LUND UNIVERSITY

Shopping på en lokal handelsgata

Aslan, Devrim Umut

Published in:
Handelsstad i Förvandling

2017

Document Version:
Förlagets slutgiltiga version

Link to publication

Citation for published version (APA):
Aslan, D. U. (2017). Shopping på en lokal handelsgata. I D. U. Aslan, & C. Fredriksson (Red.), *Handelsstad i Förvandling* (s. 61-71). Lund University.

Total number of authors:
1

General rights
Unless other specific re-use rights are stated the following general rights apply:
Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.
• Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
• You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
• You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal

Read more about Creative commons licenses: https://creativecommons.org/licenses/

Take down policy
If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

LUND UNIVERSITY

PO Box 117
221 00 Lund
+46 46-222 00 00

Kapitel 4

Shopping på en lokal handelsgata

Devrim Umut Aslan

> Förr var det bättre. […] Det fanns mer affärer. Här bakom, på Domustemplet, var det fullt med restauranger och matserveringar, och affärer där nere. Mycket har stängt, men vi hoppas ju att de kommer öppna igen. (Bengt, 67 år)

Jag träffade Bengt[69], en pensionär på 67 år, mittemot det lokala köpcentret Söderpunkten i den gamla Domusbyggnaden. Han berättade att han bor med sin partner och deras katt cirka 300 meter från Södergatan. Han kommer till Södergatan nästan varje dag på sin cykel för att handla mat, precis som han gjorde dagen då vi skulle ses. Efter några introducerande frågor vandrade vi längs med gatan där vi först besökte en franchise till Ica Supermarket belägen på en tvärgata, för att sedan gå vidare till en mindre mataffär som ägs av en familj från Turkiet. Under tiden ställde jag flera frågor till Bengt om Södergatan och om hur hans shoppingrutiner ser ut. Jag frågade även vad han tyckte om gatan. Vårt möte varade omkring en timme och spelades in med en videokamera. I slutet av köprundan diskuterade vi vad som skulle kunna göras för att göra gatan mer lockande. Bengt tecknade samtidigt ner en karta över Söder ur minnet. Som citatet ovan visar, var han inte nöjd med det nuvarande handelsläget och berättade att ”mycket har stängt” och han menade att ”det var bättre förr”.

Många av informanterna i den här studien uttrycker sin oro över detaljhandelsläget på Södergatan. Trots den påstådda detaljhandelskrisen besöks butikerna av många kunder och nya handlare gör ofta försök att etablera sig. Södergatan fortsätter att vara den centrala shoppinggatan och sociala mötesplatsen i södra Helsingborg. En av utgångspunkterna i det här kapitlet är att undersöka vad som lockar konsumenter till butikerna på Södergatan. Vilka slags shoppingaktiviteter möjliggör och motiverar denna detaljhandelsgeografi? Med Södergatan som empiriskt exempel, syftar studien till att ge en bättre förståelse för konsumenters aktiviteter i marginaliserade handelsdestinationer.[70]

---

[69] Alla namn i studien är fiktiva.

[70] Studien har utförts inom mitt pågående avhandlingsarbete, och texten ska därför ses som ett utdrag ur pågående forskning.

Södergatan i Helsingborg

Södergatan – en historiskt marginaliserad handelsgata

Söder, med sin huvudgata Södergatan, är en stadsdel söder om den medeltida stadskärnan i Helsingborg. Stadsdelen uppstod i mitten av 1800-talet som ett utpräglat arbetarklassområde.[71] Här var den allmänna hälsostandarden lägre, det ansågs farligare att vistas här än i andra delar av staden och arkitekturen kritiserades ofta. På Söder var också själva detaljhandelslandskapet av en annan natur. Handelsstrukturen i området har dock förändrats över tid. De flesta av de ursprungliga butikerna var tidigt inriktade på arbetarklassens behov. Det fanns bagare, enklare klädesbutiker, närbutiker och hantverkarbutiker. Efter 1930 moderniserades handeln gradvis, först med varuhus och senare med stora livsmedelsaffärer och butikskedjor. Särskilt efter 1960-talet blev Söder (nästan) en del av stadens stadskärna.

Från 1980-talet och framåt skedde flera genomgripande förändringar på Söder. De många inrättningarna för arbetskrävande hantverk slog igen eller blev förflyttade till länder där tillverkningen är billigare. Majoriteten av de tidigare invånarna flyttade till

[71] Folklivsgruppen 1987, Högdahl 2007

nybyggda lägenheter och hus i andra delar av staden. I deras ställe flyttade internationella migranter till området. En betydande del av detaljhandeln i stadskärnan flyttade till köpcentret Väla som ligger utanför staden. Även om ett projekt genomfördes under 00-talet för att förnya området, var utbudet vid tiden för den här studiens genomförande begränsat till lågprisbutiker, närbutiker, matställen som serverar street food, frisörer, samt hantverkarbutiker. Idag är Söder därmed åter en marginaliserad handelsdestination.

Shoppingaktiviteter på Södergatan

Den här studien tar sin utgångspunkt i det ”praktikteoretiska perspektivet”[72], vars främsta mål är att studera människors rutinmässiga handlingar i sitt kontextuella sammanhang. Detta perspektiv tar hänsyn till både vad konsumenter gör och vad de säger att de gör under sina shoppingaktiviteter. Studien gick bland annat ut på att undersöka hur shopping[73] som en social praktik[74] ”hände” på gatan. Totalt deltog femton konsumenter i studien mellan januari 2015 och juli 2016. Forskningsmetoden, videoetnografi[75], kombinerades med observationer, intervjuer, skuggningar och ”mentala kartor”.

Det empiriska materialet analyserades sedan noggrant, och återkommande teman från fältarbetet identifierades. Fem olika teman för specifika shoppingaktiviteter som konsumenterna använde sig av blev tydliga: *komplementshopping*, *skippa-och-hitta-shopping*, *gemenskapsshopping*, *destinationsshopping* och *nischshopping*.

Komplementshopping

> Jag tycker det är en god atmosfär på något sätt... […] Det är lite blandade kulturer också och bara en sådan sak som att flera ställen har öppet sent på kvällarna, det ser man liksom inte på Norr. Utan man kan springa ner och köpa mjölk klockan elva på kvällen, på närbutiken, det är inga problem liksom. (Rickard, 30 år)

Rickard, som arbetar som präst i en närliggande stad, tycker om området och atmosfären och han beskriver den som berikad av ”blandade kulturer”. Enligt honom

[72] Schatzki 2001

[73] I denna studie definieras shopping som alla handlingar och processer som leder till ett (potentiellt) köp.

[74] Warde 2005

[75] Pink 2001

är dock den främsta kvaliteten på Söder att det finns många butiker som är öppna till sent på kvällen, till skillnad från i stadens centrum: ”det ser man liksom inte på Norr”. På Söder kan man, som Richard påpekar, köpa snacks, enklare mat och andra dagligvaror ända till midnatt.

En av Söders särskilda styrkor är restaurangernas och butikernas generösa öppettider. Rickard är inte ensam om sina shoppingvanor i området. Ingrid (53 år) är en av dem som understryker samma aspekt när hon beskriver de positiva sidorna av den restaurang där hon arbetar. Restaurangen har öppet till klockan tre på natten, något som är unikt i staden.

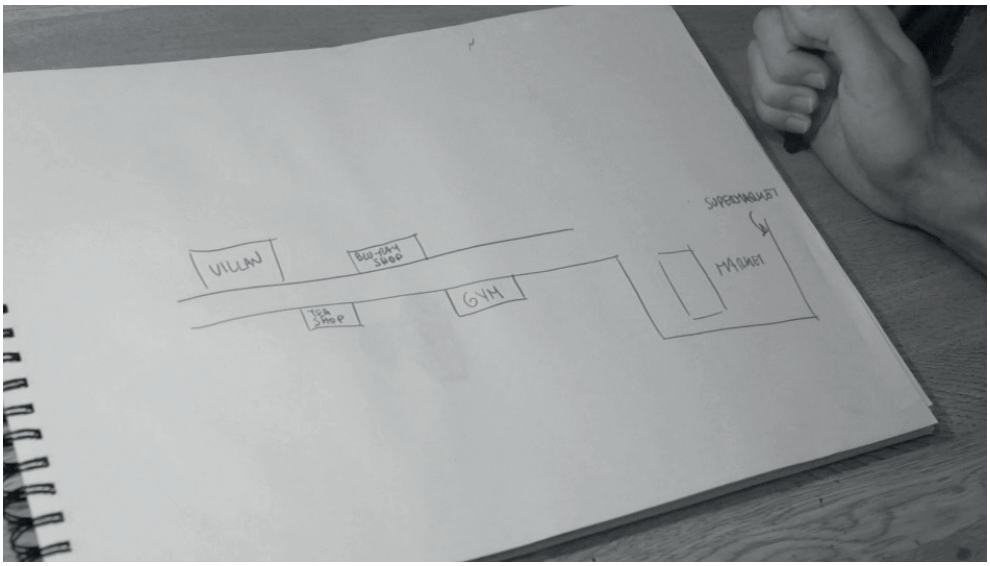
Komplementshopping kan definieras som att konsumenten söker efter och köper varor som han eller hon glömt att köpa på ett annat ställe, på grund av en nödsituation eller ett plötsligt behov. Denna kategori innebär främst köpet av dagligvaror. *Komplementshopping* är beroende av flera aspekter: tillgänglig billig arbetskraft och ett regelverk som tillåter långa arbetstimmar, samt en ökning av en samhällelig trend som kännetecknas av en slags ”bekvämlighetskultur”.[76] Det empiriska materialet visar även att tillgänglighet i form av centralt läge och en känsla av trygghet är viktigt. *Komplementshopping* formar också i vilken utsträckning varor och tjänster finns tillgängliga, eftersom den här shoppingaktiviteten begränsar detaljhandeln till att främst tillfredsställa det dagliga behovet av varor och tjänster.

Skippa-och-hitta-shopping

> Jag menar för mig består gatan av de ställen jag är intresserad av. Så här är huset… [tecknar] här är gymmet, här är mataffären. Vad mer? Här är DVD-butiken. Och här är tebutiken. Så för mig är Södergatan mer eller mindre detta, för eftersom jag inte är intresserad av, du vet, restauranger och annat sånt, är detta ungefär allt. Och… jag vet inte vad mer. (Fabio, 25 år)

Fabio, en 25-årig internationell masterstudent, kommer till Söder nästan varje dag för att gå till badhuset och för att handla mat. Under vår promenad visar han mig också andra ställen som han besökt vid tidigare tillfällen. Efter att vi avslutat vår tur på Södergatan, bad jag honom att teckna Södergatan så som han mindes den. Han valde bara ut ett par butiker och andra inrättningar och hävdade att han inte mindes resten. Han menade att ”gatan består av alla ställen jag är intresserad av”. För honom var Södergatan ”mer eller mindre detta”, eftersom han inte var intresserad av ”du vet, restauranger och annat sånt”.

[76] Det innebär att konsumenter idag har en tendens att lägga mindre och mindre tid på shopping. Se Wrigley & Lambiri 2014



Fabios minimalistiska mentala karta

Under våra gemensamma shoppingrundor besökte många av informanterna sporadiskt och rutinmässigt olika butiker. De tog sig i snabb takt från en butik till en annan, och visade begränsad nyfikenhet inför andra butiker. Ett exempel är Ida, en 28-årig kvinna som arbetar inom kommunen och som tidigare bott på Söder. Hon påpekade att hon inte varit på den södra delen av gatan på flera år. Det motsatta konstaterade Mikaela (26 år) som också arbetar inom kommunen och bor på Söder. För henne var den norra delen av gatan ointressant. Hon visste inte riktigt vilken slags butiker som ligger där.

Det selektiva rörelsemönstret i *skippa-och-hitta-shopping* legitimeras genom att konsumenterna resonerar kring olika anledningar för att undvika en del butiker. Många hävdade att de inte kände sig bekväma i vissa av butikerna på Södergatan eftersom de uppfattade dem som ”föga inbjudande”. Flera uttryckte även en uppfattning om den ”svarta marknaden” som en anledning till att undvika en viss sorts handel. En annan aspekt som informanterna lyfte fram var de snabba förändringarna i detaljhandelslandskapet på Södergatan, något som gjorde det svårt för dem att känna till alla nya butiker.

Skippa-och-hitta-shopping innebär alltså att konsumenten besöker vissa utvalda butiker och är ointresserad av eller undviker resten av handelsutbudet. Den här shopping-aktiviteten kännetecknas av dels en ganska målinriktad shopping, dels en bristfällig kunskap om handelsutbudet i området. *Skippa-och-hitta-shopping* innebär ett snabbt, icke-linjärt och sporadiskt rörelsemönster hos konsumenterna. Detta reducerar även en stor del av området till ett slags tomrum som passeras på vägen till ett annat mål.

Gemenskapsshopping

> Här är mycket roligare människor, man kan prata med alla här. Det är inte så på Norr, där stannar du inte och pratar med vem som helst. […] Det är liksom inte bara att man känner varandra, man pratar ändå. Likadant när man går förbi krogarna, då ropar folk: ”Hej, kom in och ta en öl.” Oavsett om man känner dem eller inte. Det skulle aldrig ske på Norr. Det är lite annat. (Ingrid, 53 år)

Ingrid bor i den norra delen av staden, men hon har arbetat i en restaurang på Söder i över tio år. Hon säger att hon ofta kommer till Söder även de dagar hon inte arbetar, eftersom ”här är mycket roligare människor” och ”det är inte så på Norr”. Hon handlar även i butikerna på Söder, bland annat i textilaffären på Carl Krooksgatan, som vi senare besökte tillsammans.

Inne i butiken visade hon mig ett tyg hon ville köpa, vars pris hon hade försökt pruta ner under en tid, men utan framgång. Hon tillade att ”det är samma personal som alltid har varit här” och att det är ”alltid en fördel när man känner igen personalen”.

Även Rickard berättar att han gillar den intima atmosfären på Söder. Han uppskattar att de små och självständiga butikerna dominerar, och menar att det ostandardiserade sättet att organisera butikerna på ger en mer informell och intim känsla som han tycker om.

Handskrivna prislappar

Gemenskapsshopping är en shoppingaktivitet vars främsta kännetecken handlar om att bygga sociala relationer genom shopping. Detta innebär att konsumenterna blir en del av den sociala gemenskapen genom att besöka butikerna och andra platser i området. Detta skapar informella och intima relationer, både mellan olika konsumenter och mellan konsumenter och butiksägare. På Söder finns dock flera parallella gemenskaper som inte verkar interagera med varandra.

Destinationsshopping

> Jag tror att jag bara har varit här en gång, och då var det verkligen bara för att jag var här för att hämta biobiljetter eller något sådant. Och så gick jag förbi och så bara ”ja, varför inte?” typ. (Karin, 20 år)

Karin är en 20-årig universitetsstudent som bor i Helsingborgs nordöstra del. Karin berättade flera gånger under vår tur i området att hon tycker att Söder är deprimerande på grund av de många betongbyggnaderna, de mörka fasadmålningarna och de tomma butikerna. När hon ska shoppa åker hon oftast till ett köpcenter utanför staden. Hon kommer ändå ganska ofta till Söder, men av andra anledningar än för att shoppa. När hon ibland befinner sig på Söder, händer det att hon besöker butiker och äter på restauranger där. Ett exempel är när hon passade på att besöka Lindex eftersom hon ändå var i området för att hämta ut biobiljetter och tänkte, som i det återgivna citatet, ”ja, varför inte?”.

Även om varken Söder eller Södergatan uppfattas som en attraktiv turistdestination eller som en populär plats för att organisera kulturella aktiviteter, finns det ändå ett fåtal inrättningar som lockar folk till området. Stadsbiblioteket, badhuset, statliga institutioner som Arbetsförmedlingen och Skatteverket, högstadieskolor, busstationen på Gustav Adolfs Torg och spelcentret Laserdome är några av dem. Vid olika tillfällen har även politiska demonstrationer lockat människor till Söder. För övrigt förväntas renoveringen av områdets galleria, Söderpunkten, tillsammans med en ny biosalong, nya restauranger och en ny mataffär, dra fler besökare till området. Det nyöppnade konstgalleriet Kulturhotellet och Radisson Blu Hotel beskrevs också av informanterna som avgörande magneter för att besöka Söder. När vissa av dem ändå begav sig till Söder, kombinerade de ofta besöket med shopping.

Destinationsshopping är en shoppingaktivitet där konsumenter kombinerar shopping med andra aktiviteter. Aktiviteten utgörs av platsens attraktionskraft i kombination med handelsutbudet och innebär en slags ”halvspontan” shopping som främst uppstår på grund av andra aktiviteter. Dessa aktiviteter kan exempelvis vara förknippade med speciella tillställningar eller olika fritidsaktiviteter. Det kan handla om biobesök eller helt vardagliga ärenden som att besöka Arbetsförmedlingen, att ta sig till arbetet eller skolan eller kanske bara för att byta buss.

Nischshopping

> Det är nog en av de få sytillbehörsbutikerna i Helsingborg. […] Detta är ju något som försvunnit mer och mer också. […] Och i den butiken där borta (pekar mot andra sidan av gatan) så har man ju även symaskiner och reparationer av symaskiner och dylikt. Och det är ju också tyvärr någonting som försvinner mer och mer. Hela den biten, specialkunskaperna. (Albin, 55 år)

Albin, en 55-årig arbetslös man, stannade upp framför butiken efter att ha gett mig en guidad tur av området. Hela butikens koncept verkade tillhöra en annan era, precis som Albin påpekade: ”det är ju också tyvärr någonting som försvinner mer och mer. Hela den biten, specialkunskaperna.”

Flera av informanterna berättade om många specialiserade detaljhandelsbutiker i området. En av dem var en te- och kaffebutik på Södergatan med en 60-årig historia. Både Rickard och Bengt nämnde även en butik som säljer fröer och djurmat. Bengt berättade att butiken erbjuder husdjursvård och att en veterinär kommer dit med jämna mellanrum för att hjälpa butikens kunder. I området ligger även stadens största second hand-affär, vilken imponerade på Kati, en internationell student från Tyskland. Alfo Gross, en mataffär som mestadels säljer importerade varor från östra Medelhavet till bra priser, var populär bland alla informanterna. John, en 22-årig nyexaminerad student, visade mig torghandeln med sitt unika sortiment av frukter och grönsaker som inte finns i vanliga mataffärer. Söder kännetecknas av en specifik detaljhandelsgeografi och erbjuder många olika produkter och tjänster, som i vissa fall endast finns i det området.

Torghandel på Söder

Paraguayo är en av torghandelns många specialiteter

Nischshopping är en shoppingaktivitet där konsumenten letar efter, och oftast köper, autentiska eller unika varor och tjänster, som inte nödvändigtvis är exklusiva och dyra. Majoriteten av handlarna i området är oberoende butiksägare och deras historiska, etniska, kulturella och religiösa bakgrunder har skapat en detaljhandel som kännetecknas av en omfattande mångfald vad gäller olika slags butiker och produkter. Den här specifika handelskontexten möjliggör och upprätthåller, som vi har sett, också en specifik typ av specialiserad shoppingaktivitet.

Slutsats

I fallstudien av Södergatan och Söder, identifierades fem olika shoppingaktiviteter. Som tidigare beskrivits innebär *komplementshopping* en shoppingaktivitet där konsumenten söker upp och köper varor och tjänster som ett komplement till shopping som egentligen redan är utförd på andra platser. *Skippa-och-hitta-shopping* innebär en aktivitet som utgörs av strikt selektiva och rutinmässiga besök i en handfull butiker, samt ett uppvisat ointresse för de icke utvalda butikerna. *Gemenskapsshopping* är en shoppingaktivitet som framkom under fältarbetets gång. Den här aktiviteten innebär att social gemenskap skapas genom shopping. Här är sökandet efter intima, sociala och informella värden en viktig drivkraft. Den fjärde shoppingaktiviteten på

Södergatan utgörs av *destinationsshopping*, en aktivitet där shoppingen kommer i andra hand och kopplas samman med andra dagliga aktiviteter eller nöjen. Den femte och sista shoppingaktiviteten är *nischshopping* som innebär ett sökande efter autentiska, unika och ovanliga varor eller tjänster som inte kan hittas i det mer traditionella butiksutbudet. Det finns anledning att anta att liknande shoppingaktiviteter uppstår på andra lokala handelsgator och i andra marginaliserade detaljhandelsgeografier. Många svenska städer har sin egen variant av perifera handelsgator och sekundära handelsplatser.

Om vi återvänder till Bengts oro för områdets detaljhandelsläge kan vi konstatera, att även om många butikskedjor har flyttat från området och det finns en del tomma lokaler, skapar en lokal handelsgata som Södergatan särskilda shoppingaktiviteter och uppfyller viktiga behov hos såväl lokala konsumenter som hos övriga. Det är möjligt att detaljhandeln på Söder kunde bli starkare och mer motståndskraftig med hjälp av särskild planering, men för att åstadkomma detta är det nödvändigt att ta hänsyn till Söders platsspecifika shoppingaktiviteter. Genom att till exempel förlänga öppettiderna och skapa bättre belysning och säkrare infrastruktur skulle en aktivitet som *komplementshopping* kunna utvecklas ytterligare. Känslan av gemenskap skulle kunna förstärkas genom att inte införa alltför strikta regler för hur detaljhandelsplatser ska organiseras. En lokal ”patriotism” skulle kunna ytterligare stimulera gemenskapen mellan olika grupper i området. Genom att organisera evenemang och förflytta fler nöjen till området skulle *destinationsshopping* kunna bli en vanligare aktivitet. Genom att uppmuntra etablerandet av fler butiker med ett nischat och specialiserat produktutbud kan området förstärka sin plats som alternativ detaljhandelsdestination. Avslutningsvis, genom att öka butikernas tillgänglighet, och genom att erbjuda trevliga vägar att promenera, skulle konsumenterna inte alltid ”skippa” men istället ”hitta” oftare. Liknande åtgärder skulle kunna vara delar i utvecklingen av en nationell planeringsstrategi för den svenska detaljhandeln. Styrkan i en sådan strategi bygger då på legitimitet från redan etablerade konsumtionsaktiviteter.

Referenser

Folklivsgruppen (1987), *Söder. Arbetarnas och småfolkets stadsdel*

Högdahl, E (2007), *På andra sidan Trädgårdsgatan. Om Norr och Söder i förändringens Helsingborg.* Helsingborg: Näringslivs- och marknadsavdelningen. Lunds universitet, Campus Helsingborg

Pink, S (2001), *Doing Ethnography. Images, Media and Representation in Research.* London: Sage

Schatzki, T (2001), Introduction, i: Schatzki, T, *Practice Theory. The Practice Turn in Contemporary Theory,* s 1–15. Abingdon: Routledge

Warde, A (2005), Consumption and theories of practice, *Journal of Consumer Culture*, 5, 131–153

Wrigley, N & Lambiri, D (2014), *High Street Performance and Evolution. A Brief Guide to the Evidence.* Southampton: University of Southampton