

Nulägesanalys Luleås stadskärna



”En levande stadskärna
är en viktig del i att skapa
attraktionskraft för en stad.
Både för befintliga och
tilltänkta nya invånare.”



INLEDNING

För att navigera sig i en förändringsresa behöver man först förstå nuläget

Under de senaste åren har vi sett en stor förändring i hur vi lever och vill leva våra liv. Dessa förändringar är till viss del påskyndade av Covid-19-pandemin och har lett till olika effekter beroende på vem du frågar. Både positiva och negativa. Undersökningar som gjorts under pandemin har visat att urbaniseringen nu inte längre sker på bekostnad av landsbygden, utan sker via invandring och nyfödsel. Man ser tendenser till att flyttströmmar har vänt och att de snarare leder ut från storstäderna i stället för in. Detta styrks av en undersökning bland unga vuxna där majoriteten önskar bo i en liten- eller medelstor stad snarare än en storstad. En annan undersökning visar att 38 % av storstadsbor i Sverige är positivt inställda till att flytta till Norrbotten eller Västerbotten för ett jobb.

Pandemin har vänt upp och ner på gamla sanningar om att man måste bo och arbeta på samma plats. Hemarbete har gjort att det är möjligt att arbeta på distans. Detta öppnar upp för att man kan bo på en plats men samtidigt arbeta i en annan stad.

Utöver dessa nya möjligheter ställer de industri-etableringar som sker i norra Sverige krav på att det ska ske en befolkningsökning i regionen.

En levande stadskärna är en viktig del i att skapa attraktionskraft för en stad. Såväl för besökare som för befintliga och tilltänkta nya invånare.

Stadskärnan kan liknas vid ett skyltfönster för staden och därför är det viktigt att den är livskraftig. Att hålla stadskärnan levande innebär utmaningar. Ändrade vanor, behov och beteenden när det kommer till nyttjandet av stadskärnan, innebär att arbetet med att skapa attraktionskraft handlar om konstant utveckling för att bemöta de nya förutsättningarna.

I varje förändrings-, förbättrings-, och utvecklingsresa är det viktigt att veta vad utgångspunkten är. För att navigera sig igenom en förändringsresa behöver man först förstå nuläget för att därifrån planera rutten vidare. Som ett led i detta har Luleå Business Region genomfört en nulägesanalys med fokus på handeln i Luleås stadskärna.

Josefin Bennet-Kjellsson

Affärsutvecklare stads- och centrumutveckling, Luleå Business Region



Luleå Business Region arbetar för en långsiktigt hållbar näringslivsutveckling. Vi bearbetar marknader, finansierar utveckling, etablerar affärer och påverkar framtidens förutsättningar för ett konkurrenskraftigt och attraktivt näringsliv i Luleå och regionen. Vårt arbete sker i linje med Luleå kommuns vision 2050, med tydlig koppling till Agenda 2030 och de globala målen och implementeringen av dessa. I partnerskap med näringslivet stärker vi Luleå som etableringsort, destination, och arbetsmarknad. Läs mer på luleabusinessregion.se



OMVÄRLDSBEVAKNING

Med ändrade behov och beteenden måste stadskärnans roll ständigt utvecklas och anpassas

Det råder en stor enighet kring vad en levande stadskärna innebär. Det beskrivs som en plats där det finns liv och rörelser och där människan är i centrum. En levande stadskärna är en plats som välkomnar människor och uppfyller deras behov och önskemål. Ofta innebär detta ett brett utbud av shopping, aktiviteter och mötesplatser. En levande stadskärna är inte endast levande i bemärkelsen att det är liv och rörelse i den, utan även i bemärkelsen att den är under konstant förändring. En levande stadskärna behöver ständigt anpassa sig efter nya behov och beteenden hos de som nyttjar den.

Under Covid-19-pandemin har e-handeln visat på tillväxt. E-handelns andel av den totala detaljhandeln växte från 11 % till 16 % mellan 2019 och 2020. E-handelns tillväxt sker på bekostnad av både den fysiska handeln i stadskärnor och övrig fysisk handel (köpcentrum och handelsområden) som under samma period har tappat andelar. Detaljhandeln i stadskärnorna uppgick till 13 % av den totala detaljhandeln och den övriga fysiska handeln uppgick till 71 %. Dessa siffror tyder på att den stora majoriteten av detaljhandeln fortsatt sker i köpcentrum och handelsområden utanför stadskärnan och att e-handeln nu har passerat den fysiska handeln i stadskärnor i andel.

Med ändrade behov och beteenden måste stadskärnans roll också ständigt utvecklas och anpassas. Historiskt sett har stadskärnan varit en plats man kommit till för handel. Vad stadskärnans huvudsakliga roll kommer vara i framtiden är svårt att sia om men med växande handelsplatser utanför stadskärnan och ett uppsving för e-handeln så har stadskärnan fått en allt viktigare roll som mötesplats. Denna roll har påverkats starkt under pandemin med restriktioner och rekommendationer om social distansering vilket inneburit en avrådan från de fysiska mötena. Besöksflödesstatistik visar att antalet besökare i stadskärnorna minskade kraftigt under

perioder med strikta restriktioner och hög smittspridning. Under perioder då smittspridningen var lägre och med färre restriktioner visar statistiken en snabb återhämtning av antalet besökare. Detta talar för att stadskärnan fortsatt har en viktig roll att fylla även framöver.

Pandemin har även haft som effekt att det har skett en tydlig konsumtionsförflyttning. Pengar som hushållen i normala fall använt till restaurangbesök, semesterar eller kulturbesök, i kombination med amorteringsfria bostadslån, har gjort att vissa hushåll har haft mer pengar att lägga på detaljhandeln. Detta såklart på bekostnad av nämnda andra näringar.

Fastighetsägarna är en viktig aktör i utformandet av stadskärnan. Dels rent estetiskt, i form av fasader, skyltning och så vidare, dels i formandet av utbud. Fastighetsägarna tvingas ständigt balansera mellan olika intressen. Dels att hyra ut lokaler till "rätt" verksamheter, verksamheter som främjar helheten och gör platsen starkare. Detta främjar i längden deras befintliga hyresgäster. Å andra sidan, har de ett behov av att generera intäkter från sina lokaler. Det betyder att det påverkar deras resultat på kort sikt att stå med tomma lokaler. Balansakten handlar om hur länge man kan hålla en lokal tom för "rätt" hyresgäst, kontra att generera intäkter direkt genom att fylla den så fort som möjligt.



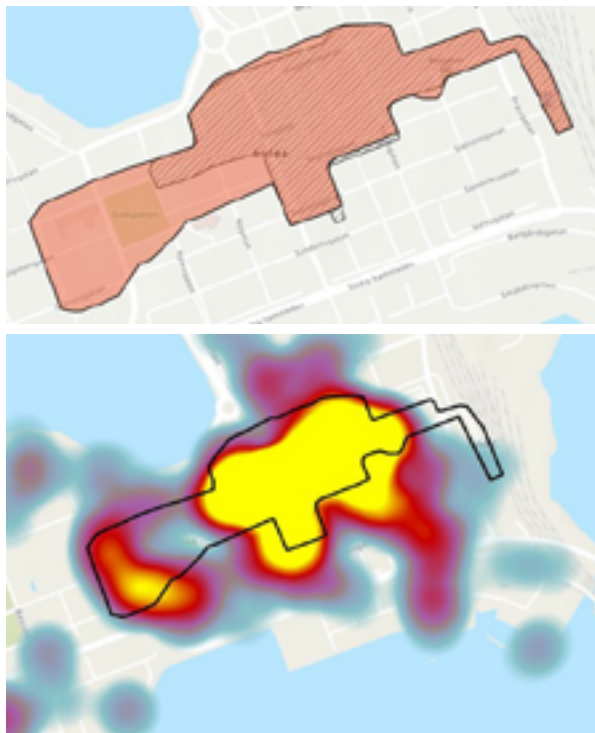
Nulägesanalys Luleås stadskärna

Under perioden januari till mars 2022 har Luleå Business Region arbetat med att kartlägga vilka utmaningar näringsidkare i stadskärnan står inför. Denna kartläggning har fokuserat på detaljhandel, restaurang & café samt övrig kommersiell handel som bedrivs inom området som definierats som Luleås stadskärna i enlighet med Cityindex (figur 1).

Kartläggningen har genomförts i form av kvalitativa intervjuer med butiksägare och butikschefer. Frågeställningar som har behandlats är bland annat:

- Vad innebär en levande stadskärna för dig?
- Vilka utmaningar står din verksamhet inför just nu/ser ni i framtiden?
- Beskriv ditt nuläge.
- Vad är bra med Luleå stadskärna?
- Vad skulle kunna bli bättre med Luleås stadskärna?

Figur 1.



Resultatet av de intervjuer som genomförts i arbetet med denna nulägesanalys har mynnat ut i en rad insikter. Både om vad som är positivt med Luleås stadskärna, så som närheten till vattnet, en bredd av verksamheter och stämningen, men även områden där centrumhandeln ser utmaningar.

Viktigt i sammanhanget är att denna analys grundar sig på samtal med olika aktörer som bedriver verksamhet i stadskärnan. De som konsumerar stadskärnan, besökarna, har inte intervjuats. Att få inspel från besökarna är givetvis också viktigt när man arbetar med utvecklingsfrågor.

I denna nulägesanalys har vi valt att fokusera på utmaningarna. Dessa utmaningar har sammanfattats under fem huvudområden; **tillgänglighet och trygghet, platsen, alternativa handelsplatser, samverkan** samt **kompetensförsörjning**.

FAKTA OM LULEÅS STADSKÄRNA

Antal verksamheter	205*
Arbetande i stadskärnan	8 106*
Boende i stadskärnan	4 405*
Antal gallerior	3
Huvudgata	Storgatan (980 m lång, 26 m bred)**
Antal parker	2 (Stadsparken & Floras kulle)
Antal torg	2 (Köpmantorget & Nytorget)

* Cityindex, 2020 | ** eniro.se





1. Tillgänglighet och trygghet

För att Luleås stadskärna ska vara attraktiv måste den vara lättillgänglig. Den ska vara lätt att ta sig till och från, att röra sig runt i samt vara tillgänglig på tider som passar olika konsumenter. I Luleå är det cirka 6 % av befolkningen som bor i stadskärnan. Merparten av de som besöker stadskärnan kommer alltså utifrån. Detta ställer krav på infrastrukturen och tillgängligheten.

Problem kopplade till infrastruktur och tillgänglighet, som näringsidkarna får höra om från sina kunder, är brist på parkeringsmöjligheter och att parkeringsavgifterna är höga. Kunderna upplever att det är krångligt att hitta en parkeringsplats i anslutning till de verksamheter man vill besöka. I våra samtal med näringsidkarna framkommer det tydligt att många som nyttjar stadskärnan är bilburna.

Problematiken med de upplevda parkerings-svårigheterna kan i förlängningen innebära en negativ utveckling för stadskärnan. Risken är att medborgarna anser det bekvämare att utföra sina ärenden på andra platser där de upplever en större tillgänglighet, till exempel handelsplatser utanför stadskärnan. Kopplat till detta har det framkommit att kollektivtrafiken är en viktig kugge för att lösa problematiken. En väl utbyggd, tillförlitlig och trygg kollektivtrafik från alla delar av Luleå med omnejd skulle utgöra ett alternativ till det bilburna beteendet som finns idag. Brist på ett fullgott alternativ till bilen har lyfts som ett problem när vi intervjuat näringsidkarna inom handeln.

En annan del i att göra stadskärnan tillgänglig är att utbudet har öppettider som matchar konsumentens behov. Det har framkommit att kundflödena i stadskärnan är höga främst kring arbetsdagens slut och lunch medan det upplevs som folktomt under

kvällen. Verksamheter som är belägna i gallerior är ofta bundna till öppettider som fastighetsägaren bestämmer medan fristående butiker i högre grad styr över sina egna öppettider. Det har framkommit att det finns många olika öppettider beroende på var verksamheten är belägen. Butiker i galleriorna Shopping och Strand har öppet till klockan 18 på vardagar medan Smedjan har öppet till klockan 19. Verksamheter i Smedjan upplever att vetskapen hos konsumenterna kring den extra timmen tycks vara låg då det är relativt folktomt under den sista timmen.

Den sista utmaningen som har belysts kopplat till tillgänglighet är möjligheten att orientera sig. Att lätt hitta vad man söker är en viktig aspekt i att göra en stadskärna tillgänglig. Inom ramen för att orientera sig faller både verksamheters skyltning och orienteringsskyltar. Det upplevs att skyltningen i stadskärnan är outdaterad, bristfällig och knapphändig. Detta gör att det är svårt att hitta rätt och utforska en större del av stadskärnan. Det har även belysts att det är många verksamheter som har flyttat eller lagt ner som fortfarande har sin skyltning kvar på tomma lokaler vilket förvirrar besökare.

Det räcker dock inte med att en stadskärna är tillgänglig. Den måste också vara trygg. De som nyttjar den ska vara trygga att röra sig i den under dygnets alla timmar. Det har framkommit under vår kartläggning att Luleå inte helt uppfyller detta. Näringsidkarna upplever att det finns grupper som uppehåller sig i stadskärnan som gör att både besökare och de som jobbar här upplever obehag. Det handlar både om ungdomsgång och personer som lever i utkanten av samhället.



2. Platsen

Centralt i att skapa en attraktiv stadskärna är självfallet platsen själv. Hur den ser ut, vad den har att erbjuda, hur man orienterar sig i den och så vidare. Platsen i sig är nyckeln till att bygga en attraktiv stadskärna.

Under arbetet har det framkommit en rad problemställningar kopplat till platsen. Den mest förekommande åsikten är att den mest levande delen av stadskärnan är koncentrerad till ett litet område mellan Smedjan och Shopping. Utanför detta stråk tunnas flödet av folk ut. Detta har framkommit främst från berörda verksamheter som ligger utanför detta stråk men har också identifierats som en generell problemställning. Verksamheter utanför detta område upplever att det satsas mer på att göra detta område estetiskt attraktivt än området utanför. En vanligt förekommande känsla är att det i "utkanterna" av stadskärnan inte prioriteras att arbeta med belysning, snöröjning och utsmyckningar i samma utsträckning. Estetiken har lyfts i många av intervjuerna som gjorts under kartläggningen. Generellt tycks Luleås stadskärna inte upplevas som estetiskt attraktiv. Arkitektur, oinspirerande skyltfönster och brist på bra belysning och utsmyckning har lyfts fram som förbättringspunkter. Det har lyfts att det sommartid görs ansträngningar med blomlådor men att det finns stort utrymme att förbättra detta för att göra platsen mer attraktiv. Under vinter-

tid upplevs det inte som att det sker utsmyckning i någon större bemärkelse.

En konsekvens av de koncentrerade flödena är att det är svårt att finna lönsamhet i verksamheter som inte ligger i området mellan Smedjan och Shopping. Detta påverkar utbudet av verksamheter i stadskärnan. Ett varierat och brett utbud av verksamheter, en blandning av större kedjor och små lokala aktörer är något som framkommer som attraktivt i en stadskärna. Näringsidkarna upplever att detta är något man historiskt har haft i Luleå, men att det på senare tid har försämrats. De mindre fristående lokala aktörerna inom handeln upplever att mer och mer av de attraktiva lägena upptas av kedjeanknutna verksamheter. Det har även uttryckts en oro över vad som händer när ett generationsskifte är aktuellt. Problematiken kring detta är dubbel. Finns det ingen arvtagare som är villig att ta vid är det idag svårt för intressenter som vill köpa verksamheten. De beviljas inte finansiering via banklån för att överta varulager.

En annan problematik för stadskärnan som framkommit är tomma lokaler. Att det finns många outnyttjade lokaler påverkar attraktiviteten av stadskärnan. Detta framkommer dels från verksamheter inne i gallerior, dels från verksamheter utanför. Deras kunder upplever att det känns som en spökstad när det finns många tomma lokaler.





3. Alternativa handelsplatser

Som det beskrivs i omvärldsanalysen är en stor utmaning för all centrumhandel, inte bara i Luleå, de ändrade köpbeteendena hos konsumenter. Alltmer handel utförs på handelsplatser utanför stadskärnan (Storheden och Skutviksstan i Luleå fall) och via internet. Även om Luleå enligt Cityindex mätning har lyckats behålla en större andel av den fysiska handeln i stadskärnan (20 %)

än genomsnittet i Sverige (16 %) är verksamheter i Luleås stadskärna mycket påverkade av detta. Denna utveckling har pågått under en tid men har accelererat under Covid-19-pandemin. Konkurrensen från internethandeln och handel utanför stadskärnan är det överlägset vanligaste svaret vi fått kring nuvarande utmaningar från verksamheter i stadskärnan.

4. Samverkan

Det har framkommit under arbetet med nulägesanalysen att det saknas ett heltäckande forum där aktörerna inom centrumhandeln kan samverka. Det har gjorts ansatser att samla handeln, men det har inte lyckats. Verksamheter som befinner sig i någon av gallerierna har gemensamma möten tillsammans med fastighetsägaren. Samverkan mellan verksamheter som inte är belägna i samma galleria förekommer inte i organiserad form i dagsläget, utan sker i form av direkta kontakter och dessa är ofta personbundna.

Under intervjuerna har det framkommit en positiv inställning till att delta i ett forum där man tillsammans med andra aktörer kan arbeta med

och dela med sig av olika problemställningar och lösningsförslag. Många har uppfattat detta som givande när det tidigare har gjorts.

En problematik som framkommit kopplat till att samla handeln är frågan om hur man ska organisera sig och vem som ska vara ansvarig för ett sådant forum.

För att lyckas med att skapa attraktionskraft genom att utveckla en levande stadskärna behövs ett bredare engagemang från genomförare, beslutsfattare, finansärer, fastighetsägare, kommun, räddningstjänst och polis, Luleå Business Region, Luleå näringsliv med flera – förutom att samla aktörerna inom centrumhandeln.

5. Kompetensförsörjning

En stor utmaning som verksamheter i stadskärnan ställs inför, som till stor del är ett resultat av covid-19-pandemin, är kompetensbrist. Under pandemin tvingades verksamheter skära ner på personalstyrkan för att överleva. Nu när pandemin mattats av och restriktionerna upphört har handeln kommit i gång igen, men den tidigare personalen finns inte längre tillgänglig för att återanställa. De har gått vidare och skaffat nya jobb, ofta inom

andra branscher. Denna situation har blivit extra tydlig för servicenäringar som hotell och restaurang. Som vi nämnt i inledningen har pandemin medfört nya möjligheter till flexibla arbetsplatser. Denna flexibilitet är per definition omöjlig för handel, hotell och restaurang att konkurrera med. Dessa typer av verksamheter bedrivs på plats och kräver att personalen befinner sig där verksamheten är. Att locka tillbaka personal som lämnat har visat sig vara svårt.



Framtidsspaningar

Som vi har belyst flertalet gånger så är en levande stadskärna i behov av att återuppfinna sig konstant. Den behöver anpassa sig efter nuläget för att hålla sig attraktiv över tid. I och med utvecklingen mot mer internethandel och utanför stadskärnan har nya krav på, och möjligheter med, vad stadskärnan fyller för roll uppkommit. Förväntan finns på ett bredare utbud, mer service, tjänster och upplevelser. En aspekt är att konsumenten idag vill kunna handla mer hållbart. Runt hälften av alla konsumenter uppger att minskad konsumtion är en nyckel för att lösa klimatkrisen.

Med den ökade bredden talar detta för att även den hållbara konsumenten fortsatt besöker stadskärnan. Kombinera detta med en väl utbyggd, tillförlitlig och trygg kollektivtrafik och ett utbud som möjliggör ett hållbart konsumerande, t.ex. via second hand och hyresalternativ så blir stadskärnan en plats för alla.

I takt med att handeln flyttar ut från stadskärnan finns fler vakanta lokaler. Vad dessa ska fyllas med i framtiden för att bidra till en levande stadskärna är en svår fråga. Luleå är långt ifrån ensam om att se denna utveckling. Det finns mycket inspiration att



Foto: Taigapic

hitta för hur man kan nyttja stadskärnan om man ser sig runt om i landet och världen.

Ett fenomen som blir allt vanligare är pop-up-butiker. Detta är butiker som öppnar tillfälligt under en begränsad tid. Det kan handla om internet-baserade handelsplatser som under en tid vill säkerställa en fysisk närvaro. Verksamheter som är säsongbetonade eller som är i ett tidigt skede och inte har möjlighet eller intresse av att ha ett långtgående hyreskontrakt. Att tillgängliggöra tomma eller speciellt avsedda lokaler till denna typ av verk-

samheter skapar möjligheter att säkerställa ett varierat utbud och kan samtidigt hjälpa till att fylla tomma lokaler. Det har vuxit fram en större förståelse från fastighetsägare att möjliggöra för olika verksamheter att hyra lokaler under en kortare period.

En annan framtidsvision kring hur man kan nyttja annars tomma och svåruthyrda lokaler är att förvandla dem till gröna mötesplatser. Att skapa utomhusliknande miljöer med träd och grönska inomhus och tillgängliggöra dessa för allmänheten främjar förutsättningarna för samhörighet, hälsa och frihet.



Luleå
BUSINESS
REGION

Luleå Business Region arbetar för en långsiktig hållbar näringslivsutveckling. Vi bearbetar marknader, finansierar utveckling, etablerar affärer och påverkar framtidens förutsättningar för ett konkurrenskraftigt och attraktivt näringsliv i Luleå och regionen. Vårt arbete sker i linje med Luleå kommuns vision 2050, med tydlig koppling till Agenda 2030 och de globala målen och implementeringen av dessa. I partnerskap med näringslivet stärker vi Luleå som etableringsort, destination, och arbetsmarknad. Läs mer på luleabusinessregion.se