



## Vad behöver Karlshamn göra för att möta konkurrensen?


### Tips o tricks!

- Agera som ambassadör för Karlshamn, skapa en positiv ton i all kommunikation med vänner, kollegor, anställda och kunder
- Ha ett fortsatt fokus på en hög servicenivå i våra butiker
- Håll din butik levande, förändra utseendet på exponeringsytorna ofta, vardagskunderna är våra viktigaste ambassadörer
- Gör "studiebesök" hos varandra, det är så lätt att bli "hemmablind". Vad skulle du med kundögon vilja förändra?
- Personlig service kommer alltid att vara bättre än e-handel, dra nytta av det
- Hitta samarbeten med andra verksamheter som riktar sig till samma målgrupp, skapa gemensamma event
- Var aktiv och närvara på de sammankomster som erbjuds från Centrumföreningen, Näringslivsenheten och Fastighetsägarna, TILLSAMMANS kan vi utveckla platsen vi verkar på.



Du hittar mer info på [www.karlshamn.se](http://www.karlshamn.se)



**Karlshamns kommun, Näringslivsenheten**  
Rådhuset, 374 81 Karlshamn, Tel 0454-815 00  
[naringsliv@karlshamn.se](mailto:naringsliv@karlshamn.se), [www.karlshamn.se](http://www.karlshamn.se)  
 Karlshamns Näringsliv

Handelsstaden Karlshamn – mitt i Blekinge och nära till allt!

# Handeln i Karlshamn



En kort sammanfattning av handelsanalysen  
genomförd 2018/2019

Läs mer på: [www.karlshamn.se](http://www.karlshamn.se)



# Handelsanalysen Karlshamn – Möjligheternas Karlshamn

## Uppdragets innehåll

Reteam Group har på uppdrag av Karlshamn kommun genomfört en analys av handeln i Karlshamn. Hela utredningen inkluderar följande två delar:

- Markanalys med handelsperspektiv för hela Karlshamns kommun med förslag till strategi och handlingsplan.
- Kartläggning av stadens förutsättningar, funktion och förbättringsmöjligheter i Karlshamn med förslag till strategi och handlingsplan.



Syftet med analysen var att undersöka hur man vid olika scenarier för befolkningstillväxt bör rikta resurser och fokus i handelsutvecklingen t.ex. om fokus bör riktas mot mer-försäljning i befintliga butiker eller skapa nya butiker och butikslägen.

## Metodik

Reteam med 3 olika analysmetoder, Mind 16, Retail Mapping och Replacemaking.

### Mind16:

En intervjumetod och ett profileringsverktyg som definierar konsumenters, detaljhandelns och konkurrerande marknadsplatsers värderingar, attityder och preferenser.

### Retail mapping:

En butiksinventering och analys av befintligt handelsutbud. Varje butik inom ett avgränsat område (zoner) registreras och utvärderas på flera olika punkter. Den samlade bilden ger inblick i handelsutbudets bredd och djup samt identifierar styrkor, svagheter, hot och utvecklingsmöjligheter.

### Replacemaking:

En analys som identifierar vilka behov och önskemål människor har i det offentliga rummet på olika typer av stråk samt hur det offentliga rummet kan utvecklas för att på bästa sätt tillgodose dessa önskemål och behov.

### Planera/Spendera

Att veta hur mycket någon tjänar är bra, men det är ännu mer intressant att veta vad människors attityd till att spendera pengar är när de är inne i staden. Resultatet har betydelse för hur butikerna ska planera sitt sortiment.

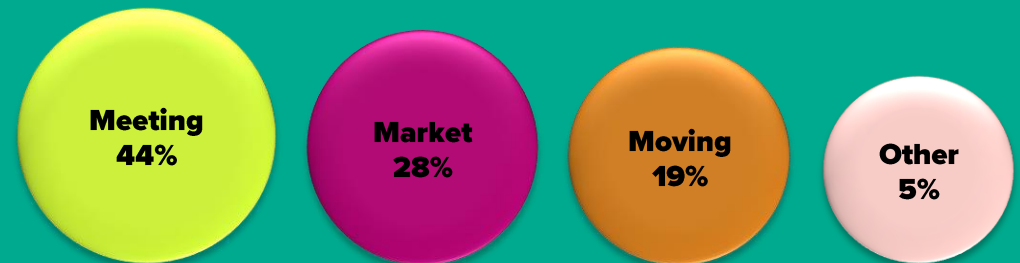


Färgpalett för Karlshamn framtagen av Reteam utifrån deras intervjuer med befolkningen.

I undersökningen frågade Reteam deltagarna om deras impulsbudget. Svaren mäter inte människors disponibla inkomst utan attityden till att spendera pengar. Detta säger mer eftersom även om man har en stor disponibel inkomst kanske man inte tycker om att spendera pengar. Impulsbudget visar på summor som människor är villiga att spendera om de blir tillräckligt motiverade. Resultatet i Karlshamn visar på att deltagarna är villiga att spendera i genomsnitt ca 1800 sek på ett impulsinköp om de blir tillräckligt motiverade. Median impulsbudgeten är 1000 sek. Andelen som kan spendera 1000-2500 sek på ett impulsinköp i Karlshamn är hög (ca 23%) jämfört med flera andra städer och även något högre än i Karlskrona.

### Varför är du här idag?

En hög procentandel av deltagarna som var i stadskärnan var där av en social anledning. Procentandelen för Meeting var högre bland de deltagare som intervjuades på torget. Ute på volymhandelsområdet på söndagen så var deltagarna där primärt för att göra ett målinriktat köp (70%).



### Konkurrens

Var handlar du om du inte handlar i Karlshamn? Det var en öppen fråga som ställdes och deltagarna kunde svara en eller flera platser. Topp 4 som nämndes av deltagarna var Malmö, Kristianstad, Karlskrona och Växjö. Det som nämnts som bra på de olika platserna är framförallt **utbudet**. Deltagarna hänvisar till ett stort och varierat utbud med många valmöjligheter. En annan anledning är att platserna är **livfulla**, särskilt utpekade bland de som sagt Malmö och Växjö. Konkurrensen utgörs främst av större städer som Karlskrona och Kristianstad som ligger ca en timmes bilfärd från Karlshamn. Nyöppnade köpcentret C4 utanför Kristianstad ligger drygt 40 minuter bort.