

Thesis 334

Parkering och centrumhandel

En studie om hur parkeringsreglering påverkar centrumhandeln i medelstora svenska städer

Tomas Flyman

Trafik och Väg
Institutionen för Teknik och Samhälle
Lunds Tekniska Högskola
Lunds Universitet



Copyright © Tomas Flyman

LTH, Institutionen för Teknik och samhälle
CODEN: LUTVDG/(TVTT-5301)/1-74/2019
ISSN 1653-1922

Tryckt i Sverige av Media-Tryck, Lunds universitet
Lund 2019

Examensarbete

CODEN: LUTVDG/(TVTT-5301)/1-74/2019

Thesis / Lunds Tekniska Högskola,
Institutionen för Teknik och samhälle,
Trafik och väg, 334

ISSN 1653-1922

Author(s): Tomas Flyman
Title: Parkering och centrumhandel. En studie om hur parkeringsreglering påverkar centrumhandeln i medelstora svenska städer.
Language Svenska/Swedish
Year: 2019
Keywords: Parkering; centrumhandel; omsättning; belägningsgrad; Ängelholm; Trelleborg
Citation: Tomas Flyman, Parkering och centrumhandel. Lund, Lunds universitet, LTH, Institutionen för Teknik och samhälle. Trafik och väg 2019. Thesis. 334

Abstract:

The building of more external shopping malls creates an increased competition for city centre business. The purpose of this study is to synoptically obtain the factors that affect the customer's choice of trading site and its attractiveness according to previous studies. Furthermore, the purpose is specifically to study the effect of parking regulation on parking turnover and the effect on business turnover. The study focuses on medium-sized cities and presents case studies from Trelleborg and Ängelholm. This has been accomplished through literature studies, selections of cities based on statistics, interviews and a study on turnover in parking lots as well as a study on the turnover in the stores in the city centre. The main factors affecting the customer's choice of trading site and its attractiveness are accessibility with different types of transports, wellbeing/atmosphere/experience and opening hours. The result is that time regulation on parking areas has a greater impact on turnover on parking spaces compared to fees. However, fees also have an effect. Totally, the turnover on parking areas are higher in Trelleborg compared to Ängelholm even though the turnover in stores in the city centre is higher in Ängelholm. This means that the turnover on parking lots and thus also the regulation has a minimal effect on how good the centre trade survives in these two cities. Probably it's the same in cities with a similar size. However, in order to create a high turnover in parking areas meant for centre visitors it is recommended to have a low time regulation (for example ≤ 2 h) and a fee that is higher in the most central city areas compared to the areas which are located a bit further away. Parking lots meant for longer visits needs a higher time regulation and a higher fee compared to other parking lots.

Trafik och väg
Institutionen för Teknik och samhälle
Lunds Tekniska Högskola, LTH
Lunds Universitet
Box 118, 221 00 LUND

Transport and Roads
Department of Technology and Society
Faculty of Engineering, LTH
Lund University
Box 118, SE-221 00 Lund, Sweden

Innehållsförteckning

Förord	2
Sammanfattning	3
Summary	4
1 Inledning	5
1.1 Bakgrund	5
1.2 Syfte	6
1.3 Avgränsning	6
1.4 Rapportens disposition	7
1.5 Definitioner	7
2 Metod	8
2.1 Litteraturstudie	8
2.2 Sammanställning litteraturstudie	8
2.3 Urval av städer	8
2.4 Intervjuer	9
2.5 Parkeringsstudie	10
2.5.1 Parkeringsomsättning	10
2.6 Omsättning i centrumhandeln	11
3 Resultat	12
3.1 Litteraturstudie	12
3.1.1 Metoder i studerad litteratur	12
3.1.2 Utbud	13
3.1.3 Tillgänglighet	14
3.1.4 Trivsel/upplevelse/atmosfär	21
3.1.5 Servicefaktorer	21
3.2 Sammanställning påverkansfaktorer	22
3.2.1 Förklaring till rubriker	24
3.2.2 Resultat påverkansfaktorer	26
3.3 Statistik påverkansfaktorer	27

3.3.1	Befolkning	27
3.3.2	Utbud	28
3.3.3	Tillgänglighet	30
3.3.4	Parkeringsreglering	34
3.4	Urval av städer	35
3.5	Fördjupning parkering	37
3.5.1	Intervjuer	37
3.5.2	Beläggning	40
3.5.3	Prissättning	42
3.5.4	Tidsbegränsning	44
3.5.5	Sammanställning beläggning, prissättning och tidsbegränsning	45
3.5.6	Parkeringsomsättning	47
3.6	Omsättning i handeln	52
3.6.1	Omsättning per capita	52
3.6.2	Procentuell omsättning i centrum jämfört hela kommunen	52
3.6.3	Omsättning per butik	53
3.7	Analys	54
3.7.1	Parkeringsreglering	54
3.7.2	Parkering och omsättning i handeln	55
4	Diskussion och slutsatser	57
4.1	Metoddiskussion	57
4.2	Slutsatser och rekommendationer	58
4.3	Förslag till vidare studier	60
5	Referenser	61
6	Bilaga	65
6.1	Intervjufrågor	65
6.1.1	Om parkering	65
6.1.2	Om centrumhandel	65

Förord

Denna rapport har genomförts som examensarbete under vårterminen 2019 vid institutionen för teknik och samhälle, Lunds Tekniska Högskola. Ämnet är framtaget utifrån diskussioner med Johan Kerttu och Malin Gibrand på Trivector Traffic AB samt min studentkollega Anna Wiklander.

Ett stort tack till min handledare på Trivector Traffic AB, Johan Kerttu och på Lunds Tekniska Högskola, Till Koglin för alla möten, diskussioner och rådgivning för att komma framåt i arbetet. Tack också till tjänstemän och andra arbetare som ställt upp på intervjuer, svarat på frågor och bidragit med användbart material.

Tomas Flyman

Lund, maj 2019

Sammanfattning

I takt med att allt fler externa köpcentrum byggs ökar konkurrensen för centrumhandeln. Detta kan i värsta fall leda till att stadskärnan blir tom både på handel och människor. En vanlig åsikt är att parkeringsregleringen påverkar vilken handelsplats en konsument väljer. Syftet med denna studie är att övergripligt erhålla vilka faktorer som påverkar konsumentens val av handelsplats och dess attraktivitet enligt tidigare studier. Vidare är syftet att få fram specifikt hur olika parkeringsregleringar påverkar omsättningen på en parkeringsplats samt hur regleringen påverkar centrumhandeln. Initialt studeras de skånska städerna Eslöv, Hässleholm, Kristianstad, Landskrona, Trelleborg, Ystad och Ängelholm. Fördjupning sker därefter i Trelleborg och Ängelholm.

För att erhålla vilka faktorer som påverkar konsumentens val av handelsplats och dess attraktivitet har inledningsvis en litteraturstudie genomförts. Litteraturstudien ger också en bakgrund till hur specifikt parkeringsfaktorer kan påverka. Vidare har ett urval genomförts av städer för att erhålla två jämförbara städer som är så lika som möjligt utifrån faktorer som påverkar konsumentens val av handelsplats och dess attraktivitet samtidigt som parkeringsregleringen är olika. Vidare har en fördjupning av parkeringssituationen och handeln genomförts genom att studera nuvarande parkeringsreglering och genomförda beläggningsstudier, via intervjuer samt en två veckor lång studie av omsättningen på parkeringsplatser. För att kunna koppla parkeringsregleringen till hur bra centrumhandeln går har handelns omsättning i respektive stads centrum studerats.

Resultatet från litteraturstudien visar att en stor mängd faktorer påverkar kundens val av handelsplats och dess attraktivitet. De med störst påverkan är tillgänglighet för de olika trafikslagen, utbudet, trivseln/atmosfären/upplevelsen samt öppettiderna. Vidare erhålls att utifrån dessa faktorer med störst påverkan är Trelleborg och Ängelholm mest lika. Städer som utreds initialt förutom dessa är Eslöv, Hässleholm, Kristianstad, Landskrona och Ystad, samtliga av dessa ansågs dock inte jämförbara.

Vidare erhålls resultatet att tidsregleringen har en större påverkan på omsättningen på parkeringsplatser jämfört avgifter, båda har dock påverkan. Totalt är omsättningen på parkeringsplatser högre i Trelleborg jämfört Ängelholm. Trots detta är omsättningen i centrumhandeln högre i Ängelholm jämfört Trelleborg. Detta indikerar att omsättningen på parkeringsplatser och således också regleringens påverkan på centrumhandelns välbefinnande inte är av någon större vikt i dessa städer. Det är troligt att detta också gäller i städer med liknande storlek. För att skapa en så hög omsättning som möjligt på besöksparkeringar i centrum rekommenderas en låg tidsbegränsning (exempelvis ≤ 2 h) samt en avgift som är högre jämfört parkeringsytor som är belägna längre från centrum. På besöksparkeringar ämnade för längre besök och således också med längre tidsbegränsning är det av största vikt att dessa parkeringsytor har en högre avgift jämfört övriga parkeringar.

Summary

The building of more external shopping malls creates an increased competition for city centre business. In the worst-case scenario this could lead to dead city centres with no trade or people. A common opinion is that parking regulation affects the customer's choice of trading site. The purpose of this study is to synoptically obtain the factors that affects the customer's choice of trading site and its attractiveness according to previous studies.

Furthermore, the purpose is specifically to study the effect of parking regulation on parking turnover and the effect on business turnover. The study focuses on medium-sized cities and presents case studies from Trelleborg and Ängelholm in Skåne, Sweden. Before those two cities were chosen the cities Eslöv, Hässleholm, Kristianstad, Hässleholm and Ystad were initially investigated.

Initially literature studies are implemented to obtain the factors that affects the customer's choice of trading site and its attractiveness. The literature studies also provide a background specific how parking factors affects. Furthermore, a selection of cities is being made to obtain two comparable cities that are as equal as possible based on the factors that affects the customer's choice of trading site and its attractiveness while the parking regulation differs. After that, an in depth-study of the parking situation connected to trading is being made via interviews and a two-week long turnover study on parking areas. To connect the parking regulation to how well the centre trade survives, it is studied how large the turnover in the centre is in each city.

The result shows that many factors affect the customer's choice of trading site and its attractiveness. The main factors are accessibility with different types of transports, wellbeing/atmosphere/experience and opening hours. Furthermore, it is obtained that, based on these factors, Trelleborg and Ängelholm are corresponding the most. The cities that initially were investigated except these two were Eslöv, Hässleholm, Kristianstad, Landskrona and Ystad.

The result is that time regulation on parking areas has a greater impact on turnover on parking spaces compared to fees. However, fees also have an effect. Totally, the turnover on parking areas are higher in Trelleborg compared to Ängelholm even though the turnover in stores in the city centre is higher in Ängelholm. This means that the turnover on parking lots and thus also the regulation has a minimal effect on how good the centre trade survives in these two cities. Probably it's the same in cities with a similar size. However, in order to create a high turnover in parking areas meant for centre visitors it is recommended to have a low time regulation (for example ≤ 2 h) and a fee that is higher in the most central city areas compared to the areas which are located a bit further away. On parking lots intended for visitors that want to make longer visits a longer time regulation is a must. But on these parking lots, it is really important that the fee is higher compared to other parking lots.

1 Inledning

1.1 Bakgrund

Sällanköpsmarknadsandelarna minskar i en majoritet av Sveriges städer. En del andra handelssektorer ökar i vissa städer men detta gäller långt ifrån alla. Externhandel är främst det som i dagsläget konkurrerar ut stadskärnorna men en väntad ökning av e-handeln kan också slå hårt mot stadens centrum. Vidare är handeln viktig för centrum eftersom det bidrar till en dragningskraft av människor och etableringar till stadskärnan. Därför finns risken att om handeln i centrum förlorar allt för mycket riskerar stadskärnor att bli tomma både på människor och handel. (Söderlind, Nedstam, Olla & Stureson 2015)

Däremot ökar omsättningen rejält för externa handelsplatser enligt Söderlind et al. (2015). Detta beror bland annat på att det för handlarna är billigare och lättare att driva en större butik externt än flera mindre inne i centrum. Vidare satsar fastighetsägare hellre på att utveckla handeln externt eftersom markpriset är lägre än i centrum samt att risken för konflikter med andra intressenter minskar. För en stor del av människorna är det dessutom smidigare att ta bilen till den externa handelsplatsen bredvid stora vägen än att krångla sig in i centrum. Detta är exempel på faktorer som gör att handeln går bra externt men sämre centralt. Faktorerna som påverkar är dock betydligt fler och dessa redogörs för i denna studie.

En viktig anledning till att extern handel ökar är att kommunerna planerar för det, vilket tydligt framgår av Glasare (2015). Söderlind et al. (2015) menar att en av de främsta anledningarna till att externa handelsplatser ökar i omsättning medan centrumhandeln minskar beror på tillgänglighet i form av bilparkeringen. Intervjustudien genomförd av Söderlind et al. (2015) visar dock att en stor oenighet råder om hur parkeringsfaktorer påverkar och hur parkeringssituation kan ändras för att öka centrumhandels omsättning. Om en handelsplats går bra eller inte beror på ett stort antal faktorer och sambanden är komplexa. Den stora oenigheten om hur parkeringsfrågor ska hanteras tyder på att ett tydligt svar på hur handeln påverkas av olika parkeringsfaktorer saknas.

För att erhålla de resultat som eftersträvas av parkeringspolitiken är en parkeringsmarknad som fungerar bra nödvändig. En mycket viktig faktor är att parkeringspriset motsvarar den kostnad som parkeringstjänsten kostar i form av de resurser som tas i anspråk. Detta är något som mycket sällan uppfylls idag utan istället är majoriteten av alla parkeringsplatser subventionerade. Detta innebär att det är fastighetspriser, skatt, löner, produktpriser, hyresavgifter med mera som står för parkeringskostnaderna. Detta leder till att parkeringsplatsers efterfrågan ökar till nivåer som är samhällsekonomiskt omotiverade eftersom bilinnehavare sällan betalar den verkliga parkeringskostnaden. Vidare har denna ökade efterfrågan i många fall lett till att ännu fler parkeringar anläggs, som också subventioneras på samma sätt. Denna typ av parkeringshantering innebär stora orättvisor där främst de som saknar bil betalar en del av parkeringskostnaderna för de som har bil. (Svensson & Hedström 2010)

Vidare påstår Svensson och Hedström (2010) att de samhällsekonomiska kostnaderna är extra stora i innerstaden för parkering och därav bör konsumenten betala ännu mer för dessa platser. En faktor som skulle kunna tala för att parkering i staden ska subventioneras

är att det kan leda till ökade intäkter för handeln vilket kan genereras då en subventionerad parkeringsplats används mer.

1.2 Syfte

Syftet med arbetet är att öka förståelsen för hur olika parkeringsregleringar påverkar centrumhandeln. En ökad förståelse om detta skulle innebära en bättre och säkrare grund vid beslutsfattande angående åtgärder och förändringar i staden som rör parkering. Vidare kan det leda till att kommuner och städer vågar satsa på parkeringsåtgärder som eventuellt ökar centrumhandelns omsättning vilket leder till en mer levande och trivsamt stadskärna att vistas i.

Studien önskar bidra till ökad insikt om att centrum som handelsplats kan erhålla en hög attraktivitet genom att implementera lösningar som begränsar bilens tillgänglighet i stadskärnan. Skulle detta inte vara fallet framgår istället vilka parkeringsrelaterade faktorer som är viktiga för centrumhandeln och som kommuner kan arbeta med för att stärka livskraften i centrum.

Sekundärt presenteras en sammanställning av vilka studier som tidigare genomförts om kundens val av handelsplats och dess attraktivitet. Detta underlättar vidare studier av liknande karaktär eftersom någon sammanställning med den informationen saknas idag.

Frågeställningar som besvaras är följande:

- Vilka påverkansfaktorer vid konsumentens val av handelsplats och dess attraktivitet har påvisats av tidigare studier och hur stark påverkan utgör dessa faktorer?
- Hur påverkar parkeringsregleringen i Trelleborg och Ängelholm omsättningen av parkerade bilar?
- Hur påverkar parkeringsregleringen centrumhandeln i Trelleborg och Ängelholm?
- Hur bör medelstora städer med liknande storlek som Trelleborg och Ängelholm arbeta med parkeringsregleringen för att centrumhandelns attraktivitet ska öka?
- Hur går det för centrumhandeln i Trelleborg och Ängelholm?

1.3 Avgränsning

De städer som studeras ingående och som resultatet bygger på är de två medelstora skånska städerna Trelleborg och Ängelholm med en tätortsbefolkning på runt 30 000 invånare. Detta innebär att resultatet främst är tillämpligt på städer med liknande storlek eftersom städer som är mindre respektive större har andra förutsättningar. Andra förutsättningar kan också gälla i städer med liknande storlek.

Eftersom parkeringsfaktorer ska isoleras är det önskvärt att samtliga övriga faktorer som påverkar konsumentens val av handelsplats och dess attraktivitet är så likvärdiga som möjligt. Vid urval av städer jämförs dock endast de faktorer som litteraturstudien visar har störst påverkan. Detta innebär att faktorer med mindre påverkan kan inverka på resultatet och ett annat resultat hade kunnat erhållits om dessa tagits hänsyn till. Dessa faktorer har dock bedömts vara av mindre betydelse. Av de faktorer med större påverkan har de som är svåra att mäta inte jämförts. Två påverkansfaktorer med större påverkan som endast har jämförts övergripigt i form av en färdmedelsfördelning är tillgängligheten för gång- och

cykeltrafik. En påverkansfaktor med större påverkan vilken inte jämförts mellan städerna är den subjektiva faktorn trivsel/upplevelse/atmosfär. Det innebär att dessa faktorer kan ha påverkan på resultatet om de skiljer sig åt mellan städerna.

Vid fördjupning av parkeringssituationen i Trelleborg och Ängelholm har de parkeringsytor som tidigare beläggningsstudier behandlar studerats. Detta innebär att det finns parkeringsytor i båda städerna som ej studeras, dock inte i de mest centrala delarna. I Ängelholms parkeringsstudie är en del parkeringsytor sammanslagna till en post vilket kan innebära att resultatet av den beläggningsstudien inte avspeglar verkligheten till hundra procent för alla ytor, se mer under kapitel 3.5.2 Beläggning.

Vid omsättningsstudien på parkeringsplatser i de båda städerna har avgränsningen gjorts att endast ett antal väl utvalda parkeringsytor studeras. Optimalt hade varit att alla parkeringsplatser som beläggningsstudierna är gjorda på hade studerats gällande omsättning. Anledningen till att alla parkeringsplatser inte studerats är att det hade varit för tidskrävande och i stort sett omöjligt att genomföra inom ramen för detta examensarbete.

1.4 Rapportens disposition

Inledningskapitlet ger en kort bakgrund till ämnet, beskriver syftet och vilka frågor studien ämnar besvara samt vilka avgränsningar som gjorts. Kapitlet Metod visar hur studien har genomförts med beskrivning av ingående moment. I kapitlet Resultat redovisas vad som erhållits ur litteraturstudien, jämförelser mellan städerna gällande faktorer som påverkar konsumentens val av handelsplats och dess attraktivitet, samt urval av städer som studerats mer ingående. Vidare i resultatkapitlet redovisas fördjupade studier om parkeringsfaktorer samt en analys av resultatet. I Diskussions- och slutsatskapitlet redovisas diskussioner kopplade till metoden samt slutsatser, rekommendationer och förslag till vidare studier.

1.5 Definitioner

De sju skånska städer som studeras i detta arbete definieras som medelstora städer eftersom samtliga är tillräckligt stora för att ha stadsbuss. De tre stadsbusstäderna i Skåne som inte studeras är Malmö, Helsingborg och Lund och dessa är för stora för att definieras som medelstora städer.

2 Metod

2.1 Litteraturstudie

Litteraturstudiens syfte är främst att erhålla vilka faktorer som påverkar konsumentens val av handelsplats och dess attraktivitet med fokus på parkeringsfaktorer. Utifrån litteraturstudien har en sammanställning gjorts av dessa faktorer. Sammanställningen har sedan legat till grund vid urval av städer. Litteraturen består främst av studier som fokuserar på situationen i specifika städer men därutöver även studier som fokuserar och visar resultat från flera både utländska och svenska städer.

2.2 Sammanställning litteraturstudie

Sammanställningen genomförs för att mer översiktligt se resultatet från litteraturstudien. Två större tabeller presenterar genomgångna studier och storleken på olika faktorer påverkan. De olika faktorerna värderar utifrån skalan 1–3 där 1 motsvarar mindre påverkan, 2 motsvarar påverkan och 3 motsvarar stor påverkan. I studier där storleken på påverkan av faktorerna inte redovisats benämns dessa med faktorn 2 på den tregradiga skalan. I Tabell 2 och 3 motsvarar tomma rutor vid majoriteten av fallen att faktorn inte har behandlats i studien. I tabellerna redovisas även ett totalt värde vilket är summan av påverkan från samtliga studier. Ett högt värde indikerar att faktorn har en stor betydelse för valet av handelsplats och dess attraktivitet medan ett lågt värde innebär att betydelsen är låg. Tabell 4 visar vilka studier som avses med benämning 1–16. Färgskalan i Tabell 2 och 3 symboliserar storleken på påverkan av faktorn, röd innebär stor påverkan och grön liten påverkan.

2.3 Urval av städer

Initialt studeras de städer i Skåne som har stadsbusstrafik med undantaget för de tre större städerna Helsingborg, Lund och Malmö. Dessa städer är Eslöv, Landskrona, Hässleholm, Kristianstad, Trelleborg, Ystad och Ängelholm. Anledningen till att dessa städer valts är att de inte är för stora vilket innebär att komplexiteten blir något mindre jämfört med större städer. Den mindre storleken innebär också att de bör vara mer representativa för ett större antal städer i Sverige. Vidare har samtliga städer stadsbusstrafik vilket innebär att liknande förutsättningar råder för att kunna åka stadsbusstrafik till centrum.

Utifrån sammanställningen som grundas i litteraturstudien erhålls de faktorer som har störst påverkan på konsumentens val av handelsplats och dess attraktivitet. Vid vidare urval ur de sju skånska städerna är målet att lokalisera två städer som är så likvärdiga som möjligt utifrån de faktorer med störst påverkan på handeln men som skiljs gällande parkeringsreglering. Statistik angående befolkning har hämtats från statistiska centralbyråns hemsida (SCB 2018a & SCB 2018b). Utbudet av butiker, kaféer och

restauranger har hämtats från Fastighetsägarnas årliga rapport *Cityklimatet* (Fastighetsägarna & WSP 2018). Färdmedelsfördelningen vilket till viss del visar tecken på hur bra tillgängligheten är för olika transportslag är från Hansson och Améens (2015) rapport om kollektivtrafik i Skåne län och mer specifikt för just kollektivtrafik har information från Skånetrafikens (2018 & u.å.) hemsida studerats. Information om öppettider har framtagits utifrån kontakt med personer i varje kommun med god kunskap om centrumhandeln i respektive stad, exempelvis centrumutvecklare.

Detta moment ger en bra grund och visar vilka städer som är jämförbara utifrån påverkansfaktorer på konsumentens val av handelsplats och dess attraktivitet. Utöver att städerna ska vara lika utifrån ett antal påverkansfaktorer på handeln ska de dessutom skiljas gällande parkeringsreglering. Därav har varje stads parkeringsreglering studerats översiktligt utifrån den information som finns tillgänglig via respektive kommuns hemsida. Informationen gäller främst taxors storlek samt när och var det kostar att parkera och även hur länge det är tillåtet att parkera.

2.4 Intervjuer

Intervjuer har genomförts för att få en bakgrund om parkeringssituationen samt handelssituationen i de två städer fördjupning sker. Intervjuerna är med personer som är väl insatta i respektive stads situation. Från Trelleborgs intervjuades Hansson (2019a), trafikingenjör på Trelleborg kommun och Galia (2019), parkeringsvakt i Trelleborg. Anledning till att två personer intervjuades samtidigt var att Hansson (2019a) inte hade jobbat särskilt många år på kommunen och därav föreslog att ha med en parkeringsvakt men lång erfarenhet från både Trelleborg och andra städer. Detta innebär att de kunde komplettera varandra och gemensamt svara på frågor som en av dem eventuellt inte kunnat svara på. Från Trelleborg intervjuades även Engblom (2019), näringslivsstrateg på Trelleborg kommun. Från Ängelholm intervjuades Wiinberg (2019), trafikingenjör på Ängelholms kommun och Eidmark (2019), centrumutvecklare på Ängelholms Näringsliv AB. Samtliga intervjuer har spelats in för att underlätta transkribering. Intervjuerna har genomförts på plats med undantag för intervjun med Wiinberg (2019) vilken genomfördes via telefon.

Intervjusmetodiken utgår från Kvaales och Brinkmanns (2014) sju steg som redovisas i Tabell 1 nedan.

Tabell 1 Intervjumethodikens sju steg (Kvale och Brinkmann 2014)

Steg	Förklaring
1) Tematisering	Formulering av syftet med undersökningen. Svara på frågorna vad intervjun ska tillföra och varför intervjun ska genomföras och därefter besvara frågan hur.
2) Planering	Med hänsyn till dessa sju steg planeras undersökningens upplägg utifrån den kunskap vilket intervjun önskas tillföra.
3) Intervju	Genomförande av intervjun utifrån en intervjuguide. Det är viktigt att förhållningssättet i intervjun är reflekterande utifrån den kunskap vilken önskas erhållas.
4) Utskrift	Transkribera intervjun för att underlätta analysen.
5) Analys	Välj lämplig analysmetod utifrån syftet med undersökningen och ämnet.
6) Verifiering	Validitet, reliabilitet och generaliserbarhet fastställs utifrån resultatet från intervjun.
7) Rapportering	Resultatet av intervjun redovisas och sammanställs för att skapa en vetenskaplig och läsbar rapport.

De tre typer av frågor som främst använts under intervjuerna är *inledande frågor* som är av karaktären ”berätta om...”, *uppföljningsfrågor* vilket bland annat används för att erhålla ytterligare information om ämnet samt *sonderande frågor* vilket innebär att frågor såsom ”berätta mer om det?” ställs. I de fall där det upplevdes att det behövdes användes *tystnad* vilket ger den intervjuande personen tid att fundera ytterligare på frågan. Frågorna formuleras på ett kort och enkelt sätt för att undvika missuppfattningar hos respondenten. (Kvales & Brinkmanns 2014)

2.5 Parkeringsstudie

Utifrån de utvalda städerna har en fördjupning kring parkeringsfaktorer genomförts i de två städer som är mest likvärdiga. Det handlar om beläggningsgrad, prissättning, tidsbegränsning och omsättning på parkeringsplatser. Information om beläggning har tillhandahållits av tjänstemän som arbetar med trafikplanering i respektive kommun. Information om prissättning och tidsbegränsning är något begränsad på respektive kommuns hemsida eftersom det främst är kommunala parkeringsplatser som visas. Därav har platsbesök genomförts i båda städerna för att ge kompletterande information om privata parkeringsytor samt för att säkerställa att information på kommunernas hemsidor stämmer. Information om omsättning på parkeringsytor saknas för båda städerna och därav har en omsättningsstudie genomförts vilken beskrivs nedan.

2.5.1 Parkeringsomsättning

Denna undersökning genomförs för några väl utvalda parkeringsytor som väljs efter rekommendationer från intervjuerna samt efter viss variation i styrning av dem. Andersson (2008) nämner att faktorer såsom väder och årstid kan ha påverkan vid konsumentens val av handelsplats samt att i mindre städer kan mängden besökare till centrum påverkas om

löning skett nyligen. För att undvika dagar direkt efter eller innan löning genomförs undersökningen under perioden 1–14 april. Under den tidsperioden beräknas omsättning under fyra vardagar (tisdag-fredag) samt en lördag för respektive Trelleborg och Ängelholm. Tidsperioden är under våren och därav bör inte årstiden ha påverkan vid jämförelse av resultatet mellan städerna. Vädret är en faktor vilken är omöjlig att styra över men för att undvika risken att en stad endast besöks under bra väder och en endast med dåligt väder besöks städerna varannan dag. Detta minimerar också påverkan av eventuella skillnader i besöksantal beroende på tidsavstånd till löning.

Metoden är att gå mellan utvalda parkeringsplatser och notera de bilar som står parkerade. Varje parkeringsyta besöks en gång i timmen mellan klockan 9:30 och 15:00 vilket innebär att varje parkeringsyta besöks 6 gånger om dagen. Starttiden 9:30 väljs eftersom det är önskvärt att få en uppfattning om hur mycket bilar som tillkommer när butiker i centrum öppnar (klockan 10). Optimalt hade varit att studera omsättningen så länge som butiker i centrum är öppna (runt klockan 18-19). Sluttiden har dock valts till klockan 15:00 eftersom en större studie tidsmässigt ligger utanför tidsramarna för detta arbete. Slutligen sker bearbetning av det insamlade materialet för att erhålla hur länge bilar står parkerade och hur ofta nya bilar tillkommer respektive lämnar en parkeringsyta.

2.6 Omsättning i centrumhandeln

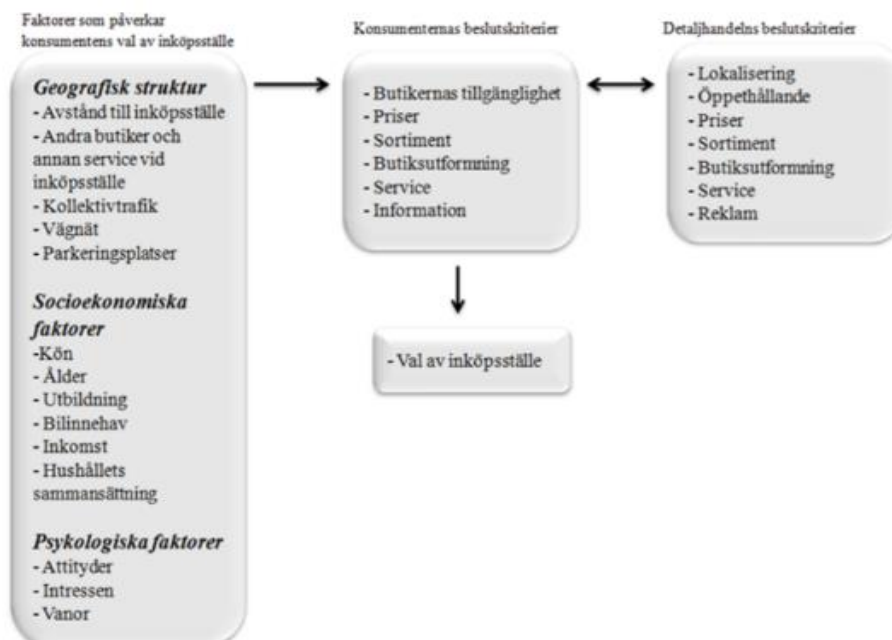
För att få information om hur bra centrumhandeln i respektive stad går används tre olika omsättningsmått. Dessa är omsättning per capita, procentuell omsättning i centrum jämfört hela kommunen samt omsättning per butik. Omsättning per capita är uppdelad i både per capita tätort respektive kommun samt i grupperna dagligvaror, sällanköpsvaror, restaurang och kafé samt annan service. Omsättning per capita ger en bild av hur mycket centrumhandeln omsätter per invånare och ju högre omsättning per invånare desto bättre går centrumhandeln. Procentuell omsättning i centrum jämfört med i hela kommunen ger en bild av hur stark centrumhandeln är jämfört med resterande handel i kommunen. Omsättning per butik ger en bild av hur bra varje butik i genomsnitt klarar sig, där ett högt värde indikerar att butikerna klarar sig bättre. Omsättning per butik är indelad i samma grupper som omsättning per capita. Information om omsättning baseras på *Cityklimatet 2018* (Fastighetsägarna & WSP 2018) och HUI research (2018).

3 Resultat

3.1 Litteraturstudie

3.1.1 Metoder i studerad litteratur

En stor del av studerad litteratur är enkätstudier med varierande storlek med målet att ta fram faktorer som påverkar en handelsplats attraktivitet samt vad som grundar kundens val av handelsplats. Största enkätstudien är Tellers (2008) vilken hade 950 respondenter. Vad som ligger till grund för enkätundersökningarna varierar något mellan studierna. Exempelvis i Tellers (2008) studie är litteraturstudier och gruppdiskussioner grunden till frågorna. För Hernvall Jonsson (2010) var det istället just Tellers (2008) studie vilken låg till grund för utformningen av enkätfrågorna. Studien av Edenbrink Andersson och Schönström (2014) grundas på modellen av Falk och Julander (1983) enligt Figur 1 nedan.



Figur 1 Grundmodell av Falk och Julander (1983)

En vanlig metod i studerad litteratur är att genomföra intervjuer. Exempelvis genomför Andersson, Nilsson och Schön (2011) kvalitativa intervjuer med personer med stor kunskap om den lokala handeln och Ekberg, Hansson och Lundgren (2005) genomför snabbintervjuer med kunder som låg till grund för expertintervjuer med lokal kunnsighet om handelssituationen. I båda dessa fall kompletteras intervjustudierna med enkätstudier. På liknande sätt är studien av Söderlind et al. (2015) genomförd fast istället för fokus på endast en stad genomförs enkätstudie och intervjuer med personer från flera olika städer. Dessa städer har varierande förutsättning vilket skapar en förståelse om hur faktorer påverkan varierar mellan städer. Även Mørk (2016) har genomfört enkätstudie och intervjustudie. Skillnaden med Mørks (2016) studie är dock att båda metoderna har använts

till både kunder och butiksägare vilket innebär att skillnader redovisas beroende på vem som tillfrågar.

En del av studerad litteratur är sammanfattningar och/eller sammanställningar av andra genomförda studier. Exempelvis är studien av Krag (2002) grundad på studier genomförda i andra europeiska länder medan rapporten av Jaffe (2015) sammanfattar resultat från tolv studier från städer runt om i världen. Studierna av Holst (2013) samt Eriksson och Åker (2006) är främst litterära med viss komplettering av intervjuer och mejlkonversationer. Rapporten av Svensson och Hedström (2010) är diskuterande utifrån en litteraturgenomgång av dåvarande kunskapsläge med främsta fokus på förhållanden liknande Linköping.

3.1.2 Utbud

En av faktorerna som främst påverkar en handelsplats attraktivitet är enligt kunderna utbudet och mixen av detaljhandelsaffärer (Teller 2008). Vidare visar enkätstudien att utbudet och mixen av icke detaljhandelsaffärer såsom restauranger och barer också påverkar attraktiviteten på en handelsplats fast i mindre grad. Söderlind et al. (2015) visar att utbudet är en av huvudfaktorerna till varför centrumhandeln tappar konkurrenskraft gentemot externhandeln. Fördelar för handeln i centrum jämfört med externhandeln är enligt Hernvall Jonsson (2010) att unika butiker och utbudet av restauranger och kaféer är bättre.

Söderlind et al. (2015) menar att kunderna väljer den handelsplats där de största och viktigaste investeringarna för handeln genomförs. Dessa platser blir oftast de med störst utbud vilket gör att konsumenterna blir mer benägna att besöka dessa. Således är det inte kunderna som avgör vilken handelsplats som erhåller störst utbud utan investerarna. Vidare menar därav Söderlind et al. (2015) att det går att påverka var handeln får bli som störst genom att investera där handeln önskas växa.

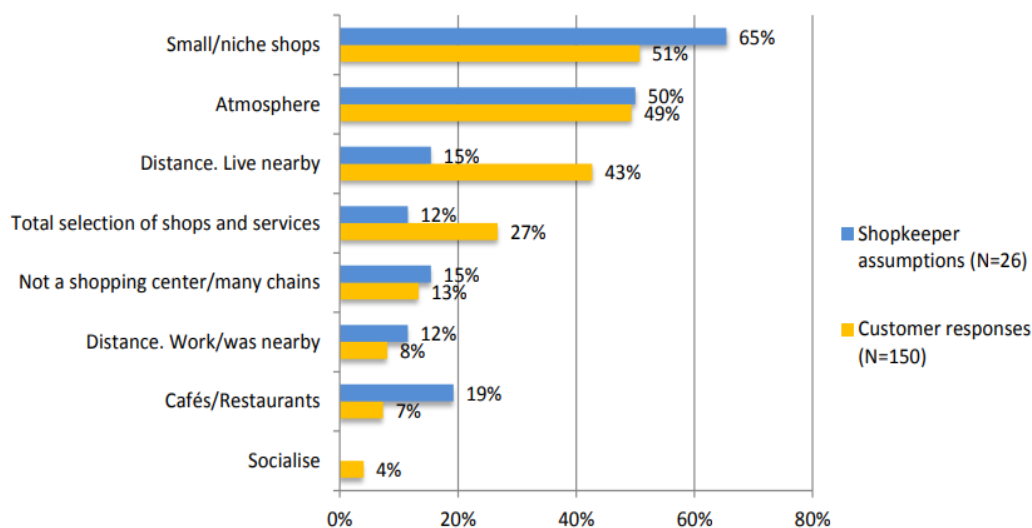
Enkätstudien av Söderlind et al. (2015) visar att respondenter menar att dåligt utbud är ett hinder som kan leda till en icke levande stadskärna. Samma respondenter menar att en ökning av utbudet är en av de faktorer som skulle kunna lösa problemet och göra en stadskärna mer levande. Detta får stöd av enkätstudien genomförd av Edenbrink Andersson och Schönström (2014) vilken visar att nästan 19 % av respondenterna hade åkt till centrum och handlat istället för externt om utbudet varit bättre. Edenbrink Andersson och Schönström (2014) visar att utbudet var den mest betydande faktorn till varför kunderna valde det externa köpcentrumet som handelsplats istället för centrum. Faktorer som inte påverkar valet av handelsplats enligt Edenbrink Andersson och Schönström (2014) är utbudet och tillgången till biografier och andra evenemang.

Liknande studier ifrån Lund (Ekberg et al. 2005), Malmö (Andersson et al. 2011), Växjö (Andersson 2013), Alvesta (Arvidson 2008), Uppsala (Eriksson & Åker 2006), Kalmar (Adolfsson & Jansson 2012) visar att utbudet är en av de mest betydande faktorerna vid konsumentens val av handelsplats och dess attraktivitet. Andersson (2013) och Eriksson och Åker (2006) visar att utbudet särskilt är en viktig faktor för centrumhandels konkurrenskraft gentemot externhandeln. Vidare framhåller Andersson (2013) resultatet att fördelen med centrum är att de mindre och mer unika butikerna passar bättre in där jämfört på externa köpcentrum.

Kvinnor tycker att det är viktigare med ett bra butiksutbud än män vilket Edenbrink Andersson och Schönström (2014) redovisar utifrån både enkät- och litteraturstudie. Vidare erhålls resultatet att åldersgruppen 45–59 år i större utsträckning än övriga åldersgrupper tycker att utbudet är viktigt. Enligt Andersson & Schönström (2014) kan det

bero på att den åldersgruppen har större inkomst och således spenderar mer. Därutöver visas att personer som är 60 år och äldre anser att utbudet av kaféer och restauranger är av mindre betydelse än personer i de yngre åldersgrupperna.

Resultatet från en handlegata i Oslo visar att butiksägare tenderar att överskatta betydelsen av tillgången till kaféer och restauranger jämfört med vad kunderna tycker (Mørk 2016). Vidare framhålls att butiksägare underskattar betydelsen av det totala utbudet jämfört med kunderna vilket redovisas i Figur 2. Enligt Mørk (2016) tycker kunderna att det totala utbudet är av betydligt större vikt än utbudet av kaféer och restauranger. Andersson & Schönström (2014) presenterar dock resultatet att möjligheten till att äta och fika på restauranger och kaféer är av stor betydelse vid valet av handelsplats eftersom konsumenter föredrar att kunna kombinera shoppingturer med andra aktiviteter. Att specifikt utbudet av restauranger och kaféer har betydelse för en handelsplats attraktivitet visar även flertalet andra studier (Andersson et al. 2011, Arvidsson 2008, Eriksson & Åker 2006 och Adolfsson & Jansson 2012).



Figur 2 Kundernas anledning till besök och butiksägares förmodan (Mørk 2016, s. 78)

En faktor kopplad till utbud vilken Ekberg et al. (2005) nämner påverkar konsumentens val av handelsplats, dock i mycket liten grad enligt konsumenterna, är torghandeln. Arvidsson (2008) menar att förekomsten av torghandel centralt kan öka estetiken i centrum vilket ökar besökarnas upplevelse.

Avslutningsvis redovisar Söderlind et al. (2015) att utbudet i närliggande städer påverkar om konsumenten väljer centrum som handelsplats eller en av de närliggande städerna. Exempelvis har Vellinge ungefär lika långt avstånd till Malmö som Trelleborg men utbudet är betydligt större i Malmö varpå fler åker dit. Vidare redovisar Söderlind et al. (2015) att i de mindre städerna är det av största vikt att det finns en stark livsmedelsbutik i centrum om stadskärnan ska överleva eftersom en tredjedel av all handel är livsmedel. Söderlind et al. (2015) menar även att ju större omkringliggande kommuner en mindre kommun har desto troligare är det att köptroheten gentemot den egna kommunen minskar.

3.1.3 Tillgänglighet

En nyckelfaktor för att centrumhandeln ska stimuleras är tillgänglighet för både person- och varutransporter. En av huvudfaktorerna som gör att centrumhandeln förlorar konkurrenskraft gentemot externhandeln är tillgänglighet för kollektivtrafik samt för biltrafik i form av parkering. Dock är vikten av andra trafikslag än bil betydelsefull. Dessa

kräver också en god tillgänglighet till en handelsplats för att säkerställa ett framtida underlag där handeln inte riskerar dö ut bara för att något trafikslag får sämre förutsättningar på en plats. Åtgärder som försämrar för bilen är troligen inget större problem för handeln så länge andra åtgärder genomförs som gör det lättare och bekvämare att med andra trafikslag nå en handelsplats. (Söderlind et al. 2015)

Teller (2008) redovisar att tillgänglighet påverkar en handelsplats attraktivitet i mindre grad och i enkätstudien erhålls resultatet att parkeringsfaktorer inte visar någon signifikant påverkan vilket går emot Tellers (2008) litteraturstudie. Det resultatet motsägs av Edenbrink Andersson och Schönström (2014) som visar att 27 % av kunderna som handlade på den externa handelsplatsen hade valt centrum som handelsplats om parkeringssituationen i centrum varit bättre. Vidare hade knappt 7 % åkt till centrum om parkeringen varit avgiftsfri. Denna skillnad i resultat kan dock motiveras med att studien av Edenbrink Andersson och Schönström (2014) är genomförd i Karlstad medan Tellers (2008) studie är genomförd i storstaden Wien. Söderlind et al. (2015) visar nämligen att stadens storlek leder till många skillnader i mönster och utseende. Exempelvis har människor i mindre städer vanligen större rörlighet och arbetspendling vilket innebär att en större konkurrens skapas mellan centrumhandeln och externhandeln. Utöver det har mindre städer sämre utbyggd kollektivtrafik, mindre täthet och investeringsintresset är lägre eftersom nya etableringar har svårare att få god ekonomi. Betalningsviljan är även lägre generellt vilket exempelvis innefattar viljan att betala för parkering. På grund av detta kan inte alla städer dras över en kam gällande åtgärder som skapar ett attraktivare centrum utan olika storlekar på städer kräver olika lösningar.

Att stadsstorleken har en stor påverkan får även medhåll av Svensson och Hedström (2010). De menar att för stora och medelstora städer är besöksparkeringars efterfrågeelasticitet låg vilket innebär att denna typ av parkering inte är särskilt känslig för minskningar och ökning av parkeringskostnaden. Vidare innebär det att avgiften för parkering inte är en avgörande faktor för attraktiviteten och besöksviljan till centrum i stora och medelstora städer. Motsatsen kan dock förekomma i mindre städer där tydliga innerstadskvaliteter saknas i centrum. I dessa städer kan parkeringsavgiften ha en avgörande roll på mängden besökare.

Söderlind et al. (2015) menar att problemet med att handeln flyttar ut från centrum till externa handelsplatser är mest påtaglig i mindre och medelstora städer. I större städer är oftast kollektivtrafiken bra och tätheten hög vilket innebär att handeln har lättare att bli kvar i centrum. Anledningarna till att handeln förflyttas ut ur centrum är dock komplexa och några faktorer som påverkar är priser på fastigheter och mark, bilinnehav, biltillgänglighet, parkeringsfaktorer och förbifartsleder. Eftersom en stor del av resor till och från handel genomförs med bilen innebär ett bilfritt centrum och andra faktorer som gör det besvärligare för bilen i centrum att dessa kunder istället kommer söka sig till externa handelsplatser och undvika centrum. Söderlind et al. (2015) redovisar också att det finns en risk med att försöka omvandla små och medelstora städer till bilfria innerstäder. Detta eftersom dessa samhällen ofta är glesare och invånarna har längre avstånd mellan hem, arbetsplats och butik och i värsta fall kan en styrning mot bilfria samhällen ha negativ effekt på centrumhandeln i dessa städer.

Svensson och Hedström (2010) nämner att många anser att en god biltillgänglighet krävs för att detaljhandel och handel i centrum ska fungera. Därav möts ofta åtgärder om striktare parkeringsstyrning av negativ kritik från handlare, butiksägare och köpmannaorganisationer. Flertalet studier enligt Svensson och Hedström (2010) visar dock att åtgärder som striktare styrning av parkering men även andra åtgärder som minskar bilanvändande i innerstäder ökar attraktionskraften och omsättningen för den lokala handeln i centrum. Många besökare och invånare tycker det är en positiv effekt med

mindre biltrafik i centrum vilket leder till att fler besöker centrum och dessutom mer regelbundet. En minskning av möjligheten att ta sig till innerstaden med bil kräver att möjligheten att transporteras med andra färdmedel ökar. Detta kan i sig leda till att ännu högre besöksantal till centrum eftersom andra färdmedel har högre passagerarkapacitet och är mindre platskrävande än bilen. Vidare leder detta till en stor utvecklingsförmåga av det lokala näringslivet.

Ekberg et al. (2005) visar att parkeringsfaktorer har en stor påverkan på centrumhandeln i Lund där 60 % av kunderna menar att deras val av handelsplats påverkas av parkeringssituationen. I Lund är många av parkeringarna svårlokaliserade vilket innebär att kunderna kan ha svårt att hitta dem. Vidare erhålls resultatet att de som bor långt från centrum tenderar att välja den externa handelsplatsen Nova före Lunds centrum som handelsplats, särskilt på grund av parkeringssituation, medan de som bor centralt och nära kollektivtrafik tenderar att välja centrum som handelsplats. För Malmö presenterar Andersson, et al. (2011) resultatet att majoriteten av kunderna i centrum hade tagit bilen eller bussen varpå tillgängligheten för dessa två transportslag är viktiga för centrumhandeln. Vidare visas att för externhandeln är däremot tillgängligheten med bil och parkeringssituationen avgörande medan tillgängligheten med buss har något mindre påverkan.

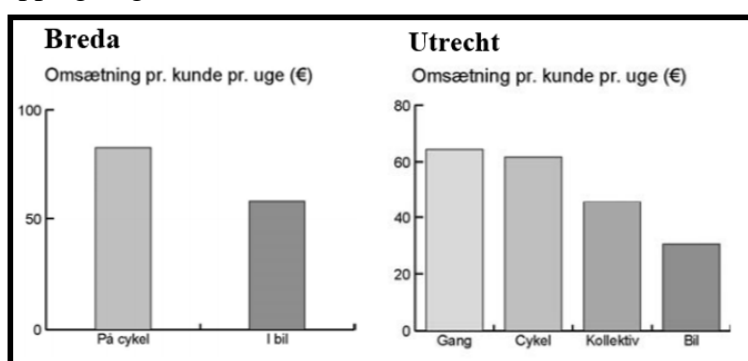
I Växjö visar en studie (Andersson 2013) att majoriteten av kunderna tycker det är viktigt att parkeringsmöjligheten vid handelsplatsen är bra samt att många av kunderna tycker att parkeringsavgifterna i centrum är orimliga. En av de tillfrågade menar att problemet med parkeringar i Växjö centrum är att de är svårlokaliserade och att det saknas tydlig struktur för avgifterna. Övriga kommentarer var önskan om mer, enklare och billigare parkering. Andersson (2013) beskriver att det är viktigt att handeln kan ske så tidseffektivt som möjligt och det är en av anledningarna till att de flesta utför handlingsturer med bil. Moment såsom parkering bör därför gå snabbt vilket innebär att det ska vara lätt att hitta en parkeringsplats samt att gå från parkeringen till handeln. Hur parkeringsavgiften påverkar är inte säkert bestämt. Eftersom centrum har sämre bil tillgänglighet än det externa köpcentrumet kan istället möjligheten att ta kollektivtrafik ökas till centrum för att attrahera kunder som inte har bil.

Även i Alvesta erhåller Arvidson (2008) liknade resultat men då främst från butiksägare som menar att det finns för få parkeringsplatser tillräckligt nära centrum. Något som butiksägarna uppskattar är att de centrala platserna precis utanför butikerna är korttidsparkeringar. Av kunderna anser ungefär hälften att parkeringssituationen är bra och andra hälften att den är dålig. Det främsta problemet som beskrivs är den begränsande mängden parkeringsplatser samt att det är trångt och bökitigt att parkera. Från Kalmar visar Adolfsson och Jansson (2012) att tillgängligheten är en viktig faktor vid valet av handelsplats och då främst för bil. Specifikt för bilparkering är avgiften en avgörande faktor.

Svensson och Hedström (2010) beskriver dock att studier från Tyskland och Nederländerna visar att när parkeringsavgiften sänkts med målet att öka detaljhandelns försäljning så har det misslyckats. Därav har slutsatser dragits att styrning av parkeringspriser inte är det som påverkar kundernas besöksvilja till centrum. Istället är det enligt studierna kvalitet och utbud av butiker kombinerat med hur många andra aktiviteter som kan göras i samma område som styr. I Oslo testades att införa gratisparkering på helger med önskan att öka innerstadens förutsättningar för detaljhandeln. Effekten blev dock att alla parkeringsytorna blev fulla och att parkeringstiden blev längre vilket ledde till att många hade svårt att hitta lediga platser, därav avskaffades det. Andra studier visar att samband mellan omsättning i detaljhandeln samt kommersiella verksamheter och parkeringsutbud saknas eller är mycket svaga.

Det finns ett problem som ofta uppstår om tidsreglerad parkering saknas vilket är att de som jobbar inom handeln i stadskärnan parkerar på de mest centrala parkeringsplatserna och på så vis minskar förutsättningarna för sin egen handel. En viktig distinktion är skillnaden mellan antal parkeringsplatser och antal användbara parkeringsplatser. Finns det parkeringsplatser som är svårlokaliserade eller i regel upptagna av långtidsparkerare bidrar de inte på önskvärdt sätt och bör därför inte räknas in i antalet parkeringsplatser. Detta kan jämföras med externa köpcentrum där det inte är några problem att hitta till parkeringsplatserna. (Söderlind et al. 2015)

Krag (2002) presenterar en studie genomförd i Breda centrum i Nederländerna vilken visar att en kund som är bilist spenderar nästan dubbelt så stor summa per besök som en cyklist medan en cyklist gör mer än dubbelt så många besök. Totalt erhålls resultatet att en cyklist ger upphov till en högre veckomsättning för handeln jämfört en bilist. Vidare redovisar Krag (2002) att en studie från Utrecht centrum i Nederländerna visar liknande resultat samt att likvärdiga förhållanden förekommer mellan bil- och kollektivtrafik samt mellan bil- och gångtrafik. Således är bilisterna de sämsta kunderna vad gäller butiksomsättning per vecka jämfört övriga transportslag vilket redovisas i Figur 3. I sällanköpsbutiker med större upptagningsområde kan det dock se annorlunda ut.



Figur 3 Omsättning per kund och vecka från Breda centrum och Utrecht centrum (Krag 2002, s. 4-5)

Vestin och Lindblom (2010) visar att i Växjö spenderar bilister mest per genomsnittligt inköp (290 kr), följt av cyklister (260 kr), bussresenärer (248 kr), fotgängare (181 kr) och tågresenärer (148 kr). Tyvärr visar inte studien, likt Krag (2002), om kunder som inte åker bil gör fler handelsturer per vecka och således spenderar mer per vecka. Vestin och Lindblom (2010) påpekar dock tydligt att totalt under en genomsnittlig dag spenderar besökare som tar andra färdmedel än bil mer än bilisterna. Mørk (2016) visar också att bilisterna är de som spenderar mest per resa men att fotgängaren är de som spenderar mest sammanlagt. Dock är inte det resultatet redovisat per person utan totalt och eftersom majoriteten av besökarna i Mørks (2016) studie är fotgängare är slutsatsen omöjlig att dra om en bilist eller en fotgängare spenderar mest över tid.

Jaffe (2015) presenterar från flera studier hur handelsvanor skiljer sig mellan bilister och cyklister. I staden Portland erhålls resultatet att cyklister spenderar mindre per tur men att de gör fler turer till affärer jämfört bilister. Bilister handlar mer mat än cyklister medan cyklisterna spenderar mer än bilisterna på barer, restauranger och närbutiker. Vidare visar en studie från New York och en från Toronto att cyklister och fotgängare spenderar mer än bilister över tid vilket även visas för cyklister i en studie från Davis. I San Francisco erhålls liknande resultat från en studie som visar att de som handlar via resor med gång, cykel och kollektivtrafik spenderar mer på en månad och besöker affärer oftare jämfört de som gör handelsresor med bil. En rapport från städerna Auckland, Christchurch och Wellington visar att bilister spenderar mer per tur än de som inte kör bil, i vissa fall är dock denna skillnad minimal. Samtidigt spenderar de som inte kör bil mer tid på handelsplatserna varpå studien menar att långsiktigt är det troligt att de som inte kör bil spenderar mer

pengar är de som kör bil. En studie från Melbourne har en annan inriktning och efter att resultatet erhållits att en bilist spenderar mer än en cyklist per timme görs jämförelsen att sex parkerade cyklar får plats per en parkerad bil. Eftersom sex cyklister spenderar mer än en bilist innebär det att per yta spenderar cyklister mer än bilister.

Vidare redovisar Jaffe (2015) att en studie från Dublin erhåller resultatet att cyklister och bilister spenderar i stort sett lika mycket där cykelvänliga gator finns. I Los Angeles visar en studie att ersättning av ett bilkörfält till ett cykelfält gav resultatet att handeln gick bättre än ställen där det inte skett. I Vancouver där cykelbana anlades istället för bilparkering visar dock en studie att en liten minskning av handeln uppstod. Från Seattle visar en annan studie att handelssituationen blir likvärdigt eller något bättre där cykelfält anläggs på bekostnad av bilparkering.

Mørk (2016) visar att butiksägare och konsumenter svarade mycket olika på lämpligheten att transportera sig på Markveien i Oslo med färdsmitteln bil, cykel och gång vilket visar att resultaten kan skilja sig avsevärt beroende på vilken grupp som tillfrågas. Butiksägarna överskattar hur viktigt kunderna anser att det är att kunna parkera längs gatan och underskattar kundernas nöjdhet av parkeringstillgängligheten. Detta förhållningssätt hos butiksägare för stöd av Krag (2002) som menar att försäljare tycker att kunder som kommer med bil är mer intressanta än kunder som kommer med övriga transportslag. En dansk studie som Krag (2002) hänvisar till visar att försäljarna överskattar parkeringsfaktorers betydelse jämfört kunderna. Mer än hälften av försäljarna (ca 50–60 %) anser att det är för få parkeringsplatser medan denna siffra för kunder är betydligt lägre (ca 20–35 %).

Vidare redovisar Krag (2002) att flertalet studier visar att försäljarna vanligtvis underskattar betydelsen av kunder som kommer med andra transportslag än bil. En tysk undersökning från Köln visar att försäljare tror att ca 1–10 % av kunderna kommer med cykel medan den verkliga andelen är 7–20 %. Liknande tendenser visar Jaffe (2015) där en studie från Bristol och Graz visar att detaljhandlare överskattar hur många av deras kunder som kommer med bil och underskattar hur många som cyklar.

Edenbrink Andersson och Schönström (2014) presenterar resultatet att tillgänglighetsfaktorer gällande bilparkering är viktigare än tillgängligheten med buss enligt kunderna. 85 % av svarande kunder åkte till det externa köpcentret med bil och motsvarande siffra för centrum var 70 %. För att gynna centrumhandeln då konkurrens förekommer från en extern handelsplats nämner Holst (2013) att satsa på kollektivtrafik och åtgärder som leder till bättre tillgänglighet i och till centrum bör göras.

Söderlind et al. (2015) visar att flertalet sakkunniga förespråkar att bilen måste finnas kvar i centrum. Exempelvis är parkeringsfrågan och framkomligheten för bilen viktiga för var etableringen av handel sker. Risken med att strypa möjligheterna att ta bilen till de centrala delarna av staden gör att många istället åker längre sträckor iväg från staden för att utföra sina handelsbehov vilket missgynnar staden. För att inte skada gatamiljön krävs det att bilparkeringar försvinner från gatan och ersätts av parkeringshus eller garage. Det viktigaste gällande parkering är att det går snabbt och lätt att ta sig till dessa parkeringshus och garage och så länge detta uppfylls är parkeringspriset inte av särskilt stor betydelse. Vidare menar Söderlind et al. (2015) att det viktiga inte är hur man rör sig i staden utan hur man tar sig till staden. För de som måste ta bilen till staden måste denna möjlighet finnas. Istället för att skapa en bilfri stadskärna bör man sträva efter att skapa en tillgänglig stadskärna.

Vidare redovisar Söderlind et al. (2015) att förutom bekvämligheten som bilen medför används den också som ett redskap för förvaring av inköp. Detta innebär att kunden slipper bära runt på allt som inhandlas eftersom det istället kan förvaras i bilen. Detta är en avgörande faktor till varför man vill parkera så nära handeln som möjligt. Att bilen är ett

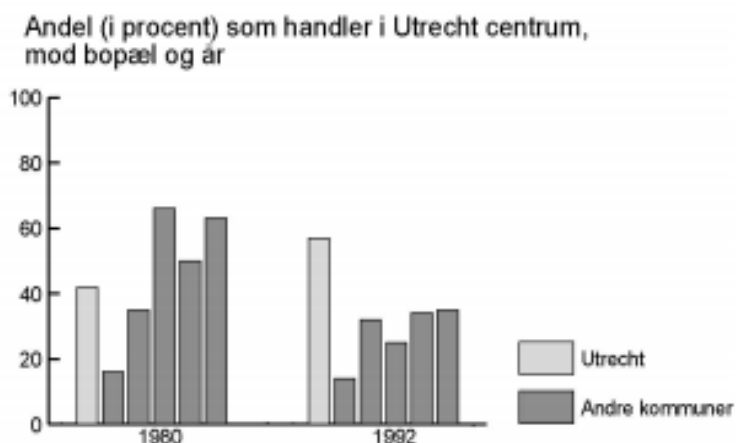
redskap för förvaring av inköp bör dock ställas i relation till det Krag (2002) redovisar att bilister handlar mer per shoppingtur men att kunder med övriga transportslag handlar oftare vilket innebär att dessa på en vecka spenderar mer.

Söderlind et al. (2015) beskriver att tid och bekvämlighet är två faktorer som är avgörande eftersom människor generellt vill gå så lite som möjligt för att nå en affär. Detta gäller både från bilparkering och busshållplats. Vidare är det betydligt dyrare att exempelvis etablera parkeringsplatser centralt än externt. Eftersom alla parkeringsplatser i centrum inte kan vara i markplan krävs parkeringshus vilket är 10–20 gånger dyrare än att bygga markparkering externt.

Att med lätthet kunna parkera bilen är viktigare än att parkeringen ska vara gratis enligt (Söderlind et al. 2015). I mindre städer är bilberoendet större eftersom det oftast saknas tillräckligt god kollektivtrafik samtidigt som ökad kollektivtrafik i dessa mindre städer kan vara svår motiverad. Enkätundersökningen av Söderlind et al. (2015) visar att mindre städer är känsligare vad gäller tillgängligheten med bil jämfört större städer. Mørk (2016) visar att körande och parkerade bilar i staden också kan vara ett problem. Detta eftersom en betydande mängd av kunderna tyckte att trafiksituationen längs vägen påverkade shoppingupplevelsen negativt. Dock ansåg mer än hälften av kunderna att det inte påverkade alls. Mørk (2016) visar också att längs Markveien påverkar inte parkeringsfaktorer konsumentens val av den gatan som handelsplats. Tillfrågade bilister i Mørks (2016) studie menar att de inte måste kunna parkera precis utanför butikerna utan de kan tänka sig att gå en sträcka från en parkeringsplats.

Svenson och Hedström (2010) menar att bilparkering måste styras med en hög ambitionsnivå för att kunna minska biltrafiken i städerna till förmån för kollektiv-, cykel- och gångtrafik. Det som kan åstadkommas med en minskning av biltrafiken i färdmedelsfördelningen är att verksamheter, besökande och boende kan få en ekonomiskt starkare och attraktivare stad.

Söderlind et al. (2015) visar att för att gynna centrumhandeln måste bilarna släppas in i staden och tillgängligheten för bilisterna måste öka eftersom de flesta tar bilen när de ska handla. Detta kan bland annat ske genom att anlägga fler parkeringsplatser i staden och att det ska vara gratis att parkera. Krag (2002) visar dock att bilen inte nödvändigtvis är så viktig för staden som genomförda intervjuer av Söderlind et al. (2015) visar. Krag (2002) redovisar nämligen om en studie i Utrecht centrum i Holland där det satsats hårt på prioritering för transportslagen kollektiv-, cykel- och gångtrafik. Resultatet från Utrecht visar att andelen som handlar i centrum ökat kraftigt relativt andra kommuner (se Figur 4). Det är kunder från den egna kommunen som ökat medan kunder från omkringliggande kommuner minskat vilket blir en naturlig följd då biltillgängligheten minskar.



Figur 4 Andel som handlar Utrecht centrum och andra kommuner (Krag 2002, s. 8)

Utrecht är dock en relativt stor stad med svenska mått och Söderlind et al. (2015) redovisar att en avgörande fråga för mindre städer är hur bilen ska hanteras. Ska handel i centrum överleva kan det inte vara bilfritt och en av de viktigaste faktorerna är att det upplevda avståndet mellan butiker och parkering är så kort som möjligt. Resultatet från enkätstudien av Söderlind et al. (2015) visar dock att överlag anser de tillfrågade att tillgängligheten för samtliga trafikslag (inte bara bilen) är viktigt för att skapa en levande stadskärna. Vidare beskriver Söderlind et al. (2015) att stadens täthet är av stor betydelse för centrumhandeln eftersom det innebär att affärerna ligger närmare varandra vilket innebär kortare gångavstånd.

På Markveien i Oslo visar Mørk (2016) att en majoritet av de tillfrågade kunderna (62%) menade att Markveien hade blivit en attraktivare handelsplats om bilparkeringarna tagits bort till förmån för gång- och/eller cykeltrafik. Drygt hälften av kunderna trodde att denna förändring skulle leda till en positiv förändring av handelns livskraft vilket ungefär överensstämmer med butiksägarnas misstanke. Däremot trodde 34% av butiksägarna att det skulle ge en negativ effekt och motsvarande siffra för kunderna var 16%. Mørk (2016) menar att det är viktigt att ha i åtanke är att varje handelsplats är unik och resultat erhållna längs Markveien kan inte rakt av appliceras på andra platser.

En viktig faktor enligt Mørk (2016) är att olika typer av butiker kräver olika parkeringsbehov där exempelvis en möbelaffär måste ha goda parkeringsmöjligheter i närheten medan ett kafé kan klara sig bra helt utan parkering. Dessutom kan butiker som har en stor kundkrets regionalt vara känsliga för infrastrukturella förändringar. Mørk (2016) redovisar också att ungefär en tredjedel av butiksägarna längs studerad handelsgata är oroliga att en ombyggnad där parkeringsplatser längs gatan skulle försvinna skulle ge en negativ effekt på deras butiker. De flesta kunder tror dock att effekten skulle vara positiv.

Litteraturstudien av Edenbrink Andersson och Schönström (2014) visar att andra handelsalternativ och det geografiska området runtomkring en handelsplats påverkar tillgängligheten. Edenbrink Andersson och Schönström (2014) resultat tyder dock på att avståndet till handelsplatsen inte påverkar i särskilt stor grad eftersom den genomsnittlige respondenten på den externa handelsplatsen hade närmare till centrum än till det externa köpcentret. Ett samband som erhålls i studien är att ju längre en respondent hade färdats till det externa köpcentrumet desto oviktigare tyckte den att avståndet var. Frekvensen för besök var däremot högre för de som bodde närmare än de som hade långt att köra. Konsumenter i åldersintervallet 45–59 år tenderade dock att tycka att avståndet till handelsplatsen är av större betydelse.

Något som är viktigt att tänka på enligt Svensson och Hedström (2010) är att segmentering råder inom parkeringsmarknaden där segmenten är besöksparkering, boendeparkering och pendlar-/arbetarparkering. Om näringar i centrum såsom nöje, handel och kultur ska främjas vid besöksparkering ska en hög omsättning förekomma på de parkeringsplatser som finns. Därav bör långtidsparkering undvikas på besöksparkeringar. Detta innebär att när besökstrycket på centrum är högt bör inte parkeringsplatserna vara gratis eller mycket billiga eftersom det leder till att de blir fulla av bilar samt att de står parkerade länge vilket hindrar omsättningen av besökare. Vidare beskriver Svensson och Hedström (2010) att majoriteten av arbetarparkeringarna idag är gratis eller mycket billiga. Detta är något som bör ändras på, särskilt i stadens centrala delar eftersom dagens situation ger upphov till en otrevlig centrummiljö i form av höga bullernivåer, trängsel och utsläpp. En minskning av arbetarparkering centralt leder till att mer yta kan användas till att göra centrum mer attraktivt.

3.1.4 Trivsel/upplevelse/atmosfär

Exempel på faktorer som påverkar atmosfären enligt Adolfsson och Jansson (2012) är element såsom fräschhet, ljus, interiör. Deras resultat visar att atmosfären påverkar vid konsumentens val av handelsplats. En god atmosfär är något som förväntas av kunderna, främst vid cityhandel. Eftersom en handelsplats fungerar som en mötesplats för socialt samspel är det av vikt att olika typer av mötesplatser förekommer. Teller (2008) presenterar resultatet att en av faktorerna som främst påverkar en handelsplats attraktivitet enligt kunderna är atmosfären. Liknande resultat erhålls från Mørks (2016) studie på Markveien där atmosfären är den faktor som har näst högst påverkan till kundernas besök på shoppinggatan (se Figur 2). Vidare beskriver Mørk (2016) att en lösning där vägparkering tas bort skulle kunna gynna upplevelsen för kunderna på Markveien vilket även skulle gynna handeln.

Ekberg et al. (2005) erhåller liknande resultat där trivseln påverkar i stor grad hur bra centrumhandeln överlever. Studien visar även att trivseln är en faktor som specifikt för Lund är betydligt bättre i centrum jämfört den externa handelsplatsen Nova. Likvärdigt resultat redovisas även av Eriksson och Åker (2006) som visar att en av fördelarna med centrum som handelsplats jämfört externa handelsplatser är atmosfären. Andersson et al. (2011) studie visar samma resultat och menar att det är viktigt att skapa bra mötesplatser för att skapa ett för kunderna attraktivare centrum. Anderssons (2013) studier visar att kunderna tycker det är av störst vikt att trivselkänslan är hög vid val av handelsplats. Vidare framhålls att något som kan påverka vikten av trivsel är om handelsturen är nöjesshopping eller nyttoshopping. För nöjesshopping är trivselfaktorn avgörande men ej för nyttoshopping där istället tidsåtgången för att göra inköp är av största vikt.

Slutligen visar andra studier att atmosfären är av stor vikt för att människor ska besöka centrum (Hervall Jonsson 2010, Holst 2013 & Arvidson 2008). Arvidson (2008) ger rekommendationen till Alvesta att öka estetiken i centrum för att öka upplevelsen vilket skulle leda till fler besökare.

3.1.5 Servicefaktorer

Söderlind et al. (2015) nämner att eftersom externa köpcentrum drivs och ägs av en samlad aktör innebär det att de lätt kan organisera och optimera handelsplatsen till att anpassas efter nuvarande handelssituation. Exempelvis innefattas öppettider där samtliga butiker kan samordnas till att ha samma öppettider. Vidare förklarar Söderlind et al. (2015) att om centrum kunnat organiseras lika strukturerat som ett externt varuhus hade detta med största sannolikhet gynnat stadskärnan och alla inblandade aktörer både vad gäller lönsamhet och attraktivitet. Detta innefattar inte bara öppettider utan även styrning av butikers lokalisering och placeringar av offentliga toaletter. I nuläget är centrum i många fall raka motsatsen till strukturen i köpcentrum eftersom en stor mängd aktörer drar åt olika håll och bara vill genomföra förändringar som de tror gynnar den egna butiken mest.

Vidare presenterar Edenbrink Andersson och Schönström (2014) resultatet att serviceinriktad och trevlig personal inte påverkar konsumentens val av handelsplats i någon större utsträckning utan att det främst är öppettiderna som påverkar av servicefaktorerna. Servicefaktorn tillgång till toaletter påverkar valet av handelsplats. Dock ansåg åldersgruppen 45–59 år att tillgängliga toaletter är viktigare än vad respondenter i gruppen 25–44 år gjorde. De yngsta vuxna (18–24 år) värderade öppettiderna högre än vad personer i äldre åldersgrupper gjorde.

Ekberg et al. (2005) visar att öppettiderna har en stor inverkan och 80 % av de tillfrågade tyckte att Lunds centrum bör ha längre öppettider på vardagar samt ha söndagsöppet.

Liknande resultat erhålls av Andersson et al. (2011) som visar att kunder i Malmö önskar längre öppettider och söndagsöppet. Adolfsson och Jansson (2012) samt Arvidsson (2008) visar att gemensamma öppettider för butiker är betydelsefullt för en ökad attraktivitet av en handelsplats. Exakt vilka öppettider som ska gälla är osäkert men Söderlind et al. (2015) presenterar att om centrum ska kunna konkurrera mot externhandeln krävs bland annat kundanpassade öppettider. Att öppettiderna ska passa kunderna får också stöd av Eriksson och Åker (2006). Vidare visar enkätstudien av Söderlind et al. (2015) att en förlängning av öppettiderna skulle bidra till en mer levande stadskärna.

Resultatet från snabbintervjuer på det externa köpcentret Nova i Lund visar att kunder väljer Nova som handelsplats bland annat eftersom service i form av många toaletter och breda gångar utan trappsteg förekommer (Ekberg et al. 2005). Hernvall Jonsson (2010) visar också att tillgång till toaletter påverkar valet av handelsplats och att den faktorn oftast är bättre i externa köpcentrum än i centrum. Studien av Ekberg et al. (2005) visar vidare att kunder i Lunds centrum väljer centrum som handelsplats eftersom servicen och servicenivån är högre vilket syftar på personalens bemötande och kunnighet. Detta resultat redovisar också Adolfsson och Jansson (2012) om Kalmar där personlig kontakt och service nämns vara en av huvudfaktorerna vid centrum som val av handelsplats.

Adolfsson och Jansson (2012) beskriver att det är av stor vikt att det finns information på handelsplatsen för att kunna orientera sig, särskilt om det är en konsument som är ovan vid platsen. Slutligen beskrivs vikten av att kunden associerar handelsplatsen med bra produkter och minnen vilket innebär att kunden erbjuds och levereras det som förväntas.

3.2 Sammanställning påverkansfaktorer

Utifrån litteraturstudien erhålls resultatet att ett stort antal faktorer påverkar handeln och dess attraktivitet i olika grad. Majoriteten av studerad forskning visar endast vilka faktorer som påverkar men inte hur mycket medan några studier visar storleken på betydelsen. Den stora mängden faktorer visar att valet av handelsplats för en konsument är komplext. Denna del innefattar en sammanställning för att redovisa ungefärlig storlek på betydelsen av olika faktorer. Sammanställningen fungerar som en grund för att vidare kunna lokalisera jämförbara städer där faktorer med stor påverkan på handeln prioriteras jämfört faktorer med mindre påverkan.

Uppdelningen av påverkansfaktorerna i Tabell 2 och 3 nedan grundas till viss del utifrån de uppdelningar som förekommit i studerad litteratur. Exempelvis ingår utbudet av restauranger och kaféer i det totala utbudet men eftersom en stor del av litteraturen specifikt behandlat betydelsen av just restauranger och kaféer separat har dessa separerats från det totala utbudet i sammanställningen. En kort förklaring till varje post redovisas efter tabellerna.

Tabell 2 Sammanställning litteraturstudie del 1

Studie	Stad	Utbud	Tillgäng Bil	Tillgäng Koll	Tillgäng Cykel	Tillgäng Gång	Trivsel/ upplevelse/ atmosfär	Öppet- tider	Restauranger och kaféer	Service	Lokalisering/ avstånd till handelsplats
1	Flera städer		2	2	2	2					
2	Wien	3	2	2	2	2	3		2	2	
3	Flera städer	2	2	2	2	2		2			
4	Flera större städer		2	2	2	2					
5	Växjö		2	2	2	2					
6	Oslo	3	2		2	2	3		1		3
7	Karlstad	3	3	1				3	3	2	2
8	Lund	3	3	3			3	3		3	
9	Malmö	2	2	2			2	2	2		2
10	Trollhättan	2	2	2	2	2	2	2	2		
11	Strängnäs		2	2	2	2	2				
12	Växjö	2	3	1	2	2	3				
13	Alvesta	2	2				2	2	2		
14	Uppsala	2	2	2		2	2	2	2	2	
15	Kalmar	2	2				2		2	2	
16	Linköping	2	2	2	2	2					
Total påverkan		28	35	25	20	22	24	16	16	11	7

Tabell 3 Sammanställning litteraturstudie del 2

Studie	Stad	Stads- storlek	Värdet på varor	Närliggande städers utbud/storlek	Torghandel	Bekvämlighet /allt samlat	Väder/ årstid	Trygghet	Barn- vänlighet
1	Flera städer								
2	Wien		1						
3	Flera städer	2	2	2					
4	Flera större städer								
5	Växjö								
6	Oslo								
7	Karlstad					3			
8	Lund				1				
9	Malmö								
10	Trollhättan		2						2
11	Strängnäs			2					
12	Växjö					3	2		
13	Alvesta	2		2	2				
14	Uppsala		2						
15	Kalmar							2	
16	Linköping	2							
Total påverkan		6	7	6	3	6	2	2	2

Tabell 4 Studier som avses i Tabell 2 och 3

Studie	Författare	Stad
1	Krag (2002)	Flera städer
2	Teller (2008)	Wien
3	Söderlind, Nedstam, Olla & Sturesson (2015)	Flera städer
4	Jaffe (2015)	Flera större städer
5	Vestin & Lindblom (2010)	Växjö
6	Mørk (2016)	Oslo
7	Edenbrink Andersson & Schönström (2014)	Karlstad
8	Ekberg, Hansson & Lundgren (2005)	Lund
9	Andersson, Nilsson & Schön (2011)	Malmö
10	Hernvall Jonsson (2010)	Trollhättan
11	Holst (2013)	Strängnäs
12	Andersson (2013)	Växjö
13	Arvidsson (2008)	Alvesta
14	Eriksson & Åker (2006)	Uppsala
15	Adolfsson & Jansson (2012)	Kalmar

3.2.1 Förklaring till rubriker

I följande underrubriker redovisas en kort förklaring till varje post i Tabell 2 och 3 ovan.

3.2.1.1 *Utbud*

Faktorn utbud innebär det totala utbudet på en handelsplats men även utbudet av specifika segment inom handeln. I de flesta studier innefattas främst dagligvaruhandel och sällanvaruhandel medan utbudet av restauranger och kaféer tenderar behandlas separat, så även i dessa tabeller.

3.2.1.2 *Tillgänglighet bil*

Tillgänglighet bil innefattar främst av faktorer kopplade till parkering men flertalet av studierna visar att övrig tillgänglighet för bilen också påverkar, såsom hur enkelt det är att köra in till centrum.

3.2.1.3 *Tillgänglighet kollektivtrafik*

Tillgänglighet kollektivtrafik innebär hur lätt det är för konsumenter att åka till en handelsplats med kollektivtrafik och innefattar både busstrafik och spårbunden trafik. Exempelvis handlar det om antal avgångar till centrum samt hur långt gångavståndet är till och från hållplatser.

3.2.1.4 *Tillgänglighet cykel*

Tillgänglighet cykel innebär hur lätt en konsument kan nå en handelsplats med cykel. Exempelvis innefattas faktorer såsom mängd och kvalitet på cykelbanor samt antal cykelställ nära en handelsplats.

3.2.1.5 Tillgänglighet gång

Tillgänglighet för gångtrafik innebär med vilken lätthet konsumenterna kan röra sig vid en handelsplats. Faktorer som bland annat innefattas är hur hög prioritering fotgängare har i gaturummet samt hur jämna och breda gångbanor är.

3.2.1.6 Trivsel/upplevelse/atmosfär

Denna faktor är främst subjektiv och kan variera från person till person. Bland annat innefattas hur trevlig en person upplever handelsplatsen vilket exempelvis innebär hur visuellt tilltalande omgivningen är. Vidare innebär den hur stor möjligheten är till attraktiva mötesplatser där människor kan träffas och prata. Exempelvis kan en gammal stadskärna upplevas som trevligare att vistas i jämfört ett köpcentrum som ser likadant ut som alla andra köpcentrum.

3.2.1.7 Öppettider

Det som främst innefattas vad gäller öppettider är att dessa är enhetliga. Exempelvis i flertalet stadskärnor saknas enhetlighet och affärerna öppnar och stänger vid olika tider vilket innebär ovisshet hos konsumenten. En faktor som också innefattas är om handelsplatsen har söndagsöppet. Exempelvis har de flesta externa handelsplatser söndagsöppet samtidigt som flertalet av affärerna i centrum inte har det.

3.2.1.8 Restauranger och kaféer

Restauranger och kaféer behandlar främst utbudet av platser där konsumenten kan stanna upp och äta eller fika.

3.2.1.9 Service

Service i detta fall är en bred faktor och innefattar hur bra och serviceinriktad personalen är men även servicefunktioner såsom offentliga toaletter och informationstavlor.

3.2.1.10 Lokalisering/avstånd till handelsplats

Lokalisering och avstånd till handelsplats innebär hur nära en konsument har till handelsplatsen från exempelvis sitt hem eller arbete. Det kan också innebära hur nära den ligger större bilvägar eller kollektivtrafiknoder och är således till viss del kopplad till tillgänglighet med samtliga trafikslag.

3.2.1.11 Stadsstorlek

Innebär helt enkelt hur stor en stad är och hur många invånare den har. Exempelvis har en stor stad ett större kundunderlag vilket innebär att bland annat ett större utbud är mer motiverbart. Detta kan i sin tur innebära att fler kunder utanför staden lockas till den. En mindre stad har däremot sämre förutsättningar till att skapa en attraktiv handelsplats eftersom kundunderlaget är mindre.

3.2.1.12 Värdet på varor

Denna faktor är till viss del subjektiv och innebär att kunden kan känna att det finns möjlighet att fynda. Vidare innebär det hur bra associationer kunden får av en handelsplats begrundad på tidigare inköp på handelsplatsen.

3.2.1.13 Närliggande städers utbud/storlek

Faktorn innebär hur nära större städer ligger samt hur stora dessa är. Eftersom större städer överlag har ett större utbud än mindre innebär det att dessa städer fungerar som externa handelsplatser för de mindre städerna. Detta behöver inte bara innebära nackdelar där kunderna förviner från den mindre staden till den större. Det kan också innebära fördelar

för den mindre staden där storstadsbefolkningen vill komma bort från storstaden och göra shoppingturer i den mindre staden.

3.2.1.14 Torghandel

Denna faktor innebär att om det förekommer någon torghandel i staden bidrar detta till en trevligare handelsplats med variation från vanliga butiker. Denna faktor är således kopplat till både trivsel/upplevelse/atmosfär och utbudet.

3.2.1.15 Bekvämlighet/allt samlat

Innebär avståndet mellan affärerna och hur lätt det är att ta sig mellan dessa. Exempelvis har köpcentrum en stor fördel vad gäller denna faktor eftersom affärerna ligger vägg i vägg och kunden behöver aldrig gå utomhus.

3.2.1.16 Väder/årstid

Innebär att väder och årstid kan påverka i form av att när det är varmt och skönt ute är det trevligare att gå i staden och handla medan när det är kallt och regnigt föredrar kunden ett köpcentrum som är väder- och vindskyddat.

3.2.1.17 Trygghet

Faktorn trygghet är individuell och innebär hur trygg en kund upplever handelsplatsen.

3.2.1.18 Barnvänlighet

Innebär hur lätt det är att ta med barnen när handling genomförs. Exempelvis kan det innebära att det finns en lekplats i anslutning till handelsplatsen.

3.2.2 Resultat påverkansfaktorer

I Tabell 2 och 3 visar resultatet att utbudet av butiker, restauranger och kaféer, tillgänglighet med samtliga trafikslag, trivseln/upplevelsen/atmosfären och öppettiderna har störst påverkan vid valet av handelsplats och dess attraktivitet. Observera att detta resultat bygger på en bedömning av de arbeten som studerats inom ramen för denna rapport. Ovan nämnda faktorer med stor påverkan prioriteras således vid urval av städer med liknande egenskaper. De två av de skånska stadsbusstäderna som bedöms vara mest lika utifrån dessa faktorer har valts ut för vidare studier av fördjupning i hur parkeringsfaktorer påverkar centrumhandeln.

En faktor som har låg påverkan enligt resultatet är stadsstorleken vilket beror på att majoriteten av studierna inte har analyserat något om hur storleken påverkar. Flera av de intervjuade i studien av Söderlind et al. (2015) påpekar dock att stadens storlek är av största betydelse. Detta är något som kan ses som självklart och flertalet av faktorerna som visats ha stor påverkan beror just på stadsstorleken. Exempelvis har handelsplatser i större städer generellt sett ett större utbud av butiker och matställen samt mer utbyggd kollektivtrafik. Detta eftersom mängden invånare motiverar ett större utbud och bättre kollektivtrafik. Eftersom stadsstorleken påverkar andra faktorer är befolkningen en faktor som är med bland de prioriterade faktorerna vid urval av städer trots att få studier direkt visar påverkan av stadsstorleken.

Faktorn väder och årstid visas endast ha påverkan i en studie (Andersson 2013) och endast studien av Arvidsson (2008) visar att mängden besökare till centrum i en mindre stad påverkas om löning skett nyligen. Dessa faktorer är inga som används vid urval av städer. I de fältstudier av omsättning på parkeringsplatser som gjorts har dock hänsyn tagits till dessa faktorer.

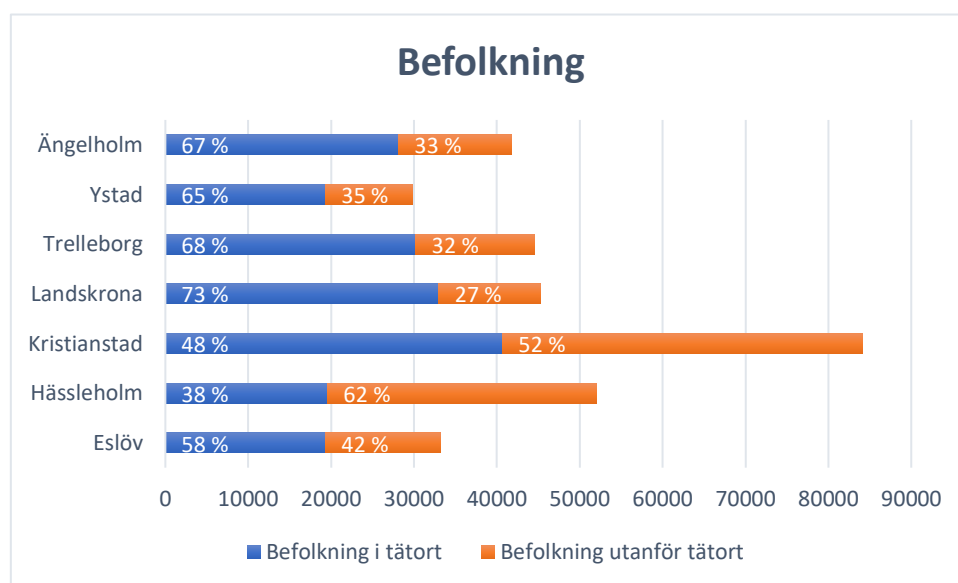
En stor del av studerad litteratur jämför centrumhandeln med externhandeln. Eftersom dessa i många fall jämför faktorer som gör en handelsplats i centrum respektive externt attraktiv behandlas en konkurrenssituation mellan handelsplatserna. Exempelvis erhåller Andersson (2013) resultatet från Växjö att centrumhandeln påverkas negativt kortsiktigt då en ny extern handelsplats etableras men att på sikt kan en överspillningseffekt leda till att centrumhandeln gynnas. Överspillningseffekt innebär att den externa handelsplatsen drar till sig nya kunder utifrån som också besöker centrum och således ökar antalet kunder i centrum. I Strängnäs visar dock Holst (2013) att någon överspillningseffekt inte skett utan att sedan den externa handelsplatsen etablerades har centrumhandelns omsättning minskat. Oavsett om en extern handelsplats gynnar eller missgynnar centrumhandeln så har den en påverkan eftersom en konkurrenssituation uppstår. Just faktorn externhandel finns inte med i Tabell 2 och 3 ovan som en påverkansfaktor till konsumentens val av handelsplats eftersom majoriteten av studerad litteratur behandlar just jämförelsen mellan dessa typer av handelsplatser. Det innebär att dessa studier direkt eller indirekt visar att påverkan finns och således bör också avståndet till närmaste större handelsplats studeras då statistik för påverkansfaktorer behandlas.

3.3 Statistik påverkansfaktorer

Utifrån tidigare sammanställning där huvudfaktorerna som påverkar valet av handelsplats erhålls har statistik tagits fram för de sju städer som studerats för att identifiera två städer där dessa är så likvärdiga som möjligt.

3.3.1 Befolkning

Eftersom en stor del av senare jämförelser mellan städer grundas i påverkansfaktorer per capita är det av största vikt att veta vilken folkmängd som används. De städer som jämförs bör ha så likvärdig procentuell del av befolkningen i tätorten av hela kommunbefolkningen som möjligt (se Figur 5).



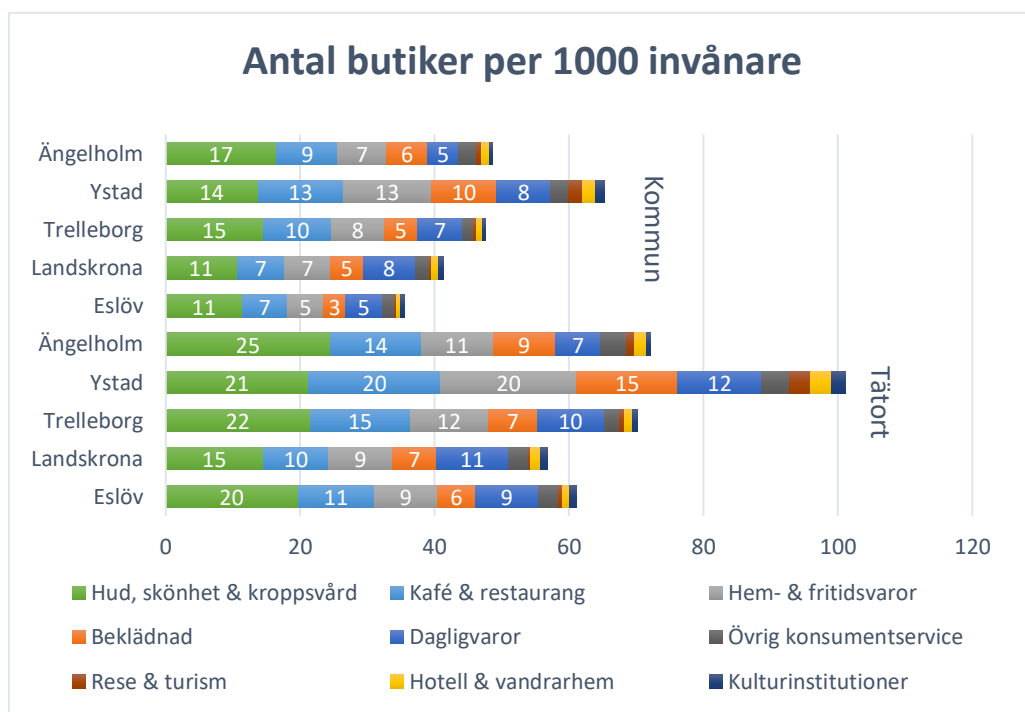
Figur 5 Befolkning i tätort och kommun (data från SCB 2018a & 2018b)

3.3.1.1 Urval av städer

Ur Figur 5 erhålls resultatet att i Hässleholms och Kristianstads kommun bor mer än hälften av de bosatta utanför kommunens huvudort. Utifrån dessa låga procenthalter bedöms dessa två städer inte vara tillräckligt jämförbara relativt övriga fem och därmed sker urvalet att dessa två inte kommer studeras vidare. Övriga kommuner bedöms tillräckligt likvärdiga för att kunna vara jämförbara. Resultatet innebär att resterande statistik kommer visa relativt likvärdiga resultat för faktorer som beräknas per capita oavsett om befolkning i tätort eller kommun används. För vissa faktorer kommer det dock ändå redovisas per capita både för befolkning i kommun respektive tätort.

3.3.2 Utbud

Sammanställningen i Tabell 2 och 3 visar att utbudet av butiker, restauranger och kaféer har en stor påverkan vid valet av handelsplats och dess attraktivitet. Det mått som används för att jämföra utbudet är antal butiker i centrum. Uppdelningen av antal butiker sker enligt de grupper som är redovisade i *Cityklimatet 2018* (Fastighetsägarna & WSP 2018) och samtlig information är från år 2017. Huvudgruppen Detaljhandel innefattar Dagligvaror och Sällköpsvaror vilken i sin tur är uppdelad i Beklädnad samt Hem- & fritidsvaror. Den andra huvudgruppen är Övrig kommersiell service vilken innefattar Hotell & restaurang samt Annan service. Gruppen Hotell & restaurang innefattar Hotell & vandrarhem samt Kafé & restaurang och gruppen Annan service innefattar Hud, skönhet & kroppsvård, Kulturinstitutioner, Rese & turism samt Övrig konsumentenservice. För att antalet butiker ska vara jämförbart mellan städerna används tidigare statistik om befolkning i tätort och kommun för att beräkna antal butiker per capita (se Figur 6).



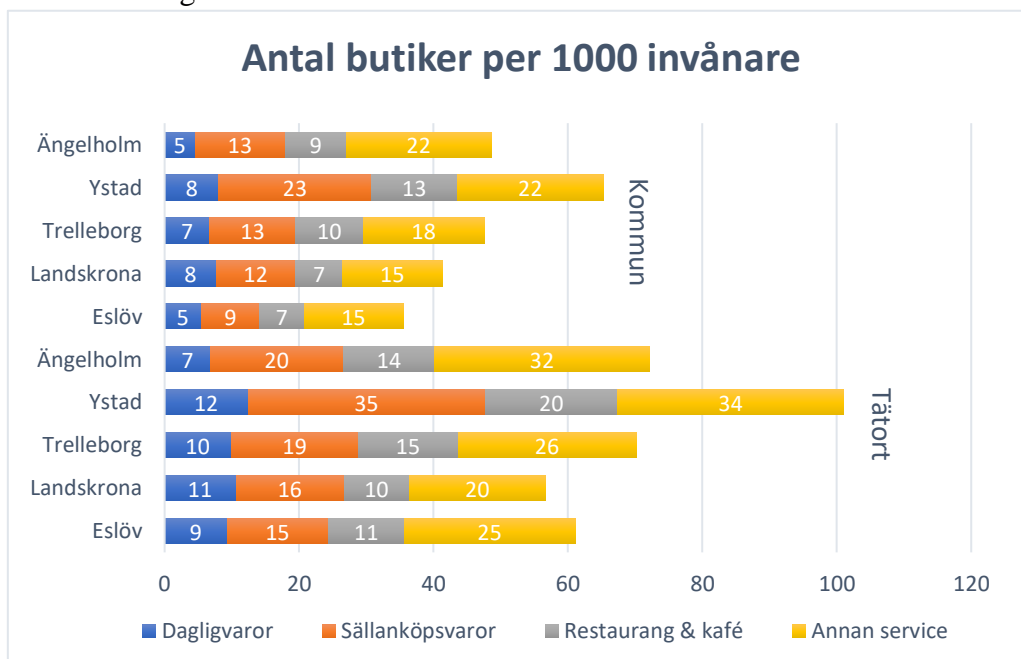
Figur 6 Utbudet indelat efter olika komersiella näringar (per capita tätort och kommun. Data från Fastighetsägarna & WSP 2018 samt SCB 2018a & 2018b)

Resultatet visar stor variation mellan olika typer av butiker och städer (se Figur 6). Ett tydligt resultat är att Ystad har störst utbud för samtliga butiksgrupper per capita både för tätort och kommun. Undantaget är endast gruppen Hud, skönhet & kroppsvård där

Trelleborg och Ängelholm visar ett högre resultat. Att Ystad visar ett klart högre resultat jämfört övriga tätorter för butiksgруппerna Rese & turism samt Hotell & vandrarhem indikerar att Ystad är en turiststad och att centrumhandeln i Ystad påverkas mer av turism än övriga fyra städer.

Ängelholm och Trelleborg visar stora likheter för samtliga butiksgруппer per capita både per tätort och kommun med undantag för Dagligvaror där utbudet är klart större i Trelleborg. Eslöv och Landskrona visar stora likheter för samtliga butiksgруппer per capita i tätort med undantag för Hud, skönhet & kroppsvård där Eslöv har klart högre utbud. Situationen ser dock annorlunda ut när per capita i kommunen används. Då är gruppen Hud, skönhet & kroppsvård likvärdig men för de övriga större grupperna Dagligvaror, Beklädnad, Hem- & fritidsvaror samt Kafé & restaurang har Landskrona ett större utbud.

För att tydligare kunna jämföra utbudet mellan städerna delas butiksgруппerna in i huvudgrupper för att skapa ett tydligare resultat för hur det totala utbudet ser ut. Dessa är Dagligvaror, Restaurang & Kafé, Sällanköpsvaror och Annan service. De två sistnämnda grupperna är de butiker som främst ger upphov till shoppingturer eftersom de innefattar all typ av konsumtion förutom dagligvaror och matställen. För att isolera påverkansfaktorn Kafé & Restaurang ingår undergruppen Hotell & vandrarhem, till skillnad från tidigare beskrivning, i Annan service. Resultatet av de fyra grupperna och det totala utbudet redovisas i Figur 7.



Figur 7 Totalt utbud och utbud per grupp per capita tätort och kommun (data från Fastighetsägarna & WSP 2018, SCB 2018a & 2018b)

Figur 7 visar att det totala utbudet och utbudet av de fyra butiksgруппerna är klart störst i Ystad per capita både för tätort och kommun. Resultatet visar att det totala utbudet och utbudet för de fyra butiksgруппerna är mycket likvärdigt i Trelleborg och Ängelholm både per capita tätort respektive kommun. Vidare gäller detsamma för Eslöv och Landskrona men skillnader förekommer beroende på om per capita används för tätort respektive kommun.

Slutsatsen utifrån påverkansfaktorn utbud är att städerna Trelleborg och Ängelholm är jämförbara och att städerna Eslöv och Landskrona är jämförbara. Ystad är inte jämförbar med någon av de andra städerna gällande utbud. Specifikt för påverkansfaktorn Restaurang

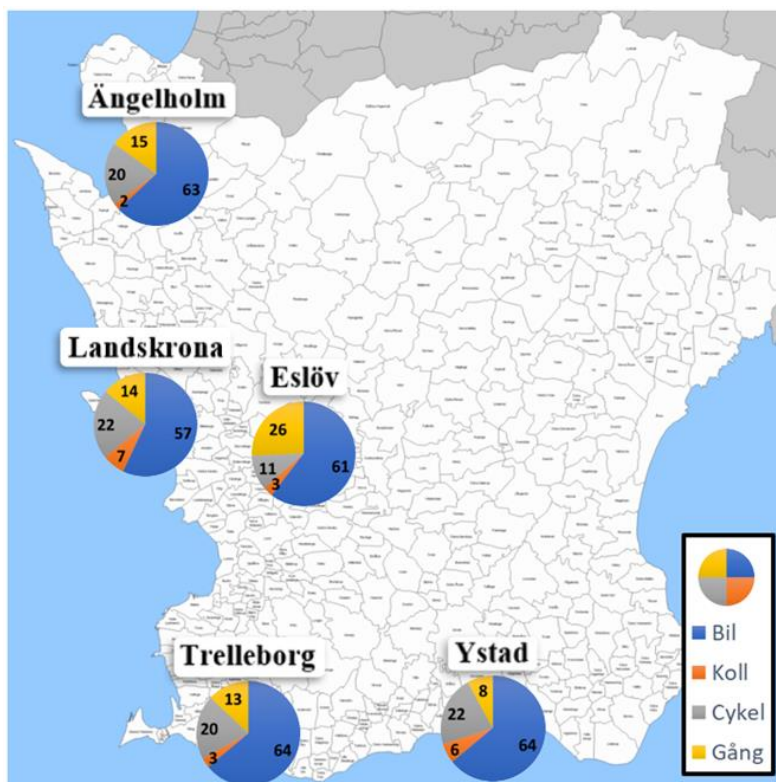
och kafé är Trelleborg och Ängelholm mycket jämförbara och visar stora likheter per capita både för tätort och kommun. Detsamma gäller för Eslöv och Landskrona. Även för denna faktor bedöms Ystad inte vara jämförbar med någon av de andra städerna.

3.3.3 Tillgänglighet

Sammanställningen av litteraturstudiet visar att tillgängligheten för samtliga transportslag har stor påverkan vid valet av handelsplats och dess attraktivitet. Färdmedelsfördelning och tillgänglighet för de fyra transportslagen presenteras i följande underrubriker.

3.3.3.1 Färdmedelsfördelning

Ett mått som kan ge en indikation om hur tillgängliga de olika transportslagen är att studera färdmedelsfördelningen. Ju högre procentuell andel en transportgrupp har desto bättre kan den anses vara ur tillgänglighetssynpunkt jämfört övriga transportmedel. Malmö stad (2016) menar att en färdmedelsfördelning som är mer balanserad bidrar till ökad tillgänglighet för fler eftersom alla inte kan ta bilen. Vidare nämner Malmö stad (2016) att bra förutsättningar för att åka kollektivt, gå eller cykla bidrar det till att den procentuella andelen för respektive transportslag ökas i färdmedelsfördelningen. Färdmedelsfördelning för totalresandet för de fem städerna redovisas i Figur 8 nedan och de procentuella andelarna är från 2013 (Hansson & Améen 2015). Hansson och Améen (2015) redovisar färdmedelsfördelning för samtliga skånska stadsbusstäder och nämner att stora osäkerheter råder i de mindre städerna eftersom resultatet för dessa är baserade på ett litet statistiskt underlag. Samtliga fem studerade städer definieras som mindre städer.



Figur 8 Färdmedelsfördelning (Data från Hansson & Améen 2015, bakgrundskarta från Wikipedia 2019)

Eslöv visar stora skillnader jämfört övriga städer med en betydligt lägre andel cyklande och en betydligt högre andel gående. Detta indikerar att tillgängligheten med cykel är låg

men att tillgängligheten för gående är hög jämfört övriga trafikslag och städer. Övriga städer har en likvärdig resandeandel för cykeltrafik vilken indikerar att tillgängligheten för cykel jämfört övriga transportslag är likvärdig. Ängelholm, Landskrona och Trelleborg har liknande färdmedelsfördelning för gång vilket påvisar att tillgängligheten för gående jämfört övriga trafikslag är likvärdig. Ystad har klart lägst andel gångresor vilket kan indikera en sämre tillgänglighet för detta färd sätt jämfört med övriga färd sätt. Landskrona och Ystad har klart högst kollektivtrafikandel vilket kan indikera en bättre tillgänglighet för detta färd sätt jämfört med övriga färd sätt. Övriga tre städer har lägre men liknande färdmedelsfördelning för kollektivtrafik vilket indikerar att dessa har liknande tillgänglighet för kollektivtrafik jämfört med övriga färdmedel. För bil erhålls resultatet att resandeandelen är likvärdig i samtliga städer förutom Landskrona som visar en något lägre andel. Detta indikerar att tillgängligheten med bil jämfört med övriga trafikslag är likvärdig i samtliga städer förutom Landskrona.

Slutsatsen då färdmedelsfördelningen används som ett mått på tillgängligheten är att de två städer som visar störst likheter för samtliga trafikslag och därmed är jämförbara är Ängelholm och Trelleborg.

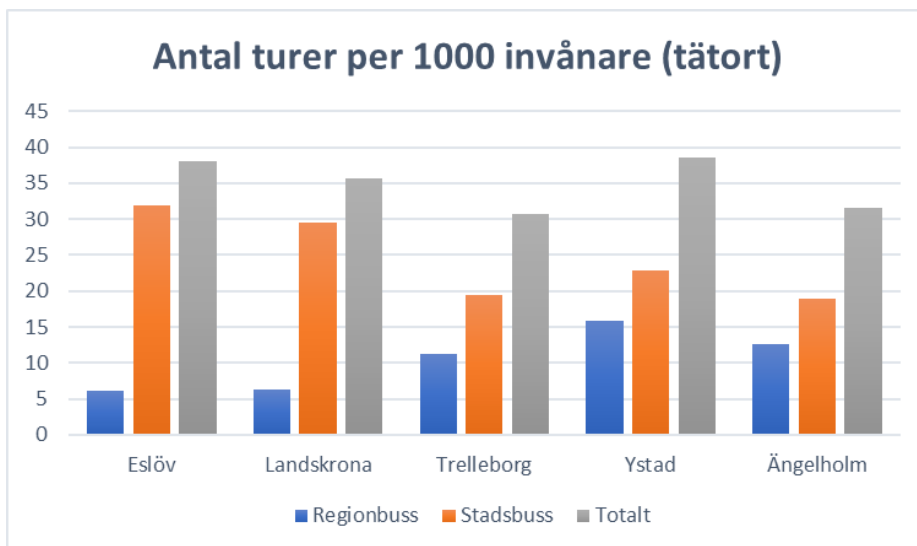
3.3.3.2 *Tillgänglighet bil*

För billtillgängligheten har inga faktorer studerats som inte är kopplade till parkering. Faktorer kopplade till parkering redogörs fördjupat i ett senare skede.

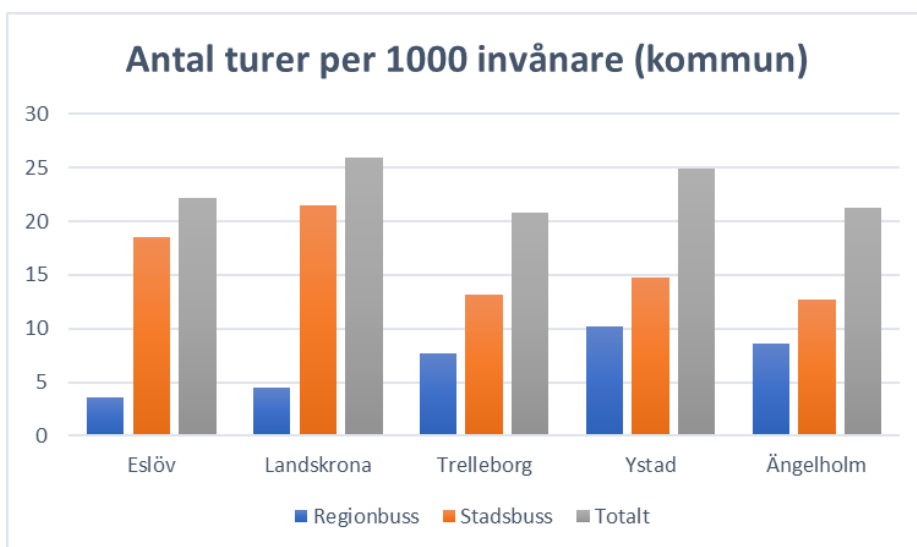
3.3.3.3 *Tillgänglighet kollektivtrafik*

För att studera tillgängligheten med kollektivtrafik har busstrafiken studerats extra. Det har genomförts genom att räkna hur många turer som går till centrum varje vecka utifrån Skånetrafiken (u.å. & 2018). För att i den mån det går att undvika resor som inte är handelsresor har bussturer till centrum beräknats under de dagar och tider som majoriteten av butikerna i centrum har öppet för samtliga fem städer. Dessa tider är vardagar klockan 10–18 och lördagar klockan 10–14 (se Tabell 5 längre ner) och alla bussturer som kommer fram till centrum inom dessa tidsintervall har beaktats. I tre av städerna förekommer linjer där ena riktningen endast har en hållplats innan centrum och där gångavståndet är kortare än 500 meter. Dessa riktningar för linjerna räknas inte med eftersom de inte anses representativa då avståndet till centrum är kort. Detta gäller i Ängelholm för linje 2 i riktning mot Vejbystrand samt linje 3 i riktning mot Ängavången, i Eslöv för linje 3 i riktning mot Fridasro och i Ystad för linje 4 i riktning mot Källesjö.

Bussturer där resenärerna måste ringa och beställa resan har inkluderats men samtliga turer som endast går under sommarmånaderna har exkluderats. Av naturliga skäl räknas endast busslinjer som går till/via centrum. För att erhålla vilka busslinjer som går till/via centrum används Skånetrafikens zonkarta (Skånetrafiken u.å.). För att beräkna antalet turer till centrum används tidtabeller för respektive linje på Skånetrafikens hemsida där sökning och beställning av tidtabeller kan göras (Skånetrafiken 2018). Antalet turer beräknas per capita för både tätorten och kommunen, se Figur 9 och 10.



Figur 9 Antal bussturer per capita tätort (data från Skånetrafiken 2018 och SCB 2018a)



Figur 10 Antal bussturer per capita kommun (data från Skånetrafiken 2018 och SCB 2018b)

Under studerade tidsintervall erhålls resultatet att Eslöv och Landskrona har flest turer per 1000 invånare vad gäller stadsbuss och klart minst gällande regionbuss. Om Eslöv eller Landskrona har flest antal turer för stadsbuss respektive totalt beror på om per capita anges för tätorten eller kommunen. Trelleborg och Ängelholm visar stora likheter i antalet turer både för regionbuss, stadsbuss och totalt oavsett om per capita för tätort eller kommun används. Ängelholm tenderar dock ha några fler turer med regionbuss. Förhållandet i Ystad mellan antal turer för regionbuss, stadsbuss och totalt är likvärdigt med Trelleborg och Ängelholm men storleken på samtliga tre poster är något större.

Slutsatsen om tillgänglighet med kollektivtrafik är att Eslöv och Landskrona bedöms vara tillräckligt likvärdiga gällande antalet turer för de tre indelningarna och dessa städer är därför jämförbara. Trelleborg och Ängelholm visar stora likheter och är definitivt jämförbara utifrån kollektivtrafikens tillgänglighet. Ystad visar likheter med Trelleborg och Ängelholm men inte tillräckligt för att dessa ska anses jämförbara. Eftersom samtliga städer har tågtrafik bedöms samtliga vara likvärdiga utifrån den aspekten och ingen fördjupning genomförs kopplat till tågtrafik.

3.3.3.4 Tillgänglighet cykeltrafik och gångtrafik

Ingen mer jämförelse mellan städerna har genomförts gällande tillgänglighet för oskyddade trafikanter utöver färdmedelsfördelningen. Ett alternativ hade varit att exempelvis studera antal cykelparkeringar, topografi, markbeläggningar och bredder på gångytor. Eftersom färdmedelsfördelningen ger en viss indikation om hur bra tillgängligheten är för gående och cyklister samtidigt som dessa undersökningar skulle vara tidskrävande genomförs detta moment ej. Noterbart utifrån intervjuerna, som behandlas senare i detta dokument, är att både Engblom (2019) och Eidmark (2019) påpekar att gågatan i Trelleborg respektive Ängelholm är något som fungerar bra och gynnar centrumhandeln. Därav stärks resultatet från färdmedelsfördelningen och en indikation ges att tillgängligheten för fotgängare är likvärdig i Trelleborg och Ängelholm.

3.3.3.5 Trivsel/upplevelse/atmosfär

Trivseln/upplevelsen/atmosfären är den enda faktorn med stor påverkan vilken inte jämförs alls mellan städerna. Detta eftersom den är subjektiv och det är svårt att erhålla objektiva resultat. Ett alternativ hade varit att tillfråga kunder att rangordna hur bra trivsel i staden är. Detta hade dock varit tidskrävande och därav har detta moment ej kunnat genomföras.

3.3.3.6 Öppettider

De generella öppettiderna för butiker i respektive stad redovisas i Tabell 5 nedan. Självklart kan dessa öppettider variera mellan butiker i städerna och särskilt restauranger, kaféer och matbutiker tenderar ha andra öppettider.

Tabell 5 Generella öppettider för butiker i centrum (Reinholdsson 2019, Landskronasamverkan u.å., af Winklerfelt 2019, Handla i Ystad 2019 & Ängelholm 2018a).

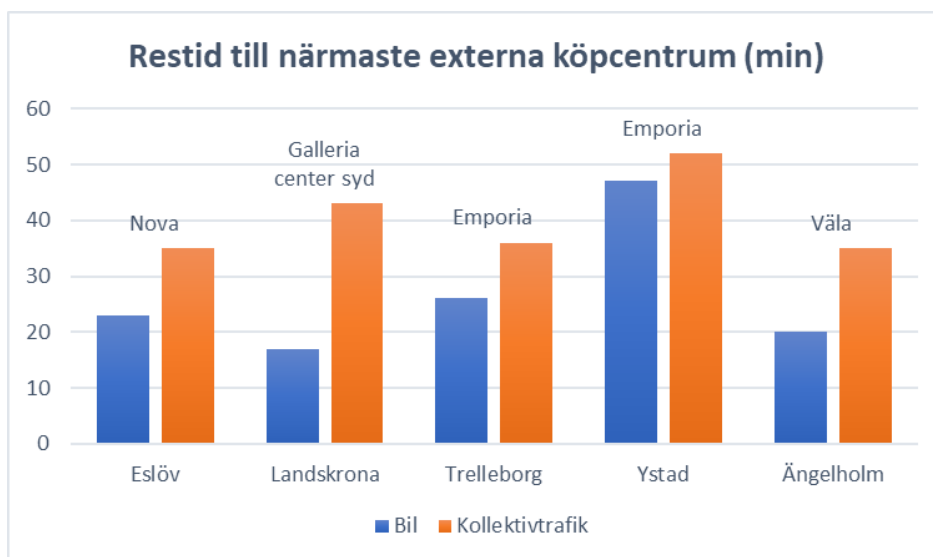
Stad	Öppettider		
	Vardagar	Lördagar	Söndagar
Eslöv	10–18	10–14	stängt
Landskrona	10–18	10–15	stängt
Trelleborg	10–19	10–16	12–16
Ystad	10–18	10–15	stängt
Ängelholm	10–18	10–15/16	stängt

Resultatet visar att samtliga städer har relativt lika öppettider. Det som främst sticker ut är att en stor del av butikerna i Trelleborgs centrum har söndagsöppet vilket övriga städer saknar. På vardagar förekommer samma öppettider i alla städer förutom i Trelleborg som har öppet en timme längre. På lördagar varierar stängningstiden mellan klockan 14 och 16.

3.3.3.7 Avstånd till och utbud i annan stor handelsplats

Under denna rubrik redovisas resultatet av två påverkansfaktorer som båda visade relativt låg påverkan enligt tidigare sammanställning av litteraturstudiet. Dessa är närliggande städers utbud/storlek samt lokalisering/avstånd till handelsplats. Dessa två påverkansfaktorer är starkt kopplade till varandra eftersom större städer generellt har större utbud och avståndet till dessa blir således viktigt. Majoriteten av arbetena i litteraturstudien jämför centrumhandeln med externa handelsplatser eller närliggande större städer. De visar att en konkurrenssituation råder mellan centrumhandeln och externhandel men hur centrumhandeln påverkas varierar mellan olika studier. Samtliga påverkansfaktorer som nämns i Tabell 2 och 3 ligger till grund för om en konsument väljer centrum som handelsplats eller ett mer externt alternativ. Detta innebär att avstånd till och utbud på en annan handelsplats indirekt påverkas av alla andra påverkansfaktorer.

Därav studeras tidsavstånd från centrum till närmaste större externa handelsplats både för bil och kollektivtrafik. Att närmaste större handelsplats väljs är eftersom dessa antas ha bra förutsättning för de faktorer som påverkar mest, såsom utbud, tillgänglighet med bil, trivsel och öppettider. Resultatet redovisas i Figur 11 nedan tillsammans med vilken närmaste större externa handelsplats är för respektive stad. Restiden har beräknats från centrum i respektive stad. Tidsavståndet med bil beräknas med Google Maps (u.å.) och för kollektivtrafik används Skånetrafiken (2018).



Figur 11 Restid till närmaste externa köpcentrum från respektive stads centrum (data från Skånetrafiken 2018 och Google Maps u.å.)

Restiden för kollektivtrafikresenärer är i stort sett likvärdig i städerna Eslöv, Trelleborg och Ängelholm medan Landskrona och särskilt Ystad visar en betydligt längre restid. Ystad visar även en klart längre restid med bil till närmaste större externa handelsplats jämfört övriga städer. Restiden med bil för övriga fyra städer är relativt likvärdig och mellan Landskrona och Trelleborg som har störst skillnad av dessa fyra städer skiljer det endast nio minuter vilket troligen inte påverkar i någon större grad när konsumenten ändå bestämt sig för att åka iväg en bit för att genomföra inköp. Totalt sett då både restid för kollektiv- och biltrafik studeras är Eslöv och Trelleborg mest likvärdiga men även Ängelholm visar stora likheter med dessa två. Landskrona skiljer sig något mer jämfört Eslöv, Landskrona och Ängelholm eftersom restiden med bil är kortast av dessa fyra samt att restiden med kollektivtrafik är längst. Ystad är inte jämförbar med någon av städerna för något av färdssätten.

3.3.4 Parkeringsreglering

Parkeringsreglering på kommunala parkeringsplatser under de tider som centrumhandeln har öppet redovisas nedan i Tabell 6. Observera att privata parkeringsytor troligtvis har en reglering som inte överensstämmer med regleringen på kommunala parkeringsytor.

Tabell 6 Parkeringsreglering på kommunala parkeringsplatser under centrumhandels öppettider (Eslövs kommun 2019, Landskrona stad 2019, Trelleborgs kommun 2018a, Trelleborgs kommun 2018b, Ystads kommun 2018 & Ängelholms kommun 2019)

Reglering			Eslöv		Landskrona		Trelleborg	Ängelholm		Ystad
Avgift (kr/h)	Vardag	Zon 1	0		12		0	0***	10***	14
		Zon 2	7	0	6		0	5		10
		Zon 3			3*	12*				5
	Lördag	Zon 1	0		12		0	0		14
		Zon 2	7	0	6		0	0		10
		Zon 3			3*	12*				5
Tidsbegränsning (h)	Vardag	Zon 1	<0,5		24		0,5-3**	0,5***	24***	1-2
		Zon 2	24	2	24		24**	3****	24****	4
		Zon 3			24					12
	Lördag	Zon 1	<0,5		24		0,5-3**	0,5***	24***	1-2
		Zon 2	24	2	24		24**	3****	24****	4
		Zon 3			24					12
<p>* 3 kr/h gäller endast de första två timmarna, därefter 12 kr/h. ** Tydlig zonindelning saknas men de mest centrala parkeringarna tenderar vara tidsbegränsade till 0,5-3 h och de lite längre från centrum till 24 h. *** Gatuparkering i zon 1 är gratis och tidsbegränsad till 0,5 h. I zon 1 finns även två större parkeringsytor som på vardagar kostar 10 kr/h och alltid är tidsbegränsade till 24 h. **** Majoriteten av gatuparkeringen i zon 2 är tidsbegränsad till 3 h. Några större parkeringsytor samt enstaka gatuparkering är dock tidsbegränsade till 24 h.</p>										

3.4 Urval av städer

Trelleborg och Ängelholm har valts för fördjupande studie eftersom stora likheter gällande utbud av olika typer av affärer har påvisats. Vidare har de liknande färdmedelsfördelning vilket indikerar likande tillgänglighet med de olika transportslagen. De har även liknande tillgänglighet specifikt för busstrafik och har liknande befolkningens mängd i tätort respektive kommun. Samtidigt har de relativt lika tidsavstånd med bil och kollektivtrafik till närmaste större externa köpcentrum. Slutligen har parkeringsregleringen stora olikheter vilket är önskvärt. En sammanställning av samtliga undersökta faktorer redovisas i Tabell 7 nedan. De gröna områdena motsvarar faktorer som visar stora likheter mellan Trelleborg och Ängelholm och de röda motsvarar där större skillnader förekommer. För parkeringsregleringen är det önskvärt att stora skillnader förekommer men inte för öppettiderna på söndagar. För de faktorer som undersökts per capita tätort och kommun redovisas endast per capita tätort i tabellen.

Tabell 7 Sammanfattande tabell av undersökta faktorer (SCB 2018a, SCB 2018b, Fastighetsägarna & WSP 2018, Hansson & Améen 2015, Skånetrafiken 2018, Reinholdsson 2019, Landskronasamverkan u.å., af Winklerfelt 2019, Handla i Ystad 2019, Ängelholm 2018a, Google Maps u.å., Eslövs kommun 2019, Landskrona stad 2019, Trelleborgs kommun 2018a, Trelleborgs kommun 2018b, Ystads kommun 2018 & Ängelholms kommun 2019)

Faktor		Eslöv	Landskrona	Trelleborg	Ystad	Ängelholm
Befolkning	Tätort	19 316	32 964	30 214	19 294	28 126
	Kommun	33 236	45 286	44 595	29 848	41 786
	% i tätort av hela kommunen	58	73	68	65	67
Utbud (antal butiker per 10 000 invånare (tätort))	Dagligvaror	9	11	10	12	7
	Sällanköpsvaror	15	16	19	35	20
	Restaurang och kafé	11	19	15	20	14
	Annan service	25	10	26	34	32
	Totalt**	61	57	70	101	72
Färdmedelsfördelning (%)	Bil	61	57	64	64	63
	Kollektivtrafik	3	7	3	6	2
	Cykel	11	22	20	22	20
	Gång	26	14	13	8	15
Antal bussturer till C per 1000 invånare (tätort)	Stadsbuss	6	6	11	16	13
	Regionbuss	32	30	19	23	19
	Totalt**	38	36	31	39	32
Tågstation		Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Gågata*		Ej undersökt	Ej undersökt	Ja	Ej undersökt	Ja
Öppettider	Vardagar	10-18	10-18	10-19	10-18	10-18
	Lördagar	10-14	10-15	10-16	10-15	10-15/16
	Söndagar	Stängt	Stängt	12-16	Stängt	Stängt
Restid till närmaste större externa köpcentrum (min)	Bil	23	17	26	47	20
	Kollektivtrafik	35	43	36	52	35
Parkeringsreglering	Parkeringsavgift	Ja	Ja	Nej	Ja	Ja
	Tidsbegränsning	Varierar	Varierar	Varierar	Varierar	Varierar

*Eftersom detta först noterades vid intervjuer efter urval av städer har detta inte undersökts för de tre städer som ej valts.

**Observera att tabellen visar värden avrundade till heltal. Det innebär att summan av underliggande faktorer i tabellen inte med säkerhet visar samma totalvärde som det faktiska totalvärdet.

3.5 Fördjupning parkering

För att erhålla en bakgrund om varför parkeringssituationen ser ut som den gör i de båda städerna har initialt intervjuer genomförts med sakkunniga i respektive stad. Därefter följer sammanställningar av tidigare genomförda beläggningsstudier i de båda städerna för vardagar och lördagar. Vidare har en mer strukturerad kartläggning av parkeringsavgifter och tidsbegränsningar för både kommunala och privata centralt belägna parkeringsplatser genomförts. En sammanställning följer därefter där beläggning, avgifter och tidsbegränsning jämförs. Slutligen presenteras resultatet från omsättningsstudien vilken genomförts på ett antal parkeringsytor i respektive stad.

3.5.1 Intervjuer

Ställda frågor under intervjuerna redovisas i Bilaga 6.1. Intervjuade personer redovisas i Tabell 8.

Tabell 8 Intervjuer

Intervju	Stad	Namn och år	Befattning
1	Trelleborg	Hansson (2019a)	Trafikingenjör Trelleborgs kommun
		Galia (2019)	Parkeringsvakt Trelleborgs kommun
2	Ängelholm	Wiinberg (2019)	Trafikingenjör Ängelholms kommun
3	Trelleborg	Engblom (2019)	Näringslivsstrateg Trelleborgs kommun
4	Ängelholm	Eidmark (2019)	Centrumutvecklare Ängelholms Näringsliv AB

3.5.1.1 Trafikingenjör och parkeringsvakt i Trelleborg (Hansson 2019a & Galia 2019)

Hansson (2019a) nämner att Trelleborg kommun har en nyligen antagen parkeringsstrategi där det har lagts fram hur det strategiska arbetet med parkering ska genomföras. Vidare beskrivs att den nuvarande situationen bygger mycket på historia samtidigt som Trelleborg är en väldigt bilberoende stad och kommun där även en stor del korta resor genomförs med bil. Generellt finns inställningen i Trelleborg att parkering ska vara gratis, det ska finnas många platser och det ska vara tillgängligt med bil. Problemet med nuvarande utformning är att de kommunala gratisparkeringarna genererar söktrafik eftersom bilisterna vill undvika de privata parkeringsytorna med avgifter. Beläggningsstudier visar en väldigt ojämn beläggning på gratisparkering kontra betalparkering.

Galia (2019) beskriver att Trelleborg är en mycket speciell stad jämfört andra städer han jobbat i. Förutom att gratisparkeringar genererar söktrafik vilket är dåligt för miljön har det fört med sig andra negativa effekter då något nytt byggs. Detta eftersom nyinflyttade inte vill betala hyra för en parkeringsplats och istället parkerar dessa människor på en gata i närheten vilket i sin tur leder till att de boende längs den gatan reagerar negativt. Effekten blir att boende längs gatan parkerar sina bilar på gatan istället för på garageuppfarten för att undvika att andra parkerar på "deras" gata. Detta leder till ett större antal fordon som utnyttjar kommunens parkeringsplatser.

Vidare förklarar Galia (2019) att besökare utifrån är nöjda med parkeringssituationen och de kan tänka sig att stå på både betalparkering och gratisparkering. Däremot är trelleborgarna mycket kritiska och menar att det ska gå att parkera gratis precis utanför entréerna. Även de som jobbar bidrar till problemet eftersom de parkerar på centrala platser och blir således ett hinder för besökarna. Hansson (2019a) beskriver att politikerna menar att införandet av avgifter på kommunala parkeringsplatser skulle ta död på

centrumhandeln trots att det finns studier som visar annat. Han menar att det hade varit positivt att införa avgifter eftersom de som faktisk använder ytorna bör betala för dem och inte bli subventionerade av kommunen. Samtidigt skulle det bli lättare att övervaka på ett effektivt sätt.

Hansson (2019a) berättar att tidsbegränsningarna finns för att skapa någon form av tillgänglighet. När det saknas avgifter som indirekt styr hur länge en bil får stå parkerad används istället p-skivan för detta. Galia (2019) beskriver dock att systemet med korttidsparkering i centrum som styrs av p-skivor inte fungerar särskilt bra. Detta eftersom det är lätt att fuska och vrida fram skivan eller bara köra ett varv runt kvarteret och komma tillbaka. Han förklarar att trots korttidsparkeringar är det samma bilar som står parkerade och omsättningen är därför låg.

Galia (2019) tror att politikerna inte vågar införa avgifter eftersom de är rädda att förlora nästa val, dock tror han att de egentligen vill införa det. Hansson (2019a) menar att skillnaderna i styrning mellan de kommunala ytorna jämfört med de privata skapar en skev beläggningsgrad vilket leder till att möjligheten att utveckla gaturummet med fokus på fotgängare och cyklister begränsas.

Avslutningsvis beskriver Hansson (2019a) att det saknas tydlighet i hur kommunen ska arbeta med parkeringsfrågor. Parkeringsstrategin visar att parkeringshus ska byggas i strategiska lägen, men att det istället byggs bostäder i dessa strategiska lägen och då måste parkeringshus lösas på andra platser. Med andra ord följs inte strategin i de politiska beslut som fattas. Både Galia (2019) och Hansson (2019a) har svårt att komma på svar på vad som fungerar bättre med dagens planeringssituation i Trelleborg.

Kommunala parkeringsytor som rekommenderas att genomföra omsättningsstudier på är Rådhuset, Algatan och Stortorget. Gymnasiets parkering bör inte studeras eftersom den inte är för allmänheten på dagtid. (Hansson 2019 & Galia 2019)

3.5.1.2 Trafikingenjör Ängelholm (Wiinberg 2019)

I dagsläget saknar Ängelholms kommun en parkeringspolicy men en ny parkeringsnorm och riktlinjer för parkering håller på att tas fram. Parkeringssituationen i Ängelholm fungerar bra och allmänheten upplevs vara nöjd med nuvarande situation. Hon uttrycker dock viss oro för framtiden eftersom en del centrala parkeringsplatser kommer försvinna till förmån för nya bostäder. Hon upplever att centrumhandeln tycker att nuvarande parkeringssituation fungerar bra. Det var på Ängelholms näringslivs initiativ som nuvarande parkeringszoner med avgifter infördes. Ängelholms näringsliv ville ha en mer enhetlig parkering för att det skulle bli lättare för bilister att veta vad som gäller i centrum.

Storleken på avgifterna och när det kostar är helt styrt av politiken och inget samråd har skett med tjänstemän om detta. Nuvarande tidsbegränsningar har en konsult tillsammans med tjänstemän på kommunen tagit fram och förslaget godkändes av politikerna. Syftet med de avgiftsfria 30-minutersparkeringarna i centrum är korta ärenden då man bara ska hämta något snabbt och sen köra vidare. Vidare beskrivs att det även finns två större kommunala parkeringsytor och privata parkeringshus centralt där det går att stå parkerad längre än 30 minuter men mot avgift.

Viss dialog förekommer med de privata parkeringsbolagen men att de inte kan styra över dem. På kommunens initiativ har exempelvis personer med funktionsnedsättning ett särskilt parkeringstillstånd där de får stå gratis på platser avsedda för funktionsnedsatta. Detta har även majoriteten av de privata parkeringsplatserna infört efter kommunens vilja. Hon nämner att kommunen inte ser det som ett problem att de privata parkeringsplatserna har annorlunda prissättning och tidsbegränsningar jämfört kommunens platser och att inga synpunkter på detta har inkommit.

Hon har svårt att komma på nackdelar och förbättringspotential med nuvarande parkeringssituation. Något som nämns är dock parkeringen vid Stadshuset som börjar få hög beläggning trots att avgifter införts. Hon nämner att det troligen beror på att boende i närheten använder ytan och för att undvika det skulle avgiften behöva höjas ytterligare. Det är dock upp till politikerna att besluta.

Kommunala parkeringsytor som är extra betydelsefulla för centrumhandeln som rekommenderas att genomföra omsättningsstudier på är Vakteln och Parkskolan. I närheten av Parkskolan ligger dessutom Kamengatan vilken beskrivs ha bra rulljangs av fordon.

3.5.1.3 Näringslivsstrateg Trelleborg (Engblom 2019)

Centrumhandeln i Trelleborg går både bra och dåligt och utvecklingen följer trenden i Sverige, exempelvis går det bra för restaurang och kafé medan skohandel går sämre. Generellt önskas ett större utbud, särskilt av större kedjor för att uppleva att staden är lite större. Vidare tror hon att om en handlare är riktigt bra, eller om staden är riktigt bra, finns inga andra konkurrenter. Detta eftersom staden är så mycket mer än en handelsplats. Bland annat är staden även en mötesplats och en plats för upplevelser. I dagsläget finns inget externt köpcentrum i Trelleborg vilket innebär att den största konkurrenten mot centrumhandeln är Malmö. I Trelleborg finns även ett så kallat internhandelsområde vilket också drar en del kunder.

Faktorer som idag gynnar centrumhandeln i Trelleborg är att stadskärnan är lättillgängligt med kollektivtrafik, det finns en bilfri gågata, det är grönt, finns en gemytlig arkitektur samt att större handelsstråk, som är enkelriktade, skapar mindre trafik. Faktorer som idag fungerar sämre eller som skulle kunna förbättras är att utbudet bör bli större, öka tillgängligheten för cyklister, särskilt med fler cykelställ nära butikerna samt att arbeta med en mer attraktiv citysamverkan för att långsiktigt skapa en mer attraktiv stad. Hon berättar även att parkeringssituationen fungerar dåligt eftersom många letar efter gratisparkering. Det finns inte för lite parkeringsplatser men eftersom kommunala platser är gratis och privata är avgiftsbelagda skapar detta en ojämn beläggning vilket kan upplevas att det finns för få platser. Vidare förklarar hon att öppettiderna har förbättrats och förlängts samt att det dessutom är söndagsöppet i stadskärnan. Hon menar dock att öppettiderna inte är problemet utan att det istället är tillgängligheten för gående och cyklister.

Rådhusets parkering är viktig för handeln och hade det kostat lika mycket att parkera på Valens tak som vid Rådhuset hade Valens tak också varit en viktig parkeringsyta. Vidare anser hon inte att parkeringen på torget är viktig för handeln utan att centrum skulle gynnas mer av att istället skapa starka upplevelser där.

Avslutningsvis anser hon att det är viktigt att skapa en trevlig och fin handelsplats. Detta genom mer initiativ från handlarna genom att exempelvis ställa ut blommor, träd eller pynta utanför affären för att skapa ett finare gaturum utanför butiken.

3.5.1.4 Centrumutvecklare Ängelholm (Eidmark 2019)

Enligt en utredning mellan 2012–2017 är Ängelholm den stadskärna av medelstora städer i Sverige som utvecklats näst mest gällande omsättning. Senaste siffrorna visar att det fortfarande finns en positiv omsättningsutveckling i stadskärnan. Hon berättar också att nya butiker vill etablera sig hela tiden i staden. Alla stadskärnor har det dock ansträngt på grund av ökningen av e-handeln, trots detta ser hon en positiv framtid för Ängelholms stadskärna.

Utöver e-handeln är Väla den största konkurrenten. Utanför staden finns dessutom en halvextern handelsplats. Hon menar att den halvexterna handeln inte konkurrerar med centrumhandeln utan istället kompletterar och förstärker den. Detta eftersom det är mer

volymhandel på den halvexterna handelsplatsen och nu behöver konsumenten inte längre lämna kommunen för att genomföra inköp utan allt kan handlas inom kommunen.

Faktorer som idag gynnar centrumhandeln i Ängelholm är att de jobbar kontinuerligt med återkommande evenemang för att skapa besöksanledningar, att den finns en Facebooksida för stan med information, förekomsten av den kompletterande halvexterna handelsplatsen, förekomsten av en tågstation nära samt att det finns en gågata i centrum. Faktorer som idag fungerar sämre eller som skulle kunna förbättras är tillgängligheten. Den största utmaningen är dock att en del handlare drar ner på öppettiderna både på vardagar och lördagar. När butikerna börjar få mycket varierande öppettiderna blir marknadsföringen till kunder svår vilket kan leda till att kunderna väljer andra handelsplatser. Hon berättar att vissa tror att det i framtiden krävs söndagsöppet för att stadskärnorna ska överleva.

I dagsläget finns en god försörjning av parkeringsplatser och att de digitala betalmetoderna har varit lyckade. Hon ser dock en oro för framtiden att det kommer finnas för få parkeringsytor eftersom det ska byggas mycket nytt på bekostad av parkeringsytor, exempelvis ska Parkskolans parkering försvinna. Enligt genomförda kundenkäter erhålls svaret att konsumenter hellre står närmare och betalar för parkeringsytan än står gratis men långt borta. Hon menar således att påverkan av avgiften inte är särskilt stor.

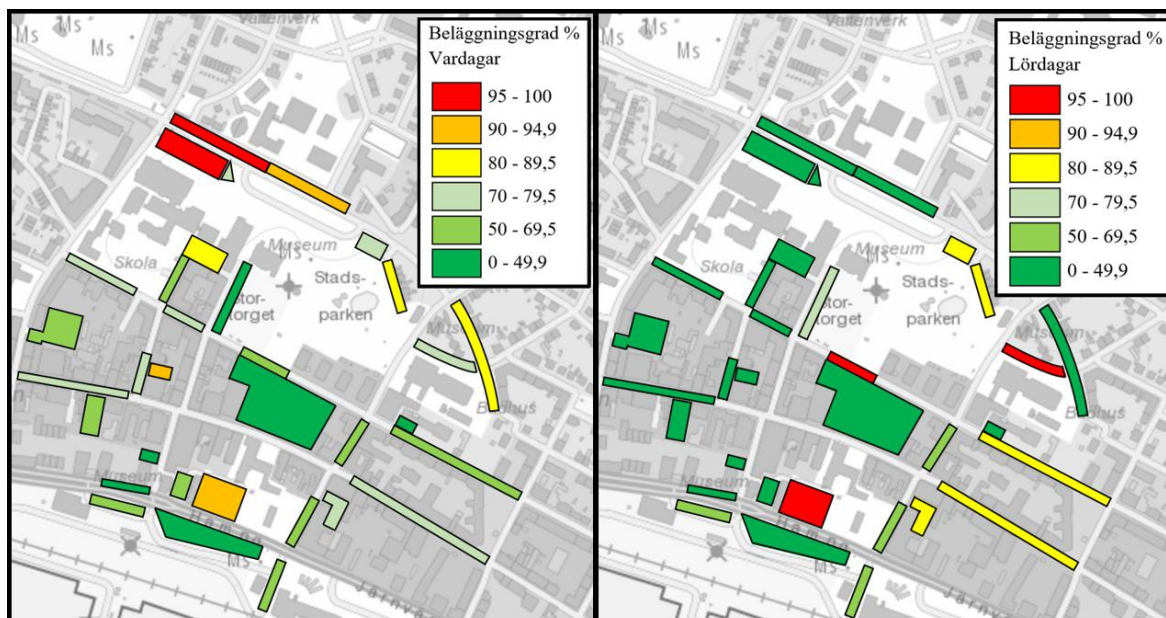
Parkeringsplatser som är betydelsefulla för handeln är Parkskolan, Kamengatan, parkeringsgaraget under Åhléns samt Vakteln. Hon förklarar även att på Mejeritomten är det främst arbetande som står parkerade och att det är mycket svårt att hitta en ledig plats där på dagtid. Anledningen till det beror på att Mejeritomten är belägen i zon två vilket innebär en månadsavgift på 250 kr medan exempelvis Parkskolan och Vakteln som är belägna i zon 1 kostar 450 kr i månaden.

3.5.2 Beläggning

Sweco (2017) visar att maxbeläggning på vardagar förekommer klockan 13 i Trelleborg vilket även antas gälla i Ängelholm. Beläggningsstudier genomförda i Trelleborg och Ängelholm har studerats och båda dessa är genomförda på vardagar klockan 13. Observera att det i båda städerna finns fler parkeringsplatser än de som är med i dessa två beläggningsstudier. Majoriteten av de mest centrala är dock med.

3.5.2.1 Trelleborg

Med underlag av beläggningsstudier (Sweco 2017 & Hansson 2019b) har Figur 12 skapats vilken visar genomsnittlig beläggningsgrad på vardagar och lördagar klockan 13 i Trelleborg. För vardagar utgår Figur 12 ur Swecos (2017) beläggningsstudie vilken är genomförd 24e november – 6e december 2016 samt 18e januari – 31e januari 2017. För att erhålla beläggningsgraden på lördagar vilket saknas i Swecos (2017) studie sker komplettering med beläggningsstudie erhållen av Hansson (2019b). Den studien är från november 2015 – januari 2016. Viss revidering har skett eftersom några ytor inte längre finns eller är reserverade vilket observerats vid platsbesök.



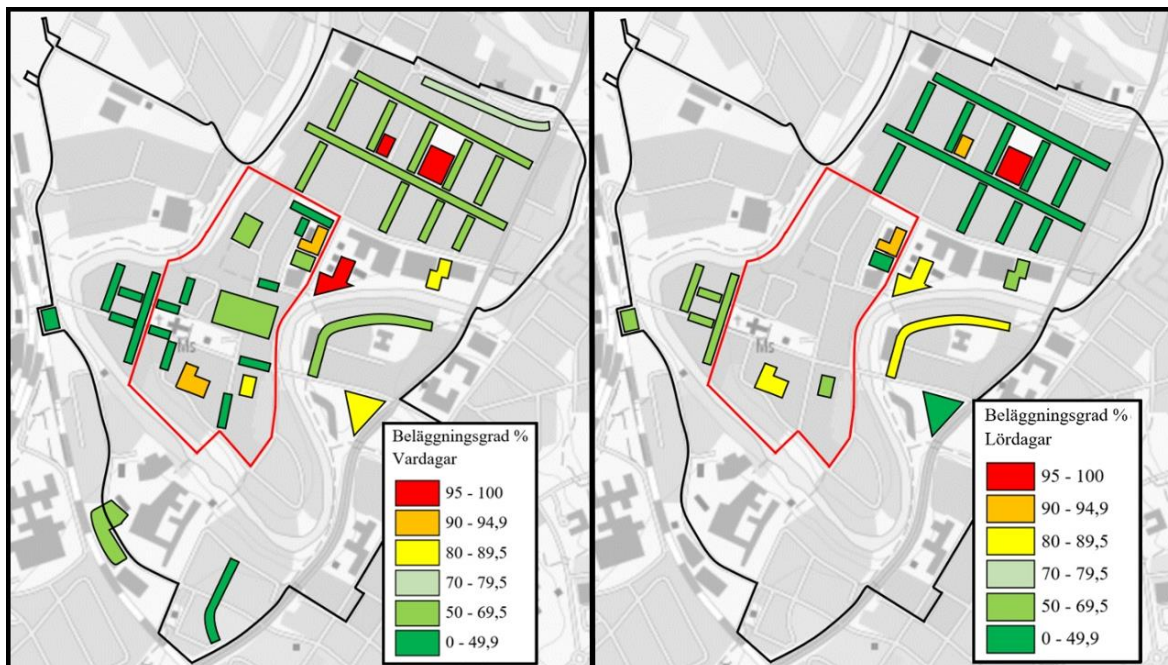
Figur 12 Beläggingsgrad i Trelleborg på vardagar och lördagar (data från Sweco 2017 & Hansson 2019b, bakgrundskarta från Lantmäteriet u.å.)

3.5.2.2 Ängelholm

Ängelholms kommun har genomfört beläggingsstudier torsdag och fredag 24–25 november 2016 samt torsdag och fredag 25–26 oktober 2018. För parkeringen på Nya torg (den största fyrkantiga röda ytan i norr i 4) är underlaget endast från de två dagarna år 2016 eftersom när beläggingsstudien genomfördes under 2018 var parkeringsplatsen avstängd. För gatuparkeringsytor i centrum med tidsbegränsning 30 min är underlaget endast de båda dagarna år 2018. (Ängelholms kommun 2017 och 2018b)

För majoriteten av parkeringsytorna i Ängelholms kommun (2017 och 2018b) har det förts protokoll för hur många parkeringsplatser en yta har samt hur många tomma platser som förekommer och utifrån detta har beläggingsgraden beräknats. En del av parkeringsytorna har dock endast benämnts med förkortningarna F (=fullt), NF (=nästan fullt), M (=mellan), (L=nästan helt ledigt) och HL (=helt ledigt). För att möjliggöra en uppdelning av beläggingsgraden likt den i Trelleborg av Sweco (2017) krävs att uppdelningen kan ske i procentuella intervall. Därför görs uppdelning av beläggningen enligt F=100 %, NF=75%, M=50%, L=25% och HL=0% vilket även får stöd av Wiinberg (2019).

För samtliga fyra vardagar i Ängelholm som beläggingsstudie genomförts beräknas ett medelvärde och resultatet redovisas i Figur 13 nedan. I figuren redovisas också de två parkeringszonerna i staden. Noterbart utifrån beläggingsstudien är att Ängelholms kommun (2017 och 2018b) har slagit samman en del gatuparkeringsytor till en post vilket medför att några gator kan ha annan beläggning än vad som anges. Detta gäller för all gatuparkering norr om den röda zonen som är en post, undantaget för Värngatan. Gatuparkeringarna väster om kyrkan är också sammanslagna till en post vilket även gäller för samtliga gatuparkeringar inom den röda zonen. En parkering som inte tas med i denna studie men som Ängelholms kommun noterat beläggningen på är parkeringsgaraget Falken. Detta eftersom detta garage endast är till för boenden i Brf Rönne Brygga (Q-park u.å.). Specifikt för Kamengatan (avlång grön yta högst upp i högra hörnet i röd zon) är beläggingsgraden klart högre än 50 % vilket kunde observeras när omsättningsstudierna genomfördes eftersom den var en av parkeringsytorna som studerades ingående. Att Ängelholms kommun (2017 och 2018b) har erhållit en beläggingsgrad under 50 % på den beror troligen på att dessa gatuparkeringar slagits samman till en post.



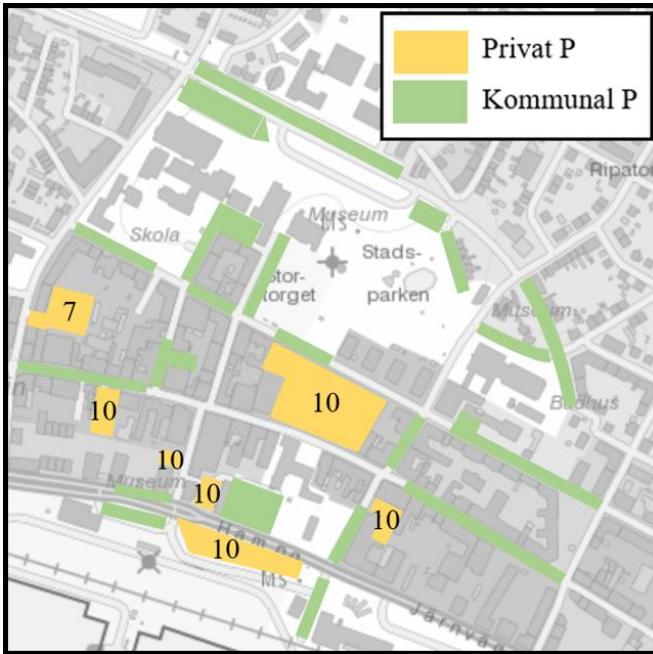
Figur 13 Beläggingsgrad i Ängelholm på vardagar och lördagar (data från Ängelholm 2017 och Ängelholm 2018b, bakgrundskarta från Lantmäteriet u.å.)

3.5.3 Prissättning

Tidigare under rubriken 3.3.4 Parkering redovisas vilka parkeringsavgifter som generellt förekommer i de båda städerna på kommunal mark. Utöver detta finns det i båda städerna ett antal parkeringsytor som är privat ägda. För att ta reda på parkeringsavgifter på dessa har platsbesök genomförts. Avgiften för båda städerna avser vardagar och lördagar under de tider då centrumhandeln är öppen. Samma avgifter kan också förekomma andra tider.

3.5.3.1 Trelleborg

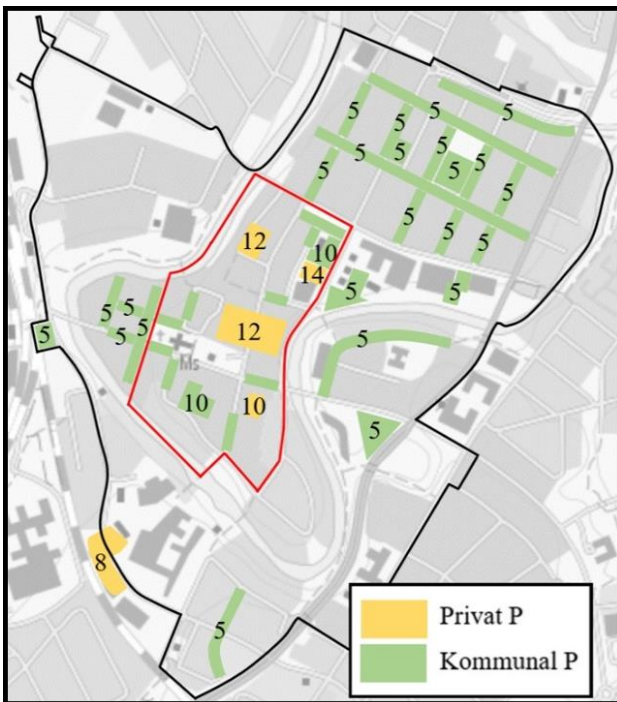
Parkering på kommunal mark är alltid gratis i Trelleborg (Trelleborgs kommun 2018a) och privata parkeringsplatser kostar 7 eller 10 kr/h. Figur 14 nedan visar vilka parkeringsytor som är privata och kommunala samt avgiften i kr/h. Parkeringar som saknar siffra är avgiftsfria.



Figur 14 Avgifter och typ av parkeringsyta för Trelleborg (data från Trelleborgs kommun 2018a och platsbesök, bakgrundskarta från Lantmäteriet u.å.)

3.5.3.2 Ängelholm

I Ängelholm är parkeringsavgifterna på kommunal mark i den yttre zonen 5 kr/h och i den centrala zonen 10 kr/h (Ängelholms kommun 2019). Undantaget är korttidsparkeringar med en maximal parkeringstid på 30 minuter som är avgiftsfria. Dessa förekommer längs gator i den mest centrala zonen. De privata parkeringsplatserna tenderar att ha en något högre avgift och varierar mellan 8–14 kr/h. Avgifterna och typ av parkeringsyta redovisas i Figur 15 nedan. Observera att samtliga kommunala parkeringsplatser är gratis på lördagar.



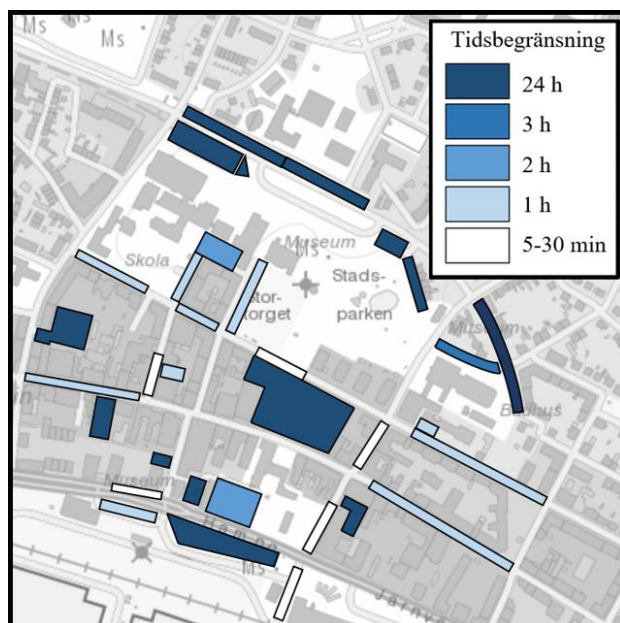
Figur 15 Avgifter och typ av parkeringsyta för Ängelholm (data från Ängelholms kommun 2019 och platsbesök, bakgrundskarta från Lantmäteriet u.å.)

3.5.4 Tidsbegränsning

Tidsbegränsningen innebär hur länge ett parkerat fordon får stå på en parkeringsplats innan det måste flyttas. I detta fall behandlas hur lång tid ett fordon får stå parkerat en vardag eller lördag och informationen är insamlad genom platsbesök i de båda städerna. Observera att färgskalan är densamma i både Figur 16 och 17 men att hur långt tid varje färg motsvarar varierar.

3.5.4.1 Trelleborg

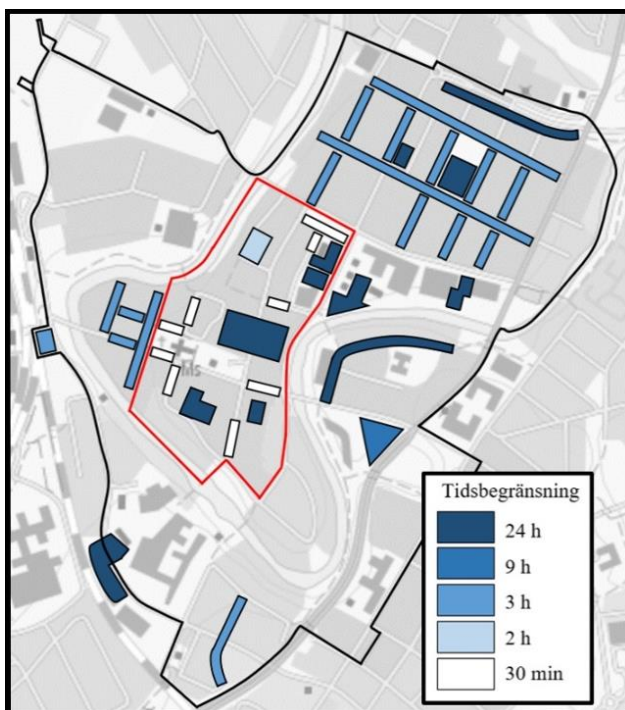
Som synes i Figur 16 nedan får ett fordon parkeras i 24 timmar på de flesta av de större parkeringsytorna. Det finns dock ett par större ytor där parkering får ske i maximalt 2 timmar. För större delen av gatuparkeringen i centrum gäller tidsbegränsningen 1 timme eller kortare.



Figur 16 Tidsbegränsning på parkeringsytor i Trelleborg (data från platsbesök, bakgrundskarta från Lantmäteriet u.å.)

3.5.4.2 Ängelholm

I Ängelholm är de flesta större parkeringsytorna i centrum tidsbegränsade till 24 timmar. Större delen av gatuparkeringar är tidsbegränsade till 3 timmar eller kortare (se Figur 17).



Figur 17 Tidsbegränsning på parkeringsytor i Ängelholm (data från platsbesök, bakgrundskarta från Lantmäteriet u.å.)

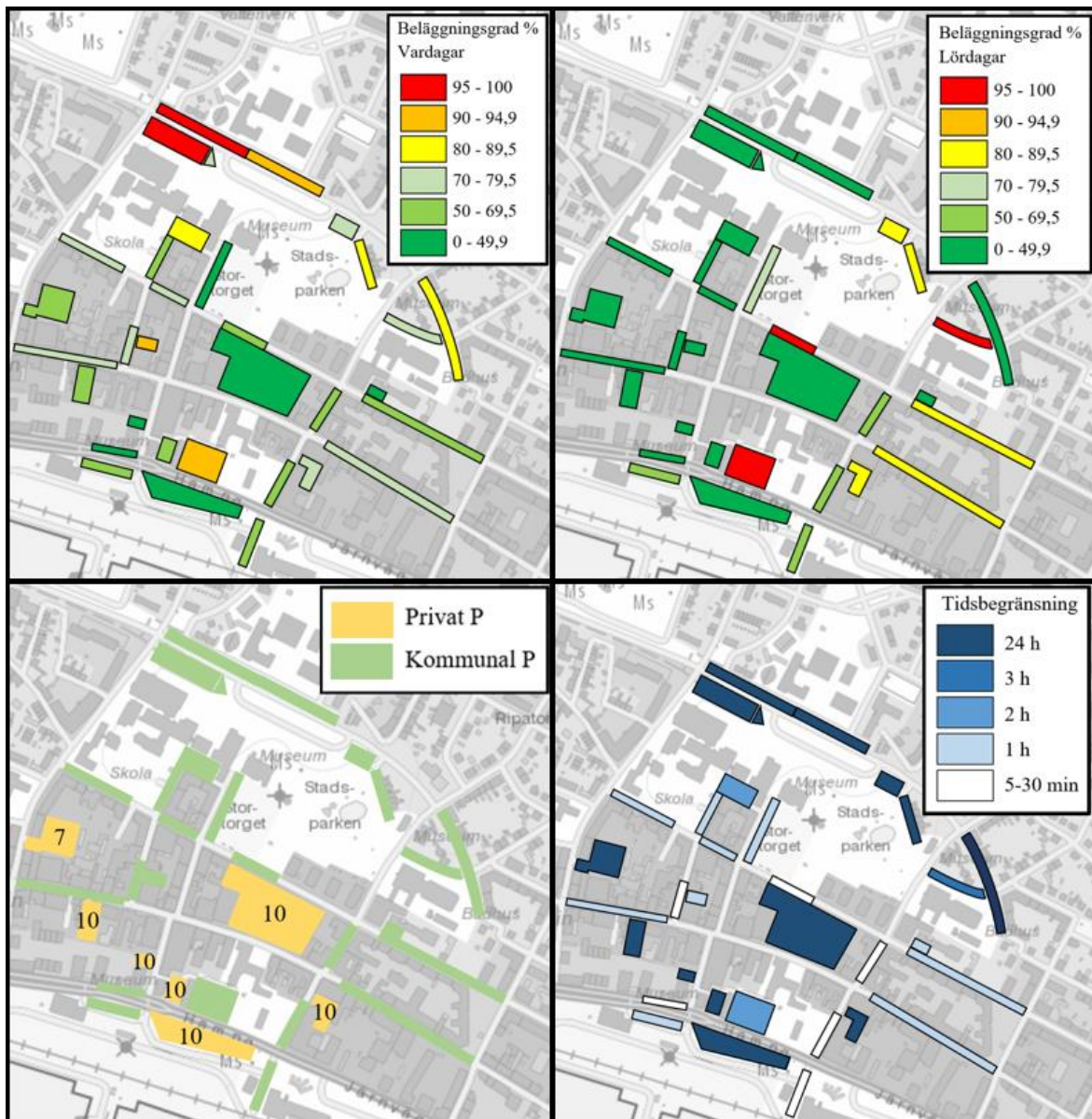
3.5.5 Sammanställning beläggning, prissättning och tidsbegränsning

Målet med denna sammanställning är att urskilja eventuella samband mellan de tre parkeringsfaktorerna.

3.5.5.1 Trelleborg

Sammanställning av beläggning, avgifter och tidsbegränsning för Trelleborg redovisas i Figur 18. De parkeringsytorna med högst beläggning (95–100 %) är gratis och tidsbegränsningen på ett vardagsdygn är 24 timmar. Samtliga parkeringsytor med hög beläggning (90–94,9 %) är gratis, tidsbegränsningarna på dessa tre är 24 timmar, 2 timmar respektive 1 timme. Samtliga parkeringsytor med relativt hög beläggning (80–89,5 %) är gratis och två av dessa tre har tidsbegränsningen 24 timmar, den sista har 2 timmar. På sex av sju av parkeringsytorna med avgift är beläggningen lägre än 70 % och den med högre har en beläggning i intervallet 70–79,5 %. Detta trots att det är tillåtet att parkera 24 timmar i sträck på ett vardagsdygn på dessa platser. Majoriteten av parkeringsytorna med kortast tidsbegränsning (5–30 min) har en beläggningsgrad i intervallet 50–69,5 %.

Totalt är det tydligt att det finns ett överskott av parkeringsplatser i Trelleborg vilket innebär att bilförare väljer de platser som är mest attraktiva, nämligen de som saknar avgift och där det är tillåtet att parkera ett helt dygn. Det leder till att beläggningen blir låg på parkeringsytor som är avgiftsbelagda.



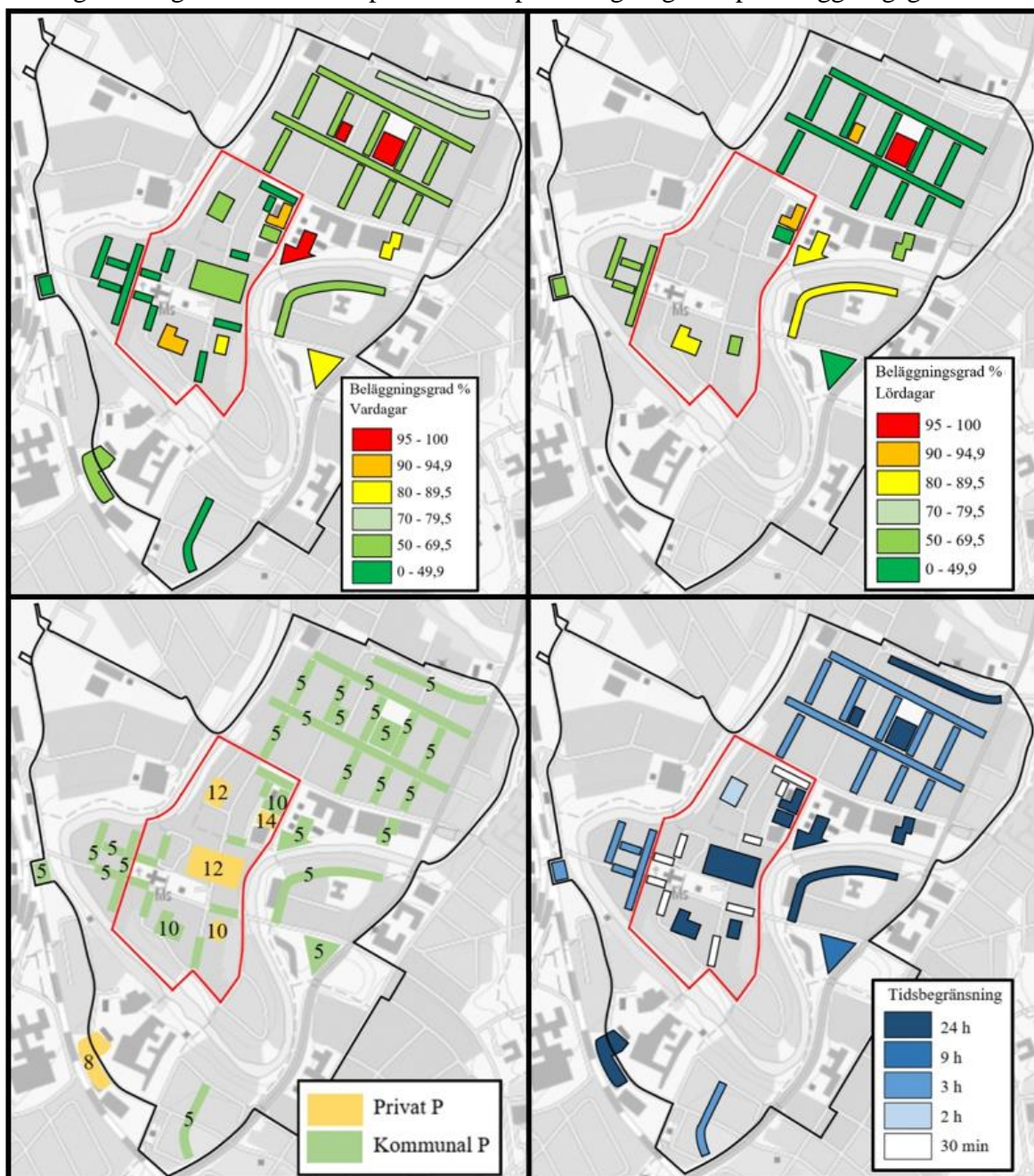
Figur 18 Sammanställning parkeringsfaktorer Trelleborg (data från Sweco 2017, Hansson 2019b, Trelleborgs kommun 2018a och platsbesök, bakgrundskarta från Lantmäteriet u.å.)

3.5.5.2 Ängelholm

Sammanställning av beläggning, avgifter och tidsbegränsning för Ängelholm redovisas i Figur 19. De parkeringsytorna med högst beläggning (95–100 %) kostar 5 kr/h med tidsbegränsningen 24 timmar på ett vardagsdygn. De ytor med hög beläggning (90–94,9 %) har också tidsbegränsningen 24 timmar men kostar 10 kr/h. De ytor med relativt hög beläggning (80–89,5 %) kostar antingen 5 kr/h eller 10 kr/h och har tidsbegränsningen 24 timmar, med undantag för en yta vilken har begränsningen 9 timmar. Korttidsparkeringsarna (30 min) som är gratis har en beläggning på under 50 %.

Resultatet visar att i Trelleborg är det generellt sett inte storleken på parkeringsavgiften som är den avgörande faktorn för storleken på beläggningen utan snarare hur lång tid det är tillåtet att stå parkerad. De parkeringsytor där det är tillåtet att stå i 24 timmar tenderar ha högst beläggning oavsett om parkeringsavgiften är 5 kr/h eller 10 kr/h. Att samtliga parkeringsytor med tidsbegränsningen 3 timmar eller lägre har en beläggningsgrad på

under 70 % oavsett om det är gratis eller kostar att parkera indikerar också att tidsbegränsningen har en större påverkan än parkeringsavgiften på beläggningsgraden.



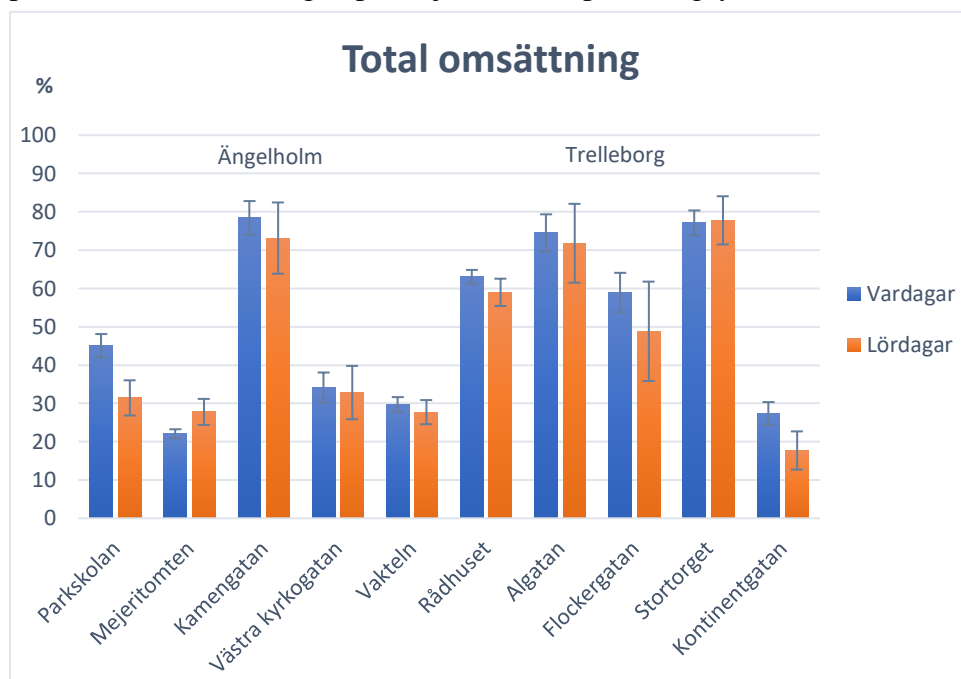
Figur 19 Sammanställning parkeringsfaktorer Ängelholm (data från Ängelholm 2017, Ängelholm 2018b, Ängelholms kommun 2019 och platsbesök, bakgrundskarta från Lantmäteriet u.å.)

3.5.6 Parkeringsomsättning

3.5.6.1 Total omsättning

Utifrån omsättningsstudien erhålls total procentuell omsättning för respektive studerad parkeringsyta i Trelleborg och Ängelholm för tidsintervallet 9:30-15:00. Den totala procentuella omsättningen beräknas genom att för varje enskild parkeringsplats notera hur många bilar som parkerat på den under dagen i förhållande till hur många bilar som hade kunnat parkera på den om det stått ett nytt fordon varje timme. Exempelvis om det på en

enskild parkeringsplats står ett nytt fordon varje timme motsvarar det en procentuell omsättning på 100% för den parkeringsplatsen. På motsvarande sätt innebär det att om en parkeringsplats står tom en hel dag är omsättningen 0 %. I Figur 20 redovisas den totala procentuella omsättningen på varje studerad parkeringsyta.



Figur 20 Total omsättning klockan 9:30-15:00 (data från omsättningsstudie)

För att underlätta tolkning av resultatet kopplat till parkeringsstyrning redovisas varje parkeringsytas reglering i Tabell 9.

Tabell 9 Sammanfattad reglering för parkeringsplatser som omsättningsstudier genomförts på (data från Trelleborgs kommun 2018b, Ängelholms kommun 2019 och platsbesök)

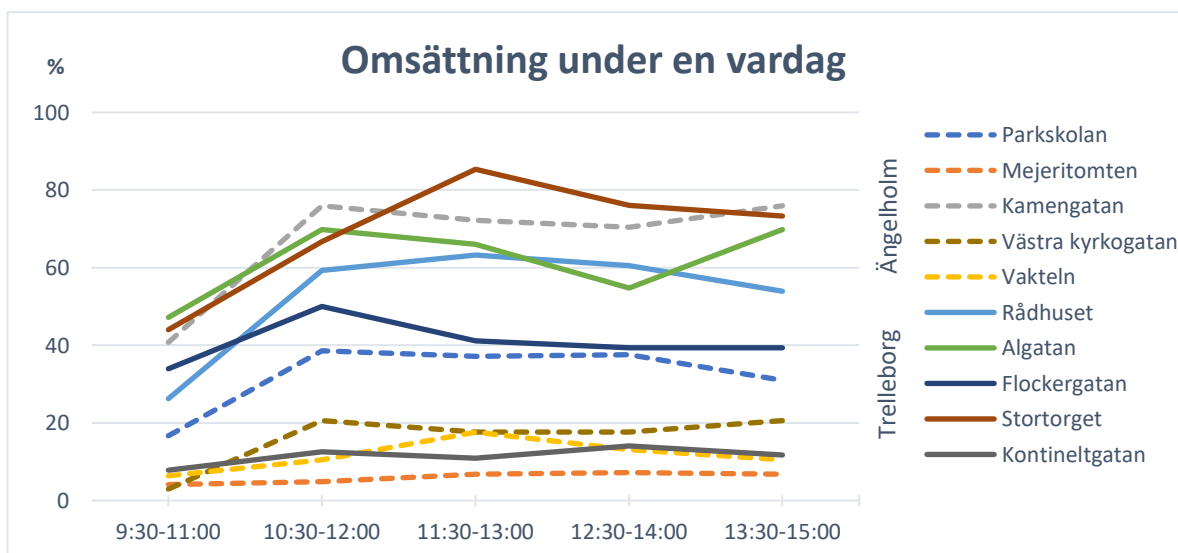
Stad	Parkeringsyta	Vardagar		Lördagar	
		Avgift (kr/h)	Tidsbeg. (h)	Avgift (kr/h)	Tidsbeg. (h)
Trelleborg	Rådhuset	0	2	0	2
	Algatan	0	1	0	1
	Flockergatan	0	1	0	1
	Stortorget	0	1	0	1
	Kontinentgatan	10	24	0	24
Ängelholm	Parkskolan	10	24	0	24
	Mejeritomten	5	24	0	24
	Kamengatan	0	0,5	0	0,5
	Västra kyrkogatan	5	3	0	3
	Vakteln	10	24	0	24

Resultatet visar att de tre parkeringsplatserna (Kamengatan, Algatan och Stortorget) med högst omsättning är de som är tidsbegränsade med 30 minuter eller 1 timme. Högst omsättning har också Rådhuset vilken är begränsad till 2 timmar. Flockergatan har något lägre omsättning med tidsbegränsningen 1 timme. De fyra parkeringsytorna med klart lägst omsättning (Parkskolan, Mejeritomten, Vakteln och Kontinentgatan) har samtliga tidsbegränsningen 24 timmar. De parkeringsytorna med avgift är också de som har lägst omsättning. Där samma tidsbegränsning förekommer, givet samma stad, och avgiften

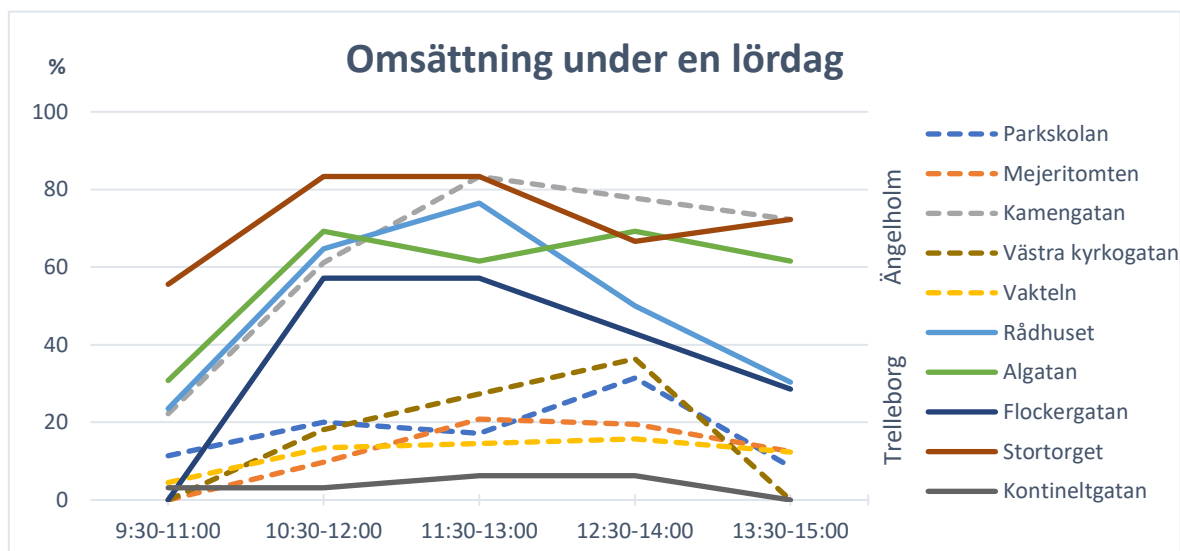
varierar syns en signifikant skillnad att omsättningen är större där avgiften är större på vardagarna (se Parkskolan och Vakteln jämfört Mejeritomten). Samma resultat kan inte fås fram på lördagar ur insamlat material eftersom dessa tre parkeringar är gratis då. Tidsbegränsningen tycks dock ha en större påverkan på omsättningen av bilar än vad avgiften har. Detta eftersom samtliga parkeringsplatser med avgifter, undantaget Västra kyrkogatan, har en tidsbegränsning på 24 timmar. Trots att dessa parkeringar har avgift och en hög belägningsgrad är omsättningen låg vilket med största sannolikhet beror på att tidsbegränsningen är hög (max 9h). Att Västra kyrkogatan har låg omsättning trots att tidsregleringen är 3 timmar beror med största sannolikhet på att beläggningen är låg. Anledningen till att den valdes var att erhålla några parkeringsplatser med just den regleringen.

3.5.6.2 Omsättningens variation under dagen

Omsättningsstudien visar också hur omsättningen varierar under dagen för vardagar och lördagar vilket redovisas i Figur 21 respektive Figur 22. Hur omsättningen varierar över dagen beräknas genom att notera hur en enskild parkeringsplats används mellan två tidsintervall. För att det på en enskild parkeringsplats mellan två tidsintervall ska beaktas som att omsättning har skett krävs att en bil har bytts ut mot en annan. Således innebär det att om det under ett tidsintervall tillkommer en bil till en tom parkeringsplats eller om en parkerad bil kör iväg utan att en ny tillkommer räknas inte det som att det har skett en omsättning på den parkeringsplatsen. Detta innebär att omsättningen till viss del påverkas av belägningsgraden eftersom om en parkeringsplats i början av ett tidsintervall är tom kan inte omsättning ske på den parkeringsplatsen. Det är till stor del därför omsättningen är låg under det första tidsintervallet eftersom belägningsgraden generellt är låg innan klockan 10. Resterande tider är belägningsgraden så pass hög på samtliga parkeringsplatser att det påverkar resultatet i mycket liten grad.



Figur 21 Omsättning på parkeringsplatser vardag (data från omsättningsstudie)



Figur 22 Omsättning på parkeringsplatser lördag (data från omsättningsstudie)

Anledningen till att intervallen överlappar varandra är eftersom Figur 21 och 22 visar omsättningen under en dag för samtliga parkeringsytor. Då inte alla parkeringsplatser i en viss stad kan besökas samtidigt under samma dag blir intervallen längre än en timme och överlappar varandra. Exempelvis i Trelleborg är första tidsintervallet för Parkskolan klockan 09:30 – 10:30, för Vakteln klockan 9:55 – 10:55 och för Mejeritomten, Kamengatan och Västra kyrkogatan däremellan. För att samtliga dessa ska rymmas i samma tidsintervall sker en viss överlappning.

Figur 21 visar att omsättningen på vardagar är lägst första tidsintervallet och att det för övriga tidsintervall saknas tydliga samband. Från klockan 10:30 till klockan 15:00 är omsättningen ungefär likvärdig. Figur 22 visar att omsättningen på lördagar är låg första tidsintervallet för att därefter vara ungefär konstant mellan klockan 10:30 – 14:00. Till skillnad från vardagar tenderar omsättning på lördagar att minska under tidsintervallet 13:30 – 15:00 med undantag för parkeringen på Stortorget i Ängelholm. Detta innebär att antalet bilburna besökare till centrum tenderar att minska på eftermiddagen på lördagar.

3.5.6.3 Total generaliserad omsättning

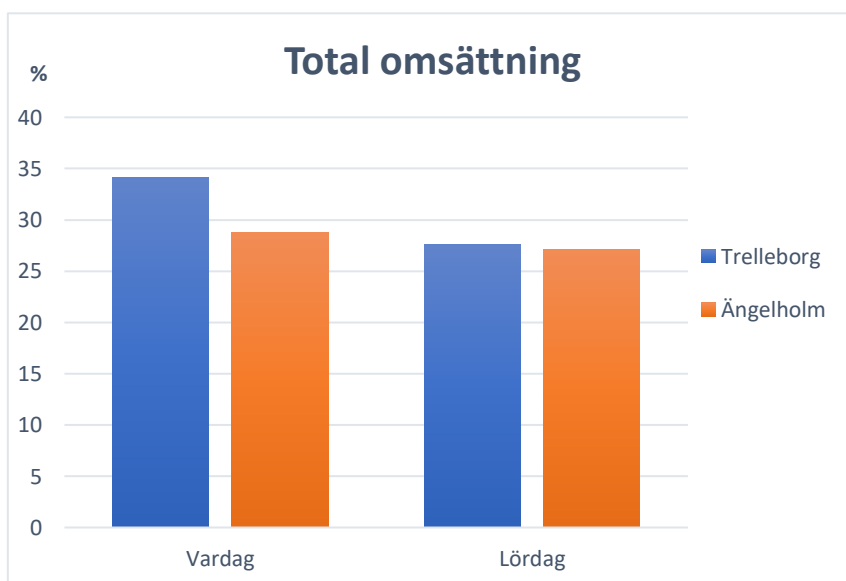
För att kunna generalisera resultaten från omsättningsstudierna till parkeringsomsättningen i hela Trelleborg och Ängelholm sker omräkningar som beror på tidsbegränsningar, avgifter och beläggningsgrad. Eftersom majoriteten av parkeringarna i båda städerna har samma reglering som någon av de som omsättningsstudierna genomförts på är det främst beläggningsgraden som är den skiljande faktorn. Denna omräkning sker via att varje skillnad i % i beläggningsgrad motsvarar att omsättningen förändras med en faktor 0,01. Exempelvis antag två parkeringsytor med samma reglering där omsättningen på den ena ytan beräknats till 80 % och beläggningsgraden 60 %, medan omsättningen på den andra ytan är okänd och beläggningsgraden 40 %. Då erhålls den okända omsättningen genom att multiplicera 80 med faktorn $1 - (0,6 - 0,4)$ vilket ger omsättningen 64 %.

I de fall där storleken på avgiften eller tidsbegränsningen skiljs från någon av de parkeringsytorna med given omsättning används ytterligare omräkningsfaktorer. Eftersom tidigare resultat visar att tidsregleringen påverkar mer än avgiften är också denna faktor större. För varje skillnad i krona multipliceras den okända omsättningen med faktorn 0,02 och för varje skillnad i timme är faktorn 0,04. Anledningen till att båda dessa faktorer är större än faktorn för beläggning är eftersom beläggningsgraden varierar mer än vad dessa två gör och för att dessa två ska ge något utslag på resultatet krävs det att de är större än

faktorn för beläggning. Med exempel som stycket ovan men om parkeringen med okänd omsättning kostar 2 kr/h mer än den med given omsättning multipliceras 80 med faktorn 1-(0,6-0,4) (för skillnad i beläggningsgrad) samt med $2 \cdot 1,02$ (för skillnad i pris). Faktorn för pris blir positiv (1,02) om avgiften är högre än parkeringen med given omsättning och negativ (0,98) om avgiften är lägre. Detta eftersom en högre avgift enligt tidigare resultat väntas ge en högre omsättning givet att alla andra faktorer är lika. Liknande gäller för skillnad i tidsbegränsning där faktorn blir positiv (1,04) om tidsbegränsningen är lägre än parkeringen med given omsättning och negativ (0,96) om tidsbegränsningen är högre. Detta eftersom en lägre tidsbegränsning enligt tidigare resultat väntas ge större omsättning. Slutligen kan den totala omsättningen för respektive stad samt vardag/lördag beräknas. Detta sker genom att omsättningen för en given parkeringsyta multipliceras med antal platser parkeringsytan har. Summan av detta värde för respektive parkeringsyta divideras därefter med det totala antalet parkeringsplatser i staden varpå respektive stads totala omsättning erhålls enligt Figur 23 nedan. Eftersom dessa omräkningar samt storleken på omräkningsfaktorerna är mycket osäkra blir erhållet resultat en grov uppskattning. Eftersom samma metod används för både Trelleborg och Ängelholm kan dock den relativa skillnaden mellan städerna klassas som lik verkligheten.

I några fall i Ängelholms kommun saknas beläggningsgraden på lördagar. För att kunna applicera total omsättning på samtliga studerade parkeringsplatser i Ängelholm på lördagar beräknas därför en beläggningsgrad där detta saknas. Det genomförs genom att först räkna ut en kvot hur beläggningen varier mellan vardag och lördag för de parkeringar där beläggningen är given både på vardagar och lördagar. Exempelvis om beläggningsgraden är 50 % på en vardag och 60 % på lördagen på samma parkering blir kvoten $60/50 = 1,2$. Denna kvot beräknas för samtliga parkeringar där beläggningen är känd både på vardagar och lördag och ett medelvärde av kvoterna beräknas. Detta medelvärde kan sedan multipliceras med beläggningsgraden på vardagar för att erhålla beläggningsgraden på lördagar där det saknas.

Generaliserad omsättning beräknas för de parkeringsplatser som tidigare genomförda beläggningsstudier grundas på (se Figur 18 och 19). Undantaget är sjukhusets parkeringsområde i Ängelholm (parkeringsytan i Figur 19 med avgift 8 kr/h) eftersom uppgifter om antal platser saknas i tidigare genomförda beläggningsstudier. Totalt innebär det 978 parkeringsplatser i Trelleborg och 1595 parkeringsplatser i Ängelholm.



Figur 23 Generaliserad total omsättning på samtliga parkeringsplatser i Trelleborg och Ängelholm (data från omsättningsstudie)

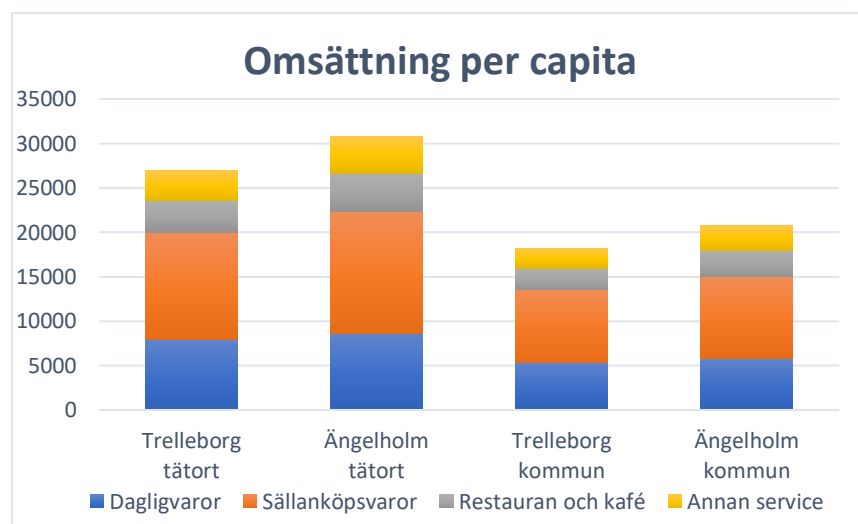
Resultatet visar att omsättningen på parkeringsplatser på vardagar är högre i Trelleborg jämfört med Ängelholm. På lördagar är dock skillnaden mycket liten mellan städerna men en något större omsättning råder i Trelleborg. Att skillnaden är mindre på lördagar kan bland annat motiveras med att parkeringsregleringen är mer lik mellan städerna eftersom Ängelholm har gratisparkeringar på lördagar till skillnad från vardagar.

3.6 Omsättning i handeln

För att studera hur bra centrumhandeln har klarat sig i Ängelholm och Trelleborg är omsättning ett bra mått. I följande underrubriker kommer omsättningen studeras med olika infallsvinklar för att erhålla en uppfattning om resultatet. All omsättning i dessa underrubriker innebär årsomsättning.

3.6.1 Omsättning per capita

Information om omsättning för butiker i centrum erhålls från Fastighetsägarna och WSP (2018). Omsättning per capita för centrumhandeln totalt och för olika underkategorier redovisas i Figur 24.

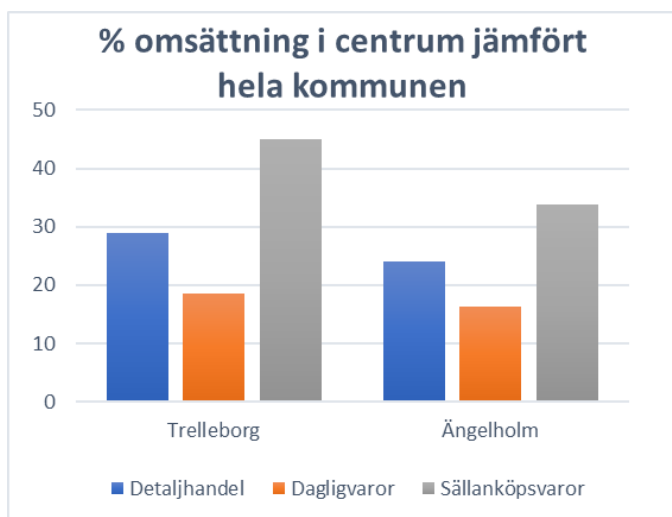


Figur 24 Omsättning per capita i Trelleborg och Ängelholm (data från Fastighetsägarna & WSP 2018, SCB 2018a och SCB 2018b)

Resultatet visar att centrumhandeln går bättre i Ängelholm jämfört Trelleborg både totalt och för de fyra underkategorierna. Procentuellt innebär det att den totala omsättningen per capita är ungefär 14 % högre i Ängelholm jämfört med Trelleborg. För dagligvaror är skillnaden minst där omsättningen per capita är drygt 8 % större i Ängelholm. För sällanköpsvaror är skillnaden ca 13 %, för restaurang och kafé ca 21 % och för annan service ca 24 %.

3.6.2 Procentuell omsättning i centrum jämfört hela kommunen

Denna faktor visar hur stark centrumhandeln är i kommunen jämfört med all handel som förekommer i kommunen (se Figur 25). Observera att detaljhandel består av dagligvaror och sällanköpsvaror och visar således resultatet för total handel.

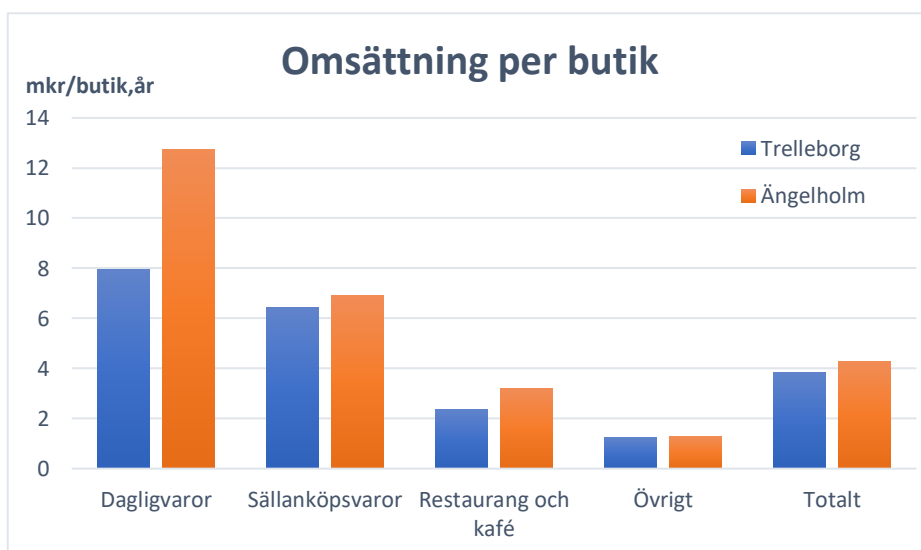


Figur 25 Procentuell omsättning i handeln i centrum jämfört hela kommunen (data från Fastighetsägarna & WSP 2018 och HUI research 2018)

Resultatet visar att den procentuella omsättningen i tätorten jämfört med hela kommunen är större i Trelleborg där den för detaljhandeln är knappt 5 % större, för dagligvaror drygt 2 % större och för sällanköpsvaror drygt 11 % större. Detta trots att den totala omsättningen är större i Ängelholms tätort.

3.6.3 Omsättning per butik

Omsättning per butik visar årsomsättning per butik i centrum vilket redovisas i Figur 26 och ger bland annat en indikation på hur bra centrumhandeln klarar sig ur butiksägarnas perspektiv.



Figur 26 Omsättning per butik i Trelleborg och Ängelholm (data från Fastighetsägarna & WSP 2018)

Resultatet visar att den totala omsättningen per butik är drygt 11 % högre i Ängelholm jämfört Trelleborg. För de olika undergrupperna är omsättningen i Ängelholm knapp 60 % större för dagligvaror, knappt 8 % för sällanköpsvaror, knappt 34 % för restaurang och kafé samt ca 3 % för övrigt.

3.7 Analys

3.7.1 Parkeringsreglering

Omsättningsstudien visar att tidsbegränsning bidrar till en högre omsättning än vad avgifter gör. För att näringar i centrum såsom nöje, handel och kultur ska främjas vid besöksparkering ska en hög omsättning förekomma på de parkeringsplatser som finns (Svensson och Hedström 2010). Omsättningsstudien visar tydligt att samtliga parkeringsytor som är tidsbegränsade till 2 timmar eller lägre är de med klart högst omsättningen av bilar. Söderlind et al. (2015) beskriver också att tidsbegränsning behövs eftersom arbetande inom handeln i centrum tar de mest centrala platserna om tidsbegränsning saknas. Detta leder således till att handlarna försämrar förutsättningarna för sin egen affär eftersom de mest centralt belägna parkeringarna blockeras av handlarna vilket försämrar tillgängligheten för bilburna kunder som tvingas ta en parkeringsplats längre bort.

Att endast begränsa med tid på kommunala parkeringsplatser skapar dock andra problem. Detta eftersom privata parkeringsplatser har avgifter vilket beläggningsstudier i Trelleborg (Sweco 2017 & Hansson 2019b) visar skapar en mycket ojämn beläggning där kommunala gratisparkeringar är överbelagda och privata avgiftsbelagda parkeringar är underbelagda. Utifrån intervjuer med Hansson (2019a) och Galia (2019) samt Engblom (2019) erhålls dessutom att en stor mängd söktrafik förekommer vilket grundas i att alla söker efter en gratisparkering. Engblom (2019) berättar också att det inte finns för få parkeringsplatser men eftersom kommunala platser är gratis och privata är avgiftsbelagda skapar detta en ojämn beläggning vilket kan upplevas att det finns för få platser. Galia (2019) nämner också att det som parkeringsvakt är svårt att övervaka när endast tidsbegränsningen förekommer samt att det sker mycket fusk och besökare går till bilen för att vrida fram p-skivan. För att undvika en ojämn beläggning bör rimligen centralt belägna parkeringsplatser ungefär motsvara avgifter på närliggande privata parkeringsplatser.

För att undvika de problemen som uppstår om kommunala parkeringsplatser endast är tidsbegränsade kan avgifter införas. Parkeringsytorna Parkskolan och Mejeritomten i Ängelholm, som ligger mycket nära varandra och centrum och har samma reglering med undantaget att Mejeritomten är 5kr/h billigare samt att månadsavgiften på Parksskolan är 450 kr och på Mejeritomten 250 kr (Ängelholms kommun 2019). Dessa två ytor visar betydelsen av avgifter, på vardagar är nämligen omsättningen ungefär dubbelt så stor på Parksskolan jämfört Mejeritomten. Eidmark (2019) berättar att Mejeritomten främst används av arbetare och att det dagtid är mycket svårt att hitta en ledig plats där. Vidare förklarar hon att det beror på skillnaden i pris. Således söker arbetare som ska stå parkerade länge den billigaste parkeringsplatsen.

I Trelleborg finns enligt Hansson (2019a) en generell inställning att parkeringen ska vara gratis. Under omsättningsstudierna möttes dessutom flera kunder som menade att centrum skulle dö ut helt om parkeringsavgifter infördes och Hansson (2019a) menar att samma inställning finns hos politikerna. Huruvida trelleborgarnas inställning är befogad råder det blandade meningar om. Svensson och Hedström (2010) menar att i medelstora städer är besöksparkeringar inte särskilt känsliga för förändringar i avgifter. Vidare nämns att således är inte parkeringsavgiften en avgörande faktor för attraktiviteten och besöksviljan till centrum. Raka motsatsen nämns dock av Adolfsson och Jansson (2012) som menar att avgiften är en avgörande faktor för biltillgängligheten. Söderlind et al. (2015) redovisar att för att gynna centrumhandeln måste bilarna släppas in i staden vilket bland annat kan göras genom gratis parkering. Däremot presenterar Krag (2002) att en studie från Holland vilken visar att centrumhandeln klarat sig bättre där prioritering istället sker av andra trafikslag än

bilen. Hansson (2019a) menar att det positiva med att införa avgifter på parkeringsplatser är att de som faktisk använder parkeringarna bör betala för dem och inte subventioneras av kommunen. Svensson och Hedström (2010) redogör att studier från Tyskland och Nederländerna visar att parkeringsavgifter inte påverkar besöksviljan till centrum. Vidare menar Svensson och Hedström (2010) att om det är högt besöksstryck i centrum bör inte parkeringsplatserna vara gratis eller mycket billiga eftersom det hindrar omsättningen av fordon. Enligt Shoup (2005) leder dessutom gratis parkering till ökad efterfrågan av bilar vilket innebär mer luftföroreningar, trafikstockningar och energianvändning.

Parkeringsavgifters betydelse visades även tydligt i omsättningsstudien vid jämförelse av Parkskolan (dyrare men närmare centrum) och Mejeritomten (billigare men längre från centrum) i Ängelholm där avgifter förekommer på vardagar men inte på lördagar. Detta gav effekten att på lördagar på den centralaste av de två parkeringarna minskade omsättningen rejält vilket med största sannolikhet beror på att långtidsparkerande såsom boende och arbetande nu istället utnyttjade den. Effekten blev att besökande tvingades använda parkeringen Mejeritomten som ligger längre bort vilket gav högre omsättning på denna på lördagar jämfört vardagar. Detta visar tydligt att de mest centrala parkeringarna behöver kosta mer än de som ligger lite längre ifrån för att undvika att boende och arbetande tar de mest centrala platserna på bekostnad av besökarna. Detta får även stöd av Svensson och Hedström (2010) som redovisar att Oslo testade införa gratisparkeringar på lördagar vilket dock ledde till försämrade förutsättningar för detaljhandeln i innerstaden. Även genomförda undersökningar i Ängelholm visar att konsumenterna hellre parkerar nära centrum och betalar än gratis och längre bort (Eidmark 2019).

3.7.2 Parkering och omsättning i handeln

Som tidigare nämnts önskas en hög omsättning av fordon på parkeringsplatser för att främja centrums näringar (Svensson och Hedström 2010). Omsättningsstudien visar att Trelleborg har högre omsättning på parkeringsplatser. Samtidigt är båda städerna mycket lika gällande faktorer med stor påverkan på konsumentens val av handelsplats och dess attraktivitet. Undantaget är för öppettiderna där Trelleborg har en timme längre öppet på vardagar och dessutom söndagsöppet. De längre öppettiderna kombinerat med en större parkeringsomsättning är något som bör bidra till att Trelleborg har större omsättning i handeln. Statistik om omsättning för handeln (Fastighetsägarna & WSP 2018) visar dock att omsättning per capita är klart högre i Ängelholm än i Trelleborg. Detta gäller både för total omsättning i handeln men också för samtliga underkategorier dagligvaror, sällanköpsvaror, restaurang och kafé samt annan service. Detsamma gäller totalt och för underkategorierna då omsättning per butik studeras vilket också tyder på att centrumhandeln går bättre i Ängelholm jämfört Trelleborg. Detta ger indikationer på att parkeringsregleringens och omsättningen på parkeringsplatsers påverkan på omsättning för centrumhandeln är försumbar i medelstora städer. Detta stöds av Teller (2008) som visar parkeringsfaktorer inte påverkar signifikant för hur attraktiv en handelsplats är.

Däremot är den procentuella omsättningen i centrum av kommunens totala omsättning större i Trelleborg jämfört Ängelholm både för dagligvaror, sällanköpsvaror och total detaljhandel (HUI research 2018 & Fastighetsägarna & WSP 2018). Det innebär att specifikt i kommunen har centrumhandeln större andel i Trelleborg än Ängelholm jämfört handelsomsättning för all handel i kommunen. Centrumhandeln i Ängelholm har större total omsättning än centrumhandeln i Trelleborg trots en lägre marknadsandel i kommunen som helhet. Detta kan bero på överspillningseffekten som Andersson (2013) nämner vilket innebär att centrumhandeln kan gynnas av att handelsplatser utanför centrum förekommer eftersom dessa kan bidra till att även locka kunder till centrum. Detta stämmer även

överens med Eidmark (2019) påstående att det utanför staden finns en halvextern handelsplats vilken kompletterar och förstärker handeln i stadskärnan.

4 Diskussion och slutsatser

4.1 Metoddiskussion

Eftersom en handelsplats attraktivitet och kundens val av handelsplats beror på en stor mängd parametrar med komplexa samband är det omöjligt att till hundra procent isolera parkeringsfaktorers påverkan i en specifik stad och mellan städer. Dock ger studien en bra uppfattning om hur olika parkeringsstyrningar bidrar till omsättning av fordon på en parkeringsplats.

En felkälla är att alla påverkansfaktorer för kundens val av handelsplats och dess attraktivitet inte har bevisats vara likvärdiga i Trelleborg och Ängelholm. Exempelvis har faktorn trivsel/upplevelse/atmosfär inte undersökts, dels eftersom den är subjektiv, dels på grund av begränsad tid. Faktorer med en trolig låg påverkan har inte heller jämförts mellan städerna. Dessa faktorer är bidragande till hur omsättningen i handeln ser ut i en stads centrum och om dessa faktorer varierar stort mellan städerna kan det innebära att studien visar ett missledande resultat om hur parkeringsfaktorer påverkar omsättningen i centrumhandeln. Resultatet påverkas dock troligen inte i någon större grad av faktorer med mindre påverkan.

Eftersom studien endast fördjupas i två städer innebär det är resultatet främst är applicerbart för dessa städer. I andra städer hade eventuellt ett annat resultat uppnåtts. Studien visar dock starka intentioner att städer i liknande storlek som Trelleborg och Ängelholm kan påverkas på samma sätt av parkeringsfaktorer. Önskvärt för att stärka studiens slutsatser är att genomföra liknande parkerings- och handelsfördjupningar i andra städer.

Optimalt för omsättningsstudien av parkeringsplatser hade varit att flera personer genomfört den för att erhålla resultat för båda städerna för samma dagar. Dessutom hade det kunnat möjliggöra att olika parkeringsplatser i en given stad hade kunnat studeras samtidigt. Detta hade gett kortare intervall för att erhålla hur omsättningen på parkeringsplatser varierar under dagen. Vidare hade fler personer som genomfört studien samtidigt också möjliggjort att fler parkeringsytor kunnat studeras vilket hade bidragit till ett säkrare uppskattning då total omsättning generaliseras för en hel stad. Dessutom hade tidsintervallet kunnat minskas med fler personer som genomfört studien och att varje parkeringsplats besökts en gång i halvtimmen istället för en gång i timmen. Det hade visat ett bättre och säkrare resultat, särskilt för parkeringsplatser där tidsregleringen än mindre än 1 timme. På parkeringsplatser med kortare reglering än en timme är det med stor sannolikhet flera bilar som aldrig registrerats i genomförd omsättningsstudie.

För att ytterligare förbättra studien och erhålla säkrare resultat hade omsättningsstudierna på parkeringsplatser kunnat pågå under en längre tidsperiod. Särskilt för att erhålla ett säkrare värde på omsättningen på lördagar eftersom endast en lördag är studerad för respektive stad.

Vid genomförda intervjuer men främst vid litteraturstudier där resultat grundas på intervjustudier är det viktigt att studera vilka personer som intervjuas. Särskilt för faktorer

kopplade till parkering förekommer många subjektiva åsikter. Exempelvis när politiker tillfrågas kan svaren baseras endast på vad politikern misstänker ger flest väljare.

När statistik för fördmedelsfördelning togs fram användes rapporten från Hansson och Améen (2015). Denna fördmedelsfördelning har dock stora osäkerheter eftersom de är baserade på ett litet statistiskt underlag. Bättre data hade troligen erhållits från Wahls och Ullbergs (2014) rapport vilket bygger på ett stort statistiskt underlag och visar resvanor i Skåne. Dock saknas information om Ängelholm i den rapporten och därför har underlaget istället valts från rapporten av Hansson och Améen (2015) för att erhålla resultat från en och samma källa där samma metod använts.

Vid sammanställandet av omsättningsstudien på parkeringsplatser är det inte studerats huruvida besökare eventuellt kör och förflyttas mellan olika parkeringsplatser. Exempelvis beskriver Galia (2019) att i Trelleborg fuskas det mycket och många byter endast till en parkeringsplats lite längre bort. Nuvarande sammanställning tar ej hänsyn till om samma bil besökt flera parkeringsplatser. Exempelvis om en bil besökt två olika parkeringsplatser samma dag räknas detta som två besökare. Resultatet för omsättningsstudien hade kunnat vara annorlunda om denna bil endast beräknats som en besökare. Detta gäller självklart resultatet i båda städerna. Anledningen till att detta inte genomförts är eftersom datamaterialet är mycket stort vilket innebär att det varit för tidskrävande.

Vid sammanställningen av litteraturstudiet har endast en total påverkan beräknats vilket innebär att resultatet beror på vilka studier som studerats. Eventuellt hade en rättvisare sammanställning varit att beräkna medelpåverkan utifrån den tregradiga graderingen för den litteratur som studerats. Anledningen till att detta inte genomförts är eftersom majoriteten av studerad litteratur inte påvisar hur stor påverkan en viss faktor har och därför har den getts faktorn 2. En sammanställning där medelvärdet hade beräknats hade därav bidragit till en eventuell stor felaktig uppskattning av faktorns påverkan.

4.2 Slutsatser och rekommendationer

Specifikt för Trelleborg bör parkeringsavgifter införas för att minska den ojämna belägningsgraden samt för att minska mängden söktrafik i centrum vilket enligt Svensson och Hedström (2010) innebär att verksamheter, besökande och boende kan få en attraktivare stad. Dessutom innebär det att de som faktiskt använder parkeringarna betalar för dem och att inte kommunen och således skattebetalarna subventionerar platserna. Nuvarande parkeringsstyrning ger en högre omsättning av fordon på parkeringsplatser i Trelleborg jämfört Ängelholm. På vardagar är generaliserad total omsättning av fordon för centralt belägna kommunala och privata parkeringsplatser drygt 34 % på vardagar och knappt 28 % på lördagar.

Specifikt för Ängelholm bör en strängare tidsbegränsning införas på de centrala parkeringsplatserna som är ämnade för besökare, såsom Parskolan och Vakteln. Vidare bör avgifter införas även på lördagar för att möjliggöra att besökande kan parkera på de mest centrala platserna och inte tvingas längre bort från centrum på bekostnad av att långtidsparkerande tar de mest centrala platserna. Nuvarande parkeringsstyrning ger en lägre omsättning av fordon på parkeringsplatser i Ängelholm jämfört Trelleborg. På vardagar är generaliserad total omsättning av fordon för centralt belägna kommunala och privata parkeringsplatser knappt 29 % på vardagar och drygt 27 % på lördagar.

Omsättningen på studerade parkeringsplatser i Trelleborg och Ängelholm visar liknande resultat gällande hur omsättningen varierar under dagen både för vardagar och lördagar. På vardagar under studerat tidsintervall är omsättningen störst klockan 10:30-15:00 (observera

att omsättningen inte studerats efter klockan 15). På lördagar är omsättningen som störst klockan 10:30-14:00.

För medelstora städer generellt utifrån att skapa en bra omsättning på parkeringsplatser bör en kortare tidsreglering förekomma. Detta leder dock till andra problem om det endast är en kort tidsreglering utan avgifter, exempelvis ojämn beläggningsgrad och mycket söktrafik. Optimal parkeringsreglering är således att centralt belägna parkeringsplatser som är betydelsefulla för handeln bör ha en kortare tidsreglering (exempelvis ≤ 2 timmar) samt vara avgiftsbelagda. Om parkeringsytorna önskas vara besöksparkering för längre besök måste självklart tidsregleringen vara längre. Men då är det mycket viktigt att dessa är dyrare om de är centralt belägna. Detta eftersom boende och arbetande tenderar att välja de långtidsparkeringarna med lägst avgift och således blockeras de parkeringarna för besökare. För att undvika denna blockering av centrala parkeringsplatser bör avgiften på dessa höjas. Specifikt för Trelleborg och Ängelholm, och säkerligen i många städer med liknande storlek, behövs ingen kommunal besöksparkering med längre tidsbegränsning. Detta eftersom det i båda fallen finns en mängd underbelagda privata parkeringsytorna där tidsbegränsningen är 24 timmar.

Resultatet visar att tidsbegränsning är ett kraftfullare styrmedel för att skapa en hög omsättning på parkeringsplatser jämfört med avgifter i Trelleborg och Ängelholm. Resultatet visar dock att omsättningen på parkeringsplatser inte tycks påverka hur bra centrumhandeln överlever. Detta eftersom centrumhandeln omsättning är högre i Ängelholm trots att Trelleborg har högre omsättning på parkeringsplatser. Således påverkar inte heller tidsbegränsningar och avgifter centrumhandeln omsättning. Därför bör inte beslutsfattare vara oroliga i Trelleborg, Ängelholm och städer med liknande storlek gällande centrumens överlevnad om strängare parkeringsregleringar införs. Således är det andra faktorer än parkering som påverkar hur bra centrumhandeln överlever. Detta innebär att det saknas rimliga anledningar till att inte införa de rekommenderade parkeringsregleringarna enligt ovan, främst i Trelleborg och Ängelholm men även i andra städer med liknande storlek. Eftersom det är andra anledningar som avgör om konsumenten väljer centrum eller ej som handelsplats skapas en stor samhällsnytta om parkeringsavgifter förekommer eftersom dessa intäkter då kan användas för att förbättra faktorer som faktiskt påverkar besöksviljan till stadskärnan. Observera dock att studien inte visar att en generell försämrad tillgänglighet för bilen i staden är ofarlig för centrumhandeln utan endast att specifikt parkeringsregleringen inte påverkar.

Studien visar också att nuvarande parkeringssituation överlag inte tycks ha någon begränsande effekt på centrumhandeln i varken Trelleborg eller Ängelholm. Detta eftersom beläggningsgraden generellt är låg och det finns ett stort antal lediga platser dygnet runt. Hade bilparkering varit en begränsning för centrumhandeln hade i stort sett samtliga parkeringsytorna varit överbelagda. Detta är troligen fallet i de flesta städer med liknande storlek.

För att erhålla vilka tidigare studier som har genomförts som visar påverkansfaktorer vid konsumentens val av handelsplats och dess attraktivitet samt i vilken grad dessa faktorer påverkar hänvisas läsaren till Tabell 2 och 3. De faktorerna med störst påverkan är utbud, tillgänglighet för de olika trafikslagen, trivsel/upplevelse/atmosfär samt öppettider.

Tabell 10 Sammanfattade slutsatser och rekommendationer

För att erhålla en hög omsättning på p-platser är tidsbegränsningen ett starkare styrmedel än avgifter. Lägre tidsbegränsning → högre omsättning av bilar.
Avgifter ger också en positiv effekt på omsättningen av bilar. Högre avgift → högre omsättning av bilar.
En kombination av både avgift och tidsbegränsning är optimalt.
Det bör vara högre avgifter på mer centrala parkeringsplatser.
Högre omsättning förekommer på parkeringsplatser i Trelleborg jämfört Ängelholm.
Högre omsättning i centrumhandeln förekommer i Ängelholm jämfört Trelleborg.
Omsättning av bilar och parkeringsreglering begränsar inte centrumhandelns möjligheter.
Nuvarande parkeringssituation begränsar inte centrumhandelns möjligheter varken i Trelleborg eller i Ängelholm. Detsamma gäller troligen i städer med liknande storlek.
Trelleborg bör inför avgifter på kommunala parkeringsplatser på vardagar och lördagar.
Ängelholm bör införa avgifter på kommunala parkeringsplatser på lördagar samt införa en strängare tidsbegränsning på vardagar och lördagar (på platser som är reglerade med 24 h).

4.3 Förslag till vidare studier

- Genomföra liknande undersökningar i andra städer med liknande storlek för att kunna stärka resultat i denna studie.
- Genomföra liknande undersökningar i städer med en annan storlek för att erhålla om parkeringsfaktorer har annorlunda påverkan beroende på storlek.
- Större och mer omfattande studier av parkeringsomsättningen.
- Studera hur centrumhandeln påverkas av minskad biltrafik i centrum.
- Studera hur centrumhandeln påverkas av ökade möjligheter att åka kollektivt/cykla/gå till centrum.
- Kombinera denna typ av undersökning med information från parkeringsautomater.

5 Referenser

- Adolfsson, A. & Jansson, V. (2012). Stadskampen om kunderna – En studie om värdeskapande i handelsplatser. Linneuniversitetet. Ekonomihögskolan.
- Af Winklerfelt, F. (2019). Information mottagen via e-post från af Winklerfelt, tillväxtsamordnare på kommunledningsförvaltningen, Trelleborgs kommun, 2019-02-26.
- Andersson, E., Nilsson, M. & Schön, J. (2011). Stadskärnans förmåga att upprätthålla konkurrenskraft – en fallstudie om Malmös detaljhandel. Institutionen för Service Management. Campus Helsingborg. Lunds universitet.
- Andersson, J. (2013). Kampen om kunderna. En studie av konkurrensen mellan centrumhandeln och externhandeln i Växjö. Linneuniversitetet. Kalmar Växjö.
- Arvidson, B. (2008). Hur ska centrumhandeln överleva i småorter? En studie av handel och handelsmönster i Alvesta. Institutionen för samhällsvetenskap. Växjö Universitet.
- Edenbrink Andersson, H. & Schönström, L. (2014). Kommer centrum att överleva? En kvantitativ studie till följd av Entré Syds kommande etablering. Handelshögskolan Umeå Universitet.
- Eidmark, M. (2019). Information mottagen via intervju med Eidmark, centrumutvecklare, Ängelholms Näringsliv AB, 2019-04-10
- Ekberg, J., Hansson, N. & Lundgren, N. (2005). Lunds centrumhandel Attraktionsfaktorer. Ekonomihögskolan. Lunds universitet.
- Engblom, A. (2019). Information mottagen via intervju med Engblom, näringslivsstrateg, kommunledningsförvaltningen, Trelleborg kommun, 2019-04-09
- Eriksson, A. & Åker, A. (2006). Differentiering - ett sätt för Uppsalas cityhandel att konkurrera med externhandeln. Företagsekonomiska institutionen. Uppsala universitet.
- Eslövs kommun (2019). Parkera i centrala Eslöv.
<https://eslov.maps.arcgis.com/apps/webappviewer/index.html?id=215efa3022404b82a9915d63d3462016> [2019-02-27]
- Falk, T. & Julander, C-R. (1983). Köpcentrum i stadskärnan - inverkan på detaljhandel och konsumenter. 1:a Uppl. Malmö: LiberFörlag.
- Fastighetsägarna & WSP (2018). Cityklimatet 2018.
- Galia, E. (2019). Information mottagen via intervju med Galia, parkeringsvakt, Trelleborgs kommun, 2019-03-21

-
- Glasare, L. (2015). Cykeltrafik vid Nova – En kritisk granskning. Teknik och samhälle, LTH, Lunds universitet.
- Google Maps (u.å.). Maps. <https://www.google.com/maps/> [2019-02-28]
- Handla i Ystad (2019). Öppettider 2019. <https://www.handlaiystad.se/oppettider/> [2019-02-26]
- Hansson, J. (2019a). Information mottagen via intervju med Hansson, trafikingenjör, tekniska förvaltningen, Trelleborgs kommun, 2019-03-21
- Hansson, J. (2019b). Information mottagen via e-post från Hansson, trafikingenjör, tekniska förvaltningen, Trelleborgs kommun, 2019-02-28.
- Hansson, J. & Améen, M. (2015). Ökad marknadsandel för kollektivtrafik i Skåne – nuläge och potential. Trivector Traffic. Rapport 2015:86, Version 1.0.
- Hernvall Jonsson, E. (2010). Centrumhandel – köpcentrum. En studie av Trollhättans centrum och Överby köpcentrum. Karlstad Business School. Handelshögskolan vid Karlstads universitet.
- Holst (2013). Centrumhandel i relation till externhandel – en fallstudie om Strängnäs. Umeå universitet.
- HUI research (2018). Hur går handeln i din kommun? (Databas, år 2017) <https://www.handelnisverige.se/swedish-retail-reports/details/> [2019-03-19]
- Jaffe, E. (2015). The complete Business Case for Converting Street Parking into Bike Lanes. Citylab. <https://www.citylab.com/solutions/2015/03/the-complete-business-case-for-converting-street-parking-into-bike-lanes/387595/> [2019-02-05]
- Krag, T. (2002). Handel og cykler. Trafikdage på Aalborg Universitet 2002.
- Kvale, S. & Brinkmann, S. (2014). Den kvalitativa forskningsintervjun. Studentlitteratur AB Lund. Printed by Dimograf, Poland.
- Landskronasamverkan (u.å.). Öppettider. <http://landskronasamverkan.se/oppettider/> [2019-02-26]
- Landskrona stad (2019). Parkering. <https://www.landskrona.se/invanare/stadsplanering-trafik/trafik/parkering/> [2019-02-27]
- Lantmäteriet (u.å.). Kartsök och ortnamn. <https://kso.etjanster.lantmateriet.se/> [2019-03-01]
- Malmö stad (2016). Trafik- och mobilitetsplan. För ett mer tillgängligt och hållbart samhälle.
- Mørk, I. (2016). On-street parking and shopping street vitality. Comparing customer and shopkeeper perspectives on shopping practices and experiences in Markveien, Oslo. Department of Sociology and Human Geography. University of Oslo.
- Q-park (u.å.). Ängelholm Falken. <https://www.q-park.se/sv-se/cities/%C3%A4ngelholm/falken/> [2019-03-26]
- Reinholdsson, C. (2019). Information mottagen via e-post från Reinholdsson, centrumledare, Eslövs Stads kärneförening, 2019-03-20.

SCB (2018a). Tätorter 2015 – befolkning 2010–2017, landareal, andel som överlappas av fritidshusområden. <https://www.scb.se/MI0810> (Länk till excel-fil i länken).

SCB (2018b). Folkmängd i riket, län och kommuner 31 december 2017 och befolkningsförändringar 1 oktober–31 december 2017. Totalt. <https://www.scb.se/hitta-statistik/statistik-efter-amne/befolkning/befolkningens-sammansattning/befolkningsstatistik/pong/tabell-och-diagram/kvartals-och-halvarsstatistik--kommun-lan-och-riket/kvartal-4-2017/> [2019-03-19]

Shoup, D. (2005). *The High Cost of Free Parking*. Chicago: Planners Press, 2005 och 2011. (Chapter 1)

Skånetrafiken (2018). Sök och beställ tidtabeller. <https://www.skanetrafiken.se/sok-resa/tidtabeller/> [2018-02-18]

Skånetrafiken (u.å.). Zonkarta. <http://zonkarta.skanetrafiken.se/> [2018-02-18]

Svensson, T. & Hedström, R. (2010). Parkering – Politik, åtgärder och konsekvenser för stadstrafik. VTI.

Sweco (2017). Parkeringsstrategi Trelleborgs kommun 2017–2025. På uppdrag av Trelleborg kommun.

Söderlind, J., Nedstam, A., Olla, G. & Sturesson, J. (2015). Levande stadskärnor. Kartläggning av hot och möjligheter. Svensk Handel, Fastighetsägarna och Stadsliv AB. Allduplo Offsettryck 2015.

Teller, C. (2008). Shopping Streets versus Shopping Malls - Determinants of Agglomeration Format Attractiveness from the Consumers' Point of View. *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 18 (4), pp. 381-403.

Trelleborgs kommun (2018a). Parkering. <https://www.trelleborg.se/sv/trafik-infrastruktur/trafik-och-gator/parkering/> [2019-02-27]

Trelleborgs kommun (2018b). Trelleborgs kartplattform. <https://gispublic2.trelleborg.se/portal/apps/MapSeries/index.html?appid=b4e1adcad6f74e8d9023dab4d7f6d193> [2019-02-27]

Vestin, H. & Lindblom, J. (2010). Konsumentundersökning – Cyklisternas betydelse för handeln i Växjö centrum. AB Handelns Utredningsinstitut (HUI). <http://www.resenarsforum.se/wp-content/uploads/2010/12/Cyklisternas-betydelse-fo-CC%88r-handeln-i-Va-CC%88xjo-CC%88-centrum.pdf> [2019-02-06]

Ystads kommun (2018). Parkeringszoner och taxor. <https://www.ystad.se/bygg-miljo/gator-och-trafik/parkering/parkeringszoner-och-taxor/> [2019-02-27]

Ängelholm (2017). P-platser under 2017 centrala Ählm. Dokument mottagna via e-post av Wiinberg, trafikingenjör, samhälle, Ängelholms kommun 2019-02-15

Ängelholm (2018a). Öppettider & parkering. <https://engelholm.com/oeppettider-parkering/> [2019-02-26]

Ängelholm (2018b). P-platser under 2018 centrala Ählm. Dokument mottagna via e-post av Wiinberg, trafikingenjör, samhälle, Ängelholms kommun 2019-02-15

Ängelholms kommun (2019). Parkeringszoner och avgifter. <https://www.angelholm.se/trafik-och-stadsplanering/parkering/parkeringszoner-och-avgifter.html> [2019-02-27]

Wahl och Ullberg (2014). Resvaneundersökning för Skåne 2013. Kommunrapporter, Sweco.

Wiinberg, A-K. (2019). Information mottagen via intervju med Wiinberg, trafikingenjör, samhälle, Ängelholms kommun, 2019-03-14

Wikipedia (2019). Skåne län. https://sv.wikipedia.org/wiki/Sk%C3%A5ne_l%C3%A4n [2019-02-26]

6 Bilaga

6.1 Intervjufrågor

6.1.1 Om parkering

- 1) Kan du berätta om er parkeringspolicy och hur kommunen hantera parkeringsfrågor?
- 2) Varför ser parkeringssituationen ut som den gör idag i staden?
- 3) Hur ser parkeringssituationen i staden ut idag? Vilka problem finns, vad fungerar bättre/sämre?
- 4) Hur upplever centrumhandeln att parkeringssituationen fungerar? Och besökarna?
- 5) Varför har ni den prissättning som förekommer idag? Vad är syftet med den på de olika platserna?
- 6) Varför har ni den tidsbegränsningen som förekommer idag? Vad är syftet med den på de olika platserna?
- 7) Hur ser ni på kommunens rådighet över parkeringssituationen idag? Hur ser situationen ut jämfört kommunala och privata parkeringsytor?
- 8) Hur stor del av utbudet förvaltas av privata parkeringsbolag och hur reglerar de sina platser? Vet ni hur dessa platser används?
- 9) Var bör jag genomföra vidare studier om omsättning på parkeringsplatser? Vilka parkeringsytor är mest intressanta för centrumhandeln?
- 10) Övrigt att tillägga om parkeringssituationen?

6.1.2 Om centrumhandel

- 1) Hur går det för centrumhandeln i er stad?
- 2) Vad är den största konkurrensen mot centrumhandeln?
- 3) Vilka faktorer gynnar/funcerar bättre för centrumhandeln i staden?
- 4) Vilka faktorer missgynnar/funcerar sämre för centrumhandeln i staden?
- 5) Vilka parkeringsplatser är betydelsefulla för handeln?

6) Övrigt att tillägga?

Utöver grundfrågorna frågas mer specifikt om parkeringssituationen, öppettider och externa handelsplatser om det inte besvaras av ovanstående sex frågor.