

**Från Fastighetstidningen nr 9 2011**



# Stadskampen 0

Externa handelsplatser är en utmaning för stadskärnorna. De kan antingen ta kål på cityhandeln eller innebära ett uppsving för hela kommunen. Samverkan mellan handlare, fastighetsägare och kommunen avgör om stadskärnan blir framgångsrik eller inte.

TEXT:  
CARINA JÄRVENHAG  
ILLUSTRATION:  
ANNE-LI KARLSSON

**E**xternhandeln har varit extremt framgångsrik den senaste tioårsperioden. Antalet företag, antalet anställda och omsättningen har ökat. Ta till exempel försäljningen av sällanköpsvaror på de externa handelsplatserna – upp med hela 200 procent! Men den

enes bröd den andres död. Konsumtionsutrymmet är dock begränsat och det blir ofta den lilla butiken i staden som tar stryk när folk styr kosan ut till de stora köpladorna vid motorvägen. Därför är det glädjande för såväl handlare som fastighetsägare att cityhandeln börjat återhämta sig de senaste



# m kunderna

åren. Även här ökar omsättning, anställda och antalet butiker.

Handelns utredningsinstitut (HUI) har analyserat externhandels påverkan på den etablerade handeln. Enligt **Sven-Olof Daunfeldt**, forskare på HUI, finns det inget enkelt svar på frågan om en handelsplats utanför centrum är ett hot eller en möjlighet.

– Sanningen är att en extern handelsplats kan vara en framgångsfaktor för en kommun, medan den innebär slutet för cityhandeln i en annan. Ett exempel är Söderhamn där vi gjort en studie. Alla handlare i city är i princip eniga om att E-center utanför centrum har dödat cityhandeln, säger han.

En avgörande faktor är stadens storlek. I en mindre stad som Söderhamn räcker helt enkelt inte köpkraften till hur mycket handel som helst. En

tumregel är att mellanstora och större städer klarar sig bättre i konkurrensen. Större städer hämtar redan en del av sin köpkraft från omkringliggande mindre städer.

– Jag brukar ta Gävle som ett exempel på en stad som klarar sig bra. Där har man konkurrensen från Valbo med Ikea och flera andra handelsplatser. Samtidigt har man en blomstrande handel i city med många affärer, säger Sven-Olov Daunfeldt.

**DET ÄR I FÖRSTA** hand stadens dagligvaruhandlare som drabbas, handeln med sällanköpsvaror påverkas inte lika mycket.

Vad finns det då för gemensamma nämnare för städer där cityhandeln klarat sig bra? En är att det finns en aktiv cityförening med samverkan mellan politiker, handlare och fastighetsägare. Viktigt är ►

forts. från sidan 17.

också att externhandeln har ett kompletterande utbud och inte direkt konkurrerar med cityhandeln.

– Om vi åter igen tar Gävle som exempel har man varit smart och nischat sin cityhandel. Ett annat exempel är Falun där man har en levande stadskärna med inriktning mot kultur och hantverk. Skillnaden är stor mot grannstaden Borlänge där handeln har koncentrerats till Kupolen och centrum är dött, säger Sven-Olov Daunfeldt.

**LOKALA CENTRUM** i städernas utkant får ofta problem när det öppnar en köplada vid motorvägen. Då väljer många att ta bilen, istället för att handla i sin närmaste livsmedelsaffär eller lokala butik.

– Många pratar om värdet av en levande stadsmiljö som kan erbjuda mötesplatser, kultur och ett utbud av butiker och restauranger. Men när det kommer till kritan sätter sig många i bilen och kör till den externa handelsplatsen, eftersom man upplever att det är bekvämt och lätt att hitta parkeringsplatser, säger Sven-Olov Daunfeldt.

Tydligt är att miljöhänsyn inte påverkar konsumenterna i så stor grad, fast Sven-Olov Daunfeldt tror inte att stormarknader behöver vara ensidigt dåligt för miljön.

– Man gör färre bilresor när man gör alla sina inköp på en och samma gång.

En tydlig trend de senaste åren är att allt fler städer satsar på samverkan för att klara sig i konkurrensen från handelsplatserna. Från Haparanda i norr till Ystad i söder bildas cityföreningar med syftet att stärka stadskärnorna.

**Rudolf Antoni**, utredare och biträdande näringspolitisk chef på Fastighetsägarna GFR, ser en ökad professionalism hos aktörerna i städerna.

– Det yttre hotet kan bli en enande kraft och en positiv utmaning för vissa städer. Svårigheten för en cityförening är att enas kring ett gemensamt mål. Handeln i city består både av större kedjor och mindre butiker som drivs på hobbynivå. Det finns fastighetsägare med ett stort bestånd av kommersiella fastigheter och andra som äger en enda centralt belägen fastighet. Det ger helt olika syn på allt från öppettider och tillgänglighet till hur mycket pengar man vill investera, säger han.

**IDAG FÖRSÖKER** många städer lyfta fram sina naturliga fördelar. Det är i stadens centrum som vi umgås, roar oss och tar del av utbudet av kultur, restauranger och butiker. Ett attraktivt centrum har en naturlig lockelse, medan ett externt centrum alltid måste jobba för att dra kunderna till sig.

Tillsammans med Handelns utredningsinstitut har Fastighetsägarna GFR tagit fram en rapport som visar på kulturens betydelse för att skapa en attraktiv stadskärna – och i förlängningen locka till sig nya företag, attraktiva bostäder och lokaler samt en levande handel.

– Kultur är en viktig konkurrensfördel för staden.

Förr flyttade vi till arbetsplatserna. I dag är det snarare så att jobben följer människorna. En kommun som lockar till sig kreativa människor och entreprenörer får också nya jobb, ett rikt kulturutbud och en levande handel, säger Rudolf Antoni.

I dag är tillväxten i Sverige starkt geografiskt koncentrerad. 220 av landets 290 kommuner visar en svag eller obefintlig tillväxt. Utmärkande för tillväxstkommunerna är att de är storstäder, residensstäder, förortskommuner eller mindre städer med speciella förutsättningar som shoppingturism eller gränshandel.

– Vi ser att den ökade etableringen av handelsplatser leder till allt attraktivare stadskärnor. Samtidigt som en extern handelsplats kan bli dödstöten för en kommun som redan har ett svagt centrum, säger Rudolf Antoni.

**UDDEVALLA** har handelsplatsen Torp lett till tomma lokaler, ett förfall av stadsmiljön i centrum och en vikande cityhandel. (se artikel på sidorna 22–23) Det menar **Torbjörn Sjögren**, ansvarig för Uddevallaprojektet på Fastighetsägarna GFR.

– I dag finns extremt mycket externhandel i Uddevalla om man ser till befolkningens storlek. Kommunen har inte mer än 50 000 invånare. Den hårda konkurrensen understryker behovet av att alla goda krafter samverkar, för att stadskärnan ska kunna leva, säger Torbjörn Sjögren.

**Anna Anderberg**, chef för Centra Konsult, menar att en enkel "make-over" inte löser stadskärnornas problem.

– Det räcker inte att bygga på gågator, några parkbänkar, förstärka belysning och en fontän för att få cityhandeln att blomstra. Många stadskärnor är byggda för mycket länge sedan och lever varken upp till dagens krav på infrastruktur eller människors rörelse- och beteendemönster, ▶



#### SÅ BLIR STADSKÄRNAN ATTRAKTIV:

- Städer som har från 100 000 invånare och uppåt klarar sig bättre än mindre i konkurrens med externa handelsplatser. Köpkraften räcker inte till i en mindre stad.
- Bra om handelsplatsen har ett kompletterande utbud till vad som säljs i city.
- Stark identitet.
- Aktiv cityförening med metodiskt samarbete mellan handlare, fastighetsägare och politiker.
- Kultur och mötesplatser.

”**Det yttre hotet kan bli en enande kraft och en positiv utmaning för vissa städer.**”

Rudolf Antoni, Fastighetsägarna GFR

# Kampanndan lyfte Västerås

**I Västerås har fastighetsägare, handlare och kommunen gått samman för att lyfta stadskärnan till det bättre.**

**- Alla västeråsare ska känna att staden är deras gemensamma vardagsrum, säger Maria Fors, vd för Västerås citysamverkan.**

TEXT: CARINA JÄRVENHAG FOTO: PIA NORDLANDER

**N**ågot har hänt i den gamla gurstaden Västerås. Från att ha haft ett sviktande självförtroende och kanske lite lillebrorskomplex sjuder staden av framtidstro. Gatorna i city har ny beläggning, fasaderna längs Sigmatorget håller på att rustas upp och för ett år sedan slog den påkostade gallerian Igor upp dörrarna mitt i centrum.

En del av förklaringen går att hitta på Stora gatan, där Västerås Citysamverkan har sitt kontor. Citysamverkan är ett aktiebolag som drivs gemensamt av fastighetsägare, handlare och kommunen. I år har man dragit i gång ett flertal projekt för att utveckla centrum. Målet är att bli Sveriges bästa city – och bäst i landet på bemötande. Kaxigt värre alltså.

**Curt Grundman** är marknadschef för börsnoterade fastighetsbolaget Klöver AB. Han är också styrelseordförande i organisationen.

- Tidigare hade vi lite taskigt självförtroende. Vi ligger så pass nära Stockholm och ett lillebrorskomplex. Samtidigt är storstan så långt borta att vi måste klara oss på egen hand, säger han.

**MEN ATT DET SKETT** en attitydförändring de senaste åren är både Curt Grundman, Maria Fors och Pernilla Anvemyr, ägare till DM Mode eniga om.

- I dag finns en annan stolthet över vad Västerås har att erbjuda, säger **Pernilla Anvemyr**. Det har också skett en attitydförändring bland oss handlare.



- Det är en gynnsam situation i Västerås nu, säger **Andreas Sjöberg** från Fastighetsägarna.

## FAKTA/KORT OM VÄSTERÅS

**Antal invånare:** Omkring 137 000.  
**Historia:** Handelsplats sedan vikingatiden. Räknas som stad från år 990.

## Handelsindex\*

24 Mölndal	127
25 Mora	125
26 Örebro	124
<b>27 Västerås</b>	<b>124</b>
28 Östersund	121
29 Helsingborg	119
30 Härjedalen	119

\* Ett index högre än 100 visar att kunder kommer från andra områden utanför kommunen. En siffra lägre än 100 innebär att kommuninvånarna handlar på annan ort.

Vi ser cityhandelns som en helhet. Vi rekommenderar varandras butiker och försöker bemöda oss lite extra om kunderna. Kunder åker hit från Stockholm bara för upplevelsen att det är så trevligt att handla här.

**NU HAR MAN** cirka 300 medlemsföretag. Under våren har ett 50-tal av dessa gått en utbildning i service och bemötande, finansierad av Europeiska socialfonden. Citysamverkan arrangerar shoppingkvällar, marknader och speciella evenemang kring jul, påsk och valborg. Man har tagit initiativ till och varit med och finansierat ny gatubeläggning, gågator och den nya isbanan i centrum.

- I form av utbud och mångfald har city den klart bästa shoppingen, men stadskärnan har så mycket mer att erbjuda än enbart handel, säger Maria Fors. Här finns rekreation, mötesplatser och kultur. Runt hörnet ligger Köpmangatan med många speciella småbutiker,

forts. från sidan 19.

säger **Anna Anderberg**. Centra Konsult ingår i Svensk Handel med syfte att skapa affärer och etablera handel för kommuner, detaljhandelsföretag och fastighetsägare. Anna Anderberg menar att många kommuner gör det för enkelt för sig när de ska förnya sina centrum.

- Man tar bort parkeringsmöjligheter och gör det allmänt krångligt att ta sig in till centrum. Det sker i en tid när människor är tidsfascister och vill att de ska vara så enkelt, snabbt och bekvämt som möjligt att göra sina inköp. För att skapa en dynamisk och attraktiv stadskärna räcker det inte att ha en gågata med H&M i ena änden och en Gina Tricot i den andra, säger **Anna Anderberg**.

Hennes råd är göra en analys där man definierar stadskärnans utbredning, marknadsandelar, handelsytor och branscher. Grundläggande är infrastrukturen och hur man vill att människor ska röra sig i staden.

**ANNA ANDERBERG** ger ett exempel.

- Säg att du har en stad med många



Curt Grundman, Pernilla Anvemyr, Maria Fors och Kerstin Berry tycker att Västerås har fått bättre självförtroende. Nu ska cityhandeln bli bäst i Sverige på bemötande.

#### FAKTA/SÅ GJORDE VÄSTERÅS

- Kommun, näringsliv, handlare och fastighetsägare samarbetar i Västerås City-samverkan AB.
- Det finns en långsiktig strategisk plan för utvecklingen i centrum, "Vision 2026".
- Man satsar på handeln, men också på kultur och andra aktiviteter.
- Många aktiviteter gör att människor rör sig i centrum. Det handlar om shoppingkvällar, marknadsdagar och särskilda evenemang vid storhelger.
- Attitydförändring, från sviktande självförtroende till stolthet över staden.
- Bra kommunikationer i form av motorväg, Mälarbanan och flygplatsen.

till höger har vi stadsparken med ån och intill ligger Västerås stadsteater. Det finns ingen köplada som kan konkurrera med det.

**KONKURRENSEN KOMMER** från handelsplatsen Hälla, som ligger vid E18 söder om centrum, och Erikslund, som ligger norröver. I september i år skärptes konkurrensen ytterligare när Ikano Retail öppnade i Erikslund.

– Vi kände mer av konkurrensen innan Ikano Retail öppnade. Det var så många annonser att folk blev nyfikna och ville åka dit. Men många åker dit en gång och sedan är det bra med det. Nu känns det lugnare igen, säger **Kerstin Berry**, ägare till Forsgrens Skor på Köpmangatan.

Även i city är konkurrensen knivskarp mellan handlarna. Det finns sju gallerier och 500 butiker, caféer och restauranger. Klövern äger både en liten galleria i centrum och har många av de mindre butiksägarna som hyresgäster.

– Om man vill ha ett levande centrum kan man inte

sitta passiv och vänta på att andra ska ta alla initiativ. Vi vill att våra hyresgäster ska vara framgångsrika, då måste vi bidra goda lokaler, bra service och möjligheter till skyltning och annan exponering, säger Curt Grundman.

Ett stenkast från Stora Gatan har Fastighetsägarna Mellansverige sitt Västeråskontor i en pampig stenvilla från förra sekelskiftet. Den var tidigare privatbostad för tidningsfamiljen Pers, ägare till VLT. **Andreas Sjöberg** är marknadsansvarig.

– Från ett fastighetsägarperspektiv råder en gynnsam situation i Västerås. Det finns en god planberedskap hos kommunen, hyresnivåerna ligger på en bra nivå och kommunen som helhet växer, säger han.

De externa handelsplatserna ser Andreas Sjöberg främst som en "tillväxtmotor" för hela kommunen.

– Men nu märks också konkurrensen mellan handelsplatserna. Mycket handlar om Ikea i den världen och Hälla kommer troligen att få det tuftt nu när Ikea har flyttat till Erikslund. ●

utspridda torg, då kanske du ska aktivera två av torgen med handel som knyter samman flödet av människor i centrum. Man bör placera ankarbutiker på rätt ställen. Fastighetsägare måste samarbeta för att frigöra ytor som kan skapa A-lägen och det måste hända saker vad gäller fasader och skyltning. Konsumenter är kräsna i dag. Ingen vill

gå från den ena butiken till den andra längs en stum 70-talsfasad utan inspirerande skyltfönster.

De kommuner som lyckas bäst är de som skapat en balans mellan externhandel och cityhandel samt har arbetat tillsammans med att utveckla stadskärnorna.

– Linköping är ett exempel på en stad

som har haft en lyckad samverkan mellan fastighetsägare, politiker, kommun och handlare. Det finns inga genvägar för kommunen som vill lyfta sin stadskärna till det bättre. Problem går inte att sopa under mattan. Det är som att köpa ett hus med dolda fel, förr eller senare kommer de upp till ytan igen, säger Anna Anderberg. ●