

Cityhandelns konkurrens från externhandel och e-handel

Den traditionella handeln i stadskärnan är idag utsatt för tuff konkurrens från extern- och e-handeln. Externhandeln har haft en lång period med ökad omsättning vilket resulterat i att det numera finns externa köpcentrum och handelsplatser i varje kommun. E-handeln har i sin tur ökat sin omsättning med 400 % under perioden 2006 – 2016. En utveckling som förväntas hålla i sig. Vidare syns en trend i stadskärnorna där branschen kommersiell service tar marknadsandelar från detaljhandeln.

Detta examensarbete undersöker hur tillväxten i externhandeln, e-handeln och kommersiell service har påverkat sällanköpshandeln i stadskärnan. Vidare undersöks vilka framgångsfaktorerna är för en attraktiv cityhandel. Studien syftar även till att utreda vilka typer av åtgärder och investeringar som en fastighetsägare kan vidta för att förbättra och utveckla handeln i stadskärnan.

För att kunna besvara rapportens syfte har två stycken metoder tagits fram. Den första metoden är en regressionsanalys. Som beroende variabel har omsättningen för sällanköpshandel i 45 svenska stadskärnor valts. De oberoende variablerna är bland annat omsättningen för externhandeln i samma kommuner som stadskärnorna ligger i, den nationella omsättningen för e-handel och omsättningen för den kommersiella servicen i samma städer.

Den andra metoden som användes i denna rapport är en intervjustudie. En fastighetsägare och en representant för en intresseorganisation för handel intervjuades i de fyra städerna Helsingborg, Landskrona, Malmö och Ängelholm. Dessa skiljer sig åt när det kommer till omsättningen i sällanköpshandeln. Malmö och Ängelholm har haft en positiv utveckling medan Helsingborgs och Landskronas har varit negativ. De tillfrågade fick också ranka sina städer på en skala 1-5 utifrån ett antal kvaliteter för att

lättare avgöra vad i en stad som gör handeln attraktivare.

Resultat av regressionsanalysen var, i likhet med hypotesen, att externhandeln hade en negativ effekt på sällanköpshandeln i stadskärnan. E-handelns effekt var svår att avgöra eftersom det saknas data för omsättningen för e-handel på kommunal nivå men studeras tidigare studier är dock den allmänna uppfattningen att e-handeln påverkar sällanköpshandeln i stadskärnan negativt. Den kommersiella servicen visade sig ha en stark positiv effekt. Det finns alltså överspillningseffekter mellan de båda branscherna.

Ängelholm starkast, Helsingborg svagast

Några av de resultat som framkom av intervjustudien var att Ängelholm haft en positiv utveckling i sällanköpshandeln på grund av att externhandel i Ängelholm kompletterar det befintliga utbudet, handeln är koncentrerad till en gata och tillgängligheten med bil i staden är god. I Malmös fall hade man ett stort utbud av varor och tjänster vilket gjorde att det fans nåt för alla och man hade fastighetsägare som tänkte långsiktigt och tog in nya hyresgäster som komplettera de befintliga.

Anledningen till att Landskrona haft en sämre utveckling i sällanköpshandeln var att butiksutbudet inte var tillräckligt. Det saknades helt enkelt butiker för att locka alla typer av konsumenter. Dessutom upplevde man en tuff konkurrens från externhandeln. Helsingborg ansåg inte heller att de hade ett tillräckligt brett butiksutbud. Dessutom nämndes antalet gågator med handel i Helsingborg som ett problem. Det finns i dagsläget sex stycken vilket de tillfrågade tyckte var för mycket. Avslutningsvis saknades det också parkeringsplatser i Helsingborgs stadskärna.

Rankingen av städernas olika parametrar resulterade i Ängelholm som 1:a på 89 poäng,

Cityhandelns konkurrens från externhandel och e-handel

Malmö 2:a på 79 poäng, Landskrona 3:a på 77 poäng och Helsingborg 4:a på 76 poäng. Ängelholm hade alltså både den bästa utvecklingen i sällanköpshandeln och bäst betyg i rankingen.

Externhandel, e-handel har en negativ effekt

I rapportens slutsats besvaras de frågor som togs upp i rapportens syfte. Externhandeln har en negativ effekt på sällanköpshandeln i stadskärnan. Effekten varierar dock och är starkare för mindre städer än för större. Externhandeln kan också komplettera cityhandeln och då är effekten mindre. E-handeln har troligtvis en negativ effekt men på grund av otillräcklig data går detta inte att säkerhetsställa. Kommersiell service hade en positiv effekt, troligtvis på grund av överspillningseffekter branscherna emellan.

Framgångsfaktorer för en fungerande cityhandel

De viktigaste framgångsfaktorerna för cityhandeln är enligt denna studie:

- Bra butiksutbud
- Samarbete fastighetsägarna emellan
- Centralisering av handeln
- God tillgänglighet och bra parkeringsmöjligheter
- Handlare erbjuder god service.

Vi anser att det är lönsamt för en fastighetsägare att investera i sin egen stad. I Ängelholm som fått högst poäng, har handeln haft den procentuellt bästa utvecklingen. Det går därför att argumentera för att en fastighetsägare som är med och investerar i de kvaliteter som nämns så resulterar det i att handeln ökar. En ökad handel leder i sin tur till attraktivare lokaler vilket leder till att fastighetsägarna kan ta ut en högre hyra och risken för vakans minskar. Detta leder till att värdet på fastigheten ökar.

Martin André, LTH

Richard Hall, LTH