



# KRINGLAN I BOLLNÄS



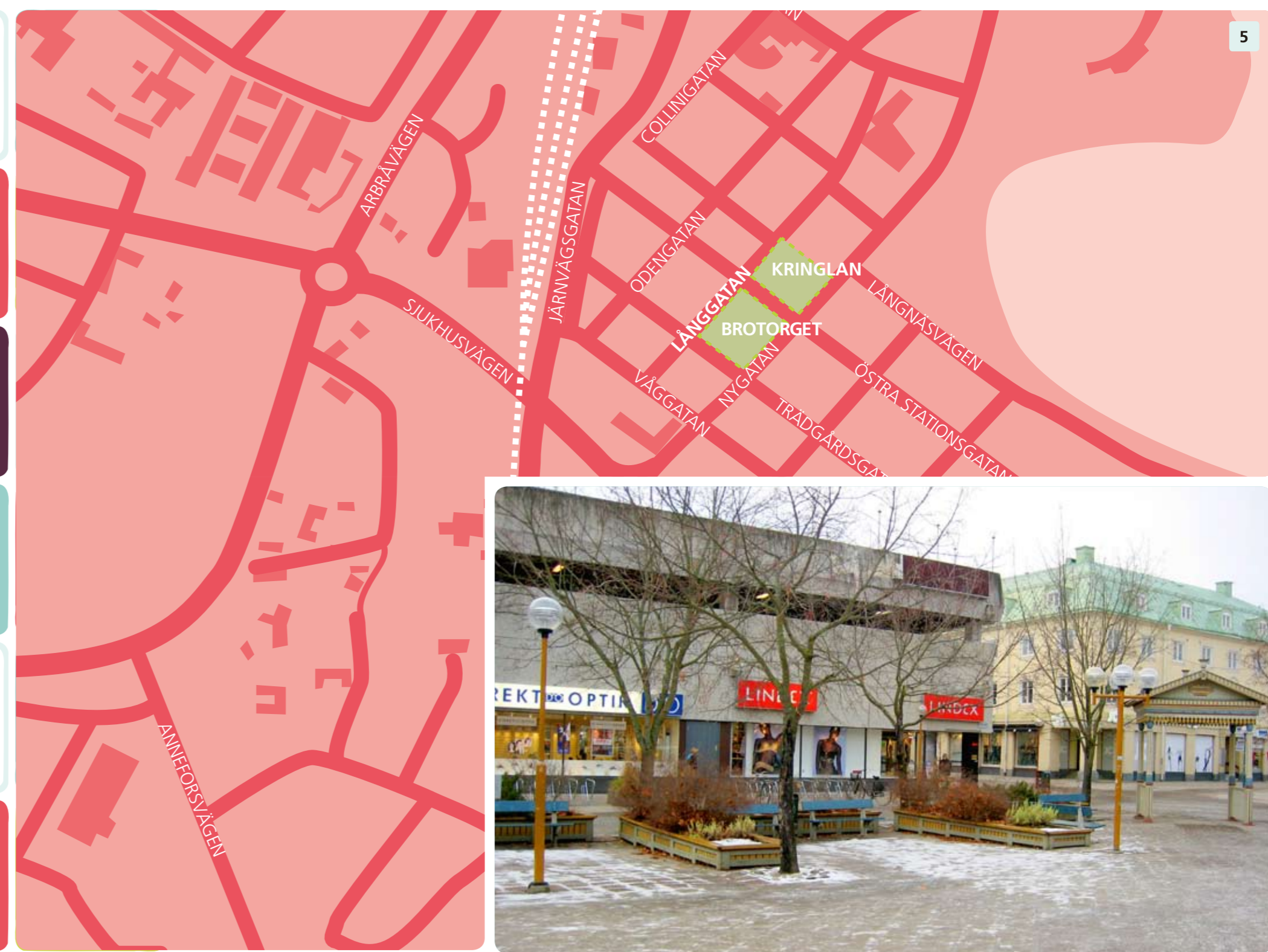
”Kringlan ska inta marknadspositionen som shopping-destinationen nummer ett i Bollnäs och vara den givna mötesplatsen för besökare i stadskärnan. I Kringlan ska Bollnäsborna kunna göra större delen av sin lustfyllda handel och kombinera denna med trevliga och sociala restaurang- eller cafébesök.”

### Innehåll:

- Sid 4** Navet i cityhandeln
- Sid 7** Utbudet idag och imorgon
- Sid 8** Trivsel, status och stolthet
- Sid 11** Alla vägar bär till Kringlan
- Sid 13** Koncept
- Sid 14** Marknadsområdet
- Sid 14** Vi känner våra kunder
- Sid 16** Omsättningspotential
- Sid 17** Befolkningsprognos
- Sid 18** Skisser och ritningar
- Sid 26** Kontakt

## Navet i cityhandeln

Historien om Kringlan har sin början redan 1965. Fastigheten var då ett Domus-varuhus i Bollnäs mest centrala delar. Satsningen som nu görs på Kringlan 5 och Brotorget kommer att innebära en välbehövlig förstärkning av hela stadskärnan. Nybyggnationen/ombyggnationen ger en total butiksytta på cirka 5 600 kvm och en möjlighet att höja det butiksutbud som idag är spretigt och sparsmakat. Många butiker och branscher saknas i Bollnäs och nya Kringlan/Brotorget ska fylla tomrummen. Enkelt uttryckt: Kringlan & Brotorget ska utgöra navet i cityhandeln och centrumet ska vara Bollnäsbornas förstahandsval när det är dags att bestämma mötesplats.







## Utbudet idag och imorgon

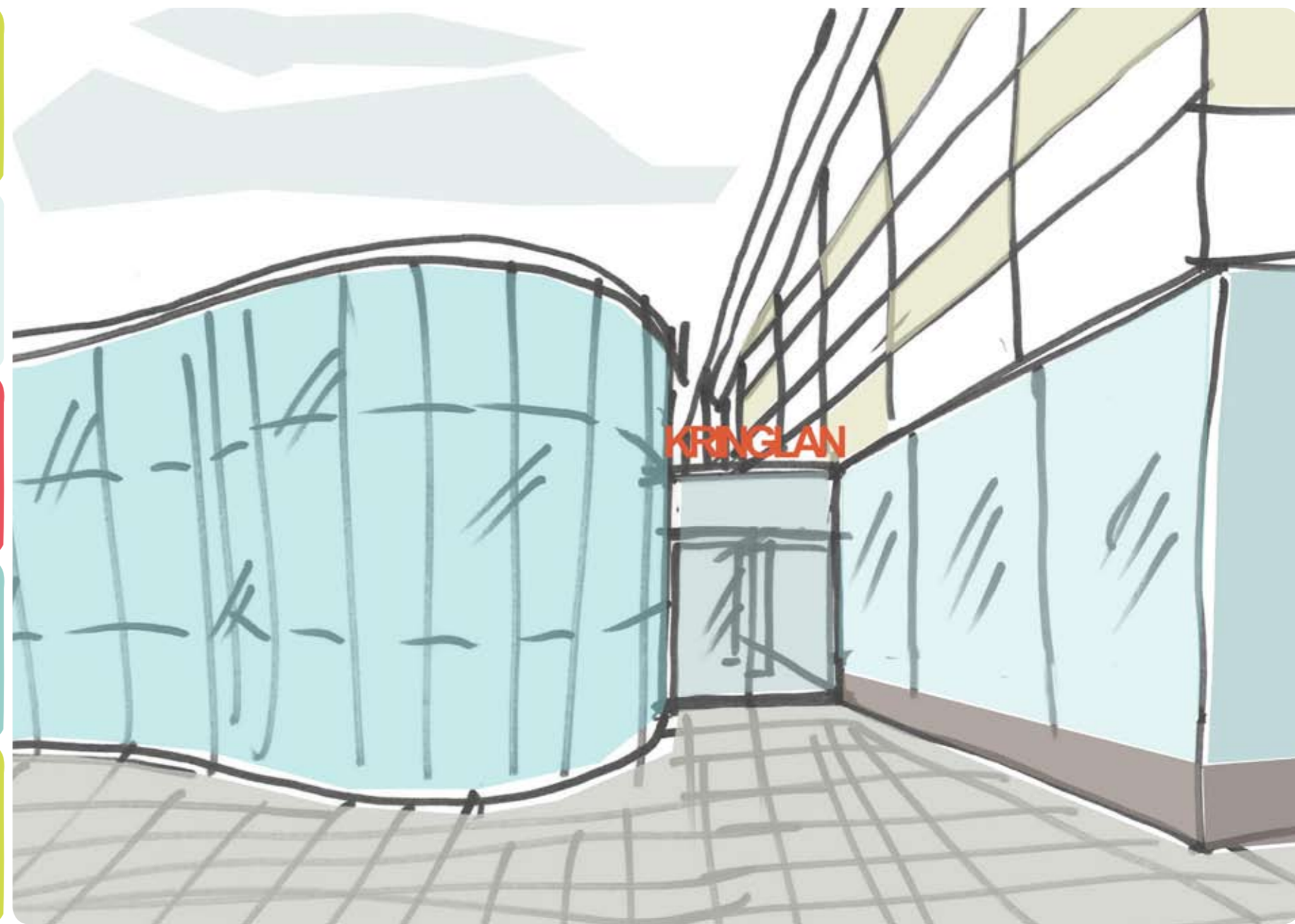
Damkläder dominerar utbudssidan och idag finns det få butiker med fokus på yngre. Kända kedjeföretag inom branscherna beklädnad, fritid och hem skulle inte enbart stärka Kringlan 5 utan faktiskt hela Bollnäs. Här finns också utrymme för moderelaterade produkter som stärker den egna modebilden, exempelvis accessoarer, smink och mobiltelefoner. Det är också viktigt att få in ett ökat utbud av trivsamma mötesplatser som caféer och restauranger. De får kunderna att stanna längre och samtidigt spendera mer pengar. Nöjda kunder kommer dessutom gärna tillbaka.





## Trivsel, status och stolthet

Upprustningen av området ger ökad trivsel, högre status och skapar en stolthet bland Bollnäsborna, vilket naturligtvis leder till fler besökare. Här får kunderna möjlighet att kombinera inspirerande shopping med mysigt umgänge. Ett upp-rustat, fräscht och modernt köpcentrum ger mervärde och det samlade och utökade utbudet både förenklar och sparar tid åt kunderna.





P



## Alla vägar bär till Kringlan

Kringlan har det bästa och mest centrala läget i hela Bollnäs. Fastigheten ligger vid stadens enda gågata, Långgatan och fasader åt flera håll ger goda exponeringsmöjligheter. Hit tar man sig till fots, cykel, bil och med allmänna kommunikationer. Parkeringsmöjligheterna är goda då fastigheten innehåller två parkeringsplan.



shutterstock



upplevelse

modernt

folkligt

inspiration

kultur

klimatsmart

mötesplats

## Koncept

Kringlan ska komplettera det utbud som redan finns i Bollnäs. Det utökade utbudet ska göra Kringlan och Brotorget till en lockande handelsplats, mötesplats och turistattraktion. Här ska den vardagliga shopparen få sitt lystmäte av handel. Målgruppen är bred och konceptet riktar sig både till Bollnäsbor och tillfälliga besökare i stadskärnan.



## Marknadsområdet

Marknadsområdet och köpkraften är begränsade, vilket kräver ett konsekvent konceptgenomförande i alla avseenden. Därtill måste konceptet ständigt hållas vid liv och utvecklas.

## Vi känner våra kunder

- Andelen småhus är klart fler än i övriga landet.
- 70 % av dem mellan 16 och 64 år har sysselsättning och antalet arbetspendlare är högt, cirka 1 000 stycken. Fler Bollnäsbor arbetar med vård, omsorg och jordbruk, än vad som är fallet i övriga landet.
- Bollnäsbor väljer främst att shoppa i sin egen stadskärna och får även sällskap av besökare från Edsbyn och Söderhamn. På senare år har även Ljusdalsbor valt att shoppa i Bollnäs, mycket tack vare den tågförbindelse som finns mellan orterna.
- Den disponibla inkomsten är ungefär lika oavsett del av marknadsområde. Snittet för ett hushåll är 225 000 kronor jämfört med rikets 255 000 kronor.

### MARKNADSOMRÅDET

Marknadsområde  
Primärområde 1+2

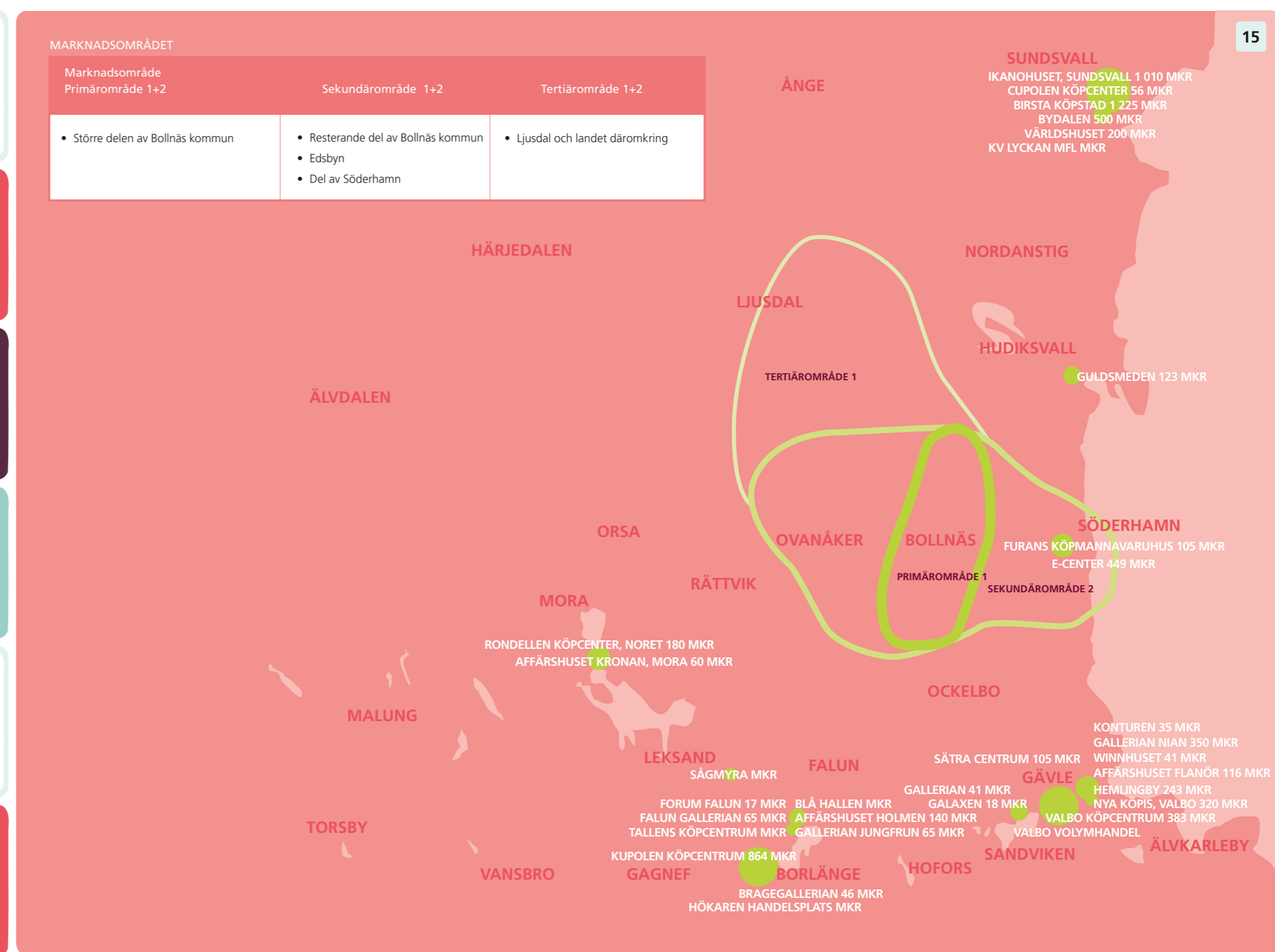
Sekundärområde 1+2

Tertiärområde 1+2

- Större delen av Bollnäs kommun

- Resterande del av Bollnäs kommun
- Edsbyn
- Del av Söderhamn

- Ljusdal och landet däromkring





## Marknadsunderlag

Bollnäs stadskärna bedöms ha en omsättningspotential inom egentlig detaljhandel på omkring 560 mkr +/- 15 % inklusive moms och tillfälliga besökare.

Denna potential fångas delvis upp av de planer på handel som finns på Brotorget och av omdaningen av Åhlénskvarteret och Kringlan 5. Varugrupperna beklädnad, hemutrustning och fritidsvaror svarar för ungefär 80 miljoner av den ökade omsättningsmöjligheten.



## OMSÄTTNINGSPOTENTIAL 2012

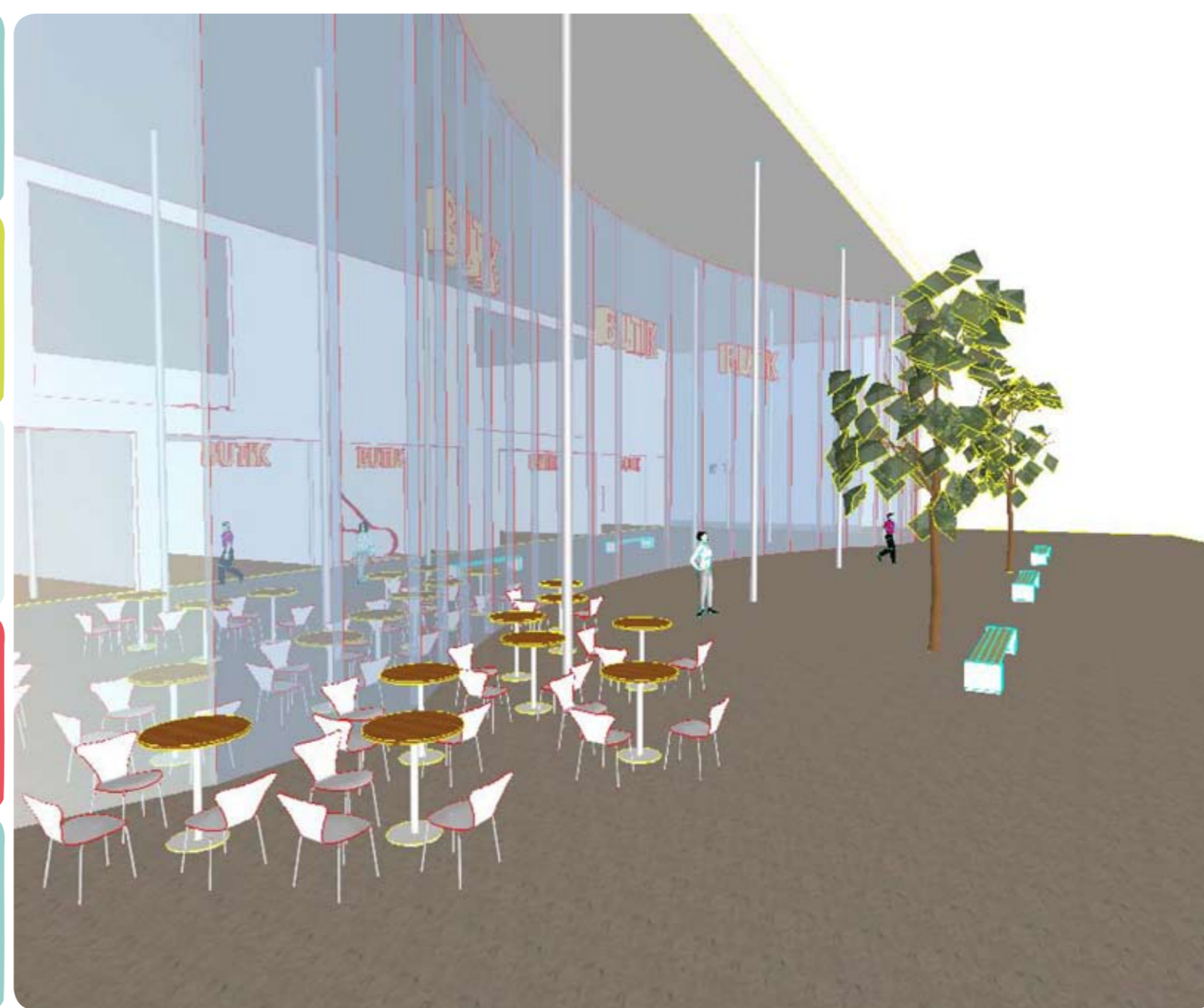
Varugrupp	MARKNAD 2012, MKR	STADSKÄRNANS TOTALA MARKNADSANDEL		OMSÄTTNINGSPOTENTIAL 2012		
		MIN	MAX	MIN	MAX	MEDEL
<b>Dagligvaror</b>	<b>1 981</b>	<b>6%</b>	<b>8%</b>	<b>125</b>	<b>163</b>	<b>144</b>
<b>Sällanköpsvaror</b>	<b>1 961</b>	<b>18%</b>	<b>24%</b>	<b>353</b>	<b>476</b>	<b>415</b>
Beklädnad	644	22%	28%	142	183	163
Hemutrustning	402	10%	15%	41	60	50
Byggvaror	318	7%	10%	22	31	26
Fritidsvaror	597	25%	34%	149	202	176
<b>Summa detaljhandel</b>	<b>3 942</b>	<b>12%</b>	<b>16%</b>	<b>479</b>	<b>639</b>	<b>559</b>

## BEFOLKNINGSPROGNOS 2006-2010-2015

Marknadsområde	BEFOLKNINGSPROGNOS			FÖRÄNDRING 2006-2010		FÖRÄNDRING 2006-2015	
	2006	2010	2015	Antal	%	Antal	%
Primärområde 1	24 262	23 852	23 348	-410	-2%	-914	-4%
Sekundärområde 1	11 926	11 495	10 977	-431	-4%	-949	-8%
Sekundärområde 2	27 789	26 852	25 725	-937	-3%	-2 064	-7%
Primär + sekundär totalt	63 977	62 187	60 019	-1 790	-3%	-3 958	-6%
Tertiärområde 1	18 138	17 764	17 308	-374	-2%	-830	-5%
<b>Marknadsområdet totalt</b>	<b>82 115</b>	<b>79 948</b>	<b>77 320</b>	<b>-2 167</b>	<b>-3%</b>	<b>-4 795</b>	<b>-6%</b>
Sverige	9 118 044	9 249 699	9 416 944	131 655	1%	298 900	3%

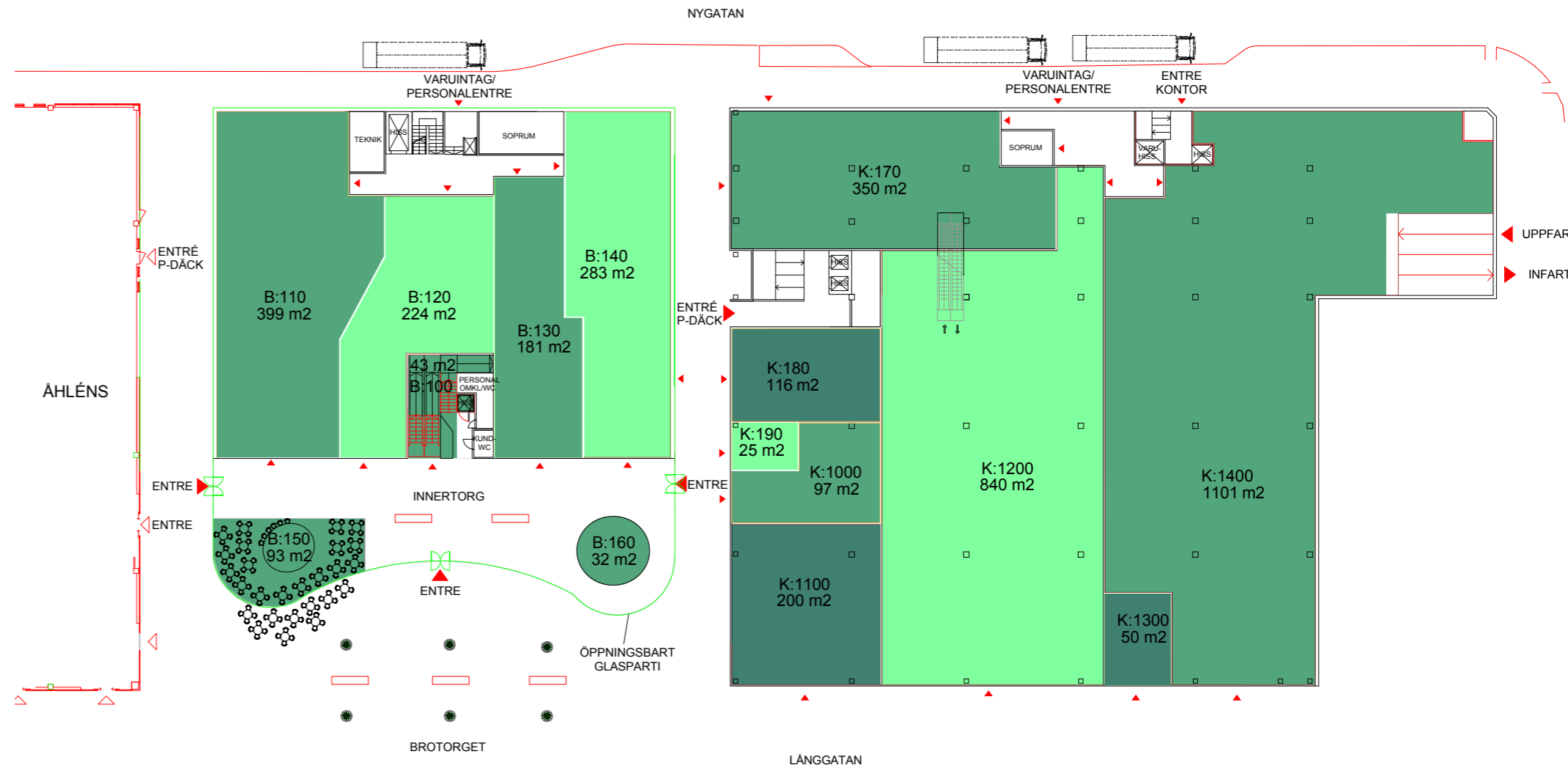
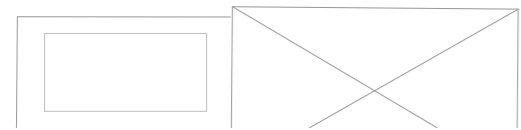
## Skisser och ritningar

Kringlan 5 är lättöverskådligt och har en enkel struktur. Ritningarna och skisserna på följande sidor visar lokalerna, både utanpå och inuti.

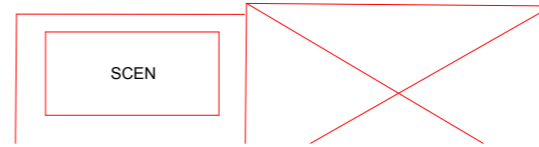




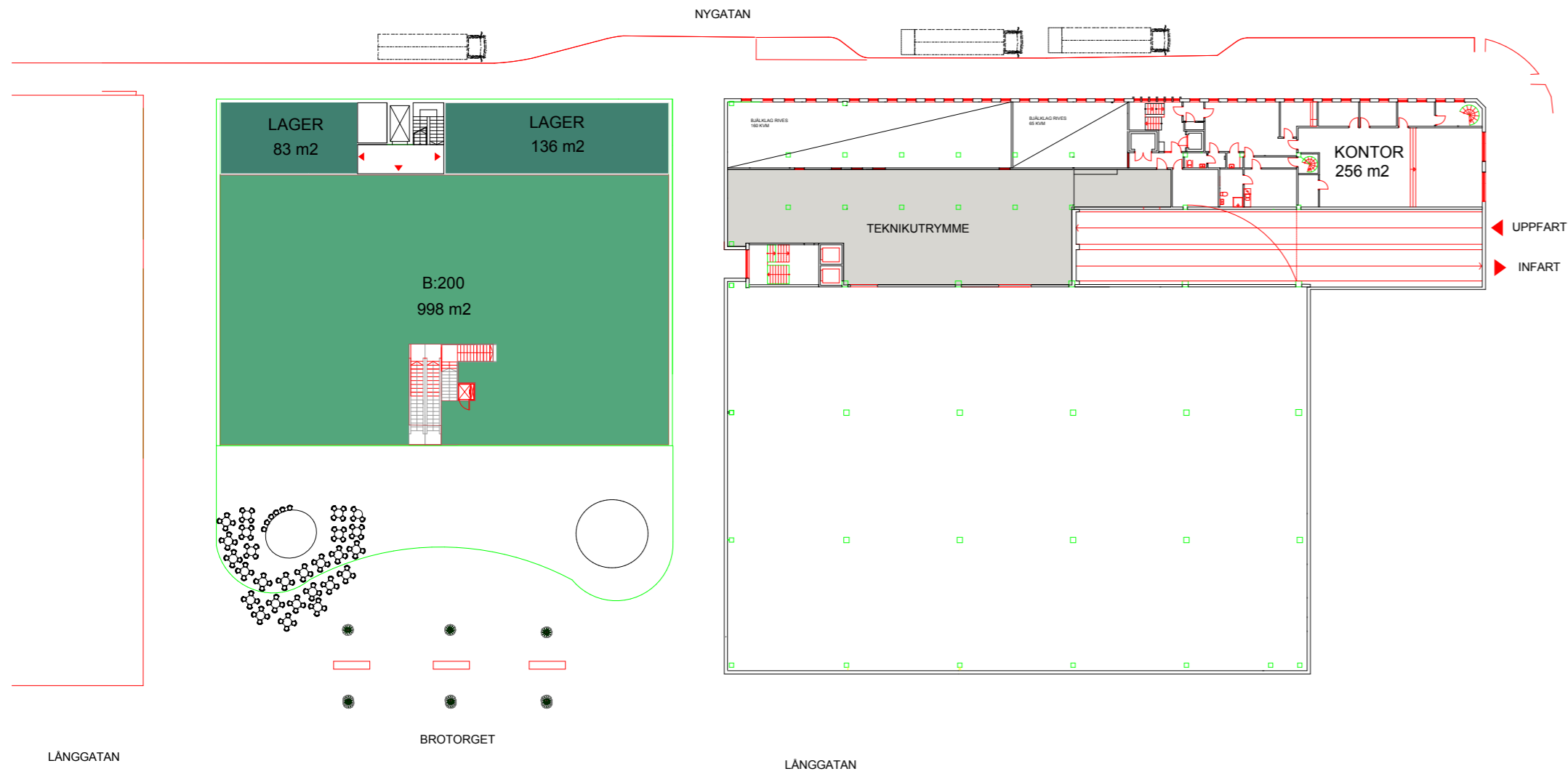
KÄLLARPLAN KRINGLAN



GATUPLAN



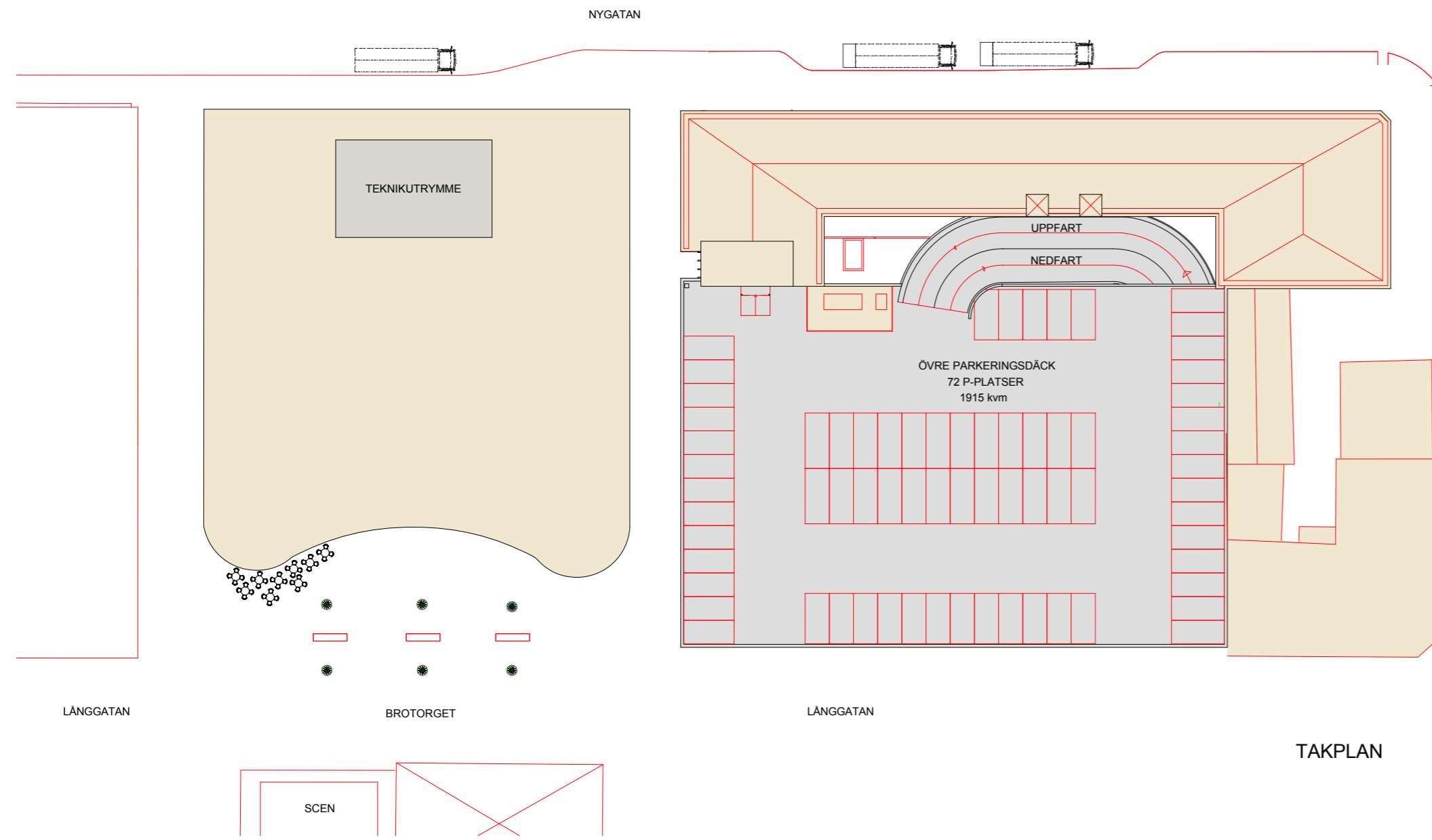




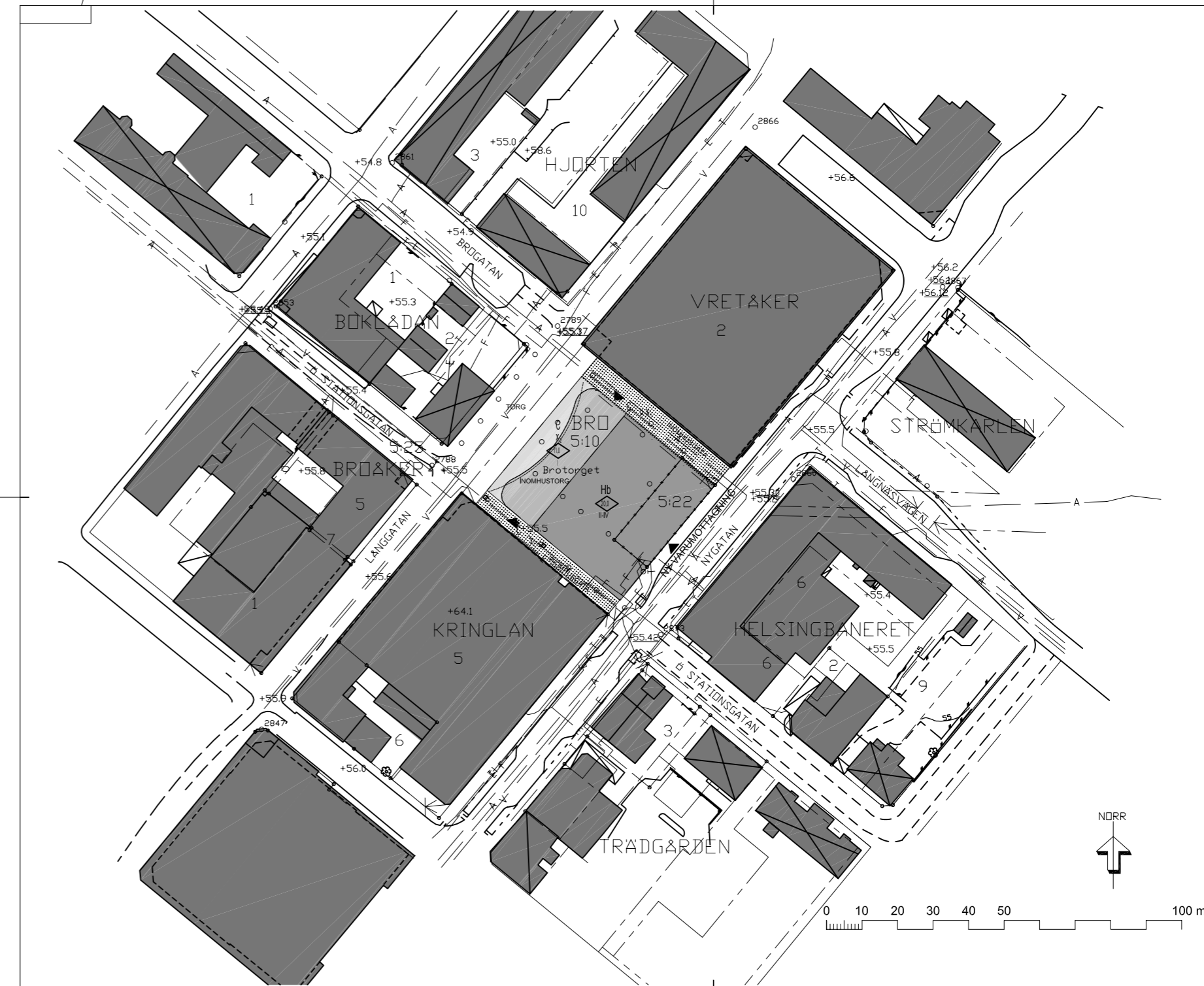
PLAN 1



PLAN 2



TAKPLAN



- FÖRKLARINGAR:**  
 ALLA MÄTT I METER, DÄR EJ ANNAT ANGES.
- BEFINTLIG BYGGNAD
  - NY BYGGNAD
  - NYTT INOMHUSTORG
  - NYTT SKÄRMÅK
  - ENTRÉ
  - +XX.XX PLUSHÖJD MARK

**HÄNVISNINGAR:**  
 ÖVRIGA FÖRKLARINGAR OCH FÖRESKRIFTER SE RITNING A40.1-001

BT	MT	ÄNDRAVÄRDE	SD	DATE
<b>BYGGLOVSHANDLING</b>				
<b>KV BROTORGET 1 BOLLNÄS</b>				
OPPRÄDARE		SÄLARE/SVENSKA AB BOX 36 121 SE-100 06 STOCKHOLM TEL: +46 (0) 49 439 19 00 FAX: +46 (0) 710 08 00		
ISÄNDARE		<b>ÄRSTIDERNE ARKITEKTER</b> Svansevägen 11, S - 112 49 Stockholm Tel: + 46 (0) 8 555 95 950, Fax: + 46 (0) 8 555 95 949		
OPPRÄDARE	BYGGLOV	ISÄNDARE	HÄRLEDARE	
03.0004-05	B WEINZIERL	B WEINZIERL	B WEINZIERL	
2008-04-28	J RISOM	J RISOM	J RISOM	
NYBYGGNAD GALLERIA				
SITUATIONSPLAN				
SKALA A1 1:500	SKALA A2 1:1000	SKALA A3 1:1000	SKALA A4 1:1000	SKALA A5 1:1000
A01.1-001				BT