



Riktlinjer för handel i planeringen i Göteborgs Stad

Godkänd i byggnadsnämnden 2017-06-21

INNEHÅLL

FÖRORD.....	4
--------------------	----------

1. VÄXANDE OCH FÖRÄNDRAD HANDEL....	6
--	----------

1.1	Bakgrund	7
1.2	Utmaningar	9
1.3	Nuläge Göteborg	10
1.4	Stadskvaliteter för handel	12
1.5	Utbyggnadsbehov	14

2. GÖTEBORGS HANDELSPLATSER	16
--	-----------

2.1	Centrum	17
2.2	Externa handelsplatser	19
2.3	Stadsdelscentrum.....	19
2.4	Bostadscentrum.....	20
2.5	Handel i bottenvåningar.....	21

FÖRORD

Göteborg växer, människor flyttar in och näringslivet utvecklas. Prognoser pekar mot 150 000 nya invånare i Göteborg fram till år 2035. En ökande befolkning behöver inte bara fler bostäder. Utbyggnad av handel, service och andra verksamheter behöver också ske i takt med att staden växer. Ett rikt utbud av varor och tjänster är viktigt för att Göteborg ska vara en bra stad att besöka, leva och arbeta i. Hållbar stadsutveckling är det övergripande målet för Göteborgs utbyggnad. Det är budskapet i stadens översiktsplan och dess strategier för utbyggnadsplanering, trafik och grönska. Det ligger dock en utmaning i att planera för handel och andra verksamheter. Planeringens roll handlar i stort om att bidra med rätt förutsättningar för handeln att växa på hållbara platser.

För att lyckas med det behövs kunskap, både om vilka stadskvaliteter som har betydelse för framtidens handel, men också om den fysiska planeringens möjligheter att stötta handelns utveckling. 2015 beställdes Övergripande handelsutredning för Göteborg Stad. Med avstamp i rapporten har vi nu tagit fram ett kompletterande planeringsunderlag till översiktsplanen som vägleder i frågor om handelns utveckling. Förhoppningen är att det hjälper oss att planera stadsmiljöer, med ett varierat och rikt utbud av handel runt om i Göteborg, som både är intressanta för näringslivet att investera i och som bidrar till hållbar stadsutveckling.

Anna Noring

Näringslivsplanerare
Stadsbyggnadskontoret

Katja Ketola

Avd. chef Strategiska avdelningen
Stadsbyggnadskontoret

1. VÄXANDE OCH FÖRÄNDRAD HANDEL

1.1 Bakgrund

Behovet av ett tydligare planeringsunderlag för handel uppmärksammades 2014 i samband med aktualitetsprövningen av översiktsplanen för Göteborg (2009). Av den anledningen beställdes *Övergripande handelsutredning för Göteborgs Stad* (WSP, 2016) som underlagsrapport. Förtydligande av strategisk inriktning i översiktsplanen är ett kompletterande dokument till översiktsplanen (ÖP 2009). Det är ett fördjupat kunskapsunderlag om handel i planeringen som konkretiserar strategins innebörd.

Dokumentet är uppdelat i två delar. Den första delen behandlar detaljhandelns betydelse och lokalisering i Göteborg samt hur den fysiska planeringen kan stötta handelsutvecklingen på prioriterade platser. Den andra delen beskriver Göteborgs olika handelsplatser, vilken roll de spelar och dess olika inriktningar. Utvecklingen inom handel går fort, trender och nya koncept fångas snabbt upp av handeln. Dokumentet behöver därför uppdateras och aktualitetsprövas kontinuerligt. Utgångspunkt för dokumentet är mål och strategier i översiktsplanen och de analyser som gjorts i *Övergripande handelsutredning i Göteborg Stad*.

Handel – viktig för Göteborgs utveckling

Göteborg står inför ett utvecklingssprång. När nya invånare flyttar in ökar också köpkraften och därmed behovet av mer handel. Det ställer krav på stora investeringar och skapande av nya stadsmiljöer. Att nya handelsytor skapas när Göteborg som stad växer är viktigt på flera plan. Handel har alltid spelat en viktig roll i staden. Våra städer utvecklades från början som just marknadsplatser där varor och tjänster kunde utbytas. Staden spelar fortfarande den viktiga rollen som marknadsplats. Hela 47% av Sveriges BNP är idag kopplad till konsumtion som till stor del drivs av utvecklingen i storstadsregionerna. För ett växande näringsliv och en fortsatt hög sysselsättning i Göteborg är stadens attraktivitet av stor betydelse.

Ett rikt och varierat utbud av handel bidrar till stadens attraktivitet tillsammans med kultur, arkitektur, olika evenemang och naturupplevelser. Detaljhandeln sysselsätter dessutom 5,4 % av befolkningen i regionen. Det är också en bransch med tillväxtpotential där många av jobben är instegs- eller förstagångsjobb. Att handeln utvecklas och växer i Göteborg har sammantaget stor betydelse för stadens utveckling. Handeln bidrar till ökad attraktivitet och att nya jobb skapas, vilket är en förutsättning för den gemensamma skattebas som ligger till grund för den välfärd som kan erbjudas i Göteborg.

Göteborgshandelns position idag

Göteborg har idag ett handelsindex på 132, vilket innebär att fler invånare än de som bor i Göteborg handlar på handelsplatserna innanför kommungränsen. Det finns alltså ett inflöde av köpkraft från regionen till Göteborgs handelsplatser. Det ligger i linje med Göteborgs roll i regionen. För att Göteborg, regionens kärna, ska fortsätta att vara den största handelsplatsen i regionen behöver staden byggas ut med handel i takt med att regionen växer med invånare.

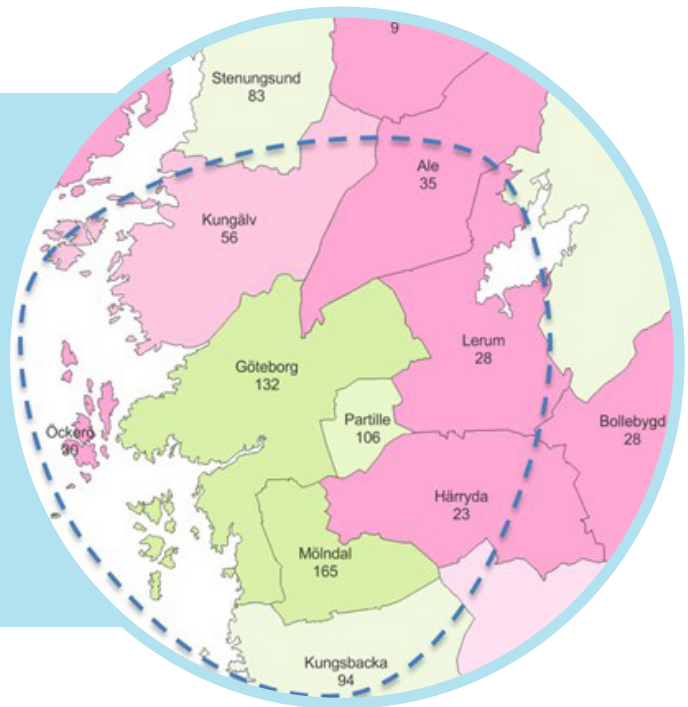
Mål och strategier för handelsutvecklingen i Göteborg

Hållbar stadsutveckling är det övergripande målet för Göteborgs utbyggnad. Det är budskapet i stadens översiktsplan och dess strategier för utbyggnadsplanering, trafik och grönska. Det gäller även för handelns lokalisering och utbyggnad. Den inriktningen för stadsutvecklingen i Göteborg innebär att de nya handelsytorna som tillkommer i takt med att staden växer i så stor utsträckning som möjligt behöver integreras i de nya stadsmiljöerna som växer fram. Alltså i närheten av bostäder, arbetsplatser och kollektivtrafik. Det kan ske på olika sätt och vara i formen av koncentrerade handelsplatser eller i stråk.

Hållbar stadsutveckling

Göteborg är den mest tillgängliga platsen i regionen och försörjer regioninvånarna med ett brett och rikt handelsutbud. För att behålla den positionen i takt med att regionen växer i antal invånare behöver staden byggas ut med handel.

De nya handelsytorna ska i så stor utsträckning som möjligt integreras i närheten av bostäder, arbetsplatser och kollektivtrafik.



1.2 Utmaningar

För att Göteborg ska utvecklas med ett rikt handels- och serviceutbud tillgängligt för invånare och besökare behöver stadsplaneringen skapa goda förutsättningar för handel och andra verksamheter. Det är förknippat med några utmaningar som planeringen behöver förhålla sig till.

Tillräcklig tillväxttakt

Det råder stort fokus på bostäder i planeringen. Men för att Göteborg ska fortsätta ha ett bra handelsutbud för sina invånare och behålla positionen som regionens kärna, behöver planeringstakten för handel och verksamheter också vara tillräckligt hög. En tillräcklig tillväxt inom handel, såväl dagligvaruhandel som sällanköpshandel, är viktig för sysselsättningen och för Göteborg som levnads- och besöksstad. För att hålla tillräckligt hög tillväxttakt behöver handeln växa parallellt på flera platser.

E-handel och förändrade konsumtionsmönster påverkar

Digitaliseringen innebär nya konsumtionsbeteenden. Det är svårt att avgöra hur e-handels frammarsch påverkar det framtida behovet av lokaler, däremot kan man med säkerhet säga att det har betydelse. I marknadsanalysen i *Övergripande handelsutredning för Göteborg* (WSP, 2016) bedöms den största utvecklingen inom e-handel ske inom sällanköpsvaror. Även om e-handel är en stabil trend bedöms den fysiska butiken även fortsättningsvis spela en viktig roll. Platsen blir dock viktigare än tidigare, den måste vara attraktiv att besöka och kunna utgöra en upplevelse där service i ännu högre grad blir avgörande.

Identifiera strategiska lägen för handel

Var ny handel tillkommer i Göteborg påverkar staden som system. Det påverkar resemönstret och flödet av transporter i staden. Ny handel behöver därför tillkomma i strategiska lägen som tillsammans skapar en bra helhet så att invånare och besökare får god tillgång till handel och service. Var de nya handelsytorna tillåts tillkomma är till viss del en politisk fråga där översiktsplanen och andra politiska styrdokument sätter ramarna för handelns utveckling. Men ramarna kan inte styra handeln på ett sätt som avviker från vad som är kommersiellt intressant. I så fall kommer handelns aktörer söka sig till andra orter och handelsutvecklingen uteblir lokalt. Nyckeln blir därför att både ha ett stadsutvecklings- och ett marknadsperspektiv i planeringen.

Kommunens verktyg är begränsade

Till viss del kan man påverka hur mycket och vilken typ av handel som tillåts på en plats i detaljplanering och markanvisningar. Men det krävs mer än att detaljplanen medger handel för att en handelsverksamhet ska etablera sig och fungera. Eftersom verksamhet bara kommer kunna bedrivas på platser med rätt förutsättningar för handel krävs förståelse för kopplingen mellan fysisk planering, platsens sammanhang och konkurrenssituation. Kommunens viktigaste verktyg är att med den fysiska planeringen skapa förutsättningar för handel i lägen där handel både är lämplig och kan växa. Handel och andra verksamheter utvecklas i ett nära samspel med stadsstrukturen, tillgängligheten och stadsmässiga förhållanden. Mer om detta senare i dokumentet.

Kluster vs handel i stråk och levande bottenvåningar

Ett område som både har en dag- och nattbefolkning karaktäriseras av liv och rörelse under fler av dygnets timmar. Då skapas också förutsättningar för en blandning av olika funktioner på en och samma plats. Handel och verksamheter i människors närmiljöer är ett tydligt mål i stadsplaneringen i Göteborg. Handel tenderar dock att vilja klustras. I princip all ekonomisk verksamhet mår bra av närhet till kunder och arbetskraft samt närhet till andra företag i samma eller besläktade branscher.

Det finns risker med att försöka styra var handeln får lokaliseras. En risk är att handelsetableringar som sprids ut för mycket blir svaga och kortvariga. Genom att inte låta handeln lokaliseras i de mest kommersiellt fördelaktiga lägena av ett område riskeras också att tillväxten uteblir lokalt. Målet bör därför vara att hitta en utformning och koncentration av handel som ger så mycket stadsliv som möjligt utan att de kommersiella förutsättningarna går förlorade. Platsens förutsättningar påverkar möjligheterna för hur handeln kan lokaliseras.

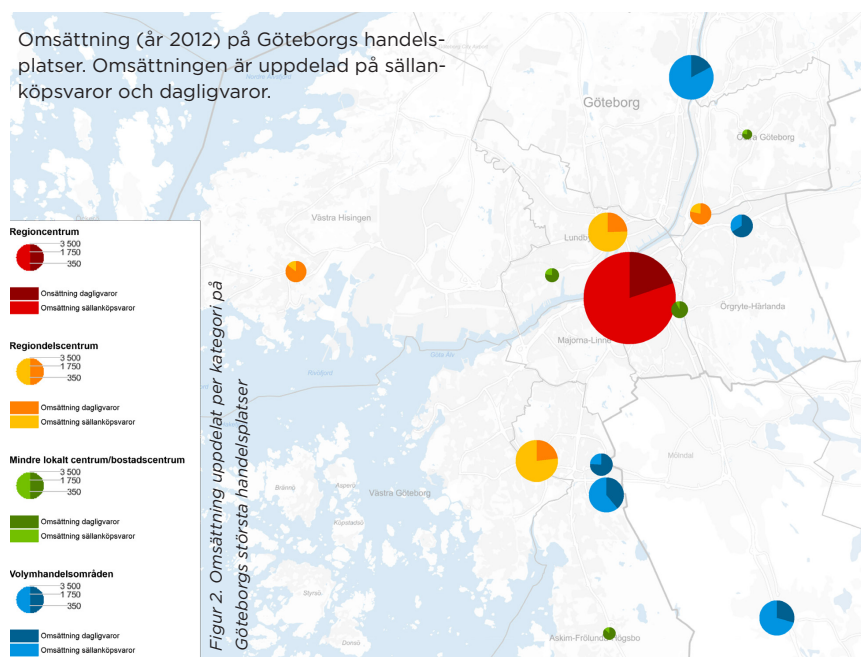
1.3 Nuläge Göteborg

Detaljhandeln (framför allt sällanköp, det vill säga kläder, fritidsvaror, byggvaror med mera) är idag koncentrerad till ett fåtal platser i staden (se figur 2). Detta är inte något unikt för Göteborg utan ett mönster som alla städer följer. Det beror framför allt på dagens konsumtionsmönster. Kunder väljer den handelsplats som bäst svarar upp emot behoven. Valet av handelsplats varierar efter behov. Ibland är det en extern handelsplats som bäst uppfyller behoven och en annan gång ett cityläge eller den lokala handelsplatsen. Det råder hög konkurrens om köpkraften och de handelsplatser som inte erbjuder vad som efterfrågas tappar i tillväxt och utvecklingskraft.

Kunder är rörliga och bryr sig inte om kommungränser. I en stad av Göteborgs storlek finns det en gräns för hur många handelsplatser/handelsstråk som kan finnas. Många nyetableringar med en intensiv konkurrens som följd riskerar att skapa splittrade och svaga handelsplatser. Det är en anledning till varför det är svårt att fördela handeln efter befolkningsstrukturen. Däremot innebär förtätning och nya invånare i regionen att fler områden än dagens kan få bättre förutsättningar för handelsverksamheter. I och med stadens strategi för utbyggnadsplanering kommer prioriterade platser och stråk få bättre kommersiella förutsättningar när staden förtätas och byggs samman.

Platserna markerade i figur 2 är etablerade handelsplatser som vuxit sig större över tid. De har strategiska lägen och unika primärområden. I primärområdena är centrumet dominerande i sin marknad och en stor andel av de boendes inköp kan väntas ske på handelsplatsen. Sekundärområden överlappar varandra vilket är naturligt då konsumenterna har olika preferenser vid val av handelsplatser.

Det finns ett underskott av handel i östra och nordöstra Göteborg i förhållande till befolkningsunderlaget (*Övergripande handelsutredning för Göteborg*, WSP, 2016). I södra och sydvästra Göteborg är situationen den omvända där utvecklingen med flera handelsetableringar innebär hög konkurrens mellan platserna. Några av Göteborgs renodlade handelsområden står idag under omvandling där bostäder och andra funktioner kommer till. Det kan innebära att några av platserna får en ny profil där förutsättningarna för handeln påverkas. Ett exempel är Backaplan där en stor del av volymhandeln kommer ersättas av ett shoppingutbud och platsen går mot att bli en större handelsplats i ett cityläge.



Figur 1. Det centrala Göteborg står för 35 % av handelns totala omsättning i Göteborg. Bara Nordstan står för 14 % och lägger man till de fem områdena Bäckebo (10%), Frölunda Torg (8 %) Backaplan (7%) och Sisjöområdet (6%) blir den sammanlagda andelen 66 %.

Den totala omsättningsandelen för Torpaval- len, Alelyckan, Amhult C, Angered C, Eriksberg C, Origohuset och Kortedala Torg utgör ca 4% av kommunens samlade sällanköpsvaruom- sättning. (Källa: *Övergripande handelsutred- ning (WSP)*).

1.4 Stadskvaliteter för handel

Övergripande förutsättningar för handel är tillräcklig marknad, ett bra läge med god tillgänglighet samt en hanterbar konkurrens. Det finns även så kallade läges- eller stadskvaliteter, som har betydelse för handelns möjlighet att bedriva verksamhet på en plats. Med den fysiska planeringen som verktyg kan man stötta en utveckling mot mer handel i ett område. Om platsen istället utformas på ett sätt som inte bidrar till goda förutsättningar för handeln riskerar man att etableringarna uteblir. Ur ett verksamhetsperspektiv finns det särskilda faktorer som är avgörande för att handelsverksamhet ska vara möjlig att bedriva på en plats. Handel har till exempel i alla tider varit beroende av flöden av kunder. Kundflödena påverkas i sin tur av hur vägar och annan infrastruktur planeras. Insikt i vad som påverkar förutsättningarna för handel blir ett viktigt verktyg i planeringen. Beroende av vilken handelsplats det handlar om och om det gäller verksamheter inom dagligvaruhandel, volymhandel eller restaurangtjänster är de olika stadskvaliteterna nedan av olika stor betydelse.

Handel föder handel

Handelsverksamheter behöver tillåtas samlokaliseras (klustras) för att etableringarna ska bli långvariga och handelsplatsen hållbar över tid. Om den sprids ut för mycket finns en risk att det uppstår döda butiksfasader och verksamheter med låg hyresbetalningsförmåga. Risken är också överhängande att etableringar uteblir vilket innebär vakanser i bottenplan som fördyrar projekten och leder till dyrare bostäder. Närhet till "goda grannar" skapar bra förutsättningar för att platsen ska bli en målpunkt för kunder.

Tillgänglighet

Det brukar sägas att handel byggs på principen "minsta motståndets lag" vad gäller tillgänglighet och utbud. Det är en av anledningarna till handelns starka framväxt i lättillgängliga industriområden. Tillgänglighet handlar om att kunder på ett enkelt sätt ska kunna ta sig till och från en handelsplats. Det uppnår man dels genom en fysisk struktur som stöttar stråk med flöden av människor och dels genom att platsen är tillgänglig med olika färdmedel. Platsens kollektivtrafiktillgänglighet får en allt viktigare betydelse i växande storstäder. Tillgänglighet handlar också om öppettider och trivsel.

Lokal täthet

En tydlig trend är att handelsaktörer värderar ett lokalt köpunderlag i allt större utsträckning. Renodlade handelsområden kompletteras gärna med bostäder. De mest efterfrågade lägena är både tillgängliga för inresande kunder samtidigt som det finns ett lokalt underlag i formen av boende och arbetande.

För att en handelsplats ska vara bärkraftig utan kundinflöde från ett större omland behöver boendetätheten nå vissa nivåer. Det handlar om minst 11 000 invånare/km². Även arbetsplatstätheten har stor betydelse. Tätheten är av olika vikt beroende av vilken typ av handel det rör sig om. För handel och service i bottenvåningar i bostadsområden är tätheten särskilt viktig. Men täthet räcker inte, flödet behöver nå vissa nivåer.

För att en handelsplats ska vara bärkraftig krävs en lokal boendetäthet och att handelsplatsen är tillgänglig med med olika färdmedel.

Rätt lokalisering

Handeln behöver lokaliseras i lägen som fångar upp flöden av människor. Det är långt ifrån alla gator, till och med i välbesökta stadskärnor, som kantas av tillräckliga kundflöden för handel. Handeln bör därför lokaliseras vid huvudgator och några korsande eller parallella gator av ett centrum. En huvudgata är upphöjd på ett bildligt vis. Förutom täthet och flöde behöver ett handelsstråk/handelsplats ha en centralitetsfunktion där kollektivtrafik och terminaler, omstigningspunkter och olika trafikslag samsas på samma plats.

Parkering

Tillgång till parkering spelar roll men betydelsen varierar beroende av vilken typ av handelsplats det handlar om. God försörjning med kollektivtrafik och kopplingar som stöttar flöden samt mycket hög täthet av boende kan kompensera för lägre tillgång till parkeringsplatser i direkt anslutning till handelsetableringarna. Det är viktigt att det finns parkeringar i ett strategiskt läge på ett rimligt avstånd från handelsplatsen. I hur stor utsträckning som handelsplatsen behöver rikta sig mot långväga kunder påverkar också behovet av parkeringsplatser. Det innebär att ju större lokal täthet och ju bättre tillgång till kollektivtrafik, desto mindre är behovet.

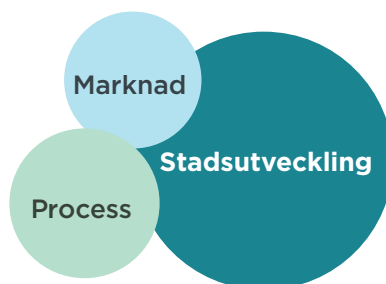
Inbjudande gatumiljö

Stadsrum som är mer anpassade till gående har i studier visat sig påverka handels omsättning. Stadskvaliteter påverkar helt enkelt det urbana rörelsemönstret genom att leda kunder till handeln. Det handlar då om mötesplatser, attraktiv rumslighet, platsbildningar och proportioner. Hur gator och fastigheter planeras påverkar möjligheten till naturliga stråk för kunder till verksamheterna. Platsens attraktivitet har stor betydelse för kundernas val av plats att konsumera sina varor och tjänster. Det kräver ett samspel mellan många professioner, både privata och offentliga, där man behöver arbeta med trygghet, människors uppfattning och gestaltning av platsen. Fastighetsägarens intresse av att utveckla platsen utanför fastigheten blir allt vanligare då det idag finns en tydlig koppling mellan fastighetsvärdet och områdets upplevda attraktivitet. Men för att fastighetsägaren ska våga investera utanför sin egen fastighet krävs en "förtroendeprocess" med kommunen. Det handlar om att kunna lita på att kommunens planer för platsen genomförs.

Flexibla lokaler

Handeln är föränderlig och det ligger en utmaning, framför allt i city, att hitta lokaler som motsvarar handelns snabba utveckling och behov av flexibilitet. Omlokalisering av starka butiksenheter utlöses ofta av att butikerna anser att nuvarande lokaler är omoderna. Flexibilitet i planer och byggnation blir viktigt, inte minst som en konsekvens av digitaliseringen.

Figur 2. Att utveckla en fungerande handelsplats/stråk kräver en process med berörda aktörer



1.5 Utbyggnadsbehov – var kan framtidens handel växa i Göteborg?

Handel består av flera olika kategorier. Detaljhandel kan delas upp i dagligvaruhandel och sällanköpshandel. Med dagligvaror avses sådana varor som fyller konsumentens dagliga inköpsbehov, till exempel livsmedel (som står för 70 %). Sällanköpsvaror delas upp i fyra olika huvudbranscher; beklädnad, hemutrustning, fritidsvaror och byggvaror (se definitioner först i dokumentet). Baserat på befolkningsprognoser och bedömningar kring förväntad konsumtion visar *Övergripande handelsutredning i Göteborg* att köpkraften i Göteborgsregionen kommer öka med 22 miljarder till år 2035. Omvandlas siffran till ytor för ny handel blir det cirka 525 000 kvm handel, eller cirka 25 000/år, (detaljhandel, restaurang och kommersiell service) i Göteborg till år 2035.

Köpkraften i Göteborgsregionen beräknas öka med 22 miljarder till år 2035. Omvandlat till ytor för ny handel blir det cirka 525 000 kvm handel.

Det är naturligtvis svårt att göra en så långsiktig bedömning. Volymerna får därför ses som en indikation på troligt ytbehov. I bedömningen har man tagit hänsyn till trender inom handel och konsumtion samt digitaliseringens förväntade påverkan (e-handel) på lokalbehovet (läs mer om marknadsanalysen i *Övergripande handelsutredning för Göteborgs Stad*, WSP, 2016). Prognosen pekar på att den starkaste utvecklingen kommer ske inom konsumtion av sällanköpsvaror och restaurangtjänster.

Trend

Utvecklingen under senare år är entydig, det krävs ett stort marknadsunderlag för att driva handel och det krävs en mindre yta för handel än vad vi ibland räknar med i stadsplaneringen av nya områden. Digitaliseringen kommer fortsätta att påverka handeln. Det betyder inte att den fysiska butiken försvinner, men butikerna kommer förändras och utvecklas för att stå sig i en hårdare konkurrens (om kundens köpkraft).

Trenden är att de framgångsrika handelsplatserna är sådana som ligger nära arbetsplatser, bostäder, kollektivtrafik och som har mer än bara butiker. Det behöver finnas kultur, restauranger, service och många andra verksamheter som drar kunder till platsen. Ett blandat innehåll av handel och service i anslutning till bostäder, arbetsplatser och kollektivtrafik ligger i linje med stadens mål och strategier för hållbar stadsutveckling.

Framtida handelsplatser i Göteborg

Förutom att handel kommer fortsätta att växa på befintliga handelsplatser och stråk kommer nya handelsplatser kunna växa fram till år 2035 i Göteborg. Utifrån kunskapen om vilka stadskvaliteter som har betydelse för handel i kombination med kommunens inriktning om hållbar stadsutveckling blir det tydligt att kollektivtrafikpunkter kommer att spela en stor roll för handelns utbyggnad. Dessa platser drar till sig stora kundflöden. Investeringar i ny infrastruktur påverkar alltså potentialen för handel.

Att utveckla framtida platser med inslag av handel som idag inte har egen kommersiell kraft är en utmaning. Det kräver en kommunal insats på tvärs av flera förvaltningar, och ett gott samarbete med andra aktörer (markägare, handlare, fastighetsägare med flera).

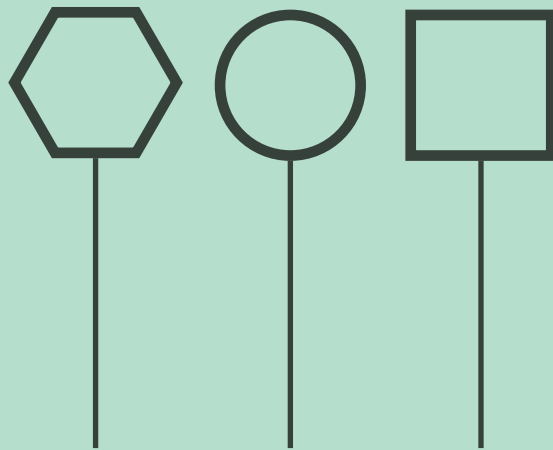
Viljan måste delas av samtliga aktörer och vara långsiktig. Ett sådant arbete sträcker sig utanför detaljplaneprocessen. Marknadsförutsättningarna är dock avgörande för att en framgångsrik handel och besöksnäring ska kunna utvecklas.

Olika kategorier av handel har också olika förutsättningar och behöver därför växa på olika platser. Skrymmande varor kräver till exempel fysiska förutsättningar som idag främst tillgodoses i externa eller halvexterna handelsområden. Dagligvaruhandel och restaurangtjänster däremot gynnas av hög täthet och tillgänglighet varför det finns potential för dessa verksamheter i nya omvandlingsområden där många arbetsplatser och bostäder finns och växer fram. Vad e-handels starka frammarsch får för konsekvenser för behovet av olika lokaler behöver följas noga och utredas vidare.

I *Övergripande handelsutredning för Göteborgs Stad* (WSP 2016) pekas centrumnära handelsplatser ut som nästa steg i Göteborgs handelsutveckling. Centrumnära handelsplatser finns bara i storstäder och är en större handelsplats inom den tätbebyggda centrala staden som verkar som centrum för flera stadsdelar. För att nå tillräckliga ytor som krävs för att bilda en ny handelsplats, som blir en målpunkt och mötesplats, handlar det ofta om formen av en galleria. En galleria är ett slags köpcentrum inom staden som kan variera i utformning och storlek beroende på platsens karaktär och den lokala efterfrågan.

För att bibehålla en hållbar stadsutveckling kommer kollektivtrafikpunkter att spela en stor roll för handelns utbyggnad.





2. GÖTEBORGS HANDELS- PLATSER

Göteborg behöver växa med handel och service i takt med att regionen växer med nya invånare. Både för att ta tillvara tillväxtpotentialen inom branschen och för att skapa ett bra och varierat utbud av handel som är tillgänglig för stadens invånare och besökare. I det följande beskrivs Göteborgs olika centrumtyper. Det är dessa platser som ska vidareutvecklas med handel enligt Göteborgs översiktsplan och byggas ut med mer handel i en hållbar struktur. De olika handelsplatserna spelar olika roller för invånare och besökare av Göteborg. De är olika i sin karaktär och erbjuder olika slags inköp och upplevelser. Vid sidan av utbyggnad av handel på dessa platser är handel i bottenvåningar till exempel i stråk, också prioriterat. Ett särskilt avsnitt om handel i bottenvåningar i Göteborg följer i slutet av kapitlet.

2.1 Centrum – Göteborgs City ska vidareutvecklas som överordnat centrum

Centrum är regionens kärna och har en särskilt viktig position som handelsdestination. Konkurrensen om köpkraften är hög och för att centrum ska behålla sin attraktivitet samtidigt som handeln växer på större handelsplatser runt om i staden behöver cityhandeln utvecklas och växa. Det handlar både om nyetableringar, om- och utbyggnader samt lansering av nya butikskoncept med mera. Fler åtgärder som kan behövas för att stötta handelns utbyggnad i centrala Göteborg är nya parkerings- och mobilitetslösningar i strategiska lägen, att viktiga utpekade handelsstråk prioriteras och att fler bostäder byggs i centrum. Fler bostäder i city kan skapa förutsättningar för ett bredare handelsinnehåll och kvällsliv i stadskärnan. God tillgänglighet är ett viktigt konkurrensmedel och handlar om såväl öppettider som tillgång till parkeringar och god kollektivtrafik.

Att det är många fastighetsägare som utvecklar centrum utmanar möjligheten att ta ett samlat grepp. Här fyller centrumföreningarna en viktig funktion. City karaktäriseras av höga flöden av människor och butikerna behöver tillsammans erbjuda ett komplett erbjudande som attraherar konsumenterna.

Till Göteborgs centrum kommer kunder till fots eller med cykel, kollektivtrafik och bil och ställer av sitt fordon för att sedan ta del av cityutbudet som handelsplatsen erbjuder. De främsta utmaningarna för stadskärnor är utrymmes- och tillgänglighetsbristen, vilket ibland motverkar större nyetableringar och att city riskerar att tappa marknadsandelar.

Enligt *Övergripande handelsutredning för Göteborgs Stad* (WSP, 2016) framgår att det finns potential i Göteborgs centrum för fler och längre stråk med handel. Idag är centrum relativt litet till ytan i förhållande till stadens storlek och stadskärnan behöver växa då hela staden växer. Det mest effektiva sättet att åstadkomma centrumvandring, det vill säga att få fler gator med handel och stadsliv, är att tillföra en större handelsetablering i ett strategiskt läge.

Vilken plats det handlar om bör utredas vidare eftersom betydande volymer handel får konsekvenser för möjligheterna till centrumvandring i olika riktningar. På sikt kommer centrum inkludera fler områden än vad som idag räknas till centrum. De centrala förnyelseområdena behöver därför växa fram så att de utvecklas med goda förutsättningar för handel och så att de stödjer dagens centrum som handelsplats.



Fler centrumnära handelsplatser – en strategi för mer handel i city

Att utveckla centrumnära handelsplatser kan vara en strategi för att stärka centrala Göteborgs position i staden och regionen. I den övergripande handelsutredningen (WSP, 2016) pekas exempelvis Korsvägen och Järntorget ut som lägen med kommersiell potential. Centrumnära handelsplatser finns bara i större städer i centrala lägen. De kännetecknas av cirka 15 000 kvm uthyrbar yta som ofta innehåller minst två stora ankarbutiker samt service som kiosk, café och restauranger. Totalt cirka 25 000 kvm handel och 15 000 kvm biutor. En centrumnära handelsplats bidrar till att skapa en levande del av staden, ökar värdena för omkringliggande fastigheter och hjälper svagare handel i området genom att platsen blir en destination. Goda grann-effekten är alltså större än konkurrenseffekten och handel i gator runt om handelsplatsen gynnas.

En större handelsplats i centrum kan fånga upp cirka 30-40 % av en medelkonsumentens konsumtion varje år. Centrumnära handelsplatser fungerar ofta som centrum för flera stadsdelar. De har ett stort kundunderlag i sin närhet och kan ha omfattande utbud utan att ha regional influens. En centrumnära handelsplats behöver sammanfalla med en kollektivtrafikknutpunkt för att kunna hålla hög tillgänglighet utan behov av stort antal parkeringsplatser. Ju högre täthet av boende och arbetande i närheten desto mindre är behovet av parkeringsplatser.

En centrumnära handelsplats kännetecknas av en hög täthet av arbetande och boende samtidigt som det är en knutpunkt för kollektivtrafiken. Det gör det möjligt att ha relativt få parkeringsplatser trots att handelsytorna uppgår till cirka 25 000 kvm.

Centrumnära handelsplatser stödjer handeln i sitt närområde genom att en destination skapas. Det är en strategi för att låta handelns tillväxt ske stadsintegrerat istället för i externa lägen.



2.2 Stadsdelscentrum – större centra och knutpunkter för att avlasta City

Stadsdelscentrum har mindre upptagningsområde än regionkärnan men är den starkaste platsen i primärområdet. De har potential att utvecklas till attraktiva stadsmiljöer med ett varierat utbud av handel och service, såväl dagligvaror som sällanköp och även volymhandel i strategiska lägen. Stadsdelscentrum sammanfaller till stor del med de strategiska tyngdpunkterna i översiktsplanen (Gamlestaden, Angered och Frölunda). Även Amhult och Brottkär spelar rollen som stadsdelscentrum.

Eftersom de strategiska tyngdpunkterna kraftigt kommer förtätas med fler boende och arbetande, samt få bättre kollektivtrafik kommer potentialen för handel ytterligare förstärkas. Stadsdelscentrum fyller ofta både funktionen av att vara den lokala handelsplatsen i området samtidigt som det har ett större upptagningsområde. Utvecklingen av stadsdelscentrumen behöver ske så att utbyggnaden även stöttar potentialen för lokal handel och service i närområdet. I utvecklingen av stadsdelscentrumen kan det finnas en motsättning mellan att utveckla attraktiva stadsmiljöer och behålla stora ytor för parkeringsplatser.

2.3 Externa handelsplatser – volymhandel bör samlas för effektivare trafiklösningar

Översiktsplanens inriktning är att volymhandel bör samlas inom och i anslutning till befintliga handelsområden så att effektivare trafiklösningar och bättre underlag för kollektivtrafik kan skapas. De externa handelsområden som finns idag är Bäckebo, Sisjön och Källered (Mölnåls kommun). Även Alelyckan räknas som en extern handelsplats. Inriktningen är sällanköpshandel, framförallt volymhandel (skrymmande varor), det vill säga byggvaror, möbler och andra varor som kräver transporter. Idag sker generellt en omvandling av många externhandelsområden till så kallade halvexterna handelsplatser. Med halvexternt läge menas områden i direkt anslutning till stads-/tätortsbebyggelse. Det sker också en markant branschglidning som gör att många butiker i externa och halvexterna lägen utvecklas mot att ha både skrymmande och icke skrymmande varor i sitt sortiment. Kollektivtrafik och tillgänglighet med cykel bör förbättras till dessa områden. Något som är särskilt i de fall handelsinnehållet breddas mot även icke skrymmande varor.

2.4 Bostadscentrum – förutsättningar för lokala torg och närhandel ska stärkas

Bostadscentrum fyller en viktig funktion för invånare i närområdet genom att erbjuda bra vardagsservice. I detta sammanhang har ofta dagligvarubutiken en central betydelse som dragare till platsen, varför det är viktigt att prioritera dagligvaruhandelns tillväxt i utbyggnadsområden och i befintliga bebyggelseområden. Större livsmedelsbutiker i blandad bebyggelse är efterfrågat, både av invånare och handelns aktörer. Nya ”citykoncept” för livsmedel utvecklas i snabb takt som bör etableras i strategiska lägen där varumottagning med mera görs möjlig.

Bostadscentrum riktar sig främst mot den lokala marknaden, det vill säga boende och arbetande i närområdet. De har i princip ingen regional influens utan handeln klarar sig främst på underlaget i närområdet. Centrumtypen har en kommersiellt svagare position för detaljhandel än andra handelsplatser och har generellt svårt att av egen kraft utvecklas till större handelsnoder även om nya bostäder byggs. Det krävs i så fall stora bostads- och tillgänglighetsinvesteringar och en tydlig vilja från både offentliga och privata aktörer. Viktigt att notera är att det på bostadscentrum inte alltid är handeln som kan skapa en positiv utveckling för platsen. Det kan krävas att annan kommunal och privat service, föreningsliv med mera adderas. Lokaliseringen av dessa verksamheter har stor betydelse för den lokala utvecklingen.

Nya handelsplatser med bättre förutsättningar för handel behöver växa fram för att handelsutbudet ska vara tillräckligt och tillgängligt för invånarna.

En del lokala torg i Göteborg har utifrån dagens konsumtionsmönster inte längre gynnsamma lägeskvaliteter för handel, det vill säga god kollektivtrafik, täthet, rätt lokalisering och så vidare. Nya handelsplatser med bättre förutsättningar för handel behöver då tillåtas växa fram för att tillgången av handel ska vara tillräcklig och tillgänglig för invånarna. I strategin för utbyggnadsplanering pekas prioriterade torg ut. Enligt strategin har de potential att stärkas med ny bebyggelse. De prioriterade torgen behöver i stadsutvecklingen stöttas med ny bebyggelse. Dessa lokala torg/centrum behöver i stadsutvecklingen stöttas med ny bebyggelse och kollektivtrafik så att de kommersiella förutsättningarna stärks. Förutom befintliga prioriterade bostadscentrum kommer nya handelslägen med viktig lokal funktion skapas i de centrala förnyelseområdena och andra utbyggnadsområden av Göteborg.

2.5 Handel i bottenvåningar – ett stort värde i närmiljön

För att ta tillvara den tillväxtpotential för ny handel som uppstår i Göteborg i takt med att staden växer, behöver handeln växa på flera platser än i bottenvåningar på bostadshus. Men det finns också ett stort värde med handel och verksamheter i människors närmiljöer, till exempel i bottenvåningar, och förutsättningar för detta ska stärkas. Lokala verksamheter skapar identitet, berikar stadsrummet med liv och rörelse och bidrar till trygghet under fler av dygnets timmar. Ur ett hållbarhetsperspektiv är det också viktigt med lokalt tillgänglig handel, bland annat eftersom det bidrar till kortare handelsresor och fler möten mellan människor.

Potentialen för handel i bottenvåningar ser olika ut beroende av plats i staden. I nya utbyggnadsområden är det alltid en utmaning att till en början få handel att bli bärkraftig i bottenvåningar på bostadshus. Det finns egentligen andra platser som har större kommersiell potential (se: stadskvaliteter som har betydelse för handel). Men aktiva bottenvåningar är ett tydligt mål i stadsplaneringen och en aktuell fråga att jobba vidare med.

I centrala Göteborg, där tätheten är hög och kollektivtrafiken god, är det generellt aldrig olämpligt med handel i bottenvåningar. I nya utbyggnadsområden (UP) och Älvstaden ska potentialen för handel och andra centrumverksamheter alltid utredas, möjliggöras och stöttas i strategiska lägen och stråk. Att sätta en övergripande struktur och identifiera huvudstråk med störst potential för handel och verksamheter blir ett viktigt första steg. Flexibilitet i detaljplanen och byggnation bör vara nyckelordet för att passa morgondagens efterfrågan som kan uppstå i takt med att ett område förtätas och byggs ut.

Bottenvåningar av bostadshus kan vara särskilt bra lägen för verksamheter som erbjuder vardagskonsumtion, det vill säga dagligvaror. Livsmedelsbutiken spelar en särskilt viktig roll i utbyggnadsområden eftersom den kan verka som så kallade dragare av kunder till platsen som andra verksamheter (besöksberoende) kan dra nytta av. Här ligger det en utmaning i att lyckas åstadkomma tillräckligt stora lokaler för att etableringen ska verka som dragare samtidigt som rationell varumottagning, distribution och så vidare ska vara möjlig utan att orsaka för stora störningar för bostäderna.

Handel behöver inte generera ökad trafik, det kan tvärtom innebära att invånarna slipper göra längre inköpsresor. Beroende av marknadssituationen och tätheten i upptagningsområdet kan verksamheten behöva rikta sig mot ett större omland. Det kan föra med sig behov av fler parkeringar och ökad trafik som det kan hända att platsen inte tål. En annan viktig aspekt i planeringen är att handeln inte kan spridas ut för mycket, den behöver lokaliseras i lägen som fångar flöden av kunder, det vill säga i de kommersiellt fördelaktiga huvudstråken.

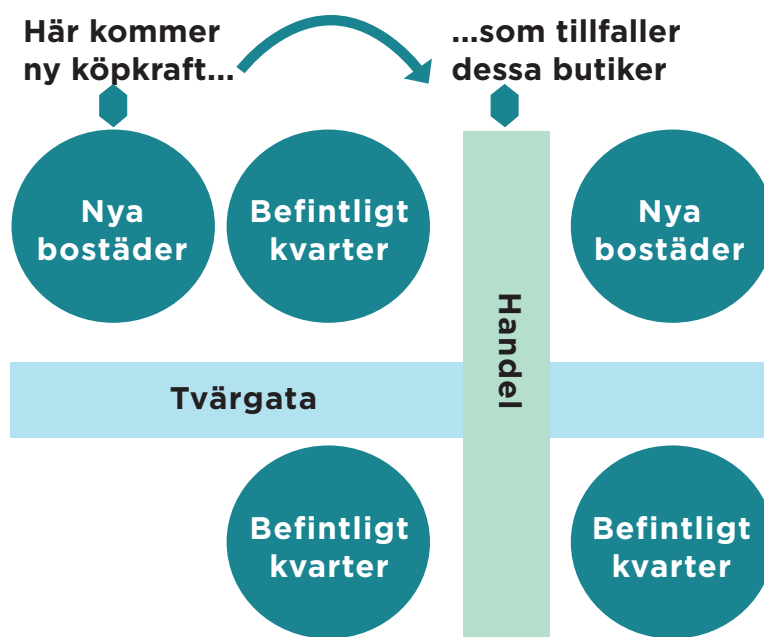
Att sätta en övergripande struktur och identifiera huvudstråk med störst potential för handel och verksamheter blir ett viktigt första steg.

Konkurrerar handelsplatsens tillväxt med handel i bottenvåningar?

Handelsetableringar konkurrerar ibland om samma flöde och köpkraft. Hur befintliga handelsstråk/platser påverkas av nytillkommande handel på anslutande platser behöver studeras i varje enskilt fall. Mer handel kan både stärka och stjälpa en plats beroende på platsens förutsättningar och sammanhang. Vad man generellt kan säga är att det i regel är svårt att skapa nya handelsmönster, det vill säga att invånare ska välja att handla på ny plats än den ursprungliga.

Fungerande etablerade handelsplatser har konkurrensfördel framför handel i bottenvåningar i nya områden. Men om de befintliga handelsplatserna inte har de rätta kommersiella förutsättningarna (se: stadskvaliteter) tappar de i attraktionskraft. En del torg i Göteborg tampas med dessa utmaningar. De är helt enkelt "felplacerade" i förhållande till dagens konsumtionsmönster och pågående stadsutveckling.

Exempel på "hoppande köpkraft"



Figur 3. När det tillförs nya bostäder genom ny bebyggelse tenderar den nya köpkraften att tillfalla redan etablerade handelsplatser i närheten av det nya bostadsområdet, så kallad hoppande köpkraft (WSP). Kunder är rörliga och det troliga är att köpkraften tillfaller en starkare handelsplats. Det är alltså en utmaning att få handel att bli kommersiellt bärkraftig i stråk av bottenvåningar på bostadshus.

Nyetableringar i andra lägen med bättre förutsättningar för handel blir då vinnare i kampen om köpkraften och kan behöva tillåtas utvecklas. Nytt läge för handel än den ursprungliga lokala platsen för handel är lämplig om lägeskraven uppfylls (lokal täthet av arbetsplatser och bostäder, god kollektivtrafik, prioriterat stråk). Alternativet är annars att invånarna får ta sig längre hemifrån än nödvändigt för att handla. En handelsplats i närheten växer till en starkare målpunkt. Då skapas förutsättningar för att handelspotentialen sprids till omkringliggande gator.

Framgångsfaktorer för berikande gatuplansverksamheter är:

- om den lokala köpkraften är stor nog (gör övergripande marknadsanalys)
- om konkurrensen inte är alltför stark (primär-sekundärmarknadsanalys)
- om torget eller gatan kopplas ihop rätt med de övergripande sambanden där stråken är intensiva redan från start
- om lokalen, torget eller gatan blir rätt utformad (koppling fysisk form och funktion)
- om exploateringsgraden är hög (ny lokal köpkraft)
- om någon tar ett ansvar för skötsel och miljö (trygghetsfokus).

