

Effekter av en Ikea-etablering

– Vad händer när Ikea kommer till staden?

Att få en Ikea-etablering har länge varit eftertraktat av kommuner och regioner, men ingen har riktigt vetat vilken betydelse ett Ikeavaruhus har för omgivande handel. Denna studie visar att Ikea har flera positiva följdverkningar för den region där de etablerar ett varuhus.

Kort om studien

I forskningsprojektet ”Vad händer när Ikea kommer till staden?” har HUI Research, i samarbete med Högskolan Dalarna, studerat hur en region där ett nytt Ikeavaruhus öppnas påverkas.

I projektets första del studerade forskargruppen hur de fyra Ikea-etableringar som skett i Sverige under åren 2004 till 2007 påverkade etableringskommunerna när det gäller omsättning och sysselsättning i sällanköpshandeln, samt om en etablering leder till ett ökat inflöde av köpkraft från andra regioner och hur sysselsättningen i handeln i stort påverkas. I det andra delprojektet låg fokus på hur dessa Ikea-etableringar påverkade de existerande handelsföretagen i etableringskommunen. I projektets tredje del

intervjuades handlare och andra intressenter i Borlänge, både före och efter Ikea etablerade ett varuhus på orten, om sina förväntningar och hur de faktiskt hade påverkats.

Jämförbara kommuner

Forskarna inledde med att noggrant välja ut kommuner som var likvärdiga med de kommuner där Ikea etablerade sig under perioden. Ett vanligt problem med denna typ av studier är annars att jämförelserna görs utan eftertanke och därmed ger felaktiga resultat i analysen.

Stora handelsetableringar är inte slumpmässigt lokaliserade. Företagen i fråga etablerar sig oftast i regioner som har en positiv utvecklingstrend. Detta innebär att hänsyn måste tas till att de regioner där stora han-

delsetableringar sker troligen hade utvecklats bättre än genomsnittsregionen även utan den nya etableringen. Om inte detta tas med i beräkningarna finns det risk att effekterna av en Ikea-etablering överskattas.

Omsättning och sysselsättning ökade

Resultaten i studien visar på att Ikea överlag är mycket viktig för sällanköpshandelns utveckling i en kommun. Etablerings-

kommunerna i studierna fick en kraftigt ökad omsättning och sysselsättning i sällanköpshandeln till följd av Ikeas inträde. Det betyder att det kan finnas fog för att lokala beslutsfattare ofta väljer att investera skattemedel för att få Ikea att etablera sig i sin kommun. Studien säger dock ingenting om hur lång tid det tar innan kommunerna har vunnit tillbaka sina investerade pengar.

1. Omsättningen i sällanköpshandeln ökar med cirka 20 procent i etableringskommunerna jämfört med likvärdiga kommuner där ingen etablering inträffade.
2. Sysselsättningen i sällanköpshandeln ökade med cirka 17 procent och den totala sysselsättningen i detaljhandeln ökade med cirka 10 procent jämfört med likvärdiga kommuner där ingen etablering inträffade.
3. En Ikea-etablering leder till ett ökat inflöde av köpkraft från andra regioner, och den största delen av ökningen beror på ett ökat inflöde av köpkraft från regioner som inte direkt gränsar till kommunen där Ikea etablerat sig.

Etableringskommunerna i studierna fick en kraftigt ökad omsättning och sysselsättning i sällanköpshandeln till följd av Ikeas inträde.

4. Endast små, och i de flesta fall icke statistiskt säkerställda, effekter på omsättning och sysselsättning fanns i de angränsande kommunerna. Ikea verkar alltså ha haft positiva effekter på inträdeskommunen, men endast försumbara effekter på grannkommunerna.

5. Flera av grannkommunerna har långsiktigt nedåtgående trender i sällanköpshandeln, men dessa trender fanns redan innan Ikea etablerade sig i regionen.

Stor fördel att ligga nära

Ett nytt Ikeavaruhus leder till en omfördelning av försäljningen inom kommunen. Företag inom kommunen påverkas olika av en Ikea-etablering, även om den totalt sett har en positiv effekt på kommunen. De detaljhandelsföretag som låg närmast Ikea fick en kraftigt ökad försäljning när Ikea öppnade sitt varuhus, medan företag som låg mer än fem kilometer från Ikea inte påverkades till följd av Ikea-etableringen. Det visar hur betydelsefull valet av lokalisering är för detaljhandelsföretagens utveckling.

1. Handelsföretag som är lokaliserade i närheten av de nya Ikea-butikerna, inom en (1) kilometer, ökar sin omsättning med i genomsnitt cirka 26 procent jämfört med handelsföretag som är lokaliserade i jämförbara kommuner där ingen Ikea-etablering skett.
2. Resultaten visar också att de positiva effekterna avtar med avstånd från Ikea-etableringen, och att inga statistiskt

säkerställda effekter finns för handelsföretag som är lokaliserade mer än fem kilometer från Ikea

3. Stads kärnorna i etableringsorterna har inte påverkats negativt av Ikea-etableringen.

Förväntningarna kom delvis på skam

Handlare, fastighetsägare och andra lokala intressenters förväntningar på att Ikea skulle öka försäljningen infriades inte riktigt.

1. Förväntningarna bland handlarna på Ikea var höga och många trodde på en ökad försäljning. Dessa förväntningar infriades inte alltid i den utsträckning de hade hoppats.
2. Hos över en tredjedel av verksamheterna fanns det både före och efter Ikeas inträde samarbeten mellan olika aktörer på grund av Ikea. Det fanns (och finns fortfarande) alltså en utbredd uppfattning om att det i samband med ett Ikea-inträde finns fördelar med lokala samarbeten.
3. Den allmänna uppfattningen bland de som tillfrågades var att Ikeas etablering hade ökat Borlänges attraktivitet som handelskommun.
4. När det gäller andra områden i regionen fanns en allmänt utbredd uppfattning

innan Ikeas etablering att varuhuset skulle attrahera köpkraft från omkringliggande orter och kommuner.

5. Efter Ikeas etablering rapporterar flera av de intervjuade att fler konsumenter verkar komma från andra delar av regionen jämfört med situationen innan Ikeas etablering.

Ikea lockar

Sammantaget visar studien tydligt att Ikea är en riktig ”dragare” som lockar konsumenter långväga ifrån, vilket bidrar till en kraftig ökning av kommunens köpkraftsindex. De angränsande kommunerna påverkas inte negativt i så hög grad som man kanske skulle kunna anta – effekten är marginell. Dessa kommuner kännetecknas dessutom ofta av en nedåtgående trend redan innan Ikea-etableringen, vilket innebär att Ikea inte är den viktigaste faktorn bakom den negativa utvecklingen i många av kranskommunerna.

Forskarna menar att det vore intressant att studera detta i ett längre perspektiv eftersom det är möjligt att Ikea långsiktigt attraherar fler nyetableringar av handelsföretag till kommunen eller i alla fall till Ikeavaruhusets närområde. I så fall är de positiva effekterna som presenterats i denna studie en undre gräns. Men för att ta reda på om det är så behövs fler studier.

FAKTARUTA

Rapporten *Effekter av en Ikea-etablering* bygger på resultat från forskningsprojektet *Vad händer när Ikea kommer till staden?*

Projektledare: Niklas Rudholm, professor, HUI Research.

Övriga projektdeltagare: Sven-Olov Daunfeldt, Oana Mihaescu, HUI Research, och Helena Nilsson, Högskolan i Dalarna.

För mer information om detta eller andra projekt som finansieras av Handels Utvecklingsråd, kontakta

Andreas Hedlund
Vd Handels Utvecklingsråd
010-471 85 46
andreas.hedlund@hur.nu

En Ikea-etablering leder till ett ökat inflöde av köpkraft från andra regioner, och den största delen av ökningen beror på ett ökat inflöde av köpkraft från regioner som inte direkt gränsar till kommunen där Ikea etablerat sig.



Handels Utvecklingsråd
Regeringsgatan 60, 103 29 Stockholm
Telefon 010-471 85 46
www.hur.nu