



Dagligvaruutredning

Utvecklingspotential livsmedelshandel i Mölnbo

Södertälje kommun

Datum: 2025-03-21

Sammanfattning

I dagsläget är omfattningen av dagligvaruförsäljning i Mölnbo relativt försumbar, då denna sker mycket begränsat i samband med befintlig restaurang. Detta kan ställas i relation till köpkraften i upptagningsområdet. Upptagningsområdet definieras av det område där en butik bedöms kunna hämta befolkningens köpkraft från. I Mölnbos fall är upptagningsområdet tätorten Mölnbo samt dess direkta omnejd om 0,5–1 km, där köpkraften var cirka 38 mkr år 2023. Köpkraften innebär den summa som konsumenterna årligen spenderar på varor och tjänster, i detta fall dagligvaror i form av specifikt livsmedel. Upptagningsområdet för handeln är huvudsakligen avgränsat till Mölnbo då mindre livsmedelsbutiker ofta har begränsad attraktionskraft utanför den ort butiken ligger i, särskilt då större orters utbud ligger relativt nära.

Köpkraften i Mölnbo med omnejd var år 2023 cirka 38 mkr. Utifrån rådande planer för nybyggnation av upp till 500 bostäder i Mölnbo väntas köpkraften öka till cirka 72 miljoner kronor när området är färdigbyggt. Då tids-horisonten för byggnationen för närvarande är oklar tas beräkningar fram av NIRAS utifrån färdigbyggt läge för samtliga bostäder snarare än ett specifikt horisontår.

Goda förutsättningar för dagligvaruhandel i Mölnbo väntas likväl finnas som ett resultat av köpkraftens till-växt, där potentiell total försäljning då kan nå åtminstone 15–20 mkr enligt NIRAS bedömning. I detta fall har NIRAS förutsatt att befintlig marknadsandel för handeln i Mölnbo kan bli 20–25 procent på sikt. Marknadsandelen är den andel som det lokala utbudet potentiellt kan hämta hem av den totala köpkraften 72 mkr på sikt. En marknadsandel för dagligvaruhandel i Mölnbo om 25 procent bedömer NIRAS vara i övre spannet av den potential som går att hämta från den lokala köpkraften, och innebär en relativt hög lojalitet hos de boende. Till viss del är detta också avhängigt etableringens format då en närbutik med ett grundläggande sortiment av artiklar oftast är mer attraktivt för konsumenten och därigenom ger högre lojalitet jämfört med en mindre servicebutik med begränsat sortiment.

Utifrån genomförd analys är NIRAS slutsats att en närbutik alternativt en servicebutik kan vara aktuell för en ny etablering i ett läge när Mölnbo är färdigbyggt. Potentialen för en närbutik är förvisso tillräcklig, men samtidigt något lägre än vad som vanligtvis brukar vara aktuellt för detta format. En välfungerande servicebutik bedöms därför ha bättre förutsättningar för etablering då underlaget vid färdigbyggt läge bedöms som gott och dessutom i den övre delen av spannet för försäljningsvolym för denna typ av butik. NIRAS bedömer därmed etableringsförutsättningarna som acceptabla för en närbutik om 400–500 kvm (BTA), och som goda för en servicebutik om 250–400 kvm (BTA). Troligtvis kommer intresset för etablering av sistnämnda vara större, men kontakt bör likväl sökas för båda format och tillhörande aktörer.

En kommentar kan göras för vid vilken befolkningsnivå som en etablering kan bli aktuell i Mölnbos fall. Sett till omgivande konkurrens och ortens förutsättningar innebär detta ett läge då ytterligare cirka 350–400 bostäder har etablerats i området utöver dagsläget. NIRAS ser alltså att det är nödvändigt att tillskapa så pass många bostäder för att uppnå en nivå där förutsättningarna för etablering i orten är tillräckligt goda.

Innehåll

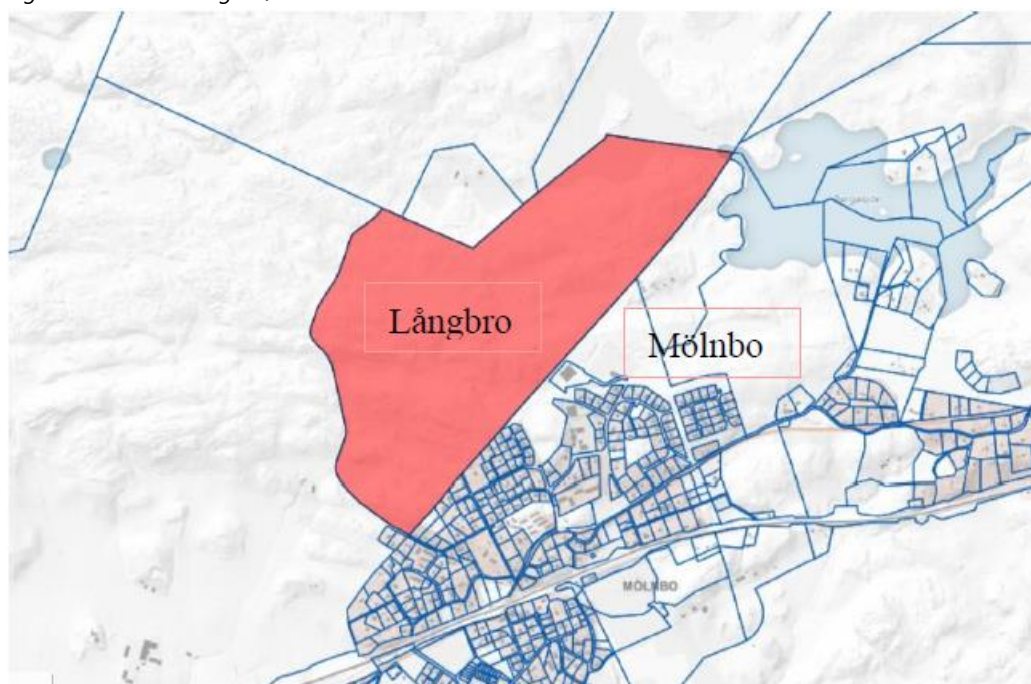
1.	Inledning	4
1.1	Bakgrund.....	4
1.2	Uppdrag	5
1.3	Begrepp och definitioner	5
2.	Marknadsförutsättningar	7
2.1	Efterfrågan.....	7
2.1.1	Befolkning	7
2.1.2	Trafik.....	8
2.2	Utbud – handel i marknadsområdet.....	8
3.	Analys.....	11
3.1	Nuläge.....	11
3.2	Marknadspotential	11
3.3	Format och etablering	12
3.3.1	Nödvändig befolkning för att uppnå affärsmässighet	13
3.4	Lokalisering	14
4.	Slutsatser och rekommendationer.....	16

1. Inledning

1.1 Bakgrund

Ett planprogram ska tas fram för Långbro-området, som är beläget nordväst om Mölnbo. Programmet syftar till att klargöra planeringsfrågor i ett tidigt skede och skapa en tydlig målbild för det framtida området. Planprogrammet blir ett underlag för fortsatt detaljplanering. Uppskattningsvis kan ca 500 bostäder planeras i det nya området.

Figur 1. Översikt Långbro/Mölnbo-området



Källa: Södertälje kommun

Mölnbo har i dagsläget ett perifert läge med brist på bland annat service. Nu planeras det för att Mölnbo får utökad VA-kapacitet vilket är en förutsättning för ny bebyggelse i tätorten.

Mölnbo tätort är ett stationssamhälle som började utvecklas vid anläggandet av västra stambanan 1861. Tätorten är idag ett av länets bäst bevarade stationssamhällen med varierande småhusbebyggelse. Centralt i tätorten ligger en pendeltågstation med tjugo minuters restid till Södertälje centrum. I Mölnbo finns en nybyggd allaktivitetshall, Folkets hus med biograf, en kommunal badplats, elljusspår och småbåtshamn samt en restaurang som även erbjuder ett mycket begränsat utbud av livsmedelsartiklar. Samtliga ovan nämnda aktiviteter ligger utspridda i orten, det saknas en tydlig centrumbildning. 1 km från centrala Mölnbo ligger Långbro gård som bland annat har en lanthandel, café och sällanvaruhandel.

I Långbro finns planer att utveckla Långbro-området med ca 500 bostäder som har närhet till pendeltågsstation, natur och badsjö. En större bostadsutveckling kommer att ge en ökad efterfrågan och ge bättre befolkningsunderlag för service. För orten långsiktiga attraktivitet är det därför av intresse att undersöka om det kommer att

finnas förutsättningar för en dagligvarubutik i området med möjligheter till omkringliggande service, som exempelvis paketutlämning och apotek.

Syftet med handelsutredningen är att bedöma förutsättningar för en butik för dagligvaruhandel i Mölnbo samt konkurrenskraftigt butikskoncept.

1.2 Uppdrag

Södertälje kommun har givit NIRAS i uppdrag att genomföra en handelsutredning för att belysa nuläge och utvecklingspotential för dagligvaruhandel i och runt Mölnbo/Långbro. Utvecklingspotentialen belyses allmänt för orten som helhet, med specificering i enskilda aktörer vid behov.

Analysen ska innehålla:

Definition av upptagningsområdet för detaljhandel för Långbro/Mölnbo i relation till konkurrenssituationen i Gnesta och Järna

Analys av behovet av en dagligvarubutik i Mölnbo avseende befintlig och tillkommande bebyggelse

Typ av butikskoncept inkluderande ungefärlig erforderlig bruttoyta

1.3 Begrepp och definitioner

Lokalarea (LOA): bruksarea (BRA) som har annat ändamål än boende. Exempel på lokalarea är kontor, butik, lager/förvaring, personal/grupputrymmen, teknik/verkstadslokaler och laborativa lokaler. Bruksarea är den sammanlagda arean av alla våningsplan och begränsas av de omslutande byggnadsdelarnas insida.

Bruttoarea (BTA): Ytor kan även anges i bruttoarea (BTA) som är den sammanlagda arean av alla våningsplan men begränsas av de omslutande byggnadsdelarna utsida.

Omsättning: Försäljning inklusive moms i kronor, i löpande priser om inget annat anges.

Dagligvaror: Sammanfattande begrepp för allivs- och speciallivsbutiker. Innefattar ibland även service- och jourbutiker, blommor, tobak, tidningar och kioskar samt systembolag. Även paketservice.

Sällanköpsvaror: Sammanfattande begrepp för handel inom beklädnad, fritidsvaror och hemutrustning.

Detaljhandel/Detaljhandelsvaror: Det samlade begreppet för både dagligvaror och sällanköpsvaror. Apotek klassificeras numera som sällanköpshandel, tidigare klassificerat som dagligvaruhandel.

Centrumverksamhet: Verksamhet som behöver ligga centralt eller på annat sätt ska vara lätt att nå för många människor. Där ingår till exempel butiker, restauranger, kontor, gym, med mera.

Logi samt café/restaurang: Avser logiverksamheter (såsom hotell, vandrarhem, stugbyar, camping) samt restauranger eller caféer. Innefattas ej i begreppet detaljhandel.

Kommersiell service: Övrigt vinstdrivande serviceverksamheter såsom tvätteri, hår-/kroppsvård, gym med mera

Offentlig service: Skattefinansierad verksamhet såsom skola och offentlig vård. Finansiären är offentlig (stat, region och kommun), medan utförare av offentlig service kan vara både offentliga och/eller privata aktörer.

Konsumtion per capita: Det genomsnittliga belopp som en konsument spenderar på detaljhandelsvaror, café/restaurang samt annan kommersiell service. Kan anges i både digital och fysisk (i butik) konsumtion.

Köpkraft/Konsumtionsunderlag: Den samlade köpkraften för ett angivet område, det vill säga marknadens storlek utifrån efterfrågan.

Konsumentnära verksamhet: Samlingsnamn för handel, service och annan besöksintensiv öppen verksamhet.

Servicebutik: Mindre dagligvarubutik som karaktäriseras av begränsat sortiment, längre öppettider och geografisk närhet till konsumenten. Totalyta om uppemot 300–400 kvm.

Allivsbutik: Traditionell livsmedelsbutik med allsidigt sortiment av dagligvaror. Ofta när- eller områdesbutik. Ibland även med mindre sortiment av sällanköpsvaror. Totalyta om cirka 400–700 kvm.

Trafikbutik: Vagnära servicebutik med brett utbud av kringservice gentemot trafikanter. Totalyta om cirka 50–150 kvm.

2. Marknadsförutsättningar

2.1 Efterfrågan

Efterfrågan bestäms vanligen utifrån faktorer som befolkning, arbetande, besökare och övriga flöden som trafik.

2.1.1 Befolkning

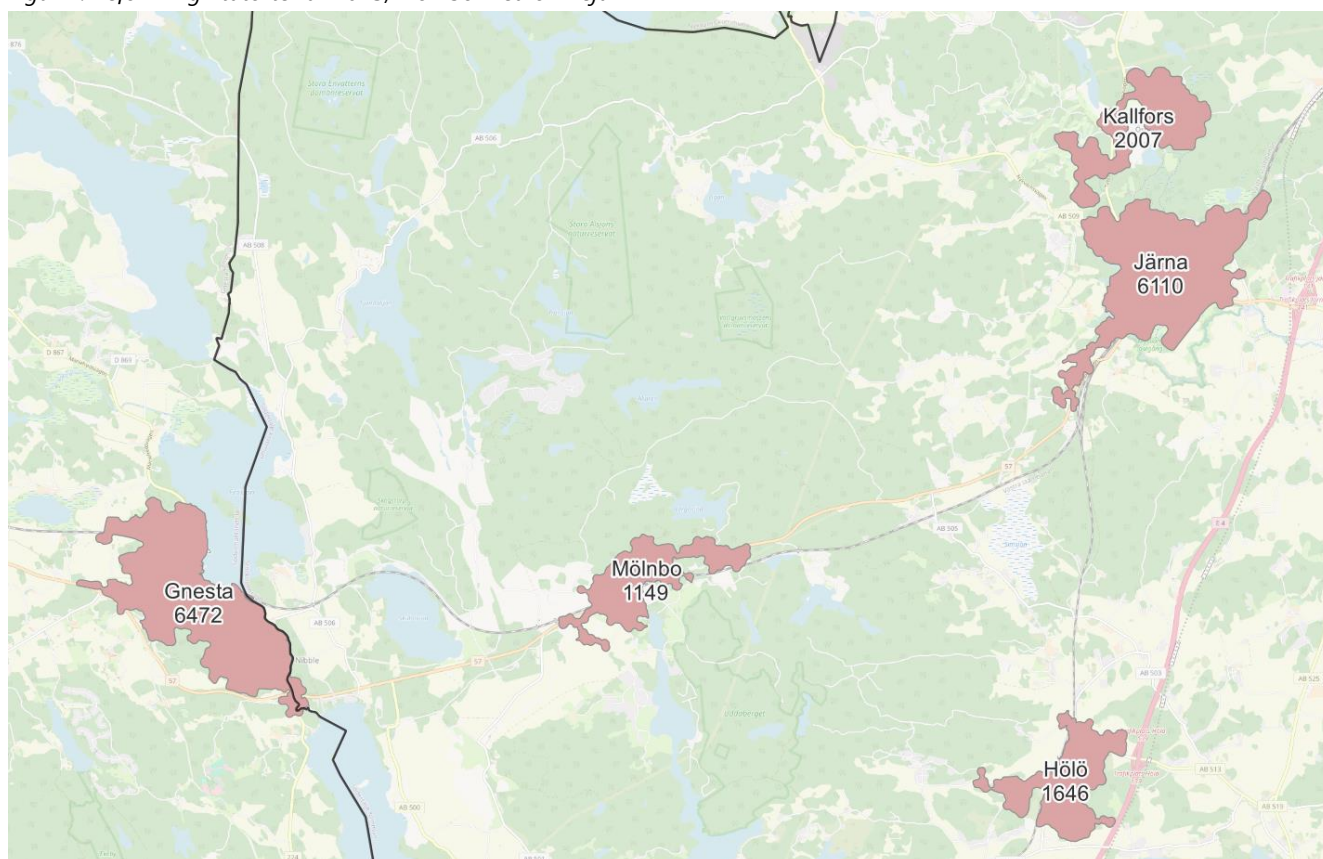
I tätorten Mölnbo bodde 1 149 invånare år 2023. Tätorten är framvuxen kring en järnvägsstation med bebyggelse relativt jämnt spridd runt denna. NIRAS bedömer att upptagningsområdet för livsmedelshandel i Mölnbo är tätorten samt det direkta närområdet runt tätorten. Med tätortens direkta omnejd inkluderad enligt DeSo-klassificering så bodde det totalt 1 233 invånare i Mölnbo med omnejd år 2023. Eventuell upptagning utanför detta är enligt NIRAS bedömning mycket begränsad, då dessa boende i stället kör till Gnesta eller Järna.

Kommunen ämnar nu utöka orten med ytterligare bebyggelse i form av bostäder norrut. Det arbetas för närvarande med ett planprogram¹ som inkluderar ytterligare cirka 500 bostäder inom ramen för den privatägda fastigheten Långbro 1:5 som idag består mestadels av skog. Tidshorisonten för byggnationen är för närvarande oklar. NIRAS räknar av denna anledning utifrån färdigbyggt läge för samtliga bostäder snarare än ett specifikt horisontår.

I omlandet till Mölnbo finns Gnesta i väst (på andra sidan av kommungränsen) med cirka 6 500 invånare i tätorten, samt orterna Järna och Kallfors i öst med cirka 6 100 respektive 2 000 invånare i tätorten. Strax sydost om Mölnbo finns Hölö med cirka 1 600 invånare. Därtill finns ett antal mindre småorter med mellan 50 och 199 invånare.

¹ Uppgift från Södertälje kommun.

Figur 2. Befolkning i tätorter år 2023, Mölnbo med omnejd



Källa: NIRAS, SCB

2.1.2 Trafik

Trafikflöden kan i vissa fall bidra med underlag för handel, givet rätt läge och omfattning. Ett sätt att ta hänsyn till detta är att göra en bedömning av årsmedeldygnstrafiken vid en plats.

Årsmedeldygnstrafiken längs väg 57 som går igenom Mölnbo omfattar cirka 5 500–5 800 fordonsrörelser i respektive riktning inom tätorten². Det innebär alltså betydande trafikerörelser som passerar orten dagligen, främst för pendling.

Antalet påstigande vid Mölnbo station längs pendeltågslinjen var 350 per dygn år 2019³.

NIRAS utgår i analysen från att trafik- och pendeltågsflödena växer svagt på sikt.

2.2 Utbud – handel i marknadsområdet

I Mölnbo finns idag ingen renodlad dagligvarubutik, varken i form av servicebutik eller närlivs. På Fagernäsvägen, strax öster om Mölnbo station i centrum finns dock en restaurang/pizzeria som nyligen bytt ägare och har ett mindre utbud av dagligvaror.

² Trafikverket, mätuppgift år 2014

³ SL, Fakta om SL och regionen 2019

Figur 3. Befintlig restaurang i Mölnbo som erbjuder mycket begränsat utbud av livsmedelsartiklar. Restaurangen ligger intill pendeltågsstationen.



Källa: Södertälje kommun

I närliggande Gnesta finns ett varierat utbud av butiker, med representation av Hemköp, Ica Supermarket och Coop. Hemköp-butiken ligger halvexternt söderut i Gnesta i anslutning till Stopp Köpcentrum. Därtill finns ett grundläggande utbud av sällanköpsbutiker genom till exempel bygghandel/inredning, blomsterhandel, sporthandel, beklädnadshandel, bokhandel, optik/smycken, apotek och även annan kommersiell service.

I Järna finns Ica Supermarket och Coop. Därtill finns en restaurang med mindre sortiment av dagligvaror. Dessutom finns den specialiserade livsmedelsbutik REKO som säljer ekologiska matvaror. Utöver detta finns ett begränsat antal mindre sällanköpsbutiker.

I Hölö finns en närbutik i form av Coop.

I Vagnhärad, söder om Hölö, öppnade en Willys-butik i maj 2024. I december 2023 brann en ICA-butik ned, som därefter börjat återuppbyggas och väntas stå färdig våren 2025.

Ett sätt att mäta den lokala handelns styrka är att studera försäljningsindex⁴. Försäljningsindex beskriver den lokala handelns omsättning i relation till försäljningsunderlaget (befolkningen). Ett index över 100 indikerar att ett inflöde av handel finns till kommunen från omkringliggande kommuner, medan ett index under 100 indikerar att ett utflöde finns från kommunen. Ett index på eller nära 100 innebär att handeln är i balans med efterfrågan. Södertälje kommuns försäljningsindex är 93. Det är dock svårt att dra några slutsatser av Södertäljes index relaterat till Mölnbo, då kommunen är så pass stor.

Försäljningsindex för närliggande Gnesta kommun är 101 i dagligvaruhandeln år 2023. Detta innebär att utbudet tillgodoser efterfrågan lokalt. Samtidigt är Gnestas index högre än det för jämförbara kommuner vilket är

⁴ Handelsfakta.se – <https://handelsfakta.se/handeln-sverige/>

79. Jämförbara kommuner innebär kommuner med liknande läge och befolkningsstruktur som i detta fall Gnesta. Enligt NIRAS bedömning består en viss del av denna skillnad mellan index och jämförelseindex av ett utflöde från Mölnbo till Gnesta. Handeln i Gnesta gynnas alltså betydligt av att befolkningen i Mölnbo handlar livsmedel på andra sidan kommungränsen.

3. Analys

I detta avsnitt behandlas genomförd analys enligt följande struktur. Initialt görs en etableringsanalys för nuläge och framtida marknadspotential för dagligvaruhandel i området. Denna följs av en bedömning av möjliga etableringsformat och koncept. Avslutningsvis förs en diskussion om potentiella lägen (lokaliseringar) i området och dessas lämplighet utifrån konstaterad utvecklingspotential.

I analysen anges försäljningen av dagligvaror som huvudsakligen livsmedel även om branschglidning kan förekomma i vissa format.

3.1 Nuläge

I dagsläget är omfattningen av dagligvaruförsäljning i Mölnbo relativt försumbar, då denna sker mycket begränsat i samband med befintlig restaurang. Detta kan ställas i relation till köpkraften i upptagningsområdet.

Upptagningsområdet definieras av det område där en butik bedöms kunna hämta befolkningens köpkraft från. I Mölnbos fall är upptagningsområdet tätorten Mölnbo samt dess direkta omnejd om 0,5–1 km, där köpkraften var cirka 38 mkr år 2023. Köpkraften innebär den summa som konsumenterna årligen spenderar på varor och tjänster, i detta fall dagligvaror i form av specifikt livsmedel. Upptagningsområdet för handeln är huvudsakligen avgränsat till Mölnbo då mindre livsmedelsbutiker ofta har begränsad attraktionskraft utanför den ort butiken ligger i, särskilt då större orters utbud ligger relativt nära.

Förhållandet mellan försäljningen och köpkraften visar på ett betydande utflöde av köpkraft från Mölnbo till närliggande större orter, där denna är så pass begränsad att den inte går att mäta i detalj. Detta är samtidigt vanligt förekommande i orter med en storlek i nivå med Mölnbo men kan också variera beroende på underlag, utbud samt närhet till konkurrerande utbud.

Med hänsyn tagen till utflödet ligger det nära till hands att anta att utveckling av befintligt utbud skulle kunna vända utflödet och att mer av köpkraften i stället kan bibehållas lokalt. Mer om detta nedan.

3.2 Marknadspotential

Köpkraften i Mölnbo med omnejd var år 2023 cirka 38 mkr. Utifrån rådande planer för nybyggnation (beskrivna i avsnitt 2) av bostäder i Mölnbo väntas köpkraften öka till cirka 72 miljoner kronor när området är färdigbyggt. Då tidshorisonten för byggnationen för närvarande är oklar tas beräkningar fram av NIRAS utifrån färdigbyggt läge för samtliga bostäder snarare än ett specifikt horisontår. För detta utgår beräkningen från en volymtillväxt per capita om 0,4 procent årligen. Volymtillväxten innebär tillväxten i mängden livsmedel som varje enskild individ konsumerar per år.

Köpkraftstillväxten kommer främst från nya invånare, medan bidraget från arbetandes och besökares/förbipasserande till handeln i Mölnbo beräknas vara relativt litet. Mer om detta i vidare analys.

Utvecklingen från dagens läge till färdigbyggt läge innebär en ökning av köpkraften om 90 procent under perioden. Detta skulle innebära ett betydligt bättre underlag för verksamhet i orten, och kan enligt NIRAS bedömning innebära att en betydande del av köpkraften kan hämtas hem lokalt.

Samtidigt är konsumenternas köpbeteende starkt förankrat i att söka sig till större dagligvarubutiker i Gnesta eller i Järna, vilket innebär att ett utflöde väntas existera även framåt. Det är mycket svårt att hävda sig mot det större utbudets attraktionskraft och görs vanligtvis enbart då avstånden är stora mellan platserna. Detta gäller även närliggande Hölö där många rör sig mot Vagnhärad eller Järna och väntas fortsätta göra så.

Tabell 1: Total köpkraft i Mölnbo med omnejd

Konsumtionstyp	Köpkraft år 2023, mkr	Köpkraft vid färdig utbyggnation, mkr
Dagligvaror (livsmedel)	38	72

Källa: NIRAS. Köpkraft anges inkl. moms.

Goda förutsättningar för dagligvaruhandel i Mölnbo väntas likväl finnas som ett resultat av köpkraftens tillväxt, där potentiell total försäljning då kan nå åtminstone 15–20 mkr enligt NIRAS bedömning. I detta fall har NIRAS förutsatt att befintlig marknadsandel för handeln i Mölnbo kan bli 20–25 procent på sikt. Marknadsandelen är den andel som det lokala utbudet potentiellt kan hämta hem av den totala köpkraften 72 mkr på sikt. En marknadsandel för dagligvaruhandel i Mölnbo om 25 procent bedömer NIRAS vara i övre spannet av den potential som går att hämta från den lokala köpkraften, och innebär en relativt hög lojalitet hos de boende. Till viss del är detta också avhängigt etableringens format då en närbutik med ett grundläggande sortiment av artiklar oftast är mer attraktivt för konsumenten och därigenom ger högre lojalitet jämfört med en mindre servicebutik med begränsat sortiment. Merparten av köpkraften, cirka 75–80 procent, väntas alltså fortsätta gå till andra orter utanför Mölnbo. Detta är dock inget ovanligt i fallet med mindre orter som ofta har svårt att konkurrera med större orters utbud.

Generellt kan sägas att i orter i motsvarande storlek sker den absoluta merparten av inköp i större närliggande centralorter och då ofta vid stormarknader och storbutiker vid externa handelsplatser. Särskilt familjer gör ofta större inköp och attraheras av stormarknadernas sortiment och tillgänglighet med bil. Inköp kan då göras i anslutning till pendling till skola eller arbete. Äldre och yngre par- eller singelhushåll handlar däremot i större utsträckning i den närliggande service- eller allivsbutiken eftersom dessa hushåll sällan ställer lika höga krav på ett brett utbud och tillgänglighet med bil utan premierar i stället närhet till ett grundläggande utbud.

På denna tidshorisont når alltså köpkraftsunderlaget nivåer där nyetablering kan vara möjlig och en etablering då skulle kunna vara möjlig att räkna hem. Att förutsättningar finns för en ny etablering är dock bara halva svaret. Att marknadens aktörer även ska vilja investera för att utveckla det kommersiella utbudet är en annan, då är lämpligt format en viktig faktor. Mer om detta nedan.

3.3 Format och etablering

Den totala potentialen för uppnåbar försäljning för dagligvaruhandel i Mölnbo som konstaterats enligt avsnittet ovan är uppemot 20 mkr. Därmed kan två format bli aktuella, närbutik eller servicebutik.

En närbutik i allivsformat innebär en liten butik med begränsat men fullgott sortiment av dagligvaror som brukar försörja den egna orten. Potentialen minskar dock av att det framtida underlaget i Mölnbo med omnejd är i det nedre spannet av vad som normalt eftersöks av aktörer som etablerar nya närbutiker. Det är därför värt att poängtera att även om det finns ett underlag för etablering så är det viktigt att eftersträva rätt format som har

potential att klara sig på lång sikt. En närbutik i Mölnbo skulle enligt NIRAS bedömning behöva omsätta över 20 miljoner inkl. moms beroende på koncept och läge. Detta förutsätter dock hög grad av lojalitet bland de boende och ett gott sortiment med relativt konkurrenskraftiga priser. Med en yteffektivitet i nivå med liknande butiker så skulle detta kunna innebära en ungefärlig butiksyta om 400–500 kvm (BTA). Lämpliga koncept kan då vara exempelvis Ica Nära eller Coop.

Det mindre formatet servicebutik kan i stället vara mer aktuellt. Dessa har ofta ett mer begränsat sortiment än närbutiker. En servicebutik har i sin tur bättre förutsättningar för att få bärighet i verksamheten i aktuellt område. En servicebutik ligger ofta antingen på landsbygden i mindre orter, alternativt i större tätorter med höga flöden av förbipasserande. En servicebutik skulle enligt NIRAS bedömning behöva omsätta cirka 10–15 miljoner kronor, beroende på koncept och läge. Även om många landsbygdsbutiker har försvunnit runt om i landet under den senaste 10–15-årsperioden så finns fortfarande förutsättningar för nya etableringar i växande orter eller områden där utbudet av dagligvarubutiker förändras. Mölnbo är ett sådant fall. NIRAS ser att en servicebutik i Mölnbo kan omsätta 10–15 mkr inkl. moms med medelhög lojalitet i nivå med liknande butiker. Riktigt väl skött skulle den kunna nå 20 mkr. En sådan servicebutik skulle kunna innebära en ungefärlig butiksyta om cirka 250 - 400 kvm (BTA). Lämpliga koncept kan främst vara Tempo men även Handlarn.

En utmaning i samband med etableringen av butik är kostnaden för byggnation av ändamålsenliga lokaler. Detta kräver alltså att en aktör eller fastighetsägare är villig att ta en investering för ny butik, alternativt att en butik etableras i eventuella befintliga lokaler. Även detta kräver dock en investering då viss anpassning kan krävas för att få lokalerna ändamålsenliga. Ett alternativ kan vara att kravställa en viss mängd/area kommersiella lokaler i bottenvåning i anslutning till nybyggnation av flerbostadshus. Detta är dock främst förekommande i mer tätbebyggda områden där en sådan satsning lättare kan räknas hem av exploatör genom hyresintäkt. I Mölnbos fall bedöms omställning av befintliga lokaler i mån av tillgänglighet av någon befintlig fastighetsägare vara den lösning som är mest gångbar vid etablering av servicebutik. För närbutik krävs mer troligt vilja från en aktör att ta investeringskostnaden för nybyggnation för att få till bra lösningar för angöring/leveranser, kundparkering med mera. Detta är dock avhängigt dialog med potentiell aktör.

3.3.1 Nödvändig befolkning för att uppnå affärsmässighet

En kompletterande del i utredningen är att identifiera vid vilken nivå som Mölnbo uppnår tillräckligt underlag för att bli aktuell för en livsmedelsetablering. Detta skiljer sig alltså från ett läge där området är färdigbyggt och då en butik alltså har ett större underlag att utgå ifrån. I detta utgår NIRAS i stället för en typisk miniminivå av underlag för en mindre butik i stil med servicebutik.

Här räknas med en marknadsandel om cirka 15 procent av befintlig köpkraft, för att spegla en butik med något lägre potential att attrahera den lokala befolkningen i Mölnbo. Utifrån en nödvändig omsättningsnivå om åtminstone 10 miljoner kronor så skulle en servicebutik kunna bli aktuell vid en köpkraft om cirka 60–70 miljoner kronor. Det innebär en nödvändig befolkning om cirka 2 000 invånare. Borträknat dagens befolkning om cirka 1 200 invånare i upptagningsområdet så innebär det att ytterligare cirka 700–800 invånare behövs för att uppnå relativt god etableringspotential för Mölnbo som helhet. Med 2,1 boende per bostad skulle det innebära åtminstone 350–400 ytterligare bostäder – att jämföra med de planerade 500 tillkommande bostäderna.

Etableringspotentialen i mindre orter är många gånger utmanande och lever i vissa fall av enskilda starka entreprenörer. För att en aktör ska vara villig att etablera sig önskas så goda förutsättningar som möjligt för att kunna räkna hem investeringen. Mot bakgrund av detta är NIRAS bedömning i fallet med Mölnbo att man bör

sikta på en etablering ett par år innan färdigställande av de nya bostäderna. Dock kan en etablerare vilja gå in tidigare för att ta position. Kommunen bör därför ta sådana kontakter i vilket fall som helst.

3.4 Lokalisering

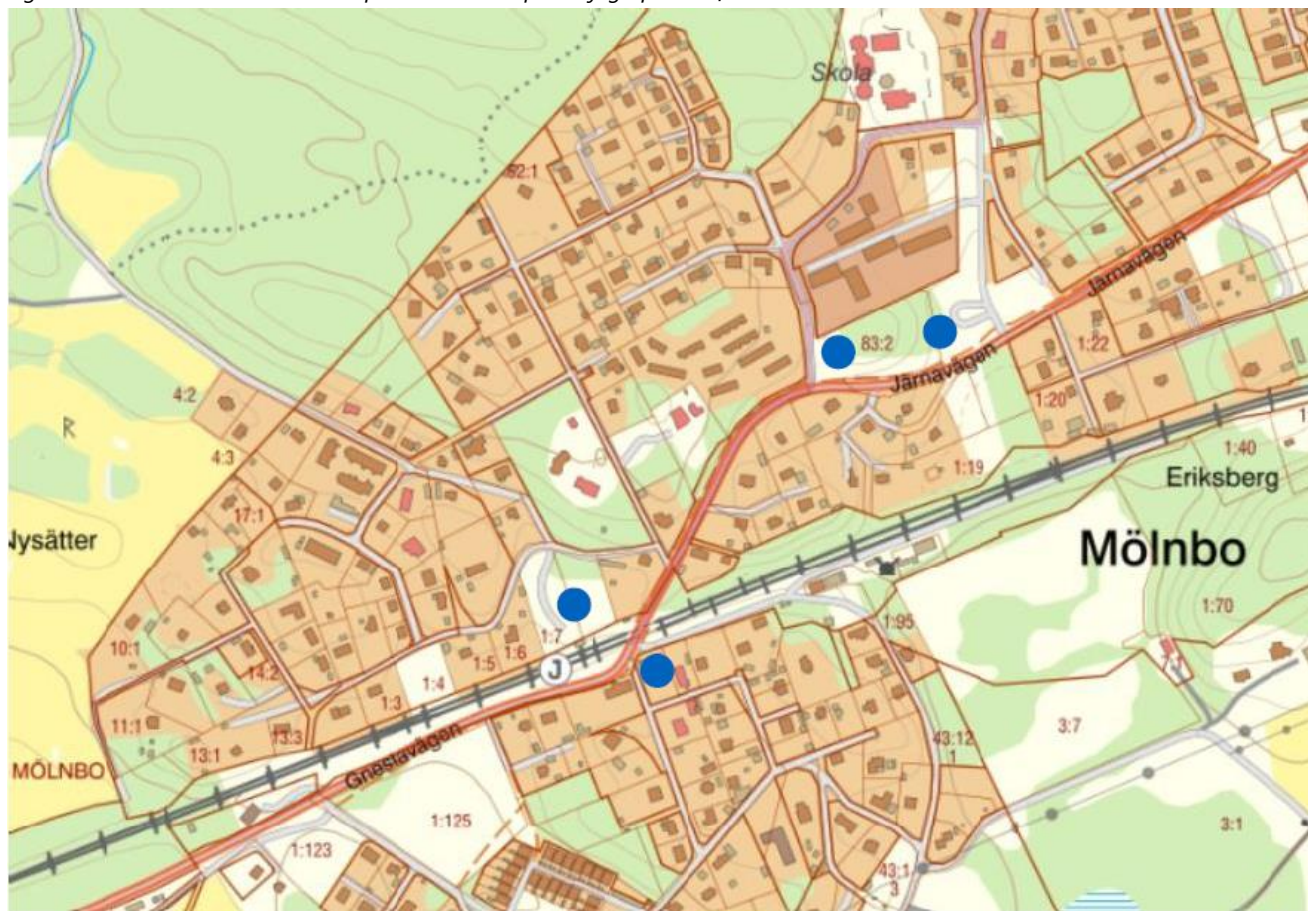
En allmän kommentar kan göras för lokaliseringen av dagligvaruhandel i Mölnbo i relation till nuvarande boendestruktur samt tilltänkt bostadsbyggande. Merparten av tilltänkta bostäder skapas i norra delen av tätorten. Det är bra ur ett förtätningsperspektiv då ortens befolkningsstruktur idag är något gles och gör att underlaget för handel och service något utspritt. Ju mer detta kan motverkas desto bättre.

Fyra platser har av kommunen pekats ut som aktuella för ett eventuellt framtida centrum enligt nedan karta. Kärnan i ett eventuellt centrum skulle innebära en livsmedelsbutik som "ankare" för platsen.

I samband med kommunens planarbete för utvecklingen av norra Mölnbo/Långbro har beställts en trafikutredning som rekommenderar Skolvägen och Rosendalsvägen som huvudangöringsvägar från Järnavägen. I anslutning till dessa har två aktuella platser (nordliga) indikerats i kartan enligt nedan. De övriga två platserna (sydliga) indikeras vid pendeltågsstationen på vardera sida om Järnavägen. Avståndet mellan sydliga och nordliga lägen är cirka 500 meter.

På grund av det delvis begränsade underlaget för verksamhet i orten är NIRAS rekommendation att försöka dra nytta av de flöden som finns vid både pendeltågsstation och längs Järnavägen, dvs genom etablering vid sydligt läge. Konsumenter som reser via kollektiva färdsmätt är ofta mycket avståndskänsliga, varför det är bra om dessa har nära till ett potentiellt läge för livsmedelsbutik för att generera ytterligare försäljning. Angöringen för fordonstrafik från kunder och för leveranser vid något av de två lägena blir dock viktig, vilket kan tala emot dessa lägen beroende på planerade åtgärder. Det blir avgörande att det är lätt för bilburna pendlare att stanna till och handla, varför även parkeringsmöjligheterna blir viktiga. För en centrumbildning är det också viktigt att etablera i närheten av annat utbud, i detta fall befintlig restaurang.

Figur 4. Karta över Mölnbo, de blå prickarna visar på möjliga platser för ett centrum



Källa: Södertälje kommun.

4. Slutsatser och rekommendationer

Utifrån genomförd analys är NIRAS slutsats att en närbutik alternativt en servicebutik kan vara aktuell för en ny etablering i ett läge när Mölnbo är färdigbyggt. Potentialen för en närbutik är förvisso tillräcklig, men samtidigt något lägre än vad som vanligtvis brukar vara aktuellt för detta format.

En välfungerande servicebutik bedöms därför ha bättre förutsättningar för etablering då underlaget vid färdigbyggt läge bedöms som gott och dessutom i den övre delen av spannet för försäljningsvolym för denna typ av butik. NIRAS bedömer därmed etableringsförutsättningarna som **acceptabla** för en närbutik om 400–500 kvm (BTA), och som **goda** för en servicebutik om 250–400 kvm (BTA). Troligtvis kommer intresset för etablering av sistnämnda vara större, men kontakt bör likväl sökas för båda format och tillhörande aktörer.

En kommentar kan göras för vid vilken befolkningsnivå som en etablering kan bli aktuell i Mölnbos fall. Sett till omgivande konkurrens och ortens förutsättningar innebär detta ett läge då ytterligare cirka 350–400 bostäder har etablerats i området utöver dagsläget. NIRAS ser alltså att det är nödvändigt att tillskapa så pass många bostäder för att uppnå en nivå där förutsättningarna för etablering i orten är tillräckligt goda.

I ett framtida läge där intresse mot förmodan skulle saknas för att driva en renodlad livsmedelsbutik är NIRAS rekommendation att undersöka intresse hos befintlig restaurangaktör för att utöka sin verksamhet till att även inkludera livsmedelshandel. Detta antingen i befintliga, direkt anslutande alternativt nya lokaler. Givet att investeringsvilja finns så kan detta vara ett sätt att dra nytta av ökad köpkraft i orten och skapa nya affärsmöjligheter, och samtidigt bidra med ökad service för den lokala befolkningen.

Det är viktigt att poängtera att detta är slutsatser som stammar från genomförd analys, och att verkliga förutsättningar kan skilja sig åt. Detta innebär att de slutsatser som dragits av NIRAS är sådana som beskriver ett läge där nödvändiga förutsättningar uppnås och etablering alltså kan bli aktuell. Ytterst är det marknadens intresse som avgör, både från dagligvaruaktörer och enskilda entreprenörers vilja att etablera verksamhet i orten.

NIRAS rekommendationer utifrån genomförd utredning är följande:

- Ha en viljeinriktning i fortsatt programarbete för etablering av livsmedelsbutik om 250–500 kvm. Här bör både närbutik och servicebutik vara aktuellt, även om en välfungerande kedjeanslutna servicebutik bör ha bäst förutsättningar på lång sikt. Tillse att butiken har utrymme för grundläggande servicefunktioner såsom exempelvis post-/paketutlämning.
- Planlägg för livsmedelsbutik med lokalarea om cirka 500–700 kvm (LOA) i detaljplaneskede, för kvartersmark. Detta genom H Detaljhandel utan närmare specificering. Även lämpligt att bereda för restaurang eller annan kommersiell service genom användning av C Centrum, för breddad funktion.
- Sök tidig dialog med dagligvaruaktörer som har butiksformat som närbutik (Ica, Coop) eller servicebutik (Handlarn, Tempo via Axfood). Även enskilda entreprenörer med vilja att starta mindre servicebutik, inte minst befintlig restaurangaktör som idag tillhandahåller begränsat dagligvarusortiment.
- Lämplig tidpunkt för etablering av livsmedelsbutik är då antalet färdigställda nya bostäder når en nivå om 350–400 enheter. Om det totala antalet nya bostäder understiger denna nivå kan förutsättningarna för etablering bli mer osäkra.
- Sträva efter lokalisering nära stationsläge för att få bäst utväxling i försäljningsunderlaget, samtidigt som tillgängligheten för bilburna kunder är avgörande sett till antalet parkeringsplatser och närhet/synlighet via väg 57. Det är mycket viktigt för en etablering att det finns goda parkeringsmöjligheter samt är enkelt för konsumenten att nå.