



**Förutsättningar
gatuplansverksamheter i
stadsdelen Ångkvarnen**

2018-09-03

Innehåll



En äldre bild från Ångkvarnsområdet. Foto: Sjöhistoriska museet, fotograf - Boman, J. Robert

Sammanfattning	2
Bakgrund	5
Program enligt inriktningsbeslut	7
Reviderad marknadsbedömning	12
Lokaliseringsanalys	22
Bilagor	31

Sammanfattning

Bakgrund

Lantmännens gamla industriområde i Kungsängen i Uppsala ska omvandlas till en levande och attraktiv stadsdel som blir en del av centrala Uppsala. Målsättningen är att skapa en tät, attraktiv och varierad stadsbebyggelse med inslag av konverterad äldre bebyggelse. Området ska även integreras med planen för Åstråket för att förlänga stadskärna ytterligare söderut.

I och med inriktningsbeslutet kring programförutsättningar för detaljplan önskar beställaren en bedömning avseende omfattning och innehåll för stadsdelens gatuplanslokaler.

Målen med rapporten är att utifrån inriktningsbeslutet:

- Ge förslag på omfattning och innehåll avseende handel, restaurang och övrig kommersiell service i området.
- Ge förslag på lämplig lokalisering av ovan nämnda verksamheter.

Marknadsbedömning

Stadsdelens upptagningsområde är idag omgivet av starka barriärer, exempelvis Järnvägen, Kungsgatan och Fyrisån, vilka blir styrande för dess geografiska utbredning. På längre sikt förväntas kvarteret Hugin i norr rivas och göras om till bostäder, gatuplansverksamheter och kontor vilket gör att kopplingen mot den nuvarande stadskärnan förstärks på längre sikt.

Järnvägen och framtida kontorskvarter i öst begränsar marknadsområdet i östlig riktning medan Fyrisån och områdena väster därom både fungerar som barriär och områden med potential under vissa tider av året.

WSP bedömer att kvarteren i Ångkvarnen totalt sett kan inrymma mellan cirka 4 900 - 6 000handel, restaurang och kommersiell service.

Ytpotentialen är störst inom dagligvaruhandeln och restaurangsektorn. Inom dagligvaruhandeln är det rimligt att tänka sig mellan 1 600- 2 000 kvm. Inom restaurang uppgår behovet till mellan knappt 1 300 - 1 600 kvm. Ytpotentialen inom sällanköpsvaruhandeln är något mer begränsat, totalt cirka 1 100-1 450 kvm.

Utrymmet för övrig kommersiell service uppgår till mellan 400-500 kvm. Etablering av större gym/yogastudio eller dylikt innebär ytterligare ytbehov. Ett koncept inom kultur, konstmuseum eller andra kulturverksamheter, innebär att den totala ytpotentialen kan bli något högre, främst inom sällanköpsvaror och restaurang.

Sammanfattning

Lokaliseringsanalys

Analysen av områdets möjliga etableringsplatsers styrkor och svagheter visar att de mest lämpliga platserna för lokalisering av handel och service i Ångkvarnen, givet marknadsunderlaget, är:

A. Islandsgatan

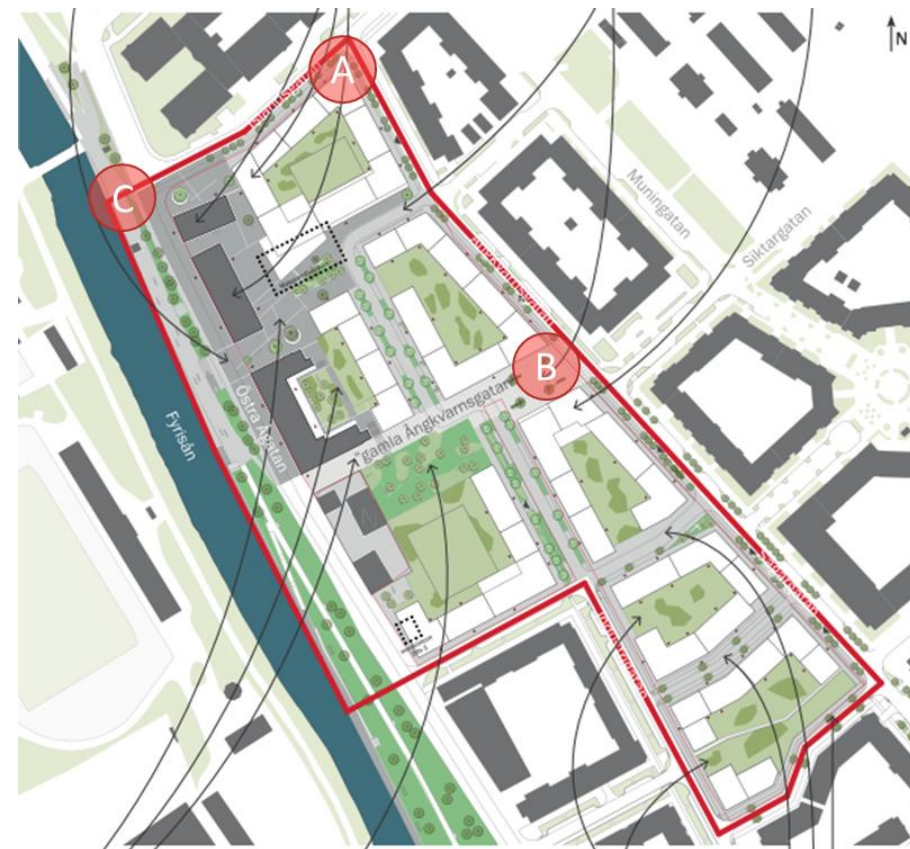
1-2 etableringar som signalerar att Ångkvarnsområdet börjar här.

B. "Lokalgata 2/Navet"

Platsen är en nod för handel och service i hela Kungsängen. Platsens huvudsakliga funktion är att lösa vardagliga behov.

C. "Ankomstplatsen"

Utbudet ska inte bara attrahera de boende och arbetande i området utan även locka andra Uppsalabor och besökare till platsen. Läget vid åstråket innebär möjligheter att ta del av de flöden som finns där i kombination med attraktiv kulturbyggnads- och vattenmiljö.



Bakgrund

Inledning

Lantmännens gamla industriområde i Kungsängen i Uppsala ska omvandlas till en levande och attraktiv stadsdel som blir en del av centrala Uppsala. Målsättningen är att skapa en tät, attraktiv och varierad stadsbebyggelse med inslag av konverterad äldre bebyggelse. Området ska även integreras med planen för Åstråket för att förlänga stadskärna ytterligare söderut.

WSP har under 2016/2017 genomfört en analys av de kommersiella förutsättningarna för stadslivsgenererande verksamheter samt tagit fram ett övergripande konceptförslag på innehåll och omfattning för den nya stadsdelen utifrån två scenarier "Behåll" och "Bygg nytt".

I och med inriktningsbeslutet kring programförutsättningar för detaljplan (vilket innebär delvis nya fysiska och kommersielle förutsättningar) önskar beställaren en ny bedömning avseende omfattning och innehåll med bäring på de ändrade planeringsförutsättningarna.

Målen med rapporten är att utifrån de nya förutsättningarna:

- Ge förslag på omfattning och innehåll avseende handel, restaurang och övrig kommersiell service i området.
- Ge förslag på lämplig lokalisering av ovan nämnda verksamheter.

Rapporten inleds med en kortare sammanfattning av inriktningsbeslutets förutsättningar – med fokus på lokaletableringar.

Baserat på de nya förutsättningarna görs en revideras analys av marknadsförutsättningarna samt lämplig omfattning och innehåll för handel och service.

I det avslutande kapitlet presenteras ett innehållskoncept för Ångkvarnens kommersiella innehåll samt lämplig lokalisering.

Program enligt inriktningsbeslut

Program enligt inriktningsbeslut



- Innerstadens gräns enligt innerstadsstrategin
- Planområdet för Ångkvarnen

På begäran av fastighetsägarna gav kommunen planbesked i april 2016 för att utveckla Ångkvarnsområdet med en blandning av bostäder, verksamheter och förskolor.

Planbeskedet gavs tidigt i processen innan man påbörjat skissarbete och framtagande av förslag kring områdets strukturella utveckling. Redan i planbeskedet angavs därför att det fortsatta planarbetet skulle inledas med att kommunen tillsammans med Besqab och Ikano Bostad skulle ta fram en gemensam vision och strukturplan för det framtida området.

I planeringsinriktningen har en stadsbyggnadsvision och en strukturplan för området tagits fram. Viktiga utredningsområden för den fortsatta planeringen har även identifierats.

Strukturplanen innebär ändrade fysiska och kommersiella förutsättningar för handel och service i jämfört med de två alternativa scenarier ("behåll" respektive "bygg nytt") som låg till grund för WSP:s rekommendationer i rapporten från 2017.

På kommande sidor i rapporten presenteras först huvuddragen i stadsbyggnadsvisionen och strukturplanen. Därefter görs en bedömning av lämplig omfattning och inriktning för handel och service i Ångkvarnen givet de nya förutsättningarna. Avslutningsvis ges förslag på var utbudet bör lokaliseras.

Stadsbyggnadsvision



Ångkvarnen ska vara ett område både för dem som bor och verkar här, men även en så kallad "dragare" för hela staden. Hår blandas boståder med verksamheter såsom restauranger, handel, förskolor, kontor och kulturutbud - funktioner som lockar människor att vistas i, och röra sig genom, området. Flera av områdes befintliga industribyggnader bevaras och omvandlas med nytt innehåll.

Flera av områdes befintliga industribyggnader bevaras och omvandlas med nytt innehåll. Områdes två historiska ansikten med skilda karaktår och produktionsinriktning, förstårks och vidareutvecklas.

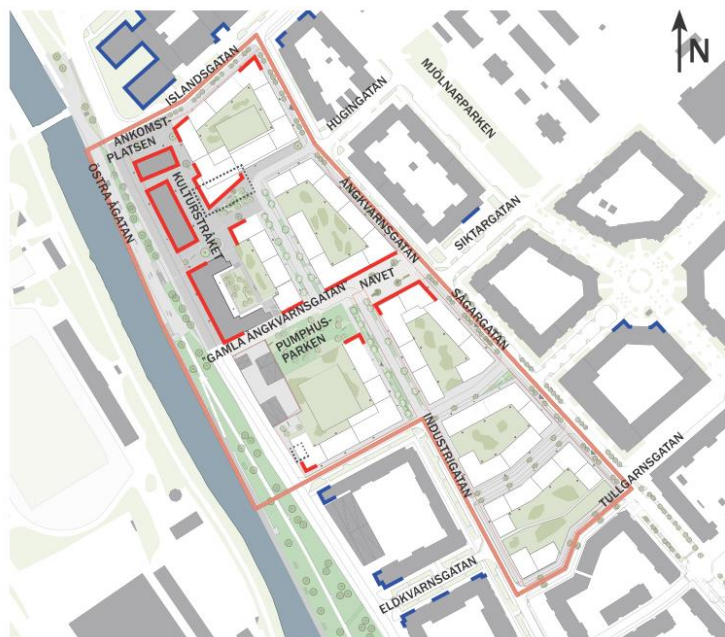
I områdes norra del blandas gammalt och nytt som knyts samman med ett enhetligt gestaltat golv. Mellan nya och gamla byggnader skapas intima môtessplatser och levande stråk med unika kvalitéer i Uppsala. Den nya arkitekturen ska vara av hög kvalitet och områdes långa industrihistoria får utgåra inspiration för platsens nya gestaltning.

I områdes södra del tillåts en friare arkitektur som tar avstamp från områdes befintliga fårg- och karaktårstarka silobyggnader.

Ett finmaskigt och organiskt gatunåt med små, öppna kvarter skapar en ny spånande struktur som bryter mot övriga Kungsågens strikta rutnåtsstruktur.

De kvalitéter som skapas i Ångkvarnen bidrar till att förlånga innerstaden söderut. Nya môtessplatser skapas i bästa sollåge långs ån. Som en del i detta utvecklas även Östra Ångatan och årummet.

Offentlig och kommersiell service



- befintliga lokaler
- nya lokaler

Principer för lokalisering av nya bottenvåningslokaler är markerade med röda streck.

Längs områdets primära stråk för stadsliv ska bebyggelsens innehåll stärka och göra gaturummet levande, genom inbjudande bottenvåningar med ett stort inslag av lokaler.

Lokaler

Inom området finns tre stråk som kommer att utgöra viktiga ådror i området för kommersiell och/eller kulturell service; längs Östra Ågatan, längs "gamla Ångvarnsgatan" och kring kulturstråket.



Lokaler ska i dessa strategiska lägen finnas med täta intervaller i framförallt bottenvåningar men även som större enheter i hela eller delar av byggnader. Området ska erbjuda ett brett utbud av lokaler i olika storlekar för att kunna attrahera olika typer av verksamheter.

I goda sollägen i anslutning till platser, parker och utmed årummet ligger fokus på verksamhetsetablering av restauranger och caféer med uteserveringar som kan ge tillbaka stora stadslivskvaliteter till det offentliga rummet.

I de befintliga byggnaderna finns förutsättningar att skapa lokaler för till exempel kontor och hotell.

Offentlig och kommersiell service



-  förskola i 1-2 plan av bebyggelsen
-  förskolegård

Exempel på placering av förskolor.



Tegelsilon och strukturplanens föreslagna platsbildning – "Ankomstplatsen".

Förskolor

Kungsängen är en stadsdel där det idag råder stor brist på förskolor. Inom Ångkvarnen är det därför viktigt att det nya områdets behov av förskolor tryggas långsiktigt, såväl som under utbyggnadstiden.

Precis som i flera andra innerstadsmiljöer planeras förskolorna inom Ångkvarnen som integrerade lokaler i bostadshusen, i ett eller två plan. En inhägnad gård på kvartersmark ska anordnas i direkt anslutning till förskolan, om möjligt gärna med utblick eller i anslutning till annan grönska.

Kulturverksamhet

I Uppsala kommuns förstudie avseende lokaliseringalternativ för tillkommande kulturutbud i staden pekas Ångkvarnens gamla tegelsilo i anslutning till "Ankomstplatsen" ut som ett av fyra föreslagna lokaliseringalternativ.

Ett konstmuseum inom Ångkvarnen bedöms utgöra en positiv möjlighet för området, med potential att skapa en "dragare" för stadsliv i området. Om Uppsala konstmuseum inte etablerar sig inom Ångkvarnen ska områdets verksamhetsetablering inriktas mot att locka andra kulturverksamheter till området

Reviderad marknadsbedömning

Detaljhandeln i Uppsala kommun

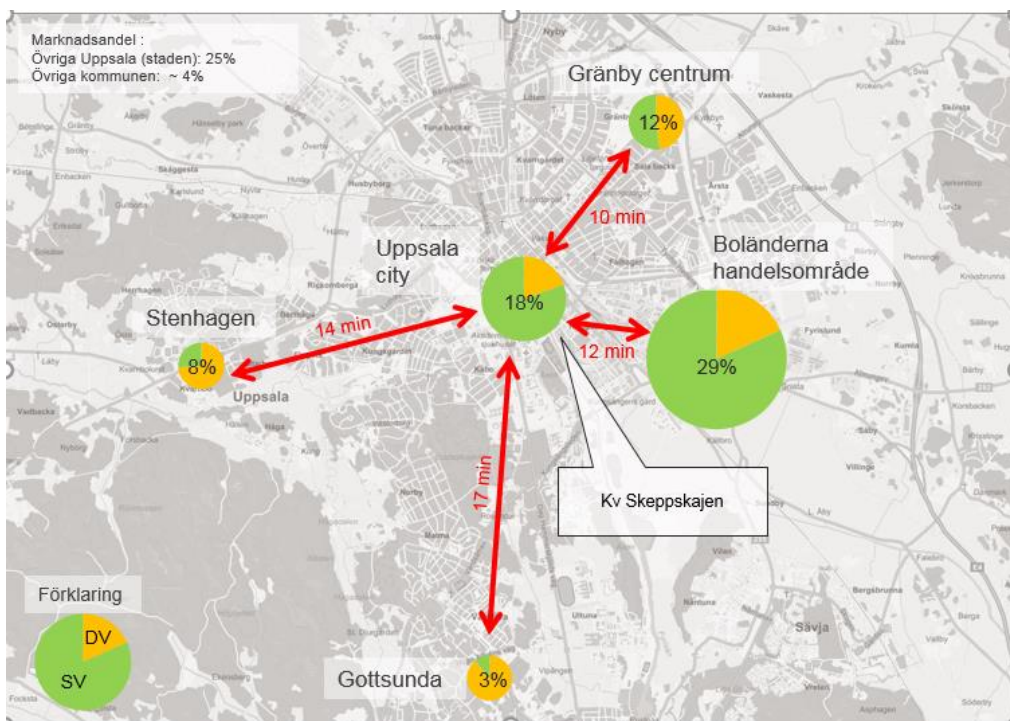
Detaljhandeln i Uppsala.

	Omsättning, mkr	Oms. utv.	Försäljningsindex	
	2016	2007-2016	2016	2007
Dagligvaror	7 072	32 %	97	102
Sällanköpsvaror	8 208	31 %	121	118

Detaljhandeln i Uppsala kommun omsatte omkring 15,2 miljarder kronor år 2016. Sällanköpsvaruhandeln omsatte omkring 8,2 miljarder och dagligvaruhandeln 7,1 miljarder kronor.

Sedan 2007 har dagligvaruhandeln (DV) i Uppsala kommun vuxit med 32 procent. Sällanköpsvaruhandeln (SV) ökade med 31 procent.

Större handelsplatser i Uppsala.

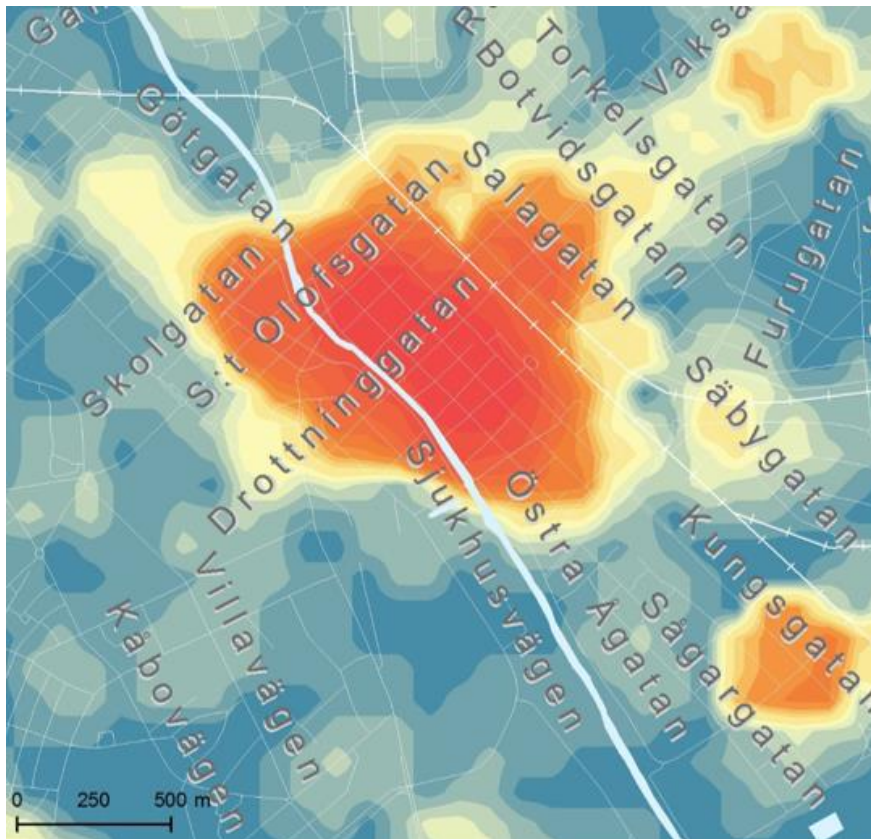


Uppsala city och Boländerna är de dominerande marknadsplatserna med totalt omkring 47 procent av kommunens omsättning. En viktig förklaring till Boländernas starka ställning är givetvis närvaron av IKEA varuhuset. Handeln i Gränby hade en marknadsandel på drygt 12 procent av kommunens omsättning. Dagligvaruhandeln omsatte ungefär lika mycket som sällanköpsvaruhandeln.

Stenhagen och Gottsunda centrum är de minsta marknadsplatserna med 8 respektive 3 procent av den totala omsättningen. Utbudet utgjordes framförallt av dagligvaror vilket är relativt normalt för denna typ av marknadsplatser.

Detaljhandel och service i Uppsala centrum

Karta: Lokalisering av handel och service. Ju rödare färg, desto fler verksamheter.



En fysisk analys av stråkens kvalitet, intensitet och variation i Uppsala centrum visar att de starkaste och mest varierade kommersiella stråken går genom stadskärnans centrala delar från sydöst till nordväst (Kungsängsgatan, Dragarbrunnsgatan, Svartbäcksgatan).

Kvarteren söder om Bangårdsgatan, norr om Klostergatan och öster om Kungsgatan har med få undantag svag kommersiell kraft och variation. Detta kan åtminstone delvis förklaras av de barriäreffekter som uppstår genom Kungsgatan/järnvägen och S:t Olofsgatan. I söder finns ingen tydlig barriär utan tvärtom från Vretgränd en successiv övergångszon med ett allt svagare utbud och kommersiell kraft.

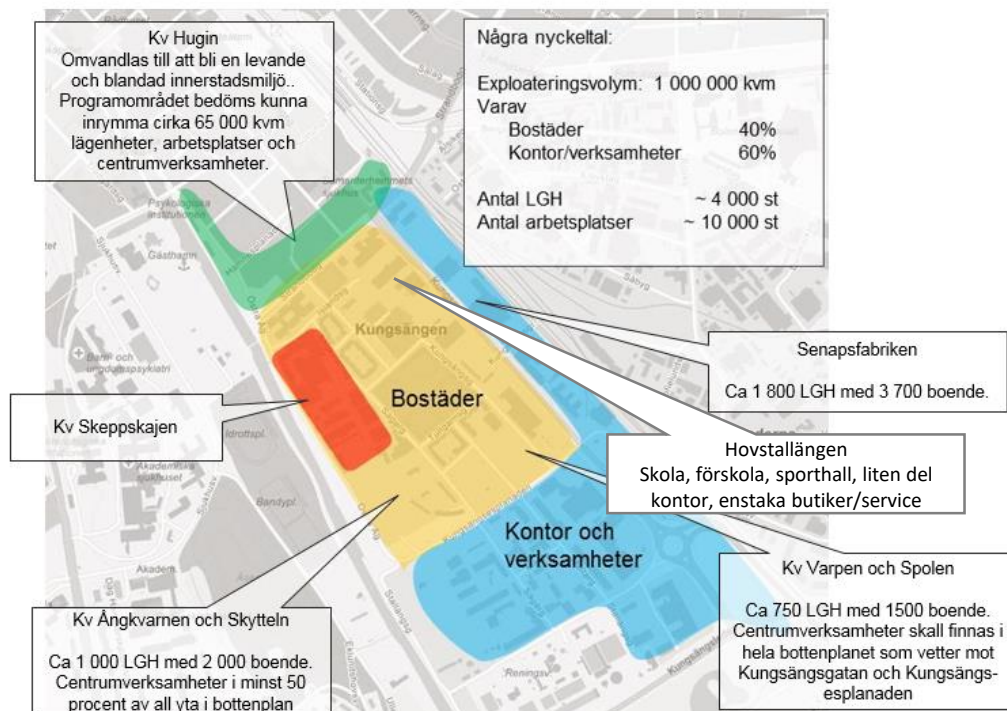
Tvärgatorna mellan Dragarbrunnsgatan och Kungsgatan samt mellan Kungsängsgatan/Svartbäcksgatan och Östra Ågatan har, undantaget Vaksalagatan, svag kommersiell kraft och variation. Sammantaget gör detta att dessa zoner mer har karaktären av transportzoner från en del av stadskärnan till en annan.

Östra Ågatan har svag kommersiell kraft och variation men fungerar, på grund av den fysiska miljön, samtidigt som en mötesplats av rang med stor potential till fortsatt utveckling.

Det svaga utbudet i de södra delarna av innerstaden gör att detta område har karaktären av en transportzon från de södra delarna till den egentliga stadskärnan.

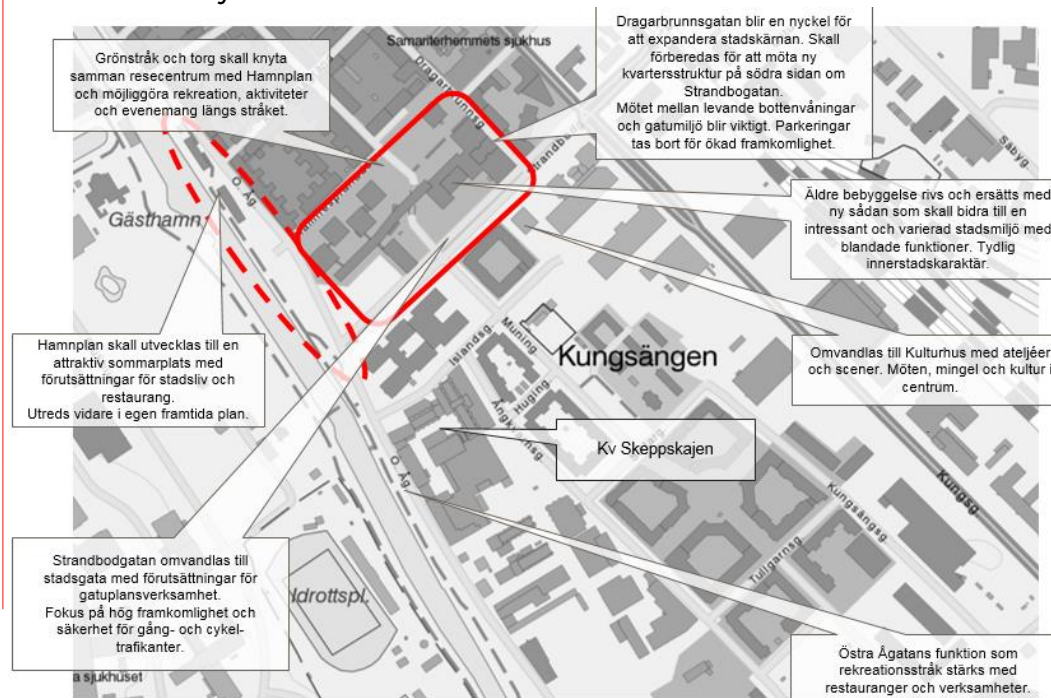
Pågående planer och projekt Kungsängen och närområdet

Nedan visas de viktigaste pågående och planerade projekten i Kungsängen och närområdet. Den enda betydande förändringen jämfört med den tidigare analysen (från 2017) är de nya planer som finns för området Norra Hovstallängen. Detaljplaneprocessen är påbörjad och beslut om antagande uppskattas till fjärde kvartalet 2018. Området används idag av framförallt Gamla Uppsala Buss AB som bedriver depåverksamhet här.



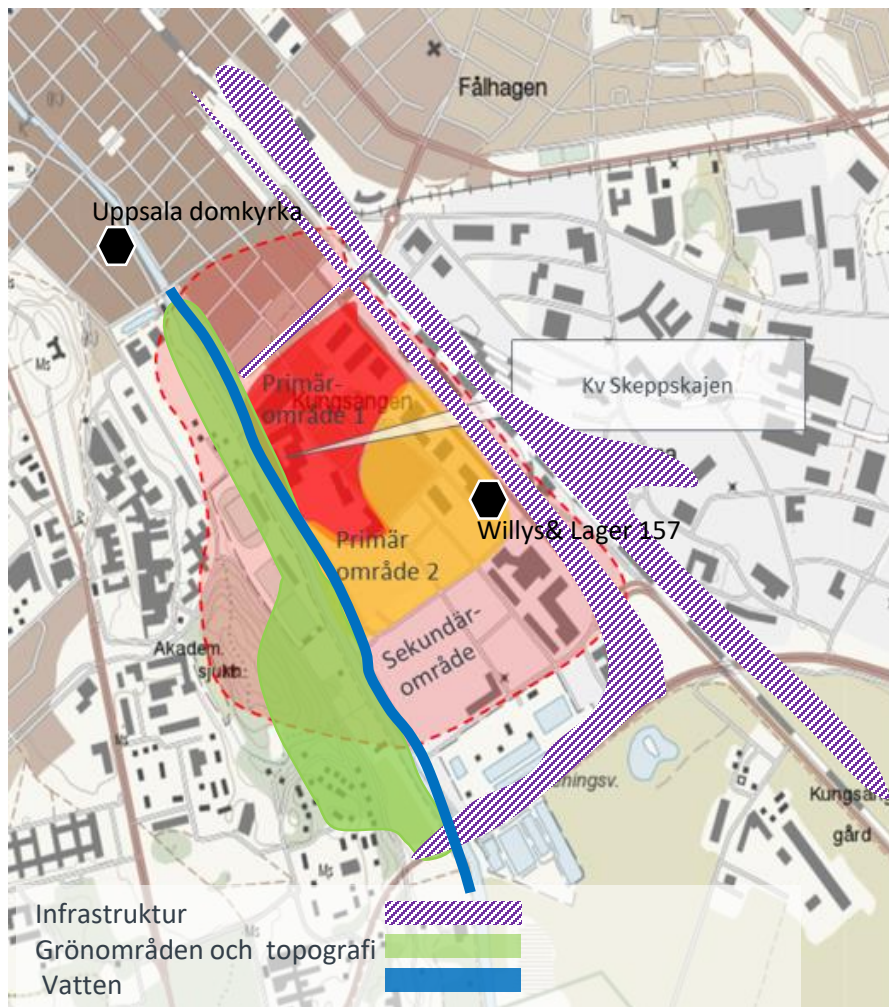
Källa: Uppsala kommun: DP kv Skytteln; DP del av kv Ångkvarnen 21:4 och 21:7; Dp kv Varpen och Spolen samt Kungängsplanen; DP prgm Kv Hugin; Programkarta Kungängsen 2030.

Planerna för Hovstallängen avser i huvudsak uppförande av skola, förskola och sporthall samt en mindre mängd kontor. Skolbyggnader och sporthall kommer att ha fasad mot och ingång från Kungsgatan, så det kan som mest bli ett par hörnlokaler för handel/kommersiell service. Det blir färre bostäder i Hovstallängen än tidigare tänkt. Dock blir det mer på andra platser i Kungsängen eftersom skolor/idrottshall som skulle ha legat där nu hamnar i Hovstallängen. Nettoeffekten är ungefär noll och marknadsförutsättningarna bedöms vara oförändrade jämfört med analysen från år 2017.



Källa: Uppsala kommun: DP prgm Kv Hugin.

Ångkvarnens marknadsområde



Marknadsområdet för en plats består ofta av ett antal olika delområden med olika kundlojalitet mot den aktuella platsen. Lojaliteten är högst i det primära marknadsområdet och sedan avtagande beroende på en mängd samverkande faktorer. Marknadsområdet för Skeppskajen formas framförallt utifrån tre perspektiv:

- Avstånd och naturliga barriärer
- Konkurrerande handel och kommersiella näringar
- Tänkbar utbudsmix

Stadsdelens upptagningsområde är idag omgivet av starka barriärer, exempelvis Järnvägen, Kungsgatan och Fyrisån, vilka blir styrande för dess geografiska utbredning. På längre sikt förväntas kvarteret Hugin i norr rivas och göras om till bostäder, gatuplansverksamheter och kontor vilket gör att kopplingen mot den nuvarande stadskärnan förstärks på längre sikt. Järnvägen och framtida kontorskvarter i öst begränsar marknadsområdet i östlig riktning medan Fyrisån och områdena väster därom både fungerar som barriär och områden med potential under vissa tider av året.

Handels befintliga strukturer med en koncentration i Uppsala centrum och handelsområdet Boländerna gör tillsammans med de svaga marknadsområdena väster om Fyrisån och söder om Kungsängsesplanaden att stadsdelens sekundära marknadsområde är svagt.

Folkmängd, befolkningsutveckling och inkomster

Befolkningsprognos för Uppsala kommun & Kungsängen.

År	Bef. Uppsala	Bef. Kungsängen	Anm
2005	183 300	-	
2015	210 125	3 200	
2020	226 000	7 000	Kv Varpan, Spolen, Skytteln färdiga
2027	241 000	11 000-12 000	IKANOs & Besqabs delar samt Senapsfabriken färdiga

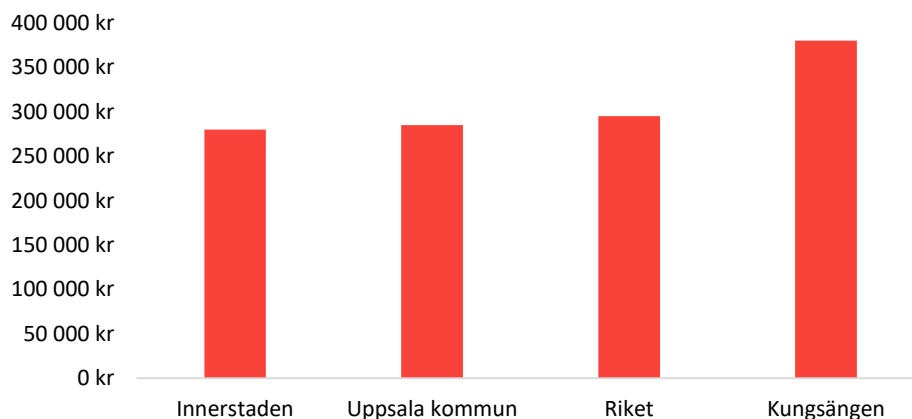
Uppsala kommun har under senare år varit en av de mest expansiva kommunerna i Sverige. Folkmängden har ökat från 183 000 till 210 000 invånare mellan 2005 och 2015. Även under den kommande tioårsperioden förväntas Uppsala kommun ha en stark tillväxt både i absoluta och relativa tal. Detta beror på tillskapandet av många nya stadsdelar och bostadsområden (Rosendal, Ulleråker, Kungsängen östra Sala backe m. fl.) i såväl de centrala delarna av staden som mer perifert. År 2025 bedöms därför befolkningen i kommunen ha ökat till omkring 240 000 invånare.

Kungsängen är ett centrumnära läge med potential att förlänga den nuvarande innerstaden söderut. Ett antal kvarter är redan färdigställda och flera nya är under byggande. År 2015 uppgick befolkningen i Kungsängen till 3 200 individer men i takt med att påbörjade kvarter färdigställs förväntas befolkningen fördubblas fram till 2020. När Kungsängens bostadskvarter är fullt utbyggda omkring 2027 bedöms omkring 11 500 individer vara bosatta i stadsdelen. I praktiken innebär detta att Kungsängens andel av Uppsalas befolkning ökar från 1,5 till knappt 5,0 procent vilket bör betraktas som en mycket kraftig expansion.

Genomsnittsinkomsterna i Uppsala kommun är något under genomsnittet för riket.

Tabellen visar dock att de boende i Kungsängen har inkomster som ligger avsevärt över riksgenomsnittet vilket är gynnsamt för det lokala marknadsunderlaget.

Inkomster år 2016



Källa: SCB.

Potential och ytbehov för handel och kommersiell service

Marknadsunderlag (mkr.) för verksamheter i Ångkvarnen.

	Primär- område 1	Primär- område 2	Sekundär- område	Tertiär- område
Dagligvaror	140	150	480	8 350
Livsmedel	100	110	350	6 100
Övriga dagligvaror	40	40	130	2 250
Sällanköpsvaror	170	170	510	8 650
Beklädnad	50	50	160	2 650
Hem/fritidsvaror	120	120	350	6 000
Restaurang	55	55	190	2 800
Kommersiell service	-	-	-	-
Totalt	365	375	1 180	19 800

Marknadsunderlaget motsvarar den teoretiska efterfrågan (köpkraft) som finns i marknadsområdet.

Marknadsunderlaget är en funktion av antalet människor i respektive marknadsområde, prognoser för konsumtion per capita samt justeringar för hur skillnader i inkomstnivåer påverkar konsumtionen i olika branscher.

Andel av marknadsunderlaget (procent) som bedöms tillfalla Ångkvarnen.

	Primär- område 1	Primär- område 2	Sekundär- område	Tertiär- område
Dagligvaror				
Livsmedel	30-40	17-23	9-11	-
Övriga dagligvaror	15-20	9-11	9-11	-
Sällanköpsvaror				
Beklädnad	9-11	4-6	2-4	9-11
Hem/fritidsvaror	9-11	4-6	2-4	9-11
Restaurang	10-15	10-15	4-6	1-2
Kommersiell service	-	-	-	-

I tabellen ovan redovisas hur stor del av det totala marknadsunderlaget (tabellen till vänster) som verksamheter i Ångkvarnen bedöms kunna ta tillvara givet konkurrens och avstånd.

Köptroheten är högst i det primära marknadsområdet och inom dagligvaruhandeln vilket är produkter som konsumenterna normalt handlar bostadsnära. Därefter avtar köptroheten beroende på avstånd och konkurrens.

Potential för handel och kommersiell service

Omsättningspotential och behov av verksamhetsyta för verksamheter i Ångkvarnen år 2027.

	Ytpotential för verksamheter i gatuplan (kvm, LOA)	Omsättningspotential för verksamheter i gatuplan (mkr)
Dagligvaror	1 600-1 950	105-130
Livsmedel	1 200-1 500	85-105
Övriga dagligvaror	400-450	20-25
Sällanköpsvaror	1 100-1 450	30-40
Beklädnad	400-550	10-15
Hem-/fritidsvaror	700-900	20-25
Detaljhandel totalt	2 700-3 400	135-170
Restaurang	1 300-1 600	40-50
Kommersiell service*	400-500	-
Totalt	4 400-5 500	175-220

*Kommersiell service, cirka 15 procent av ytan för detaljhandel.

WSP bedömer att kvarteren i Ångkvarnen totalt sett kan inrymma mellan cirka 4 400 – 5 500 handel, restaurang och kommersiell service.

Ytpotentialen är störst inom dagligvaruhandeln och restaurangsektorn. Inom dagligvaruhandeln är det rimligt att tänka sig mellan 1 600–2 000 kvm. Inom restaurang uppgår behovet till 1 300–1 600 kvm.

Ytbehovet inom sällanköpsvaruhandeln är något mer begränsat, totalt cirka 1 100–1 450 kvm.

Utrymmet för övrig kommersiell service uppgår till mellan 400–500 kvm. Etablering av större gym/yogastudio eller dylikt innebär ytterligare ytbehov, se nästa sida.

På följande två sidor ges exempel på verksamheter som är lämpliga i Ångkvarnen givet området roll och funktion för boende, arbetande och besökare i området och i övriga Kungsängen.

Det ges även exempel på vilken effekt ett koncept inom kultur, konstmuseum eller andra kulturverksamheter, innebär för potentialen i olika branscher. Koncepteffekten innebär att den totala ytpotentialen kan bli något högre än vad som redovisas i tabellen till höger.

Ytpotentialen kan också bli högre om en större aktör inom gym/friskvård etableras i området.

Potential och ytbehov för handel och kommersiell service

Bransch	Marknads-potential ,kvm LOA	Koncepteffekt, konstmuseum, kvm LOA	Exempel på verksamheter
Dagligvaruhandel	1 600-1 950		Fullsortiments livsmedelsbutik, apotek, blommor, brödbutik, deli.
Sällanköpsvaruhandel	1 100-1 450	200 - 400	Livsstilsbutiker inom primärt heminredning, cykelcenterbutik. Barnkläder, leksaker, second hand. Koncepteffekt består i möjlighet till ett större utbud (till exempel museibutik) om Ångkvarnsplatsen får konstmuseum eller liknande kulturverksamheter.
Restaurang och café	1 300-1 600	300 - 500	Take away (ex indiskt, thai, italienskt, persiskt, japanskt etc), kvarterskrogar (etablerade kedjekoncept såväl som lokala aktörer med barmöjlighet), caféer (ex italienskt café, lunchcafé, bageriscafé, workplace café etc). Koncepteffekt består i möjlighet till ett större utbud (till exempel servering i museet) om Ångkvarnsplatsen får konstmuseum eller liknande kulturverksamheter.
Kommersiell service	400-500		Mindre gym, frisör, mäklare, hundspa, kemtvätt, skomakeri och nyckelservice, cykelverkstad.
Gym/ friskvård	500		Gym, yogastudio el. dyl. Om en större enhet kan lockas att etablera sig i Ångkvarnen ökar den totala ytpotentialen.
Summa	4 900-6 000	500– 900	

Potential för offentliga verksamheter, arbetsplatser samt besöksmål

Karaktär	Marknads-potential kvm	Koncepteffekt konstmuseum	Exempel
Arbetsplatser i gatuplan	Fåtal etableringar	Förstärker efterfrågan marg.	Revisorer, marknadsförare, arkitekter. Kreativa och redovisande yrken som kan tänka sig lokaler i gatuplan. RUT och ROT-tjänster – hantverkare, låssmed osv. De sistnämnda kan ligga perifert, men behöver närhet till vägnätet och parkeringsplats.
Offentliga verksamheter	Delvis reglerat	-	Vårdcentral, tandläkare, utbildning m.m.
Besöksmål	Mycket aktörsberoende	Förstärker efterfrågan	Boutique hotell, Hostel, Konferens, Mikrobryggeri, Konstgalleri, Hantverk. Koncepteffekten av ett konstmuseum finns framförallt inom konferens och hantverk.
Arbetsplatser	Måttlig efterfrågan. Relativt god i kulturbyggnaderna.	Förstärker efterfrågan marg.	Arkitekter, mindre konsultbolag inom samhällsbyggnadssektorn, Hub för start-ups, dataspelsutvecklare och andra tech-bolag, företag inom PR och reklam. Etablering i den äldre industribebyggelsen med ovanstående branscher avser mindre företag av storleken 10 - 25 anställda, där ytbehovet per företag bedöms till ca 150 - 400 kvm (i vissa fall renodlade fåmansbolag som kräver än mindre yta).

För ovanstående verksamheter har ingen marknadspotential bedömts exakt utan framförallt om konceptuering ger ytterligare effekter på dess förutsättningar. Omfattningen för dessa verksamheter är inte alltid marknadsstyrd (t ex offentliga verksamheter) eller svåra att bedöma exakt efterfrågad volym (reguljära arbetsplatser), kan variera mycket i storlek och/eller styrs i viss utsträckning av de fysiska ramarna (som t ex olika besöksmål).

Lokaliseringsanalys

Möjliga platser för lokalisering av handel och service i Ångkvarnen - Inledning

I detta kapitel ges förslag på var handel och service bör lokaliseras i Ångkvarnen. Till grund för analysen ligger WSP:s erfarenhet av hur den kommersiella logiken för gatuplansverksamheter fungera, dels en intervju med Claes Du Rietz – lokalmäklare som bland annat arbetar med uthyrning i Ångkvarnen och Kungsängen.

Kommersiell logik för gatuplansverksamheter

Den kommersiella logiken för gatuplansverksamheter i stadsdelar och bostadsområden bygger på att optimera de kommersiella förutsättningarna så långt det är möjligt, då marknadsvillkoren ofta är relativt begränsade. För att uppnå detta bör tre etableringsstrategier premieras.

1. Maximera flödesförutsättningarna

- Stads- och bostadsområdeshandel styrs framförallt av en vardagslogik. De huvudsakliga inköpen av produkter och tjänster kommer att ske i en vardagskontext där rationellt beteende är styrande.
- Butiker och lokaler bör etableras i de lägen som upplevs som mest rationella för en majoritet av de besökande till stadsdelen. Dessa lägen är oftast de platser där flödet av bil/kollektivtrafik/gång och cykel är som störst, exempelvis vid huvudinfarter eller kollektivtrafikhållplatser där stadsdelen ansluter till sin omvärld men även i anslutning till sociala mötesplatser såsom stadstorg och parker.
- Optimerad synlighet och upplevd orienterbarhet är också viktiga aspekter att säkerställa.

- Etableringar längre in i området blir mer till lokala företeelser och riskerar att tappa potentiella kunder i form av passerande. Extra viktigt i dessa fall blir att tillse att marknadsunderlaget i det direkta närområdet är tillräckligt för det planerade utbudet.

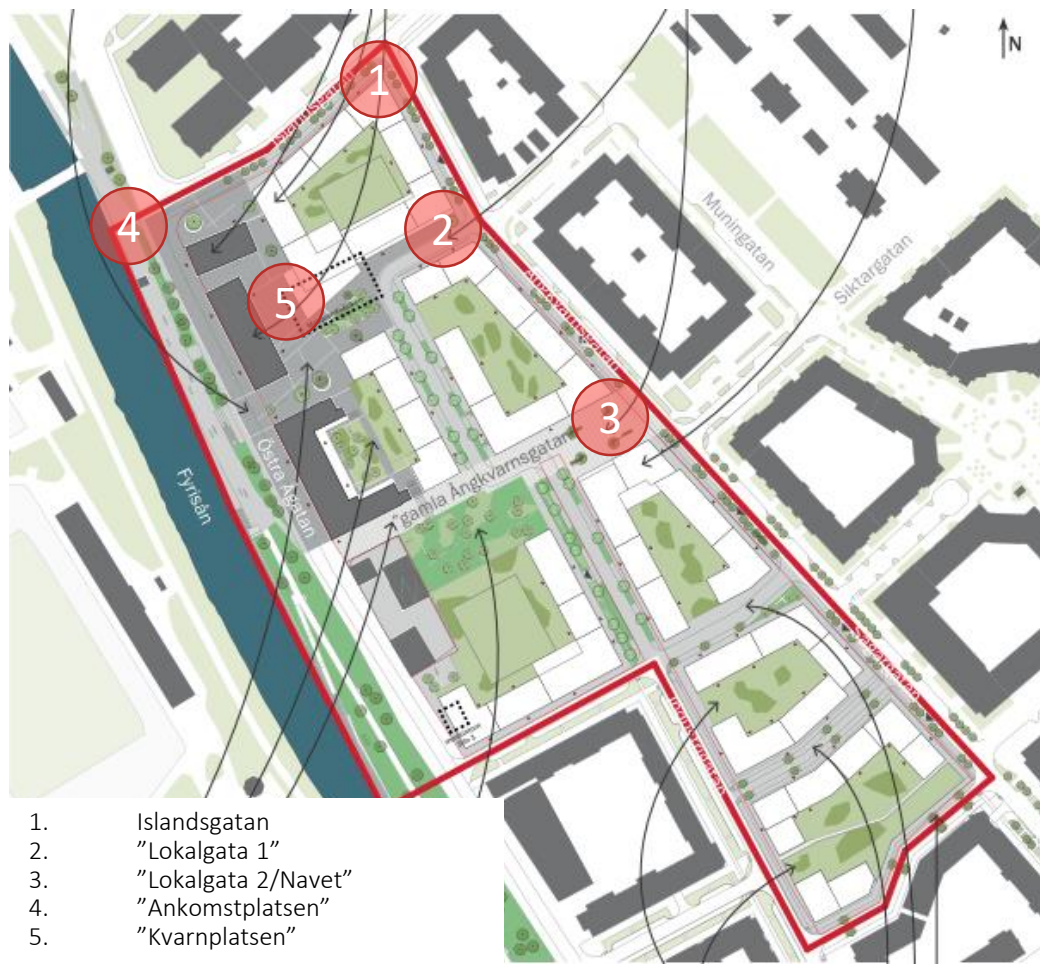
2. Koncentrera etableringarna till få noder och stråk och undvik intern konkurrens

- För att optimera flödet till en plats bör besöksanledningarna maximeras. Genom samlokalisering stöttas ett rationellt beteende då det möjliggör att flera ärenden och behov kan uppfyllas inom samma plats, eller i dess närhet.
- För att inte utarma marknadsunderlaget bör även valda noder vara få och geografiskt avskilda. Tillgängligheten dem emellan bör dock vara god och tydlig. Man bör undvika allt "för långa" gångavstånd och andra fysiska och mentala barriärer som hindrar ett naturligt flöde dem emellan.

3. Utnyttja områdets fysiska företräden

- Utöver starka flöden och koncentration bör stadsdelens estetiska, funktionella och strukturella företräden utnyttjas.
- Hellre en parknära plats än en anonym gata, sträva efter etableringar längs dubbelsidigt bebyggda gator, undvik kraftiga topografiska skillnader då framförallt gående strävar efter en så plan struktur som möjligt och utnyttja solsidor samt platser som öppnar sig som torg, vattenytor, "pocket parks" och vägkorsningar.

Möjliga platser för lokalisering av handel och service i Ångkvarnen



Med utgångspunkt i den kommersiella logiken för lokalisering (se föregående sida) och strukturplanen för Ångkvarnen har fem möjliga platser identifierats (gatunamnen utgår från PM trafikstruktur och principiella gatusektioner för DP Ångkvarnen, se bilaga 1).

- 1. Islandsgatan** - vid korsningen Islandsgatan/Ångkvarnsgatan. I hörnbyggnaden.
- 2. "Lokalgata 1"** - vid korsningen Ångkvarnsgatan. Längs Lokalgata 1s båda sidor i början av kvarteren samt längs Ångkvarnsgatan närmast korsningen (båda sidorna).
- 3. "Lokalgata 2/Navet"** - vid korsningen Ångkvarnsgatan. Längs Lokalgata 2s båda sidor kring torgbildningen samt längs Ångkvarnsgatan närmast korsningen (båda sidorna). Även hörnet/kortsidan på bygganden vid parken/Lokalgata B.
- 4. "Ankomstplatsen"** - vid korsningen Islandsgatan/Östra Ågatan. Gatuplanen kring torgbildningen vid Ankomstplatsen samt längs Östra Ågatan.
- 5. "Kvarnplatsen"** - gatuplanen kring torgbildningen som skapas i gaturummet mellan kvarnen och i Lokalgata 1s förlängning.

Marknadsunderlaget medger dock inte etablering på samtliga fem platser eftersom utbudet då skulle bli för utspjutt.

I syfte att avgöra vilken/vilka av platserna som är mest lämplig har WSP därför gjort en värdering av respektive plats styrkor och svagheter.

Möjliga platser för lokalisering av handel och service i Ångkvarnen – sammanfattning styrkor och svagheter

1. Islandsgatan

- + Synlig entré från öst/Islandsgatan
- + Koppling mellan Ångkvarnen och omgivningen.
- Ingen torgbildning
- Periferi i Kungsängenområdet
- Få lokalmöjligheter

2. "Lokalgata 1"

- + I huvudstråk samt synligt från infart/entré Islandsgatan
- Svag koppling till kulturmiljö
- Ingen torgbildning
- I kanten av Kungsängenområdet

3. "Lokalgata 2/Navet"

- + I huvudstråk
- + Torgbildning med solsida
- + Mer centralt i Kungsängenområdet
- + Närhet park (om den blir aktiverad)
- + Kopplar mot befintliga lokaler Siktargatan
- Ingen kulturmiljökoppling
- Relativt långt från ån
- Inte vid områdets infart/entré

4. "Ankomstplatsen"

- + Kulturmiljö
- + Eventuell kulturverksamhet
- + Vid ån
- + Torg med kvällsol
- + Entré från stadskärnan längs ån
- Inte vid starkt bilstråk
- Periferi i Kungsängenområdet
- Skugga dagtid

5. "Kvarnplatsen"

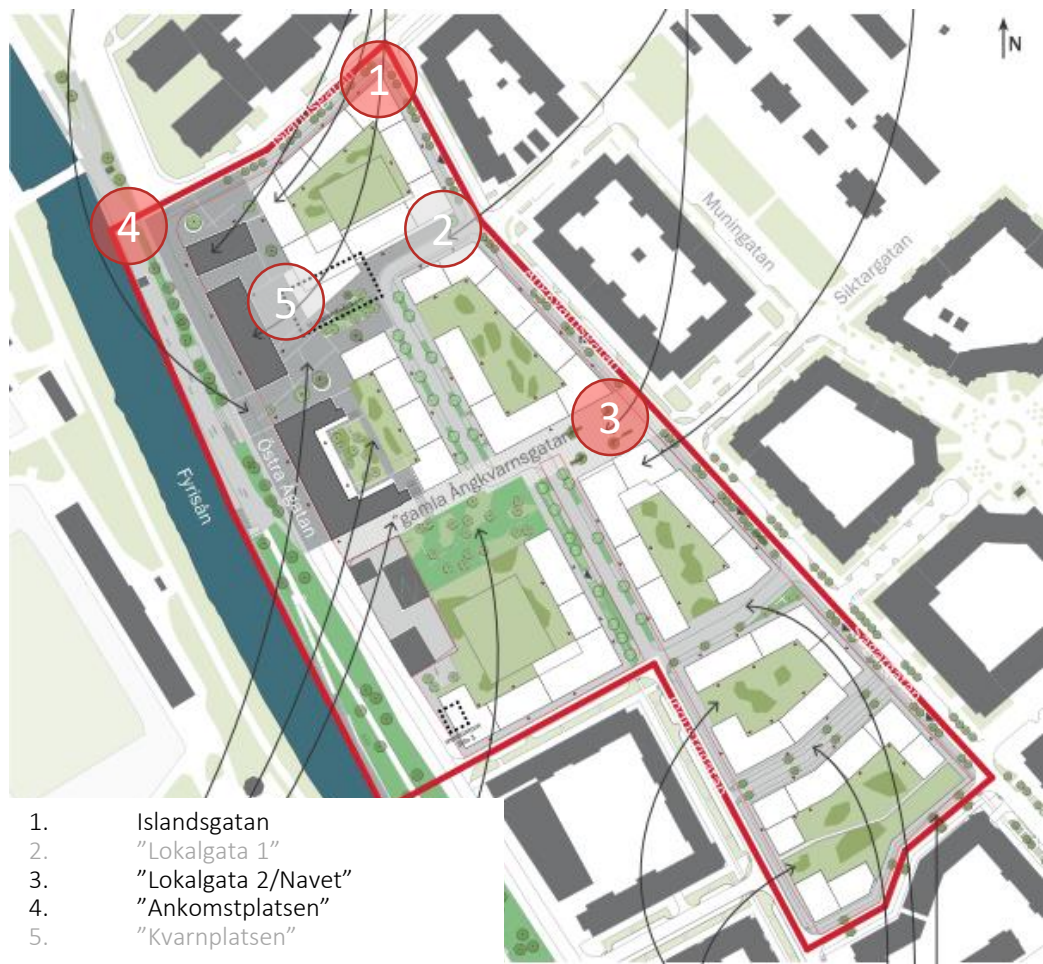
- + Kulturbyggnader
- + Eventuellt kulturverksamheter
- + Nära ån
- + Torgbildning med solsida
- Inget huvudstråk
- Avskild/gömd plats
- Svag koppling till ån
- Äldre bebyggelse, delvis kolossalik/barriär

”Ankomstplatsen” och Östra Ågatan – en kommentar

- Inriktningsprogrammet identifiera den äldre bebyggelsen längs Östra Ågatan som områdets mest gatuplanslokaltäta del.
- Ån samt en etablering av offentlig kulturverksamhet i den äldre silon innebär positiva egenskaper som stärker områdets attraktion för gatuplansverksamheter.
- Marknadsunderlaget för etablering av nya verksamheter är dock begränsat och ur ett ”Kungsängen”-perspektiv ligger området delvis perifert.
- För att etablera området som en stark kommersiell nod behövs en ”landningsplats” för besökare. Trottoaren är idag mycket smal och därmed begränsande. Dock planeras en flexzon om två meter ihop med en gångbana om två meter, vilket möjliggör etablering av servering mot ån. En större platsbildning saknas däremot längs stråket efter Ankomstplatsen. Kopplingen in i området blir därmed svag då den äldre bebyggelsen genom sin storlek skapar barriärer och gatustråken in i området inte har volymer som är tillräckliga för att accentuera det inre torget.
- Med anledning av det ovanstående är därför vår bedömning att efterfrågan på kommersiella lokaler i området främst kommer att orientera sig kring silon samt längs med Östra Ågatan i den gamla kvarnen. Vår bedömning är att stråket inte är nog starkt för att sträcka sig längre än så för renodlade kommersiella verksamheter. Dock är kulturbyggnader även attraktiva för etablering av mindre kontorsenheter i gatuplanslokaler varför det kan vara ett alternativ.



Lämpliga platser för lokalisering av handel och service i Ångkvarnen



Analysen av respektive plats styrkor och svagheter visar att de mest lämpliga platserna för lokalisering av handel och service i Ångkvarnen är

1. **Islandsgatan** - vid korsningen Islandsgatan/Ångkvarnsgatan.
3. **"Lokalgata 2/Navet"** - vid korsningen Ångkvarnsgatan.
4. **"Ankomstplatsen"** - vid korsningen Islandsgatan/Östra Ågatan.

De platser som bedöms som mindre lämpliga är således "Lokalgata 1" (2) och "Kvarnplatsen" (5).

Inriktning på handel och kommersiell service på respektive plats

Givet de kommersiella och fysiska förutsättningarna på plats är följande innehåll på lämpligt på respektive plats. Observera att nedanstående förslag är exempel på verksamheter och att bedömd potential är styrande för hur mycket som kan etableras.

1. Islandsgatan

1-2 etableringar, till exempel café/restaurang eller tobak/tidningar, som signalerar att Ångkvarnsområdet börjar här.

3. "Lokalgata 2/Navet"

Platsen är en nod för handel och service i hela Kungsängen. Platsens huvudsakliga funktion är att lösa vardagliga behov. En eventuell flytt av Willys till andra sidan Kungsgatan kommer ytterligare att förstärka noden.

En livsmedelsbutik av supermarketstorlek fungerar som ankare. Kompletterande verksamheter utgörs exempelvis av:

- Skomakare, kemtvätt, frisör, cykelservice och nyckelservice
- Ett par restauranger med möjlighet till uteservering och med delvis tydlig fokus på take-away
- Ett mindre gym
- Mäklare
- Apotek, vårdcentral, tandläkare, friskvård

4. "Ankomstplatsen"

Detta är en plats med lugnare tempo där besökarna gärna stannar lite längre. Utbudet får gärna knyta an till de eventuella kulturverksamheterna på platsen.

Utbudet ska inte bara attrahera de boende och arbetande i området utan även locka andra Uppsalabor och besökare till platsen. Läget vid åstråket innebär möjligheter att ta del av de flöden som finns där. Platsen ska upplevas som genuin, kvalitativ, avkopplande och modern. Etablering av kulturverksamhet är dock avgörande för styrkan i platsens attraktion.

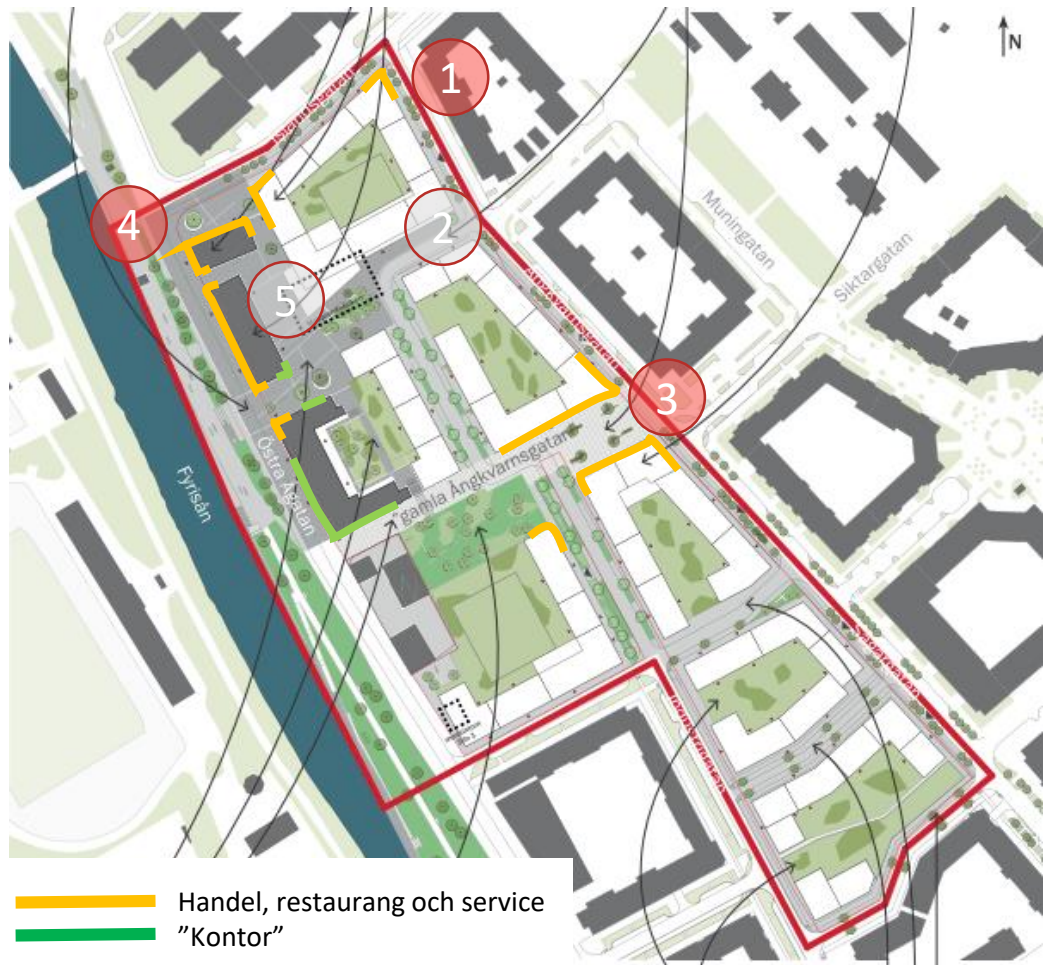
Exempel på lämpligt utbud är:

- Lokal kvarterskrog och/eller etablerade restaurangkoncept likt Texas Longhorn, Vigårda, Primo Ciao. Med rätt krögare kan även en signaturrestaurang etablera sig i området.
- Café med olika konceptuella inriktningar (t ex det mindre italienska med glass, det klassiska för lunch, med bagerikänsla, workplace osv)
- Livsstilsbutik inom inredning
- Deli, brödbutik
- Yogastudio
- Cykelcenter/butik
- Galleri och hantverksbutiker/ateljéer
- Butik och servering i konstmuseet

Utöver handel och service kan platsen vara attraktiv för etablering av exempelvis

- Hotell så som ett mindre Boutique Hotell med konferensmöjlighet, mindre kontor i gatuplan

Inriktning på handel och kommersiell service på respektive plats



Avslutande råd och kommentarer

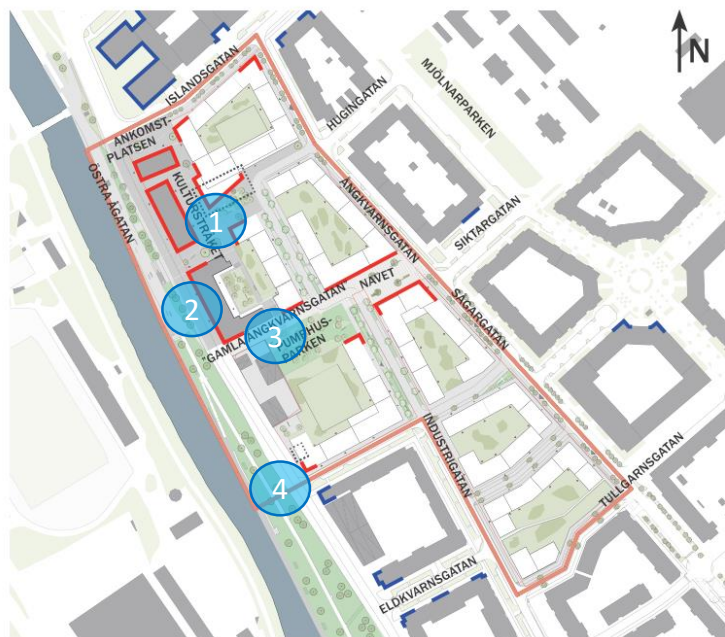
Kraven på lokalstorlekar varierar mellan olika branscher. Säkerställ därför att lokaler i varierande storlekar kan tillskapas,

En livsmedelsbutik av supermarketstorlek innebär att en del kunder kommer med bil. Säkerställ därför att en väl fungerande parkeringslösning med lämpligt antal parkeringsplatser kan skapas.

Försök att ta ett helhetsgrepp över utbudet av handel och service. Det ökar möjligheten att få de olika platserna att komplettera varandra och gör det lättare för konsumenterna att förstå vad som finns i områdets olika delar.

Fortsätt omvärldsbevaka. Marknadsförutsättningarna för området styrs primärt av behovet hos de boende och arbetande i närområdet. Etableras större handelsdestinationer (inom t ex livsmedel) i ett starkare läge ur ett flödes/tillgänglighetsperspektiv som vänder sig till samma marknadsområde, riskerar platsens kommersiella förutsättningar att försvagas.

Reflektion på inriktningsbeslutets etableringsförslag av lokaler



- befintliga lokaler
- nya lokaler

Principer för lokalisering av nya bottenvåningslokaler är markerade med röda streck.

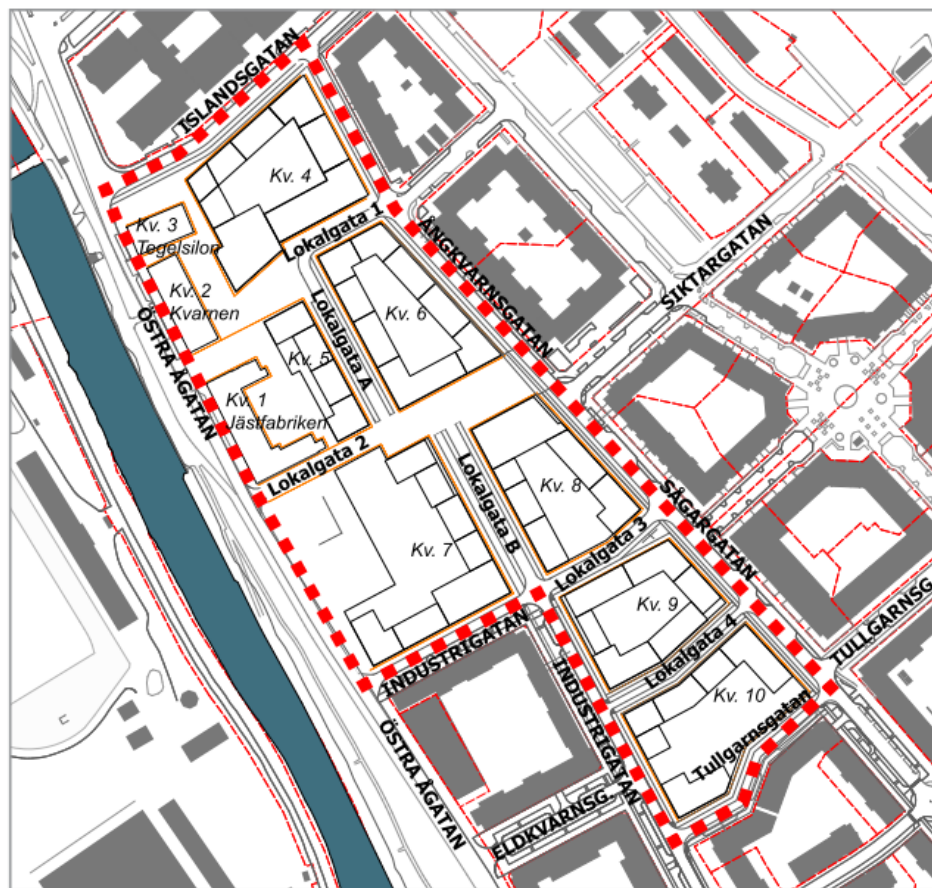
I linje med inriktningsbeslutet bedömer vi att etablering av lokaler är marknadsmässigt motiverat i hörnbyggnaden Islandsgatan/Ångkvarnsgatan, Navet samt Ankomstplatsen/Östra Ågatans norra del. Däremot har vi avvikande mening avseende etableringsförutsättningarna för:

- 1. Kulturhusstråket ("Kvarnplatsen").** Med hänsyn till att marknadsunderlaget är begränsat så är Kulturhusstråket alltför inåtvänt och avskilt från omkringliggande stråk. Områdets läge i Kungsängen är i sig perifert och inga längre siktlinjer eller gator leder hit. Den gamla kvarnbyggnaden innebär i sig en kraftig barriär mot åstråket och kopplingarna mot åstråket är för svaga fysiskt/visuellt.
- 2. Östra Ågatans korsningen Gamla Ångkvarnsgatan.** Östra Ågatans placering längs ån i kombination med den äldre kulturhusbebyggelsen och planerad flexzon ett attraktivt stråk. Trots detta är vår bedömning att det inte går att ha ett så långt ensidigt stråk med kommersiella lokaler i detta läge, utan förespråkar en koncentration från Ankomstplatsen och längs gamla kvarnen.
- 3. Gamla Ångkvarnsgatans västra del.** Liksom för Kulturhusstråket innebär det begränsade marknadsunderlaget att lokaletableringarna bör ske koncentrerat. Att etablera längs hela Gamla Ångkvarnsgatan blir ett för utdraget stråk där Navet är den lämpligare lokaliseringen.
- 4. Industrigatan.** Lokalläget blir i princip en singeletablering utan kontakt med övriga lokaletableringar. Läget utgör inte heller en större entré eller ett förväntat flödesintensivt stråk till området. Indikationer finns även att efterfrågan på mindre lokaler i sekundära lägen är låg i Kungsängen.

Bilaga 1
Gatunamn från "PM Trafikstruktur och principiella
gatusektioner för DP Ångkvarnen"

Gatunamn i Civits trafikutredning

32



Bilaga 2
Intervju med Claes Du Rietz, mäklare för
kommersiella fastigheter

Intervju med Claes Du Rietz - lokalmäklare

Inledning

I syfte att fördjupa insikterna i de förhållanden som i Ångkvarnen och Kungsängen avseende lokalbehov, efterfrågan, fysiska förutsättningar med mera har WSP intervjuat Claes Du Rietz, fastighetsmäklare för kommersiella fastigheter vid Mäklarhuset i Uppsala. Resultaten från intervjun har vävts in i analysen av potentialen för handel och service i Ångkvarnen. De viktigaste resultaten från intervjun redovisas mer utförligt nedan.

Utbud och efterfrågan på kommersiella lokaler i Kungsängen

Enligt Du Rietz är efterfrågan på lokaler i Kungsängen god och det finns intresse från flera branscher att etablera sig i området. Det är dock brist på lite större lokaler i Kungsängen eftersom de flesta lokaler som erbjuds är som mest 300 kvadratmeter. Det gör att branscher som till exempel gym och restauranger har svårt att hitta lämpliga lokaler. För att kunna locka alla önskvärda branscher framhåller Du Rietz att det är viktigt att skapa en bra mix av olika lokalstorlekar i Ångkvarnen.

När det gäller efterfrågan på mindre lokaler (max 300 kvadratmeter) menar Du Rietz att det hittills har fungerat att hyra ut de lokaler som producerats, men att det börjar bli trögare eftersom alla lokaler är i samma storlek och de redan hyrt ut till verksamheter den storleken passar för. Nu fungerar de mindre lokalerna även för kontor och eftersom det är ont om små kontor blir en del uthyrningar till det.

Det saknas ett helhetsgrepp för handel och service i Kungsängen.

Du Rietz menar att det saknas ett helhetsgrepp för handeln i Kungsängen och att anledningen är att det är många olika bostadsrättsföreningar som alla har kommersiella lokaler.

Bristen på ett helhetsgrepp medför att handel och service inte är etablerad utifrån normal logik, det vill säga samlad vid ett fåtal platser vid starka stråk, noder och mötesplatser, utan finns utspridd på många olika platser i området. Den utspridda handeln innebär att synergieffekterna mellan olika butiker nästan uteblir och att det är svårt för boende och besökare veta vilket utbud som erbjuds i stadsdelen.

Livsmedelsbutik i Ångkvarnen

Enligt Du Rietz finns det goda förutsättningar för en livsmedelsbutik i Ångkvarnen. Det finns även intresse från en aktör att etablera en butik om cirka 1 000 kvm. (supermarketstorlek). Willysbutiken som ligger i utkanten av Kungsängen kan komma att flytta. Du Rietz menar dock att en flytt av den butiken inte är nödvändig för att en supemarketbutik i Ångkvarnen ska bära sig. En flytt av Willys skulle innebära att en något större butik skulle gå att etablera i Ångkvarnen, men enligt Du Rietz är det mindre lämpligt med tanke på parkeringsbehov, biltrafik med mera. (WSP stöder den slutsatsen och har tagit hänsyn till det vid beräkningarna av potentialen för livsmedelshandel i Ångkvarnen.)

Intervju med Claes Du Rietz - lokalmäklare

Stark efterfrågan på kontor i Uppsala gynnar Kungsängen

Enligt Du Rietz är det stor efterfrågan på kontorslokaler och stigande hyror i Uppsala, vilket spiller över på Ångkvarnen där det finns några äldre byggnader med häftig arkitektur som skulle kunna vara intressanta för kontorshyresgäster som ser ett mervärde att sitta i annorlunda och spektakulära byggnader.

Det byggs också många kontor i närheten av Ångkvarnen, vilket enligt Du Rietz innebär en ökad köpkraft under dagtid. (WSP har också tagit hänsyn till detta i analysen av omsättnings- och ytpotential).

wsp

wsp