

Hagsätra Rågsved

Handelsutredning
Mars 2017

Inkom till Stockholms stadsbyggnadskontor - 2017-03-15, Dnr 2016-05329



Stockholms
stad



Innehåll

1.	Inledning	4		
1.	Bakgrund	4		
2.	Uppdragets syfte och mål	4		
3.	Rapportens disposition	4		
2.	Handelns utveckling	5		
1.	Marknadsplatserns attraktionskraft	7		
2.	Utveckling av stadsdelscentrum	9		
3.	Marknad och marknadsutveckling	11		
1.	Om stadsdelarna Hagsätra och Rågsved	11		
2.	Marknadsområde	12		
3.	Upptagningsområde	13		
4.	Folkmängd och befolkningsutveckling	14		
5.	Socioekonomisk sammansättning	17		
6.	Arbete och pendling	19		
7.	Kommunikationer och resor	20		
8.	Bostäder idag och i framtiden	22		
9.	Marknadsunderlag och prognos	24		
10.	Handeln i marknadsområdet	26		
4.	Utvecklingspotential	34		
1.	Dimensionering och omsättningspotential	35		
2.	Var bör utveckling prioriteras?	36		
3.	Hagsätra centrum	37		
4.	Rågsved centrum	38		
5.	Levande lokala centrum	39		
•	Bilagor	42		

Sammanfattning

Marknadsförutsättningar

Fysiska barriärer och konkurrerande handel i närområdet innebär att upptagningsområdet begränsas till i huvudsak den egna stadsdelen, Hagsätra respektive Rågsved.

En potentiellt stark befolkningsutveckling, i och med att det planeras för 3 000 nya lägenheter i stadsdelarna, innebär att marknadsunderlaget i närområdet växer kraftigt fram till år 2030.

Bra kollektivtrafik, med närhet till tunnelbanan, är positivt för stadsdelarnas attraktivitet som bostadsort.

Utvecklingspotential Hagsätra-Rågsved

Hagsättras roll och funktion är att fungera som ett lokalt stadsdelscentrum med målsättning att vara en samlingsplats och social mötespunkt för hela stadsdelen. Det kommersiella utbudet har liksom serviceutbudet fokus på att tillfredsställa det vardagliga behovet, både inom dagligvaror och sällanköp. Den offentliga miljön präglas av närhet, trygghet, lokal prägel, identitet och samarbeten. Genom att skapa ett centrum med ett stort utbud ges nya möjligheter till en social mångfald på platsen som tidigare inte varit möjlig.

Givet marknadens tillväxt bedöms den uthyrbara ytan i Hagsätra centrum kunna öka från dagens 4 750 kvm till mellan 8 200-10 100 kvm år 2030. Ytorna bedöms kunna öka mest inom detaljhandeln och i synnerhet inom sällanköpsvaruhandeln. Café- och restaurangverksamheter beräknas kunna öka med 300-500 kvadratmeter LOA vardera.

Rågsved centrum är ett mindre centrum av mer bostadsområdeskaraktär. Även i Rågsved finns det marknadsmässiga förutsättningar för utbyggnad inom både dagligvaru- och sällanköpsvaruhandeln. I Rågsved förordar WSP primärt en expansion inom dagligvaruhandeln samt en viss ökning av ytorna inom café, restaurang och kommersiell service. En expansion av sällanköpsvaruhandeln bör i första hand koncentreras till Hagsätra centrum.

Rågsved centrum kan idag sägas vara ett lokalt centrum som förlorat sin ursprungliga funktion. Den utveckling som planeras innebär en möjlighet att omvandla nuvarande Rågsved centrum till en plats med en ny funktion i stadsdelen. Handel och andra verksamheter kan med fördel flyttas upp en nivå, från dagens nedsänkta läge, till en punkt där flödena inom området finns. Torget kan fortsättningsvis fungera som en central plats i stadsdelen men med andra verksamheter omkring. Den övergripande målsättningen bör vara att skapa en välgestaltad och naturlig mötesplats där det sociala mötet är överordnat platsens kommersiella funktion.

1. Inledning

1. Bakgrund

Stockholms stad vill utveckla Hagsätra och Rågsved med 3 000 nya bostäder och mer service. Under hösten 2016 och vintern 2017 arbetar Stockholms stad, Exploateringskontoret och Stadsbyggnadskontoret, med olika utredningar i området. Det handlar bland annat om frågor som rör trafik, sociala konsekvenser, ekologi och handel. Utöver detta har synpunkter från de boende, vad de tycker om sitt område idag och hur det kan förbättras i framtiden, samlats in via en digital enkät.

När utredningsarbetet är klart kommer olika fokusområden att föreslås inom Hagsätra och Rågsved. Staden avser därefter arbeta mer fördjupat inom respektive fokusområde och ta fram konkreta förslag för hur de kan utvecklas med bostäder och service.

Viktiga mål, vid planeringen av Hagsätra och Rågsved, är att bidra till att stärka centrumen och att öka tryggheten i hela området. Om fler människor flyttar in ökar förutsättningarna för ett större utbud av butiker och service. Fler boende ger också mer liv och rörelse i området vilket bidrar till större trygghet.

2. Uppdragets syfte och mål

Rapportens syfte är att analysera de kommersiella förutsättningarna, för handel, restaurang och service, i stadsdelarna Hagsätra och Rågsved. Detta omfattar kartläggning av marknadsförutsättningarna, både avseende efterfråge- och utbudsförhållanden, idag och i framtiden. Syftet är att utifrån framtida marknadsunderlag, bedömd köptrohet samt rådande konkurrens ge underlag för dimensionering och beräkning omsättningspotential för stadsdelscentrumen. Vidare ges rekommendationer och förslag på åtgärder för att skapa attraktiva centrum i Hagsätra respektive Rågsved.

3. Rapportens disposition

Denna rapport tar i kapitel 2 utgångspunkt i en kortfattat redovisning av handelns utveckling i allmänhet och utvecklingen av stadsdelscentrum i synnerhet. Kapitel 3 omfattar marknadsförutsättningarna, både avseende utbuds- och efterfrågeförhållanden. Kapitel 4 omfattar slutsatser vad gäller utvecklingspotential, dimensionering, omsättning och branschstruktur samt konsekvensanalys utifrån framtida marknadsunderlag samt förslag till åtgärder för att skapa ett attraktivt och hållbart centrum i Hagsätra och Rågsved. Begrepps-förklaringar redovisas i *Bilaga I: Definitioner*.

Kontaktpersoner

Frågor om denna rapport och utredning besvaras av:

Ulf Rämme, senior analytiker WSP Analys & Strategi
Tel: 010-722 86 72
E-post: ulf.ramme@wspgroup.se

Anna Mocsáry, senior analytiker WSP Analys & Strategi
Tel: 010-722 88 10
E-post: anna.mocsary@wspgroup.se

2. Handelns utveckling

Detaljhandeln är en betydelsefull sektor av den svenska ekonomin och en dynamisk bransch i ständig förändring.

Levnadsstandarden har ökat kraftigt i Sverige under hela 1900-talet. Stigande inkomster i kombination med fallande priser och ett allt bredare och djupare utbud har möjliggjort för allt fler att konsumera allt mer. Detta har inneburit en långsam och långsiktig förskjutning av hushållens konsumtion, där detaljhandeln i allt högre grad konkurrerar med övriga tjänstenärings.

År 2015 omsatte detaljhandeln i Sverige över 700 miljarder kronor. Det motsvarar ungefär en tredjedel av hushållens konsumtion. Sedan mitten av 1970-talet har hushållens konsumtion ökat i volym samtidigt som dess sammansättning har förändrats. Det är främst konsumtionen av basvaror som har minskat sin andel av hushållens utgifter. Detta har frigjort ett ökat utrymme för hushållen att konsumera mer sällanköpsvaror, hotell, restaurang, resor samt övriga varor och tjänster.

Strukturomvandling

Detaljhandeln har genomgått en omfattande utveckling. Handeln har blivit mer professionell, konkurrensen har hårdnat och kedjeföretagen har tagit ett starkare grepp om marknaden. I denna omvandlingsprocess har många företag utvecklat sitt erbjudande i syfte att nå en så bred målgrupp som möjligt. Ny teknik har gjort inköp, logistik och marknadsföring lättare, vilket i sin tur har lett till lägre konsumentpriser. En liberal lagstiftning gällande öppettider och etablering har bidragit till att göra den fysiska handeln mer tillgänglig än tidigare. Den stora förloraren har framför allt varit de fristående handlarna som har fått utstå stark press för att överleva.

I takt med en ökad urbanisering och förändrade pendlingsmönster har också förhållandet mellan stad och land förskjutits. Handeln har koncentrerats till storstadsregioner, större städer och ett begränsat antal kommuner med speciella förutsättningar. Omvandlingen har framför allt berört sällanköpsvaruhandeln medan dagligvaruhandeln fortfarande är relativt stark på den lokala marknaden. Parallellt med den geografiska strukturomvandlingen pågår också en förskjutning mellan olika marknadsplatser inom storstadsregionerna och de större städerna. Detta kommer främst till uttryck genom att handeln i städernas centrala delar eller stadsdels- och bostadsområdescentrum stöter på en ökad konkurrens från marknadsplatser med volymhandel och/eller köpcentrumhandel lokaliserade i utkanten av eller utanför centralorten. Stadskärnornas relativt diversifierade utbud har gjort att de har klarat av att i huvudsak behålla sin marknadsposition, medan den mer småskaliga handeln, framför allt sällanköpsvaruhandeln, har påverkats negativt med sviktande efterfrågan, minskad omsättning och ökad vakansgrad som följd.

2. Handelns utveckling

Det finns tendenser till att annan service, som tidigare hade ankarkfunktioner i de lokala centrumen, exempelvis bank- och postkontor, har sett en minskad efterfrågan för att slutligen läggas ned. Offentlig service styrs i många fall av politiska överväganden eller besparingskrav varför beslut om utveckling, etablering eller avveckling kan uppstå plötsligt. Effekterna blir emellertid desamma. När ankarkfunktionerna försvinner minskar anledningen till naturliga besök vilket riskerar att medföra en negativ spiral som spiller över på andra verksamheter, med vakanta lokaler som följd. Tomma lokaler ger som bekant ett otrevligt och ödsligt intryck vilket inte heller uppmuntrar till användning av de offentliga miljöerna.

Många stadskärnor och lokala centrum har fått se andra verksamheter, inte minst privat kommersiell service, fylla de tomma lokalerna. Branschmixen har till följd av en ökad efterfrågan på dessa tjänster således förändrats genom att utbudet av tjänster inom café och restaurang, frisörer, gym, skönhets- och hudvårdssalonger har ökat kraftigt under den senaste tioårsperioden. Detta är i sig positivt eftersom en plats med ett brett och varierat utbud har bättre förutsättningar att generera flöden än platser som erbjuder ett ensidigt utbud.

Framtiden för stadsdels- och bostadsområdescentrum är mer osäker. Det tycks finnas ett nyväckt intresse för utveckling. De centrum som däremot missköts kan sannolikt fortsätta sin nedgång medan de som anpassar sig till kundernas efterfrågan kan förväntas överleva och växa. För att stärka centrumen blir det viktigt att förstärka närområdet med bostäder och arbetsplatser. Flera stadsdelscentrum är belägna i anslutning till kollektivtrafik-knutpunkter, vilket ger goda förutsättningar för framtida tillväxt.



Vy över Sergelgatan i Stockholm city. Källa: WSP

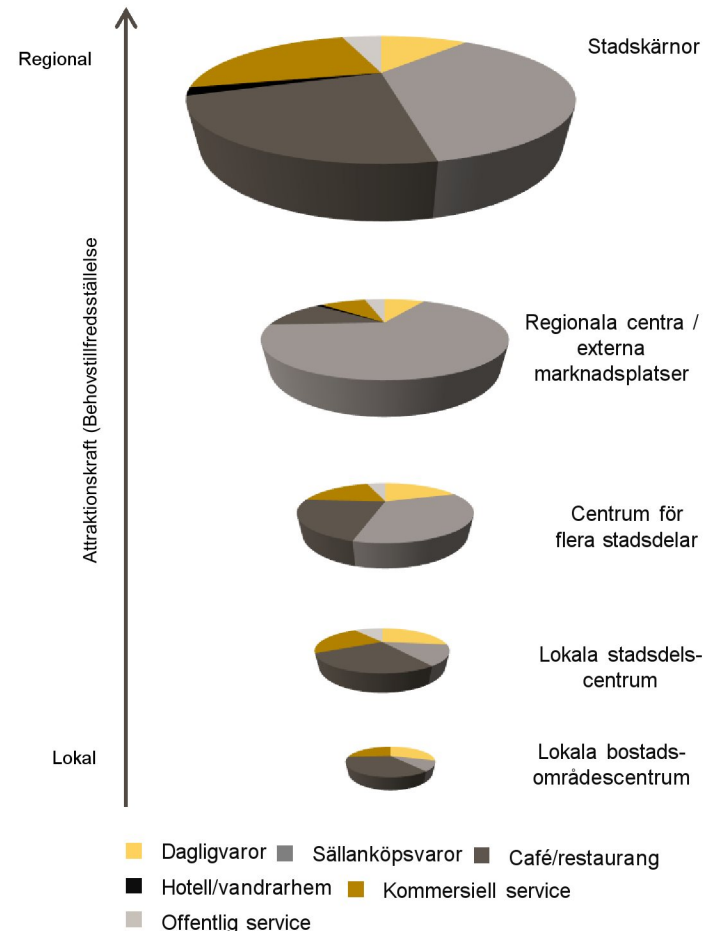
2. Handelns utveckling

1. Marknadsplatser attraktionskraft

Centrum och marknadsplatser attraktionskraft varierar således beroende på en lång rad faktorer varav utbudsbredd, och i förlängningen centrumstorlek, är en. Figuren visar olika centrumkategoriers utbudsmängd, det vill säga antal butiker/arbetsställen, och branschbredd i storstadsregioner och större städer. Den ska tolkas som att centrumens geografiska attraktionskraft ökar i takt med att deras storlek och diversifiering ökar. Förflyttningar av en centrumposition från en nivå till en annan är förknippad med stora insatser och endast möjliga på lång sikt. Det är värt att poängtera att figuren ej tar hänsyn till olika centrums eller marknadsplatser prestation i termer av omsättning, yteffektivitet eller lönsamhet. En sådan klassificering skulle hypotetiskt sett innebära att stadskärnor och regionala centrum eller externhandelsområden bytte plats med varandra.

Den lägsta nivån representeras av små lokala centrum vilka primärt vänder sig till de boende och arbetande i det absoluta närområdet. I en storstad kan marknadsområdet sägas utgöras av ett eller några sammanhängande kvarter. Utbudet speglar det lokals DNA och utgörs ofta av någon eller några mindre dagligvarubutiker (livsmedel, tobak eller blommor), vilka kompletteras med enklare café- och restaurangverksamheter och i vissa fall med kommersiell service.

På stadsdelsnivå kan två nivåer urskiljas varav den ena, lokala stadsdelscentra, återfinns i såväl storstadsregioner som större städer medan den andra, centrum för flera stadsdelar, uteslutande återfinns i storstadsregionerna Stockholm, Göteborg och Malmö.



Källa: WSP

2. Handelns utveckling

Ett lokalt stadsdelscentrum har ett något större och mer diversifierat detaljhandelsutbud än bostadsområdescentrum. Dagligvarubutikerna är större, ibland fler och kompletteras ibland med viss sällanköpsvaruhandel av lokal karaktär (från kedjeföretagen fristående aktörer). Utbudet av café och restaurang och kommersiell service är något större, men som andel av centrumets totala utbud spelar dessa branscher mindre roll än i de lokala bostadsområdescentrumen. En viktig skillnad gentemot lokala centrum är att besökaren i dessa centrum kan återfinna viss offentlig service såsom tandläkare, vårdcentral eller biblioteksfilial.

Överordnat dessa, och med ett något större geografiskt marknadsområde än de båda tidigare, återfinns i storstadsregionerna så kallade centrum för flera stadsdelar. Jämfört med tidigare centrumkategorier är utbudet inom både handel och service större och mer diversifierat så till vida att fler branscher finns representerade och vissa fall även kedjeföretag. Inom kommersiell och offentlig service hittar besökaren ofta bank, gym, postkontor, fritidsgård, medborgarkontor, bibliotek, försäkringskassa och ibland biograf eller badhus. I tillägg brukar det också finnas ett relativt brett utbud av hälso- och sjukvård.

Regionala centrum eller externa handelsplatser är marknadsplatser som ej är belägna i stadskärnor eller någon av de tidigare centrumkategorierna. Dessa kännetecknas av att utbudet visserligen är större än tidigare men samtidigt mer specialiserat. Ett starkt och tydligt fokus på detaljhandel (shopping och/eller volymhandel) gör att utrymmet för café och restaurangverksamheter samt kommersiell och, framförallt, offentlig service är begränsat. I takt med en ökad konkurrens har utbudet inom café och restaurang vuxit kraftigt under senare år.

Liksom detaljhandeln domineras café- och restaurangnäringen i viss mån av kedjeföretag. Inom den kommersiella servicen är bio, gym och andra aktivitetsbaserade verksamheter, exempelvis bowling, viktiga i konkurrensen med stadskärnorna. Enstaka kommersiella boenden (hotell) kan förekomma men då ofta inom lågprissegmenten.

Jämfört med övriga centrum/marknadsplatser har stadskärnorna det största och mest diversifierade utbudet. Antalet detaljhandels- handelsaktörer är ofta i paritet med eller fler än på de regionala och/eller externa handelsplatserna. Som andel av stadskärnans totala utbud utgör detaljhandeln emellertid knappt hälften av verksamheterna. Utbudets karaktär skiljer sig från de regionala marknadsplatserna så till vida att det är mer småskaligt och serviceintensivt samt i huvudsak inriktat på shoppingsegmentet.

En konkurrensfördel är att lokala handlare ofta samlokaliseras med kedjeföretag. Café- och restaurangnäringarna samt övrig kommersiell service utgör en lika stor andel som handeln och det är, precis som inom handeln, inte ovanligt att lokala aktörer är samlokaliserade med nationella kedjeföretag. Den offentliga servicen är visserligen mer frekvent förekommande, men som andel av det totala utbudet är det i paritet med övriga marknadsplatser.

2. Handelns utveckling

2. Utveckling av stadsdelscentrum

Stadsdelscentrum, som till stor del är byggda under 60- och 70-talen, har under lång tid upplevt en svag utveckling. Eftersatt underhåll i kombination med ökad konkurrens från städernas centrala delar och större regionala centrum har bidragit till detta. Bristen på satsningar har lett till att den relativa attraktiviteten har försämrats. Det finns emellertid indikationer på en renässans för stadsdelscentrum. Däri ligger ett ökat intresse från investerare och offentliga aktörer, en drivkraft att "något måste göras" samt att det finns potential att nå en positiv utveckling.

Stadens tillväxt och stadsdelscentrumens roll

Städerna växer vilket skapar möjligheter även för stadsdelscentrum. I en växande stad värderas tid högt och platser med god tillgänglighet är platser som är attraktiva för de boende. Stadens mest centrala delar har oftast högst tillgänglighet. Men alla kan inte eller har inte råd att bo centralt och som en konsekvens av detta sprids stadens befolkningstillväxt utåt. Det är i denna process som tillgängliga platser som stadsdelscentrum kan ha en utvecklingspotential. Tillgänglighet är dock inte den enda omständigheten utan faktorer som områdets status, den omkringliggande miljön liksom utbudet av handel och service kan också bestämma attraktiviteten.

Konkurrens

En faktor som är av central betydelse är hur ett centrum står sig i konkurrensen med andra centrum. Om andra centrum har ett mer intressant utbud av butiker, caféer och restauranger finns det en risk att kunderna väljer bort det egna, närliggande centrumet till förmån för något annat. Detta gör det mindre intressant för exempelvis detaljhandelsaktörer att etablera sig. Stadsdelscentrumen befinner sig härmed i en konkurrensprocess med andra marknadsplatser, till exempel handeln i city, större externhandelsområden med flera. Konkurrensen från e-handeln ökar också allt mer.

Stadsdelscentrumens ursprung och arv

Hur stadsdelscentrumen ser ut idag varierar beroende på geografiskt läge, befolkningsunderlag men även de planeringsideal som rådde vid tiden när de uppfördes. Många stadsdelscentrum är ett arv från grannskapsplaneringen från 1940-talet, då servicefunktioner började samlas i ett gemensamt centrum. Dessförinnan etablerades ofta butiker och service mer utspritt. Grannskapsplaneringens ambition var att stärka gemenskapen i området och öka tryggheten, vilket också var kritik mot den distansering som förespråkarna menade att industristaden hade medfört. Planeringen syftade även till att stärka demokratiska ideal genom att fokusera på det offentliga livet i stadsdelen. Exempel på stadsdelscentrum som uppkom under denna tid är: Årsta, Vällingby och Farsta i Stockholm. Bostadsbrist under 1960-talet innebar en expansiv byggperiod under ett decennium. De stadsdelscentrum som uppkom under denna tid kom att bli mer storskaliga än de föregående. De kännetecknas av en funktionsuppdelning som var ett rådande ideal under denna tid. Det innebar att handel, bostäder och trafik separerades då det ansågs mer säkert och funktionellt. Handeln rationaliserades och små butiker försvann. I storstadsområden blev stadsdelscentrum en del av större regioncentra med större upptagningsområden. Stadsdelscentrum från denna tid är exempelvis Täby Centrum och Skärholmen.



Källa: WSP

Faktorer som påverkar upplevelsen av ett staddelscentrum. Källa: WSP

3. Marknad och marknadsutveckling

Detta kapitel inleds med en kortfattad beskrivning över stadsdelarna Hagsätra och Rågsved. Därefter kartläggs de marknadsmässiga förutsättningarna för detaljhandel.

1. Om Hagsätra/Rågsved

Hagsätra är en stadsdel i Söderort inom Stockholms kommun. Stadsdelen gränsar till Älvsjö, Örby och Rågsved samt till Stuvsta i Huddinge kommun. Det moderna Hagsätra började växa fram i slutet av 1950-talet. Området bebyggdes med flervåningshus, huvudsakligen mellan 1958 och 1967. Nya bostäder har tillkommit under 1990- och 2000-talen. Det finns drygt 4 000 bostäder i Hagsätra. Merparten är i flerbostadshus och endast en mindre andel i småhus. Hagsätra centrum är ett relativt vanligt stadsdelscentrum med viss handel och service som vårdcentral, bank, apotek, bibliotek med mera. Centrumet fick en upprustning på 1990-talet.

Rågsved är, liksom Hagsätra, en stadsdel i Söderort inom Stockholms kommun. Stadsdelen gränsar till Hagsätra, Högdalen, Fagersjö och söderut till Huddinge kommun. Bebyggelsen uppfördes huvudsakligen mellan 1955 och 1957, vilket var under samma tid som tunnelbanans gröna linje drogs till de södra delarna av Stockholm. Rågsved är med andra ord inte ett så kallat miljonprogramsområde utan äldre än så. Det finns drygt 4 900 bostäder i stadsdelen varav majoriteten är i flerbostadshus. De ursprungliga husen har successivt renoverats och det finns nyproducerade lägenheter uppförda på 2000-talet. Rågsved centrum har ett mindre utbud av service och butiker, bland annat livsmedel, restauranger, frisörer med flera. Rågsved ansågs som toppmodernt i slutet av 1950-talet men redan på 1970-talet betraktades det som ett problemområde. Båda stadsdelarna Hagsätra och Rågsved tillhör stadsdelsområdet Enskede-Årsta-Vantör.



Källa: Eniro/WSP

3. Marknad och marknadsutveckling

2. Marknadsområde

Marknadsområdet är den geografiska marknad inom vilken olika verksamheter, som handel, service och restaurang, huvudsakligen verkar och konkurrerar. Området definieras dels av befintliga vägar och kommunikationer, dels av konkurrerande handelsplatser i närområdet. Den geografiska utsträckningen beror också på relationen till olika befolkningskoncentrationer liksom de fysiska och mentala barriärer som föreligger. Det potentiella marknadsområdet

för Hagsätra och Rågsved kan sägas vara stora delar av Söderort men det begränsas av regionala handelsplatser som Skärholmen-Kungens Kurva, köpcentrum som Farsta och Huddinge centrum samt närliggande handel, främst i Högdalen centrum. Utöver det påverkas marknadsområdet av befintlig infrastruktur, vägnät, spårförbindelser, bostadsbebyggelse respektive grönområden emellan bebyggda områden med mera.



Källa: Eniro/WSP

3. Marknad och marknadsutveckling

3. Upptagningsområde

Upptagningsområdet avser det geografiska område som handeln i Hagsätra respektive Rågsved huvudsakligen kan locka kunder ifrån. Det är således det område som omfattar efterfrågesidan, som exempelvis befolkningsstorlek, demografisk struktur, köpkraft med mera. Mot bakgrund av att människor i regel handlar livsmedel och övriga dagligvaror i närheten av bostaden, eller arbetsplatsen, är upptagningsområdet för en dagligvarubutik oftast mer avgränsat än för en butik inom sällanköpsvaruhandeln.

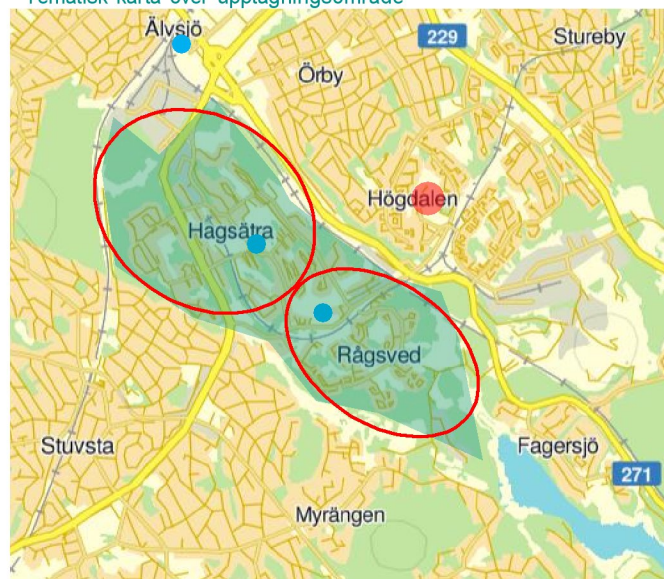
Upptagningsområdet för Hagsätra och Rågsved påverkas och begränsas av:

- befintlig handel, service och restaurangverksamheter.
- konkurrerande centrum och handelsplatser.
- den lokala infrastrukturen och kommunikationer.
- gångavstånd i tid och avstånd.
- bostadsområden idag samt planerade bostäder i närområdet i framtiden.
- geografiska, strukturella och fysiska barriärer.
- övergripande tillgänglighet till och från området.

Utgångspunkten är att upptagningsområdet är de två stadsdelarna Hagsätra och Rågsved. För Hagsättras del är den egna stadsdelen primärområde och detsamma gäller för Rågsved, det vill säga den egna stadsdelen bedöms vara primärområde. Respektive centrum

bedöms i huvudsak betjäna boende i den egna stadsdelen och inte nämnvärt attrahera och dra människor utifrån. Hagsättras primärområde är möjligen något större då den befintliga dagligvaruhandeln är starkare i Hagsätra centrum. Det är sannolikt att boende i området mellan Rågsved och Hagsätra snarare dras till Hagsätra för inköp av dagligvaror då utbudet är större. Varken Hagsätra eller Rågsved centrum bedöms i dagsläget ha något sekundär- eller tertiärområde. Rågsved ligger framförallt i en funktionsskugga från de två övriga centrumen i närområdet.

Tematisk karta över upptagningsområde



Källa: Eniro/WSP

3. Marknad och marknadsutveckling

4. Folkmängd och befolkningsutveckling

De demografiska marknadsförutsättningarna utgörs framför allt av befolkningens storlek och utveckling, både utifrån ett historiskt och framåtblickande perspektiv med befolkningsprognoser. Befolkningens sammansättning i form av struktur och åldersmässig fördelning är av intresse då det exempelvis visar hur stor andel barn, pensionärer respektive invånare i arbetsför ålder som ett område har. Socioekonomiska faktorer som exempelvis inkomst- och utbildningsnivå, arbetslöshetstal med mera påverkar också efterfrågan då olika människor konsumerar och spenderar olika mycket inom detaljhandeln.

Befolkningens storlek idag och i framtiden är betydelsefull då det avgör hur stor den samlade köpkraften i området är och ju fler invånare, innebär desto högre köpkraft. De aktuella befolkningsprognoserna för stadsdelarna Hagsätra och Rågsved avser år 2016-2025. Befolkningen har därför skrivits fram till år 2030 med den genomsnittliga procentuella utvecklingen för respektive område.

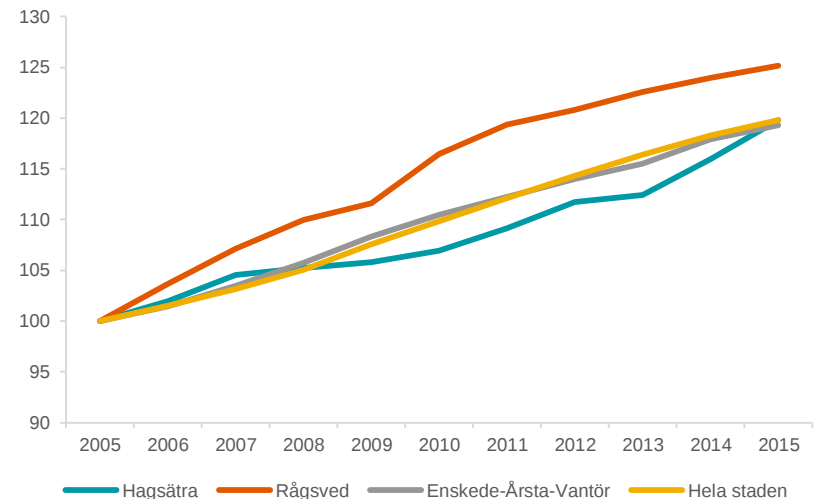
Historisk befolkningsutveckling 2005-2015

Den historiska befolkningstillväxten under år 2005 till 2015 visar att både Hagsätra och Rågsved har utvecklats i nivå med utvecklingen i stort, både jämfört med stadsdelsområdet Enskede-Årsta-Vantör och med hela staden. Rågsved har haft en procentuellt sett något starkare årlig befolkningstillväxt under denna tidsperiod.

Befolkning och utveckling per stadsdel, område, staden 2005-2015

Område	2005	2010	2015	Tillväxt 05/15	Tillväxt 10/15	Årlig tillväxt 05/15
Hagsätra	7 893	8 439	9 458	20 %	12 %	1,8 %
Rågsved	9 617	11 198	12 038	25 %	8 %	2,3 %
Enskede-Årsta-Vantör	81 801	90 370	97 587	19 %	8 %	1,8 %
Hela staden	771 038	847 073	923 516	20 %	9 %	1,8 %

Källa: Stockholms stad, Statistik Stockholm



Källa: Stockholms stad, Statistik Stockholm. Index 100=år 2005

3. Marknad och marknadsutveckling

Befolkningens storlek och prognos 2015-2030

Befolkningen i Hagsätra och Rågsved uppgick till närmare 9 500 respektive drygt 12 000 invånare per 31 december, 2015. De aktuella prognoserna för stadsdelarna Hagsätra och Rågsved avser år 2016-2025 och anger en viss positiv tillväxt i Rågsved medan Hagsätra förväntas uppvisa en negativ tillväxt. Befolkningen har skrivits fram till år 2030 utifrån den årliga procentuella tillväxttakten.

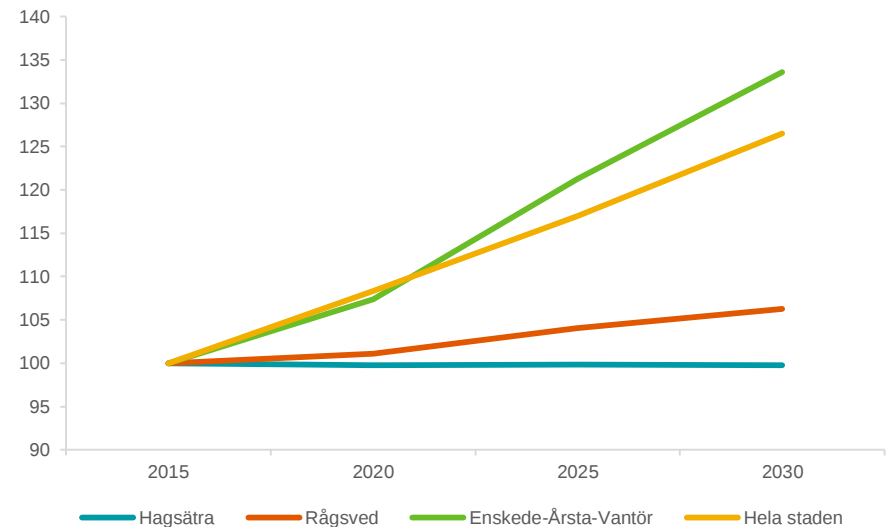
Utifrån dagens befolkning liksom den prognostiserade tillväxten beräknas antalet invånare i Hagsätra och Rågsved sammantaget endast öka med 743 invånare fram till år 2030. Den beräknade tillväxten per år är betydligt lägre i Hagsätra och Rågsved jämfört med hela stadsdelsområdet Enskede-Årsta-Vantör samt staden som helhet.

Under hösten 2016 presenterade Stockholms stad aktiva satsningar på Hagsätra-Rågsved. Syftet är att vända den negativa trenden med att det har byggts för få bostäder. Målet är att det ska byggas totalt cirka 3 000 nya bostäder i Hagsätra och Rågsved. De nya bostäderna återspeglas emellertid inte i de befintliga befolkningsprognoserna för stadsdelarna mot bakgrund av den låga, eller obefintliga, befolkningstillväxten fram till år 2030. Hänsyn till planerade bostäder tas i kommande köpkrafts-beräkningar och vad gäller det framtida marknadsunderlaget.

Befolkning och prognos per stadsdel, område, staden 2015-2030

Område	Befolkning per år				Beräknad tillväxt 2015-2030		Årlig tillväxt %
	2015	2020	2025	2030	Antal	%	%
Hagsätra	9 458	9 438	9 442	9 434	-24	-0,3 %	0,0 %
Rågsved	12 038	12 168	12 529	12 790	767	6,4 %	0,4 %
Enskede-Årsta-Vantör	97 587	104 806	118 364	130 357	32 770	33,6 %	1,9 %
Hela staden	923 516	1 000 740	1 080 348	1 168 485	244 969	26,5 %	1,6 %

Källa: Stockholms stad, Statistik Stockholm



Källa: Stockholms stad, Statistik Stockholm








3. Marknad och marknadsutveckling

Åldersstruktur

En analys av den demografiska åldersstrukturen visar en något högre andel barn 1-5 år och barn/ungdomar 6-15 år i Rågsved jämfört med både Hagsätra, stadsdelsområdet liksom hela staden. Både Hagsätra och Rågsved har en högre andel i åldersgruppen 16-19 år jämfört med hela Enskede-Årsta-Vantör och staden. Andelen i åldersgruppen 65-79 år är högre i Hagsätra jämfört med Rågsved men lägre relativt stadsdelsområdet och hela staden. Andelen i den äldsta ålderskategorin, 80 år och äldre, är högre i Hagsätra jämfört med de övriga.

Befolkningsprognoser för år 2025 visar en något minskad andel i åldersgruppen 1-5 år i Rågsved. Andelen av befolkningen i 65-79 år beräknas öka medan de som är 80 år eller äldre beräknas minska i såväl Hagsätra som Rågsved. Den prognostiserade åldersfördelningen per ålderskategori och område för år 2025 redovisas i sin helhet i *Bilaga II: Åldersstruktur 2025*.

Befolkning och prognos per stadsdel, område, staden 2015-2030

Åldersgrupp	Andel av total befolkning (%), år 2015			
	Hagsätra	Rågsved	Enskede-Årsta-Vantör	Hela staden
 0	1,4 %	1,5 %	1,5 %	1,5 %
 1-5	6,6 %	7,6 %	6,7 %	6,5 %
 6-15	11,0 %	11,4 %	10,4 %	10,0 %
 16-19	4,5 %	4,7 %	3,7 %	3,5 %
 20-64	63,5 %	65,5 %	65,4 %	63,9 %
 65-79	7,9 %	5,9 %	8,3 %	10,7 %
 80+	5,1 %	3,4 %	4,0 %	3,9 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Källa: Stockholms stad, Statistik Stockholm

3. Marknad och marknadsutveckling

5. Socioekonomisk sammansättning

Utöver antalet invånare har ett områdes inkomstutveckling och socioekonomiska sammansättning viss betydelse för hur invånarna väljer att spendera sina pengar, då människor konsumerar olika. I genomsnitt spenderar hushållen cirka en tredjedel av sin disponibla inkomst på detaljhandelsvaror. En högre inkomst innebär normalt en högre konsumtion inom branscher som boende, transporter, handel, nöjen med mera. För handeln har inkomstnivåerna störst betydelse för de branscher som inte är utpräglat behovsinriktade, exempelvis möbler, kapitalvaror, järn- och byggvaror. För mer behovsinriktade branscher som livsmedel, kläder och skor är inkomstnivåerna av mindre betydelse.

Den sammantagna medelinkomsten bland inkomsttagare, 16 år och äldre, var år 2014 cirka 30 procent lägre i Hagsätra-Rågsved jämfört med hela staden. De lägre inkomstnivåerna i området torde inte påverka den basala konsumtionen, i första hand livsmedel, i samma utsträckning som konsumtionen av sällanköpsvaror.

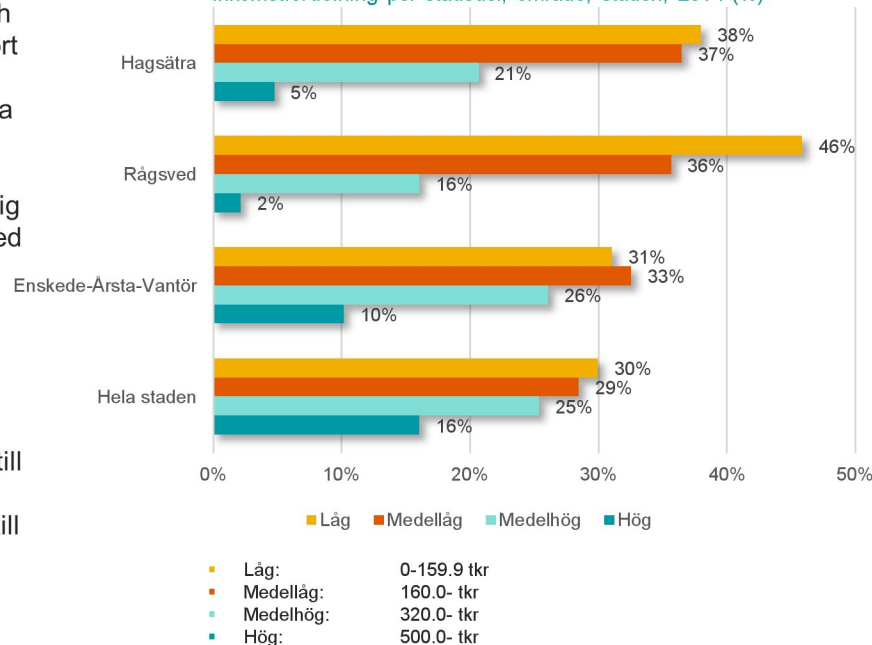
Inkomstfördelningen i stadsdelarna Hagsätra och Rågsved skiljer sig till viss del åt. Andelen i inkomstgruppen låg är högre i Rågsved med 46 procent jämfört med 38 procent i Hagsätra. I inkomstgruppen medelhög och hög är andelen något högre i Hagsätra jämfört med Rågsved. De stora skillnaderna i inkomsternas fördelning återfinns emellertid i jämförelsen med stadsdelsområdet, Enskede-Årsta-Vantör, och staden som helhet. Andelen inom inkomstgruppen låg och medellåg är avsevärt högre i Hagsätra och Rågsved med sammanlagt 75 respektive 82 procent, vilket kan ställas i relation till Enskede-Årsta-Vantör 64 procent och hela staden 59 procent. Andelen i de högre inkomstgrupperna, medelhög och hög, uppgår till 18 procent i Rågsved, 26 procent i Hagsätra att jämföra med 36 procent i stadsdelsområdet och 41 procent i staden.

Medelinkomst bland inkomsttagare 2014, 16 år och äldre (kr)

Område	2014
Hagsätra	244 200
Rågsved	213 300
Enskede-Årsta-Vantör	294 000
Hela staden	340 800

Källa: Stockholms stad, Statistik Stockholm

Inkomstfördelning per stadsdel, område, staden, 2014 (%)

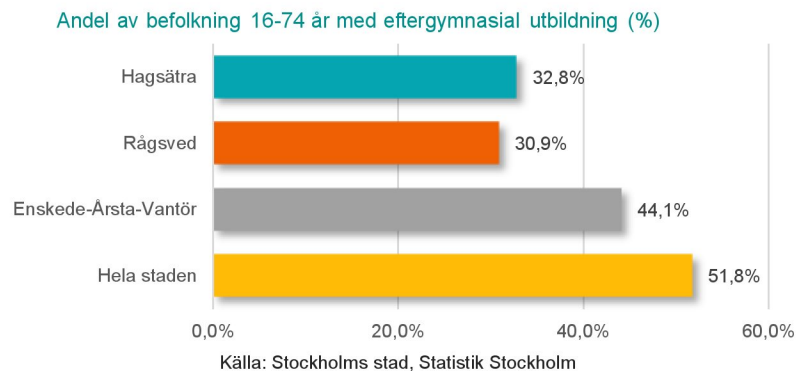


Källa: Stockholms stad, Statistik Stockholm

3. Marknad och marknadsutveckling

Utbildning

Utbildningsnivån är betydligt lägre i Hagsätra och Rågsved jämfört med Enskede-Årsta-Vantör och hela staden. Andelen av befolkningen i åldern 16-74 år med eftergymnasial utbildning uppgår till knappt 33 procent i Hagsätra respektive 31 procent i Rågsved. Detta kan ställas i relation till staden som helhet vars andel uppgår till närmare 52 procent.



3. Marknad och marknadsutveckling

6. Arbete och pendling

Med arbetspendling avses skillnaden mellan dag- och nattbefolkning i ett område, uttryckt i antal personer. Pendlingen har betydelse då en stor andel av pendlarna handlar dagligvaror i samband med resor till och från arbete eller studier. Förutom att handeln kan dra nytta av de boendes köpkraft finns även en potentiell köpkraft bland de som arbetspendlar. Dagbefolkningen är betydelsefull för ett område för att skapa en levande plats, med människor som rör sig i området under dagtid. Både Hagsätra och Rågsved har en nattbefolkning som överstiger dagbefolkningen. Antalet förvärvsarbetande som är boende i området uppgår till cirka 4 300 i Hagsätra och 5 300 i Rågsved. Antalet inpendlande uppgår till cirka drygt 1 600 i respektive område, vilket innebär en negativ nettopendling. Det är med andra ord fler som pendlar ut för arbete än de som pendlar in. Utpendlarna har således möjlighet att handla på annat håll, vilket kan vara till nackdel för handeln i Hagsätra respektive Rågsved.

Sysselsättning

Förvärvsintensiteten, det vill säga andelen förvärvsarbetande 20-64 år, uppgår till 72 procent i Hagsätra och 66 procent i Rågsved. Genomsnittet i hela Stockholm är 78 procent. De största branscherna, inom vilka de boende är sysselsatta, är i huvudsak vård och omsorg, företagstjänster och handel. Sysselsättningen redovisas i mer detalj för respektive område enligt *Bilaga III Andel förvärvsarbetande per bransch*. Fördelningen mellan olika branscher är överlag relativt lika mellan Hagsätra och Rågsved. De som däremot är förvärvsarbetande och har sin arbetsplats i Hagsätra eller i Rågsved arbetar primärt inom vård och omsorg, utbildning eller företagstjänster.

Arbetslöshet

Den öppna arbetslösheten, som andel av befolkningen, uppgick i oktober, 2016 till 3,7 procent i Hagsätra och 6,0 procent i Rågsved. I hela staden uppgick den öppna arbetslösheten under samma tidsperiod till 2,8 procent. En lägre förvärvsintensitet och högre arbetslöshet påverkar områdets samlade köpkraft negativt.

Förvärvsarbetande befolkning, 2014

Område	Dagbefolkning	Nattbefolkning	Nettopendling
Hagsätra	1 659	4 298	-2 639
Rågsved	1 619	5 288	-3 669

Källa: Stockholms stad, Statistik Stockholm

Andel öppet arbetslösa per den 31 okt, 2016 (%)

Åldersgrupp	Hagsätra	Rågsved	Hela staden
18-19 år	-	-	2,0 %
20-24 år	-	-	2,2 %
25-54 år	4,1 %	6,8 %	3,0 %
55-64 år	3,3 %	5,0 %	2,5 %
Total	3,7 %	6,0 %	2,8 %

Källa: Stockholms stad, Statistik Stockholm

3. Marknad och marknadsutveckling

7. Kommunikationer och resor

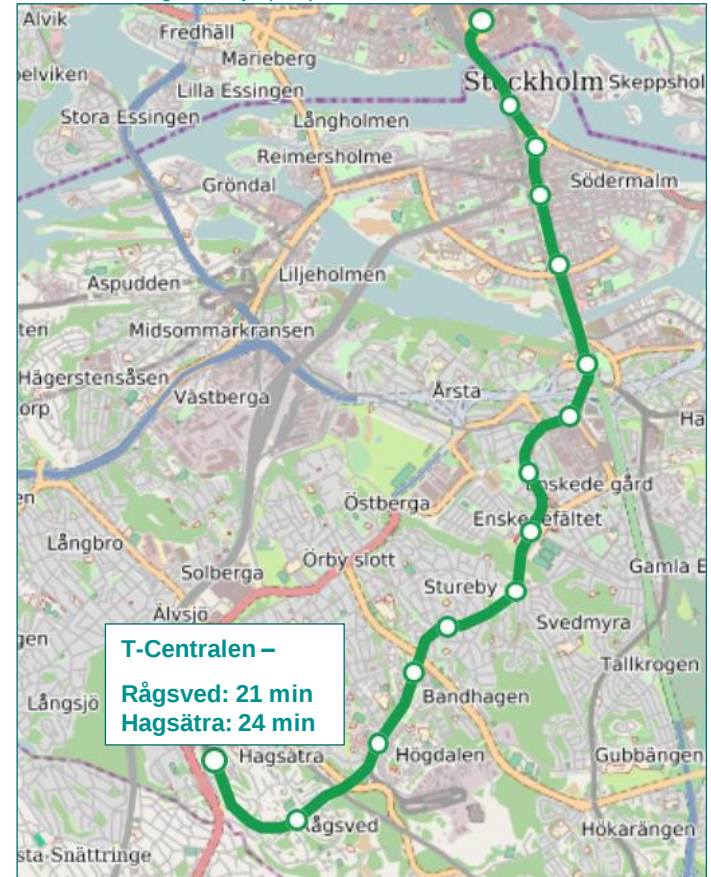
Rågsved och Hagsätra trafikeras av tunnelbanans gröna linje (T19). Restiden med tunnelbanan från T-Centralen är 21 minuter till Rågsved och 24 minuter till Hagsätra. Både Rågsved och Hagsätra trafikeras av bussarna 143 och 195 och Rågsved även av buss 744 och 172 (stombuss). Varken Rågsved eller Hagsätra är nämnvärt starka som kommunikationsnoder. Hagsätra är ändhållplats för tunnelbanelinje 19 i riktning söderut. Av SL:s större bytespunkter hamnar Rågsved på plats 67 av 104. Detta kan jämföras med exempelvis Högdalen, plats 44, som är en starkare knutpunkt för kommunikationer och resande. I nedanstående tabell åskådliggörs antalet på- och avstigningar, för buss och tunnelbana, under en vintervardag år 2015.

Resande vintervardag 2015

Påstigande Vardag dygn	Buss	T-bana	Totalt
Rågsved	1 800	5 900	7 700
Hagsätra	<i>i.u</i>	4 500	4 500
Högdalen	6 000	7 900	13 900
Avstigande Vardag dygn	Buss	T-bana	Totalt
Rågsved	2 000	5 600	7 600
Hagsätra	<i>i.u</i>	4 600	4 600
Högdalen	5 200	8 700	13 900

Källa: SL, AB Storstockholms Lokaltrafik

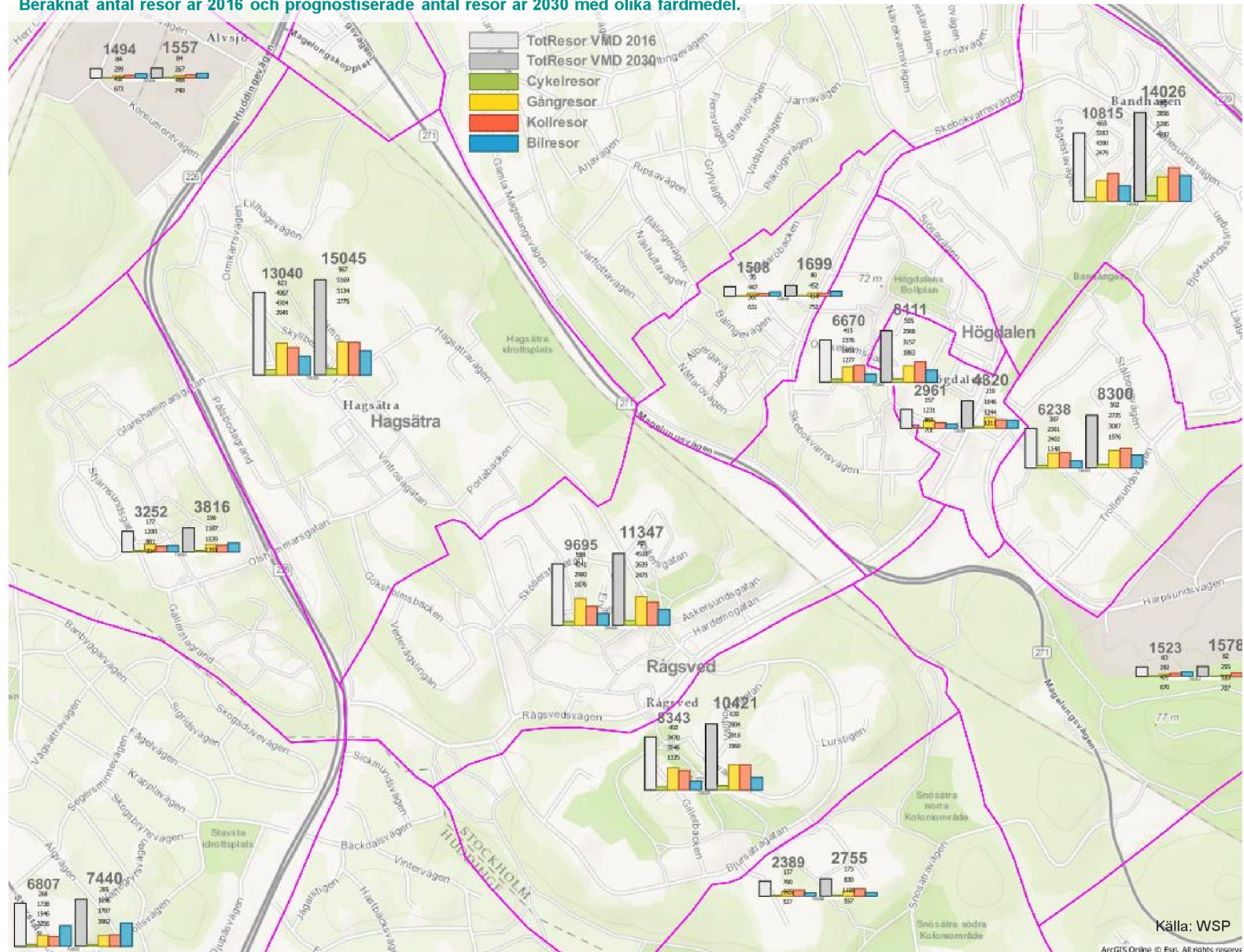
Tunnelbanans gröna linje (T19)



Källa: SL, AB Storstockholms Lokaltrafik

3. Marknad och marknadsutveckling

Beräknat antal resor år 2016 och prognostiserade antal resor år 2030 med olika färdmedel.



3. Marknad och marknadsutveckling

8. Bostäder idag

Det finns drygt 4 000 bostäder i Hagsätra. Majoriteten, 94 procent, är bostäder i flerbostadshus och endast en mindre del, 260 stycken eller 6 procent, i småhus. Av flerbostadshusen i Hagsätra är 63 procent hyresrätter och 37 procent bostadsrätter. Hagsätra har inte några lägenheter inom allmännyttan. IKANO Fastighets AB är hyresvärd för flertalet hyreshus i Hagsätra centrum. I centrum finns såväl hyresrätter som bostadsrätter medan området Ormkärr, sydväst om Huddingevägen, nästan uteslutande består av bostadsrätter.

I Rågsved finns det cirka 4 950 bostäder. Samtliga är bostäder inom flerbostadshus. Rågsved har en högre andel hyresrätter, 78 procent, jämfört med Hagsätra. Över 60 procent av alla hyresrätter finns inom allmännyttan, främst inom Stockholms hem. Andelen bostadsrätter uppgår till 22 procent.

Andelen bostadsrätter i Hagsätra (37 procent) och Rågsved (22 procent) är betydligt lägre jämfört med genomsnittet i Stockholm som var 56 procent under samma period. Det är sannolikt att andelen boende i bostadsrätt kommer att öka vart eftersom nya bostäder byggs och områdena förtätas. Andelen småhus är även den särskilt låg med endast ett fåtal i Hagsätra och inte några alls i Rågsved.

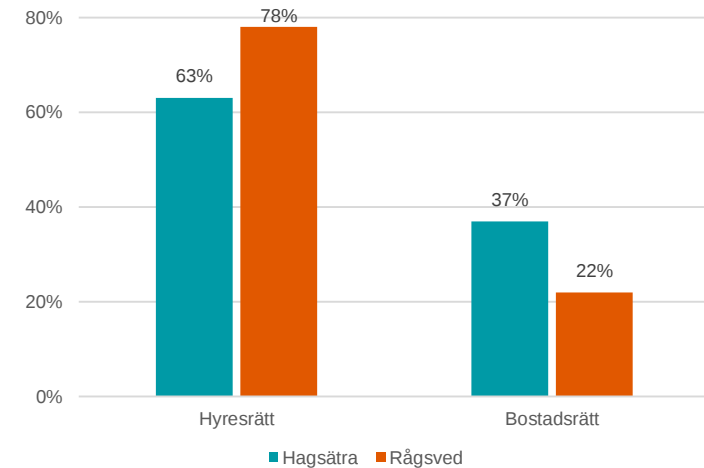
Storleken på de befintliga bostäderna i flerbostadshus skiljer sig i Hagsätra-Rågsved jämfört med Stockholm. Tyngdpunkten ligger främst på bostäder med 3 rum och kök där andelen är avsevärt högre jämfört med Stockholm. Hagsätra har också en högre andel av något större bostäder, 4 rum och kök. Andelen mindre lägenheter är betydligt lägre än genomsnittet för Stockholm. Bostäder efter storlek redovisas mer detaljerat per område i *Bilaga IV: Bostäder*.

Antal bostäder per område och typ, 2014

	Hagsätra	Rågsved
Allmännyttan	0	2 467
Övriga hyresrätter	2 400	1 387
Bostadsrätter	1 394	1 090
Småhus	262	0
Totalt	4 056	4 944

Källa: Stockholms stad, Statistik Stockholm

Bostäder i flerbostadshus, 2014 (%)



Källa: Stockholms stad, Statistik Stockholm

3. Marknad och marknadsutveckling

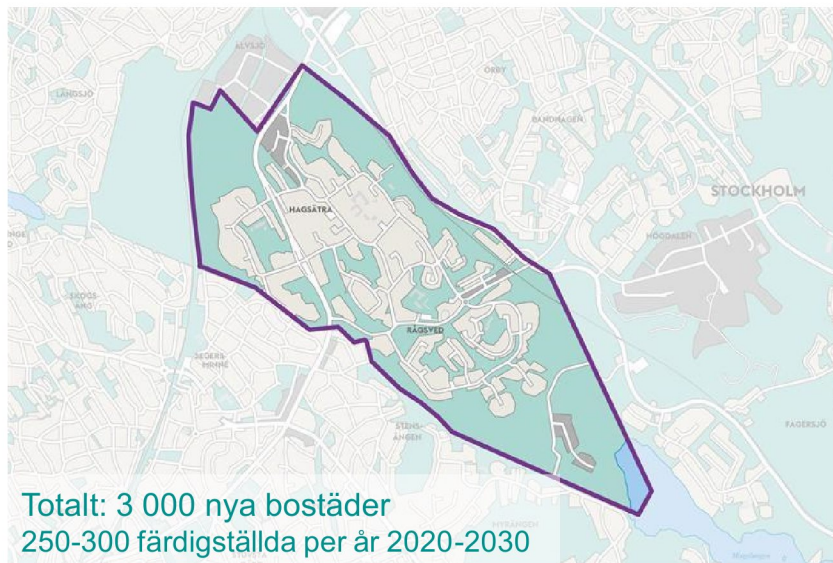
Nya bostäder

Hagsätra och Rågsved är båda områden med goda lägen och närhet till kommunikationer och natur. Stockholms stad ser stora möjligheter att utveckla Hagsätra och Rågsved med cirka 3 000 nya bostäder, fler förskolor, parker och lokaler för service och kultur. Ett viktigt mål för staden är att stärka centrumen och öka tryggheten i hela området. Med fler bostäder och människor som flyttar in förbättras förutsättningarna för ett större utbud av butiker, service och andra verksamheter. Fler människor skapar också mer liv och rörelse vilket bidrar till en ökad trygghet.

Planen är att det under en tioårsperiod ska färdigställas cirka 250-300 bostäder per år, jämnt fördelat mellan Hagsätra och Rågsved. Det innefattar dels nya bostäder i ytterkanterna av stadsdelarna, dels förtätning i befintlig struktur. I samband med att området utvecklas ska Stockholms stad även se över hur den nya bebyggelsen kan möta Rågsveds friluftsområde och östra delen av Älvsjöskogen, områden som ska bli naturreservat framöver.

I nuläget är det Exploateringskontoret och Stadsbyggnadskontoret som leder detta arbete. Under våren 2017 ska Stockholms stad föreslå en indelning av Hagsätra och Rågsved i olika fokusområden, inom vilka ett mer fördjupat arbete kommer att ske.

3 000 nya bostäder i Hagsätra-Rågsved innebär att antalet invånare beräknas öka med cirka 6 600 personer mellan år 2020-2030. Med cirka 250-300 inflyttningsklara bostäder per år bedöms befolkningen öka med cirka 550-660 invånare årligen sammantaget för Hagsätra och Rågsved.



Källa: Stockholms stad, Stadsbyggnadskontoret

Beräknat antal nya invånare per område och 5-års period.

	2020-2025	2025-2030
Hagsätra	1 650	1 650
Rågsved	1 650	1 650
Totalt	3 300	3 300

Källa: Stockholms stad, Stadsbyggnadskontoret, WSP

3. Marknad och marknadsutveckling

9. Marknadsunderlag och prognos

Marknadens storlek och framtida tillväxt är ett resultat av nuvarande befolkning, befolkningstillväxt och inkomstutveckling i olika delar av marknadsområdet. För Hagsätra och Rågsved har WSP tagit utgångspunkt och använt Stockholms stads befolkningsprognos fram till år 2025.¹ För de efterföljande åren fram till år 2030 har en framskrivning gjorts utifrån den årliga procentuella tillväxttakten. Den officiella befolkningsprognosen för stadsdelarna visar i stort sett en nolltillväxt fram till år 2025. Mot bakgrund av den planerade bostadsbyggnationen kommer emellertid invånarantalet i såväl Hagsätra som Rågsved att växa betydligt mer än vad gällande prognoser anger.

WSP har utgått ifrån 3 000 bostäder fram till år 2030, vilket beräknat med 2,2 invånare per bostad innebär en befolkningsökning om 6 600 invånare eller cirka 3 300 per område. Beräknat färdigställande och därmed inflyttning bedöms ske från år 2020 och fram till år 2030. Antalet beräknade bostäder och därmed nya invånare har fördelats jämnt mellan Hagsätra och Rågsved, vilket innebär en befolkningsökning med 1 650 invånare under perioden 2020-2025 och ytterligare 1 650 invånare 2025-2030 för respektive område. Marknadsunderlaget, eller köpkraften, är det teoretiska belopp som invånarna spenderar i detaljhandeln och det som följaktligen speglar marknadens storlek sett från efterfrågesidan. Köpkraften har beräknats med utgångspunkt i den prognos över per capita konsumtionen som görs årligen av Konsumtionsprognosgruppen (KPG). I dessa beräkningar har hänsyn inte tagits till e-handels framtida tillväxt.

Tabellen till höger visar den beräknade köpkraften och dess tillväxt för dagligvaror, sällanköpsvaror och total detaljhandel för respektive område och år. Dagligvaruhandeln förväntas öka med cirka 270 miljoner kronor fram till år 2030 och sällanköpsvaruhandeln med 400 miljoner kronor under samma period. Den främsta marknads-tillväxten beräknas ske under perioden år 2020-2030.

Befolkning 2015, prognos i Hagsätra och Rågsved, inkl. nya invånare 2020-2030

Område	Befolkning per år				Beräknad tillväxt 2020-2030	
	2015	2020	2025	2030	Antal	%
Hagsätra	9 458	9 438	11 100	12 750	3 312	35 %
Rågsved	12 038	12 168	13 800	15 500	3 332	27 %
Totalt	21 496	21 606	24 900	28 250	≈6 600	31 %

Källa: Stockholms stad, Statistik Stockholm, WSP

Marknadsunderlag 2015, prognos per bransch och område, 2020-2030, mkr

Hagsätra-Rågsved	Marknadsunderlag (mkr)				Beräknad tillväxt 2015-2030	
	2015	2020	2025	2030	Mkr	%
Dagligvaror	674	692	816	946	272	40 %
Hagsätra	296	302	364	426	130	44 %
Rågsved	378	390	452	520	142	38 %
Sällanköpsvaror	564	620	779	967	403	71 %
Hagsätra	248	270	348	435	187	75 %
Rågsved	316	350	431	532	216	68 %
Total detaljhandel	1 238	1 312	1 595	1 913	675	55 %
Hagsätra	544	572	712	861	317	58 %
Rågsved	694	740	883	1 052	358	52 %

Källa: WSP

¹ Stockholms stad, Statistik Stockholm

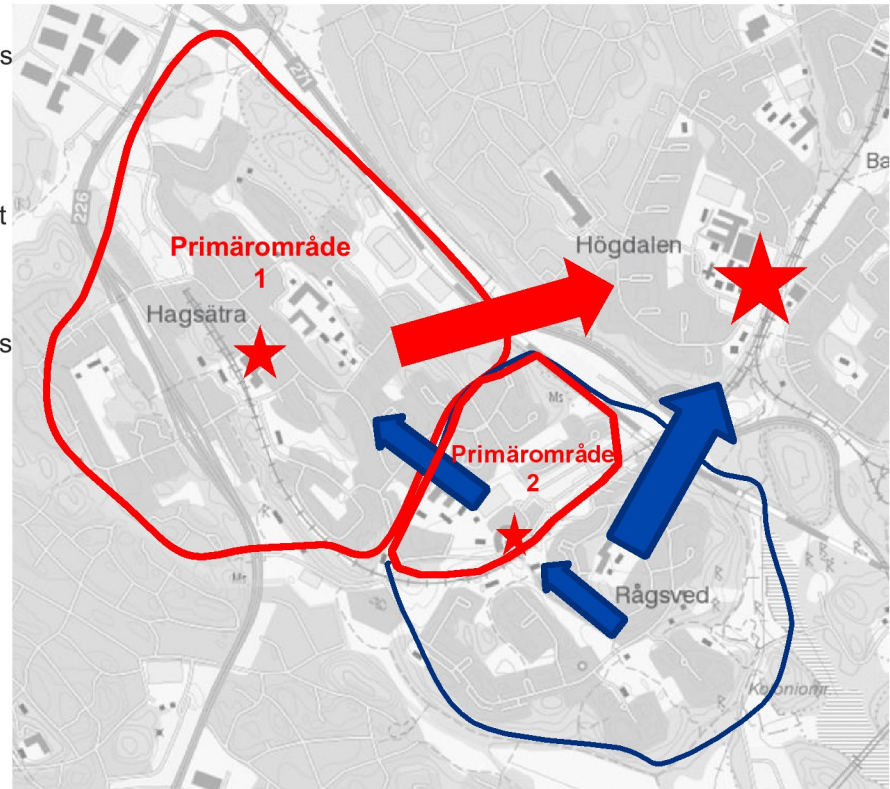
3. Marknad och marknadsutveckling

Hagsättras upptagningsområde är, som nämnts tidigare, större än endast den egna stadsdelen. Upptagningsområdet har därför delats in i ett primärområde 1, som består av den egna stadsdelen och primärområde 2 som avser en del av Rågsved, dalen norr om Rågsvedsvägen. Den befintliga dagligvaruhandeln är starkare i Hagsättra centrum och mot bakgrund av generell tillgänglighet, närhet och avsaknad av barriärer är det troligt att boende i området mellan Rågsved och Hagsättra snarare dras till Hagsättra för dagligvaruinköp.

Rågsveds upptagningsområde är den egna stadsdelen med en viss inhemsk åtskillnad vad gäller primärt köpbeteende och köptrohet. Boende i dalen, norr om Rågsvedsvägen, dras mot dagligvaruhandeln i Hagsättra medan boende på berget, söder om Rågsvedsvägen, antingen nyttjar den egna närbutiken men mer troligt dras mot utbudet i Högdalen centrum.

Varken Hagsättra eller Rågsved centrum bedöms i dagsläget ha något sekundär- eller tertiärområde.

I *Bilaga V: Marknadsunderlag per varugrupp* redovisas marknadsunderlaget nedbrutet på detaljhandelns underbranscher: dagligvaror, sällanköpsvaror och sällanköpsvaruhandelns underbranscher.



Hagsättra	2015	Köpkraft (mkr)		2030	Köpkraft (mkr)		Tillväxt (mkr)		Tillväxt (%)	
	Antal inv.	DV	SV	Antal inv.	DV	SV	DV	SV	DV	SV
Primärområde 1 – Hagsättra stadsdel	9 500	296	248	12 750	426	435	+130	+187	44%	75%
Primärområde 2 – Rågsved dalen	4 800	151	126	6 200	208	212	+57	+86	38%	68%
Totalt:	14 300	447	374	18 950	634	647	+187	+273	42%	73%

Källa: WSP, Konsumtionsprognosgruppen (KPG)

3. Marknad och marknadsutveckling

10. Handeln i marknadsområdet

Detaljhandeln delas in i två huvudsakliga branscher: dagligvaror (mat, dryck, blommor med mera) och sällanköpsvaror (kläder, skor, elektronik, sport och fritid med mera). Inom dagligvaruhandeln gäller att människor i regel väljer att handla i närheten av sin bostad. De är inte heller beroende av att ha många butiker att välja emellan eftersom butikernas utbud oftast inte skiljer sig så mycket åt.

Både Hagsätra och Rågsved centrum är till såväl storlek som funktion bostadsnära stadsdels-/bostadsområdescentrum. Av det skälet har de en annan roll på marknaden och konkurrerar därmed inte med större centrum eller handelsplatser som exempelvis Skärholmen-Kungens Kurva, Farsta eller Huddinge centrum som finns i omlandet. Däremot konkurrerar de sinsemellan och påverkas i allra högsta grad av närliggande Högdalen centrum.

Mot bakgrund av ovanstående beskriver det kommande avsnittet den närliggande, lokala handeln i Hagsätra, Rågsved samt Högdalen mer i detalj. Vidare kartläggs dagligvaruhandeln och dess struktur mer ingående, då den är betydande för varandet och utvecklingen av stadsdels- och bostadsområdescentrum.



Källa: Eniro/WSP

3. Marknad och marknadsutveckling

Handeln i Högdalen centrum

Stadsdelen Högdalen är från senare delen av 1950-talet och planerades som en ABC-stad i mindre skala med en centrum-anläggning som skulle erbjuda handel och service till de närliggande stadsdelarna. I början av 1990-talet genomgick centrumet en omvandling och upprustning då delar av Högdalsgången täcktes över med ett pelarburet glastak samt affärshusens fasader fick enhetlig fasadbeklädnad. Idag är det primärt ett bostadsområdes-centrum för Högdalen och Bandhagen, sekundärt för Rågsved och i tredje hand för Hagsätra, Örby och Stureby.

Högdalen är en viktig kollektivtrafikknutpunkt och centrum-anläggningen ligger i direkt anslutning till både tunnelbana och busstorg och erbjuder en generellt sett hög tillgänglighet.

Högdalen centrum har ett brett och omfattande utbud med över 50 verksamheter, många små butiker och flera större aktörer, ett flertal caféer och restauranger samt ett brett utbud av både privat och offentlig service. Ankarhyresgäster är Coop, Systembolaget, ICA, Lindex, MatDax, Kicks, Jysk och apotek. Centrumet är särskilt starkt på dagligvarusidan och kan betraktas som den naturliga handelsplatsen för människor som bor och arbetar i området.

Högdalen centrum ägs sedan år 2010 till stora delar av fastighetsbolaget Citycon.

Högdalen centrum



Högdalen centrum. Källa: Citycon

3. Marknad och marknadsutveckling

Handeln i Högdalen centrum

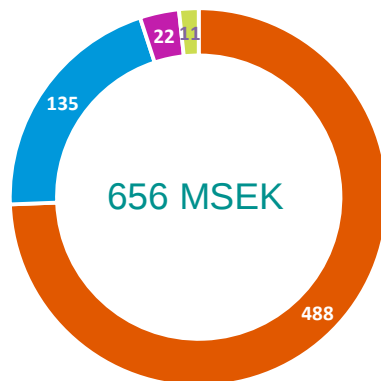
Handeln i Högdalen centrum omsatte cirka 656 miljoner kronor år 2015. Dagligvaruhandeln stod för närmare 75 procent av omsättningen, cirka 488 miljoner kronor och sällanköpsvaruhandeln för cirka 135 miljoner kronor. Cafe-, restaurang- och serviceverksamheter omsatte tillsammans cirka 33 miljoner kronor under samma period.

Detaljhandelsytan uppgick till cirka 7 800 kvadratmeter varav den fördelades relativt jämnt, cirka 3 800 kvadratmeter dagligvaruhandel och 4 000 kvadratmeter sällanköpsvaruhandel. Den totala restaurangytan var 1 600 kvadratmeter, serviceytan uppgick till 1 500 kvadratmeter och allmänna ytor tillkom med 3 000 kvadratmeter.

Omsättning år 2015 (MSEK)

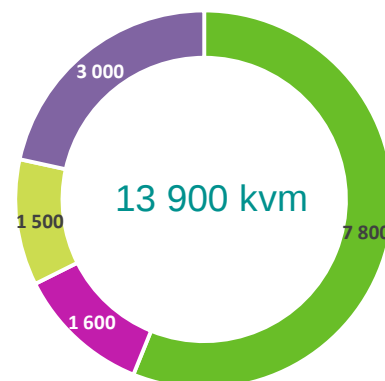
■ Dagligvaror:	488
■ Sällanköpsvaror:	135
■ Restaurang:	22
■ Service:	11

Källa: SSCD/Datscha



Ytor år 2015 (kvm)

■ Handel:	7 800 kvm
■ Restaurang:	1 600 kvm
■ Service:	1 500 kvm
■ Allmän:	3 000 kvm



3. Marknad och marknadsutveckling

Handeln i Hagsätra centrum

Hagsätra centrum är ett förortscentrum beläget i stadsdelen Hagsätra. Bebyggelsen uppfördes under senare delen av 1950-talet och omges av Hagsätra torg. Centrumet invigdes 1960, samma år som tunnelbanan till Hagsätra öppnades. I slutet av 1980-talet moderniserades det, vid den tidpunkten, relativt slitna centrumet. Det innebar ett nytillskott på cirka 5 700 kvadratmeter kontorsyta och cirka 1 900 kvadratmeter butiksyta. Huvudsakligen ordnades nytillskottet till nya 3-4 våningars överbyggnader över torget. I samband med det revs butikslokalerna på torget

Idag har Hagsätra centrum ett relativt vanligt centrumutbud som består av ett 40-tal butiker, restauranger- och serviceverksamheter. Dagligvaruutbudet är relativt brett med två allivsbutiker och flera närlivs- och servicebutiker. Centrumet ligger i direkt anslutning till tunnelbanestationen och har därmed god tillgänglighet till kommunikationer. Verksamheterna är förhållandevis utspridda inom centrumets stora yta vilket innebär en generellt sett låg överblickbarhet. Hagsätra centrum ägs och förvaltas av Ikano Bostad som också äger en stor del av bostadsbeståndet kring centrumet.

Handel och service i Hagsätra centrum, januari 2017.

Dagligvaror	Sällanköpsvaror	Café-/restaurang & service
Hagis Handel	Firas Jewelleri	Asahi Sushi
Hagis Blommor	Djurens Värld	3 VI Rest.& Bar
Hagsätra Jourlivs	Sportringen	Axel's Grill Bar
Matdax	Prima Prylar	Konditori Vallmofröt
Hagsätra Spel & Tobak	Hagsätra Mobitek	
ICA Supermarket		
Euro Deli Polsk Deli		
Apoteket		
Hagsätra Godis		
Övrigt		
Laser & Impl.Center	Omsorgsfamiljen, vård mm.	Hagsätra Veterinär
Pantbank	Danielas Salong	Armonia Travel
Elit Sports Club	Annicas Hud & Fotvård	Svenska kyrkan
Skomakeri	Mäklarbolaget	Bibliotek
Hagsätra Kemtvätt	City Hårvård	Hagsätra Fritidsgård
Hagsätra Tandläkare	Capio Vårdcentral	Berättarministeriet

Hagsätra centrum



Källa: WSP, A.Mocsáry

3. Marknad och marknadsutveckling

Handeln i Hagsätra centrum

Handeln i Hagsätra centrum omsatte cirka 274 miljoner kronor år 2015. Dagligvaruhandeln stod för över 80 procent av omsättningen, cirka 225 miljoner kronor och sällanköpsvaruhandeln för cirka 25 miljoner kronor. Cafe-, restaurang- och serviceverksamheter omsatte cirka 24 miljoner kronor under samma period.

	Omsättning (mkr)	Antal butiker	Uppskattad yta (kvm)
Dagligvaror	225	9	2 850
- Livsmedel	195	3	2 300
- Övriga dagligvaror	30	6	550
Sällanköpsvaror	25	5	1 050
- Hem	2	1	150
- Fritid	23	4	900
Total detaljhandel	250	14	3 900
Restaurang/café och service	24	13	1 400
Total detaljhandel+rest/service	274	27	5 300

Källa: SSCD/Datscha, WSP uppskattad omsättning och yta.

Detaljhandelsytan uppgick till cirka 3 900 kvadratmeter varav merparten, drygt 2 800 kvadratmeter var dagligvaruhandel och resterande 1 100 kvadratmeter sällanköpsvaruhandel.

Omsättning år 2015 (MSEK)

- Dagligvaror: 225
- Sällanköpsvaror: 25
- Restaurang: 14
- Service: 10



Ytor år 2015 (kvm)

- Handel: 3 900 kvm
- Restaurang: 500 kvm
- Service: 900 kvm



3. Marknad och marknadsutveckling

Handeln i Rågsved centrum

Rågsved centrum uppfördes i slutet på 1950-talet, samtidigt som övrig bebyggelse och tunnelbanans gröna linje. Det är en hästskoformad byggnad med ett bilfritt torg i mitten. Verksamheterna är lokaliserade längs med insidan och deras respektive entréer vetter in mot torget. Utbudet är samlat och överblickbart från torget.

Rågsved centrum har ett mindre utbud av handel och service men mot bakgrund av centrumets ringa storlek är utbudet trots allt relativt varierat. Det finns cirka 13 aktörer inom handel, service, café- och restaurangverksamheter. Tyngdpunkten ligger inom dagligvaruhandeln men det finns även ett visst utbud inom sällanköpsvaruhandeln. Centrumet ligger i anslutning till tunnelbana och bussförbindelser, dock är det betydande nivåskillnader dem emellan, varpå tillgängligheten till och från centrumet får anses vara begränsad.

Handel och service i Rågsved centrum, januari 2017.

Dagligvaror	Sällanköpsvaror	Café-/restaurang & service
Tobak- & Spelbutik	Rågsved Telecom	Rest. Oasen
Smått & Gott Godis	Rågsveds Guld, Ur & Silver	Rigi Konditori
Ammouris Livs	Shoppa o Spara S.O.S	Hårsalong
Dimas Pirogbutik	(kök, kläder, väskor mm.)	Money transfer
Peprah Kosmetik		Övrigt
ICA Nära		Polis (stängd?)
		Fritidsgård
		Folkets Hus
		Hemtjänst/Assistans

Rågsved centrum



Källa: WSP, A.Mocsáry

	Omsättning (mkr)	Antal butiker	Uppskattad yta (kvm)
Dagligvaror	46	6	825
- Livsmedel	43	2	650
- Övriga dagligvaror	3	4	175
Sällanköpsvaror	5	3	300
- Fritid	5	3	300
Total detaljhandel	51	9	1 125
Restaurang/café och service	3	4	300
Total detaljhandel+rest/service	54	13	1 425

3. Marknad och marknadsutveckling

Befintlig dagligvaruhandel och konkurrens

Dagligvarustrukturen i marknadsområdet kännetecknas i huvudsak av livsmedelsbutiker av allivskaraktär (supermarket) och närbutiker. De enda storbutikerna i närheten är Willys i Älvsjö och Coop Extra i Stuvsta. Dagligvaruhandeln i Högdalen centrum är särskilt stark med tre starka aktörer, Matdax i Högdalen, ICA Supermarket och Coop. Dagligvaruomsättningen i Högdalen uppgår till cirka 490 miljoner kronor. I tillägg till stark livsmedelshandel har Högdalen också Systembolag och flera apotek. Den enda lågprisbutiken i området är Lidl som ligger utmed Huddingevägen.

Dagligvaruhandeln i Hagsätra centrum består i huvudsak av två starka allivsbutiker, Matdax i Hagsätra och ICA Supermarket. Rågsveds dagligvaruhandel kännetecknas av närlivskaraktär med två butiker, en ICA Nära och Ammouris Livs.

Dagligvaruhandeln i Hagsätra förser den egna stadsdelen och i viss mån även Rågsved, i synnerhet de bostadsområden som ligger i dalen, det vill säga norr om Rågsvedsvägen. Avståndet därifrån till Hagsätra centrum är cirka 4-500 meter och eftersom dagligvaruutbudet är större i Hagsätra, än i Rågsved, är det naturligt att handeln har en starkare dragningskraft där. Mot bakgrund av att butikerna i Hagsätra uppvisar en omsättning på 100 000-122 000 kronor per kvadratmeter är det även möjligt att hävda att de är något underdimensionerade. ICA Nära i Rågsved förser till viss del den egna stadsdelen men eftersom det endast är en mindre butik sker en hög andel av dagligvaruinköpen på annat håll. Boende på berget i Rågsved, det vill säga söder om Rågsvedsvägen, handlar till viss del i den egna närbutiken men dras på grund av närhet och tillgänglighet framförallt till Högdalen centrum som med sitt samlade utbud har en stark dragningskraft.

Butiksstruktur dagligvaror i marknadsområdet



Område	Butik	Koncept	Omsättning (MSEK)	Säljyta (kvm)	Yteffekt. (tkr/kvm)
Högdalen	Matdax Högdalen	Allivs	132	600	220,0
	ICA Supermarket Högdalen	Allivs	120	850	141,2
	Coop Högdalen	Allivs	68	1 050	64,8
Bandhagen	ICA Nära Bandhagen	Närlivs	53	500	106
Rågsved	ICA Nära Rågsved	Närlivs	40	480	83,3
	Ammouris Livs		i.u.	i.u.	i.u.
	Lidl	Lågpris	35	1 114	31,4
Hagsätra	Matdax Hagsätra	Allivs	110	900	122,2
	ICA Supermarket Hagsätra	Allivs	75	750	100,0
	ICA Supermarket Arsta	Allivs	134	880	152,3
Älvsjö	Lidl	Lågpris	23	1 114	20,6
	Coop Nära	Närlivs	18	250	72,0
	Mat.se Arsta		55	2 500	22,0
Älvsjö	Willys Älvsjö	Storbutik	240	4 900	48,9
	Coop Nära	Närlivs	23	320	71,9
	ICA Nära Älvsjö	Närlivs	88	950	92,6
	Coop Älvsjö Torg	Allivs	135	2 300	58,7
	Hemköp Älvsjöhallen	Allivs	55	330	166,7
Enskede	Hemköp Örby	Allivs	45	500	90,0
	ICA Kvantum Bea	Storbutik	200	1 800	111,1

Källa: Livsmedelsregistret 2015, Alla Bolag

3. Marknad och marknadsutveckling

Handelsprojekt

Det finns ett flertal pågående handelsprojekt i omlandet. I dagsläget kännetecknas projekten främst av utveckling i form av utbyggnad och/eller renovering av befintliga anläggningar. Det omfattar i huvudsak större centrumanläggningar som exempelvis Huddinge centrum och utveckling inom Kungens Kurva. Det enda helt nya som avser nybyggnation är ett planerat handelsområde på Årstafältet där en eventuell Maxi ICA Stormarknad är tänkt att etableras.

Projekten i omlandet bedöms inte i dagsläget påverka förutsättningarna för handelsutveckling, vare sig i Hagsätra eller Rågsved.

Centrum/fastighet	Fastighetsägare	Typ	Yta 2016 (kvm)	Ny yta (kvm)	Aktivitet	Tidplan		Status
						Planerad byggstart	Planerad öppning	
Farsta Centrum	Atrium Ljungberg AB	Region	51 675	20 000	Utbyggnad	n/a	n/a	DP-arbete påbörjat
Globen Shopping	Klövern AB	Stadsdel	16 200	n/a	Utbyggnad	2019	n/a	Långt gångna idéskeden
Globen Shopping	Klövern AB	Stadsdel	16 200		Renovering	n/a	n/a	Planering
Årstafältet	ICA Fastigheter AB	Handelsområde	0	6 200	Nybyggnad	2019	n/a	DP-arbete påbörjat
Huddinge centrum	Huge Fastigheter AB	Region	29 050	11 300	Utbyggnad/ renovering	2017	2024	DP-arbete påbörjat
Kungens Kurva	IKEA	Handelsområde	182 200	1 000	Nytt varuhus	2017	2020	DP-arbete påbörjat
Kungens Kurva	KF Fastigheter	- " -	- " -	35 000	Utbyggnad	n/a	n/a	Info saknas, projekt on hold
Kungens Kurva, Vinkeln 3	TMW Pramerica Prop.Investment	- " -	- " -		Renovering	2016	2017	DP-lagt
Kungens Kurva, Kurvan 2	IKEA Centres	Shopping	19 175	30 000	Utbyggnad	2017	2022	DP-arbete påbörjat
SKHLM	Grosvenor Fund Management Sw.AB		53 950	3 000	Utbyggnad/ renovering	2016	2019	Byggnation påbörjad

Källa: SSCD/Datscha

4. Utvecklingspotential

Lokala centrum kan utvecklas utifrån ett antal olika strategier. Några övergripande strategier är att expandera, förädla, avveckla eller omlokalisera. Att på ett aktivt sätt prioritera och våga välja strategi beroende på det lokala centrumets förutsättningar är av yttersta betydelse för att skapa ett levande centrum. Alla kan inte prioriteras och då gäller det att ha mod att välja. Genom expansion eller förädling av ett lokalt centrum stärks konkurrenskraften genom att dess marknadsområde vidgas. Centrumet kan helt enkelt ge service åt fler människor än de som bor i närområdet. Expansion kan också innebära förtätning av närområdet vilket kan bidra till större efterfrågan på utvecklad närservice.

Vissa centrum har av en eller annan anledning förlorat sin funktion på marknaden. Anledningen till detta kan vara att närliggande centrum har expanderat, varför befintliga hyresgäster tvingats omlokalisera sig på grund försämrade kundflöden och ekonomi. För enskilda centrum kan det därför vara bättre att avveckla eller omforma centrumets ursprungliga funktion till något som passar dagens förutsättningar på ett mer lämpligt sätt.

Ett centrums förutsättningar kan också ha förändrats över tid då stadsdelen expanderat. Vad som inledningsvis var en bra plats med starka flöden kan ha förändrats genom att nya vägar eller bostadskvarter byggts. Att omlokalisera ett centrum och dess funktioner till en ny plats kan vara en kostsam affär, men i vissa fall kan denna strategi användas för att kraftsamla på en lämpligare plats.

Dessa övergripande strategier är applicerbara även inom stadsdelen Hagsätra och Rågsved. Innan WSP föreslår val av lämplig strategi för respektive centrum avser detta kapitel att säga något om vilken potential för handel, restaurang och kommersiell service som bedöms finnas för stadsdelen som helhet. Därefter görs en bedömning av respektive centrums styrkor och svagheter idag och i framtiden i syfte att avgöra hur olika platser bör prioriteras. I ett avslutande avsnitt föreslås målbild och åtgärder för respektive plats. Analysen är gjord med tidshorisonten år 2030 eftersom bostadsutvecklingen i stadsdelarna då bedöms vara klar.

Analysen baseras på prognoser för befolkningsutvecklingen, konsumtionen per capita samt planerade nya bostäder. Det finns inte något nämnvärt inflöde av köpkraft, i form av stora arbetsplatser eller andra besöksmål, varför hänsyn inte har tagits till detta. Hagsätra och Rågsved är inte heller några starka kommunikationspunkter för pendlare eller kollektivtrafikresenärer.

4. Utvecklingspotential

1. Dimensionering och omsättningspotential

Givet lokal marknadstillväxt och med hänsyn till framtida tillväxt inom e-handeln bedöms den uthyrbara ytan i Hagsätra centrum kunna öka från dagens 4 750 kvm till mellan 8 200-10 100 kvm år 2030. Ytorna bedöms kunna öka mest inom detaljhandeln och i synnerhet dagligvaruhandeln. Café och restaurang bedöms kunna öka med 300-500 kvm LOA.

Även i Rågsved centrum finns marknadsmässiga förutsättningar för utbyggnad inom både dagligvaru- och sällanköpsvaruhandeln. WSP anser dock att man bör prioritera expansion i dagligvaruhandeln medan expansion inom sällanköpsvaruhandeln är mer tveksam och istället bör koncentreras till Hagsätra centrum. Det finns även marknadsmässiga möjligheter till expansion inom café och restaurang samt kommersiell service.

Bara för att det finns marknadsmässiga möjligheter att utveckla eller bygga ut ett specifikt centrum, innebär det inte nödvändigtvis att så måste ske, eller att det är det mest gynnsamma i praktiken. Med tanke på den struktur som finns på handel och service i Hagsätra/Rågsved och närområdet idag finns i det här avseendet flera strategiska överväganden och prioriteringar att göra. Ska exempelvis handeln i Hagsätra respektive Rågsved centrum dimensioneras, enligt den beräkningsmässiga potentialen, och satsningar därmed ske i båda centrumen? Eller är det bättre att kraftsamla i en punkt och inte sprida ut verksamheterna för mycket?

För att avgöra detta har WSP genomfört en värdering av respektive läge utifrån fysiska egenskaper såväl som lägeskvaliteter och befintligt utbud.

Hagsätra centrum: Nuläge och framtida dimensionering

	Oms 2015	Kvm Loa 2015	Oms 2030	Kvm Loa 2030
Dagligvaror	195	2300	305-365	4000-4800
Livsmedel			270-320	3400-4000
Övriga dagligvaror			35-45	550-750
Sällanköpsvaror	25	1050	55-70	2200-2800
Beklädnad			20-25	800-1000
Hem/fritidsvaror			35-45	1400-1800
Restaurang	14	500	20-25	800-1000
Kommersiell service	10	900		1200-1500
Totalt	244	4750	380-460	8200-10100

Rågsved centrum: Nuläge och framtida dimensionering

	Oms 2015	Kvm Loa 2015	Oms 2030	Kvm Loa 2030
Dagligvaror	45	825	55-70	1000-1250
Livsmedel			50-60	850-1000
Övriga dagligvaror			5-10	150-250
Sällanköpsvaror	5	300	6-10	240-400
Beklädnad				
Hem/fritidsvaror				
Restaurang	2	200	3-4	120-150
Kommersiell service	1	100		250-350
Totalt	53	1425	55-80	1000-1250

4. Utvecklingspotential

2. Var bör utveckling prioriteras?

För att belysa denna fråga har WSP utgått ifrån samma modell som användes i samband med rapporten *Levande lokala centrum* som WSP tog fram åt Stadsledningskontoret år 2016. I modellen bedöms varje centrum utifrån fem övergripande kriterier till vilka ett stort antal indikatorer kopplats. Syftet med modellen är att utifrån lokala marknadsförhållanden samt kvalitativa bedömningar av fysisk och social miljö värdera olika centrum i förhållande till varandra och baserat på detta dra slutsatser om vilken plats som har mest gynnsamma förutsättningar för att arbeta vidare med.

Baserat på såväl statistiska indikatorer som fysisk inventering av platserna visar tabellen att Hagsätra centrum är en mer lämplig plats att vidareutveckla än Rågsved. Anledningen till detta är att Hagsätra har en något bättre tillgänglighet, högre trygghet, mer social aktivitet, starkare befintlig närservice och redan idag en något starkare ekonomisk och miljömässig bärkraft. I princip är det endast ur ett kollektivtrafik och personbilsperspektiv som Rågsved framstår som en starkare plats men detta beror då främst på att fler busslinjer når platsen och att trafikflödena är större. Utifrån framtida marknadsförutsättningar (bostadsbyggande och befolkningsprognos) bedöms båda platserna ha samma förutsättningar.

Hagsätra centrum kan därför sägas ha bättre förutsättningar till att bli ett levande och fungerande stadsdelscentrum varför framtida utveckling av handel och service bör prioriteras till denna plats. Vad gäller Rågsved bör möjligheten att flytta handel och service från dagens läge till tunnelbaneplanet och Rågsvedsvägen prioriteras eftersom detta är den plats där de kommersiella krafterna, det vill säga tillgänglighet, synlighet och flöden, är starkast. Utveckling bör dock prioriteras i direkt anslutning till tunnelbanestationen.

		Rågsved	Hagsätra	Faktor
Tillgänglighet	Befolkning i närområde	1	1	5
	Lokal arbetsmarknad	1	1	5
	Resandemängder m kollektivtrafik	2	1	4
	Resandemängder m cykel/gång	1	2	4
	Resandemängd m bil	2	1	3
Trygghet	Faktisk trygghet	1	2	4
	Upplevd trygghet	1	2	4
Levande& utvecklingsbart	Ungdomsarbetslöshet	1	2	4
	Förekomst av ungdomsaktiviteter	1	2	3
	Mångfald boendeformer	1	1	3
	Mångfald demografi	1	1	3
	Föreningsliv	1	2	3
	Befolkningsprognos	1	1	5
God närservice	Befintligt utbud	1	2	5
Ekonomisk &	Inkomstnivå	1	2	3
Miljömässig bärkraft	Öppet arbetslösa	1	2	3
	Närhet till understödjande verksamheter	1	2	4
	Närhet till konkurrerande utbud	1	2	4
	Byggnadernas skick	1	2	3
	Övergripande fysisk struktur	1	1	3
	Generellt intryck/identitet	1	1	3
	Summa	85	122	
	Totalpoäng	41%	59%	

4. Utvecklingspotential

3. Hagsätra centrum

Hagsätra centrum kan idag sägas vara ett lokalt stadsdelscentrum men dess position och funktion är inte självklar. Med tanke på den utveckling som planeras finns stor potential att utveckla och stärka positionen som en "lokal stadskärna" i stadsdelen.

Detta innebär att målsättningen bör vara att skapa en samlingsplats som levandegör hela stadsdelen genom att skapa förutsättningar för sociala möten. Centrumet bör vara fysiskt kopplat till omgivande stadsstruktur så att boende och besökare naturligt leds till och från centrumplatsen. Det kommersiella utbudet har liksom serviceutbudet fokus på att tillfredsställa det vardagliga behovet, både inom dagligvaror och sällanköp. Den offentliga miljön präglas av närhet, trygghet, lokal prägel, identitet och samarbeten. Genom att skapa ett centrum med ett stort utbud ges nya möjligheter till en social mångfald på platsen som tidigare inte varit möjlig.

För att ge bästa förutsättningar för detta föreslås att följande åtgärder prioriteras:

- Förtäta i och kring centrum i syfte att öka marknadsunderlagets storlek och diversifiering samt skapa tydligare kopplingar till omgivande bebyggelse. Förtätning bör förenas med tydlighet i flöden och överblickbarhet.
- Optimera verksamheters lokalisering för att stärka befintliga flöden och aktivera platser. Kraftsamla i direkt anslutning till centrum istället för att låta verksamheter spridas ut i omkringliggande fastigheter.
- Tillfredsställ invånarnas behov av daglig basservice genom att låta dagligvaruhandel och offentlig service utgöra tydliga ankarfunktioner i syfte att stärka flöden inom centrum och ge

näring år mindre verksamheter. Utbudet av mötesplatser, såsom restaurang/café, publika verksamheter för ungdomar osv, kan även förstärkas så att de kompletterar det befintliga utbudet och gör centrumet mer levande.

- Utveckla och förstärk den sociala arenan som nyckelfunktion genom att förbättra förutsättningarna för caféer, restauranger och andra sociala mötesplatser. Dessa verksamheters förmåga att generera egna flöden bör användas till att aktivera mindre attraktiva platser i centrum.
- Utnyttja stadskvaliteter för att stärka orienterbarhet. För att påverka flödena till och från centrumet kan tydligare huvudstråk samt anslutning till kollektivtrafik (hållplatslägen och turtäthet), cykelbanor och gångstråk utvecklas och integreras. Undvik i mesta möjliga mån nivåskillnader (in i verksamhetslokaler, från kollektivtrafiklägen och/eller parkering till centrum), fysiska hinder (trappor, kantsten) och visuella hinder i det publika rummet. Att skapa lättförståeliga och orienterbara miljöer påverkar känslan av trygghet.
- Planera utifrån mänsklig skala och den fysiska strukturen. Planera utifrån centrumets mittpunkt och koncentrera verksamheterna. Det samlar och förstärker dragningskraften. Planering utifrån den mänskliga skalan och fotgängarnas hastighet är betydelsefullt för ökad densitet. Ökad småskalighet och större variation är bra verktyg för skapa högre täthet. Vår hjärna vill regelbundet ha något nytt att titta på. Därför gäller det att skapa en detaljrik miljö utan avbrott.
- Samverka med lokala aktörer och medborgare i utvecklingsprocessen för att tillvarata kraften i lokalsamhället

4. Utvecklingspotential

4. Rågsved centrum

Rågsved centrum kan idag sägas vara ett lokalt centrum som förlorat sin ursprungliga funktion. Den utveckling som planeras innebär en möjlighet att omvandla nuvarande Rågsved centrum till en plats med en ny funktion i stadsdelen. Man bör därigenom ge förutsättningar att flytta handel och näringar från dagens nedsänkta läge upp till den punkt där kollektivtrafik och biltrafik sammanfaller utmed Rågsvedsvägen. Torget bör fortsättningsvis fungera som en central plats i stadsdelen men med andra verksamheter omkring.

Den övergripande målsättningen bör vara att skapa en väl gestaltad och naturlig mötesplats där det sociala mötet i bostadsområdet och stadsdelen är överordnat platsens kommersiella funktion. Det finns en tydlig koppling till större centrum där ett mer konkurrenskraftigt utbud återfinns. Det lilla lokala centrumet har en tydlig identitet, gör social nytta och används varje dag av de boende i det absoluta närområdet.

För att ge bästa förutsättningar för detta föreslås att följande åtgärder prioriteras:

- Ta täten i utvecklingsprocessen. Genom att staden eller stadens bolag ofta har stor rådighet över omvandlingsprocessen kan de tillsammans med det lokala närsamhället initiera och driva utvecklingen i en relevant riktning. Ett inkluderande förhållningssätt i utvecklingen kan bidra till att invånarna känner stolthet, tillhörighet och ett ökat ansvarstagande för centrumet.
- Fokusera och förstärka möjligheterna till sociala möten för att stärka centrumets funktion som mötesplats. Det är därför viktigt att försöka lokalisera verksamheter som bidrar till ökad kontakt och möten mellan de boende i närområdet. Tillfälliga verksamheter kan bidra till att ge mindre centrum ett mer mångfacetterat utbud och attrahera besökare från närområdet och mer avlägsna delar av

staden. Drivkraften att utveckla den sociala arenan är starkare än att utveckla det kommersiella utbudet. Alla verksamheter som genererar flöden och aktivitet bör förläggas i direkt anslutning till eller i de lokala centrumen. Här kan en väl utformad lekplats, temalekpark, "fickpark", plats för ungdomsaktivitet, cykelverkstad, skrädderi, snickeri eller ett galleri vara motorn som driver besökare till platsen.

- Tillgodose de boendes behov av vardagstjänster såsom daglig service (dagligvaror, blomsterhandel, café och restaurang). Dessa verksamheter skapar ett jämnt flöde under stora delar av veckan vilket även påverkar förutsättningarna för mindre, lokala, aktörer positivt. I dessa centrum är det extra viktigt med ett bejakande synsätt på etablering av lokala aktörer eftersom det stärker vitaliteten och kan bidra till nyföretagande och sysselsättning i stadsdelen.
- Förstärk den offentliga miljön och skapa plats att uppehålla sig och mötas på. Den visuella kontakten och överblicken bör förstärkas. Gestaltningen av miljön skall vara trivsamt och bjuda in. Man ska känna att platsen är omhändertagen. En klätterställning för parkleken, en plats för odling eller en fickpark kan exempelvis inte bara bjuda in till aktivitet utan även vara karaktärsskapande för platsen. Befintliga grönsatser är kvaliteter vars potential bör utnyttjas, aktiveras och förstärkas för att skapa möten och publikt liv.
- Arbeta med att skapa identitet, lokal prägel och delaktighet genom att utforma utifrån platsens specifika lokala identitet för att bidra till mångfald i staden. Den lokala identiteten är viktig för områdets självbild och bör utnyttjas för att stärka konkurrenskraften och nischas platsen/centrumet gentemot näraliggande platser/centrum.

5. Levande lokala centrum

Riktlinjer för olika centrumtyper

Varje centrum behöver bedömas utifrån sina platsspecifika förutsättningar. I utvecklingsprocesser är det viktigt att beakta centrumets unika egenskaper och kvaliteter och utnyttja dessa på bästa sätt. En analys av ett centrum's nuläge bör därför alltid initieras i ett första steg. Utifrån samlad kunskap och erfarenhet kan ett antal generella parametrar, som är viktiga i all centrumutveckling, lyftas fram. I detta stycke tas dessa riktlinjer upp och i nästföljande stycke redovisas vad som särskiljer de olika centrumtyperna åt och hur staden kan arbeta med dessa.

Tillgänglighet

Begreppet inbegriper tillgänglighet på flera nivåer – tillgänglighet till och från centrum samt tillgänglighet inom centrum.

- Planera för alla tänkbara kollektiva och individuella transportmedel. Vid utformning av parkering och trafikstråk är det viktigt att ha i åtanke att inte nya fysiska hinder och barriärer skapas. En busshållplats eller en cykelparkering kan till exempel bilda en oavsiktlig barriär i ett redan fungerande flöde.
- För ökad tillgänglighet bör centrumets verksamheter placeras i stråk där människor rör sig. Utnyttja knutpunkter och omstigningsplatser som naturliga lägen för handel, service och övriga publika verksamheter.
- Fler alternativa vägar till centrumet ger en större tillgänglighet då de bildar fler kopplingar med omgivningen.
- Allt fler cyklar i samband med arbetsresor och vardagsärenden. Parkeringsbehovet för cyklar bör tas i beaktande vid planering.
- Slät markbehandling och få nivåskillnader underlättar för människor att röra sig inom centrumet. Det är berikande när uteserveringar, torghandel och andra verksamheter flyttar ut i det offentliga rummet. Bevaka att det finns tillräckliga ytor runt omkring för att upprätthålla goda flöden

Orienterbarhet, noder och flöden

Genom att forma det offentliga rummet på ett sätt som underlättar orientering och framkomlighet skapas gynnsamma förutsättningar för att människor ska ta sig dit. För att ett centrum ska kännas tydligt och informativt krävs en lättförståelig miljö med en överblickbarhet i stadsrummet. Detta kan göras på flera sätt:

Enkla flödesstrukturer med tydliga noder och ankare

- Arbeta med självklara stråk och målpunkter som ansluter till redan etablerade stråk i stadsdelen. Undvik att styra folkflöden till omvägar. De flesta människor är bekväma av sin natur och kommer alltid att välja den enklaste och mest lättorienterade vägen från punkt A till punkt B. Det ska vara lätt att orientera sig och att förstå vart man ska.
- Ett ankare är en destination, exempelvis en dagligvarubutik, en vårdcentral eller ett systembolag, som genererar planerade besök och stora fristående flöden. Utnyttja ankarens dragningskraft genom att placera dem så att andra verksamheter kan dra nytta av deras flöden. Att placera verksamheter i kvartershörn ger exempelvis bra exponering och god tillgänglighet.

Överblickbarhet

- Eftersträva så god överblickbarhet som möjligt. Se till att entréer, butiker och verksamheter syns på långt håll och att kontakten mellan centrumdelarna är god.
- God skyltning är tydlig och informativ och den riktar sig åt det håll varifrån betraktaren förväntas komma. All skyltning som bidrar till orienterbarhet är av godo för ett levande stadsliv.
- Minimera gränsen mellan ute och inne. Butiker och andra publika verksamheter ska vara närvarande i gaturummet genom tydliga entréer samt genom synlig och genomtänkt skyltning. Det är viktigt att planera gaturummet för uteserveringar, fruktstånd med mera, så att publik verksamhet kan flyta ut i det offentliga rummet.

5. Levande lokala centrum

Täthet, variation och skala

Platser som är trivsamma och omhändertagna vill vi vistas längre i. Miljön ska vara anpassad för människan och fotgängarnas tempo. Omsorg om detaljer, småskalighet och variationsrikedom bidrar till att sänka tempot och får människor att stanna upp. Entréer, skyltfönster, skyltar, variation i fasaduttryck och nischer där man kan stanna till är element att arbeta med för att behålla besökarens intresse för den fysiska miljön.

- Planera miljön medvetet utifrån solförhållanden och klimat.
- Grönstrukturer bör planeras medvetet. De är inte bara en trivselfaktor, utan grönstrukturer fyller även en väsentlig funktion. Grönytor får dock inte påverka överblick, flöden och orienterbarhet på ett negativt sätt.
- Skapa en kontinuitet av händelser (synliga verksamheter eller annat) längs ett stråk och undvik långa avbrott. Förstärk dragningskraften genom att koncentrera och klustra handel, service, kultur och övriga offentliga verksamheter. Sida vid sida förstärker de varandra. Att sprida ut handeln längs en lång sträcka försvagar kraften och utarmar flödet.
- Undvik långa fasader och avstånd mellan entréer eftersom detta tenderar att skapa "döda" stråk.
- Utnyttja igenkänning eftersom detta bidrar till förståelse. Miljöer med specifik karaktär eller objekt i gaturummet (jämför Svampen på Stureplan) gör att människor kan referera till platsen och att den kan fungera som orienteringspunkt.
- Underhållet av den fysiska miljön är A och O för att skapa en trivsam miljö. En vårdad och omhändertagen miljö är en plats som de boende kan relatera till och känna stolthet över.

Identitet och delaktighet

Det är viktigt att centrumets funktion och utbud är relevant för den specifika platsen för att det ska fungera som en attraktiv social mötesplats för såväl besökare som invånare. En stark identitet bidrar till en plats som besökare och boenden kan relatera till och visa engagemang för. Därför är det viktigt att formulera en tydlig vision med konkreta mål för vad centrumet ska vara och samtidigt verka för att det ska uppnås. Närhet till de som använder centrumet är nyckeln för en framgångsrik utvecklingsprocess. Detta nås bäst genom en dialog där medborgarna kan påverka sitt centrum och dess utveckling.

- Ett centrum kan utnyttjas för att förstärka stadsdelen och binda ihop områden runt omkring. Centrumet är ofta beläget mitt emellan två områden, ibland med olika byggnadsbestånd och befolkningsstruktur. En utveckling kan innebära en förstärkning av stadsdelens identitet och fungera som en enande länk mellan olika bostadsområden.
- En tydligt definierad identitet kan attrahera besökare från andra delar av staden.
- Utveckla och planera de fysiska rummen för sociala möten genom att underlätta och upplåta plats för tillfälliga arrangemang och medborgarinitiativ.
- Alla centrum bör ha en tydlig kommunikationsplattform där medborgare kan kommunicera sina önskemål och åsikter med den som äger och driver centrumet. Detta bidrar till att invånarna känner sig delaktiga i den lokala utvecklingen.

5. Levande lokala centrum

Trygghet

Folkliv föder folkliv och där många människor rör sig får vi ofta trygghet på köpet. De fysiska miljöernas utformning kan bidra till att platser upplevs som trygga. Överskådlighet, välplanerad belysning och lättförståeliga miljöer bidrar till lugn och säkerhet.

- Planera för verksamheter som lever under dygnets alla timmar. Undersök möjligheten att förtäta med bostäder men värna om gatufasaden som publik miljö.
- Undvik fysiska hinder (visuella barriärer) som ger dålig överblick eftersom detta bidrar till en känsla av otrygghet.
- Välplanerad belysning, upplysta skyltfönster och öppna fasader synliggör både verksamheter och människor på kvällstid och ökar besökarens trygghetskänsla.

Mångfald i utbud, mötesplatser och sociala vistelseytor

Ett hållbart centrum skall innehålla ett brett spektrum av verksamheter, mötesplatser och sociala vistelseytor. Målet bör vara att erbjuda olika typer av sociala vistelseytor vilka främjar olika aktiviteter, inte bara konsumtion, och sinnesstämningar.

- Det är bra att samla flera caféer och restauranger i direkt anslutning till centrumets väsentliga noder och torg där olika publika strömmar möts och där man vill ha liv över dygnet. Dessa verksamheter har också, till skillnad från handelslokaler, en möjlighet att ha entréer, öppenhet och framsidor åt flera håll vilket bör utnyttjas om man vill aktivera flera sidor.
- Utnyttja centrumets ankarfunktioner (livsmedelshandel, vårdcentral, gym, bibliotek med mera) för att skapa och attrahera ett mer diversifierat utbud av kommersiell och offentlig service.
- Utnyttja potentialen hos ”nya” verksamheter till att fylla vakanta lokaler och aktivera de offentliga miljöerna. Den allt mer omfattande e-handeln har exempelvis behov av utlämningsställen

vilka kan lokaliseras i vårt dagliga flöde, det vill säga nära livsmedelsbutiker, kollektivtrafiknoder eller skolbyggnader. På samma sätt gör det växande intresset för andrahandsmarknaden och tillfälliga aktiviteter (exempelvis loppmarknader) att aktörer inom dessa branscher har behov av billiga och centrala lokaler/ytor nära konsumenterna. Detta är positivt för de lokala centrumen eftersom dessa verksamheter genererar flöden.

I. Bilaga: Definitioner

Definitioner

Omsättning: Försäljning inklusive moms, löpande priser.

Dagligvaror: Sammanfattande begrepp för allivs- och special-livsbutiker, 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 kommun- eller områdesgränser. Index 100 innebär att handeln omsätter lika mycket som det befolkningsmässiga underlaget medger. Index >100 innebär inflöde, index <100 innebär utflöde.

Marknadsområde: Den geografiska marknad olika verksamheter som handel, service och restaurang i huvudsak konkurrerar inom.








Upptagningsområde: Det område som omfattar efterfrågesidan, exempelvis befolkning, köpkraft med mera. Upptagningsområdet är det geografiska område som olika verksamheter i huvudsak kan locka kunder ifrån.

II. Bilaga: Åldersstruktur 2025

Åldersstruktur, prognos år 2025, per år, andel (%) per 31 dec, 2025.

Källa. Statistik Stockholm

Befolkning och prognos per stadsdel, område, staden 2025

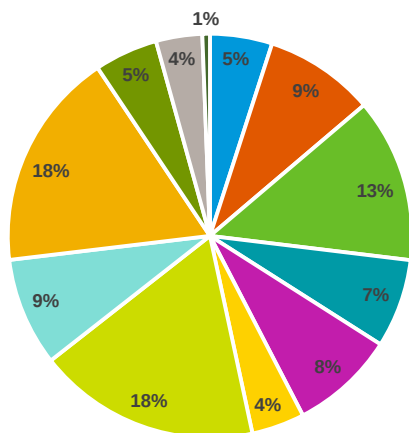
Åldersgrupp	Andel av total befolkning (%), år 2015			
	Hagsätra	Rågsved	Enskede-Årsta-Vantör	Hela staden
 0	1,5 %	1,5 %	1,5 %	1,5 %
 1-5	6,3 %	6,7 %	6,8 %	6,3 %
 6-15	10,9 %	11,3 %	10,9 %	10,4 %
 16-19	4,4 %	4,5 %	4,1 %	4,1 %
 20-64	64,6 %	64,9 %	63,5 %	62,2 %
 65-79	9,1 %	8,6 %	9,7 %	11,4 %
 80+	3,2 %	2,6 %	3,5 %	4,2 %
Totalt	100 %	100 %	100 %	100 %

III. Bilaga: Andel förvärvsarbetande per bransch

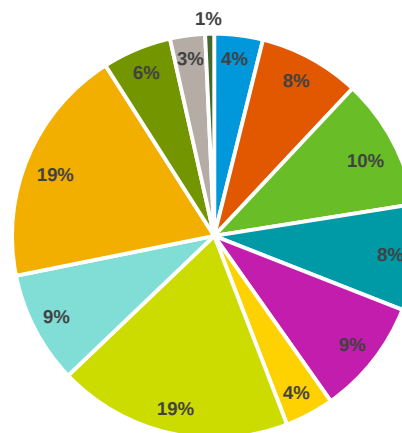
Förvärvsarbetande boende i området 2014 (%).

Källa. Statistik Stockholm

Förvärvsarbetande boende i Hagsätra, 2014 (%)



Förvärvsarbetande boende i Rågsved, 2014 (%)



- Tillv., utvinning, energi & miljö
- Handel
- Hotell & restaurang
- Företagstjänster mm.
- Vård & omsorg
- Offentlig förvaltning
- Byggverksamhet
- Transport
- Information & kommunikation
- Utbildning
- Person. & kult.tjänster mm.
- Övrig bransch

IV. Bilaga: Bostäder

Bostäder efter storlek 2014.

Källa. Statistik Stockholm

Antal bostäder efter storlek i Hagsätra, 2014. Andel (%) imf. Stockholm.

	Antal bostäder			Procent	
	Flerbostadshus	Småhus	Totalt	%	Stockholm
1 rum med eller utan kök	393	3	396	9,8 %	24,3 %
2 rum och kök	805	5	810	20,0 %	29,2 %
3 rum och kök	1 673	34	1 707	42,0 %	24,5 %
4 rum och kök	749	151	900	22,2 %	12,8 %
5 eller flera rum med kök	174	69	243	6,0 %	9,0 %
Uppgift saknas	0	0	0	0,0 %	0,2 %
Samtliga	3 794	262	4 056	100,0 %	100,0 %

IV. Bilaga: Bostäder

Bostäder efter storlek 2014.

Källa. Statistik Stockholm

Antal bostäder efter storlek i Rågsved, 2014. Andel (%) jmf. Stockholm.

	Antal bostäder			Procent	
	Flerbostadshus	Småhus	Totalt	%	Stockholm
1 rum med eller utan kök	695	0	695	14,1 %	24,3 %
2 rum och kök	1 325	0	1 325	26,8 %	29,2 %
3 rum och kök	2 052	0	2 052	41,5 %	24,5 %
4 rum och kök	664	0	664	13,4 %	12,8 %
5 eller flera rum med kök	208	0	208	4,2 %	9,0 %
Uppgift saknas	0	0	0	0,0 %	0,2 %
Samtliga	4 944	0	4 944	100,0 %	100,0 %

V. Bilaga: Marknadsunderlag per varugrupp 2015-2030

Marknadsunderlag detaljhandel per varugrupp 2015-2030

Hagsätra-Rågsved	Marknadsunderlag (mkr)				Förändring 2015-2030	
	2015	2020	2025	2030	Mkr	%
Dagligvaror	674	692	816	946	272	40 %
Sällanköpsvaror	564	620	779	967	403	71 %
- Beklädnad	179	193	239	292	113	63 %
- Hem	116	130	166	209	93	81 %
- Fritid	164	181	228	284	120	73 %
- Bygg	105	116	146	182	77	73 %
Total detaljhandel	1 238	1 312	1 595	1 913	675	55 %
Restaurang/café	190	202	247	298	108	57 %
Total detaljhandel+restaurang	1 428	1 514	1 842	2 211	783	55 %
Total detaljhandel+restaurang (exkl. bygg)	1 323	1 398	1 696	2 029	706	53 %

Källa: WSP, Konsumtionsprognosgruppen (KPG)

VI. Bilaga: Utveckling av lokala centrum

HÖKARÄNGENS CENTRUM: STOCKHOLMS STAD

Fysisk utformning och miljö

- Enhetligt skyltprogram. Synliggör verksamheter, förstärker arkitektur och estetik.
- Ökad trygghet och trivsel. Översyn av tillgänglighet, belysning och parktytor.
- Fokus på att skapa nya mötesplatser och närservice.

Funktion och kommersiell bärkraft

- Etablering av nischade restaurang- och caféverksamheter (cevicheria och surdegbsbageri) som kan attrahera nya målgrupper. Nya etableringar skapar i sin tur ringar på vattnet för fler kompletterande verksamheter och nischade butiker.
- Omlokalisering av verksamheter har bidragit till färre tomma lokaler. Hyresgästerna har efter omvandlingen lokaler som passar deras verksamhet på ett lämpligare sätt.
- Komplettering av befintligt utbud med offentlig service (vårdcentral och apotek).

Mångfald och social hållbarhet

- Satsning på evenemangsbaserade platsmarknadsstrategier. Marknader, danspaviljong och konstaktiviteter har lockat fler människor till Hökarängen.
- Stöd till lokala aktörer bidrog till större engagemang för platsen.
- Samverkan mellan olika aktörer – fastighetsägare, stadsdelsförvaltningen och föreningar - i ett gemensamt projekt ska främja hållbar utveckling genom boendedialog.
- Värnande av socioekonomisk mångfald.
- Närvaro av lokala fastighetsaktörer för att fånga upp platsspecifika preferenser.
- Tydlig kommunikation, både on- och offline.
- Uppföljning för att studera varaktiga effekter efter att projektet avslutats.

Bilder från Hökarängens centrum



Källa: Hållbara Hökarängen, Stockholmshem, Wikipedia

VI. Bilaga: Utveckling av lokala centrum

HÖGDALEN CENTRUM: STOCKHOLMS STAD

Fysisk utformning och miljö

- Fokus på att skapa ett multifunktionellt centrum som används över hela dygnet. Förtätning av närliggande bostadsområden samt tillförande av fler kvällsöppna aktiviteter.
- Upprustning av offentliga miljöer.
- Aktivering av gatuplan genom omlokalisering av verksamheter. Mödra- och barnavårdscentral flyttades från gatuplan till övervåning.
- Ökad tillgänglighet för fler transportsätt och trafikantgrupper exempelvis genom att bredda passager och utveckla knutpunkter för kollektivtrafik.
- Trygghetsfrämjande insatser genom ökad belysning av gaturum, upprustning av otrygga miljöer och ökat fokus på socialt engagemang genom nattvandringar.

Funktion och kommersiell bärkraft

- Fastighetsutveckling har skapat mer ändamålsenliga lokaler och gett upphov till nyetablering av verksamheter.
- Utbud har formats med utgångspunkt i lokala preferenser. I detta arbete har konsumentundersökningar varit viktiga för att förstå besökaren.
- Satsning på lokala eldsjälar såsom second hand-butiken Andra varvet och Babas Burgers.

Mångfald och social hållbarhet

- Satsning på olika typer av evenemang, exempelvis konstutställningar.
- Nyttja vakanta lokaler för temporära verksamheter.
- Ta tillvara platsspecifika egenskaper och anpassa utbudet efter lokal efterfrågan.
- Involvera viktiga intressenter i utvecklingsprocessen.

Högdalen centrum



Källa: Citycon