

Handla rätt

– vägledning för en hållbar handelsutveckling i Skåne



Samhällsbyggnadsavdelningen
SKÅNE I UTVECKLING 2007:3

Stina Westlin

Titel:	Handla rätt –vägledning för en hållbar handelsutveckling i Skåne
Utgiven av:	Länsstyrelsen i Skåne Län
Författare:	Helena Eklund, Ulf Rämme HUI, Karin Neergaard, Lena Smidfelt-Rosqvist, Linnea Viklund, Trivector Traffic, Anne-Lie Mårtensson, Kristina Westlin, Länsstyrelsen i Skåne Län
Styrgrupp	Ola Fischer, chef samhällsbyggnadsavdelningen (projekt-ägare, styrgruppens ordförande), Kerstin Nilermark, chef plan- och bostadssektionen, Bo Strömgren, chef strategiavdelningen
Arbetsgrupp	Stina Westlin, plan- och bostadssektionen/strategiavdelningen (projektledare), Anne-Lie Mårtensson, plan- och bostadssektionen (vice projektledare), Helena Eklund och Ulf Rämme, HUI, Karin Neergaard, Lena Smidfelt-Rosqvist och Linnea Viklund, Trivector Traffic, Sara Fredström/Johanna Davander, ledningskansliet (informatörer)
Referensgrupp	Lillemor Dahlgren, Maria Lindberg, Maria Tsakiris, Länsstyrelsens strategiavdelning (näringslivsfrågor, barnfrågor, jämställdhetsfrågor), Anna Bokenstrand, Länsstyrelsens sektion för miljöskydd/industri (miljöfrågor), Gunvor Landqvist och Heléne Klapp, Länsstyrelsens sociala sektion (sociala frågor), Stefan Malmberg, Länsstyrelsens kommunikationsdirektör (trafikfrågor), Caroline Dahl och Gertrud Egnell, Helsingborgs kommun, Thomas Theander, Kristianstads kommun (kommunrepresentanter), Sven-Arne Carlsson, Svensk Handel i Malmö (näringslivsrepresentant) Charlotte Lindström och Marinda Jönsson Norin, Region Skåne
Beställningsadress:	Länsstyrelsen i Skåne Län Samhällsbyggnadsavdelningen 205 15 MALMÖ Tfn: 040-25 20 00 lansstyrelsen@m.lst.se
Copyright:	Länsstyrelsen i Skåne län
Upplaga:	500 ex
Rapportserien Skåne i utveckling:	2007:3
ISSN:	1402-3393
Layout:	Karin Neergaard, Stina Westlin
Tryckt:	AB Danegårds Grafiska, Linköping
Omslagsbild:	Elin Henriksson

Förord

Handeln i Skåne utvecklas för närvarande i en mycket snabb takt, och påverkas i hög grad av den högkonjunktur som råder och den allmänt positiva utveckling som vi upplever i Öresundsregionen. Den handelsutveckling som vi väljer idag påverkar i stora delar det samhälle som vi kommer att få leva med imorgon. Hur planerar vi för en utveckling av handeln så att den blir långsiktigt hållbar för medborgarna, för näringsidkarna och för miljön?

Vår förhoppning är att projektet *Att handla rätt* har satt fokus på frågorna kring handeln i allmänhet och externhandeln i synnerhet, dess ekologiska, ekonomiska och sociala konsekvenser för det Skånska samhället. Avsikten med rapporten *Handla rätt* är att ge berörda aktörer en uppdaterad och nyanserad bild av handeln och dess utveckling, att den ska bidra till dialogen framöver och förhoppningsvis leda till en bättre samsyn kring dessa frågor. Därigenom bör rapporten kunna bidra till att uppnå målet om en långsiktigt hållbar handelsutveckling i Skåne.

Rapporten vänder sig till alla de aktörer som berörs av handelns utveckling. Främst kommunerna i arbetet med den fysiska planeringen, men även andra aktörer, näringsidkare, fastighetsägare och konsulter inför beslut om kommande utbyggnad av handel.

Länsstyrelsen vill tacka alla som deltagit i projektet, och som på olika sätt bidragit vid framtagandet av rapporten. Rapporten har utarbetats av en arbetsgrupp bestående av tjänstemän från Länsstyrelsen i Skåne län samt representanter från konsultfirmorna Trivector Traffic AB och Handelns Utredningsinstitut (HUI), som sammanställt rapporten och bidragit med kunskaper inom sina respektive expertområden. Projektarbetet har stöttats av en tvärssektoriellt sammansatt lednings- respektive referensgrupp bestående av representanter från såväl Länsstyrelsens egen organisation som Helsingborgs stad, Kristianstads kommun, Region Skåne och Svensk Handel i Malmö.

Malmö april 2007



Lise-Lotte Reiter
Länsöverdirektör Länsstyrelsen i Skåne län

Sammanfattning

Sedan 1990-talets början har handeln koncentrerats till allt färre marknadsplatser och antalet externa handelsområden har ökat kraftigt. I Skåne har den bebyggda ytan för externa handelsplatser ökat med 40 procent sedan 1999. Drivkrafterna bakom denna utveckling går att finna hos både konsumenter och företag. Hos detaljhandelsföretagen är en viktig faktor tillgången till billigare mark och lägre hyror jämfört med till exempel citylägen. I Sverige har vi en hög vägkapacitet som innebär att biltransportkostnaderna blir låga. Det stora utbudet av varor samlade på ett och samma ställe, de generösa öppettiderna och tillgången till fri parkering har också det bidragit till att de externa handelsplatserna varit konkurrenskraftiga gentemot andra handelsplatser.

I Skåne omsatte detaljhandeln år 2005 omkring 53,5 miljarder kronor. 30 procent av denna omsättning sker på externa handelsplatser. Idag finns ett trettiotal externa och halvexterna handelsetableringar i Skåne vars sammanlagda yta uppgår till cirka 770 000 kvadratmeter. Ungefär 75 procent av ytan utgörs av sällanköpsvaruhandel. Externhandeln är geografiskt koncentrerad till västra Skåne, vilket sammanhänger med befolkningskoncentrationen. Kommunerna planerar också för fler etableringar. Sammanlagt finns det, enligt kommunernas uppskattningar, nya planer på ytterligare drygt 500 000 kvadratmeter handel. I denna yta ingår både planer som är nära förverkligande och sådana detaljplaner som funnits länge och troligtvis aldrig blir bebyggda då inget bygglov har sökts. Mot bakgrund av den expansion som varit och de nya planer som finns är det relevant att fråga vad planering och lokalisering av handel betyder för en hållbar utveckling.

Hållbar utveckling är ett helhetsbegrepp som spänner över de ekologiska, ekonomiska och sociala aspekterna och målen för ett hållbart samhälle. Alla tre hållbarhetsaspekterna måste finnas med för att skapa hållbarhet där den ekologiska hållbarheten anger den övergripande ramen för vårt handlande, ekonomin ger de nödvändiga medlen för att uppnå målet som är social hållbarhet – det goda livet.

Ur ett ekologiskt perspektiv har utbyggnaden av externhandeln bland annat inneburit ökad biltrafik och ökade koldioxidutsläpp. Externhandeln i Skåne uppskattas ha bidragit med cirka 550 miljoner fordonskilometer årligen, vilket motsvarar mer än 100 000 ton koldioxidutsläpp. Detta motsvarar i sin tur fyra procent av utsläppen från transporterna (alla transportslag) i Skåne. All handel innebär trafik, men handeln i externa lägen bidrar till mer biltrafik än handel i mer centrala lägen. Det som betyder mest för vilka utsläpp en etablering ger är konkurrenskraftiga alternativ till bilen. Enligt flera studier som genomförts under de senaste tio åren påverkar externa och halvexterna handelsetableringar resmönstret, framför allt genom

att färdmedelsvalet ändras. Det totala antalet resor är ungefär detsamma, men andelen resor med bil ökar och andelen resor som görs till fots och med cykel minskar. Totalt innebär detta ett ökat biltrafikarbete, vilket i sin tur innebär ökade utsläpp av koldioxid och hälsofarliga ämnen samt buller. Även om koncentrationen av affärer på köpcentra kan innebära färre resor, visar studierna att de ökade valmöjligheterna och de förhållandevis billiga transportkostnaderna gör att vi ofta reser längre än till närmsta köpcentrum för att göra våra inköp. Krav på uppfyllande av våra personliga preferenser är större än uppoffringen av en längre resa.

Ur ett ekonomiskt perspektiv har utbyggnaden av externhandeln i Skåne lett till en ökad försäljning inom framför allt sällanköpsvaruhandeln i de kommuner där externhandeln har vuxit. Samtidigt har ett antal mindre kommuner i Skåne haft svårt att följa med i försäljningsutvecklingen. Till viss del torde detta bero på den relativa närheten mellan olika handelsplatser i Skåne. Utvecklingen inom dagligvaruhandeln är mer jämnt fördelad, vilket hänger samman med att människor tenderar att göra en stor del av sina inköp av dagligvaror nära bostaden. När externhandeln diskuteras lyfts ofta frågan hur handeln i stadskärnan påverkas av en utbyggnad av externhandeln. Inom ramen för studien studerades därför försäljningsutvecklingen i ett antal stadskärnor i Skåne. Resultaten visar på att handeln i stadskärnan står sig relativt bra i konkurrensen med externhandeln. Sysselsättningen inom detaljhandeln i Skåne har utvecklats i linje med riket och motsvarar ungefär 5 procent av det totala antalet sysselsatta i länet. Inom sällanköpsvaruhandeln uppvisar de flesta kommuner en positiv sysselsättningsutveckling.

Ur ett socialt perspektiv har externhandelns utveckling inneburit ett större och bredare utbud och även möjliggjort för nya aktörer att etableras på den svenska marknaden. Öppettiderna i externa handelsetableringarna, så även i Skåne, är i många fall mycket generösa, vilket uppskattas av till exempel många barnfamiljer som har svårt att få tiden att räcka till. De externa köpcentrumen tillgodoser också konsumenternas önskan att hitta allt på ett ställe. Shopping tenderar även att bli allt mer av fritidsnöje och i det sammanhanget fyller externhandeln en viktig funktion. Eftersom de externa handelsplatserna i första hand är planerade för bilburna kunder leder det å andra sidan till att tillgängligheten blir sämre för dem utan bil. I Skåne har mindre än en tredjedel av etableringarna ett tillfredställande utbud av kollektivtrafik. Dessutom brister detaljutformningen ofta när det gäller såväl planering för kollektivtrafik som för gående och cyklister, vilket får till följd att konkurrenskraften gentemot bilen blir dålig. De som inte har tillgång till bil, ungefär en fjärdedel av befolkningen, får då en försämrad tillgång till handel och service där bostadsnära handel och service slås ut. Denna aspekt har dock inte studerats vidare. En annan aspekt är att de utsläpp som transporterna genererar får

negativa konsekvenser för livsmiljön, vilket sin tur påverkar vår hälsa och vårt välbefinnande.

Vid beslut i planärenden om etablering av externhandel är det viktigt att alla hållbarhetsperspektiv - den ekologiska ramen, de ekonomiska aspekterna och de sociala målen - utreds. I flera utbyggnadsfall saknas utredningar som på ett tillfredsställande sätt täcker in alla de viktiga aspekterna. Många kommuner saknar också en policy för hur handeln på en övergripande nivå ska planeras och lokaliseras.

Beslut om var handel ska tillåtas innebär många gånger en avvägning mellan olika intressen och då beslutet ofta berör flera kommuner är det särskilt viktigt med ett beslutsunderlag som på ett tillfredsställande sätt täcker in alla perspektiv och aspekter. För att så långt möjligt undvika motstridiga intressen och planera för handeln på ett sätt som tillgodoser samtliga tre hållbarhetsperspektiv kan en kommunal, politiskt antagen, handelspolicy och en regional samsyn ge större möjligheter till långsiktigt hållbar utveckling av handelns lokalisering. Länsstyrelsen kan här bidra med fakta och stöd i dialogen.

Har Skåne län en långsiktigt hållbar detaljhandelsstruktur och planering för handel?

Frågan om Skåne län har en hållbar detaljhandelsstruktur är svår att ge ett enkelt och entydigt svar på, vilket föreliggande undersökningar till rapporten *Handla rätt* visar. Sedan mitten av 1990-talet har detaljhandeln i Skåne genomgått en strukturomvandling som tagit sig uttryck i att detaljhandeln vuxit i externa och halvexterna lägen i centralorterna. I viss utsträckning har handeln förskjutits från serviceorternas och bostadsområdenas handel till centralorternas stadskärnor och till de nya externhandelsområdena. Handeln har ökat svagt eller stagnerat i mindre orter utanför centralorterna och på landsbygden.

De positiva effekterna av strukturomvandlingen är att den inomkommunala och mellankommunala konkurrensen medfört en effektivisering av handeln. Därigenom har externhandelsexpansionen bidragit till regionens tillväxt. De negativa konsekvenserna av detaljhandelskoncentration är det ökade beroendet av bilen för att nå dessa nya marknadsplatser. Detta ger i sin tur negativa effekter socialt och miljömässigt.

En långsiktigt hållbar handelsstruktur bör vara mångfacetterad och präglas av närhet och god tillgänglighet för alla utan att miljön belastas negativt. På frågan om Skåne har en sådan handelsstruktur blir svaret – inte ännu. För att uppnå ovan beskrivna framtidsbild om en långsiktigt hållbar handelsstruktur, är det viktigt att ta fram handelspolicys lokalt och regionalt. Man måste även planera långsiktigt utifrån de handelsplaner, utvecklingsplaner och långsiktiga mål som finns på kommunal och regional nivå i Skåne. I detta arbete behövs en gemensam kraftanstängning från såväl planerare och politiker - inom olika områden och på olika nivåer inom kommunerna, Vägverket, Skånetrafiken, Banverket, Länsstyrelsen, Region Skåne med flera - som från näringsidkare och invånare. Även lokala initiativ på landsbygden och från centrumhandeln kan vara viktiga i denna process.

Med en aktiv dialog och handling, där Länsstyrelsen kan vara en av de drivande parterna, kan vi skapa oss en gemensam bild av hur vi vill att handeln ska gestalta sig i framtiden, och på så sätt närma oss en långsiktigt hållbar detaljhandelsstruktur och planering för handel i Skåne.

Innehållsförteckning

1. Bakgrund och syfte.....	1
2. Handeln i samhället	2
3. Hållbar utveckling	5
Hållbar utveckling och handelns lokalisering	5
Den ekologiska ramen	5
Ekonomisk utveckling som medel	6
Sociala mål och konsekvenser	7
4. Externhandeln i Skåne län idag	8
Definition av externhandel.....	8
Detaljhandeln i Skåne län	10
Externhandeln	13
Effekter av strukturomvandlingen ur ett ekologiskt perspektiv.....	16
Ekonomiska effekter av strukturomvandlingen	19
Effekter av strukturomvandlingen ur ett socialt perspektiv	27
5. Externhandeln 2015	30
Planerad handel och scenario 2015	30
Effekter på ekologisk hållbarhet.....	32
Den framtida konkurrenssituationen	34
6. Externhandeln i planeringen.....	39
Sverige	39
Internationellt.....	41
7. Fallstudier av detaljplaner och utredningar	45
Detaljplaner	45
Miljö- och trafikutredningar.....	46
Handelsutredningar	47
8. Avslutande kommentarer	50
9. Planeringsråd	51

Inledning.....	51
Ansvar och styrmöjligheter.....	51
Att tänka efter före - handelsfrågorna i ett kommunövergripande perspektiv.....	54
Handel i detaljplanen.....	56
Gör en översiktlig behovsbedömning!.....	58
Ta reda på konsekvenserna!	59
Hur går kommunen vidare?	63
Checklista Handla rätt.....	64
10.Referenslitteratur	68

Bilaga 1. Definitioner.

Bilaga 2. Befintliga externhandelsetableringar i Skåne län.

Bilaga 3. Planerade externhandelsetableringar i Skåne län.

Bilaga 4. Projektbeskrivning "Att handla rätt".

1. Bakgrund och syfte

Handelsstrukturen i Skåne har under de två senaste decennierna genomgått en stor förändring. Antalet externa handelsetableringar har ökat kraftigt och en genomgång av de planer som är på gång visar på fler. Utvecklingen ställer stora krav på planeringen. Näringslivet har önskemål om var de vill etablera sig. Konsumenterna har olika önskemål om var de vill handla. För kommunen handlar det om att göra en avvägning mellan olika intressen, vilket inte alltid är lätt.

Länsstyrelsen har sedan 1999 arbetat aktivt med handelsfrågan. Under 1999-2001 tog Länsstyrelsen i Skåne fram rapporten *Kartläggning av externhandel*. Samtidigt tog Region Skåne fram en policy för handelsetableringar. Tanken med policyn och rapporten var att de skulle stödja kommunerna vid planering av handelsetableringar.

Denna rapport är en uppdatering av *Kartläggning av externhandeln* från 2001. Rapporten ingår som en del i projektet *Att handla rätt*. Projektets syfte är att försöka skapa samsyn kring hur man i Skåne ska kunna nå en hållbar handelsutveckling. Projektet bygger på de önskemål som länsstyrelsen har uppmärksammat hos kommunerna¹. Ett stort antal aktörer berörs, till exempel tjänstemän och politiker vid olika kommunala förvaltningar och på Region Skåne, näringsidkare, fastighetsägare, konsulter samt tjänstemän på Länsstyrelsen.

Rapporten innehåller bland annat en beskrivning av externhandeln i Skåne idag samt en analys av konsekvenserna av en utbyggnad av handel i Skåne. Rapporten innehåller även en praktisk handbok med råd kring handelspolicies, konsekvensbedömningar och lokaliseringsval vid planering av handelsetableringar.

¹ Se även bilaga 4 för beskrivning av projektet, metod och vad kommunerna förväntar sig.

2. Handeln i samhället

Som konsumenter tillbringar vi åtskilliga timmar i veckan med att handla. Utbud, priser och tillgänglighet spelar roll för människors livskvalitet. Detaljhandeln fungerar som en viktig länk mellan producenterna och leverantörer till slutkonsumenterna. Omsättningen i detaljhandeln motsvarar drygt en tredjedel av den totala privata konsumtionen.

Den moderna handeln kan sägas ta sin utgångspunkt i 1846 och 1864 års näringsfrihet. Fram till 1930-talet var detaljhandeln i huvudsak småskalig och lokaliserad till stadskärnan. Vid denna tidpunkt påbörjades dock en långsam förändring som innebar ett ökat inslag av varuhus och kedjeföretag i handeln. Konkurrenten i handeln hårdnade genom att de nya butiksformaten var mer storskaliga och effektiva jämfört med den traditionella handeln. Det kom dock att dröja till 1950-1960-talet innan större förändringar skedde inom detaljhandeln. Under denna period påbörjades rivningsarbetena i många stadskärnor för att ge plats åt de nya varuhusen och samtidigt växte nya bostadsområden upp i städernas utkanter, vilka planlades med ett centrum med butiker. Rationaliseringar inom detaljhandeln och stadskärnornas omvandling bidrog till ett ökat omvandlingstryck i detaljhandeln under perioden.

Under 1960-talet och 1970-talet fortsatte den geografiska omstruktureringen av detaljhandeln mot mer trafikorienterade lägen och sedan början av 1980-talet har den geografiska polariseringen mellan handeln i stadskärnor, halvexterna och externa marknadsplatser i trafikorienterade lägen fortsatt. Expansionen av externa och halvexterna köpcentrum och gallerior utsatte centrumhandeln i många städer för en intensifierad konkurrens. Som en motreaktion uppfördes nya gallerior i städerna för att möta konkurrensen och samtidigt ge kedjeföretagen utrymme att etablera sig i centrala lägen.² Under denna period har detaljhandeln i bostadsområdescentrum och serviceorter på landsbygden koncentrerats mot centralorterna. Detta har påskyndats av konsumenternas ökade rörlighet och ett ökat utbud av, ur konsumentens synpunkt, mer attraktiva marknadsplatser. Det är viktigt att poängtera att handeln inte försvunnit och att utvecklingens omfattning och styrka är olika i olika delar av landet. I huvudsak har den småskaliga och fristående sällanköpsvaruhandeln berörts, medan dagligvaruhandeln har klarat sig bättre. Den handel som har försvunnit har i många fall ersatts av annan handel och/eller av andra service-näringar.

² Eklund, Rämme (2003).

Vilka är då drivkrafterna bakom detaljhandelns strukturomvandling? Drivkrafterna går att finna hos både konsumenter, företag och politiska beslut.³

- Hos *detaljhandelsföretagen* har tillgången till billigare mark och lägre hyror jämfört med till exempel citylägen varit en viktig förändringsfaktor, men också den ökade storskaligheten i handeln vilken innebär svårigheter att bereda plats för nya butiksformat och marknadsplatser i centrala lägen. En annan faktor är att leveranser av varor är billigare och enklare för de företag som etablerar sig i externa lägen. Ytterligare en faktor är att många kunder lockas till de externa handelsplatserna, vilket i sin tur lockar fler företag att etablera sig där.
- Även *politiska beslut* har betydelse för utvecklingen. Något som har påverkat handeln i Sverige sedan 1987 är Plan- och Bygglagen (PBL). Kommunerna beslutar enligt PBL hur marken i kommunen ska användas. Kommunerna var tidigare skeptiska mot externhandeln eftersom de ansåg att den hotade den etablerade handeln i stadskärnan och i andra delar av kommunen. När PBL ändrades 1996 blev det svårare att hindra externa handelsetableringar, vilket ledde till en utbyggnad av externa handelsområden.
- Faktorer som ur ett *kundperspektiv* har bidragit till ökningen av antalet externa handelsplatser är bland annat urbanisering och ökad tillgång till bil. Mindre orter har tappat invånare, vilket har bidragit till att handeln har sökt sig till medelstora och större städer. Tillgången till bil har också ökat, vilket har underlättat möjligheten att ta sig till de externa handelsplatserna. Samtidigt har många stadskärnor blivit svåråtkomliga för långväga och bilburna kunder. Det stora utbudet av varor samlade på ett och samma ställe, de generösa öppettiderna och tillgången till fri parkering har också det bidragit till att de externa handelsplatserna varit konkurrenskraftiga gentemot andra handelsplatser.

Hur detaljhandeln i framtiden kommer att se ut beror till stor del på konsumenterna, deras inkomster, val och attityder. Nedan presenteras några trender som är betydelsefulla för dagens och morgondagens detaljhandel.⁴

- *Inkomsterna stiger och fler har råd med lyx.* Handeln konkurrerar om lyx och service med andra tjänstenäringsgrupper. Upplevelsenäringsgrupper som turism, media med mera står redan för en stor del av BNP.
- *Efterfrågan på tidsbesparande konsumtion ökar.* Konsumenters ökade inkomster innebär att betalningsviljan ökar för tidsbesparingar. Kanske får vi se både en utveckling mot attraktiva närbutiker och stora och välsorterade köpcentrum och stadskärnor som svarar upp mot konsumenternas efterfrågan på att få tillgång till ett stort utbud på ett och samma ställe.
- *Efterfrågan på ”märkta” produkter ökar.* Ökat välstånd leder till att frågor om exempelvis etik och miljö får större vikt. Fler konsumenter har ”råd” att köpa

³ Bergström, Fölster, red, (2005).

⁴ Bergström, Fölster (2005), HUI (2006).

såväl etiskt riktiga varor som varor som i större utsträckning har tagit hänsyn till negativa miljöeffekter i samband med produktion och konsumtion, även om de är dyrare.

- *Handeln kommer att konkurrera med nöjessektorn om konsumenternas uppmärksamhet.* Handel och underhållning blandas mer. I detta sammanhang kommer många stadskärnor att ha naturliga fördelar då de kan erbjuda en mer intressant miljö än vad många externt belägna handelsplatser klarar.
- *Betalningsviljan kommer att variera.* Därför kommer det att finnas större spridning i butikskoncept mellan de som satsar på lågpris och de som satsar på hög service.
- *Fler ungdomliga äldre och fler invandrare.* Det växande antalet köpstarka pensionärer och det ökande antalet invandrade medborgare kommer att leda till att utbudet anpassas.

3. Hållbar utveckling

Hållbar utveckling är ett helhetsbegrepp som spänner över de ekologiska, ekonomiska och sociala aspekterna och målen för ett hållbart samhälle. Handeln och marknadsplatser är – och har alltid varit – viktiga som mötesplatser för människor och näringsliv. Hur dessa marknadsplatser lokaliseras har betydelse för den hållbara utvecklingen.

Hållbar utveckling och handelns lokalisering

Hållbar utveckling är ett helhetsbegrepp som spänner över de ekologiska, ekonomiska och sociala aspekterna och målen för ett hållbart samhälle. Hållbar utveckling är ett övergripande mål för regeringens politik. Utgångspunkten är att människor lever på ett sätt som inte undanröjer barns och framtida generationers möjligheter att leva ett gott liv.

Att balansera de tre dimensionerna mot varandra ersätts allt oftare med synsättet där den ekologiska hållbarheten anger den övergripande ramen för ett långsiktigt hållbart samhälle medan ekonomisk hållbarhet är medlet för att uppnå målet som är social hållbarhet – det goda livet. Hållbar utveckling är ett förhållningssätt som därmed förutsätter långsiktighet, helhetssyn och samverkan mellan de tre dimensionerna.

Handeln och marknadsplatser är – och har alltid varit – viktiga som mötesplatser för människor och näringsliv. Hur dessa marknadsplatser lokaliseras har betydelse för den hållbara utvecklingen. De stora hållbarhetskONSEKVENSerna av handelns lokalisering som kan hanteras genom planering handlar om effekterna på bränsleanvändning, avgasutsläpp, den ekonomiska utvecklingen och jämställd och jämlik tillgänglighet.

Den ekologiska ramen

Ett av de stora hoten mot en långsiktigt hållbar utveckling är utsläppen av växthusgaser och den påföljande globala uppvärmningen. Om vi skall kunna förhindra en oönskad utveckling måste utsläppen av växthusgaser minska radikalt^{5, 6}. Transportsektorn står i Sverige för närmare 40 procent koldioxidutsläppen och är den sektor som också ökar sin andel av koldioxidutsläppen.

⁵ Stern review on the economics of climate change (oct 2006), [www. Hm-treasury.gov.uk/..](http://www.Hm-treasury.gov.uk/)

⁶ EC(2004) Formulering av temainriktad strategi för stadsmiljö, European Commission

Den ekologiskt hållbara ramen för handelns lokalisering handlar till stora delar om den utsläppspotential som ligger i lokaliseringen av handel på ett transportmässigt hållbart sätt. Av det totala trafikarbetet – den sammanlagda reslängden – för länets invånare är cirka en tredjedel ägnat service och inköp. Lokalisering av handel har även betydelse för den ekologiska hållbarheten i fråga om markanvändning.

Lägen för handel med hög tillgänglighet för hållbara färdssätt – t ex cykel och kollektivtrafik – ger lägre utsläpp och kan ge en bättre social hållbarhet än bilorienterade lägen⁷. Den ekologiska hållbarheten påverkas således av hur handelslägen lokaliseras och detaljplaneras. All handel ger upphov till transporter. Att på olika sätt skapa ett system som effektiviserar dessa transporter är en stor utmaning för framtiden. I denna rapport pekar vi även ut olika mått som kan användas för att ge en adekvat och mer komplett bild av hur den ekologiska hållbarheten påverkas av olika lokaliseringar. Dessa är trafikarbete, tillgänglighet med olika färdmedel, utsläpp till luft och buller.

Ekonomisk utveckling som medel

Handeln är en viktig ekonomisk drivkraft och kan ses som ett medel för att nå social hållbarhet. Handeln har en viktig roll på både nationell, regional och lokal nivå. Nationellt fyller handeln en allt viktigare roll som tillväxtmotor och under de senaste 10-15 åren i allt högre utsträckning bidragit till den svenska BNP-tillväxten.⁸

På regional och lokal nivå handlar ekonomisk hållbarhet ur ett handelsperspektiv till stora delar om sysselsättning och konkurrensfrågor. Lokalt kan handeln bidra till fler arbetstillfällen och ökade skatteintäkter. En väl utvecklad handel med god konkurrens kan bidra till att konsumentpriserna sjunker och att resurser för sparande eller annan konsumtion frigörs.

Dagens lokalisering av handel kan sägas vara ett resultat av den strukturomvandling som kännetecknat handeln under lång tid där handeln koncentrerats till centralorter och regioncentra. Samtidigt har detaljhandeln i många mindre kommuner försvagats.

⁷ Trivector (2005)

⁸ Se bland annat ITPS (2006).

Hur detaljhandeln lokaliseras styrs dels av företagens etableringsstrategier, dels av kommunernas planeringsbeslut. Hur kommunerna planerar för handeln spelar således in på den ekonomiska hållbarheten på lokal och regionnivå. Det är emellertid svårt för enskilda kommuner att lyfta perspektivet till en regional nivå. Olika mått kan användas för att studera och analysera detaljhandelns strukturomvandling ur ett ekonomiskt perspektiv. I denna rapport studeras försäljningsutveckling, påverkan på andra handelsplatser, sysselsättning, pris, och utbud.

Sociala mål och konsekvenser

Handeln skapar naturliga möten och samband mellan människor. Handeln kan ses som en del av navet i ett väl fungerande samhälle. Den är en förutsättning för städers och samhällens framväxt och fortsatta liv. En attraktiv handel samspelar med det lokala näringslivet och omvandlas och utvecklas kontinuerligt för att stå emot konkurrensen från handeln i omkringliggande regioner. Attraktivitet innebär också mångfald och djup i detaljhandelsutbud och i utbud av service, kultur med mera. Ett attraktivt utbud i bred bemärkelse tillsammans med att handel många gånger fungerar som en viktig mötesplats har betydelse för den sociala hållbarheten.⁹

Tillgänglighet till handel för olika grupper är en faktor som har betydelse för den sociala dimensionen av hållbarhet utveckling. Sysselsättning, social integration, hälsa och goda miljöer är andra viktiga faktorer. Social hållbarhet förutsätter också jämställda möjligheter där alla människor känner sig delaktiga och trygga. Socialt hållbara transportsystem kännetecknas av god trafiksäkerhet, att det ger möjlighet till positiva upplevelser, ett rikt kulturliv, god offentlig service och att det bidrar till god hälsa. Hälsoproblemet är en strategisk utmaning för hållbar utveckling där ett hållbart transportsystem med hög andel gång, cykel och kollektivtrafik bidrar till folkhälsan. I denna rapport studeras den sociala hållbarheten utifrån följande aspekter: handeln som mötesplats, utbud, öppettider och tillgänglighet för olika färdstätt.

⁹ Eklund, Rämme (2003)

4. Externhandeln i Skåne län idag

Externhandeln står för cirka 30 procent av försäljningen i Skåne. Utbyggnaden av externhandeln har lett till ökad försäljning, ökad sysselsättning, ett större och bredare utbud i de kommuner där externhandeln vuxit. Men den har även inneburit ökad biltrafik och ökade koldioxidutsläpp. Flera externa handelsplatser har också dålig tillgänglighet för andra grupper än de med bil. Sedan 1999 har externhandelns yta ökat med 40 procent i Skåne.

Definition av externhandel

Det finns idag ingen vedertagen definition på vad som är externhandel. I dagsläget används definitioner från flera olika företag och organisationer.¹⁰ Ett problem med de definitioner som finns är dels att en och samma företeelse kan definieras på flera sätt dels att en och samma definition kan användas för flera olika företeelser. Ett annat problem är att vissa definitioner är framtagna för andra länder och att de därför har tvingats anpassas till svenska förhållanden. Avsnittet syftar till att ge en definition av vad som kan betraktas som halvexterna eller externa handelsetableringar. Externa och halvexterna handelsplatser kan dels studeras utifrån sin lokalisering dels utifrån sin storlek och sitt utbud.

Lokalisering, storlek och utbud

Ett handelsområdes lokalisering har framför allt betydelse för hur många av kunderna som använder bil när de ska handla. Ett handelsområde som är geografiskt skilt från den befolkningsmässigt största tätorten¹¹ eller centralorten¹² i kommunen, samt är beläget i ett trafikorienterat läge¹³ med närhet till regionalt vägnät, är att betrakta som ett *externt handelsområde*. Ett exempel på ett externt handelsområde är Väla som är beläget i tätorten Ödåkra, men är geografiskt skilt från centralorten Helsingborg. Andra exempel kan vara Center Syd i Löddeköping som är geografiskt skilt från tätorten Kävlinge eller externhandelsområdet i Hyllinge vilket är geografiskt skilt från centralorten Åstorp.

¹⁰ Till exempel kan nämnas Handels utredningsinstitut (HUI), Centrumutveckling, Urban Land Institute (ULI), International Council of Shopping Centers (ICSC) och Boverket.

¹¹ Med **tätort** avses tätbebyggt område med minst tvåhundra invånare.

¹² Med **centralort** avses den tätort i en kommun där huvuddelen av den kommunala administrationen finns.

¹³ Med **trafikorienterat läge** avses ett läge som innebär en stor andel bilburna kunder.

Om handelsområdet ligger i utkanten av eller på randen till centralorten eller den befolkningsmässigt största tätorten i kommunen, definieras det som ett *halvexternt handelsområde*. Nova Lund kan tas som exempel på ett halvexternt handelsområde.

En anledning till att det kan vara svårt att avgöra vad som är externt och vad som är halvexternt är att det i större städer är vanligt att handel och bostadsbebyggelse tenderar att växa ihop i takt med stadens geografiska expansion. Ett område som en gång var externt kan därför över tiden bli halvexternt eller i viss utsträckning även centralt. Vid bedömningen om ett handelsområde är externt eller halvexternt bör därför hänsyn tas till om kunderna enkelt kan ta sig till affärsetableringen till fots eller med cykel samt även med kollektiva färdmedel. Om dessa möjligheter föreligger för flertalet av kunderna, finns det möjlighet att betrakta etableringen som halvextern även om den från början var extern i förhållande till centralorten.

Ett handelsområdes storlek och innehåll har betydelse för hur många och hur långväga kunder det lockar. Ju större utbud av butiker och varor som ett handelsområde har desto större marknadsområde och desto fler bilburna kunder har det. Kunderna är också villiga att åka en längre sträcka för att handla sällanköpsvaror jämfört med dagligvaror.

Områden som har en bruttototalyta, BTA, som överstiger 3 000 kvadratmeter ingår i urvalet.¹⁴ Det ska förekomma detaljhandel, det vill säga försäljning av dagligvaror och/eller sällanköpsvaror i området.

Tabell 4.1 visar hur ett handelsområde i denna rapport definieras som externt eller halvexternt utifrån de två dimensionerna *lokalisering* och *storlek och utbud*.¹⁵

Tabell 4.1 Definition av extern och halvextern handel utifrån lokalisering, storlek och utbud.

	Externt	Halvexternt
Lokalisering	Geografiskt skilt från den befolkningsmässigt största tätorten eller centralorten i kommunen och med ett trafikorienterat läge med närhet till regionalt vägnät.	I utkanten av eller på randen till centralorten eller den befolkningsmässigt största tätorten i kommunen samt i ett trafikorienterat läge.
Storlek	Över 3 000 kvm BTA	Över 3 000 kvm BTA
Utbud	Dagligvaror och/eller sällanköpsvaror	Dagligvaror och/eller sällanköpsvaror

¹⁴ *Bruttoarea, BTA*: Den totala byggnadsytan. Inkluderar lokaler för försäljning, lager, kontor och personalytor.

¹⁵ Fler definitioner återfinns i bilaga 1.

Ett exempel - Väla handelsområde

Väla handelsområde är beläget 6 kilometer nordöst om Helsingborg alldeles intill på-/avfarten till motorvägen från Göteborg och Stockholm i tätorten Ödåkra. Väla handelsområde är lokaliserat utanför stadsområdet och större delen av besökarna använder bilen för att ta sig till handelsområdet. Det geografiska och det trafikmässiga läget gör att Väla handelsområde kan definieras som ett *externt handelsområde*.

Väla kan definieras som ett planeringsmässigt sammanhängande handelsområde eftersom det innehåller ett flertal butiker inom olika branscher samlade inom ett område och eftersom den totala bruttoarean, BTA, överstiger 3 000 kvadratmeter. Väla handelsområde består i huvudsak av två huvudområden.

Det första området består av Väla köpcentrum, ett *köpcentrum* med drygt 100 butiker inom mode, skor, heminredning, elektronik med mera och med en yta på cirka 47 000 kvadratmeter. I direkt anslutning till Väla köpcentrum återfinns IKEA och ett större antal andra handelsaktörer såsom Coop Extra, Coop Bygg & Trädgård, Babyland, K-Rauta och Toys ”R” Us. IKEA tillsammans med de övriga aktörerna är att betrakta som ett volymhandelsområde eftersom de till stor säljer tunga och skrymmande varor.

Strax norr om Väla handelsområde återfinns ett område bestående av mer utspridd bebyggelse. Förutom handel innehåller området även en del andra verksamheter som tandläkare, verkstäder, sjukgymnastik och bilservice. Totalt innehåller detta område cirka 50 företag. Definitionen för detta område är *handel i industriområde*.

Detaljhandeln i Skåne län

Detaljhandeln i Skåne omsatte år 2005 omkring 53,5 miljarder kronor, vilket innebär en ökning med omkring 40 procent sedan mitten av 1990-talet. Det är i linje med riket där omsättningen ökat med omkring 43 procent under samma period.

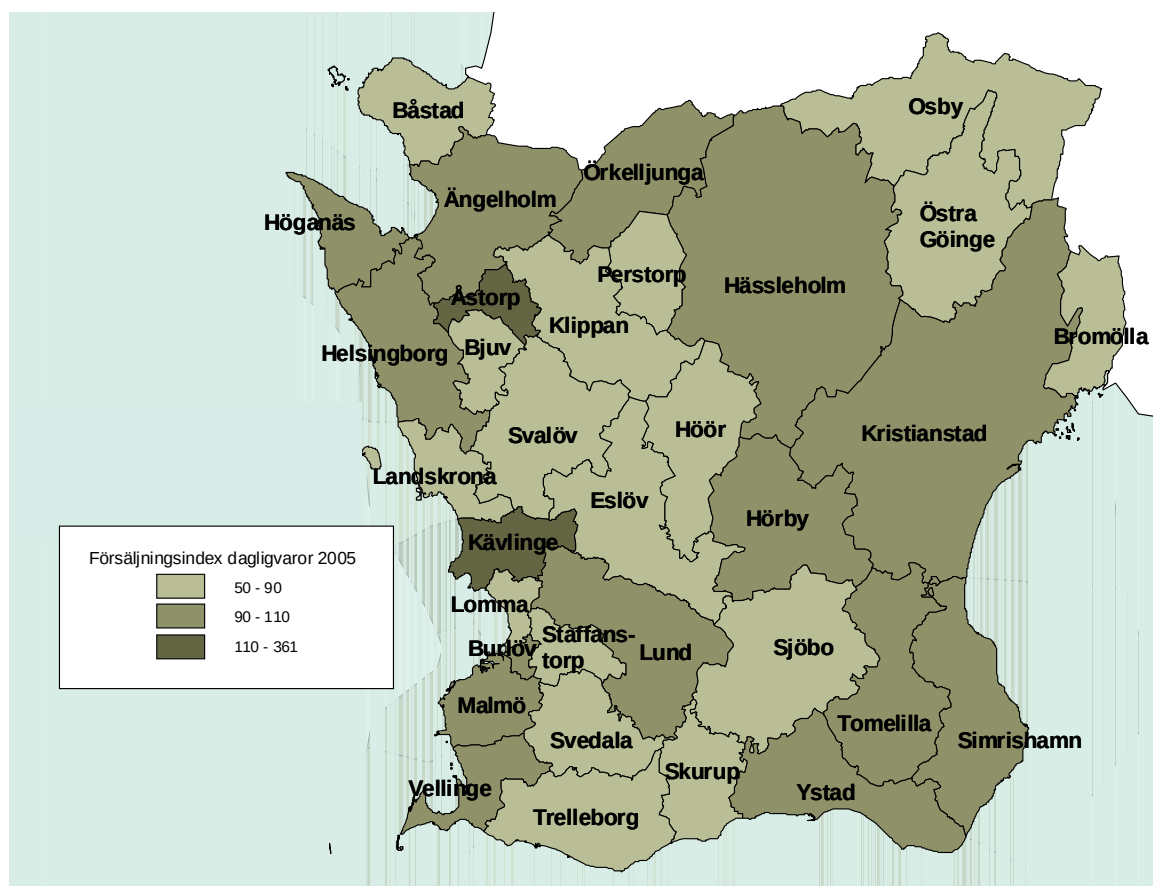
Dagligvaruhandeln i Skåne län

År 2005 omsatte dagligvaruhandeln i Skåne omkring 25 miljarder kronor. Under perioden 1995-2005 ökade dagligvaruhandeln med 25 procent i löpande priser, vilket är något under riksgenomsnittet som ligger på 30 procent.

Omsättningen i dagligvaruhandeln var störst i de befolkningstäta kommunerna Malmö, Helsingborg och Lund. I karta 4.1 redovisas försäljningsindex år 2005 för kommunerna i Skåne län. Försäljningsindex visar försäljningen i en kommun i

förhållande till befolkningsstorleken.¹⁶ Åstorp och Kävlinge kommun har den i särklass starkaste dagligvaruhandeln i förhållande till sin befolkning av samtliga kommuner i Skåne. Även kommunerna i sydöstra Skåne har generellt ett högre försäljningsindex för dagligvaror jämfört med västra Skåne, undantaget Lund, Burlöv, Vellinge, Kävlinge och Åstorp. Det förklaras bland annat av turism. De kommuner som har ett svagare försäljningsindex är framför allt centrala Skåne samt kommuner som gränsar till större handelsplatser.

Karta 4.1 Försäljningsindex för dagligvaror år 2005.



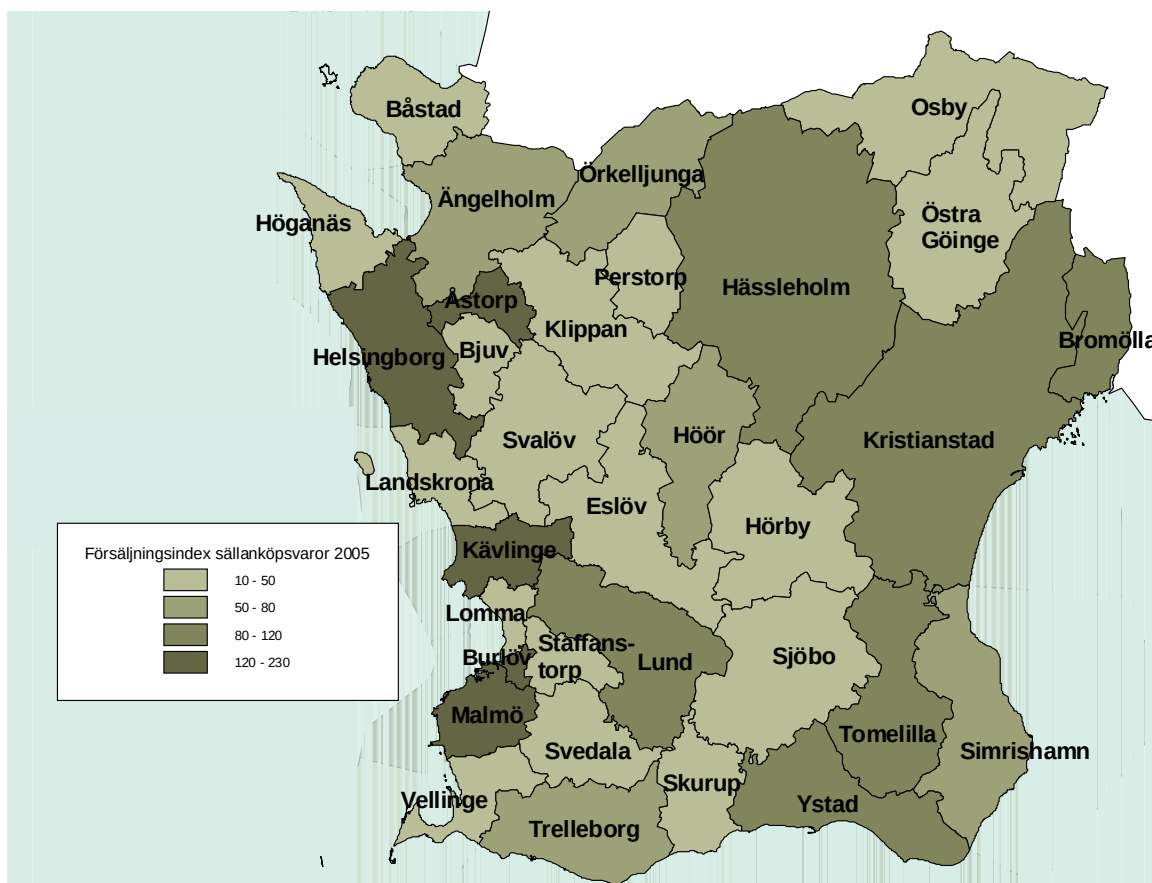
¹⁶ Försäljningsindex beskriver relationen i försäljning mellan faktisk försäljning och försäljningsunderlaget multiplicerat med 100, där försäljningsunderlaget är antalet invånare i kommunen multiplicerat med den genomsnittliga försäljningen per invånare i riket.

Sällanköpsvaruhandeln i Skåne län

Sällanköpsvaruhandeln i Skåne omsatte drygt 28,6 miljarder kronor år 2005, vilket motsvarade 53 procent av länets totala detaljhandel. Sedan mitten av 1990-talet har omsättningen inom sällanköpsvaruhandeln ökat med 55 procent i löpande priser medan den i riket har ökat med knappt 60 procent under samma period. Omsättningen i sällanköpsvaruhandeln var störst i de befolkningsmässigt största kommunerna Malmö, Helsingborg, Lund, Kristianstad, Hässleholm samt Kävlinge.

Karta 4.2 visar att ett fåtal kommuner har ett mycket starkt försäljningsindex: Burlöv, Malmö, Åstorp, Helsingborg och Lund. Dessa kommuner stod för 65 procent av försäljningen i Skåne. I östra Skåne är det Kristianstad, Tomelilla och Ystad som har ett försäljningsindex över 100. Kartan visar att kommunerna i centrala Skåne samt kranskommunerna kring Malmö och Burlöv har mycket svaga försäljningsindex vilket indikerar att befolkningen i dessa kommuner åker till handelsplatser i andra kommuner för att göra stora delar av sina inköp av sällanköpsvaror.

Karta 4.2 Försäljningsindex för sällanköpsvaror år 2005.



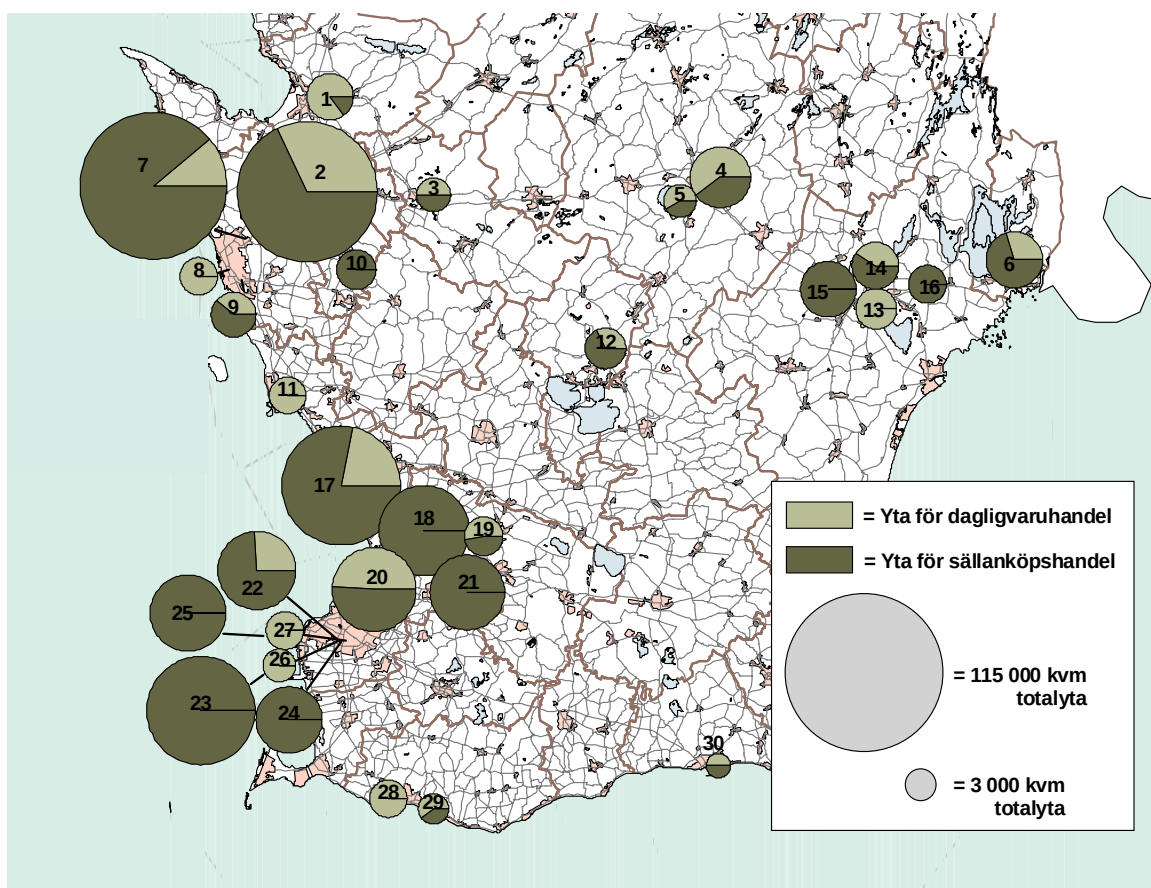
Externhandeln

Dagens detaljhandelsstruktur beror till stora delar på externhandels lokalisering. I detta avsnitt beskrivs därför externhandels utbredning i Skåne baserat på en enkätundersökning till länets samtliga kommuner som Länsstyrelsen i Skåne genomförde hösten 2006. Sammanställningen av svaren visar att det finns cirka 30 halvexterna eller externa handelsetableringar i Skåne län¹⁷.

Externhandels lokalisering och storlek

Den sammanlagda ytan för externhandeln i Skåne uppgår, enligt kommunernas enkätsvar, till drygt 770 000 kvadratmeter år 2006.

Karta 4.3 Externhandels geografiska belägenhet. Figurernas storlek visar storleksförhållandet mätt i BTA. Se även bilaga 2 för mer information om respektive etablering (nr).



Den totala ytan för externhandel i Skåne motsvarar ungefär 38 Nova Lund-etableringar. Externhandeln är geografiskt koncentrerad till de västra delarna av

¹⁷ Se avsnitt 1.4 för definition av halvexterna och externa handelsetableringar.

Skåne, se karta 4.3, vilket till stora delar sammanhänger med länets befolkningskoncentration och infrastruktur. Detta medför att en stor andel av den totala försäljningen sker i Västra Skåne. De största externhandelsområdena ytmässigt är, i fallande ordning, handelsområdena Väla, Åstorp, Center Syd, Svågertorp och Nova Lund.

Typ av handel

Ungefär 75 procent av ytan utgörs av butiker inom sällanköpsvaruhandeln. I en majoritet av externhandelsområdena förekommer både daglig- och sällanköpsvaruhandel. Endast 28 procent har enbart sällanköpsvaruhandeln. Bland dessa återfinns Svågertorp och Bulltofta i Malmö och Härlöv i Kristianstad. Fyra etableringar består endast av dagligvaruhandel och återfinns i Helsingborg, Kristianstad, Trelleborg och Lund. De tre först nämnda är MAXI ICA Stormarknader i externt eller halvexternt läge och i det sistnämnda fallet rör det sig om en ICA Kvantum och AG Favör-etablering. Flera av externhandelsområdena har både ett köpcentrum och ett volymhandelsområde. Köpcentrum återfinns i externhandelsområdena: Burlöv, Jägersro, Väla, Nova och Åstorp och Center Syd. I övriga områden rör det sig om större singeletableringar av volymhandelskaraktär.

Ökning sedan 1999

Sedan 1997-99 då Länsstyrelse gjorde den första kartläggningen har externhandelsytan ökat med cirka 40 procent i Skåne, se tabell 4.1. Vilka externhandelsplatser som tillkommit eller byggts ut sedan 1999 framgår av bilaga 2.

Tabell 4.1 Externhandelsytan enligt enkät till kommuner 1997-99 respektive 2006.

	Externhandelsyta (BTA)
Kartläggning 2006	770 000 kvm
Kartläggning 1997-99	450 000 kvm

Omsättningen i externhandelsområdena

De externhandelsområden som har fångats i enkäten omsatte cirka 16 miljarder kronor år 2005. Av detta uppskattas dagligvaruhandeln stå för cirka 7 miljarder kronor och sällanköpsvaruhandeln för 9 miljarder kronor. Det innebär att externhandelsområdena i de kommuner där externhandel finns skulle stå för cirka 35 procent av omsättningen år 2005. Beräknas istället andelen för den totala försäljningen i Skåne län blir andelen 30 procent.

Tabell 4.2 Andel av försäljning 2005 som skedde i halvexterna och externa lägen (uppskattad omsättning).

	Andel av försäljning
Kävlinge	92 %
Burlöv	65 %
Helsingborg	54 %
Kristianstad	38 %
Lund	23 %
Malmö	22 %
Totalt för kommuner med externhandel	35 %
Totalt i Skåne län	30 %
Riket	20-25 %**

** Jämförelsen är gjord utifrån Köpcentrumkatalogen 06/07 och inkluderar regioncentrum, externcentrum, storbutikscentrum och handelsområden.

Av tabellen framgår att externhandeln i Kävlinge kommun, området Center Syd, stod för cirka 90 procent av kommunens totala omsättning. Även i Burlöv och Helsingborg stod externhandeln för en betydande del av omsättningen i kommunen. I Lund och Malmö är dessa andelar betydligt lägre och uppgår till drygt 20 procent. Dessa andelar är beräknade för år 2005 och då ett flertal nya butiksetableringar skett under år 2006 i dessa kommuner är det rimligt att anta att andelen kommer att öka. I jämförelse med riket är Skåne län relativt välförsörjt med externhandel.

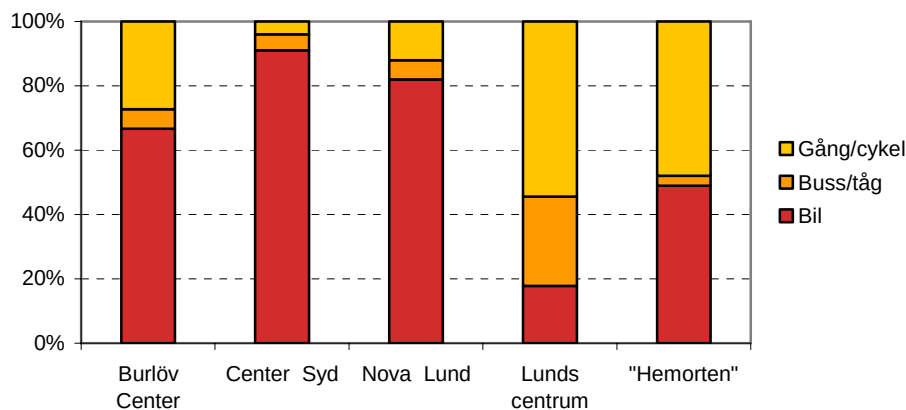
Effekter av strukturuomvandlingen ur ett ekologiskt perspektiv

Planering och lokalisering av handeln är viktig för den ekologiska hållbarheten eftersom den bland annat påverkar trafik- och utsläppsmängder. Miljöpåverkan styrs i hög grad av färdmedelsval för inköpsresor. Den sammanlagda körsträckan med motorfordon påverkar buller och utsläpp av såväl koldioxid som hälsofarliga ämnen – till exempel kväveoxider, partiklar och kolväten. Detta avsnitt tar främst upp de ekologiska aspekterna men ur ett miljömässigt perspektiv påverkas även bland annat markanvändning, natur- och kulturvärden samt landskapsbild.

Färdmedelsval

Flera studier som genomförts de senaste tio åren visar att externa handelsetableringar påverkar resmönstret framför allt genom att färdmedelsvalet ändras¹⁸. Antalet resor är ungefär desamma, men andelen resor med bil ökar och andelen resor som görs till fots och med cykel minskar. I en av de senaste forskningsrapporterna konstateras att för inköp på externa köpcentrum görs i medeltal nio av tio inköpsresor med bil, medan motsvarande andel för inköp på hemorten är knappt fem av tio, se figur 4.1.

Figur 4:1 Färdmedelsfördelning vid inköp för tre externa etableringar, centrumhandel samt i hemorten (någonstans i Skåne). Källa: Trivector (2005).

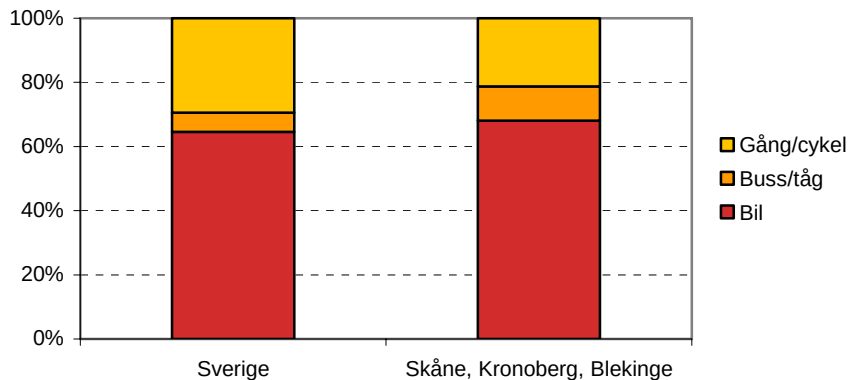


Som framgår av figuren har Burlöv Center en lägre andel bilburna kunder jämfört med övriga externa etableringarna. Detta kan förklaras av att Burlöv Center även fungerar som närcentrum för orten. Här syns även att Nova Lund, trots närheten till tätorten Lund, har en hög andel kunder med bil. Färdmedelsfördelningen i fi-

¹⁸ Se bl a Forsberg et al (1994) Ljungberg et al (1994) och Trivector (2005)

gur 4.1 kan jämföras med färdmedelsfördelningen för inköpsresor totalt i Sverige och för området Skåne, Kronoberg, Blekinge, se figur 4.2. Bil står totalt för drygt 60 procent av inköpsresorna. Generellt står sällanköpsinköpen för en större andel resor med bil då en del av dagligvaruinköpen genomförs till fots i närområdet.

Figur 4.2 Färdmedelsfördelning för inköpsresor i Sverige respektive för Skåne, Kronoberg, Blekinge, enligt den nationella resvaneundersökningen RES 2001.



Trafikarbete och utsläpp för inköpsresor

Flera svenska forskningsstudier visar att externa handelsetableringar medför ett ökat trafikarbete¹⁹. Halvexterna etableringar leder även de till ett ökat trafikarbete eftersom de ofta har en stor attraktionskraft och därmed stor räckvidd. Även om koncentrationen av affärer på köpcentra kan innebära färre resor, visar studierna att de ökade valmöjligheterna och de förhållandevis billiga transportkostnaderna gör att vi är beredda att resa längre än till närmsta köpcentrum för att göra våra inköp. Krav på uppfyllande av våra personliga preferenser är större än uppoffringen av en längre resa. En studie visar till exempel att över hälften av handelsbesökarna har en annan handelsetablering av samma karaktär (i detta fall köpcentrum med sällanköpsvaror) på kortare avstånd från hemmet än den man valt att handla på²⁰. Om alla hade valt närmaste stora etablering (en av Skånes tio största med butiksyta över 20 000 kvm) hade trafikarbetet kunnat minska med nästan en femtedel. Samma studie visar att medelreslängden med bil varierar mellan 3 mil och 5 mil för de etableringar som studerats om man ser till tur- och returesor som står för cirka 60 procent av resorna.

Ökat trafikarbete med bil innebär ökade utsläpp till luft samt buller. För utsläpp av vissa hälsofarliga ämnen har det betydelse var dessa utsläpp sker, medan effekterna för den klimatpåverkande gasen koldioxid blir lika oavsett var utsläppen sker.

¹⁹ Se bl a Forsberg et al (1994); Ljungberg et al (1994) Svensson et al (2002) och Trivector (2005)

²⁰ Trivector (2005)

Mängden koldioxid är direkt proportionerlig mot mängden bränsle och går inte att rena bort från utsläppen. Ett ökat trafikarbete ger således en direkt proportionerlig ökning av koldioxidutsläppen med cirka 2,3 kg koldioxid per liter bensen. I Sverige och Skåne är trafiken den största enskilda källan till koldioxidutsläppen.

I två av de studier som redovisats tidigare har utsläppen beräknats²¹. Där konstateras att externa etableringar medför större avgasutsläpp och större energiförbrukning jämfört med om inköpen gjorts på annat sätt. En jämförelse mellan Burlöv Center, Center Syd, Nova Lund och Lunds centrum med avseende på koldioxidutsläpp per besökare visade att handelsbesökarna till externhandelsområdena genererar 2-4 ggr så mycket koldioxid per person som besökarna till Lunds centrum²². Denna skillnad beror på att besökarna i Lunds centrum går, cyklar och åker kollektivt i högre grad än besökarna på de andra etableringarna som jämförts.

Varustransporter

Få studier är genomförda som visar hur trafikarbetet för varustransporter påverkas av externhandel. En studie av varustransporter till externa köpcentra och centrumhandel visade att effektiviteten i inleverans inte beror på butikens läge utan på butikernas och distributionsområdets storlek och rutternas uppläggning²³. Det finns ett starkt samband mellan effektivitet och levererade volymer per leverans och rutt. Detta kan uppnås i områden med hög täthet av stora butiker, vilket ofta finns i externa köpcentrum, men också kan finnas i koncentrerade stadskärnor. Externa köpcentrum har dock en konkurrensfördel när det gäller möjligheter att samordna varudistributionen genom de organisatoriska fördelarna som finns där.

Koldioxidutsläpp från Skånes externhandelsetableringar 2006

Externhandeln i Skåne uppskattas ha bidragit med cirka 550 miljoner fordonskilometer med bil årligen.²⁴ Detta motsvarar att externhandeln står för ungefär 60 procent av trafikarbetet för inköpsresor.²⁵ Det framräknade biltrafikarbetet motsvarar mer än 100 000 ton koldioxid, vilket i sin tur motsvarar cirka fyra procent av utsläppen från transporterna (alla transportslag) i Skåne.

Beräkningen av trafikarbete utgår från att antalet besökare med bil är drygt 50 miljoner totalt per år. Om besöksantalet översätts till resor får man fram att externhandeln enligt detta beräkningssätt motsvarar cirka 40 procent av inköpsre-

²¹ Ljungberg et al (1994), Trivector (2005)

²² Trivector (2005)

²³ Hagson, A & Mossfeldt, L (1998)

²⁴ Den översiktliga beräkningen baseras på kända forskningsresultat och schablonvärden.

²⁵ Enligt analys i den nationella resvanedatabasen RES2001.

sorna (enligt RES2001), vilket kan jämföras med externhandels andel av omsättningen i Skåne som ligger på cirka 30 procent (2005).

Markanvändning

Kartläggningen visar att externhandelsytorna i Skåne 2006 upptog 770 000 kvm BTA. Till detta tillkommer ytor för till exempel infrastruktur och parkering. Handelsetableringarna förfogar tillsammans över ca 30 000 p-platser som motsvarar en yta av ca 800 000 kvm, dvs ungefär lika stor som byggnadsytan för handel (BTA). I denna beräkning ingår inte vägen dit utan endast vägytor inom parkeringen. Externhandels byggnadsyta i Skåne med parkering skulle med denna beräkning då motsvara ca 270 fotbollsplaner.

Miljömålen

De utsläpp av koldioxid och hälsofarliga ämnen samt buller som biltrafiken till externhandeln genererar står i kontrast mot bland annat miljömålen om minskad klimatpåverkan, frisk luft och god bebyggd miljö.

Ekonomiska effekter av strukturuomvandlingen

Handeln är betydelsefull för den regionala tillväxten. För att belysa vilka effekter externhandels utbredning har fått ur ett ekonomiskt perspektiv redovisas försäljningsutveckling, sysselsättning och prisseffekter.

Försäljningsutveckling inom dagligvaruhandeln

Dagligvaruförsäljning i externa eller halvexterna lägen sker framför allt i stora butiksformat såsom Coop Forum, MAXI ICA Stormarknad, Willys och City Gross. Totalt omsatte dagligvaruhandeln i externa lägen drygt 7 miljarder, vilket motsvarar 28 procent av den totala försäljningen inom dagligvaruhandeln. Ett sätt att studera hur utbyggnaden av större dagligvarubutiker har påverkat olika kommuner är att studera försäljningsutvecklingen över tid. På riksnivå tenderar dagligvaruhandeln att koncentreras mot större städer och regioncentra. Det är därför intressant att studera hur olika kommuntyper har utvecklats i Skåne i jämförelse med jämförbara kommuner i riket.

Tabell 4.3 Försäljningsförändring 1995-2005 i dagligvaruhandeln, löpande priser.²⁶ (HUI)

	Procentuell förändring	
	Skåne län	Riket
Storstäder	23 (1)	23
Förortskommuner	20 (6)	43
Större städer	26 (3)	36
Pendlingskommuner	37 (10)	31
Varuproducerande kommuner	-5 (4)	15
Övriga kommuner > 25 000 inv.	31 (5)	31
Övriga kommuner, 12 500 och 25 000 inv.	13 (4)	11
Totalt	25 (33)	30

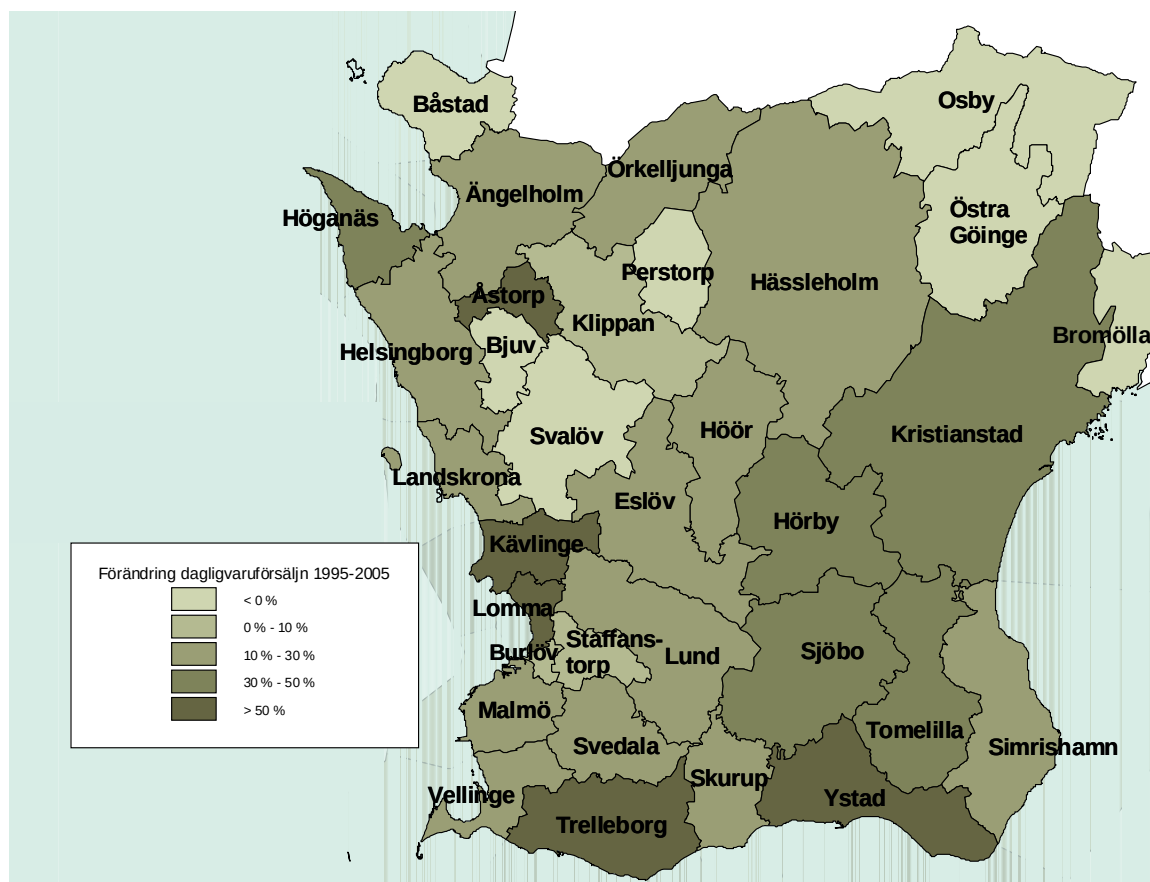
* Siffran inom parantes anger antalet kommuner i respektive grupp.

Förortskommuner, större städer och varuproducerande kommuner har haft en utveckling som understiger genomsnittet för riket. En förklaring till att förortskommuner inte uppvisar samma utveckling beror på att utbyggnaden av externhandeln inte varit lika kraftig i dessa kommuner såsom den varit i Stockholm och Göteborgs län. Att större städer inte ligger i linje med riket förklaras dels av närhet till andra kommuner med större dagligvaruetableringar, dels av att utbyggnaden av större dagligvarubutiker inte genomförts. De varuproducerande kommunerna kan sägas ha påverkats kraftigare av detaljhandelns strukturomvandling jämfört med genomsnittet för riket. En förklaring skulle kunna vara den relativa närheten mellan kommunerna i Skåne län.

Dagligvaruhandelns utveckling under den senaste 10-årsperioden redovisas i karta 4.4 på kommunnivå. Dagligvaruhandelns tillväxt är förhållandevis jämn i Skåne län. Dagligvaruhandeln har ökat starkast i Kävlinge, Trelleborg, Åstorp och Ystad. Samt i östra Skåne där turismen torde vara en viktig delförklaring. Samtidigt har dagligvaruhandeln minskade i ett antal kommuner där befolkningen har minskat och som samtidigt angränsar till kommuner med starka marknadsplatser. Bland dessa kan nämnas Perstorp, Bromölla, Östra Göinge.

²⁶ Indelningen baseras på Sveriges Kommuner och Landstings kommungruppsindelning.

Karta 4.4 Dagligvaruhandelns utveckling 1995-2005, procentuell förändring av försäljning.



Försäljningsutveckling inom sällanköpsvaruhandeln

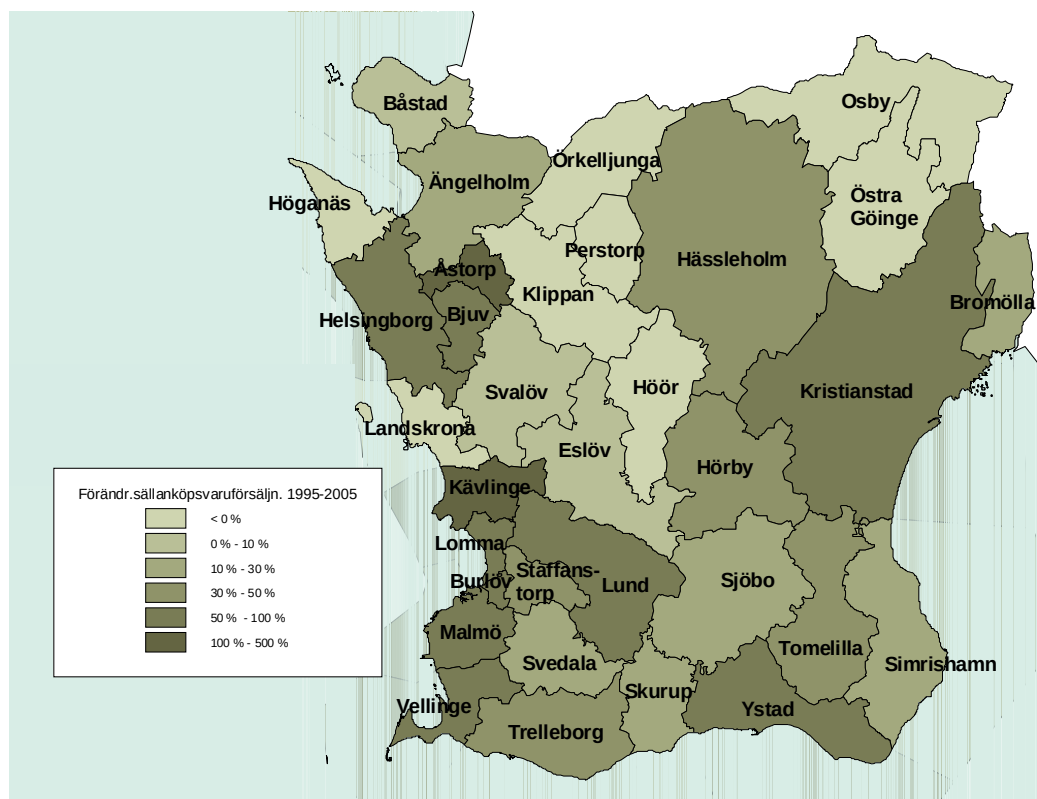
Den koncentration som sker inom dagligvaruhandeln är än tydligare inom sällanköpsvaruhandeln. År 2005 svarade 50 kommuner för 75 procent av försäljningen i riket. I Skåne har sällanköpsvaruhandeln tydligare än i resten av Sverige koncentrerats till storstäder och större städer. Förortskommuner, varuproducerande kommuner, övriga kommuner med mer än 25 000 invånare och övriga kommuner med 12 500 och 25 000 invånare har haft en lägre tillväxt än jämförbara kommuner i riket, se tabell 4.4.

Tabell 4.4 Försäljningsförändring 1995-2005 i sällanköpsvaruhandeln, löpande priser (HUI).

	Procentuell förändring	
	Skåne län	Riket
Storstäder	61 (1)	57
Förortskommuner	54 (6)	92
Större städer	70 (3)	63
Pendlingskommuner	64 (10)	45
Varuproducerande kommuner	-22 (4)	26
Övriga kommuner > 25 000 inv.	31 (5)	52
Övriga kommuner, 12 500 och 25 000 inv.	12 (4)	24

* Siffran inom parentes anger antalet kommuner i respektive grupp.

Karta 4.5 Sällanköpshandelns utveckling 1995-2005, procentuell förändring av försäljning.



Karta 4.5 visar att sällanköpsvaruhandeln vuxit kraftigt runt och i Helsingborg, Malmö, Lund och Kristianstad. Samtliga dessa kommuner har externa etableringar som under perioden har etablerats och/eller vuxit över tiden. Centrala Skåne uppvisar en svag till måttlig försäljningsutveckling. Samtidigt finns det ett antal kommuner som har fått se sin försäljning av sällanköpsvaruhandeln minska, t ex Örkelljunga, Landskrona, Perstorp, Klippan och Osby. Mindre kommuner utan

externhandel har således i vissa fall haft svårt att följa med i försäljningsutvecklingen inom sällanköpsvaruhandeln.

Påverkan på centrumhandel

En annan intressant fråga är huruvida utbyggnaden av externhandeln har påverkat centralortens centrumhandel. Genom att studera data över centrumhandelns utveckling i de större kommunerna kan konstateras att dessa har haft en relativt bra utveckling.

Tabell 4.5 Centrumhandeln och kommunens försäljningsförändring åren 2000-2005 samt 2003-2005. (Källa: Svensk Handel Syd, Detaljhandeln i Skåne, olika årgångar).

	2000-2005	2000-2005	2003-2005	2003-2005
	City	Kommunen totalt	City	Kommunen totalt
Helsingborg	22%	28%	12%	13%
Hässleholm			3%	15%
Kristianstad			9%	15%
Landskrona	7%	-3%	6%	1%
Lund	6%	41%	2%	11%
Malmö	37%	31%	22%	18%
Trelleborg			1%	0%
Ystad			21%	20%
Ängelholm			11%	0%
Riket totalt		29%		13%

Tabellen visar att stadskärnorna i Helsingborg, Landskrona, Malmö, Trelleborg, Ystad och Ängelholm utvecklats i nivå med kommunen som helhet eller bättre. Hässleholm, Lund och Kristianstad stadskärnor har haft en svagare tillväxt, men dock positiv. I Lund öppnade Nova Lund under hösten 2002, vilket sannolikt fortfarande påverkar centrumhandeln medan centrumhandeln i Hässleholm känner av konkurrens från framför allt Kristianstad. Kristianstad city har ökat relativt bra, dock inte i linje med kommunen som helhet. Detta kan förklaras av att ett antal nyetableringar i externa lägen tillkommit som medfört att kommunen ökat starkt totalt sett. Det skulle tyda på att stadskärnorna trots allt står sig ganska bra i konkurrensen och att många externhandelsområden inte direkt konkurrerar med cityhandeln. Dessa slutsatser får också stöd av den enkät som skickades ut till länets kommuner i samband med detta projekt. Stadskärnan är också många gånger ytmässigt begränsat vilket kan göra det svårt att utveckla handeln. De externhandelsområden som direkt konkurrerar med citykärnorna är framför allt de som innehåller ett köpcentrum.

Om konkurrens och attraktivitet i stadskärnan

Det finns ett komplicerat konkurrensförhållande mellan externhandeln och handeln i stadskärnor, bostadsområden och andra marknadsplatser. I en undersökning på uppdrag av föreningen Svenska stadskärnor undersökte HUI vad som kännetecknar framgångsrik handel i en stadskärna.

Studiens huvudresultat var att framgångsrika stadskärnor var geografiskt belägna i en region med gynnsamma efterfrågeförhållanden men också att detaljhandelns utbud, bredd och sammansättning, tillgänglighet, fysisk miljö, mångfald av verksamheter samt en känsla av trygghet var viktiga för att konsumenternas val av marknadsplats.

På frågor om den fysiska miljön uppgav respondenterna att det var mycket viktigt för stadens attraktivitet att det var rent och snyggt på gator och torg, att det fanns goda kommunikationer till och inom stadskärnan och att det var lätt att ta sig till fots mellan stadens olika delar. Beträffande mångfalden av verksamheter framhölls vikten av ett stort och varierat utbud av privat och offentlig service, ett stort och varierat butiksutbud med såväl kedjeföretag som duktiga lokala handlare och tillgång till specialbutiker i olika branscher. Dessutom ansågs det viktigt med en god tillgång till caféer, restauranger och pubar. Andra tillgänglighetsaspekter som också lyftes fram från respondenterna var förekomsten av samordnade och långa öppettider.

En annan viktig slutsats av denna studie, vilket också bekräftats i andra sammanhang, var att konkurrens mellan stadskärnor och externhandel kan vara tveeggad. Å ena sidan riskerar ett för starkt konkurrenstryck liksom begränsningar eller till och med frånvaro av konkurrens, från externhandelsområden och/eller stadskärnor inom den aktuella kommunen eller i näraliggande kommuner, att leda till att viljan till aktivt förändringsarbete från olika samverkande aktörer avstannar eller begränsas. Med frånvaro av aktivt förändringsarbete riskerar sådana stadskärnor att föra en tynande tillvaro på grund av långsamt avtagande attraktivitet. Som exempel kan nämnas Trollhättan, Östersund, Kramfors, Boden m fl.

Å andra sidan innebär ett lagom konkurrenstryck ett uppvaknande för stadskärnans aktörer. För att möta den ökade konkurrensen från externhandeln finns därmed en ökad vilja från stadskärnans aktörer att tillsammans inleda ett aktivt förändringsarbete. Detta förändringsarbete innebär ofta upprustningar av den fysiska miljön och arbete med att förstärka det lokala näringslivets och kulturens förutsättningar i syfte att differentiera handels- och serviceutbud i stadskärnan från dito på de externa marknadsplatserna. Därigenom uppnås många gånger en ökad attraktivitet för stadskärnan. Man kan i detta sammanhang lyfta fram en lång rad

exempel på kommuner där ett aktivt förändringsarbete i stadskärnorna har lett till en mer attraktiv handel för kommunen som helhet. Till de mer aktuella exemplen hör Malmö, Helsingborg, Karlstad, Växjö, Alingsås, Jönköping, Luleå, Skellefteå, Piteå.

Sysselsättningseffekter

Som konstaterades inledningsvis är sysselsättningen inom detaljhandeln viktig för näringslivet i allmänhet och det lokala näringslivet i synnerhet. Antalet sysselsatta i Skåne uppgick till drygt 26 000 år 2004, vilket motsvarar cirka 5 procent av den totala sysselsättningen. Denna andel är samma som i riket. Sett över den senaste 10-årsperioden har sysselsättningen inom dagligvaruhandeln i stort sett varit oförändrad medan sysselsättningen inom sällanköpsvaruhandeln har ökat kraftigt, vilket är i linje med utvecklingen i riket. Att sysselsättningen inom dagligvaruhandeln har varit oförändrat trots en positiv försäljningsutveckling hänger samman med en ökad produktivitet inom branschen där stormarknaderna har varit en starkt bidragande orsak.

Inom sällanköpsvaruhandeln har produktivitetsutvecklingen inte kommit lika långt och en ökad försäljning betyder således fortfarande ett ökat antal sysselsatta. Helsingborg, Lund, Malmö och Kristianstad uppvisar störst tillväxt i absoluta tal för sysselsättningen inom sällanköpsvaruhandeln och följaktligen ligger de också bakom det största bidraget till länets sysselsättningstillväxt.

Inom dagligvaruhandeln har sysselsättningen ökat mest i Åstorp, Kävlinge, Vellinge och Malmö, det vill säga i kommuner där även omsättningen ökat kraftigt. I ett antal kommuner har sysselsättningen haft en svagt positiv utveckling samtidigt som omsättningen ökat relativt kraftigt. Bland annat kan nämnas Lund, Helsingborg och Malmö. Ystad, Hässleholm och Kristianstad, som är exempel på kommuner där sysselsättningen har minskat trots att omsättningen ökat kraftigt under samma period. Bjuv, Perstorp, Svalöv och Östra Göinge sticker ut som kommuner där både sysselsättning och omsättning backat under perioden.

Priseffekter

I ett antal undersökningar från början av 2000-talet fann Konkurrensverket att det fanns ett visst samband mellan relativ prisnivå på länsnivå och lågprisbutikernas och stormarknadernas marknadsandelar.²⁷ I en senare undersökning kom Konkurrensverket till liknande slutsatser då de konstaterade att lågprisbutikernas mark-

²⁷ Konkurrensverket (2001) s 36 ff.

nadsandel har en allmänt prispressande effekt så till vida att etablerade butiker på en marknad sänker sina priser för att möta den ökade konkurrensen.²⁸

Sedan dessa undersökningar genomfördes har dagligvaruhandeln genomgått stora förändringar vilket också har fått genomslag på den allmänna prisnivån. Under 2003-2005 sjönk priserna med knappt 3 procent för att under första halvan av 2006 stiga något och därefter stabilisera sig.²⁹ Den fallande trenden beror på flera sammanhängande faktorer. Framför allt kan den ökade konkurrensen inom dagligvaruhandeln framhållas. Ett mycket stort antal lågprisbutiker som Lidl, Netto, Willys och Citygross har etablerats runt om i landet. Dessutom har de etablerade aktörerna ökat antalet stormarknader, vilka ofta har ett relativt stort lågprisutbud. Ytterligare en förklaring står att finna i att dagligvaruaktörerna har breddat och fördjupat utbudet av egna varumärken i sina olika butikskoncept.

PRO:s prisnivåundersökningar kan användas för att säga något om den regionala prisutvecklingen under perioden 2004-2006. Undersökningar är intressanta eftersom de, i kombination kunskap om var lågpris och stormarknadsetableringar har skett under de senaste åren, gör det möjligt att ge en indikation på sambandet mellan prisutveckling och butiksetablering på regional nivå. Undersökningarna visar att priserna i riket har minskat med drygt 2 procent mellan 2004 och 2006 och de regionala prisvariationerna har minskat avsevärt mellan de två undersökningarna.

I en majoritet av Sveriges län har det etablerats färre än tio stormarknader och lågprisbutiker under perioden samtidigt som priserna i vissa län har minskat något under riksgenomsnittet och i andra län något över riksgenomsnittet. I Stockholms län har lågpristrenden slagit igenom på allvar under perioden genom att priserna har sjunkit kraftigt jämfört med riksgenomsnittet samtidigt som det under perioden har etablerats 30 lågprisbutiker och stormarknader i länet. I Skåne och Västra Götalands län är inte bilden lika tydlig då priserna fallit i linje med riket samtidigt som det under perioden etablerats ett stort antal lågprisbutiker och stormarknader. Anledningen till att priserna inte sjunkit mer i dessa län torde stå att finna i att de redan i början av perioden hade prisnivåer i linje med riksgenomsnittet.

Sambandet mellan att etableringar av lågprisbutiker och stormarknader leder till sjunkande priser är således inte självklart. En rimlig förklaring till detta kan vara att prisnivåerna idag är relativt homogena varför det är svårt att sänka priset ytterligare och samtidigt behålla lönsamheten i butiken.

²⁸ Konkurrensverket (2002) s 32.

²⁹ SCB, statistiska databaser, konsumentprisindex.

Effekter av strukturuomvandlingen ur ett socialt perspektiv

Ur ett socialt hållbarhetsperspektiv är handeln betydelsefull. De sociala aspekter som tas upp här är handeln som mötesplats, utbud, öppettider och tillgänglighet för olika grupper och med olika färdmedel. En annan social aspekt är att de utsläpp som transporterna genererar får negativa konsekvenser för livsmiljön, vilket sin tur påverkar vår hälsa och vårt välbefinnande. Alla dessa aspekter måste vägas in vid beslut om etablering av externhandel.

Mötesplats

Handelsplatser är och har alltid varit viktiga som mötesplatser. Externa handelsplatser kan erbjuda attraktiv handel för användaren, men det är ofta stadskärnorna som står för mångfalden och den bostadsnära handeln som står för närheten. För framför allt kvinnor, barn, äldre och funktionshindrade är närhet en viktig aspekt.

Det är också viktigt att notera de skillnader som finns mellan privat och offentligt rum. Den mötesplats som skapas i köpcentrum – såväl i externa som i centrala lägen – är en privat arena där privata intressen bestämmer vem som får komma in på mötesplatsen och vilka regler som ska råda. På den allmänna platsen är å andra sidan alla fria att delta och uttrycka sina åsikter. De grupper som tillåts på den privata arenan kan å andra sidan uppleva det som tryggt och säkert.

Utbud

Den utbyggnad av externhandeln som skett de senaste åren har bland annat inneburit att kunderna erbjudits större butiker i externa lägen vilka har möjlighet att hålla ett djupare och bredare sortiment, här kan bland annat nämnas byggvaruhandeln. Vidare har allt fler utländska koncept kommit in på den svenska marknaden. Till viss del kan externhandeln sägas ha bidragit till detta, eftersom vissa utländska aktörer önskar externa lägen. De i många etablerares ögon attraktiva externa lägena för handel har i sin tur möjliggjorts tack vare den höga vägkapacitet som finns i Sverige. Väginfrastrukturen har funnits där gratis att utnyttja, vilket gör att biltransportkostnaderna blir förhållandevis låga³⁰.

Den strukturuomvandling som skett inom detaljhandeln de senaste åren har många gånger lett till en ökad satsning på stadskärnornas utbud och trivsel för att möta konkurrensen från omkringliggande stadskärnor och externa handelsplatser.³¹ Ex-

³⁰ Svensson, Tomas (2002)

³¹ Föreningen Svenska Stadskärnor arbetar aktivt med förnyelse av stadskärnor. I Skåne har bland annat Malmö och Helsingborg blivit utsedda till Årets stadskärna.

ternhandeln har bidragit till att stadskärnorna koncentrerats på en mindre yta men samtidigt att effektiviteten ökat i stadskärnornas handel. Ett allt viktigare inslag, och konkurrensfördel, i många stadskärnor är utbudet av kaféer och restauranger vilka också ökat i antal under de senaste åren, det vill säga, centrum som mötesplats blir allt viktigare.

Öppettider

I Sverige finns det ingen lag som reglerar öppettiderna. Under senare år har köpcentrum, både i externa lägen och i stadskärnor, åtminstone i de större städerna, och externa handelsområden successivt utökat sina öppettider. Köpcentrum har lättare att hålla gemensamma öppettider och på det sättet en stark konkurrensfördel gentemot stadskärnorna där flera handlare ska komma överens. De längre öppettiderna i de större städernas centrum och externhandels långa öppethållande kan på så sätt sägas ha lett till ökad tillgänglighet åtminstone för de grupper som har närhet till eller möjlighet att ta sig till de externa handelsplatserna och/eller större städernas stadskärnor. Många barnfamiljer uppskattar till exempel möjligheten att handla på helger och kvällar. För handeln i mindre städer och orter är det ofta svårare att enas om gemensamma och längre öppettider, vilket inte påverkat konsumentens tillgänglighet i någon större omfattning. Detta innebär samtidigt en konkurrensnackdel för handeln i mindre orter.

Tillgänglighet med olika färdmedel

De negativa sociala konsekvenserna av externhandel handlar om att grupper utan tillgång till bil får en försämrad tillgång till handel och service om bostadsnära handel och service slås ut. En studie visar att av de hushåll som inte handlar i externa centra förklarar 40 procent det med tillgänglighetsargument³². De anger antingen att de inte kan ta sig dit överhuvudtaget eller att det är för långt. Främst handlar det om konsumenter som inte har tillgång till bil. Då externa köpcentrum ofta i första hand är planerade för bilburna kunder leder det till att tillgängligheten ökar för de bilburna och minskar för de andra.

Ungefär en fjärdedel av Sveriges befolkning har inte tillgång till bil. Hit hör bland annat äldre, kvinnor och ungdomar. Det är dessutom så att de som gör flest inköpsresor i Sverige, nämligen kvinnorna, oftare använder sig av gång, cykel och kollektivtrafik för sina inköpsresor än männen. Framför allt cyklar kvinnor oftare och handlar. Mer än hälften av kvinnornas inköpsresor görs med gång, cykel och kollektivtrafik.³³ Tillgängligheten med dessa färdmedel är därför mycket viktig ur ett jämställdhetsperspektiv. Detta gäller inte minst för dagligvaror där framför allt

³² Forsberg et al (1994)

³³ Nationella resvaneundersökningen, RES (2005) och andra resvaneundersökningar

kvinnor prioriterar närhet, kanske beroende av att kvinnor ofta kombinerar flera ärenden.

En översiktlig analys av tillgängligheten till de externa och halvexterna etableringarna i Skåne har gjorts genom att studera utbud av kollektivtrafik till närmsta centralort och förekomst av regional trafik samt gång- och cykelstråk. Endast en tredjedel av de externa etableringarna bedöms ha ett godkänt utbud av kollektivtrafik. Åtta bedöms ha en dålig tillgänglighet och saknar då regionala förbindelser eller har en turtäthet med lokalbuss som överstiger en halvtimme. Flera av de etableringar som bedöms ha en dålig tillgänglighet är inte oväntat så kallade singeletableringar.

En ytterligare faktor är konkurrenskraften hos gång, cykel och kollektivtrafik jämfört med bil. En studie som jämfört tre externa och halvexterna handelsetableringar med centrum visade att centrum var det område som hade bäst tillgänglighet för alla transportmedel³⁴. Även om utbudet av kollektivtrafik i vissa fall var ganska bra till de externa etableringarna visade det sig att kollektivtrafiken ofta hade svårt att hävda sig gentemot bilen vid jämförelse av restid. Detta avspeglade sig även i färdmedelsfördelningen till de externa etableringarna.

Hälsofrågan

En annan social aspekt är att de utsläpp som transporterna genererar får negativa konsekvenser för livsmiljön, vilket sin tur påverkar vår hälsa och vårt välbefinnande. Hälsofrågan är en av de strategiska utmaningarna för en hållbar utveckling enligt regeringens strategi för hållbar utveckling. Ur folkhälsosynpunkt är det bättre med mindre biltrafik och lägen för handel som uppmuntrar till mer gång- och cykeltrafik.

³⁴ Trivector (2005)

5. Externhandeln 2015

I Skåne län finns 550 000 kvadratmeter som kan komma att bebyggas med handelsetableringar. Vad innebär då en utbyggnad av halvexterna och externa handelsetableringar för en hållbar utveckling i Skåne län? Frågan diskuteras närmare i kapitlet. Komplexiteten i frågan gör att scenariot med nödvändighet blir översiktlig.

Planerad handel och scenario 2015

Den utveckling som skett hittills inom detaljhandeln har inneburit att externhandeln har vuxit och fått en allt större marknadsandel. Den trend som sker just nu är också att mindre kommuner, befolkningsmässigt sett, i högre utsträckning får halvexterna eller externa etableringar. I samband med enkäten tillfrågades kommunerna om huruvida det finns detaljplaner som är antagna men i dagsläget inte bebyggda och om det finns områden som i framtiden kan komma att bebyggas, se bilaga 3. Som framgår av tabell 5.1 innebär detta en ökning av dagens externhandelsyta med 526 000 kvadratmeter, vilket motsvarar en ökning med 70 procent.

Tabell 5.1 Tillkommande yta för externa och halvexterna handelsetableringar.

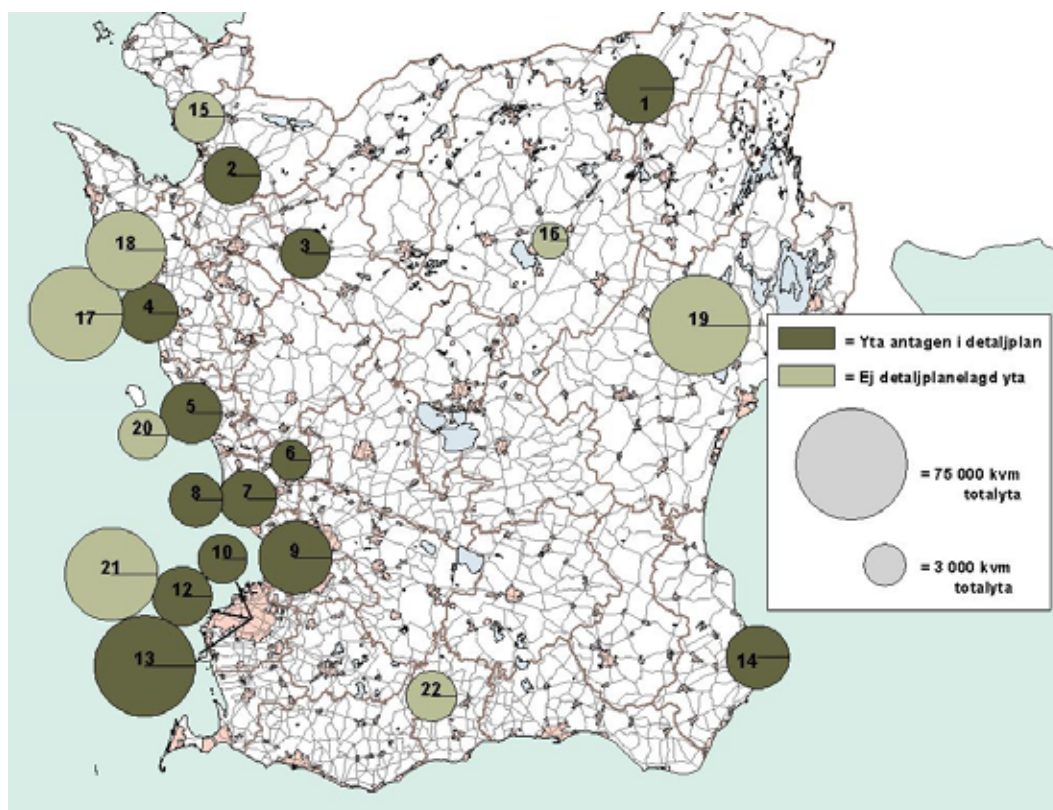
	BTA, Bruttoarea, kvm
Dagens befintliga etableringar	770 000
Ej byggd men detaljplanelagd yta	306 000
Ej detaljplanelagd yta*	220 000
Totalt	1 296 000

*Frågan i enkäten löd: finns det områden inom kommunen som ännu inte är bebyggda men som inom överskådlig framtid kan komma att planeras för större handelsetableringar med en yta som överstiger 3 000 BTA?

Av den detaljplanelagda men ej bebyggda ytan är 40 000 kvm antagna före 1995 och frågan är om de någon gång blir verklighet. Det ska vidare nämnas att det inte behöver vara fråga om en nettoökning. Till viss del kan utbyggnaden även handla om omflyttningar. Utöver de ej detaljplanelagda ytorna på 220 000 kvadratmeter finns ytterligare områden som kan tänkas planeras för handel men där kommunerna inte har velat uppge eller haft vetskap om hur stor denna yta kan tänkas bli.

De planerade etableringarna i Malmö, Helsingborg och Burlöv står för 56 procent av den planlagda ytan. Resterande yta återfinns i Klippan, Landskrona, Ängelholm, Osby, Simrishamn och Lomma kommuner. I karta 5.1 framgår den geografiska fördelningen tydligare.

Karta 5.1 Detaljplanelagda och ej detaljplanelagda ytor för detaljhandel. Figurernas storlek visar storleksförhållandet mätt i BTA. Se även bilaga 3 för mer information om respektive etablering (nr).



För att genomföra en analys av vad en utbyggnad av externhandeln i Skåne län kan komma att innebära har ett antagande gjorts om att cirka 70 procent eller 390 000 kvadratmeter BTA av de nu detaljplanelagda och ej detaljplanelagda ytorna blir verklighet. Av denna yta är 10 procent dagligvaror och 90 procent sällanköpsvaror.³⁵

Den geografiska fördelningen ser ut enligt tabell 5.2 och bygger på de lokala arbetsmarknadsregionerna år 2002.³⁶

³⁵ Liksom scenariot bygger fördelningen på de svar som kommunerna har gett på enkäten.

³⁶ Helsingborg: Svalöv, Örkelljunga, Bjuv, Klippan, Åstorp, Båstad, Landskrona, Helsingborg, Höganäs och Ängelholm
Kristianstad: Östra Göinge, Bromölla, Osby, Perstorp, Kristianstad och Hässleholm.
Malmö: Staffanstorps, Burlöv, Vellinge, Kävlinge, Lomma, Svedala, Skurup, Sjöbo, Hörby, Höör, Tomelilla, Malmö, Lund, Eslöv, Ystad, Trelleborg och Simrishamn. LA-regionerna är anpassade något för att passa denna analys.

Tabell 5.2 Fördelning av förväntad nyetableringsyta i scenarioalternativet³⁷

	Dagligvaror	Sällanköps- varor	Totalt	Andel av total till- kommande yta
Helsingborg	16 500	107 500	124 000	32%
Kristianstad	10 000	35 000	45 000	12%
Malmö	27 000	194 000	221 000	57%
Totalt	53 500	336 500	390 000	100%

Som framgår av tabellen förväntas den största ökningen av externhandelsytan att ske i Malmöregionen där drygt 50 procent av etableringarna förväntas ligga. De 390 000 kvadratmetrarna beräknas vara fullt utbyggda år 2015 och utgår ifrån dagens situation.

Effekter på ekologisk hållbarhet

En utökning av handeln i externa lägen i Skåne med 70 procent fram till 2015 motsvarar ungefär den utveckling som varit de senaste 10 åren. En jämförelse av de konsekvensutredningar som gjorts för etableringarna under de senaste tio åren och hur väl de överensstämmer med verkligheten idag visar att utredarna ofta underskattar trafikeffekten av olika handelsetableringar samt att den regionala analysen ofta är bristfällig (se även avsnitt 7). Ett allmänt accepterat begrepp var för några år sedan att handeln är ett nollsummespel. Detta har dock inte gällt under de senaste åren med god konjunkturutveckling. Handeln har totalt ökat sin omsättning varje år. Detta har i sin tur påverkat inköpsresorna, trafikarbetet och miljön. Med den utveckling som varit har trafikarbetet i princip ökat proportionellt med handelsytan och omsättningen. Omsättningen per person varierar dock kraftigt. På vissa externhandelsplatser har omsättningen per person minskat de senaste fem åren, medan besöksantalet totalt har ökat, och på andra har omsättningen per person ökat då besöksantalet gått ned. Detta gör det naturligtvis svårt att bedöma hur inköpsresandet kommer att se ut om tio år och därmed hur trafiken kommer att påverka miljön.

Vägverket och Worldwatch Institute har båda konstaterat att transporteffektiv samhällsplanering och minskat transportberoende är nödvändiga komponenter för att, i kombination med bättre bränslen och effektivare fordon, långsiktigt kunna minska utsläppen till hållbara nivåer³⁸. Som konstaterats tidigare leder externa handelsetableringar till ökad trafik. I en nyligen utkommen rapport från EU-

³⁷ Ytorna antas tillkomma i följande kommuner: Ängelholm, Åstorp, Landskrona, Helsingborg, Kristianstad, Burlöv, Malmö och Simrishamn.

³⁸ Vägverket (2004) Klimatstrategi för vägtransportsektorn

kommissionen om ”urban sprawl”, dvs stadsutbredning, är slutsatsen densamma³⁹. Det står bland annat att urban sprawl hämmar utvecklingen av kollektivtrafik och andra alternativa transportlösningar som är nödvändiga för att säkerställa fungerande urbana miljöer. Det ökade biltrafikarbetet får i sin tur negativa effekter på miljön. Hur stor effekten blir av en 70-procentig utbyggnad är dock svår att beräkna. Det vi med säkerhet kan säga, utifrån forskning, är däremot att trafiken och främst biltrafiken kommer att öka. Denna slutsats baseras bland annat på det faktum att valet av köpcentrum inte styrs så mycket av närhet som av andra preferenser. Det innebär att en förtätning med fler köpcentrum i Skåne inte betyder kortare resor generellt. Resandet styrs istället av köpcentrumens attraktionskraft och storlek.

Troligtvis kommer dock inte ökningen av biltrafikarbetet till handel att vara lika stor som under de senaste åren. Detta påstående bygger på antaganden om att konjunkturen kommer att stagnera eller vända nedåt inom en tioårsperiod samt det faktum att kapaciteten på vägarna och den tidsbudget som varje person har att fördela på sina resor kommer att bli en begränsande faktor. Det innebär att trafiken till externhandeln i Skåne troligtvis inte kommer att öka med så mycket som 70 procent, som motsvarar ytökningen enligt scenariot. Ökningen kommer snarare ligga någonstans mellan 20 och 50 procent.

Graden av miljöpåverkan styrs framför allt av de utsläpp och det buller som biltrafiken till handel genererar samt ytanspråk för parkering och vägar. De senaste åren har miljöbilsförsäljningen ökat kraftigt, vilket skulle kunna innebära att utsläppen i framtiden blir mindre per km för en del ämnen. Å andra sidan har utvecklingen de senaste tio åren inte lett till någon större reell utsläppsminskning av det klimatpåverkande ämnet koldioxid, då teknikförbättringar kombinerats med större motorer och större fordon.

Sammanfattningsvis kan sägas att miljöaspekter såsom utsläpp, buller och markanvändning kommer att påverkas negativt av ytterligare handelsetableringar. Omfattningen är svår att beräkna, men det är tydligt att Skåne som helhet kommer att få svårare att klara miljökvalitetsmålen om minskad klimatpåverkan, frisk luft och en god bebyggd miljö.

³⁹ European Commission/EEA (2006) Urban Sprawl in Europe, The ignored challenge, EEA report no 10/2006

Den framtida konkurrenssituationen

De tidigare avsnitten har visat på en koncentration av detaljhandeln till större städer och större handelsområden. Detta avsnitt har för avsikt att belysa vilka eventuella effekter en utbyggnad av externhandeln kan få på den befintliga detaljhandeln, pris- och sysselsättningseffekter samt effekter på utbud och öppettider. Diskussionen utgår från de två huvudbranscherna daglig- respektive sällanköpsvaruhandeln.

Effekter på den befintliga handeln - sällanköpsvaruhandeln

De planerade externhandelsetableringarna på cirka 340 000 kvadratmeter förväntas omsätta närmare 7 miljarder kronor år 2015.⁴⁰ Samtidigt förväntas inte köpkraften växa så att den täcker både en ökning av försäljningen i den befintliga handeln och de planerade externhandelsetableringarna. Vilka effekter detta får på den befintliga detaljhandeln är svårt att säga men de tänkbara effekterna diskuteras nedan.

Som beskrivits tidigare pågår det en strukturomvandling inom detaljhandeln som innebär att handeln och speciellt sällanköpsvaruhandeln tenderar att koncentreras till de större städerna och landets centralorter. Även utan någon större utbyggnad av externhandeln förväntas denna koncentration fortsätta bland annat tack vare att människor blir allt mer rörliga. Den utbyggnad av externhandeln som detta scenario bygger på förväntas emellertid förstärka denna effekt då merparten av nyetableringar i scenariot tillkommer i kommuner som redan har externhandel i någon form.

Resultat från tidigare studier visar att externhandeln påverkar försäljningen i en kommun i positiv riktning, vilket försäljningsutvecklingen i Skåne den senaste 10-årsperioden också visar.⁴¹ Den utbyggnad av externhandeln som förväntas ske i detta scenario kan också leda till en ökad försäljning i dessa kommuner. Samtidigt som en försäljningsökning totalt sett är att vänta i de kommuner som bygger ut externhandeln bedöms försäljningen inte växa i lika hög utsträckning i de kommuner som inte får externhandel i detta scenario. Hur mycket enskilda kommuner påverkas beror dock på en rad olika faktorer, många av dessa lokalt betingade. Bland annat kan nämnas generationsskifte, butikernas lönsamhet och enskilda butikers dragningskraft. Vidare påbörjas många gånger ett förnyelsearbete i samband med att ett externt handelsområde ska byggas i en grannkommun. Studier

⁴⁰ De antagna nyetableringarna beräknas i snitt behöva en omsättning på 23 200 kronor per kvm BTA.

⁴¹ Cronholm, Bergström.

visar också att ett förnyelsearbete i stadskärnan kan ha en positiv inverkan på försäljningsutvecklingen i en kommun.⁴²

Samtidigt som vissa kommuner förväntas känna av en ökad konkurrenssituation förväntas även den befintliga sällanköpsvaruhandeln i de kommuner där externhandeln i detta scenario byggs ut påverkas av utbyggnaden av externhandeln. Det kan till viss del få effekter på detaljhandeln som återfinns i halvexterna lägen och externa lägen i kommunen dels på detaljhandeln i stadskärnan.

Hur centrumhandeln påverkas av externhandelsetableringarna är mycket svårt att säga. Vad som kan konstateras är att ungefär hälften av den förväntade omsättningsökningen i externhandeln förväntas ske i köpcentrum vilka i högre utsträckning än volymhandel tenderar att konkurrera med detaljhandeln i stadskärnan. De effekter som externhandeln hittills har haft på centrumhandeln i Skåne visar inte på några större effekter på centrumhandeln. Då den befintliga detaljhandeln inte förväntas utvecklas i samma takt som resten av riket i de kommuner där externhandeln byggs ut kan man emellertid förvänta sig en fortsatt koncentration och specialisering av centrumhandeln. Det innebär att den handel som återfinns i centrum koncentreras på en allt mindre yta till de så kallade A-lägena och det som tidigare kunde betraktas som B-lägen är idag många gånger att betrakta som ett C-läge. Det gäller framför allt i de kommuner där externa köpcentrum förväntas byggas eller utökas.

När det gäller den övriga befintliga detaljhandeln inom kommunen som inte förnyas och/eller byggs ut kan man förvänta sig en stagnation eller nedgång. Detta bygger bland annat på tesen att handel föder handel och att de externa områdena som byggs ut och förnyas blir mer attraktiva för konsumenten. Konsumenterna söker sig gärna till det stora utbudet i synnerhet när det gäller sällanköpsvaror som inhandlas mer sällan och är många gånger beredda att åka en längre sträcka för att få tillgång till det stora utbudet. Många gånger saknar dessa övriga befintliga etableringar ett bra trafik- och skyltläge.

Effekter på den befintliga handeln - dagligvaror

Till skillnad från sällanköpsvaruhandeln förväntas köpkraften inom dagligvaruhandeln att täcka både den planerade nyetableringarna och den befintliga dagligvaruhandelns försäljningstillväxt. Vilka effekter detta får på den befintliga detaljhandeln som skulle kunna bli aktuella diskuteras nedan. Strukturiomvandlingen och dessa nyetableringar kommer etableringsutrymmet till trots få vissa effekter.

⁴² Cronholm, Bergström.

För dagligvaruhandeln innebär en utbyggnad av externhandeln enligt detta scenario inga större konkurrenseffekter på den befintliga handeln. Det bör dock påpekas att detta gäller för dessa aggregat och vissa kommuner behöver med nödvändighet inte utvecklas i linje med genomsnittet. Vissa kommuner förväntas utvecklas bättre och andra sämre. För dagligvaruhandeln, liksom för sällanköpsvaruhandeln, spelar frågan om till exempel generationsväxling in, och hur lönsamma dagens butiker i verkligheten är. Klarar butikerna att ha en något lägre försäljningsutveckling jämfört med riket när arbetskostnaderna i framtiden kanske stiger och prispressen inom handeln fortsätter? De effekter som kan förväntas för till exempel lanthandeln är därför mycket svåra att sätta om.

Den framtida sysselsättningsutvecklingen

Sysselsättningen inom detaljhandeln har under den senaste 10 års-perioden ökat och som framgår av avsnitt 4 är det svårt att säga något om vilken effekt externhandeln har haft på sysselsättningen då försäljningsökningen de senaste åren verkat starkare än produktivitsutvecklingen, framför allt inom sällanköpsvaruhandeln.

För att illustrera vad en utbyggnad av externhandeln kan komma att innebära för sysselsättningsutvecklingen inom detaljhandeln redovisas nedan en mycket schematisk tabell över de tänkbara effekterna.

Tabell 5.3 Tänkbara sysselsättningseffekter

Typ av förändring	Kommun utan tillkommande externhandel	Kommun med tillkommande externhandel
Försäljningsutvecklingen	-	+
Produktivitsutvecklingen	-	-
Totalt	-	+/-

Sysselsättningen påverkas, som tidigare nämnts, av två krafter; dels försäljningsutvecklingen, dels produktivitsutvecklingen, det vill säga effektiviteten i detaljhandeln. En ökad försäljning verkar i positiv riktning för sysselsättningen, det vill säga allt annat lika så ökar antalet sysselsatta i handeln. Produktivitsutvecklingen verkar emellertid i motsatt riktning på sysselsättningen, det vill säga med en ökad produktion per enhet är sysselsättningen i branschen oförändrad eller sjunkande. Som framgår av tabellen kan kommuner utan tillkommande detaljhandel förvänta sig en minskad sysselsättning. I dessa kommuner verkar varken försäljningsutvecklingen eller produktivitsutvecklingen i positiv riktning för sysselsättningen, vilket gör att stagnation är att vänta. I de kommuner som får en tillkommande externhandel blir resonemanget något annorlunda. I dessa kommuner förväntas en positiv försäljningsutveckling leda till fler anställda samtidigt som en

ökad produktivitet håller tillbaka sysselsättningsökningen. Hur stora förändringar som är att förvänta är mycket svårt att säga eftersom styrkan i produktivitetsutvecklingen inte är känd samtidigt som kraften i den ökade försäljningen till stora delar beror på den framtida konjunkturen.

Priseffekter

Som konstaterades i avsnitt 4 har priserna under de senaste åren pressats inom både daglig- och sällanköpsvaruhandeln. Hur utbyggnaden av stormarknader direkt påverkat priset på regional nivå de senaste åren är svårt att redovisas statistiskt. Klart är emellertid att priserna inom dagligvaruhandeln har sjunkit bland annat som en följd av den ökade konkurrensen. Den utbyggnad av större dagligvarubutiker som förväntas i Skåne län tillsammans med utbyggnaden av lågprisbutiker och produktivitetsutveckling gör att man kan förvänta sig en fortsatt prispress inom dagligvaruhandeln, vilket gynnar konsumenterna.

Även inom sällanköpsvaruhandeln är det rimligt att förvänta sig en fortsatt prispress bland annat till följd av en ökad konkurrens. På kort sikt förväntas olika branscher att utvecklas olika. Skobranschen kan till exempel komma att påverkas av skotullarna medan den snabba produktutvecklingen inom elektronikbranschen förväntas leda till sjunkande priser. På längre sikt är det emellertid svårt att säga något om prisutveckling bland annat beroende på att det är svårt att förutsäga inflationens utveckling.

Större och mer varierat utbud

Som tidigare nämnts i rapporten har strukturomvandlingen de senaste åren bidragit till ett ökat och mer varierat utbud inom detaljhandeln. Utbyggnaden av externhandeln i detta scenario förväntas ytterligare leda till ett både större och mindre utbud. Å ena sidan etableras nya internationella kedjor å andra sidan förväntas en viss utslagning ske av mindre traditionell fackhandeln. Samtidigt sker en ökad efterfrågan på mångfald, vilket inte minst staden kan erbjuda och som också fungerar som en konkurrensfördel. Den ökade konkurrenssituationen kan också förväntas leda till en påskyndad förnyelseprocess av befintliga externhandelsetableringar och detaljhandeln i stadskärnan.

Öppettider

En större andel av försäljningen kan förväntas ske i handelsområden med långa öppettider. I många stadskärnor och centrum pågår också en diskussion om att förbättra öppettiderna. Hur öppettiderna kommer att utvecklas är också beroende av en sådan fråga som OB-ersättningen.

Tillgänglighet

En koncentration till färre och större handelsetableringar innebär att tillgängligheten till handel för hushåll utan bil och för kvinnor och ungdomar som till stor del förflyttar sig med andra färdmedel än bil, riskerar att bli sämre. Hur handelsplatserna planeras har dock stor betydelse för om tillgängligheten kommer försämrats för dessa grupper eller inte. En ökad satsning på gång, cykel och kollektivtrafik kan innebära att tillgängligheten förbättras eller åtminstone inte försämrats.

Är scenariot rimligt?

De effekter som diskuterats i detta scenario påverkas av en rad olika faktorer. Effekterna påverkas bland annat av konjunkturutvecklingen, den ökande konkurrensen från tjänstesektorn och nya trender inom detaljhandeln. Nedan diskuteras därför några faktorer som är att beakta i samband med scenariodiskussionen.

Konjunkturläget påverkar givetvis detaljhandels utbyggnadstakt. Under lång tid har detaljhandeln, relativt oberoende av konjunkturen, genomgått en strukturomvandling. Även om Sverige idag befinner sig i ett gott konjunkturläge finns det på längre sikt anledning att misstänka att konjunkturläget försvagas och att detaljhandels strukturomvandling därför sker i en långsammare takt. Den allt hårdare konkurrensen inom detaljhandeln och mellan detaljhandeln och andra branscher kan dessutom innebära att vissa utbyggnadsplaner aldrig realiserats.

I ett scenario av denna typ är det svårt att anta vilka nettoeffekter som kan komma att bli när existerande butiker flyttar till mer attraktiv handelsområden. Övertas den butiksloken av en annan butik eller kommer en ny verksamhet utanför detaljhandeln att överta lokalen? Detaljhandeln har under senare år också upplevt en allt hårdare konkurrens gentemot tjänstesektorn. Till exempel tar kafé- och restaurangnäringen en allt större andel av konsumtionen. Det är då också intressant att ställa sig frågan hur dessa kommer att beröras av den framtida utvecklingen då de utgör en allt större del i köpcentrum och en allt större del i stadskärnornas utbud.

Bland de exogena faktorerna kan nämnas de trendsiften som till viss del är på gång i USA när det gäller detaljhandels utveckling. Här finns tendenser mot en ökad efterfråga till de små mer lokala centrumen som fyller en allt viktigare funktion när människor får allt mindre tid.

6. Externhandeln i planeringen

En hållbar handelsutveckling förutsätter en långsiktig planering på kommunal nivå som ger möjlighet till regional samsyn. Detta innebär bland annat att konsekvensbeskrivningar för handel, trafik och miljö måste upprättas.

Sverige

PBL och kommunerna

I Sverige regleras uppförandet av externa affärsetableringar i Plan- och bygglagen, PBL. Kommunerna har planmonopol och bestämmer hur marken ska användas samt när och för vilket ändamål en detaljplan ska upprättas. PBL ställer emellertid krav på att kommunen ska ta hänsyn till och väga enskilda och allmänna intressen mot varandra och ta hänsyn till mellankommunala intressen. Etablering av externa köpcentrum har ofta en regional dimension eftersom det kräver ett stort kundunderlag och kan påverka befintlig detaljhandel och trafikarbetet utanför den egna kommunen. Uppfyllandet av kraven i PBL angående mellankommunala intressen innebär i princip att en ordentlig utredning av konsekvenserna för bland annat miljö, trafik och handel i närliggande kommuner måste presenteras.

I PBL ska utgångspunkten vara att skapa ett hållbart samhälle. I detta begrepp ingår ekologiska, ekonomiska och sociala aspekter. När det gäller handelns planering och lokalisering är PBL:s kapitel två särskilt intressant. Där beskrivs de allmänna intressena och ramarna för utformningen. Bland annat framgår att planläggningen ska främja en god livsmiljö, goda miljöförhållanden i övrigt samt en långsiktig hushållning av mark och vatten.

Från och med 2004 finns ett generellt krav på miljöbedömningar för detaljplaner som väntas ha betydande påverkan på miljön, hälsan och hushållningen med mark, vatten och andra resurser.

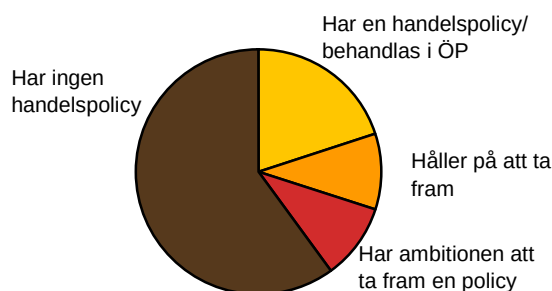
Handelspolicy

En långsiktigt hållbar handelsutveckling förutsätter att handelsetableringar, särskilt de som kan förväntas få omfattande effekter på handeln i kommunen eller regionala effekter, behandlas på en övergripande kommunal nivå. Detta kan göras genom ställningstaganden i översiktsplanen eller med en politiskt antagen handelspolicy. En sådan är inte bindande, men kan underlätta för kommunen att häv-

da behovet av en detaljplan och behovet av särreglering samt kan väga tungt vid en mellankommunal tvist. Läs mer om handelspolicy i *Planeringsråd*.

I Skåne är det ganska få kommuner som har en handelspolicy eller ställningstaganden i en översiktsplan. Endast fem skånska kommuner har uppgivit att de har en handelspolicy, se figur 6.1.

Figur 6.1 Handelspolicy i de skånska kommunerna enligt enkät från länsstyrelsen 2006. Totalt 30 kommuner har svarat.



Länsstyrelsens uppgift

Länsstyrelsen har till uppgift att samordna de statliga intressena i länet. Länsstyrelsen ska bidra med fakta och så långt som möjligt bevaka att den lokala planeringen står i samklang med nationella mål. Om en kommuns etablering riskerar att påverka andra kommuner och detta inte har tagits i beaktande är länsstyrelsen skyldig att ingripa (enligt PBL 12 kap § 1). Länsstyrelsen kan pröva och vid behov upphäva detaljplaner som inte samordnats på lämpligt sätt och avgöra om den konsekvensanalys som gjorts är tillräcklig.

I regeringens proposition 1997/98:168 har betonats att etableringar av externa köpcentrum bör övervägas i ett regionalt perspektiv. Region Skåne tog därför 1998 fram ett förslag till regional handelspolicy för Skåne⁴³ som redovisas i *Planeringsråd*.

⁴³ Länsstyrelsen, 2001, Kartläggning externhandel

Internationellt

Handels utveckling är för närvarande föremål för stort intresse i såväl Sverige som andra länder. Dess snabba tillväxt i stora delar av Europa har gjort att många länder inom EU utvecklat en tydlig politik för att styra kommersiella etableringar på alla planeringsnivåer, av dessa länder kan nämnas Danmark, Finland, Tyskland, Holland, Belgien och England. Många av de övriga länderna inom EU har någon slags policy eller har genomfört förändringar i regelverket på nationell nivå för att styra handelsutvecklingen.

Utvecklingen i Öresundsregionen

Öresundsregionen har en stark tillväxt och intresset för nyetableringar av handel i området är stor. Den starka tillväxten är delvis en effekt av den nya, fasta förbindelsen över Öresund och de förväntningarna som uppstod i samband med att bron byggdes.

Tillväxten i regionen ställer nya krav på planeringen och kräver även en ökad samverkan mellan olika aktörer på båda sidor av Öresund. En oro har funnits på den danska sidan att Sveriges mer liberala syn på handel ska motverka deras egen strävan att genom en mer restriktiv planering värna om stadskärnorna. Det är tveksamt om enstaka handelsetableringar på den svenska sidan har någon större inverkan på den danska handeln, men det finns dock en risk för att den samlade effekten av flera större etableringar kan påverka. Detta motiverar ytterligare en stark samverkan, inte bara mellankommunalt i Skåne, utan även på en större regional nivå som även inbegriper Köpenhamnsområdet.⁴⁴

Intresset för danska företag att etablera sig i Skåne var stort efter Öresundsbrons färdigställande, det svalnade något runt år 2003 för att sedan återigen ta fart de senaste åren. Shoppingturismen är stor på båda sidor av sundet och ökar stadigt. De låga priserna på den svenska sidan gör att danskarna handlar här i allt större utsträckning. Danskarna köper varor för cirka 2 miljarder svenska kronor varje år i Malmö, och av dessa varor utgörs 30 procent av dagligvaror och 35 procent av kläder.⁴⁵

⁴⁴ Länsstyrelsen (2001)

⁴⁵ Copenhagen Business School, Handelshøjskolan (2006)

Utvecklingen i Danmark, Norge och Finland

Danmark ändrade sin planlagstiftning 1997. I den nya lagen sägs uttryckligen att handel ska lokaliseras till stadskärnorna och att nyetableringar i periferin endast tillåts för skrymmande varor.⁴⁶ För att styra de planerade handelsytornas lokalisering och storlek gör de en uppdelning i centrum, stadsdelscentra och lokala centra. Inom dessa avgränsade områden fastställer de den maximala bruttoytan för handel samt hur mycket dagligvaru- eller sällanköpshandel som tillåts. Ny detaljhandel planeras i eller i anknytning till existerande centra och inga nya externhandelsetableringar tillåts i Huvudstadsområdet.⁴⁷ Vissa undantag har dock gjorts under åren och för närvarande håller ett nytt förslag på att tas fram.

I Norge har de haft en omfattande offentlig debatt kring stadsmiljön och handel. 1998 beslöt stortinget att införa ett tillfälligt stopp på fem år för etableringar av stora externa köpcentra över 3000 kvm utanför tätortskärnorna. Syftet med beslutet var att ”värna om stadskärnorna och att medverka till att servicen för de invånare som saknar bil inte försämras”.⁴⁸ Det norska stoppet för externa köpcentra mellan år 1999-2004 är numera upphävt, men det politiska ställningstagandet för köpcenterstoppet kvarstår oförändrat. Nu är det, de av Miljøverndepartementet godkända, fylkesplanerna som ligger till grund för utbyggnaden av externa handelsetableringar i Norge. Fylkena hävdar i utvärderingen som gjorts att stoppet kom för sent, då externhandel redan var väl etablerad. Å andra sidan hävdar köpcentrumägarna att stoppet lett till att de ställt in vissa planer. Det går inte att säga med säkerhet hur stor inverkan stoppet haft på den positiva utveckling som centrumhandeln haft de senaste åren. Däremot tror man att stoppet kan ha påverkat intresset för centrums utveckling positivt.⁴⁹

Finland har enligt riksdagsbeslut bestämt att kommunerna ska ha en restriktiv inställning mot externa handelsetableringar. Bland annat ska beslut om etableringar av butiker större än 3000 kvm föregås av obligatoriska mellankommunala samråd.⁵⁰

Utvecklingen inom EU

Även i Europa i övrigt har man kunnat se en stark utveckling och förändring av handeln under det senaste årtiondet. De länder där man har sett den starkaste utflyttningen av detaljhandeln, med efterföljande problem som dålig tillgång på

⁴⁶ Boverket (1999)

⁴⁷ Länsstyrelsen (2001)

⁴⁸ Boverket (1999)

⁴⁹ Naess, Nielsen och Arge (2006)

⁵⁰ Boverket (1999)

service i vissa områden och trängselpproblem i andra, är bland annat Tyskland, Belgien och England. I dessa länder har man utvecklat en tydlig politik för att styra upp planeringen av handeln. De flesta övriga medlemsländerna inom EU har även de en policy på nationell nivå för att styra handelsutvecklingen.

I Nordrhein-Westfalen i östra Tyskland ville man efter Berlinmurens fall styra upp och förhindra oönskade handelsetableringar och få en tydligare planprocess, därför etablerade delstatsregeringen ett planeringsråd om stormarknader 1996. Externa etableringar för dagligvaror förbjöds i stort sett helt, medan butikerna i stadscentra och bostadsområden inte tilläts överstiga 2500 kvm.

I Nederländerna fanns tidigare en lokaliseringsprincip kallad ABC-principen. Denna innebar att personalintensiva aktiviteter som genererar mycket personresor bör lokaliseras till knutpunkter i kommunikationsnätet som är A-lägen. Yt- och transportkrävande verksamheter bör däremot lokaliseras till C-lägen som ligger i utkanten av städer i anslutning till motorvägar etc. Principen tillämpas dock inte idag.

I Storbritannien tog regeringen fram allmänna råd 1996 (Planning Policy Guidance) där de ställer upp mål för en levande stadsmiljö. Avsikten är att förmå regioner och lokala myndigheter att bedriva aktiv planering för att utveckla detaljhandeln på lämpliga platser och under planerade former. Omfattande analyser av sociala, miljömässiga och ekonomiska konsekvenser inom hela påverkansområdet är obligatoriska.⁵¹

Frankrike har en stark planeringsfunktion på regional nivå, men trots detta har externhandeln expansion uppfattats som ett hot och ett tillfälligt stopp infördes medan frågan diskuterades.

På EU-nivå pågår ett aktivt samarbete angående planeringsfrågor (European Spatial Development Perspective, ESDP).

Utvecklingen i USA

I USA har man kunnat se en stark utveckling mot stormarknader med självbetjäning i bilorienterade lägen sedan början av 1930-talet. Tätorterna har successivt brett ut sig, vilket medfört att människor blivit nästan helt beroende av bilen. 1950 fanns ett hundratal stora köpcentra utanför tätorterna, för att 1980 ha ökat till hela 22 000. Vid slutet av 1980-talet hade de gamla stadscentra nästan helt förlorat sin roll som handelsplats och stod endast för 10 procent av handelsomsättningen i

⁵¹ Boverket (1999)

sina regioner, medan köpcentra och externa stormarknader stod för cirka 50 procent av handelns omsättning i landet. Under senare år har dock lyckade försök gjorts att återerövra städernas centrum genom samarbeten mellan fastighetsägare, näringsidkare med flera i olika stadsförnyelseprojekt (Business Improvement Districts, BIDs). I USA pågår mellan 1000-2000 sådana projekt, och sedan några år tillbaka även med stöd i den amerikanska lagstiftningen.⁵²

⁵² Boverket (1999)

7. Fallstudier av detaljplaner och utredningar

Vilka frågor analyseras i detaljplaner och konsekvensutredningar idag? I vilken utsträckning behandlar de hållbarhetsaspekterna som beskrivits tidigare? Ett antal detaljplaner och tillhörande konsekvensutredningar har studerats för att ge svar på dessa frågor.

Detaljplaner

De faktorer vi studerat för detaljplanerna är om synpunkter inkommit från länsstyrelse eller grannkommuner, om typen av handel är specificerad, om konsekvensutredning tagits fram som underlag till detaljplanen och om nuvarande verksamhet stämmer med detaljplanen. Resultatet redovisas i tabell 7.1.

Tabell 7.1 **Detaljplaner och olika faktorer⁵³.**

Faktorer	Antal	Kommentar
Synpunkter från länsstyrelsen eller grannkommuner	1/8	Både från länsstyrelsen och kommuner
Specificering av handel	4/8	3 st specificerat "handel, ej livsmedel", 1 st specificerat "handel med skrymmande varor"
Konsekvensutredning underlag till DP	3/8	3 st MKB med trafik- och miljöfrågor, 3 st handelsutredning
Överensstämmelse med nuvarande verksamhet	7/8	Ett fall där handel förekommer är avsett för industri och kontor

Som framgår av tabellen har konsekvensutredningar gjorts i detaljplaneskedet för tre av fallen. Samtliga dessa fall avser detaljplaner som är antagna under år 2000 eller senare. Att utredningar inte gjorts för övriga fem detaljplaner, antagna under 90-talet, är anmärkningsvärt då samliga områden idag är stora externhandelsområden som genererar mycket trafik. Förmodligen har länsstyrelsens arbete med handelsfrågor, som intensifierades från och med år 1999, bidragit till att konsekvensutredningarna blivit fler.

⁵³ De detaljplaner som studerats är för områdena Härlöv och Vilan i Kristianstad (3), Pilsåker i Lund (3), Svågertorp i Malmö (1), Hyllinge i Åstorp (1). För dessa områden har tre konsekvensutredningar avseende trafik och miljö samt fyra avseende handel studerats.

Länsstyrelsen har haft synpunkter på flera detaljplaner i Skåne, inte minst under de senaste åren. De invändningar från länsstyrelsen och grannkommuner som framkommit i ett av de fall som studerats vänder sig mot den höga etableringstakten och brister i trafikutredningen. Invändningarna resulterade i en lägre etableringstakt än den ursprungliga, dock fortfarande ganska hög.

Miljö- och trafikutredningar

De miljö- och trafikutredningar som studerats är för Härlöv i Kristianstad, Pilsåker i Lund, Svågertorp i Malmö. För Åstorp finns enligt kontakt med kommunen ingen konsekvensutredning. De faktorer som är intressanta ur ett ekologiskt och socialt hållbarhetsperspektiv redovisas i tabell 7.2 tillsammans med resultatet. Ytterligare sociala parametrar redovisas tillsammans med det ekonomiska perspektivet under handelsutredningar i tabell 7.3.

Uppdragsgivare för utredningen var i två fall kommunen, och i ett fall fastighetsägaren. En av utredningarna omfattade bara den egna kommunen, medan två av utredningarna också tog hänsyn till grannkommunerna.

Tabell 7.2 Antal miljö- och trafikutredningar som studerar olika faktorer.

Faktorer	Områdesnivå	Kommunnivå	Regional nivå
Trafikarbete ⁵⁴	2/3	2/3	2/3
Tillgänglighet	1/3	1/3	1/3
Trafiksäkerhet	1/3	0/3	0/3
Framkomlighet	1/3	0/3	0/3
Utsläpp till luft	2/3	1/3	1/3
Buller	2/3	0/3	0/3
Markanvändning	-	1/3	0/3
Landskapsbild	1/3	-	-

Trafikarbete, utsläpp och buller

I två av de tre fall som studerats här visar utredningarna på en minskning av trafikarbete och utsläpp som en effekt av handelsetableringen. Dessa slutsatser bygger ofta på en föreställning om att förtätning av handel innebär mindre trafik då vissa kunder antas få kortare avstånd till handel. Resultat från ett forskningsprojekt för Vägverket där skånska externhandelsetableringar studerades tyder däremot på att avståndet inte blir kortare⁵⁵. De flesta kunder väljer nämligen inte den etablering som är närmast. Samma studie innehåller även intervjuer med kommu-

⁵⁴ Redovisas som trafikflöde på områdesnivå, och uppräknat till trafikarbete på kommun- och regional nivå.

⁵⁵ Trivector (2005)

ner som upplevt att externhandeln orsakat större trafikökning och mer trafikproblem än de förutsett. Detta kan dels bero på avsaknad av trafikutredning, dels på att det faktiskt är svårt att bedöma vad enskilda etableringar kan komma att innebära trafikmässigt.

Utsläpp och buller bygger på de beräknade förändringarna i trafikarbete. Det innebär att i två av de utredningar som studerats blir slutsatsen att utsläpp och buller inte påverkas eftersom trafikarbetet inte påverkats.

Tillgänglighet, trafiksäkerhet och framkomlighet

Endast en utredning har tagit upp frågor som tillgänglighet för olika trafikantgrupper, framkomlighet och trafiksäkerhet. I utredningen beskrivs tillgängligheten till dagligvaru- och sällanköpsbutiker för gående, cyklister och kollektivtrafikresenärer i form av utbud och turtäthet. När det gäller trafiksäkerhet samt framkomlighet med bil lyfts särskilt drabbade vägsträckor fram.

Markanvändning och landskapsbild

Endast en utredning tar upp frågan om markanvändning och landskapsbild.

Handelsutredningar

Följande faktorer har studerats vid analysen av handelsutredningarna: konkurrens, sysselsättning, pris och tillgänglighet. I analysen beaktas också om utredningarna för någon diskussion om hur upptagningsområdets storlek har beräknats. I tabell 7.3 redovisas i hur många av de fyra analyserade handelsutredningarna respektive aspekt diskuteras. De handelsutredningar som studerats avser Härlöv i Kristianstad, Pilsåker i Lund och Svågertorp i Malmö.

Tabell 7.3 Antal handelsutredningar där de olika faktorerna studeras.

Faktorer	Kommunal nivå	Regional nivå
1. Konkurrens		
Centralortens centrumhandel	4/4	3/4
Bostadsområdescentrum	3/4	1/4
Övriga tätorter	3/4	1/4
Externhandeln	4/4	4/4
2. Sysselsättning	1/4	0/4
3. Tillgänglighet		
Utbud	4/4	4/4
Öppettider	0/4	0/4
4. Pris	1/4	0/4

Konkurrens

Den aspekt som i första hand diskuteras i handelsutredningarna är hur befintlig handel i den egna kommunen kan påverkas av externhandelsetableringen. Det finns dock skillnader i hur olika typer av marknadsplatser i kommunerna behandlas i utredningarna. Eventuella konsekvenser för handeln i citykärnan beskrivs ofta utförligt medan konsekvenser för handeln i eventuella bostadsområdescentrum, övriga tätorter och externhandeln beskrivs mer övergripande. Eventuella förändringar anges i procent och miljoner kronor. Samtliga utredningar anger att det finns skillnader mellan hur dagligvaruhandeln och sällanköpshandeln påverkas beroende på den planerade etableringens storlek och innehåll. Inte någon av utredningarna anser att det finns någon betydande risk för att någon butik ska behöva läggas ned som en konsekvens av konkurrensen från den planerade externhandelsetableringen.

När det gäller påverkan på handeln i regionen är handelsutredningarna inte lika utförliga och den diskussion som förs kring eventuella konsekvenser är mer allmänt hållen. Precis som vid analysen av konsekvenser för handeln i den egna kommunen är det citykärnan som ägnas mest uppmärksamhet. Eventuella minskningar anges i procent eller miljoner kronor. Ingen av utredningarna nämner hur resultaten skulle kunna förändras av andra eventuella nyetableringar i den egna kommunen eller i omkringliggande kommuner. Detta kan också till viss del förklara varför det inte bedöms finnas någon nedläggningsrisk vid de studerade nyetableringarna i respektive kommun. Endast en av de fyra handelsutredningarna för någon diskussion om hur upptagningsområdets storlek uppskattats.

Sysselsättningseffekter inom kommunen och regionalt

I samtliga handelsutredningar saknas en diskussion om hur etableringarna kan påverka sysselsättningen på regional nivå och endast en handelsutredning behandlar sysselsättningen på kommunal nivå. I den utredningen berörs detaljhandelns skattade bidrag till sysselsättningen i kommunen. Nettoeffekterna av handelsetableringen, efter att hänsyn tagits till konkurrenseffekter, sägs bli att sysselsättningen ökar. Det saknas dock en diskussion om hur resultatet har tagits fram och sysselsättningseffekterna redovisas endast summariskt.

Tillgänglighet

Konsumenternas tillgänglighet till butiker och varor diskuteras inte explicit i handelsutredningarna. I och med att ingen av utredningarna konstaterar att det inte finns någon betydande risk för att någon butik ska läggas ner, är det dock möjligt att anta att tillgängligheten inte försämras.

Butiker i city och i bostadsområden har oftast kortare öppettider än butiker i externa handelsområden i alla fall när det gäller sällanköpsvaruhandeln. När ett externt handelsområde etableras är det därför möjligt att övriga butiker ökar sina öppettider för att konkurrera med externhandeln. Detta skulle i så fall öka tillgängligheten för konsumenterna. Denna aspekt studeras dock inte i någon av de analyserade utredningarna.

Prispåverkan

Endast en handelsutredning för en diskussion om hur priserna kan påverkas av en extern handelsetablering. Det som behandlas är hur dagligvarupriserna i den egna kommunen kan påverkas. Eventuell påverkan på priserna för sällanköpsvaror diskuteras inte i någon handelsutredning, vilket kan förklaras av att det är svårt och mycket kostnadskrävande att göra denna typ av analys.

8. Avslutande kommentarer

Handeln är som alla andra delar av näringslivet en sektor som utvecklas genom att företag i konkurrens med varandra strävar efter att möta kundernas efterfrågan. I perioder av snabb förändring är det viktigt att anta utmaningen och hantera handelns strukturomvandling och lokalisering på ett konstruktivt sätt. Går det att bejaka positiva konkurrensprocesser och samtidigt ta hänsyn till såväl den sociala som den miljömässiga dimensionen? Ibland är detta möjligt, ibland ställs kommunen inför målkonflikter.

En handelsetablering innebär ofta mer trafik och därmed ökad miljöpåverkan. Samtidigt kan det finnas andra effekter såsom ekonomiska och sociala som kan uppväga de negativa miljömässiga konsekvenserna. Om etableringen innebär en ökad konkurrens kan den sätta igång en rad förändringsprocesser. Andra externhandelsområden samt närliggande stadskärnor och bostadsområdescentrum kommer att känna ett behov av att förnya och förbättra sig. Dessa förändringsprocesser har i sin tur implikationer för såväl handelns sociala som miljömässiga dimensioner. En fräschare stadskärna med ett än mer kundanpassat erbjudande, bättre öppettider, fler restauranger med mera bidrar till en levande och attraktiv stadskärna. Konkurrenten kan också leda till negativa konsekvenser för delar av handeln och för handelsområden. Exempelvis kommer de aktörer som inte har kraft att förnya sig att med all sannolikhet tappa marknadsandelar, vilket i sin tur kan innebära att butiker läggs ner och handeln i vissa områden försvinner.

De förändringar som handeln står inför kan, om de hanteras i ett politiskt helhetsperspektiv, bidra till både ett ökat välbefinnande och en ekologisk och social uthållighet. Politiskt beslutsfattande är dock inte oproblematiskt. "Rätt" beslut kräver korrekt information, vilket kan vara svårt att införskaffa. Vidare kan särintressen påverka beslutsprocessen och ibland leder andra politiska beslut till att det inte alltid blir som man har tänkt sig.

För att skapa en balanserad handelsutveckling med en så bra lokalisering som möjligt behövs ett brett beslutsunderlag där så många faktorer som möjligt diskuteras. Då en handelsetablering sällan enbart är en inomkommunal angelägenhet är det betydelsefullt med en god regional dialog där detaljhandelns förändringsprocesser diskuteras. På det sättet skapas en grund för väl avvägda beslut där hänsyn tagits till såväl den miljömässiga, den ekonomiska som den sociala dimensionen.

9. Planeringsråd

Handelns lokalisering påverkar hållbarheten ur olika perspektiv. Det är därför viktigt att kommunen systematiskt utreder och bedömer effekterna på olika faktorer vid den fysiska planeringen. Utredningen kan ske på olika nivåer i planeringen. Här följer Länsstyrelsens råd kring handelspolicies, konsekvensbedömningar och lokaliseringsval för handel.

Inledning

Kommunens planering av handel kan ske på olika nivåer, i översiktsplanen eller i en handelspolicy, i detaljplanen och genom bygglov. Länsstyrelsen ger i den här rapporten rekommendationer om att handel bör planeras i ett tidigt skede, och inledningsvis på en översiktlig nivå, vilket kan göras i en handelspolicy. Ibland tillkommer handel i redan planlagda verksamhetsområden, vilket innebär att endast bygglovsprocessen kvarstår. Oavsett vilken process kommunen väljer vill vi i denna rapport framhålla behovet av ett genomarbetat utredningsunderlag som beskriver konsekvenserna av den föreslagna etableringen. Planeringsråden i denna rapport är indelade i fyra delar som känts särskilt viktiga att belysa:

- Ansvar och styrmöjligheter (på den regionala och kommunala nivån)
- Att tänka efter före – handelsfrågorna i ett kommunövergripande perspektiv (om handelspolicies)
- Handel i detaljplanen (om processen och analyserna som krävs)
- Ta reda på konsekvenserna (om konsekvensbedömningar)

Sist följer några råd om hur kommunen går vidare och i bilaga 5 en checklista som kan användas vid konsekvensbedömningar.

Ansvar och styrmöjligheter

Den regionala nivån - roller ansvar och styrmöjligheter

Länsstyrelsen har flera viktiga roller i arbetet med att uppnå en långsiktigt hållbar utveckling i Skåne, främst som rådgivare och förmedlare av kunskap, men även med att granska och godkänna kommunala detaljplaner och översiktliga planer med tillhörande konsekvensbeskrivningar. Länsstyrelsen har även en roll att samordna kommunerna och se till att en dialog sker kring frågor av mellankommunal och regional karaktär. Länsstyrelsen ska samordna de statliga intressena i länet och så långt som möjligt bevaka att den kommunala planeringen står i samklang med nationella mål.

Etablering av handel, inte minst externa köpcentrum, påverkar även grannkommunernas handels- och trafiksituation eftersom etableringarna kräver ett stort kundunderlag. Kommunerna är skyldiga att beskriva konsekvenserna och hålla ett mellankommunalt samråd för att inhämta synpunkter från berörda grannkommuner. Om en handelsetablering i en kommun riskerar att påverka andra kommuner och detta inte har tagits i beaktande är länsstyrelsen skyldig att ingripa (enligt PBL 12 kap § 1). Länsstyrelsen kan alltså pröva och vid behov upphäva detaljplaner som inte samordnats på lämpligt sätt (ur mellankommunal synvinkel) och avgöra om den konsekvensanalys som gjorts är tillräcklig. Enligt Boverkets bedömning (Boverket, 1999) har länsstyrelserna skyldighet att ingripa även om grannkommunerna inte överklagar om den bristande kommunala samordningen bedöms få allvarliga samhälleliga konsekvenser.

Länsstyrelsen och Region Skåne har var för sig även en viktig roll för att utveckla en regional samsyn i fråga om handel. I regeringens proposition 1997/98:168 har betonats att etableringar av externa köpcentrum bör övervägas i ett regionalt perspektiv. Region Skåne tog därför 1998 fram ett förslag till regional handelspolicy för Skåne som även Länsstyrelsen och Boverket ställde sig bakom. Policyn innehåller fem villkor som en planerad etablering bör uppfylla:

- Den bör ej bidra till väsentlig utslagning av befintlig handel som annan kommun vill värna om
- Den bör vara förenlig med krav på långsiktigt hållbar utveckling i regionen och med Agenda 21.
- Den bör inte medföra ökad miljöbelastning genom trafikpåverkan och förfullning av landskapet.
- Den bör vara tillgänglig inom gångavstånd från stomkollektivtrafiknätet.
- En konsekvensbeskrivning bör redovisas innan den formella planläggningen enligt PBL inleds, som belyser hur grundkraven 1-4 ovan uppfylls och vars omfattning i övrigt utgör underlag för att bedöma om övervägande skäl talar för att etableringen bör tillstyrkas.

Kommunens roll, ansvar och styrmöjligheter

Kommunen har planmonopol och bestämmer hur mark och vatten skall användas inom kommunens gränser. PBL ställer emellertid krav på att kommunen skall ta hänsyn till och väga enskilda och allmänna intressen mot varandra (se PBL kap 2). Kommunen bär huvudansvaret för att de allmänna intressena beaktas. I planeringen skall enligt PBL utgångspunkten vara att skapa ett hållbart samhälle. Med ett hållbart samhälle menas att både ekonomiska, sociala, kulturella och ekologiska aspekter skall tas hänsyn till. En avvägning mellan olika intressen kräver ett bra beslutsunderlag så att beslutsfattarna kan bilda sig en uppfattning om å ena sidan förväntad nytta av etableringen och å andra sidan de negativa effekterna av samma etablering. Från och med 1996 finns ett generellt krav på miljökonsekvensbeskrivning för detaljplaner som väntas ha betydande påverkan på miljön, hälsan och hushållningen med mark, vatten och andra resurser. Baserat på den kunskap som finns om externhandel kan man utgå från att detta gäller för detaljplaner för handel. Vad som bör finnas med i en konsekvensanalys beskrivs mer utförligt i avsnittet *Ta reda på konsekvenserna*.

I detaljplanen anges vad området ska användas till. Handel (H) avser detaljhandel och dit räknas även service och hantverk som t ex bank, post, skomakeri, fastighetsförmedling och restaurang. Det finns även möjlighet för kommunen att särreglera olika typer av handel, t ex handel med skrymmande varor. Särreglering får ske om det finns *skäl av betydande vikt*, vilka särskilda skäl som avses preciseras inte i lagen och inte heller i förarbetena till PBL. För att få särskilja handelsändamålet anges som minimikrav att kommunen har en idé om hur varuförsörjningen skall fungera inom kommunen. Ett annat skäl för särreglering är att förebygga negativa miljöeffekter, t ex som en följd av ökat trafikarbete. För att åberopa ett sådant skäl måste det dock finnas en utredning som påvisar att dessa effekter skulle uppkomma om handeln inte regleras.

När det gäller den översiktliga planeringen rekommenderas att kommunerna antar en handelspolicy, denna kan även med fördel ingå i en översiktsplan. En översiktsplan eller handelspolicy är inte bindande, men kan underlätta för kommunen att hävda behovet av en detaljplan och att hävda behovet av särreglering (se ovan). En handelspolicy kan även, enligt Boverkets bedömning, väga tungt vid en mellankommunal tvist, t ex då en kommun inte vill släppa fram en extern handelsetablering. Handelspolicy beskrivs mer ingående nedan.

Att tänka efter före - handelsfrågorna i ett kommunövergripande perspektiv

Varför en handelspolicy?

Handelns lokalisering och inriktning påverkar en hållbar utveckling ekologiskt, ekonomiskt och socialt. Genom en långsiktig och god planering från kommunens sida är det lättare att förena dessa aspekter och ge förutsättningar för handel i rätt lägen. Detta kan göras i form av en handelspolicy eller ingå i den kommunala översiktsplanen. En policy ger stöd åt såväl den egna kommunens planerare och politiker som grannkommunens. Den ger också stöd till befintliga och framtida detaljhandelsföretag, medborgare, fastighetsägare och näringsidkare.

I den översiktliga planeringen är det viktigt att se till att planerna för handel överensstämmer med kommunens övriga utvecklingsplaner för t ex trafik och bebyggelse. I flera kommuner i Skåne finns t ex idag omfattande planer på utbyggnad av light-rail och stationsknutpunkter. Handelns roll och koppling till denna typ av planer bör diskuteras. Genom att lokalisera handel till befintliga centrum eller knutpunkter med god kollektivtrafik och god tillgänglighet till övergripande gång- och cykelnät kan man förena såväl de ekologiska och sociala hållbarhetsaspekterna som de ekonomiska.

Utred olika lokaliseringsalternativ

Kommunen har stora möjligheter att i sin planering för handel minska miljöbelastningen från inköpsresor och uppnå en god tillgänglighet för alla. Det handlar om att i ett tidigt skede studera olika lokaliseringsalternativ som:

- minskar beroendet av motoriserade transporter,
- ger effektivare transporter,
- har i tid och bekvämlighet konkurrenskraftiga alternativ till bil,
- har hög tillgänglighet för kollektivtrafik,
- kan tillhandahålla trafikutformning som prioriterar kollektiv- och cykeltrafik,
- ger olika grupper i samhället möjlighet att ta sig till etableringen och
- ger detaljhandelsföretagen en möjlighet att nå det kundunderlag som behövs för att etableringen ska bära sig.

Innehåll i handelspolicy

Första steget i en handelspolicy är att beskriva och analysera nuläget – var finns butikerna, hur ser tillgängligheten ut, hur ser konkurrensen ut? Utifrån det bedöms sedan förändrings- och utvecklingsbehovet. Det är även viktigt att ha en rutin för att följa upp och hålla handelspolicyn aktuell.

En handelspolicy kan till exempel behandla:

- vision och mål för handelns utveckling i kommunen,
- vilket behov av detaljhandelsutbud det finns i framtiden,
- olika lokaliseringsalternativ,
- vilket handelsutbud som passar att etableras var,
- principer för lokalisering av olika typer av handel,
- vilken tillgänglighet till handel som ska finnas,
- inomkommunala konkurrensförhållanden,
- mellankommunala konkurrensförhållanden,
- var fördjupad översiktsplan behövs,
- var detaljplan behövs,
- hållbarhetsaspekter på policyn (se vidare *Ta reda på konsekvenserna*),
- vilka aspekter i övrigt som kommunen anser ska behandlas vid val av lokalisering och i detaljplaner,
- påverkan på och koppling till utvecklingsplaner i övrigt, t ex bebyggelse- och trafikplaner.

Om externhandel planeras rekommenderas att följande minst studeras⁵⁶:

- påverkan på kommunens utvecklingsplaner i övrigt
- påverkan på befintliga stadscentrums vitalitet
- tillgänglighet med olika färdmedel
- effekten på bilanvändning och resmönster generellt

Delaktighet

För att en handelspolicy ska bli mer än ett arbetsdokument är det betydelsefullt att de aktörer som påverkar, och påverkas av, detaljhandelns utformning är med i framtagandet. Dessa aktörer kan vara kommunens tjänstemän och politiker, fastighetsägare och företrädare för handel, näringsliv och turism.

Fördjupade studier

Ibland kan det vara en fördel att göra fördjupade studier eller fördjupade översiktsplaner för handel inom vissa områden i kommunen, t ex för en stadskärna, stadsdel eller ort.

⁵⁶ Rekommendationerna baseras på de brittiska planeringsråden för handel PPG 6

Handel i detaljplanen

På nästa sida visas detaljplaneprocessen vid normalt förfarande och de konsekvensbeskrivningar som kan krävas för en detaljplan som avser handel;

1. Länsstyrelsen rekommenderar att detaljplanen (dp) och behovet av analyser diskuteras redan under ett tidigt samråd.
2. Kommunen bedömer behovet av olika utredningar såsom handelsutredning, trafikutredning och miljöbedömning/MKB, se vidare *Gör en översiktlig bedömning* och *Checklistan*. För innehållet i MKB: n se även MB 6:12-13, Boverkets skrift *Miljöbedömningar för planer enligt plan- och bygglagen* och i Länsstyrelsens *MKB i Skåne, Länsstyrelsens grundsyn på arbetet med miljökonsekvensbeskrivningar*.
3. Samråd sker med länsstyrelsen, berörda kommuner och andra sakägare. Under samrådet är det viktigt att det finns ett underlag som beskriver konsekvenserna. Om dessa handlingar inte är korrekta eller otillräckliga ska detta påpekas i ett skriftligt yttrande, eftersom detta har betydelse för rätten att överklaga.
4. Utställning av planen med eventuellt tillhörande MKB och analyser ställs ut. Länsstyrelsen och berörda kommuner ska få förslaget innan. Liksom under samrådet är skriftliga yttranden viktiga.
5. Detaljplanen antas av kommunfullmäktige. Beslutet skickas till berörda som sedan har möjlighet att överklaga till Länsstyrelsen.
6. Länsstyrelsen prövar kommunens beslut att anta en detaljplan om det kan befaras att beslutet strider mot inkallelsegrunderna i 12 kap 1§ PBL (riksintressen, mellankommunalsamordning, miljökvalitetsnormer, hälso- och olycksrisker).
7. Beslutet att anta detaljplanen vinner laga kraft om ingen av berörda kommuner eller sakägare överklagat.
8. Om en MKB (miljökonsekvensbeskrivning) upprättats, dvs om planen anses få betydande påverkan på miljön, ska en uppföljning göras. Här kan *Checklistan* fungera som inspiration.

	DP-processen	Kommentar Handel	Lagstiftning
1	Tidigt samråd om dp, program och MKB-avgränsning	Översiktlig beskrivning av planens innehåll & konsekvenser på handel, trafik, miljö (se <i>Gör en översiktlig bedömning</i>) LST kan bidra med fakta och råd. Beslut om miljöbedömning/MKB, handels- & trafikutredningar.	Rekommenderas av LST vid planering handelsetableringar. (Lagkrav vid MKB, ej lagkrav vid dp) MB 6:11
2	Program upprätta program för dp Handelsutredning + MKB med trafikutredning	Program bör grundas på ÖP/handels-policy. Se ovan angående beslut om miljöbedömning/MKB, handels- & trafikutredningar. Se även <i>Ta reda på konsekvenserna</i> och <i>Checklista</i> .	PBL 5:1 (dp) PBL 5:18 (program dp) PBL 5:18 (MKB) MB 6 kap (MKB)
3	Samråd om dp & utredningar för handel, trafik & MKB	Samråd med berörda. Program ska bifogas. LST och berörda lämnar yttrande över dp+ MKB. Vid behov kompletterar kommunen utredningar, MKB och omarbetar dp.	PBL 5:20-5:22
4	Utställning av dp & utredningar för handel, trafik & MKB + yttrande LST	Program ska bifogas. LST och berörda lämnar yttrande över dp+ MKB. Vid behov kompletterar kommunen utredningar, MKB och omarbetar dp.	PBL 5:20-5:26
5	Antagande	Dp antas av KF (kommunfullmäktige) eller byggnadsnämnden.	PBL 5:29
6	Prövning	LST beslutar om prövning av dp med hänsyn till inkallelsegrunderna i PBL.	PBL 12:1
7	Laga kraft	Beslutet att anta dp vinner laga kraft om ingen överklagat.	PBL 13:8
8	Uppföljning av miljöpåverkan	Om MKB upprättats ska uppföljning av påverkan på handel, trafik, miljö finnas, se t ex <i>Checklista</i> .	MB 6 kap

Gör en översiktlig behovsbedömning!

Etablering av handel, inte minst externa köpcentrum, påverkar oftast även grannkommunernas handels- och trafiksituation eftersom de kräver ett stort kundunderlag. Det innebär i sin tur att kommunen är skyldig att göra en konsekvensbedömning med avseende på handel och trafik. Det finns inga regler i Sverige om när olika analyser ska göras utan det är upp till kommuner och länsstyrelse att bedöma från fall till fall. Här ges några rekommendationer.

Gör en trafikutredning om:

- .. planen bedöms påverka trafikarbetet. Etablering av handel utanför stadscentrum påverkar så gott som alltid trafikarbetet i mycket hög grad eller ganska hög grad. Oavsett handelsyta rekommenderas därför att en trafikutredning görs för sådana lägen. Ett sätt att bedöma trafikarbetet inledningsvis är att utgå från antalet p-platser. Planeras mer än 100 p-platser förväntas en relativt stor kundtillströmning med bil och alltså ett relativt stort tillskott av biltrafik då en p-plats normalt omsätts flera gånger per dag. Bedömningen måste dock alltid utgå från de lokala förutsättningarna, vilket kan innebära en lägre eller högre gräns.

Gör en handelsutredning om:

- .. planen bedöms påverka befintliga handelsetableringar. Handelsetableringar över 3000 kvm BTA tillhör med stor sannolikhet alltid denna grupp. Men även mindre etableringar kan ge konsekvenser för befintlig handel. Bedömningen måste alltid utgå från de lokala förutsättningarna.

Gör en miljöbedömning och upprätta en miljökonsekvensbeskrivning om:

- .. planen innebär betydande miljöpåverkan. Trafikutredningen är en viktig del av MKB: n, eftersom besökarnas resor och godstransporterna ofta står för den största miljöpåverkan vid en handelsetablering. Resultatet av trafikutredningen är därför ett viktigt underlag för beslutet om planen kan anses innebära betydande miljöpåverkan. Om trafikutredningen kommer fram till att trafiken ökar väsentligt lokalt eller regionalt bör en miljöbedömning göras. Detsamma gäller om planen kan förväntas överskrida de lagstadgade miljökvalitetsnormerna för luft och vatten eller riktlinjerna för buller.

Gör en tillgänglighetsutredning om:

- .. tillgängligheten till handel för olika grupper i samhället påverkas på olika sätt. Denna kan ingå som en del i trafikutredningen.

Ta reda på konsekvenserna!

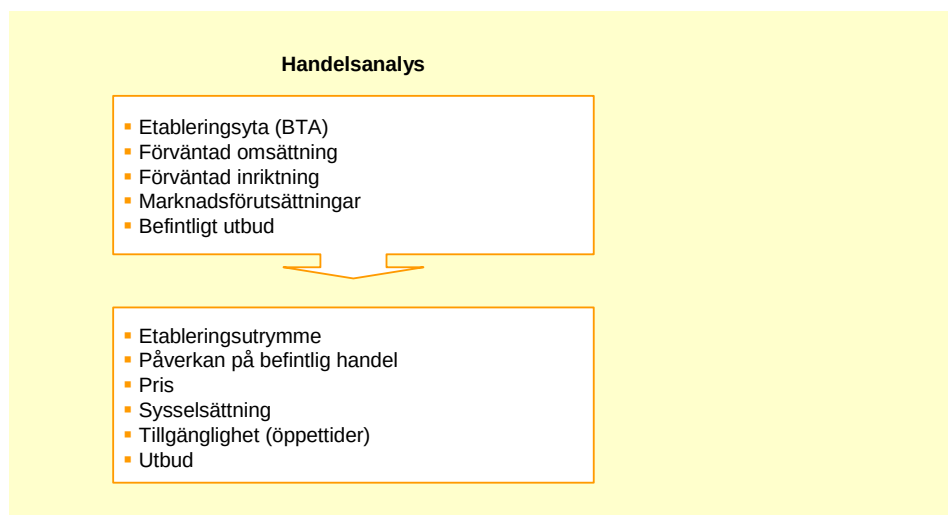
För att kunna uppnå en långsiktigt hållbar handelsutveckling är det viktigt att noggrant utreda och belysa konsekvenserna av en etablering. Jämför gärna olika alternativ redan i ett tidigt skede. Här delas bedömningen in i följande analyser som brukar vara nödvändiga:

- Hur påverkas handeln?
- Hur påverkas trafiken?
- Hur påverkas miljön?
- Hur påverkas medborgarna och deras livsmiljö?

Hur påverkas handeln?

En ny extern handelsetablering kan påverka den befintliga handeln i upptagningsområdet, pris, utbud, sysselsättning, öppettider med mera. Påverkan kan ske i både positiv och negativ riktning. Ibland kan en nyetablering leda till ett djupare och bredare utbud och vara starten på en omvandlingsprocess för den befintliga handeln. Men en nyetablering kan också leda till utslagning av befintlig handel.

Hur handeln påverkas av en nyetablering skiljer sig åt mellan daglig- och sällanköpsvaruhandeln varför det är betydelsefullt att studera konsekvenserna var för sig. I figuren nedan beskrivs vilka faktorer en analys bör innehålla. De översta är indata till de understa, men alla faktorer bör redovisas.

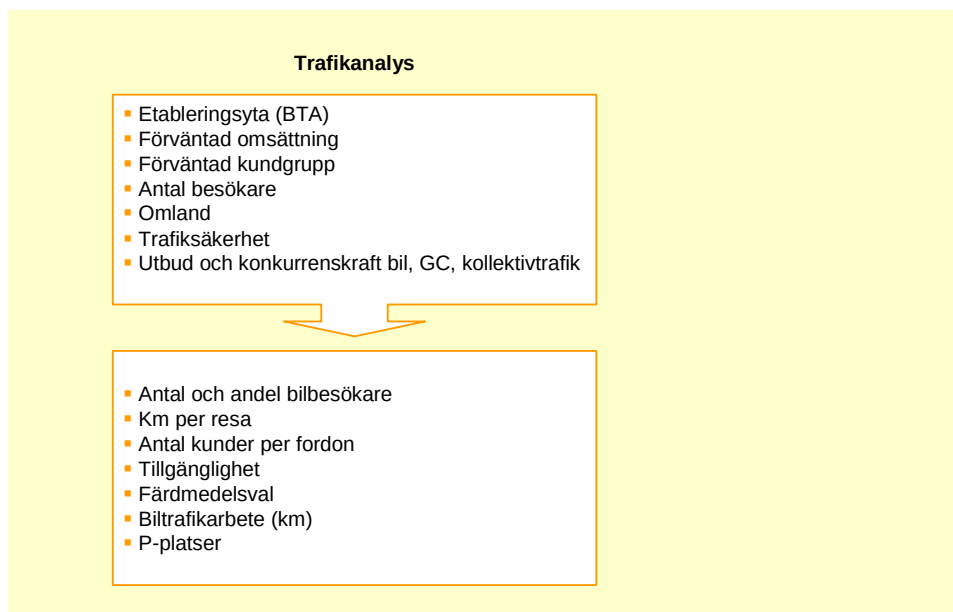


Att bedöma hur en ny handelsetablering påverkar olika faktorer kan vara svårt. Det finns emellertid vissa frågor som bör finnas med i en handelsanalys:

- Hur ser marknadsförutsättningarna ut i de lokala och regionala upptagningsområdet?
- Hur ser den befintliga detaljhandelsstrukturen ut i det lokala och regionala upptagningsområdet?
- Hur förhåller sig nyetableringens förväntade inriktning och omsättning till marknadsförutsättningarna och den befintliga handeln i upptagningsområdet?
- Hur förväntas den befintliga detaljhandelsstrukturen påverkas, i termer av konkurrens, pris, sysselsättning, tillgänglighet och utbud, av en nyetablering,?
- Kan nyetableringen stimulera till en förnyelseprocess i den befintliga handeln?

Hur påverkas trafiken?

Man kan utgå ifrån att nya handelsetableringar på ett eller annat sätt påverkar trafiksituationen och trafikmängderna. Trafikalstringen, framför allt mängden biltrafik och mängden tung trafik, har väsentlig inverkan på bl a utsläppsnivåer, buller och trafiksäkerhet. I figuren nedan beskrivs vilka faktorer en analys bör innehålla. De översta är indata till de understa, men alla faktorer bör redovisas. Observera att det genererade trafikarbetet påverkar i sin tur trafiksäkerheten och tillgängligheten, vilket gör att analysen kan behöva omarbetas efterhand.



Att bedöma trafikarbetets omfattning är svårt eftersom antalet besökare påverkas av attraktionskraften hos handelsetableringen. Några frågor som bör besvaras i en trafikanalys är:

- Finns det ett utbud av gång, cykel och kollektivtrafik till handelsetableringen?
- Är utbudet av gång, cykel, kollektivtrafik konkurrenskraftigt med bilen?
- Hur har de olika trafikantslagen beaktats i detaljutformningen?

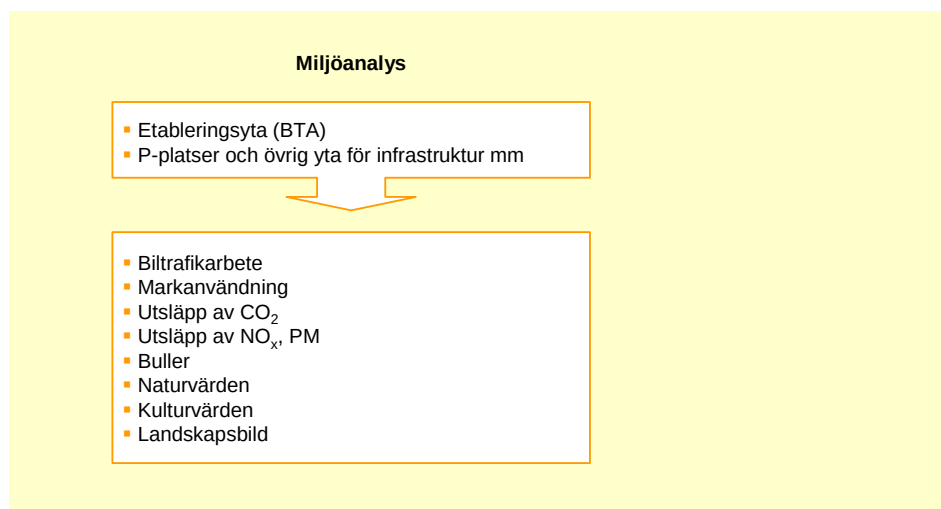
- Hur stor del av kundgruppen har tillgång till handelsutbudet och med vilka färdssätt?
- Kommer biltrafiken att öka i området, i kommunen och i regionen?
- Kommer trafiksäkerheten, tillgängligheten och framkomligheten att påverkas i området, i kommunen och i regionen?
- Stämmer beräknat biltrafikarbetet överens med antalet p-platser? (en p-plats omsätts i snitt flera gånger per dag)

Externa handelsetableringar innebär ofta en kraftig biltrafikalstring. En god tillgänglighet med gång, cykel och kollektivtrafik kan minska andelen bilresor. Tillgängligheten styrs i hög grad av lokaliseringen, men även detaljutformningen är viktig. Närhet till hållplats och cykelställ har stor betydelse för cykelns och kollektivtrafikens konkurrenskraft.

Hur påverkas miljön?

Trafiken, som beskrivits ovan, är en av de mest betydande faktorerna vid miljöbedömningen. Inom ramen för miljöbedömningen ska även påverkan på buller, markanvändning, natur- och kulturvärden och landskapsbild redovisas. I Boverkets vägledning *Miljöbedömningar för planer enligt plan- och bygglagen* finns mer fakta om miljöbedömningar.

Ofta utgör parkerings- och trafikytorna en stor del av den totala ytan. En lösning som minskar det totala ytbehovet och även kan förbättra landskapsbilden positivt är parkering i p-hus, t ex under etableringen. Vid utformningen av p-hus är det dock viktigt att bli beakta trygghetsaspekterna. I figuren nedan beskrivs vilka faktorer en analys bör innehålla. De översta är indata till de understa, men alla faktorer bör redovisas.



Några frågor som bör besvaras i analysen är⁵⁷:

- Ökar utsläppen till luft av CO₂, NO_x och PM?
- Ökar bullret?
- Finns det risk för att riktvärdena för buller överstigs i närheten av etableringen eller på andra vägar som berörs av etableringen?
- Finns det risk för att riktvärdena för NO_x och PM överstigs i närheten av etableringen eller på andra vägar som berörs av etableringen?
- Hur påverkas miljömålet om minskad klimatpåverkan (utsläpp av bl a CO₂)?
- Hur påverkas miljömålet om god bebyggd miljö?
- Finns markanvändningskonflikter? Kommer t ex högvärdig åkermark att användas?
- Hur påverkas övriga miljöaspekter såsom natur, kulturmiljö och landskapsbild?
- Vad kan vi göra för att åtgärda de negativa miljökonsekvenserna och stärka de positiva?

Hur påverkas medborgarna och deras livsmiljö?

Ett förändrat handelsutbud med förändrad tillgänglighet påverkar medborgarnas valmöjligheter och förutsättningar. Det är därför viktigt att även belysa hur medborgarna och deras livsmiljö påverkas. Några frågor som bör besvaras i analysen är⁵⁸:

- Hur påverkas medborgarnas möjlighet att nå utbudet av olika varor?
- Hur påverkas utbudet och öppettider/tillgänglighet i centrum, stadsdelscentra och på landsbygden?
- Finns det några grupper som påverkas mer än andra? (t ex kvinnor, ungdomar, äldre, hushåll utan bil, funktionshindrade)
- Hur är tillgängligheten till den nya handelsplatsen för olika grupper/med olika färdmedel?
- Hur är handelsområdet och vägarna till området utformade med hänsyn till bland annat tillgänglighet, säkerhet och trygghet?
- Hur påverkas stadsmiljön och möjligheterna till en attraktiv stad?
- Hur påverkas möjligheterna att behålla en levande attraktiv landsbygd?

Lokaliseringen har stor betydelse, men även detaljplaneringen är viktig. Genom att i detaljplanen reglera utformningen av byggnader, gång- och cykelvägar, hållplatser, p-platser med mera kan till exempel trygga, säkra och attraktiva miljöer skapas.

⁵⁷ Lagens krav på vad miljökonsekvensbeskrivningar ska innehålla finns beskrivet i 6 kap 12§ miljöbalken.

⁵⁸ Många av dessa frågor kan besvaras i analyserna av handel, trafik och miljö.

Hur går kommunen vidare?

Håll handelsfrågan aktuell!

Det är viktigt att hålla handelsfrågan aktuell och löpande uppdatera översiktliga planer och detaljplaner. Lär av tidigare erfarenheter och följ upp de planer som genomförts, samt ändra vid behov redan antagna policy och planer.

Diskutera med berörda och visa konsekvenserna

Beslutet om en handelsetablering är slutligen politiskt. Med en bra beskrivning av konsekvenserna av en handelsetablering enligt ovan skapas goda förutsättningar för en konstruktiv dialog med alla berörda aktörer. Att öppet visa konsekvenserna ger alla större möjlighet att påverka och vara delaktiga, vilket är ett av syftena med beslutsunderlaget enligt plan- och bygglagen. Det innebär också att beslutet kan fattas på sakliga utredningar istället för på lösa hypoteser. Använd checklistan som stöd.

Lästips

Boverket, 2006, Miljöbedömningar för planer enligt plan- och bygglagen – en vägledning

Boverket, 2004, Tillämpning av riktvärden för trafikbuller vid planering för och byggande av bostäder

Boverket, 2004, Dags att handla nu!

Länsstyrelsen i Skåne, MKB i Skåne län, Länsstyrelsens grundsyn på arbetet med miljökonsekvensbeskrivningar

SKL och Vägverket, TRAST, Trafik för en attraktiv stad

Bergström, Fölster (red), Kampen om Köpkraften

Webbsidor

www.lst.se/handel

www.boverket.se

www.framtidahandel.se

Checklista Handla rätt		Ja	Nej	☹	☺	☺	Kommentar
A. Översiktlig planering							
1. Har kommunen en översiktlig planering av handel, t ex ställningstaganden i öp eller handelspolicy?	☐	☐	☐	☐	☐		
• Finns vision och mål för handelns utveckling i kommunen?	☐	☐	☐	☐	☐		
• Finns en analys av behovet av detaljhandelsutbud i framtiden?	☐	☐	☐	☐	☐		
• Har kommunen studerat olika lokaliseringalternativ?	☐	☐	☐	☐	☐		
• Har kommunen studerat vilket handelsutbud som passar att etableras var?	☐	☐	☐	☐	☐		
• Har kommunen beskrivit principer för lokalisering av olika typer av handel?	☐	☐	☐	☐	☐		
• Har kommunen beskrivit vilken tillgänglighet till handel som finns och ska finnas?	☐	☐	☐	☐	☐		
• Har kommunen studerat inomkommunala konkurrensförhållanden?	☐	☐	☐	☐	☐		
• Har kommunen studerat mellankommunala konkurrensförhållanden?	☐	☐	☐	☐	☐		
• Har kommunen beskrivit kopplingen till kommunens övriga utvecklingsplaner, t ex gällande infrastruktur och bostadsbyggnad?	☐	☐	☐	☐	☐		
• Har handelspolicyen utformats i samråd med andra aktörer såsom medborgare, näringsliv, grannkommuner och länsstyrelse?	☐	☐	☐	☐	☐		
• Har hänsyn tagits till nationella måldokument, t ex miljö kvalitetsmål och folkhälsomål?	☐	☐	☐	☐	☐		
• Har en sammanfattande bedömning gjorts av de olika hållbarhetsaspekterna - de ekologiska, ekonomiska och sociala aspekterna?	☐	☐	☐	☐	☐		
• Har en bedömning gjorts av andra aspekter såsom landskapsbild, naturvärden, kulturvärden?	☐	☐	☐	☐	☐		
• Har hänsyn tagits till jämställdhetsperspektivet?	☐	☐	☐	☐	☐		
B. Detaljplan							
I. Koppling till handelspolicy eller liknande							
1. Är detaljplanen förenlig med de mål och visioner som framgår av de övergripande ställningstagandena?	☐	☐	☐	☐	☐		
<i>Om svaret är nej rekommenderas att studera alternativ till detaljplanen.</i>							
II. Handel							
1. Innehåller planen uppgifter om typ av handel som tillåts? (t ex livsmedelshandel, handel med skrymmande varor)?	☐	☐	☐	☐	☐		

2. Innehåller planen uppgifter om yta för handel med mera? (byggnadsytor, ytor för parkering och infrastruktur)	☐ ☐	☐ ☐ ☐	
3. Har marknadsförutsättningarna för handel i det lokala och regionala upptagningsområdet beskrivits?	☐ ☐	☐ ☐ ☐	
4. Har den befintliga detaljhandelsstrukturen i det lokala och regionala upptagningsområdet beskrivits?	☐ ☐	☐ ☐ ☐	
5. Har nyetableringens förväntade inriktning och omsättning i förhållande till marknadsförutsättningarna och den befintliga handeln i upptagningsområdet beskrivits?	☐ ☐	☐ ☐ ☐	
6. Har påverkan på den befintliga detaljhandelsstrukturen i termer av konkurrens, pris, sysselsättning, tillgänglighet och utbud, beskrivits?	☐ ☐	☐ ☐ ☐	
7. Kommer den befintliga detaljhandeln att påverka följande:	☐ ☐	☐ ☐ ☐	
• stadskärnans vitalitet?	☐ ☐	☐ ☐ ☐	
• bostadsområdescentrumens vitalitet?	☐ ☐	☐ ☐ ☐	
• grannkommunernas vitalitet?	☐ ☐	☐ ☐ ☐	
• landsbygdens vitalitet?	☐ ☐	☐ ☐ ☐	
III. Trafik			
1. Är handelsplatsens upptagningsområde definierat?	☐ ☐	☐ ☐ ☐	
2. Har antalet besökare uppskattats?	☐ ☐	☐ ☐ ☐	
3. Finns det ett utbud av gång, cykel och kollektivtrafik till/från handelsetableringen?	☐ ☐	☐ ☐ ☐	
• Finns gång- och cykelvägar till handelsplatsen?	☐ ☐	☐ ☐ ☐	
• Finns lokal och regional kollektivtrafik?	☐ ☐	☐ ☐ ☐	
4. Hur konkurrenskraftigt är utbudet av gång, cykel, kollektivtrafik jämfört med bilen?	☐ ☐	☐ ☐ ☐	
• Finns gena cykelvägar?	☐ ☐	☐ ☐ ☐	
• Finns kollektivtrafik med hög turtäthet?	☐ ☐	☐ ☐ ☐	
• Är restiden med cykel respektive kollektivtrafik mindre än 2 gånger restiden med bil från handelsplatsens huvudsakliga upptagningsområde?	☐ ☐	☐ ☐ ☐	
5. Har hänsyn tagits till alla färdmedel i detaljutformningen inom planområdet?	☐ ☐	☐ ☐ ☐	
• Finns busshållplats nära entréerna till handelsplatsen?	☐ ☐	☐ ☐ ☐	
• Finns cykelparkering nära entréerna till handelsplatsen?	☐ ☐	☐ ☐ ☐	
• Finns gång- och cykelbanor i direkt anslutning till entréerna?	☐ ☐	☐ ☐ ☐	

6. Har biltrafikarbetet för inköpsresor beräknats?	☐ ☐	☐ ☐ ☐	
7. Har godstrafikarbetet för varuleveranser beräknats?	☐ ☐	☐ ☐ ☐	
8. Har påverkan på trafiksäkerheten på kommunnivå och regionnivå beskrivits?	☐ ☐	☐ ☐ ☐	
9. Är antalet p-platser för cykel och bil redovisat?	☐ ☐	☐ ☐ ☐	
10. Överensstämmer antal p-platser med beräknat trafikarbete för bil resp. cykel? (rimlighetsbedömning)	☐ ☐	☐ ☐ ☐	
VI. Miljö			
1. Påverkas mängden utsläpp till luft av CO2? (miljömålet om minskad klimatpåverkan)	☐ ☐	☐ ☐ ☐	
2. Påverkas mängden utsläpp till luft av hälsofarliga ämnen såsom NOx och PM? (miljömålet om frisk luft)	☐ ☐	☐ ☐ ☐	
3. Finns det risk för att riktvärdena för NOx och PM överstigs i närheten av etableringen eller på andra vägar som berörs av etableringen?	☐ ☐	☐ ☐ ☐	
4. Påverkas bullernivåerna (buller från bl a biltrafik och fläktar)?	☐ ☐	☐ ☐ ☐	
5. Finns det risk för att riktvärdena för buller överstigs i närheten av etableringen eller på andra vägar som berörs av etableringen?	☐ ☐	☐ ☐ ☐	
6. Finns markanvändningskonflikter? (kommer t ex högvärdig åkermark att användas)	☐ ☐	☐ ☐ ☐	
7. Påverkas värdefull naturmiljö?	☐ ☐	☐ ☐ ☐	
8. Påverkas värdefull kulturmiljö?	☐ ☐	☐ ☐ ☐	
9. Påverkas landskapsbilden?	☐ ☐	☐ ☐ ☐	
10. Påverkas stadsmiljön?	☐ ☐	☐ ☐ ☐	
11. Har kommunen presenterat några åtgärder för att minska de negativa miljöeffekterna och stärka de positiva? Bedöm effekt.	☐ ☐	☐ ☐ ☐	
V. Medborgarna och deras livsmiljö			
1. Kommer medborgarnas möjlighet att nå utbudet av olika varor att förändras? (med avseende på t ex utbud och öppettider i centrum, stadsdelscentra och på landsbygden)	☐ ☐	☐ ☐ ☐	
3. Har tillgängligheten för olika grupper beskrivits?	☐ ☐	☐ ☐ ☐	
• funktionshindrade	☐ ☐	☐ ☐ ☐	
• hushåll utan bil, kvinnor, ungdomar, äldre	☐ ☐	☐ ☐ ☐	
4. Har hänsyn tagits till jämställdhetsperspektivet?	☐ ☐	☐ ☐ ☐	

5. Har hänsyn tagits till följande aspekter vid utformning av området och vägarna till området?	☐ ☐	☐ ☐ ☐	
Tillgänglighet: finns utbud av gång- och cykelvägar, kollektivtrafik, busshållplatser och cykelparkering vid entréer	☐ ☐	☐ ☐ ☐	
Trafiksäkerhet: ligger busshållplats samt gång- cykelvägar fria från barriärer och korsningar med biltrafik med hastighet 50 km/h eller mer	☐ ☐	☐ ☐ ☐	
Trygghet: är gång- och cykelvägar, busshållplatser, bil- och cykelparkeringsplatser planerade och utformade så att de upplevs som trygga (t ex med hänsyn till öppenhet och belysning)	☐ ☐	☐ ☐ ☐	
Estetik: har hänsyn tagits till estetiska aspekter vid planering av infrastruktur, p-ytor, byggnader?	☐ ☐	☐ ☐ ☐	
6. Har möjligheten att behålla och utveckla en attraktiv stad beskrivits?	☐ ☐	☐ ☐ ☐	
7. Har möjligheten att behålla och utveckla en levande attraktiv landsbygd beskrivits?	☐ ☐	☐ ☐ ☐	

10. Referenslitteratur

AB Handelns Utredningsinstitut [1986], *Definitioner av strukturbegrepp inom varuhandeln 1986*, Stockholm.

Bergström, F & Fölster, S, (Red), [2005], *Kampen om Köpkraften*, Handelns Utredningsinstitut, Stockholm.

Bergström, F, [1999b], *Externa köpcentrums effekter på den etablerade handeln*, Handelns Utredningsinstitut, Stockholm.

Boverket, [2006], *Miljöbedömningar av planer enligt plan- och bygglagen – en vägledning*, Karlskrona

Boverket, [2004], *Tillämpning av riktvärden för trafikbuller vid planering för och byggande av bostäder*, Karlskrona

Boverket, [2004], *Dags att handla nu, Detaljhandeln och en hållbar samhällsutveckling*, Karlskrona

Boverket, [1999], *Handeln i planeringen*, Karlskrona

Centrumutveckling, *Köpcentrumkatalogen 05/06*, Stockholm 2006.

Cronholm, M, Bergström, F, [2003], *Handelns dragare drar – en studie om varför konsumenterna åker till en marknadsplats*.

Eklund, H, Rämme, U, [2003], *Kunden i Centrum – Om stadens attraktivitet ur ett handelsperspektiv*.

Forsberg, Hagson, Tornberg, [1994], *Effekter av externa köpcentra*, Chalmers

Hagson, A, Mossfeldt, L, [1998], *Varutransporter till externa köpcentra och innerstadshandel*, Chalmers-rapport 1998:3

International Council of Shopping Centers, *ICSC Shopping Center Definitions*, hämtad från <https://www.icsc.org/srch/lib/USDefinitions.pdf>, 2006-11-01

Ljungberg, C, Sjöstrand, H, Smidfelt, L [1994], *Externa affärsetableringar och deras effekt på miljö och energianvändning*, LTH

Arnberg, J, Berström, F, Blank, M, Cronholm, M, Widerstedt, B, [2006], *Detaljhandel och produktivitetstillväxten. Produktivitetstillväxten inom svensk detaljhandel 1993-2004*, ITPS Östersund.

Konkurrensverket, [2001], *Kan kommunerna pressa matpriserna?*, Konkurrensverkets rapportserie, Ödeshög.

Konkurrensverket, [2002], *Varför är byggvaror dyra i Skåne och maten billig i Västsverige?*, Konkurrensverkets rapportserie, Ödeshög.

Länsstyrelsen i Skåne län, Samhällsbyggnadsenheten, [2001], *Kartläggning Externhandel*

Naess, A, Nielsen, G, Arge, N, [2006], *Tillbake til start? Erfaringer med kjøpesenterstoppen i fire fylker og hos fire kjøpesentereiere*

Svensson, Haraldsson, [2002], *Konsekvenser av dagligvaruhandelns strukturomvandling*, VTI

Svensson, T, [1994], *Hushållens inköp av dagligvaror i städer - beskrivning av inköpsmönster*

Sveriges kommuner och landsting, Vägverket, [2005], *TRAST – Trafik för en attraktiv stad*

Trivector, [2005], *Externa affärsetableringar och trafikanternas tillgänglighet, trafikarbete och utsläpp*

Trivector, [2004], *Externa och halvexterna affärsetableringar – litteraturstudie och kartläggning*

Bilaga 1: Definitioner

Dagligvaror omfattar:

Dagligvaruförsäljning i varuhus och stormarknader samt total försäljning inom branscherna:

- Livsmedel
- Parfym
- Tobak och tidningar
- Blommor

Sällanköpsvaruhandeln omfattar:

Sällanköpsvaruförsäljning i varuhus och stormarknader samt total försäljning inom branscherna:

- Kläder
- Skor
- Accessoarer och tyger etc
- Möbler
- Järn- och byggvaror
- Hushållsapparater och belysning
- Färg och tapeter
- Övrig hemutrustning
- Foto
- Sport
- Radio och TV
- Ur, guld och optik
- Bok och papper
- Musik
- Leksaker
- Data och telefoni
- Övrigt

Handel- och industriområde: Område med detaljhandel och annan verksamhet som till exempel industrier. Beläget utanför eller i utkanten av centralorten eller den största tätorten i kommunen.

Köpcentrum: Koncentration av butiker, ofta med inslag av serveringar och olika typer av annan service. Det finns två huvudkategorier, dels centralt belägna köpcentrum i stadsdelar eller stadskärnor, dels externt lokaliserade sådana i utkanten av eller utanför tätorterna eller centralorterna. De senare förutsätter normalt bilburna kunder. Butikerna i köpcentrat ska ligga i en sammanhängande byggnad.

Regioncentrum: Riktar sig till ett stort omland som dessutom kan bestå av flera kommuner. Regioncentrum kan också ligga i stadskärnan eller intill ett stort bostadsområde. Regioncentret har ett både brett och djupt utbud inom alla branscher, motsvarande vad som finns i stadskärnan. Ett regioncentrum har minst 20 000 kvadratmeter BTA och antalet butiker är minst 50 stycken. Det ska också finnas minst 100 000 invånare i marknadsområdet.

Volymhandel: Handel med tunga och skrymmande varor, som till exempel möbler, vitvaror och byggvaror. Varorna kan vara tunga/skrymmande i sig eller så den typ av inköp som görs vara av sådan omfattning att den totala inköpsvolymen blir tung och/eller skrymmande.

Bruttoarea, BTA: Den totala byggnadsytan. Inkluderar lokaler för försäljning lager, kontor och personalytor.

Omsättning/försäljning: Omsättning inom den egentliga detaljhandeln.

Försäljningsindex: Försäljningsindex beskriver relationen mellan faktisk försäljning och försäljningsunderlaget multiplicerat med 100. där försäljningsunderlaget är antalet invånare i kommunen multiplicerat med den genomsnittliga försäljningen per invånare i riket.

Omsättning/försäljning i löpande priser: Omsättning/försäljning som ej är inflationskorregerat.

PRO: Pensionärernas Riksorganisation.

Bilaga 2. Befintliga externhandelsetableringar i Skåne län

Nr på karta	Kommun	Namn	Nyttillkommen efter år 2001	Utbyggd efter år 2001
10	Bjuv	Ekeby möbelaffär		
20	Burlöv	Burlöv center		Ja
6	Bromölla	Längs E22:an		Ja
7	Helsingborg	Väla		Ja
8	Helsingborg	ICA Maxi		
9	Helsingborg	Hästhagsvägen		
4	Hässleholm	Läreda	Ja	
5	Hässleholm	Coop		
12	Höör	Bilema		
3	Klippan	Elfdalen		
16	Kristianstad	Fjälkinge		
13	Kristianstad	Kristianstad södra		Ja
14	Kristianstad	Vilan		Ja
15	Kristianstad	Härlöv		Ja
17	Kävlinge	Handelsplats Center Syd		Ja
11	Landskrona	ICA Kvantum, stationsområdet		
18	Lund	Novaområdet		Ja
19	Lund	ICA Kvantum		
22	Malmö	Jägersro		Ja
23	Malmö	Svågertorp	Ja	
24	Malmö	Fosieby		
25	Malmö	Bulltofta		
26	Malmö	ICA Malmborgs		Ja
27	Malmö	ICA Toftanäs	Ja	
21	Staffanstorps	Staffanstorps företagspark		Ja
28	Trelleborg	ICA Maxi		
29	Trelleborg	Willys mfl	Ja	
30	Ystad	Regementsområdet	Ja	
1	Ängelholm	Brännborns		
2	Ästorp	Hyllinge		Ja

Bilaga 3: Planerade externhandelsetableringar i Skåne län

Nr på karta	Kommun	Namn
9	Burlöv	Stora Bernstorp II
4	Helsingborg	Vångagärdet, ICA Maxi
3	Klippan	Pappersbruket
6	Kävlinge	Center Syd
5	Landskrona	Företagsparken Kronan
10	Malmö	Toftanäs
12	Malmö	Bulltofta
13	Malmö	Hyllinge Arena & Shopping
2	Ängelholm	Trädgårdsmästaren
7	Lomma	Nians industriområde
8	Lomma	Borgeby
1	Osby	Teodor Kvants väg
14	Simrishamn	Delar av Simrik 206:1 och del av Hammaren 1
17	Helsingborg	Väla köpcentrum, Väla norra, Väla marknad, IKEA
16	Hässleholm	T4-området
19	Kristianstad	Härlöv Väst och Hammarhus
20	Landskrona	Kv Tomaten
21	Malmö	Svågertorp och Hyllievång
15	Ängelholm	Kv. Taktäckaren Midgården
18	Åstorp	Sydöstra en av Hyllinge
22	Skurup	Nils Holgersson

Bilaga 4. Projektbeskrivning "Att handla rätt"

Projektet

Under våren 2006 till våren 2007 bedriver Länsstyrelsen i Skåne projektet "Att handla rätt". Syftet är att analysera och beskriva konsekvenserna av en utbyggnad av externhandel i Skåne och få berörda aktörer att förstå frågans komplexitet. På längre sikt vill Länsstyrelsen uppnå en samsyn mellan politiker, tjänstemän, näringsidkare, fastighetsägare och myndigheter kring lokalisering av större handelsetableringar.

Metod

Följande ingår i projektet:

- enkätundersökning till kommunerna för att kartlägga befintlig och planerad externhandel (sommaren 2006)
- workshop med temat "En hållbar handelsutveckling" (14 november 2006)
- dialogmöten med kommunerna (våren 2007)
- Slutseminarium (våren 2007)
- Utvärdering

Kommunernas förväntningar

Nedan följer en sammanfattning av de frågor kommunerna vill ha svar på i projektet, som inhämtats via enkät och via workshopen den 14 november. De flesta frågor och förväntningar rör områdena samordning av beslut kring externhandeln och samspel/konkurrens mellan externhandeln och den befintliga handeln.

Externhandel och befintlig handel

- Hur påverkas övrig handel (centrum, bostadsområden, småorter etc.) av externhandelns utbyggnad?
- Vad händer när äldre handlare i små orter går i pension, finns det någon ny generation som tar över eller försvinner dessa butiker då?
- Hur kan externhandel och övrig handel samverka så att en bra balans uppnås och vad kan göras för att stärka handeln i mindre orter och i större orters stadskärnor?
- Vilken handel bör finnas i centrum och vad kan finnas externt?,
- Hur påverkas förutsättningarna för externhandeln och övrig handel av marknadskrafterna: konjunkturen, demografi, ökat antal sommarboende, förändringar i konsumtionsmönster etc?

Samordning

- Vilka roller har olika aktörer som till exempel Länsstyrelsen och kommuner vid beslut om externhandel och vilka lagar och policies styr deras beslut?
- Tydliggör att externhandel ofta får regionala konsekvenser och att det därför är viktigt med regional samordning och samarbete mellan kommunerna.
- Det är även viktigt att samarbete sker mellan kommunerna och näringslivet (handlare och fastighetsägare).
- Olika kommuner har olika förutsättningar och det krävs stöd för att utarbeta policies på regional nivå.
- Vilka underlag har kommunerna vid beslut om externhandel? Finns detaljplaner och hur väl följs de: tillåts etableringar med tillfälliga bygglov, via avvikelser etc?
- Genomförs konsekvensutredningar vid beslut om externa handelsetableringar och vilka aspekter utreds: påverkan på övrig handel, tillgänglighet etc?

Rapportserien Skåne i utveckling ISSN 1402-3393

- 2007:1 Barns berättelser om socialtjänstens utredningar. Samhällsbyggnadsavdelningen
- 2007:2 Riksintresse Ystads hamn. Samhällsbyggnadsavdelningen
- 2007:3 Handla rätt Samhällsbyggnadsavdelningen
- 2007:4 Förvaltningsplan för stora rovdjur 2007-2010 Miljöavdelningen

Denna rapport är en uppdatering av *Kartläggning av externhandeln* från 2001. Rapporten ingår som en del i projektet *Att handla rätt*. Projektets syfte är att skapa samsyn kring hur man i Skåne kan nå en hållbar handelsutveckling. Rapporten innehåller bland annat en beskrivning av externhandeln i Skåne idag samt en analys av konsekvenserna av en utbyggnad av handel i Skåne. Rapporten innehåller även en praktisk handbok med råd kring handelspolicies, konsekvensbedömningar och lokaliseringsval vid planering av handelsetableringar.