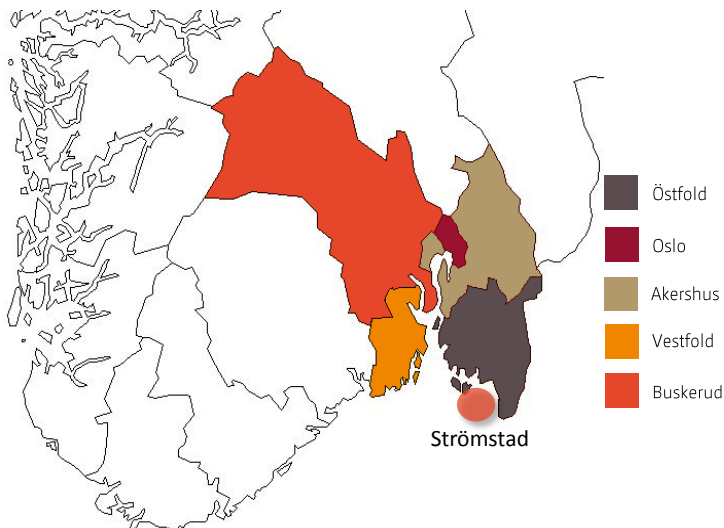
Inledningsvis definieras upptagningsområdet för handelsområdena Nordby och Svinesund. Upptagningsområdet är det område inom vilket Nordby respektive Svinesund antas hämta sina kunder och sin omsättning. Den större delen av området är på den norska sidan av gränsen medan den mindre delen omfattar norra Bohuslän.

#### 3.1.1 Upptagningsområde för Nordby och Svinesund

Upptagningsområdet är i huvudsak beroende av butikens eller handelsområdets storlek och omsättningsnivå. Människor handlar i regel livsmedel i närheten av bostaden eller arbetsplatsen och därmed blir upptagningsområdet för en dagligvarubutik vanligtvis begränsat. En allivsbutik har ett större upptagningsområde än en närbutik och en stormarknad har ett större upptagningsområde än en allivsbutik. Sällanköpsvaruhandel har ett större upptagningsområde än dagligvaruhandel, då människor har en betydligt större benägenhet att färdas längre sträckor för att handla sällanköpsvaror.

Förhållandena för Nordby och Svinesunds upptagningsområde ser emellertid annorlunda ut än de gängse. Den större delen av upptagningsområdet sträcker sig in i Norge, över ett stort omland och över flera norska län. I det här fallet är upptagningsområdet detsamma för både dagligvaror och sällanköpsvaror. Den norska delen av upptagningsområdet utgörs av länen Östfold, Akershus, Oslo, Buskerud och Vestfold.

**Figur 4** Upptagningsområde i Norge



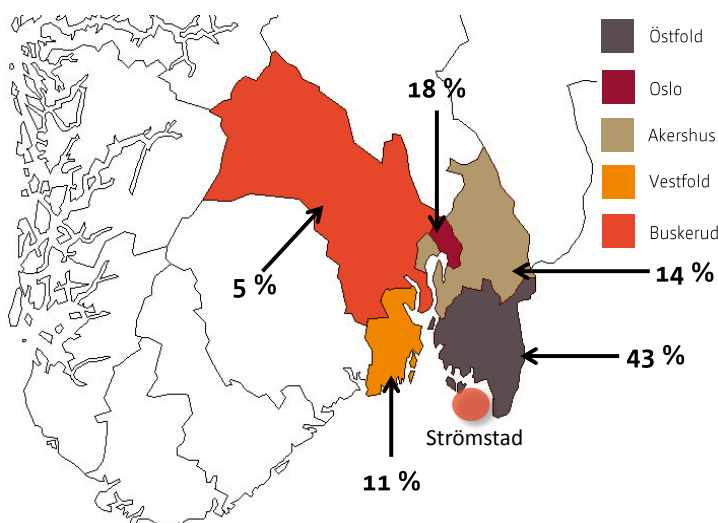
En mindre del av upptagningsområdet sträcker sig söderut och omfattar därmed Strömstads kommun samt kommunerna Tanum, Sotenäs, Munkedal och Lysekil i norra Bohuslän. De svenska kommunerna är i det här avseendet möjligen endast relevanta som upptagningsområde för sällanköpsvaruhandel då dagligvaruhandeln i Nordby och Svinesund primärt har anpassats för norska konsumenter.

Källa: HUI Research

### Norrmännens hemvist

Den största andelen, 43 procent, av de norska besökarna kommer från länet Östfold. Därefter kommer länen Oslo och Akershus med 18 respektive 14 procent. Från Vestfold kommer cirka 11 procent och från Buskerud cirka 5 procent.

**Figur 5** Andel besökare per län



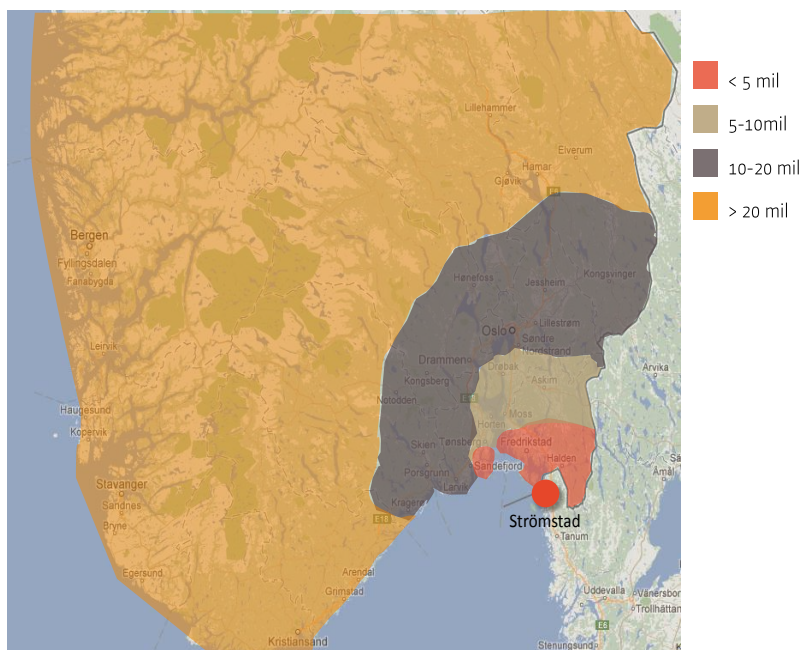
Källa: HUI Research

## Kommunikationer och avstånd

E6:an och Svinesundsbron har skapat synnerligen goda kommunikationsmöjligheter för norska konsumenter som vill åka till Strömstad. Utöver möjligheten att resa med bil finns det färjeförbindelser mellan Strömstad och Sandefjord, vilket är en viktig kommunikationslänk då den sammankopplar Oslofjordens västra regioner med Strömstad. Det finns också bussförbindelser mellan Oslo och Strömstad.

Bilresor utgör det vanligaste färd sättet (90 procent) när normän åker till Strömstad. Hälften av bilresorna från Norge till Strömstad har en reslängd på 5 mil eller mindre. Denna sträcka täcker flertalet tätorter i länet Östfold som gränsar till Strömstads kommun. I nedanstående figur redovisas en schematisk karta över norska områden och deras respektive avstånd till Strömstad.

Figur 6 Avstånd i Norge



Källa: HUI Research

### 3.1.2 Befolkningens storlek och utveckling

Strömstads kommun har till skillnad från många andra mindre kommuner haft en positiv befolkningstillväxt sedan år 1980 och framåt. Befolkningen i kommunen har ökat med 25 procent sedan 1980, från 9 500 personer till knappt 12 000 personer år 2011.

Strömstads befolkning prognostiseras också fortsättningsvis öka med cirka 1 300 personer fram till år 2020 och därmed uppgå till 13 300 invånare. Det innebär en årlig ökning med cirka 1,1 procent, vilket är högre än den prognostiserade utvecklingen för riket under samma tidsperiod.

Som beskrivits i tidigare kapitel utgörs upptagningsområdet dels av kommuner i norra Bohuslän, dels av närliggande län i Norge. Befolkningen i upptagningsområdet uppgick till drygt två miljoner personer år 2011. Enligt gällande befolkningsprognoser beräknas befolkningen öka med cirka 260 000 invånare fram till år 2020. Upptagningsområdet för Nordby och Svinesund ligger i huvudsak i Norge och det är i de norska länen som majoriteten av befolkningen finns och det är också i dessa områden som det sker en befolkningstillväxt. De övriga kommunerna i norra Bohuslän har totalt sett en mycket liten andel av befolkningen i det totala upptagningsområdet och dessa kommuner har sammantaget en svagt minskande befolkning.

**Tabell 1 Befolkning år 2011 och befolkningsprognos 2015-2020**

Befolkning/År	2011	2015	2020	Årlig tillväxt (%) 2011-2020
Strömstads kommun	12 010	12 723	13 309	1,1
Norra Bohuslän <sup>1</sup>	45 948	46 068	45 557	-0,1
Norge <sup>2</sup>	1 946 071	2 048 659	2 204 480	1,4
Total befolkning	2 004 029	2 107 450	2 263 346	1,4

Källa: SCB, Västra Götalandsregionen, SSB.

<sup>1</sup> Kommunerna Tanum, Sotenäs, Munkedal och Lysekil.

<sup>2</sup> Norska länen Östfold, Akershus, Oslo, Buskerud och Vestfold.

### 3.1.3 Demografisk struktur

Åldersfördelningen i Strömstads kommun följer fördelningen i riket relativt väl. Se nedanstående tabell.

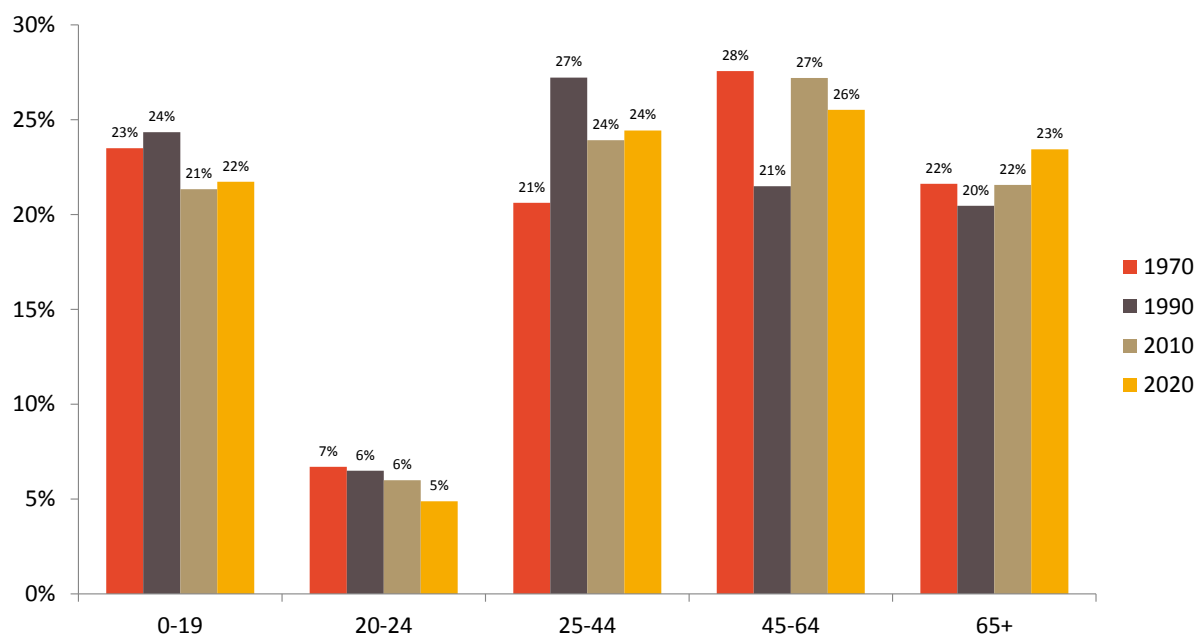
**Tabell 2 Procentuell åldersfördelning, Strömstads kommun och riket**

Åldersfördelning	Strömstad 2011	Sverige 2011
Ålder 0-19	21 %	23 %
Ålder 20-24	6 %	7 %
Ålder 25-44	24 %	26 %
Ålder 45-64	27 %	26 %
Ålder 65+	22 %	18 %

Källa: Västra Götalandsregionen.

Strömstads åldersstruktur varierar i de olika åldersgrupperna. Andelen yngre invånare i kommunen har minskat något samtidigt som andelen äldre har ökat. Nedanstående diagram visar hur åldersfördelningen har förändrats under de senaste 40 åren samt hur den förväntas utvecklas fram till år 2020.

**Diagram 3 Åldersstruktur och prognos i Strömstads kommun**



Källa: SCB, Västra Götalandsregionen.



### 3.1.4 Arbetspendling

Strömstads kommun har en positiv nettoppendling som uppgår till cirka åtta procent av befolkningen. Pendlingen bedöms dock inte ha någon betydelse för förutsättningarna att etablera ytterligare detaljhandel i kommunen. Nettoppendlingen uppgår till 985 personer per dygn.

### 3.1.5 Arbetstillfällena och arbetsgivare

Handelns betydelse för arbetsmarknaden i Strömstads kommun är stor. Så mycket som en femtedel av de förvärvsarbetande i kommunen arbetar inom detaljhandeln. I takt med gränshandelns utveckling och tillväxt har även handelns betydelse för arbetsmarknaden ökat. Strömstad är i dagsläget den kommun som har högst andel förvärvsarbetande inom handel. De fyra största handelsarbetsgivarna i kommunen var år 2011 dagligvaruhandlare. Grensemat AB (Nordby Supermarket) är den största arbetsgivaren med 271 anställda.

**Tabell 3 Största handelsarbetsgivarna i Strömstads kommun, år 2011**

Strömstads kommun	Antal anställda	Bransch
Grensemat AB (Nordby Supermarket)	271	Dagligvaruhandel
Eurocash Food AB	138	Dagligvaruhandel
Maximat Nordby AB	120	Dagligvaruhandel
Gottebiten Strömstad AB	96	Dagligvaruhandel

Källa: Strömstads kommun, [www.allabolag.se](http://www.allabolag.se).

### 3.1.6 Turism

Kommunerna Tanum, Sotenäs, Strömstad och Lysekil i norra Bohuslän tillhör alla kommungruppen *turism- och besöksnäringkommuner*. Munkedal är en *pendlingskommun* och Uddevalla tillhör kommungruppen *större städer*, enligt Sveriges Kommuner och Landstings (SKL) kommungruppsindelning år 2011.

**Tabell 4 Fritidshus per kommun och 1 000 invånare, år 2011**

Kommun	Antal/1 000 invånare	Gästnätter (hotell, stugby och vandrarhem)	Campingnätter
Tanum	379	119 922	327 199
Sotenäs	275	58 637	241 325
Strömstad	227	189 337	535 422
Lysekil	227	102 962	72 419
Munkedal	84	12 635	i.u.
Uddevalla	63	151 011	233 189

Källa: HUI Research, Handeln i Sverige, SCB, Tillväxtverket.

Bohuslän har i många år varit ett populärt och attraktivt res- och besöksmål. Detta återspeglas inte minst i antalet fritidshus i framför allt kommunerna Tanum, Sotenäs, Strömstad och Lysekil i norra Bohuslän. Dessa kommuner har var och en ett mycket stort antal fritidshus per 1 000 invånare (genomsnittet för riket är 43 fritidshus per 1 000 invånare). Antalet gästnätter per år är också relativt stort, vilket innebär att turister, som i genomsnitt står för drygt tio procent av omsättningen i detaljhandeln, tillför ytterligare köpkraft i kommunen under sommarhalvåret. Det råder ingen tvekan om att turisterna tillför köpkraft till kommunen och norra Bohuslän i stort men samtidigt är det främst under en begränsad period av året. Strömstads kommun är, som sina grannkommuner, ett populärt och attraktivt res- och besöksmål. Strömstads kommun har flest gästnätter samt campingnätter i norra Bohuslän. I antal gästnätter är camping dominerande och utgör cirka 75 procent av det totala antalet gästnätter. Av de utländska besökarna i Strömstad utgör norrmännen cirka 90 procent. Antalet gästnätter i förhållande till antalet besökare från Norge uppgår till en sjättedel. Detta visar på gränshandelns attraktionskraft då flertalet norska besökare åker till Strömstads kommun för shopping över dagen.

### 3.1.7 Köpkraft

Köpkraften är det teoretiska belopp som invånarna spenderar i detaljhandeln. Den svenska och norska köpkraftsberäkningen utgår från FN:s COICOP-indelning<sup>5</sup>. Den svenska köpkraftsberäkningen baseras på prognoser som gjorts av Konsumtionsprognosgruppen (KPG). Norges köpkraftsberäkning baseras på statistik från Norges statistikbyrå (SSB) och prognoserna utgår från historisk konsumtionstillväxt i respektive varugrupp. Vissa antaganden har gjorts gällande den norska köpkraftsberäkningen då den norska detaljhandeln i vissa avseenden inte överensstämmer med den svenska.

#### Strömstad

Köpkraften i Strömstads kommun uppgår idag till närmare 340 miljoner kronor för dagligvaror och cirka 310 miljoner kronor för sällanköpsvaror. Mot bakgrund av en växande befolkning i Strömstad samt att konsumtionen per capita ökar bedöms köpkraften år 2020 uppgå till drygt 410 miljoner kronor för dagligvaror och cirka 440 miljoner kronor för sällanköpsvaror. Det innebär en ökning med över 70 miljoner kronor för dagligvaror och 130 miljoner kronor för sällanköpsvaror, vilket innebär en total ökning med cirka 200 miljoner kronor i detaljhandeln mellan år 2011 och 2020.

---

<sup>5</sup> COICOP=Classification of Individual Consumption According to Purpose.

### Norra Bohuslän

Enligt gällande köpkraftsprognoser beräknas köpkraften för dagligvaror i norra Bohuslän uppgå till cirka 1,3 miljarder kronor och sällanköpsvaror till knappt 1,2 miljarder kronor i dagsläget.

Köpkraften beräknas öka med närmare 115 miljoner kronor för dagligvaror respektive 320 miljoner kronor för sällanköpsvaror fram till år 2020. Detta innebär en ökning med närmare 435 miljoner kronor i detaljhandeln mellan år 2011 och 2020.

### Norge

Hushållens konsumtion i Norge har under 2000-talet haft en årlig tillväxt på 3,3 procent i fasta priser, vilket kan jämföras med Sverige som under samma period hade en konsumtionstillväxt på 2,1 procent. Förutom att den norska konsumtionen har varit starkare än den svenska under 2000-talet så har även befolkningstillväxten varit högre. Norge har under 2000-talet haft en årlig befolkningstillväxt på 0,9 procent och under de senaste åren har tillväxten varit 1,3 procent. Detta kan jämföras med Sveriges årliga befolkningstillväxt på 0,6 procent under samma period. Den starka tillväxten i Norge beror i hög grad på invandring och det föreligger en viss osäkerhet gällande om den kommer att hålla i sig även i framtiden. Köpkraften för dagligvaror i primärområdet uppgick år 2011 till närmare 21,1 miljarder norska kronor och cirka 19,4 miljarder norska kronor för sällanköpsvaror. En växande befolkning i kombination med en ökning av konsumtionen per capita innebär att köpkraften år 2020 beräknas uppgå till 26,1 miljarder norska kronor för dagligvaror och till 25,5 miljarder norska kronor för sällanköpsvaror.

**Tabell 5 Köpkraft i upptagningsområdet år 2011, prognos 2015 och 2020, mkr**

Köpkraft/År	2011	2015	2020	Tillväxt (mkr) 2011-2020
<b>Strömstads kommun</b>				
Dagligvaror	340	375	412	72
Sällanköpsvaror	309	366	439	130
<b>Norra Bohuslän<sup>1</sup></b>				
Dagligvaror	1 300	1 358	1 414	114
Sällanköpsvaror	1 182	1 323	1 502	319
<b>Norge-primärområde<sup>2</sup></b>				
Dagligvaror	21 121	23 060	26 165	5 044
Sällanköpsvaror	19 384	21 744	25 523	6 139
<b>Norge-sekundärområde<sup>3</sup></b>				
Dagligvaror	58 826	65 468	75 722	16 896
Sällanköpsvaror	53 987	61 734	73 864	19 878

Källa: HUI Research och Konsumtionsprognosgruppen (KPG).

<sup>1</sup> Kommunerna Tanum, Sotenäs, Munkedal och Lysekil.

<sup>2</sup> Norska länen Östfold och Vestfold. Uppgifter i NOK.

<sup>3</sup> Norska länen Akershus, Oslo och Buskerud. Uppgifter i NOK.

**Tabell 6 Köpkraft för sällanköpsvaror i upptagningsområdet år 2011, prognos 2015 och 2020, mkr**

Köpkraft/År	2011	2015	2020	Tillväxt (mkr) 2011-2020
<b>Strömstads kommun</b>				
Beklädnad	98	113	132	35
Hemutrustning	112	133	160	48
Fritidsvaror	100	120	147	47
Sällanköpsvaror	309	366	439	130
<b>Norra Bohuslän<sup>1</sup></b>				
Beklädnad	374	410	454	80
Hemutrustning	426	478	545	118
Fritidsvaror	382	435	503	121
Sällanköpsvaror	1 182	1 323	1 502	319
<b>Norge-primärområde<sup>2</sup></b>				
Beklädnad	6 466	7 254	8 514	2 048
Hemutrustning	6 234	6 993	8 209	1 974
Fritidsvaror	6 683	7 497	8 800	2 117
Sällanköpsvaror	19 384	21 744	25 523	6 139
<b>Norge-sekundärområde<sup>3</sup></b>				
Beklädnad	18 009	20 594	24 640	6 631
Hemutrustning	17 363	19 854	23 756	6 393
Fritidsvaror	18 614	21 286	25 468	6 854
Sällanköpsvaror	53 987	61 734	73 864	19 878

Källa: HUI Research och Konsumtionsprognosgruppen (KPG).

<sup>1</sup> Kommunerna Tanum, Sotenäs, Munkedal och Lysekil.

<sup>2</sup> Norska länen Östfold och Vestfold. Uppgifter i NOK.

<sup>3</sup> Norska länen Akershus, Oslo och Buskerud. Uppgifter i NOK.

Konsumtionen av sällanköpsvaror utgörs av underbranscherna beklädnad, hemutrustning och fritidsvaror. Beklädnadshandeln innefattar bland annat varugrupperna kläder, skor och andra personliga varor. Hemutrustningsbranschen omfattar bland annat varugrupperna möbler, hushållstextilier och mindre elapparater för hushåll samt byggvaror. I fritidsvaruhandeln ingår bland annat hemelektronik och sport- och fritidsartiklar.

Underbranschernas andel av sällanköpsvarukonsumtionen fördelar sig relativt lika mellan Sverige och Norge år 2011. Beklädnads- och fritidshandeln har en större andel av sällanköpsvarukonsumtionen i Norge medan hemutrustningsbranschens andel är mindre. I prognosen fram till år 2020 ökar den norska beklädnadshandelns andel av sällanköpsvarukonsumtionen och fritidsvaruhandeln minskar i jämförelse med motsvarande konsumtion i Sverige.

## 3.2 Marknadsförutsättningar – utbudssidan

Inledningsvis definieras utredningsområdet för utökad handel i handelsområdena Nordby och Svinesund. Utredningsområdet omfattar utbudssidan, det vill säga handeln, i närliggande kommuner och orter i norra Bohuslän samt gränshandelsorter i Värmland.

### 3.2.1 Utredningsområde för ökad handel i Nordby och Svinesund

Utredningsområdet är i det här avseendet i huvudsak kommunerna i norra Bohuslän, Strömstad, Tanum, Munkedal, Sotenäs, Lysekil samt Uddevalla som i viss mån konkurrerar om kunderna med handeln i Nordby och Svinesund. Utredningsområdet omfattar i första hand Strömstads centralort och Skee samt i andra hand övriga kommuner

Figur 7 Utredningsområde norra Bohuslän



I kommande avsnitt kartläggs utbudet och konkurrenssituationen inom detaljhandeln i Strömstads kommun och i norra Bohuslän's övriga kommuner: Tanum, Munkedal, Sotenäs och Lysekil. Även Uddevalla kommun inkluderas i denna kartläggning av utbud och konkurrens med anledning av att det regionala handelsområdet Torp ligger i Uddevalla kommun.

Som nämnts tidigare i rapporten utgörs det *primära utredningsområdet* av Strömstads kommun samt tätorten Skee och det *sekundära utredningsområdet* av övriga kommuner i norra Bohuslän, Uddevalla kommun samt relevanta gränshandelsorter i Värmland.

### 3.2.2 Handeln i norra Bohuslän

Dagligvaruhandeln i Strömstads kommun omsatte över 5,2 miljarder kronor år 2011. Utvecklingen mellan år 2007 och 2011 uppgick till 52 procent. I det sekundära området, norra Bohuslänns övriga kommuner samt Uddevalla, omsatte dagligvaruhandeln totalt drygt 3,7 miljarder kronor, vilket var en ökning med 13 procent sedan år 2007.

**Tabell 7 Dagligvaruhandelns storlek och utveckling i norra Bohuslänns kommuner.**

Kommuner	Omsättning år 2011 (mkr)	Utv. 2007-2011 (%)
Strömstad	5 222	52 %
Tanum	546	27 %
Munkedal	280	14 %
Sotenäs	427	19 %
Lysekil	450	14 %
Uddevalla	2 010	7 %
Jämförbara kommuner (turism- och besöksnäring) medianvärde	427	19 %

Källa: HUI Research, Handeln i Sverige.

Sällanköpsvaruhandeln i Strömstads kommun omsatte 1,3 miljarder kronor 2011, vilket var en ökning med 25 procent jämfört med år 2007. Uddevalla är emellertid den kommun som omsätter absolut mest och som står för 52 procent av all sällanköpsvaruhandel i utredningsområdet. I det sekundära området (det vill säga exklusive Strömstad) omsatte sällanköpsvaruhandeln drygt 3 miljarder kronor år 2011, vilket var en ökning med två procent jämfört med år 2007. Strömstad, Tanum och Uddevalla är de kommuner som uppvisar en positiv tillväxt under perioden 2007-2011 medan övriga kommuner har tappat omsättning i sällanköpsvaruhandeln under samma tidsperiod.

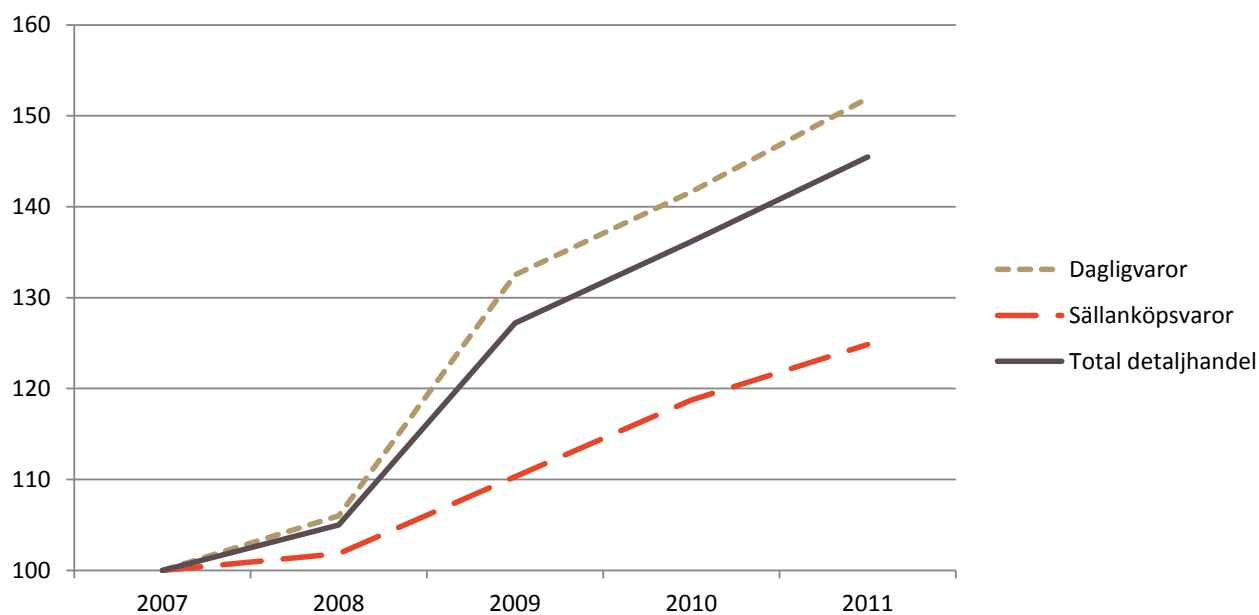
**Tabell 8 Sällanköpsvaruhandelns storlek och utveckling i norra Bohuslänns kommuner.**

Kommuner	Omsättning år 2011 (mkr)	Utv. 2007-2011 (%)
Strömstad	1 347	25 %
Tanum	264	5 %
Munkedal	125	-14 %
Sotenäs	193	-7 %
Lysekil	198	-4 %
Uddevalla	2 294	4 %
Jämförbara kommuner (turism- och besöksnäring) medianvärde	193	8 %

Källa: HUI Research, Handeln i Sverige.

Handeln i Strömstad har utvecklats kraftigt under åren 2007-2011. Särskilt god tillväxt uppvisar dagligvaruhandeln med 52 procents omsättningsökning under perioden. Även sällanköpsvaruhandeln är stark med 25 procents omsättningstillväxt under samma tid.

**Diagram 4 Omsättningsutveckling i Strömstads kommun, år 2007-2011**



Källa: HUI Research, Handeln i Sverige.

### **3.2.3 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 också 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 innebär att handeln omsätter lika mycket som det befolkningsmässiga underlaget medger. Index över 100 innebär att handeln drar kunder från andra områden och index under 100 innebär att handeln har ett utflöde till andra kommuner.

Dagligvaruhandeln i Strömstads kommun har försäljningsindex 1 406, vilket innebär att det finns ett oerhört stort inflöde till kommunen. Strömstads kommun har drygt 12 000 invånare men kommunens dagligvaruomsättning på drygt 5,2 miljarder kronor motsvarar snarare en kommun i storleksordningen 170 000 invånare. Det är endast de fyra storstäderna, Stockholm, Göteborg, Malmö och Uppsala, som har högre dagligvaruomsättning än Strömstads kommun. Det finns inte någon annan kommun i Sverige som har ett sådant högt försäljningsindex inom dagligvaruhandeln som Strömstad. Kommunens försäljningsindex har ökat kraftigt sedan år 2007, vilket kan förklaras med att den norska gränshandeln också har vuxit avsevärt under samma tidsperiod.



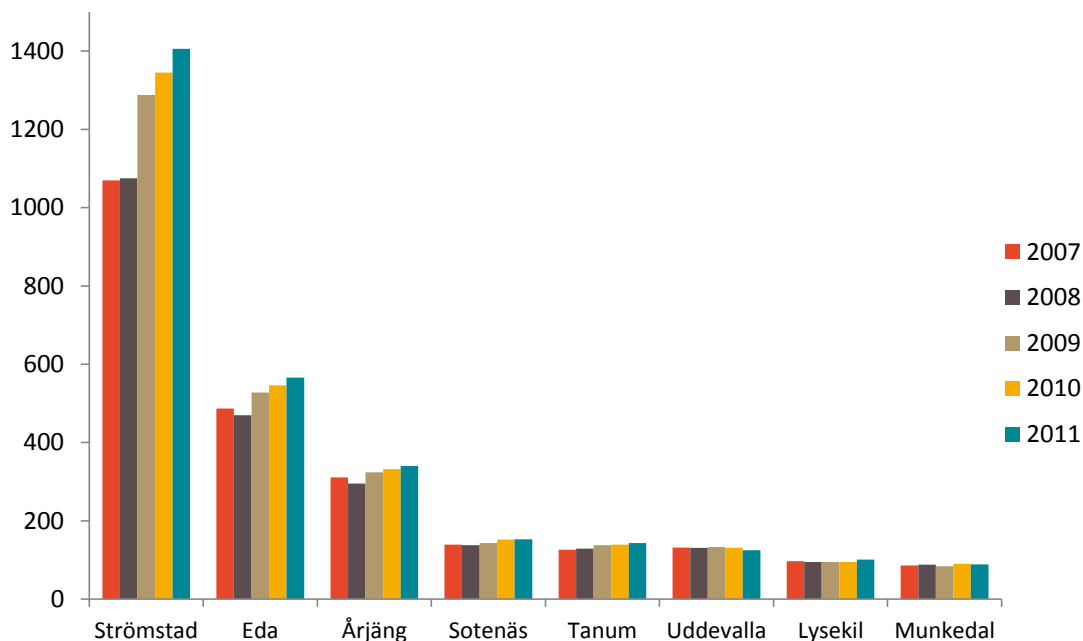
Näst efter Strömstads kommun är det kommunerna Eda och Årjäng som har högst försäljningsindex i dagligvaruhandeln i riket. Med en befolkning på knappt 8 500 respektive drygt 9 800 invånare omsätter även dessa två kommuner betydligt mer än vad befolkningsunderlaget medger. Även detta beror på det norska inflödet av köpkraft till handeln. Försäljningsindex i jämförbara kommuner är 128, vilket återspeglar ett inflöde av köpkraft från turister och fritidshusägare. Detta blir särskilt synbart i kustkommunerna Tanum, Sotenäs och Lysekil.

**Tabell 9 Försäljningsindex i dagligvaruhandeln norra Bohuslän och södra Värmland**

	Försäljningsindex, år 2011	Utveckling 2007-2011, i antal enheter
Strömstad	1 406	336
Eda	566	79
Årjäng	340	29
Sotenäs	153	14
Tanum	143	17
Uddevalla	125	-7
Lysekil	101	4
Munkedal	89	3
Jämförbara kommuner (turism- och besöksnäring)	128	6

Källa: HUI Research, Handeln i Sverige.

**Diagram 5 Försäljningsindex i dagligvaruhandeln, år 2007-2011**



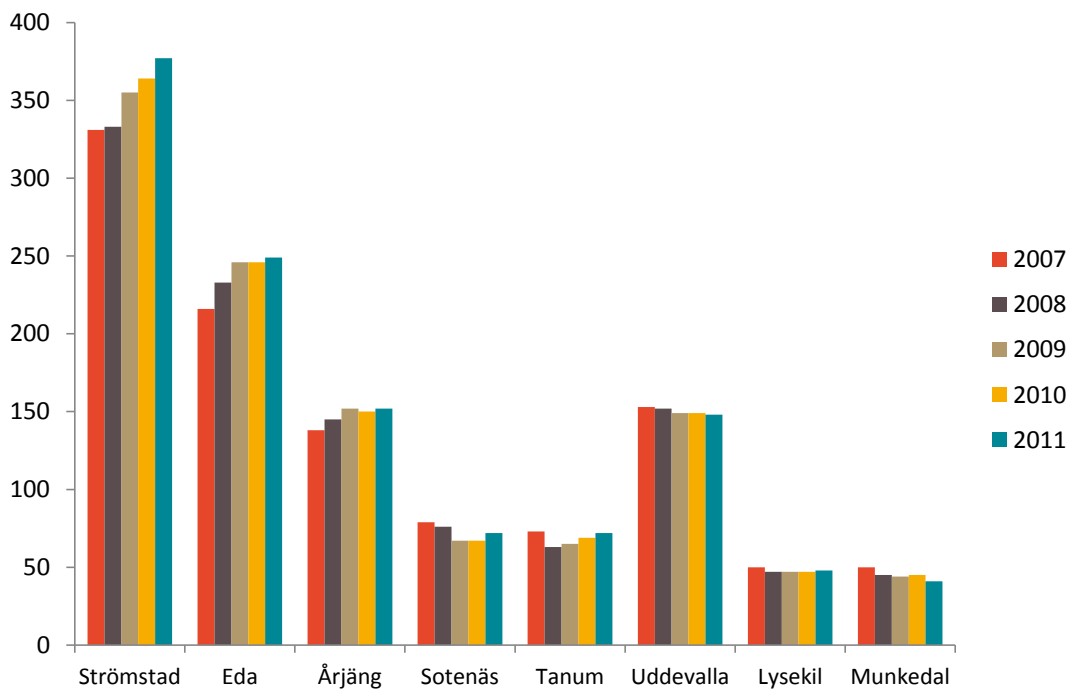
Även sällanköpsvaruhandeln i Strömstads kommun är mycket stark. Försäljningsindex var 377 år 2011, vilket också signalerar ett stort inflöde till kommunen. Det finns endast två andra orter i Sverige, Haparanda och Burlöv, som har högre försäljningsindex. Utvecklingen har varit stark och positiv för Strömstad under de senaste fem åren, även om tillväxten i sällanköpsvaruhandeln inte har varit lika kraftig som den i dagligvaruhandeln. I övriga kommuner har försäljningsindex i sällanköpsvaruhandeln minskat jämfört med föregående år.

**Tabell 10 Försäljningsindex i sällanköpsvaruhandeln**

	Försäljningsindex, år 2011	Utveckling 2007-2011, i antal enheter
Strömstad	377	46
Eda	249	33
Årjäng	152	14
Uddevalla	148	-5
Tanum	72	-1
Sotenäs	72	-7
Lysekil	46	-4
Munkedal	41	-9
Jämförbara kommuner (turism- och besöksnäring)	55	4

Källa: HUI Research, Handeln i Sverige.

**Diagram 6 Försäljningsindex i sällanköpsvaruhandeln, år 2007-2011**



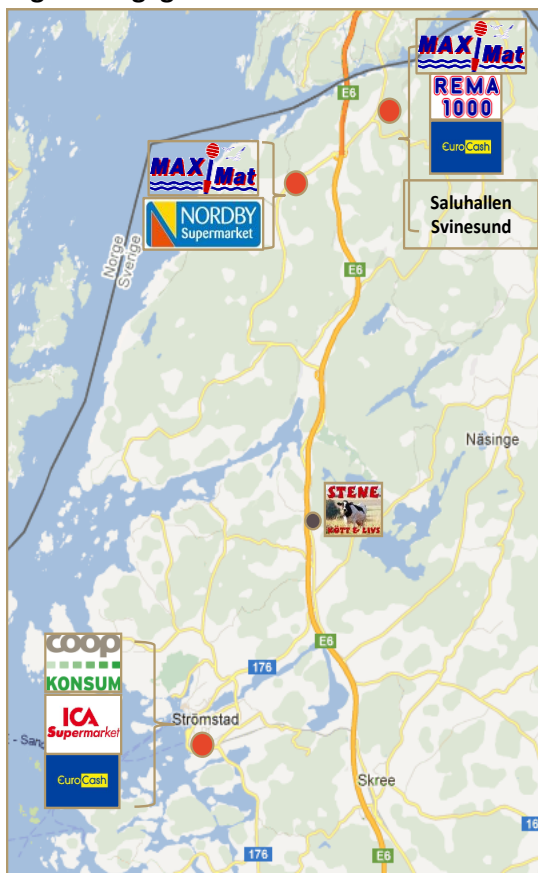
### 3.2.4 Handelns struktur i Strömstad

Handeln i Strömstad hade, trots sin ringa befolkning på 12 000 invånare, över 200 butiker år 2011. Förklaringen till detta är naturligtvis gränshandeln. Kommande avsnitt omfattar en genomgång av hur handeln i Strömstad är ordnad, både utifrån ett strukturellt och geografiskt perspektiv.

#### Dagligvaror

Dagligvaruförsäljningen, genom livsmedelsbutiker, i Strömstads kommun uppgick till drygt tre miljarder kronor år 2011. Utöver detta tillkommer försäljning genom specialiserad livs på cirka 1,8 miljarder kronor. Här ingår bland annat konfektyr, tobak och tidningar som är stora varugrupper när det gäller gränshandel. Även försäljningen genom Systembolaget tillkommer i den totala siffran för dagligvaruhandeln som helhet. I Strömstad uppgick Systembolagets omsättning till cirka 500 miljoner kronor.

Figur 8 Dagligvarubutiker i Strömstad



Dagligvaruhandeln i Strömstad är stark och välmående så till vida att det framför allt är starka gränshandelsaktörer som driver dagligvaruförsäljningen i kommunen, däribland Max i Mat, Nordby Supermarket och Eurocash. Det finns utöver dessa inte några andra storbutiker eller stormarknader etablerade i kommunen. De butiker som primärt vänder sig till den inhemska befolkningen är Coop Konsum, ICA Supermarket Centrumhallen samt ett antal service- och närbutiker. De två allivsbutikerna i centrala Strömstad omsätter tillsammans närmare 250 miljoner kronor. Dagligvaruhandeln i kommunen får, utifrån ett gränshandelsperspektiv, anses vara väl utvecklad.

I orten Skee fanns det år 2011 endast två mindre butiker inom övrig dagligvaruhandel (tobak, tidningar samt parfym och hälsokost).

**Tabell 11 Dagligvarubutiker i Strömstad omsättning år 2011 (inkl. moms) och yta**

Namn	Format	Omsättning 2011 inkl. moms (mkr)	DV-yta 2011 (kvm)
Maximat Nordby	Stormarknad/gränshandel	934	4 200
Nordby Supermarket	Stormarknad/gränshandel	871	4 000
Eurocash Svinesund	Stormarknad/gränshandel	321	2 100
Maximat Svinesund	Stormarknad/gränshandel	306	2 000
Eurocash Strömstad	Allivs/gränshandel	216	1 200
Coop Konsum	Allivs	195*	2 090
Rema 1000 Svinesund	Allivs/gränshandel	65	1 400
Stene Kött & Livs	Allivs/gränshandel	77	750
ICA Centrumhallen	Allivs	53	1 000
Saluhallen Svinesund	-	32	350
Övriga servicebutiker i kommunen	Nära/servicebutik (8 st)	80	900
Total omsättning (mkr) i Strömstad		3 150	

Källa: Delphi och Soliditet. \*=skattad uppgift

## Sällanköpsvaror

**Figur 9 Sällanköpshandel i Strömstad**



Sällanköpsvaruhandeln i Strömstad finns i huvudsak i Nordby Köpcentrum. I Nordby finns ett stort utbud av sällanköpsvaror inom, hus, hem, hobby, fritid, hälsa och skönhet. Utöver Nordby, längs med Oslovägen som är infart till Strömstad, har ett handelshus etablerats. Eurocash har utökat sin butik från 3 000 till 3 900 kvadratmeter, de två Systembolag som finns i Strömstad är etablerade på Oslovägen. Här finns även en godisbutik på 1 200 kvadratmeter, sportbutik, hälsokost, apotek samt klädesbutiker etablerade. I stadskärnan är handeln mer av småskalig karaktär och de större detaljhandelskedjorna är inte närvarande. I Skee fanns det år 2011 två mindre butiker inom fritidsvaruhandel (cykel, sport och båt).

**Tabell 12 Branschstruktur i sällanköpsvaruhandeln i Strömstad**

	Omsättning år 2011, mkr	Andel av sällanköpsvaruhandeln (rikets genomsnitt i parentes)	Försäljningsindex år 2011
Beklädnad	416	31 % (22)	518
Hemutrustning	114	8 % (31)	101
Fritidsvaror	707	52 % (33)	603
Övrig sällanköpsvaruhandel	111	8 % (13)	231
Totalt	1 347	100 % (100)	377

Källa: HUI Research, Handeln i Sverige.

### 3.2.5 Handelns struktur i regionen

Strömstad har i egenskap av gränshandelsort en mycket stark handel både vad gäller dagligvaror och sällanköpsvaror. Eftersom Strömstad i allmänhet och Nordby och Svinesund i synnerhet i huvudsak har sitt upptagningsområde långt in i Norge är det främst där som marknadsförutsättningarna finns. Handeln i Strömstad är således inte beroende av ett inflöde från övriga kommuner i norra Bohuslän eller andra delar av Sverige. Det innebär också att handeln i andra kommuner inte heller kan betraktas som konkurrenter, vilket är ömsesidigt då Strömstad inte heller kan betraktas som en direkt konkurrent till övrig handel i närliggande kommuner. I kommande avsnitt görs en genomgång av handeln i utredningsområdet, det vill säga norra Bohusläns kommuner, i syfte att klargöra olika kommuners och handelsplatsers position och roll på marknaden. Denna övergripande analys belyser dels situationen idag, dels de kända planer som finns för handeln i framtiden.

#### Dagligvaruhandel

Dagligvaruhandeln i norra Bohusläns kommuner kännetecknas av en generellt sett stark dagligvaruhandel. Samtliga kommuner, utom Munkedal, har ett inflöde av kunder. Orsakerna till deras respektive höga försäljningsindex och styrka i dagligvaruhandeln varierar emellertid.

För Strömstads del handlar det i huvudsak om gränshandeln och ett stort inflöde från Norge, vilket är det som gör att kommunen har försäljningsindex 1 406 för dagligvaror. Kustkommunerna Tanum, Sotenäs och Lysekil har alla ett inflöde av kunder från andra kommuner.<sup>6</sup> Försäljningsindex för dagligvaror i jämförbara kommuner (turism- och besöksnäringkommuner) är 128. Både Tanum och Sotenäs har betydligt högre försäljningsindex, vilka dessutom har ökat kraftigt under det senaste året. Lysekil har ett marginellt inflöde av kunder, men försäljningsindex ligger något lägre än för jämförbara kommuner. Den främsta förklaringen till att dessa kommuner har så pass stark dagligvaruförsäljning är det stora antalet fritidshus och gästnätter. Det är således primärt fritidshusägare och turister som bidrar till deras respektive styrka inom dagligvaruhandeln.

Munkedal har försäljningsindex 89 för dagligvaror, ett index som också har stärkts med tre enheter sedan föregående år. Detta försäljningsindex indikerar ett visst utflöde från kommunen, vilket inte är särskilt anmärkningsvärt då Munkedal tillhör kommungruppen pendlingskommuner. I förhållande till jämförbara kommuner<sup>7</sup> har Munkedal emellertid ett högre index. Att kommunen har ett utflöde beror på att en del av kommunens invånare

---

<sup>6</sup> Försäljningsindex dagligvaror år 2011: Tanum 143 (+17), Sotenäs 153 (+14), Lysekil 101 (+4).

<sup>7</sup> Försäljningsindex för dagligvaror i jämförbara kommuner (pendlingskommuner), år 2011: 81.

pendlar till någon annan kommun för arbete och att det då faller sig naturligt att inhandla dagligvaror i samband med resa till eller från arbetet.

Uddevalla kommun är ett handelscentrum i regionen och, bortsett från gränshandeln, är Uddevalla den starkaste kommunen i utredningsområdet inom både daglig- och sällanköpsvaruhandel. Exempelvis är Torp handelsområde sedan många år väletablerat i regionen. I Uddevalla finns flertalet dagligvaruaktörer representerade med sina större butiksformat, ICA Maxi, Coop Forum, Willys och ICA Kvantum.

### **Sällanköpsvaruhandel**

Konkurrensen inom sällanköpsvaror i utredningsområdet och omlandet är relativt stark. Det finns flera köpcentrum och handelsplatser som har ett stort och brett utbud inom både shopping och volymhandel. Uddevalla kommun är handelscentrum i regionen och Torp handelsområde utanför Uddevalla är redan idag väletablerat och populärt i omlandet. Här finns köpcentrum, dagligvarukedjor och volymhandel. Idag finns det cirka 86 butiker med en total handelsyta på 80 000 kvadratmeter. Stora kedjeaktörer idag är bland andra Bauhaus, Biltema och Plantagen.

Sällanköpsvaruhandeln i *Tanums kommun* är begränsad. Flertalet butiker och försäljning återfinns i Grebbestad och i Tanumshede. Under våren år 2012 öppnade sportkedjan Sportshopen en 14 000 kvadratmeter stor byggnad för butik, lager samt kedjans huvudkontor. Butiken är på cirka 8 000 kvadratmeter och den största sportbutiken i Norden. Kedjan har nu tio butiker och sedan tidigare butiker i just Grebbestad, Strömstad, Nordby Köpcentrum, Lysekil, Charlottenberg och Töcksfors.

I Munkedal är sällanköpsvaruhandeln av småskalig karaktär och riktar sig huvudsakligen till de som bor i kommun och till viss del mot turister och fritidshusägare. Samma sak gäller för handeln i Lysekil och Sotenäs.

### **Framtida handel i norra Bohuslän**

Inom de närmaste åren planeras en omfattande expansion av *Torp handelsområde och köpcentrum i Uddevalla*, från dagens cirka 80 000 kvadratmeter handelsyta till 200 000 kvadratmeter. Den största utbyggnaden avser IKEA som etablerar ett varuhus och Ikano som i anslutning till det ska uppföra ett varuhus för volymhandel. Torp Köpcentrum ska i princip fördubbla sin yta till cirka 60 000 kvadratmeter och utöka antalet butiker från dagens 70 till cirka 110 stycken år 2015. Utbyggnaden av Torpområdet bedöms ytterligare förstärka Uddevallas roll som handelscentrum i regionen.

I Tanums kommun pågår utveckling av *Tanums Shoppingcenter* vid E6:an utanför Tanumshede. Köpcentrumet beräknas få en totalyta om 40 000 kvadratmeter fördelat på cirka 50-60 butiker.

Inom dagligvaruhandeln är det klart att Coop Extra ska öppna en ny butik på över 4 000 kvadratmeter. Inom sällanköpsvaruhandeln ska centret enligt uppgift erbjuda ett stort och brett utbud med nya koncept och butiker som inte finns i norra Bohuslän i dagsläget. Planerad byggstart är hösten år 2012 med öppning i början av år 2014. En ny storbutik inom dagligvaruhandeln i Tanums kommun bedöms inte påverka förutsättningarna för mer handel i Strömstads kommun, precis på samma sätt som ytterligare dagligvaruhandel i Strömstads kommun inte heller bedöms påverka dagligvaruhandeln i Tanum nämnvärt. Däremot antas de befintliga dagligvaruaktörerna i Tanum, främst i Tanumshede, påverkas starkt av en ny dagligvarubutik.

Sjölyst Handel driver tillsammans med Peab utvecklingen av ett nytt köpcentrum, vid namn Stora Blå, vid E6:an, *Håbymotet i Munkedals kommun*. Planen är 70 000 kvadratmeter i tre plan som ska rymma stormarknad, ett utbud av storbutiker, traditionell shopping, aktivitets- och turistcenter och restauranger.

Det finns planer på att utveckla ett handelsområde vid Bastekärr i orten Skee, Strömstads kommun. Läget ligger invid E6:an, fem kilometer söder om infarten till Strömstad och cirka 2 mil från den norska gränsen. Fastighetsföretaget Conceptor AS är, liksom Strömstads kommun, en av huvudägarna. Planen är att etablera en handelspark, Strömstads Handelspark, med en handelsyta på cirka 80 000 kvadratmeter. Tanken är att det ska vara storskalig volymhandel med ett varierat innehåll. Handelsområdet beräknas stå klart år 2015. Ett hinder i dagsläget är att den gällande detaljplanen inte tillåter etablering av livsmedel, vilket Conceptor menar är absolut nödvändigt för att det ska bli ett bra och väl fungerande handelsområde.

### 3.2.6 Handeln i Värmlands gränskommuner

Värmlands utveckling har i stort stått sig stark i konkurrensen och länets omsättning växte med två procent under det senaste året, vilket är dubbelt så mycket som riksgenomsnittet. Värmlands utveckling beror framför allt på två saker: gränshandeln och utvecklingen i Karlstad. Det är dessa faktorer som driver utvecklingen i stort. Kommunerna Eda och Årjäng är starka gränshandelskommuner i Värmland, precis som Strömstad är det i Västra Götaland.

**Figur 10 Utredningsområde Värmlands gränshandel**



I Värmland är det Charlottenberg och Töcksfors som är de två stora gränshandelsorterna och norska Thon-gruppen, som äger och driver flera köpcentrum, har sedan flera år tillbaka en väl etablerad position.

Töcksfors ligger vid E18 i Årjängs kommun, mellan orten Årjäng och gränsen till Norge. Töcksfors är den gränshandelsort som ligger närmast Oslo centrum med under tio mils reslängd. Töcksfors Shoppingcenter har över 40 butiker på drygt 30 000 kvadratmeter. Här finns stora aktörer som bland andra Maxi Mat, Eurocash och Karlsson i lågprissegmentet samt en mängd märkesaktörer inom mode och kläder samt outlets. I början av år 2012 öppnades nya Töcksfors Handelspark av norska Conceptor. Handelsparken omfattar idag cirka 22 000 kvadratmeter storbutikshopping med ett stort och brett utbud inom både daglig- och

sällanköpsvaror. Stora aktörer idag är Eurocash som har en cirka 4 000 kvadratmeter stor butik, Budget Sport (Intersports lågpriskoncept) och Sportshopen. Framtida utbyggnader beräknas ske i flera etapper, där årets var den första. Inom några år ska handelsytan tredubblas till cirka 60 000 kvadratmeter.



Charlottenberg, i Eda kommun, ligger drygt fem mil norr om orten Årjäng, vid riksväg 61 cirka sex kilometer från den norska gränsen. Charlottenbergs Shoppingcenter har 60 butiker och är cirka 37 000 kvadratmeter stort. Eda fortsätter att utvecklas och de största planerna är en fortsatt utbyggnad av shoppingcentret och en ny handelspark på Tallmon, som är ett angränsade område till Charlottenberg. Fastighetsföretaget Conceptor AS utvecklar Charlottenberg Handelspark som beräknas bli cirka 20 000 kvadratmeter stor och innehålla en blandning av stora aktörer inom både dagligvaru- och sällanköpsvaruhandeln. Byggstarten är beräknad till i slutet av år 2012 och planen är att det nya handelsområdet ska vara klart i augusti år 2013.

Eda kommun omsatte cirka 2,1 miljarder kronor och Årjängs kommun 1,5 miljarder kronor år 2011. Tillsammans med Karlstad, som omsatte 7,5 miljarder, står Eda och Årjäng för 61 procent av all handel i Värmland.

**Tabell 13 Dagligvaruhandelns storlek och utveckling i Värmlands södra gränskommuner**

	Omsättning år 2011 (mkr)	Utv. 2007-2011 (%)
Eda <sup>1</sup>	1 481	27 %
Årjäng <sup>2</sup>	1 034	21 %
<sup>1</sup> Jämförbara kommuner (glesbefolkad region) medianvärde	679	14 %
<sup>2</sup> Jämförbara kommuner (glesbygdskommun) medianvärde	181	10 %

Källa: HUI Research, Handeln i Sverige.

**Tabell 14 Sällanköpsvaruhandelns storlek och utveckling i Värmlands södra gränskommuner**

	Omsättning år 2011 (mkr)	Utv. 2007-2011 (%)
Eda <sup>1</sup>	627	19 %
Årjäng <sup>2</sup>	443	15 %
<sup>1</sup> Jämförbara kommuner (glesbefolkad region) medianvärde	505	17 %
<sup>2</sup> Jämförbara kommuner (glesbygdskommun) medianvärde	56	-14 %

Källa: HUI Research, Handeln i Sverige.

### 3.3 Sammanfattning av marknadsförutsättningar

- Strömstad är den största gränshandelskommunen i Sverige. Värmland har två starka gränshandelskommuner, Årjäng och Eda.
- Dagligvaruhandeln i Strömstads kommun har försäljningsindex 1 406, vilket innebär att det finns ett oerhört stort inflöde till kommunen. Omsättningen uppgår till cirka 5,2 miljarder kronor.
- Dagligvaruhandeln i norra Bohuslän är generellt stark. Orsakerna till detta varierar mellan olika kommuner. Dels beror det på stark gränshandel, dels på omfattande turism och fritidshusägande.
- Sällanköpsvaruhandeln skiljer sig starkt åt mellan kommunerna i norra Bohuslän. Strömstad har en stark handel, vilket beror på den norska gränshandeln. Uddevalla är regionens handelscentrum.
- En stor och växande köpkraft i Norge innebär goda förutsättningar för en utbyggnad av gränshandeln i Strömstad.
- Kundunderlaget i Sverige är starkt begränsat, men det är inte mot dessa kunder gränshandeln vänder sig.
- Turismen i Strömstads kommun är stark. Den utgörs främst av norska dagturister som shoppar i Nordby och Svinesund. Ett högt antal gästnätter och fritidshus per invånare bidrar också till större köpkraft i kommunen.

## 4 Konsekvensanalys

Konsekvensanalysen består av två delar. I den första delen görs en bedömning av vilket utrymme det finns för etablering av ny gränshandel i Strömstad. Beräkningarna utgår från rådande marknadsförutsättningar i upptagningsområdet och begränsas till köpkraften från den norska sidan då det är gentemot dessa områden som Nordby och Svinesund riktar sitt erbjudande.

I den andra delen görs en bedömning av vilka konsekvenser etableringen kan medföra för befintlig handel i utredningsområdet. I ett första steg kommer frågeställningen om hur en utbyggnad av handeln påverkar Strömstads centralort och Skee att behandlas. Därefter belyses hur handeln i omkringliggande kommuner påverkas.

### 4.1 Etablering av ny handel

Förutsättningarna för etableringen av ny handelsyta i Nordby och i Svinesund är:

- Köpkraftens storlek och utveckling i upptagningsområdet
- Den befintliga handelns omsättning
- Den nya etableringens beräknade omsättning

#### 4.1.1 Etableringarnas storlek och omsättning

I Strömstads kommuns förslag till fördjupad översiktsplan (FÖP) för områdena Nordby och Svinesund föreslås en ökning av handelsytan med ytterligare 100 000 kvadratmeter BTA. Dessa handelsytor fördelas enligt följande: Nordby cirka 70 000 kvadratmeter och Svinesund cirka 30 000 kvadratmeter. Försäljningsytan för daglig- respektive sällanköpsvaror beräknas som 75 procent av totalytan.

Omsättningen för den tillkommande handeln tar utgångspunkt i dels genomsnittliga omsättningsnivåer per kvadratmeter för svenska köpcentrum generellt, dels aktuella omsättningsnivåer per kvadratmeter inom gränshandeln för daglig- respektive sällanköpsvaror. Beräkningarna utgår dock från en något reviderad och därmed lägre nivå då nya etableringar initialt antas ha en lägre omsättning eftersom det tar viss tid att nå full omsättningspotential. Dagligvaruhandeln är beräknad med en yteffektivitet om 100-120 000 kronor per kvadratmeter. Sällanköpsvaruhandeln är beräknad med en yteffektivitet om 30-40 000 kronor per kvadratmeter.

Det är i dagsläget oklart hur handelsytorna kommer att fördelas mellan daglig- och sällanköpsvaror. Av det skälet har vi valt att beräkna olika ytfördelningsintervall för Nordby och Svinesund. Sällanköpsvaruhandeln antas få en större andel i Nordby varpå beräkningarna utgår ifrån en tillkommande dagligvaruhandel om 0-25 procent i området och resterande del sällanköpsvaruhandel. I Svinesund antas dagligvaruhandeln få en större andel, jämfört med Nordby. Beräkningarna utgår därför ifrån att de nya handelsytorna i Svinesund fördelas med ungefär 40-60 procent på dagligvaror och resterande del på sällanköpsvaror. I nedanstående tabell redovisas de olika alternativen för respektive handelsområde.

**Tabell 15 Etablering av ny handelsyta**

	Totalyta (kvm)	Försäljningsyta (kvm)	Dagligvaruhandel (kvm)	Sällanköpsvaruhandel (kvm)
1. Nordby	70 000	52 500	0	52 500
2. Nordby	70 000	52 500	13 000	39 500
1. Svinesund	30 000	22 500	9 000	13 500
2. Svinesund	30 000	22 500	13 500	9 000
Totalt	100 000	75 000	9 000 – 26 500	48 500 – 66 000

### Etableringsutrymme

År 2015 förväntas den norska köpkraften för daglig- och sällanköpsvaror i upptagningsområdets primära område, det vill säga länen Östfold och Vestfold, uppgå till cirka 53,7 miljarder kronor<sup>8</sup>. Av denna köpkraft avser cirka 27,7 miljarder kronor dagligvaror och 26 miljarder kronor sällanköpsvaror.

Den befintliga detaljhandeln i Strömstad omsatte cirka 6,5 miljarder kronor år 2011, vilket fördelas med cirka 5,2 miljarder kronor i dagligvaruhandeln och 1,3 miljarder kronor i sällanköpsvaruhandeln.

Utöver den befintliga dagligvaruhandeln ska därefter omsättning för ny dagligvaruhandel läggas till. Ny dagligvaruhandel i Nordby och Svinesund beräknas omsätta 1-3 miljarder kronor från start beroende på den totala dagligvaruytan samt vilken omsättning per kvadratmeter som uppnås. Tillkommande sällanköpsvaruhandel beräknas omsätta 1,7-2,3 miljarder kronor från start, vilket också beror på ytfördelning och effektivitetsnivå.

<sup>8</sup> Beräknat 1 NOK=1,2 SEK enligt valutakurs november, 2012.

Mot bakgrund av köpkraftens omfattning, handeln idag samt hur mycket omsättning den nya handeln kräver råder det inte någon tvekan om att det finns ett etableringsutrymme i Strömstad. Det som framgår i tidigare kartläggning av befolknings- och köpkraftsutvecklingen i upptagningsområdet visar att det finns en god potential både idag och i framtiden. Av det skälet är det i det här sammanhanget inte särskilt relevant att tala om huruvida det finns ett etableringsutrymme eller ej, utan istället om att analysera Strömstads marknadsandel i upptagningsområdet – idag och i framtiden.

### Marknadsandel dagligvaror

I dagsläget omsätter den befintliga dagligvaruhandeln i Strömstad cirka 5,2 miljarder kronor. Omsättningen kommer i huvudsak från Norge och en bedömning är att närmare 5 miljarder kronor kommer från denna gränshandel.

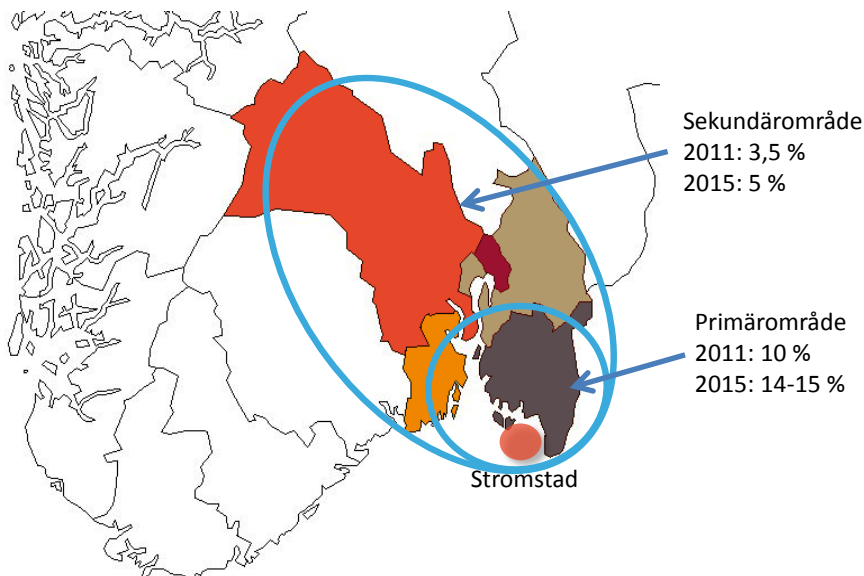
Av den totala omsättningen på 5 miljarder kronor kommer cirka 50 procent från primärområdet, det vill säga 2,5 miljarder kronor. Det innebär att Strömstad har cirka 10 procents marknadsandel i primärområdet per idag. I sekundärområdet uppgår marknadsandelen idag till cirka 3,5 procent.

**Tabell 16 Marknadsandel dagligvaror (mkr)**

	2011	2015
Omsättning dagligvaror idag	5 000	5 000
Omsättning ny dagligvaruhandel		3 000
Primärområde 50 %	2 500	4 000
Köpkraft primärområdet	25 300	27 600
Marknadsandel	10 %	14-15 %
Sekundärområde 50 %	2 500	4 000
Köpkraft sekundärområdet	70 600	78 500
Marknadsandel	3,5 %	5 %

Den tillkommande dagligvaruhandeln beräknas omsätta 3 miljarder kronor, vilket är det högre intervallet utifrån ytor och omsättning per kvadratmeter. Om samma fördelning används mellan primär- och sekundärområdet skulle det innebära att marknadsandelen för dagligvaror behöver öka från dagens cirka 10 procent till cirka 14-15 procent i primärområdet och från 3,5 till cirka 5 procent i sekundärområdet.

**Figur 11 Strömstads marknadsandel dagligvaror idag och i framtiden**



### Marknadsandel sällanköpsvaror

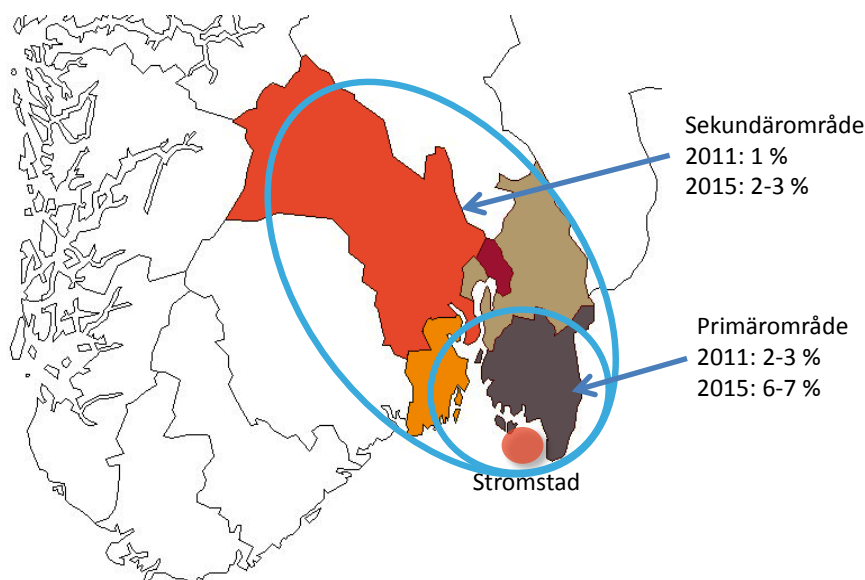
Den befintliga sällanköpsvaruhandeln i Strömstad omsätter cirka 1,3 miljarder kronor i dagsläget. Omsättningen bedöms i huvudsak komma från Norge och gränshandeln.

Av den totala omsättningen på 1,3 miljarder kronor kommer cirka 50 procent från primärområdet, det vill säga cirka 650 miljoner kronor, och andra hälften från sekundärområdet. Det innebär att Strömstad har cirka 2-3 procents marknadsandel i primärområdet idag och cirka 1 procent i sekundärområdet.

**Tabell 17 Marknadsandel sällanköpsvaror (mkr)**

	2011	2015
Omsättning sällanköpsvaror idag	1 300	1 300
Omsättning ny sällanköpsvaruhandel		2 300
Primärområde 50 %	650	1 800
Köpkraft primärområdet	23 200	26 000
Marknadsandel	2-3 %	6-7 %
Sekundärområde 50 %	650	1 800
Köpkraft sekundärområdet	64 700	74 000
Marknadsandel	1 %	2-3 %

**Figur 12 Strömstads marknadsandel sällanköpsvaror idag och i framtiden**



### Bedömning av marknadsandelar

Analysen av Strömstads marknadsandelar idag och i framtiden (år 2015) får anses vara högst rimlig. Vad gäller dagligvaror är en ökning från 10 procent till 14-15 procent av köpkraften i primärområdet inte anmärkningsvärd utan snarare realistisk mot bakgrund av att handeln utökas och utvecklas i både Nordby och Svinesund. Detsamma gäller den beräknade förändringen i sekundärområdet, från 3,5 procent marknadsandel till 5 procent.

Vad gäller sällanköpsvaruhandeln är potentialen desto större. Strömstad har en relativt liten marknadsandel idag med cirka 2-3 procent i primärområdet och 1 procent i sekundärområdet. Detta är i sig inte så märkligt då prisskillnaderna mellan Sverige och Norge inte är lika stora på sällanköpsvaror som dagligvaror och då drivkrafterna till att resa över gränsen för att handla skiljer sig åt mellan daglig- och sällanköpsvaror. För livsmedel, tobak, godis, alkohol med mera finns det en mycket stor pridfokusering medan drivkraften när det gäller sällanköpsvaror snarare handlar om ett stort och attraktivt utbud, varumärken och detaljhandelsaktörer som inte finns tillgängliga på den norska hemmamarknaden. Sedan finns det förvisso prisskillnader även på sällanköpsvaror, vilket också har betydelse. Om Nordby och Svinesund utvecklas och utökas med mer handel ökar handelsplatsernas och Strömstads samlade attraktionskraft. Möjligheten att öka marknadsandelen på sällanköpsvaror till 6-7 procent i primärområdet och 2-3 procent i sekundärområdet bedöms därför vara fullt rimlig.

#### **4.1.2 Sammanfattning av förutsättningar för en utbyggd gränshandel i Strömstad**

Gränshandeln från Norge är en grundläggande förutsättning för handelsområdena Nordby och Svinesund. Utifrån antagandet att de bakomliggande drivkrafterna, vilka möjliggör gränshandel, är oförändrade är förutsättningarna för att bedriva gränshandel i Strömstad generellt sett mycket goda. Strömstads kommun har, utifrån ett gränshandelsperspektiv, det i särklass bästa läget i norra Bohuslän och detta gäller i synnerhet handelsområdena Nordby och Svinesund som är lokaliserade endast några kilometer från den svensk-norska gränsen. E6:an och Svinesundsbron innebär mycket goda kommunikationer för norrmän att ta sig till och från Strömstad. Dessutom finns det färjeförbindelser mellan Strömstad och det norska länet Vestfold och orten Sandefjord, vilket innebär att Strömstad också har en direkt närhet till de regioner som ligger väster om Oslofjorden. Befintliga bussförbindelser mellan Oslo och Strömstad innebär också en god och hög tillgänglighet till befolkningstäta storstadsområden.

Strömstad som kommun har redan idag den mest omfattande svenska gränshandeln gentemot Norge och dess framtida möjligheter bedöms vara goda. Det finns i dagsläget inte några andra orter i norra Bohuslän som erbjuder gränshandel såsom Strömstad gör. Det förekommer emellertid handelsprojekt och utvecklingsplaner även i andra kommuner. Problematiken för flera av dessa ligger i att Nordby och Svinesund har det geografiskt bästa och för norrmännen avståndsmässigt mest gynnsamma läget i kombination med att handelsområdena redan idag är störst. Det är viktigt att komma ihåg att konsumenterna alltid väljer det närmaste inköpsstället om utbudet är likvärdiga. Det är därför inte helt realistiskt att tro att norrmän generellt skulle resa längre, förbi Strömstad som är den största gränshandelsorten, för att nå ett mindre utbud på en annan plats. En handelsplats måste vara större, annorlunda och erbjuda något alldeles särskilt för att kunderna ska uppleva det som så pass attraktivt att de åker förbi den närmaste platsen. Utifrån Nordbys och Svinesunds perspektiv får därför konkurrensen från annan så kallad gränshandel i Bohuslän ses som ytterst begränsad.

Gränshandelsplatserna Töcksfors och Årjäng i Värmland kan däremot betraktas som konkurrenter eftersom de också riktar sig mot de norska kunderna. Samtidigt är avståndet till dessa orter längre för den norska befolkning som bor i flera av de södra och västra områdena i Norge. Avståndet mellan Oslo och de tre starka gränshandelskommunerna Strömstad, Årjäng och Eda är i stort sett detsamma, cirka 10-12 mil. Avståndet till orten Töcksfors i Årjäng är dock något närmare, under tio mil. Fördelen för Strömstad är att E6:an har motorvägsstandard hela vägen från Oslo, vilket allmänt innebär att det är en större, snabbare och mer tillgänglig väg. Det faktum att de värmländska gränshandelsorterna också bygger ut och utvecklas bedöms inte nämnvärt påverka förutsättningarna för gränshandeln i Strömstad. Bedömningen är att det finns en så pass stor potential i gränshandeln att det därför finns utrymme för alla de tre gränshandelsorterna.



## **4.2 Konsekvenser vid en utbyggd gränshandel i Strömstad**

Konsekvenserna beskrivs i första hand för handeln i Strömstad, sedan för övriga näringar i Strömstad och avslutningsvis för handeln i norra Bohuslän. Konsekvensanalysen innehåller även ett nollscenario som beskriver vilka konsekvenser en utebliven utbyggnad av gränshandeln kan medföra.

### **4.2.1 Konsekvenser för handeln i Strömstads kommun**

#### **Konsekvenser för dagligvaruhandeln**

Bedömningen av Nordby och Svinesunds marknadsandelar idag och i framtiden visar att det finns möjligheter att öka inflödet av dagligvaruköpkraft från det norska upptagningsområdet. Mot bakgrund av det bedöms en utbyggnad av dagligvaruhandeln i dessa områden inte föra med sig några direkt negativa konsekvenser för befintliga aktörer. Det kan förstås bli en ökad konkurrenssituation generellt men vartefter Nordby och Svinesund utvecklas, växer och skapar ett ännu mer attraktivt erbjudande kommer också möjligheten att locka fler normmän till Strömstad att öka.

#### **Konsekvenser för sällanköpsvaruhandeln**

Nordby och Svinesunds marknadsandelar inom sällanköpsvaruhandeln är relativt låga. Om det samlade erbjudandet blir större, bredare och mer intressant är det troligt att det också kommer att locka fler besökare. Då en övervägande majoritet av sällanköpsvaruhandeln i Strömstads kommun redan idag finns i Nordby bedöms en utbyggd handel där inte ha någon negativ påverkan på befintlig sällanköpsvaruhandel i övriga delar av Strömstads kommun.

#### **Konsekvenser för tätorten Skee**

En utbyggd handel i Nordby och Svinesund innebär att möjligheterna för en utbyggnad av handeln i Skee och andra delar av kommunen begränsas kraftigt.

### **4.2.2 Konsekvenser för andra näringar i Strömstads kommun**

En utbyggnad av handelsplatserna kring Nordby och Svinesund kan, utöver ökad försäljning inom detaljhandeln, även leda till nya möjligheter och ökade intäkter inom andra närbesläktade branscher, som restaurang och boendeanläggningar med mera. I kommande avsnitt redogörs för ett antal potentiella effekter som en utbyggnad av Nordby och Svinesund kan leda till för övriga näringar i området.

Majoriteten av besökarna på Nordby är idag turister, det vill säga personer bosatta utanför Strömstads kommun. Flertalet är normmän och de besöker Strömstad över dagen utan att göra någon övernattnings i området. Under besöket på Nordby behöver de någonstans att äta, vilket

leder till att ett ökat antal besökare till Nordby även ökar möjligheterna för caféer och restauranger att öka sina intäkter. Caféer och restauranger i svenska köpcentrum omsätter i genomsnitt cirka 30 000 kronor per kvadratmeter och år. Beräkningar visar att café- och restaurangverksamheter i gränshandelsområden har en nästan dubbelt så hög omsättning per kvadratmeter, vilket beror på att gränshandelsturister oftast spenderar längre tid på handelsplatserna och därmed också har större behov av mat och dryck under sin vistelse. Fler besökare till Nordby och Svinesund innebär inte bara ökade intäkter till befintliga restauranger på området, utan kan även leda till behov av nyetableringar som i sin tur genererar nya arbetstillfällen inom restaurangsektorn.

Även om Strömstads handelsplatser i huvudsak genererar dagbesökare till kommunen finns det möjlighet att, genom ett ökat antal besökare till Nordby och Svinesund, även öka antalet övernattningar på hotell, vandrarhem, i stugbyar och på campingplatser i Strömstad. Detta skulle dels öka intäkterna och beläggningsgraden på befintliga boendeanläggningar, dels kunna innebära en potential för framtida nyetableringar. För att denna effekt ska bli märkbar krävs det att antalet besökare ökar kraftigt. En förutsättning för att detta ska ske är att utbudet i Nordby respektive Svinesund utökas så att det finns fler och starkare anledningar för besökare att stanna längre tid i Strömstad.

I takt med att handelsutbudet ökar i Nordby och Svinesund ökar även potentialen för andra sorters etableringar. Genom att till exempel utöka aktivitets-, nöjes- och tjänsteutbudet i anslutning till handeln skulle besökarna kunna kombinera shoppingen med annat.

Exempel på aktiviteter eller tjänster skulle kunna vara biograf, bilreparation/tvätt, tandläkare, veterinär eller dylikt. Detta skulle göra Nordby och Svinesund till något mer än endast en shoppingdestination. Det är dock svårt att svara på vilken typ av verksamhet som skulle vara mest lämplig och erbjuda störst potential utan att genomföra en kartläggning av besökarna och deras önskemål om aktivitets- och tjänsteutbud i anslutning till shoppingdestinationen.

### **4.2.3 Konsekvenser för handeln i norra Bohuslän**

Under normala omständigheter innebär en utbyggnad av handeln i en kommun att konkurrensen gentemot omkringliggande kommuner ökar, vilket kan bidra till negativa konsekvenser, som omsättningsminskningar och till och med utslagning, för befintlig handel. När det gäller gränshandel så är logiken dock en annan.

Då gränshandeln i Strömstad nästan uteslutande riktar sig mot norska konsumenter så är det också i Norge som de största konsekvenserna för befintlig handel kan väntas. Befintlig handel i norra Bohuslän riktar sig i huvudsak mot boende i kommunen och till viss del mot turister och fritidshusboende. Gränshandeln i övriga kommuner i norra Bohuslän är mycket begränsad. Dessutom är det ganska få personer i norra Bohuslän som reser till Strömstad för att handla. Det innebär sammantaget att handeln i övriga kommuner i norra Bohuslän i mycket liten utsträckning konkurrerar mot gränshandeln i Strömstad. En utbyggnad av gränshandeln i Strömstad bedöms därför inte innebära några nämnvärda negativa konsekvenser för befintlig handel i övriga kommuner i norra Bohuslän. Ett litet undantag är Torp, som genom sitt stora utbud, idag lockar en del kunder från Norge. En utbyggnad av handeln i Strömstad kan i begränsad omfattning påverka Torps förmåga att konkurrera med sällanköpsvaruhandeln i Strömstad. Samtidigt är det viktigt att ha i åtanke att Torp byggs ut, vilket innebär att styrkeförhållandet mellan Strömstad och Torp bedöms vara mer eller mindre oförändrat när utbyggnaden av de båda handelsplatserna är klar. För handeln i övriga delar av Uddevalla kommun i allmänhet och handeln i stadskärnan i synnerhet är den stora utmaningen inte konkurrensen från Strömstad utan konkurrensen från Torp. En konkurrens som redan idag är betydande och som blir hårdare när Torp byggs ut.

Som tidigare nämnts finns det pågående och planerade handelsprojekt i Tanum och Munkedal. Dessa projekt riktar sig i stor utsträckning mot norska kunder och betecknas därför huvudsakligen som gränshandel. HUI bedömer att förutsättningarna för gränshandel i kommuner söder om Strömstad är starkt begränsade eftersom Strömstad har en avsevärd konkurrensfördel både vad gäller geografiskt läge och utbud. Sannolikheten för att norska kunder ska åka förbi Strömstad med dess stora utbud för att handla i en mer avlägsen kommun med ett mer begränsat utbud bedöms som låg. Eftersom förutsättningarna för gränshandel i övriga kommuner redan från början är begränsade bedöms inte en utbyggd gränshandel i Strömstad ha någon större betydelse.

#### **4.2.4 Analys av nollscenario**

Ny handel som planeras i Nordby och Svinesund antas bli primärt sällanköpsvaruhandel som i hög utsträckning blir ett starkt komplement till det utbud som redan finns. Som har nämnts tidigare i rapporten kommer ett yt- och utbudsmässigt oförändrat Nordby eller Svinesund inte att påverka de omkringliggande kommunerna i norra Bohuslän eftersom det inte är gentemot dem som dessa handelsområden riktar sitt erbjudande. Däremot kan det på sikt innebära vissa förändringar i norrmännens res- och köpvanor. Om Nordby och Svinesund inte utvecklas över huvud taget samtidigt som gränshandelsplatserna i Eda och Årjäng byggs ut, får utökade ytor och nya aktörer kommer det troligen att innebära att en viss andel av norrmännen reser till de värmländska orterna för att handla, under förutsättning att deras nya utbud och samlade

erbjudande är tillräckligt intressant. Samtidigt ligger de värmländska orterna avståndsmässigt längre bort för stora delar av de befolkningstäta områden i Norge som har Strömstad som närmaste gränshandelsort. Utbudets och avståndets betydelse ska i det här sammanhanget inte underskattas. Stora delar av Strömstads upptagningsområde kommer fortfarande att ha närmast till Nordby och Svinesund och det är därför inte troligt att deras res- och köpvanor ändras enkom för att de värmländska orterna byggs ut. Dessutom är det generellt sett relativt svårt att ändra människors invanda köpvanor och beteenden.

HUI bedömer att en utebliven utbyggnad av gränshandeln i Strömstad innebär att den totala gränshandeln Sverige-Norge blir mindre än om utbyggnaden sker. Anledningen är att alla norska kunder som skulle ha åkt till Strömstad inte kommer att åka till Eda eller Årjäng även om dessa handelsorter byggs ut. Gränshandeln mot Norge omsätter idag cirka 25 miljarder kronor. Vid utbyggnad av gränshandeln enligt plan i Strömstad, Eda och Årjäng bedöms gränshandeln mot Norge kunna omsätta 30 miljarder kronor om 4-5 år, det vill säga en ökning med cirka 5 miljarder kronor, varav cirka 3 miljarder kronor tillkommer i Strömstad. En utebliven utbyggnad av gränshandeln i Strömstad innebär att en del av dessa 3 miljarder går till Norge och en del går till Värmland. HUI bedömer att den totala gränshandeln mot Norge då kommer att uppgå till cirka 26-28 miljarder kronor i stället för cirka 30 miljarder kronor. De uteblivna intäkterna för gränshandeln i Sverige blir således cirka 2-4 miljarder kronor.

## Källor och referenser

HUI Research AB. Vestin Henrik, (2011), Handelsanalys Tanum. Uppdragsgivare: PeO Hedemyr Fastighets AB.

HUI Research AB. Junkka Fredrik, (2011), Nordisk gränshandel och turism. Uppdragsgivare: Svensk Handel, Tillväxtverket, Region Värmland, Västra Götalandsregionen, Västsvenska Turistrådet.

HUI Research AB. Henrik Vestin, Mocsáry Anna, Fredrik Kolterjahn (2012), Konsekvensanalys Stora Högamotet, Stenungsund. Uppdragsgivare: Citycon.

Svensk Handel. Kolterjahn Fredrik, Tilly Pernilla, Gustafsson Niklas (2012), Den svenska shoppingturismen 2011.

### Digitala källor

- Grense Avisen, <http://www.grenseavisen.com>
- Statistisk sentralbyrå, Statistics Norway, <http://www.ssb.no>