



Lidköpings
kommun

Varmt välkommen till **Samhällsbyggnadsfrukost**



lidkopingvaxer.se

Agenda

- Aktualiteter från samhällsbyggnadsområdet
- Presentation: Framtida Skaraborgare och hur vi vill bo – [Juni Strategi & Analys](#)
- Panelsamtal med *David Larsson Jättadalen Fastighets AB* och *Tobias Forslund, Chef stora projekt och nyproduktion HSB Norra Götaland* samt *Anna Persson Juni Strategi*.
- Samhällsbyggnadsmingel





Lidköpings
kommun



Visionen om en sjönära
stadsdel förverkligas
steg för steg





Lidköpings
kommun



Områdesplan Västra hamnen - Framnäs



ÄNGENS ARV





Samhällsbyggnadsfrukost

Lidköping



Hur vill framtida Skaraborgare bo - och vad betyder det för Lidköping?



Villadröm utan
villamatta

Juni Strategi april 2025



Juni Strategis *tjänsteområden*

Vi arbetar med såväl kvalitativa som kvantitativa metoder. Vår metodpalett spänner över utredningar och statistiska analyser till ledning av workshops och fokusgrupper/djupintervjuer.

Kompetensutveckling

- Interimstjänster
- Utbildningar; Målgruppsanalys, Barnperspektiv i planering
- Mentorskap
- Föreläsningar

Bostadsutveckling

- Marknadsanalys; efterfrågan, betalningsvilja, målgrupper
- Portföljstrategi & riskanalys
- Konkurrensbevakning
- Kundsegmentering
- Försäljningsstrategi
- Kundnöjdhet & boendekvaliteter
- Bostadsplanering och bostadsförsörjningsprogram
- Vision och platsidentitet
- Aktörssamverkan och dialoger
- Bostadstrender

Kommersiell utveckling

- Handelsutredningar och marknadsanalyser för kontor
- Beräkning konsumtionsunderlag
- Målgrupps- och konkurrensanalys
- Omsättnings- och etableringsanalys
- Rekommendation butiksmix och positionering
- Vision & platsidentitet
- Konsumtionstrender

Stadsutveckling

- Byggherre- och aktörsdialoger
- Processledning för platsidentitet, målbild och vision
- Översyn av regioner/län/kommuners planer och planberedskap
- Medborgardialoger
- Bostadsförsörjningsprogram
- Utredningar och analys

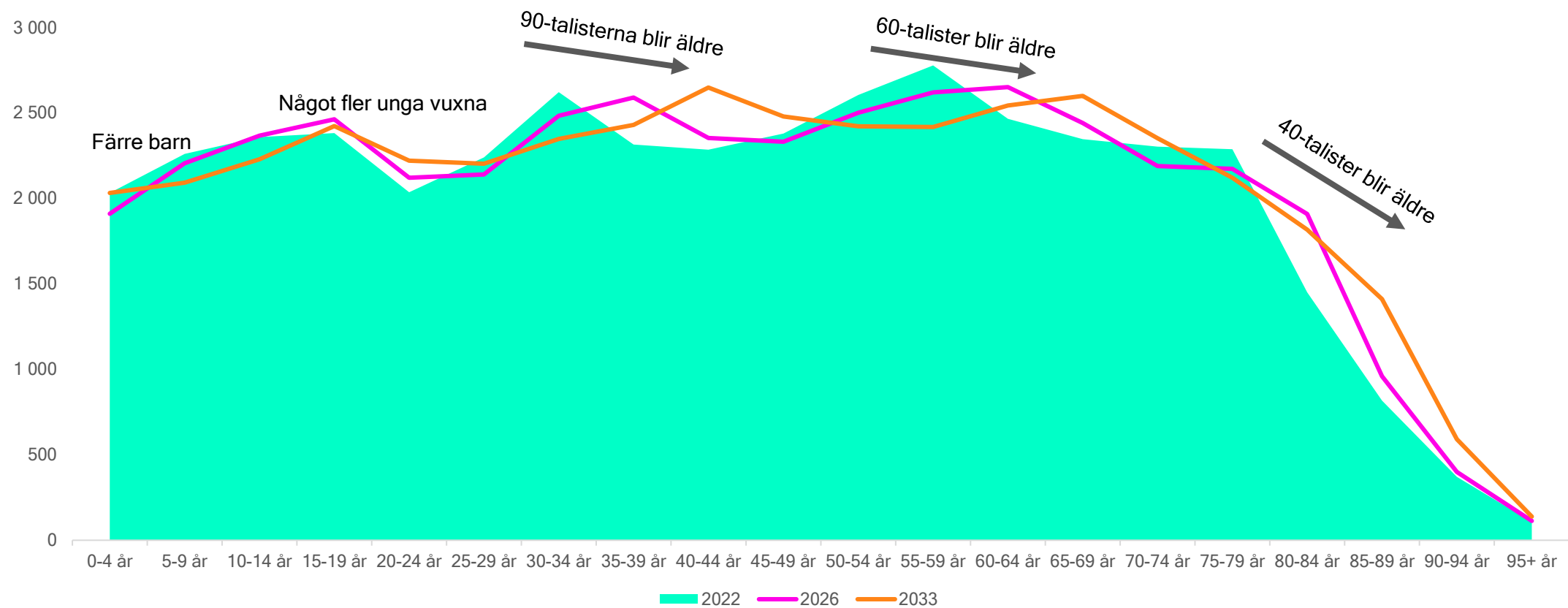
Strategisk rådgivning

- Detaljplanearbete
- Metodik för trend- och omvärldsbevakning
- Strategi kring etablering av ny produkt riktad mot specifikt kundsegment
- Effektivisering av försäljningsorganisation
- Process för en hög kundnöjdhet

Vilket behov och efterfrågan på bostäder finns i Lidköping

Framtida åldersstruktur, prognos för 2026 och 2033

Lidköpings kommun



Viktiga målgrupper framöver

	Unga vuxna 20-29 år	Familjebildare 30-44 år	Mitt i livet 45-59 år	Pensionärer 60-79 år	Seniorer 80+ år
Målgruppens bostadssituation framöver?	Har haft ett negativt flyttnetto, men fortfarande viktigt att möjliggöra för inflyttare att hitta bostad, samt att man kan bo kvar i kommunen när man flyttar hemifrån.	Är en viktig målgrupp för kommunen, men prognosen anger en minskning, viktigt att kommunen kan behålla de som redan bor i kommunen som är på väg in i en familjebildande fas.	Antalet individer i livsfasen kommer att öka kommande år. Kommer, sett till hushållsstorlekar, inte längre ha behov av en större bostad. En målgrupp som sällan flyttar.	Kommer utgöra en förhållandevis stor och ökande grupp under kommande år. Målgrupp som efterfrågar ett mer lättskött boende, men som också generellt flyttar sällan. Allmännyttan har nått denna målgrupp i bla projekten Bifrost och Solhaga.	En åldersgrupp som prognosticeras att öka markant kommande år. Krävs att det finns anpassade boenden. Bör prioriteras för att öka rörligheten i det befintliga småhusbeståndet
Utgör idag, jämförelsevis, en utmärkande stor del inom...	Centrala Lidköping	Spridda över kommunen	Spridda över kommunen	Många vill bo centralt om man flyttar; alternativt kvar i samma område eller nära barn/barnbarn.	Många vill bo centralt om man flyttar; alternativt kvar i samma område eller nära barn/barnbarn.

Slutsatser ordinarie bostadsmarknad

Demografiskt drivet behov 2023-2032, snitt per år

Äldre ökar mest på kort sikt och 40-49 åringar ökar mest på längre sikt

Bostadstyp	Totalt	Snitt per år
Småhus	148	13
Flerbostadshus, hyresrätt	121	11
Flerbostadshus, bostadsrätt	173	16
Specialbostäder och övrigt boende	94	9
Totalt/snitt	536	54

Potentiell efterfrågan för nyproduktion (marknadsdjup) 2023

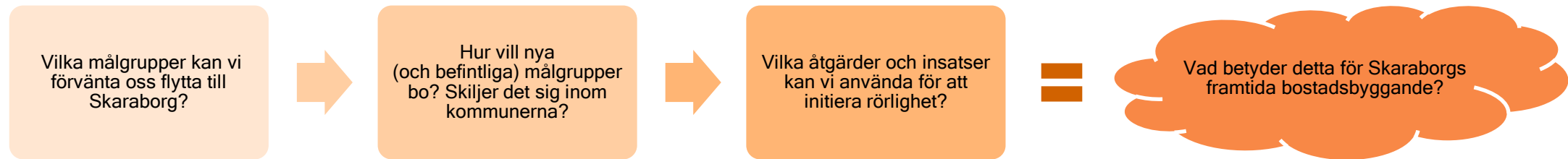
Ensamstående hushåll har svårast att efterfråga bostäder, i synnerhet kvinnor.

	Bostads rätt	Hyres rätt	Ägande rätt	Totalt
Ensamboende utan barn	36	21	6	63
Sammanboende utan barn	29	17	29	75
Ensamboende med barn	4	3	0	7
Sammanboende med barn	20	14	21	55
Totalt	89	55	56	200

Hur vill de bo?

Hur vill vil bo?

Hur vill dagens och framtidens "Skaraborgare" bo?



Framtidens "Skaraborgare"



Unga vuxna
Par och ensamboende (18-30 år)
Livsfas: Självständig.

Behov av att behålla befintliga unga Skaraborgare inom delregionen.

Behov av att lyckas attrahera en stor andel nya inflyttare till delregionen, såväl från angränsande geografier, som nationellt och internationellt.

Primär målgrupp för ökad tillväxt och kompetensförsörjning



Familjeliv
Par och ensamstående (25-49 år)
Livsfas: Familjebildare/Småbarnsfamilj.

Behov av att behålla befintliga och framtida barnfamiljer inom delregionen.

Behov av att lyckas attrahera en mycket stor andel nya inflyttare till delregionen, såväl från angränsande geografier, som nationellt och internationellt.



Mitt i Livet
Par och ensamboende (50- 64 år)
Livsfas: Personer utan hemmaboende barn eller barn på väg att flytta hemifrån

Behov av att behålla målgruppen inom Skaraborg.

Erbjuda målgruppen en ännu högre livskvalitet genom att planera för nya bostäder i attraktiva lägen, och därmed frigöra befintliga småhus till nytillkomna Skaraborgare.

Sekundär målgrupp med syfte att frigöra befintliga småhus till unga par och barnfamiljer



Passionärer
Par och ensamboende (65 +år)
Livsfas: "Passionär" (65+).

Behov av stödja den äldre och antalsmässigt tilltagande målgruppen inom Skaraborg.

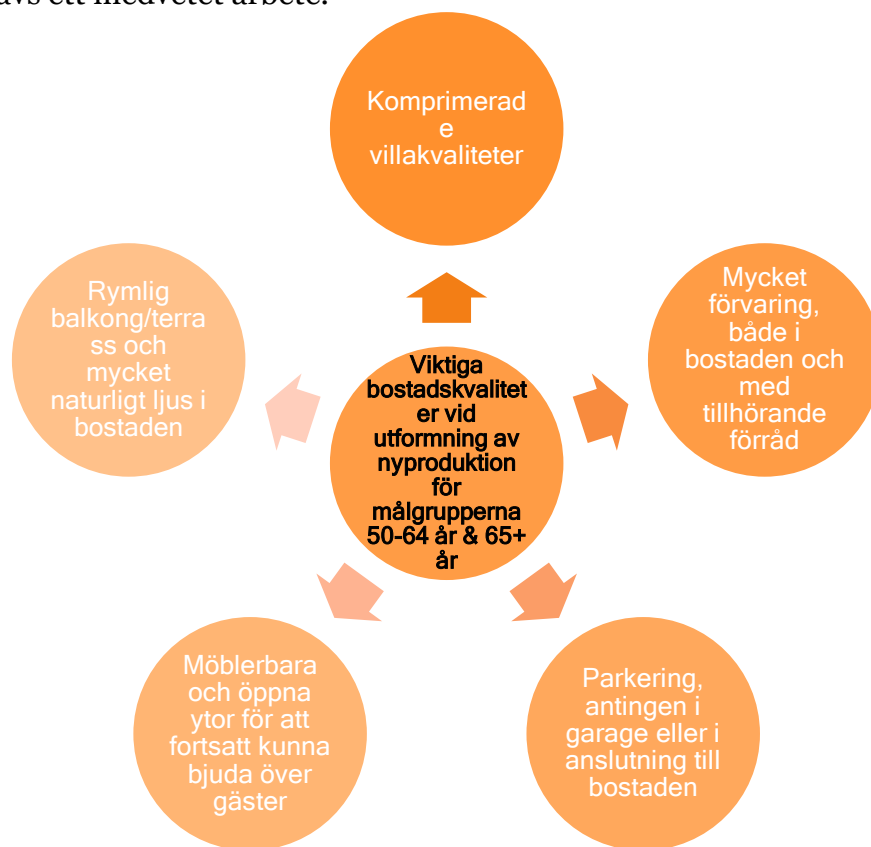
Erbjuda målgruppen ökad livskvalitet genom att planera för nya funktionella bostäder i attraktiva lägen, och därmed frigöra befintliga småhus till nytillkomna Skaraborgare

Rörlighet på bostadsmarknaden

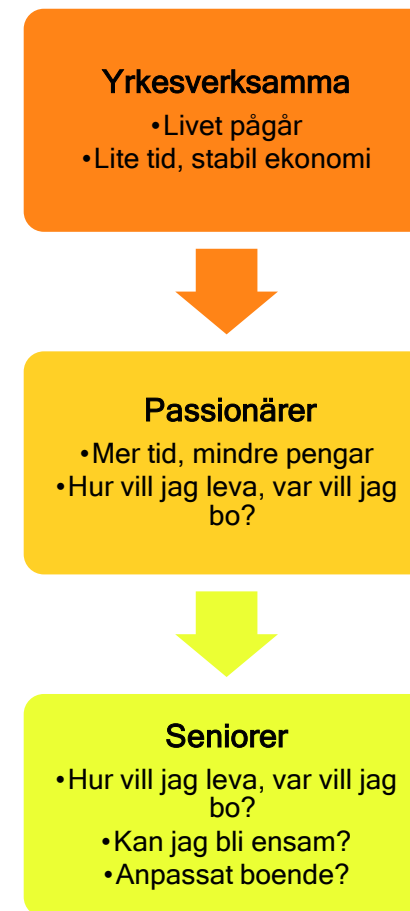
Äldre - Nyckeln till ökad rörlighet på bostadsmarknaden

Börja litet för att på sikt öka

Flyttfrekvensen bland äldre målgrupper är enbart ca 6 %. Att få dem att flytta är således inte helt enkelt, utan här krävs ett medvetet arbete.



Utnyttja "flyttfönstret"



"Flyttfönstret"

60 år

-

67 år

”Villadrömmare”

- Villadrömmare värdesätter vikten och känslan av att råda över hela sin bostad. Det är viktigt för alla målgrupper.
- De svarande vill ha känslan av rådighet både invändigt och utvändigt i sin bostad. Gestaltning och utformning kan bidra till den upplevda känslan.
- Egen ingång är en mycket viktig kvalitet.
- Unga vuxna och barnfamiljer värdesätter bostäder om 1 och 2 plan. Likaså Mitt i livet. Pensionärer värdesätter enbart en bostad om 1 plan.
- Barnfamiljer och Unga vuxna är mer öppna för att ersätta villadrömmen med andra boendeformer. Öppenheten är som störst i mindre städer och som minst i större städer.

Högst prioriterade kvaliteter

Bo med egen ingång

Tillgång till egen tomt,
egen utomhusyta

Uppnå en ökad trygghetskänsla (ej unikt
för gruppen)

Att själv ”råda över” hela
min bostad

Parkering i anslutning till bostaden (ej
unikt för gruppen)

Vad betyder det för bostadsutformningen?

Bostadsutformning

Slutsatser och rekommendationer för Lidköping

Ett mer varierat bostadsutbud

- ✓ Planera för **fler mindre bostadstyper** som bostadsrätter och hyresrätter i närhet till centrumkärnor. ’
- ✓ Våga initiera och utveckla attraktiva boendialternativ för **den äldre** befolkningen, med syfte att frigöra småhus i befintligt bestånd till nya inflyttare.
- ✓ **Komplettera befintliga småhusområden med flerbostadshus**, med småhusliknande boendekvaliteter som både bostadsrätter och hyresrätter.
- ✓ Skapa ännu bättre förutsättningar för fler **barnfamiljer och unga vuxna att göra boendekarriär** i Lidköping. Utveckla nya småhus i gruppbebyggelse som rad, par och kedjehus med olika upplåtelseformer i områden med närhet till förskola/skola.
- ✓ **Natursköna lägesattribut**, exempelvis lägen med sjöutsikt
Lägen med det ”lilla extra” som exempelvis sjöutsikt blir viktigare för målgrupper som mitt i livet, som oftast är den målgrupp som har både preferens och plånbok för att efterfråga sådana lägen.
- ✓ **Platser för generationsskifte**
Se över befintliga villaområden i alla kommuner för att se var framtida generationsskifte kan ske. Utveckla flerbostadshus i anslutning till dessa för att attrahera villasäljarna att flytta och frigöra småhus till nya barnfamiljer.



Tack!
www.junistrategi.se





Pannelsamtal

**Varmt välkomna
att fira Framnäs
strandpark 5 juni
kl 17.30!**





Lidköpings
kommun

Samhällsbyggnadsmingel

Läs mer på lidkopingvaxer.se