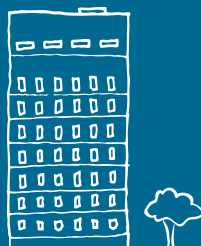


ÅTVIDABERG -  
EN FÖRSTUDIE INFÖR  
EN HANDELS- OCH  
CENTRUMUTVECKLING



# UTVECKLING AV ÅTVIDABERG

## BAKGRUND

Åtvidaberg är en relativt liten kommun och märker, på flera områden, tydligt av regionförstoringens effekter. Denna problematik delar man med de flesta orter av samma storlek. Det finns dock skillnader mellan olika orter av samma storlek beträffande ex vis handel- och befolkningsutveckling. Många hamnar ofta i skuggan av regionhuvudorter och andra konkurrerande städer och handelsplatser. Dessa effekter vill man nu belysa utifrån ett Åtvidabergs-perspektiv. Det finns ett behov av att göra en genomlysning för att kartlägga möjliga förutsättningar för utveckling.

Denna förstudie syftar till att göra en genomlysning av Åtvidabergs förutsättningar inför en uppstart av en centrumförnyelse. Denna förstudie är genomförd på uppdrag av Näringslivsamverkan i Åtvidaberg under hösten 2014. Förstudien ska ligga till grund för inledande beslut inför utvecklingsprocessen samt ge förslag på hur en handlingsplan kan se ut. Förstudien refererar till befintlig teori och empiri. Arbetsmetoden är att göra översiktliga studier av fysik miljö vid besök i Åtvidaberg samt intervjuer med uppdragsgivare, företrädare för näringsliv och kommun. En välbesökt workshop tillsammans med ortens aktörer genomfördes den 10 december 2013. Sammanställning av dessa träffar och analys presenteras i denna rapport och presenteras vid nytt möte i början av 2014.

### Förändrade förutsättningar för mindre orter

Urbaniseringen har förändrat villkoren för våra tätorter och städer allt sedan industrialiseringen. Befolkningen och därmed tillväxten har förskjutits mot de större städerna och regionhuvudorterna. Idag lider många mindre orter av konkurrensen från regioncentrum, vissa orter har dock tagit vara på läget i regionen och

utnyttjat den lilla ortens fördelar tillsammans med närheten till den större staden. Men många mindre orter lider alltså av sjunkande invånarantal och svagt handelsutbud med följd effekter såsom tomma bostäder och lokaler.

Enligt Tillväxtanalys (Myndigheten för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser) har orter i en storlek mellan 200 och 10 000 invånare haft svårt att visa på tillväxt. Endast 5 procent har haft en befolkningsökning om minst 0,5 procent under perioden 2000-2010. De flesta av dessa ligger inom 45 minuters pendlingsavstånd med bil från en residsstad eller storstad.

Tillväxtanalys lyfter fram ett antal gemensamma drag bland de orter som har påvisat befolkningsstillväxt. Orterna tycks ha en speciell prägel och de kategorier som identifierats är:

- ▶ Tätorter inom pendlingsavstånd till annan ort
- ▶ Gränsorter
- ▶ Tätorter med turismprägel
- ▶ Sjö, eller skärgårdsnära tätorter
- ▶ Tätorter med utpräglad ”byanda”

En tätort kan självklart ha flera av dessa kategorier. En ort som ligger inom pendlingsavstånd från en större tätort/stad kan vara attraktiv för boende även genom sitt sjönära läge eller rika föreningsliv. Flera kategorier samverkar ofta. Denna analys visar tydligt på möjligheter som en mindre tätort har att vidmakthålla sin goda position eller helt enkelt vända en nedåtgående trend och försöka skapa en ökad attraktivitet.

Analysen visar dock att några förutsättningar måste uppfyllas för att en ort ska attrahera nyinflyttning eller behålla sin befolkning:

- ▶ Bra infrastruktur (vägar kommunikationer, bredband)
- ▶ God offentlig service (skolor, vårdcentral,

- ▶ barnomsorg, affär, mack, bankomat, osv)
- ▶ Närhet till arbetsmarknader
- ▶ Attraktivt boende (gärna nära vatten)
- ▶ Goda sociala strukturer (föreningsliv, kyrka, idrottsklubbar, ideella organisationer, hem och skola, eldsjälur, mm)

Handelns omstrukturering har också haft en stor inverkan på mindre tätorter. Alltsedan bilismens intåg har handeln förskjutits mot regionhuvudorter där både stadskärnor och köpcentrum bättre svarat upp mot krav och förväntningar. För många orter av Åtvidabergs storlek har detta inneburit tomma handelslokaler, öde gator och torg.

E-handeln växer idag kraftigt. Mellan 2011 och 2012 växte e-handeln med 14 procent, det totala handeln växte med 2,1 procent. E-handeln stod 2012 för cirka 5 procent av den totala handeln (E-barometern, HUI, Svensk Distanshandel och Posten). Detta upplevs kanske inte som så mycket men med tanke på de kraftiga ökningstalen så kommer e-handeln påverka den traditionella handeln allt mer.

Detta behöver inte skapa fler problem för den mindre orten. E-handeln kan faktiskt också skapa möjligheter för den enskilde handlaren att hitta nya kunder och en ny försäljningskanal genom e-handel. Idag ser vi att många handlare i mindre orter har nått stora framgångar genom att kombinera fysisk handel i butiken med handel över nätet. Detta innebär givetvis att handlare som satsar, även i framtiden, kan finnas kvar på den mindre orten.

Slutsatsen av detta resonemang är att orter som inte upplevs unika och som bara tillgodoser grundläggande servicebehov har en tuff framtid. Attraktiva orter däremot kommer att kunna gå mot strömmen, vidmakthålla sin position och till och med utvecklas. Framgången är dock helt beroende av att politiker och näringsliv kan samlas kring en gemensam vision.

### **KORT ANALYS AV ÅTVIDABERG IDAG**

Här följer en övergripande genomgång av ortens förutsättningar i syfte att kunna tjäna som grund för fortsatt utrednings- och utvecklingsarbete.

#### **Kort statistik**

Invånarantalet i Åtvidabergs kommun uppgick vid årsskiftet 2012-2013 till 11 446 personer. Då har kommunen de senaste fem åren, sedan 2007, tappat drygt 200 personer. Befolknings-trenden är alltså svagt negativ, enligt SCB. Det

är de yngre man tappar i störst utsträckning. De som lämnar Åtvidaberg för bland annat studier flyttar i liten utsträckning tillbaka. Åtvidaberg har också låg inflyttning av yngre (Vertikals, Internationella Handelshögskolan, Jönköping).

Handeln i Åtvidabergs kommun omsatte år 2012, 407 miljoner kronor inklusive moms (Handeln i Sverige, HUI). I kronor räknat har omsättningen legat ganska stabilt de senaste fem åren. Den största delen av omsättningen står dagligvaruhandeln för, 337 miljoner av dess 407 miljoner handlar åtvidabergsbon dagligvaror för (dagligvaror är livsmedel, tobak, tidningar, blommor, Systembolag, apotekens receptfria och egenvårdsprodukter, ej postorder och e-handel. Sällanköp är all övrig handel, förutom bilar och drivmedel). Sällanköphandeln står för den mindre delen, endast 70 miljoner.

Om man då räknar på det köpkraftsunderlag som finns i Åtvidaberg i förhållande till vad handeln de facto omsätter så har dagligvaror ett index om 93 och sällanköp 21. Alltså handlas nästa alla dagligvaror i kommunen medan endast en femtedel av all beklädnad, hemrustning och fritidsvaror handlas inom kommunens gränser. En stor del av köpkraften hamnar alltså i kringliggande kommuner, sannolikt främst i Linköping.

#### **Ortens handelsutbud**

Utifrån en snabb analys av handelssiffrorna kan man nog dra två slutsatser. Den första är att utbudet av dagligvaror är relativt gott. Endast en mindre del handlas i andra kommuner. Fler kedjor är representerade i bra lägen i Åtvidabergs centrum och verkar fungera bra.

Den andra slutsatsen man kan dra är ju att sällanköpsvaruhandeln i stort sett är uttraderad i Åtvidabergs kommun. Det finns heller inte många aktörer kvar i centrala Åtvidaberg. En känd konfektionsbutik i Falerum och bygghandeln står sannolikt för en stor del av kommunens omsättning beträffande sällanköpsvaror.

Att etablera ny handel av sällanköpskaraktär under rådande konkurrenssituation är sannolikt svårt. Det finns dock möjlighet att stärka service och andra verksamheter som kan kopplas till liknande handelsmönster som dagligvaruhandeln, tex blomsterbutiker, caféer och restauranger och i viss mån present- och inredningsbutiker. Här finns ett konsumtionsutrymme beträffande handeln där det finns all anledning att fundera kring hur man skapar bättre

förutsättningar för nyetableringar eller ometableringar.

### Ortens geografiska läge

I urbaniseringens spår lider många orter av att ligga fel, dvs långt från andra större regionhuvudorter. En mindre ort kan egentligen vara hur liten som helst, bara den ligger rätt. Åtvidaberg har ett möjligt pendlings- och reseavstånd till Linköping. Man kan arbeta i den större staden men bo i den mindre med alla dess fördelar. Här finns möjligheter att förstärka de egenskaper och kvaliteter som gör Åtvidaberg intressant för pendlare till Linköping. Kollektivtrafiken får anses som tillräckligt god för att inte hindra pendling. Väg 35 mot Linköping är dock inte av snabbaste slag vilket många åtvidabergsbor anför som en nackdel.

### Ortens fysiska utseende

Det är lätt att dra slutsatsen vid ett besök att centrum är en svaghet för Åtvidaberg. Läget i regionen, goda och trevliga bomöjligheter och den vackra naturen gör att orten i mångas ögon kan anses som attraktiv. När centrumhandeln började lämna orten då handelen började omstrukturera så kom det inget istället. Lokalerna har lämnats tomma i vissa fall, eller ersatts med mindre publika verksamheter såsom exempelvis kontor.

Torget upplevs som ganska öde. Vi infarten möts man av livsmedelshallarnas baksidor. Själva centrumkärnan är dock en plats som alla besökare så småningom hamnar i och gör sin bedömning av orten. Här hittar vi kanske ortens svagaste punkt.

När inte centrum lever upp till övriga ortens attraktivitet finns det all anledning att rikta insatser hit för att skapa möjlighet till en positiv tillväxt och utveckling i hela kommunen. Att genomföra åtgärder för att lyfta centrum vore en möjlighet för att lyfta ortens totala attraktivitet med relativt enkla åtgärder, förslag kring detta redovisas senare.

Orten Åtvidaberg erbjuder annars vackra omgivningarna med vatteninslag och böljande landskap. Detta möjliggör att konkurrera med andra orter beträffande attraktiva boendemöjligheter. Det gamla brukssamhället har också skapat arkitektoniskt unika miljöer som bara finns i Åtvidaberg. De gamla fabriksbyggnaderna skapar möjligheter för verksamheter och boende att finnas i spännande och kulturellt attraktiva hus.

### Andra förutsättningar att fundera kring

Orter av Åtvidabergs storlek brukar anklagas, inte bara för svagt handelsutbud, utan också för att ha ett svagt kultur- och turismutbud. Även här gäller det dock att sätta frågan i relation till storlek och förutsättningar. Ur ett attraktivitetsperspektiv är det dock viktigt att ha med kultur och besöksnäring. Vikten av ett föreningsliv styrks ju verkligen i Åtvidaberg där fotbollen har en tydlig påverkan på ortens profil och varumärke.

Precis som för handeln är det viktigt att lyfta fram och samla dessa verksamheter, så långt det går, till samma platser. Detta inte bara lyfta den enskilda verksamheten utan också för att ett samlat utbud ger intryck av att vara större än det egentligen är. Kultur, föreningsliv och besöksnäring blir därför en viktig faktor och samverkanspart i en centrumutvecklingsprocess, de har en avgörande betydelse för ortens attraktivitet.

### Aktörernas egen syn på Åtvidaberg

Den 10 december anordnades en workshop med aktörerna i Åtvidabergs centrum, politiker, kommuntjänstemän, handlare och fastighetsägare medverkade. Ett 20-tal engagerade mötte upp och bidrog till en god diskussion kring förutsättningarna för Åtvidaberg. Viktiga synpunkter och förslag fördes fram som viktiga i det fortsatta arbetet.

Mötet inleddes med en föreläsning kring den mindre ortens förutsättningar. Därefter följde diskussioner. Här följer en kort övergripande sammanställning av de synpunkter som diskuterades:

#### Fysiska förutsättningar:

- ▶ Åtvidabergs kärnvärden kännetecknas av vacker natur och boendemiljöer, idrotten och dess arenor. ÄFF och fotbollen är något som satt Åtvidaberg på kartan.
- ▶ En mindre smickrande bild kan vara att man kan ha ett rykte som "före detta-ort" enligt röster på mötet. Historier kring byggdagens industri har både positiva och negativa sidor.
- ▶ Handeln är utspridd och inte samlad till torget som man skulle önska. En hel del "kustfarare" handlar i butikerna. Att det finns ett systembolag är ett plus.
- ▶ Många branscher borde ha ett möjligt kundunderlag i Åtvidaberg, många handelsföretag går bra idag.

► Willyshuset är tomt och måste omvandlas. Husets tråkiga baksida är dessutom det som möter besökaren när vederbörande kommer till Åtvidaberg.

► En bättre skyltning skulle göra det enklare att hitta till centrum och dess olika delar; torget, stationen, kulturen vid gamla fabriken och vårdcentralen.

### **Organistoriska förutsättningar**

► Åtvidaberg har en väletablerad entreprenörsdag som lyfter entreprenörsandan.

► Åtvidaberg satsar-projektet föreslogs även kunna inrymma centrum- och handelsutveckling. Mötet ansåg att kopplingen mellan en levande ortskärna och näringslivet är tydligt. Det hör ihop och satsningarna bör därför gå hand i hand.

► Mötet visade på en tydlig vilja att samverka och bidra till det fortsatta utvecklingsarbetet.

### **FÖRSTUDIENS FÖRSLAG TILL NÄSTA STEG**

Som tidigare konstaterats så har Åtvidaberg rustat för att växla upp arbetet tillsammans med näringslivet. Projektet Åtvidaberg Satsar ska ta tillvara och skapa bättre förutsättningar för näringslivet och entreprenörskapet. Detta projekt känns förankrat och aktörerna i Åtvidaberg känner sig delaktiga.

Efter diskussionerna med parterna inom Näringslivscentrum och Åtvidaberg Satsar är därför mitt förslag att inrätta separat arbetsgrupp för centrum- och handelsfrågorna. Då får denna arbetsgrupp ett sammanhang, en samhörighet och en möjlighet att få frågorna i både rätt sammanhang och ett större sammanhang. Detta innebär även att samarbeten mellan de olika näringarna i Åtvidaberg kan skapas. Det skulle innebära att forum för näringsliv, besöksnäring och handel kan skapas. Dessa näringar bildar ju tillsammans ett attraktivt och aktivt Åtvidaberg.

Detta skulle också bidra till att projektets styr- eller och referensgrupper skulle kunna ta ett strategiskt ansvar för att färdriktning, mål och vision för centrumarbetet nås. De skulle också kunna ges ansvaret för uppföljning och erfarenhetsåterföring.

### **Förslag på punkter för en handlingsplan**

Arbetet med förstudien har gett vid handen att

ett antal punkter bör prioriteras vid det inledande arbetet med en utvecklingsprocess. Mina förslag ska ses som inledande förslag och rekommendationer. När väl arbetet påbörjas måste handlingsplan och organisation utvecklas och omformuleras. De punkter som framträder som mest prioriterade i skrivandets stund är de som beskrivs nedan.

En övergripande vision med arbetet formuleras som kan ligga till grund för det fortsatta arbetet med konkreta mål och handlingsplaner. En ”affärsidé” gör det enklare för alla att känna sig delaktiga och se behovet av deltagande i processen.

Den färdriktning och vision för handeln i Åtvidaberg som formuleras genom detta arbete, måste ta ett helhetsgrepp på Åtvidabergs situation. Viktigt är att man inledningsvis inte fokuserar på detaljfrågor utan tittar mer på hur man binder samman centrumets olika delar, vilken mix och profil Åtvidabergs utbud kan och bör ha, samt hur man utvecklar de olika mötesplatserna utifrån den övergripande färdriktningen.

Den första organisationen/arbetsgruppen startas med syfte att så småningom forma en långsiktig organisation. Här bör finnas representanter för kommun, tjänstemän och politiker, handel, fastighetsägare, besöksnäring och kultur. Den goda näringslivssamverkan som i dag finns etablerad är en bra grund att stå på. De konkreta arbetsuppgifterna bör utföras i arbetsgrupper. Den stora gruppen ansvarar för strategi, arbetsgrupper för det operativa.

En etableringsstrategi för vilka verksamheter, kultur, service och handel, som bör finnas i centrum tas fram i samverkan. Etableringsgrupp bildas eller så läggs ansvaret för frågan i redan etablerad arbetsgrupp.

Det operativa arbetet med etableringsfrågor genomförs i samarbete mellan fastighetsägare och kommunen utifrån den förankrade etableringsstrategin.

Handelns etablering i hela Åtvidaberg bör diskuteras och på sikt resultera i en handelspolicy.

Torget bör på sikt få en egen handlingsplan och strategi. Fokus bör vara att fylla lokalerna med besöksintensiva verksamheter då handeln sannolikt inte är dimensionerad för de tillgängliga handelsytorna. Denna fråga är av symbolisk karaktär, vilket innebär att en utveckling av tor-

get bör vara väl förankrade och göras i nära dialog med inte bara de inblandade aktörerna utan även med medborgarna. Deras åsikter bör sannolikt finnas med i tankarna vid en utveckling av denna mötesplats.

Det är viktigt att handlingsplaner och strategidokument tidssätts. Utvecklingen tar tid och det finns därför ett stort behov av att kommunicera att inget händer direkt, utan att processen tar tid. Detta för att tydliggöra att detta arbete inte är ett projekt med slutdatum utan det är en process där målet utvecklas i takt med att processen fortskrider, vi ser nya sammanhang och idéer. Arbetet inte har något egentligt slut, vårt utvecklingsarbete måste hela tiden föras vidare.

Rapporten är skriven av Tomas Kruth, expert stadsutveckling på Fastighetsägarna GFR



## FASTIGHETSÄGARNA

**Utdelningsadress:** Box 53081, 400 14 Göteborg  
**Besöksadress:** Vasagatan 45, Göteborg  
**Telefon:** 031-755 33 00 **Fax:** 031-755 33 39  
**E-post:** [infofr@fastighetsagarna.se](mailto:infofr@fastighetsagarna.se)