

# DEN EXTERNA HANDELN I FYSISK PLANERING

En studie av handelns påverkan och dess betydelse i  
stadskärnan och externa lägen

Alexander Börjesson & Felix Mårtensson  
Kandidatarbete i fysisk planering  
2018-05-23

Titel: *Den externa handeln i fysisk planering – en studie av handelns påverkan och dess betydelse i stadskärnan och externa lägen*

Författare: Alexander Börjesson & Felix Mårtensson, 2018

Examinator: Abdellah Abarkan

Handledare: Sabrina Fredin

Kurs: FM1473 Kandidatarbete i fysisk planering

Omfattning: 15 högskolepoäng

Datum: 23 Maj 2018

Kandidatprogrammet för fysisk planering

Institutionen för fysisk planering

Blekinge Tekniska Högskola



The Swedish School of Planning  
BLEKINGE INSTITUTE OF TECHNOLOGY

# SAMMANFATTNING

Handel har i flera fall legat till grund för städers ursprung i Sverige, där stadskärnan har verkat som den centrala handelsplatsen. I takt med handelns utveckling och bilens framfart i det svenska samhället, har handelsplatser uppstått i externa lägen utanför staden. Externhandeln har med bilanpassade och lättåtkomliga lägen i nära anslutning till större trafikleder öppnat upp för en handelsmarknad som har bidragit till en konkurrens om kommuners kundunderlag. Samtidigt har handeln expanderat över internet genom e-handel som även denna plattform är en bidragande faktor till den ökade konkurrensen.

Konkurrensen mellan den samlade externa handeln och stadskärnan har sedan ett antal år legat till grund för flera debatter, och kring forskningen råder det delade meningar där en del menar att konkurrensen gynnar handel i stadskärnan medan en del menar att den missgynnas. Kommuner har olika synsätt och innehar olika erfarenheter av den externa handeln men gemensamt för dem är att den påverkar deras fysiska planering. Forskningen yrkar på att aspekter som tillgänglighet, trafikfrågor och etablering i geografiska lägen medför konsekvenser för kommuner och att de måste behandlas effektivt i den fysiska planeringen.

Följande kandidatuppsats undersöker den externa handelns påverkan på stadskärnan och dess verksamheter samt hur den externa handeln behandlas i kommunal fysisk planering. Syftet med arbetet har varit att undersöka två kommuner, Karlshamns kommun och Kristianstad kommun, med hjälp av fallstudier där deras kommunala planering har granskats och jämförts för att finna likheter och skillnader i deras planering. För att genomföra arbetet har dokumentanalys använts där relevanta begrepp har identifierats och kategoriserats utifrån uppsatsens teoretiska utgångspunkter. Begreppen har därefter applicerats på ett empiriskt material som består av kommunala dokument, för att granska hur kommunerna hanterar den externa handeln i planeringen. Samtidigt har uppsatsen använt sig av surveyundersökning för att finna vilken påverkan den externa handeln har på respektive stadskärna och dess verksamheter.

I analysen av det empiriska materialet har det framgått att i respektive kommun behandlas den externa handeln på liknande sätt då de har snarlika förutsättningar. Båda kommunerna är medvetna om att den externa handeln är betydande för respektive kommuns intressen, samtidigt som de tar hänsyn till de sociala och miljömässiga aspekter som den externa handeln medför samhället. Av surveyundersökningen har det framgått bland aktörer i respektive stad att den externa handeln har en påverkan på verksamheter i stadskärnan, samtidigt som det har påverkat konsumenterna var de främst väljer att uträtta sin handel.

Respektive analys av kommunerna har slutligen ställts mot varandra och en diskussion har genomförts. Därefter besvaras uppsatsens frågeställningar angående vilken påverkan den externa handeln har på stadskärnan, samt vilka likheter och skillnader det finns mellan de utvalda kommunernas hantering av den externa handeln i planeringen.

# DEFINITIONER AV BEGREPP

**Cityhandel** - Detaljhandel som sker i stadskärnan (Svedström, 1999:71).

**Dagligvaror** - Varor som fyller konsumentens dagliga behov av livsmedel inklusive drycker samt specialvaror som kemtekniska produkter, tidningar, tobak, blommor, sjukvårdsartiklar etcetera. (Ljungberg et al, 2004:4).

**Detaljhandel** - Handel med dagligvaror och/eller sällanköpsvaror, detta inkluderar även leasing och uthyrningsverksamhet (Svedström, 1999:71).

**E-handel** - En typ av extern handel varvid kunden via internet kan ta del av och beställa ur ett digitalt varuutbud samt eventuellt också betala digitalt (Rosenström, 2016:9; Svedström, 1999:71).

**Externhandel** - Handel omfattande minst 2 000 kvadratmeter butiksarea utanför etablerade stadsdels- och tätortscentra och som ej kan klassas som bostadsorienterad handel. Externhandel omfattar stor andel bilkunder och handeln kan bestå av enstaka verksamheter, som exempelvis ett köpcentrum eller ett byggvaruhus (Svedström, 1999:71)

**Externt köpcentrum** - Samlad anläggning med många dagligvaru- och sällanköpsvarubutiker i externt läge, ofta kompletterande med bank, post och system. Kan vara stor byggnad (>10 000 kvadratmeter byggnadsyta) eller samgrupperade enheter (Svedström, 1999:71).

**Halvextern handel** - Avser handel i affärsetableringar med mer än 2 000 kvadratmeter butiksarea för dagligvaru- och sällanköpsvaror och som ligger i anslutning till samlad bebyggelse, i ett tätortsnära men biltrafikorienterat läge med möjlighet till gång-, cykel och kollektivtrafik (Ljungberg et al, 2004:4).

**Skrymmande varor** - Varor som inte kan tas med på cykel eller buss. I huvudsak sällanköpsvaror med stort ytkrav per försald enhet, t.ex. bilar, båtar, möbler, maskiner, byggvaror, vitvaror med mera (Svedström, 1999:72).

**Stadskärna** - Den centrala, äldre kärnan av staden eller orten, där handeln historiskt varit lokaliserad och som fortfarande har en betydande del av detaljhandeln. Stadskärnan rymmer oftast också annan service, offentlig förvaltning, nöjen och kulturinstitutioner (Söderlind 2011:36).

**Stormarknad** (externt beläget) - Försäljningsställe med brett sortiment av dagligvaror och sällanköpsvaror på minst 2 500 kvadratmeter butiksarea, minst 300 parkeringsplatser (Ljungberg et al, 2004:4; Svedström, 1999:72).

**Sällanköpsvaruhandel** - Detaljhandel som inte är dagligvaruhandel, särskiljes vanligen i beklädnad, hemartiklar och fritidsvaror (Svedström, 1999:72).

Begreppet **den externa handeln** kommer i denna uppsats att representera all form av handel som inte förekommer i stadskärnan, däribland externhandel, halvextern handel samt e-handel.

# INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1. INLEDNING .....	5
1.1 Bakgrund .....	5
1.2 Syfte.....	5
1.3 Problembeskrivning.....	5
1.4 Frågeställningar .....	6
1.5 Avgränsning .....	6
2. TEORI .....	7
2.1 Forskningsöversikt .....	7
2.1.1 Handelns bakgrund i staden .....	7
2.1.2 E-handelns utveckling .....	8
2.1.3 Externhandelns påverkan .....	8
2.1.4 E-handelns påverkan .....	12
2.1.5 Stadsomvandling .....	14
2.2 Teoretiska utgångspunkter .....	15
3. OMRÅDESÖVERSIKT .....	17
3.1 Planering av handel .....	17
3.1.1 PBL som styrmedel .....	17
3.1.2 Översiktsplanering.....	17
3.1.3 Miljöbalken och dess betydelse i fysisk planering .....	17
3.1.4 Handelspolicy.....	18
3.1.5 Detaljplanering .....	18
4. METOD.....	20
4.1 Fallstudie .....	20
4.2 Surveyundersökning .....	21
4.3 Dokumentanalys .....	22
4.4 Empiriskt material .....	23
5. RESULTAT OCH ANALYS .....	24
5.1 Fallstudie 1: Karlshamns kommun ( <i>Alexander Börjesson</i> ).....	24
5.1.1 Inledning.....	24
5.1.2 Handel .....	24
5.1.3 Stads kärna .....	26
5.1.4 Tillgänglighet .....	27
5.1.5 Konkurrens .....	28
5.1.6 Analys.....	29
5.2 Fallstudie 2: Kristianstad kommun ( <i>Felix Mårtensson</i> ) .....	32
5.2.1 Inledning.....	32
5.2.2 Handel .....	32
5.2.3 Stads kärna .....	34
5.2.4 Tillgänglighet .....	35
5.2.5 Konkurrens .....	36
5.2.6 Analys.....	37
5.3 Diskussion .....	40
5.3.1 Skillnader och likheter mellan kommunerna.....	40
5.4 Slutsats.....	44
6. KÄLLFÖRTECKNING .....	45
7. BILAGOR .....	48

# 1. INLEDNING

## 1.1 Bakgrund

I Sverige har vi kunnat iaktta en omfattande strukturomvandling av dagligvaru- och sällanköpsvaruhandeln sedan 1950-talet. Dagligvaruhandeln har gått från att vara koncentrerad till stadskärnan till att flytta ut till externa lägen utanför staden.

Trafikplaneringens omdragning av vägar utanför staden, för att förespråka bilfria stadskärnor, har givit handelsetableringar förutsättningar att etablera sig på mark utanför staden med lägre hyror i mer bilanpassade lägen. För externhandeln har detta varit en framfart som har fått dagligvaruhandel och konsumenter att allt mer välja externhandeln före handeln i stadskärnan (Hansen & Tornberg, 2007:7; Bergström, Löwlund & Nygren, 1997:4-5).

Konkurrensen mellan externhandeln och stadskärnan har sedan dess varit ett faktum, där externa handelsetableringar har stått i centrum för en intensiv debatt. Under tiden växer externa handelsetableringar fram i hög fart och etablerade affärsverksamheter i stadskärnan får det allt mer svårare att behålla sin konsumentgrupp när konsumenter väljer bort handel i staden för den externa marknadsplatsen (Rämme & Rosén, 2009:8). Drivkrafterna bakom externhandels expansion är stark och förespråkare till externhandel hävdar att det behövs för att öka konkurrensen (Neergaard, Smidfelt Rosqvist & Viklund, 2007:1). Samtidigt medför en utveckling mot en allt mer bilorienterad handelsmiljö konsekvenser för såväl ökad trafik som minskad jämlik tillgänglighet (Elvingson, 2001:3).

Handeln är en förutsättning i våra stadskärnor och samtidigt nödvändigt nära där människor bor för att skapa naturliga möten, där handeln är en bidragande faktor till att städer hålls vid liv (Holm & Svedström, 2004:7). Handeln behöver inte begränsas till stadskärnan utan kan också, i balanserade proportioner, vara lämpliga i externa lägen. För att kommuner ska kunna ge de rätta förutsättningarna och ställa de rätta kraven för en livskraftig handel, finns den fysiska planeringen som verktyg för att möjliggöra detta (Holm & Svedström, 2004:7). Handeln i stadskärnan kan utifrån externa handelsetableringar även bli bemötta med ytterligare en konkurrenskraftig källa i takt med e-handels framfart. E-handeln medför nya förutsättningar för dagligvaru- och sällanköpsvaruhandeln, vilket kan leda till stora förändringar och utmaningar för såväl cityhandeln som kommunala planeringen i framtiden (Gustafsson, 2013:21).

## 1.2 Syfte

Syftet med denna kandidatuppsats är att undersöka vilken påverkan den externa handeln har på stadskärnan och dess verksamheter. Av denna anledning har studier skett på två utvalda kommuner, där granskning av deras kommunala arbeten med den externa handeln och stadskärnan inom fysisk planering har legat i fokus samt jämförts.

## 1.3 Problembeskrivning

Sedan ett flertal år tillbaka råder en debatt om att den externa handeln har en påverkan på stadskärnans dagligvaru- och sällanköpsvaruhandel, där den externa handeln har fått motta väldigt hård kritik. Externa handelsetableringar beskylls ofta för att påverka den befintliga handeln i stadskärnan på så sätt att företag och handelsbutiker reduceras (Hansen & Tornberg, 1994:98). Denna ”sanning” lyfts ofta fram av olika aktörer, dock utan att det finns några

empiriska belägg i frågan. Flera av Sveriges kommuner och städer kompletteras idag med externa handelsetableringar, vilket medför en risk för att dagligvaru- och sällanköpsvaruhandel kan komma att konkurreras ut från städernas centrala delar (Forsberg, Hagson & Tornberg, 1994:98-99).

Beroende på hur den externa handeln har haft någon framfart eller inte i kommunerna har de bidragit med olika förändringar för våra kommuners planering (Hansen & Tornberg, 2007:7). Situationen mellan externhandeln och stadskärnan har i olika utbredning påverkat svenska kommuners arbeten, vilket har inneburit att kommuner har olika erfarenheter och synsätt när det kommer till planeringen kring den externa handeln. Ett flertal kommuner runt om i Sverige har skapat handelspolicys och genomfört handelsutredningar som ett medel för att reglera den externa handeln men trots detta fortsätter dess etablering i externa lägen runt om i landet idag (Boverket, 2015:16). Uppsatsen kommer att titta närmre på den problematik som råder kring detta och lyfta fram arbetet med extern handel i fysisk planering utifrån två utvalda kommuner, Karlshamns kommun och Kristianstad kommun.

## 1.4 Frågeställningar

- *Vilken påverkan har den externa handeln på stadskärnan och dess verksamheter?*
- *Vilka likheter och skillnader finns det i de utvalda kommunernas fysiska planering när det gäller hantering av den externa handeln?*

## 1.5 Avgränsning

Den externa handeln och dess påverkan på stadskärnan omges av en rikstäckande, och även internationell, debatt och står inför flera utmaningar inte bara från producenter och konsumenter, men även från den fysiska planeringens sida. För att inte göra forskningen i uppsatsen för generell kommer uppsatsen baseras på det svenska planeringsperspektivet. Framst har svenskt forskningsmaterial legat till grund för uppsatsen, med korta inslag från internationella källor. Detta för att påvisa att den externa handelns utveckling och förhållning till fysisk planering har sett annorlunda ut utanför Sverige gentemot den svenska utvecklingen.

Avgränsningen utgörs av att enbart två kommuner, Karlshamns kommun och Kristianstad kommun, undersöks. Orsak till endast två kommuner granskats är för att undersöka problemen mer på en detaljerad nivå. Att välja två kommuner kan medföra ett begränsat resultat, vilket som med fler kommuner skulle med en större avgränsning ge ett mer generellt resultat.

Undersökningen i detta arbete kommer inte föreslå några lösningar eller nya strategier, utan kommer enbart titta på hur de valda kommunerna har arbetat med städernas centrala kärnor och den externa handeln i planeringen.

## 2. TEORI

### 2.1 Forskningsöversikt

#### 2.1.1 Handelns bakgrund i staden

Handeln är i många fall städernas ursprung där handeln har spelat en stor roll till städernas placering och utformning. Där handelsmän har kunnat mötas har städer växt fram (Elvingson, 2001:4). Handeln har sedan städernas uppväxt varit av merparten koncentrerad till stadskärnorna, men har under mitten 1990-talet börjat röra på sig. I takt med att städer breddat ut sig har handeln följt med ut mot stadens utkanter (Hansen & Tornberg, 2007:7).

Handelns första strukturomvandling i staden kom på 1950- och 1960-talet med kedjeföretag och varuhusens framfart. Stadskärnorna genomgick stora omvandlingsprocesser, där stora saneringsprojekt gav stora butikslokaler och därmed förutsättningar för varuhusens expansion och etablerandet av gallerior. Varuhuset bidrog med samlad handel under ett tak med större etablerade butiker samt lägre prissättning och kunde skapa nya konkurrerande handelsmönster i staden. Detaljhandeln fick genom rationaliseringar nya förutsättningar vilket medförde att många butiker, framförallt mindre och med hög grad av personliga betjäning, fick lägga ner (Hansen & Tornberg, 2007:7).

Varuhusens utformning med flertalet butiker etablerade under samma tak kom att användas som ett koncept även utanför staden. I takt med att trafikplaneringen ändrades på 1970-talet, drogs trafiken allt mer om runt stadskärnorna istället för igenom dem. I stadskärnorna anlades det istället gågator, för att göra handlegatorna i stadskärnan mer trafiksäkra. I städernas utkanter var tillgången till mark relativt god och markpriserna låga, vilket i samband med det ökade bilresandet utanför staden fick externa handelsetableringar att växa fram (Hansen & Tornberg, 2007:7). Under 1980-talet började denna strukturomvandling ta fart och handeln fick en kraftig förändring med allt större koncentration till färre centrum i en omfattande utflyttning till externa områden (Forsmark, 2001:10).

För att bemöta den nya konkurrensen som uppstod på grund av externhandeln satsades det på 80-talet på fler varuhus och gallerior i centrala lägen inne i städerna, som ofta dominerades av stora kedjeföretag. Externhandelns slagkraftiga konkurrens visade sig vara för svår för varuhuset att bemöta och fick successivt lägga ner, medan gallerierna lyckades stå emot. Ovanpå den ökade konkurrensen från externhandeln fick handeln i staden ett ytterligare slag när den finansiella krisen i början av 90-talet bröt ut. Stadskärnorna drabbades hårt och har sedan dess i allt ökad utsträckning kommit att planeras och drivas utifrån diverse strategier mellan stadskärnans aktörer för att fortsätta kunna behålla sin konkurrenskraft (Hansen & Tornberg, 2007:7).

Stadskärnornas handel har sedan dess haft svårt att behålla sin dagligvaruhandel. Externhandelns breda varuutbud, konkurrenskraftiga priser, goda parkeringsmöjligheter samt effektiva tidsvinster av att kunna genomföra många kompletterande inköp på samma ställe, har fått dagligvaruhandeln och konsumenterna att allt mer välja externhandel före handeln i stadskärnan. Nya externa handelsetableringars framfart har medfört att de ihop med etablerade handelsverksamheter i stadskärnan delar på samma målgrupp, vilket skapar problem för stadskärnans dagligvaruhandel (Bergström, Löwlund & Nygren, 1997:4-5).



Utöver dagligvaruhandel har den övriga handeln i stadskärnorna allt mer bytt riktning mot en ”upplevelsehandel”, där handel kompletteras med stadens stora utbud av bland annat restauranger, caféer, och kulturverksamheter. Konkurrenssituationen som präglade externhandeln och stadskärnorna har därav successivt övergått till en funktionsuppdelning, där externhandeln allt mer dominerar volymhandeln, medan stadskärnorna fokuserar mer på kvalitativ och serviceinriktad upplevelsehandel (Hansen & Tornberg, 2007:7-8).

### **2.1.2 E-handelns utveckling**

Detaljhandeln har under e-handelns utveckling det senaste decenniet fått en ytterligare konkurrenskälla, vilket kan innebära stora förändringar och utmaningar för detaljhandeln. I början på 1990-talet fick e-handeln se sin utveckling. Vid den tiden genomgick Europa en viktig politisk förändring där handeln numera fick ske i en mer gränslös kommunikation. Vid den tiden fanns det inte någon riktigt etablerad e-handel, men handeln fanns i liknande former som utgjorde företag emellan vid inköp av varor. Först under 1990-talets senare hälft introducerades e-handelns kommersiella begynnelse och konsumenter kunde därmed handla på internet (Gustafsson, 2013:22).

Internets enkelhet och välorganiserade system gav internet-handeln en relativt säker framgång. Varje företag kunde tilldelas en egen adress, eller hemsida, där de kunde presentera precis vad de ville, vilket sedan kunde nås av konsumenterna smidigt från vilken persondator som helst. Med det öppna internets framväxt och utveckling försvann många tidigare hinder för företagen. Internet gav en gemensam standard och gemensamma förutsättningar för alla aktörer att vara publikt tillgängliga på ett helt annat sätt än tidigare. Detta medförde att helt nya möjligheter öppnades för företagen att kunna marknadsföra, sälja och distribuera sina varor och tjänster. Detta gav handeln nya förutsättningar (Gustafsson, 2013:23).

Vid skiftet mellan 1990-talet och det nya millenniet ansågs e-handeln ha utvecklats till att vara en fullbordad marknadsplats. Det dröjde dock fram till 2003 innan e-handeln sägs ha etablerat sig som en riktig marknads- och försäljningskanal, vilket därefter har gett handeln ökade förutsättningar att växa (Gustafsson, 2013:24). År 2013, tio år senare, utgjorde e-handeln cirka fem procent av den totala detaljhandeln i Sverige, medan sällanköpshandeln utgjorde cirka nio procent av den fysiska handeln (HUI Research, 2013:1).

De tre mest framgångsrika branscherna som har gjort sig stora inom e-handeln sedan uppstarten är klädesbranschen, elektronikbranschen och bokhandelsbranschen. Dock ökar flertalet handelsaktörer som väljer att etablera sig som e-företag inom näthandeln, där de ser möjligheten att kombinera stora utbud med låga priser och därmed till viss del gå ifrån de mer traditionella butiklokalerna (HUI Research, 2013:1).

### **2.1.3 Externhandelns påverkan**

Externhandeln har med nya distributionsmetoder och stordriftsfördelar lyckats göra detaljhandeln mer kostnadseffektiv, vilket har gjort att externa handelsetableringar i form av exempelvis externa köpcentrum blivit framgångsrika för kommunerna, eftersom dess prissänkning uppskattas av konsumenterna. Det är inte bara priset som har varit bidragande till externhandeln framgång, utan även det breda varuutbudet, goda parkeringsmöjligheter samt tidsvinsten av att kunna genomföra många kompletterande inköp på ett och samma ställe (Bergström, 1999:4). Det råder dock delade meningar forskare emellan om externhandelns ökade konkurrens och lokalisering utanför staden kan ha en påverkan på stadskärnan och dess omgivning.

### Konkurrens

Externhandelns nyetablering i flertalet kommuner har medfört att fler handlare och butiker måste dela på en oförändrad total konsumtion, vilket leder till att flertalet etablerade handelsverksamheter får handskas med problemet av minskad efterfrågan och försämrad lönsamhet. Den ökade konkurrensen av främst detaljhandel medför att cityhandelns butiker inte bara behöver konkurrera internt inom stadskärnans gränser utan nu även behöver konkurrera med externhandeln, som innehar ett mer prispressat och större utbud (Bergström, 1999:5). För en del kommuner kan det enligt Forsberg, Hagson och Tornberg (1994) komma att innebära att externhandeln konkurrerar ut stadskärnans handelsverksamheter och staden står med tomma lokaler. Anledningen till detta problem kan dels bero på att handeln i stadskärnan flyttar ut till externhandeln för att minska hyran, alternativt att butikerna i staden inte klarar av konkurrensen och försvinner helt. Dessutom etableras efter hand även andra servicefunktioner som systembolag, posten med flera till de externa lägena. Detta resulterar i att delar av handel och service som staden en gång har erbjudit i närliggande läge flyttas ut till mer svåråtkomliga lägen utanför staden, speciellt för konsumenter utan bil (Forsberg, Hagson & Tornberg, 1994:98-99). Elvingson (2001) menar å andra sidan att handeln i stadskärnan inte påverkas i något större omfattning av externhandeln. Konkurrensen dem emellan finns men att stadskärnan har i regel en egen dragningskraft och starka sammanslutningar som verkar för att bevara och stärka staden. Externhandelns konkurrens ses därav som en tillgång för att öka konkurrensen, vilket påverkar stadens handel i den mån att priserna pressas (Elvingson, 2001:8).

Att externhandeln kan konkurrera ut stadens handel behöver nödvändigtvis inte ses i någon negativ bemärkelse. Rämme och Rosén (2009) menar att om butiker i stadskärnan inte klarar av att stå emot konkurrensen kan det bero på att butikerna består av låg och fallerande lönsamhet vilket inte behöver stödjas. Ur små butikers uttåg kan istället mer konkurrenskraftiga butikskoncept etablera sig och hålla sig kvar i staden och på så sätt bidra med en handel som kan var mer lönsam för staden och konsumenterna (Rämme & Rosén, 2009:23). Den försämrade lönsamheten och ökade konkurrensen i stadskärnan diskuterar även Bergström (1999) och menar även han att om handeln i stadskärnan inte klarar av konkurrensen tvingas staden till en strukturomvandling. När handeln i stadskärnan går dåligt sänks butikshyrorna, vilket gör det möjligt för etablerade och nya butiker i stadskärnan att sänka priserna för att förbättra sin konkurrenskraft, vilket även konsumenterna tjänar på. Om handeln i stadskärnan inte klarar av konkurrensen trots sänkta butikshyror är den inte lönsam och cityhandeln kan istället möta konkurrensen genom att satsa på mer lönsamma och framgångsrika koncept, som klarar av prispressen och är beredda på att betala högre hyror (Bergström, 1999:5).

### Trafik

Externhandelns framfart har gjort att handeln allt mer befinner sig utanför staden i bilorienterade lägen, vilket har medfört en ökad biltrafik. Externhandelns breda utbud och lägre priser lockar till sig konsumenter som väljer att göra sina inköp i externa handelsetableringar istället för inne i staden. För att locka konsumenter placeras externhandeln medvetet i lägen nära till större bilvägar och utformas med gott om parkeringsplatser för att tillgodose de bilburna konsumenternas parkeringsbehov. Med väl medvetna satsningar att anpassa externa handelsetableringar efter bilen, medför det att allt fler konsumenter väljer att ta bilen för att handla, vilket är en bidragande effekt till ökad bilanvändning (Forsmark, 2001:13).

En ökad biltrafik genererar en större energiåtgång och ökade utsläpp av luftföroreningar som följd i jämförelse med om inköpen hade gjorts på platser där biltrafik inte absolut är nödvändig. Med externhandels närhet till stora bilvägar och med handel på en koncentrerad plats medför det bekväma och tidseffektiva inköp för konsumenter, vilket leder till att befolkningen kan komma att välja externhandeln som förstahandsval för inköp istället för inne i staden. Situationen kan i sin tur leda till en trend där allt fler människor väljer att besöka externa handelsetableringar mer och mer, vilket med resor av längre avstånd genererar i ökat avgasutsläpp och bränsleförbrukning än om inköpen gjorts på mer lokala platser (Elvingson, 2001:7). Externhandeln medför därför en ökad trafik användning och trafikarbete, oavsett läge och konkurrenssituation. Detta medför en betydande påverkan av nuvarande och framtida hälsa och miljö, där framförallt mängden biltrafik och tung trafik har en väsentlig inverkan med dess utsläppsnivåer, buller och trafiksäkerhet (Neergaard, Smidfelt Rosqvist & Viklund, 2008:17).

Antalet nyetableringar av externhandeln ökar i Sveriges kommuner, vilket medför ett ökat trafikarbete för både person- och godstransporter. Handels lokaliserings är en avgörande faktor i den långsiktiga samhällsutvecklingen och bör planeras på en mer lämplig plats som genererar i minskad biltrafik. Detaljhandels utflyttning till externa etableringar utanför staden gynnar biltrafik och missgynnar gång- och cykeltrafik samt kollektivtrafik, vilket kommer varje dag att påverka människors val av färdmedel. För de konsumenter som har tillgång till bil, uppmuntras de att använda den varje dag och för de som inte har tillgång till bil pressas dem ständigt till att köpa en, eftersom vardagslivet utan bil blir allt för besvärligt när detaljhandeln allt mer flyttar ut från stadskärnan. Externhandeln påverkar människor till att allt mer ta bilen i första hand och väljer bort gång- och cykeltrafik eller kollektivtrafik, vilket en vidareutveckling av detta mönster kan få stora följd effekter på den totala trafikutvecklingen och på miljön (Forsmark, 2001:12-13). Samtidigt konstaterar Forsmark (2001) att om bilanvändningen till externhandeln åtgärdas kommer det inte att lösa alla trafikproblem, men är onekligen en viktig faktor i vidare planering mot en bättre trafik- och miljöplanering (Forsmark, 2001:13).

Externhandels bidrag till mer trafik och ökade utsläpp innebär att miljöbelastningen från trafiken totalt sett ökar. I takt med att externhandels utbud ökar så ökar dessutom tendensen att konsumenter gör sina inköp på andra platser än de närmaste handelsetableringarna. Detta betyder att trafiken i kommunen inte bara omfördelas till nya lägen, utan dessutom ökar. För kommuner med externhandel ställs det krav på att trafikplaneringen måste ses över samt att de jobbar med dessa frågor (Neergaard, Smidfelt Rosqvist & Viklund, 2007:28). Den ökade trafiken har haft en stor påverkan och har varit en av orsakerna till framtagandet av de femton miljömål som antogs av riksdagen i april 1999. Miljömålen ligger som grund i kommunens planering för en bättre miljö kvalitet och bygger på att vägleda för bättre miljöarbete och samhällsutveckling samt att i övrigt värna om en god livsmiljö. Utbyggnaden av externhandeln menar Forsmark (2001) försvårar genomförandet av att uppfylla målen "begränsad klimatpåverkan", "frisk luft" samt "bara naturlig försurning och övergödning", eftersom målen ställer sig emot den ökade biltrafiken som externhandeln medför. Även uppfyllandet av målet "god bebyggd miljö" blir utsatt för problem av externhandeln. Målet innebär att städer och tätorter ska medverka till en god regional och global miljö. Den bebyggda miljön och nya byggnader och anläggningar ska utformas och placeras på ett miljöanpassat sätt för att bidra till en god långsiktig hushållning av mark, vatten och andra resurser. Med varierat utbud av bostäder, arbetsplatser, service och kultur i närliggande områden ges möjligheten till ett rikt och utvecklande liv för människor i närliggande lägen, utan några längre transporter. Externhandeln motstrider och försämrar samtliga av de

beskrivna målen, eftersom det bidrar med en försämring av miljön, ökar transportbehovet och utmanar variationen i den byggda miljön (Forsmark, 2001:13-14).

### Tillgänglighet

Ett allsidigt och varierat handelsutbud spritt på olika lokaliseringar är av betydelse för samhällets invånare. Externhandels utbud består mycket av volymhandel som kräver större plats och placeras därför utanför staden i bilorienterade lägen, vilket kan accepteras eftersom konsumenterna inte kan frakta de stora inköpen utan bil. Utöver den storskaliga volymhandeln har externhandeln haft en ökad detaljhandelsförsäljning, vilket har medfört en utglesad butiksstruktur i bilorienterade lägen och på så sätt medfört att även detaljhandeln behöver nås med bil. Med detaljhandelns utflytt till externa lägen medför det sämre tillgänglighet för de samhällsgrupper utan bil som främst består av kvinnor, äldre personer och ungdomar (Neergaard, Smidfelt Rosqvist & Viklund, 2007:21-22).

Externhandels bilorienterade lägen ger en ökad tillgänglighet för invånare med bil, men skapar samtidigt en minskad tillgänglighet för de som inte har bil. De hushåll som inte har bil är oftast de som inte har det så bra ställt ekonomiskt att kunna köpa en bil och får därmed förlita sig på gång- och cykeltrafik samt kollektivtrafik. I flertalet orter är inte heller gång- och cykeltrafik samt kollektivtrafik ett realistiskt alternativ för de hushåll utan bil, då det inte alltid finns kollektiva transportmedel att tillhandahålla eller att det kan vara allt för tidskrävande. För orter med hög tillgänglighet till gång- och cykeltrafik och kollektivtrafiken kan utgångsläget ändå inte vara tillräckligt. Det handlar inte bara om att färdmedel ska vara tillgängligt, utan ska också ses som ett attraktivt alternativ för många av de tänkta konsumenterna. Den ökade dagligvaruhandels förflyttning till externhandeln i mindre tillgängliga lägen för hushåll utan bil, medför att berörda hushåll får hålla tillgodo med de begränsade och betydligt dyrare utbud som de lokala servicebutikerna tillhandahåller (Elvingson, 2001:8; Neergaard, Smidfelt Rosqvist & Viklund, 2007:22-23).

Neergaard, Smidfelt Rosqvist & Viklund (2007) anser att om nyetableringar av externhandel kan slå ut befintlig handel i staden är det särskilt viktigt att utreda hur detta påverkar jämställdheten i kommunen. Detaljhandelns utflyttning i mindre tillgängliga lägen för dem utan bil gör det svårare för alla i samhället att ta del av handeln. Ett problem där planering för tillgänglighet med gång och cykel samt kollektivtrafik i samhället kan då behöva utredas och förbättras. Den minskade tillgängligheten som medförs, kan vägas upp med den ökade tillgänglighet som sker när externhandeln påverkar butikernas öppettider i centrum. Hur öppettiderna hos befintlig handel förändrats av en nyetablering kan därför även det vägas in i diskussionen (Neergaard, Smidfelt Rosqvist & Viklund, 2007:23).

### Större kundunderlag

När nyetablering av externhandel planeras beräknas inte bara den lokala kommunens konsumenter som kundunderlag, utan även andra kommuners konsumenter beräknas besöka de externa handelsetableringarna. På så sätt lockar de till sig andra kommuners konsumenter, vilket även kan komma att gynna handeln i stadskärnan (Bergström, Löwlund & Nygren, 1997: 9-11). Ny externhandel anser Rämme och Rosén (2009) inte bara ökar konkurrensen i kommunen utan även konkurrensen mellan centralorten och andra kranskommuner om hela regionens köpkraft. Externhandelsetableringar i form av bland annat köpcentrum och byggvaruhus, har med dess stora volymhandel och lagermöjligheter mer varor att erbjuda till konsumenterna. Konsumenterna är inte begränsade av kommunens gränser utan kan röra sig fritt mellan dem till andra kommuner för att hitta de handelsvaror de söker. Kommunen med externhandelsetableringar kan då locka till sig kranskommunernas konsumenter som

genomför sin handel inom centralorten. För att öka attraktionskraften till centralorten kan externhandeln finna samarbete med stadskärnan om det ökade kundunderlaget från kranskommunerna. Externhandelns större volymhandel och externa köpcentrum, kan kompletteras till ett slagkraftigt samarbete med stadskärnorna småskaliga, kvalitativa och serviceinriktade shopping med kompletterande upplevelser från caféer, restauranger samt övrig kommersiell och offentlig service. Stadskärnans helhetsupplevelse kompletteras med externhandelns utbud, prissättning och tillgänglighet vilket gör att de tillsammans bildar en stark attraktionskraft i regionen. Effekten av samarbetet blir då att kranskommunernas konsumenter i samband med inköpsresan till de externa handelsetableringarna, även besöker centralortens stadskärna för att del av dess utbud (Rämme & Rosén, 2009:8).

#### **2.1.4 E-handels påverkan**

E-handeln kan i framtiden komma att påverka den fysiska planeringen i Sverige, både direkt och indirekt. Fördelen med näthandeln är den enorma marknad som företag får tillgång till och utmaningen för alla aktörer är att sticka ut i massan. Globaliseringen möjliggör idag att gränser till en viss del "suddas ut" och konkurrensen ökar, vilket medför att svenska aktörer inom handelsmarknaden påverkas. Utländska aktörer kan enkelt anpassa sina hemsidor och marknadsföra sig via annonser och sociala medier och på så vis få de svenska konsumenternas uppmärksamhet. Det som ligger till de svenska aktörernas fördel är att än så länge väljer konsumenterna att göra de flesta köpen inrikes. Inte nog med det har det visat sig att just Sverige är nordens främsta näthandelsbas. Konsumenter från Danmark, Norge och Finland lockas till den svenska e-handelsmarknaden, till stor orsak på grund av priserna då varorna kunden är ute efter erhåller ett lägre pris i Sverige än inom det egna landet. Bland länderna i nordnorden omfattar Sverige den största årliga inkomsten i total summa, 34,1 miljarder kronor (2011 års uppgifter). En viktig orsak till att konsumenterna väljer att göra sina köp inrikes är även att företagen i majoritet väljer att satsa på sin hemmamarknad. Detta kan i sinom tid komma att förändras när marknaden inrikes blir för liten. Fler företag satsar på att nå den utländska konsumenten men gränsöverskridande e-handel möter ett flertal problem, däribland distanshandelslagar, samt utmaningar i form av operativa, juridiska och marknadsinträdeshinder mellan länder (HUI Research, 2013:9-10).

Svenska konsumenter är fortfarande osäkra kring ifall deras beställning kommer att levereras i tid, ifall kortbetalningarna är osäkra och om det kommer bli påslag i tullen. När konsumenten handlar en produkt från utlandet är det med intentionen att nå en specifik produkt istället för att nå ett generellt utbud. Gränsöverskridande e-handel är mycket komplicerat och det handlar inte enbart om att erbjuda pålitliga leveransalternativ även utanför det egna landet. I takt med den tekniska utvecklingen håller företag på att lösa dessa utmaningar i allt större utsträckning (HUI Research, 2013:11).

#### E-handel i samhället

E-handeln på nätet har en påverkan på *var* konsumenten väljer att handla. Det har medfört att människor fått möjligheten att bli bättre informerade, mer rationella och kan på ett enkelt sätt leta efter en specifik vara eller jämföra priser på ett mer effektivt sätt än förr, istället för att springa mellan flera butiker i innerstaden. På så vis har även handel i stadskärnan sett en förändring. Konsumtionsmönstren har förändrats, och generellt har stadskärnans utbud också förändrats med ett nytt fokus på kvällsekonomi istället för dagsekonomi. Detaljhandeln och sällanköpshandeln bytts ut mot ett kvälls- och nattlivsorienterat utbud med mat, service, serveringar och nöjesliv (Svensk Handel, 2015:19). Björn Bergman, VD för Svenska Stadskärnor, talar om att stadskärnan är stadens hjärta, och det finns ingen annan plats inom

stadens gränser som är lika överlägsen att kunna erbjuda denna typ av konsumtion och ekonomi i en inbjudande miljö, som just stadskärnan. Tanken om att stadskärnan är på nedgång när det handlar om handeln ses inte som något negativt, utan istället positivt då den har möjlighet att kompenseras med ett annat och delvis nytt utbud. Det staden tidigare förlorade på dagen tar den istället igen på kvällen (Svensk Handel, 2015:38).

Ovan nämndes att e-handeln kan komma att ha en påverkan på den fysiska planeringen för kommunen. I takt med att externa handelsetableringar uppfördes från 1970-talet och framåt har allt fler enskilda butiksetableringar känt av effekten ute i de glesbebyggda områdena, där kommersiell service och samhällsservice mer eller mindre har försvunnit på dessa platser. Längre avstånd har gjort att näthandeln har blivit allt mer viktig för landsbygden (Forsmark, 2001:15-16). Därför kan den digitala handeln i framtiden komma att ställa krav på samhällsplaneringen genom god beredskap att tillhandahålla centralt belägna lokaler för showrooms (visningslokaler), försäljning, lagerhållning samt evenemang och upplevelser. Samtidigt kan e-handeln öppna upp för nya utlämningslokaler som kan bidra till en förbättrad serviceverksamhet för landsbygdens och glesbygdens invånare (Gustafsson, 2013:34; Rosenström 2016:5, 34)

Det har visat sig i en rapport från Handels Utredningsinstitut (2013) att när företag har kombinerat näthandeln med en fysisk butik för konsumenten att gå till har det visat sig fördelaktigt, exempelvis genom showrooms och utlämningslokaler. Att exponera sina varor i butik finns det också fördelar i. Konsumenten har då möjlighet att se en specifik vara med egna ögon och sedan lägga en beställning online och få den hemlevererad, alternativt hämta ut i samma butik och därigenom undvika leveranskostnader. I framtiden spås fler e-handelsföretag att öppna upp showrooms och/eller utlämningslokaler för att försäkra sig om konsumentens trygghet, medan det samtidigt förenklar logistik för företag. Handels Utredningsinstitut har en hypotes om att butikskedjor både i stadskärnan och inom den externa handeln på samma sätt kommer omvandla sina butiker för att gynna detta koncept, vilket spås leda till ytterligare e-handelstillväxt (HUI Research, 2013:13).

### Trafik och transport

För den svenska stadsplaneringen kan e-handeln i framtiden komma att ställa kommunerna inför nya planeringsbehov. Trafikverket presenterade 2015 tillgängliga prognoser som vittnar om en fortsatt och accelererande ökning av lastbilstrafiken (Johansson, 2015:3). E-handeln är mycket transportkrävande och tydliga riktlinjer och mål för att möta ökad godstrafik inom bland annat infrastrukturen, med terminaler, postcentraler och sorteringsanläggningar inkluderat, behöver klargöras. Transport- och distributionsnät kommer samtidigt i högre grad behöva samordnas. Forskning och analyser behövs för att föra diskussionen vidare om hur planering ska kunna stödja hållbarhetspotentialen av e-handel som odiskutabelt kommer fortsätta växa (Adell et al, 2013:61-62).

### Förändrade konsumentmönster

E-handeln har och kommer fortsatt ändra sättet konsumenter väljer att handla idag. De tjänster som företagen kan erbjuda, bland annat enklare betalning online och snabbare hemleveranser, är exempel på tjänster som konsumenten uppskattar och ses som mer bekvämligt. Kunderna är idag i större utsträckning än tidigare beredda att betala för dessa tjänster. De fördelar som har funnits med e-handeln fram till idag är att priser har varit lägre och utbudet är bredare än i butik. I takt med att e-handeln blir mer etablerad i samhället kan detta komma att ändras, och kan möjligtvis medföra att handel över internet kommer att kosta mer än i butik eftersom konsumenten kommer uppskatta att slippa besöka butikshandeln. Det är framför allt den nya

generationen som generellt kommer efterfråga den digitala handeln gentemot dagens konsumenter (HUI Research, 2013:12, 15).

### 2.1.5 Stadsomvandling

Den amerikanska handelsmarknaden har haft en tydlig utveckling mot den externa handeln med rötter från 1930-talet, där stormarknader med självbetjäning tog sig an stora marknadsandelar tidigt. Under tre decennier från 1950 till 1980 etablerades närmare 22 000 nya köpcentrum från att endast ha varit ett par hundra till antalet. Från 1980-talet slut blev det allt vanligare att de äldre stadscentrum omsatte tio procent av den totala handelsomsättningen i USA, medan köpcentra och externa stormarknader stod för cirka 50 procent. En bidragande effekt av att USA gjorde stora satsningar på den externa handeln under 1900-talet resulterade i att tätorter blev alltmer utbredda och den amerikanska befolkningen således blev allt mer bilberoende. Den mer storartade effekten på en regional nivå var att städers centrala delar blev ödsliga när kunderna valde bort stadskärnan för stormarknaderna (Forsmark, 2001:9). Från slutet av 1990-talet påbörjades försök att återta städernas roll som central handelsplats genom stadsförnyelseprojekt, internationellt kallat *Business Improvement Districts* (förkortat *BID*), som numera har stöd i amerikansk lag. Lagen om BID kan tvinga in offentliga och privata aktörer, till exempel fastighetsägare, affärsidkare med flera, i ett samarbete med stora ekonomiska åtaganden för att utveckla eller revitalisera affärs- och bostadsområden. De inblandade parternas mål är att skapa bättre ekonomi och samhällets intresse omfattar de spin-off-effekter denna utveckling kan generera (Hansen & Tornberg, 2007:60).

BID-konceptet har senare kommit att allt mer etablera sig runt om i Europa, där det främst i England används som ett viktigt sätt att stärka en långsiktig finansiering av gemensamma aktiviteter, projekt och viss service inom städerna. Intresset om BID har även förts vidare till Sverige där Hansen & Tornberg (2007) tror på ett möjligt införande av detta program i framtiden. Externhandels ökade konkurrens och ökad försäljning av främst dagligvaruhandel har skapat problem för stadskärnornas överlevnad och har fått flertalet av Sveriges kommuner att genomföra ett stadsförnyelseprogram. Stadsförnyelseprogram bygger på BID-konceptet, men skiljer sig i den mån att staten inte har så stor roll i det hela, samt att det inte är lagstadgat. Stadsförnyelseprogram i Sverige sker mellan kommuner och fastighetsägare som via ett gemensamt arbete ser till att utveckla dess städer för att stärka stadskärnan. Att genomföra ett stadsförnyelseprogram kan bero av flera olika anledningar och ambitionen att stärka stadskärnan i konkurrensen mot den externa handeln är den vanligaste anledningen (Hansen & Tornberg, 2007:78-79). Även Rämme & Rosén (2009) belyser att den stora anledningen till att stadsförnyelsesprogram genomförs, är då stadskärnor har problem med att stå upp mot konkurrensen av externhandeln. Stadskärnor har begränsat utrymme att skapa nya ytor för detaljhandel samt att tillgodose det existerande parkeringsbehovet. En del städer har lyckats genomgå en utbyggnad och upprustning av sina stadskärnor, vilket har skapat större ytor och mer attraktiva konkurrenskraftiga marknadsplatser. För de städer som har lyckats har utvecklingen varit godartad, men för de städer som inte lyckats har problemen fortsatt. För de kommuner som lyckats rusta upp stadskärnan har inte bara det individuella planeringsarbetet inom kommunen legat till grund, utan processen har skett i gott samarbete med såväl fastighetsägare som andra aktörer (Rämme & Rosén, 2009:27). Vid tillämpning av ett stadsförnyelseprogram lägger kommunen fokus på helhetsupplevelsen i staden, det vill säga den småskaliga shoppingen av beklädnads- och fritidsvaror i kombination med restauranger, caféer och annan service samt kultur, som skapar mervärde för besökaren både i den fysiska och sociala miljön. Genom en förändring av stadskärnan till mer av en helhetsupplevelse

kompletterat med ett aktivt förändringsarbete av både fysiska och sociala frågor, får stadskärnan en återhämtad konkurrenskraft (Rämme & Rosén, 2009:37).

Handelns förflyttning till de externa handelsplatserna har lockat fram nya investeringar av motsvarande recept inne i stadskärnorna. Utifrån det har det i Sverige etablerats samverkansorganisationer för stadskärneutveckling mellan kommuner och näringsliv i ett hundratal svenska kommuner, samlade i föreningen Svenska stadskärnor. Tillsammans har de bildat ett nätverk som byter information för att stärka stadskärnan och stå emot konkurrensen som externhandeln medför (Hansen & Tornberg, 2007:10). Sveriges stadskärnor har mött tuff konkurrens av externhandeln och har i olika hög grad blivit påverkat av det. Genomförandet av en stadsförnyelse har visat sig kunna vara lönsamt för både kommuner med negativ ekonomi- och befolkningsutveckling där förnyelse varit av näst intill en överlevnadsfråga, samt för tillväxtkommuner som inte påverkats i lika stor grad men ändå genomfört en omvandling och har fått ökad ekonomisk effekt. Av externhandelns konkurrens har stadskärnor åter fått en starkare handel via förnyelse, då en förstärkt stadskärna ökar sin attraktivitet och lockar till sig mer konsumenter (Hansen & Tornberg, 2007:79-80).

## **2.2 Teoretiska utgångspunkter**

Ur resonemanget som förts i forskningsöversikten grundar sig den teoretiska utgångspunkten för denna uppsats kring de aspekter i forskningsöversikten, som senare behandlas vidare i analysdelen. Externhandeln och e-handeln har en påverkan på stadskärnans utveckling. För att kunna anpassa den teoretiska utgångspunkten till externhandelns och e-handelns påverkan på stadskärnan och fysisk planering, sammanfattas de aspekter som vi valt att ta med oss vidare till analysen nedan.

### Externhandel

Den rådande konkurrensen mellan handeln i externa lägen och i stadskärnan kan på flera sätt komma att påverka stadskärnan och styra dess utveckling. Den externa handelns placering utanför staden i bilorienterade lägen, innehållande större butiksytor och lägre butikshyror, kan med större varuutbud och lägre priser bidra till en slagkraftig konkurrens.

Konkurrenssituationen ser forskare positivt på för kommunens konsumenter i den mån att staden måste stå upp för konkurrensen och planera stadskärnan därefter (Neergaard, Smidfelt Rosqvist & Viklund, 2007:21-22).

I takt med att en del av handeln flyttar, alternativt upphör, från stadskärnan reduceras priset på butikshyror, vilket lockar handelsbutiker med en stark status att etablera sig i stadskärnan då priset inte skiljer sig så väldigt från den externa handelns hyrespriser. Kommuner försöker i samband med denna situation att planera för att förnya eller ändra stadskärnans utformning för att dels kunna möta konkurrensen, samtidigt som de vill stärka och bevara centrumets varumärke och attraktionskraft. På en grundnivå är konkurrensen mellan stadskärnan och den externa handeln nyttig för båda parter (Bergström, 1999:5). En del forskare menar däremot att om konkurrensen hamnar i obalans kan skräckscenariot se ut som så att delar av handeln i stadskärnan konkurreras ut, och stadskärnan kommer i allt högre grad att präglas av tomma butikslokaler (Forsberg, Hagson & Tornberg, 1994:98-99).

Forskningen anger gemensamma påståenden när det kommer till den ökade biltrafiken som externhandeln medför. Externa handelsetableringar placerade utanför staden i bilorienterade lägen medför en påverkan på hälsa och miljö. Genom medvetna satsningar på att anpassa externa handelsetableringar efter bilen medför det att allt fler konsumenter väljer att ta bilen för att handla, som i sin tur genererar i ökad biltrafik (Elvingson, 2001:7; Neergaard, Smidfelt



Rosqvist & Viklund, 2008:17). Antalet nyetableringar av externhandeln ökar i Sveriges kommuner, vilket medför ett ökat trafikarbete för både person- och godstransporter. Mängden biltrafik och tung trafik ökar och bidrar med en väsentlig inverkan på den nuvarande och framtida hälsan och miljön i kommunen, med dess minskade trafiksäkerhet samt ökade utsläpps- och bullernivåer. För Sveriges kommuner är det viktigt att jobba och planera med dessa frågor för att se till att de följer de miljömål som finns. Externhandeln påverkar människor att allt mer ta bilen i första hand och väljer bort gång- och cykeltrafik eller kollektivtrafik, vilket en vidareutveckling av detta mönster kan få stora földeffekter på den totala trafikutvecklingen och på miljön (Forsmark, 2001:13-14).

Externhandeln präglas även av gemensamma meningar i forskningen när det kommer till att externhandeln har en påverkan på tillgängligheten. Externhandelns bilorienterade lägen ger en ökad tillgänglighet för invånare med bil, men skapar samtidigt en minskad tillgänglighet för de som inte har bil. I samband med att detaljhandeln i allt högre grad flyttas ut i externa lägen, medför det problem för den samhällsgrupper och hushåll som inte har någon bil att tillgå. Bilfria hushåll får förlita sig på gång- och cykeltrafik samt kollektivtrafik som inte alltid går att förlita sig på. Kollektivtrafiken är i vissa fall inte tillräckligt utvecklad i städer för att kunna användas på ett effektivt sätt eller kan i flera städer vara utvecklad men inte tillräckligt effektiv för att konsumenter ska välja att använda den. Den minskade tillgängligheten till detaljhandeln i samband med att detaljhandeln allt mer flyttar ut till externa handelsetableringar medför en minskad jämställd tillgänglighet i kommunen. Planering för tillgänglighet med gång och cykel samt kollektivtrafik är ett problem i samhället och det behövs utredas och förbättras biltrafik (Elvingson, 2001:8; Neergaard, Smidfelt Rosqvist & Viklund, 2007:22-23).

### E-handel

De forskningsundersökningar som genomförts kring e-handeln visar en tydlig påverkan på var konsumenter idag väljer att handla, vilket i sin tur ställer nya frågor för stadsutvecklingen i den fysiska planeringen. Med ändrade konsumentmönster har det lett till ett ändrat fokus från dagsekonomi till kvällsekonomi för flera kommuner och större satsningar på stadsomvandling för flertalet städer i Sverige (Svensk Handel, 2015:19). Detta för att stadskärnan inte ska förlora sin attraktionskraft helt och hållet. Debatten om att handelsmarknaden i stadskärnan är på nedgång ses av flertalet forskare inte som negativt utan istället är de positivt inställda då staden omvandlas med ett delvis nytt utbud och nya koncept (Svensk Handel, 2015:38). Men handeln är trots den nya synen viktig för stadens invånare och den digitala handeln kan i framtiden komma att ställa krav på samhällsplaneringen, genom att erhålla god beredskap att tillhandahålla centralt belägna lokaler för bland annat showrooms och utlämningslokaler (Gustafsson, 2013:34). Forskning har visat att när företag kombinerar e-handel med en fysisk butik har det visat sig fördelaktigt. Om butikskedjor både i stadskärnan och inom den externa handeln omvandlar sina butiker för att gynna detta koncept spås det leda till ytterligare tillväxt inom området (Rosenström, 2016:5, 34).

Handelns utveckling och dess påverkan delar forskningen. Konkurrensen i handelsmarknaden mellan stadskärnan och den externa handeln, i form av externa handelsetableringar och e-handel, är ett faktum. Det kan komma att skapa nya förutsättningar för kommuner och dess fysiska planering och det är de här aspekterna som kommer att undersökas vidare i denna uppsats.

## **3. OMRÅDESÖVERSIKT**

### **3.1 Planering av handel**

#### **3.1.1 PBL som styrmedel**

Reglering av handel sker med Plan- och bygglagen som grund för beslut om var och i vilken form handel får bedrivas inom kommunen. Det är inte upp till kommunen eller PBL att ta ställning till om vem som ska bedriva handeln, utan det är upp till den enskilde handlaren, med sin affärsidé. Däremot är det upp till kommunen med hjälp av PBL att planera för handelns lokalisering utifrån dess effekter och påverkan för att tillgodose att det allmänna intresset och att placeringen av handelsetableringar inte sker på värdefull skogs- och jordbruksmark. Kommuner i Sverige sitter på ett planmonopol som ger dem den fulla rätten att planera för deras mark, men ställer samtidigt krav på att kommunen gör rätt avvägningar av mark- och vattenanvändning så att marken används för de ändamål den är mest lämpad för med hänsyn till karaktär, läge och behov. Inom ramen för kommunens översiktliga planering bör övergripande bedömningar om lämpliga lokaliseringar ske, med bindande reglering av områdets bestämmelser i detaljplaneringen (Svedström, 1999:55).

#### **3.1.2 Översiktsplanering**

En översiktsplan ska ge vägledning för beslut om hur mark- och vattenområden ska användas och ange hur den byggda miljön ska utformas, utvecklas och bevaras i kommunen. En översiktsplan beskriver endast vad kommunen har för avsikt med den fysiska miljön inom kommunens gränser och har ingen bindande rättsverkan. Planen verkar istället som ett viktigt politiskt måldokument. Även om planen saknar någon bindande rättsverkan, utgår lagstiftning och kommunen ifrån översiktsplanen, vilket i sin tur ställer större krav på vidare planering som avviker från planen (Boverket, 2015:18).

Planering av handel och kommersiell service anser Boverket (2015) vara lämpligt att behandla redan i översiktsplaneringen. Med översiktlig planering kan kommunen mer övergripande se över hur bebyggelsestrukturen utvecklas för att dels lokalisera bra handelsområden, och dels att anpassa infrastruktur och trafikleder till handelsområdet utifrån kommunens riktlinjer för att värna om miljön. Kommunen kan även i översiktsplaneringen lokalisera verksamheters intressen och planera för att öka förutsättningarna genom att förbättra den fysiska tillgängligheten till dem (Boverket, 2015:19).

Kommunen kan även med översiktlig planering behandla handelsetableringar som kan förväntas ge omfattande effekter på handeln och handelsstrukturen i kommunen, men också på regional nivå. Större handelsetablering ska alltid miljökonsekvensbedömas oavsett om det sker i översiktsplanen eller i ett senare skede (Svedström, 1999:56).

#### **3.1.3 Miljöbalken och dess betydelse i fysisk planering**

Miljöbalken (MB) är en svensk balk som trädde i kraft år 1999 och har som syfte att främja en hållbar utveckling. I miljöbalken ställs krav på hänsyn och prövning av verksamheter som kan medföra en negativ påverkan på miljö och hälsa. För att kunna göra en avvägning mellan verksamheters olika intressen förutsätts planering som regleras med hjälp av PBL. Detta har mycket stor betydelse för miljön i samhället, och samhällsbyggandet har en viktig roll i

planeringsarbetet för att det ska möjliggöra för ett hållbart samhälle. Genom att bedriva en fysisk planering med inriktning mot miljöanpassning och godartad resurshållning kan det resultera i samt medverka till en hållbar utveckling medan samtidigt en bristfällig planering kan låsa markanvändningen till lösningar som är dåliga för miljön. Det är sådana frågor kommuner ställer sig själva gällande val av placering när det handlar om till exempel handeln. Därför är det viktigt att de krav som ställs i miljöbalken får genomslag i planering enligt PBL. Fysisk planering måste ses som ett av flera led i en gemensam politik för möjliggöra för en hållbar utveckling (Svedström, 1999:55).

### **3.1.4 Handelspolicy**

Kommuner kan enligt Boverket (2015) arbeta med att ta fram en handelspolicy för att beskriva kommunens ställningstagande och kursinriktning till dess handel, utifrån bland annat kommunens köpkraft, konkurrensförhållande och konsekvenser av eventuella förändringar av konkurrensläget i kommunen. Handelspolicy bygger på fakta bestående av samhällsfakta, av både utgångslägen och prognoser samt geografiska analyser för att kartlägga och tydliggöra sambandet mellan befolkning, handel, arbete, bostäder och infrastruktur. Med insamlad fakta kan handelspolicy beskriva både kvalitativa och kvantitativa bedömningar av handel som kommunen anser vara viktig och kan använda när en ny handelsetablering ska prövas, med fokus på om föreslagen lokalisering av ett handelsområde alternativt större butik anses vara lämplig. Kvantitativa bedömningar kan utgå från den köpkraft och marknad som befolkningen i bostadsområdet genererar, medan kvalitativa bedömningar mer behandlar frågor som tillgänglighet, mångfunktionalitet, arkitektur och attraktiva miljöer. Av dessa bedömningar kan kommunen med en handelspolicy göra en tydlig riktlinje för all handels utveckling inom kommunens gränser. Handelspolicydokument kan ligga till grund för översiktsplaner och andra policydokument (Boverket, 2015:16).

Boverket (2015) belyser att med en handelspolicy har kommunen en tydlig avsiktsförklaring hur de vill styra sin handel. Handeln söker en marknad, en marknad som kommunen kan påverka genom dess tillgänglighet, genom exempelvis transportplanering. Trafiknära lägen är attraktiva för handeln och framförallt nya externhandelsetableringar, men inom begreppet trafiknära ingår även kollektivtrafik och gång- och cykeltrafik som kommunen planerar för. Om kommunen inte planerar för trafiknära lägen utanför städer får handeln söka sig till befintliga trafiknära lägen närmre centrum (Boverket, 2015:16).

### **3.1.5 Detaljplanering**

Detaljplanens främsta funktion är att med bindande rättsverkan reglera mark- och vattenanvändningen inom kommunen. En detaljplan reglerar både förändring av markanvändning och bebyggelse, men också bevarande och förnyelse av byggnader och bebyggelsemiljöer. Detta betyder att detaljhandeln blir en viktig punkt för detaljplanehandläggare att ta hänsyn till. I utförandet av en detaljplan görs alltid en inledande lokaliseringsprövning som redan i denna fas bestämmer vilken väg detaljplanarbetet ska ta. Kommunala översiktsplaner ligger till grund för lokaliseringsprövningen där en plan i likhet med översiktsplanen följer kommunens riktlinjer och får en enklare planeringsprocess. Avviker detaljplanen från översiktsplanen väntar en längre detaljplaneprocess, där allt fler samråd sker (Boverket, 2015:20-22).

Boverket (2015) belyser att större handelsetableringar, som externhandel oftast består av, ska omfattas av ett detaljplanekrav enligt plan- och bygglagen. Vid planläggning av ny

handelsetablering ska hänsyn visas till omkringliggande boendes behov av kommersiell service, där främst dagligvaruhandel tas i beaktning och placeringen av handeln ska därför ligga inom eller i nära anslutning till sammanhållen bebyggelse (Boverket, 2015:20-22).

## 4. METOD

I följande kapitel presenteras vilken forskningsstrategi samt vilka metoder som tillämpats och hur de har använts i uppsatsens studie vid insamling och analys av relevant data. Kapitlet tydliggör även hur studien har gått till väga för att vidare kunna undersöka och besvara de frågeställningar som uppsatsen bygger på. Vald forskningsstrategi för uppsatsen har varit fallstudie, medan valda metoder har varit surveyundersökning och dokumentanalys.

### 4.1 Fallstudie

I denna kandidatuppsats har fallstudie tillämpats som forskningsstrategi. Fallstudier grundar sig i att forskaren eller forskningen applicerar ett fokus på en eller några få undersökningsenheter som efterforskas och analyseras. Logiken bakom att ha forskat kring ett koncentrerat antal fall/enheter istället för flera är att forskaren, genom att studera de enskilda fallen, kan skaffa sig insikter som kan få vidare konsekvenser i studien. Dessa insikter hade eventuellt inte utvunnits ifall arbetet hade använt sig av en undersökningsstrategi som hade täckt ett större antal fall.

*“Fallstudien är en forskningsstrategi som fokuserar på att förstå den dynamik som finns i en enskild inramning.” (K.M. Eisenhardt, 1989).*

Denscombe (2014) hävdar att fallstudier kan i detalj visa på erfarenheter, förhållanden, händelser och processer på ett djupgående tillvägagångssätt och att syftet är att belysa det generella genom att titta på det specifika (Denscombe, 2014:91-93). Kandidatuppsatsen har utfört en undersökning av två kommuner i södra Sverige, Karlshamns kommun och Kristianstad kommun, där fallstudie har upplevts som rätt forskningsstrategi att gå till väga med. Karlshamns kommun och Kristianstad kommun är två kommuner som är väldigt aktuella med sina arbeten med den externa handeln. Därmed blev de intressanta lägen att undersöka, hur arbetet med deras stadskärnor ser ut i deras gällande stadsplaner. Eftersom externhandeln och stadens handel delar samma konsumentgrupp inom kommunen, kan befolkningmängden spela roll. Inom kommuner med större städer skulle det kunna vara så att konkurrensen inte märks av i samma skala som i kommuner innehållande mindre städer och orter (Bergström, Löwlund & Nygren, 1997:13-14). Kommuner innehållande större städer besitter en större mängd butiker inne i stadskärnan och har betydligt fler externa handelsetableringar än i kommuner innehållande storleken mindre städer. Detta skulle kunna ha gjort arbetet svårare att undersöka ifall där har förekommit någon vidare påverkan. Av den anledningen har uppsatsen fokuserat på två kommuner som är av en medelstor storlek, där kommunerna har ett mindre befolkningsunderlag än de större kommunerna. Av mindre befolkningsunderlag och handelsetableringar både i och utanför staden, kan mindre kommuner märka av ett större problem om en butik inne i stadskärnan utkonkurreras.

Det finns både för- och nackdelar med fallstudier. Fördelar i denna uppsats är att fallstudier är lämpligt anpassade för småskalig forskning där koncentrationen anstränger sig på en, eller ett fåtal, undersökningsenheter. Med inriktning på ett bestämt antal enheter ger undersökningen en möjlighet att sätta kommande resultat i ett helhetsperspektiv, och att gå på djupet i komplicerade sociala fenomen utstuderade detaljer. Genom att använda fallstudie som forskningsstrategi har det möjliggjorts att flera metoder och källor har kunnat användas som underlag för undersökningen.

Nackdelar med fallstudier enligt Denscombe (2014) är bland annat de generaliseringar som redogörs i undersökningens utvunna resultat och är den punkt som mest känslig för kritik gällande forskningens trovärdighet. En annan svårighet är att det kan vara svårt att definiera fallets gränser på ett absolut och entydigt sätt. Problemet kan uppstå när val av och antal källor för uppsatsen ska väljas då det eventuellt kan hända att väsentliga källor väljs bort eller omedvetet lämnas utanför. Just därför är det viktigt att forskaren i ett tidigt skede i arbetet inte väljer ut sina undersökningenheter slumpmässigt, utan de väljs med utgångspunkt i kända attribut (Denscombe, 2014:96, 103-104). I ett försök till att undvika detta problem har tid och vikt lagts i detta arbete på att granska så många tillgängliga källor som möjligt för varje fall, för att skapa ett brett grundläggande underlag.

## 4.2 Surveyundersökning

I insamlandet av data till kandidatuppsatsen har surveyundersökning använts som forskningsmetod, vilket innebär att insamling av data sker genom att ställa frågor till människor. En surveyundersökning grundar sig i att skapa en kontakt med lämpliga respondenter för att samla information om dem samt hur deras synsätt på saker är, vilket i denna uppsats har skett genom datainsamling från frågeformulär. Frågeformuläret utformades med relevanta frågor kring den externa handelns påverkan på stadskärnan, för att samla kunskap om människors synsätt i nuvarande situation. Genomförandet av surveyundersökning utfördes i vardera stadskärna där undersökningen riktas till lokala butiker samt konsumenter, utifrån ett frågeformulär utformat med frågor som inte är så tidskrävande, för att se till att så många som möjligt har tid att svara på undersökningen. Denscombe (2014) framhäver att surveyundersökningar vanligtvis används för att skapa en ögonblicksbild på hur saker och ting är, snarare än att undersöka händelser över en viss tidsperiod. Detta gör surveyundersökningar användbart för att skapa sig en uppdaterad kunskap och kännedomen om vissa saker och tillhandahålla information om den nuvarande situationen (Denscombe, 2014:28). På så sätt kan detta arbete samla in mer kunskap om hur den nuvarande situationen är, vilket inte alltid framgår i kommunens olika handelsutredningar. Eftersom handelsmönster, exempelvis e-handeln, kan förändras med tiden kan utvecklingen dels skilja sig utifrån de resonemang kommuner tidigare har haft i utformandet av exempelvis handelsstrategier, samt att olika förändringar av handelsmönster kan ha utvecklat nya problem som tidigare inte fanns vid antagandet av diverse handelsdokument. Genom att göra en surveyundersökning har arbetet även kunnat ta del av influenser från lokala butiker, vilket kan ha gett ett mer djupgående resonemang som inte nödvändigtvis behöver stämma överens med kommunens mer generella resonemang av handelns utveckling (Bryman, 2008/2014:227-229).

Med surveyundersökning kan även olika frågor i ett arbete brytas ut och granskas på en mer detaljerad nivå. För att samla in kvalificerad data kan forskaren inrikta sig på just de frågor som är relevanta att undersöka i ett stort problem. På så vis kan en mer småskalig och djupgående undersökning inom ett visst område göras istället för en mer storskalig generell undersökning (Denscombe, 2014:28). Användningen av surveyundersökning i detta arbete har bidragit till en mer djupgående analys och har varit till hjälp för att fokusera mer på de problem i stadskärnan som den externa handeln kan medföra. Handeln inne i stadskärnan kan påverkas av olika skäl, men genom att bryta ner det allmänna problemet till ett mindre problem kan enbart den externa handelns påverkan analyseras. Undersökningen har därmed delats in i två delar, en verksamhetsdel och en konsumentdel, för att få influenser från stadens butiker och invånare.

Problem kan uppstå med surveyundersökningar när det kommer till svarsgruppen. För att samla in rätt datasamling från surveyundersökning förutsätts det att forskaren kommer i kontakt med rätt undersökningsgrupp (Bryman, 2008/2014:230-231; Denscombe, 2014:59-60). Då surveyundersökning i detta arbete har två medvetna undersökningsgrupper, verksamheter (aktörer) och privatpersoner (konsumenter), har det varit viktigt att nå de båda målgrupperna, eftersom den ena gruppen inte kan svara för den andra. För att generera ett trovärdigt faktaunderlag och samtidigt skaffa belägg för sagd trovärdighet, hade studien ett mål om att minst tio personer i vardera grupp skulle besvara surveyundersökningen i respektive kommun.

### 4.3 Dokumentanalys

Till kandidatuppsatsen har även en dokumentanalys tillämpats. En dokumentanalys bygger på att samla in data utifrån relevanta dokument, där meningen är att finna relevant information till den problemformulering som ska studeras. Dokumentanalys kan ske både kvalitativ och kvantitativ, vilket skiljer sig i hur data analyseras. I detta kandidatarbete har beslutet fattats att en kvalitativ dokumentanalys ska användas. En kvalitativ dokumentanalys baseras på en systematisk genomgång av dokument med sikte på kategorisering av innehållet och registrering av data som är relevant för problemformuleringen. En kvalitativ dokumentanalys kan därmed i princip användas på alla slags dokument, så länge dokumenten har betydelse för ämnet. Vid arbete med dokumentanalys behöver inte alla dokument redan vara insamlade, utan datainsamling kan ske löpande under dokumentanalysens gång. Genom att arbeta med dokumentanalys parallellt med datainsamlingen ger det forskaren nya infallsvinklar och allt eftersom fler och fler texter studeras, granskas och analyseras blir problemformuleringen allt bättre belyst. Forskaren får mer kunskap inom ämnet och kan då välja ut de dokument som är av mest relevans för att få ut så korrekt data som möjligt. Detta i sin tur betyder att det inte går att planera fram något förutsägbart utfall, utan de planer forskaren gör upp i förväg kan bli ändrade under datainsamlingens gång (Bryman, 2008/2014:488-489; Grønmo, 2006:188).

För att göra en dokumentanalys ska forskaren först bestämma sig för vilket fokus analysen ska ha, genom att välja ut prioriterade ämnen och typer av texter. Dokumenten ska därefter analyseras systematiskt genom att göra kontextuella bedömningar samt välja ut och registrera relevant innehåll. Under datainsamlingen gör forskaren också en kategorisering av det relevanta innehållet i dokumenten och det är främst i detta sammanhang som skiftet mellan datainsamling och dataanalys blir speciellt tydligt. Texternas innehåll bedöms och tolkas i relation till problemformuleringen, där olika delar av innehållet bedöms i förhållande till varandra. Detta bildar i sin tur ett underlag för en identifiering av gemensamma drag för de olika texterna, som grupperas samman i kategorier eller teman. Med en kategorisering som grund kan forskaren utveckla begrepp och typologier med sikte på teoretisk generalisering eller för att skapa en mer samlad förståelse av dokumenten i sin helhet, vilket i sin tur gör att problemformuleringen blir bättre belyst (Grønmo, 2006:188,192). De kategorier som har varit mest relevanta för forskningsfrågorna och som denna uppsats har utgått ifrån är *handel*, *stadskärna*, *tillgänglighet* och *konkurrens*.

Tillämpningen av dokumentanalys i detta kandidatarbete har använts genom att väsentliga kommunala och regionala dokument och texter har valts ut för att finna relevant fakta till ämnets och problemformuleringens frågor. Texterna och dokumenten har lästs igenom, tolkats och granskats, och därefter kontrollerats om det har gått att finna begrepp som kan kopplas de olika kategorierna (Bryman, 2008/2014:504-506; Fejes & Thornberg, 2015:37).

Om till exempel *tillgänglighet* är en av kategorierna kan *trafik* och *lägen* vara begrepp som en texts författare använder sig av.

Det finns problem som kan uppstå vid tillämpning av en dokumentanalys som har beaktats. Ett problem som kan uppstå är att forskarens perspektiv kan påverka urvalet och tolkningen av dokumenten. Ett begränsat forskningsperspektiv kan leda till att tolkningen och urvalet av texterna blir felaktigt och att tolkningen av innehållet kan bli ofullständigt. Dokument vars innehåll är av hög relevans för problemformuleringen kan därmed komma att utelämnas och förbises då de inte stämmer överens med forskarens perspektiv (Grønmo, 2006:193).

#### **4.4 Empiriskt material**

Till undersökningen i denna uppsats har ett urval av dokument använts som underlag för att möjliggöra dokumentanalysens genomförande. Det empiriska materialet består av senast antagna kommunala översiktsplaner för Kristianstad och Karlshamn:

- *Karlshamn 2030 - Översiktsplan för Karlshamns kommun (2015)*
- *Översiktsplan 2013 - Kristianstad kommun (2013)*

Översiktsplanen för Kristianstad kommun antogs 2013 medan planen för Karlshamns kommun antogs 2015, vilket ger uppsatsen en relativt aktuell inblick i kommunernas arbeten med stadskärnorna samt deras syn på och hur de hanterar den externa handeln. Tillhörande dessa översiktsplaner har fördjupningar, tillägg och grundmaterial samlats in till empirin:

- *Bevarande- och utvecklingsplan för Karlshamns innerstad: tematiskt tillägg till översiktsplanen (2015)*
- *Fakta och underlag: Översiktsplan för Karlshamns kommun (2015)*
- *Kristianstad växer - en stad i balans: fördjupad översiktsplan för Kristianstad kommun (2009)*

Till Kristianstads fördjupning av översiktsplan tillkommer även visionsdokumentet *Kristianstad växer! (2005)*, som redogör för samtliga visioner Kristianstad har ihop med planen.

Uppsatsen ämnar att slå en blick i Skåne län och Blekinge läns arbeten med handeln regionalt genom att regionala dokument granskas, däribland handelsutredningar och handelspolicys. Till hjälp för att kunna genomföra detta kommer följande dokument analyseras:

- *Handelsutredning för Karlshamns kommun (2012).*
- *Nordplans handelsutredning för nätverk Kristianstad (2006)*

En ny omfattande handelsutredning för hela Blekinge län är under arbete just nu men för att kunna genomföra en relevant analys har en separat utredning för enbart Karlshamns kommun tagits med i uppsatsens empiriska material.



## 5. RESULTAT OCH ANALYS

### 5.1 Fallstudie 1: Karlshamns kommun

#### 5.1.1 Inledning

Karlshamns kommun är en av Blekinge läns fem kommuner och den näst mest befolkade med drygt 31 800 invånare (2015). Sedan 2010 har kommunen haft en positiv befolkningstillväxt och har sett en ökning med ca 700 nya invånare under samma åttaårsperiod (Karlshamns kommun, 2015a:9-10). De största orterna inom kommunen är Karlshamn med cirka 13 600 invånare, Asarum med cirka 7 900 invånare och Mörrum med cirka 5 000 invånare. Karlshamns kommun angränsar till väst mot Sölvesborgs kommun och till öst mot Ronneby kommun. Kommunen är försedd med goda kommunikationer med stamväg E22 dragen genom Karlshamns norra stadsdel samt järnvägsförbindelser genom hela Blekinge.

Karlshamn är den andra största handelsdestinationen i länet sett till omsättning. Totalt i hela kommunen år 2011 uppgick omsättningen för detaljhandeln till drygt 900 miljoner kronor och för sällanköpsvaror till drygt 800 miljoner kronor, vilket gav kommunen en total omsättning av ungefär 1,7 miljarder kronor (Majer & Anderberg, 2012:22). Av de livsmedelsbutikerna med den högsta omsättningen fanns merdelen i Karlshamn. Koncentrationen av kommunens utbud av sällanköpsvaror är beläget i Karlshamn, i anslutning till stadskärnan samt övriga handelsområden. Karlshamn har idag fyra större handelsområden; stadskärnan, Norra infarten, Strömma och Janneberg. Handelsområdena har bortsett från stadskärnan historiskt sett vuxit fram i områden tillgängligheten har varit hög (Karlshamns kommun, 2015a:26). Handeln i stadskärnan är i huvudsak koncentrerad till gatorna kring Stortorget med tre gallerior, Citygallerian, Rigger och Flaggenhuset, och över 100 kedjebutiker och lokala butiker samt ett antal restauranger och caféer (Karlshamns kommun, 2015a:27).

I samband med Citygallerians öppning 2011 tillkom butiker som H&M, Bik Bok, Cubus samt Esters Café och Brasseri Fridolf, som är en kombinerad saluhall med restaurang (Majer & Anderberg, 2012:15). Norra infartens handelsområde är lokaliserat strax norr om stadskärnan vid avfarten till E22. Området utgörs av extern handel och har ett utbud bestående av både dagligvaror och sällanköpsvaror. Exempel på butiker och affärer är Netto, Lidl och Citygross med flera samt handelsföretag som erbjuder tjänster. Området är att betrakta som ett storbutikscentrum och består av flera butiker i olika branscher som ligger tillsammans med en gemensam parkering. Bortsett från detta fungerar de fristående från varandra och är inte direkt sammankopplade (Majer & Anderberg, 2012:16). Strömmaområdet, norr om E22 mot Asarum, består utav extern detaljhandel med butiker innehållande bland annat Coop Forum, Elon och Colorama. Längre norrut finns Jannebergsområdet, som idag enbart består av en livsmedelsbutik, ICA Kvantum, men mark finns förberedd för ytterligare en aktör (Majer & Anderberg, 2012:17).

#### 5.1.2 Handel

Utifrån Karlshamns kommuns översiktsplan (2015) kan det utläsas att stadsplaneringen ska stärka det regionala näringslivet i hela kommunen. Stadslivet är störst i Karlshamns tätort sett till utbud och folkliv samtidigt som staden erbjuder överlägset flest arbetsmöjligheter men det kan ökas även i de övriga tätorterna genom en medveten satsning på förtätning och försköning av centrummiljön. Som ett av kommunens åtta delmål där de förmedlar att regionen ska bli mer servicenära framgår följande (Karlshamns kommun, 2015c:16):

*“I tätorternas centrum ska kommersiell och offentlig service prioriteras tillsammans med en utveckling av centrumnära bostäder. Detta stärker förutsättningarna för lokalt samhällsliv, ökar tryggheten och ger nya attraktiva miljöer för verksamheter att etablera sig i.” (Karlshamn kommun, 2015)*

Karlshamns kommun (2015) har en vision för sitt näringslivspolitiska program att Karlshamn ska uppfattas som en företagsvänlig kommun med hög servicenivå, tydliga kontaktvägar och en konstruktiv dialog med näringslivets representanter. Karlshamns kommun har som mål att växa med nya invånare, företag och arbetsplatser och vara förankrad i en socialt, miljömässigt och ekonomiskt hållbar utveckling samt spela en betydande roll i den regionala och nationella utvecklingen. Den viljeinriktning som har presenterats i *Översiktsplan för Karlshamns kommun (2015)* när det handlar om handeln och besöksnäringen inom kommunen tittar på följande (Karlshamns kommun, 2015c:28):

- Att stärka Karlshamn som attraktiv handelsplats.
- Att arbeta för en gynnsam centrumutveckling i kommunens större tätorter.
- Att utveckla marknadsföring och besöksnäring.
- Att skapa goda förutsättningar för besöksnäring i kommunen.

*Handelsutredning för Karlshamns kommun (2012)* yrkar på att för att kommunen ska kunna utvecklas och bli en stark handelskraft i regionen är det grundläggande att arbeta med attraktivitetsaspekten. Främst läggs fokus på att kommunen ska bli en attraktiv boendeort och genom ett ökat befolkningsunderlag kan marknadsunderlaget ge resultat (Majer & Anderberg, 2012:35). För att kunna öka attraktiviteten inom kommunen och staden Karlshamn anser utredningen att kommunen ska skapa bra och attraktiva bostadsområden för olika målgrupper och skapa möjligheter för sysselsättning genom att öka områdespriserna på boende för att stimulera framtida bostadsbyggande. Detta kan i sin tur leda till att kommunen kan erbjuda en bra offentlig service inom näringslivet både inom centrum och i externa lägen (Majer & Anderberg, 2012:25).

Staden Karlshamn är och har som mål att förbli den självklara centralorten inom kommunen, och kommunen vill gärna se att staden har en regional roll i Blekinge. I kommunens översiktsplan (2015) ses stadens status ha en stor betydelse för kommunens attraktionskraft. Dess många kvaliteter och goda förutsättningar för utveckling för boende, företagande, handel, fritid och turism ses som positiva. Vid planering av handel inom tätorten anser kommunen att det är av yttersta vikt att handel integreras som en del av ett levande centrum med bostäder, arbetsplatser, service och kultur. I ett utgångsläge för utvecklingen inom staden ska dess ”själ” finnas och utveckla denna (Karlshamns kommun, 2015c:59).

Som en del av Karlshamns kommuns sju områdesvisa utvecklingsinriktningar har utvecklingen inom tätorten valt att bland annat fokusera på följande riktlinjer (Karlshamns kommun, 2015c:20):

- Att eftersträva ett levande centrum för handel, kultur, service, näringsliv och utbildning.
- Att bygga funktionsblandat och öka bostadsinnehållet.
- Att utveckla mötesplatser och attraktiva stadsrum.
- Att skapa god regional tillgänglighet.
- Att prioritera gående, cyklande och kollektivtrafik.
- Att främja god arkitektur och stadsbyggnad.

Utöver handeln i centrum ser kommunen på möjligheter att utveckla handelsstråket i norra Karlshamn i syfte med att växa samman med Asarum norr om staden. En utveckling har pågått under ett antal år med etablering av verksamheter både norr- och söderifrån (Karlshamns kommun, 2015c:18).

Kommunen försöker behålla den befintliga strukturen den har idag inom dagligvaror, framförallt livsmedelshandeln, i så stor utsträckning som möjligt. Karlshamn erbjuder ett bra och konkurrenskraftigt utbud av större livsmedelsbutiker som försörjer hela kommunen med dagligvaror. Livsmedelsförsäljning i stadskärnan stärker centrum och bör tillåtas utvecklas vid behov (Majer & Anderberg, 2012:31).

I samband med arbetet genomfördes en surveyundersökning i Karlshamn, där tio privatpersoner ställde upp och tog del av frågan om var den större delen av deras handel genomfördes. Resultatet som samlades in visade sig vara tudelat och konsumtionsmönstret var varierat. Fyra av personerna föredrog att göra majoriteten av sin handel i externa köpcentrum, medan tre föredrog stadskärnan och ytterligare två föredrog internet och e-handeln. Två liknande frågor ställdes i en andra undersökning till personalverksamma inom Karlshamn, angående deras handelsvanor. Av de elva personer som ställde upp i undersökningen visade resultatet att tre av dem helst valde bort den externa handeln före handel i centrum helt och hållet, medan åtta av dem inte uteslöt handel i externa lägen. När samma fråga om e-handeln ställdes till dem gavs samma resultat.

### **5.1.3 Stadskärna**

*Handelsutredning för Karlshamns kommun (2012)* beskriver att stadens fördel ligger i stadskärnan med vacker arkitektur, restauranger, caféer, närhet till hav etcetera. Just att H&M valt att etablera sig i staden har varit viktigt för att bibehålla köpkraften på "hemmaplan" inom sällanköp samt stärka rollen som den största handelsaktören inom kommunen och även locka till sig konsumenter från Sölvesborg och Ronneby. För att stärka sin roll mot övriga större städer och helgshopping är det viktigt för Karlshamn, och dess närorter, att kunna erbjuda ett intressant utbud. Utredningen anser att det är viktigt att fortsätta med utvecklings- och attraktionsarbetet i hela kommunen, men framförallt i Karlshamns tätort och speciellt i centrum (Majer & Anderberg, 2012:28). Kommunens översiktsplan pekar också på att vid nyetablering av livsmedelsbutiker och liknande dagligvaruhandel så bör den framförallt lokaliseras i anslutning till befolkningstäta områden eller vid nya planerade bostäder. Som en del av kommunens framtida planering och strategi med förtätnings- och kompletteringsmöjligheter, ska bland annat handelsverksamheter utvecklas med stadskärnan som utgångspunkt och därefter lokaliseras västerut då nya bostäder och förtätning planeras österut (Majer & Anderberg, 2015:31; Karlshamns kommun, 2015c:18). Handelsutredningen erkänner även att det bör finnas bra distributionsområden i anslutning till handelsplatserna, både i centrum och i externa lägen, och handelsföretagen bör kunna kombinera sina erbjudanden både via e-handel och i butik. Till exempel kan det genomföras genom kombinerade butik/e-handel och showrooms. För handeln i Karlshamns stadskärna innebär detta ett fortsatt arbete med att stärka och bidra till att handeln följer med i utvecklingen. De större kedjebutikerna i centrum har enligt utredningen redan strategier för detta, men det är även viktigt för de mindre lokala aktörerna och butikerna att de också får möjlighet att följa med i utvecklingen. Hur dessa strategier är utformade framgår inte i utredningen (Majer & Anderberg, 2012:27).

Surveyundersökningen ställde frågor till aktörer och konsumenter i Karlshamn om de vad de ansåg om attraktionskraften som kommunen talar om inom stadskärnan, och om den externa

handeln samt e-handeln har på något sätt påverkat den. Svaren visade att stadskärnan fortfarande var någorlunda tilltalande för de båda grupperna men påvisade samtidigt att vid vidare utveckling av handel i externa lägen inom kommunen samt den allt mer moderna internet-handeln, kan samma attraktion komma att gå förlorad. Konsumenternas svar visade samtidigt att stadskärnan inte är den primära källan för handel utan istället för andra typer av aktiviteter. Mer än hälften av dem menade att stadskärnan var en bra plats i staden för möten mellan familj, vänner och kollegor, eller enbart för att ta en fika eller äta middag på en av de lokala restaurangerna.

#### **5.1.4 Tillgänglighet**

Idag är Karlshamn tätort kommunens viktigaste knutpunkt och centrum. Staden länkas i väst till öst av Europaväg 22 och i norr till syd av Riksväg 29 (Karlshamns kommun, 2015a:38). Tillhörande dessa motortrafikvägar är den 13 mil långa Blekinge kustbana dragen genom staden som har ändstationerna Kristianstad-Karlskrona. Kommunen ser goda pendlingsmöjligheter som viktigt och Karlshamns resecentrum, beläget cirka 700 meter norr om stadskärnan utgör ett viktigt nav för kommunens kollektivtrafik (Karlshamns kommun, 2015a:41).

Karlshamns kommun har idag inget renodlat externt handelsområde. I *Översiktsplan för Karlshamns kommun (2015)* beskrivs istället området mellan norra Karlshamn och Asarum som ett handelsstråk och en utveckling som har pågått under några år med separata verksamheter. Området ses som halvexternt i översiktsplanen. För att underlätta denna utveckling har kommunen skapat förutsättningar för en fortsatt satsning på ett lättillgängligt handelsområde anpassat för fotgängare och cyklister i en trafiksäker och estetiskt tilltalande miljö. Läget mellan Karlshamn och Asarum och dess närhet till E22 gör att kommunen kan betjäna en stor del av befolkningen inom kommunen (Karlshamns kommun, 2015c:18). Dock har kommunen förberett i sin planering området Västerport strax väster om stadskärnan för exploatering och etablering av externhandel, och kommunfullmäktige har antagit en detaljplan för området. Hälften av området kommer bestå av bland annat storskalig handel och verksamheter, småföretag, kontor som inte redan finns i Karlshamn och som vill etablera sig i området. I övrigt kommer 33 procent bestå av orörd mark och 15 procent av gator och planerade ytor (Majer & Anderberg, 2012:26). Detaljplanen för Västerport kommer efter genomförande inneha en hög koncentration av kommersiell service, främst handel, vilket kommer innebära ökade trafikmängder. Hög tillgänglighet med samtliga trafikslag är mycket viktigt för handelsutvecklingen av samtliga typer av handelsplatser anser kommunen, och därför är det viktigt att handels- och trafikutveckling samverkar vid nyetablering av handel (Majer & Anderberg, 2012:32). Trafiksäkra kommunikationer inom stadsnätets busstrafik och gång- och cykelkommunikationer ska även tas med i planering för Västerport för att ta del av miljömålet ”god bebyggd miljö” för att möjliggöra hållbara kommunikationer (Majer & Anderberg, 2012:32; Karlshamns kommun, 2015c:16). Vid planering utanför tätorten har miljömässig hållbarhet som påverkar utvecklingen av handelns förutsättningar kommit att bli en viktig trend. Vidare planering av områden innehållande handel inom kommunen bör beakta handelsplatsernas placering och det geografiska läget samt tillgänglighet med olika trafikkommunikationer, däribland bil, kollektivtrafik och gång- och cykeltrafik (Majer & Anderberg, 2012:32).

När konsumenterna fick besvara frågan om var de föredrog att genomföra sin handel fick de även chans att svara på följdfrågan om de hade någon specifik anledning till varför. De flest förekommande svaren var att deras val av handel var tidseffektivt, lättillgängligt, att valet av

handel hade ett bättre utbud samt att det var enkelt och att utnyttja bilen. De som föredrog externa köpcentrum (4/10) menade på att all handel de ville komma åt fanns på en och samma plats samt att utbudet var bättre än det som erbjöds i handeln i centrum, och att det var enkelt och tillgängligt att komma åt med bilen. Bättre utbud menade också de som valde att handla över internet (2/10) var ett stort plus samt att det var mer tidseffektivt än att behöva leta runt i fysiska butiker efter en specifik vara. Handel i stadskärnan valde två av konsumenterna eftersom de var tillgängligt för dem. Orsaken till deras svar berodde på att de bodde lokalt med gångavstånd till centrum.

### **5.1.5 Konkurrens**

Kommunen och framför allt staden Karlshamn ligger i ett område med relativt hög konkurrens från andra handelsplatser. Närorterna inom kommunen ses dock inte som konkurrerande handelsplatser, utan snarare som en del av kommunens primära upptagningsområde då handeln traditionellt och idag är starkare i Karlshamn. Istället betraktas de större interna och externa handelsområdena i den större regionen, däribland Kristianstad, Växjö, Karlskrona och Kalmar, som starka konkurrenter för Karlshamn (Karlshamns kommun, 2015a:26). Till exempel fattades ett investeringsbeslut för Kristianstads Nya Galleria i juni 2012; Karlskrona innehåller cirka 250 handelsbutiker som väntas utökas i samband med utvecklingen av ett nytt resecentrum vid Pottholmen; i Växjö city finns över 200 butiker, restauranger och caféer; Kalmar har det närmaste IKEA-varuhuset i regionen. Även de mindre handelsplatserna Ronneby och Sölvesborg kämpar för att stärka sin egen handelsutveckling bland annat i form av externetableringar. Detta innebär att det är många som slåss om köpkraften i regionen. Avstånden till dessa städer är dock relativt stora och därför kan inköp på dessa platser istället fungera som helgaktiviteter alternativt kopplat i samband med pendlingsresor med kollektivtrafik (Majer & Anderberg, 2012:24-26). Kommunen ser även e-handeln som en viktig konkurrensfaktor i sin utredning inför översiktsplanläggning (Karlshamns kommun, 2015a:26). Handelsutredningen (2012) presenterar att marknadsunderlaget utgör enbart ett teoretiskt underlag och visar inte på den faktiska aktuella och framtida omsättningen för kommunen. Flera faktorer kan påverka hur mycket av marknadsunderlaget Karlshamn kommun kan ta del av. Potentialen påverkas till exempel av inkomstnivåer, konkurrenssituationen från andra handelsplatser och också e-handels expansion i framtiden (Majer & Anderberg, 2012:9). Näringslivschefen i Karlshamns kommun Mathias Wijk har i en artikel i Sydöstran december 2017 uttalat sig om att e-handel är under en uppfart och har en påverkan på den fysiska handeln i kommunen som inte är beräknad i kommunens handelsutredning. Därför har en ny utredning startats som ska offentliggöras under 2018 (Persson, 2017).

Fem utav de elva verksamheterna som besvarade surveyundersökningen var mindre lokala aktörer i Karlshamns stadskärna. När frågan ställdes om de upplevde att den externa handeln och e-handeln har bidragit till en ökad konkurrens, svarade alla ”ja”. De resterande sex upplevde det i viss mån men inte i samma bemärkelse. I samsyn med denna åsikt ansåg de mindre aktörerna att den externa handeln inte låg till deras fördel utan de såg den som en negativ faktor för deras affärer. I kontrast såg inte de större kedjebutikerna nödvändigtvis den externa handeln som något negativt, utan de höll sig relativt positiva alternativt neutrala. Alla var överens om att kundunderlaget på ett sätt eller annat har upplevts som reducerat under en kortare period och för de mindre aktörerna medgav de även att en reducerad omsättning var ett faktum. Konsumenter har även lagt märke till att butiker har stängt igen eller försvunnit från stadskärnan, där sex av tio tillfrågade beskrev att de upplevt detta i hög grad de senaste åren.

## 5.1.6 Analys

### Handel

Karlshamns kommun har mål och visioner i sina policydokument om att växa med nya invånare, företag, handels- och arbetsplatser, där framför allt Karlshamns tätort ska ha en betydande roll i den regionala och nationella utvecklingen. Visionerna i kommunens översiktsplan (2015) visar på att kommunen vill stärka Karlshamn som en attraktiv handelsplats och arbeta för en gynnsam handels- och centrumutveckling (Karlshamns kommun, 2015c:28). Genom den stärkta attraktivitetsaspekten ser kommunen att Karlshamn ska bli en stark handelskraft inom regionen. Fokus ligger på att tätorten ska ha en god och stark väletablerad handelsverksamhet i första hand men kommunen är inte skrämmd av idén med nyetablering i externa lägen utanför staden eller mellan de närliggande orterna (Majer & Anderberg, 2012:35). Karlshamn har därmed en positiv syn på att förbättra och expandera handelsverksamheten både i city och i externa lägen. Denna syn delas av Rämme och Rosén (2009) som menar att stadskärnans småskaliga utbud i kombination med servicefunktioner och externhandels storskaliga volymhandel inom en tätort eller hela kommunen kan skapa ett slagkraftigt samarbete med varandra i konkurrens mot handel i närliggande kommuner (Rämme & Rosén, 2009:8).

En stark handel inom kommunen skapar goda förutsättningar för en utveckling där kommunen kan bygga nya bostäder, skapa fler arbetsmöjligheter och som resultat av detta, öka sina chanser mot en eftersökt befolkningstillväxt (Karlshamns kommun, 2015c:16).

### Stadskärnan

Karlshamns kommun klargör i sin bevarandeplan för stadskärnan (2015) att vid komplettering och förtätning av tätortens centrum ska vikt läggas vid att ny handel ska utvecklas med stadskärnan som utgångspunkt (Karlshamns kommun, 2015c:18). Handelsutredningen (2012) påpekar i samma mening att det ligger till Karlshamns fördel att etablera ny handel som en del av attraktionskraften till staden, i kombination med den service, kultur och landskap som centrum kan erbjuda (Majer & Anderberg, 2012:28). Detta stämmer överens med vad Hansen och Tornberg (2007) skriver om stadskärnan, där dagligvaruhandel generellt har blivit allt svårare för centrum att behålla och en ny riktning väljs mot en ”upplevelsehandel” istället, där handel kompletteras med stadens stora utbud av restauranger, caféer och kulturverksamheter (Hansen & Tornberg, 2007:7-8). Vad som är viktigt för den kommande utvecklingen i Karlshamn är att handeln och verksamheter inom stadskärnan samt i externa områden inte ska konkurrera på en sådan nivå att det får en negativ effekt. Forsberg, Hagson & Tornberg (1994) skriver att för en del kommuner kan en negativ konkurrens resultera i att externhandeln utkonkurrerar stadskärnans verksamheter, eller rentav tvingar de att omlokalisera till andra platser. Effekten av deras omlokalisering kan utgöra att konsumenter, som en gång erbjudits en service i ett närliggande läge inom tätorten numera måste ta sig utanför stadskärnan för att nå dess verksamheter (Forsberg, Hagson & Tornberg, 1994:98-99). För att undvika detta scenario jobbar Karlshamn aktivt med att alla aktörer, såväl stora som mindre, ska ha samma möjlighet att hänga med i utvecklingen (Majer & Anderberg, 2012:27).

### Tillgänglighet

Nyetablering följer riktlinjer, där kommunen anser att det är viktigt att handel integreras som en del av staden och dess stadsliv. Externa köpcentrum är dock ett mål många konsumenter letar sig till för att genomföra sin handel effektivt, men som de inte alltid kan. Neergaard, Smidfelt Rosqvist och Viklund (2007) förmedlar att alla konsumenter inte har samma förutsättningar, då de inte har tillgång till bil eller inte innehar ekonomin till att köpa en. När detaljhandeln flyttar ut till externa lägen medför det en sämre tillgänglighet för de

samhällsgrupper utan bil som främst består av kvinnor, äldre och ungdomar (Neergaard, Smidfelt Rosqvist och Viklund, 2007:21-22). Därför möjliggör kommunen hållbara transporter och kommunikationer för att ge kommunens invånare bättre förutsättningar att genomföra sin konsumtion på ett hållbart sätt inom Karlshamn och dess närområde (Majer & Anderberg, 2012:32).

Kommunen vill dock se utveckling av den externa handeln, då staden inte har ett renodlat externhandelsområde idag. Området mellan norra Karlshamn och Asarum, Norra infarten, ses istället som en halvextern utveckling som ska sammankoppla de två orterna. Detaljplanering har genomförts över det närliggande området Västerport väster om stadskärnan med målet att locka till sig verksamheter och företag som idag inte är etablerade inom kommunen (Karlshamns kommun, 2015c:18).

En negativ effekt av etablering av externhandel leder till ökad biltrafik och ökade utsläpp av luftföroreningar. Den externa handeln har sett till historien haft problem med att uppfylla målet om "god bebyggd miljö" skriver Forsmark (2001). Den externa handeln motstrider och försämrar dels det nationella miljömålet om "god bebyggd miljö", och ett par av de andra målen som omfattar försämring av naturmiljön, ökat transportbehov och utmaning av den byggda miljöns variation. Syftet med målet att städer och tätorter ska medverka till en god regional och global miljö, där varierat utbud av bostäder, arbetsplatser, service och kultur i närliggande områden ska ges möjligheten till ett rikt och utvecklande liv för människor i nära lägen utan längre transporter, går generellt förlorat (Forsmark, 2001:13-14). Vid en kommande utveckling beskriver Karlshamns kommun i sin utvecklingsstrategi (2015) och delvis i sin handelsutredning (2012) att andra transportalternativ än bilen ska finnas tillgängliga för konsumenterna vid en sådan utveckling. Trafiksäkra och väl genomtänkta kommunikationer inom stadens och kommunens trafiknät är vitala för att en sådan utveckling ska möjliggöras, samt för att följa det nationella miljömålet "god bebyggd miljö", med goda kollektivtrafikförbindelser och gång- och cykelkommunikationer (Karlshamns kommun, 2015c:16; Majer & Anderberg, 2012:32).

### Konkurrens

För att möta den ökade konkurrensen från närliggande kommuner och den större regionen måste stadskärnan kunna erbjuda ett intressant utbud och tilldragande möjligheter. Internt inom kommunen ses inte konkurrens från Karlshamns närorter som ett hot för kommunens totala omsättning, utan istället som en del av kommunens primära upptagningsområde (Karlshamns kommun, 2015a:26).

Som en del av surveyundersökningen som genomfördes för detta arbete visar det att konsumenterna inom Karlshamns kommun delvis dras till handel i externa lägen på grund av bättre utbud, att det är tidseffektivt och att det är bilvänligt. De tre anledningarna visar att konsumenterna vill genomföra sin handel tidseffektivt där de vet att utbudet är brett samt att de enkelt kan utnyttja bilen. Dessa anledningar pekar Bergström (1999) även på, och menar att det inte enbart är priset som varit bidragande för den externa handelns framgång, utan även det breda varuutbudet, goda parkeringsmöjligheter samt tidsvinsten av att kunna genomföra många kompletterande inköp på ett och samma ställe. Alla tre aspekterna är representativa för externhandeln, och Bergström belyser samma fakta när han talar om att externhandeln, med nya distributionsmetoder och stordriftsfördelar, har lyckats göra detaljhandeln mer kostnadseffektiv (Bergström, 1999:4). Men stadskärnan ser inte ut bli lidande av detta resultat då majoriteten av de tillfrågade personerna i samma undersökning inte såg att stadskärnans attraktionskraft har blivit lidande av handel i externa lägen. Centrum ses ännu som en viktig mötesplats för att träffa människor samt fika och äta. Däremot ansåg de samtidigt att

stadskärnan kan bli lidande i framtiden med nya externetableringar samt att e-handeln blir ett bättre tillgängligt medel.

Karlshamns kommun har i dagsläget ingen väletablerad planering kring e-handelns påverkan på handeln inom kommunen. Däremot är kommunen väl medveten om dess konkurrensfaktor och dess kommande expansion i framtiden. Den kommunala handelsutredning (2012) som ligger till grund för detta arbete är enligt kommunen redan utdaterad trots att den publicerades år 2012, då e-handeln inte är tillräckligt utredd för det aktuella läget idag (Persson, 2017). Näringslivskontoret inom Karlshamns kommun ser e-handeln som en stark motor inom handelsmarknaden i framtiden, vilket en rapport från Handelns utredningsinstitut (2013) också har presenterat en extensiv utredning om. I sin prognos har institutet presenterat en hypotes att butikskedjor både i stadskärnan och i externa områden kommer att kombinera sina butiker med e-handeln i form av utlämningslokaler och showrooms allt efter att utvecklingen och moderniseringen sker (HUI Research, 2013:13), vilket även Karlshamns handelsutredning delvis presenterar. Kommunens handelsutredning (2012) yrkar även på att goda distributionsområden i anslutning till handelsplatserna bör finnas med i planeringen och att handelsföretag bör kunna kombinera erbjudande på via e-handel och i butik. Karlshamn arbetar idag med en ny handelsutredning för att kunna genomföra bättre planering inom detta område i framtiden (Persson, 2017).



## 5.2 Fallstudie 2: Kristianstad kommun

### 5.2.1 Inledning

Kristianstad kommun ligger i nordöstra delen av Skåne i södra Sverige och har cirka 80 000 invånare. Kommunen har haft en positiv befolkningsutveckling och jobbar för en ökad tillväxt i kommunen. Genom att få kommunen att växa anser Kristianstad att det ska leda till en ökad service, ett ökat kulturutbud samt en bättre infrastruktur i kommunen. Ur det framhäver Kristianstad att deras handelsstad får mer goda förutsättningar att utvecklas. Kristianstad kommun anses ha goda möjligheter till en ökad tillväxt och har som mål att år 2025 vara uppe i 90 000 invånare, varav 40 000 av dem ska bo i staden (Kristianstad kommun, 2009:12).

Staden Kristianstad är kommunens centrum och står för en stor del av kommunens utbud av bland annat arbete, service och handel. Staden utgör en viktig knutpunkt för regional buss- och tågtrafik, med en centralstation belägen inne i staden. Stadens attraktionskraft ligger till stor del i närheten till ett brett utbud, till mångfald och valmöjligheter (Kristianstad kommun, 2013:27). Kristianstad kommun pekar ut sin stad som en handelsstad, med en stark handel i den gamla stadskärnan. Handeln i stadskärnan har sedan stadens uppkomst varit en viktig förutsättning och har enbart gått igenom ett fåtal större förändringar, med 1970-talets tillskott av Domus, EPA (Åhléns) och ICA i centrum samt två nya stadscentra som tillkom i stadens utkant på Gamlegården och Österäng. Orsaken till att Kristianstad tidigare har haft begränsade utbyggnader utanför centrum har berott på starka planmässiga restriktioner för dagligvaruhandel vilket är stommen i externa köpcentrum. Vidare på 1970-talet utvecklades även industriområdet Vilan till ett handelsområde som växte vidare västerut mot Härlöv och som idag verkar som ett stort handelsområde för främst volymhandel i form av bland annat hemelektronik (Kristianstad kommun, 2009:16). År 2011 antogs en ny plan om att bygga om Domus och omkringliggande byggnader till en stor galleria i Östra delen av centrum. Gallerian, Galleria Boulevard, omfattar de funktioner Domus tidigare haft (biograf, systembolag och Coop) samt har tillfört en ytterligare dimension av parkeringsplatser och nyetableringar av shopping och restauranger till centrum (Kristianstad kommun, 2011).

Under 2011 gick Kristianstad kommun ihop med Handelsföreningen och Fastighetsägare för att jobba med en centrumutveckling under namnet Handelsstaden Kristianstad AB. Arbetet syftar till att utveckla stadskärnans dragningskraft och skapa en gynnsam handel inne i stadskärnan med fokus på utveckling av handelsutbudet, caféer och restauranger. De riktlinjer organisationen strävar efter är bättre tillgänglighet, marknadsföring, tryggt och säkert samt hålla staden ren och snygg. En del åtgärder som har införts och beprövats har varit mer parkering i staden, fri parkering, patrullerande ordningsvakter, längre öppettider, fler toaletter, gemensamt presentkort, förbättrad kollektivtrafik samt fler och större arrangemang i stadskärnan. År 2014 utsågs Kristianstad till årets stadskärna av svenska stadskärnors förbund (Handelsstaden Kristianstad AB, 2017).

### 5.2.2 Handel

I Kristianstads handelsutredning (2006) framgår det att kommunen har stora mål att stärka sin roll som ett regionalt handelscentrum, dels genom att stärka stadskärnan och dels genom att utveckla externhandeln. För att Kristianstad som handelsstad ska behålla och stärka sin position som dominerande handelscentrum i marknadsområdet behövs en tillämpning av mångfaldigt utbud av bland annat kvalitet, priser och mötesplatser som lockar människor att vilja bo i Kristianstad (Hellström, Torbiörnsson & Lagerén, 2006:2, 39).

I Fördjupning av översiktsplan för Kristianstad stad (2009) framgår kommunens syn på stadens styrka som handelsstad. Kristianstad har sin styrka och fördel i att det är den största staden i marknadsområdet och ligger relativt långt ifrån de regionala konkurrenterna Helsingborg, Karlskrona, Växjö, Malmö och Kalmar. I kommunens visionsarbete är det just handelsstaden som lyfts fram med en strategisk betydelse för kommunens attraktivitet (Kristianstad kommun, 2009: 76). För att sträva mot en utveckling av handelsstaden har kommunen fem stycken stadsbyggnadsmål. Stadsbyggnadsmålen ligger till grund för hur kommunen vill att Kristianstad ska växa och ligger även till grund för arbetet med miljömålet “god bebyggd miljö”, där de fem målen verkar som delmål till att upprätthålla miljömålet. De fem målen är (Kristianstad kommun, 2009:42):

- Stadens som regionalt centrum.
- Den täta och blandade staden.
- Den energi- och resurseffektiva staden.
- Den vackra staden.
- Staden och vattenriket i symbios.

I målet om *staden som regionalt centrum* tar kommunen upp hur Kristianstad ska fortsättningsvis vara ett starkt regionalt centrum för boende, verksamheter, service och handel. För att staden ska kunna fylla rollen som ett regionalt centrum måste staden fortsätta växa och ständigt attrahera större omland. Komplet utbud av service, handel och kultur gör staden till ett attraktivt besöksmål, där staden ska nås effektivt och miljövänligt av kollektivtrafik. Genom goda kommunikationer blir stadens utbud tillgängligt och därför ska kommunen även satsa på att utveckla kollektivtrafiken (Kristianstad kommun, 2009:42-43).

I målet om *en tät och blandad stad* tar kommunen upp vikten i att bygga tätt och blandat ur en rörelse- och transportsynpunkt. Med tät och blandad stad kan restiderna i vardagen bli kortare, vilket är till fördel för de hushåll som inte äger en bil som då får en lika stor tillgång till stadens utbud som dem med bil. Fler människor rör sig i staden under flera timmar på dygnet och med det upplevs miljön tryggare. Dessutom ökar kundunderlaget för ett bredare utbud av service och handel. Infrastrukturen används effektivare och handeln i stadskärnan ska förstärkas med nya handelsytor men även genom fler trivselhöjande på den fysiska miljön och trafiksystem. Kollektivtrafiken får bättre underlag och kontor, service och handel lokaliseras med fördel i närheten av bytespunkter och kollektivtrafiksstråken (Kristianstad kommun, 2009:44-45).

Målen om *den energi- och resurseffektiva staden* och *den vackra staden* framhäver kommunen bland annat att en god planering ska omotivera utbredning och utglesning av staden för att spara på skogs- och jordbruksmark. Ny bebyggelse ska ta till hänsyn för de värden som är viktiga för Kristianstad och ska i utkanten av staden förmedlas med tydlig utformning av stadens entréer (Kristianstad kommun, 2009:46-47).

Utifrån riktlinjerna i de fem stadsbyggnadsmålen ska Kristianstad fortsätta utvecklas utifrån en stark stadskärna och bebyggelse utmed fyra ben. De fyra benen sträcker sig i nordlig och sydlig samt östlig och västlig riktning ut från stadskärnan, och ska förses med god funktionsblandad och tätbebyggda områden och goda cykel- och kollektivtrafikförbindelser. Inom ramen för de fyra benen kan ny bebyggelse ta plats och onödig stadsutbredning och intrång i det omkringliggande landskapet undviks, vilket ger underlag och bättre förutsättningar för ökad kollektivtrafik (Kristianstad kommun, 2009:49).

Kristianstad kommun framhäver även i fördjupning av översiktsplan (2009) handelns betydelse i marknadsföring av kommunen och staden. Kristianstad ser sig själva som en konkurrenskraftig kommun som ska kunna erbjuda mark åt alla typer av verksamheter för att stärka tillväxten. Kommunen ser en styrka i att ha ett så brett och starkt näringsliv som möjligt och lägger vikt i att Kristianstad är en stad som besöks för handel, kultur, service och nöjen, där ett ökat antal verksamheter lockar till sig fler människor och turister. Att kunna vara en stad med närhet och goda förutsättningar för besöksnäringen anses vara viktigt och staden Kristianstad är för många besökare ett resmål för att se stadskärnan och shoppa. Vid fortsatt nyetablering av vad som är besöksintensiva och personaltäta verksamheter både för invånare och turister, ska verksamheterna främst lokaliseras så nära centrum, kollektivtrafik samt gång- och cykelvägnät som möjligt (Kristianstad kommun 2009:70,75).

Eftersom många verksamheter önskar att ligga intill större trafikleder, menar Kristianstad kommun (2009) att det kan vara lätt att stadens entréer domineras av industri- och handelsområden. Utmaningen med detta är av största vikt att motverka negativa intryck för besökare och passerande. Bebyggelsens placering i förhållande till trafikleden har en stor betydelse liksom skalans för att göra sig och Kristianstad synligt. Verksamheter invid större trafikleder och entréer ska bidra med att förmedla ett positivt intryck och marknadsföra Kristianstad för förbipasserande bilister. Kristianstad ska vara enkelt att passera, men svårt att missa (Kristianstad kommun, 2009:70,84).

I Kristianstad gjordes en surveyundersökning där privatpersoner fick frågan om var de främst gör sina inköp av handelsvaror. Av undersökningen framgick det att stadskärnan och e-handel var ungefär lika stora till antalet där sex svarade stadskärnan och sju svarade internet, medan valet av externa köpcentrum var det färre (tre stycken) som svarade. Utifrån det svarade alltså majoriteten att de främst gör sina inköp utanför stadskärnan i externa köpcentrum samt på internet (tio av sexton stycken). Samtidigt som det i en senare fråga visade sig att även om den största delen av personerna gör sin handel utanför staden besöker hälften av dem ändå staden främst för dess handel. I den frågan svarade de andra hälften träffa människor och gå på fik eller restauranger.

### **5.2.3 Stadskärna**

Vad gäller fördelningen av handel framgår det i Kristianstad utvecklingsprogram 2005-2025, *Kristianstad växer!* (2005), att den handel som är mest lämpad för stadskärnan ska vara centralt belägen där. Den typ av handel som inte passar i centrum ska placeras och utvecklas utanför centrum och då främst i Vilan/Härlövsområdet. Viktiga mål med handelsutvecklingen för Kristianstad kommun är att skapa goda förutsättningar för att handel i stadskärnan ska utvecklas och stärkas. Vilan/Härlöv ska utvecklas som Kristianstad andra handelsområde, där ny ”icke typisk centrumhandel” anses vara lämpligast. Området Vilan/Härlöv bör i första hand förtäta i riktning mot staden för att öka tillgängligheten av både kollektivtrafik, cykel, gång och bil (Kristianstad kommun, 2005: 2,11).

I fördjupning av översiktsplan för Kristianstad stad (2009) framhävs det att om det finns en tillväxtpotential för handel både i och utanför staden och hur stor tillväxten blir för respektive beror på hur kommunen agerar i framtiden. För att behålla Kristianstad som en regional handelsstad är det viktigt att bevara handeln i stadskärnan, då handeln ger staden en stark identitet. Kristianstads stadskärna ska vara det bästa området för handel av icke skrymmande varor och därför ska ny handel av denna typ först och främst tillföras i centrum. Handel av bland annat sällanköpsvaror och dagligvaruhandel utanför stadskärnan i externa lägen kan

emellertid avlasta centrum, men det är viktigt att handelns identitet i stadskärnan inte överges för att staden ska kunna fortsätta mot ökad tillväxt och tillgänglighet (Kristianstad kommun, 2009:77).

I surveyundersökningen framgick det av både butiker och konsumenter att Kristianstads stadskärna har en stark attraktionskraft inom handeln som varken den externa handeln eller e-handeln har någon större påverkan på. Majoriteten av undersökningspersonerna och butikerna i Kristianstad ansåg att stadskärnan håller en hög nivå inom handel och att stadskärnan fortsatt har ett stort kundunderlag trots en ökad handel i externa lägen och på internet. Samtidigt var majoriteten också överens om att externa köpcentrum och e-handel i framtidsscenario skulle kunna ge staden en minskad attraktionskraft.

#### **5.2.4 Tillgänglighet**

I Kristianstad kommuns översiktsplan (2013) framhävs tillgänglighet som ett nyckelbegrepp i planering av handel, där god tillgänglighet ska finnas till handel, service och större arbetsplatser och negativ miljöpåverkan från exempelvis transporter ska begränsas (Kristianstad kommun 2013:62). Kristianstads utbud av sällanköpshandel vänder sig till konsumenter inom hela nordöstra Skåne samt delar av Blekinge, Österlen och södra Småland. För Kristianstads stadskärna anses därför tillgängligheten med kollektivtrafik, gång och cykel vara viktig för att konsumenter, inom och utanför kommunen, ska kunna ta del av shoppingen, samtidigt som tillgängligheten med bil också är viktig för volymhandeln i externa lägen utanför staden (Kristianstad kommun, 2013:62-63). För kommunens invånare anser Kristianstad att det är viktigt att klara vardagen utan tillgång till bil. Det finns av olika anledningar delar av befolkningen som inte får köra bil samt de som inte har råd att ha en bil och därför är tillgång till handel utan bil en nödvändighet. Ny dagligvaruhandel ska därmed lokaliseras nära bostadsområden och med gångavstånd till kollektivtrafik (Kristianstad kommun, 2013:64,183).

Planering för tillgänglighet framgår även i Fördjupning av översiktsplan för Kristianstad stad (2009), där kommunen pekar på att Kristianstad har ett tiotal dagligvaruenheter, men bara en av dem är beläget i centrum. För att tillgodose behovet för dem hushåll utan bil värnar kommunen extra om denna typ av varuenerhet inne i centrum. Kommunen medger att i en omstrukturering av framförallt dagligvaruhandel till större och färre enheter skapar en sämre tillgänglighet och kommunen ser gärna en utveckling av en trygg tillgång för hushåll utan bil i form av mer närbutiker, samt uppmuntrar små centrumbildningar i stadskärnan och andra stadsdelar. För att behålla god tillgänglighet i staden slår kommunen fast att nya dagligvarubutiker helst inte ska tillkomma i externa lägen och om det ska tillkomma en extern etablering så måste den placeras inom gångavstånd till kollektivtrafiken, nära bostadsområden och gärna i områden som saknar en större dagligvarubutik (Kristianstad kommun, 2009:79).

Vidare i fördjupning av översiktsplan för Kristianstad stad (2009) framgår det även att biltrafiken har ökat (Kristianstad kommun, 2009:86). Den ökade biltrafiken anses som en lokal källa till den ökade luftföroreningen i Kristianstad och kommunens målsättning är att trafikökningen ska begränsas under kommande år trots de större utbyggnader som planeras i framtiden. Kommunen ska satsa mer på kollektivtrafik och cykeltrafik och genom att kräva externa etableringar att placera sig i lägen med underlag för snabb och smidig kollektivtrafik (Kristianstad kommun, 2009:36, 86). Kristianstad kommun anser att de har en stark miljöprofil och har i arbete med bland annat klimatfrågan pekat på vikten att planera mot ett

hållbart samhälle. Kommunen använder sig av lokaliseringstypen som finns i miljöbalken, vilket innebär att lokalisering av diverse etableringar ska medföra ett minsta intrång och olägenhet för människors hälsa och miljö. Vid en nyetablering över 2 000 kvadratmeter anser kommunen att det är viktigt att en miljökonsekvensbeskrivning upprättas, där en lokaliserings- och trafikanalys ska redogöra för framkomlighet, läge, säkerhet och miljö för att ge en samlad bedömning av medförande effekter, som därefter får övervägas i godkännandet av etablering (Kristianstad kommun, 2009:79).

I vad som presenterades tidigare under *Handel* framkom det var undersökningspersonerna främst gjorde sina inköp. I frågan om varför de valde det alternativet visade det sig att tillgänglighet är en viktig faktor. Av de sex personer som främst genomför sin handel i stadskärnan ansåg majoriteten (5/6) att tillgängligheten till handel i stadskärnan var god och en viktig anledning till deras svar. För de som valde alternativet externhandel belystes tillgänglighet utifrån bilens perspektiv, där tidseffektiva transporter med bilen till handel i. En annan typ av tillgänglighet belyste de som gör sin handel främst på internet. Tillgängligheten till internet utan att behöva ta sig någonstans ansågs av samtliga (7/7) som det viktigaste argumentet.

### 5.2.5 Konkurrens

Vid planering av handel finns det i Kristianstad tankar på att bygga ut handel både inne i centrala staden men också i externa lägen. I Kristianstad råder det inte någon nämnvärd konkurrenssituation inom handel mellan stadskärnan och externhandel. I handelsutredning (2006) för Kristianstad presenteras två utbyggnadssteg för att stärka stadskärnan och Kristianstad som handelsstad (Hellström, Torbiörnsson & Lagerén, 2006:2-3). Första steget är att utveckla gallerian i centrum, där den kan locka fler besökare till staden. Det andra steget är genom en extern galleria. En extern galleria med omsättning på omkring 200 Mkr anses inte vara något större hot mot Kristianstads stadskärna, då handelsutredningen räknar med att stadskärnan aktivt ska kunna försvara sig mot den nya konkurrensen. Ny externhandel och förbättrad handel i stadskärnan anses behövas för att Kristianstad kommun ska kunna stärka sin roll som ett regionalt handelscentrum (Hellström, Torbiörnsson & Lagerén, 2006:2-3).

Handelsutredningen för Kristianstad (2006) lyfter även fram att den relativt täta stadskärnan är positiv för staden, då stadskärnan ger ett mysigt intryck och utbudet är relativt stort. Innerstaden präglas av många enskilda lokala butiksägare vilket kommunen anser vara bra, men det medför dock att en del kedjebutiker saknas i utbudet. Vid en fortsatt planering av nyetablering och förnyelse av handel lägger handelsutredningen fram olika riktlinjer för placering av dagligvaruhandel och sällansköpsvaruhandel och hur de ska prioriteras för bäst placering samt för att se till att minska risken för konkurrens (Hellström, Torbiörnsson & Lagerén, 2006:37,46).

Nyetablering och förnyelse av *dagligvaruhandel* ska prioriteras enligt följande:

Prioritet 1 – Nära bostadsområde, i stadskärnan eller i city/innerstaden.

Prioritet 2 – Om första prioriteringen inte är möjlig, ska det placeras i Vilan/Härlöv.

Prioritet 3 – Om inte de ovanstående alternativen inte fungerar kan ett nytt externt område övervägas, beläget så att det inte bidrar till ökat biltrafikarbete och har god kollektivtrafikförsörjning (Hellström, Torbiörnsson & Lagerén, 2006:46).

Nytablering och förnyelse av *sällansköpsvaruhandel* ska prioriteras enligt följande:

Prioritet 1 – Etablering i city.

Prioritet 2 – Om första prioriteringen inte går, så placeras det i Näsby, Långebro eller Vilan/Härlöv.

Prioritet 3 – Om ovanstående alternativen inte går kan nytt område även övervägas externt. Detta kräver dock noga övervägande om lämpligheten och om konsekvensanalys (Hellström, Torbiörnsson & Lagerén, 2006:46).

I Handelsutredningen för Kristianstad (2006) framgår även riktlinjer för e-handeln och dess konkurrens mot handel i staden. Handelsutredningen bedömer att e-handeln i dagens läge (2006) inte är något hot mot butikerna i Kristianstad. Det finns en medvetenhet om att e-handeln har tagit stora kliv i utvecklingen och att e-handeln möjligen är att hålla ögonen på när tekniken för det har mognat och när konsumenter lär sig skilja på bra och dåliga e-handelsföretag (Hellström, Torbiörnsson & Lagerén, 2006:19).

Vad gäller konkurrens framkom det i surveyundersökningen att butikerna i stadskärnan känner av den konkurrens som har uppstått från externa köpcentrum och e-handeln. Majoriteten var överens om att handel med liknande koncept som deras i externa lägen eller på internet påverkade deras kundunderlag och för de små lokala butikerna påverkades även deras omsättning. Samtliga butiker har under de senaste åren märkt av ett minskat kundunderlag och i frågan om hur deras inställning var till externhandeln och e-handeln konkurrens var de små lokala butikerna gemensamt negativt inställda till konkurrensen, medan de stora handelskedjorna ansåg den ökade konkurrensen som något positivt.

## 5.2.6 Analys

### Handel

Kristianstad kommun har visionerna om att växa sig starkare och locka fler invånare till kommunen, där handelsstaden Kristianstad ska ha en stark roll som ett regionalt handelscentrum. Kristianstad ser därmed med en positiv syn på fler handelsverksamheter i staden, samtidigt som de har en tydlig planeringsstrategi för hur handeln ska lokaliseras. Kristianstad handelsstad bygger på en helhetslösning av handel och välkomnar såväl både handel i externa lägen som i stadskärnan (Kristianstad kommun, 2009:70). Kristianstads resonemang i denna fråga stämmer överens med Rämme och Roséns (2009) syn på att handel i stadskärnan tillsammans kan stärka varandra i en konkurrens mot andra kommuner. Då handel av samma sort regleras och begränsas i en uppdelning mellan stadskärnan och externhandel i kommunen, kan handeln i både stadskärnan och externa lägen istället komplettera varandra och finna regionala konkurrenskraftiga samarbeten om hela regionens köpkraft (Rämme och Rosén, 2009:8).

### Stadskärna

Vid planering av handel fokuserar Kristianstad på handeln i stadskärnan, där handel som är lämpad för att vara i stadskärnan skall främst lokaliseras i detta läge och handel som inte passar i stadskärnan har sin plats utanför staden i externa lägen. Kristianstad kommun sätter inte helt stopp för att handel som är lämpad för stadskärnan måste begränsas där utan kan i viss mån placera sig utanför staden, men belyser att konkurrensen kan få stadskärnan att tappa sin handel och därav sin identitet (Kristianstad kommun, 2009:77). Att upplysa den konkurrens som kan uppstå är för kommunen ett resonemang som kan finna stöd i Forsberg, Hagson och Tornbergs (1994) diskussion, där de resonerar att om handeln växer sig stark i

externa lägen kan den komma att konkurrera ut handel inne i staden och staden lämnas kvar med tomma butikslokaler. Detta kan i sin tur leda till att även servicefunktioner flyttar med handeln ut till externa lägen då allt fler konsumenter rör sig i dem områdena (Forsberg, Hagson och Tornberg, 1994:98-99). Kristianstads handelsutredning (2006) räknar dock med stadskärnas slagkraft och att vid nyetablering av externhandel ska stadskärnan klara av att aktivt försvara sig mot den konkurrens som uppstår (Hellström, Torbiörnsson & Lagergrén, 2006:2).

### Tillgänglighet

Då Kristianstad vill behålla och stärka sin position som dominerande handelscentrum i marknadsområdet vill kommunen kunna erbjuda mark åt alla typer av verksamheter för att stärka tillväxten. Men för att verksamheterna inte ska sträcka sig för långt ifrån varandra utanför staden och minska tillgängligheten planerar Kristianstad efter att begränsa detta problem (Kristianstad kommun, 2013:62-64). Detta problem har även Neergaard, Smidfelt Rosqvist och Viklund (2007) lyft fram, att vid större etableringar utanför staden förlängs staden och biltrafiken ökar. Av det minskar även tillgängligheten vilket kommunen kan öka genom att förbättra kollektivtrafik och cykelförbindelser. Det handlar inte om att ett färdmedel ska vara tillgängligt utan flera, så att de hushåll som av olika anledningar inte har bil att tillgå ändå ska ta del av handeln i staden (Neergaard, Smidfelt Rosqvist & Viklund, 2007:22-23). Kristianstad kommun resonerar på samma sätt och poängterar vikten av att dess invånare ska kunna klara vardagen utan bil och planerar aktivt för förbättrad kollektivtrafik och cykelförbindelser. Utifrån dessa resonemang ställer kommunen krav på att handel ska placeras i kollektivtrafknära lägen (Kristianstad kommun, 2013:62). För att se till att externhandeln kan nås utan bil planerar kommunen även för att begränsa lokaliseringen av externhandel till Vilan/Härlövsområdet. Vilan/Härlövsområdet ses som stadens andra handelsområde efter stadskärnan och med planering att växa in mot stadens riktning och ge området ständigt förbättrad kollektivtrafik anser kommunen det som ett bra läge med hög tillgänglighet (Kristianstad kommun, 2005:11).

Kristianstad kommun sätter upp fem stadsbyggnadsmål i planeringen av stadens utveckling utifrån de femton miljömålen. Externhandel bidrar till ökad trafik och har därmed en direkt effekt på miljömålen, vilket kommunen till viss del bortser från. Kommunen ser sitt ansvar att som handelscentrum kunna öka tillgängligheten för såväl kollektivtrafiken som för den vanliga biltrafiken för att alla ska kunna ta del av Kristianstads handel. Kommunen vill förbättra tillgängligheten för biltrafiken då kommunen inte bara planera för sina egna invånare utan även andra kommuners invånare som konsumenter till sin stad och vill utifrån det skapa goda förutsättningar för att de ska kunna röra sig till och från staden på ett så bra sätt som möjligt (Kristianstad kommun, 2009:42-45). Forsmark (2001) lyfter tidigare i dokumentet fram hur en ökad etablering av handel utanför staden i mer bilorienterade lägen medför att allt fler väljer att ta bilen som i sin tur påverkar miljö och luftföroreningar. Externhandel placeras vid större bilvägar för att tillgodose bra tillgänglighet för bilister och locka den målgruppen med bland annat stor mängd parkeringsplatser. Vid vidare etablering av externhandel möjliggör det för att allt fler lokalinvånare söker sig mer ut från staden med bilen, vilket i sin tur leder till fler och längre bilresor som genererar högre utsläpp (Forsmark, 2001:13). Vid planering för externhandel och att öka tillgängligheten till bilens favör tar kommunen ett aktivt val som ger kommunen ökad biltrafik och därmed sämre miljö. Kommunen lägger vikt i att externhandel är viktigt för förbipasserande bilister genom dess lättåtkomliga lägen samt att externhandelns placering i utkanten av staden längs med trafiklederna skapar goda förutsättningar att marknadsföra staden. Kommunen anser ändå att de ska klara av att uppnå

miljömålen även om de planerar för externhandel genom att aktivt satsa på gång-, cykel- och kollektivtrafik (Kristianstad kommun, 2013:62-64).

### Konkurrens

Vid planering av e-handel är kommunen dåligt uppdaterad (Hellström, Torbiörnsson & Lagergrén, 2006:19). E-handeln erbjuder konsumenterna en ny typ av handelsmarknad, där handel kan enkelt och bekvämt göras för stadens invånare hemma i hushållen som därutöver också får tillgång till ett större sortiment världen över än vad staden kan erbjuda. E-handels goda och lättillgängliga utbud kan påverka var konsumenten väljer att handla och i en utveckling där allt fler väljer e-handeln före handeln i centrum, kan stadskärnans handel få andra förutsättningar där bland annat förändrat fokus från dagsekonomi till kvällsekonomi kan komma att prägla staden i framtiden (Svensk Handel, 2015:19, 38). E-handeln har därmed utvecklats under det senaste decenniet till något kommunen borde beakta i allt högre grad, då e-handeln har gett Kristianstad nya förutsättningar med bland annat förändrade konsumentmönster. Av surveyundersökningen framgår det att internet är där invånarna i Kristianstad främst gör sina inköp, men att stadskärnan fortfarande är en viktig handelsplats för flertalet besökare. Även om stadskärnan fortfarande har många konsumenter kvar har ändå en reducering av kundgrupp och omsättning märkts av från butikerna i innerstaden, där framförallt de små lokala butikerna tar en negativ ställning till den ökade konkurrensen som den externa handeln bidrar till. De större handelsetableringarna som genomförde undersökningen har alla flera butiker i landet samt driver egen e-handel och känner troligtvis inte av någon nämnvärd konkurrens inom stadens eller kommunens geografiska område. Av undersökningen framkommer det att tio av sexton personer genomför sin handel i externa köpcentrum eller på internet, där undersökningspersonerna lyfter fram dess effektivitet och bättre utbud än vad stadskärnan kan erbjuda. Detta är ett svar som stämmer överens med Bergströms (1999) uttalande om att externhandel erbjuder något staden inte riktigt kan svara upp till för de som har bil. Externhandels placering vid större vägar och med gott om parkeringsplatser och lägre priser är svårt för stadskärnan att konkurrera mot och är anledningen till att externhandeln har den attraktionskraft som den har (Bergström, 1999:4). Vad gäller e-handeln är svaret även väntat utifrån tidigare resonemang, då e-handeln erbjuder större utbud på internet lättillgängligt hemma i hushållen (HUI Research, 2013:12). Även om undersökningspersonerna inte gör sina inköp i stadskärnan råder det ändå en gemensam syn på att stadskärnan inte skulle tappa sin attraktionskraft i nuläget. Samtidigt har alla en gemensam tro på att e-handeln och externhandeln kan få staden att tappa sin handel och attraktionskraft i framtiden. Kristianstad kommun ser inte externhandel som något problem så länge kommunen planerar för rätt beslut vid olika vägval, men vid planering av e-handel finns det inte några tydliga riktlinjer (Kristianstad kommun, 2009:42-43).



## 5.3 Diskussion

### 5.3.1 Skillnader och likheter mellan kommunerna

Det finns både likheter och skillnader mellan de valda kommunerna i studien. Karlshamn och Kristianstad befinner sig i en liknande situation där båda är tillväxtkommuner som strävar efter en växande handel- och befolkningsutveckling, med en gemensam tro på att ökade handelsförutsättningar bidrar till att locka till sig fler invånare till kommunen (Karlshamns kommun, 2015c:28; Kristianstad kommun, 2009:12). För tillväxt och ökad handel blickar båda kommunerna utanför dess gränser och ser bland annat varandra som konkurrenter, då de ligger samlade inom ett regionalt geografiskt område. I frågan om externhandel har de båda kommunerna en positiv syn och gemensam tro om att det ökar handelns förutsättningar för såväl staden som kommunen (Karlshamns kommun, 2015c:28; Kristianstad kommun, 2009:76). Med stamväg E22 dragen genom båda kommunerna har de även samma förutsättningar för att etablera externhandel. Vad gäller utvecklingen av externhandel har Kristianstad redan renodlade externa handelsområden medan Karlshamn har halvexterna områden, men är samtidigt på väg att utveckla ett renodlat externt handelsområde Västerport väster om Karlshamns stadskärna.

Båda kommunerna har kunskap om att externhandel kan påverka handel i innerstaden. Vad som skiljer dem åt är att i Kristianstad finns en organisation, Handelsstaden Kristianstad AB, som med ett centrumutvecklingsprogram inför diverse åtgärder i stadskärnan (Handelsstaden Kristianstad AB, 2017). Karlshamns kommun saknar en liknande organisation så kommunen har själva skapat ett program som är ett tematiskt tillägg till översiktsplanen, där riktning och strategi för stadskärnans utveckling redogörs.

#### Handel

I Karlshamn planeras externhandel som ett sätt att expandera handelskraften för att göra staden mer attraktiv inom regionen. Karlshamn vill stärka sin roll i Blekinge och verkar som den självklara centralorten inom kommunen och en ökad handel ses som en av lösningarna. Vid planering för handel saknar externhandel däremot prioritet och kommunen lyfter i flertalet frågor upp hur handel inne i stadskärnan ska förstärkas. Handel i stadskärnan anses vara av största vikt och prioriteras därefter med mål om att handel i centrala staden ska integreras som en del av ett levande centrum ihop med bostäder, arbetsplatser, service och kultur. Detta för att stärka och utveckla stadens "själ" (Karlshamns kommun, 2015c:59). I Kristianstad planeras externhandel även där som ett sätt att för att expandera handelskraften i regionen. Kristianstad utnämner sin stad som en handelsstad och ser ett ansvar som ledande handelsstad i regionen. Med stora geografiska avstånd till de riktigt konkurrenskraftiga städerna ser Kristianstad sin möjlighet att förbli en absolut centralpunkt inom ett geografiskt område i nordöstra Skåne samt i delar av Blekinge och Småland. För att stärka sin position anses en förstärkning av handelsstaden som del av lösningen och kommunen planera för både handel i stadskärnan och i externa lägen (Kristianstad kommun, 2009:70, 75).

De båda kommunerna har en positiv bild av externhandelns regionala konkurrenskraft, men det råder en kontrast i det aktuella läget då Kristianstad redan har en väl etablerad och konkurrenskraftig extern handel. Karlshamn däremot bedriver idag en halvextern handelsverksamhet i stadens norra delar i nära kontakt med E22, men kommunen har visat tecken på att de inte är skrämde av idén att nyetablera handel i externa lägen. Faktum är att Karlshamn planerar för att etablera ett externhandelsområde i närliggande Västerport, dit kommunen planerar att locka till sig handel och företag som inte är verksamma

i staden. Karlshamn lägger vikt i att handel i stadskärnan ska främst prioriteras och nya verksamheter som inte ges möjligheten att etablera sig centralt får istället möjligheten att etablera sig i det nya externa handelsområdet i Västerport (Majer & Anderberg, 2012:26)).

Kristianstad delar Karlshamns filosofi om externhandel och ställer sig inte emot någon form av handel, utan välkomnar alla typer av verksamheter inom staden samt i externa lägen. Kristianstad har ett redan etablerat externt handelsområde, Vilan/Härlövsområdet, och ser helst att ny externhandel etablerar sig där (Kristianstad kommun, 2005:11). I planeringsarbetet mot en starkare handel får externhandeln även i Kristianstad se sig vara mindre prioriterad än handeln i stadskärnan. Kristianstad värnar i stor utsträckning om sin stadskärna där handelns vikt utgör en del av centrala stadens identitet. Likt Karlshamns planering förses ny handel i Kristianstad i första hand i stadskärnan och den typ av handel som inte passar in i stadskärnan kan placeras i externa lägen (Kristianstad kommun, 2009:77).

Båda kommunerna har därmed en relativt jämlik syn på planeringen av externhandel. Externhandel ses som ett handelsverktyg för en ökad attraktionskraft i konkurrensen om regionens handel (Karlshamns kommun, 2015c:28; Kristianstad kommun, 2009:42). De båda kommunerna har en geografisk koppling, då de befinner sig inom ett relativt kort avstånd till varandra, och har båda stamväg E22 passerande genom eller jämte städerna. Dessa förutsättningar medför att kommunerna har liknande strategier i sin handelsplanering, däribland att nyttja närheten av E22 till sin fördel genom att marknadsföra de båda städerna utmed den stora och trafikerade stamvägen.

Vid surveyundersökningen framgick det var respektive kommuns konsumenter väljer att utföra sin handel. I frågan om var de främst genomför sina handelsinköp visade sig att en smärre majoritet i Karlshamn (54 procent) väljer handel utanför stadskärnan medan resultatet i Kristianstad redovisade en större andel (63 procent) som föredrog handel utanför stadskärnan. I städerna emellan föredrog totalt en tredjedel (32 procent) stadskärnan som deras föredragna handelskälla.

I resultatet från Karlshamn visade sig att för den majoritet som föredrog handel utanför staden, var externa köpcentrum det personerna föredrog "mest". Samtidigt visade det sig i Kristianstad att av de svarspersoner som helst föredrog handel utanför stadskärnan, föredrog majoriteten av dem e-handeln som sin primära handelskälla framför handel i externa lägen. När butikspersonal i de båda städerna blev tillfrågade om de väljer att handla via e-handeln visade resultatet att e-handeln inte har fått den plattform där konsumenterna väljer internet före fysisk handel ännu. Kristianstads resultat visade att konsumenter har en positiv inställning medan konsumenter i Karlshamn visade lågt intresse.

Skillnaden mellan kommunerna är storleken av handelns utbud och antalet verksamheter, och resultatet av undersökningen har visat att konsumenter från Karlshamns kommun väljer att genomföra majoriteten av sin handel i externa lägen, oberoende om handel är etablerad inom den egna kommunen eller i den större regionen. Om resultatet av e-handel slås ihop med resultatet av handeln i externa köpcentrum får de i Karlshamn och Kristianstad en majoritet om var konsumenternas handel främst genomförs. Vad detta betyder för handeln i stadskärnan är att e-handeln och den externa handelns gemensamma "slagkraft" kan vara en tydlig konkurrent för stadskärnan.

### Stadskärnan

De båda kommunerna värnar om sin stadskärna där de ser handel som en viktig funktion i centrum. Kommunerna delar en gemensam syn på att externhandel kan ha en påverkan på stadskärnans handel och begränsar externhandelns förutsättningar därefter. Karlshamn vill exempelvis skapa ett levande centrum med integrering av handel och Kristianstad vill stärka deras stadskärnas identitet med handel som en viktig roll i stadskärnan. Handel ska enligt båda kommunerna först och främst förses i stadskärnan och för den handel som inte passar in, alternativt inte får plats, får etablera sig i externa lägen (Karlshamns kommun, 2015c:18; Kristianstad kommun, 2009:77).

I surveyundersökningen tillfrågades privatpersoner om de upplevt att butiker försvunnit i stadskärnan under de senaste åren, samtidigt som verksamheter tillfrågades om de märkt av någon reducering av omsättning de senaste åren i samband med externa köpcentrums och e-handels utveckling.

Det råder skillnader i resultatet från privatpersonernas svar i Karlshamn och Kristianstad. Det visade sig att majoriteten av personerna var överens om att Karlshamns stadskärna har förlorat butiker under de senaste åren. I Kristianstad visade det sig vara tvärtom då majoriteten inte tyckte att några butiker har försvunnit. Av resultatet kan det därmed diskuteras hur det i Karlshamn upplevs det att butiker försvinner i en allt högre takt än vad det gör i Kristianstad. Konkurrensen både inom den egna kommunen, från grannkommuner och den större regionen ser ut att ha resulterat i att Karlshamns kommun har blivit mer påverkade än vad Kristianstad har blivit. Om den hårda konkurrensen har orsakat att verksamheter har gått i konkurs eller blivit omlokaliserade går inte att se i undersökningen, men som Rämme och Rosén (2009) diskuterar behöver det för kommunen eller staden inte ses i en negativ bemärkelse. Om det har visat sig att verksamheter i stadskärnan inte klarar av att stå emot konkurrensen kan istället mer konkurrenskraftiga butikskoncept etablera sig och hålla sig kvar i staden och på så sätt bidra med en handel som kan vara mer lönsam för konsumenterna samt för staden (Rämme och Rosén, 2009:23).

När verksamheterna tillfrågades om de upplevt en reducering av dess omsättning under senaste åren då externa köpcentrum och e-handeln har utvecklats och blivit mer populära besöksmål, visade det sig i båda kommunerna att de mindre lokala verksamheterna upplevt en minskning av deras omsättning över de senaste åren. Karlshamns mindre verksamheter står inför tuff konkurrens med större butiker i staden, dels i centrum samt området Norra infarten, men möts också av konkurrensen i den större regionen med Karlskrona, Kalmar, Växjö och Kristianstad, som alla fyra gör stora satsningar och nyetableringar inom handeln (Karlshamns kommun, 2015a:26). Slående nog gav också alla de mindre verksamheterna som ställde upp i undersökningen i Kristianstad svar på att de också upplever en reducering, vilket visar på att de också ställs inför hård konkurrens inom den egna kommunen och regionen.

### Tillgänglighet

Kommunerna delar även synen på tillgänglighet i planeringen av externhandel. Karlshamn kommun har en vilja att vid utveckling av externa handelsetableringar ska dessa områden förses med kollektivtrafik och goda gång- och cykelkommunikationer samt ska utformningen av dessa anpassas enligt miljömålet "god bebyggd miljö" (Karlshamns kommun, 2015c:16). Kristianstad lägger ännu större vikt i denna fråga och ser bra kollektivtrafiknära lägen som en absolut förutsättning för att externa etableringar ska få tillkomma i kommunen, då Kristianstad har en stark målsättning att deras invånare ska klara att ta sig till diverse handel utan bil (Kristianstad kommun, 2009:79). Kristianstad begränsar därmed externhandel till de

områden som är försedda med god kollektivtrafik och lyfter fram deras externa handelsområde Vilan/Härlövsområdet som ett område där externa etableringar i första hand ska placeras för att vidare utvecklas i riktning mot staden, för att knyta ihop området med staden (Kristianstad kommun, 2005:11). I Karlshamn planeras bland annat externhandel i nordlig riktning mellan staden och Asarum för att binda ihop tätorterna med handel, kollektivtrafik samt gång och cykel (Karlshamns kommun, 2015c:18).

De båda kommunerna för i sin kommunala planering diskussioner och presenterar både subtila och icke-subtila argument att den externa handeln kan utgöra grunden till en mer sammanhängande stad. Med tanke på hur kommunerna resonerar kan den externa handeln användas som ett medel för att binda ihop stadsdelar och tätorter med varandra, med förmånliga kollektivtrafikförbindelser.

### Konkurrens

Båda kommunerna har kännedom om att konkurrensen mellan externa handelsetableringar och stadskärnan kan hamna i en situation som kan resultera i att den externa handeln kan konkurrera ut stadskärnans handelsverksamheter. De båda kommunerna är gemensamt överens om att handeln främst ska prioriteras och utvecklas i stadskärnan för att attraktionskraften i centrum ska bevaras, men är samtidigt inte rädda för att låta ny konkurrerande externhandel etablera sig inom kommunen (Karlshamns kommun, 2015c:59; Kristianstad kommun, 2009:70). Kristianstad räknar till och med i deras handelsutredning (2006) att stadskärnan ska kunna stå emot och anpassa sig till den ökade konkurrensen som kan uppstå (Hellström, Torbiörnsson & Lagergrén, 2006:2). En annan typ av extern handel som inte förses i staden är e-handeln. Vid planering av denna typ av extern handel är kommunerna olika långt komna i utvecklingen. Karlshamns kommun ser mer allvarligt på att e-handeln växer och ser direkta effekter som kan påverka handeln i staden, och trots att den aktuella handelsutredningen (2012) endast är fem år gammal upplevs redan är daterad enligt kommunen, då e-handeln inte är tillräckligt utredd (Persson, 2017). För Kristianstad kommun är utredningarna för e-handel något daterad i handelsutredningen (2006). E-handel sågs som ett någorlunda nytt fenomen under den tiden som inte var tillräckligt utvecklat för att handel i staden Kristianstad skulle känna av någon konkurrens (Hellström, Torbiörnsson & Lagergrén, 2006:19). Idag är e-handels förutsättningar annorlunda, vilket Karlshamn har uppmärksammat och anser att nya utredningar behöver göras.

Surveyundersökning visade att majoriteten av både Karlshamn och Kristianstad samtliga utfrågade privatpersoner och verksamheter var överens om att deras stadskärna inte ansågs ha tappat någon större del av dess attraktionskraft. Detta pekar på att båda stadskärnorna har ett fortsatt starkt varumärke som inte har låtit sig utkonkurreras. Samtidigt i frågan om stadskärnan i ett framtidsscenario skulle kunna förlora sin attraktionskraft vid framtida externa handelsetableringar och e-handels moderna utveckling, var den sammanlagda majoriteten i båda kommunerna (78 procent) inställda på att detta var mycket sannolikt. Likt vad Gustafsson (2013) skriver ställs stadskärnor inför nya utmaningar i takt med en moderniserande värld och en allt mer utvecklande konkurrenskraftig källa i e-handeln. Detta kan i sin tur medföra nya förutsättningar för detaljhandeln samt leda till stora förändringar och utmaningar för såväl cityhandeln som den kommunala planeringen i framtiden (Gustafsson, 2013:21).

## 5.4 Slutsats

### *Vilken påverkan har den externa handeln på stadskärnan och dess verksamheter?*

Vid en sammanställning av svaren från surveyundersökningen går det inte att ge något generellt svar på frågeställningen. Dock finns det en gemensam syn på att den externa handeln har en påverkan på stadskärnan och dess verksamheter. Konkurrensen som råder i den större regionen har en påverkan på de båda städerna, där det i Karlshamn har upplevts mer än i Kristianstad. I Karlshamn ser konsumenter att butiker i stadskärnan har gått förlorade under de senaste åren, samtidigt som det i Kristianstad inte har märkts av i lika tydlig grad. För de båda stadskärnornas verksamheter finns det däremot en tydlig bild under de senaste åren att i samband med den externa handelns utveckling, har verksamheterna upplevt ett minskat kundunderlag. De små lokala butikerna i respektive stadskärna har dessutom märkt av en reducerad omsättning och ser negativ på den externa handelns ökade utbredning. Det har visat sig att majoriteten av konsumenterna främst utträttar sin handel utanför stadskärnan, i externa köpcentrum och e-handel på internet. Bekvämligheten och lättillgängligheten som den externa handeln medför behagar konsumenterna och bidrar på så vis till en konkurrens om kommunens kundkrets. Trots en ökad konkurrens anser samtliga av de som ställde upp i undersökningen att respektive stadskärnas attraktionskraft ännu är intakt, men att den skulle kunna förloras vid externa nyutvecklingar samt vid e-handelns utveckling i framtiden.

### *Vilka likheter och skillnader finns det i de utvalda kommunernas fysiska planering när det gäller hantering av den externa handeln?*

Kommunerna har trots skilda handelsförutsättningar en gemensam syn på planeringen av externhandel. De ligger båda i en regional handelsregion och kämpar om den regionala konkurrensen, där Kristianstad är storleken större och ledande inom regionen medan Karlshamn ser sig i underläge och har målsättningar för att möta de lokala och regionala konkurrenterna. Trots förutsättningarna skiljer sig inte planeringen av den externa handeln avsevärt mellan kommunerna. Båda kommunerna ser den externa handel som ett viktigt verktyg för att öka handeln och attraktionskraften till kommunen, och har en likartad syn av hur den ska hanteras i den fysiska planeringen.

Den externa handeln är för kommunerna ett välkänt fenomen som trots dess attraktivitet även bidrar till negativa effekter på staden. Med handel i externa bilorienterade lägen minskar tillgängligheten för invånarna utan bil och luftföroreningar påverkar naturmiljön negativt. Både Karlshamn och Kristianstad behandlar dessa problem tidigt i planeringsprocessen och är gemensamt överens om att planera i enlighet med miljömålet "god bebyggd miljö", där vikt läggs vid goda kollektivtrafikförbindelser samt gång- och cykellösningar. Samtidigt kan den externa handeln komma att konkurrera mot stadskärnans handel. Kommunerna är väl medvetna om att en satsning på externhandel kan påverka handel i stadskärnan men är trots det beredda att ta risken för att möta den regionala konkurrensen. Vid planering av handel väljer båda kommunerna däremot att begränsa externhandeln för att prioritera utvecklingen av handel i stadskärnan, då båda anser att en handelsstark stadskärna är viktig för städernas identitet och attraktivitet. Externhandel planeras därmed av kommunerna utifrån stadskärnans förutsättningar och verkar som ett komplement till centrumhandeln, där externhandel främst ska förses med handel som inte tilltalar, får plats eller ännu inte är verksam i stadskärnan.

## 6. KÄLLFÖRTECKNING

### TRYCKTA KÄLLOR

**Adell, E; Clark, A; Hiselius, L; Indebetou, L & Smidfelt Rosqvist, L.** (2013). *E-handelns roll och potential för ett mer energieffektivt och hållbart transportsystem*. Trivector Traffic Nr 2013:06 (Trivector Rapport 2013:06 Version 0.9)

**Bergström, F.** (1999) *Är externa köpcentrum ett hot mot centrumhandeln?* *Forskningsrapport S49*. Handelns utredningsinstitut, Stockholm.

**Bergström, F; Löwlund, H & Nygren, P.** (1997). (1999) *Externa köpcentrums effekter på den etablerade handeln – en analys av 28 köpcentrum under perioden 1989 – 1997*. Handelns utredningsinstitut, Stockholm.

**Boverket.** (2015). *Planera för handel*. Boverket, Karlskrona.

**Bryman, A.** (2008/2014). *Samhällsvetenskapliga metoder*, andra upplagan. LundaText AB. [Ursprunglig titel: *Social Research Methods, Third Edition*]

**Denscombe, M.** (2014). *Forskningshandboken – för småskaliga forskningsprojekt inom samhällsvetenskaperna*, andra upplagan. Studentlitteratur AB, Lund.

**Elvingson, P.** (2001). *Stormarknaderna och miljön*. Svenska naturskyddsföreningen, Stockholm.

**Fejes, A & Thornberg, R.** (2015). *Handbok i kvalitativ analys*, andra upplagan. Liber AB, Stockholm.

**Forsberg, H; Hagson, A & Tornberg, J.** (1994). *Effekter av externa köpcentran*. Stads- och trafikplanering Arkitektur Chalmers Tekniska Högskola, Göteborg.

**Forsmark, J.** (2001). *Utbyggnadsplaner för externhandel i Sverige*. Svenska naturskyddsföreningen, Stockholm.

**Grønmo, S.** (2006). *Metoder i samhällsvetenskap*. Liber AB, Malmö.

**Gustafsson, N.** (2013). *Innovation i detaljhandeln*. Handelns Utredningsinstitut, Stockholm.

**Handelsstaden Kristianstad AB.** (2017). *Handelsstadens åtgärdsförslag. Plan för utveckling i centrum*. Handelsstaden Kristianstad AB, Kristianstad.

**Hansen, M & Tornberg, P.** (2007). *Stadskärneutveckling – processer och arbetssätt*. Vägverket.

**Hellström, T; Torbiörnsson, M; Lagergrén, L.** (2006). *Handelsstrategi Kristianstad kommun*. Nordplan AB, Bromma. [På uppdrag av Kristianstad kommun]

- Holm, H & Svedström, S.** (2004). Dags att handla nu – Detaljhandeln och en hållbar samhällsutveckling. Danagårds grafiska. Boverket, Karlskrona.
- HUI Research.** (2013). *Scenarion för e-handelns framtida tillväxt*. HUI Research AB.
- Johansson, H.** (2015). *Fortsatt minskning av utsläppen men i för långsam takt för att nå klimatmålen*. Trafikverket, Borlänge.
- Karlshamns kommun.** (2015a). *Fakta och underlag. Karlshamn 2030 - Översiktsplan för Karlshamns kommun*. Karlshamns kommun.
- Karlshamns kommun.** (2015b). *Bevarande- och utvecklingsplan för Karlshamns innerstad - Tematiskt tillägg till översiktsplanen. Karlshamn 2030 - Översiktsplan för Karlshamns kommun*. Karlshamns kommun.
- Karlshamns kommun.** (2015c). *Utvecklingsstrategier. Karlshamn 2030 - Översiktsplan för Karlshamns kommun*. Karlshamns kommun.
- Kristianstad kommun.** (2005). *Kristianstad växer!*. Kristianstad kommun.
- Kristianstad kommun.** (2009). *Kristianstad växer – en stad i balans*. Kristianstad kommun.
- Kristianstad kommun.** (2011). *Detaljplan för Kristianstad 4:4mfl, Östra centrum. Planbeskrivning*. Kristianstad kommun.
- Kristianstad kommun.** (2013). *Översiktsplan 2013 Kristianstad kommun*. Kristianstad kommun.
- Ljungberg, C; Modig, K; Neergaard, K; Smidfelt Rosqvist, L.** (2004). *Externa och halvexterna affärsetableringar – litteraturstudie och kartläggning*. Trivector Traffic Nr 2003:148 (Trivector Rapport 2004:18 Version 2.1)
- Majer, K; Anderberg, O.** (2012). *Handelsutredning för Karlshamns kommun*. Tyréns. [på uppdrag av Karlshamns kommun].
- Neergaard, K; Smidfelt Rosqvist, L & Viklund, L.** (2007). *Lokalisering av extern handel – vägledning för beskrivning av effekter på trafik och miljö*. Trivector Traffic Nr 2007:38.
- Neergaard, K; Smidfelt Rosqvist, L & Viklund, L.** (2008). *Lokalisering av extern handel – vägledning för beskrivning av effekter på trafik och miljö*. Trivector Traffic Nr 2008:34 (Trivector Rapport 2007:38 Version 1.0)
- Rosenström, M.** (2016). *Tar e-handeln över? – en analys och prognos för svensk detaljhandel*. Handelns utredningsgrupp.
- Rämme, U & Rosén, E.** (2009). *Hot eller möjlighet – en analys av externhandelns effekter på den etablerade handeln*. Handelns utredningsinstitut AB, Stockholm.
- Svedström, S.** (1999). *Handeln i planeringen*. Boverket, Karlskrona.

**Svensk Handel.** (2015). *Levande stadskärnor – kartläggning av hot och möjligheter.*

**Söderlind, J.** (2011). *Handeln bygger staden– del 1.* OTW Communication, Malmö.

## **DIGITALA KÄLLOR**

**Persson, G.** (2017). Halv miljon ska stärka lokal handel. *Sydöstran*. 21 december.  
<http://www.sydostran.se/karlshamn/halv-miljon-ska-starka-lokal-handel/> (Hämtad 2018-04-12)



# 7. BILAGOR

## Bilaga 1: Surveyundersökning aktörer

### Påverkas handeln i stadskärnan av externa köpcentrum och e-handel?

En surveyundersökning till ett kandidatarbete på Blekinge tekniska högskola (BTH). Undersökningen kommer att ligga till grund för en analys om ifall/hur externa köpcentrum och e-handel påverkar handeln i stadskärnan. Svaren kommer ligga till grund för analys i en kandidatuppsatts skriven av Alexander Börjesson och Felix Mårtensson, studenter på Institutionen för fysisk planering på BTH.

Butik: \_\_\_\_\_

**1. I takt med att externa köpcentrum och e-handel har etablerat sig på handelsmarknaden har diverse liknande butikskoncept som de inne i stadskärnan dykt upp utanför staden. Anser ni att externa köpcentrum och e-handel har bidragit med en ökad konkurrens mot er verksamhet?**

Ja                      Nej                      Vet ej  
                                           

**2. Om ”ja”, vilken effekt anser ni ökad konkurrens (av exempelvis försäljning och kundgrupp) från externa köpcentrum och e-handel kunna medföra på er verksamhet?**

Negativt              Neutral              Positivt              Vet ej  
                                                                 

**3. Med externa köpcentrum och e-handel medför att liknande produkter som er verksamhet säljer finns mer lättillgängligt på andra ställen. Utifrån detta resonemang, har ni upplevt att allt mindre handlar i butiken under de senaste åren?**

Nej                      Låg grad              Medel                      Hög grad              Vet ej  
                                                                                       

**4. Externa köpcentrum och e-handel lockar oftast en kundkrets mellan 25-45 år, anser ni att kunder i denna ålder har minskat i er verksamhet?**

Nej                      Låg grad              Medel                      Hög grad              Vet ej  
                                                                                       

**5. Anser ni generellt att allt färre väljer att genomföra sin handel i stadskärnan?**

Nej                      Låg grad              Medel                      Hög grad              Vet ej  
                                                                                       

**6. Har ni upplevt en reduktion av butikens/företagets omsättning under de senaste åren sen externa köpcentrum och e-handeln har blivit allt mer populära besöksmål?**

Nej                      Låg grad              Medel                      Hög grad              Vet ej  
                                                                                       

**7. Anser ni att stadskärnan har tappat sin attraktionskraft som en konsekvens av externa köpcentrum och e-handel?**

Nej                      Låg grad              Medel                      Hög grad              Vet ej

**8. I ett framtidsscenario, tror ni att stadskärnan kan komma att tappa sin attraktionskraft vid etablering av externa köpcentrum och e-handel?**

Nej                      Låg grad                      Medel                      Hög grad                      Vet ej  
                                                                                       

**9. Handeln har under lång tid verkat som en motor för stadskärnan. I samband med att handeln flyttar allt mer ut från staden eller att inköpen görs mer på nätet, kan stadskärnan komma att få ändrade vanor till att bli mer av en träffpunkt för sociala möten på exempelvis caféer. Märker ni av några förändrade vanor i stadskärnan och i så fall hur påverkar det er verksamhet?**

Nej                      Låg grad                      Medel                      Hög grad                      Vet ej  
                                                                                       

**Avslutningsvis...**

**10. Föredrar ni själv att handla i externhandeln än inne i stan?**

Nej                      Låg grad                      Medel                      Hög grad                      Vet ej  
                                                                                       

**11. Föredrar ni själv att handla på nätet/ via e-handeln?**

Nej                      Låg grad                      Medel                      Hög grad                      Vet ej  
                                                                                       

**Tycker ni vi har missat något? / Övrig kommentar:**

---

---

---

Tack för alla svar!

## Bilaga 2: Surveyundersökning konsumenter

### Vad tycker ni om handeln i stadskärnan?

En surveyundersökning till ett kandidatarbete på Blekinge tekniska högskola (BTH). Undersökningen kommer att ligga till grund för en analys om ifall/hur externa köpcentrum utanför staden och e-handel påverkar handeln i stadskärnan. Svaren kommer ligga till grund för analys i en kandidatuppsats skriven av Alexander Börjesson och Felix Mårtensson, studenter på Institutionen för fysisk planering på BTH.

**1. I takt med att externa köpcentrum och e-handel har etablerat sig på handelsmarknaden har diverse liknande butikskoncept som de inne i stadskärnan dykt upp utanför staden. Var gör ni främst era inköp?**

Externa köpcentrum      Internet      Stadskärnan      Vet ej  
                                                                                         

**2. Vad är anledningen till att du gör inköpen på det ovan utvalda stället?**

Tidseffektivt      Lättillgängligt      Bilvänligt      Bättre utbud      Bättre priser      Bättre service      Annat  
                                                                                                                                                                                   

**3. Anser ni generellt att allt färre väljer att genomföra sin handel i stadskärnan?**

Nej                              Låg grad                              Medel                              Hög grad                              Vet ej  
                                                                                                                       

**4. Har ni märkt att butiker i stadskärnan ”i någon bemärkelse” försvinner?**

Nej                              Låg grad                              Medel                              Hög grad                              Vet ej  
                                                                                                                       

**5. Anser ni att stadskärnan har tappat sin attraktionskraft som en konsekvens av externa köpcentrum och e-handel?**

Nej                              Låg grad                              Medel                              Hög grad                              Vet ej  
                                                                                                                       

**6. I ett framtidsscenario, tror ni att stadskärnan kan komma att tappa sin attraktionskraft vid etablering av externa köpcentrum och e-handel?**

Nej                              Låg grad                              Medel                              Hög grad                              Vet ej  
                                                                                                                       

**7. Handeln har under lång tid verkat som en motor för stadskärnan. I samband med att handeln flyttar allt mer ut från staden eller att inköpen görs mer på nätet, kan stadskärnan komma att få ändrade vanor till att bli mer av en träffpunkt för sociala möten på exempelvis caféer. Vad brukar ni främst göra i stadskärnan?**

Handla      Träffa människor      Fika/Äta      Annat  
                                                                                         

**Tycker ni vi har missat något? / Övrig kommentar:**

---

---

Tack för alla svar!