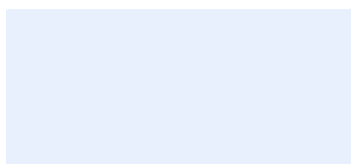


Rapport

# UPPDATERAD HANDELSUTREDNING



Slutrapport

2024-06-28



**Uppdrag:** 342766 Uppdatera Handelsutredning Vetlanda  
**Titel på rapport:** Uppdatera Handelsutredning Vetlanda  
**Status:** Slutrapport  
**Datum:** 2024-06-19

## Medverkande

**Beställare:** Vetlanda kommun  
**Kontaktperson:** Pär-Olof Högstedt  
**Konsult:** Tyréns AB, Peter Wikman, Mats Svensson, Evelina Tyrenius, Anna Castenvall  
**Uppdragsansvarig:** Peter Wikman  
**Kvalitetsgranskare:** Peter Wikman

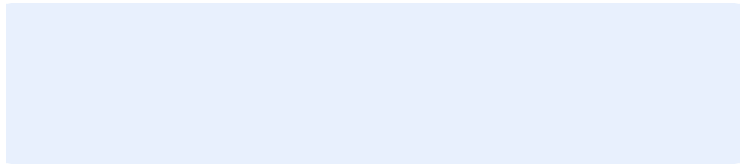
## Revideringar

**Revideringsdatum:** 2024-06-28  
**Version:** 2  
**Initialer** PW

Uppdragsansvarig

---

Datum: 2024-06-28



## Innehållsförteckning

<b>1 Indelning och bakgrund .....</b>	<b>4</b>
<b>2 Förutsättningar Vetlanda.....</b>	<b>4</b>
<b>3 Metod .....</b>	<b>6</b>
3.1 Definitioner (SNI-koder) .....	6
<b>4 Trender .....</b>	<b>7</b>
4.1 Detaljhandel och privat konsumtion .....	7
4.1.1 Hotell och restaurang.....	9
4.2 Den digitala revolutionen .....	11
4.2.1 E-handelns utveckling under 2000-talet .....	11
<b>5 Handel i Vetlanda .....</b>	<b>13</b>
5.1 Handelsområden – antal, yta och innehåll .....	13
5.2 Vetlanda Centrum.....	15
5.3 Nydala handelsområde .....	18
5.4 Maxi ICA stormarknad .....	20
5.5 Brogård.....	21
5.6 Söder centrum .....	23
5.7 Norresand.....	24
5.8 Karlslund.....	25
5.9 Målaregården.....	26
5.10 Sammanfattning handelsområden Vetlanda tätort.....	27
<b>6 Befolkning .....</b>	<b>29</b>
<b>7 Slutsats och rekommendationer .....</b>	<b>31</b>
<b>8 Referenser och underlag.....</b>	<b>32</b>

## 1 Indelning och bakgrund

Vetlanda kommun tog under 2017 fram en handelsutredning i samband med arbetet med en ny fördjupad översiktsplan för Vetlanda tätort. Handelsutredningen genomfördes med syfte att förse Vetlanda kommun med planeringsunderlag. Utredningen omfattade:

- dels prognoser över hur den framtida handeln i Vetlanda skulle komma att se ut, inklusive hur mycket mer handelsyta tätorten skulle komma att behöva,
- dels en identifiering av i vilken omfattning nya handelsetableringar skulle lokaliseras externt, halvexternt eller centralt inom tätorten.

Ett särskild fokus fanns även på samspelet mellan centrum och externhandel. Utredningen tog då hänsyn till en översiktsplanperiod fram till 2040.

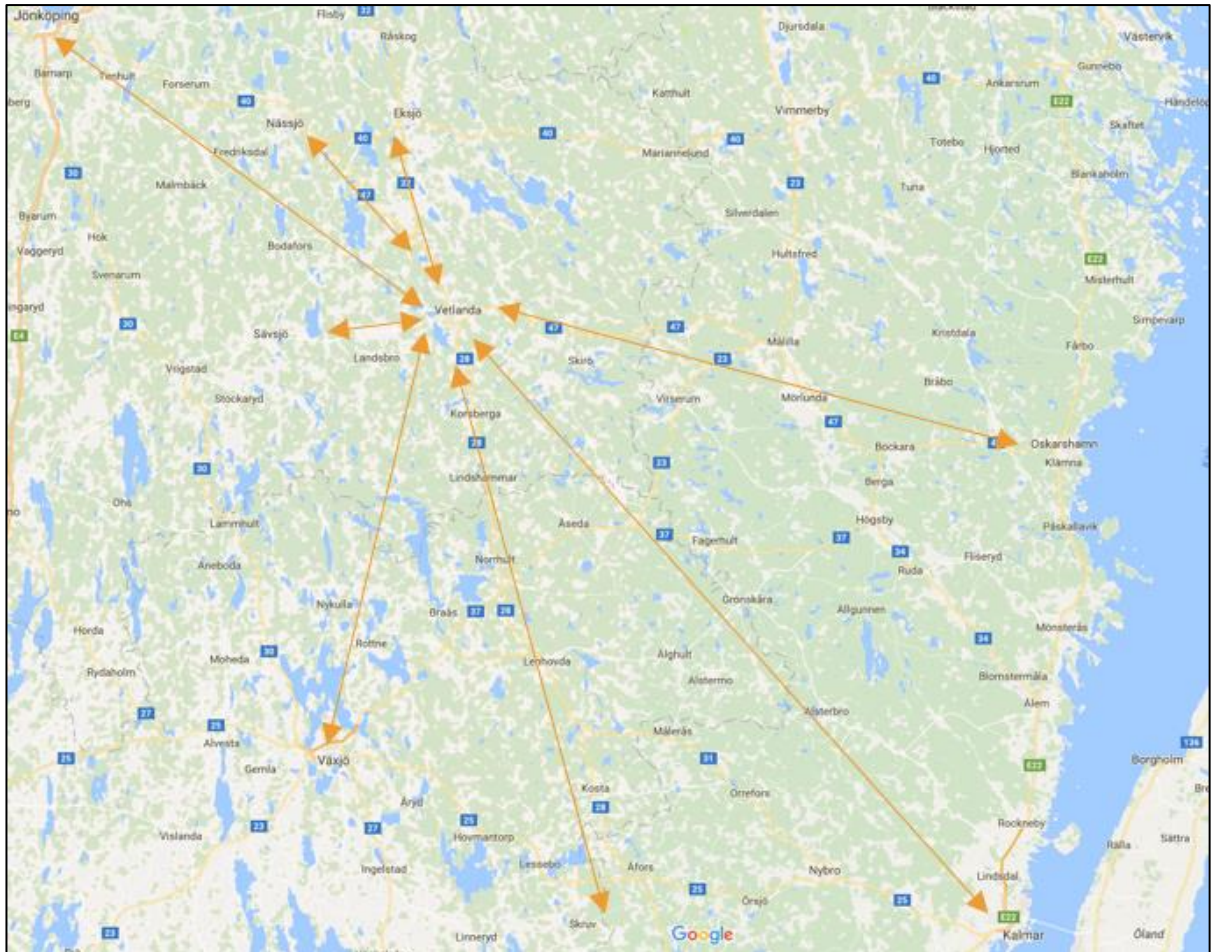
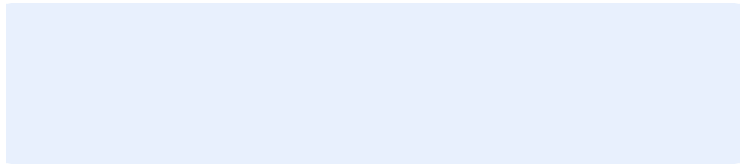
År 2024 arbetar Vetlanda kommun med ny översiktsplan för kommunen. Kommunen upplever även ett tryck för nya handelsetableringar och ser ett behov av att uppdatera befintlig handelsutredning. Kommunen vill även arbeta fram underlag för hur handeln i Vetlanda tätort kan utvecklas. Tyréns har fått i uppdrag att uppdatera underlaget till handelsutredningen som genomfördes 2017. Uppdateringen gäller tre specifika områden:

- Handel Vetlanda kommun
- Trendspaningar – ekonomisk och digital utveckling
- Befolkning och demografi

Tyréns projektgrupp består av uppdragsledare Peter Wikman - statistiker och samhällsplanerare, med inriktning mot surveymetodik och demografi, Mats Svensson - ekonomisk analytiker och utredare, Anna Castenvall – Lantmätteriingenjör och GIS-analytiker. Evelina Tyrenius – utredare samhällsbyggnad och miljö.

## 2 Förutsättningar Vetlanda

Vetlanda är beläget på det småländska höglandet med ett avstånd till Jönköping och Växjö på cirka en timme per bil (drygt 7 mil) och Kalmar inom 1,5 timme (drygt 13 mil). Väg 47 leder till Vetlanda från Jönköping via Nässjö. Väg 47 fortsätter österut till Oskarshamn. Söderut leder väg 28 till Karlskrona. Väster om Vetlanda med ett avstånd på 25 minuter med bil via väg 127 finns Sävsjö. Nedanstående karta visar Vetlandas läge, restider med bil presenteras i tabell.



Figur 1. Vetlanda i sitt omland.

Tabell 1. Restid Vetlanda och omgivande större orter.

Ort	Restid, bil
Jönköping och Växjö	Ca 1 timme
Kalmar	Ca 1,5 timme
Sävsjö	Ca 25 min
Eksjö	Ca 30 min
Nässjö	Ca 35 min

## 3 Metod

För att undersöka hur handeln har utvecklats i kommunen har Tyréns analyserat data rörande företag i olika branschsegment som bedriver handel inom kommunen. Hur har dessa företag och branschsegment utvecklats sen 2016 och hur skiljer det sig mellan olika platser i kommunen, externa handelsområden och stadskärnan till exempel. Analysen har utgått från bokslutsuppgifter kopplade till unika arbetsställen, vilket ger en totalbild över all aktivitet inom ett område. Samma områdesindelning som i den ursprungliga utredningen har använts.

Underlaget som analysen grundar sig på tar ni samtliga privata och offentliga verksamheter i Sverige. Dessa kopplas till var de faktiska arbetsställena finns genom koordinater som vi använt för att sortera in vilka verksamheter som hör till vilket område. Det innebär att där en verksamhet har registrerat att de har verksamhet är, blir representerat i analysen utifrån den platsen. För att få den totala bilden har vi inte satt någon undre gräns för omsättning, men vi såg även att det är få riktigt små verksamheter inom de segment vi har valt ut. Vilka det är redogörs för i mer detalj i *3.1 definitioner (SNI-koder)*.

Då analysen utgår från bokslut är inga momsbelopp med i uppgifter kring omsättning som redovisas i *kapitel 5 Handel i Vetlanda*. Det är en skillnad som gör att direkta jämförelser i omsättningssiffror, med till exempel Cityindex blir svåra att göra. Däremot är förändringar över tid, och skillnader mellan segment och områden genomförbara. Ett annat mått som har ingått i analysen är förädlingsvärdet vilket visar värdet som verksamheten skapar på platsen.

Uppdateringen av utredningen är en skrivbordsprodukt, för att bredda perspektivet och inkludera både lokalkännedom och de senaste årens utveckling har nyckelpersoner i kommunen och på NUVAB (kommunalt bolag för näringslivsutveckling) intervjuats. Intervjuerna har bidragit med stort mervärde genom att nyansera och förklara handelsutvecklingen inom kommunen och har förankrat den ekonomiska analysen till Vetlandas unika förutsättningar.

### 3.1 Definitioner (SNI-koder)

Metoden bygger på urval av data utifrån SNI-koder (**S**vensk **N**äringsgrens**I**ndelning). Det är ett klassificeringssystem som används för att kategorisera och identifiera olika typer av ekonomisk verksamhet. Systemet är baserat på den europeiska standarden NACE (Nomenclature of Economic Activities) och tillhandahålls av Statistiska centralbyrån (SCB). Varje kod består av en serie siffror som representerar en specifik bransch eller verksamhet. För att hitta rätt typ av företag har vi aggregerat en flertal olika SNI-koder. På detta sätt kan vi skapa olika segment som vi kan följa i analysen. Aggregaten är sammansatta för att efterlikna de som har använts i utredningen från 2017.

Analysen tar med 101 olika segment på SNI nivå 5, det är till exempel, *Livsmedelshandel med brett sortiment, ej varuhus eller stormarknad* och

Specialiserad butikshandel med glasögon och andra optiska artiklar utom fotoutrustning.

Tabell 2. Klassificering av grupper och segment

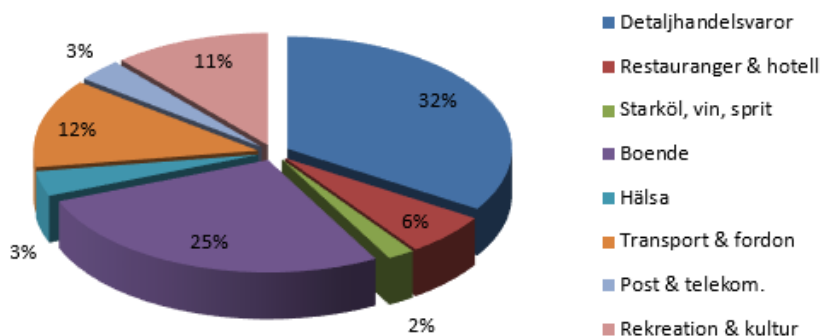
	Segment	Antal
<b>Dagligvaror</b>	Mat	13
	Vård	5
	Brett (övrigt)	4
<b>Sällanköp</b>	Beklädnad	13
	Bygg	3
	Fordon	10
	Fritid	29
	Hem	14
	Hemelektronik	10
	<b>Totalt</b>	

## 4 Trender

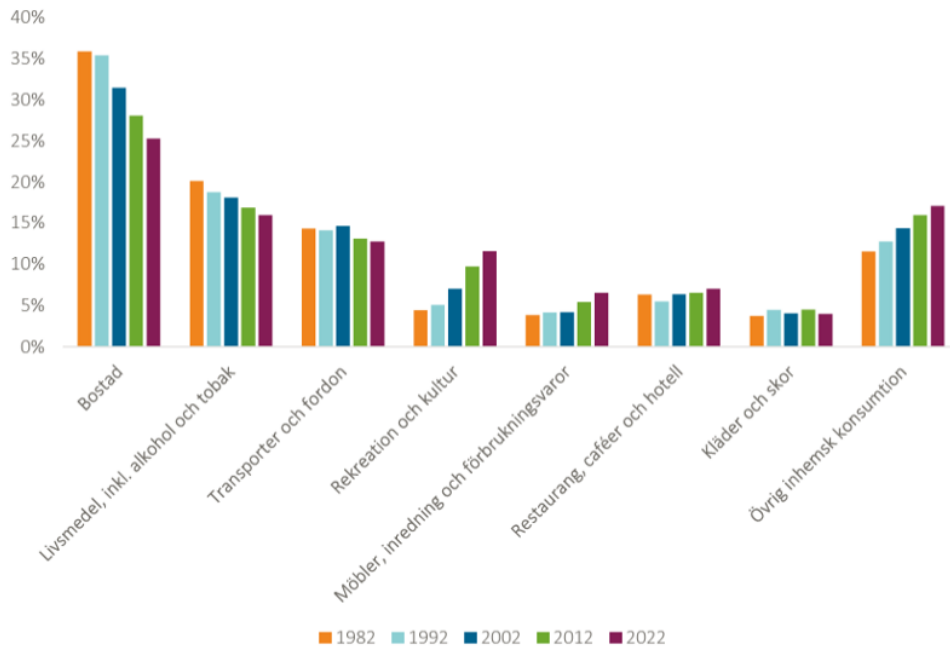
I detta kapitel gör vi en översikt av samhällstrender som kan påverka handeln framåt i Vetlanda.

### 4.1 Detaljhandel och privat konsumtion

En övergripande trend under 2000-talet är att större och större andel av inkomsten läggs på sällanköpsvaror, så som resor och tjänster, medan den andel som går till basala varor som mat och boende minskar. Den största anledningen till detta har varit ökade inkomster och ökat konsumtionsutrymme i kombination med perioder av låga och stabila räntor. 2015 utgjorde inköp av detaljhandelsvaror cirka 32 procent av den disponibla inkomsten i Sverige, motsvarande siffra år 2021 var cirka 20 procent (SCB, 2022).

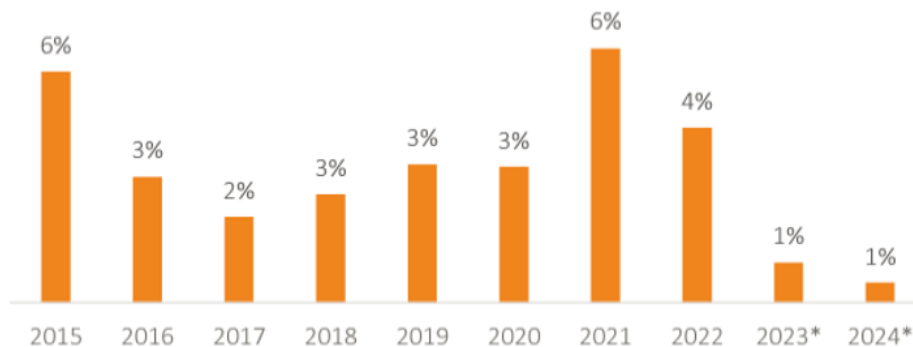


Figur 2. Detaljhandelsns andel av privat konsumtion 2015. Källa: KPG-gruppen.



Figur 3. Hushållens konsumtion, andel per ändamål 1982-2022, fasta priser. Källa: Vetlanda cityindex 2023.

Sen 2015 har vi haft en expansiv ekonomisk utveckling, en historiskt låg ränta som legat stabil över lång tid har kunnat understödja en konsumtion som medfört att detaljhandelsvarorna stått för en mindre andel av den totala konsumtionen. Den senaste tidens omvärldsläge med krig, inflation och höjda räntor har istället lett till det motsatta, hushållens konsumtionsutrymme har minskat vilket har lett till en åtstramad ekonomi. Hushållen har under 2022 och 2023 prioriterat detaljhandelskonsumtion, men även denna bransch har uppvisat minskad efterfrågan. Den tillväxt som ändå ses inom detaljhandeln under 2022 och 2023 kommer sig av inflation och ökade priser medan försäljningsvolymen samtidigt har minskat (E-barometern, 2023). Detaljhandeln fortsätter emellertid vara den största utgåsposten för svenska hushåll (SCB, 2022).



Figur 4. Detaljhandels omsättningsutveckling i löpande priser. Källa: SCB:s Detaljhandelsindex och HUI (Handels Utredningsinstitut).

\*Prognoser enligt detaljhandels konjunkturrapport september 2023, HUI

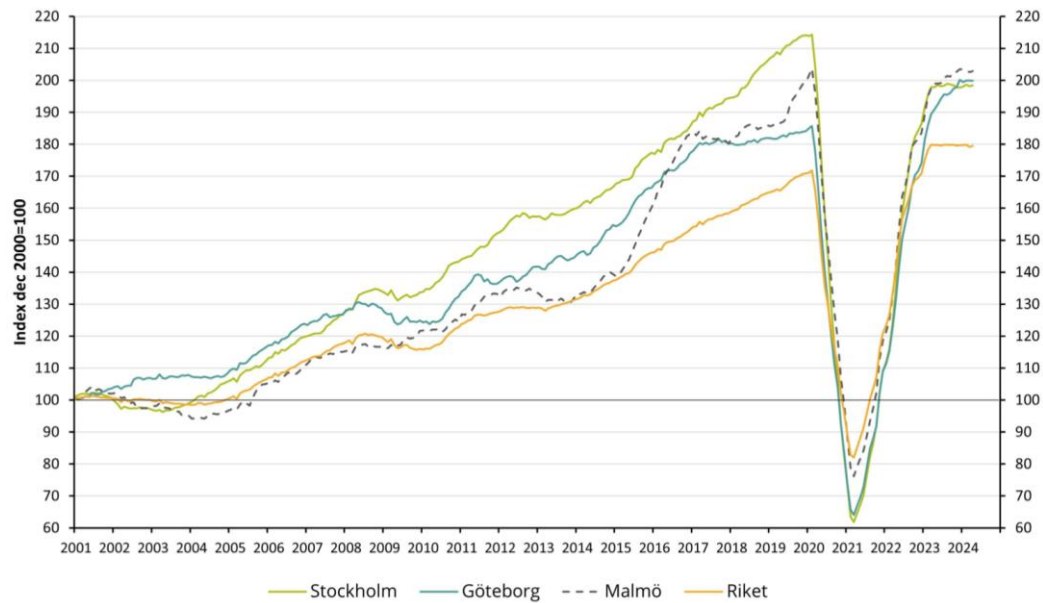


För 2024 och 2025 ser prognosen för samtliga branscher något ljusare ut. Hushållens ekonomi är fortsatt ansträngd men sänkta räntor väntas inom kort återigen sätta fart på konsumtionen. Detaljhandeln prognosticeras en tillväxt, i löpande priser, om 0,5 procent för 2024, framförallt som ett resultat av en något fortsatt prisökning (HUI Research konjunkturrapport, 2024; Vetlanda Cityindex, 2023). Till 2025 förväntas svenska hushåll att återigen öka sin konsumtion och Handels Utredningsinstitut (HUI) prognosticerar en försäljningsökning i fasta priser om cirka 2,5 procent (HUI Research konjunkturrapport, 2024). Däremot förväntas ökad internationell konkurrens och digitalisering innebära andra utmaningar för detaljhandeln framöver. Majoriteten av inköpen av detaljhandelsvaror förväntas fortsatt ske fysiskt i butik men konkurrensen från e-handeln och e-handelsaktörer fortsätter att växa (Svensk handel, 2023c) Se även avsnitt 4.2 *Den digitala revolutionen* nedan.

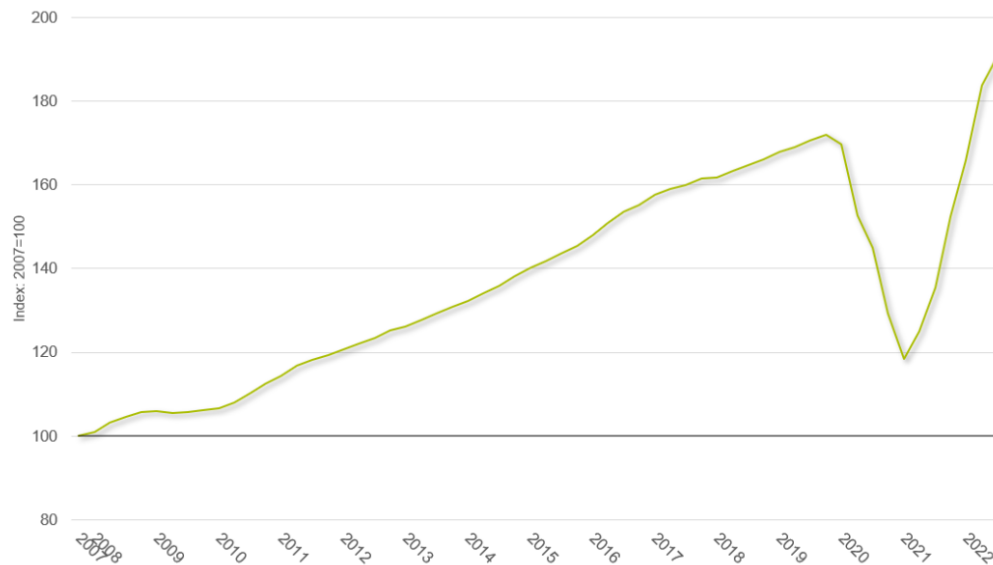
#### **4.1.1 Hotell och restaurang**

Efter två riktigt tuffa år under pandemin återhämtade sig hotell- och restaurangbranschen under 2022 och 2023 och har totalt sett passerat de pre-pandemiska nivåerna med goda marginaler. För vissa delsektorer har återhämtningstakten däremot inte varit lika snabb. Exempelvis för lunchrestaurangerna har försäljningen ännu inte återhämtat sig, 2023 köpte cirka 19 procent av svenskarna sin lunch ute, vilket kan jämföras med 23 procent 2019 (Visita, 2024a; Visita, 2024b).

Hotell- och restaurangbranschen står dock nu inför andra utmaningar, först och främst inflation och minskad köpkraft som har lett till en stagnation i tillväxttakten under 2023, framförallt inom hotellbranschen. Hotell- och restaurangbranschen upplever även en brist på arbetskraft och kompetens då pandemin ledde till en stor förflyttning av arbetskraft från branschen. För hotellbranschen finns även stora utmaningar kopplade till konkurrerande boendeformer då privatuthyrningens marknadsandelar har vuxit kraftigt de senaste åren (Visita, 2024c; Vetlanda cityindex 2023).



Figur 5. Belagda hotellrum, 12-månaders rullande medelvärde. Data t.o.m april 2024 Källa: Tillväxtverket/SCB bearbetat av Visita.



Figur 6. Utveckling restaurangförsäljning totalt. Index 2007=100, 4 kvartals glidande medelvärde. Källa: SCB/ Restaurangindex bearbetat av Visita.

Nuvarande utveckling talar för att hotellbranschen i närtid kommer tillbaka till den utvecklingstakt som fanns innan pandemin. Kombinationen av ökad konkurrens från andra tillfälliga boendetjänster och svårigheten att rekrytera personal kommer att påverka framöver. För restaurangbranschen har återhämtningen gått snabbare, dock kan utvecklingen med en lägre andel som äter lunch ute påverka dagekonomin i framförallt stadskärnan. En sådan utveckling kan även försvåra nyetableringen av restauranger mer långsiktigt.

## 4.2 Den digitala revolutionen

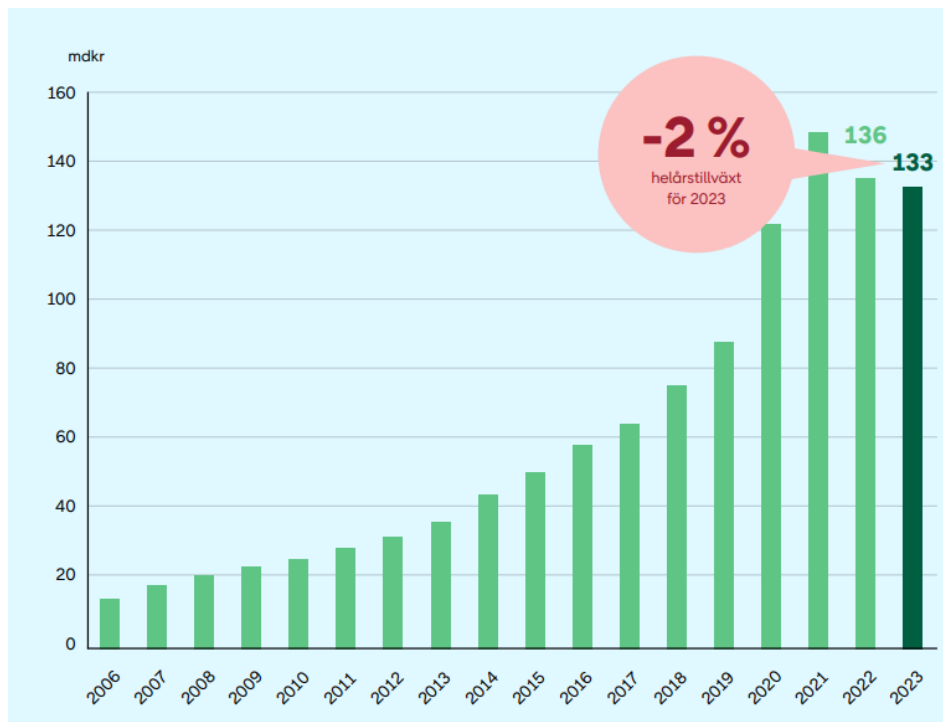
E-handelns utveckling förändrar våra konsumtionsmönster, var vi handlar, hur vi handlar, när vi handlar och vad. Trender inom e-handeln förändrar därigenom förutsättningarna för den klassiska fysiska handeln och vilka nya handelsetableringar som är möjliga och lämpliga på olika ställen.

Vid slutet av 2023 motsvarade e-handelns omsättning cirka 133 miljarder kronor vilket motsvarar cirka 17 procent av den totala detaljhandeln och innebär att cirka 2 procent av Sveriges BNP utgjordes av digitala köp (E-barometern 2023; Riksbanken, 2023). E-handelns utveckling har gått snabbt under de senaste åren och omsättningen på 133 miljarder under 2023 är en fördubbling jämfört med 2017-års nivåer, och en fyrdubbling sedan 2012. Enligt en prognos från Svensk handel förväntas e-handeln utgöra 31–40 % av den totala detaljhandeln år 2030.

För sällanköpsvaror (hemelektronik, kläder och sportartiklar mm) är motsvarande siffra 41–52 %, det vill säga upp emot varannan krona förväntas omsättas på nätet (Svensk handel, 2023a; Svensk handel, 2023b).

### 4.2.1 E-handelns utveckling under 2000-talet

Näthandeln har under 2000-talets andra hälft ökat stadigt år för år. 2006 omsatte e-handeln cirka 17 miljarder kronor idag, 2024 är omsättning långt över 100 miljarder om året.



Figur 7. E-handelns utveckling och omsättning i mdkr från 2004-2023. Källa E-barometern 2023.

Under 2020 och även 2021 upplevde e-handeln en "pandemiboost" då restriktioner och hemarbete försvårade fysisk handel och därmed banade väg för e-köp och hemleveranser. Tillväxten inom e-handeln ökade kraftigt, med 40 procent under 2020 och med ytterligare 20 procent under 2021 till rekordhöga 146 miljarder kronor. I slutet av 2021 minskade tillväxttakten emellertid något för att sluta på minus under sista kvartalet.

Under 2022 och 2023 såg vi en nedgång av e-handelsutvecklingen som totalt minskade med cirka 7 procent under 2022, dock i jämförelse med 2021 års rekordnivåer. Minskningen fortsatte under 2023 med ytterligare 2 procent, minskningstakten var dock mycket mindre och vid slutet av 2023 var omsättning cirka 133 miljarder kronor, se Figur 7. Under 2024 har den nedåtgående trenden verkat vända och under första kvartalet har vi återigen tillväxt för e-handeln. Under 2024:s första kvartal uppgår omsättningstillväxten till 11 procent (Svensk handel, 2024).

Just nu är e-handelsutvecklingen som starkast inom hälso- och skönhetsbranschen och apoteken toppar listan för sjätte året i rad med en tillväxt på 17% under 2023. Även e-handel inom secondhandmarknaden ser ett stort uppsving, med aktörer som Tradera och Sellpy. För hemelektronik, heminredning och dagligvaror minskar istället omsättningen. Allra tuffast har det varit inom byggbranschen som minskade med 19 procent under 2023. Byggbransch har haft det tungt genom ett lågt byggande på samhällsnivå. På den privata sidan har minskade bostadsvärden i kombination med högre räntekostnader minskat utrymmet för investeringar i standardhöjande renoveringar. För hemelektronik-branschen fortsätter e-handeln trots minskningen att utgöra en mycket betydande handelsandel, där 47% av omsättningen sker online. Även för branscherna beklädnad och sport och fritid utgör e-handeln en andel på 29 respektive 19 procent av den totala omsättningen inom branschen 2023 (E-barometern, 2023).

E-handels påverkan på tillväxt av köpkraft i fysisk butik drabbar fortsatt främst sällanköpsvaror men även detaljhandeln påverkas på sikt mer och mer. I många branscher behöver e-handeln och den fysiska handeln fortsatt gå hand i hand och samverka. Vad som kännetecknar e-handeln är att gränsen suddas ut mellan vad som är digitalt eller fysiskt när leveransformerna utvecklas. För sällanköpsvaror fungerar fysiska butiker i större och större utsträckning som showrooms, servicecenter och uthämtningsställen. Även betalningsalternativen för digitala köp utvecklas vilket erbjuder konsumenter nya enkla och smidiga betalningsmetoder (Riksbanken, 2023).

I takt med att e-handeln växer och prognosticeras fortsätta göra så över tid kommer allt mer av köpkraften allokteras till digitala köp. När e-handels tillväxt räknas av från den totala köpkraftens tillväxt kommer det handelsutrymme som finns kvar för total fysisk handel över tid att krympa trots god tillväxt i den samlade köpkraften. E-handels utveckling under 2000-talet och de senaste årens fluktuationer gör det emellertid tydligt att e-handeln är en mycket heterogen plats. För att förstå utvecklingen framöver och prognosticera e-handels framtid blir det allt viktigare att analysera förutsättningarna inom varje specifik delbransch (E-

barometern, 2023). Världsläget och konjunkturutvecklingen i olika delar av världen har mycket stort inflytande men påverkar olika branscher på helt olika sätt.

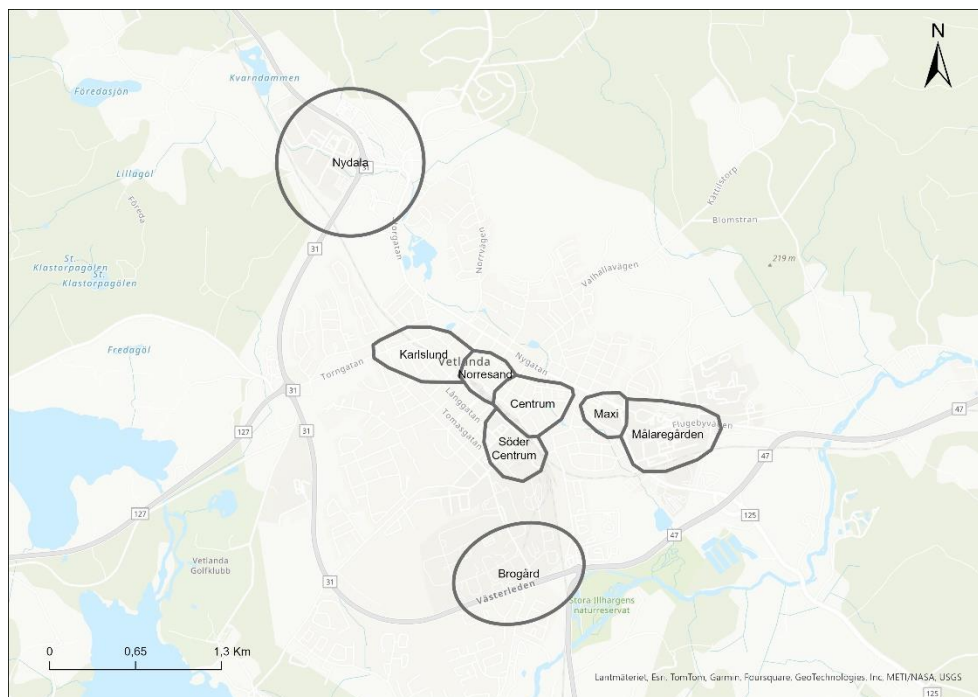
Sett till 2040 pekar de trender vi har undersökt på en svagt ökande handel. Men ökningen kommer sannolikt att finnas inom e-handeln. Det innebär att förutsättningarna för traditionell handel inte kommer att öka. Hur e-handeln förändras och hur varor når slutkund kan däremot bli avgörande för hur det formar den platsbundna handeln. Under pandemin ökade hemleveranser och leveranser till utlämningsställen, vilket var kopplat till att få ville röra sig ute bland folk. Att gränsen mellan den digitala handeln och den fysiska blir allt mer otydlig har vi sannolikt bara sett början på. Värdet i att förstå konsumtionsmönster och konsumentbeteenden gör att även fysiska köp i allt större utsträckning även är kopplade till den digitala handeln, med kvitton i mejl, eller att alla köp registreras på ens medlemskap. Hur detta kommer att utvecklas och hur den digitala handeln påverkar den traditionella butiken är svårt att slå fast men inget tyder på att utvecklingen kommer att driva på traditionell butikshandel.

## 5 Handel i Vetlanda

Handeln i Vetlanda har länge haft en central position. Denna bild är något som bekräftas genom den handelsanalys som genomförts och som ytterligare förstärks av genomförda intervjuer med nyckelpersoner inom kommunen. Att Vetlanda har ett bättre utfall och en något annan roll än sina grannorter märks idag genom att handeln är större än staden och syns även på torget en dag i veckan då torghandeln dukas upp.

### 5.1 Handelsområden – antal, yta och innehåll

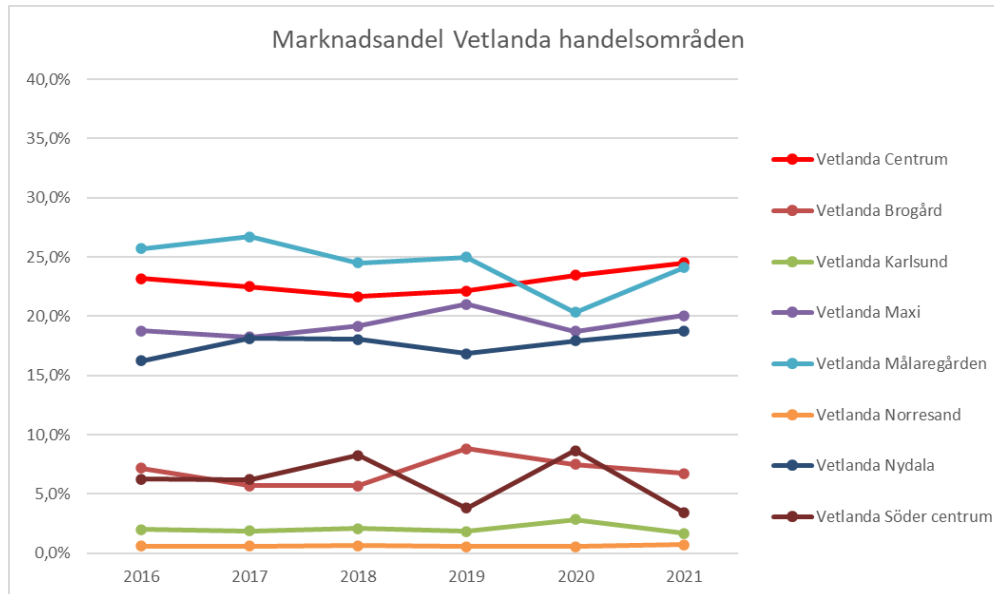
Ny handelsutredning och analys har utgått från samma avgränsningar av handelsområden som fastslogs i den ursprungliga handelutredningen 2017. Definierade handelsområden visas i kartan nedan.



Figur 8. Handelsområden utbredning.

Tabell 3. Handelsområden Vetlanda.

Handelsområde, benämning	Utbredning	Typ av handelsplats/läge
Centrum	Avgränsas i väster av Samuelsgatan, Kyrkogatan i norr och järnvägen i söder	Centrum
Söder Centrum	Inklusive Lidl	Halvexternt
Norresand	Väster om Centrum	Stadsdelscentrum
Karlslund	ICA Nära	Stadsdelscentrum
Maxi	Maxi inklusive handel på andra sidan Nygatan	Stadsdelscentrum
Målaregården	Öster om Maxi	Halvexternt läge
Brogård	Handel på bägge sidor om v 47, inklusive delar av industriområde	Externt läge
Nydala	Handel på bägge sidor om v 47	Externt läge
Övriga tätorten	Handel i övriga lägen som ej ingår i ovanstående områden	Externa/halvexternt

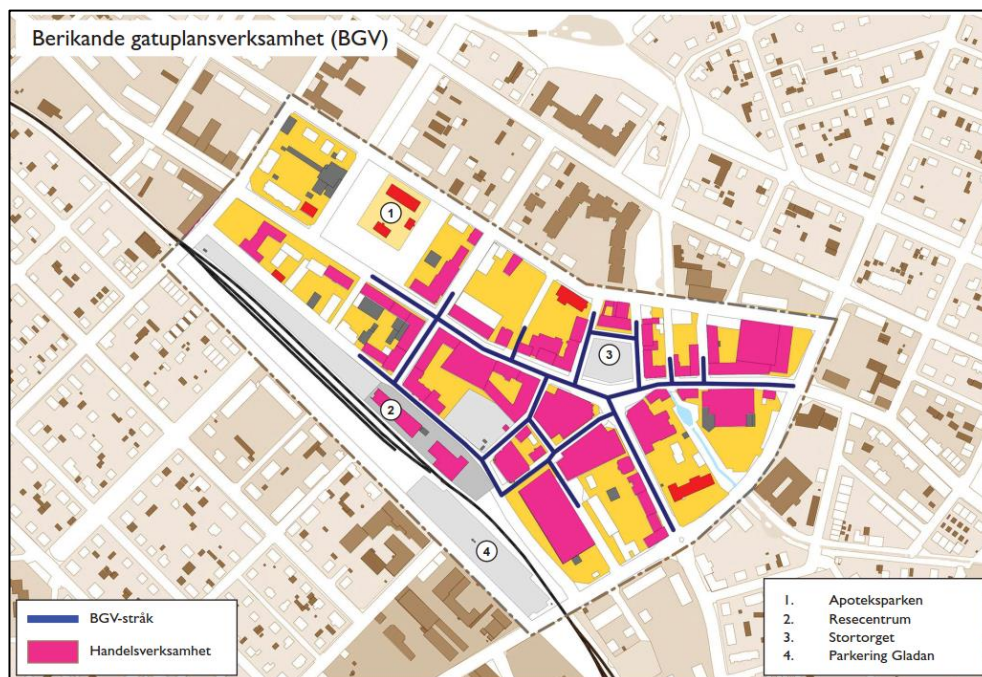


Figur 9. Marknadsandelar detaljhandel för Vetlanda handelsområden i perioden 2016-2021.

Fördelningen av detaljhandeln i Vetlanda delar in sig i två huvudgrupperingar, se Figur 9 ovan. Centrum, Målaregården, Maxi och Nydala rör sig mellan 15-25 procentiga marknadsandelar. Övriga områden ligger alla under 10 procent. De individuella andelarna ligger rimligt stabilt under perioden 2016-2021, utan tydliga trendbrott.

## 5.2 Vetlanda Centrum

Handeln i stadskärnan finns kring Storgatan, Lasarettsgatan, Vitalagatan, Stortorget och gågatorna Delfingatan och Biblioteksgatan.



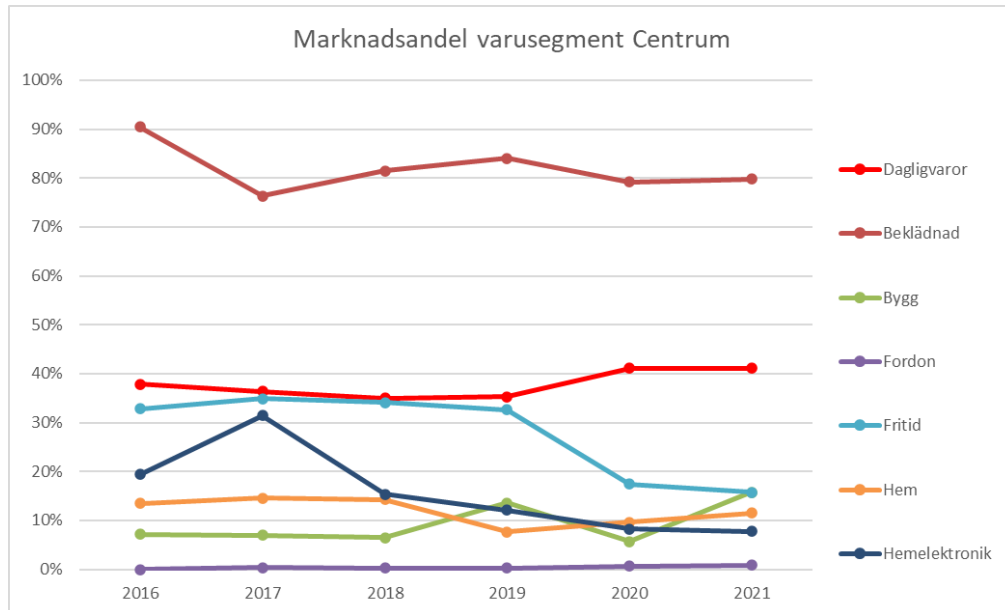
Figur 10. Handelsverksamhet i centrum. Källa: Centrumplanen 2013.

Tabell 4. Nyckeltal 2021 över antal enheter och omsättning för handeln i centrum.

Segment	Antal (2021)	Omsättning, MSEK exkl. moms 2021
Dagligvaror	36	456
Beklädnad	15	79
Hem	2	5
Fritid & hemelektronik	7	22
Bygg	2	16
Fordon	2	7
<b>Detaljhandel</b>	<b>64</b>	<b>585</b>
Restaurang	10	42
<b>Summa</b>	<b>74</b>	<b>627</b>

Detaljhandeln i Centrum omsätter 585 MSEK exkl. moms (år 2021), restaurang/café tillkommer med 42 MSEK. För detaljhandeln är det en marginell tillväxt på 0,4 procent sen 2015 och för restaurang/café en minskning med 19 procent, vilket delvis kan vara en effekt av pandemirestriktioner under 2021. Dagligvaruhandeln utgör en betydande del av detaljhandeln i centrum med 456 MSEK. Uthyrbar yta för detaljhandel och restaurang/café uppgick 2015 till drygt 17 000 kvm, vi har inte gjort någon ny uppmätning. Men den marginella ökningen i omsättning pekar inte på större förändringar av den uthyrbara ytan.





Figur 11. Marknadsandelar för varusegment i Centrum i relation till Vetlanda handelsområden totalt under perioden 2016-2021.

Tabell 5. Detaljhandel och restaurang/café betydande arbetsställen i centrum 2021. Källa: Tyréns.

Dagligvaror	Beklädnad	Hem	Fritid & Hemelektronik	Bygg	Fordon	Restaurang
Willy:s Coop Systembolaget Apoteket Lejonet Kronans Apotek Kicks Pressbyrån Life Hårkompaniet Vetlanda	Kappahl S Optik Synsam Establo Guld-City H&M Dressman Lilla Butiken Lindex Sandströms Synoptik Vero Moda MQ	Firma Fanfar	Gretas blomsterhandel Lindahls Urmakeri Björns Bokhandel ÅsHa AB Symaskins butiken	Inspiration och Färg Markis- och gardinsevice		Centralhotellet Stadshotellet Nöjet AB Team Thai AB Top Notch Stove Vetlanda Bowling Espresso House Centrumgrillen, Vinfloden

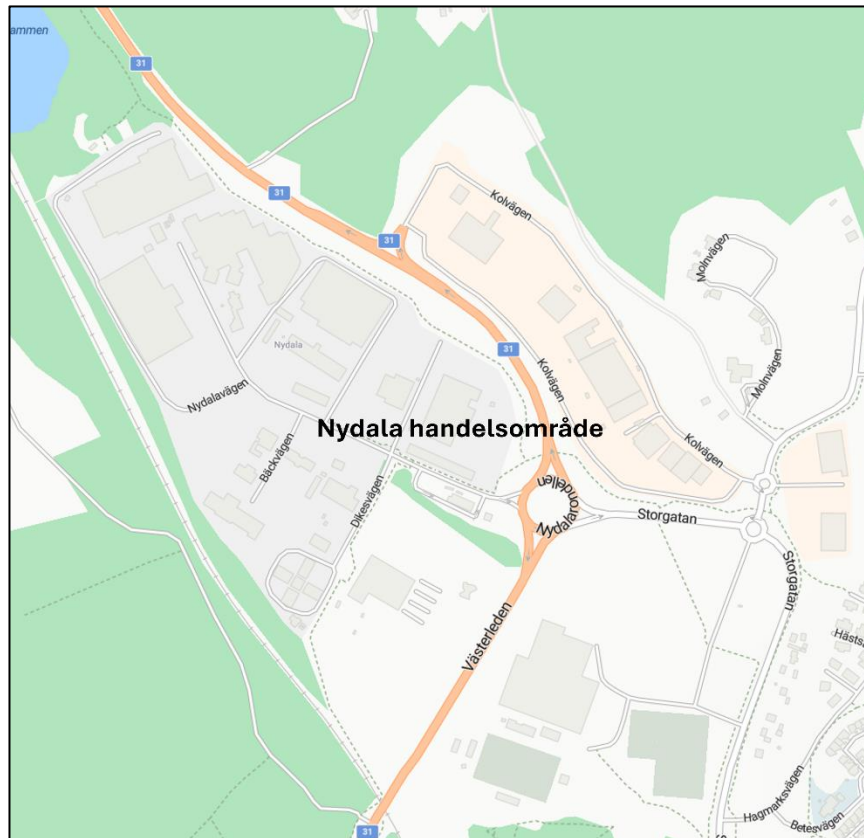
Centrum dominerar beklädnadshandeln inom Vetlanda med en stabil marknadsandel kring 80 procent. Även dagligvaruhandeln med apotekshandel är betydande i centrum med en andel kring 40 procent. Under perioden 2016-2021 minskar andelarna inom fritid och hemelektronik i Vetlanda centrum. Restaurangverksamheter i centrum har minskat i omfattning under perioden 2016-2021, både i värdeskapande och antal.

Av intervjuerna vi gjort har vi fått till oss att den svaga utvecklingen delvis har fortsatt för centrum fram till idag. Ett exempel är att Willys ska flytta verksamheten till Nydala under 2024, vilket kan skapa en obalans i dagligvaruhandeln om det inte

finns mataffär kvar i centrum. Det finns en förhoppning om att en ny aktör kan vara på väg in. Om Centrum inte har kvar någon större mataffär kan det rubba vissa handelsmönster, vilket kan bli negativt för andra affärsidkare i centrum då det kan påverka spontana inköp på väg till mataffären. Det skulle kunna styra mer handel mot Ica Maxi som ligger cirka 7 minuter från där Willys ligger idag.

### 5.3 Nydala handelsområde

Det externa handelsområdet Nydala omfattar handel på bägge sidor om v 47 och kännetecknas av god synlighet och skyltning, lättillgängligt med bil, gott om parkeringsplatser samt generösa öppettider (även söndagar). Tillgänglighet med kollektivtrafik är dock begränsad. Rent avståndsmässigt ligger Nydalas externa handelsområde inte särskilt långt från stadskärnan. Med cykel ligger Nydalas externhandelsområdet endast 10 minuter från Stortorget.



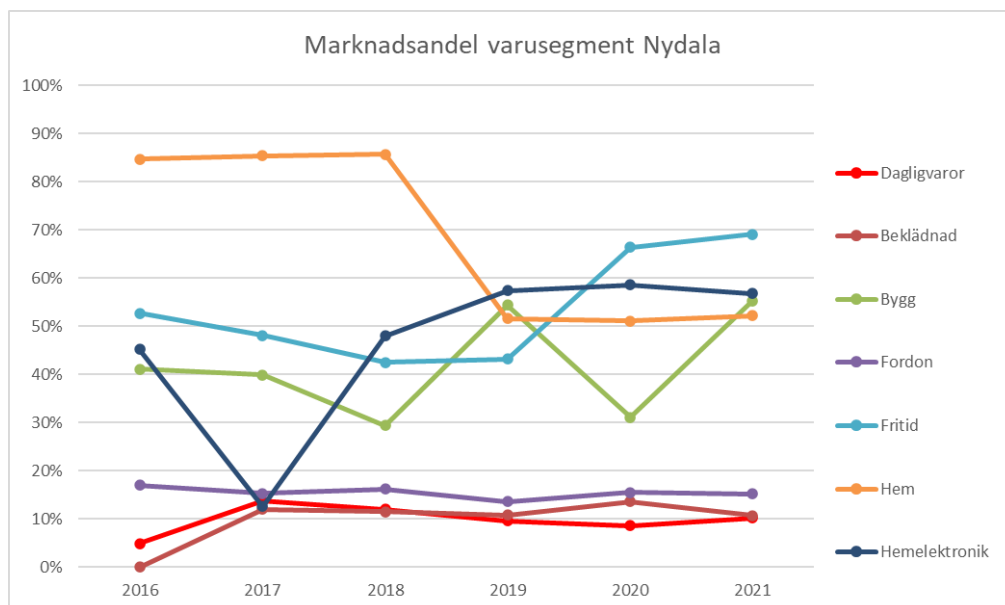
Figur 12. Nydala handelsområde, bildkälla: Bing maps.

Tabell 6. Nyckeltal över antal enheter och omsättning (2021) för handeln i Nydala.

Segment	Antal (2021)	Omsättning MSEK exkl. moms 2021
Dagligvaror	3	112
Beklädnad	1	11

Hem	1	22
Fritid & hemelektronik	6	116
Bygg	3	58
Fordon	3	130
<b>Detaljhandel</b>	<b>17</b>	<b>449</b>
Restaurang	1	17
<b>Summa</b>	<b>18</b>	<b>466</b>

Trots att Nydala har betydligt färre enheter än centrum, så har Nydala en omsättning 2021 på 449 miljoner, vilket motsvarar tre fjärdedelar av detaljhandeln i centrum på en jämförbar yta (2015). Jämfört med 2015 är det en tillväxt på närmare 49 procent. Restaurang (Max) bidrar med 17 miljoner 2021, med en mångdubblad omsättning (12 ggr) jämfört med 2015.



Figur 13. Marknadsandelar för varusegment i Nydala i relation till Vetlanda handelsområden totalt under perioden 2016-2021.

Tabell 7. Detaljhandel och restaurang/café med arbetsställen i Nydala 2021. Företagen är sorterade i segment efter angiven verksamhetskod, där vissa affärer med brett sortiment hamnar i ett av flera möjliga segment. Sorteringen är samma som i den ekonomiska sammanställningen. Källa: Tyréns.

Dagligvaror	Beklädnad	Hem	Fritid & Hemelektronik	Bygg	Fordon	Restaurang
ÖoB Rusta Granngården	Intersport	Jysk	Elgiganten Leksakslagret Växtkraft Arken Zoo Kyl & Värmeteknik	Jern & Fix Tapetmagasinet BYGGmax	Lantmännen Maskin Biltema Pro Cars Edition	Max

Även med Rusta och Granngården sorterad inom dagligvaror med brett sortiment är andelen dagligvaror begränsad i Nydala kring 10 procent. Vi hittar däremot betydande andelar kring 50 procent inom Fritid, Hemelektronik, Hem och Bygg i Nydala.

## 5.4 Maxi ICA stormarknad

Synligt och lättillgängligt vid genomfartsvägen Nygatan finns Maxi ICA Stormarknad och ytterligare handel (bland annat Elon). Området är centralt och är av karaktären stadsdelscentrum. Det finns ett underlag av boende i närområdet. Lättillgängligt parkeringsutrymme, men köbildning noterat vid platsbesök (fredag eftermiddag). Maxi ICA Stormarknad har öppet alla dagar klockan 7-22. Elon på norra sidan om Nygatan ingår i handelsområdet.

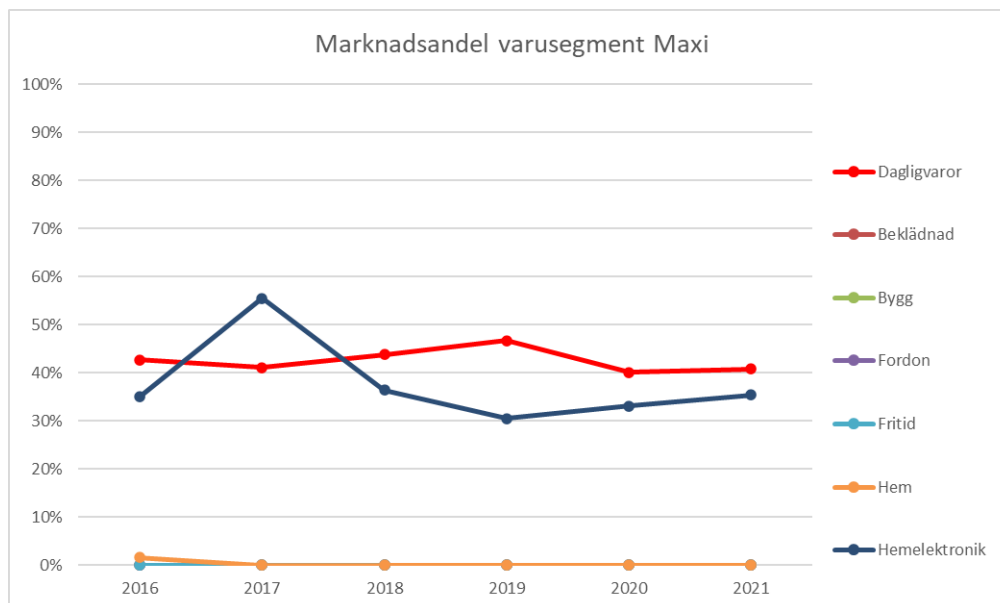


Figur 14. Maxi ICA Stormarknad.

Tabell 8. Nyckeltal över antal enheter och omsättning (2021) för handeln vid Maxi ICA Stormarknad.

Segment	Antal (2021)	Omsättning MSEK exkl. moms 2021
Dagligvaror	2	455
Fritid & Hemelektronik	1	28
<b>Detaljhandel</b>	<b>3</b>	<b>483</b>

ICA Maxi och Apoteket Hjärtat omsätter själva 455 miljoner 2021, vilket är i paritet med dagligvaruhandeln i Centrum. Förutom ICA hittar vi bara ytterligare en affär i området med verksamhet inom Hemelektronik och inget inom restaurang/café utom det ICA erbjuder själva. Omsättningen för området har vuxit med 47 procent från 2015 till 2021.



Figur 15. Marknadsandelar för varusegment för Maxi området i relation till Vetlanda handelsområden totalt under perioden 2016-2021.

Tabell 9. Detaljhandel och restaurang/café med arbetsställen i Maxi området 2021. Källa: Tyréns.

Dagligvaror	Beklädnad	Hem	Fritid & Hemelektronik	Bygg	Fordon	Restaurang
ICA Maxi Apoteket Hjärtat			Elon			

Med ICA och Elon är det marknadsandelar inom dagligvaruhandel och hemelektronik som blir betydande för området. Övriga segment lyser med sin frånvaro.

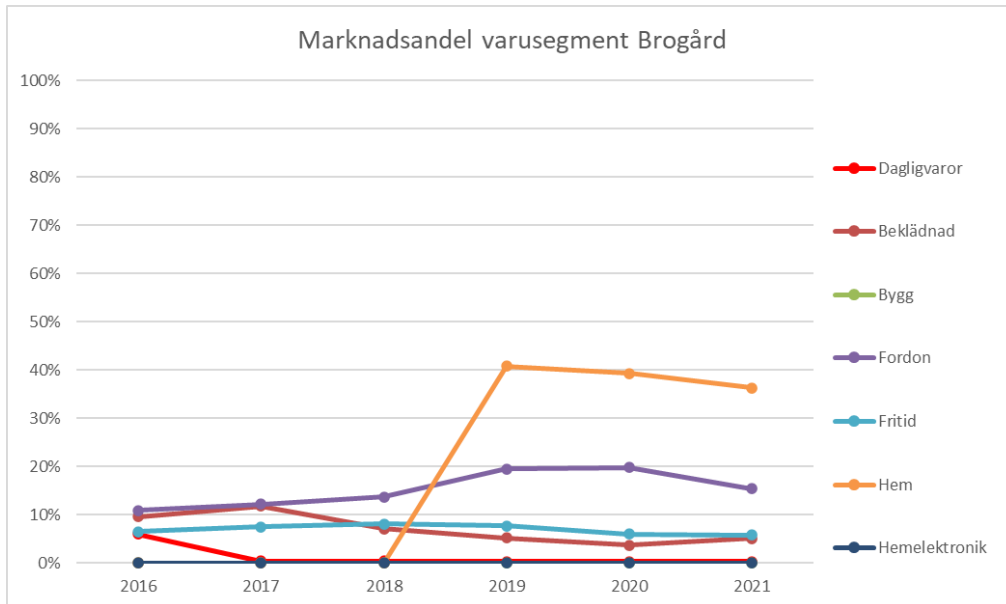
## 5.5 Brogård

Det tredje handelsområdet är Brogård, väl synligt vid Västerleden/v 47.

Tabell 10. Nyckeltal över antal enheter och omsättning (2021) för handeln i Brogård.

Segment	Antal (2021)	Omsättning MSEK exkl. moms 2021
Dagligvaror	1	3
Beklädnad	1	5
Hem	1	15
Fritid & hemelektronik	1	6
Fordon	8	128
<b>Detaljhandel</b>	<b>12</b>	<b>157</b>
<i>Restaurang</i>	2	24
<b>Summa</b>	<b>14</b>	<b>181</b>

I Brogård hittar vi 2021 flest verksamheter inom fordonshandel. Omsättningen inom handel är 157 miljoner och det är en tillväxt med 33 procent sen 2015. Restaurang med en omsättning på 24 miljoner domineras av McDonalds. Även i detta område är omsättningen lägre 2021 jämfört med 2015, vilket kan bero på pandemirestriktioner.



Figur 16. Marknadsandelar för varusegment i Brogård i relation till Vetlanda handelsområden totalt under perioden 2016-2021.

Tabell 11. Detaljhandel och restaurang/café med arbetsställen i Brogård 2021. Källa: Tyréns.

Dagligvaror	Beklädnad	Hem	Fritid & Hemelektronik	Bygg	Fordon	Restaurang
Aslan Konfektyr	Scorroco	Dollar store	Vetlanda Djuraffär		Svenska EA- bussar MC-Guiden Mekonomen Wetlandia EA Verkstad Holmberg Bilteknik Vetlanda bilverkstad Beg Del	MacDonalds Sermiyan AB

Med flest verksamheter inom fordonshandel bidrar Brogård med en marknadsandel på cirka 20 procent för segmentet. Dollarstore står för 40 procent av omsättningen i Vetlanda inom hemsegmentet.

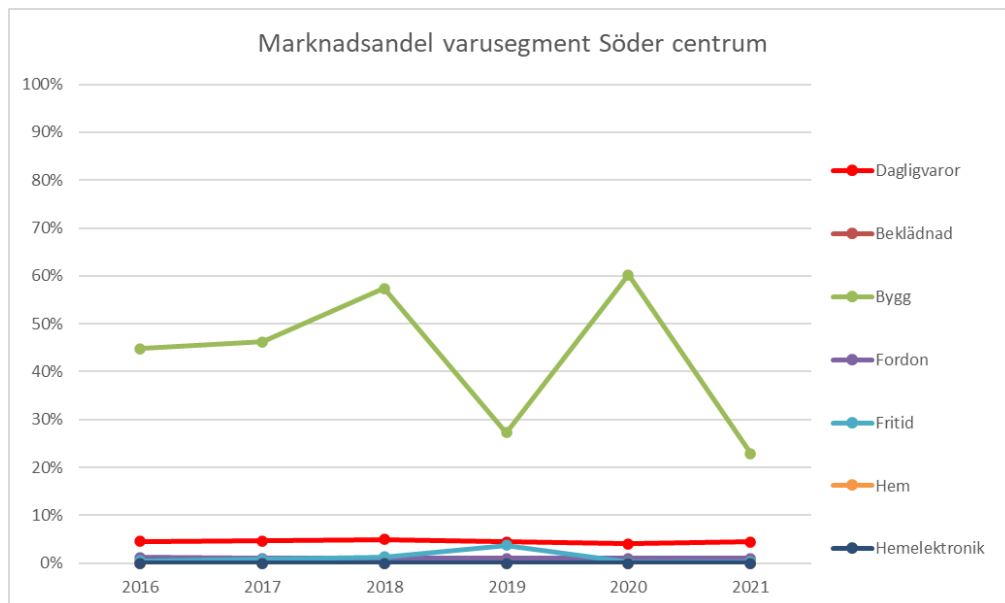
## 5.6 Söder centrum

Lidl och byggvaror (Vetlanda Trävaror Badrum&Värmeteknik, Lundahls Lås) utgör området Söder Centrum, en halvextern handelsplats i industriområde.

Tabell 12. Nyckeltal över antal enheter och omsättning (2021) för handeln i området Söder centrum.

Segment	Antal (2021)	Omsättning MSEK exkl. moms 2021
Dagligvaror	2	49
Bygg	3	24
Fordon	1	9
<b>Detaljhandel</b>	<b>6</b>	<b>82</b>

Omsättningen i området uppgår till 82 miljoner 2021, vilket är en minskning med 40 procent sen 2015.



Figur 17. Marknadsandelar för varusegment för Söder centrum i relation till Vetlanda handelsområden totalt under perioden 2016-2021.

Tabell 13. Detaljhandel och restaurang/café med arbetsställen i Söder centrum 2021. Källa: Tyréns.

Dagligvaror	Beklädnad	Hem	Fritid & Hemelektronik	Bygg	Fordon	Restaurang
Lidl Alhmawi Orient				Lundahls läs Badrum och Värmeteknik Vetlanda Trävaror	Däck- center	

Området Söder centrum bidrar med ett utbud inom segmentet bygg, även om marknadsandelen kring 40 procent varierat i perioden 2016-2021 vilket kan vara orsakat av förändringar i utbudet. Övriga segment har låga marknadsandelar inom Vetlanda handel.

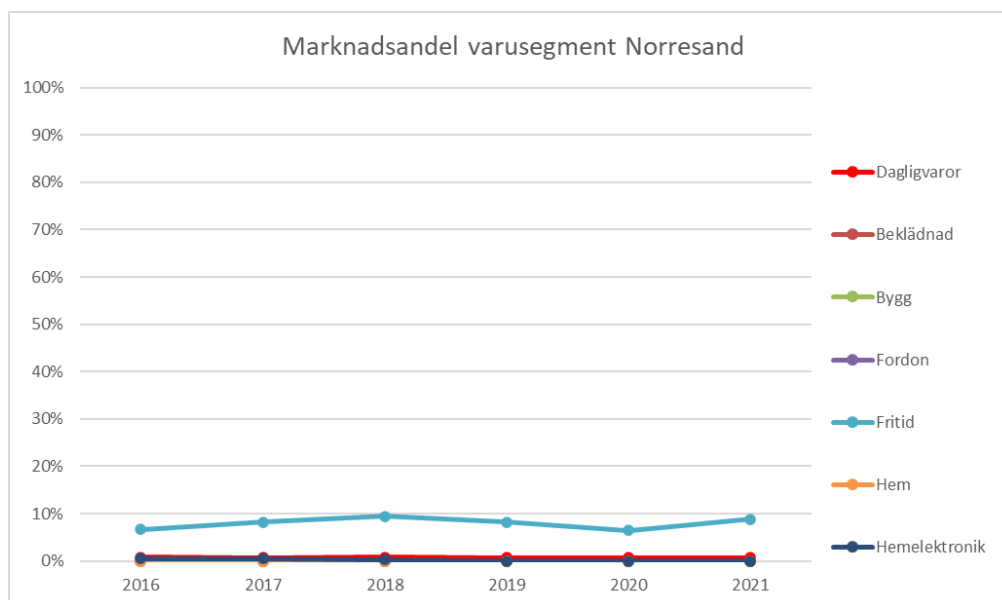
## 5.7 Norresand

Nordväst om Centrum finns ett stadsdelsliknande område med benämningen Norresand som i huvudsak erbjuder konditori, skönhetsvård, antikvariat och begravningsbyråer och fritid kompletterat med någon restaurang.

Tabell 14. Nyckeltal över antal enheter och omsättning (2021) för handeln i Norresand.

Segment	Antal (2021)	Omsättning MSEK exkl. moms 2021
Dagligvaror	5	7
Fritid & hemelektronik	6	9
<b>Detaljhandel</b>	<b>11</b>	<b>16</b>
<i>Restaurang</i>	1	2
<b>Summa</b>	<b>13</b>	<b>18</b>

Detaljhandeln i Norresand är begränsad till en omsättning av 16 miljoner år 2021, där tillväxten ändå varit 33 procent jämför med 2015. Inget varusegment står för någon betydande andel av Vetlandas handel.



Figur 18. Marknadsandelar för varusegment i Norresand i relation till Vetlanda handelsområden totalt under perioden 2016-2021.



Tabell 15. Detaljhandel och restaurang/café med arbetsställen i Norresand 2021. Källa: Tyréns.

Dagligvaror	Beklädnad	Hem	Fritid & Hemelektronik	Bygg	Fordon	Restaurang
Konditori Stjärnan Nilsson & Vänner Vetlanda Fotvård			Blombergs Begravningsbyrå Fonus Vetlanda Begravningsbyrå Nässjö Antikvariat			Mike Ceylan Restaurang

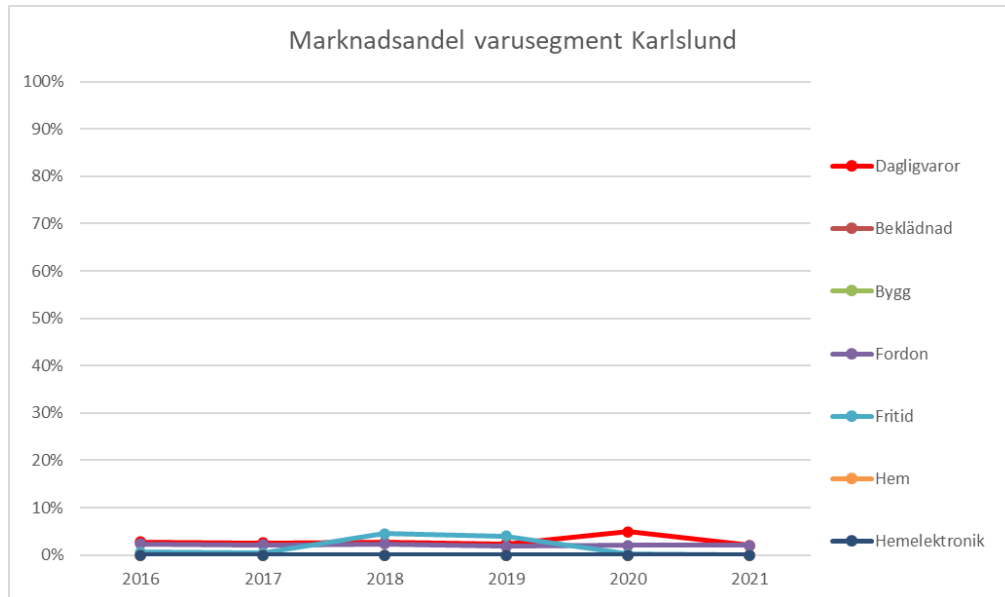
## 5.8 Karlslund

Nordväst om Norresand finns området Karlslund, också av karaktären stadsdelcentrum med ICA Nära och Vasakiosken kompletterat med någon butik inom fordonshandel.

Tabell 16. Nyckeltal över antal enheter och omsättning (2021) för handeln i Karlslund.

Segment	Antal (2021)	Omsättning MSEK exkl. moms 2021
Dagligvaror	1	23
Fordon	1	17
<b>Detaljhandel</b>	<b>2</b>	<b>40</b>
<i>Restaurang</i>	1	12
<b>Summa</b>	<b>3</b>	<b>52</b>

Detaljhandeln omsätter 40 miljoner kronor 2021, kompletterat av 12 miljoner inom restaurang. Det är en ökning på 16 procent inom detaljhandeln sen 2015 och en flerdubbling av restaurangomsättningen. Inget varusegment i Karlslund bidrar med någon betydande marknadsandel inom Vetlandas handel.



Figur 19. Marknadsandelar för varusegment i Karlslund i relation till Karlslund handelsområden totalt under perioden 2016-2021.

Tabell 17. Detaljhandel och restaurang/café med arbetsställen i Karlslund 2021. Källa: Tyréns

Dagligvaror	Beklädnad	Hem	Fritid & Hemelektronik	Bygg	Fordon	Restaurang
ICA Nära					NUG	Vasakiosken

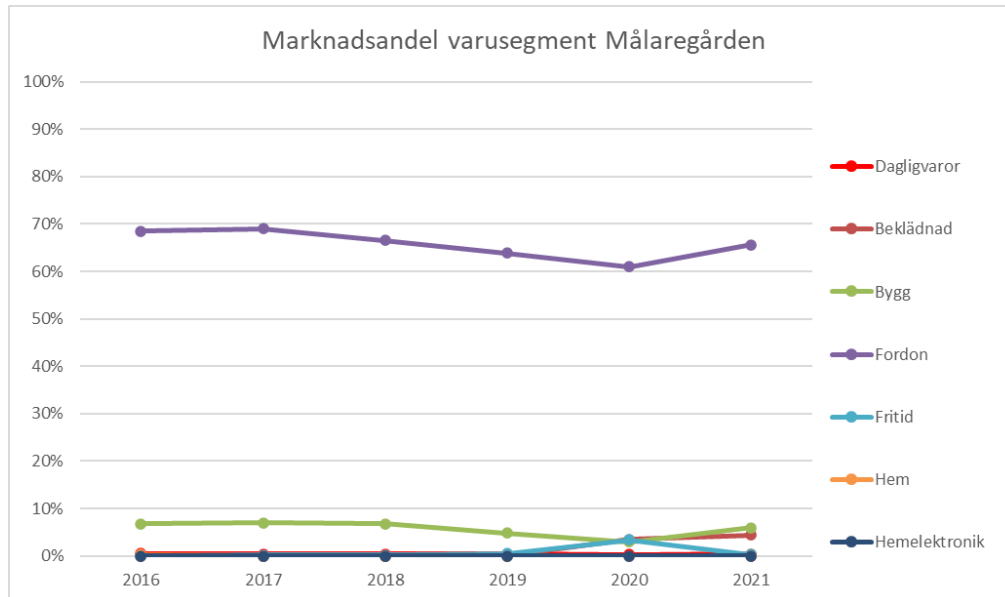
## 5.9 Målaregården

Utbudet vid Målaregården utgörs av främst av bilhandel, kompletterat med några butiker i andra varusegment och begränsat restaurangutbud.

Tabell 18. Nyckeltal över antal enheter och omsättning (2021) för handeln i Målaregården.

Segment	Antal (2021)	Omsättning MSEK exkl. moms 2021
Dagligvaror	1	4
Beklädnad	1	4
Bygg	1	6
Fordon	17	564
<b>Detaljhandel</b>	<b>20</b>	<b>568</b>
Restaurang	1	4
<b>Summa</b>	<b>21</b>	<b>572</b>

Med sin bilhandel omsätter Målaregården i princip lika mycket som centrum och de andra dominerande handelsområdena i Vetlanda. 2021 landade omsättningen på 568 miljoner och handeln har växt med 35 procent sedan 2015.



Figur 20. Marknadsandelar för varusegment i Målaregården i relation till Vetlanda handelsområden totalt under perioden 2016-2021.

Tabell 19. Detaljhandel och restaurang/café med arbetsställen i Målaregården 2021. Källa: Tyréns.

Dagligvaror	Beklädnad	Hem	Fritid & Hemelektronik	Bygg	Fordon	Restaurang
Stenbergas Livs	Nymans			Inwido	Småländska bilaktiebolaget Bil & Motor Be-Ge Last- och personbilar Holmgrens Bil Njudungs Bil Classics & Sportscar Centre Revana Bilvårdarna i Vetlanda Rocketride	Ekoson Coffee

Föga överraskande dominerar Målaregården marknaden för fordonshandel i Vetlanda med en marknadsandel kring 70 procent. Övriga varusegment har väsentligt lägre andelar i Målaregården.

## 5.10 Sammanfattning handelsområden Vetlanda tätort

Sammanfattningsvis har Vetlanda tätort en handelsstruktur med detaljhandel i Centrum, stadsdelscentrum och i externa lägen som Nydala, Brogård och

Maxi/Målaregården. I Nydala, Brogård och Målaregården dominerar sällanköp. I Nydala hittar vi främst Fritid & Hemelektronik, Heminredning samt Bygg. I Brogård hittar vi främst marknadsandel inom Heminredning och i Målaregården dominerar fordonshandeln.

Handel med dagligvaror hittar vi främst i Centrum och vid ICA Maxi. Även beklädnadshandeln är koncentrerad till Centrumområdet. Övriga områden och stadsdelskärnor som Karlslund, Norregård och Söder centrum bidrar i mindre omfattning till handeln i Vetlanda. Restaurangomsättningen är högst i Centrumområdet, men betydande även i de externa lägena Brogård och i viss utsträckning Nydala.

Tabell 20. Sammanställning av omsättning, MSEK exklusive moms 2021, uppdelat på detaljhandel och restaurang för respektive handelsområde

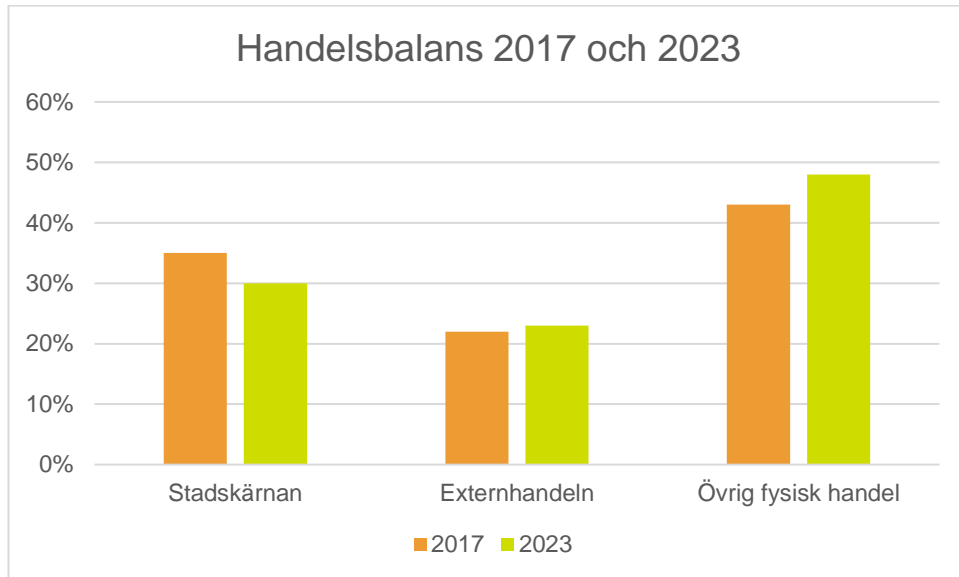
Bransch	Centrum	Nydala	Maxi	Brogård	Söder Centrum	Norre -sand	Karlslund	Målaregården
<b>Detaljhandel</b>	<b>585</b>	<b>449</b>	<b>483</b>	<b>157</b>	<b>82</b>	<b>16</b>	<b>40</b>	<b>568</b>
<i>Restaurang</i>	42	17		24	9	2	12	4
<b>Summa</b>	<b>627</b>	<b>466</b>	<b>483</b>	<b>181</b>	<b>91</b>	<b>18</b>	<b>52</b>	<b>572</b>

Den totala omsättningen för detaljhandel och restaurang café i Vetlanda tätort år 2021, exklusive moms, uppgår till 2,5 miljarder. Tillväxten för handeln sen 2015 har i princip var noll för Centrum, när omsättningen i de externa handelsplatserna vuxit under samma period. Handeln i Nydala växer med 49 % mellan 2015 och 2021. Samma siffra för Maxi blir 47 %, för Brogård 33 % och Målaregården 35 %. Övriga områden både växer och minskar sin omsättning från lägre nivåer.

Tabell 21. Fördelning av segment mellan centrum och resterande tätort.

Segment	Centrum	Resterande tätorten
Dagligvaror	41 %	59 %
Beklädnad	80 %	20 %
Hem	12 %	88 %
Fritid	16 %	84 %
Hemelektronik	8 %	92 %
Bygg	16 %	84 %
<b>Detaljhandel</b>	<b>24,5 %</b>	<b>75,5 %</b>
Restaurang	41 %	59 %

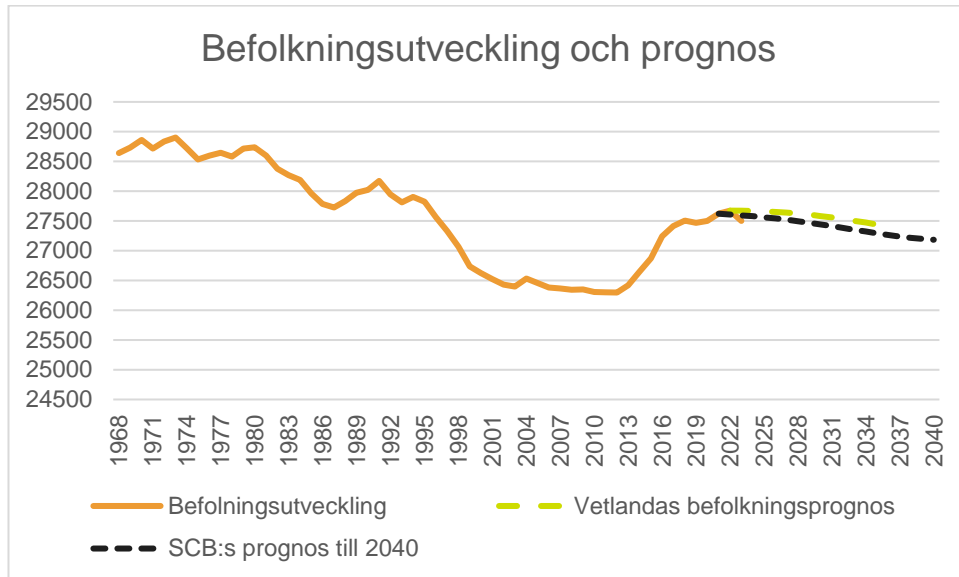
Ur de årliga Cityindexrapporterna går det att se utvecklingen i handelsbalans, det vill säga var den fysiska handeln sker. Där framgår att andelen krymper i stadskärnan framförallt till fördel för andra platser. Då Cityindex har en annan metod är det inte fullt jämförbart, men det visar på utmaningen i att bibehålla eller öka stadskärnans dragningskraft.



Figur 20. Andel av handel fördelat på försäljningsplats 2017 och 2023. Källa: Cityindex Vetlanda.

## 6 Befolkning

Befolkningen i Vetlanda har minskat över tid sedan 1968 fram till 2012. 2012 sker en kraftig uppgång fram till 2019. Sen dess har den tydliga positiva trenden försvunnit. Kommunen har en befolkningsprognos som sträcker sig fram till 2026 och som även har en utblick till 2035. (Befolkningsprognos 2023-2026 med utblick mot år 2035) Den visar på en svagt minskade befolkning för hela perioden. Detta är i linje med SCB:s prognos fram till 2070 som pekar på en snarlik utveckling. När kommunen har en egen befolkningsprognos är det viktigt att den används. Anledningen till att vi även lyft in SCB:s framskrivning är främst för att kunna använda motsvarande uppgifter för grannkommuner.



Figur 21. Befolkningsutveckling och prognos 1968-2040

En minskande befolkning brukar inte ge upphov till ökade behov av handel. Det gör att det tryck som finns på att etablera sig i kommunen inte kommer ur ett tydligt växande kundunderlag. Ser vi till utvecklingen i grannkommuner och närliggande städer har de flesta en liknande prognostiserade utveckling när jämförelse görs genom SCB:s framskrivningar.

Tabell 22. Befolkningstillväxt i närområdet

Kommun	Befolkningstillväxt mellan 2022 och 2040
Eksjö	2%
Hultsfred	-8%
Högsby	-10%
Jönköping	11%
Nässjö	1%
Sävsjö	-3%
Uppvidinge	-11%
Vetlanda	-2%
Vimmerby	-6%
Växjö	10%

Området har en totalt befolkningstillväxt på 6 procent fram till 2040, tillväxten förklaras nästan uteslutande av Jönköping och Växjö. Tar vi bort dessa större städer ger det ett annat resultat, en befolkning som minskar med 3 procent. Det motsvarar över 3500 personer för dessa 8 kommuner. Att varken Vetlanda eller kommunerna som utgör dess direkta omland växer gör det svårt att förklara ett ökat behov av yta för handel. Anledningen till att många av dessa kommuner

uppvisar en minskande befolkning är att de har negativa födelsenetton. Det betyder att det dör fler än det föds. Det behöver inte vara något problem om det är under en kortare tid, eller beror på en ovanlig stor årskull, men som det ser ut nu har vi historiskt låg barnafödande i landet. Detta tillsammans med en migration som prognostiseras att ligga lägre än tidigare år gör det svårt för många kommuner att nå en befolkningstillväxt.

Enligt de prognoser som finns framtagna och befolkningsutvecklingsanalysen finns inget som indikerar ett ökat behov av platser för handel i Vetlanda.

## 7 Slutsats och rekommendationer

Analysen av de ekonomiska underlagen visar att det finns en tillväxtkraft i Vetlanda. Handeln i Vetlanda är mer tillväxt- och värdeskapande än handeln utanför Vetlanda. Ser vi till exempel på försäljningsindex ligger Vetlanda i nivå med Växjö och Kalmar, vilka är betydligt mycket större städer. Det finns ingen förklaring till detta i demografiutveckling eller annan tillväxt. Förklaringen hittas istället i den roll Vetlanda har inom sitt omland. Vetlanda är den centrala handelsplatsen för ett större omland, ett omland som i vissa fall har lika långt till Jönköping men som likväl ser Vetlanda som destinationen när de åker till stan. Detta är en drivkraft som gör att det skapas en större köpkraft än vad det finns i kommunen och dess direkta närområde. Det finns dock en utmaning i detta, att drivkraften kan vara starkt generationsbunden. Kommer nästa generations Eksjöbor välja att åka till Vetlanda för att handla, eller är 2 mil extra till Jönköping värt det för ett större utbud?

Här kan den regionala utvecklingen arbeta mot Vetlanda, då växande städer gynnas av bättre förutsättningar, som kan skapa ett kultur- och nöjesutbud som en mindre stad inte kan erbjuda. En växelverkan mellan handel och upplevelse är något som Vetlanda kommer att ha svårt att konkurrera med.

Allt detta till trots finns det ett tryck på att etablera mer handel i Vetlanda, vilket i sig är väldigt positivt. Där intresset är störst är runt Nydala, där det bara under de senaste åren öppnat flera nya butiker. Det är även ett av de områden som har haft den tydligaste tillväxten av de som undersökts i analysen. För kommunen är det då viktigt att försöka säkra så att tillväxten och de nya etableringar i externa handelsområden som Nydala inte gör det omöjligt för Centrum och stadskärnan att bära sig ekonomiskt. En sån utvecklingen kan vara slutet på det som gör Vetlanda till den plats som människor väljer att resa till för att handla.

Fördelningen av segment inom dagligvaruhandeln visar tydligt att centrum har stora marknadsandelar inom beklädnad. Det gör att det finns en nisch som utmärker centrum. Att kunna bibehålla en tydlig egen marknad är viktigt, och det behöver även kompletteras med ett bredare generellt utbud. Inom ramen för detta uppdrag ingick inte att specifikt titta på stadskärnas utveckling, men analysens resultat gör att vi ser en stor vikt av att särskilt lyfta och betona vikten av att försöka bibehålla en attraktiv stadskärna som har ett utbud av handel eftersom det är viktigt för staden som helhet. Vissa segment och branscher gör sig bra i ett mer externt läge, andra är viktiga för stadslivet. De senaste åren har externhandeln växt,

samtidigt som handeln i centrum har legat still. Vi ser inga tecken på att detta kommer att avta, och det behöver inte vara ett problem så länge centrumhandeln klarar sig. Dock gör åldersstrukturen att det finns en risk att den handel vi ser i centrum är kodad mot den äldre befolkningen. Detta vore intressant att utreda, för om så är fallet behöver handeln i centrum även attrahera nya kundgrupper om det ska vara långsiktigt konkurrenskraftigt.

Med det som bakgrund tror vi att en "centrum först-policy" vore en god idé. Det kan fungera både som en signal internt i kommunen om viljeriktningen och även bli tydligt mot de som vill etablera sig i kommunen att det alltid är där ni tittar först för att se om en etablering är möjlig. Samtidigt är det viktigt att inte stänga dörren för nya etableringar utanför centrum. Att kunna säga nej till etableringar är på många sätt en lyx som inte alla kommuner har. De ytor och markbehov som den tidigare utredningen pekade ut är idag utbyggda. Analysen och det intresse som olika marknadsaktörer visar är tecken på en hög etableringsvilja i kommunen. Att öppna upp ytterligare planläggning av tillgänglig mark för rätt etablering är då nödvändig.

Vad som är rätt etablering kan vara svårt att veta, men en grund kan vara att försöka bredda utbudet. Det som bidrar med ett mer differentierat handelsutbud skapar ingen intern konkurrens utan kan istället lyfta övrig handel. Men kanske ännu viktigare; bra argument kring varför vissa etableringar inte är rätt och vad det kan ge för konsekvenser. Att skapa en gemensam bild inom kommunen om både vilka typ av etableringen som är prioriterad och vad som inte är önskvärt att få utanför centrum kan vara ett nästa steg. Ett sånt arbete kan med fördel göras både brett och tvärpolitiskt för att hålla över tid.

## 8 Referenser och underlag

Cityklimatet Vetlanda, (2015). Rapport. Fastighetsägarna.

Cityindex Vetlanda, (2023). Rapport. Fastighetsägarna och HUI, oktober 2023.

Cityindex Vetlanda, (2019). Rapport. Fastighetsägarna och HUI, oktober 2019.

E-barometern, (2023). Årsrapport 2023.

E-barometern, (2022). Årsrapport 2022. [e-barometern-arsrapport-2022.pdf \(postnord.se\)](#)

E-barometern, (2021). Årsrapport 2021. [e-barometern-arsrapport-2021.pdf \(postnord.se\)](#)

Handelsrådet, (2024). Detaljhandeln i Sverige år 2025. [Detaljhandeln i Sverige år 2025 | Handelsrådet \(handelsradet.se\)](#)

HUI Research, (2024). Detaljhandelns konjunkturrapport 2024.



- Riksbanken, (2023a). E-handeln har vuxit explosionsartat de senaste åren, och med den olika nygamla betalningslösningar (riksbank.se)
- Riksbanken, (2023b). Buy now pay later – ett hot mot den finansiella stabiliteten?
- SCB, (2022). Statistikmyndigheten. Hushållens boendeutgifter. Hushållens boendeutgifter (scb.se)
- SCB, (2023). Statistikmyndigheten. Statistiknyheter. Detaljhandelns försäljningsvolym minskade i december 2022.
- Sveriges ekonomi - statistiskt perspektiv, (2022). E-handeln ökade under pandemin. Nr 12 - 2022. SCB, (2022b). E-handeln ökade under pandemin (scb.se)
- Svensk handel, (2024a). E-handelsindikatorn mars 2024. E-handelsindikatorn mars 2024 - Svensk Handel
- Svensk handel, (2024b). E-handelsindikatorn Årsrapport 2023.
- Svensk handel, (2023a). Läget i handeln 2023 - 2023 års rapport om branschens ekonomiska utveckling. laget-i-handeln-2023.pdf (svenskhandel.se)
- Svensk handel, (2023b). Läget i handeln - 2021 års rapport om branschens ekonomiska utveckling.
- Svensk Handel, (2023c). Det stora detaljhandelsskiftet. Det stora detaljhandelsskiftet-finaldokument-18012017.indd (svenskhandel.se)
- SCBs framskrivning år 2024-2070. Folkmängd efter region, inrikes/utrikes född, ålder och kön. År 2024 - 2070. PxWeb (scb.se)
- Visita, (2024a). Branschfakta - Besöksnäringen totalt. Branschfakta | Visita
- Visita, (2024b). Restaurangvanor 2023.
- Visita, (2023c). Resvanor 2023.
- Vetlanda kommun, (2023) Befolkningsprognos 2023-2026 med utblick mot år 2035, 2023.