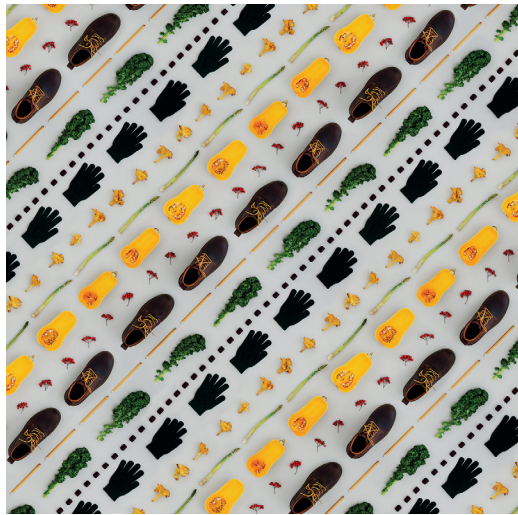


VÄLKOMMEN TILL HORNSTULL

Vi pratar inte så mycket om livsstil, kallar inte heller Hornstull för "Stockholms Brooklyn" och är absolut inte Skandinavians största galleria.

Vi är först och främst ett stadsdelscentrum. En plats där du kan ta en öl, köpa värktabletter, koka lunch, träffa vänner, handla mat, shoppa kläder och vänta på bussen hem. Här hittar du sådant som du brukar hitta i ett vanligt centrum – H&M, Hemköp och 7-Eleven på hörnet. Men också en av världens bästa barer, några riktigt bra restauranger, en butik som säljer hundratals sorters läsk och en populär nattklubb. Välkommen till 36 butiker, caféer och restauranger!"



BAKGRUNDSFAKTA

ADRESS _____ Långholmsgatan/Hornsbruksgatan
HEMSIDA _____ hornstull.se
ÖPPNINGSDATUM _____ 2013-04-26
ÄGARE _____ Bonnier Fastigheter
ARKITEKT _____ Wester + Elsner
HANDELSYTA _____ 11.000 kvm
ANTAL HYRESGÄSTER _____ 36

ANKARHYRESGÄSTER _____ H&M, Hemköp, Systembolaget, Clas Ohlson compact store
OMSÄTTNING 2017 _____ 571 miljoner
ANTAL BESÖKARE 2017 _____ 7,7 miljoner
ANTAL PENDLARE/RESENÄRER _____ Ca 37.700 per dygn
PRIMÄROMRÅDE _____ 31.000 invånare
SEKUNDÄROMRÅDE _____ 109.000 invånare
ARBETANDE I HORNSTULL _____ Ca 3000

STARK UTVECKLING

TOTALT ANTAL BESÖKARE:

2017	7,73 miljoner
2016	7,66 miljoner
2015	7,51 miljoner
2014	6,87 miljoner
2013	4.21 miljoner

TOTAL OMSÄTTNING:

2017	571 miljoner kr
2016	545 miljoner kr
2015	522 miljoner kr
2014	454 miljoner kr
2013	343 miljoner kr



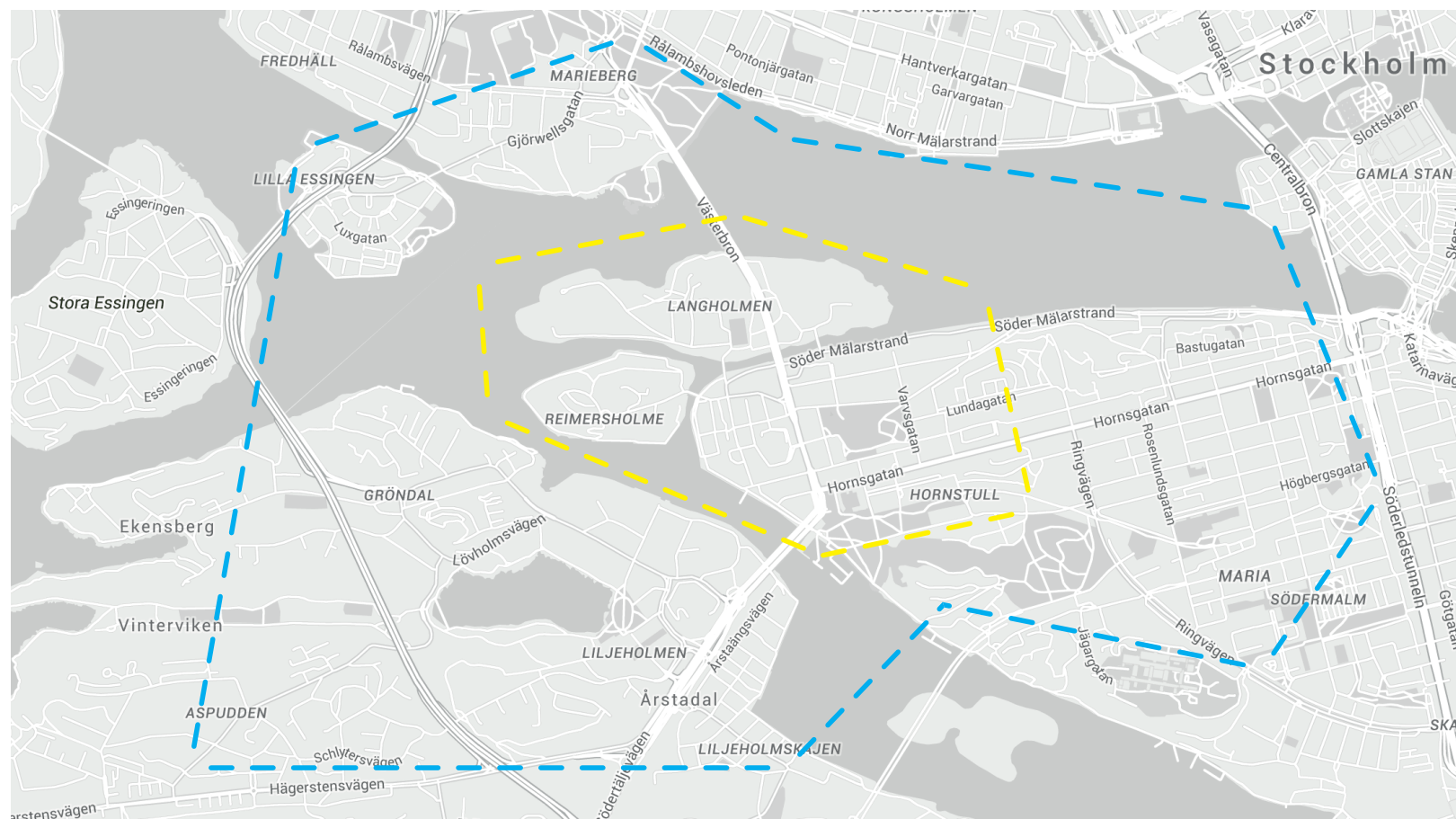
MARKNADSOMRÅDE

Primärområde

2018: 33 000 invånare

Sekundärområde

2018: 109 000 invånare



MÅLGRUPPER

BOENDE
ARBETANDE
RESENÄRER

PRIMÄROMRÅDET

Om Hornstullsborna

Hornstull befolkas av en brokig skara människor, men den trendsättande gruppen består av en samling individer med flera gemensamma drag. De vill vara annorlunda, men samtidigt tillhöra en grupp med en tydlig identitet. De är i många delar välutbildade, intellektuella, högvärlöna och ambitiösa, men vill ogärna visa det utåt. Därför väljer många en avslappnad och urbant nedtonad attityd. En enkelhet som inte desto mindre kan ta både en hel del tid och pengar i anspråk att upprätthålla. Åldersmässigt befinner sig

målgruppen någonstans mellan 20 och 40 år, men eftersom de alla har ungefär samma intressen så spelar åldern mindre roll. Den trendsättande gruppen i Hornstull ser sig gärna som motståndare till ytlighet, överdriven konsumtion och påträngande reklambudskap. Samtidigt är gruppen noga med att välja rätt varumärken, beredda att betala för det som de verkligen vill ha och kan uppskatta kommunikation som de upplever tar dem på allvar.

Om Stadsdelen

Hornstull är ett egensinnigt område där den likriktning i utvecklingen som dominerar resten av Stockholms innerstad inte fått samma fäste. I Hornstull finns det fortfarande plats för alla typer av människor, byggnader, butiker och restauranger. Detta är en viktig anledning till att Hornstull har blivit ett populärt område att bo och verka i.

Det är också anledningen till att området drar till sig en mängd nyskapande och drivna människor. Gemensamt för alla i stadsdelen är viljan att värna det som är unikt för Hornstull - det mångfacetterade och icke tillrättalagda. Hornstullsborna älskar sin stadsdel och alla dess egenheter.

PRIMÄROMRÅDET

Fakta målgrupp:

- Singelhushåll i majoritet
- Hög medelinkomst
- Majoriteten bor i ettor eller tvåor
- Befolkningen är jämförelsevis ung
- Barnfamiljer är en växande del
- Storstadspulsare och globalister – medvetna, early adopters
- MP och FI största partierna i riksdagsvalet 2014
- Positiva till handelsplatsen
- Välutbildade
- Stort intresse för miljö, kultur och samhällsfrågor

Önskar:

- Mer mötesplatser, caféer och matställen
- Mer basservice till hemmet
- Unika småskaliga koncept, gärna deli och ekologiskt.
- Vintage och second hand
- Levande torgliv och kultur
- Mer mode
- Mer för barn såsom leksaker, kläder och skor

PRIMÄROMRÅDET

FOLKMÄNGD	2013	2018
0-15 år	3 832	4 329
16-24 år	2 663	2 825
25-64 år	19 053	19 485
65-79 år	4 002	4 620
80-90+ år	1 621	1 524
Män	14 967	15 948
Kvinnor	16 204	16 837
Totalt	31 171	32 785



BOSTÄDER EFTER STORLEK	FLERBOSTADSHUS	STHLM
1 rum med eller utan kök	8 459	43,7% 24,3%
2 rum och kök	5 428	28,0% 29,2%
3 rum och kök	3 031	15,7% 24,5%
4 rum och kök	1 829	9,4% 12,8%
5 rum och kök	611	3,2% 9,0%

MEDELINKOMST	KVINNOR	MÄN	TOTALT	STHLM
20-64 år	316 900	371 800	343 800	348 200
65- år	232 300	316 000	265 200	270 100

- Barn i åldrarna 1-15 år ökar med 13% fram till 2018
- Vuxna i åldrarna 25-79 år ökar med 4,6% fram till 2018
- Totalt ökar befolkningen med 5,2% fram till 2018

BESÖKSSTATISTIK

2017

Gatuplan:	2,2 miljoner	
T-baneplan:	3,1 miljoner	
SL servitut:	7,0 miljoner	