

Handelsstrategi Örnsköldsvik

- tillsammans för en bättre handel

Antagen av instans/årtal

Antagen av:	Dokumentnamn: Handelsstrategi Örnsköldsvik	Ärendebeteckning: Kst/2014:134 Handelsstrategi
Dokumentägare: Chef Tillväxtavdelning/klf	Dokumentansvarig: Planerare Tillväxtavdelningen	Publiceras: www.ornskoldsvik.se
Ersätter dokument:	Revideras:	Utvärderas:



HANDELSSTRATEGI ÖRNSKÖLDSVIK



- Tillsammans för en bättre handel

INNEHÅLL

Bakgrund	4
Lokalisering av handel	6
Handeln i Örnsköldsvik	8
Örnsköldsviks utmaningar	10
Örnsköldsviks styrkor	11
Framtidens handel	13
Kommunens och näringslivets ansvar	16
Beskrivning av olika områden	18
Definitioner	23

Handelsstrategi Örnsköldsvik

Det är lördag och staden vibrerar. Här möts gammal och ung; tonåringarna Elsa och Oscar som handlar outfits till kvällens disco och pensionären Allan som köper med sig en blomma. Det är nära till en bänk att slå sig ned på och det finns gott om serveringar. Bussarna går till och från centrum med passagerare från landet och tätorterna som kommit hit för att "göra stan". Turister från Tyskland och Sollefteå strosar längs Storgatan. Det finns gott om mataffärer och caféer.

Vardagsvaror ska finnas i närheten av där människor bor. Strax utanför centrum finns också ett antal dagligvarubutiker med närhet till flera bostadsområden och utanför stan finns möbel-, bygg- och elektronikhandel med bra möjligheter att nås med bilen och i vissa fall bussen. I Örnsköldsvik strävar vi efter korta avstånd, enkelhet och tillgänglighet.

För att uppnå detta har denna handelsstrategi tagits fram för att vägleda etablerare, fastighetsägare, handlare och kommunen i frågor som rör etablering av handel i Örnsköldsvik. Flera parter står bakom strategin. Här visas kommunens, fastighetsägarnas och handlarnas intention med hur handeln ska utvecklas i hela kommunen.

Strategin är ett styrdokument och ger underlag för kommunens översiktsplanering, beslut om investeringar i infrastruktur och markförvärv samt detaljplanering, bygglov och tillståndsgivning.

Definitioner hittar du längst bak i dokumentet.

Strategin kommer att revideras samtidigt som översiktsplanen.

Bakgrund

De senaste åren har Örnsköldsvik genomgått många stora förändringar. Några exempel på offentliga och privata initiativ är Botniabanan, större byggnadsprojekt så som Oscargallerian, Fjällräven Center, Elite hotell och satsningar på stora evenemang.

Örnsköldsvik är den starkaste handelskommunen i Höga kusten och längs kuststräckan mellan Sundsvall och Umeå. Handeln skapar arbetstillfällen och ger invånarna tillgång till ett varierat och tillgängligt utbud. Den är också en av flera viktiga parametrar för hur kommunen upplevs av besökare.

Avsikten med strategin är att skapa förutsättningar för handeln att växa genom tydliga riktlinjer, bättre infrastruktur och tillgänglighet. Det finns redan idag ett väl fungerande samarbete kring centrumhandeln genom Centrum i samverkan, Cesam, ett bolag som bildades i slutet av 90-talet.

Senare års handelsetableringar i centralorten har till stor del skett på industriområden och hittills oplanerade handelsområden, vilket har lett till eftersläpningar i infrastrukturen och att till exempelvis handel hamnat på återvändsgator. Handelns betydelse för staden och kunskapen om vad som gör ett område attraktivt gör det nödvändigt att ta fram en strategi för handeln.

Kommunens övergripande ambition

Kommunen vill medverka till nya etableringar av handel både i stadskärnan och i det externa handelsområdet norr om staden. Det är viktigt att etableringarna sker på de platser som är bäst lämpade för olika typer av handel, se avsnittet Lokalisering av handel. De ska också bekvämt och säkert kunna nås av olika konsumentgrupper, även de som inte har tillgång till bil. Detta åstadkoms bland annat genom att det externa handelsområdet är tillgängligt för gående, cyklister och kollektivtrafik samt genom att anpassa kollektivtrafiken och hållplatsernas placering i centrum till handel och annan service.

Avgränsningar

Handelsstrategin avser hela Örnsköldsviks kommun med fokus på stadskärnan och Norra handelsområdet (I Översiktsplan kallat Norra industriområdet) som stäcker sig från Norra station till Arnäsvall och innehåller delområdena Norra station, Entré Norr (Terminalvägen, Hästmarksvägen) och Arnäs. Se karta på sidan 7.

Inriktningsmål

Kommunens övergripande vision till 2015 är:

*"Möjligheternas Örnsköldsvik, en hållbar och tillgänglig kommun
i världsklass – att leva och arbeta i och att besöka."*

De inriktningsmål vi arbetar med inom handeln för att uppfylla visionen är:

- Vi ska bevara en stark cityhandel och samtidigt skapa plats för en kompletterande externhandel.
- Örnsköldsviks centrum ska vara den självklara handelsplatsen i Höga Kusten.
- Vi ska ha en livfull sammanhållen stadskärna som fyller en social funktion som mötesplats.
- Det ska finnas ett bra utbud av upplevelser i form av kultur, caféer, restauranger och aktiviteter i staden.
- Servicepunkterna ska vara den givna mötesplatsen på landsbygden.
- Stratgin ska följa de mål för handeln som löpande sätts av Cesam.
- Vi ska utnyttja de fördelar som närheten till havet och järnvägen innebär.
- Entré Norr och Norra handelsområdet är prioriterade områden för extern handel, och bör göras tillgängliga genom en ny trafiklösning.
- Långsiktigt bör kommunen fortsätta att förfoga över mark i de utpekade externa handelsområdena.

Lokalisering av handel

Nedan visas kommunens ställningstaganden för lokalisering av handel. En viktig del för att nå målen är att handel placeras på den plats som är bäst lämpad för olika typer av etableringar.

Lokalisering av dagligvaruhandel

Dagligvaruhandeln ska i första hand ligga nära bostadsområden eller i centrum som har god tillgänglighet. I andra hand ska centrumnära lägen eftersträvas för att minimera transportarbetet. Externa köpcentrum ska undvikas eftersom det bryter mot kommunens arbete för god tillgänglighet och en bättre miljö.

- Centrum
- Centrumnära, t.ex. Framnäsudden, Viktoriaesplanaden, Inre hamnen
- Halvexternt, t.ex. Norra station
- Stadsdels- och tätortscentrum eller bostadsnära lägen
- Landsbygd/servicepunkter

Lokalisering av sällanköpshandel

För sällanköpshandeln anges olika riktlinjer beroende på om den är skrymmande eller ej. Den externa volymhandeln ska vara ett komplement till centrumhandeln. Det prioriterade området för extern handel är Norra handelsområdet med sina delområden. Kommunen avser inte uppmuntra etablering av ytterligare externa handelsområden och inte heller externa gallerior för sällanköpsvaror som inte är skrymmande.

Handel som inte är volymhandel

- Centrum
- Stadsdels- och tätortscentrum

Volymhandel

- Externt område, t.ex. Arnäs
- Halvexternt, t.ex. Norra station, norra sidan av Terminalvägen
- Tätortcentrum

Tillgänglighet

All form av extern handel leder idag till ökad bilanvändning, dyrbar utbyggnad av infrastruktur och till viss del sämre tillgänglighet för unga, äldre och andra som inte har tillgång till bil. Det kan få sociala konsekvenser i form av ökad segregation. Däremot fungerar externhandel bra till den volymhandel som av utrymmes- och hanterings-



skäl inte passar i centrum. Men det finns också många fall där volymhandeln säljer varor som inte är skrymmande. Trygga gång- och cykelvägar bör därför byggas till områden för handel. Särskilt viktigt är detta inom områden där det också kan bli aktuellt med etablering av dagligvaruhandel. Kommunen måste se till att gatunätet utformas så att förutsättningarna för kollektivtrafik i området blir så bra som möjligt.

Handeln i Örnsköldsvik

Centrumhandeln är stark i Örnsköldsvik med ett brett utbud och många nischade butiker. Som komplement till kedjebutiker blir de nischade butikerna unika och dragare för andra butiker. Det är en av styrkorna i Örnsköldsviks centrum. På senare år har handeln i centrum kompletterats med flera externa etableringar i det som i översiktsplaneringen kallas för Norra industriområdet. Dessa båda handelsområdena har olika karaktär, i centrum samsas dagligvarubutiker och icke-skrymmande sällanköpsvaror och i Norra industriområdet finns i huvudsak volymhandel med inslag av dagligvaruhandel i de mer halvexterna delarna. Ortsborna handlar oftast lokalt men det är relativt få från omkringliggande kommuner som väljer att resa till Örnsköldsvik för att handla.

Dagligvaruhandeln tar hand om köpkraften

Örnsköldsviks dagligvaruhandel har ett försäljningsindex på 103 (2012), det betyder att handeln i stort överensstämmer med köpkraften hos invånarna. Grannstäderna Sundsvall och Umeå har ett index på 101 respektive 100 för dagligvaror och jämförelseindex för liknande kommuner (Större städer, definition enligt SKL) är 101.

Utrymme för ny sällanköpsvaruhandel

Försäljningsindex för sällanköpsvaruhandeln i Örnsköldsvik ligger på 87, att jämföra med Sundsvall som har ett index på 167 och Umeå som ligger på 114 (2012). Det innebär i praktiken att boende i Örnsköldsvik väljer att handla till viss del på andra håll. Både Sundsvall och Umeå har istället kraftiga inflöden av handel. Jämförelseindex för liknande kommuner (Större städer) är 120.

De närliggande kommunerna Kramfors, Nordmaling och Sollefteå utgör tillsammans med Örnsköldsvik det totala upptagningsområdet.

Prisad för Årets stadskärna dubbelt upp

I slutet av 90-talet påbörjades ett arbete för att utveckla stadskärnan i Örnsköldsvik. Nettoutflödet av handel var då stort och utbudet av handel och restauranger fick låga betyg i besöksundersökningar. Fastighetsägare, kommun och näringsidkare gick då samman inom organisationen Cesam. Arbetet har lett till ökad trivsel och handel i centrum och att Örnsköldsvik fått utmärkelsen Årets stadskärna två gånger under en tioårsperiod, 2001 och 2008. Utmärkelsen delas ut av föreningen Svenska Stadskärnor till den svenska stad som under de närmaste föregående åren gjort störst framsteg i sin förnyelse av cent-

rum genom samarbete mellan både privata och offentliga aktörer. Priserna är kvitton på att långsiktigt och strategiskt arbete lönar sig.

Handel på landet

Landsbygdens varuförsörjning är en viktig del i Örnsköldsviks konsekventa arbete för en levande landsbygd. För att se till att även den som bor på landet ska ha tillgång till dagligvaror upprättar kommunen uppdragsavtal med servicepunkter. En servicepunkt är en mötesplats för den som bor på eller besöker landsbygden och den erbjuder förutom handel även internetuppkoppling, café med mera. Genom ett uppdragsavtal med kommunen erhåller en butik eller en mack en ersättning som baseras på de tjänster de utför. Mottot och projektet "Bygd och stad i balans" gjorde att Örnsköldsvik utsågs till Årets kommun 2012 av *Hela Sverige ska leva*.

Handel på nätet

E-handeln växer markant men utgör ändå enbart fem till sex procent av den totala detaljhandeln. En knapp fjärdedel av svenskarna handlar minst en gång per månad och 85 procent någon gång per år. Personer på landsbygden handlar mest. Eftersom Örnsköldsviks kommun har en stor landsbygd där en tredjedel av invånarna bor på landet är det troligt att många i området handlar på nätet. E-handeln väntas omsätta drygt 37 miljarder 2013 jämfört med knappt 5 miljarder 2003.

Örnsköldsviks utmaningar

Svag befolkningsutveckling i hela upptagningsområdet

En stor utmaning för handeln i Örnsköldsvik är att alla kommuner i upptagningsområdet har en vikande befolkningsutvecklingen. Idag har Örnsköldsvik cirka 55 000 invånare och antalet förväntas ligga kvar på samma nivå till 2020.

Den demografiska utvecklingen med fler äldre och färre yngre innebär, tillsammans med en svag befolkningsutveckling, mindre total köpkraft. Men en stad som inte växer kan också få svårare att få hit intressanta nya etableringar.

Konkurrens från Sundsvall och Umeå

Örnsköldsvik ligger vid kusten mellan Sundsvall och Umeå, två starka handelsstäder. Det är cirka 15 mil till Birsta, ett stort handelsområde med IKEA norr om Sundsvall. Det är cirka 10 mil till Umeå och vintern 2015/2016 öppnar ett IKEA på Söderslätt i Umeå, med en galleria med upp mot 100 butiker. Både Birsta och Umeå är regionala handelscentrum som är beroende av att folk från kringliggande kommuner kommer dit och handlar. Umeå och Sundsvall city har i sin tur också konkurrens från sin omkringliggande externhandel.

Nya etableringar i Umeå behöver inte automatiskt leda till ett större utflöde av handel från Örnsköldsvik. Den handel av framförallt möbler och heminredning som skett i Sundsvall kan istället hamna i Umeå. Med det sagt kan "nyhetens behag" ge ett överslag de första åren. Det kan också vara så att fler än tidigare väljer att handla övriga sällanköp i Umeå på grund av att där finns andra saker som lockar, exempelvis ett stort kulturutbud och centrumhandeln.

Hur hittar vi lokalt investeringskapital?

Det är nödvändigt att någon går i bräsch och satsar i Örnsköldsvik för att vi ska kunna upprätthålla det utbud och den handel som vi har idag. Det ingår i utmaningen att hitta tillräckligt investeringskapital och en vilja att fortsätta att investera.

Hur garanterar vi spetskompetens?

Örnsköldsvik som stad behöver vara tillräckligt attraktiv för att intressera kompetenta butikshefer. Det är en nödvändig faktor för de stora etablerarna. Handeln kan också stärka sin rekryteringsbas lokalt genom att synliggöra karriärvägarna, till exempel genom jobbanonser. För att fortsätta ha en levande handel behöver vi se till att det finns en bra kompetensförsörjning i form av utbildning och möjligheter till praktik även på gymnasienivå.

E-handeln växer

E-handeln kan på sikt ses som ett hot genom att den tar handelsandelar från den fysiska handeln.

Örnsköldsviks styrkor

Besöksnäringen växer

Turismen i Örnsköldsvik skapar intäkter till handeln eftersom fler besökare ofta innebär fler kunder. Till 2020 ska Örnsköldsvik fördubbla turismens omsättning och antal årsarbeten i enlighet med den nationella strategin för besöksnäringen antagen 2010.

Ett gemensamt destinationsbolag för Höga kusten startas av fyra kommuner 2014 och det ger mer kraft till samordning och marknadsföring. Flera satsningar sker också lokalt i Örnsköldsvik, bland annat förbättras infrastrukturen och tillgängligheten till besöksmål i skärgården.

Handeln är i ökad grad knuten till upplevelser av olika slag och undersökningar som HUI gjort visar tydligt att det sker ett uppsving i handeln under stora evenemang och arrangemang. När turistbyrån flyttar från sina nuvarande lokaler och blir en del av ett större Visitor Center i Fjällräven Arena finns goda möjligheter att utveckla detta område.

Centrum i samverkan – Cesam

Cesam består av representanter från fastighetsägare, näringsidkare inom handel och restaurang och kommunen. Två centrumutvecklare är anställda av organisationen. Cesam arbetar för att öka Örnsköldsviks centrums attraktivitet och trivsel för både kommuninvånarna och besökare, samt stimulera till ökad handel och att fler bosätter sig i kommunen. Det finns fyra arbetsgrupper som utvecklar marknad, aktiviteter, stadsmiljö och turism. I samarbete med Örnsköldsvik Handel (Svensk Handel) har det också bildats en femte arbetsgrupp för en gemensam kraftsamling som gynnar handelns utveckling.

Världsklass 2015

Kommunen har tillsammans med näringslivet och medborgare drivit ett aktivt utvecklingsarbete sedan mitten av 90-talet för att stärka Örnsköldsvik som en "kommun av världsklass att leva och arbeta i och att besöka". Det som nu kallas Världsklass 2015 går mot sitt sista år i nuvarande form men utvecklingsarbetet kommer att fortsätta.

Nya möjligheter för arbetspendling

Kommunerna längs norrlandskusten har kommit närmare varandra genom Botniabanan och de förkortade pendlingsstiderna. På sikt kan de goda möjligheterna för arbetspendling göra att fler väljer att bo i Örnsköldsvik även om de arbetar på annan ort, eller vice versa. Tillsammans med Umeå vill kommunen skapa en funktionell arbetsmarknadsregion. När Örnsköldsvik ökar sin attraktivitet som bostadsort är det positivt för handeln. Örnsköldsvik har idag en nettopendling på -282.

Det goda värdskapet

Det goda värdskapet handlar om att "se kunden" och lyssna, så att den verkliga får vad den efterfrågar. Örnsköldsviks mix av små och stora butiker i kombination med serviceinriktad personal borgar för ett gott värdskap. Cesam försöker ta tillvara denna kunskap på olika sätt och har bland annat anordnat utbildningen "Service med hjärtat".

Optimering av kollektivtrafik i centrala Örnsköldsvik

Under första halvan av 2014 utreds kollektivtrafiken i centrala Örnsköldsvik. Målet är att på sikt minska de korta resorna med bil och öka resandet med kollektiva färdmedel till och från arbetsplatser och köpcentra. Kollektivtrafiken ska utformas så att fler väljer att åka kollektivt och att handeln kan utvecklas på kort och lång sikt. I uppdraget ingår bland annat att se över om tätortstrafikens utgångspunkt vid Örnparken är bästa lösningen och hur byten mellan tåg och buss kan bli smidigare. Förslag ska också ges på hur busstrafiken på Nygatan kan minimeras eller tas bort mellan E4 och Läroverksgatan. Många busslinjer passerar Nygatan, vilket ger närhet till många målpunkter men det kan också minska Nygatans attraktivitet som stadsmiljö. Utredningen kan fritt föreslå kompletterande infrastruktur.

Framtidens handel

Köpkraften ökar till 2020

Efterfrågan i Örnsköldsvik, det som kallas för köpkraften, förväntas öka fram till 2020 men något svagare än i riket till följd av lägre befolkningstillväxt och inkomster än rikssnittet. En analys som HUI Research gjort 2013 visar en köpkraftstillväxt på 139 miljoner inom dagligvaruhandeln och 386 miljoner kronor inom sällanköpsvaruhandeln från 2011 till 2020.

HUI Research uppskattar att det kan finnas utrymme för ny sällanköpsvaruhandel motsvarande cirka 150–200 miljoner kronor fram till år 2020. Uttryckt i yta handlar det om cirka 4 000–6 000 kvadratmeter. Eftersom yteffektiviteten kan variera i olika branscher är det svårt att ange exakt yta. Rekommendationen är att tillkommande externhandel bör placeras nära befintlig externhandel för att undvika splitt-ring.

Anledningen till att den ökade köpkraften är större än beräknad omsättning beror på att vi, på grund av konkurrensen, inte kan räkna med att behålla all köpkraft. Potentialen för sällanköpsvaruhandeln består av ökad köpkraft i Örnsköldsvik och möjligheten att behålla en större andel av köpkraften lokalt.

Kommunens beredskap för ny handel

Idag saknas lämpliga lägen för handel i externa områden. Långsiktigt bör kommunen fortsätta att förfoga över mark i de utpekade externa handelsområdena.

Kommunen bör därför skapa nya tomter med bättre skyltläge, både för ny handel och för befintlig handel som vill flytta till ett bättre läge, för att skapa kluster till fördel för både handeln och kunderna. Kommunen kan också skapa förutsättningar för att befintliga industrier och andra verksamheter inom utpekade handelsområden flyttar till andra lägen.

Utveckling av Entré Norr

Största utvecklingspotentialen för externa handelsetableringar finns i Norra handelsområdet i det vi kallar Entré Norr, det vill säga Terminalvägen och Hästmarksvägens förlängning. Här kan vi skapa plats för flera nya större tomter med bra skyltläge från E4. För att få en attraktivitet till området och samtidigt en bättre tillgänglighet är det nödvändigt med en bättre trafiklösning. Därför kommer kommunen att initiera en åtgärdsvalsstudie tillsammans med Trafikverket.

Kommunens möjlighet att styra lokalisering av etableringar

Plan- och bygglagen ger kommunen möjlighet att via detaljplaner reglera var handel med livsmedel får bedrivas. En sådan precisering, till exempel handel men ej livsmedel, kan motiveras om det finns skäl av betydande vikt till det, och bör vara förankrad i översiktsplanen eller motsvarande. I övrigt har kommunen inte någon möjlighet att styra vilken typ av handel som i framtiden kan etablera sig i områden som planlagts för handel.

I denna handelsstrategi föreslås att dagligvaruhandel inte ska medges i externa lägen. Skälet är att minska transportarbetet och att butikerna ska vara tillgängliga även för dem utan bil. Samtidigt är det viktigt att det finns möjlighet för nya aktörer att etablera sig och för befintliga att utveckla sina verksamheter.

Trender

I allt större utsträckning styr kunden när, var och hur den handlar. Kunden väljer helst att handla där det finns ett varierat utbud, där det går lätt att ta sig till, från och runt på platsen, där det finns service som matställen och en mångfald av människor.

Även e-handeln utvecklas. Det är enkelt och bekvämt, kunden kan spara tid genom att handla när den vill och får också tillgång till ett större utbud. Många stora detaljhandelsföretag satsar på näthandel och det kan innebära att den fysiska handeln kommer att behöva mindre yta i framtiden. Kunderna tittar på varorna i butiken men handlar på nätet. Eller så sonderar de terrängen på nätet och handlar i butiken. Sedan kan de få varan hemskickad, hämta ut den i butiken eller på ett särskilt utlämningsställe i närheten av butiken.

Trender i Sverige

En spaning från Svensk handel lyfter fram fyra huvudtrender för svensk handel. Det övergripande meddelandet är att *Hållbara städer är morgondagens vinnare!*

Hållbarhetsfrågor – det ska vara ekologiskt eller leda till nytta för andra

Vi har hög levnadsnivå i dag och är beredda att betala för det som är ekologiskt. Närproducerat och säsongens varor anses alltmer viktigt. Men även välgörenhet och hållbarhet är viktiga parametrar. Det innebär till exempel att du kan hyra saker eller lämna in en gammal produkt till en butik så att de kan göra om den till en ny produkt.

Tjänsteintåget – tjänster ger mervärde

Det kopplas in mer tjänster mot produkterna. Till exempel kan butiken erbjuda workshops eller att du köper träningskor och får ett träningsprogram eller personlig tränare på köpet, eller du kanske köper

färg och erbjuds utbildning i hur och vad du ska göra. Det adderas ett mervärde genom att en tjänst kopplas till produkten.

Hela destinationen – platsen är viktigt

Platsen är viktig att utveckla. Det pratas om en destination, alltså hela upplevelsen. Goda exempel är IKEA och GeKÅ. Målgruppen är boende, besökare och turister. Utmaningen är att göra en "Arena-konstruktion".

Digitaliseringen – e-handeln ökar

E-intresset är stort, kunden sonderar på nätet men handlar i butik. 95 procent handlas totalt i butik men då det gäller sällanköp sker 10 procent av handeln på nätet. Detta kan jämföras med postorderförsäljningen som låg på sju procent för 20 år sedan.

Många dagligvaror säljs via e-handeln men samtidigt ökar marknads- och saluhandeln för färskvaror.

Internationella trender

Trender inom handel

- Urbana små dagligvarubutiker som har färre men bra artiklar.
- Fyndbutiker, typ tio-kronors-butiker.
- Göra sin egen produkt, till exempel chokladkaka.
- Inspirerande berättelser! Det ska finnas en historia kring t.ex. staden, gatan, fastigheten, butiken eller produkten.
- Showroombutiker! Kopplat till e-handeln, du får känna på eller prova produkten men kan inte ta med varan utan beställer den på plats eller hemma och får den hemlevererad. Butikerna behöver inte ha dyr butiksyta.
- Lågprishandeln ökar.

Trender för stadsrummet

- Walkability (bara att gå i). Staden ska vara så intressant och upplevelserik att du ska vilja gå runt och uppleva. Det här rör främst besökare.
- Place (att göra). Det ska finnas ett utbud av saker att göra, till exempel att träna, äta, leka med barnen, eller lyssna på musik i parken.
- Platsen ska skapa sköna möten. Stadrummet ska möbleras på ett sätt som gör att möten uppstår.
- Food Trucks. Du handlar din mat på ett smidigt sätt i stadsmiljön via portabla butiker, typ korvkiosk, men med ett bredare utbud.

Kommunens och näringslivets ansvar

Kommunens ansvar

Så här kan kommunen bidra till en positiv utveckling av handeln:

- Vara proaktiv i att få hit etableringar som kompletterar och stärker utbudet. Handelsstrategin är en viktig del i detta. Om vi skapar attraktiva tomter är det enklare att vara offensiv. Kommunstyrelsen
- Snabbt hantera ärenden om planläggning av handel i områden som utpekade för handel i strategin. Genom att utpekade områden lyfts in i kommunens översiktsplan underlättas kommande planläggning. Arbetet med den nya detaljplanen för handel vid Terminalvägen ska prioriteras. Planen antas i slutet av 2014. Samhällsbyggnadsnämnden
- Initiera en åtgärdsvalsstudie tillsammans med Trafikverket för att klara ut lämplig trafiklösning för Entré Norr. En lösning som ökar områdets attraktivitet för handel och som ger god tillgänglighet för olika trafikantgrupper ska eftersträvas. Kommunstyrelsen
- I syfte att skapa attraktiva handelsplatser ska kommunen mer detaljerat utreda markanvändningen i området Entré Norr. Detta görs lämpligen i samband med åtgärdsvalsstudien för en ny trafikplats. Kommunstyrelsen
- Snabbt kunna erbjuda mark för nya etableringar och för expansion av befintliga företag. Kommunen planerar för handel i externa lägen som är attraktiva för etablerare av sällanköpsvaror. Kommunstyrelsen
- Samverka mellan olika enheter inom kommunen. Det finns idag ingen enskild väg in i dessa frågor. Den som tar emot ett etableringsärende i kommunen ska därför involvera övriga inblandade i ett tidigt skede. Samtliga nämnder
- Se till att det finns god kollektivtrafikförsörjning, bygga cykel- och gångvägar vid handelsområden, cykelparkeringar. Samhällsbyggnadsnämnden
- Arbeta med tydlig skyltning i centrum och till handelsområden, utbud, parkering, gång- och cykelvägar. Samhällsbyggnadsnämnden
- Göra en konsekvensutredning vid nyetableringar i externa handelslägen för att se hur de kan påverka cityhandeln och en levande stadskärna. Samhällsbyggnadsnämnden
- Fortsätta engagemanget i Cesam för en levande stadskärna. Kommunstyrelsen
- Förädling av befintliga ytor och förtätning för att skapa nya ytor i centrala lägen. Kommunstyrelsen
- Verka för att det etableras servicepunkter på landsbygden. Kommunstyrelsen
- Ta fram ett stadsmiljöprogram och revidera parkeringsriktlinjerna, vilka kan användas som styrmedel. Samhällsbyggnadsnämnden

Näringslivets ansvar

Så här kan handlare och fastighetsägare bidra till en positiv utveckling av handeln:

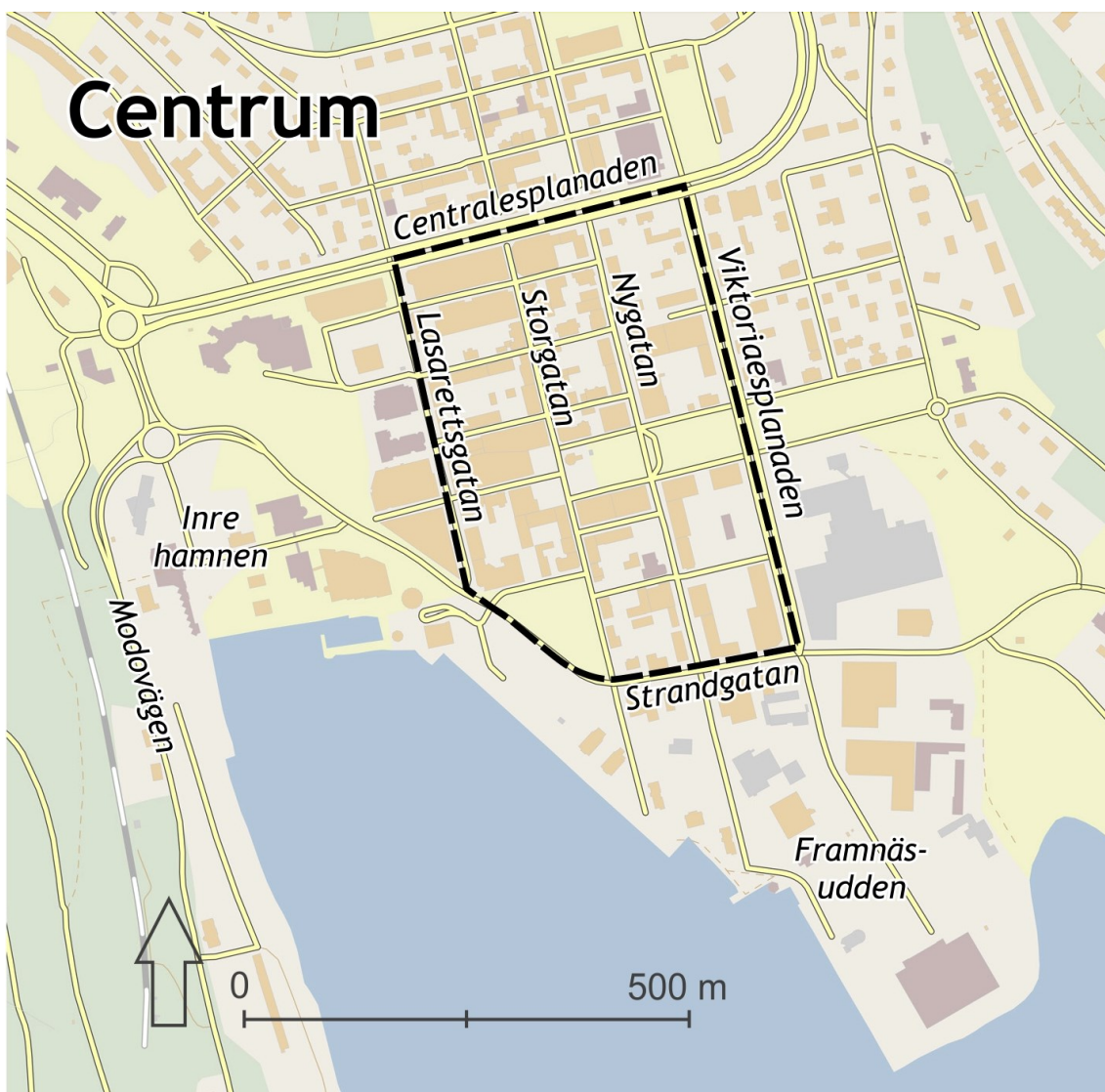
- Stärka utbudet i Örnsköldsvik för att kunna behålla en större andel av den lokala köpkraften.
- Hitta sätt att utmärka sig för att locka besökare från marknadsområdet med ett attraktivt centrum och en levande cityhandel.
- Stärka staden som besöksmål med hjälp av olika aktiviteter och paketlösningar.
- Se till att fastigheterna är tillgängliga, att det är rent och fräscht, sandat och sopat.
- Ta ansvar för att få ihop kvarter, kluster och fylla lokaler med handel och inte enbart service.
- Arbeta med skyltning i tomma lokaler.
- Ha en aktiv drivkraft och ta ansvar för helheten.
- Förädling av befintliga ytor och förtätning för att skapa nya ytor i centrala lägen.
- Möta upp e-handeln. T.ex. ge möjligheter att beställa i butiken och hämta där eller få hemskickat.
- Arbeta för ökad trygghet genom t.ex. belysning av fasader och mörka ytor.

För sysselsättningen och kommunens attraktivitet behöver handeln i Örnsköldsvik utvecklas och förbli konkurrenskraftig i förhållande till Sundsvall/Birsta och Umeå/Söderslätt.

Beskrivning av olika områden

Centrum

Centrumområdet är kommunens viktigaste utvecklingsområde. Eftersom en stadskärna växer inifrån och ut är det i första hand viktigt att satsa på de två huvudgatorna Storgatan och Nygatan med intilliggande tvärgator som binder dem samman. Örnsköldsviks stadskärna är liten och tät. Storgatan har idag ett brett utbud och är välbesökt, medan Nygatan har potential att utvecklas ytterligare. Det har tidigare varit tal om att göra Nygatan till gångfartsgata och kollektivtrafiken på Nygatan utreds nu på nytt. Med minskad trafik finns möjlighet att bygga ut omkringliggande service, som uteserveringar och sittplatser som bidrar till en levande gata. Nya handelsetableringar bör ske i nära anslutning till befintlig för att undvika luckor i stadsbilden.



Stadskärnan inom det streckade området.

Framnäsudden och Viktoriaesplanaden, stråket till arenan

Det här är ett centrumnära stadsområde under utveckling. Idag är stora delar av området planlagt för industri men det pekas i kommunens översiktsplan ut som ett framtida attraktivt stadsområde, det vill säga ett blandat område med bostäder, kontor, parkering, service och handel. En stadsmässig utformning kan bland annat innebära andra krav på gatornas utformning och att stora parkeringsytor ska undvikas.

Den typ av handel som kan bli aktuell är centrumnära handel inom lätt industri och exempelvis dagligvaror. Med tanke på kommande byggnationer av bostadshus kan det handla om till exempel närlivs, ett bageri som också säljer bröd eller dylikt. Med det nya Visitor center i Fjällräven arena finns goda förutsättningar för verksamheter inom besöksnäring och upplevelser att etablera sig i området.

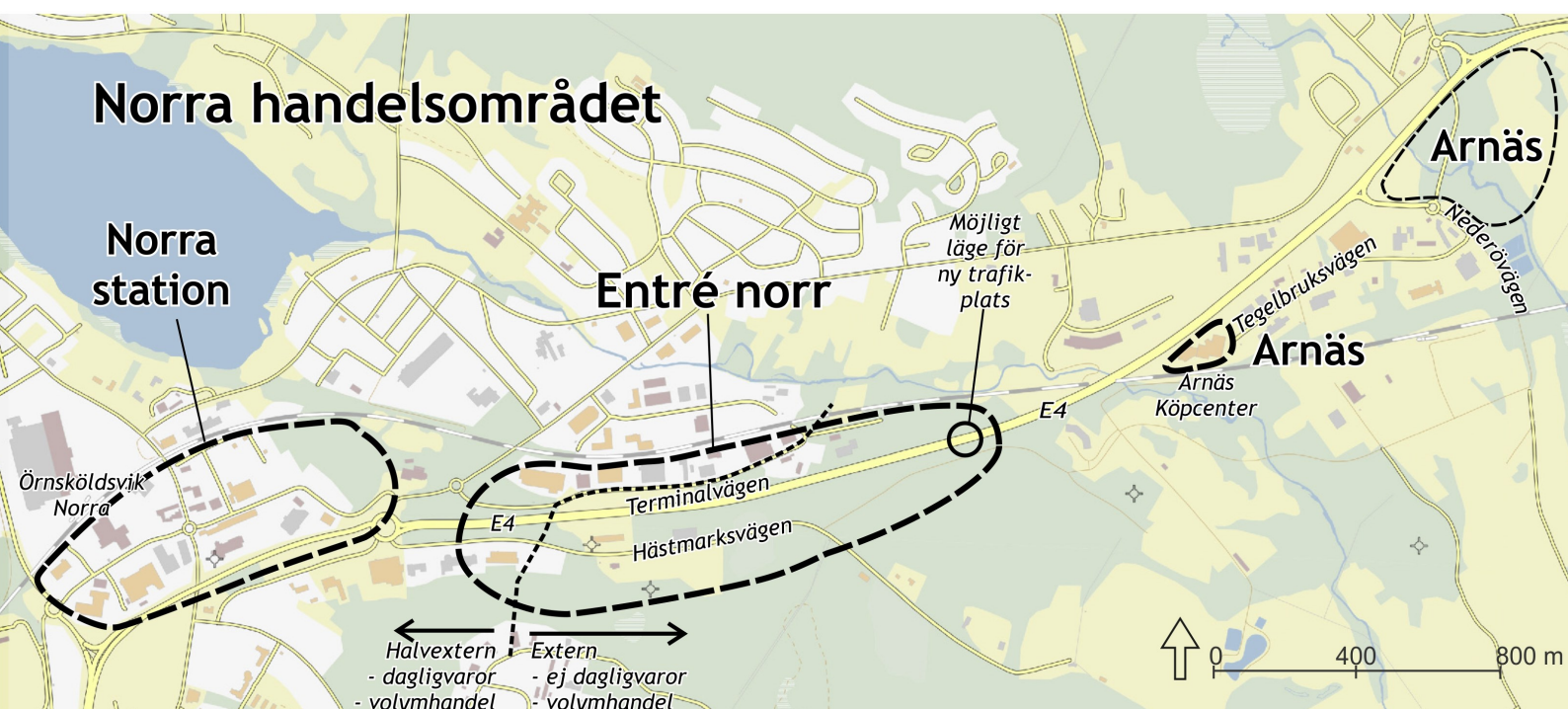
Inre hamnen och stråket till resecentrum

Inre hamnen och Varvskajen kommer att utvecklas till attraktiva stadsmiljöer. Närheten till Botniabanan, busstrafik, stadskärnan och Örnsköldsviksfjärden gör detta till ett viktigt och strategiskt område.

Nya delar av Inre hamnen omfattar ett nytt servicehus, husvagnsparking, nytt torg, scenområde och på sikt bostäder. Restaurang, service, verksamheter inom turism och kultur och säsongsbetonad verksamhet passar bra här. Eftersom området förtätas kan viss typ av handel passa här.

Norra handelsområdet

Det här är kommunens prioriterade område för extern handel. Området sträcker sig över flera kilometer från Norra station till Arnäsvall och innehåller flera delområden med olika förutsättningar och utvecklingsmöjligheter: Norra station, Entré Norr och Arnäs handelsområde. Med E4 i tunnel genom Åsberget kommer området vid Norra station bli ett av kommunens mest tillgängliga områden. Det är nära centrum och har bra skyltläge från E4.



Norra Handelsområdet med delområden Norra Station, det tänkta området Entré Norr och Arnäs.

Norra station

Området norr om E4 inom gångavstånd från Norra station bör utvecklas som handelsområde, alternativt blandstad, vilket ställer ökade krav på gång- och cykelvägar, offentlig miljö och byggnader. Området kommer att påverkas av E4:s eventuella nya sträckning, förstudie klar 2015 visar var tunneln kan placeras. Koppling till arbetsmarknadsregionen. Idag finns här en blandning av handel, kontorslokaler och mindre industriverksamheter.

Entré Norr/ Terminalvägen – Hästmarksvägen

Flera handelsetableringar har de senaste åren kommit till på Terminalvägen. Här finns utrymme för fler etableringar eftersom handeln gärna lokaliserar sig i anslutning till varandra och läget är relativt centralt och attraktivt nära E4 med bra synlighet. För att få en bra tillgänglighet till området är det önskvärt med ny trafikplats på E4.

Arnäs/Tegelbruksvägen

Området har en potential att utvecklas inom handel om tillgängligheten blir bättre. Nya väganslutningar till E4 eller Hästmarksvägen skulle göra det enklare att ta sig till och från området. Idag finns ett antal etableringar i och kring Arnäs köpcenter.

Området öster om Nederövägen kan också utredas för handel. Alternativ för etablering av bensinstationer, kompletterande verksamhet som vägkrog, hotell etc. Planskild trafikplats finns.

E4:s nya sträckning

Den lokaliseringsutredning som Trafikverket gör 2014–2015 kommer att visa alternativa lägen för en framtida E4-tunnel genom Åsberget med tillhörande trafikplatser. Delar av de befintliga verksamheterna och gatunätet i området kring Björnavägen – Ångermanlandsgatan – E4 kan komma att beröras. Med utredningen som underlag ska Trafikverket tillsammans med kommunen besluta om hur en framtida E4-tunnel ska lösas, vilket blir styrande för kommunen planering av markanvändningen i området.

Utbyggnaden av tunneln finns inte med den nationella transportplanen för 2014–2025. Kommunen kommer att verka för att projektet tas med vid kommande revidering av planen, som förväntas ske inom fyra år.

Södra industriområdet

Södra industriområdet har tidigare lyfts fram i översiktsplanen som ett alternativt område för externhandel och volymhandel.

Idag är det planlagt för industri i Gålnäs men översiktsplanen öppnar för att det är möjligt med handel på den idag ej planlagda, öppna ytan längs Brogatans södra sida mot Svedjeholmen. Området har bra möjligheter med stora ytor som skulle rymma många verksamheter, bra gång- och cykelvägar och förutsättningar finns för tätare turer med buss. Däremot är skyltläget dåligt och området har inte bedömts som kommersiellt intressant. Idag finns enstaka handelsetableringar i området vid Gålnäs.

Samband med kommunens översiktsplan och övrig planering

Handelsstrategin föreslår att kommunen ska planera för utbyggnad av handel i norra delen av centralorten. Detta innebär att kommunens översiktsplan behöver bearbetas.

För området gäller *Översiktsplan för Norra industriområdet* från 2002. Planen redovisar markanvändning och trafikfrågor i anslutning till Botniabanans sträckning genom norra delen av Örnsköldsviks tätort. I den *kommunomfattande översiktsplanen*, antagen 2012, redovisas också framtida markanvändning för området.

Området i förlängningen av Hästmarksvägen, söder om E4, är i översiktsplanen för Norra industriområdet redovisat för eventuell framtida industri. För delar av området är översiktsplanen inaktuell eftersom kommunen i detaljplaner tagit ställning till att handel (dock ej livsmedel) är lämplig i området.

I den kommunomfattande översiktsplanen står det att en ny fördjupning av översiktsplanen för centralorten ska tas fram, och att den bland annat ska redovisa mark för ny handel. Handelsstrategin och de utredningar som den föreslår blir underlag för den fördjupade översiktsplanen som kommer att tas fram för centralorten. I översiktsplanen kommer mer detaljerat prövas hur marken ska användas och hur vägar med mera ska lösas.

Definitioner

Dagligvaruhandel: Varor som fyller konsumentens dagliga behov, till exempel livsmedel, drycker, tobak, hygienartiklar, sjukvårdsartiklar och tidningar.

Sällanköpsvaruhandel: Sällanköpshandeln kan delas in i icke-skrymmande (urvalshandel) och skrymmande handel. Till den icke-skrymmande handeln räknas till exempel kläder och skor, ur, guld och optik och fritidsvaror. Med skrymmande varor menas till exempel möbler och byggvaror.

Urvalshandel: Detta är varor som du kan bära med dig från butiken. Denna typ av sällanköpshandel är väl lämpad att finnas i stadskärnan.

Skrymmande varor: Varor som inte kan tas med på cykeln eller bussen och som har stort ytkrav per försäld enhet, till exempel bilar, båtar, möbler, maskiner, byggvaror, järn, vitvaror, färg, radio/TV.

Volymhandel: Denna typ av handel kan ligga i externt eller halvexternt läge, d.v.s. med anknytning till staden och dess kommunikationer, men ändå med utrymme för de stora ytor som krävs för denna handel.

Handelsindex: Relationen mellan verklig omsättning och köpkraft. Ett värde över 100 innebär att handeln i regionen omsätter mer än vad som motiveras av den egna befolkningen och ett värde som understiger 100 betyder att handel som skulle kunna ske i kommunen sker någon annanstans.

Jämförelseindex: Ett genomsnittsinde för respektive kommungrupp. Dessa index kan ställas mot kommunens försäljningsindex så att det går att jämföra den egna kommunens index med andra jämförbara kommuners index.

Extern handel: Områden utanför stadsdels- eller tätortscentrum som inte klassas som bostadsnära handel.

Tätortscentrum: Till exempel Gullänget, Själevad, Sund. Minst 200 invånare och högst 200 meter mellan husen.

Servicepunkt: En mötesplats för den som bor på eller besöker landsbygden och som erbjuder handel, internetuppkoppling, café med mera.

Gångfartsgata: Fordon och gångare delar på utrymmet, men trafiken sker på de gåendes villkor. Bilisterna måste anpassa sig till gångarna.