

2010-10-28

Strategi för handelns utveckling i Alingsås

Bakgrund

Alingsås kommun har identifierat handeln som en viktig näringsgren för tillväxt. En utvecklad handel ger inte bara mervärden för branschen, utan skapar också nya arbetstillfällen och stärker Alingsås attraktionskraft. Handeln spelar även i stor roll i stadsbilden, som målpunkt och mötesplats.

Beställning av kommunstyrelsen

Alingsås kommunstyrelse har under våren 2010 gett i uppdrag till kommunledningskontoret att upprätta ett förslag till handelsstrategi med idéer till hur en positiv utveckling för handeln kan skapas och vidmakthållas.

Tillvägagångssätt och syfte

Kommunledningskontoret har genomfört strategiarbetet genom ett brett samarbete med företrädare för handeln och andra intressenter. Fokus har varit att göra en kort analys, följt av konkreta förslag på åtgärder och organisation.

Förankring i Vision 2019

"Alingsås är den moderna mötesplatsen med småstadens fördelar och storstadens möjligheter. Alingsås har en central roll i Västsveriges utveckling och satsar på livskvalitet och hållbarhet i hela kommunen.

Alingsås har 42 000 invånare 2019."

Kortfattad nulägesbeskrivning av handelssektorn

Alingsås är en gammal och väl etablerad handelsplats. Det geografiska läget i randen av Göteborgsregionen har skapat den handel Alingsås har idag. Från att tidigare haft en mycket självständigt/självförsörjande handel, har Alingsås emellertid alltmer blivit indraget i den större regionens handelsmönster.

Dagligvaruhandeln i Alingsås (källa: HUI) omsatte ca 1 miljard kr år 2007, vilket var en ökning med 6% sedan 2003. Det var en klart lägre utveckling än exempelvis Göteborg, Västra Götaland och riket.

Tabell 1. Omsättning (mkr) i dagligvaruhandeln

Region	2007	2003-07
Alingsås	1 020	6%
Göteborg	12 427	25%
V Götalandsregionen	35 591	16%
Riket	225 579	16%

Alingsås kommun

Postadress: 441 81 Alingsås • Besöksadress: Rådhuset, Stora torget
Telefon: 0322-61 60 00 • Fax: 0322-61 67 30 • E-post: kommunstyrelsen@alingsas.se
Webbplats: www.alingsas.se

Ett försäljningsindex på 100 visar att omsättningen inom handeln motsvarar läget om samtliga kommuninvånare gjorde sina inköp i hemkommunen och handlade likt riksgenomsnittet. Index över 100 pekar på ett inflöde av köpkraft, med motsatsen gäller - utflöde – om index ligger under 100.

Alingsås tidigare mycket höga index för dagligvaror har kraftigt försämrats under senare år. Vilket dock innebär att Alingsås fortfarande har högt index, dvs stort inflöde av köpkraft, bland de undersökta kommunerna. Nyinkomna siffror för 2008 (kursivt) visar att Alingsås har vänt den negativa utvecklingen och höjt sin index två enheter mellan 2007-08.

Tabell 2. Försäljningsindex för dagligvaror

Kommun	2007	2003-07	2008
Alingsås	109	-12	111
Ale	87	+5	
Essunga	82	+7	
Vårgårda	79	-1	
Lerum	83	+6	
Trollhättan	109	+6	
Göteborg	103	+7	

Sällanköpshandeln i Alingsås (källa:HUI) omsatte 955 mkr år 2007, vilket var en ökning med 16% sedan 2003. Även denna utveckling är klart lägre än omgivande regioner. Sällanköpshandeln är till största delen koncentrerad till Alingsås stadskärna, medan externhandel är begränsad och belägen i olika lägen utanför stadskärnan.

Tabell 3. Omsättning (mkr) inom sällköpsvaror 2007 och 2003-07

Region	2007	2003-07
Alingsås	955	16%
Göteborg	19 496	46%
Västra Götaland	46 820	36%
Riket	262 337	34%

Alingsås har tidigare haft ett sällanköpsindex som även det har legat över 100, dvs haft inflöde av köpkraft, men detta har försämrats avsevärt under de senaste åren. Se tabell. Trots detta faktum har Alingsås bra index jämfört med närmaste grannkommuner. En tendens till storstadshandling är uppenbar inom sällanköpen. Nyinkomna siffror (kursivt) för 2008 visar att Alingsås vänt den negativa utvecklingen och ökat relativt kraftigt mellan 2007-08.

Tabell 4. Försäljningsindex för sällanköpsvaror 2007 och 2003-07

Kommun	2007	2003-07	2008
Alingsås	91	-15	96
Ale	21	-3	
Essunga	37	+11	
Vårgårda	47	-13	
Lerum	27	-11	
Trollhättan	123	+18	
Göteborg	138	+11	

Analys

Handeln är en personalintensiv näring, med stor rekrytering bland många som är nya på arbetsmarknaden. Idag har drygt 2 300 personer sin utkomst inom handeln i Alingsås, vilket innebär att handeln är den största privata näringen i kommunen.

Inom samhällsplaneringen har handelsplatsernas lokalisering stor betydelse för attraktiviteten och hur staden uppfattas, men också som målpunkter för trafikrörelserna – såväl för gåendet, cyklandet som för kollektivtrafiken och bilåkandet.

Handeln i Alingsås har idag bra värden för dagligvaruhandeln, medan sällanköpshandeln har låga värden för att vara en stad i Göteborgsregionen. Med kommunens uttalade vision om tillväxt, livskvalitet och hållbarhet är det nödvändigt att inte bara befolkningen ökar utan att även sysselsättningen inom handeln utvecklas parallellt.

Lokalisering av handeln är en viktig aspekt i det hållbara samhället. Utvecklingen av handeln i Alingsås skall ha fokus på att skapa förutsättningar för handel av "flanörskaraktär" i stadskärnan. Detta skall kombineras med välbelägna kompletterande handelsområden i tätorten, där gång- och cykelkunder kan samsas med bilburna kunder.

I norra och södra kommundelarna skall det finnas tillgång till dagligvaror.

Mål

Alingsås skall utvecklas till en av Västsveriges mest attraktiva handels- och mötesplatser. Försäljningsindex för dagligvaror skall år 2019 ligga runt 120. Försäljningsindex för sällanköpsvaror skall år 2019 ligga runt 110.

Strategi för utveckling

1. Stärk varumärket Alingsås. Ett varumärke är den signal som avsändaren sänder ut till kunden. Alingsås visionsarbete mot 2019 – *den moderna mötesplatsen*, är redan starkt, men behöver kompletteras med en varumärkesstrategi för handeln, för att behålla befintliga kunder och attrahera nya. I varumärket skall ligga att handeln i Alingsås är lokaliserad i ett långsiktigt hållbart perspektiv.

2. Utveckla stadskärnehandeln. Alingsås stadskärna är den självklara medelpunkten i handelns utveckling i Alingsås kommun. Stadskärnan har stor potential att öka sin

attraktionsgrad och sin roll som målpunkt för närregionen. Satsning skall göras på fler butiker i olika lägen, ökat kafé- och restaurangliv, förbättrad infrastruktur i form av kollektivtrafik, parkeringsplatser, gårdsgator samt, inte minst, mötesplatser i gaturummen.

3. Bygg upp kompletterande handelsplatser. Stadskärnan måste kompletteras med attraktiva, välbelägna, handelsplatser som erbjuder den handel som inte passar i stadskärnan. Dessa handelsplatser skall lokaliseras inne i centralorten, i dess norra respektive södra del.

4. Skapa ett utvecklingsråd som har till syfte att säkerställa en långsiktig stark handelsutveckling i Alingsås kommun. Rådet bör bestå av företrädare från bland annat handeln, fastighetsägare, hotell-restaurang-kafé samt kommunen.

5. I de större tätorterna utanför centralorten bör dagligvaruhandel finnas och övrig handel stimuleras.

6. Etablera samarbete med referenskommun för att ta del av erfarenheter avseende framgångar och motgångar.

7. Kompetensförsörjning av arbetskraft är central för handelns utveckling. Campus Alingsås, Alströmergymnasiet och andra utbildningsanordnare skall vara viktiga samarbetspartners.

8. Effektiv kommunikationsstruktur skall byggas. Tydlig kommunikation, både internt och externt, och snabbare beslutsprocesser ger möjlighet till effektivt och framgångsrikt stöd till företagen.

KOMMUNLEDNINGSKONTORET