



Handelsutredning för Kärrtorp centrum

6 november 2013

Marcus Henrikson (huvudansvarig)
Lisa Johnsson
Philip Johnsson
Anders Ling

UNITED
BY OUR
DIFFERENCE



Bakgrund

- AB Svenska Bostäder vill göra en genomlysning av Kärrtorp centrum inför en utveckling av hela stadsdelen, med kompletteringsbebyggelse och upprustning och lokal anpassning av centret och dess handels- och serviceutbud.
- Söderortsvisionen 2030 syftar till att utveckla Söderort för dem som bor och verkar där genom att förbättra och utveckla tryggheten, utbildningsmöjligheter, näringsliv, arbetsmarknad, infrastruktur- och stadsbyggnad. Att utveckla Kärrtorp ligger i linje med stadens vision. I samband med att lyfta stadsdelen behöver även centrumets framtida roll studeras.

Disposition

1. Sammanfattning
2. En analys av Kärrtorp centrums marknad
3. Rumsliga förutsättningar för Kärrtorp centrum
4. Kulturens roll för Kärrtorp och dess centrum
5. Bilagor

1. Sammanfattning

Introduktion

- I denna sammanställning redovisas de viktigaste och mest centrala slutsatserna från handelsutredningen för Kärrtorps centrum.

Kärrtorps centrum – tema rummet

- Satsa på ett sammanhållet centrum. Centrumet är för utdraget (300 meter långt). Ett splittrat centrum sprider ut kvalitéerna. Att kraftsamla på en punkt är kommersiellt bäst för helheten. Begynnande två tyngdpunkter – torget och den nedre parkeringen/busshållsplatsen. Detta gör centrum sårbart för centrumvandring.
- Torget (Kärrtorpsplan) behöver återta sin roll som tyngdpunkt och mötesplats.
- Bristande koppling till Enskededalen och delar av Björkhagen, vilket minskar centrumets potentiella upptagningsområde.
- Centrumets styrka är att det är utomhus och att det ska gå snabbt att handla, därför borde man underlätta för biltillgängligheten genom fler korttidsparkeringar och kantstensparkering på Kärrtorpsvägen.
- Erfarenheten säger att besökare och kunder har svårt att överblicka och röra sig mellan de tre olika nivåer som centrumet de facto består av.
- Trots närvaron av kultur finns inslag av otrygghet och krossade skyltfönster.

Kärrtorps centrum – tema innehåll

- På grund av allt hårdare konkurrens har Kärrtorps centrum med tiden tömts på service och butiksutbud. För att vända på utvecklingen behöver befolkningstätheten öka i närområdet och den relativt dåliga tillgängligheten med bil och begränsade parkeringsmöjligheter förstärkas.
- Trots ovanstående känns utbudet annars rätt bra för att vara ett så pass litet centrum. Förvånansvärt mycket finns.
- För centrumets motorer, dagligvarudestationerna, är varje ny närboende individ viktig då kärrtorpsborna spenderar i snitt hälften av sin köpkraft riktad mot livsmedel i Kärrtorp centrum.
- Kärrtorp centrum består av en ”marknadsplats” (där handel och service finns) och ett ”kultursstråk” (mer nischat mot kultur och ej centrumspecifika funktioner).

”Marknadsplatsen”

- En del butiker ligger på fel plats.
- Handelsbanken och Apoteket borde ligga på torget före hudvård, frisör och dylikt. Även optikern borde ligga på torget.
- Ett bra komplement som saknas borde vara vårdcentral, tandläkare och dylikt.
- Det bör undersökas om man kan tillföra Kärrtorp centrum offentlig och kommunal service.
- Koncentrera så mycket som möjligt till Kärrtorpsplan.



”Kulturstråket”

- Kärrtorp har förutsättningarna, en etablerad kulturverksamhet, men dessa är hittills dåligt utnyttjade.
- Använd personligheterna i Kärrtorp samt platser av betydelse (kärrtorpet) för att skapa en story, eller berättelse om platsen.
- Teater Reflex har inlett ett arbete med studiecirkel för att skapa ”Berättelsen om Kärrtorp”.



Möjligheter för Kärrtorps centrum

- Det starka och "individuella" varumärkesbyggandet som på senare tid omgärdar vårt boende medför att stadsdelscentrum i starkare områden lockar till sig specialhandel inom café, restaurang och livsmedel.
- Stadsdelscentrum lokaliserade i områden med en relativt stark närmarknad, och attraktiva boendemiljöer i sitt omland har fått en revansch. Om det byggs fler attraktiva bostäder i anslutning till Kärrtorp centrum ökar det därför sannolikheten för en positiv utveckling.
- Om Kärrtorp centrum rustas upp och erbjuder ett bra vardagserbjudande kan det överleva och växa. Inte minst för att det erbjuder tidseffektiv konsumtion – vilket förutsätter god tillgänglighet både avseende kollektivtrafik och biltrafik.
- Även trivselaspekten (mysigt, tilltalande miljö, tryggt) blir allt viktigare. Därför är centrumets roll som områdets "vardagsrum" och mötesplats ännu viktigare att utveckla.

Möjligheter för Kärrtorps centrum, forts.

- Öka siktlinjerna på torget genom att "öppna upp" så mycket som möjligt, på torget skulle det passa med fler allmänna sittplatser.
- Torget i Kärrtorps centrum är öde stora delar av tiden. Kan verksamheter flytta ut på den tomma ytan? Finns det plats för bilar på torget som ger större närvaro och ökad verksamhet? Ökad torghandel kan kombineras med kvällsverksamheter, musik etc. Stärka närvaron på torget.
- Förstärk kopplingen till Björkhagen och Enskededalen för att öka potentialen för Kärrtorp Centrum, då dess potential för utveckling är bättre än t ex Björkhagens centrum.
- Benchmark med andra liknande handelscentrum visar att Kärrtorp har potential inom framförallt dagligvaror, givet att sekundär- och tertiärområdet får en ökad lojalitet till centrumet.

2. En analys av Kärrtorp centrums marknad

- 2.1 En kort historik och centrumavgränsning
- 2.2 Kärrtorp centrums upptagningsområde, befolkning och marknad
- 2.3 Benchmark – liknande centrum
- 2.4 Konkurrensanalys
- 2.5 Trender inom handeln
- 2.6 Kärrtorp centrum: pärlor och utmaningar
- 2.7 Framtida omsättningspotential

2.1 Hur centrumet var tänkt att fungera och dess avgränsning

Kärrtorp: en kort historik

- Kärrtorp planerades som ett stadsdelsgruppcentrum liksom Vällingby, Högdalen, Farsta och Skärholmen. Avsikten var att betjäna även de närliggande stadsdelarna med sådan kommersiell service som de enskilda stadsdelarna inte klarade av att erbjuda själva. Hur centrumet kopplar till dessa stadsdelar framgår av vägnätskartan på nästa sida. Tunnelbanan går genom Kärrtorp och Björkhagen.
- Kärrtorp lyckades inte ta samma position som centrumen ovan. Högdalens primärområde om 15 000 invånare kan jämföras med Kärrtorps knappt 5 000.
- Men allt hårdare konkurrens har Kärrtorps centrum med tiden tömts på service och butiksutbud. Förklaringar kan vara en för låg befolkningstäthet och den relativt dåliga tillgängligheten med bil och begränsade parkeringsmöjligheter.

Inkom till Stockholms stadsbyggnadskontor - 2015-05-05, Dnr 2011-13548



- 15

Centrumavgränsning

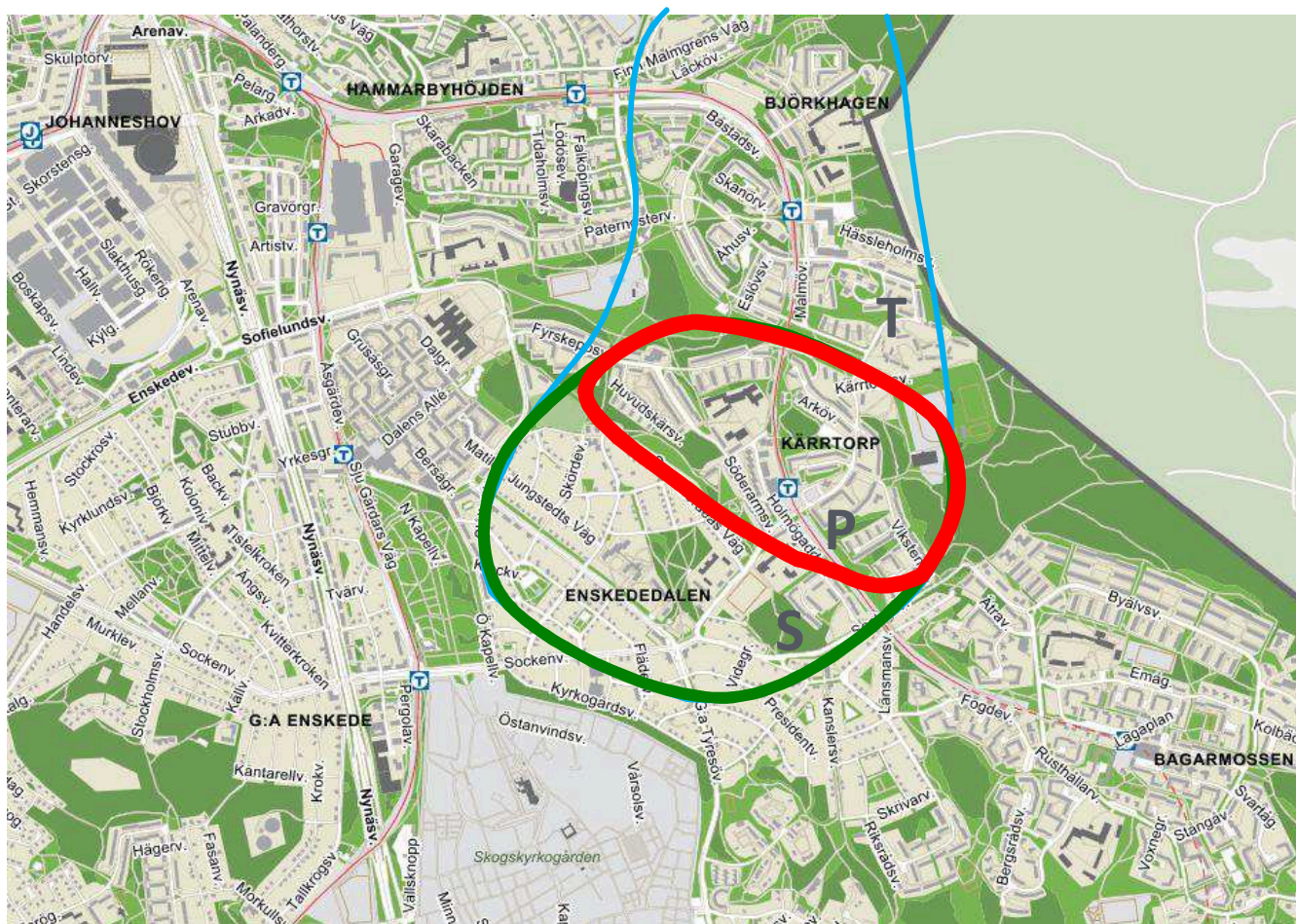


- Analysen omfattar alla delar, även de som inte ägs av Svenska Bostäder.

2.2 Upptagningsområde, befolkning och marknad

- Startår 2012
- Prognosår 2016 och 2021

Kärrtorp centrumns möjliga marknadsområde



Kärrtorps centrum har som främsta upptagningsområde den egna stadsdelen med knappt 5 000 invånare.

Köptroheten är dock hög, vi kommer till vad det innebär senare i rapporten.

Det finns naturliga kopplingar även till Enskededalen och Björkhagen, men många i Björkhagen bor så till att de naturligt handlar i Hammarbyhöjden.

Vi tror att kopplingarna till Enskededalen och delar av Björkhagen och kan förstärkas.

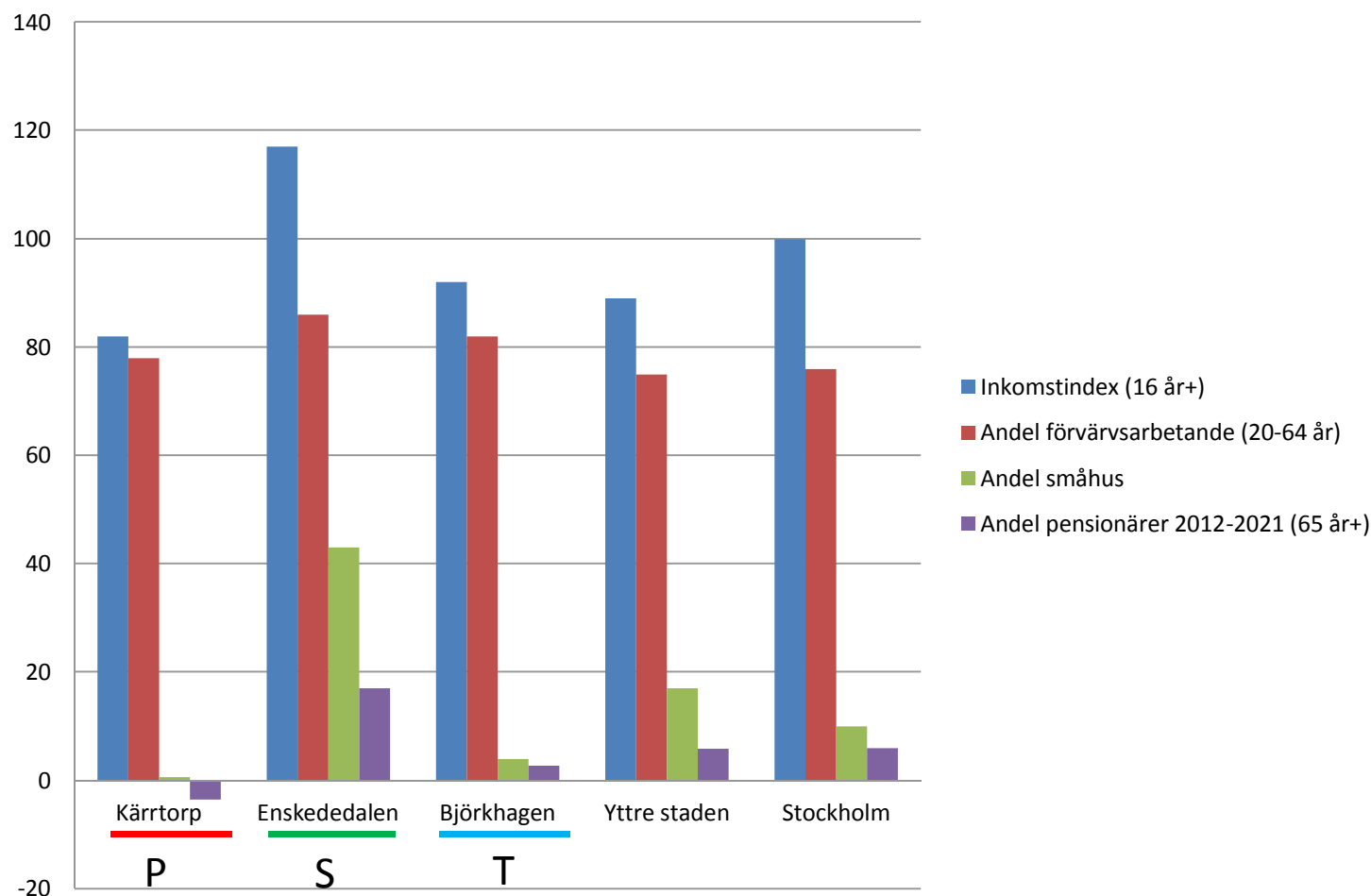
- Vad som skiljer primärområde (P), sekundärområde (S) och tertiärområde (T) från varandra är centrumets andelen av marknaden i respektive område.

Befolkningsutveckling i marknadsområdet

Marknadsområde	Befolkning			Förändring 2012-2016	Förändring 2012-2021
	2012	2016	2021		
P – Kärrtorp	4 743	4 779 (2017)	4 797	0,8 %	1,1 %
S – Enskededalen	2 592	2 695	2 724	4,0 %	5,1 %
T - Björkhagen	6 160	6 917	7 016	12 %	14 %
Totalt hela upptagningsområdet	13 495	14 391	14 537	6,6 %	7,7 %
Stockholm	881 235	933 961	987 912	6,0 %	12 %

- Den föregående nioårsperioden ökade Kärrtorp sin befolkning med 1,3 %. Den kommande nioårsperioden beräknas ökningstakten bli 1,1 %. Källa: Stockholms stad, avser respektive stadsdelar.
- Tillväxttakten är alltså mycket lägre för Kärrtorp än för Stockholm som helhet. Skulle man få till exempelvis 500 lägenheter i Kärrtorp skulle det motsvara en befolkningsökning med över 20 %. För centrumets motorer, dagligvarudestationerna, är varje ny individ viktig då kärrtorpsborna spenderar i snitt hälften av sin köpkraft riktad mot mat i Kärrtorp centrum.

Marknadsområdets socioekonomiska profil



- Redovisade parametrar är de som mest påverkar ett bostadsområdescentrums profil. Främst är områdets inkomstnivå, som sätter prägel på dess innehåll och stil. Kärrtorpsbor har samma inkomstnivå som Sverige som helhet.

Bedömningen av centrumets framtida position bygger på att man lever upp till följande "hygienfaktorer"

- Centrumets planlösning, miljö och dess butiker ska tillgodose de krav som konsumenterna normalt ställer på liknande centra.
- Tillgängligheten från angränsande vägnät och marknadsområden skall vara lika god som för andra liknande centra.
- Tillgången på bilplatser och kollektiva färdmedel ska vara lika god som för andra liknande centra.

Metod:

- Möjliga marknadsandelar och omsättningsmöjligheter bedöms utgående från det egna sammanlagda utbudets konkurrenskraft gentemot nuvarande och framtida konkurrens.
- Utgångsläge: dagens marknadsandelar vilka justeras genom analys av (numrena återkommer i texten):
 1. befolkningsförändringar (+)
 2. ökad köpkraft (+)
 3. benchmarking (+/-)
 4. ökad konkurrens (-)
 5. handelstrender (+/-)
 6. egna förbättringsåtgärder (+)

(1-2) Områdets köpkraft* och marknadstillväxt

Styrs av befolkningstillväxt och ökad köpkraft

	Marknadsunderlag (MSEK)			Förändring 2012-2016		Förändring 2012-2021	
	2012	2016	2021	MSEK	%	MSEK	%
Dagligvaror P	130	137	144	6	5 %	14	11 %
Dagligvaror S	70	77	82	6	8 %	11	15 %
Dagligvaror T	170	198	211	29	17 %	42	25 %
Totalt dagligvaror hela upptagningsområdet	370	412	437	41	11 %	67	18 %
Totalt sällanköpsvaror P + S	187	213	246	26	14 %	59	32 %
Totalt sällanköpsvaror hela upptagningsområdet	344	410	475	66	19 %	131	38 %
Totalt detaljhandel P + S	389	427	472	38	10 %	83	21 %
Totalt detaljhandel hela upptagningsområdet	715	822	912	106	15 %	197	28 %

- Utifrån var folk bor och hur mycket de konsumerar vid olika tidpunkter kan man beräkna att det idag finns 370 miljoner kronor i området och 437 miljoner kronor år 2021. Detta motsvarar en real tillväxt på 18 % eller 67 miljoner kronor. Kärrtorp centrum kommer inte att kunna fånga all denna tillväxt. Hur mycket och varför beskrivs i det följande.

*) Se bilaga för hur köpkraften är framräknad.

2.3 Hur centrumet står sig relativt andra jämförbara centra

(3) Benchmarking

- Benchmarkingen syftar till att genom jämförelse med andra stadsdelscentrum identifiera potentiella verksamheter som skulle kunna tillföras Kärrtorp, och därmed öka centrumets marknadsandelar
- Ett antal centrum har valts ut som liknar Kärrtorp så mycket som möjligt avseende:
 - Storlek avseende omsättning och butiksantal samt kundunderlag och struktur
 - Jämförelseobjekten skulle helst vara mindre stadsdelscentrum
- Några centrum som har delvis andra förutsättningar än Kärrtorp har också valts ut – för att fånga upp eventuella trender och möjligheter på andra marknader
- Tretton bostadsområdescentrum valdes ut
- De valda centrumen är Alviks Torg, Ålstensgatan, Nockeby Torg, Ekerö centrum, Åkermynatan, Bro centrum, Näsby Park, Larsberg, Ektorp, Trångsund, Bagarmossen, Gubbängen och Hökarängen

Dagens verksamheter i Kärrtorp centrum (24 juni 2013)

1. Espressomech (service på kaffemaskiner)	KS
2. Myshöman (heminredning och present)	SV
3. (vakant)	
4. Kärrtorps krog (pizzeria)	R
5. Kontor (Utställning Badrum, SvBo)	
6. Sushi Café	R
7. Fastighetsmäklare	KS
8. Boutique Dolce Vita (kläder till kvinnor)	SV
9. Apotek	DV
10. Skrädderi med kemptvätt & skoservice	KS
11. Bank	KS
12. Kontorslokal (vakant)	
13. Turteatern T	SS
14. Coop Konsum	DV
1. Deli (Isländsk fisk och lammkött)	DV
2. Blommor	DV
3. Hair & Beauty (frisör/utbildning)	KS
4. Låssmed	KS
5. Libanesiska Le Coin	R
6. Solarium	KS
7. Spel, tobak, papper	DV
7b. (fd låssmeden ovan, nu vakant)	
8. Humanbridge (second hand) med Elvakaffe	(SV) R
9. ICA Nära	DV
10. Reflexen bio och Teater Reflex	KS / SS
11. Pressbyrån	DV
12. Gautkök och Thai Wok	R / R
13. Restaurang Sommardag / Kärrtorpsphallens Orientlivs	R / DV
1. Pizzeria	R
2. Kontor	
3. Hud & Spa	KS
4. Tobak / Optiker	DV / SV
5. Körkortsskola	KS
6. Cykelförsäljning	SV
7. Kontor (fastighetsservice)	



KS = Kommersiell service; SV = Sällanköpsvaror; R = Restaurang; DV = dagligvaror; SS = Social service

Utbudet i Kärrtorp centrum – en sammanfattning

- Dagligvaror tre livsmedelsbutiker, ett apotek, en deli, en blombutik, tre kiosker
- Sällanköpsvaror en presentbutik, en modebutik för kvinnor, en secondhandbutik, en cykelaffär, en optiker
- Restauranger sju restauranger och kaféer
- Kommersiell service elva verksamheter, varav en frisörer, en låssmed, en bank, en mäklare, en hudvård, en körkortsskola, ett skrädderi med kemptvätt och skoservice
- Social service två teatrar och en bio

Gröna rutor är möjliga kompletteringar till Kärrtorp centrum

Alviks Torg	Ålstengatan	Nockeby Torg	Ekerö centrum	Åkermyntan	Bro centrum	Näsby Park	Larsberg	Ektorp	Trångsund	Bagarmossen	Gubbängen	Hökarängen
ICA Super...	Fisk	Matbutik (Engströms)	ICA Super...	ICA Super...	ICA Super...	Sabis	ICA Super...	ICA Super...	ICA Supermarket	Coop	Café/bar/ Bistro	Matdax
Café 2 st	Chark/kött	Frisör	Systembolag	Lidl	Grillkiosk	Apotek	Bank	Optiker	Jourlivs	ICA Supermarket	Pub/ restaurang	Tobak
Bank 2 st	Café	Indisk restaurang	Grillkiosk	Mäklare	Blommor	Presskiosk	Frisör	Blommor	Pizzeria	Damkläder	Blommor och presenter	Kläder
Mc Donalds	Café Gateau	Kläder – dam 3 st	Djuraffär	Bank	Fonus	Bibliotek	Restaurang	Frisör	Café	Mobil/data	Vårdcentral	Låssmed
Skor	Frisör	Apotek	Frisör	Konditori	Presskiosk	Frisör	Sko/nyckel/ kem	Café Gateau	Vårdshus	Frisörer 3 st	Folkvandvård	Frisör
Inredning	Mäklare 2 st	Café	Pressbyrå	Bibliotek	Pizzeria	Café Gateau	Hälsokost	Mäklare	Sushi	Orientaliskt livs	Apotek	Pizzeria
Hälsobutik	DVD	Blommor	Optiker	Kinakrog	Restaurang/ Pub	DVD	Blommor	Gym	Deli	Pub/ restaurang	Spel och Tobak	Loppis
The Phone House	Kläder	Pizzeria	Kläder	Lek och spel	Sko/nyckel/ kem	Pizzeria	Pizzeria	Konsum		Italienskt restaurang/deli	Coop	Café
Parelle Parfym	ICA Nära	Inredning	Barnbutik	Kläder	Optiker	Blommor 2 st	Grillkiosk	Kläder		Bageri /Café – Lilla bagis	Bibliotek	Friskvård
Barnkläder	Barnkläder	Sko/nyckel/ kem	Pizzeria	Bokaffär	Deli	Bank 2 st	Privat friskvård och hemtjänst	Mattor		Sko/nyckel/ kem	DVD	Kolgrill
Sko/nyckel/ kem	Deli	Grillkiosk	Restaurang/ Pub	Tyg och garn	Frisör	Sushi		Pressbyrån		DVD	Livs	Second hand kläder
Damkläder		Presskiosk	Inredning	Skor	Hantverk/ galleri	Kläder		Djuraffär		Blommor	Frisör	Thai massage
Blommor			Bokhandel	Blommor (ICA)	Mäklare	Hälsokost		DVD		Apotek	Mäklare	Syateljé
Optiker			Bibliotek		Apotek	Mäklare				Tobak/godis	Söderkök	Hudvård
Herrkläder			Blommor		Bibliotek	Restaurang				Pizzeria -2 st		Järnhandel
Pressbyrå			Sko/nyckel/ kem		Sporthall	Sko/nyckel/ kem				Folkets hus (bibliotek, teater mm)		Bageriet Lydecker & Boussard
Frisör			Konditori							Ur & Guld		Cevicheria aji y ajo
Bibliotek			Second hand							Thai		
			Prylbutik							Kyrkan		
			Bank 2 st									
			Skor									
			Apotek									
			Mäklare									

Slutsatserna pekar på att centrumet har visa möjligheter

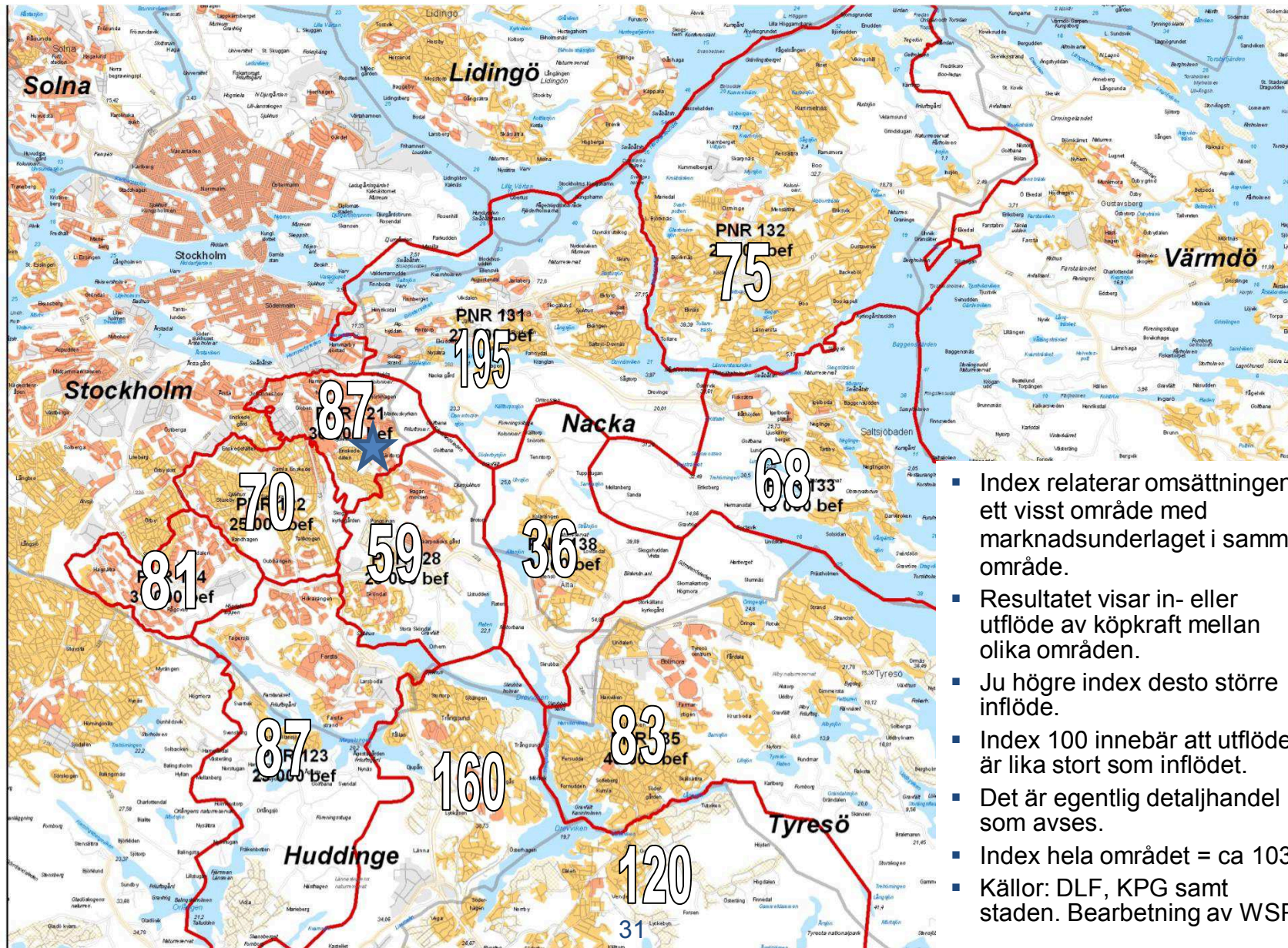
- Benchmarkstudien visar på ett antal verksamheter som idag saknas i Kärrtorp men finns på liknande torg i regionen, exempelvis:
 - Hälsobutik, Barnkläder/leksaker, Flera nischade restauranger (indiskt, kina, italiensk), Vård/omsorg, Hantverk och DVD (ihop med café eller kiosk/spel)
- Stadsdelscentrum i starkare områden lockar till sig specialhandel inom café, restaurang och livsmedel
 - Bagerier, chark och fiskbutiker etablerar sig åter i stadsdelscentrumen
 - Starka varumärken inom café, som gateau, etablera sig i alltfler stadsdelscentrum
 - Genuina och högkvalitativa restaurang- eller bageri/cafékoncept som Bageriet Lydecker & Boussard i Hökarängen eller Lilla Bagis i Bagarmossen
- 😊 ■ Trenden ovan är en effekt av det starka och "individuella" varumärkesbyggandet som på senare tid omgärdar vårt boende
- 😊 ■ En intressant observation är att stadsdelscentrum lokaliserade i områden med en relativt stark närmarknad, och attraktiva boendemiljöer i sitt omland har fått en revansch

2.4 Konkurrensanalys

(4) Kända projekt på gång i närområdet

Kommun	Läge	Projektnamn	BTA, Handelslokaler	Byggstart	Beställare/Byggherre	Fritext
Stockholm	Sköndal/Statoil	Willy:s, Plantagen	3 500+4 500	2013?	Axfood m m	Volymhandel och lågprislivs
Stockholm	Skarpnäcks gård	Nybyggnad av handelscentrum	4000	2012?	Wallenstam	
Stockholm	Globenområdet	IKEA; Globen m m	136 000+7000	2016	IKANO, IKEA, Carlyle	Köpcentrum, stormarknad m m
Stockholm	Dalen C	Dalen 13	Ombyggnad av butik	2013	Ica	Sammanslagning av två butikslokaler

Dagligvaruhallsmarknadens täckningsgrad i olika områden

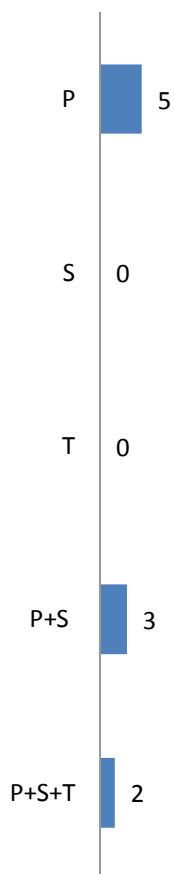


- Index relaterar omsättningen i ett visst område med marknadsunderlaget i samma område.
- Resultatet visar in- eller utflöde av köpkraft mellan olika områden.
- Ju högre index desto större inflöde.
- Index 100 innebär att utflödet är lika stort som inflödet.
- Det är egentlig detaljhandel som avses.
- Index hela området = ca 103.
- Källor: DLF, KPG samt staden. Bearbetning av WSP.

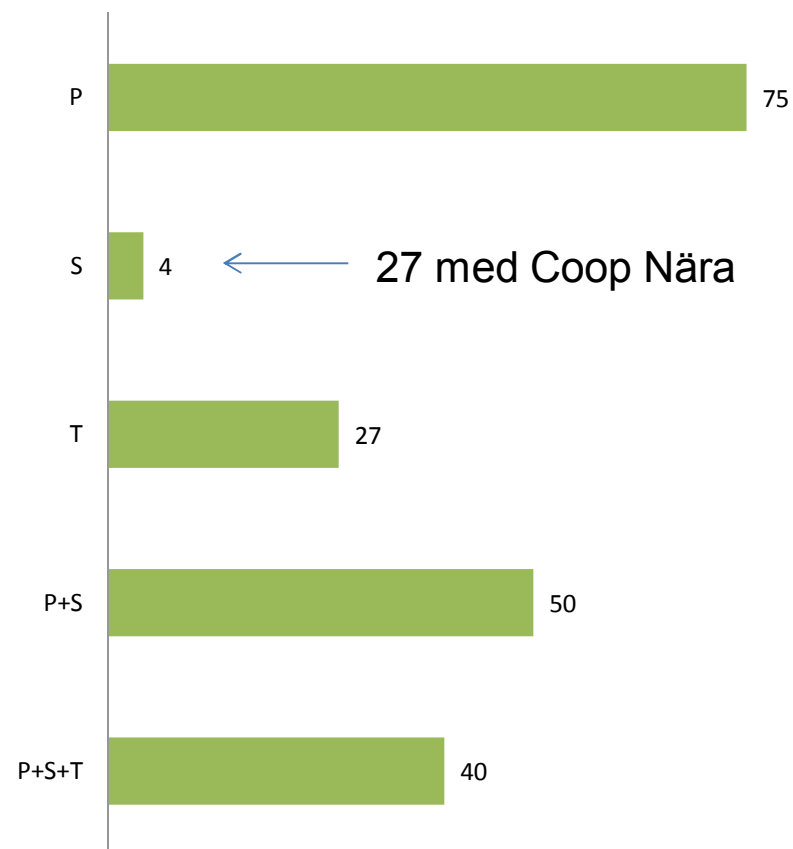
Köptrohet idag (in- och utflöden)

Köptrohet (självförsörjningsgrad, täckningsgrad) relaterar omsättningen inom ett visst område med det faktiska marknadsunderlaget (synonymt med konsumtionsunderlag) inom samma område. Sett med handlarperspektiv kallas det varuförsörjningsförmåga. Man erhåller ett ut- eller inflöde av köpkraft över områdesgränsen. Index 100 innebär att utflödet är lika stort som inflödet. Index över 100 indikerar ett inflöde.

Sällanköpsvaror



Dagligvaror



Primärområde (P) = Kärrtorp; sekundärområde (S) = Enskededalen; tertiärområde (T) = Björkhagen

2.5 Trender och strukturuomvandlingseffekter med avseende på småcentra av typen Kärrtorp centrum

Trender och pågående strukturomvandling (1/2)

- Nya stora dagligvaruetaableringar i externa handelslägen kan innebära ett ökad bilberoende och ofta en utarmning av små stadsdelscentrum som betjänar stadens bostadsområden.
- I takt med att sällanköpshandeln flyttar ut har den ersatts med restauranger, annan kommersiell service, social service, caféer med mera.
- Antalet dagligvarubutiker har minskat med 3–4 % per år från 1967 fram till idag. Nu ser vi sedan ett par år tillbaka ett visst trendbrott: på sina håll ser vi en tillväxt av små specialiserade livsmedelsbutiker.
- Påverkan på det traditionella butiksnätet blir allt mer kännbar genom ökad handel över nätet. Men denna kamp om köpkraften kommer främst att stå mellan andra typer av handelsplatser än bostadsområdescentra.

Denna allmänna beskrivning passar väl in på Kärrtorp centrum.

Trender och pågående strukturomvandling (2/2)

- Mindre centrum har det generellt tufft. De som missköts tappar mark.
- De som rustas upp och erbjuder ett bra vardagserbudande kan dock överleva och växa. Inte minst för att de erbjuder tidseffektiv konsumtion.
- 😊 ■ Om det byggs fler bostäder i anslutning till centrumen ökar det sannolikheten för en positiv utveckling.
- Maximera flödena till centrumet genom offentlig service och föreningar.
- En bra dagligvaruhandel plus annan service är A&O.
- För små centrum: kvalitetsaspekten i utbudet blir allt viktigare (t ex chark, bageri och deli).
- För små centrum: även trivselaspekten (mysigt, tilltalande miljö) blir allt viktigare.

Vi tror att dessa erfarenheter även gäller för Kärrtorp centrum. Därför är centrumets roll som områdets "vardagsrum" ännu viktigare att utveckla.

(5) Exempel på framgångsrika strategier

- Fastighetsägaren är nyckeln till framgång – engagemang krävs!
- Nischa centrumet (utifrån intervjuer med kunderna).
- Samarbete med företagareföreningen (och eldsjälar).
- Stärk handlarnas affärsmässiga kompetens genom utbildning och samtal.
- Sök aktivt upp intressanta koncept.
- "Kundråd" för att fånga upp handlare och kunders åsikter.
- Det ska kännas som "mitt" centrum. För att nå detta måste alla aktörer (fastighetsägare, handel, kommun, kultur m fl) som löser medborgarnas vardagsbehov samverka. Det börjar med att hålla rent framför sin egen dörr.

Vi bedömer att det inom flera av dessa "mjuka" områden finns en utvecklingspotential för Kärrtorp centrum.

Vinnande centrumtyper

City växer i A-
stråken

"Shopping"

Yttre innerstaden förstärks i
knutpunkterna

"service + vardag + grab-and-go"

Större och mellanstora – ej
små - förortscentrum med goda
förbindelser, positiv
befolkningstillväxt och välskötta
centrum håller positionerna

"Service+vardag+
storhandla+Grab-and-go"

Storstadsnära orter erbjuder det
"goda livet". "Service+vardag"

*Den övergripande strukturomvandlingen
har historiskt inte gynnat centrumtyper
som Kärrtorp centrum*

Varför besöka?

Bor i närheten
Är på väg till/från jobbet
Mötesplats
Tidseffektivt
Komplettera
Äta
Äldre
Tryggt och trevligt 😊

Typ av utbud?

Vardagsärenden
Grab-and-go
Föreningsliv
Mötesplats 😊
Restaurang
Kommunal service

Efterfrågan

Kärrtorp
centrum

Utbud

Det är genom att arbeta med dessa faktorer som man kan få de boende i området att vilja välja just Kärrtorp centrum. Trenden är att dessa beteenden blir allt viktigare för mindre centra.

2.6 Kärrtorp centrum: pärlor och utmaningar

”Vad kännetecknar det attraktiva centrumet?”

FOKUS: Anpassat till de behov besökarna i närområdet har. Undersök vilka kunderna är och fånga upp deras behov. Centrumet måste förhålla sig till kringliggande konkurrerande handelsplatser/centrum

BUTIKSMIX: Basutbud av daglig- och sällanköpsvaror samt service. Ett flertal kedjor samt Systembolag och apotek är viktigt för större centrum

STRÅK/TYNGDPUNKT: T ex nära mellan station/infarts-parkering och dagligvarubutik. Tidseffektivitet och tillgänglighet är extra viktigt

MÖTESPLATS: Naturliga mötesplatser som är trivsamma, trygga och inbjudande. Skapa en stolthet för ”mitt centrum”

Attraktivt stadsdels- centrum

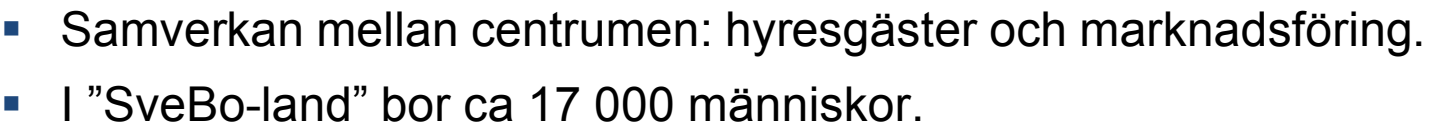
ÖVRIGT UTBUD: Handeln är bara en del av utbudet. Bostäder, arbetsplatser, kultur, kyrka, bibliotek, föreningsliv, kommunal service, vårdcentral skapar flöden och täthet. Handel i a-lägen, stödjande service i b-läge

DRIFT: Professionell centrumledning som värnar och säljer in helheten. Samverkan mellan handel, kommun, fastighetsägare. Ta tillvara och utveckla ett positivt och engagerat samarbete. Goda öppettider, marknadsföring, evenemang mm

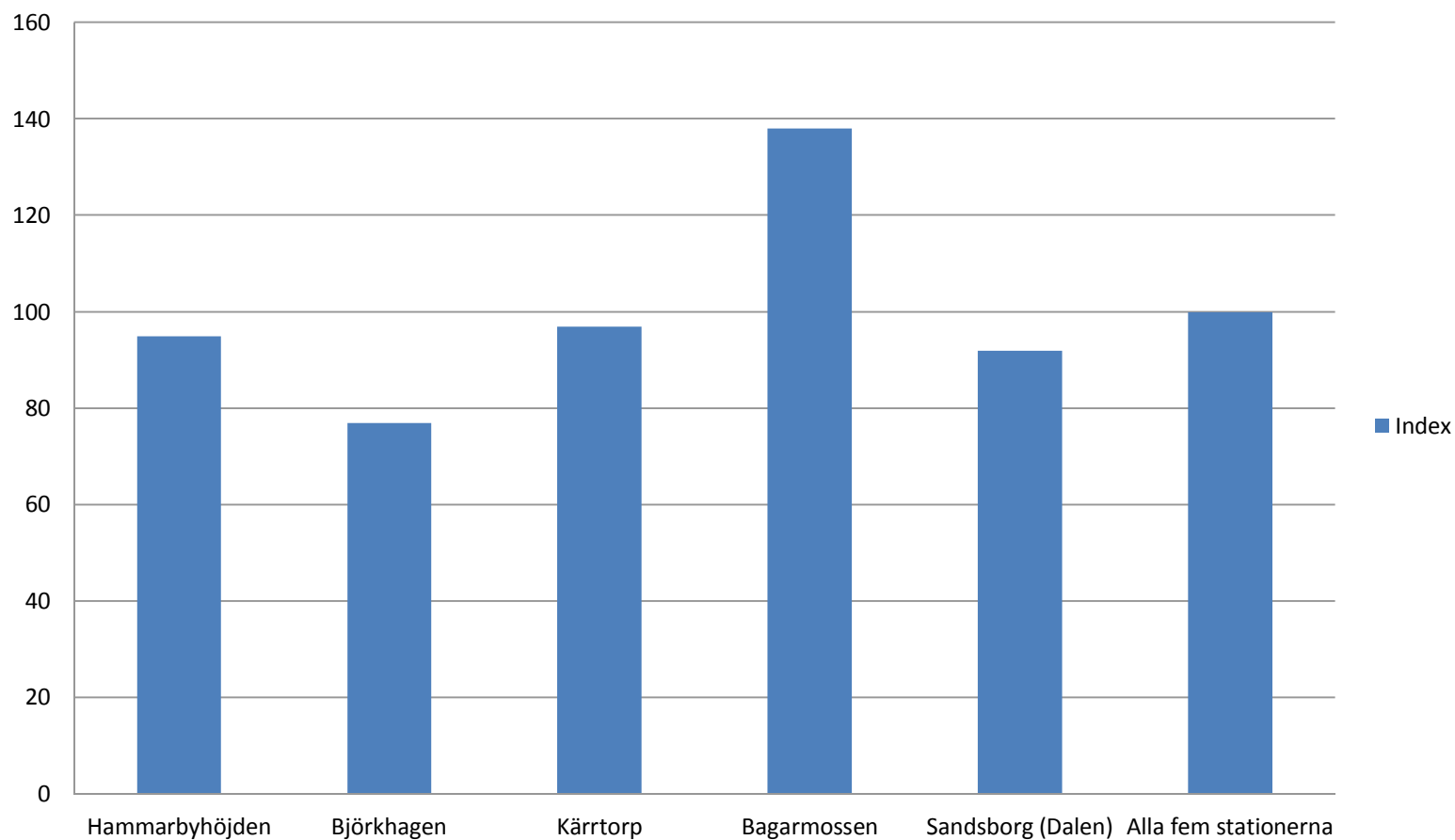
(6) Kärrtorp centrum idag, vad kan förbättras från ett kommersiellt perspektiv?

Utbud – vad saknas och placering	<ul style="list-style-type: none"> -Butiker på fel plats. Lågskärsgatan känns riktigt "Kalle Bakom". Förvånande att finna Handelsbanken och Apoteket där. Där borde istället hudvård, frisör och dylikt ligga. Optikern borde ligga på torget, secondhandbutiken ligger i lite för bra läge -Kanske en större livsmedelsdestination (istället för två mindre) med entré mot torget (läs mer om förutsättningarna för detta i sammanfattningen nedan) -Vårdcentral, tandläkare och dylikt -Utbudet känns annars rätt bra för att vara så pass litet centrum. Förvånansvärt mycket finns (för låg hyra?) -Stor omsättning på hyresgäster (för låg hyra?) -Ingen manuell disk, vare sig på Konsum eller Ica
Pärlor	<ul style="list-style-type: none"> -Småstadskänslan, snabbt, enkelt -Utomhus, snabbt att handla, därför borde man underlätta för biltillgängligheten. Fler korttidsparkeringar m.m. Kantstensparkering på Kärrtorpsvägen -Torget som potentiell mötesplats. Man måste på ett klokt sätt öka siktlinjerna på torget genom att "öppna upp" så mycket som möjligt; på torget skulldet passa med fler neutrala sittplatser
Marknadsaktiviteter	<ul style="list-style-type: none"> -Informationsskylt som stämmer m m -Otryggt, krossade skyltfönster ("visa väskan" på Konsum) -Icas öppettider imponerar, 7-23 m-l, 9-21 sön
Samverkan	<ul style="list-style-type: none"> -Fem, snart sex, fastighetsägare. Ett stadsdelscentrum brukar ha två , möjligen tre fastighetsägare. En utmaning.
Utbud – att vårda	<ul style="list-style-type: none"> -De i kartan gulmarkerade lokalerna känns off. Kommer bättre till om man koncentrerar Kärrtorpsplan mer. -Isländsk fisk verkar spännande, är den det? -Konsum trevligare butik än Ica, "utsikten" från konsum över toget (bakom träden)

Inkom till Stockholms stadsbyggnadskontor - 2015-05-05, Dnr 2011-13548



Tunnelbanans bidrag till flödet



- Avser totalt antal in- och utpassager per vardagsgygn. Källa: SL.
- I området är det Bagarmossen som har den stora tunnelbanestationen. Kärrtorp utmärker sig inte relativt de andra stationerna.

2.7 Framtida möjlig försäljning

Marknadsandelar idag och bedömd potential 2016 och 2021

	Marknadsandelar 2012	Bedömd omsättning 2012	Marknadsandelar 2016/2021	Omsättning 2016	Omsättning 2021
	%	MSEK	%	MSEK	MSEK
Dagligvaror P	50 %	65	52 %	71	75
Dagligvaror S	20 %	14	24 %	18	20
Dagligvaror T	10 %	17	12 %	24	25
Totalt Dagligvaror	26 %	96*	28 %	113	120
Totalt Sällanköpsvaror P+S+T	1 %	3*	1,5 %	6	7

Primärområde (P) = Kärrtorp; sekundärområde (S) = Enskededalen; tertiärområde (T) = Björkhagen

*) Baserat på uppgifter från SvBo

Kommentar kring antagande om framtida marknadsandelar

■ Dagligvaror

- Hög marknadsandel i primärområdet redan idag, potentialen finns i S och T
- Antagen låg befolkningstillväxt i P (betydligt bättre i S och T*), synd med så höga marknadsandelar!
- Låg yteffektivitet, hög intern konkurrens?
- Viss p-dämpning råder (butiker tappas omsättning orsakad av brist på nyttig parkering; mer parkering på torget vore önskvärt)
- Ingen ny konkurrens från annat håll vad vi kan se
- Närbutikskonceptet består, ett större koncept kan ge högre andelar, går det fysiskt att få till?

■ Sällanköpsvaror

- En del butiker tillkommer, andra försvinner, saknas gör kanske hälsobutik, barnkläder/leksaker, hantverk och DVD (ihop med café eller kiosk/spel)
- Men potentialen finns främst inom olika former av kommersiell och social service samt restaurang (dvs ej sällanköpsvaror)
- Utmaning 1: kan butikerna byta plats (torget i centrum)?
- Utmaning 2: kan man koppla centrumet bättre till Björkhagens 6 000 invånare? Dock räcker ej för kritisk massa. Då krävs Högdalens primärområde om 15 000 invånare, vilket kan jämföras med Kärrtorps knappt 5 000.
- Utmaning 3: skapa mötesplats på torget (träd, sittplatser, trygghet mm)

* 1%, 5% samt 14% fram till 2021

Bedömning av ytpotential 2021

- Beräkningar av ytbehov för prognostiserad omsättningsökning är mycket känsliga för förändringar i antaganden om framtida yteffektivitet*
- Nya ytor bör tillskapas i A- och A/B-lägen
- Befolkningen i primärområdet ökar enligt stadens prognos svagt mellan 2012 och 2021. Om centrum kan erhålla bedömd marknadsandel och yteffektivitet erhålles följande ytbehov år 2021.

Med en yteffektivitet på (idag i parentes):	Behövs	Idag finns**	Återstår
Dagligvaror 48 000 kr/kvm (41 000 à 43 000)	2 500 kvm	2 345 kvm	155 kvm
Sällanköpsvaror 23 000 kr/kvm (20 000)	300 kvm	150 kvm	150 kvm
Summa	2 800 kvm	2 495 kvm	305 kvm

* Varierar mycket mellan olika typer av handelsplatser, mellan olika delbranscher och mellan individuella företag inom samma bransch.

** Källa: Svenska Bostäder

- Relativt sett en låg befolkningstillväxt.
- Ganska splittrat marknadsområde – trots nära avstånd – innebär en extra utmaning vid centrumets utveckling men innebär även en potential.
- Primärområdet är mycket starkt medan övriga områden är svagt kopplat – kan tertiärområdet bli sekundärt?
- Ingen tillkommande konkurrens i centrumets närhet.
- Benchmark med andra liknande handelscentrum visar att Kärrtorp har potential inom framförallt dagligvaror, givet att sekundär- och tertiärområdet får en ökad lojalitet till centrumet.
- Kärrtorp centrum bör kunna öka sin marknadsandel inom dagligvaror från ca 26 till ca 28 procent.

Sammanfattning marknadspotential

2 (2)

- Vår köpkraftsprognos för 2016 och 2021 med en ökad marknadsandel i kombination med marknadstillväxt innebär en liten potential för utbyggnad (ca 300 kvm detaljhandelsyta)
- Störst omsättningspotential ligger i uppgradering av befintliga ytor.
- Kan man tillföra Kärrtorp offentlig och kommunal service?
- Ökad marknadsandel kräver en uppgradering av centrumet både avseende utbud, trygghet, butikslokalisering och tillgänglighet.
- Marknadsandelen i primärområdet är god för dagligvaror, men för att öka den i ett större omland behöver tillgängligheten med bil förbättras genom att fler nyttiga bilplatser för handeln tillskapas.
- En livsmedelsdestination i två plan är generellt en ovanlig lösning, men den finns på några få platser (ofta med maten samlad i ett plan). Om det i detta fall är funktionellt möjligt behöver en arkitekt initialt studera. Vi bedömer att denna lösning är svår då det innebär en sammanslagning av de två butikerna, och båda enheterna går relativt bra. Fastighetsägaren får initiera en dialog med parterna på rätt strategisk nivå, för att sondera intresset.

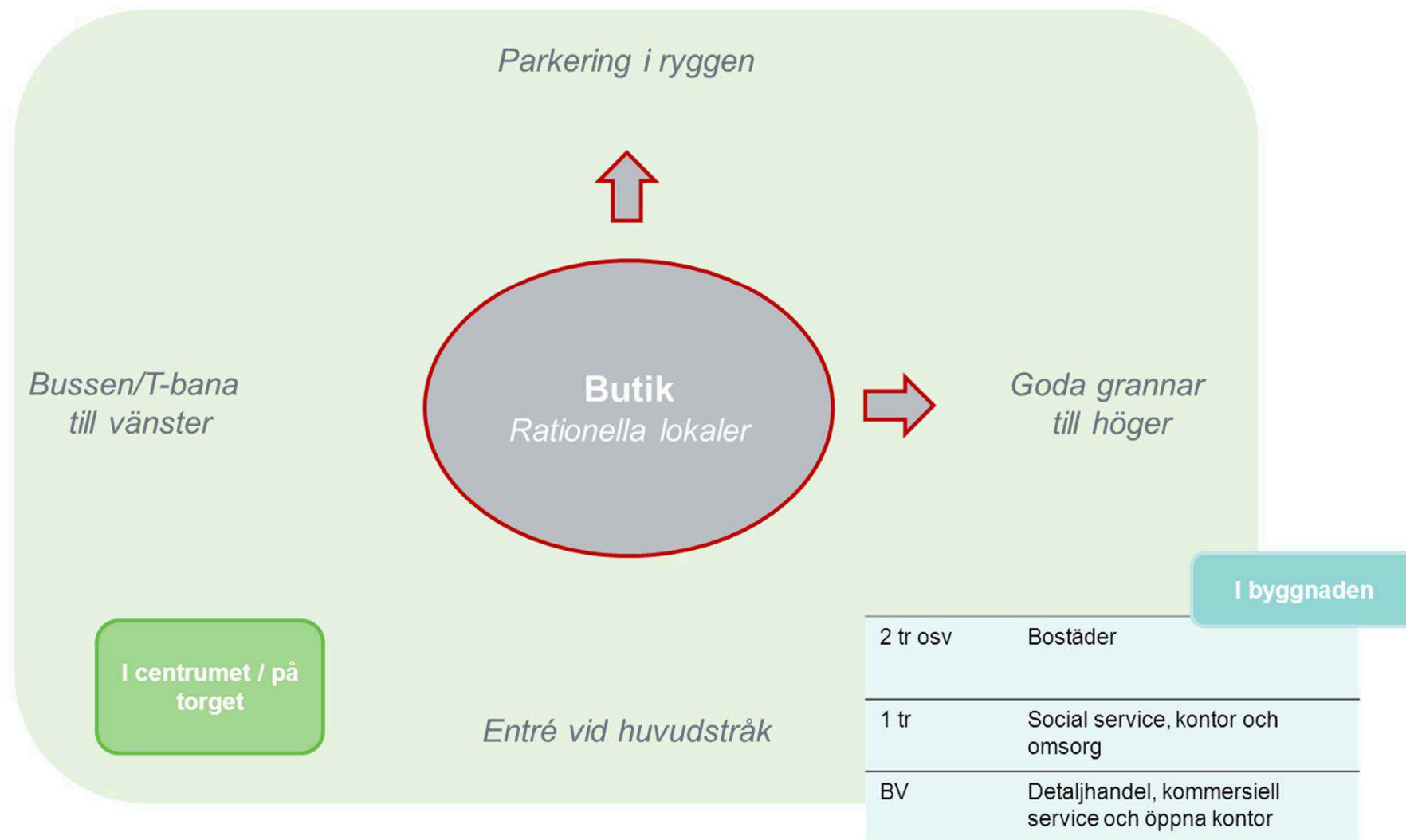
3. Rumsliga förutsättningar för Kärrtorp centrum

3.1 Kärrtorp centrums stråk

3.2 Kärrtorps centrums rumsliga karaktär

3.1 Kärrtorp centrums stråk

Principiell butikslokalisering för en handelsplats

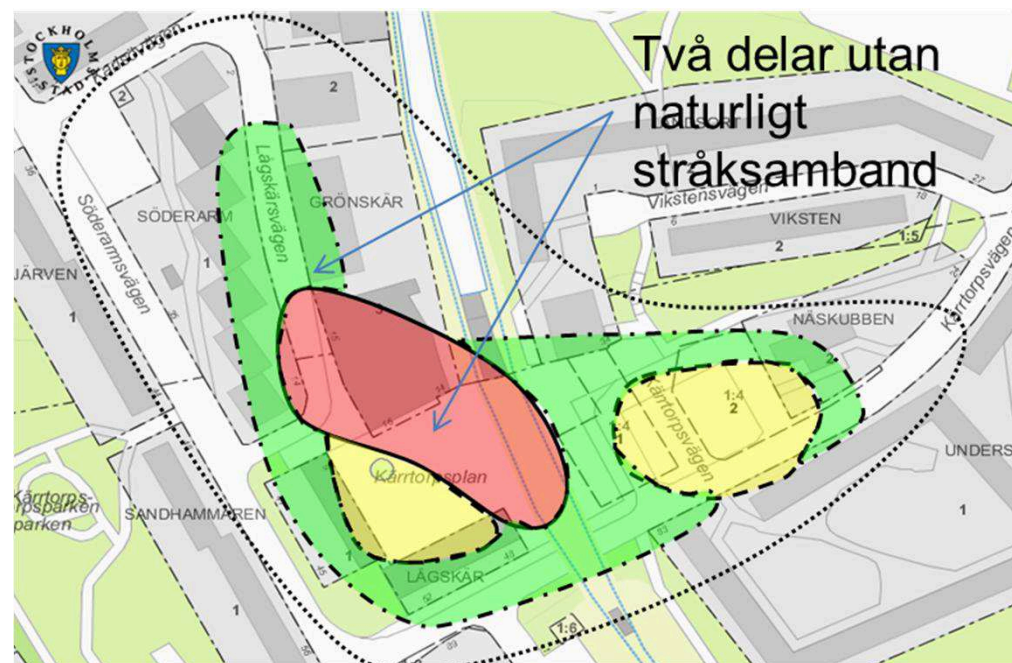


Stråkets kommersiella styrka i dess olika delar idag

- Vi har bedömt stråkets kommersiella styrka utifrån sex parametrar (goda grannar, stråk, miljö, parkering, kollektivtrafik och konkurrens) vilka har olika vikt beroende på dels vilken bransch som studeras och dels ortens storlek.
- Modellen studerar olika stråks kvaliteter, det vill säga rangordnar butikslägen i ett centrum.
- Högre poäng innebär bättre läge.

Slutsatser avseende centrumstråket:

- Torget ligger knappt i centrum (gult = knappt etableringsbart för ny butik)
- Centrumet är för utdraget (300 meter långt)
- Ett splittrat centrum sprider ut kvalitéterna. Kraftsamla på en punkt är kommersiellt bäst för helheten
- Begynnande två tyngdpunkter. Detta gör centrum sårbart för CVAND



70,1–100 poäng	
60,1–70 poäng	
50,1–60 poäng	
40,1–50 poäng	
30,1–40 poäng	
0–30 poäng	

Tyngdpunkt och stråk: några reflektioner

- Första tanken är att Kärrtorpsplan är det mest centrala, men Coop och Apoteket ligger uppe på Lågskärsvägen, tyngpunkten är någonstans i skarven mellan det blåa och det röda.
- Mot bakgrund av förra punkten, verkar det som om den stora parkeringen ligger helt snett. Det känns som om centret byggdes på femtiotalet, då bilarna var få, och man istället gick, cyklade, tog buss/T-bana.
- Genom sin placering och gott om kantstensparkering lockar Coop Konsum bilkunder.
- Den övre parkeringen kan man helt räkna bort; den känns som en personalparkering.
- Man skulle vilja koncentrera så mycket som möjligt till Kärrtorpsplan.
- Erfarenheten säger att besökare och kunder har svårt att överblicka och röra sig mellan de tre olika nivåer som centrumet de facto består av.

Test: effekter av ny parkering på torget (allt annat lika)

- Ringarna anger parkeringarnas räckvidd för handel. Ju närmare desto nyttigare och mer värdefull.
- Beräkningsantaganden: gratis och lättillgänglig parkering på Kärrtorpsplan. (Om även "många bilplatser" blir effekten större.)
- Parkering på Kärrtorpsplan skulle förättra läget med 17 %. Ett räkneexempel: om Ica omsätter 35 MSEK blir den positiva omsättningseffekten över 5 MSEK* i årsomsättning (på samma yta).
- Detta motsvarar ca 10 bpl för Ica och ytterligare några bpl för övriga kring torget.

Slutsatser :

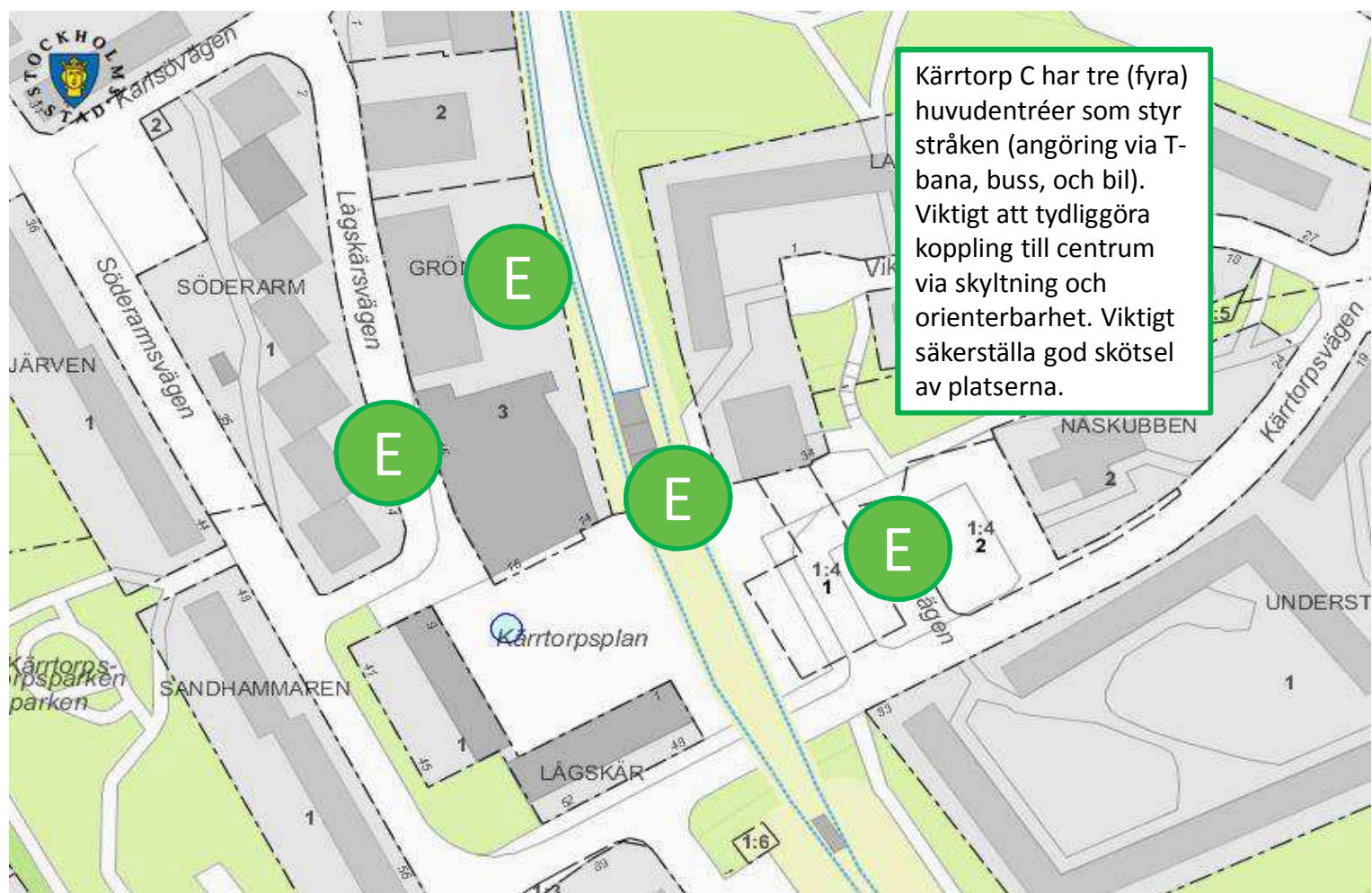
- Med parkering på torget hamnar torget i centrum där det borde vara
- Ökad möjlighet till byte av vissa hyresgäster från "blått" till torget
- Mer dv-yta till torget utan parkering ökar risken för kannibaleffekt
- Att ersätta sjudygnsuppställning vid Kärrtorpsvägen med korttid ger inte alls lika stor effekt vid torget



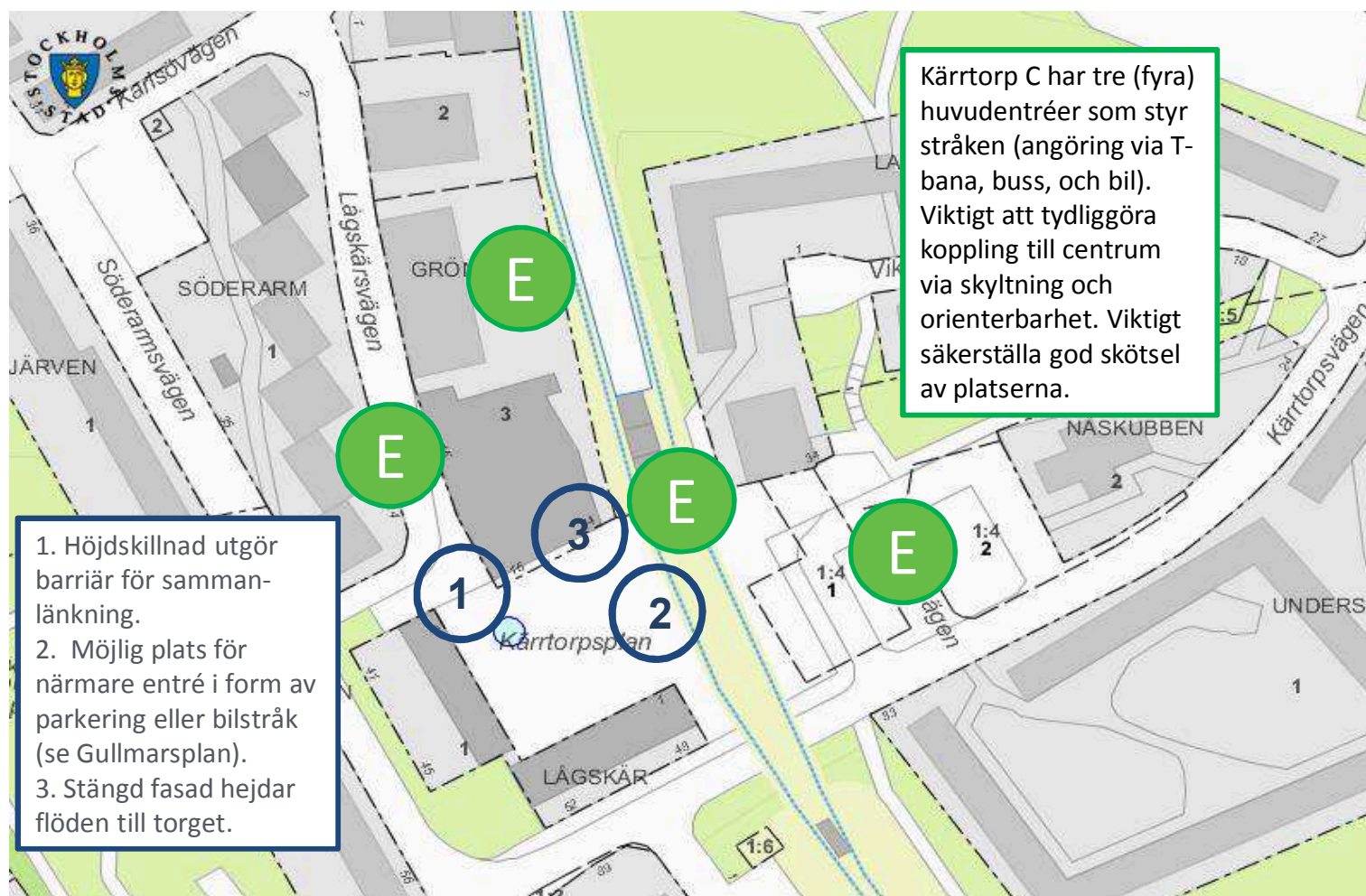
*) Om marknaden tillåter, se avsnitt 2 om detta (annars kannibaleffekter)

3.2 Kärrtorps centrums rumsliga karaktär

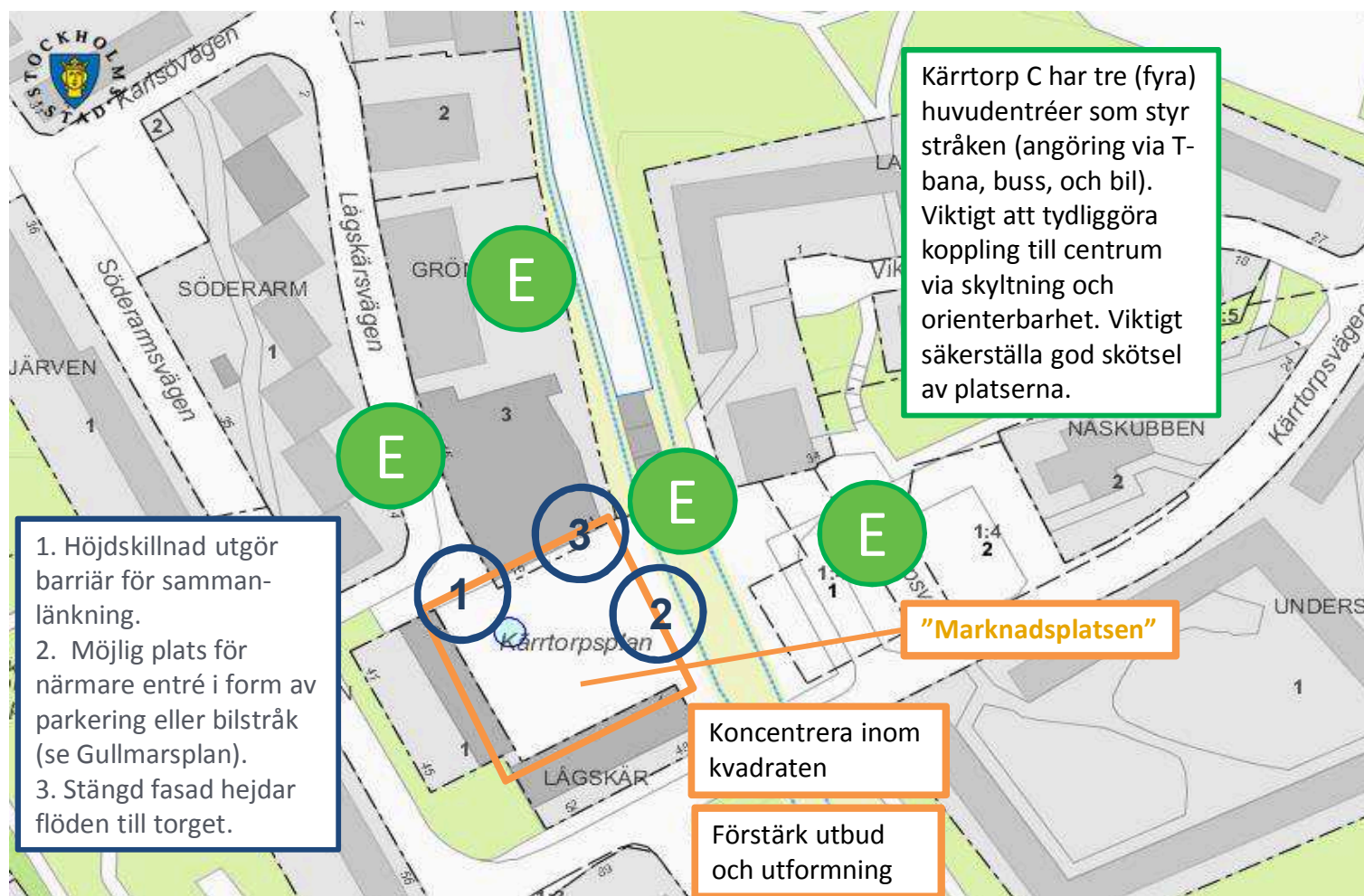
Kärrtorps centrum – entréer och rumslig potential



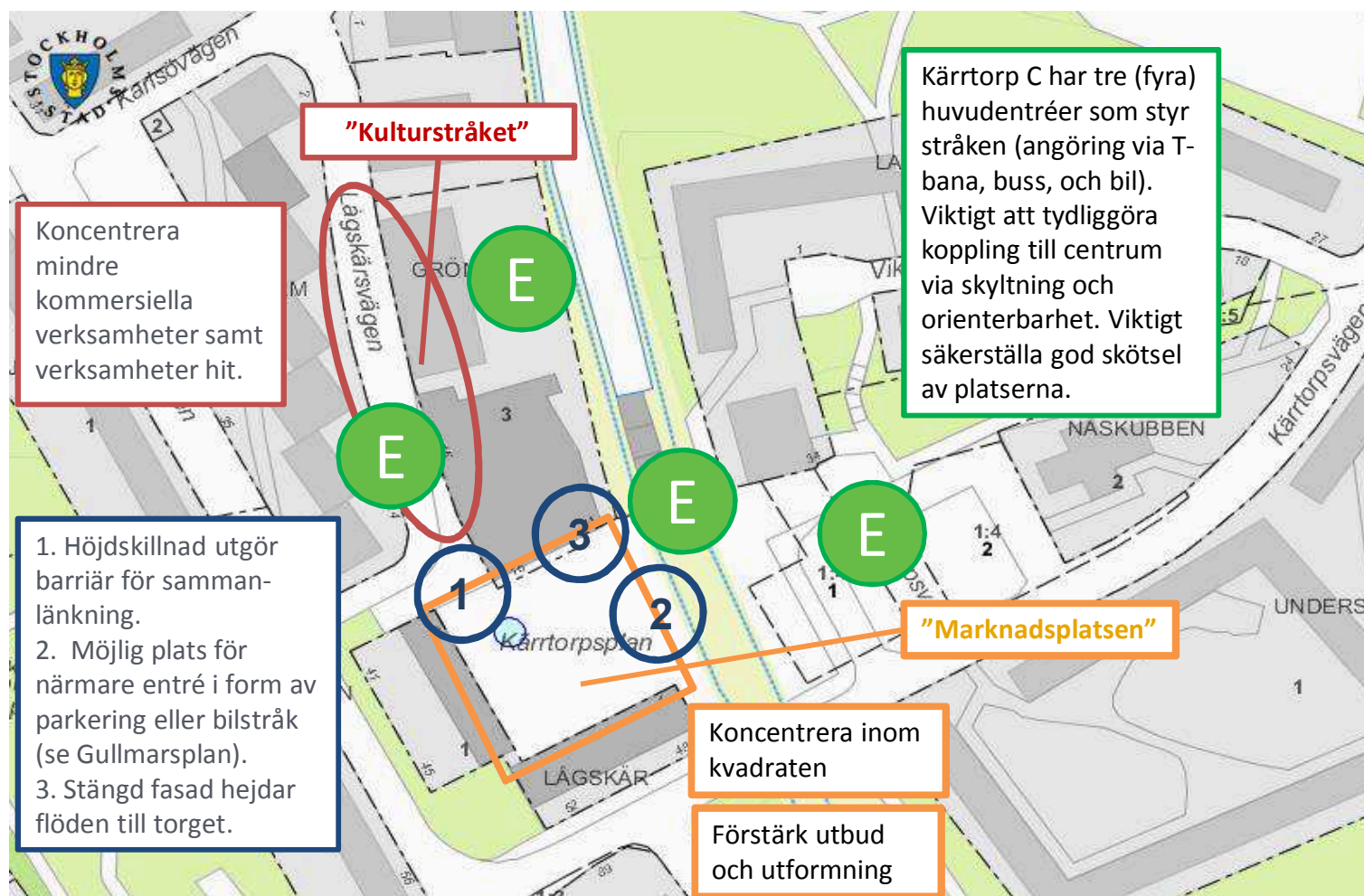
Kärrtorps centrum – entréer och rumslig potential



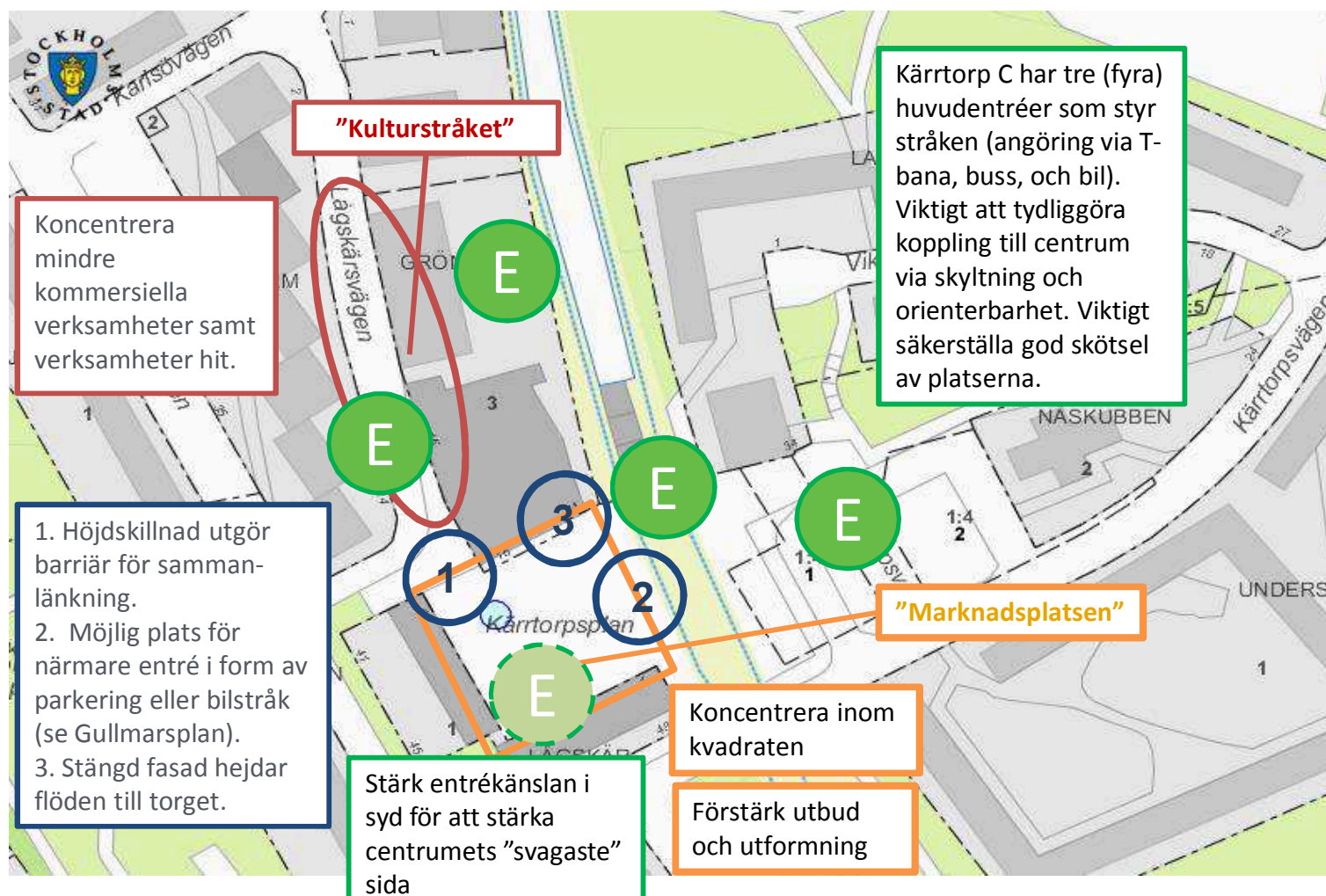
Kärrtorps centrum – entréer och rumslig potential



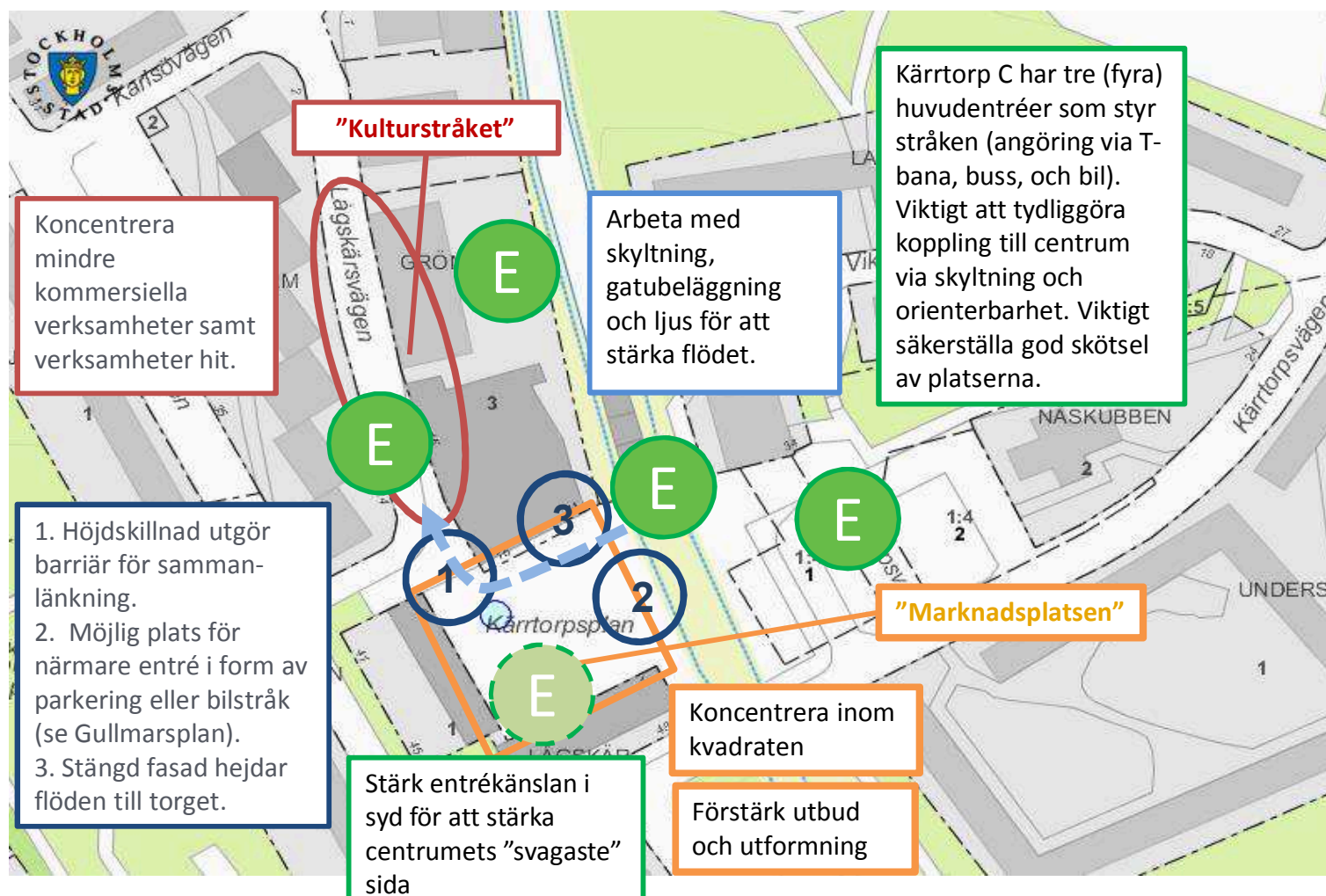
Kärrtorps centrum – entréer och rumslig potential



Kärrtorps centrum – entréer och rumslig potential



Kärrtorps centrum – entréer och rumslig potential



Sammanfattning rumsliga förutsättningar

- Kraftsamla
- Centrum för stort
- Tre nivåer är utmanande
- Torget dött när andra torg i närheten lever
- Bäst läge kommersiellt är ...
- Verksameter utmed Lågsjärsvägen verkar vara där då tillgänglighet och rationell yta saknas på bättre plats, en baksida
- Framgång kommer genom de små frågorna, men att ge livs som är centrumets främsta dragare, möjligheten att utvecklas på kommersiella villkor är en viktig del i detta.
- Då marknadsandelen för dagligvaror redan är bra i primärområdet, behövs parkering på torget för att verksamheterna där ska bli starkare i ett större omland. Att ersätta sjudygnsuppställning vid Kärrtorspvägen med korttid ger inte alls lika stor effekt vid torget.

4. Kulturens roll för Kärrtorp och dess centrum

- 4.1 Inventering av utbudet
- 4.2 Vad fungerar bra och mindre bra?
- 4.3 Vilken betydelse har kulturen för stadsdelen?
- 4.4 Vilken betydelse har kulturen för centrum?
- 4.5 Stärk platsen och torgets roll

4.1 Inventering av kulturutbud

Kulturtradition i Kärrtorp

- Av de cirka 45 000 årliga besökarna i de olika kulturarrangemangen, kommer uppskattningsvis 75 procent från andra delar av Stockholm. Mest från Gröna linjen-området. Men också från Storstockholm och övriga landet.
- Turteatern ligger sedan 1977 i Kärrtorp centrum. Teatern låg från början på Österlångsgatan i gamla stan. Beslutet för skådespelarna att välja en frigrupp ute i förorten framför en trygg anställning på en institutionsteater var ett djärvt steg men ledde snabbt till idel succéer och satte Turteatern och Kärrtorp på kulturkartan.
- Reflexen är en kvalitetsbiograf i Kärrtorps centrum som visar film för barn, ungdomar, skolelever och vuxna. Reflexen drivs sedan 1969 ideellt av Skarpnäcks kulturkommitté, sedan SF lagt ner verksamheten.
- Januari 2010 lämnade Turteatern Reflexen för andra mer ändamålsenliga lokaler nära centrum. Sedan hösten 2010 har Teater Reflex en bred och folklig teaterverksamhet i Reflexen.

Kulturföreningen Reflexen

- Kulturkommittén är en Stockholmsvariant av decentralisering. Alla kommittéer upphörde när stadsdelsnämnderna infördes 1996, utom Kärrtorps eftersom de hade bred verksamhet och ansvar för biograf Reflexen.
- Kulturkommittén driver huset och bion rent ideellt. Ett 30-tal i Kärrtorp verksamma föreningar är medlemmar. Från förra året kan även privatpersoner bli medlemmar. Ett beslut för att fånga upp enskilda eldsjälar. Ett 20-tal personer är aktiva.
- Kommittén ordnar också föreläsningar, under våren har Göran Rosenberg och Margot Wallström varit där.
- Uthyrning till föreningar och privatpersoner är vanliga.
- Stockholms kulturförvaltning bereder nu ett medborgarförslag om ett medborgarhus i Kärrtorp.

TUR-teatern – en Storstockholmsteater

- Turteatern är en väletablerad teater med hög konstnärlig kvalitet. Statens kulturråd ger 1,7 milj kr i stöd (en höjning med 250 000 för i år) och Stockholms stad 1,4 milj kr. Budgeten omsätter 4,5 milj kr. Få anställda men samarbete med flera teaterhögskolor. Gärna nyskapande teater.
- Publiken är cirka 30 000 per år i 12 produktioner, varav fyra egna med 24 föreställningar och resten gästspel för kortare uppdrag. I genomsnitt 90 procents beläggning på de båda scenerna som har 150 resp 45 stolar.
- Utöver detta kommer ett antal mindre föreställning från foajé-scenen som är uthyrd till kafé-entreprenören, samt ett antal föreställningar med Unga Turteatern. Söndagsbrunchen i kafét lockar unga familjer från närområdet.
- Bedömningen från teatern är att de flesta kommer från Storstockholm, med fokus på 25-35-åringa trendspanare från Söder. Men det finns en trogen äldre publik från Kärrtorp. Det finns utrymme för att öka antalet gästspel.
- Biljettpriserna är 150 kr för studerande och pensionärer och 250 för vuxna.

Teatern Reflex – en folkteater i Kärrtorp

- Teater Reflex är en sammansmältning av Enskedespelen och Södra Fot båda drivna av Kent Ekberg, en teatereldsjäl som har folkteater som sin nisch. Ett AB med 300 delägare. Fast lokal i bion Reflexen som hyrs halva veckan. Inga ekonomiska bidrag från något håll. Få proffsskådespelare, men desto fler ”hobbyskådespelare” och ”nybörjare”. Aktiva räknas i 100-tal.
- En stor produktion om året, cirka 20 föreställningar med 60 personer i ensemblen och cirka 150 personer i publik (3000). Samarbete med Kören där 150 personer tränar varje vecka för tre konserter med fullt hus (dvs 200 i publiken). 2012 fanns 7 000 personer i publiken, många från Kärrtorpsområdet.
- Småproduktioner sker i samarbete med projektet Second chans, vilka handlar om unga brottslingar som spelar teater. Denna och andra mindre produktioner och arrangemang drar ytterligare cirka 1500 personer i publik.
- Starkt lokalt engagemang, både i ensemblen, kören och hos publiken. Har även haft basar och loppmarknad i lokalen, men också studiecirklar om livet förr i Kärrtorp.

Unga Tur

- Unga Turteatern är en självständig del av Turteatern som funnits sedan 2004
- Ingen fast ensemble med en ledning som definierar sig så här: "Vi vill fungera som ett sylvasst scenkonstforum där allt är möjligt."
- Man använder fritt lediga lokaler i Turteaterns lokaler men finns under sommartid även i Reflexen.
- Unga Tur är den svenska noden i den världsomspännande organisationen för barnteater, Assitej. Detta ger en internationell profil åt Kärrtorp med många internationella besök.

Bion Reflexen digitaliseras och överlever

- Bio Reflexen drivs rent ideellt, ende anställd är biomaskinisten.
- Förra året 456 visningar med 6 173 besökare, vuxenbio, matinéer för barn, filmstudiovisningar och skolbio. En särskild satsning på europeisk film.
- Publiken kommer främst från "gröna linjen", Björkhagen, Kärrtorp, Bagarmossen och Skarpnäck. Mest kvinnor men även verksamhet med ungdomar.
- Sedan våren 2013 är bion digitaliserad med stöd från Filminstitutet och egna lån. Detta har gett ökat antal besökare och matinéföreställningar visas ett allt större intresse. Från hösten visas också Metropolitanoperor och andra digitalt sända föreställningar.
- Framtidsplaner är att öka samarbetet med medialinjen på Kärrtorpsgymnasiet, möta det växande behovet av matinéer för de barnfamiljer som flyttat in. Men också samarbeta med medlemsföreningarna genom möjligheterna i digitaliseringen, till exempel fotboll för fotbollsklubben.

Kärrtorps kulturarv

- Berättelsen om Kärrtorp, centrum och dess bostadsområde, rymmer en "story". Planen för området gjordes 1947 av stadsarkitekten Hjalmar Klemming som en förövning till det som blev ABC-området Vällingby.
- Hjalmar Klemming flyttade själv in i höghuset vid centrum när det blev klart 1952 med bio och modern stadsplanering. Området är idag klassat som Kulturhistoriskt värdefullt i Stockholms översiktsplan och det gäller både helhetsmiljön och de enskilda byggnaderna.
- Teater Reflex har inlett ett arbete med studiecirkelar för att skapa "Berättelsen om Kärrtorp".

4.2 Vad fungerar bra och vad fungerar mindre bra?

Vad fungerar bra och vad fungerar mindre bra? (1/2)

Utifrån inventeringen görs en SWOT-analys över kulturen i centrum

Styrkor

- Den konstnärligt kvalificerade Turteatern och den fristående Unga Tur har långvarigt visat sig fungera väl i Kärrtorp. Mycket tack vare tunnelbanan.
- Den nydigitaliserade bion har en ökande publik med en alternativrepertoar av främst europeisk film.
- Reflexens lokaler fungerar som medborgarhus för folkteater, körer och föreningsliv med en bred kulturkommitté.

Svagheter

- Turteatern och Unga Tur lever sitt eget liv. Publiken kommer dit, äter soppa i foajén och åker hem.
- Torget aktiveras inte trots perfekt läge för Teater Reflex.
- Ungdomar och skolelever "går förbi".
- Konsten lyser med sin frånvaro

Vad fungerar bra och vad fungerar mindre bra? (2/2)

Styrkor

- Reflexens arbete med second chance, visar på möjligheter till en social funktion hos folkteatern.
- Det "gamla" etablerade föreningslivet har sin mötesplats på Reflexen
- Körerna med många Kärrtorpsbor har sina övningar och publikspelningar i Reflexen

Svagheter

- Ingen aktivitet på torget, varken dag eller kväll.
- Verksamheterna involveras bara marginellt i "kärrtorpsdagen" och andra evenemang
- Barnfamiljerna har svårt hitta sin mötesplats.
- Reflexens läge utnyttjas inte för att koppla kulturen till de förbipasserande.

En kunds röst...

Kvinna i 40 årsåldern, journalist, barnfamilj, bor i Björkhagen:

- "Vi är mycket i Kärrtorp" bland annat på Tur teatern och Reflexen, sushi restaurangen, second hand butiken
- Har besökt Tur teatern och på barnbio och barngympa på reflexen
- Tänker på att det finns kultur i Kärrtorps centrum och att det är viktigt för Kärrtorps identitet.
- "Tidigare sågs teatern som en förortsteater men nu inom scummanifestet (på Turteatern) mm så är det en alternativ scen i Stockholm.
- Björkhagenbor dras till Kärrtorp, bland annat för att finns fler större lägenheter som passar barnfamiljer. Målgruppen är barnfamiljer med yrken inom media, formgivare, arkitekter mm. "Dessa ger Kärrtorp kulturcred, det är norm och trendsättande individer som kan lyfta ett område".
- Saknar mer barnaktiviteter, ex barnteater.
- I utbudet saknas mer exklusiva varor, "coolare utbud skulle gå bra"
- En cykelreparatör som erbjuder specialiserade produkter har öppnat och har många kunder

En boendes röst...

Freelancande mediearbetare och boende i Kärrtorp sedan 2006 på Huvudskärsvägen med tunnelbaneanslutning Kärrtorp.

- Det har hänt mycket sedan jag flyttade in, från dött till att leva med allt fler små nyetableringar, t ex grönsakshandlaren.
- Det man skulle göra är att få stopp på folk som drar förbi torget, där händer inget. Spel av något slag, vad vet jag, men något som gör torget till mötesplats. Då kanske nya butiker också kommer.
- Sushibaren är en av få i hela Stockholm som drivs av japaner. Det är en samlingsplats för japaner och det har lett till att Kärrtorps gymnasium har startat utbildning i japanska.
- Kärrtorp har en gammal befolkning, men det sker saker och dom nya uppskattar dessa småbutiker och vill inte ha ett köpcentrum där. Vi vill hellre ha kvar den typ av centrum som nu finns i Kärrtorp med småbutiker.

4.3 Vilken betydelse har kulturen för stadsdelen?

Kulturens betydelse för stadsdelen (1/2)

- En ort eller ett centrums värde för dem som bor där ökar med känslan av kulturarvet på orten. I Kärrtorp finns det ursprungliga Kärrtorpet kvar intakt från 1790 bara 100 meter från Torget. De äldre i Kärrtorp minns också koloniområdet i sydost. Det finns några lämningar kvar av detta område från 1920.

Den italienske professorn Pier Luigi Sacco med stort inflytande inom EU har visat hur kulturen har ett värde inom en rad områden utöver för sin egen skull. Utifrån hans metod drar vi följande slutsatser för Kärrtorp:

- Ett problem är att det finns ett växande andel stökiga individer i centrum.
- Teater Reflex arbetar redan med projektet Second Chance, unga kriminella med framgång. Ett närmare samarbete mellan socialförvaltningen och teatern skulle kunna ge avsevärda effekter på buslivet och höja känslan för centrum.
- Klassisk musik i garage och på torg har visat sig ha effekt på skadegörelse (Orrholmsgaraget i Karlstad). Finns det områden där det skulle kunna prövas i centrum, till exempel i direkt anslutning till tunnelbaneutgången.

Kulturens betydelse för stadsdelen (2/2)

- I områden där kulturen är stark sköts det lokala miljöarbetet bättre. Det gäller både nedskräpning och hushållens sätt att sköta sitt avfall.
- Mer konst i området och mer kulturaktiva människor ger effekter på boendemiljön.
- Den lokala identiteten i Kärrtorp är redan knuten till kultur genom Turteaterns omtalade verksamhet. Stoltheten finns där även om man inte själv besöker teatern.
- Kulturens roll som identitetsskapande för stadsdelar och orter är väl dokumenterad.
- Flera av skådespelarna och andra aktiva bor i Kärrtorp eller dess närhet. Det genererar köpkraft men också kunskap och energi i området.

4.4 Vilken kommersiell betydelse har kulturen för centrum?

Kulturens bidrag till kommersen i Kärrtorp centrum

- De 45 000 personer som varje år besöker kulturaktiviteterna i Kärrtorp centrum genererar få gästnätter (inget hotell i centrum) och begränsad del i restaurangerna i området, det finns dock många små restauranger i centrum. Soppserveringen i foajén på Turteatern anlitas av de flesta teaterbesökarna, liksom foajén vid Teater Reflex som serverar kaffe.
- Den satsning som kommer från Kulturrådet och Stockholms stad är 3,1 milj kr har effekter som kan räknas upp genom just köp av dagligvaror och besök på restarranger, men också immateriellt värde av kvalificerad kultur. Ingen sådan studie är gjord i Kärrtorp men forskaren John Armbrecht har visat att värdet av satsningar på kvalificerad kultur kan räknas upp väsentligt.
- Teater Reflex vittnar om nära kontakter med restaurangerna i närheten. Särskilt under repetitioner och övningar är behovet av nära restauranger stort.

Kulturen och centrum

Utifrån inventeringen görs en SWOT-analys över kulturen i centrum

Hot

- Turteaterns publik kommer till 90 procent via tunnelbanan. En flytt från centrum bedömer vi försämrar förutsättningarna.
- Bion har en stor del av sina besökare via tunnelbanan. En flytt av bion bedömer vi skulle minska antalet besökare.
- Reflexen med bio, teater och föreningsliv, har det bästa kulturläget mellan tunnelbaneuppgången och torget. Detta läge är inte utnyttjat i samspelet med torget och övriga centrum.

Möjligheter

- Reflexen med bio, teater och föreningsliv, har det bästa läget mellan tunnelbaneuppgången och torget. Detta läge är inte fullt utnyttjat. En permanent verksamhet utanför ingången skulle stärka centrum och göra torget mer levande.
- Kaféet i foajén i Turteaterns lokaler satsar på grönt och rättvist, en profil som passar deras publik och används nästan bara så. Att flytta ut verksamheten skulle göra att flera kan använda sig av kaféet. Att öppna motsvarande verksamheter på torget skulle kunna attrahera Turteaterns publik och öka den kommersiella verksamheten.
- Att bättre använda torget och utrymmena under spåren vore önskvärt.
- Samla intressenterna i syfte att i dialogsamverkan fokusera på utvecklingsmöjligheter och forma gemensamma mål.

4.5 Stärk platsen och torgets roll

Möjligheter att utveckla kulturverksamheten

Det finns en potential att utveckla kulturen i Kärrtorps centrum:

- Torget i Kärrtorps centrum är öde stora delar av tiden. Kan verksamheter flytta ut på den tomma ytan? Teater Reflex har redan sådana planer.
- Finns det plats för bilar på torget som ger större närvaro och ökad verksamhet?
- Ökad torghandel kan kombineras med kvällsverksamheter, musik etc.
- Schackspel, kinesiska träningsredskap är exempel på sånt som inte kräver tidsbokning och planering men som stärker närvaron på torget och ökar intresset för kvalitetsbutiker.
- Den växande andelen barnfamiljer måste också få plats på torget, Det kan vara konstverk som tillåter lek, men också kaféer.
- En satsning på studiecirklar, stadsvandringar etc skulle ge en stärkt identitet för de boende. Kulturkommittén är en utmärkt bas för en vidgad roll i detta.

Stärk platsen genom storytelling och genom att involvera och skapa dialog mellan boende och intressenter

Använd personligheterna i Kärrtorp samt platser av betydelse (kärrtorpet) för att skapa en story, eller berättelse om platsen. Ex

1. Ge folkteatern ett uppdrag att skapa berättelsen om Kärrtorp
2. Involvera och intervjua gamla och nya Kärrtorpsbor, anordna gåturer
 - Vad är boende och besökare stolta över, vilka smultronställen finns?
 - Skapa målgruppsprofiler (personas) att nyttja i marknadsföring
3. Workshop med Svenska Bostäder
4. Analys och strategistrategidokument
5. Skapa en gemensam handlingsplan

Erfarenheter utifrån

- Erfarenheter pekar på att underhåll och skadegörelse minskar med stärkt kulturverksamhet. I stadsdelen Orrholmen i Karlstad har Bostadsbolaget i flera år satsat på kultur. Erfarenheterna är entydiga, mindre skadegörelse, attraktivare boende.
- Kärrtorp har förutsättningarna, en etablerad kulturverksamhet, men dessa är hittills dåligt utnyttjade.
- Fastighetsägarna har i flera år drivit frågan om kultur. Näringspolitiske chefen Rudolf Antoni är starkt pådrivande. Så här formulerar man det:
“I takt med en ökad insikt om att jobb och tillväxt följer människor istället för tvärtom har begreppet kulturdriven tillväxt vunnit allt mer mark. Idag är kreativitet och kunskap det nya stålet och kulturen är ett av stadens främsta konkurrensmedel i kampen om att skapa attraktion och locka de skarpaste hjärnorna. “

5. Bilagor

- Intervjuade
- Definitioner
- Beräkning av marknadsunderlag

Intervjupersoner för kulturavsnittet

- Fanny Enberg, Turteatern
- Kent Ekberg och Kajsa Nordin, Teater Reflex
- Mats Rosenqvist och Berit Sundberg, Bio Reflexen och Kulturkommittén
- Benny Fredriksson, Stockholms stadsteater
- Berit Svedberg, Stockholms kommuns kulturchef
- Anna Rågård, Kulturstrateg
- Kafè Le Coins ägare
- Christina Koistinen, Stockholms stadsdel Skarpnäck tidigare kulturansvariga
- Maja Hök, boende i Björkhagen och besökare i Kärrtorp centrum och kulturevenemang
- Leo Wallentin, boende i Kärrtorp
- Samt personer som jag mötte på torget, vid tunnelbanan och i utkanterna av Kärrtorp

Definitioner

Detaljhandel

Detaljhandelsvaror som omsätts via försäljningsställen som klassas som egentlig detaljhandel. Bil- och bensinhandel samt apotek och systembolag ingår därför inte. Detaljhandel delas upp i dagligvaror och sällanköpsvaror. Endast cirka hälften av de besöksintensiva verksamheterna i en stadskärna och minoriteten i kommundelscentra utgörs av detaljhandelsbutiker. Resten utgörs av restauranger, kaféer, annan kommersiell service och social service.

Dagligvaror (förkortas ofta DV)

Med dagligvaruhandel avses varor som fyller konsumentens dagliga inköpsbehov. Begreppet omfattar livsmedel och övriga dagligvaror såsom blommor, trädgårdsväxter, -artiklar, kemtekniska artiklar, övrig medicin, hälsopreparat, vitaminer, andra skukvårsprodukter, andra varor och artiklar, tobak, tidningar, tidskrifter och djurmat. Av vår konsumtion av dagligvaror utgörs ungefär 70 % av livsmedel.

Sällanköpsvaror (förkortas ofta SV)

Sällanköpsvaruhandel delas upp i fyra olika huvudbranscher: beklädnad (konfektion, skor och väskor), hemutrustning, fritidsvaror och byggvaror. Specialvaror är sällanköpsvaror minus byggvaror. Sällanköpsvarubutiker förekommer i följande typer av handelsdestinationer och lägen: citygallerior, varuhus & stormarknader, fackhandelsbutiker, storbutikscentrum, externa köpcentrum, temacentrum och factory outlets. Det är viktigt att notera att begreppet externhandel endast säger något om det fysiska läget, inget om innehållet. Man kan även dela upp sällanköpsvaror i volymhandel och shopping.

Marknadsområde

Verksamhetens huvudsakliga omsättning hämtas från marknadsområdet, begreppet är synonymt med upptagningsområde. Följande sex faktorer är viktiga för en bedömning av en handelsplats framtida position på marknaden: (1) storleken och kvalitet på utbudet, (2) avgränsningen av marknadsområde med hänsyn till läge, tillgänglighet, konkurrens och attraktionskraft, (3) marknadens storlek och hur den kan tänkas växa, (4) dagens och framtidens konkurrenssituation, (5) funktionell utformning, atmosfär och (6) professionalism i fråga om marknadsföring, drift och underhåll.

Småskalig och storskalig handel

Småskalig handel hittar man oftast i stadskärnan, se shopping. Storskalig handel hittar man oftast i externa och halvexterna handelsområden, se volymhandel.

Volymhandel / skrymmande varor

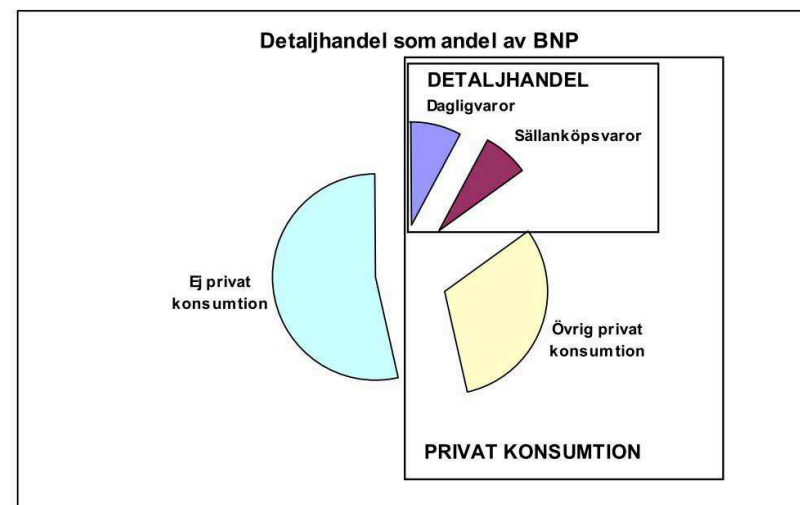
Volymhandel omfattar normalt verksamheter som bättre passar i externa eller halvexterna lägen på grund av ett extra tungt logistikbehov. Inköpsmönster styrs primärt av rationalitet (rationell handel) och endast sekundärt av njutning och upplevelser (självförverkligandehandel). Eftersom det inte går att entydigt definiera volymhandel på butiksnivå (även om det går på artikelnivå: varor som inte går att frakta på rygg, cykel eller med kollektivtrafik) blir begreppet opraktiskt när det tillämpas. Skrymmande varor är synonymt till volymhandel. Den rådande trenden med branschglidning medför att många kedjor idag har både skrymmande och icke skrymmande varor i sitt sortiment.

Shopping

Shoppa definieras som att handla oplanerat med njutning och upplevelser, i en miljö som ger möjlighet till impulsköp. Shoppingbegreppet kan sägas stå i motsatsställning till volymhandelsbegreppet. Shopping är stadskärnans starkaste konkurrensvapen mot externa och halvexterna handelsområden. När man shoppar gör man det oftast inom "citysortimentet". Citysortimentet består av beklädnad, ur, guld med mera. Begreppet urvalshandel är synonymt med shopping.

Teorin bakom beräkning av områdets köpkraft

- Framtidens marknadsunderlag styrs av befolkningstillväxt och ökad köpkraft.
- I ett område bor det ett antal människor. De representerar alla en viss konsumtionsvolym som varierar beroende på vad man studerar, vilket diagrammet till höger visar.
- KonsumtionsPrognosGruppen (KPG), vari WPS är medlem, arbetar med att ta fram nyckeltal för konsumtionen per capita för olika varugrupper inom främst detaljhandeln för idag samt prognoser. Följande variabler ingår i modellen: hushållens konsumtion, hushållens disponibla inkomst (efter skatt), prisutveckling, statsskuldsväxlar, hushållens förtroendeindikator, åldersgrupper samt total befolkningstillväxt.
- I denna rapport har följande reala nyckeltal används. Se tabell till höger.
- Konsumtionen kan sedan i förekommande fall ökas eller minskas beroende på bland annat områdets medelinkomst. Men då Kärrtorps medelinkomst ligger på drygt 80 % av Stockholmssnittet, som i sin tur ligger ca 20 % över Sverigesnittet, behöver ingen justering göras (Kärrtorp ligger på Sverigesnittet). Dessutom är sambandet starkast på sällanköpsvarusidan, där Kärrtorps marknadsandel endast är ca 1%.



Detaljhandelns försäljning motsvarar 1/6 av Sveriges BNP och ca 1/3 av den totala konsumtionen.

Detaljhandel	2012	2016	2021
Dagligvaror	27 500	28 600	30 100
Sällanköpsvaror	25 500	28 500	32 700

Konsumtion per capita vid tre olika tidpunkter när studerad population har medelinkomst i nivå med Sverigesnittet.