



Handelsanalys – Mjölby kommun

Ulf Rämme
Henrik Vestin





AB Handelns Utredningsinstitut, HUI, har på uppdrag av Mjölby kommun, Kommunledningskontoret, utrett förutsättningarna för en utveckling av detaljhandeln i Mjölby kommun och i synnerhet i kommunens stadskärna. Utredningen har genomförts av Ulf Rämme och Henrik Vestin, båda analytiker vid HUI. Kontaktperson vid Mjölby kommun har varit Peter Larsson.

Stockholm i december 2009

Ulf Rämme

Henrik Vestin





1. **Inledning**
2. **Konsumentundersökning** – Inköpsvanor och attityder hos invånarna i Mjölby.
3. **Demografiska marknadsförutsättningar** – Befolkningens storlek, struktur och utveckling. Inkomster och köpkraft för detaljhandelsvaror.
4. **Detaljhandeln** – Storlek, struktur, utveckling, lokalisering och flöden av konsumenter
5. **Restaurangnäringen** – storlek och utveckling.
6. **Mot ett starkare Mjölby centrum** – Hur kan Mjölby centrums attraktivitet utvecklas och stärkas?
7. **Bedömning av framtida etableringslägen för externhandel i Mjölby** – Finns det utrymme för mer externhandel och var bör externhandeln i så fall lokaliseras?





1. Inledning och syfte

Mjölby kommun arbetar för utveckling av en attraktiv stadskärna i Mjölby. Flera åtgärder i den fysiska miljön har genomförts och planeras bli genomförda. Nya bostäder byggs samtidigt som förfrågningar om nyetableringar och ombyggnader av befintliga marknadsplatser finns. Fördjupade översiktplaner och ett aktivt visionsarbete pågår i kommunens regi. En viktig del i detta arbete är att ha kunskaper om handeln förutsättningar i Mjölby kommun. Dessa kunskaper är särskilt viktiga då konkurrensen i regionen under de senaste 10-15 åren har ökat avsevärt framförallt från Linköping och Motala.

Föreliggande uppdrag syftar till att:

- Kartlägga handelns förutsättningar utifrån kundunderlag och köpkraft.
- Kartlägga handeln avseende struktur, storlek och historisk utveckling.
- Göra en bedömning av vilka konsekvenser som en utbyggnad av handeln i Mjölby kommun kan medföra för befintlig handel i framförallt Mjölby stadskärna.
- Belysa var i Mjölby kommun det är lämpligt att lokalisera olika former av handel och restaurangverksamhet.
- Belysa hur Mjölby kommun kan agera för att utveckla och stärka handeln i stadskärnan.





2. Konsumentundersökning

Bakgrund

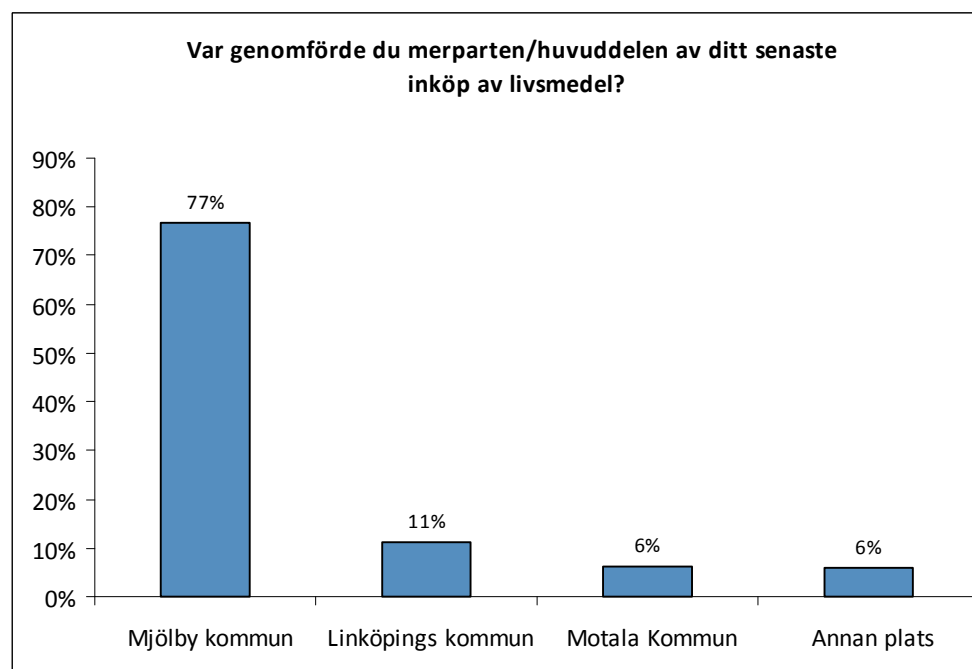
- I undersökningen ställdes frågor om konsumenternas inköpsvanor och attityder till handeln i Mjölby och till Mjölby stadskärna.
- Konsumentundersökningen genomfördes som en webbaserad enkät under november 2009.
- 174 personer boende i Mjölby svarade på enkäten.
- Åldern på respondenterna var 14-64 år.
- Andelen män var 40 procent och andelen kvinnor var 60 procent.
- Resultaten från samtliga frågor i undersökningen finns som bilaga till rapporten.





2. Konsumentundersökning

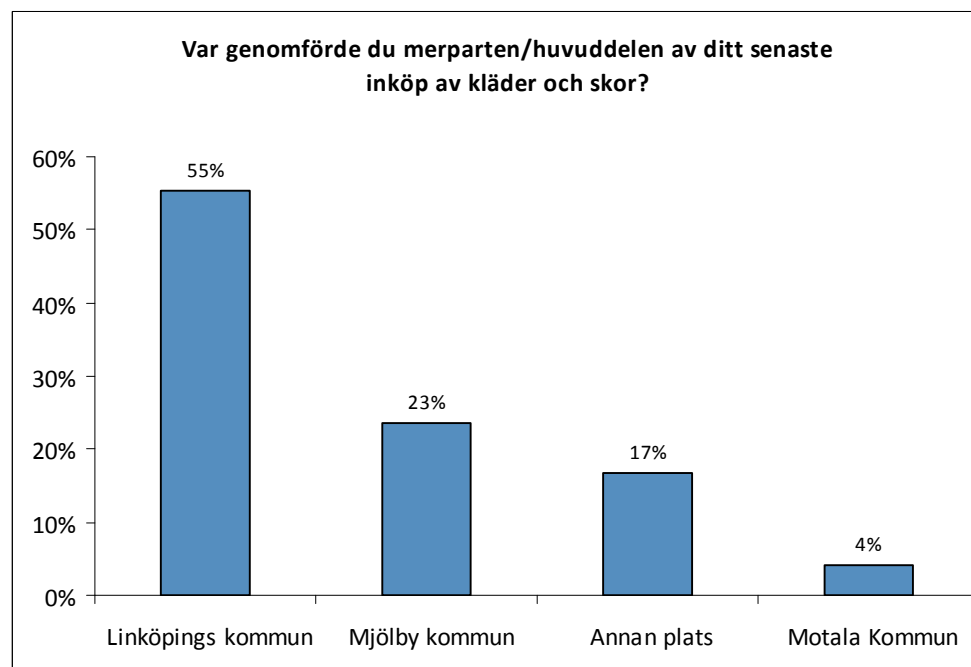
- 77 procent handlade livsmedel i Mjölby kommun.
- 11 procent handlade livsmedel i Linköping.
- Av de som handlade livsmedel i Mjölby handlade 63 procent i Mobilia, 26 procent i Mjölby stadsjärna (inkl. Kvarnen) och 11 procent i övriga delar av Mjölby kommun.
- Av de som handlade livsmedel i Linköping handlade 63 procent i Tornby, 26 procent i andra delar av Linköping och 11 procent i stadsjärnan.





2. Konsumentundersökning

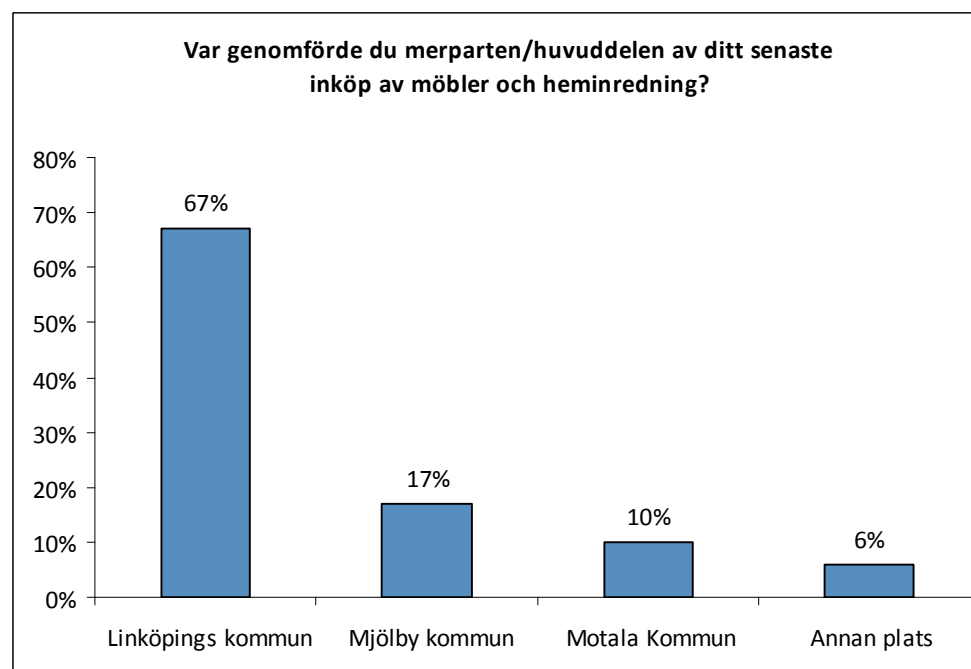
- Den vanligaste orten för inköp av kläder och skor var Linköping. 55 procent uppger att det var där de gjorde det senaste inköpet.
- 23 procent handlade i Mjölby.
- 4 procent handlade i Motala.
- Bland de 17 procent som handlade på någon annan plats var Internet och Stockholm vanligaset.
- Den vanligaste platsen för inköp av kläder och skor i Linköping var Tornby handelsområde.





2. Konsumentundersökning

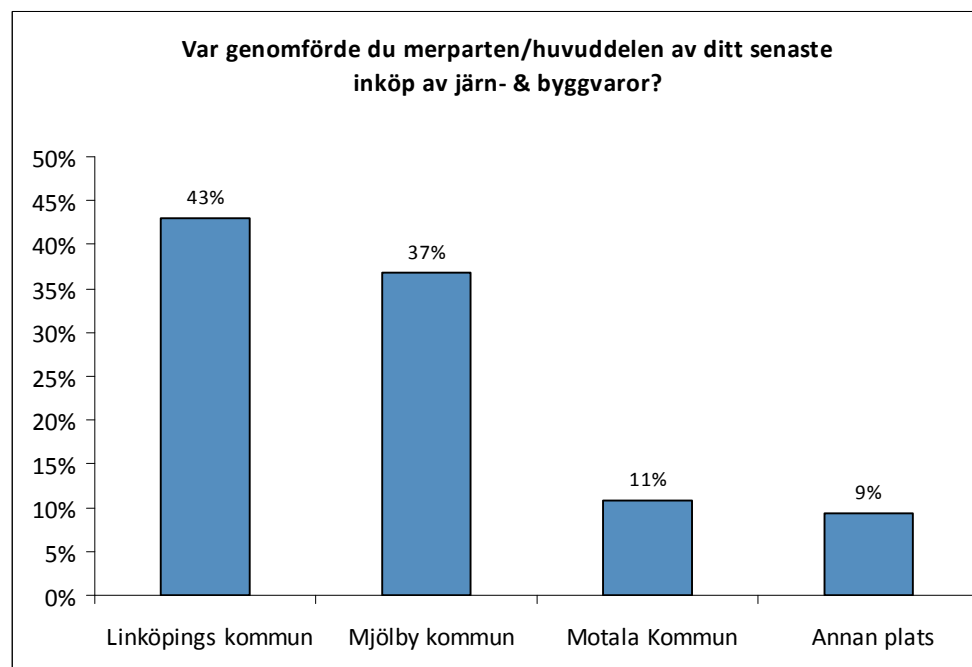
- Den vanligaste platsen för inköp av möbler och heminredning var Linköping vilket 67 procent av respondenterna uppgav.
- 17 procent handlade i Mjölby och 10 procent handlade i Motala.
- 6 procent handlade på annan plats, främst via postorder och på nätet.
- Den klart vanligaste platsen för inköp av möbler och heminredning i Linköping var Tornby (med bla. IKEA)





2. Konsumentundersökning

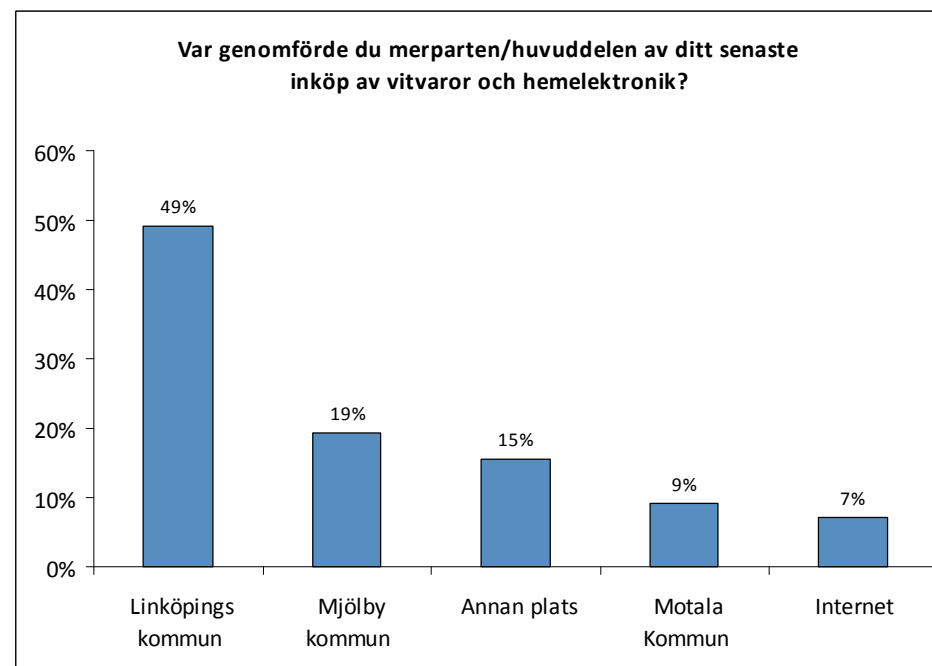
- 43 procent handlade järn- & byggvaror i Linköping.
- 37 procent handlade i Mjölby.
- I Linköping var Tornby den vanligaste platsen att handla på.
- Hälften av de som handlade i Mjölby gjorde det i stadskärnan och hälften gjorde det i övriga delar av kommunen eller i Mobilia.





2. Konsumentundersökning

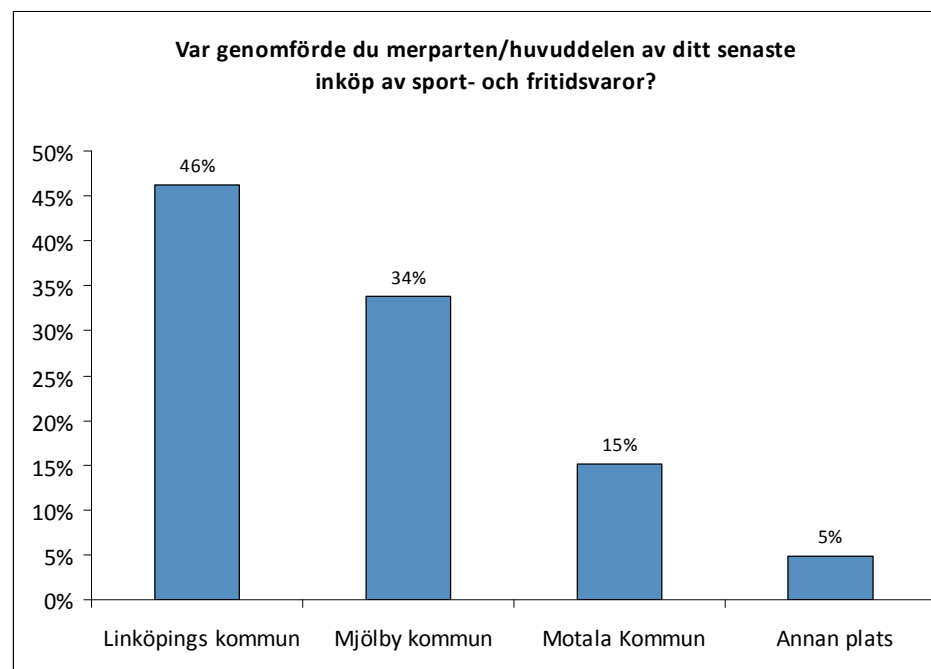
- Den vanligaste platsen för inköp av vitvaror och hemelektronik var Linköpings kommun, 49 procent handlade där.
- 19 procent handlade i Mjölby.
- 7 procent handlade via Internet.
- 84 procent av de som handlade i Linköping gjorde det i Tornby.
- Av de som handlade i Mjölby gjorde hälften det i Mjölby centrum och hälften i övriga delar av kommunen eller i Mobilia.





2. Konsumentundersökning

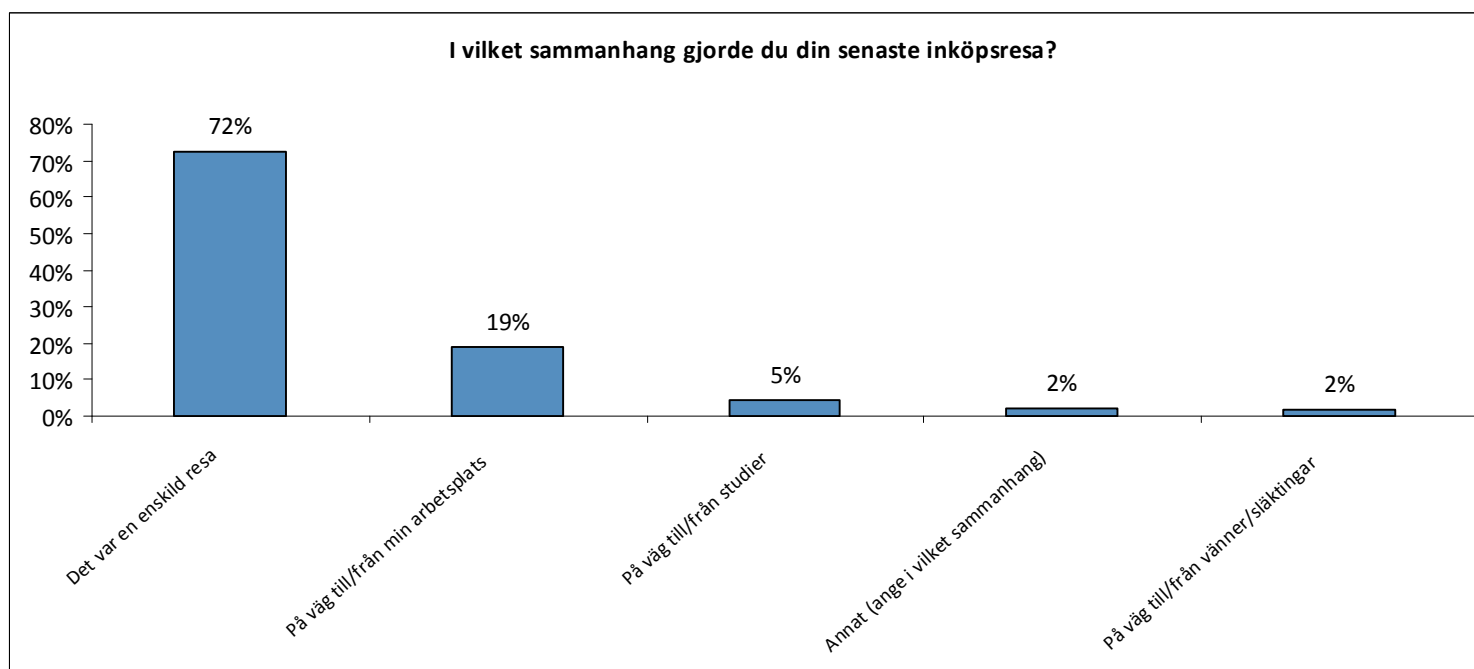
- Knappt hälften handlade sport- och fritidsvaror i Linköping och cirka en tredjedel handlade i Mjölby.
- Av de som handlade i Linköping gjorde 75 procent det i Tornby.
- Av de som handlade i Mjölby gjorde hälften det i centrum (inklusive Galleria Kvarnen) och knappt hälften i Mobilia.





2. Konsumentundersökning

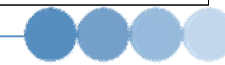
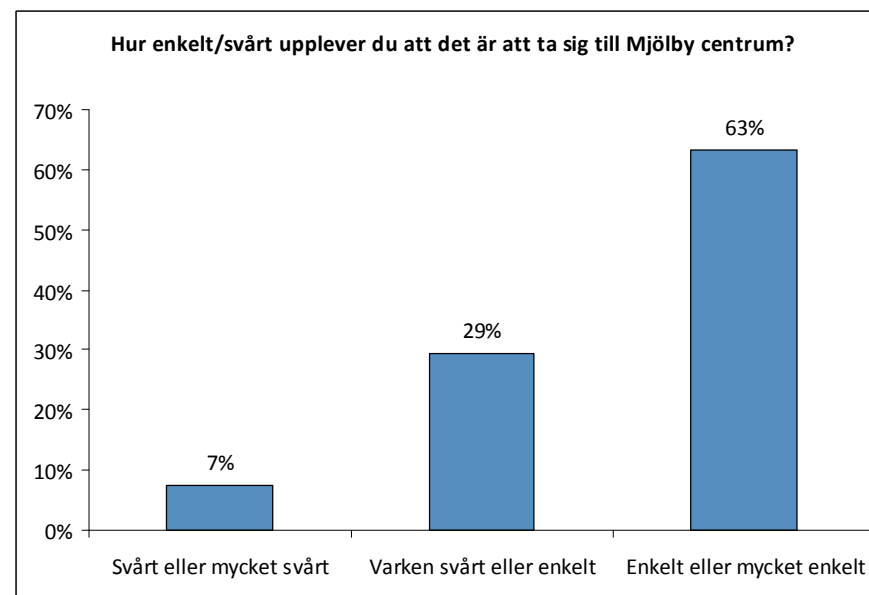
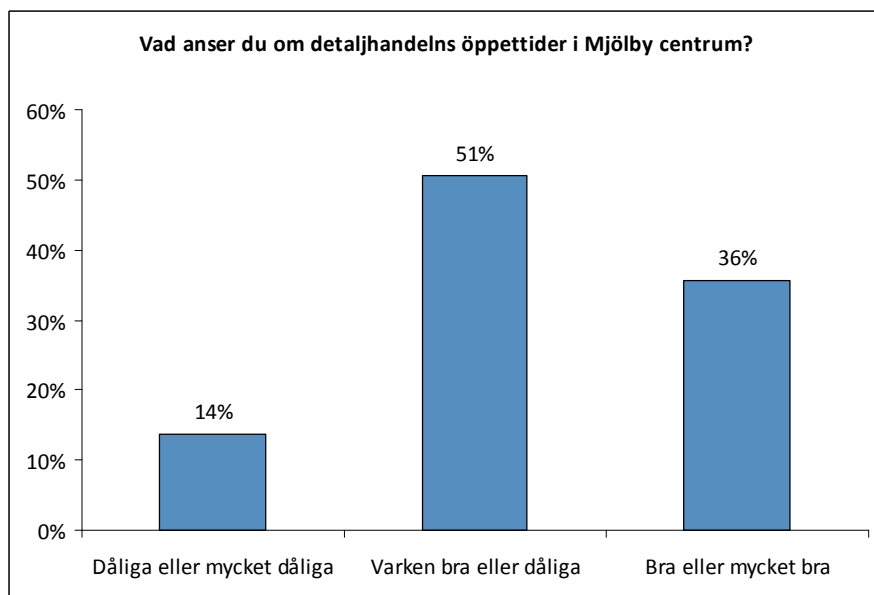
- 72 procent av respondenterna uppgav att den senaste inköpsresan var en enskild resa.
- Näst vanligast var att inköpen skedde i samband med resa till/från arbetet, vilket 19 procent uppgav.





2. Konsumentundersökning

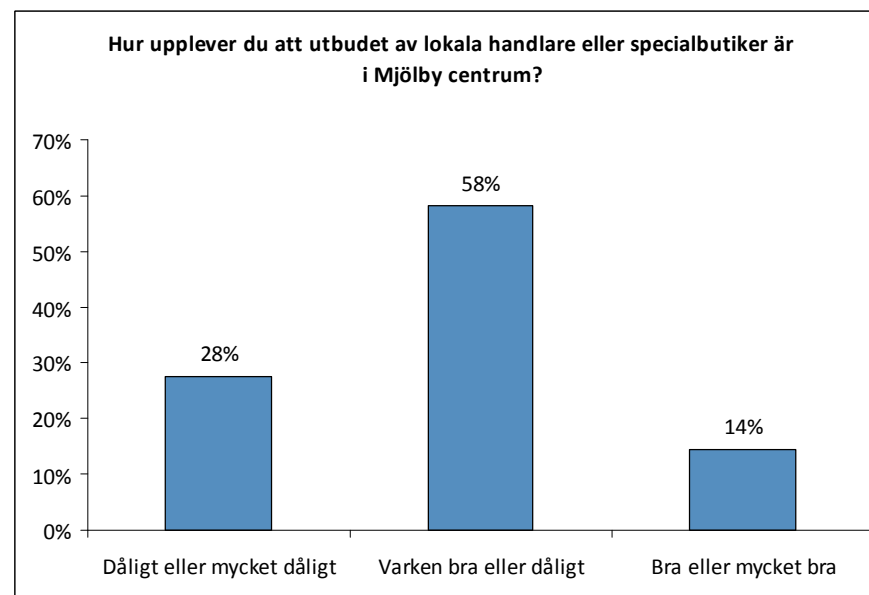
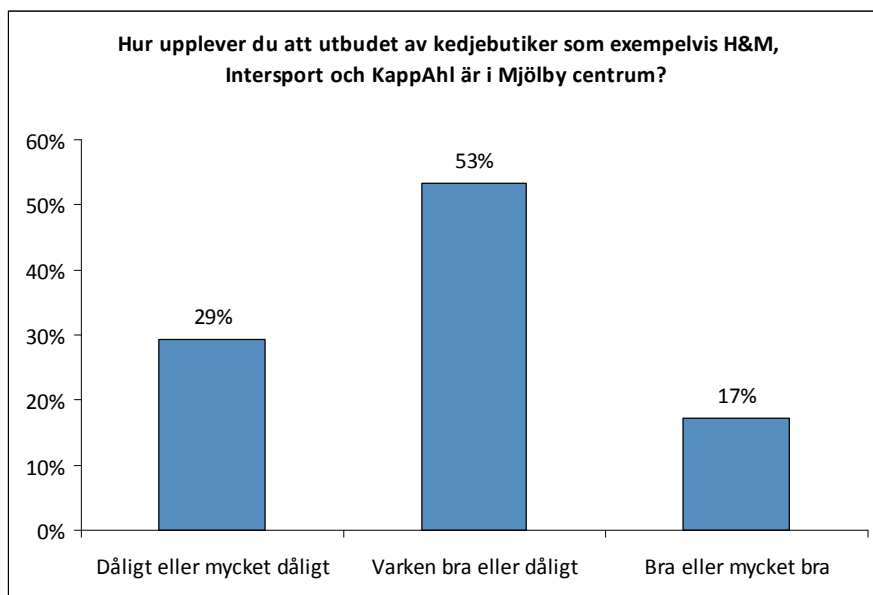
- Drygt en tredjedel av konsumenterna anser att öppettiderna i Mjölby centrum är bra. 14 procent tycker öppettiderna är dåliga och hälften har ingen åsikt.
- En majoritet av konsumenterna tycker att det är enkelt att ta sig till Mjölby centrum. Endast 7 procent anser att det är svårt.





2. Konsumentundersökning

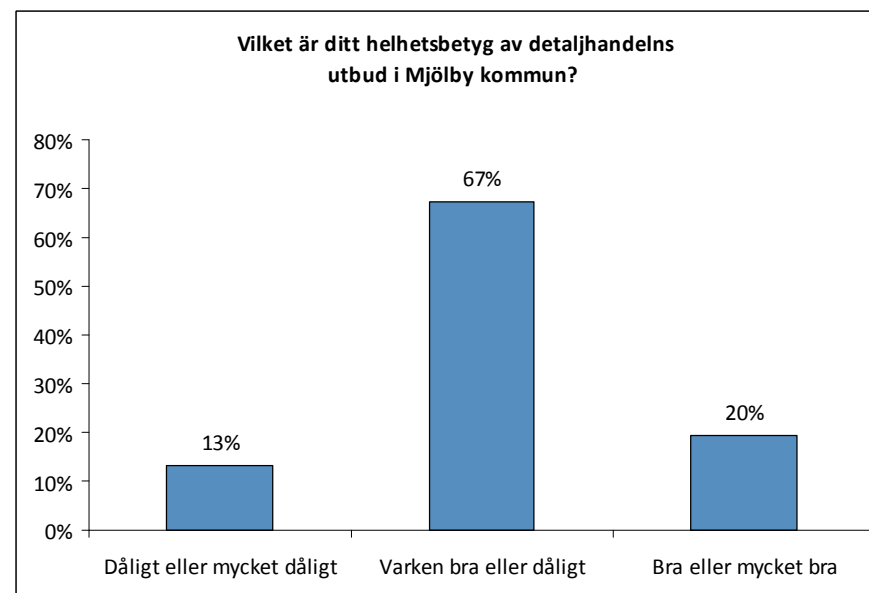
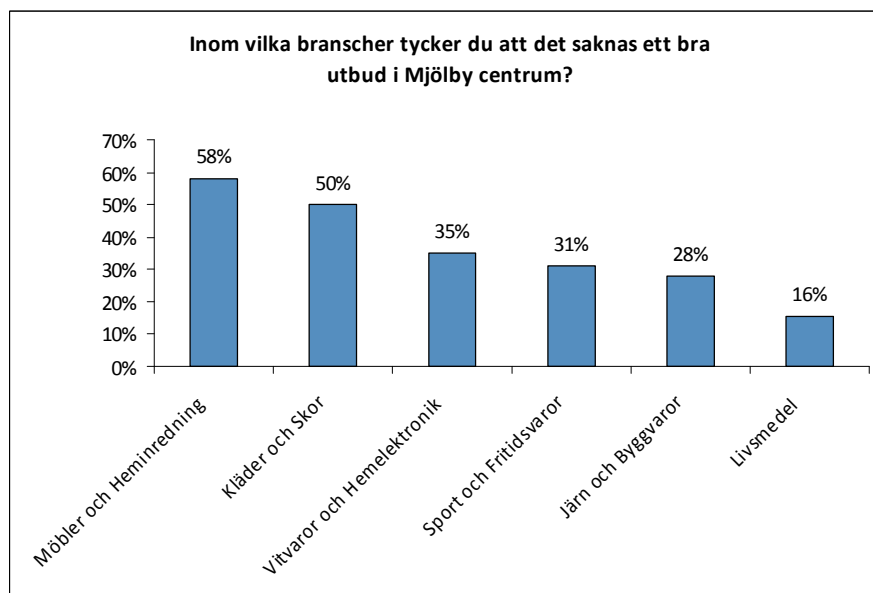
- De flesta tycker att utbudet av kedjebutiker i Mjölby centrum är dåligt eller har ingen direkt åsikt. Endast 17 procent anser att utbudet av kedjebutiker är bra.
- Situationen är ungefär densamma när det gäller konsumenternas åsikter om utbudet av lokala handlare och specialbutiker.





2. Konsumentundersökning

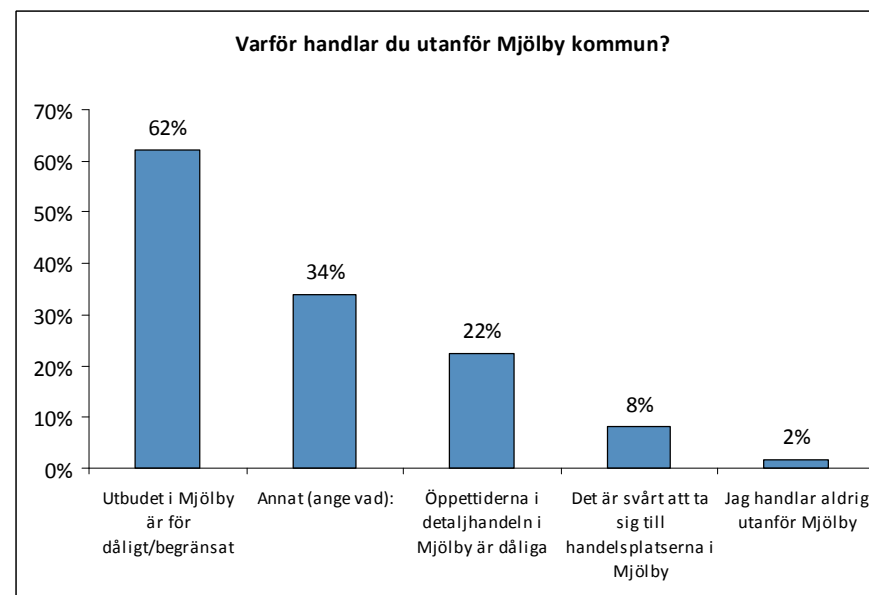
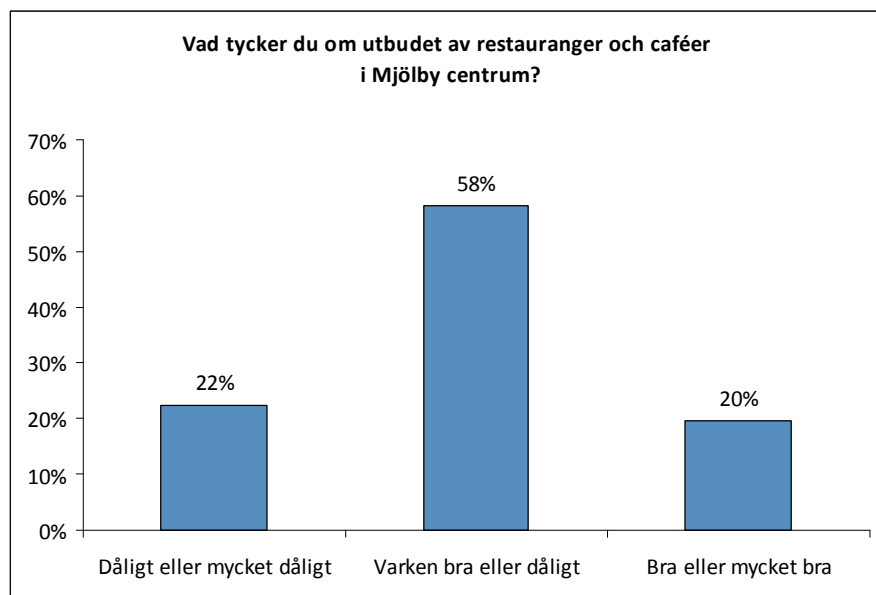
- Konsumenterna är mest nöjda med utbudet av livsmedel i Mjölby.
- Möbler och Heminredning samt Kläder och Skor är de branscher där konsumenterna tycker att utbudet är mest begränsat.
- 20 procent tycker att detaljhandelns utbud som helhet är bra och 13 procent tycker att utbudet är dåligt.





2. Konsumentundersökning

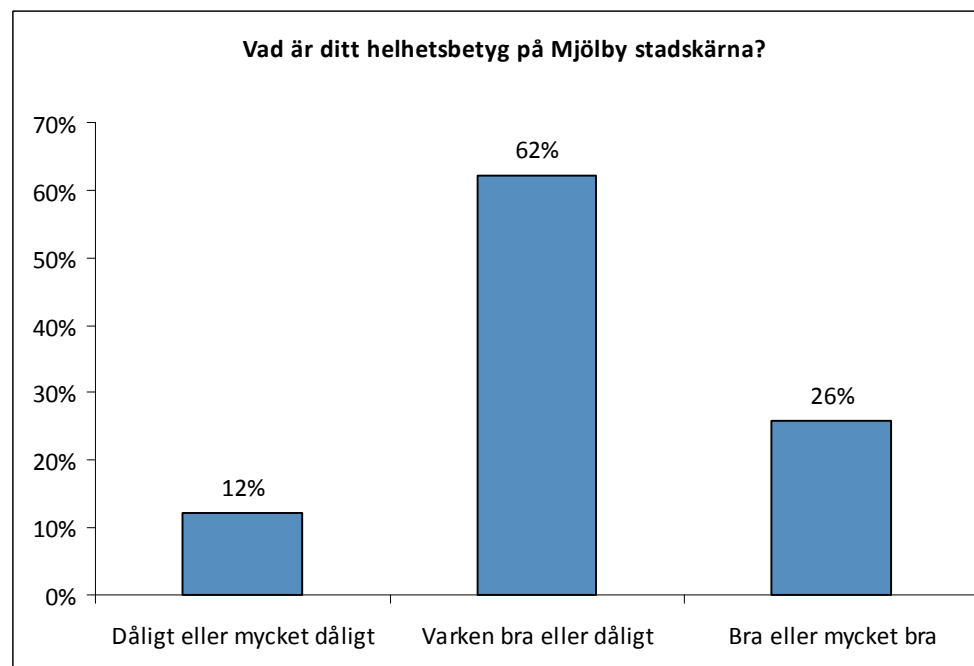
- 20 procent anser att utbudet av restauranger och caféer i Mjölby centrum är bra. Drygt hälften tycker att utbudet varken är bra eller dåligt.
- Den vanligaste orsaken till att konsumenterna handlar utanför Mjölby kommun är att de tycker att utbudet i Mjölby är för begränsat. Den näst vanligaste orsaken är att man arbetar eller studerar på annan ort, vilket nästan alla som svarat (Annat) uppger.





2. Konsumentundersökning

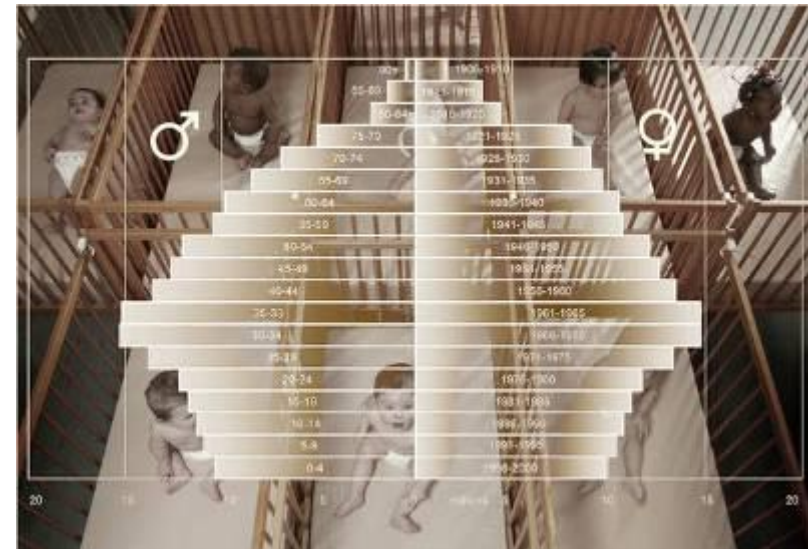
- Det är drygt dubbelt så många som tycker att Mjölby stadskärna är bra jämfört med de som tycker stadskärnan är dålig.
- 6 av 10 svarar att de tycker stadskärnan varken är bra eller dålig.





3. Demografiska marknadsförutsättningar

De demografiska marknadsförutsättningarna är viktiga faktorer för att bestämma marknaden för detaljhandel från efterfrågesidan. De demografiska marknadsförutsättningarna utgörs bland annat av befolkningens storlek och utveckling, inkomster och arbetspendling





3. Demografiska marknadsförutsättningar

Fakta om Mjölbys befolkning

- Antalet invånare i Mjölby kommun uppgick till 25 654 personer år 2008. Mjölby kommun står för drygt 6 procent av befolkningen i Östergötlands län.
- Under det senaste året har befolkningen i Mjölby kommun ökat med 0,5 procent vilket är svagare än både Östergötlands län och riket där befolkningen har ökat med 0,6 respektive 0,8 procent mellan 2007/-08.
- Mjölby kommun har en befolkningsstruktur som i huvudsak följer befolkningsstrukturen i Östergötlands län och riket.
- Under perioden 1998-2008 har antalet invånare i Mjölby kommun varit mer eller mindre oförändrat, plus 67 personer. Detta motsvarar en ökning på 0,2 procent vilket skall jämföras med genomsnittet för riket och Östergötlands län där tillväxten uppgår till omkring 4,5 procent respektive 2,6 procent. Även jämfört med kommungruppen övriga kommuner med fler än 25 000 invånare, där befolkningen ökat med i genomsnitt 1,3 procent, framstår befolkningstillväxten i Mjölby kommun som blygsam.
- Mjölby kommun står för blygsamma 0,6 procent av befolkningsökningen i Östergötlands län under perioden 1998-2008.





3. Demografiska marknadsförutsättningar

Fakta om Mjölby's befolkning

- Befolkningen i Mjölby kommun har inkomster som ligger cirka 10 procent under genomsnittet för riket. I Östergötlands län är inkomsterna cirka 7 procent lägre än genomsnittet för riket. Under perioden 1997-2007 har inkomsterna i Mjölby kommun utvecklats något starkare än riket och Östergötlands län. De låga inkomsterna i Mjölby kommun gör att per capita köpkraften är lägre i kommunen än i riket och länet.
- Under perioden 2008-2017 förväntas befolkningen i Mjölby kommun öka med drygt 1 150 personer vilket motsvarar en ökning på 4,5 procent. Under motsvarande tidsperiod förväntas befolkningen i riket öka med 5 procent. Under prognosperioden förväntas den största befolkningsökningen ske i ålderskohorterna 0-15 år samt 65-79 år.
- Mjölby kommun har en negativ nettopendling av arbetskraft, d.v.s. fler reser från än till Mjölby för att arbeta. Varje dag pendlar knappt 3 200 personer till Mjölby för att arbeta. Omkring 40 procent av inpendlarna kommer från Linköpings kommun medan Motala och Boxholm står för ytterligare 37 procent av inpendlingen till kommunen. Samtidigt reser drygt 4 100 personer från Mjölby för att arbeta. Bland utpendlarna är framförallt Linköping, Motala och Boxholm viktiga städer för arbete. En konsekvens av pendlingsituationen i Mjölby är att det är viktigt för detaljhandeln och restaurangsektorn i Mjölby att erbjuda ett utbud som attraherar kommunens invånare, men också de som faktiskt pendlar in för att arbeta.





3. Demografiska marknadsförutsättningar

Upptagningsområde och marknadsunderlag

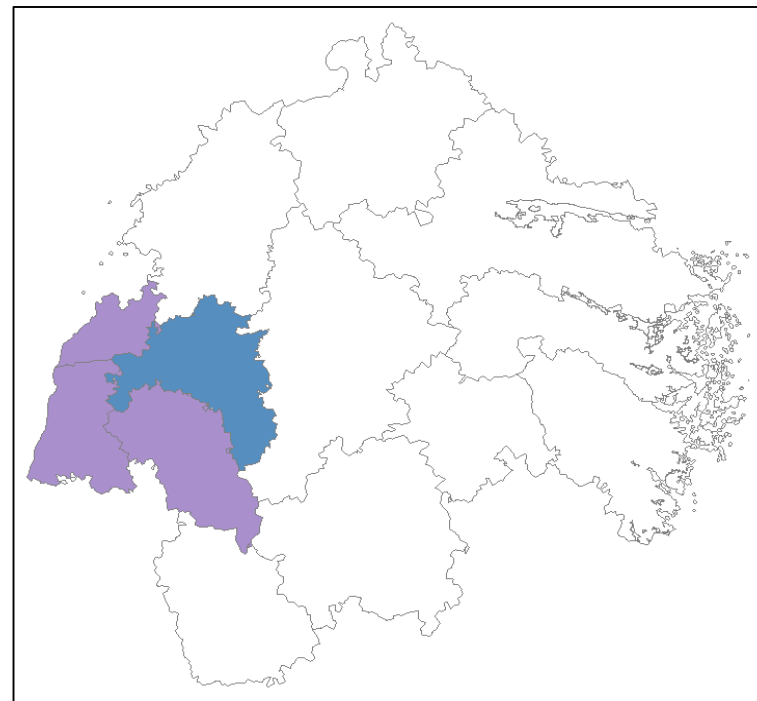
För att göra en bedömning av marknadsunderlaget i Mjölby kommun och omlandet måste man bilda sig en uppfattning om befolkningsstorlek och befolkningsutveckling under överskådlig framtid.

Det primära upptagningsområdet (blått) utgörs av befolkningen i Mjölby kommun. Det sekundära upptagningsområdet (lila) utgörs av kommunerna Vadstena, Boxholm och Ödeshög.

En hög konkurrens från alternativa centralorter i det sekundära upptagningsområdets närhet gör att all köpkraft i detta område ej kommer detaljhandeln i Mjölby kommun till godo.

Befolkningen i Mjölby kommun uppgick till 25 650 personer år 2008. Fram till 2017 förväntas befolkningen i Mjölby kommun öka med 1 150 individer. I det sekundära upptagningsområdet fanns 18 100 individer vilka fram till 2017 förväntas minska till 17 400 individer. Befolkningen förväntas öka i Östergötlands län under prognosperioden, men tillväxten sker i storstäderna medan befolkningen i de övriga kommunerna är oförändrad eller minskar.

Primärt och sekundärt upptagningsområde.





3. Demografiska marknadsförutsättningar

Upptagningsområde och marknadsunderlag

Baserat på ovanstående uppgifter om befolkningen kan en beräkning av det totala marknadsunderlagets storlek och utveckling göras i Mjölby kommun och det övriga upptagningsområdet. Dessa beräkningar, som avser den totala köpkraften för detaljhandelsvaror, framgår av nedanstående tabell.

Marknadsunderlaget, d v s köpkraften, i Mjölby kommun uppgick till 1,3 miljarder kronor år 2008. Köpkraften för dagligvaror uppgick till 680 miljoner, medan köpkraften för sällanköpsvaror uppgick till 610 miljoner kronor. Under perioden 2008-2017 bedöms köpkraften öka med cirka 450 miljoner kronor till följd av befolknings- och inkomstökningar. Marknadsunderlaget bedöms öka starkare än i sekundärområdet, men i linje med genomsnittet för Östergötlands län och riket under perioden.

I det sekundära upptagningsområdet uppgick köpkraften till knappt 900 miljoner kronor år 2008. Köpkraften för dagligvaror var något större än köpkraften för sällanköpsvaror. På grund av en minskande befolkning förväntas köpkraften öka med omkring 200 miljoner kronor fram till år 2017.

I både Mjölby och det sekundära upptagningsområdet förväntas marknadsunderlaget för sällanköpsvaror få en starkare tillväxt än marknadsunderlaget för dagligvaror.

Köpkraftens storlek och utveckling 2008-2017. Källa: HUI.

	2008	2017	Ökning, mkr	Ökning, %
Dagligvaror				
Mjölby	680	840	160	24%
Sekundärområde	475	540	65	14%
Östergötland	-	-	-	22%
Riket	-	-	-	21%
Sällanköpsvaror				
Mjölby	610	900	290	48%
Sekundärområde	425	575	150	35%
Östergötland	-	-	-	45%
Riket	-	-	-	44%





3. Demografiska marknadsförutsättningar

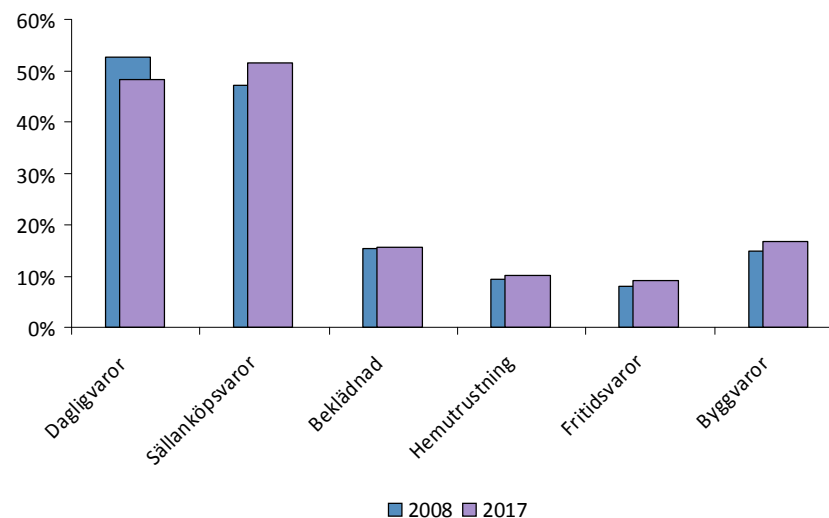
Upptagningsområde och marknadsunderlag

Under perioden 2008-2017 förväntas per capita konsumtionen av dagligvaror öka från 25 500 kronor per capita år 2008 till ca 32 000 kronor år 2017, dvs en ökning med ca 1,5 procent per år. Konsumtionen av sällanköpsvaror förväntas öka från 25 000 kronor per capita år 2008 till drygt 35 500 år 2017, dvs en ökning om 4 procent per år. År 2017 förväntas således dagligvarukonsumtionen stå för 48 procent av den totala detaljhandelskonsumtionen, medan konsumtionen av sällanköpsvaror står för cirka 52 procent.

Studerar enskilda varugrupper framgår av diagrammet att konsumtionen av beklädnadsartiklar förväntas ta omkring 16 procent av detaljhandelskonsumtionen i anspråk år 2017.

Konsumtionen av hemutrustning och fritidsvaror förväntas öka från 9 till 10 procent av den totala detaljhandelskonsumtionen samtidigt som byggvarornas andel av detaljhandelskonsumtionen förväntas öka från 15 till 17 procent år 2017.

Köpkraftens storlek och utveckling 2008-2017. Källa: HUI.





4. Detaljhandeln

I detta avsnitt beskrivs detaljhandelns storlek, struktur, lokalisering och utveckling i Mjölby kommun. Vidare beskrivs handels styrka genom försäljningsindex som är ett mått på ut- och inflöden av försäljning inom handeln i en kommun.





4. Detaljhandeln

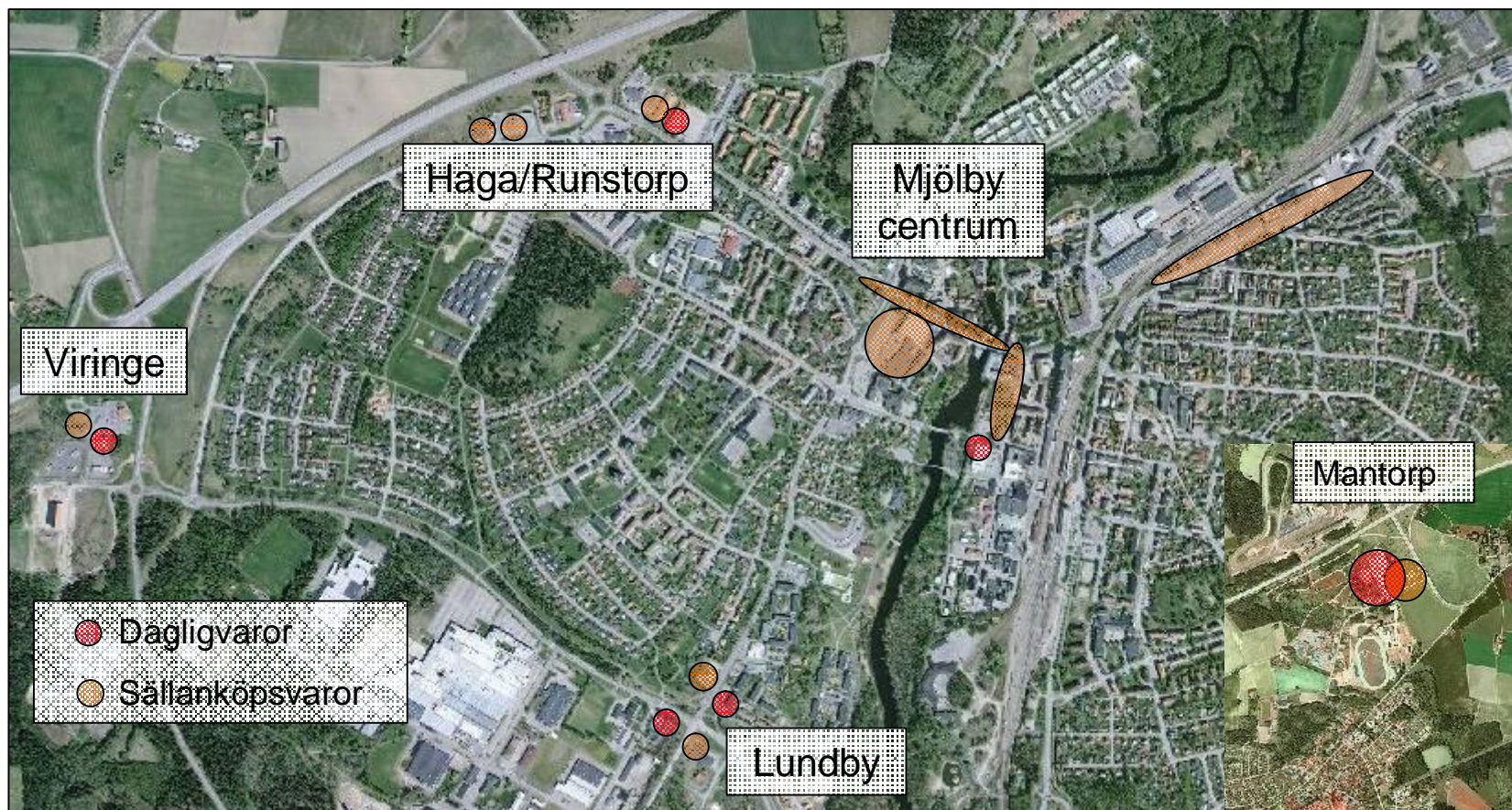
Detaljhandelns geografiska struktur

Detaljhandeln i Mjölby är i huvudsak koncentrerad till ett antal marknadsplatser:

- Mjölby stadskärna (centrum)
- Mobilia köpcentrum i Mantorp. Cirka 12 kilometer från Mjölby Centrum. Domineras inom dagligvaruhandeln av Citygross och inom sällanköpsvaruhandeln av Jysk, Karlssons varuhus, Expert och Sportringen. Ett antal mindre detaljhandelsaktörer såsom Kalle P Skor och Mantorp Fashion Outlet finns också i centrat.
- I den övriga centralorten finns detaljhandeln utspridd på följande platser:
 - Viringe (i anslutning till McDonalds och den södra infarten till staden) - En beklädnadsoutlet samt en servicebutik med inriktning på dagligvaror.
 - Östra/Västra Lundby - Netto, Hemköp samt Mjölby färg och golv, Hemma och Euronics.
 - Haga/Runstorp (samt Kungsvägen väster om Svartån) – MIO, Flügger Färg, en cykel- och sportbutik, Lidl och Elon. Dessutom finns bilhandel i området.
 - Norrgårdens industriområde - Ett begränsat antal detaljhandelsföretag, bland annat Optimera och Mekonomen.
- I övriga delar av Mjölby kommun återfinns bland annat Sharpman Sport, Överskottsbolagets huvudkontor och outletbutik samt dagligvarubutiker såsom COOP Konsum och Östenssons i Skänninge och ICA nära i Väderstad.



Butiker/marknadsplatser i Mjölby kommun



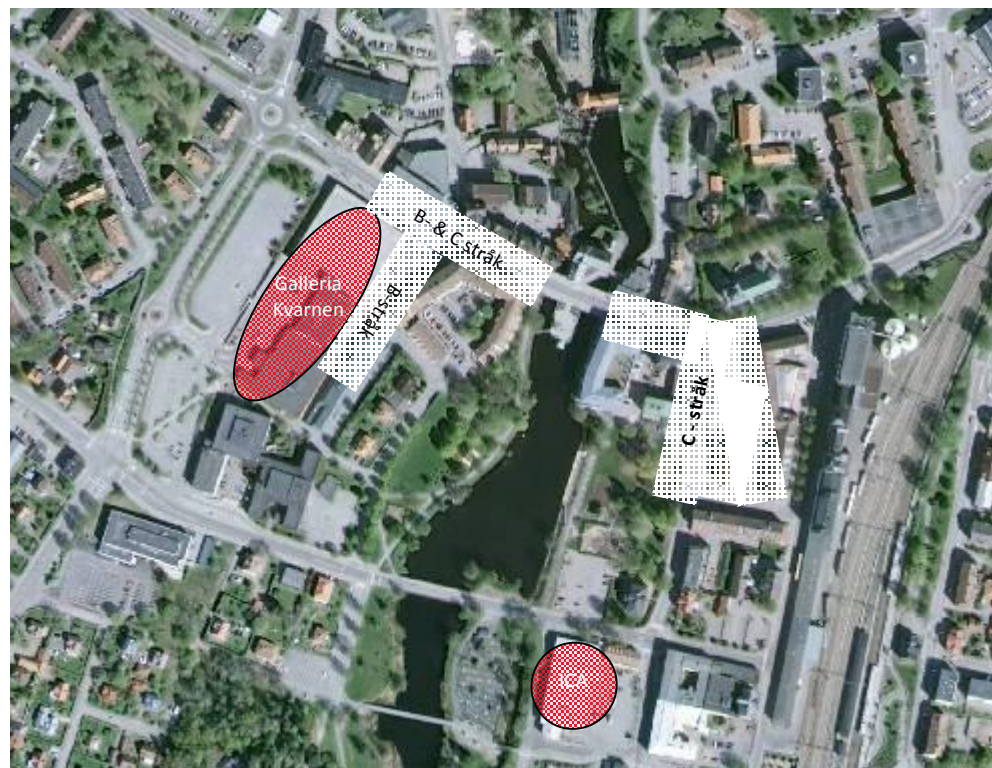


4. Detaljhandeln

Detaljhandels geografiska struktur

Svartån delar Mjölby centrum i två delar, öster och väster om Svartån. Tyngdpunkten i stadskärnan utgörs av Galleria Kvarnen och området väster om Svartån, främst stråken Jerikodalsvägen och Kungsvägen. I området öster om Svartån finns Kungsvägen, Kyrkogatan, Stora torget samt ICA Supermarket. Detta område är mindre sammanhållet och verksamheterna mer spretiga

- Detaljhandeln i stadskärnan utgörs främst av dagligvaror, beklädnadshandel samt viss handel med fritidsvaror.
- Detaljhandeln utmed stråken utgörs av småskalig och, i huvudsak, från kedjeföretagen fristående butiker.
- Andra dominerande verksamheter är: mäklare, banker, frisörer och restauranger/caféer.





4. Detaljhandeln

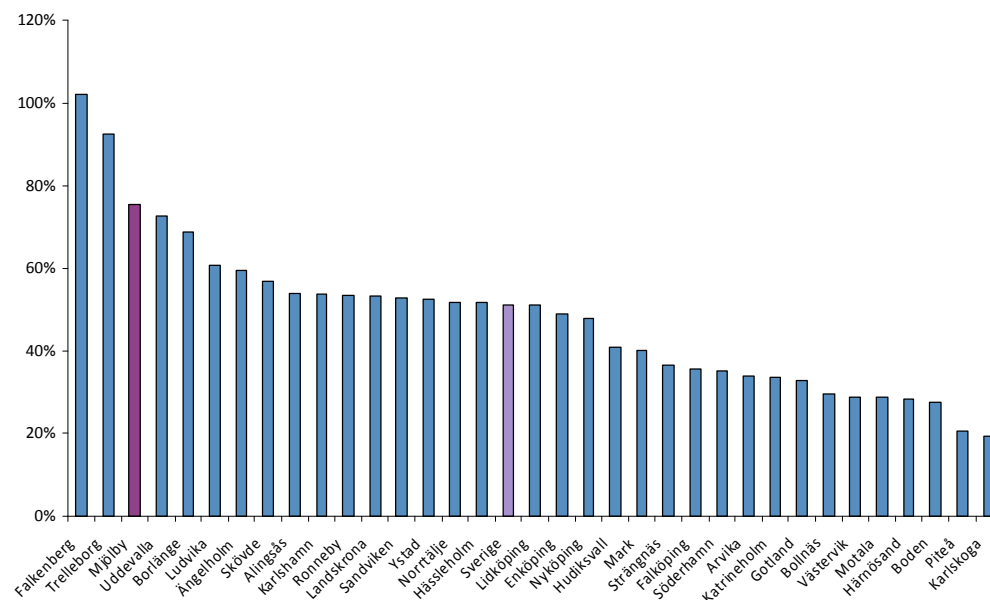
Dagligvaruhandeln i Mjölby kommun

Dagligvaruhandeln i Mjölby kommun omsatte omkring 880 miljoner kronor år 2008. Sedan 2007 har dagligvaruhandeln ökat med 5 procent, vilket skall jämföras med riket och Östergötlands län vilka ökat med 6 procent vardera.

I diagrammet visas dagligvaruhandelns utveckling i Mjölby kommun i relation till riket och jämförbara kommuner under perioden 1998-2008. Dagligvaruhandeln i Mjölby kommun har haft en mycket stark omsättningsutveckling både i relation till riket och jämförbara kommuner.

En viktig förklaring till detta är Citygross i Mantorp samt att Mjölby kommun under senare år har fått flera nya etableringar såsom Ica Supermarket, Lidl och Netto.

Omsättningsutveckling i dagligvaruhandeln 1998-2008. Källa: HUI.





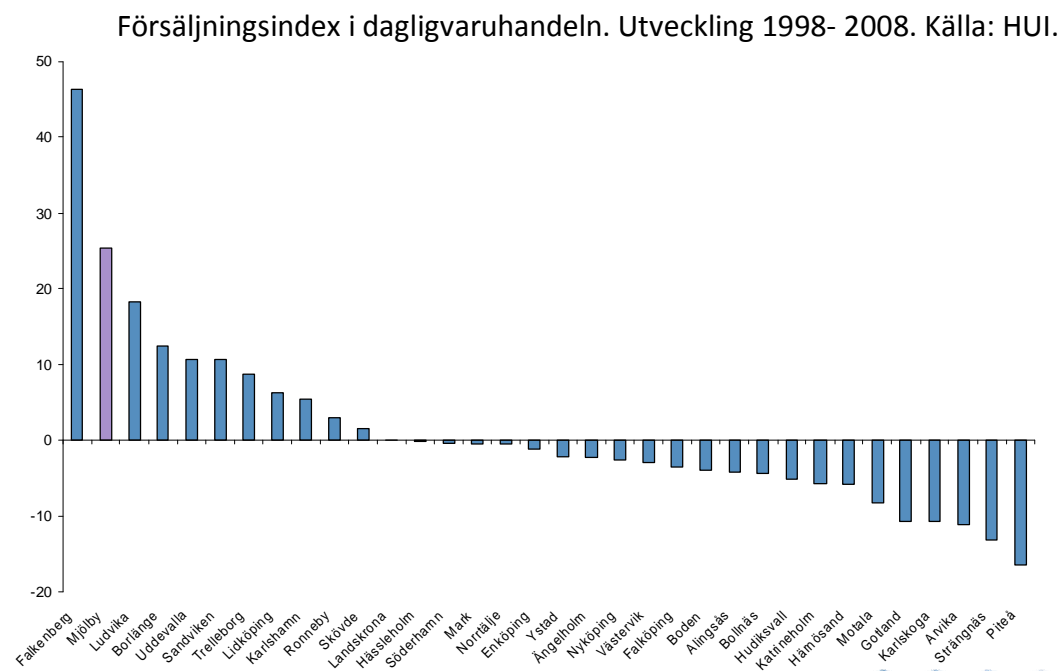
4. Detaljhandeln

Dagligvaruhandeln i Mjölby kommun

Detaljhandelns styrka mäts genom försäljningsindex vilket mäter köpströmmar över kommungränser. Ett index över 100 visar att detaljhandeln i en aktuell kommun drar till sig konsumenter från omlandet, medan ett index under 100 visar det omvända, d v s att kommunen har ett utflöde av konsumenter.

Försäljningsindex för dagligvaror uppgick till 120 år 2008. Detta skall jämföras med genomsnittet för jämförbara kommuner och riket som båda hade index 100. Mjölby kommun har således ett starkt inflöde av köpkraft från omkringliggande kommuner.

Under perioden 1998-2008 har försäljningsindex, till följd av nyetableringar, ökat 25 enheter vilket är mycket starkt i relation till jämförbara kommuner. Endast Falkenberg, med Gekås, har haft en starkare tillväxt.





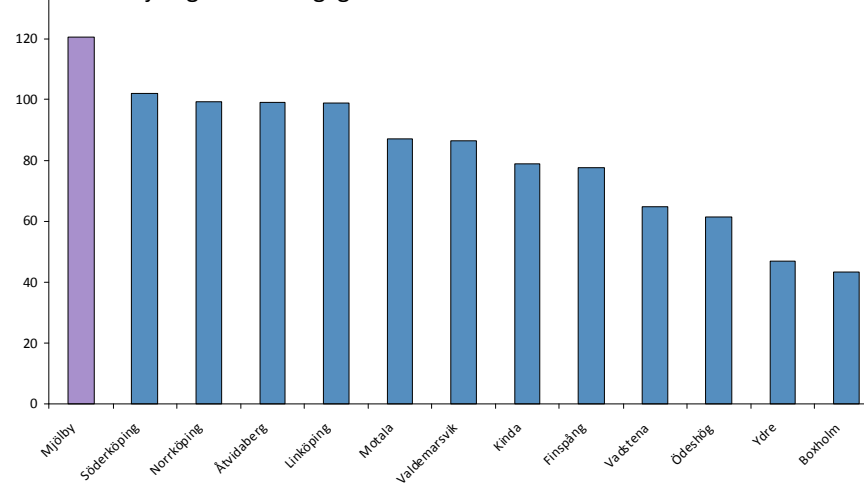
4. Detaljhandeln

Dagligvaruhandeln - Mjölby VS Östergötlands län

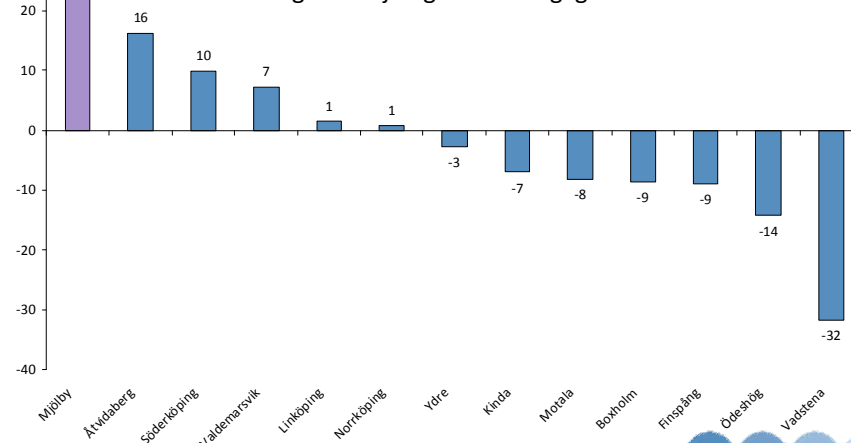
Mjölby kommun har en mycket stark dagligvaruhandel vilket framgår av att Mjölby har högst försäljningsindex av samtliga kommuner i Östergötlands län. Storstadskommunerna har, liksom Söderköping, ett försäljningsindex i nivå med riket. Övriga kommuner har ett index under riksgenomsnittet vilket pekar på att de har ett utflöde av köpkraft till angränsande kommuner med stark dagligvaruhandel.

Mjölby kommuns styrka framgår också då förändringen av försäljningsindex under perioden 1998-2008 studeras. Mjölby kommuns index har ökat kraftigt på bekostnad av de näraliggande kommunerna Boxholm, Vadstena, Motala och Ödeshög. Storstadskommunerna har behållit sitt index under perioden medan många länets övriga kommuner har fått se en minskning av försäljningsindex på grund av sviktande befolkningsunderlag och butiksnedläggningar.

Försäljningsindex i dagligvaruhandeln 2008. Källa: HUI.



Förändring i försäljningsindex i dagligvaruhandeln 1998-2008. Källa: HUI.





4. Detaljhandeln

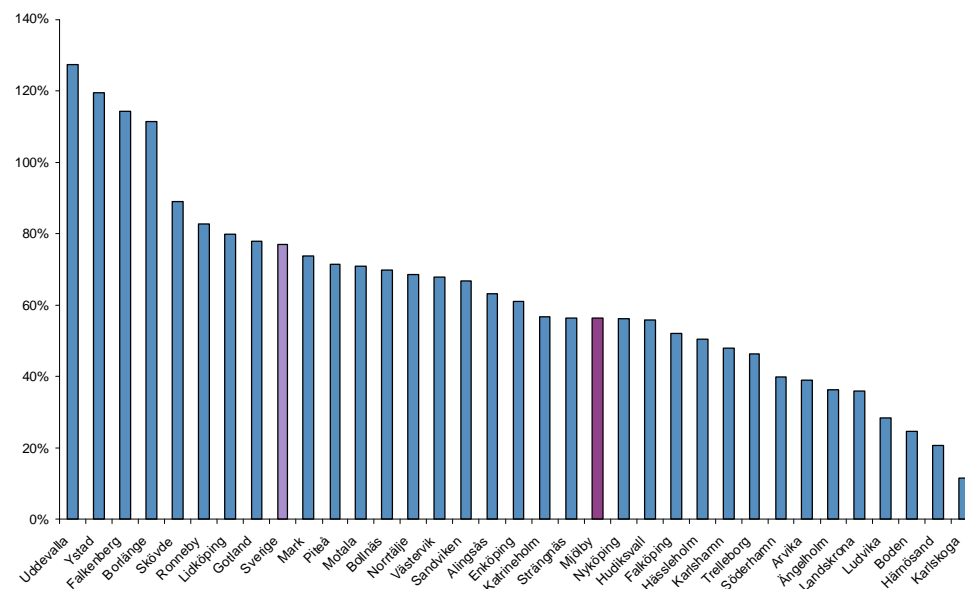
Sällanköpsvaruhandeln i Mjölby kommun

Sällanköpsvaruhandeln i Mjölby kommun omsatte omkring 590 miljoner kronor år 2008.* Sedan 2007 har sällanköpsvaruhandeln ökat med 5 procent, vilket skall jämföras med riket och Östergötlands län vilka ökat med 3 respektive 2 procent.

I diagrammet visas sällanköpsvaruhandelns utveckling i Mjölby kommun i relation till riket och jämförbara kommuner under perioden 1998-2008.

Sällanköpsvaruhandeln i Mjölby kommun har ökat cirka 56 procent vilket är svagt i relation till riket och jämförbara kommuner. Detta förklaras till stor del av att Mjölby kommun är beläget i ett omland med goda kommunikationer och näraliggande regionala handelscentra vilka drar till sig konsumenter från Mjölby.

Omsättningsutveckling i sällanköpsvaruhandeln 1998- 2008. Källa: HUI.



* Omsättningen i Mjölby kommun har reviderats då ett större företag i sporthandeln varit klassat som ett partihandelsföretag och följaktligen ej varit med i kommunens detaljhandelsstatistik.





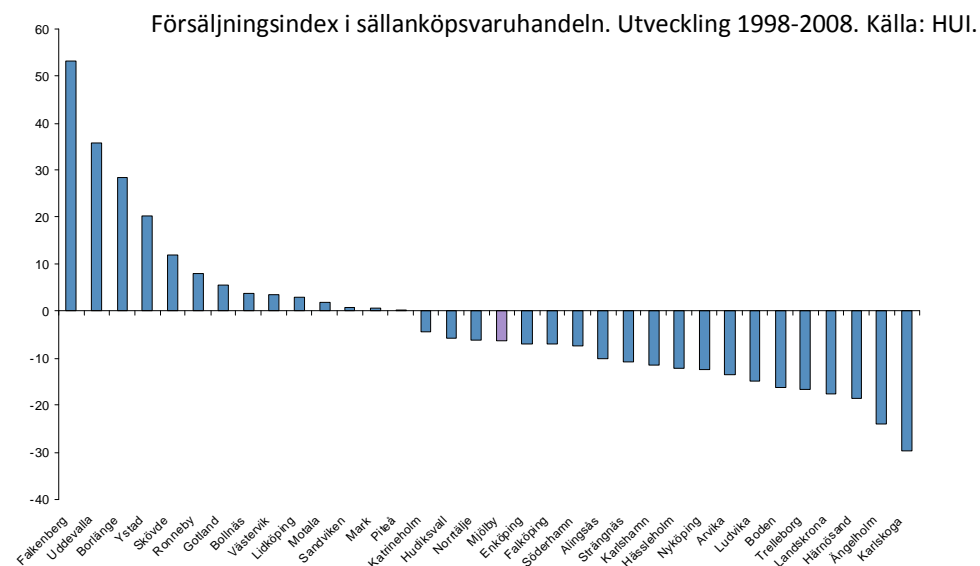
4. Detaljhandeln

Sällanköpsvaruhandeln i Mjölby kommun

Detaljhandelns styrka mäts genom försäljningsindex vilket mäter köpströmmar över kommungränser. Ett index över 100 visar att detaljhandeln i en aktuell kommun drar till sig konsumenter från omlandet medan ett index under 100 visar det omvända, d v s att kommunen har ett utflöde av konsumenter.

Försäljningsindex för sällanköpsvaror uppgick till 78 år 2008. Detta skall jämföras med medianen för jämförbara kommuner och riket som har ett index på 79 respektive 100. Drygt 20 procent av försäljningsunderlaget i Mjölby kommun reser således till näraliggande kommuner, främst Linköping, för att göra inköp av sällanköpsvaror.

Diagrammet visar utveckling av försäljningsindex i Mjölby kommun under perioden 1998-2008. Under perioden har utflödet av köpkraft från Mjölby ökat något.



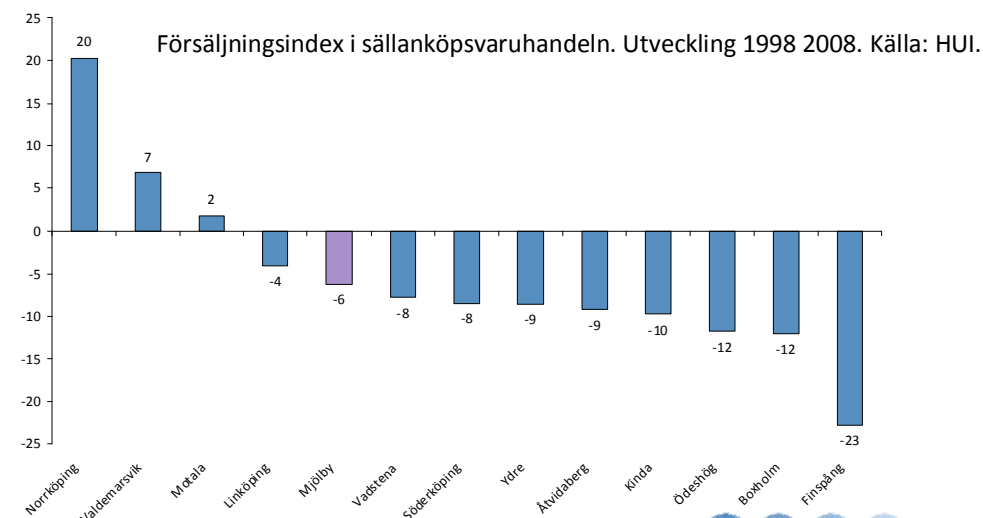
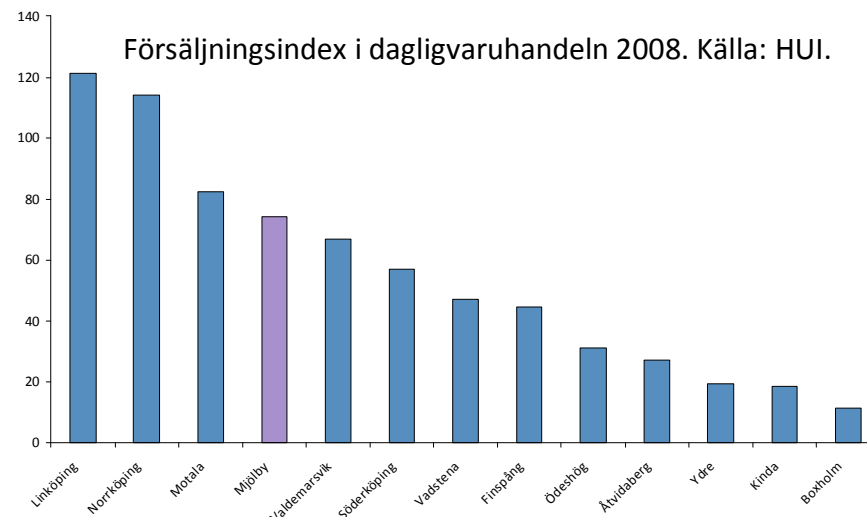


4. Detaljhandeln

Sällanköpsvaruhandeln - Mjölby Vs Östergötlands län

Sällanköpsvaruhandeln i Östergötlands län är koncentrerad till Norrköping och Linköping. Mjölby kommun har, trots ett visst utflöde av köpkraft till centralorterna, ett av de högsta försäljningsindexen i Östergötlands län. De mindre kommunerna uppvisar samtidigt ett stort utflöde av köpkraft.

Under perioden 1998-2008 är det främst i Norrköpings kommun som försäljningsindex har ökat kraftigt. Detta förklaras framförallt av ombyggnaderna i city i början av 2000-talet och den påföljande expansionen i Ingelstaområdet. En följd av denna expansion har varit att försäljningsindex i Linköpings kommun backat något. I Valdemarsvik och Motala har försäljningsindex ökat svagt vilket beror på viss expansion av handeln. I övriga kommuner har försäljningsindex minskat vilket pekar på att utflödet har ökat till följd av koncentrationen mot länets centralorter.





4. Detaljhandeln

Försäljningsindex för sällanköpsvaror

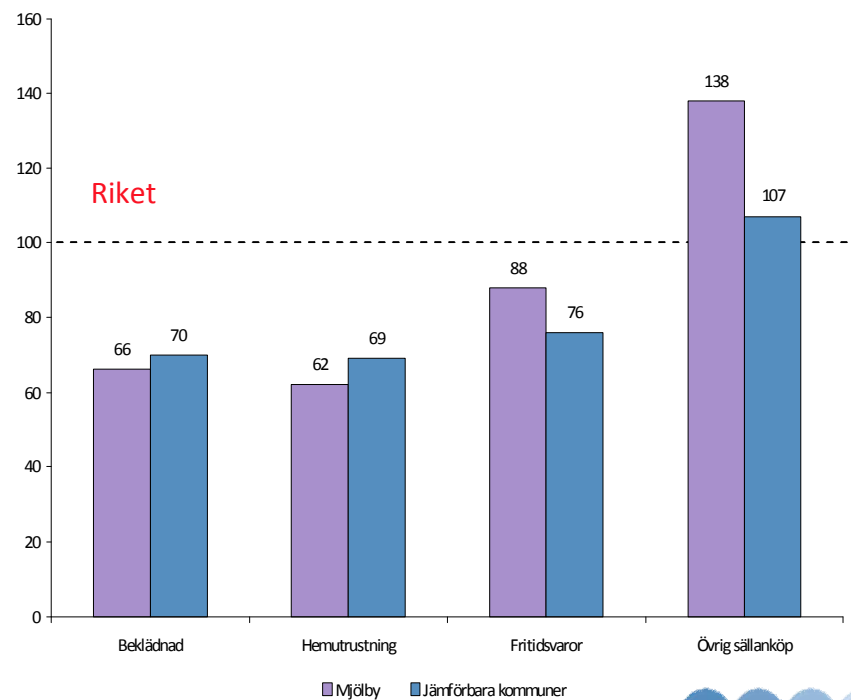
Försäljningsindex för sällanköpsvaror kan delas upp på olika branscher för att på så sätt peka ut inom vilka underbranscher som handeln i Mjölby kommun är stark respektive svag. I diagrammet redovisas försäljningsindex för olika branscher i Mjölby kommun, jämförbara kommuner samt riket år 2008.

Beklädnadshandeln och handeln med hemutrustning har ett index på 66 respektive 62 vilket pekar på att omkring 40 procent av försäljningsunderlaget i dessa branscher reser från Mjölby till omkringliggande orter för att handla.

Mjölby är å andra sidan välförsörjda med fritidsvaror där index är något under riket men avsevärt starkare än i jämförbara orter.

Inom handeln med övriga sällanköpsvaror är Mjölby kommun mycket välförsörjda vilket främst beror på Överskottsbolagets butik i Skänninge.

Försäljningsindex i sällanköpsvaruhandeln.2008. Källa: HUI.





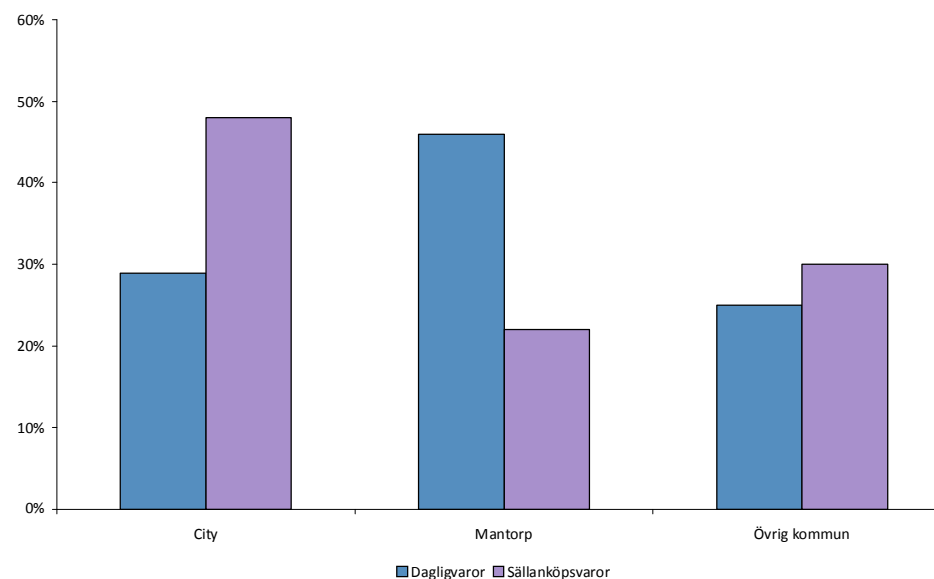
4. Detaljhandeln

Omsättningens fördelning på olika marknadsplatser

Mantorp är, med 50 procent av omsättningen i Mjölby kommun, den dominerande marknadsplatsen för dagligvaror. Stadskärnan i Mjölby står för cirka 30 procent av dagligvaruhandeln i kommunen medan den övriga kommunen står för cirka 20 procent.

I sällanköpsvaruhandeln är bilden något annorlunda då stadskärnan är den dominerande marknadsplatsen med knappt 50 procent av sällanköpsvaruhandelns omsättning i kommunen. Mobilia i Mantorp står för blott en femtedel av kommunens omsättning medan sällanköpsvaruhandeln i den övriga kommunen står för omkring 30 procent av den totala omsättningen.

Marknadsandelar i sällanköpsvaruhandeln 2008. Källa: HUI.





5. Restaurangnäringen

Mjölby kommun har omkring 50 restauranger och caféer. Restaurangutbudet domineras av lunchrestauranger vilka vänder sig till de arbetande i kommunen. Sedan 2004 har antalet restauranger ökat med 16 procent vilket är starkare än i länet och riket.

Omsättningen i restaurangnäringen uppgick till cirka 130 miljoner kronor år 2008. Sedan 2004 har omsättningen ökat med 45 procent vilket är avsevärt starkare än Östergötlands län och riket. Omsättningsökningen beror dels på att det tillkommit fler enheter, men också på att genomsnittsomsättningen i restaurangföretagen har ökat.

Genomsnittsrestaurangen i Mjölby kommun omsatte 2,7 miljoner kronor år 2008. Genomsnittsrestaurangen har således 25-30 procent lägre omsättning än genomsnittet för Östergötlands län och riket. Sedan 2004 har genomsnittsomsättningen för restaurangföretagen i Mjölby kommun ökat med 24 procent vilket är något starkare än den genomsnittliga omsättningsökningen i länet och riket.

Antal restauranger

	2008	Tillväxt 2004-2008
Mjölby kommun	50	16%
Östergötlands län	721	10%
Sverige	19242	11%

Total omsättning i restaurangnäring, mkr

	2008	Tillväxt 2004-2008
Mjölby kommun	133	45%
Östergötlands län	2613	28%
Sverige	74324	31%

Omsättning per restaurangföretag, mkr

	2008	Tillväxt 2004-2008
Mjölby kommun	2,7	24%
Östergötlands län	3,6	17%
Sverige	3,9	19%





6. Mot ett starkare Mjölby centrum

Avsnittet har till syfte att belysa hur Mjölby centrum kan utvecklas och stärkas ur ett handelsperspektiv. Till grund för analysen ligger de resultat som redovisats tidigare i rapporten. Resultaten sammanfattas i en SWOT-analys för Mjölby. Därefter följer en lista med åtgärder som anses vara viktiga för att skapa en attraktiv handel i Mjölby centrum.





6. Mot ett starkare Mjölby centrum

SWOT–analys

SWOT-analys (SWOT är en akronym byggd på de engelska orden "Strengths", "Weaknesses", "Opportunities" och "Threats") är ett frekvent förekommande företagsekonomiskt planeringshjälpmedel, där man försöker finna styrkor, svagheter, möjligheter och hot vid en strategisk översyn. Det hindrar inte alla möjliga typer av organisationer att använda sig av SWOT, som t.ex. statliga institutioner, daghem, fotbollsklubbar och kommuner. Syftet med en Swot-analys är att identifiera interna och externa nyckelfaktorer som är viktiga för att nå uppställda mål. I analysen grupperas informationen i två huvudgrupper:

- ü Interna faktorer – Styrkor och svagheter som finns inom organisationen
- ü Externa faktorer – Möjligheter och hot som skapas av organisationens omvärld

I Swot-analysen för Mjölby centrum ligger fokus på centrums styrkor och svagheter som marknadsplats. Utgångspunkt för analysen av Mjölby centrums styrkor och svagheter är ett antal faktorer som är kända som viktiga för att skapa en konkurrenskraftig marknadsplats. I Swot-analysen presenteras därför de mest framträdande styrkorna och svagheter avseende butiksmix, övriga verksamheter och service, tillgänglighet, fysiskt underhåll, trivsel med mera.

Den del av Swot-analysen som innehåller hot och möjligheter utgår ifrån Mjölby centrums lokala och regionala omvärld. Detta innebär att fokus ligger på kända och tänkbara nyetableringar av handel i Mjölby kommun och dess omkringliggande kommuner.





6. Mot ett starkare Mjölby centrum

SWOT-analys

Nedan listas några faktorer som är viktiga att beakta vid en bedömning av stadskärnors styrkor och svaghet ur ett handelsperspektiv. De faktorer som inte berörts tidigare i rapporten behandlas på kommande tre sidor. Därefter följer en figur som sammanfattar SWOT-analysen för Mjölby centrum.

- ü Är butiksutbudet / -mixen den rätta? Finns det attraktiva kedjekoncept och finns det duktiga lokala aktörer? Blir konsumenten inspirerad att konsumera och ta del av marknadsplatsens totala utbud?
- ü Hur är det ställt med tillgänglighet både vad gäller möjligheten att ta sig till marknadsplatsen (kollektivtrafik och parkeringsplatser) och öppettider?
- ü Vilka faktorer leder till en resa till den aktuella marknadsplatsen? Mångfalden på en marknadsplats är det som lockar mest till ett besök, d v s möjligheten att kunna göra många aktiviteter inom ett geografiskt avgränsat och sammanhållet område.
- ü Känns marknadsplatsen fräsch och tilltalande, d v s är fastigheter, gator mm väl underhållna?
- ü Är marknadsplatsen trygg och trivsamt? En faktor som blir allt viktigare är att inse att handel är lika mycket upplevelse och tidsfördriv som en rationell och tidseffektiv inköpsprocess. En trivsamt marknadsplats innehåller även trevliga restauranger, olika former av kultur och evenemang. Trygghet innebär att centrum skall leva under stora delar av dygnet genom att handel, bostäder och andra verksamheter håller marknadsplatsen vid liv under stora delar av dygnet.
- ü Finns det ett fungerande samarbete mellan företagarföreningar, fastighetsägare, kommunala tjänstemän och politiska beslutsfattare? Ett effektivt utvecklingsarbete tarvar gemensamma visioner och aktivt arbete från alla parter för att undvika att utvecklingsarbetet fastnar.





6. Mot ett starkare Mjölby centrum

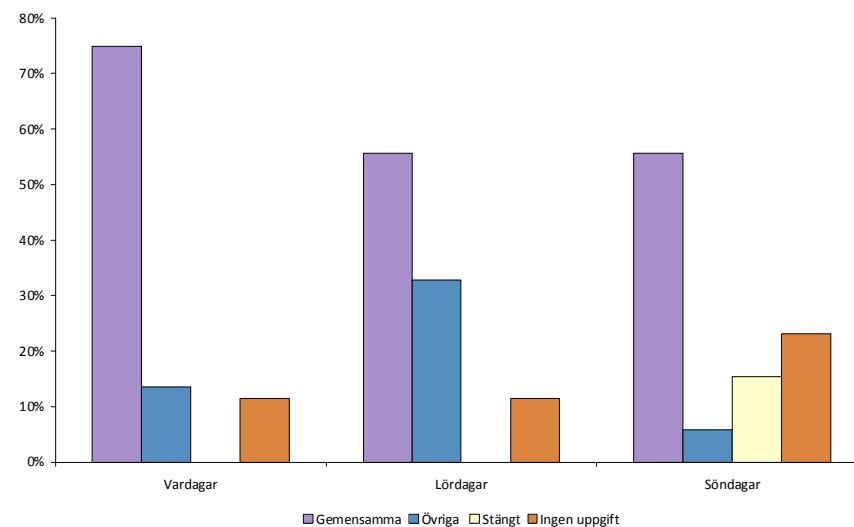
SWOT-analys

Öppettider i Mjölby centrum

Detaljhandelns öppettider är viktiga för att göra en marknadsplats tillgänglig och attraktiv. Ur ett konsumentperspektiv efterfrågas ofta långa och gemensamma öppettider för detaljhandeln och det finns en tydlig tendens till att konsumenterna handlar dagligvaror på väg till och från studier och arbete medan inköp av sällanköpsvaror genomförs som en enskild resa som ofta genomförs på helgen.

Diagrammet visar öppettiderna i Mjölby centrum år 2009. På vardagar har 75 procent av butikerna gemensamt öppethållande mellan 10-18. Dessa butiker finns uteslutande i Galleria Kvarnen. 13 procent av butikerna i centrum avviker från dessa öppettider. 12 procent av butikerna saknar helt information om öppettider. På lördagar är öppettiderna mer varierade och på söndagar har en av fem butiker stängt. Endast butikerna i Galleria Kvarnen har öppet under en begränsad tid på söndagar.

Detaljhandeln i Mjölby centrum är på intet sätt unik vad gäller öppettiderna utan detta finner sin motsvarighet på många håll i landet. Även på orter där stadskärnans aktörer via den lokala centrumföreningen har kommit överens om att ha gemensamma öppettider.





6. Mot ett starkare Mjölby centrum

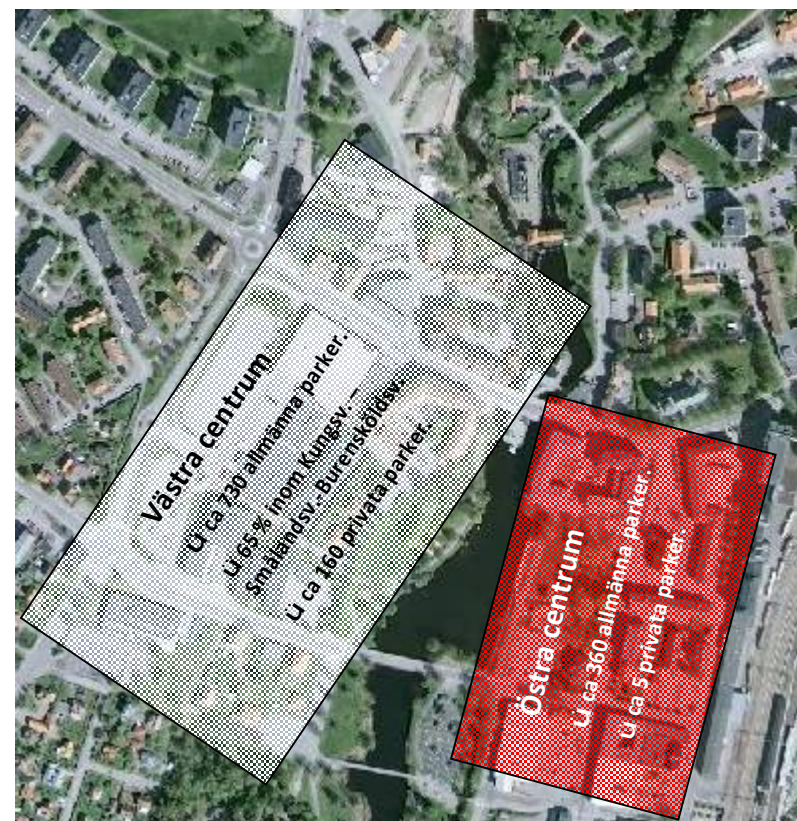
SWOT-analys

Parkeringsmöjligheter

I centrala Mjölby finns cirka 1 100 allmänna parkeringar i parkeringshus, utmed centrala stråk alternativt i anslutning till offentlig förvaltning och service.

I Västra centrum finns ca 730 allmänna parkeringar varav 65 procent återfinns inom kvadranten Smålandsgatan-Svartån-Kungsvägen- Burensköldsvägen.

I Östra centrum finns cirka 360 allmänna parkeringar. Drygt 60 procent av dessa är i huvudsak lokaliserade runt Stora torget och ICA Supermarket.





6. Mot ett starkare Mjölby centrum

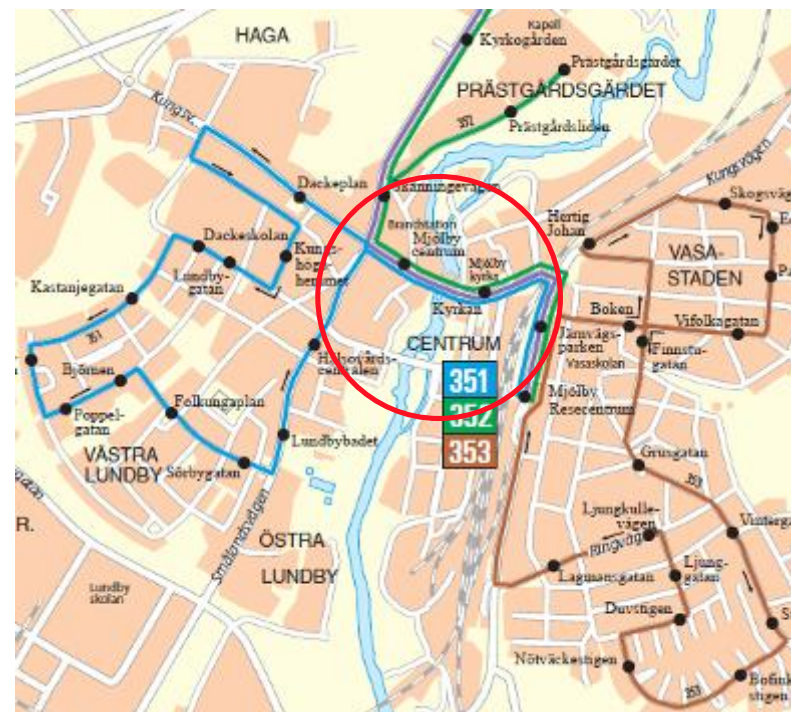
SWOT-analys

Kollektivtrafik

Tillgängligheten till Mjölby centrum är förhållandevis god med såväl stadsbussar som tätorts- och landsbygdsbussar.

Kungsvägen och Östra centrum trafikeras av tre busslinjer med 60 minuters trafik mellan kl. 8-18. Möjligheter att stiga av bussarna finns i anslutning till Galleria Kvarnen.

Från östra delen av Mjölby är de boende tvungna att byta buss vid järnvägsstationen alternativt gå in till centrum.





6. Mot ett starkare Mjölby centrum

SWOT-analys

En närmare beskrivning av innehållet i SWOT-analysen görs på kommande sidor.

	Styrkor	Svagheter
Internt	<ul style="list-style-type: none">- Befintligt ankare (Kvarnen)- Kvarnen stärks också i och med etableringen av ytterligare en dagligvarubutik i området intill- Kompakt centrum- Relativt gemensamma öppettider- God tillgänglighet för bilburna konsumenter- God tillgänglighet med lokalbuss- Tillgång till privat / offentlig service- Fysisk miljö	<ul style="list-style-type: none">- Tudelat centrum (Öst/väst)- Gatumiljö utanför Kvarnen- Omodernt Ankare (Kvarnen)- Bottenvåningen i Kvarnen- Korta / varierade öppettider på helger- Begränsat restaurang / caféutbud- Orientering från järnvägs-/ busstation
	Möjligheter	Hot
Extern	<ul style="list-style-type: none">- Utökad järnvägstrafik Mjölby – Omland- Ökat bostadsbyggande i anslutning till centrum- Stark inpendling av arbetskraft- Turism – koppling Mjölby – Skänninge	<ul style="list-style-type: none">- Detaljhandels expansion i Motala & Linköping- Mobilias expansion i Mantorp- Nedläggning / flytt av dominerande arbetsgivare





6. Mot ett starkare Mjölby centrum

SWOT–analys

Styrkor

- ü Galleria kvarnen utgör stadskärnans ankarenhet med goda och gemensamma öppettider på såväl vardagar som helger. I Kvarnen finns en väl fungerande dagligvarubutik, Systembolag, Apotek samt ett antal kedjor inom beklädning, sport- och fridsvaruhandeln. Kvarnen stärks också i och med etableringen av ytterligare en dagligvarubutik i området.
- ü Mjölby centrum är kompakt och med gångavstånd och goda förbindelser mellan de viktigaste stråken.
- ü Bra mångfald i centrum. Knappt 60 procent av verksamheterna i centrala Mjölby utgörs av detaljhandelsbutiker. 80 procent av stadskärnans butiksutbud och 35 procent av stadskärnans serviceutbud (banker, restauranger, frisörer mm) återfinns i Galleria Kvarnen samt utmed Jerikodalsgatan. 70 procent av verksamheterna utmed Kungsvägen utgörs av serviceutbud.
- ü God tillgänglighet för bilburna konsumenter och för kollektivtrafikresenärer. I stadskärnan finns drygt 700 parkeringsplatser (vanliga och handikappanpassade) med direkt anslutning till Kvarnen och Jerikodalsgatan. Det finns även tillgång till parkeringsplatser utmed Kungsvägen.





6. Mot ett starkare Mjölby centrum

SWOT–analys

Svagheter

- Ü Stads kärnan i Mjölby är tudelad med en östlig och en västlig del. Den östra delen har ett svagt detaljhandelsutbud och följaktligen ett stort serviceutbud. Östra delen av centrum har en stark dagligvarubutik, men i övrigt lämnar detaljhandeln i denna del av centrum en del att önska. Den fysiska miljön utmed Kyrkogatan och i anslutning till Stora Torget är eftersatt.
- Ü Gaturummet i anslutning till Galleria Kvarnen, Jerikodalsgatan, Kungsvägen har många tomma lokaler, för centrum felaktigt utnyttjade lokaler och stora "döda" ytor utmed Jerikodalsgatan och Kungsvägen.
- Ü Galleria Kvarnen är i stort behov av en "ansiktslyftning". Interiören i gallerian känns mörk och omodern. Bottenvåningen dras med ett stort antal tomma lokaler vilka på sikt behöver fyllas på för att bli mer attraktiv. Entréen från övre parkeringsplatsen behöver rustas för att ge en gallerian en mer välkomnande inramning.
- Ü Öppettiderna på helger behöver ses över för butikerna utanför Galleria kvarnen då de idag skiljer sig mot öppettiderna inne i gallerian.
- Ü Det saknas en naturlig koppling mellan järnvägs-/busstation och västra centrum. Bristande möjlighet till orientering från järnvägsstation till centrum.
- Ü Utbudet av restauranger/caféer är bra i Mjölby centrum. Restaurangerna har emellertid i huvudsak inriktning på lunchservering. Fler kvällsöppna restauranger med ett bättre erbjudande behövs för att skapa en attraktiv stadskärna.
- Ü Tillgänglighet för busstrafikanter till Västra delen av centrum är inte optimal då de som kommer österifrån måste byta buss vid eller gå från busstationen.





6. Mot ett starkare Mjölby centrum

SWOT-analys

Möjligheter

- Ü Utökad järnvägstrafik mellan Mjölby och kommunerna i omlandet. Ger på sikt ökad tillgänglighet till Mjölby centrum för boende i omlandet.
- Ü Ökat bostadsbyggande i anslutning till järnvägsstationen (Svartå strand) bidrar på sikt med mer liv och rörelse i de centrala delarna av staden.
- Ü Stark inpendling av arbetskraft från omkringliggande kommuner innebär att det finns potential för handeln att sälja mer till konsumenter som inte bor i Mjölby.
- Ü Turismens potential kring Skänninge som en av Sveriges äldsta städer. Här finns möjlighet att tydliggöra kopplingen mellan Mjölby och Skänninge och locka folk till Mjölby centrum
- Ü Nyetablering av dagligvaruhandel i anslutning till Galleria Kvarnen. Bidrar på sikt till att centrum som helhet blir mer attraktivt.
- Ü Regionalt starka dragare (Sharpman, Mobilia, Ö&B) utanför stadskärnan kan erbjuda draghjälp åt Mjölby centrum, så kallade överspillningseffekter.
- Ü Växande befolkningsunderlag och köpkraft skapar utrymme för tillväxt i befintlig handel och även utrymme för nya etableringar.





6. Mot ett starkare Mjölby centrum

SWOT–analys

Hot

- Ü Detaljhandels expansion i Motala och Linköping gör att attraktiviteten ökar, vilket kan locka fler Mjölbybor att handla utanför hemkommunen samtidigt som inflödet av kunder till Mjölby kan minska.
- Ü Mobilias expansion, om expansionen ges ett cityliknande utbud och därmed konkurrerar med utbudet i Mjölby centrum.
- Ü Nedläggning/flytt av för orten dominerande arbetsgivare kan leda till en minskad inpendling och en ökad utflyttning från Mjölby.





6. Mot ett starkare Mjölby centrum

Slutsatser

Mot bakgrund av SWOT-analysen och resultaten från tidigare delar i rapporten kan de viktigaste åtgärderna för att utveckla Mjölby centrum ur ett handelsperspektiv sammanfattas i ett antal punkter:

- Galleria Kvarnen är med sitt stora utbud och goda tillgänglighet ankaret för handeln i hela Mjölby centrum. Detta innebär att:
 - Handeln bör koncentreras mot området närmast gallerian, dvs. Jerikodalgatan och Kungsvägen väster om ån.
 - Gallerian behöver fräschas upp, särskilt på nedervåningen, och det är viktigt att antalet tomma lokaler minskar. Entréerna till gallerian kan göras tydligare och mer välkomnande än vad de är idag.
 - Jerikodalsgatan närmast utanför Kvarnen bör betraktas som ett A-läge i och med den omedelbara närheten till gallerian. I dagsläget avspeglas detta inte, vare sig i butiksutbud, öppettider eller exteriör. En möjlighet ligger i att öppna upp gallerian mot Jerikodalsgatan för att tydliggöra att det är en sammanhållen handelsplats, ha gemensamma öppettider, och se över butiksmixen.
- Kommunen bör verka för att skapa fler lägen för butiker på Kungsvägen väster om ån genom att försöka flytta en del av de verksamheter som i dag ligger i gatuplan (mäklare, banker med mera) samt om möjligt öppna upp fasaderna så att de blir mer anpassade för detaljhandel.





6. Mot ett starkare Mjölby centrum

Slutsatser

- Det är viktigt att göra det tydligare för konsumenterna hur de tar sig till centrum från järnvägs-/busstationen. Skyltning om avstånd till centrum, hur man ta sig dit, öppettider och butiksutbud i Galleria Kvarnen med flera åtgärder bör öka antalet besökare i centrum och gynnar därmed handeln.
- Tillgängligheten till centrum för de som kommer med buss österifrån kan ökas om busslinjen/linjerna inte slutar vid järnvägs-/busstationen utan fortsätter in till centrum väster om ån.
- Butiksutbudet i centrum bör stärkas främst inom kläder och skor då det efterfrågas av konsumenterna.
- Många konsumenter säger att de inte handlar i Mjölby centrum på grund av för dåliga öppettider. Handeln bör därför verka för gemensamma och längre öppettider i centrum.
- Restaurangutbudet bör vara mer varierat än vad det är idag och det är bra om fler restauranger lokaliseras i samma område som handeln, dvs. i centrum väster om ån.





6. Mot ett starkare Mjölby centrum

Slutsatser

- Nyetableringarna i Mobilia, Sharpmans ometablering, turismen till Skänninge med mera innebär att det kommer fler människor till Mjölby kommun. För att dessa även ska besöka centrum krävs en bra marknadsföring av Mjölby stadskärnas totala erbjudande.
- Ett hot mot möjligheterna för handeln i centrum att utvecklas och bli starkare är om det etableras handel med ett cityliknande (konkurrerande) utbud i utkanten av centralorten. Mot bakgrund av detta och med tanke på Mobilias framtida expansion bör kommun inta en försiktig hållning till externhandel i områden som Viringe, Sörby med flera. Detta förklaras närmare i nästa avsnitt.





7. Bedömning av framtida etableringslägen

Mjölby kommun har en ambition att låta handeln utanför stadskärnan expandera. Bland annat finns långt gångna planer på en expansion av handeln i Mobilia/Mantorp. Ytterligare områden som planeras för eller som kommunen vill ha belysta som tänkbara lokaliseringar är områdena Sörby, Viringe och Hulje.

Mjölby kommun är en befolkningsmässigt liten kommun där handeln idag återfinns utspridd på ett antal platser i kommunen. Ur ett konsumentperspektiv finns anledning att se över detaljhandeln geografiska struktur i framtiden. Detta eftersom ytterligare områden riskerar att leda till en, ur ett konsumentperspektiv, alltför splittrad och geografiskt utspridd handel med ökade sök- och transportkostnader och ett ökat trafikarbete som följd.

I detta avsnitt görs därför en bedömning av framtida etableringsutrymme för detaljhandeln i Mjölby samtidigt som en diskussion förs om styrkor, svagheter och konsekvenser med tänkbara framtida etableringslägen.





7. Bedömning av framtida etableringslägen

Externhandels påverkan på handeln i stadskärnan

HUI har nyligen genomfört en undersökning som studerar hur externhandel påverkar detaljhandeln i den aktuella kommunens stadskärna samt handeln i de omkringliggande kommunerna. Om en extern sällanköpsvaruetaablering omsätter 100 miljoner kronor innebär det att den hämtar cirka 25 miljoner kronor från den befintliga handeln i kommunen och resterande 75 miljoner kronor från kommunerna i omlandet. De inomkommunala effekterna bedöms uppgå till cirka 2 procent av kommunens omsättning.

En slutsats är således att även om en externhandelsetablering leder till inomkommunala effekter så innebär den att de regionala effekterna blir avsevärt mycket större. Storleken på de inomkommunala effekterna är beroende på vilket utbud som den tillkommande handeln ges. En viktig anledning till att de inomkommunala effekterna blir relativt begränsade är att stadskärnor och den övriga handeln i en kommun ofta är av kompletterande, snarare än konkurrerande karaktär samt att hotet om framtida konkurrens från externhandel ofta sätter igång utvecklingsarbeten på de befintliga marknadsplatserna i kommunen.



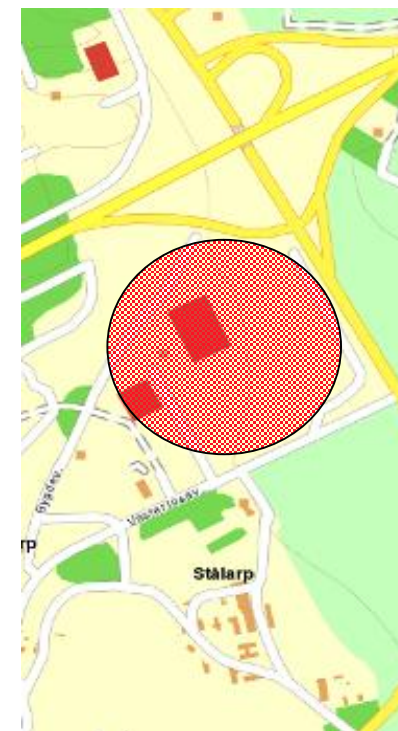


7. Bedömning av framtida etableringslägen

Mantorp

Handeln i Mantorp (Mobilia) omfattar idag 20 000 kvadratmeter handelsyta i två plan. Fastighetsägaren har en byggrätt på ytterligare 38 000 kvadratmeter BTA i direkt anslutning till befintlig byggnad. I området planeras för såväl stora som små butiker med entré från en parkering. Området möjliggör omkring 2 700 parkeringsplatser. De tillkommande butikerna planeras växa fram successivt med byggstart våren 2010 och öppning av etapp 1 (ca 10 000 kvm) under hösten 2010. På längre sikt är det möjligt att handeln i Mantorp växer än mer genom att ytterligare ytor tas i anspråk.

Mobilia har idag ett stort upptagningsområde i centrala Östergötland och får extra draghjälp av den befintliga motorbanan och travbanan i området. Genom en utbyggnad av den befintliga handeln kan områdets regionala attraktivitet förväntas öka. Det är, som berörts tidigare, också bra att den största delen av externhandels expansion i Mjölby kommun sker i ett befintligt område eftersom det innebär att externhandeln inte splittras upp för mycket. Expansionen av handeln i Mantorp får emellertid konsekvenser för vilket utrymme det finns för externhandel på andra platser i Mjölby kommun, vilket förklaras närmare på kommande sidor.





7. Bedömning av framtida etableringslägen

Mantorp

Under perioden 2008-2017 bedöms sällanköpsvaruhandeln i Mjölby kommun kunna växa med cirka 300 miljoner kronor (lokal köpkraftstillväxt). Av detta förväntas den befintliga handeln i stadskärnan och den övriga kommunen ta omkring 225 miljoner kronor i anspråk vilket gör att *det inomkommunala etableringsutrymmet, baserat på tillväxten, uppskattas till 75-100 miljoner kronor*. Med hänsyn tagen till att det idag finns ett inomkommunalt etableringsutrymme på mellan 125-150 miljoner kronor innebär detta att **det totala etableringsutrymmet** under perioden **uppskattas till 200-250 miljoner kronor**.

Ett handelområde med den inriktning som Mobilia förväntas få, d v s kläder, järn och bygg mm, bedöms kunna omsätta mellan 17 000-20 000 kronor per kvadratmeter. Detta innebär vid en etappvis utbyggnad med endast sällanköpsvaror följande omsättning för den nya handeln kring Mobilia:

Förväntad omsättning i Mobilia vid etappvis utbyggnad		
BTA, kvm	Försäljningsyta, kvm	Förväntad oms, mkr
10 000	7 500	125-150
20 000	15 000	250-300
30 000	23 000	400-450
40 000	30 000	500-600



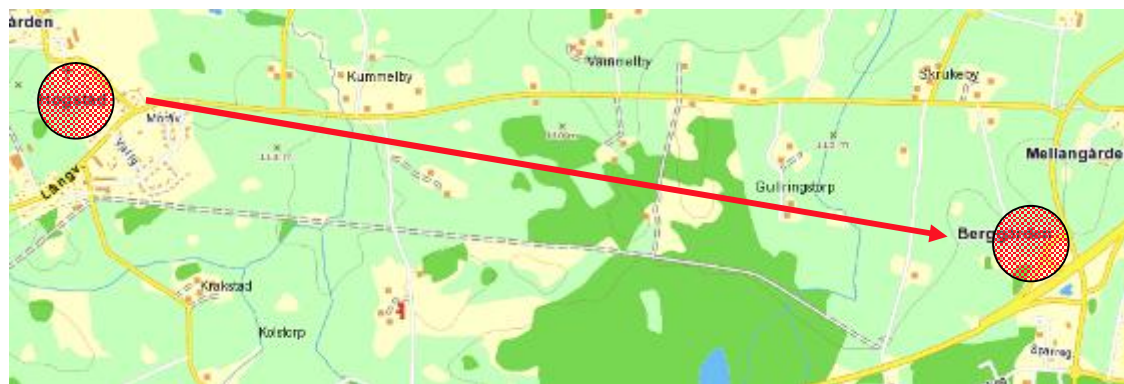


7. Bedömning av framtida etableringslägen

Sharpmans omlokalisering

Sharpman sport är inriktat på handel med tillbehör och kläder för hästsport, hund och katt samt jakt och friluftsliv. Företaget är idag lokaliserat i Hogstad, men planerar inom överskådlig framtid att omlokalisera verksamheten till området norr om västra infarten till Mjölby. I samband med detta planeras också för en ny butik samt aktiviteter i och kring denna. Omlokaliseringen innebär, på grund av företagets specialisering, inget konkret hot mot den befintliga detaljhandeln i Mjölby centrum. Däremot hamnar butiken i ett bättre "skyltläge" vilket gör det lättare att ta tillvara sitt befintliga kundunderlag och utvidga kundunderlaget till nya områden.

För handeln i Mjölby centrum innebär omlokaliseringen av butiken samt tillkommande aktiviteter att handeln i stadskärnan kan dra nytta ett ökat antal besökare från andra kommuner.

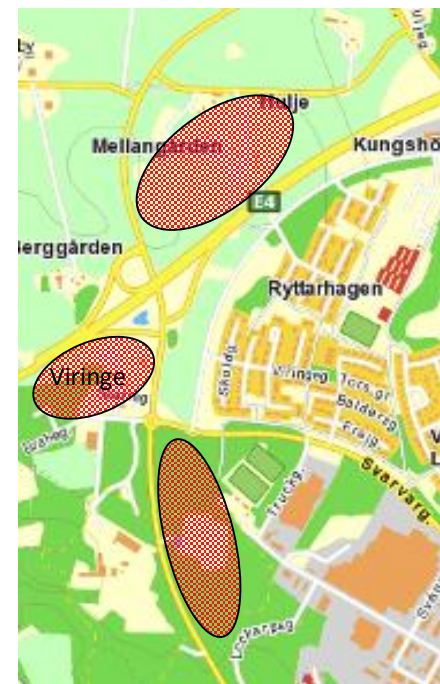




7. Bedömning av framtida etableringslägen

Viringe, Hulje och Sörby

Viringe: I området finns detaljplanerad mark för handel och verksamheter. I dagsläget utgörs intressenterna av snabbmatsrestauranger. Genom att befintliga verksamheter i området idag vänder sig mot den bilburne resenären bör tillkommande verksamheter ges samma inriktning. Området kan användas som ett, från stadskärnan, halvexternt handelsområde med inriktning på det lokala och västra upptagningsområdet. Inriktningen bör vara volymhandelsvaror för att begränsa konkurrensen gentemot handeln i stadskärnan. Utbyggnaden av Mobilia med delvis volymhandel begränsar dock utrymmet för volymhandel i Viringe.





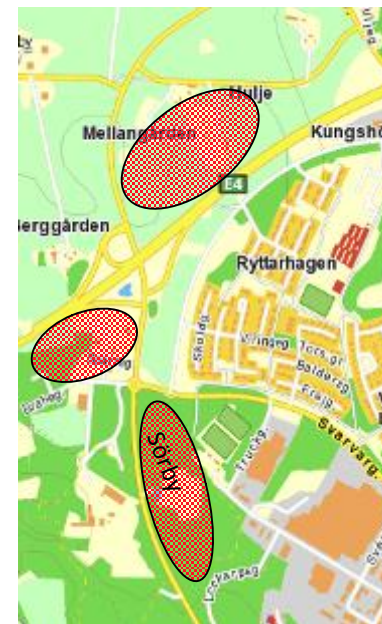
7. Bedömning av framtida etableringslägen

Viringe, Hulje och Sörby

Sörby: Utgörs av exploateringsbar skogsmark. Har en naturlig koppling till centralorten men behöver, om det skall exploateras, tydligare kopplas till Viringe. Området kan på lång sikt användas som ett komplement till Viringe. Precis som för Viringe gäller att eventuellt tillkommande handel bör ha en sådan inriktning att icke önskade konkurrens effekter för stadskärnan undviks och att utrymmet för handel i Viringe begränsas i och med Mobilias utbyggnad.

Hulje: Utgörs idag av åkermark. Området upplevs, på grund av sitt läge på andra sidan motorvägen, som avhängt från befintlig bebyggelse.

En styrka med samtliga ovan beskrivna områden är att de har goda skyltlägen och stora ytor vilka kan tas i anspråk samt att de har, eller kan ges, mycket god tillgänglighet från såväl motorväg som riksvägar och lokalgator. Kollektivtrafikanslutningen är idag begränsad vilket måste stärkas upp vid en eventuell exploatering.





7. Bedömning av framtida etableringslägen

Slutsatser

Detaljhandeln i Mjölby står inför en omvandling både i centrum och i det externa köpcentrumen Mobilia. Därtill diskuteras att ha beredskap för ytterligare handel i nya områden väster om stadskärnan och i anslutning till motorvägspåfarterna.

- Expansionsutrymmet för detaljhandel i Mjölby kommun och omlandet är begränsat. Detta innebär att ytterligare etableringar i Mjölby måste baseras på viss omdisponering av inomkommunal köpkraft men framförallt på att en större andel av köpkraften behöver tas från kommunerna i omlandet, vilket inte är helt enkelt utifrån den konkurrensituation som råder i regionen.
- HUI rekommenderar att:
 - *kommunen har en tillåtande attityd till ytterligare handel i Mantorp och i kommunens stadskärna. Detta för att ge befintliga områden möjlighet att förstärkas och utvecklas utifrån rådande förutsättningar. Detta gäller i första hand sällanköpsvaruhandeln. Vad gäller dagligvaruhandel bör etableringsförfrågningar prövas från fall till fall.*
 - *kommunen har en restriktiv hållning gentemot ytterligare etablering av handel på idag icke-existerande, handelsområden. Detta eftersom riskerar att leda till en splittrad och, ur ett konsumentperspektiv, otydlig handel.*
 - *kommunen, för att stärka och utveckla stadskärnan, i ett första steg bör satsa på att utveckla stadskärnans västra delar, d v s området runt galleria Kvarnen.*

