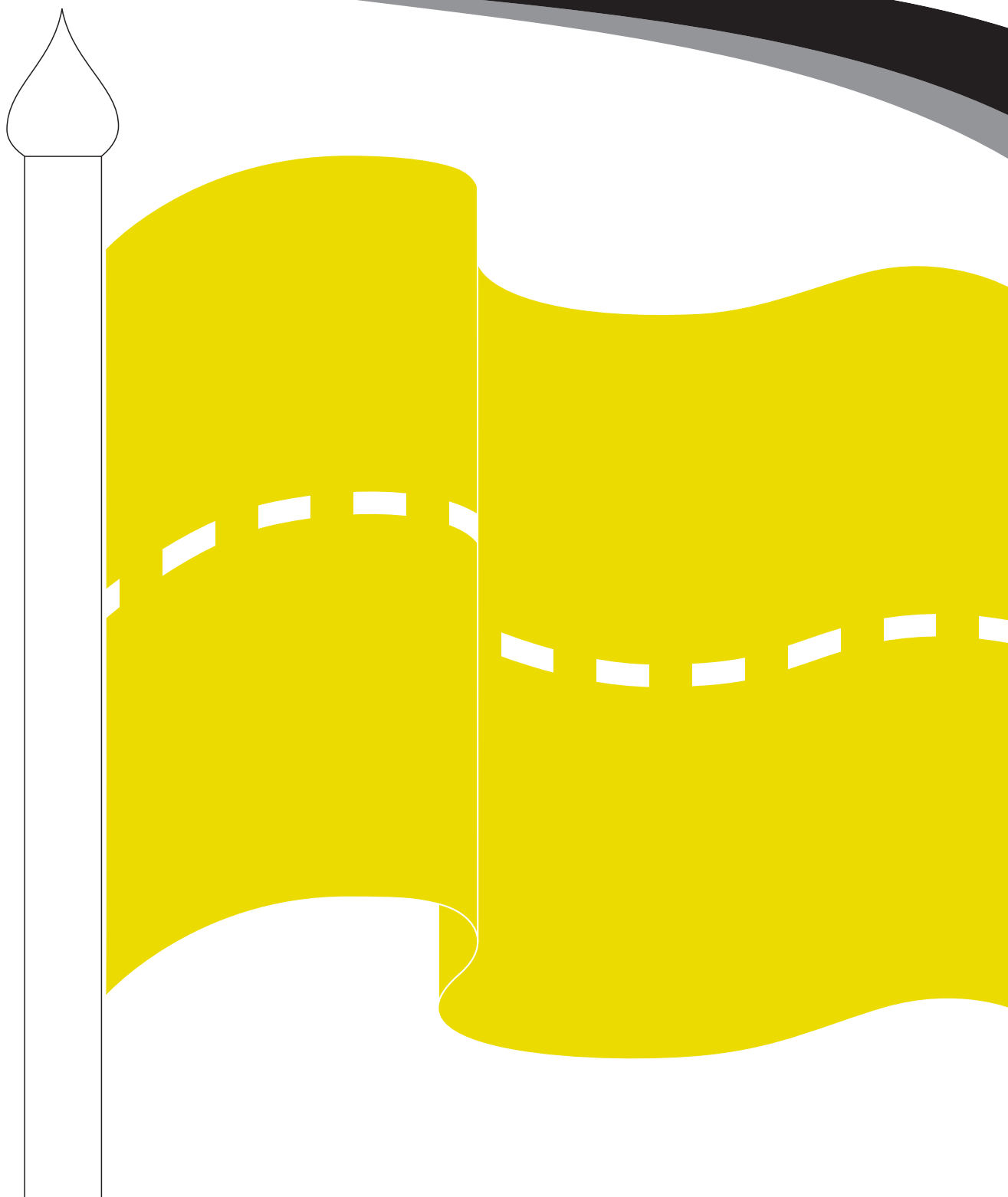


# Tätortsnära externa affärs- etableringar – tillgänglighet och utsläpp



**Titel:** Tätortsnära externa affärsetableringar – tillgänglighet och utsläpp

**Författare:** Karin Neergaard, Lena Smidfelt Rosqvist, Linnea Viklund,  
Christer Ljungberg, Karin Modig och Joel Edding, Trivector Traffic

**Kontaktperson:** Mats Carlsson eller Mathias Wärnhjelm

**Publikation:** 2006:83 (Trivector Rapport 2005:58 Version 1.1)

**Utgivningsdatum:** 2006-10

**ISSN:** 1401-9612

**Distributör:** Vägverket, Butiken, 781 87 Borlänge. Tel: 0771-119 119,  
Texttelefon: 0243-750 90, Fax 0243-755 50, e-post [vagverket.butiken@vv.se](mailto:vagverket.butiken@vv.se),  
Internet [www.vv.se](http://www.vv.se)

## Vägverkets förord

Dagligvaruhandeln i Sverige har sedan 1960-talet genomgått stora förändringar. Handelns förflyttning från centrala, bostadsnära lägen till externa, bilorienterade lägen får effekter på handelsmönster, tillgänglighet och miljö. De nya anläggningarna anses av många vara samhällsekonomiska effektiva och innebära lägre priser. Andra anser att de innebär ett ökat trafikarbete – och därmed ökad miljöbelastning, negativa följder för vissa konsumentgrupper och utarmade stadscentrum.

I en första etapp, redovisad i en tidigare rapport (VV-publikation 2003:148 Externa och halvexterna affärsetableringar), har en genomgång gjorts av existerande kunskap kring externa och halvexterna etableringar, en kartläggning av etableringar i Sveriges kommuner samt en genomgång av argument och motiv bakom etableringar av externa och halvexterna köpcentra.

I detta projekt undersöks hur olika lokaliseringar skiljer sig åt med avseende på trafikkonsekvenser genom att studera olika lägen. Studien innefattar även en analys av avstånd till alternativ handel. Projektet ger även svar på vilka effekterna på miljö och tillgänglighet blir för de olika lägena: externt, tätortsnära och stadscentrum.

Projektet omfattar flera delar: litteraturinventering och kartläggning, länsstyrelsernas arbete med externa handelsplatser, handelns etableringsstrategier, analys av inköpsvanor i RES och fältstudie av tre externa och halvexterna affärsetableringar och ett stadscentrum.

I ett avslutande etapp av projektet ska en metod utvecklas för konsekvensbeskrivning av handelsetableringar som appliceras på externa köpcentrum, handelslådor och affärsbyar i t ex industriområden. En metod som kommunerna och länsstyrelser kan använda som handledning vid handläggning av dessa ärenden. Denna del beräknas publiceras under hösten 2007.

Vägverket hoppas med denna rapport bidra till att öka kunskapen om handelns betydelse för arbetet mot ett långsiktigt hållbart samhälle.

Mats Carlsson  
Avdelning Samhälle  
Sektion Samhällsprocesser

## **Dokumentinformation**

<b>Titel</b>	Externa affärsetableringar och trafikanternas tillgänglighet, trafikarbete och utsläpp
<b>Serie nr</b>	Trivector rapport 2005:58
<b>Författare</b>	Karin Neergaard, Trivector Traffic Lena Smidfelt Rosqvist, Trivector Traffic Linnea Viklund, Trivector Traffic Christer Ljungberg, Trivector Traffic Karin Modig, Trivector Traffic Joel Edding, Trivector Traffic
<b>Beställare</b>	Vägverket, Kontaktperson: Mats Carlsson

## **Dokumenthistorik**

<i>Version</i>	<i>Datum</i>	<i>Förändring</i>	<i>Distribution</i>
0.1	2005-08-24	Preliminärrapport	Beställare och referensgrupp
1.0	2005-10-14	Slutrapport	Beställare
1.1	2006-01-03	Reviderad slutrapport	Beställare

# Förord

Redan under tidigt 90-tal började några av oss fundera över affärsetableringar och deras inverkan på köpmönster, trafikarbete och avgasutsläpp. Då byggdes flera nya etableringar och en debatt om effekterna av externa affärsetableringar startade.

Redan 1994 kunde vi i en studie av resmönster till Burlöv Center och Center Syd i Skåne slå fast att inköp på externa etableringar ökar avgasutsläpp och energiförbrukning jämfört med om inköpen görs på av kunderna själva angivna alternativ. Dessutom konstaterades att ju längre ifrån kunderna etableringen ligger ju större är denna ökning. Trots dessa tydliga resultat har utvecklingen mot fler etableringar fortsatt. På senare tid har detta skett, ofta med motiveringen av en förtätning av dessa etableringar i praktiken skulle leda till kortare resvägar och därmed totalt minskade utsläpp.

I detta projekt undersöker vi hur olika lokaliseringar skiljer sig åt med avseende på trafikkonsekvenser genom att studera olika lägen. Studien innefattar även en analys av avstånd till alternativ handel. Projektet ger även svar på vilka effekterna på miljö och tillgänglighet blir för de olika lägena: externt, tätortsnära och stadscentrum.

Forskningsprojektet omfattar flera delar: litteraturinventering och kartläggning, länsstyrelsernas arbete med externa handelsplatser, handels etableringsstrategier, analys av inköpsvanor i RES och fältstudie av tre externa och halvexterna affärsetableringar och ett stadscentrum.

Projektledare på Trivector Traffic har varit tekn dr Lena Smidfelt Rosqvist och uppdragsansvarig från Trivector har varit tekn lic Christer Ljungberg. Det största arbetet med analyser har utförts av civ ing Linnea Viklund och civ ing Karin Neergaard. Rapporten har vi skrivit alla fyra tillsammans. I det praktiska arbetet med insamling av data hade vi hjälp av praktikant Anja Quester, som även skrivit den tekniska rapporten över detta arbete.

Fil mag Joel Edding och fil mag Karin Modig har genomfört intervjuer samt skrivit kapitlen ”Detaljhandels etableringsstrategier” samt ”Handeln, en regional angelägenhet?”. Vi vill framföra ett stort tack till dem som ställt upp på intervjuer för kapitlet om detaljhandels etableringsstrategier; Janne Sandahl, Nordplan, Alice Hornell, Apoteket, Per Alvin, ICA, Rikard Furusten, Hälsa för alla samt en anonym företrädare för en av de stora klädkedjorna. För intervjuerna i kapitlet ”Handeln, en regional angelägenhet?” vill vi tacka Uno Svaleryd, Länsstyrelsen i Jämtlands län, Peter Huledal och Carl-Gustav Hagander, Länsstyrelsen i Stockholms län, Kristina Malvemyr och Rolf Bondesson, Länsstyrelsen i Västra Götaland, Claus Pedersen, Länsstyrelsen i Skåne län, Stig Hammarsten, Länsstyrelsen i Gävleborg, Jan Persson, Länsstyrelsen i Östergötlands län samt Bo Berge, Jenny Bergkvist och Fredrik Sjunnesson, Länsstyrelsen i Västerbottens län.

Projektet har följts av en referensgrupp som vi vill rikta ett stort tack till för deras engagerade och entusiasmiska deltagande i diskussionerna. Refe-

rensgruppen har bestått av Stellan Svedström, Boverket, Jens Forsmark, Svenska Naturskyddsföreningen, Claus Pedersen, Länsstyrelsen i Skåne län, Bertil Gustafsson, Stadsbyggnadskontoret på Jönköpings kommun samt Svenska Stadskärnor, Torbjörn Friede, Lund Citysamverkan, Gert-Inge Schödin, Vägverket Region Skåne samt Mats Carlsson, Vägverket, Samhälle och trafik.

Projektet är beställt och finansierat av Vägverket. Kontaktperson har varit Mats Carlsson på Vägverket, Samhälle och trafik.

Lund, december 2005

Trivector Traffic AB

# Innehållsförteckning

Förord  
Innehåll  
Sammanfattning

<b>1. Inledning</b> .....	<b>1</b>
1.1 Bakgrund.....	1
1.2 Syfte och avgränsningar.....	3
1.3 Rapportens olika delar .....	4
1.4 De undersökta etableringarna .....	5
<b>2. Färdmedelsfördelning till etableringarna</b> .....	<b>11</b>
2.1 Dörrintervjuernas svarsgrupp.....	11
2.2 Etableringarnas färdmedelsfördelning .....	12
2.3 Reslängder till etableringarna .....	14
2.4 Sammanfattning .....	16
<b>3. Undersökningsmetod</b> .....	<b>17</b>
3.1 Hypoteser och metod .....	17
3.2 Fältstudien.....	19
3.3 Utskick .....	20
3.4 Inkomna svar och kodning.....	21
3.5 Frågor i enkäterna .....	22
3.6 Resvägens längd.....	23
3.7 Emissionsberäkningar .....	28
<b>4. Vem handlar och vad har man för inköpsvanor?</b> .....	<b>31</b>
4.1 Beskrivning av svarsgruppen.....	31
4.2 Inköpsvanor.....	35
4.3 Resor innan Nova Lund fanns.....	41
4.4 Sammanfattning .....	44
<b>5. De bilburna besökarnas resa till etableringen</b> .....	<b>45</b>
5.1 Om resan .....	45
5.2 Val av inköpsställe .....	47
5.3 Inköp .....	51
5.4 Reskedjans utseende .....	52
5.5 Sammanfattning .....	55
<b>6. Kollektivresenärernas resa till etableringen</b> .....	<b>57</b>
6.1 Om resan .....	57
6.2 Val av inköpsställe .....	58
6.3 Inköp .....	61
6.4 Val av färdmedel.....	62
6.5 Reskedjans utseende .....	63
6.6 Sammanfattning .....	66
<b>7. Alstrat trafikarbete och avgasemissioner</b> .....	<b>67</b>
7.1 Emissioner orsakade av bilresan till affärsetableringen.....	67
7.2 Alternativ till resan .....	69
7.3 Emissioner orsakade av alternativen.....	71
7.4 Jämförelse mellan den faktiska bilresan och alternativen.....	74

7.5	Jämförelse mellan bil- och kollektivtrafikresande .....	77
7.6	Jämförelse mellan centrumhandel och externa etableringar .....	79
7.7	Alstrat utsläpp per etablering med hänsyn till färdmedelsfördelning .....	81
7.8	Färre än hälften väljer sin närmsta etablering .....	82
7.9	Jämförelse med undersökningen 1993-1994 .....	84
7.10	Sammanfattning av alstrat trafikarbete .....	89
<b>8.</b>	<b>Tillgängligheten med kollektivtrafik, gång och cykel.....</b>	<b>91</b>
8.1	Metod för att mäta tillgängligheten med kollektivtrafik .....	91
8.2	Metod för att mäta tillgängligheten för cyklister .....	92
8.3	Tillgängligheten för kollektivtrafikresenärer .....	93
8.4	Tillgängligheten för cyklister .....	97
8.5	Tillgängligheten för gående .....	97
8.6	Sammanfattning .....	98
<b>9.</b>	<b>Handelns etableringsstrategier .....</b>	<b>99</b>
9.1	Inledning, metod och syfte .....	99
9.2	Bakgrund .....	99
9.3	Lokalisering i teorin .....	102
9.4	Handelns uppfattning .....	103
9.5	Sammanfattning .....	106
<b>10.</b>	<b>Handeln, en regional angelägenhet? .....</b>	<b>107</b>
10.1	Bakgrund och metod .....	107
10.2	Länsstyrelsernas roll .....	108
10.3	Inställning till regional konkurrens .....	108
10.4	Regionala program kring transporter och externhandeln .....	110
10.5	Hur prioriterad är frågan om externhandelsetableringar? .....	112
10.6	Prövning och upphävande av detaljplaner .....	114
10.7	Sammanfattning .....	118
<b>11.</b>	<b>Slutsatser och rekommendationer .....</b>	<b>121</b>
11.1	Drivkrafterna bakom utvecklingen .....	121
11.2	Konsekvenser av externa och tätortsnära handelsetableringar .....	122
11.3	Hur behandlas externa handelsetableringar regionalt? .....	127
11.4	Rekommendationer .....	128
11.5	Fortsatt arbete .....	129
<b>12.</b>	<b>Referenser .....</b>	<b>131</b>



# Sammanfattning

## Bakgrund och syfte

I dagens Sverige har de flesta tillgång till externa etableringar av något slag. Handelns drivkrafter mot fler och större externa etableringar är starka. Sverige är ett av få länder i Västeuropa som inte tydligt har reglerat externhandeln, och i många svenska kommuner pågår planering för nya externa affärsetableringar. I över tio år har det funnits tydliga resultat från studier som visar på externa handelsetableringars negativa konsekvenser på trafikarbete och utsläpp. Trots detta är kunskapen om detta dålig ute i kommuner och regioner. Dessutom har det funnits få eller inga analyser av vad en förtätning av etableringar får för konsekvenser.

Huvudsyftet har varit att visa vilka effekter affärsetableringar med olika lokalisering ger på miljö och tillgänglighet. Handel i stadskärna ställs mot handel i externa etableringar, och helt externa etableringar ställs mot tätortsnära.

Fyra etableringar har studerats. Dessa är dels två externa etableringar som studerades redan 1992/93 - Burlöv Center och Center Syd - och dels en nyetablerat tätortsnära handelsetablering - Nova Lund. Som referensobjekt har även handelsvanor hos kunder till Lunds centrum studerats. Både bilburna och kunder som kom med kollektiva färdmedel ingår.

## Metod

För att ta reda på lokaliseringarnas olika färdmedelsfördelningar genomfördes dörrintervjuer vid alla fyra lokaliseringarna. Enkäter skickades ut till både bilburna och kunder som kom med kollektiva färdmedel. De fick svara på hur de faktiskt hade kört för att ta sig till respektive lokalisering. De fick också svara på hur man skulle ha gjort sina aktuella inköp om etableringen inte hade funnits. Utöver dessa frågor ställdes en rad frågor om inköpet och orsakerna till det val man gjort.

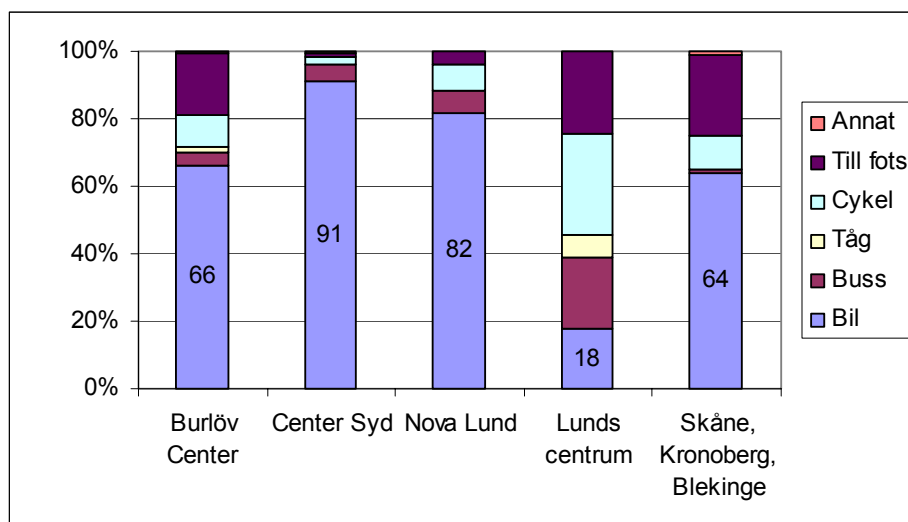
Dessutom har vi intervjuat handelsrepresentanter för att undersöka hur handeln själva ser på sina etableringsstrategier. Även huruvida externa etableringar diskuteras i regionala utvecklingsplaner och program har studerats.

## Besökarnas färdmedelsval beror på restidskvoten

Andelen bilburna besökare är utan konkurrens lägst för Lunds centrum, Figur I. 70 % av besökarna i Lunds centrum har dessutom rest kortare än 5 km för att komma dit, medan till exempel endast 14 % av Center Syds besökare har rest så kort sträcka.

Utbudet av gång- och cykelstråk är relativt likartade till de olika etableringarna. Däremot skiljer sig andelen av befolkningen som har acceptabla gång- respektive cykelavstånd till etableringarna. Dess olikheter speglar bättre den faktiska färdmedelsfördelningen till respektive lokalisering.

Kollektivtrafikens konkurrenskraft räknat i restidskvot mellan restid med kollektivtrafik och bil är – inte oväntat - klart bäst i Lunds centrum. Restidskvoten för såväl Nova Lund som Center Syd är för de flesta relationer och kunders boendeorter mycket dålig. Burlöv Center ligger i ett tätbebyggt område med mycket god kollektivtrafikförsörjning och har således något bättre restidskvoter.



Figur I Färdmedelsfördelning till de fyra studerade etableringarna, samt för alla inköpsresor i tre län enligt statistik från RES<sup>1</sup>.

Resultaten är inte märkvärdiga i sig, men bör tydliggöras då antaganden och konsekvensbeskrivningar för olika lokaliseringar görs. Vid en första anblick av tätortsnära etableringar kan dessa te sig bättre än helexterna etableringar med avseende på alstrat biltrafikarbete. Detta gäller dock endast om man enbart betraktar färdutbudet som sådant. Om hänsyn tas till vilka alternativ som de facto är konkurrenskraftiga för kunderna, blir bilden en annan, och den tätortsnära etableringen framstår i en betydligt sämre dager.

### Avståndet har liten betydelse för val av inköpsställe

Viktigaste faktorn för val av en specifik etablering bland de intervjuade kunderna är generellt mixen av butiker. Öppettider och biltillgänglighet är också viktiga faktorer för att välja externa etableringar för sina inköp. Det bör noteras att bilburna kunder som intervjuats och de facto tagit sig till Lunds centrum uppger ”lätt att ta sig dit med bil” som den sjätte viktigaste faktorn för valet.

Betydligt färre idag än 1994 ser besöket på affäretableringen som ett nöje eller utflykt. Höginkomsttagare ser besöket i mindre utsträckning som ett nöje än låginkomsttagare.

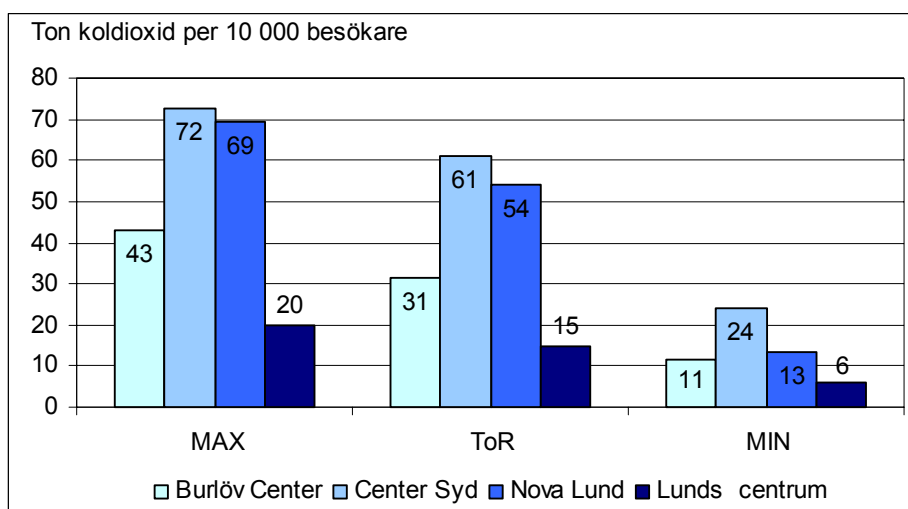
<sup>1</sup> Den nationella resvaneundersökningen Riks-RVU/RES genomfördes årligen i Sverige mellan åren 1994 och 2001.

## **Såväl externa som tätortsnära etableringar ökar trafikarbete och utsläpp**

Resultaten från alla analyser som gjorts visar tydligt och entydigt att såväl externa som tätortsnära affärsetableringar alstrar mer biltrafikarbete än om inköpen hade gjorts på det sätt som respondenterna själva tror de skulle göra.

Ersättningsresorna skulle i första hand ha gått till kundernas hemorter utom för resorna till Nova Lund, som skulle ha ersatts med andra etableringar istället. Undantaget är etableringen Burlöv Center där det inte finns någon större skillnad mellan etableringen och alternativen. Etableringen Burlöv Center ligger som ett ortscentrum och har en stor kundkrets i sin omedelbara närhet. Tar man hänsyn till skillnaderna i färdmedelsfördelning framstår de externa handelsetableringar som ännu sämre, Figur II.

Resultaten visar också tydligt att en förtätning av etableringar troligen skulle leda till ökat trafikarbete. Bland annat väljer mer än hälften av kunderna en etablering trots att de har en annan på närmare avstånd från hemmet och det gäller även för dem som åker tur och retur enbart för att handla. Den tätortsnära etableringen visar nästan lika stora utsläpp per besökare som den etablering som ligger på stort avstånd från upptagningsområdena för kunder (Figur II). Att en minskad maskvidd – eller ökad tillgänglighet av externa handelsetableringar – ökar trafikarbetet kan förklaras med att det är sammansatt av flera olika beteendeanpassningar. Det finns självklart de som tidigare med bil reste till andra etableringar längre bort och nu kan göra kortare resor. Men det finns också de som nu reser längre än tidigare eftersom Nova Lund lockar mer. Dessutom finns även personer som ersatt vissa av de inköpsresor de tidigare gjorde utan bil som de nu istället gör med bil.



Figur II Utsläpp av koldioxid i ton per etablering räknat per 10 000 besökare<sup>2</sup>.

## Lönsamhet styr utvecklingen mot fler etableringar

Handeln framför företagsekonomiska skäl som stordriftsfördelar med rationellare hantering av distribution som en faktor som drivit på utvecklingen med fler och fler externa etableringar. Andra orsaker är billigare tomtmark och behov av stora affärsytor. Främst är handeln ute efter god tillgänglighet för dom med bil genom att de önskar etablera sig vid stora trafikleder och där parkeringstillgången är stor. Tillgängligheten för icke bilburna har i den faktiska utvecklingen visat sig vara av underordnad betydelse även om handeln säger att den är viktig. De bilburna köpstarka kunderna ökar i antal med den ekonomiska tillväxten som i sin tur medför ökat bilinnehav, större boendeytor, och inte minst ökad konsumtion. Ökat bilinnehav och ökad ekonomisk möjlighet möjliggör utglesning i form av etableringar i bilorienterade lägen.

Alla tillfrågade länsstyrelser bortsett från två har någon form av regionalt samarbete för miljöanpassning av transporter. De regionala programmen behandlar inte specifikt frågan kring externhandelsetableringar. Det är endast i Västra Götalands och Skånes län som frågan om externhandelsetableringar ses som viktig. Endast en detaljplan gällande externhandelsetableringar har hävts. I ett par andra län har prövning av detaljplanerna avvärjts då länsstyrelserna fått gehör för sina synpunkter.

Länsstyrelsernas inställning till regional konkurrens skiljer sig markant åt från att i grunden vara positiva till det, vara rädd att den ska slå ut glesbygdshandeln, ge negativa miljöeffekter till att inte ta ställning överhuvudtaget. Eftersom det sedan början på 1990-talet har funnits kunskap om att externa etableringar har klart negativa effekter på trafikarbete och utsläpp är det anmärkningsvärt att det fortfarande lever kvar åsikter på länsstyrelserna om att så inte skulle vara fallet.

<sup>2</sup> Vid koldioxidberäkningen för MAX- och ToR-måttet har hänsyn tagits till landsvägsrespektive tätortskörning. Det har inte kunnat göras för MIN-måttet, vilket gör det mindre exakt, men visar på storleksordningen emellan måtten och mellan etableringarna.

## **Slutsatser**

Om man ska bedöma externa handelsetableringar helt utifrån konsekvenserna på trafikarbete blir slutsatsen att dessa inte bör tillåtas. Rekommendationen gäller också tätortsnära etableringar eftersom även dessa oftast leder till ökat trafikarbete och avgasemissioner i samma storleksordning som helexterna.

Då man väger in även andra konsekvensaspekter vid beslut om externa handelsetableringar bör storleksordningen på alla dessa konsekvensaspekter bedömas. För att bedöma storleksordningen av miljöeffekterna av externa etableringar krävs en korrekt och täckande bedömning av ett slag som sällan eller aldrig ses idag. Vi föreslår att det ställs krav på trafikanalyserna i en MKB. En metod bör tas fram för korrekt bedömning av trafikkonsekvenser inklusive tillgänglighetsaspekten för olika färdstätt.



# 1. Inledning

Externa affärsetableringar diskuteras lika intensivt idag som för 10 år sedan. Förespråkarna hävdar att de behövs för att öka konkurrensen, och motståndarna pekar på de miljöeffekter som anläggningarna ger.

Slutsatserna från tidigare rapporterad kartläggning av externa etableringar<sup>3</sup> visade tydligt att det finns ett stort behov av ökad kunskap om de trafikmässiga konsekvenserna och miljöeffekter som externa etableringar ger. Framförallt kunde man konstatera att det behövs mer kunskap om resmönstret vid inköpsresor och hur det påverkar det totala trafikarbetet då resor görs till externa eller halvexterna/tätortsnära affärsetableringar eller till andra inköpsställen. Antalet konsekvensanalyser avseende trafik var få och/eller bristfälliga.

Den forskning som gjordes under 90-talet<sup>4</sup> kunde visa på vilka effekter som externa affärsetableringar gav på inköpsmönster och miljö. På olika sätt visade de alla att externa handelsetableringar alstrar mer trafikarbete och mer avgasemissioner. Senare forskning<sup>5</sup> har visat på den tudelade preferensstruktur som kunderna visar gentemot handel vid bostadsområdet kontra i externa lägen. Alla kunder har inte samma preferenser när det gäller var man vill göra sina inköp.

I september 2005 lade plan- och bygglags-kommittén fram sitt förslag på förnyad plan- och bygglag (PBL). Huvuduppdraget från regeringen har varit att miljöanpassa lagen så att den främjar hållbar utveckling och ökar chansen att Sverige når sina miljömål.

Kommittén har alltså gjort bedömningen att det redan i den befintliga PBL finns möjligheter att reglera etableringar av extern handel. Dom finner inte att det finns anledning att göra några ändringar av lagen med avseende på detta.

## 1.1 Bakgrund

I många svenska kommuner pågår planering och genomförande av tätortsnära externa affärsetableringar. Dessa kommuner behöver stöd i form av kunskap om de konsekvenser dessa ger på trafik, miljö och tillgänglighet.

Sverige är ett av få länder i Västeuropa som inte tydligt har reglerat externhandeln. Det finns därför ofta en vilshenhet och valhänthet i hanteringen av frågan i många kommuner. Även om de flesta studier som behandlar de transportmässiga konsekvenserna visar på ett ökat trafikarbe-

---

<sup>3</sup> Inledningen på detta forskningsprojekt som behandlade hur externa affärsetableringar påverkar miljön och tillgängligheten, Rapport 2003:40, Trivector Traffic AB

<sup>4</sup> Forsberg, et al, 1994, Ljungberg et al, 1994, Svensson, T, 1998

<sup>5</sup> Svensson, T, 2001

te vid denna typ av etableringar är det faktaunderlag man har ofta inte entydigt, och aspekterna att ta hänsyn till är många. Bland forskningsresultaten finns en brist på studier som behandlar hur inköpen påverkas och därmed hur våra resmönster påverkas av externa eller halvexterna etableringar jämfört med att, i dagens bebyggelsestruktur, handla i city eller bostadsnära handel.

Idag har vi ett samhälle där de flesta har tillgång till externa etableringar av något slag. Diskussionen handlar ofta inte längre om etableringarnas vara eller inte vara utan om etableringar i nya lägen samt utveckling/utvidgning av befintliga etableringar. I diskussionen kan höras argument om att en nyetablering i tätortsnära läge t o m anses minska trafikarbetet pga att avståndet mellan kunder och handel blir kortare. Argumentet har hittills varit en hypotes som varken kunna bekräftas eller avfärdas. Vi drivs av tron att frågan är mer komplex än så. Uppfattar kunderna till exempel olika etableringar som utbytbara? Väljer man den närmsta eller är det andra faktorer som styr över valet av inköpsställe och därmed påverkar hur trafikarbetet förändras vid förtätning? Ett sådant argument motsägs av att nyetableringar av handel även anses öka den totala handeln. Det finns emellertid idag inte opartisk fakta om hur det faktiskt förhåller sig med denna typ av argument och antaganden. Det finns uppenbart ett behov av att undersöka hur resmönster, trafikarbete och miljökonsekvenser påverkas av olika etableringar, nya som utvidgningar av gamla, externa som tätortsnära.

Tillgängligheten till handel är en viktig fråga dels ur ett socialt perspektiv dvs om utbud och tillgänglighet minskar för vissa grupper och dels ur ett utvecklingsperspektiv det vill säga om ökad användning av bil för inköp också ökar användningen av bil för andra ärenden.

Detaljhandeln i Sverige är under ständig förvandling. Varje år förnyas (tillkommer och avgår) ca 15 % av existerande handelsföretag<sup>6</sup>. Detta betyder att nyetablering av handelsföretag är en betydande aktivitet som påverkar handelns struktur, och därmed också transporter till denna handel. Faktorer som traditionellt framhålls ha betydelse vid etablering och lokalisering av externhandel är t ex: billigare mark, lägre hyror och billigare leveranser. Att förstå de strategier som ligger bakom etablering och lokalisering av dessa företag, är viktigt för att förstå planeringens och samhällets roll i denna utveckling. Frågan är hur synen på lokalisering kommer att beröras av den begynnande förändringen i synen på våra transporter som utlöses av de allt synligare klimatförändringarna, insikten att oljan inte är oändlig etc.

Etablering av externhandel är en fråga som inte bara berör enskilda kommuner utan oftast hela den omgivande regionen. Frågan behandlas, trots det, ofta som en rent kommunal fråga. Kommunerna har endast i undantagsfall en handelspolicy, och när det gäller regionala och mellan-kommunala överväganden så är dessa idag sällsynta<sup>7,8</sup>. Hur man ser på

---

<sup>6</sup> Bergström, F, 2001,

<sup>7</sup> Dags att handla nu. Boverket 2004.



handelsetableringar i en region beror bl a på den egna ortens storlek, och på hur köpkraften i den egna kommunen upplevs<sup>9</sup>. Regional konkurrens mellan handeln i olika orter kan i vissa fall upplevas som positivt, medan man i andra fall får utslagning av mindre orters utbud. Kunskap om länsstyrelsernas syn på externa och tätortsnära handelsetableringar ökar möjligheterna att identifiera möjliga strategier för önskad framtida utveckling.

## **1.2 Syfte och avgränsningar**

Syftet med detta projekt är att visa vilka effekter affärsetableringar i olika lägen ger på miljö och tillgänglighet men även att studera hur avståndet till de studerade etableringarna ser ut jämfört med avståndet till andra etableringar i regionen.

Projektet ska ge kunskap om vilka effekter olika lokalisering av externa affärsetableringar får på trafikarbete, miljö och tillgänglighet för kunderna som handlar där. Projektet syftar även till att ta reda på om trafikarbetet minskar med finare geografisk maskvidd mellan etableringar – så som man kan höra som argument i debatten.

Ytterligare syftar projektet till att öka kunskapen kring hur trafikkonsekvenserna vid handel i stadskärna skiljer sig från konsekvenserna vid handel i externa etableringar. Uppdraget innefattar också jämförelser av hur trafikarbetet ser ut för olika etableringslägen. Är tätortsnära etableringar lika miljöbelastande som helt externa eller är de bättre för att de ligger närmare tätbebyggda områden?

Uppdraget innefattar jämförelser av effekter idag och för drygt 10 år sedan. Hur ser konsekvenserna ut för samma sorts lokalisering nu och då?

Även kollektivtrafikresenärernas resvanor till etableringarna studeras i avseende att undersöka tillgängligheten för denna grupp kunder. På vilket sätt skiljer sig kollektivtrafikresenärer från bilburna kunder? Den faktiska tillgängligheten, i form av utbud och konkurrenskraft, för de olika etableringarna studeras också för alla alternativa färd sätt, gång/cykel och kollektivtrafik. Hur ser den faktiska konkurrenssituationen ut för de olika färd sätten? Denna relateras även till hur kundernas färdmedelsval ser ut för olika lokaliseringar.

Ett syfte har varit att undersöka hur handeln själva ser på sina etableringsstrategier, dvs om och i så fall på vilket sätt de inkluderar trafikalktering vid planering av nyetableringar.

---

<sup>8</sup> Inledningen på detta forskningsprojekt som behandlade hur externa affärsetableringar påverkar miljön och tillgängligheten, Rapport 2003:40, Trivector Traffic AB

<sup>9</sup> Eklund, H, Rämne, U, 2003, Handeln i centrum – om stadens attraktivitet ur ett handelsperspektiv, Svenska stadskärnor

I uppdraget har vi även undersökt hur frågan om huruvida externa etableringar diskuteras i regionala utvecklingsplaner och program, och hur länsstyrelser ser på frågan.

Ett vidare syfte med projektet är att resultaten ska kunna bilda underlag till en effektkatalog och handledning för kommuner som planerar för tätortsnära externhandel.

### **1.3 Rapportens olika delar**

Rapporten innehåller redovisning för flera olika delstudier. I sammanfattningen med slutsatser är resultaten där det passar sammanvävda men i rapportens övriga delar redovisar delstudierna oftast var för sig.

I kapitel 2 redovisas resultaten från färdmedelsstudien som undersökts via dörrintervjuer. Dessa resultat finns även med i den sammanställning av de olika etableringarnas sammanlagda avgasemissioner per genomsnittskund, som redovisas i avsnitt 7.6.

Den största och mest omfattande delstudien är den enkätundersökning som omfattat bil- och kollektivtrafikburna kunder till fyra olika handelsplatser. Denna studie behandlas i kapitel 3 till och med 7.

I kapitel 8 presenteras redovisningen av tillgängligheten med kollektivtrafik respektive gång och cykel för de olika etableringarna.

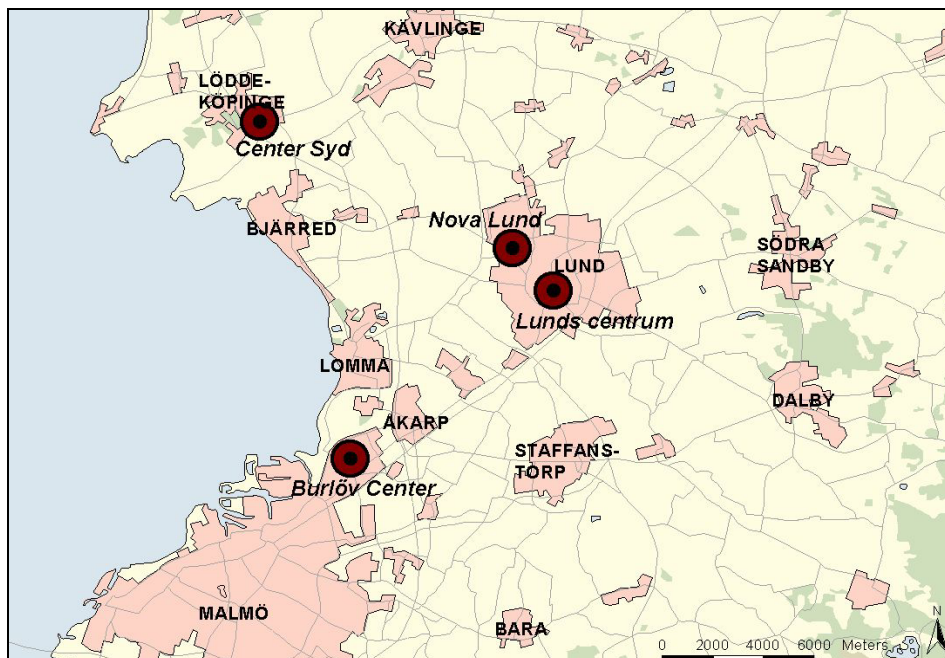
I kapitel 9 redovisas studien som gjorts av handels etableringsstrategier och deras syn på trafikallsträng till följd av olika etableringar.

I kapitel 10 redogör vi för de intervjuer som gjorts med länsstyrelser för att se hur man behandlar frågan om handelsetableringar ur det regionala perspektivet.

För den som mest är intresserad av studiens resultat och våra slutsatser rekommenderas sammanfattningen samt kapitel 11 som innehåller slutsatserna och rekommendationer.

## 1.4 De undersökta etableringarna

De fyra etableringar som valts ut för att studeras i detta projekt är externetableringarna Burlöv Center, Center Syd och Nova Lund samt Lunds centrum, som fungerar som referensobjekt.



Figur 1.1 Översiktsskarta över de fyra etableringarnas läge

I studien från 1994, som genomfördes vid Lunds Tekniska Högskola (LTH) under åren 1993-1994, ingick Burlöv Center och Center Syd. Dessa platser ingår även nu, och jämförelser kommer att kunna göras mellan situationen idag och för drygt tio år sedan. Under 2002 öppnade en ny tätortsnära externetablering, Nova Lund, i nordvästra Lund. Den fjärde lokaliseringen som studeras är Lunds centrum, som används som referens för att kunna göra en jämförelse mellan centrumhandel och extern handel.

I avsnitten nedan görs en kort presentation av de olika etableringarna med avseende på läge, närhet, storlek, tillgänglighet och antal parkeringsplatser. I kapitel 8 görs en analys och slutsats om tillgänglighet för olika färdstätt – både i form av utbud och konkurrenskraft.

### **Burlöv Center**

#### **Läge**

Burlöv Center ligger i Arlövs kommun (9 000 invånare) i utkantens av Malmö vid vägen mot Lund. Affäretableringen är inte synlig från de omgivande motorvägarna, men väl skyltad.

#### **Närhet**

Inom en radie av 1 km från centret bor ca 7 000 invånare (i Arlövs kommun). Inom en mil finns ca 240 000 invånare. Närmaste orter är Arlövs kommun och Åkarp,

som ligger i Burlövs kommun, samt närmaste större orter Malmö och Lund.

### **Storlek**

Idag finns ett fyrtiotal butiker på Burlöv center. Största butik är Coop Forum komplett med byggmarknad och livsmedel. Dessutom finns tre matställen och turistbyrå för Burlövs kommun. Burlöv Center omsatte under år 2000 1,2 miljarder kronor. Senare uppgifter om omsättning har inte kunnat fås. Den sammanlagda lokalytan är 35 000 kvm.

### **Tillgänglighet med kollektivtrafik**

Burlöv Center ligger invid pågatågsstationen i Burlöv. Pågatåg mellan Malmö och Lund stannar vid Burlövs station två gånger i timmen under både hög- och lågtrafik. Stationen ligger inom ca 200 m från närmsta ingång eller ca 400 m till mittpunkten.

Burlöv Center betjänas även av regionbussar på linje 130 från Malmö via Åkarp till Lund. Bussarna stannar på hållplatsen Burlöv Center, mindre än 100 m från närmsta ingång och ca 300 m från mittpunkten.

### **Tillgänglighet med gång och cykel**

Burlöv center är förbundet med gång- och cykelvägar till/från Burlöv station, mot det närliggande bostadsområdet och mot Malmö resp. Lund. Cykelparkeringsplatser finns inom 100 m från ingångarna.

### **Bilparkeringsplatser**

Burlöv Center omges på två sidor av parkeringsplatser, utanför fyra av ingångarna. Parkeringen ligger inom 200 m från mittpunkten. Totalt finns ca 1 600 avgiftsfria platser för besökarna, enligt centrets webbsida<sup>10</sup>.

## **Center Syd**

### **Läge**

Center Syd ligger strax utanför Löddeköpinge tätort (7 900 invånare under 2004) i Kävlinge kommun, mellan Malmö och Landskrona. Etableringen ligger invid E6:an, skyltad och väl synlig från motorvägen.

### **Närhet**

Inom en radie av 1 km från centret bor ca 2 000 invånare (i Löddeköpinge). Närmaste större tätort är Lund, som ligger 13 km från Löddeköpinge. Övriga större städer i närområdet är Malmö (23 km), Landskrona (19 km) och Eslöv (27 km). Malmö och Lund har idag någon form av egen extern etablering.

### **Storlek**

Center Syd öppnades i september 1991. Den totala ytan är 37 000 kvm, och den årliga omsättningen är 833 miljoner kronor<sup>11</sup>. Idag finns 85 bu-

---

<sup>10</sup> [www.burlovcenter.com](http://www.burlovcenter.com)

<sup>11</sup> [www.centersyd.se](http://www.centersyd.se)

tiker i köpcentret, varav 40 med mode (kläder, skor, accessoarer), och samhällsservice i form av bl a kassaservice, apotek och systembolag. Inom handelsplats Center Syd finns också en stor livsmedelsbutik, ICA Maxi. Dessutom finns 11 matställen. I anslutning till köpcentret finns en stor mängd affärer i egna hus: bl a Bauhaus, Mio, Elgiganten, Willys, Lidl, Siba och OnOff.

Center Syd har ca 70 000 besökare per vecka, eller ca 3,7 miljoner besökare per år.

### **Tillgänglighet med kollektivtrafik**

Till Center Syd går fyra olika busslinjer: linje 132 (vanlig buss) och 134 (snabbuss) går två gånger i timmen från Malmö, 126 (snabbuss) går två gånger i timmen från Lund under högtrafik, linje 122 trafikerar Barsebäckshamn – Löddeköpinge – Kävlinge och går knappt en gång i timmen på vardagar och mer sällan på lördag. På helger och under lågtrafik går bussarna mer sällan. Linje 132 trafikerar också sträckningen Center Syd – Landskrona ca en gång i timmen under vardagar, och mer sällan under helger.

### **Tillgänglighet med gång och cykel**

Det finns två olika stråk för gående och cyklister mellan Center Syd och Löddeköpinge. Även från några omkringliggande orter, t ex Hofterup, kan man cykla, huvudsakligen på separerade GC-vägar.

### **Bilparkeringsplatser**

Utanför Center Syd finns 1 500 avgiftsfria parkeringsplatser.

## ***Nova Lund***

### **Läge**

Nova Lund är en relativt ny och tätortsnära etablering i utkanten av Lund. Etableringen öppnade i september 2002<sup>12</sup>. Nova Lund ligger i västra delen av Lunds tätort längs väg 16 mot Bjärred.

### **Närhet**

Inom en radie av 1 km från Nova Lund bor ca 4 000 invånare (västra Lund). Närmaste större tätort är Lund (80 000 invånare) och Malmö.

### **Storlek**

Butiksytan på Nova Lund är ca 20 000 kvm. Totalt finns ca 60 butiker, varav 35 är inriktade på mode. Dessutom finns sju matställen, samlade i en så kallad ”food court” med gemensamma sittplatser. I närheten av Nova Lund, men inte i direkt anslutning, finns Mobilia med bland annat två stora livsmedelsbutiker. Inne på Nova Lund finns ingen livsmedelsbutik (ej tillåtet enligt detaljplanen), utan centret fokuserar enligt egen utsago på mode, hem, fritid och flärd<sup>13</sup>.

---

<sup>12</sup> Rodamco Sverige: Premiär för Nova Lund, Sveriges nya köpcentrum. Artikel i Dagens Industri 19 september 2002

<sup>13</sup> [www.novalund.se](http://www.novalund.se)

Nova Lund omsatte 513 miljoner 2004<sup>14</sup> och har enligt centrets egen uppskattning tagit cirka 30 % av Lunds centrums handel sedan starten 2002.

### **Tillgänglighet med kollektivtrafik**

Kollektivtrafiktillgången är god, Nova Lund trafikeras av Lunds stads- trafik, busslinjerna 5 och 20. Närmsta hållplats (Företagsvägen) ligger ca 200 m från närmsta ingång och ca 400 m från Novas mittpunkt. Båda linjerna kör med halvtimmesintervall under vardagarna. Linje 5 kör dessutom två gånger i timmen under högtrafiktid på helger.

Dessutom trafikeras Nova Lund av regionbussarna linje 126 mellan Lund och Löddeköpinge (en gång i timmen) och linje 137 mellan Lund och Bjärred (mellan två och fyra avgångar per timme under högtrafik). Bussarna stannar vid Fjelierondellen, dvs inom 500 m fågelavstånd.

### **Tillgänglighet med gång och cykel**

Förbindelserna för GC-trafikanter är goda, det finns separerade gång- och cykelvägar hela vägen från Lunds centrum till Nova Lund samt från de närliggande bostadsområdena Gunnesbo och Klosters fålad. Cykel- parkeringsplatser finns inom 100 m från två av ingångarna.

### **Bilparkeringsplatser**

Nova Lund omges av 1 000 avgiftsfria parkeringsplatser belägna längs två av centrets tre sidor. Bilparkeringsplatser finns i närheten av varje ingång och inom 200 m från mittpunkten av centret.

## **Lunds centrum**

### **Läge/omfattning**

Lunds centrum, så som det definieras i denna studie, sträcker sig från järnvägsstationen och österut förbi Mårtensstorget. Gräns i norr går i linje med stadsbiblioteket och gräns i söder längs Stora Tvärgatan. Stortorget räknas som centrums mittpunkt, det är här A-lägena för butiker finns.

### **Närhet**

Inom en radie av 1 km från Stortorget i Lunds centrum bor ca 15 000 invånare. Hela Lunds tätort har ca 80 000 invånare. Malmö ligger ca 2 mil från Lunds centrum.

### **Storlek**

I Lunds centrum finns en stor mängd butiker, caféer och restauranger, och samhällsservice i form av bl a kassaservice, systembolag och apotek. Dessutom finns tre stora livsmedelsbutiker (Coop, ICA Kvantum/Malmborgs och Hemköp) samt ett flertal mindre livsmedels- och jourbutiker.

Handeln i Lunds centrum omsätter årligen knappt 1,5 miljarder kronor<sup>15</sup>.

---

<sup>14</sup> Handeln ökar starkt i Skåne, artikel i Sydsvenska Dagbladet 31 augusti 2004

<sup>15</sup> Handeln ökar starkt i Skåne, artikel i Sydsvenska Dagbladet 31 augusti 2004

### **Tillgänglighet med kollektivtrafik**

I princip samtliga busslinjer som angör Lund, passerar genom centrum. Till Botulfsplatsen i absoluta centrum (ca 50 m från Stortorget) går alla Lunds stadsbussar. Till Bankgatan ca 400 m från Stortorget går regionbussar och från Bangatan, ca 700 m från Stortorget går regionbussar och tåg. Det finns ett stort antal tågförbindelser från Lunds central både norrut och söderut.

### **Tillgänglighet med gång och cykel**

Lunds Centrum görs tillgängligt för gående och cyklister via ett fint förgrenat nät av gång- och cykelvägar som täcker hela Lunds tätort. I stadskärnan är hastigheten begränsad till 30 km/h. Cykelparkeringar finns på flera ställen i centrum, det är aldrig mer än 100 m mellan platserna.

### **Bilparkeringsplatser**

Det finns ett flertal parkeringsplatser och parkeringshus i och kring Lunds centrum. I Lunds centrum finns drygt 1 500 parkeringsplatser på särskilda parkeringsplatser och i parkeringsgarage. Mårtenstorget, P-huset Färgaren och Stora Gråbrödersgatan är de mest centrala. De ligger inom 200-300 m från centrumets mittpunkt, Stortorget. Dessutom finns möjlighet att parkera längs vissa gator.





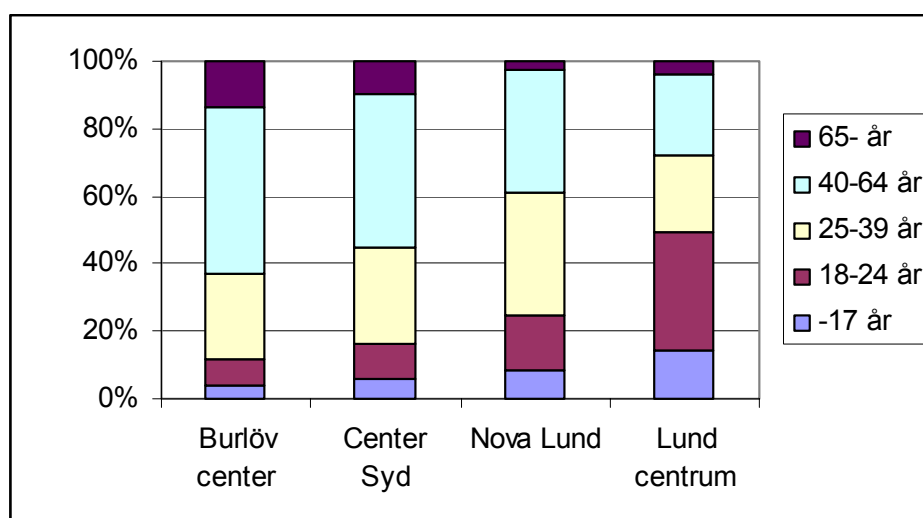
## 2. Färdmedelsfördelning till etableringarna

I detta avsnitt redovisas resultaten från dörrintervjuer som genomförts på samtliga fyra studerade etableringar. Dörrintervjuerna omfattar frågor om färdmedelsval till affärsetableringarna, uppskattad reslängd till etableringen samt demografiska fakta såsom ålder och kön. Totalt gjordes 1 177 dörrintervjuer på Burlöv Center, 1 051 på Center Syd, 799 på Nova Lund och 552 i Lunds centrum.

### 2.1 Dörrintervjuernas svarsgrupp

Av dem som tillfrågades i dörrintervjuerna är 57 % kvinnor och 43 % män. I Lunds centrum och på Nova Lund är andelen kvinnliga besökare särskilt stor. Störst andel män finns på Center Syd där antalet män till och med är några fler än antalet kvinnor.

Åldersfördelningen för besökare skiljer sig mellan de fyra etableringarna. De yngsta besökarna har Lunds centrum följt av Nova Lund och de äldsta har Burlöv Center, se Figur 2.1.



Figur 2.1 Åldersfördelning för besökarna på de fyra etableringarna.  $N_{Burlöv} = 1177$ ,  $N_{Center\ Syd} = 1050$ ,  $N_{Lunds\ Centrum} = 552$ ,  $N_{Nova\ Lund} = 799$ .

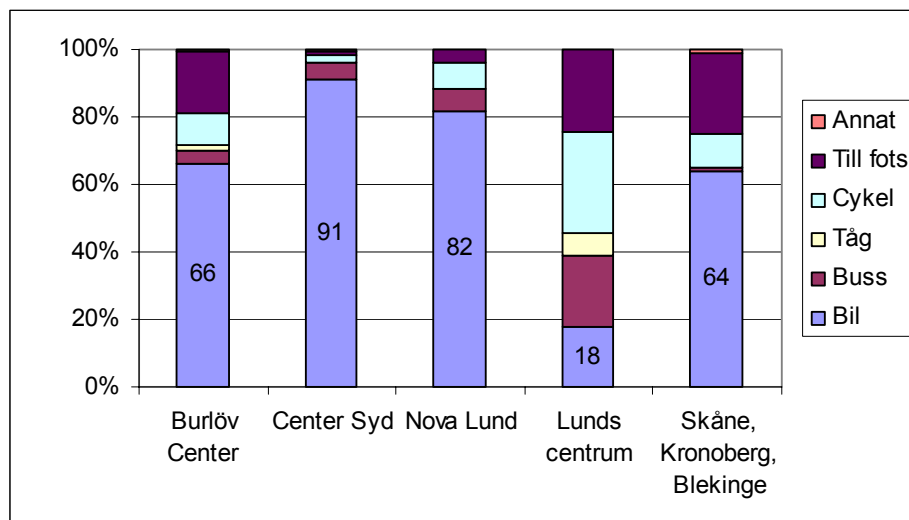
Här skall noteras att åldersfördelningen baseras på dem som svarat på dörrintervjuerna. Det innebär att resultaten är mer generaliserbara för de externa etableringarna, där antalet möjliga ingångar är begränsade, än för Lunds centrum där ett antal butiksentréer valts ut. Att andelen unga besökare är så pass stor i Lunds Centrum är inte förvånande med tanke på att en tredjedel av kommunens befolkning utgörs av studenter.

## 2.2 Etableringarnas färdmedelsfördelning

I fältarbetets dörrintervjuer tillfrågades besökarna på de olika etableringarna om vilket färdmedel de använt för att komma dit, se Figur 2.2. Störst andel bilburna besökare finns på Center Syd och därefter kommer Nova Lund. Det är 91 % av de besökande på Center Syd som åkt bil, motsvarande andel för Nova Lund är 82 %. Bland besökarna i Lunds centrum är det bara 18 % som tagit bilen, däremot har 30 % cyklat och 25 % gått till fots.

Färdmedelsandelarna för alla inköpsresor visar tydligt att Center Syd och Nova Lund har högre bilanvändande än genomsnittet medan Lunds centrum har lägre, se Figur 2.2. Analyserna är gjorda i RES<sup>16</sup> för Skåne, Kronobergs och Blekinge län, för åren 1999-2001.

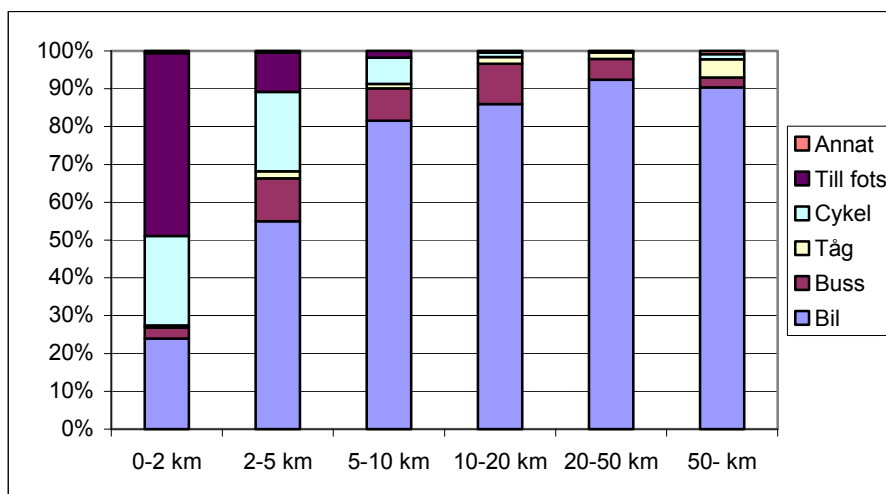
Man kan se att Nova Lund, som ligger relativt nära Lunds centrum och har ett förhållandevis gott utbud av kollektivtrafik och gång- och cykelnät (se beskrivning i avsnitt 2.2), ändå har hög bilandel. Resultaten stämmer emellertid väl då man beaktar konkurrenskraften för kollektivtrafik och gång och cykel, se kapitel 8.



Figur 2.2 Färdmedelsfördelning till de fyra etableringarna, samt för inköpsresor i tre län.  $N_{Burlöv}=1173$ ,  $N_{Center Syd}=1051$ ,  $N_{Lunds Centrum}=552$ ,  $N_{Nova Lund}=799$ ,  $N_{Skåne, Kronoberg, Blekinge}=1401$

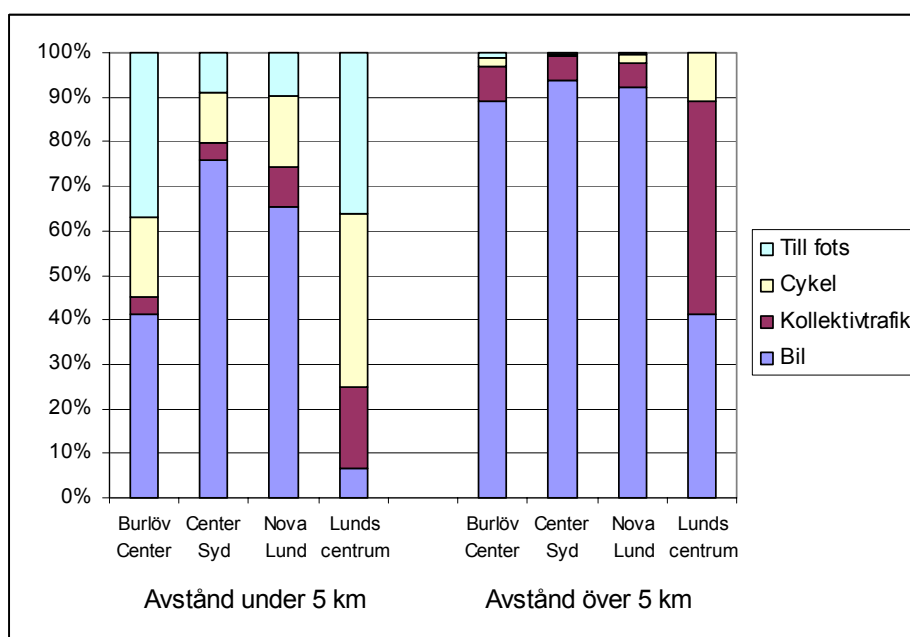
Färdmedelsvalet varierar beroende av hur långt man har att resa från hemmet till etableringen (Figur 2.3). Bilens andel växer som förväntat med avståndet. Bussen har sin största andel på resor mellan 2 och 20 km. På dessa avstånd står den för ca 10 % av alla resor. Lunds centrum står för stor del av de gång-, cykel- och kollektivtrafikandelar som visas i Figur 2.3. Jämför även Figur 2.4.

<sup>16</sup> RES = den nationella resvaneundersökningen som genomförts av SIKÄ.



Figur 2.3 Färdmedelsfördelning fördelad på reslängd, samtliga etableringar. N=3571.

Det är också intressant att undersöka om det finns någon skillnad mellan färdmedelsval till de olika etableringarna, beroende på hur långt man har att resa (Figur 2.4).

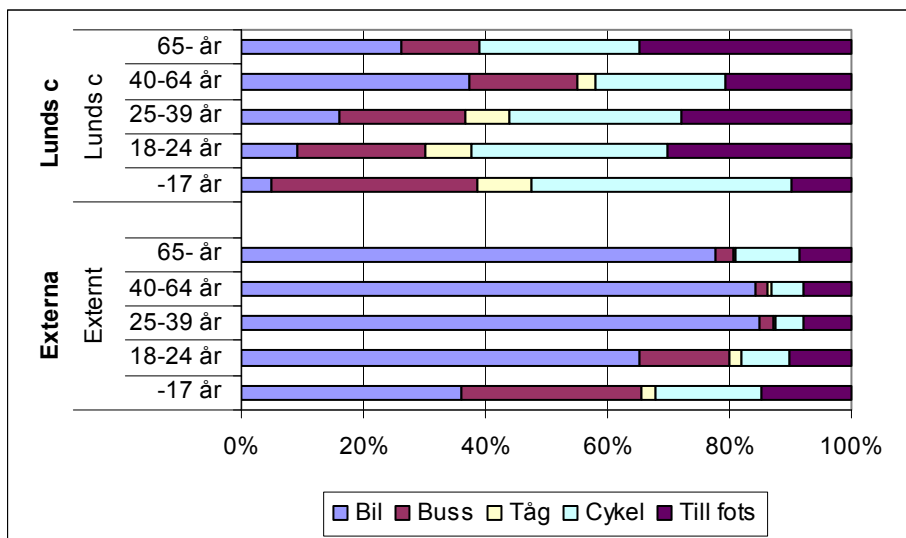


Figur 2.4 Färdmedelsfördelning fördelad på reslängder under och över 5 km, uppdelat per etablering. N=3571.

Andelen bil på korta avstånd är högst för Center Syd, 76 %. Även till Nova Lund är det många, hela 65 %, som tar bilen på korta avstånd, vilket kan anses vara förvånande med tanke på den goda tillgången till GC-vägar och Nova Lunds läge i kanten av Lunds tätort. Till Lunds centrum är det bara 7 % som tar bil på korta avstånd. För avstånd över 5 km är det runt 90 % som tar bil till de tre externa etableringarna. Till

Lunds centrum är det drygt 40 % som tar bilen och knappt 50 % som åker kollektivt.

Möjligheterna att nå Lunds centrum med kollektivtrafik, gång och cykel är stora, medan möjligheterna att nå centrum med bil kan uppfattas som sämre. Bland annat kan parkeringstillgången i Lunds centrum uppfattas som sämre (man måste betala avgift etc) , och de många enkelriktade och avspärrade gatorna kan göra att det uppfattas som krångligt att ta sig runt med bil. Därför redovisas Lunds centrum separat från de andra etableringarna.



Figur 2.5 Färdmedelsval fördelat på åldersgrupper, för Lunds centrum och för de externa etableringarna.  $N_{Lunds\ centrum}=552$ ,  $N_{externa}=3009$ .

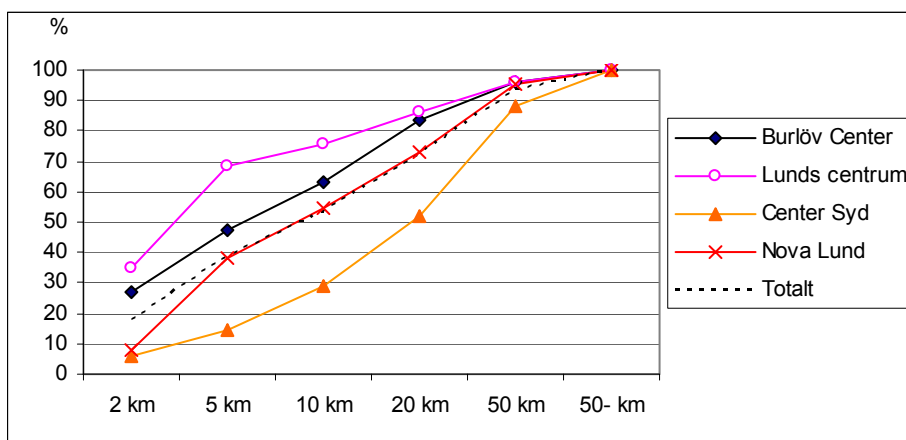
Färdmedelsvalet varierar för olika åldersgrupper (Figur 2.5). Vid besök på externa etableringar är bilen populärast i alla åldersgrupper utom bland besökare under 18 år, där bilen och bussen är ungefär lika vanliga.

## 2.3 Reslängder till etableringarna

Från dörrintervjuerna finns registrerat respondentens reslängd till etableringen. Reslängdsangivelserna sträcker sig från 50 meter till 100 mil. De avstånd som finns registrerade är *respondenternas egen uppskattning* av hur långt de har rest. I dörrintervjustudien har alltså nätverkskörning mellan olika orter, som beskrivs i avsnitt 3.6, inte tillämpats.

I analysen har extremvärden (reslängder över 10 mil) rensats bort. I de allra flesta fall handlar det om besökare som inte besökt etableringen över dagen, utan i kombination med ett besök hos släkt och vänner, eller på genomresa på väg mot annat mål. Då dessa värden i hög grad skulle påverka medelvärdet och komplicera slutsatserna har dessa sorterats bort.

Andelen kortväga besökare är störst för Lunds centrum och Burlöv Center (Figur 2.6). Center Syd har störst andel långväga besökare, endast knappt 15 % bor inom 5 km från etableringen. Det förklarar till viss del varför Center Syd har störst andel bilbesökare.



Figur 2.6 Andel besökare (%) inom olika avstånd från etableringarna. Bas=dörrintervjuer med kortare reslängd än 100 km, avståndsuppskattningar av respondenterna själva.

Eftersom medeltalen och medianerna för samtliga etableringar trots utsorteringen av extremvärden fortfarande skiljer sig åt (och standardavvikelsen för medelvärdena är relativt stor), kan vi dra slutsatsen att det finns en stor spridning i materialet. För tydlighets skull presenteras både medel- och medianvärde för samtliga etableringar.

Tabell 2.1 Medel- och medianreslängd för besök vid etableringarna. Bas=dörrintervjuer med kortare reslängd än 100 km, avståndsuppskattningar av respondenterna själva.

	Burlöv Center	Center Syd	Nova Lund	Lunds centrum
Medelreslängd (km)	9,5	19,4	11,8	7,4
Medianreslängd (km)	5	15	6	2

Längsta resorna gör besökare till Center Syd, både om man tittar på medelreslängd och median. Endast 15 % av besökarna på Center Syd har rest kortare än 5 km, och nästan hälften av besökarna har rest längre än 2 mil för att komma till etableringen.

Kortaste resorna gör besökarna i Lunds centrum. Där är medianreslängden för besökarna bara 2 km, och närmare 70 % har rest kortare än 5 km för att komma till Lunds centrum.

## **2.4 Sammanfattning**

Lunds centrum har den yngsta kundgruppen och har tillsammans med Nova Lund den största andelen kvinnliga besökare. Burlöv Center har den äldsta kundgruppen följt av Center Syd. Andelen bilburna besökare är högst på Center Syd (91 %) följt av Nova Lund (82 %), Burlöv Center (66 %) och sist Lunds centrum, dit bara 18 % av besökarna åker bil, medan över hälften går och cyklar. Medianreslängden till etableringarna är mellan 2 km (Lunds centrum) och 15 km (Center Syd). 70 % av besökarna i Lunds centrum har rest kortare än 5 km för att komma dit, medan endast 14 % av Center Syds besökare har rest så kort sträcka.

## 3. *Undersökningsmetod*

Samma grundmetod som användes i Ljungberg et al (1994) har använts här. Metoden fungerade väl då och vi har ingen anledning att tro annat än att den kommer att fungera nu med. Att använda samma metod nu som då ger dessutom fördelen att vi kan utnyttja det till en stabilare jämförelse av utveckling på två av de fyra undersökta lokaliseringarna mellan åren 1993 och 2004.

### 3.1 *Hypoteser och metod*

#### *Hypoteser*

Syftet med undersökningen har varit att ta reda på hur stort trafikarbete, och därmed emissioner och energiförbrukning, som externa affärsetableringar i olika lägen alstrar. Det är också intressant att veta om externa affärsetableringar ger mindre eller större trafikarbete jämfört med om inköpen görs på annat sätt.

Ett idealt sätt att angripa frågan om externa affärsetableringars miljöpåverkan hade varit att studera verkliga alternativa situationer. Man skulle alltså idealt ha gjort före/efterstudier i samband med införandet av etableringar. Det är emellertid idag svårt att hitta platser helt utan etableringar och där etablering planeras. Externa etableringar är redan en integrerad del av samhället idag och frågan handlar nu mer om effekterna av en fortsatt utveckling mot fler och tätare etableringar samt om olika lägen/lokaliseringar har olika trafik- och miljömässiga konsekvenser.

Vi har därför - liksom i studien från 1994<sup>17</sup> - modifierat och verklighetsanpassat vår hypotes till att undersöka hur de som besöker en extern affärsetablering skulle ha gjort om de inte valt att åka just till den undersökta etableringen.

Konsekvenserna av olika alternativa platser för inköp beror både av om antalet inköpsresor förändras beroende på alternativens särart och av längden på dessa resor. **En** inköpsresa med bil till en extern affärsetablering skulle kunna ersätta **en eller flera** resor till andra inköpsställen. Dessa alternativresor innefattar även med vilket färd sätt man färdas – bil, gång, cykel eller kollektivtrafik. Det betyder att alternativet till att göra sina inköp på en extern affärsetablering skulle vara att göra flera mindre inköp närmare hemmet, dvs man ersätter flera kortare resor med en längre. Tyngdpunkten har vi lagt på att ta reda på om externa affärsetableringar av den här typen resulterar i fler eller färre körda fordonskilometer och vad dessa innebär i utsläpp av olika emissioner.

---

<sup>17</sup> Ljungberg C, Sjöstrand H, Smidfelt L. *Externa affärsetableringar och deras effekt på miljö och energianvändning*. Lunds Tekniska Högskola, Institutionen för trafikteknik, 1994.

Även konsekvenserna av en utveckling mot en förtätning av affärsetablering beror på hur alternativen för dessa inköpsresor ser ut. Tanken har förfäktats att externa affärsetableringar **lokaliserade nära ett upptagningsområde** med en hög befolkningstäthet skulle vara **bättre**, dvs alstra färre netto fordonskilometer, än en lokalisering långt ifrån befolkningstätt område. I studien undersöker vi om så är fallet, eller om det istället är så att de tätortsnära lokaliseringarna ersätter resor som tidigare gjordes med annat än bil och om attraktiviteten hos dessa etableringar i verkligheten blir så stor att de attraherar än mer långväga kunder.

## **Metod**

För att ge underlag till beräkning av effekterna av externa affärsetableringar har vi studerat tre externa etableringar med olika förutsättningar samt ett stadscentrum. Vi gjorde enkätstudier med bilburna såväl som kollektivåkande kunder på de fyra platserna. Utifrån svaren från dessa har vi beräknat de fordonskilometer som olika lokaliseringar av handel alstrar. Utifrån dessa fordonskilometer har vi beräknat energiförbrukning samt mängden avgasemissioner, som förutom antalet körda kilometer även beror på om man kör i tätort eller på landsbygd.

För att få in ett bra dataunderlag ställdes frågorna i enkäten på ett sådant sätt att den intervjuade fick svara på hur han/hon faktiskt hade kört för att ta sig till respektive lokalisering vid det aktuella tillfället. Detta sätt ger ett material som på ett mer riktigt sätt visar hur man tar sig till en extern affärsetablering än om man frågar de intervjuade hur de *brukar* göra.

Vi ställde också ett antal frågor om hur man skulle ha gjort sina aktuella inköp om etableringen inte hade funnits. Till skillnad från beskrivningen av resan till den externa affärsetableringen vid det aktuella intervjutillfället är svaren på dessa frågor alltså hypotetiska.

## **Avgränsningar**

Undersökningen är begränsad till att gälla bilburna och kollektivtrafikåkande kunder till de fyra olika lokaliseringarna som ingick i undersökningen. Endast bilar registrerade på privatperson och leasingbilar registrerade på privatadress har tagits med.

Uppdraget omfattar inte affärsetableringarna som arbetsplats och inte heller varutransporterna dit. Delar av dessa aspekter av externa etableringar har redan studerats av Hagson & Mossfeldt (1998) som konstaterat att effektiviteten i inleverans inte beror på butikens läge utan på butikernas och distributionsområdets storlek och rutternas uppläggning.



## 3.2 *Fältstudien*

Fältarbetet på de fyra platserna, Lunds centrum, Burlöv Center, Center Syd och Nova Lund, pågick under två veckors tid, från måndagen den 4 oktober till söndagen den 17 oktober 2004.

Fältpersonalen bestod av två personer per plats. Sammanlagt gjordes 9 pass (10 på Burlöv Center) à tre timmar per ställe. På Center Syd gjordes längre pass eftersom resan dit var mer tidskrävande.

### *Metod och arbetssätt*

Fältarbetet bestod av att **skriva upp registreringsnummer** för parkerade bilar på parkeringsplatserna och samtidigt lämna en lapp på rutan med information om undersökningen. Målet var att skriva upp runt 140 bilnummer per dag för Center Syd, Burlöv Center och Nova Lund. För Lunds centrum var målet 160 bilnummer på grund av att det antogs att det skulle finnas ett större bortfall på grund av anställda och boende som parkerar här.

Dessutom genomfördes **dörrintervjuer**, på de externa etableringarna vid de olika ingångarna och i Lunds centrum på gatan framför affärerna. Målet för dörrintervjuerna var 110 intervjuer per pass. Huvudsyftet med dörrintervjuerna var att ta reda på färdmedelsfördelningen hos besökarna på de olika etableringarna.

För att få tag i **adresser från kollektivresenärer** tillfrågades kollektivresenärer vid hållplatserna om sina hemadresser. Målet var att samla in 60 kollektivresenärer per dag för att skicka 500 enkäter per etablering.

På Burlöv Center förbjöds fältpersonalen att lägga information på bilrutorna på grund av en policy som gäller här. Detta trots att kontakt och muntligt tillstånd erhöles innan arbetet påbörjades. Därför testades en alternativ metod för att få in adresser från bilresenärer. Vi försökte be om bilresenärernas adresser vid dörrintervjuerna och dessutom att fråga bilägarna om lov direkt vid parkeringsplatsen om att få skriva upp registreringsnumret på bilen eller att få bilägarens hemadress. Denna metod visade sig inte vara genomförbar. Målet var att samla in runt 140 bilnummer/adresser per dag. Med denna metod lyckades fältpersonalen bara samla in runt 40 adresser per dag. Från och med fredagen den 8 oktober skrevs bilnumren på parkeringsplatsen därför upp utan att lämna en lapp på rutan. Istället lades en informationslapp om den gällande policyn med i kuvertet vid utskicket.

Efter varje fältarbetsdag skickade fältpersonalen en textfil med de insamlade bilregistreringsnumren och adresserna till kollektivresenärer till Trivector via e-post.

Adresserna till bilägarna hämtades från Vägverkets bilregister med hjälp av företaget InfoData. Dataöverföringen skedde med hjälp av en ftp-server.

## ***Insamlade data***

Målsättningarna för antalet insamlade adresser uppnåddes för bilresenärerna. Däremot visade sig det vara svårt att samla in det önskade antalet adresser till kollektivtrafikresenärer. Målsättningen var att tala med 60 kollektivtrafikresenärer per tre timmars arbetspass. Under den inplanerade tiden var det dock inte möjligt för fältpersonalen att få tag i så många kollektivresenärer. Anledningen till detta var att antalet besökare som kommit med kollektivtrafik till de olika etableringarna var mycket litet. Detta trots att planeringen av detta arbetsmoment byggde på resandestatistik från Skånetrafiken för de aktuella linjerna och hållplatserna. Fältpersonalen hade behövt lägga mycket mer tid på att söka kontakt med kollektivresenärer för att uppnå målet.

Den totala insamlade mängden data för samtliga arbetspass finns sammanställd i Tabell 3.1 nedan.

*Tabell 3.1 Antal insamlade registreringsnummer, adresser och dörrintervjuer totalt för alla fältarbetspass.*

Antal	Burlöv Center	Lunds centrum	Center Syd	Nova Lund	Summa
Registreringsnummer (bilbesökare)	1374	1387	1286	1272	5319
Adresser (kollektivtrafikbesökare)	61	109	118	102	390
Dörrintervjuer	1177	552	1050	799	3578

## **3.3 Utskick**

Bland de 5 319 insamlade adresserna från bilresenärerna var det några som tillhörde företag eller som var personskyddade. De sorterades ut innan utskicket genomfördes. Andelen ogiltiga, och därmed utsorterade adresser låg mellan 10,1 % och 13,9 % för de olika etableringarna. Totalt gjordes utskick till 4 665 adresser.

Första utskicket påbörjades måndagen den 11 oktober. Sen pågick arbetet med utskicken så länge som nya adresser kom in. Sista försändelsen i första utskicksomgången gjordes den 20 oktober. Antalet utskick till kollektivresenärer var totalt 390, se Tabell 3.1. Några enkäter kom i retur på grund av felaktiga adresser.

Efter första utskicket ringde det cirka 30 personer som inte ville delta på grund av olika skäl. Den vanligaste anledningen var att de inte hade varit på etableringen och den mest troliga förklaringen till detta är att fältper-

sonalen skrivit av fel registreringsnummer. En annan anledning är att personen inte ville eller kunde delta pga funktionshinder, tidsbrist etc.

### **Påminnelsevykort**

Sammanlagt skickades 4 007 vykort ut som påminnelse. Det innebär att 79 % av de 5055 som fått enkäter under första utskicket inte svarat innan denna skickades ut. Efter påminnelsen ringde ytterligare cirka 30 personer som vill strykas.

### **Andra utskicket**

Sammanlagt skickades 3 532 enkäter ut under andra enkätutskicket vilket utgör 70 % av antalet adresser i det första utskicket. Efter andra utskicket kom ca 70 telefonsamtal. De flesta ville inte delta av principskäl eller sa sig inte varit där.

## **3.4 Inkomna svar och kodning**

Den totala svarsfrekvensen för bilenkäten hamnade på 48 %, och för kollektivtrafikenkäten var svarsfrekvensen 57 %. Svarsfrekvenserna är normala/förväntade i förhållande till andra enkätstudier i dag. I studien från 1994 var svarsfrekvensen dock högre, 55 % på Center Syd och 65 % på Burlöv Center. Detta är en emellertid en trend vi sett i alla sorters undersökningar under denna period.

### **Bilbesökare**

Utskickade enkäter och svar från bilförare redovisas i Tabell 3.2. Att antalet inkodade enkäter skiljer sig från antalet inkomna har i huvudsak två orsaker:

- Vissa respondenter har skickat in två enkäter, dvs både ursprungsutskick och påminnelseutskick. Dubbletterna sorterades bort.
- Vissa respondenter har skickat in helt tomma enkäter, med ett meddelande om att de inte vill delta. Dessa kodades inte in.

På den sista raden i tabellen visas antalet svar som ingår i vår målgrupp, och som analyserna baseras på, dvs de besökare som varit på etableringen för att handla eller äta.

*Tabell 3.2 Utskickade enkäter och svar för gruppen bilbesökare.*

	Burlöv Center		Lunds centrum		Center Syd		Nova Lund		Summa	
	abs.	%	abs.	%	abs.	%	abs.	%	abs.	%
Utskick	1235		1198		1137		1095		4665	
Inkomna svar	550	44,5	580	48,4	551	48,5	535	48,9	2216	47,5
Inkodade svar	546	44,2	556	46,4	539	47,4	530	48,4	2171	46,5
Svar från målgrupp	479	38,8	384	32,1	456	40,1	478	43,7	1797	38,5

Andelen som inte besökt etableringen för att handla eller äta är störst i Lunds centrum. Där har drygt en fjärdedel av alla enkäter kommit till bilägare som inte kunnat svara på enkätens frågor. Detta var som tidigare nämnts förväntat, eftersom många av dem som parkerar i Lunds centrum gör det för att de antingen bor eller jobbar där.

Minst andel ”icke-kunder” finns på Nova Lunds parkering. Detta var förväntat eftersom parkeringen inte ligger lämpligt till för några andra än Novas kunder.

## **Kollektivtrafikbesökare**

Antalet utskickade enkäter och svar från kollektivtrafikresenärer redovisas Tabell 3.3 nedan. Orsakerna till skillnaden mellan antal inkomna svar respektive inkodade svar är desamma som för bilbesökarna, se ovan.

*Tabell 3.3 Utskickade enkäter och svar för kollektivtrafikbesökare.*

	Burlöv Center		Lunds centrum		Center Syd		Nova Lund		Summa	
	abs.	%	abs.	%	abs.	%	abs.	%	abs.	%
Utskick	61		109		118		102		390	
Inkomna svar	33	54,1	58	53,2	74	62,7	59	57,8	224	57,4
Inkodade svar	32	52,5	61	56,0	70	59,3	64	62,7	227	58,2

## **3.5 Frågor i enkäterna**

Enkäten inleddes med en uppsättning frågor om den aktuella resan, bland annat undersöktes vilka inköp som gjorts och huruvida besöket var planerat eller inte. Därefter följde en resdagbok där respondenten skulle fylla i start- och målpunkt samt ärende för samtliga resor som gjorts i samband med besöket på etableringen. Sedan kom ett avsnitt med frågor om besök på andra köpcentra, och därefter frågor om hur besökarna själva tror att deras resor för inköp av dessa varor hade sett ut om den aktuella etableringen inte hade funnits. Dessa frågor ställdes till besökare på alla etableringar utom i Lunds centrum, eftersom det är svårt att föreställa sig en situation där Lunds centrum inte skulle finnas. Sedan ställdes frågor om förra veckans inköpsvanor samt om varför valet föll på den aktuella etableringen. Till sist ställdes några frågor om respondentens hushåll.

Till besökarna på Nova Lund ställdes ytterligare en uppsättning frågor om hur inköp gjordes innan Nova Lund öppnade i september 2002. Förhoppningen var att respondenter som handlade på Nova idag fortfarande skulle minnas var de brukade handla för två år sedan. Etableringarna Burlöv Center och Center Syd, å andra sidan, har funnits för länge för att någon ska kunna minnas hur inköpsvanorna såg ut innan dessa etableringar byggdes.

Enkäterna för bilister och kollektivtrafikanter var i allt väsentligt likadana. För kollektivtrafikanterna ställdes dock ett par frågor som inte hade någon motsvarighet i bilenkäten. Dels undersöktes varför respondenten valt att åka kollektivt till etableringen, dels ställdes en fråga om hur mycket respondenten uppskattade att han skulle ha köpt, om resan till etableringen gjorts med bil istället för med buss eller tåg.

## **3.6 Resvägens längd**

### ***Geokodning och nätverkskörningar***

I enkäterna ingick en enkel resdagbok där respondenten fick fylla i hur han/hon hade rest under den dag då besöket på etableringen ägde rum. För varje ort som namngavs sattes en sifferkod vid kodningen. Totalt nämndes 232 olika orter av respondenterna. De vanligast förekommande orterna var Malmö och Lund, men även orter som Gårdstånga, Håstenslöv, Stockholm och New York förekom i listan.

De flesta orter kunde geokodas, dvs placeras ut platsspecifikt på en karta. Det fanns några angivelser av platser som inte var tillräckligt precisa för att kunna geokodas. Exempel på sådana angivelser är Lidl, en butiks kedja som förekommer på många ställen i Sverige, samt orter som Kinna som finns på tre olika platser i Sverige, ingen mer sannolik än någon annan.

När orterna geokodats gjordes en nätverkskörning med GIS-programvaran ArcView för att beräkna avstånden mellan samtliga geokodade orter. Körningen genomfördes med hjälp av ett script för Network Analyst, som möjliggör körningar från och till många orter samtidigt. Som vägnät användes röda kartans vägnät över Skåne (samtliga statliga vägar) samt Sverige 1000 plus-vägnätet över Skånes grannlän (statliga vägnätet men med sämre detaljeringsgrad).

Körningarna resulterade i en avståndsmatris med avstånd till och från de flesta av de geokodade orterna i undersökningen. Dock fanns några undantag. Orter i utlandet kunde inte avståndssättas. Inte heller avståndssattes orter på öar utan fast vägförbindelse (Ven) eller orter som ligger utanför Skåne, Hallands, Kronobergs eller Blekinge län. Det innebär att för resor till eller från sådana platser, uppträder en felkod istället för ett avstånd i databasen.

Avstånden i denna undersökning grundar sig alltså på det befintliga vägnätet, och anges avrundade till hela kilometer. I undersökningen som genomfördes 1993-1994 gjordes avståndssättningen för samtliga resor manuellt genom mätning på karta. Fågelavståndet mättes upp och multiplicerades med 1,25 för att få en ungefärlig uppskattning av körsträcka.

Eftersom de två metoderna att uppskatta avstånd skiljer sig väsentligt från varandra, är det inte säkert att avståndsangivelserna blir helt jäm-

förbara mellan de olika studierna. Dock bör metoden med nätverkskörningar vara mer tillförlitlig än metoden med manuell mätning.

## ***Avståndsbegrepp för jämförelse***

De mått som används är desamma som användes i studien från 1993-1994 och som då nagelfors på en rad metodseminarium på LTH. Måtten används för att ringa in storleken på fordonsarbete som genereras av affärsetableringarna. I detta avsnitt förklaras hur de olika avståndsmåtten fungerar och hur de kan användas.

Ett av syftena med detta projekt är att ta reda på hur många fordonskilometrar som alstras av besöken till de olika etableringarna, samt hur besökarna skulle resa för att ersätta inköpen som gjorts på etableringen, om dessa etableringar inte fanns. Att exakt och entydigt veta vilken del av fordonsarbetet som genererats av etableringen går inte. För många resor är alla fordonskilometrarna alstrade av etableringen men i vissa fall kan besöket istället vara en konsekvens av att man i ett helt annat ärende passerat just här och då är endast en mindre del av fordonsarbetet genererat av etableringen. För att kunna ringa in rimliga uppskattningar av vad som generats av etableringarna används ett antal mått som beskriver de alstrade fordonskilometrarna. Måtten är centrala för att rätt förstå innebörden av de slutsatser som senare presenteras. Det är därför viktigt att läsaren försöker förstå resonemangen bakom avståndsmåtten.

Om de externa etableringarna inte hade funnits, skulle ett antal resor (och fordonskilometer) som nu görs inte göras medan andra skulle göras istället, eftersom den aktuella resan i de flesta fall skulle ersättas med andra resor för att göra samma inköp. Respondenterna har beskrivit dels hur deras faktiska reskedja såg ut den dag då besöket på etableringen gjordes, dels hur de tror att de skulle ha gjort dessa inköp om etableringen inte hade funnits.

Den verkliga reskedjan består av ett antal länkar. I sin enklaste form består reskedjan av två länkar, en resa till etableringen och en resa hem igen. Detta är den vanligaste varianten. En del besökare har emellertid utträttat andra ärenden på vägen till eller från etableringen, t ex varit på jobbet, hämtat barn eller gått till banken. Den längsta reskedja som någon respondent beskrivit innehåller sju olika länkar. För varje länk finns information om startpunkt, målpunkt och ärende.

Respondenterna bedömde också hur man skulle ha rest för att ersätta inköpen som gjordes vid den ovan beskrivna verkliga resan, om etableringen inte hade funnits. Bedömningen innefattade vilket fordonsslag som troligen hade använts, hur många resor som hade krävts samt vart resan skulle gått, till hemorten, till annan extern etablering eller till annan ort.

De mått på resvägens längd, som använts i analysen, består som nämnts av den sträcka som inte skulle göras om etableringen inte fanns respek-

tive den sträcka som skulle göras istället. Dessutom görs en jämförelse mellan dessa mått.

Det trafikarbete som inte längre skulle göras ringas in med hjälp av tre olika mått:

<b>MAX-km</b>	som om inget i den faktiska verkliga reskedjan skulle göras längre
<b>ToR-km</b>	som om alla som åkt till etableringen skulle åkt tur och retur från sin bostad – ett sorts avståndsmått till kunderna
<b>MIN-km</b>	som om man gjort allt i den faktiska verkliga reskedjan utom besöket på affärsetableringen

Det trafikarbete som respondenterna tror att de skulle göra istället för det till affärsetableringen:

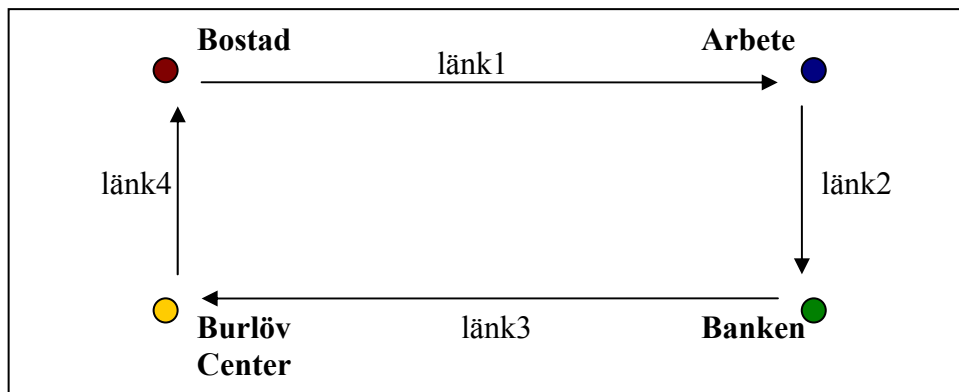
<b>altToR-km</b>	som om alla ersättningsresor skulle ha gjorts som tur- och returresor från bostaden till de alternativa inköpsställen som respondenten angett
<b>altMIN-km</b>	som om man samordnar sina inköpsresor i samma omfattning som i den faktiska verkliga reskedjan

### ***Resan som inte längre skulle göras***

**MAX-km** står för det totala antalet kilometer som ingår i hela den faktiska reskedjan man gjorde för att ta sig till affärsetableringen. Man kan då med säkerhet säga att fler kilometer än så här skulle i alla fall inte bortfalla om etableringen inte fanns.

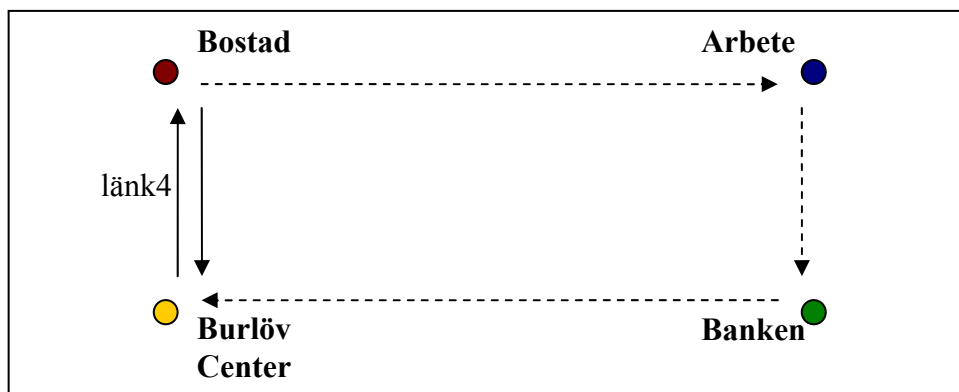
MAX-km är ett mått som bör finnas med vid bedömningen av de andra måtten som beskrivs nedan. Det är det enda av måtten som vi med säkerhet vet beskriver något som är någorlunda sant, eftersom det är en beskrivning av hur besökarna på etableringarna verkligen har förflyttat sig i samband med besöket. Alla andra mått på bortfallande och tillkommande resväg, bygger på antaganden som gjorts utifrån hur resvägen för MAX-km ser ut.

Ett exempel med en fyränksresa: I ett av svaren anger respondenten att hon åkt från hemmet till arbetet, därifrån till banken och sedan vidare till Burlöv center för att slutligen åka hem. Se Figur 3.1 nedan.



Figur 3.1  $MAX\text{-}km = länk1 + länk2 + länk3 + länk4$ .

**ToR-km** är sträckan från startpunkten (hemorten) till etableringen och tillbaka igen. Måttet är ett antagande som bygger på att alla skulle ha rest tur och retur till affärsetableringen utan att göra några andra ärenden på vägen. Detta är dessutom det vanligaste beteendet cirka 60 % av besökarna som kommer med bil reser tur och retur till etableringen utan andra ärenden eller stopp på vägen.

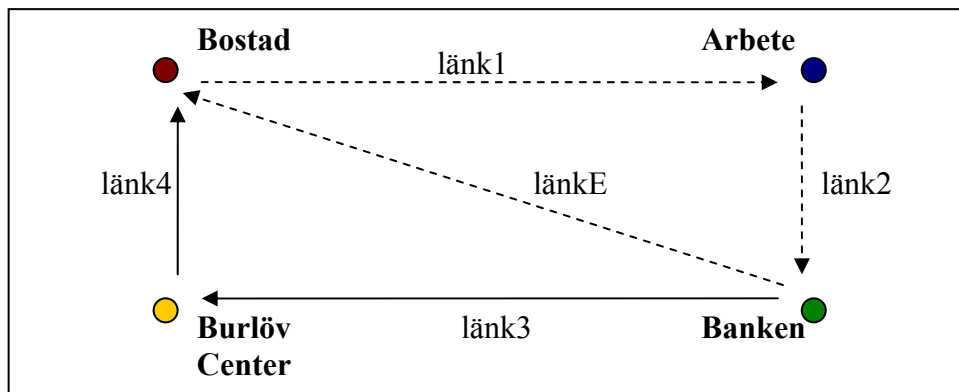


Figur 3.2  $ToR\text{-}km = 2 * länk4$

**MIN-km** är ett undre värde på antalet kilometer som inte längre skulle göras om affärsetableringen inte fanns. MIN-km är skillnaden mellan att ha gjort hela reskedjan inklusive besöket på etableringen, och att göra hela reskedjan utan att besöka etableringen. Detta är ett mått på antalet kilometer som med säkerhet är det minsta som skulle bortfalla om etableringen inte fanns.

I exemplet ovan hade personen arbetat, besökt banken och sedan åkt direkt hem, om Burlöv Center inte hade funnits. MIN-km är skillnaden mellan att göra hela resan (MAX-km) och att bara besöka arbetet och banken:



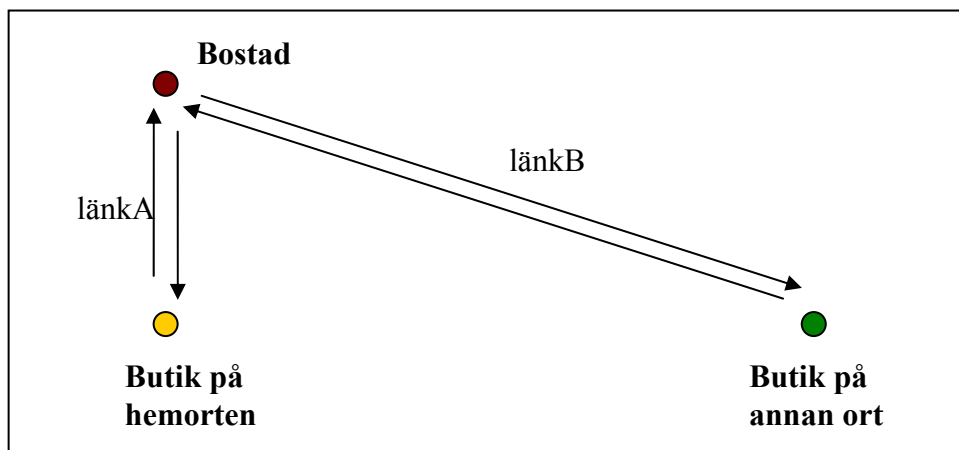


Figur 3.3  $MIN\text{-}km = (\text{länk1} + \text{länk2} + \text{länk3} + \text{länk4}) - (\text{länk1} + \text{länk2} + \text{länkE}) = (\text{länk3} + \text{länk4}) - \text{länkE}$

### Resande som skulle ha gjorts istället

Respondenten har svarat på var man skulle ha gjort de inköp man gjorde vid besöket på den aktuella affärsetableringen, om etableringen inte hade funnits. Man fick ange hur många inköpsresor som skulle ha behövts på hemorten, på någon annan stormarknad eller på annan ort, samt vilket färdmedel de skulle ha använt för respektive resa. När antalet fordonskilometer räknats ut har endast resor med bil tagits med.

**AltToR-km** innebär en beräkning av totalt antal kilometer för tur- och returreSORna till de angivna alternativen. Om någon t ex svarat att de skulle ha ersatt besöket på etableringen med en bilresa i hemorten och en bilresa till en annan ort, ser det ut på följande vis:



Figur 3.4  $AltToR\text{-}km = (\text{länkA} * 2) + (\text{länkB} * 2)$

Det är emellertid inte troligt att alla resor till affärsetableringarna skulle ersättas av tur- och returreSORna. I vissa fall skulle inköpsresorna som skulle ersätta besöket på affärsetableringen, samordnats med andra ärenden på samma sätt som man faktiskt gjorde i den verkliga reskedjan.

Därför skapas även ett mått på ersättningsresorna, där de alternativa tur- och returresorna reducerats till ett omvägsmått motsvarande förhållandet mellan MIN-måttet och ToR-måttet i den faktiska reskedjan. Detta mått kallas **altMIN-km**.

Detta kan illustreras på följande sätt:

$$\frac{MIN - km}{ToR - km} = \frac{altMIN - km}{altToR - km}$$

$$omvägsfaktor = \frac{MIN - km}{ToR - km}$$

$$\Rightarrow altMIN - km = omvägsfaktor * altToR - km$$

AltMIN-km har bara beräknats som ett medelvärde för respektive af-färsetablering, medan MAX-km, ToR-km, MIN-km och altToR-km har beräknats för varje enskild respondent. Detta har gjorts eftersom vi kan anta att medelvärdet för hela materialet är representativt för en genom-snittlig besökare, medan den beskrivna reskedjan med sin specifika samordning av aktiviteter inte kan antas representativ för varje individs genomsnittliga handlande.

### ***Differensen mellan det som inte längre skulle göras och det som skulle göras istället***

Till sist jämförs det trafikarbete som inte längre skulle göras och det som skulle göras istället. Skillnaden mellan vad som skulle bortfalla och vad som istället skulle tillkomma, om etableringen inte fanns, visar dess tillskott eller reduktion av resväg och avgasutsläpp.

ToR-km jämförs med altToR-km eftersom båda beskriver tur- och retur-resor mellan bostaden och inköpsställena. MIN-km jämförs med alt-MIN-km eftersom båda måtten beskriver omvägen vid resor där inköpet samordnats med andra aktiviteter.

## **3.7 Emissionsberäkningar**

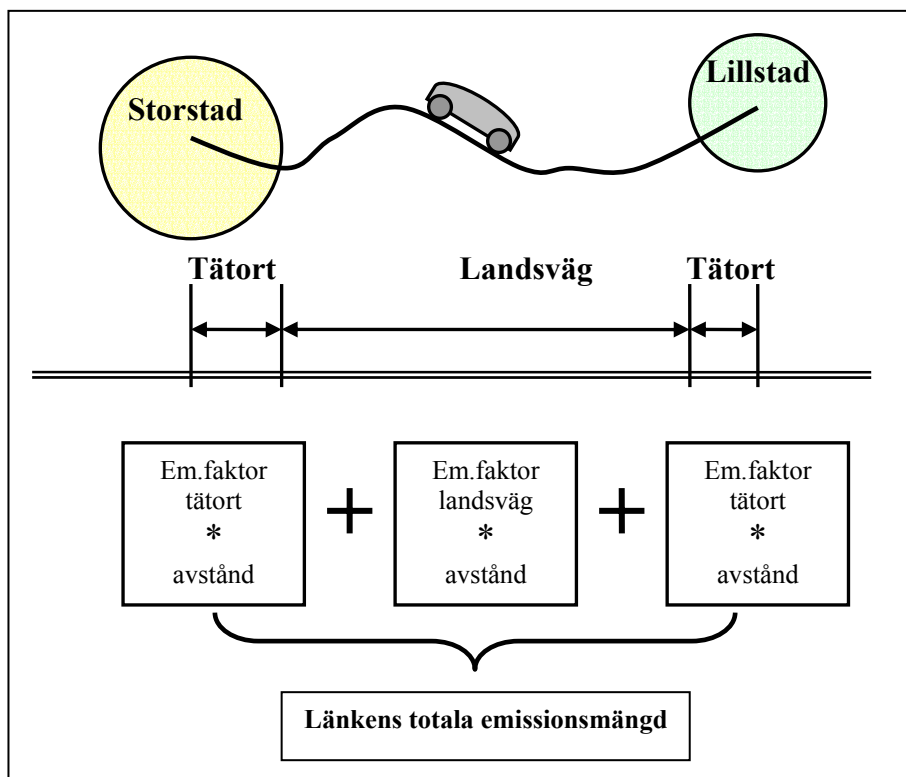
Vi har använt EMV's värden på emissionsfaktorer uppdelat på tätorts-respektive landsvägskörning. EMV ger ett snitt för dagen fordonspark och tar alltså hänsyn till att fordonsparken moderniseras efterhand. I dessa värden ligger kallstartstillägget inbakat vilket innebär att vi de beräkningar vi gör här något underskattar utsläppen för korta resor och överskattar de för långa resor. Detta tar vi med då vi gör analys och be-dömning av de olika resultaten.

I studien från 1994<sup>18</sup> användes ett annat sätt att beräkna emissionerna. De värden som presenteras i de två studierna går inte att jämföra direkt. Det beror delvis på de olika metoderna, men till största delen på att fordonsparken, som till stor del bestämmer emissionsfaktorerna, ser annorlunda ut idag jämfört med för tio år sedan.

Vi har för de fyra undersökta affärsetableringarna beräknat emissionerna av HC, NO<sub>x</sub>, CO<sub>2</sub> samt partiklar. Emissionsvärdet som redovisas avser ett medelvärde per besökande bil. Dessutom har vi för respektive etablering beräknat den totala mängden koldioxid, med hänsyn tagen till färdmedelsfördelningen, vid ett besöksantal på 10 000 per dygn.

För respektive ämne har vi, liksom för beräkningarna av kilometer (för närmare beskrivning se avsnitt 3.6), beräknat ett värde för varje enskild länk i reskedjorna. Utifrån dessa värden har vi beräknat emissionsvärden motsvarande de olika kilometermåttan MAX-km, ToR-km, MIN-km, altToR-km, altMIN-km.

Ett annat sätt att illustrera hur vi beräknat emissionsmängden för varje länk visas i Figur 3.5. Länk betyder här samma sak som vi visar i avsnitt 3.6, dvs vägen mellan två målpunkter i en reskedja. I exemplet illustreras hur vi beräknat emissionsmängden för en länk där en person har åkt från ett ärende i Storstad till ett annat i Lillstad, utan att göra något stopp på vägen.



Figur 3.5 Illustration över beräkning av emissionsmängden på en länk mellan ett ärende i Storstad och ett Lillstad.

<sup>18</sup> Ljungberg et al (1994)

## Emissionsfaktorer

Emissionsfaktorerna vi använt för beräkning av emissionsmängder för respektive ämne HC, NO<sub>x</sub>, CO<sub>2</sub> samt partiklar är uppdelade på landsvägskörning samt tätortskörning. Värdena är tagna från EMV för fordonsparken som den såg ut år 2004.

Tabell 3.4 Emissionsfaktorer för tätort och landsbygd, personbilar 2004 (Källa: EMV, 2005, ej prognosticerade värden)

Emissioner, tätort (g/fkm)		Emissioner, landsväg (g/fkm)	
CO <sub>2</sub>	260	CO <sub>2</sub>	160
NO <sub>x</sub>	0,47	NO <sub>x</sub>	0,37
HC	0,89	HC	0,25
Part	0,02	Part	0,01

Alla tätorter har också fått varsin uppskattad fast reslängd inom tätorten. Tätortskörning i Malmö är antagen till 6 km i medeltal, i Lund 3 km, i Helsingborg 4 km och i övriga orter 2 km.

Vid beräkning av de totala koldioxidemissionerna har följande emissionsfaktorer använts, se Tabell 3.5. För buss och tåg har ingen uppdelning i tätorts respektive landsvägskörning gjorts.

Tabell 3.5 Emissionsfaktorer för bil, buss och tåg, koldioxid i gram per personkm.

	Bil	Buss	Tåg*
CO <sub>2</sub> (g/personkm)	Se Tabell 3.4	34	2

\*Tåg avser 95 % eltåg, 5 % dieseltåg

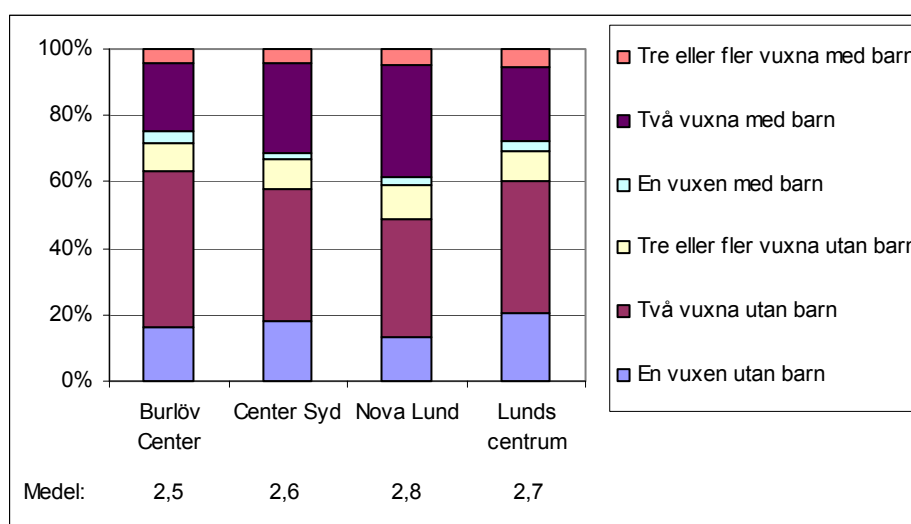
## 4. Vem handlar och vad har man för inköpsvanor?

I enkäten till besökare med bil respektive kollektivtrafik fanns en uppsättning frågor om respondenternas hushåll, inkomst och förutsättningar för att resa med olika färdmedel (körkortsinnehav och boendeort). Dessutom ställdes frågor om inköpsvanor. Svaren på dessa frågor redovisas i detta kapitel.

### 4.1 Beskrivning av svarsgruppen

#### Hushållssammansättning

I Figur 4.1 visas hushållssammansättningen för besökare på de olika etableringarna. De tre översta kategorierna motsvarar hushåll med hemmavarande barn under 18 år, de tre understa kategorierna motsvarar hushåll utan barn.

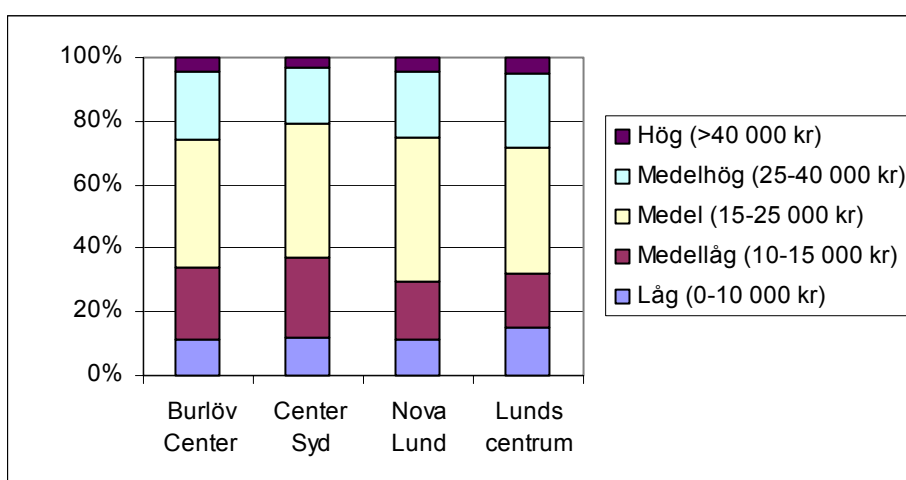


Figur 4.1 Respondenternas hushållssammansättning. Bas=alla.

Störst andelen besökare med barn finns på Nova Lund, där drygt 40 % av respondenterna bor i hushåll med barn. Detta avspeglar sig också i antalet personer per hushåll, som är 2,8 på Nova Lund.

## Inkomst

Frågan om hushållets månadsinkomst före skatt hade ett relativt stort internt bortfall, ca 7 % av respondenterna valde att inte svara på denna fråga. Hushållets månadsinkomst har grovt räknats om till månatlig inkomst per konsumtionsenhet, genom att dividera med antal konsumtionsenheter i hushållet<sup>19</sup>. Som framgår av Figur 4.2 är det inga stora skillnader mellan etableringarna. Besökarna på Center Syd har den lägsta inkomsten, medan Lunds centrum har störst andel besökare med hög inkomst, men också en stor andel med låg inkomst, vilket i stort kan sägas spegla den sammansättning av invånare som finns i Lunds kommun. Att Lund har hög andel besökare med hög inkomst är intressant eftersom de också har en hög andel besökare som kommer med kollektivtrafik, cykel och gång.



Figur 4.2 Månatlig inkomst per konsumtionsenhet före skatt (grovt omräknat från hushållsinkomst). Bas= alla 93 % som svarat på frågan.

Bland de besökare som åkt kollektivt till någon av etableringarna, är det 16 % som tillhör någon av de två högsta inkomstgrupperna. Bland bilburna besökare är motsvarande siffra 26 %.

Den etablering som har de största inkomstskillnaderna mellan bilburna och kollektivtrafikåkande kunder är Nova Lund. Endast 11 % av de som åker kollektivt till Nova har hög eller medelhög inkomst, medan 27 % av bilisterna tillhör någon av de två högsta inkomstgrupperna.

## Körkortsinnehav

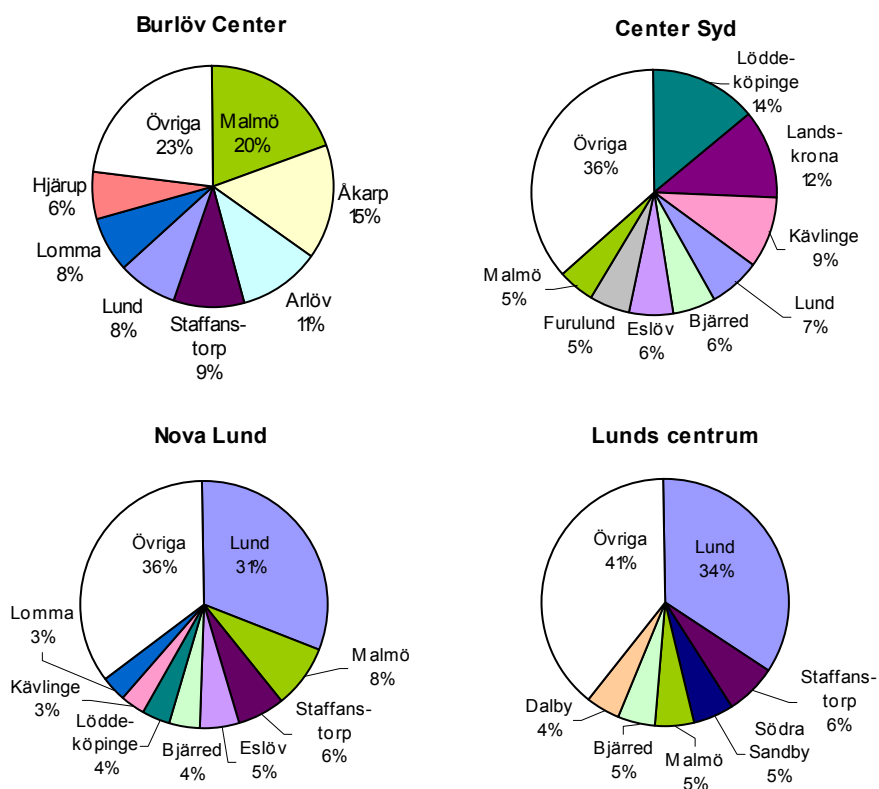
För besökare som kommer till centret med bil, är körkortsinnehavet på hushållsnivå högre än för besökare som kommer med kollektivtrafik. Samtliga hushåll har minst en körkortsinnehavare och tre fjärdedelar va

<sup>19</sup> Konsumtionsenhet är ett viktsystem som tar hänsyn till hushållets sammansättning. Ensamstående vuxen motsvarar konsumtionsenheten 1,16, sammanboende 1,92, ytterligare vuxen 0,96 och barn i genomsnitt 0,66.

hushållen har två eller fler körkortsinnehavare. I gruppen som besökt etableringarna med buss eller tåg är det sammanlagt 10 % som bor i hushåll där ingen har körkort. Vanligast är körkortslösa hushåll bland besökarna i Lunds centrum, där är andelen 16 %. På Center Syd är andelen 9 % samt på Burlöv Center och på Nova Lund är andelen 7 %.

## Boendeort

I Figur 4.3 redovisas vilka orter besökarna till de olika etableringarna kommer ifrån. I Lunds centrum och för Nova Lund är andelen lundabor, de som har närmst dit, ungefär en tredjedel. För Center Syds del är det löddeköpingeborna som har närmst och för Burlövs Center är det arlövsborna.

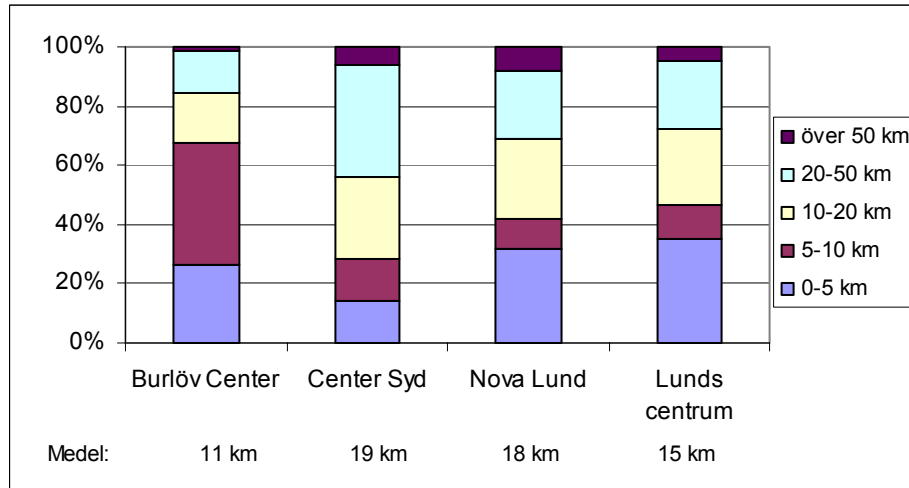


Figur 4.3 Besökarnas hemort/boendeort redovisat per etablering. Bas=alla.

## Avstånd från hemorten

Den etablering som har störst andel **bilburna besökare** från närområdet är Burlöv Center. Över två tredjedelar av besökarna på Burlöv Center har mindre än en mil att åka, vilket kan förklaras av etableringens belägenhet i ett tätbefolkat område nära både Malmö och Lund. Det är till och med fler än i Lunds centrum, där knappt hälften av bilbesökarna bor inom en mils radie. De mest långväga besökarna finns på Center Syd, vilket är naturligt då närmaste stora ort är Lund, och dit är avståndet 13 km.

Figur 4.4 över avstånd från hemort till etableringen har vissa likheter med Tabell 2.1 med den skillnaden att denna figur baseras på det framräknade avståndet till bilburna besökarens hemort, medan tabellen visar reslängder som respondenterna själva uppgett i dörrintervjuerna (alla besökare oavsett färdmedel).

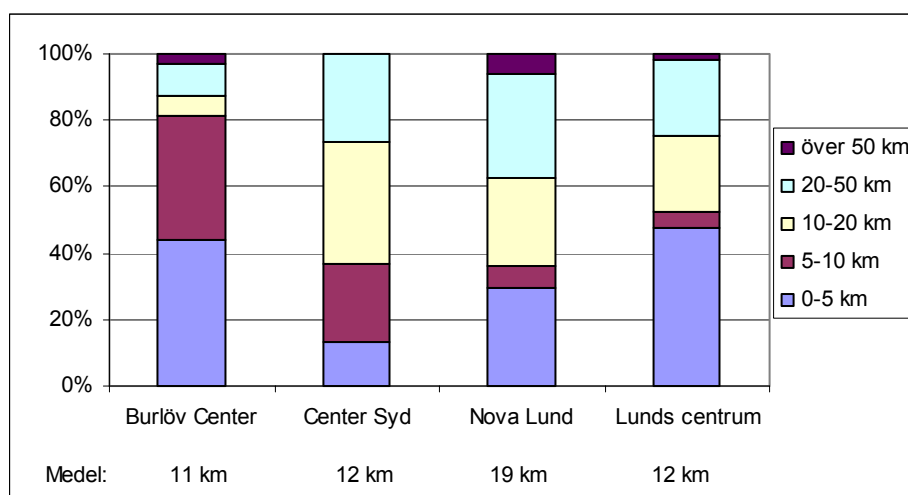


Figur 4.4 Avstånd från hemorten till besökt etablering, bilister. Bas=alla bilister.

Att så många som hälften av de bilburna besökarna i Lunds centrum har rest mer än en mil för att komma till Lund, beror förstås på att de som bor i Lund i stor utsträckning cyklar eller går till centrum (jämför med Figur 2.2), och de omfattas därför inte av denna undersökning. En stor andel av de *bilburna* besökarna i Lunds centrum kommer alltså utifrån, från andra orter.

För **kollektivtrafikresenärerna** är det återigen Burlöv Center som har flest besökare från närområdet, se Figur 4.5. Över 80 % av besökarna som åker kollektivt till Burlöv Center bor inom en mil från etableringen. Detta beror, precis som i fallet med de bilburna besökarna, på att Burlöv Center ligger nära både Lund och Malmö. Center Syd och Nova Lund har de mest långväga besökarna med kollektivtrafik.





Figur 4.5 Avstånd från hemorten till besökt etablering, kollektivtrafikresenärer. Bas=alla kollektivtrafikresenärer.

## 4.2 Inköpsvanor

### Hur ofta handlar man

Bilburna besökare gör färre antal inköpsresor per vecka än besökare som åkt kollektivt till etableringen, se Tabell 4.1. I genomsnitt gör kollektivtrafikburna besökare mer än en inköpsresa mer per vecka än de som åkt bil. Denna skillnad kan bero på att kollektivtrafikresenärer generellt sett är yngre personer, som har mer tid att handla, och som ser shopping som en fritidssysselsättning mer än ett måste. Skillnaden kan också bero på att när inköp görs med buss eller tåg, har man bara möjlighet att köpa mindre kvantiteter, och måste därför handla oftare.

Tabell 4.1 Medelantalet inköpsresor till de fyra etableringarna för bilburna och kollektivtrafikburna besökare. Bas=alla.

	Antal inköpsresor/vecka bilister	Antal inköpsresor/vecka kollektivtrafikresenärer
Burlöv Center	3,3	4,0
Center Syd	3,4	4,3
Nova Lund	3,5	5,0
Lunds centrum	4,0	5,0
Totalt	3,5	4,6

Besökarna till Lunds centrum gör flest inköpsresor per vecka, oavsett om de besöker Lunds centrum med kollektivtrafik eller med bil. Minst antal inköpsresor per vecka gör besökarna på Burlöv Center. Antalet inköpsresor är färre i denna studie än i studien från 1994, särskilt för Center Syd. Då var antalet inköpsresor för bilisterna på Burlöv Center 3,5 per vecka och på Center Syd 4,3.

Det finns inga statistiskt signifikanta samband mellan hushållssammansättning och inköpsfrekvens.

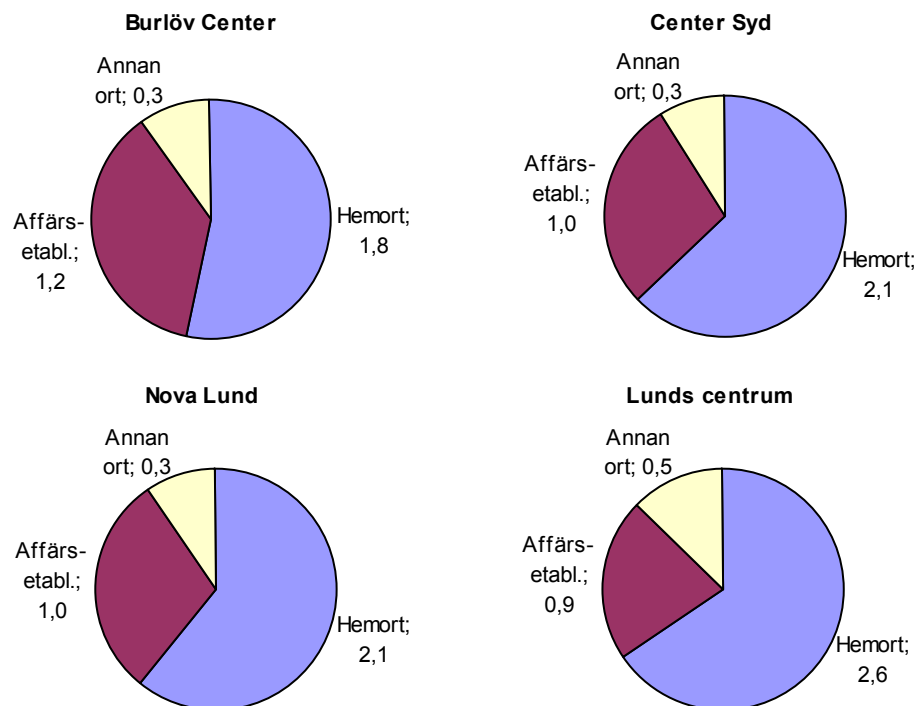
## Var bilisterna gör sina inköp

Merparten av veckans inköp görs på hemorten, både bland de bilburna besökarna och bland kollektivtrafikresenärerna (Figur 4.6 och Figur 4.7).

Störst andel inköpsresor i sin egen hemort, 65 %, gör bilbesökarna i Lunds centrum. I genomsnitt gör besökarna i Lunds centrum 2,6 inköpsresor på sin hemort varje vecka. Hemorten är Lund i knappt 40 % av fallen. Resterande besökare bor på andra orter, och gör således en del av sina inköp där.

Andelen inköpsresor i hemorten är för Center Syd är 63 %, för Nova Lund 61 % och för Burlöv Center 53 %. Resultaten från studien 1994 visade ungefär samma fördelning på hemort och affärsetableringar, men färre antal resor eftersom antalet inköpsresor totalt var något färre då.

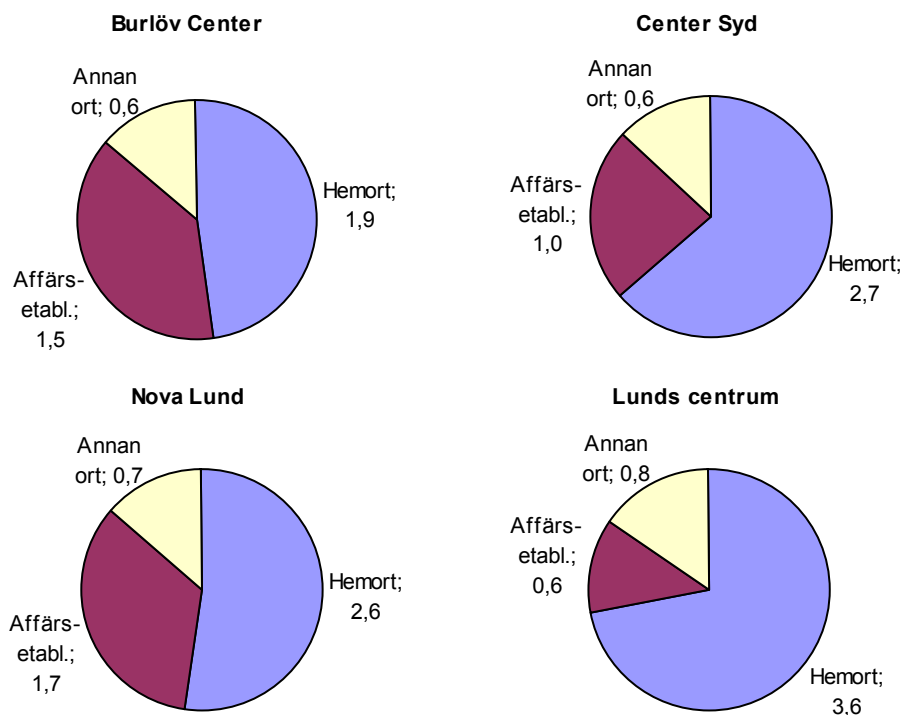
Störst antal besök på affärsetableringar gör besökarna på Burlöv Center. Observera att besök i "hemorten" även kan innefatta etableringar på hemorten, som vi räknar som externa även om de ligger inne i en tätort. Alltså kan boende i Burlöv/Arlöv ange att de handlar på hemorten när de handlar på Burlöv Center, och boende i Löddeköpinge kan tycka att de handlar på hemorten även när de besöker Center Syd.



Figur 4.6 Medelantalet inköpsresor till olika platser under en vecka, bilburna besökare. Bas=alla bilister.

## Var kollektivtrafikresenärerna gör sina inköp

För dem som rest till etableringarna med kollektivtrafik är skillnaderna mellan de fyra etableringarna stora. Besökare i Lunds centrum har ett mycket stort medelantal inköpsresor på sin hemort, medan de i liten utsträckning besöker affärsetableringar, se Figur 4.7. För besökare i Lunds Centrum görs hela 72 % av inköpsresorna under en vecka på hemorten. Motsvarande siffra för Burlöv Center är 48 %, för Center Syd 63 % och för Nova Lund 52 %. Besökarna på Burlöv Center och på Nova Lund gör en något större andel av sina inköp under en vecka på affärsetableringar än besökare på de andra etableringarna.

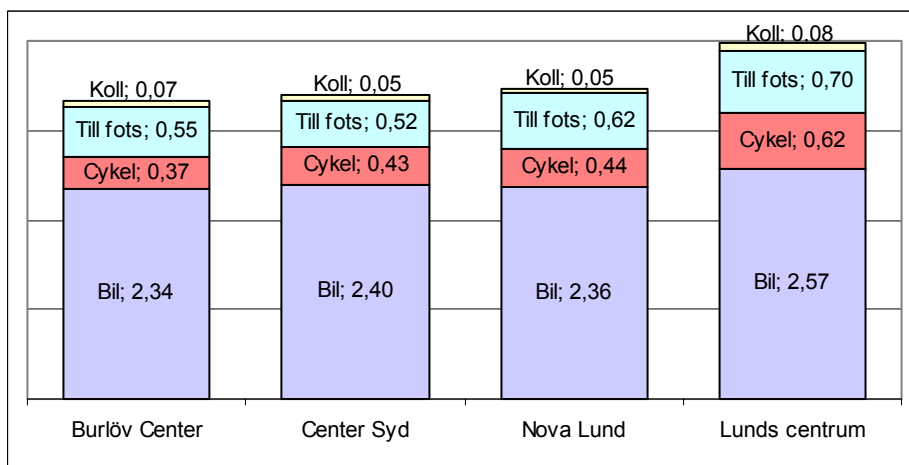


Figur 4.7 Medelantalet inköpsresor till olika platser under en vecka, kollektivtrafikburna besökare. Bas=alla kollektivtrafikresenärer.

## Färdmedelsval vid inköpsresor

Bland de **bilburna besökarna** är det bilen som dominerar vid inköpsresor. Mellan 65 % (Lunds centrum) och 70 % av alla inköpsresor görs med bil, se Figur 4.8. Observera att antalet bilresor dock är större för bilisterna i Lunds centrum än för övriga, vilket beror på att de gör fler inköpsresor totalt. I medeltal gör besökarna på de fyra etableringarna mellan 2,3 bilresor (Burlöv Center) och 2,6 bilresor (Lunds Centrum) per vecka.

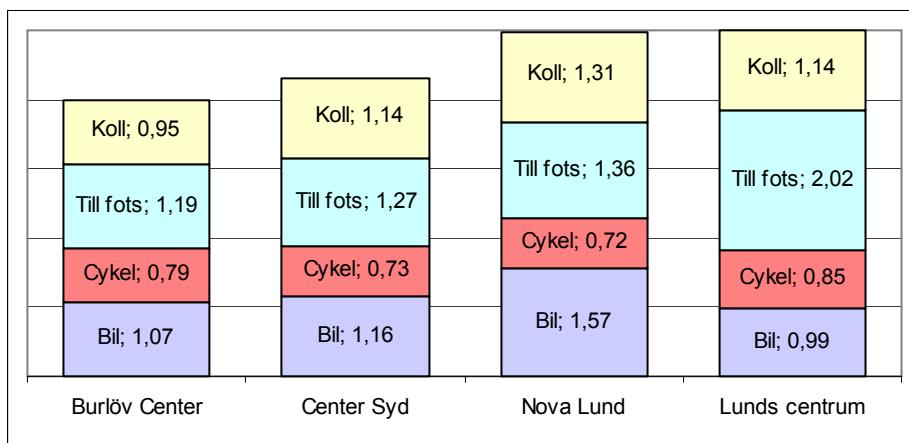
Bilbesökarna till Lunds Centrum gör flest inköpsresor med cykel och till fots under en vecka. Andelen inköpsresor med buss/tåg är försvinnande liten för samtliga fyra etableringar.



Figur 4.8 Medelantalet inköpsresor med olika färdmedel, bilburna besökare. Bas=alla bilister.

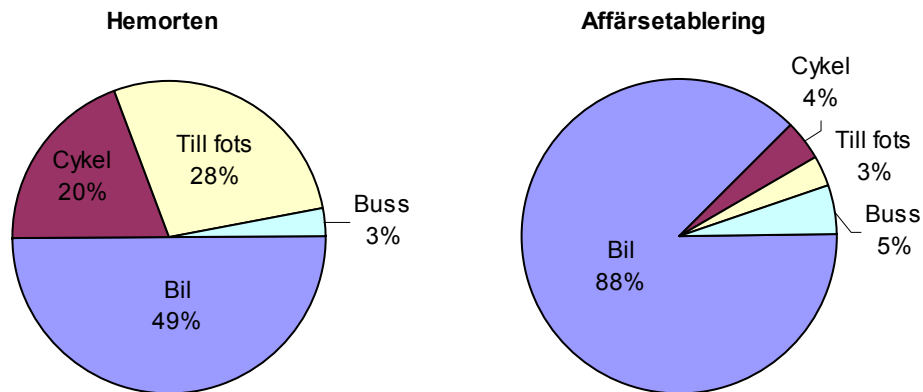
För besökarna som åkt till de fyra etableringarna med **kollektivtrafik**, är färdmedelsfördelningen för veckans inköp mycket mer diversifierad, se Figur 4.9. Buss och tåg står för ungefär 25 % av resorna, eller motsvarande en resa per vecka. Bilen står för ungefär samma andel, utom för Nova Lund, där de kollektivtrafikburna besökarna använder bilen vid drygt 30 % av inköpsresorna, motsvarande 1,56 bilinköpsresor per vecka. Besökarna i Lunds centrum gör flest inköpsresor till fots.

Skillnaden mellan den kollektivtrafikburna gruppen och bilisterna är stor, framför allt är det utnyttjandet av andra färdmedel än bil som skiljer sig åt mellan grupperna.



Figur 4.9 Medelantalet inköpsresor med olika färdmedel, kollektivtrafikburna besökare. Bas=alla kollektivtrafikresenärer.

Vid **inköp på hemorten** görs nästan hälften av respondenternas resor med bil, se Figur 4.10. Vid inköp på köpcentrum görs nio av tio inköpsresor med bil.



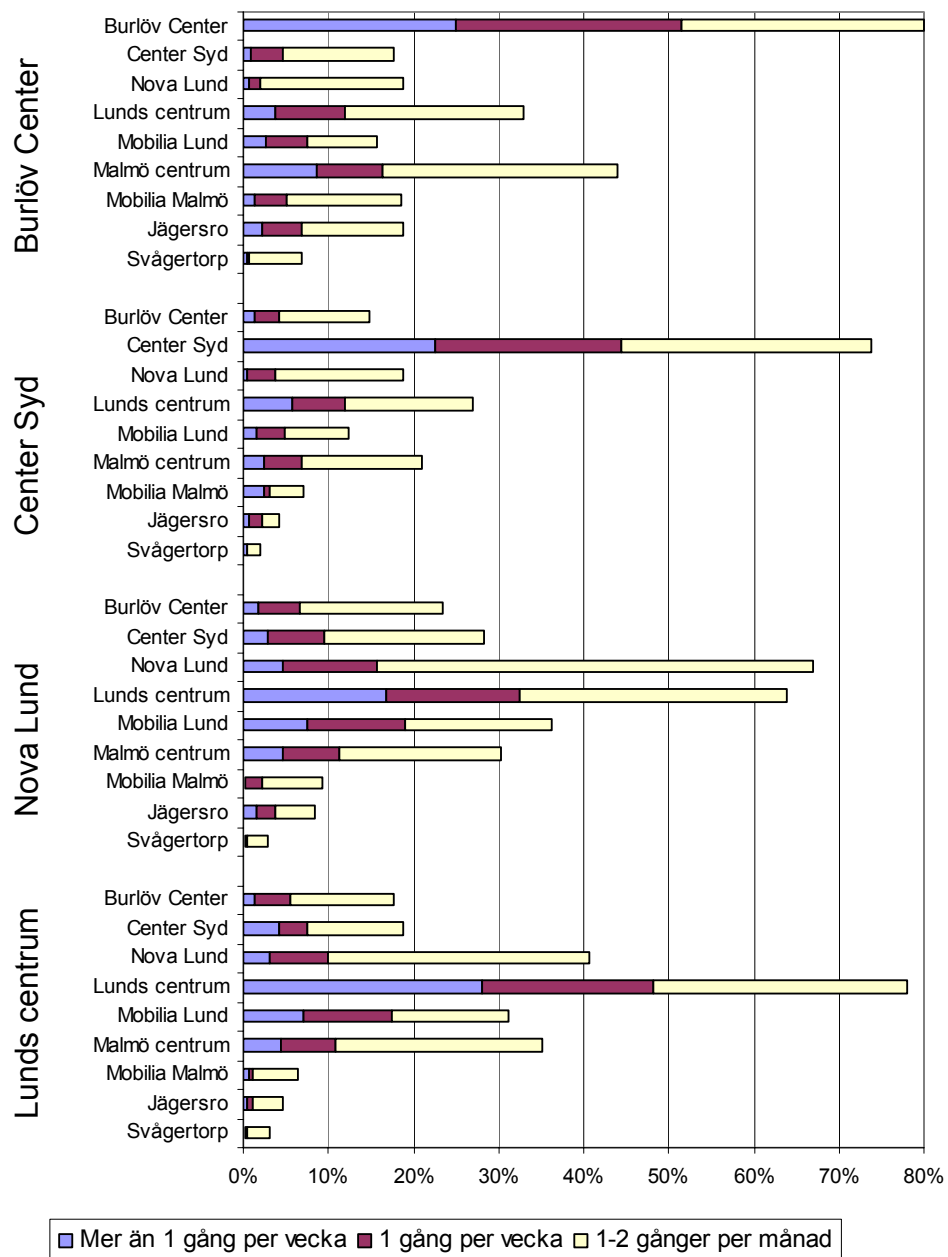
Figur 4.10 Färdmedelsfördelning beroende på inköpsställe. Bas=alla.

### **Vilka etableringar väljs**

Förutom besöket på den aktuella etableringen, besöker de svarande även andra etableringar. I Figur 4.11 nedan beskrivs hur ofta besökarna på respektive etablering besöker andra skånska etableringar och städer.

Besökarna på Burlöv Center följt av besökarna till Lunds centrum är de som är mest trogna sin inköpsplats. Kring hälften åker dit minst en gång i veckan. Även besökarna på Center Syd är trogna sin etablering, de gör också minst antal besök på andra etableringar.

Nova Lund har den minst trogna besöksskaran. Besökarna där åker ofta inte dit mer än 1-2 gånger i månaden och åker oftare till Lunds centrum. Över 30 % av Nova Lunds besökare åker till Lunds centrum minst en gång per vecka. Att Novas besökare tillhör den minst "trogna" gruppen, beror troligen delvis på att Nova Lund inte erbjuder livsmedel och annat som man handlar på daglig basis.



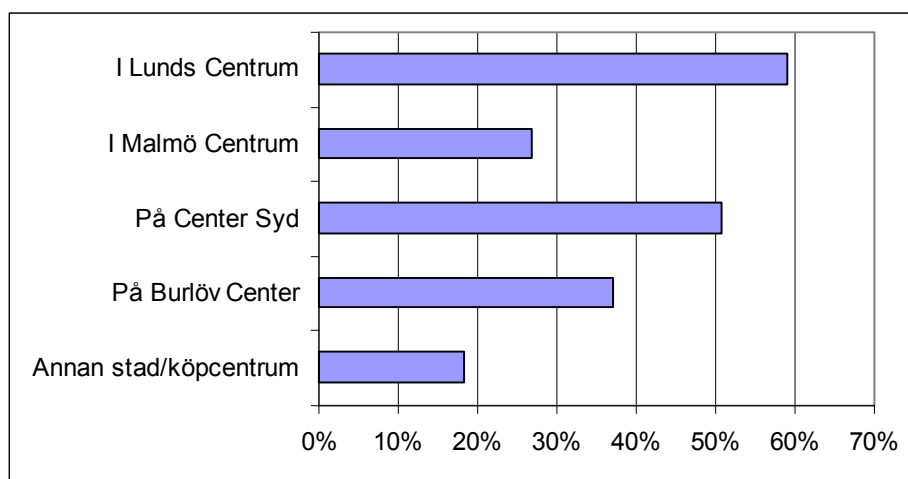
Figur 4.11 Frekvens för besök på nio skånska etableringar under två veckor. Bas=alla.

### 4.3 Resor innan Nova Lund fanns

Eftersom Nova Lund är så pass nyetablerat (öppnade i september 2002) fanns möjlighet att ställa en extra uppsättning frågor till besökarna där. Frågorna behandlade respondenternas inköpsvanor som de såg ut innan Nova Lund öppnade. Förhoppningen var att många av besökarna på Nova Lund fortfarande skulle minnas hur de brukade handla för två år sedan. Observera att svaren som presenteras nedan kommer från såväl bilburna besökare som besökare som åkt kollektivt. Antalet svar från bilburna besökare dominerar dock kraftigt.

#### **Var man handlade innan**

Första frågan avsåg var respondenterna tidigare brukade göra samma typ av inköp som de gjorde på Nova under det aktuella tillfället. Det är 60 % av besökarna som uppger att de tidigare brukade göra den här typen av inköp i Lunds centrum, vilket visas i Figur 4.12. Över 50 % svarar att de tidigare handlade på Center Syd, och knappt 40 % att de brukade handla på Burlöv Center. Observera att summan av andelarna blir större än 100 %, eftersom respondenterna har kunnat ange flera alternativ.

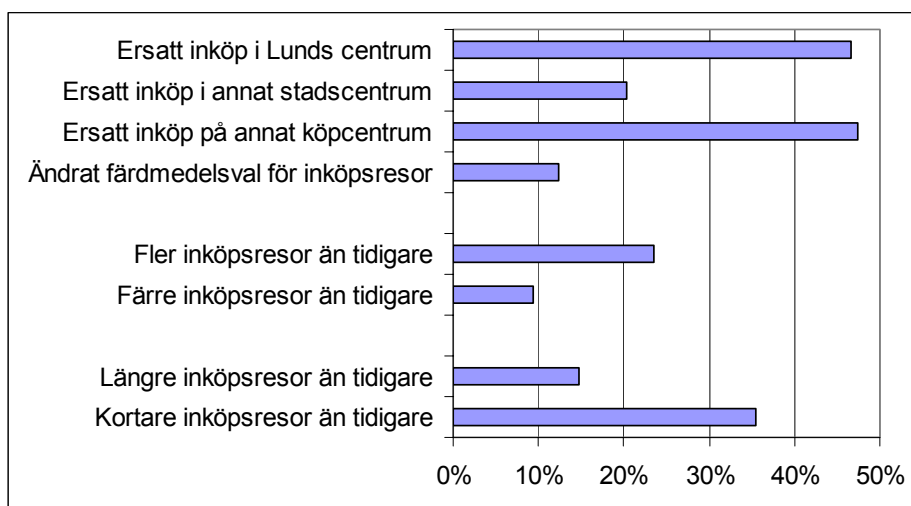


Figur 4.12 Var besökarna på Nova Lund gjorde sina inköp innan Nova Lund öppnade. Bas=besökare på Nova Lund.

#### **Hur Nova Lund påverkat inköpsresorna**

Knappt hälften av besökarna på Nova Lund uppger att de ersatt besök de tidigare gjorde i Lunds Centrum med besök på Nova Lund. Ungefär lika många har ersatt besök på andra köpcentrum, se Figur 4.13.

Endast 12 % uppger att de har ändrat färdmedelsval för inköpsresor på grund av Nova Lunds öppnande. Nova Lund har lett till fler men kortare inköpsresor, enligt besökarnas egna svar.



Figur 4.13 Andelen som instämmer i olika påståenden om hur Nova Lund påverkat inköpsresorna. Bas=besökare på Nova Lund.

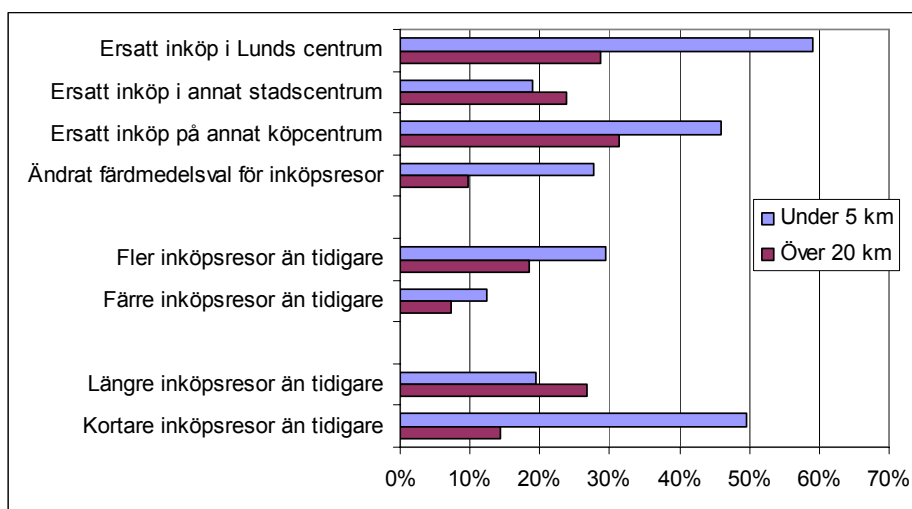
Bland de respondenter som angett att de ersatt inköp de tidigare gjorde i Lunds centrum med besök på Nova Lund, är det ca 45 % som anser att öppnandet av Nova Lund har lett till att deras inköpsresor blivit kortare, medan knappt 20 % i denna grupp anser att Nova Lund lett till längre inköpsresor.

I gruppen som uppger att de gör fler inköpsresor sedan Nova Lund öppnade, är det knappt hälften som även uppfattar att deras inköpsresor blivit kortare, och ca 35 % som uppger att deras inköpsresor blivit längre.

Bland de respondenter som uppger att Nova Lunds öppnande har lett till färre inköpsresor, är det drygt hälften som upplever att inköpsresorna blivit kortare, medan ungefär en fjärdedel uppger att inköpsresorna blivit längre.

Nova Lunds öppnande har påverkat respondenterna på olika sätt beroende av var de bor. De som bor inom 5 km från Nova Lund har i betydligt högre grad än övriga ersatt inköp i Lunds centrum, se Figur 4.14.





Figur 4.14 Andelen som instämmer i olika påståenden om hur Nova Lund påverkat inköpsresorna. Bas=besökare på Nova Lund som bor inom 5 km respektive mer än 20 km från etableringen.

Närboende har också i högre grad ändrat färdmedelsval för sina inköpsresor sedan Nova Lund öppnade. Nästan 30 % av dem som bor nära Nova Lund uppger att de har ändrat färdmedelsval. Somliga kan ha bytt från att köra bil, gå eller cykla till att åka kollektivt, andra kan å andra sidan ha bytt resor till fots, med cykel och med buss till bilresor. Observera att merparten av de svarande är bilister, som fått enkäten under ett besök med bil på Nova Lund. Om även fotgängare och cyklister ingått i svarsgruppen, skulle kanske svarsfördelningen på denna fråga ha varit annorlunda.

Den största skillnaden mellan dem som bor nära och dem som bor längre ifrån Nova Lund, uppträder på frågan om Nova Lunds öppnande lett till kortare eller längre inköpsresor. Hela 50 % av de som bor inom 5 km från Nova Lund uppger att de numera reser kortare än de gjorde innan Nova Lund öppnade. Endast 15 % av de som bor långt från Nova Lund anger att deras inköpsresor blivit kortare, medan dryga 25 % av dessa respondenter anger att inköpsresorna blivit längre.

Resultaten innehåller flera dimensioner. Av dem som nu besöker Nova Lund finns olika mönster för på vilket sätt man förändrat sitt beteende på grund av Nova Lunds öppnande. Det finns de som tidigare med bil reste till andra etableringar längre bort och nu kan göra kortare resor. Det finns också såna som nu reser längre än tidigare eftersom Nova Lund lockar mer. Det finns emellertid även personer som tidigare inte reste med bil för sina inköp som nu tar bilen till Nova Lund.

Eftersom trafikarbetet totalt är större för Nova Lund (jmf bl a Figur 7.4) än för andra etableringar, innebär det att det totala trafikarbetet för dem som nu ökar sitt resande överstiger det totala trafikarbetet för dem som minskar sitt trafikarbete.

## 4.4 **Sammanfattning**

Nova Lund och Lunds Centrum har något yngre besökare än de andra etableringarna. Burlöv Centers kundgrupp har kortast avstånd följt av Lunds Centrum, som även har hög andel icke bilburna besökare.

Besökarna, både kollektivtrafik- och bilburna, till Lunds centrum gör flest inköpsresor per vecka. Minst antal inköpsresor per vecka gör besökarna på Burlöv Center. Antalet inköpsresor per vecka har generellt sjunkit från 1994.

Vid **inköp på hemorten** görs nästan hälften av respondenternas resor med bil. Vid inköp på köpcentrum görs nio av tio inköpsresor med bil.

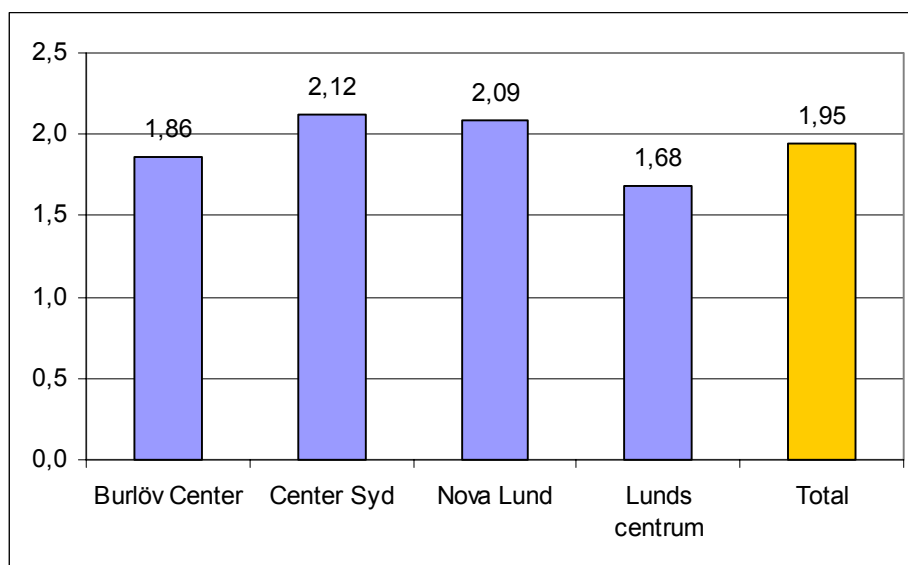
Besökarna på Nova Lund uppger att Nova har lett till fler men kortare inköpsresor och ersatt tidigare resor till Lunds Centrum, Center Syd och Burlöv Center.

## 5. De bilburna besökarnas resa till etableringen

### 5.1 Om resan

#### **Beläggning per bil**

Beläggningen per bil är störst i Center Syd och Nova Lund, med i genomsnitt 2,1 personer i bilen, och lägst för besökarna i Lunds centrum, där beläggningen är 1,7 personer per bil (Figur 5.1).



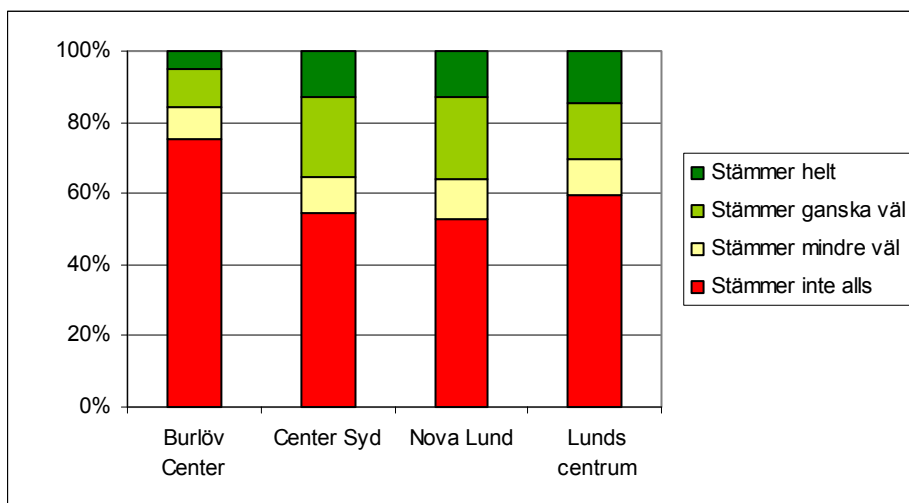
Figur 5.1 Beläggning per bil för bilburna besökare på de fyra etableringarna. Bas=bilister.

Motsvarande siffror från studien 1994 var 2,1 personer per bil både till Burlöv Center och Center Syd.

#### **Resan som utflykt/nöje**

Ungefär en tredjedel av såväl Nova Lunds besökare som Center Syds besökare ser på sitt besök som en utflykt eller ett nöje. Även besökarna i Lunds centrum anser i relativt stor utsträckning att besöket är ett nöje. Bland besökarna på Burlöv Center är det dock bara en sjättedel som ser besöket som en utflykt eller ett nöje, se Figur 5.2.

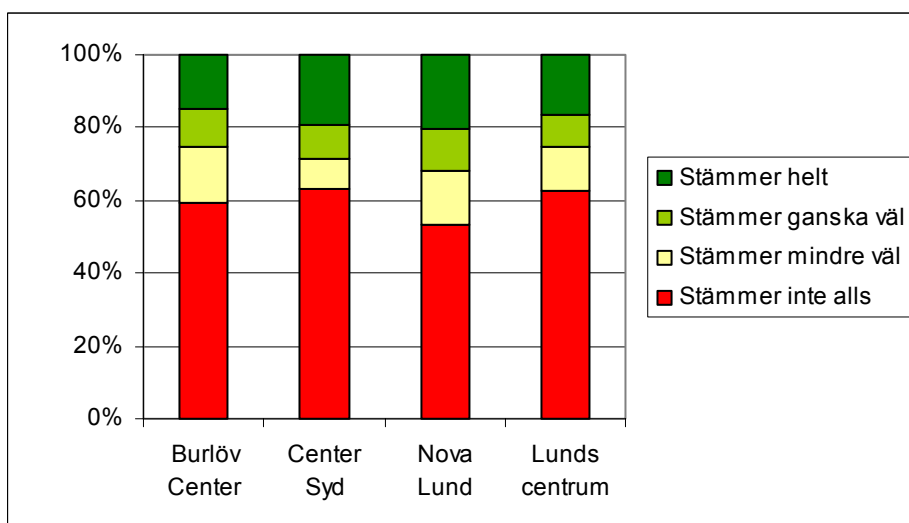
Låginkomsttagare ser besöket som en utflykt eller nöje i signifikant högre grad än höginkomsttagare.



Figur 5.2 Besöket på etableringen som en utflykt eller ett nöje. Bas=bilister.

## Resan som omväg

En fråga i enkäten behandlade huruvida respondenten själv ansåg att besöket på etableringen hade inneburit en omväg. Detta är en högst personlig bedömning, och de flesta ansåg inte att besöket innebar en omväg, se Figur 5.3.



Figur 5.3 Andel som instämmer i påståendet att besöket på etableringen var en omväg. Bas=alla bilister.

## 5.2 Val av inköpsställe

### Anledning till val av just denna etablering

I enkäten ställdes en rad frågor om vad som var viktigt vid valet av etablering den aktuella dagen. Respondenterna fick gradera faktorerna på skalan ”mycket viktigt”, ”ganska viktigt”, ”mindre viktigt” och ”inte alls viktigt”. I Tabell 5.1 nedan visas en sammanställning av andelen som svarat ”mycket viktigt” eller ”ganska viktigt” för de olika faktorerna. De fem viktigaste faktorerna för varje etablering är markerade med en skuggad ruta. Några av faktorerna fanns inte med i enkäten för besökarna i Lunds centrum. Detta gällde faktorerna ”Lätt att parkera”, ”Gratis att parkera”, ”Lätt att ta sig fram (med barnvagn/rullstol)” och ”Inomhus/Slippa gå ute”. Lättåtkomligt med bil fanns med och kommer för besökarna i Lunds centrum bara snäppet under betydelsen av Lund som mötesplats.

Tabell 5.1 Gradering av faktorer som avgjorde valet av etablering. Andel som svarat ”mycket viktigt” eller ”ganska viktigt”. De skuggade rutorna visar på de fem viktigaste faktorerna för varje etablering. Bas=bilister.

	Burlöv Center		Center Syd		Nova Lund		Lunds centrum	
	Mkt+ ganska viktigt	Mkt viktigt	Mkt+ ganska viktigt	Mkt viktigt	Mkt+ ganska viktigt	Mkt viktigt	Mkt+ ganska viktigt	Mkt viktigt
Nära min bostad	58%	29%	56%	27%	44%	14%	41%	18%
Nära mitt arbete	16%	6%	12%	5%	20%	9%	26%	14%
På väg till arbetet	27%	11%	16%	9%	23%	13%	23%	8%
På väg till annan plats	23%	6%	19%	6%	28%	8%	21%	7%
Lättåtkomligt med bil	92%	55%	89%	54%	90%	52%	62%	32%
Butiksmix	91%	55%	92%	63%	90%	57%	73%	40%
Öppetider	92%	59%	89%	57%	88%	55%	61%	22%
Mötesplats	33%	12%	46%	18%	60%	25%	65%	30%
Service	47%	14%	51%	16%	59%	30%	27%	11%
Speciella butiker	86%	37%	91%	48%	90%	53%	79%	48%
Speciella märken	75%	28%	77%	37%	80%	45%	63%	33%
Tilltalande miljö	66%	20%	73%	25%	79%	34%	72%	39%
Evenemang	29%	11%	31%	12%	28%	11%	42%	17%
Aktuellt erbjudande	35%	12%	26%	13%	21%	8%	23%	11%
Lätt att parkera	96%	70%	91%	61%	95%	64%		
Gratis att parkera	95%	73%	89%	67%	91%	67%		
Lätt att ta sig fram	57%	29%	49%	30%	49%	30%		
Inomhus	71%	36%	67%	31%	58%	28%		

För alla de tre externa etableringarna är faktorerna ”Lätt att parkera” och ”Gratis att parkera” viktiga för valet av etablering. (Dessa svarsalternativ fanns inte för Lunds centrum). Även att centret är ”Lättåtkomligt med bil” har runt 90 % av besökarna på externa etableringar ansett vara mycket eller ganska viktigt. Den enda faktorn som besökare på samtliga platser placerar högt är ”Butiksmix”. Besökarna i Lunds centrum väljer

att handla där främst för att det finns speciella butiker och en tilltalande miljö.

## ***Val av en speciell etablering trots att en annan etablering finns närmare hemmet***

En faktor som till viss del påverkar vilken etablering man väljer att besöka, är avståndet från hemmet till etableringen. I tidigare avsnitt visades att 40-60 % anser att det är viktigt att etableringen ligger nära bostaden. Vi har även, med hjälp av GIS, studerat hur många som valt sin närmaste etablering.

I undersökningen har definierats två grupper med etableringar som kan anses vara relativt likvärdiga med avseende på storlek och butiksmix.

I grupp 1 ingår externa etableringar med en yta över 20 000 kvm<sup>20</sup> och en relativt jämförbar butiksmix samt de stora tätorternas stadscentra, samtliga i Skåne. I grupp 2 ingår samtliga externa etableringar i Skåne samt de medelstora och stora stadscentra som ligger i närområdet.

Hypotesen är att för vissa inköp kan man välja det närmaste centret, utan att ställa så stora krav på utbud, öppettider etc. För vissa andra inköp kan det däremot vara befogat att välja en etablering som ligger lite längre bort för att få tillgång till större utbud och bättre öppettider. Analys har därför gjorts av såväl *närmaste* etablering som *närmaste större* (i detta fall likvärdiga) etablering. I Tabell 5.2 visas uppdelningen av etableringar i grupp 1 och grupp 2.

*Tabell 5.2 Gruppindelning av etableringar i Skåne.*

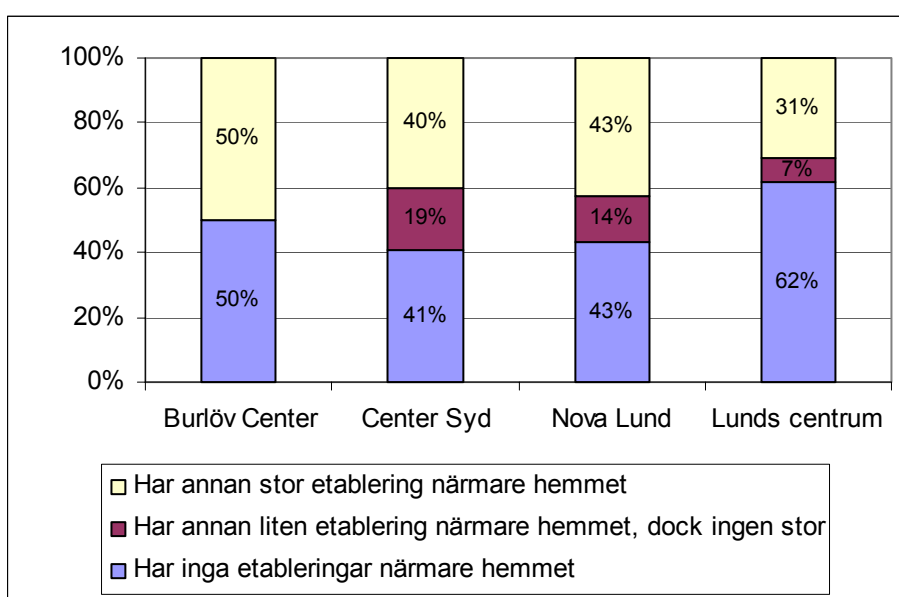
<b>Grupp 1</b>	<b>Grupp 2</b>
<i>Externa etableringar &gt;20 000 kvm och specifik butiksmix samt stora tätorter</i>	<i>Samtliga externa etableringar samt stora och medelstora tätorter</i>
Nova Lund/Mobilia	Nova Lund/Mobilia
Center Syd	Center Syd
Burlöv Center	Burlöv Center
Väla, Helsingborg	Väla, Helsingborg
Mobilia, Malmö	Mobilia, Malmö
Jägersro, Malmö	Jägersro, Malmö
Malmö Centrum/Triangeln	Malmö Centrum/Triangeln/Caroli City
Lunds Centrum	Lunds Centrum
Helsingborgs centrum	Helsingborgs centrum
Kristianstad centrum	Kristianstad centrum
	Eslövs centrum
	Svågertorp, Malmö
	Hyllinge
	RoCent, Rosengård, Malmö
	Landskrona centrum
	Trelleborgs centrum
	Ystad centrum

<sup>20</sup> Köpcentrumkatalogen 01/02, 2002

För varje respondent har närmaste etablering tagits fram, och därefter har respondenterna klassificerats utifrån om de valt att besöka sin närmaste etablering eller om det finns ett stort eller medelstort centrum närmare deras bostad, som de kunde ha besökt istället. Skillnaderna i avstånd mellan hemort och etablering anges i hela kilometer.

I de fall där respondenten har lika nära till två eller tre olika etableringar, och har valt att besöka en av dessa, har respondenten ansetts besöka sin närmaste etablering.

I början av avsnitt 5.2 visade det sig att mellan 14 % (Nova Lund) och 29 % (Burlöv Center) av besökarna angett att avståndet till hemmet var en *mycket viktig* faktor för valet av etablering, se Tabell 5.1. Resultatet som visas i Figur 5.4 stämmer inte med det påståendet.



Figur 5.4 Andel av de bilburna besökarna som har besökt sin närmaste etablering (analys av ToR-avstånd). Bas=alla bilister.

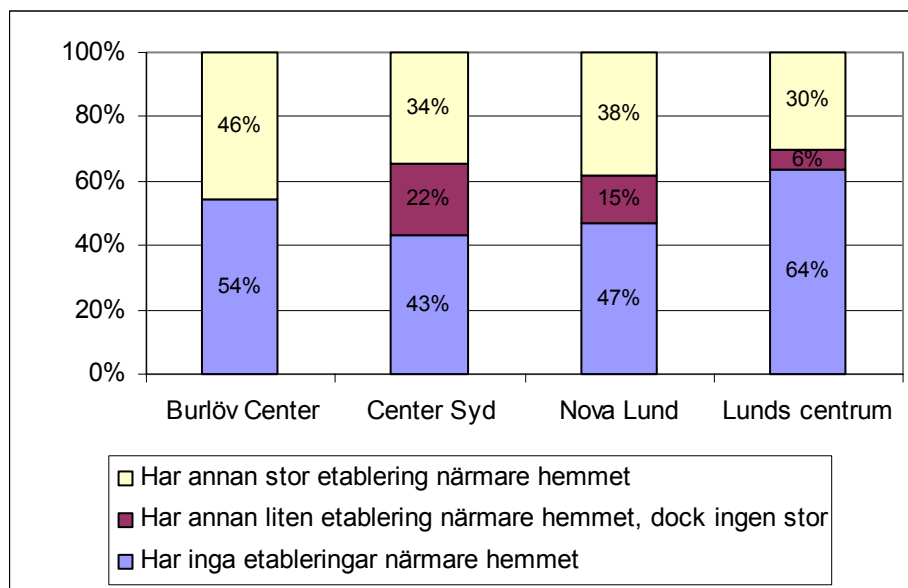
Trots att Burlöv-besökarna i högst utsträckning angett att närheten till hemmet är en viktig faktor när man väljer vilken etablering, är det endast hälften av besökarna där som faktiskt bor närmast Burlöv Center. En närmare analys visar att många av besökarna på Burlöv Center bor i Lund eller i Malmö. Dessa har enligt vår definition närmare till andra etableringar än till Burlöv Center. Att man ändå väljer Burlöv måste alltså bero på andra faktorer än bara närheten. Här kan arbetspendling spela in, likaså att besökarna uppfattar att Burlöv Center har kvalitéer som andra etableringar inte har.

Bland de bilburna besökarna i Lunds centrum är det hela 62 % som har Lunds centrum som sin närmaste etablering. Detta gäller bl a besökare som kommer från Dalby, Hjärup, Staffanstorp, Södra Sandby och Veberöd. Trots att endast 18 % i Lunds centrum ansåg närhet vara en mycket

viktig faktor vid val av etablering har de alltså valt sin närmaste etablering i betydligt högre utsträckning än t ex besökarna på Burlöv Center. Anledningen till att förhållandevis många av besökarna i främst Lunds Centrum, men även på Nova Lund, uppges ha besökt sin närmaste etablering, beror troligen på att avstånden till Lunds Centrum och till Nova är lika stora för många boende i Lunds stad. Detta är en följd av att nätverksanalysen är en så pass grov metod, att avstånd inom en tätort ofta blir schablonmässiga. Om en respondent har lika långa avstånd till två etableringar, och har valt att besöka en av dessa, anses denna respondent ha besökt sin närmaste etablering. Därför kan en del boende i Lund besöka antingen Lunds Centrum eller Nova Lund, och klassificeras i gruppen "besökt närmaste etablering" oavsett vilken etablering som väljs.

### Specialstudie av dem som rest tur- och retur

Återigen ska påpekas att många av besöken på etableringarna är delar i en reskedja. Det kan finnas många orsaker till att man väljer att handla på en etablering som inte ligger nära hemmet, exempelvis arbetspendling eller andra ärenden. Därför är det särskilt intressant att undersöka den grupp av besökare som enbart gjort en tur- och returresa till etableringen vid det aktuella besöket. För dessa besökare finns egentligen inga skäl att välja den aktuella etableringen, förutom den personliga preferensen, som kan väga nog så starkt.



Figur 5.5 Andel av tur- och returbesökarna som har besökt sin närmaste etablering (analys av ToR-avstånd). Bas=alla bilister som åkt tur- och retur.

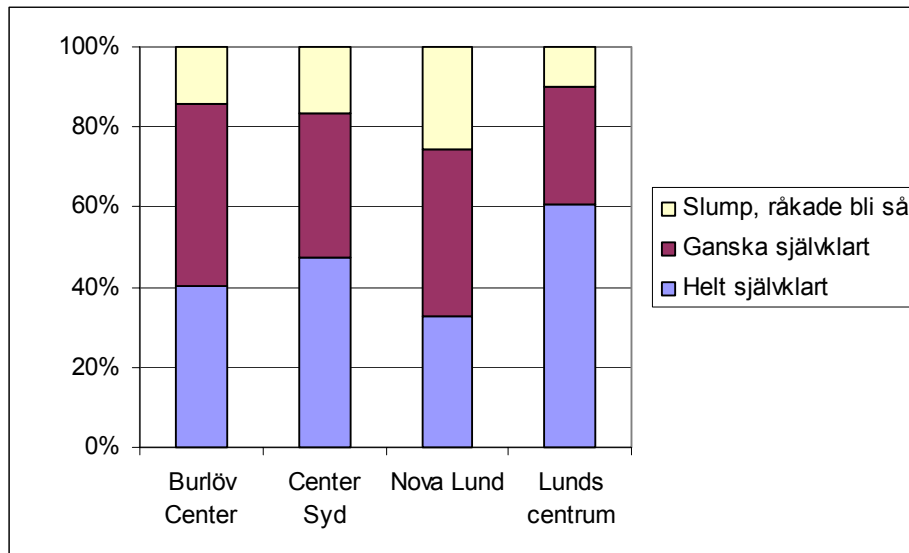
Andelen som besökt sin närmaste etablering bland tur- och returbesökarna är något större än i analysen i Figur 5.4 där samtliga respondenter ingår. Skillnaderna är dock små, mellan två och fyra procentenheter för samtliga etableringar. Alla de som valt att under ett tur- och returbesök åka till en etablering längre bort från hemmet, måste således se kvalitéer



i den besökta etableringen som inte finns på etableringarna närmare hemmet.

### **Vilka alternativ stod valet mellan**

Störst andel besökare som såg valet av etablering som självklart finns i Lunds centrum (61 % av de bilburna besökarna). Bland besökarna på Nova Lund var det bara 33 % som upplevde valet av etablering som självklart, 25 % uppger att det var en slump att man besökte just Nova.



Figur 5.6 Andel självklara och tveksamma besökare på de fyra etableringarna. Bas=bilister.

## **5.3 Inköp**

### **Vad köper man**

Utbudet varierar mellan de olika etableringarna, så även vilka typer av varor besökarna köper. I Tabell 5.3 listas tolv olika varukategorier, och andelen besökare som köpt något ur varje kategori anges för varje etablering. Eftersom varje respondent kan köpa många olika saker under ett och samma besök, blir summan av andelarna i varje kolumn större än 100 %. De fem viktigaste varukategorierna för varje etablering är markerade med grå rutor.

Besökarna på Center Syd är de mest köpglada om man ser till antalet varukategorier man handlat. 92 % av besökarna på Center Syd handlar något under sitt besök, och de gör inköp från i snitt 2,3 varukategorier per person. Bland de bilburna besökarna i Lunds centrum är det bara 80 % som gör något inköp, å andra sidan gör de, som vi visat i Tabell 4.1, fler inköpsresor än de på Center Syd (4,0 per vecka jämfört med 3,4).

Tabell 5.3 Respondenternas inköp. Bas=alla bilister, respektive bilister som gjort inköp.

	Burlöv Center	Center Syd	Nova Lund	Lunds centrum
<i>Andel av besökarna som gjort inköp</i>	89%	92%	88%	80%
<i>Antal varukategorier i snitt bland dem som gjort inköp</i>	1,97	2,27	1,89	1,95
Livsmedel, blommor	76%	47%	4%	30%
Kläder eller skor	28%	54%	73%	36%
Till hemmet	12%	14%	18%	17%
Sport och fritid	4%	9%	12%	7%
Leksaker	5%	10%	9%	5%
Hälsa och skönhet	19%	18%	12%	19%
Smycken, ur, optik	4%	7%	4%	7%
Elektronik, foto	7%	10%	2%	6%
Musik, böcker	6%	11%	9%	14%
Bygg- och trädgård	18%	6%	0%	2%
Besökt café, restaurang	17%	36%	43%	36%
Annat inköp	1%	4%	2%	17%

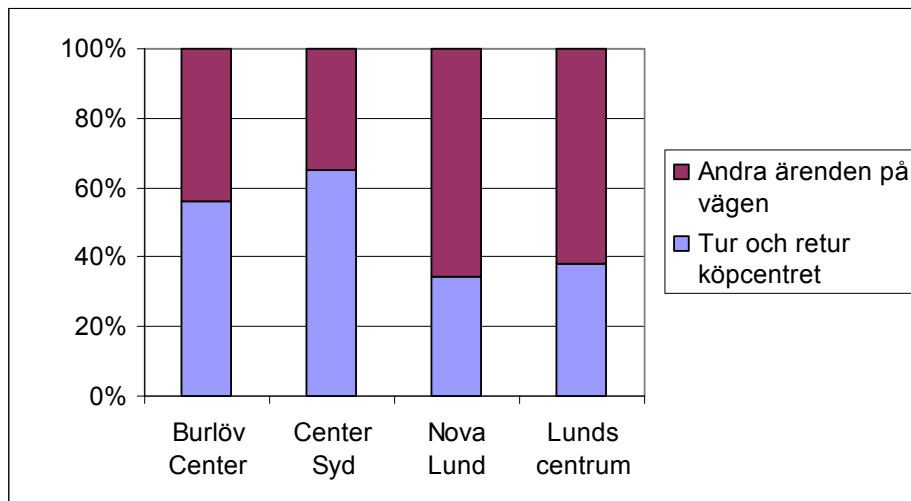
För besökare på Burlöv Center är det livsmedelsinköpen som dominerar. 76 % av dem som gör något inköp, väljer att köpa livsmedel eller blommor. Näst största varukategori är kläder och skor, som dock är betydligt lägre här än för de andra etableringarna.

På Nova Lund är kläder och skor den överlägset viktigaste varugruppen, 73 % av besökarna som gör inköp på Nova, går därifrån med kläder eller skor i påsen. På Center Syd köper drygt hälften kläder eller skor och knappt hälften livsmedel. I Lunds centrum är besök på café och restaurang samt inköp av kläder och skor de största kategorierna. Andelen som väljer att äta eller fika är dock högst på Nova Lund, med 43 %. I Lunds centrum finns en stor andel som angett ”annat inköp”.

## 5.4 Reskedjans utseende

### ***Hur ser reskedjan ut, tur- och returesor eller kombinationsresor***

Mellan 40 och 60 % av resorna som beskrivits i respondenternas resdagböcker är tur- och returesor, vilket innebär att inga andra ärenden har utträttats på väg till eller från etableringen. Övriga resor ingår i reskedjor, där respondenten kombinerat besöket på etableringen med att arbeta, hämta eller lämna barn eller andra, utföra andra inköp eller andra ärenden. Andelen tur- och returbesökare är högst bland besökarna på Center Syd, se Figur 5.7.



Figur 5.7 Reskedjans utseende för besökare på de fyra etableringarna. Bas=bilister

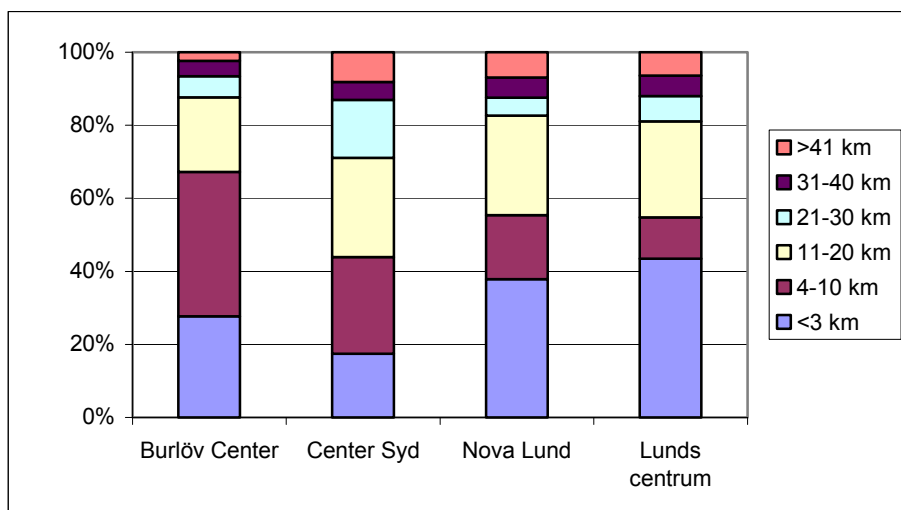
På helgerna är det betydligt vanligare att göra tur- och returresor än på vardagarna. Andelen tur- och returresor på lördagar och söndagar är i genomsnitt 60 %, på vardagar 41 %.

Låginkomsttagare gör fler tur- och returresor medan höginkomsttagare oftare kombinerar sina butiksbesök med andra ärenden. Höginkomsttagare (med medelhög och hög inkomst) gör i signifikant högre grad än låginkomsttagare butiksbesöken på väg hem från jobbet. I genomsnitt har 17 % av alla respondenter gjort besöket på etableringen på väg till eller från jobbet, för höginkomsttagarna är andelen nästan dubbelt så stor. Bland besökarna i Lunds centrum är andelen så hög som 28 %, vilket till viss del kan bero på inkomstgruppstillhörigheten.

Knappt en tredjedel av respondenterna uppger att de besökt något annat inköpsställe under samma resa som besöket på etableringen. Skillnaderna mellan olika etableringar och mellan olika inkomstgrupper är mycket små.

### **Länklängder vid resor till etableringarna**

På grund av de olika etableringarnas geografiska placering, varierar också längderna på de delresor som besökarna gör under dagen då besöket görs, se Figur 5.8. Länklängderna är längst för besökare på Center Syd. Flest riktigt korta resor, upp till 3 km, gör besökarna i Lunds centrum och på Nova Lund, och störst andel medelkorta resor gör besökarna på Burlöv Center.

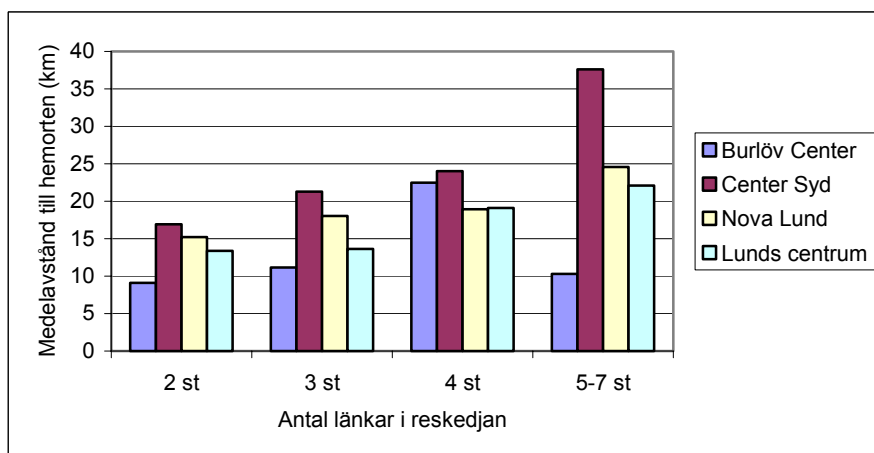


Figur 5.8 Länklängder vid resor till de olika etableringarna. Bas=bilister, alla länkar som kunnat avståndssättas.

### Reskedjans utseende beroende på avstånd till etableringen

Den allmänna trenden verkar vara att ju längre bort från etableringen respondenten bor, desto fler länkar ingår i reskedjan. För besökare på Center Syd med mellan fem och sju resor i sin reskedja, är medelavståndet till bostaden nästan fyra mil. Detta tyder på att besökare som har långt att resa till sin etablering, i hög utsträckning kombinerar denna resa med andra ärenden.

De som gör tur- och returesor till etableringarna (dvs de som endast har två länkar i sin reskedja) har också kortast medelavstånd till hemmet, se Figur 5.9. Utifrån detta skulle man kunna dra slutsatsen att närhet till en extern etablering gör det mer sannolikt att man väljer att åka tur och retur utan att kombinera resan med andra ärenden.



Figur 5.9 Hur avståndet från bostadsorten till affäretableringen varierar med antal länkar. Bas=bilister, alla länkar som kunnat avståndssättas.

## ***Vilka ärenden kombineras inköpsresan med***

I reskedjor med tre länkar kombineras besöket på etableringen med ett annat ärende. Vanligast är att besöket kombineras med arbete. Mellan 22 % (på Center Syd och på Nova Lund) och 33 % (i Lunds centrum) har kombinerat inköpsresan med en arbetsresa. Andra inköp står för mellan 10 och 40 % av ärendena. Att kombinera inköpsresan med att hämta eller lämna barn eller andra görs av mellan 7 och 12 % av respondenterna. Även fritidsaktiviteter och besök hos släkt och vänner är relativt vanliga ärenden och står för ungefär 10 % vardera.

I reskedjor med fyra eller fler länkar är det främst ärenden som att hämta och lämna personer och saker som ökar sina andelar. Över 60 % av reskedjorna med fyra eller fler länkar innehåller minst ett sådant ärende. I övrigt är det precis som i fallet med trelänksresorna arbetsresor och andra inköp som är vanligast att uträtta i kombination med besöket på etableringen.

## **5.5 Sammanfattning**

Betydligt färre idag än 1994 ser besöket på affärsetableringen som ett nöje eller utflykt.

Viktigaste faktorn för val av en specifik etablering är generellt mixen av butiker. Öppettider och biltillgänglighet är också viktiga faktorer för att välja externa etableringar för sina inköp.

Runt hälften av besökarna på de externa etableringarna har alternativa etableringar som ligger närmare hemmet. I Lund centrum har bara cirka en tredjedel det.

På helgerna är det betydligt vanligare att göra tur- och returresor än på vardagarna. Låginkomsttagare gör fler tur- och returresor medan höginkomsttagare oftare kombinerar sina butiksbesök med andra ärenden. Det vanligaste är att besöket görs på väg till eller från arbetet.



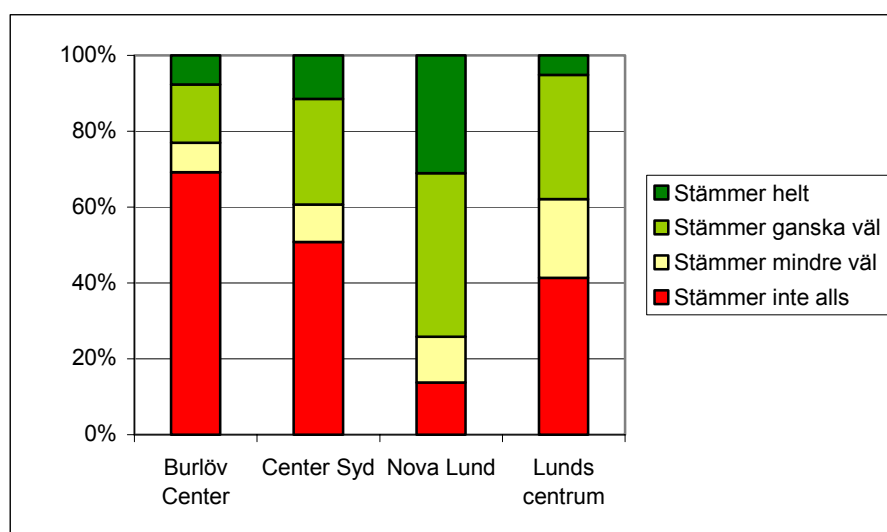
## 6. Kollektivresenärernas resa till etableringen

För samtliga analyser avseende kollektivtrafikresenärer gäller att underlaget är relativt litet. Det totala antalet svar från kollektivtrafikresenärer är 226, och när respondenterna bryts ner per etablering blir grupperna därför mycket små. Detta är viktigt att ha i åtanke när resultaten diskuteras och analyseras.

### 6.1 Om resan

#### Resan som utflykt/nöje

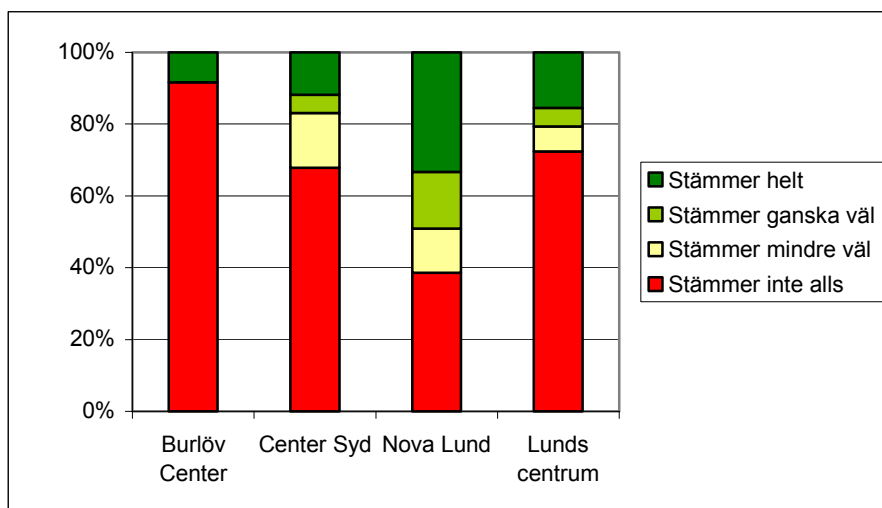
Det är 74 % av Nova Lunds besökare som helt eller delvis ser på sitt besök som en utflykt eller ett nöje. För övriga etableringar är andelen som uppfattar sitt besök som ett nöje betydligt lägre. Bland besökarna på Burlöv Center är det bara 23 % som instämmer helt eller ganska väl i att besöket är en utflykt eller ett nöje.



Figur 6.1 Besöket på etableringen som en utflykt eller ett nöje. Bas=kollektivtrafikresenärer.

#### Resan som omväg

En fråga i enkäten behandlade huruvida respondenten själv ansåg att besöket på etableringen hade inneburit en omväg. Detta är en högst personlig bedömning som ska ställas i relation till hur man faktiskt har rest. Nästan hälften av besökarna på Nova Lund anser att besöket innebar en omväg, medan endast knappt 10 % av besökarna på Burlöv Center instämmer i detta påstående.



Figur 6.2 Andel som instämmer i påståendet att besöket på etableringen var en omväg. Bas=kollektivtrafikresenärer.

## 6.2 Val av inköpsställe

### **Anledning till val av just denna etablering**

I enkäten ställdes en rad frågor om vad som var viktigt vid valet av etablering att besöka den aktuella dagen. Respondenterna fick gradera faktorerna på skalan ”mycket viktigt”, ”ganska viktigt”, ”mindre viktigt” och ”inte alls viktigt”. I nedan visas en sammanställning av andelen som svarat ”mycket viktigt” eller ”ganska viktigt” för de olika faktorerna. De fem viktigaste faktorerna för varje etablering är markerade med en skuggad ruta. Vissa av faktorerna fanns inte med i enkäten för besökarna i Lunds centrum.

De faktorer som besökare på samtliga etableringar placerar högt är ”Butiksmix”, ”Speciella butiker” samt ”Lätt att ta sig dit”. Hela 69 % av besökarna på Nova anger att speciella butiker var en mycket viktig faktor för valet av Nova. 68 % av besökarna på Center Syd uppger att butiksmixen är mycket viktig. För samtliga externa etableringar finns öppettiderna med som en av de fem viktigaste faktorerna.

För besökarna i Lunds centrum och på Burlöv Center är det lättillgängligheten och butiksmixen som är de viktigaste faktorerna för valet. Besökarna i Lunds centrum är de enda som placerat en tilltalande miljö bland de fem viktigaste faktorerna.

De som åkt kollektivt till etableringarna anger i stort sett samma faktorer som de som åkt bil. Det som skiljer sig åt i rangordning är Lunds centrum har högst andel vad gäller möjligheten att lätt ta sig dit (det alternativet fanns dock inte för bil) och att Nova Lund räknas som mötesplats i högre grad av kollektivtrafikgruppen än av bilgruppen. Det kan bero på



att kollektivtrafikresenärer oftare tillhör en yngre kundgrupp som också i större utsträckning ser besöket som ett nöje.

Tabell 6.1 Andel som svarat ”mycket viktigt” eller ”ganska viktigt” för respektive faktor vid val av etablering. De skuggade rutorna visar på de fem viktigaste faktorerna för varje etablering. Bas= kollektivtrafikresenärer.

	Burlöv Center		Center Syd		Nova Lund		Lunds centrum	
	Mkt + ganska viktigt	Mkt viktigt	Mkt + ganska viktigt	Mkt viktigt	Mkt + ganska viktigt	Mkt viktigt	Mkt + ganska viktigt	Mkt viktigt
Nära min bostad	62%	38%	53%	28%	26%	7%	50%	23%
Nära mitt arbete	13%	9%	24%	20%	28%	12%	47%	21%
På väg till arbetet	42%	31%	24%	18%	18%	7%	53%	33%
På väg till annan plats	24%	10%	17%	4%	25%	5%	29%	13%
Lätt att ta sig dit	81%	58%	88%	61%	82%	42%	93%	68%
Butiksmix	77%	54%	90%	68%	87%	65%	86%	58%
Öppettider	76%	56%	88%	58%	83%	52%	71%	39%
Mötesplats	35%	22%	59%	32%	73%	26%	76%	40%
Service	41%	18%	55%	28%	64%	31%	30%	13%
Speciella butiker	76%	36%	90%	50%	92%	69%	86%	46%
Speciella märken	63%	13%	71%	30%	72%	51%	60%	26%
Tilltalande miljö	57%	30%	67%	30%	70%	35%	76%	35%
Evenemang	39%	13%	35%	18%	37%	14%	51%	13%
Aktuellt erbjudande	13%	9%	26%	9%	32%	17%	15%	8%
Lätt att ta sig fram	27%	9%	48%	37%	28%	19%		
Inomhus	35%	22%	65%	30%	68%	36%		

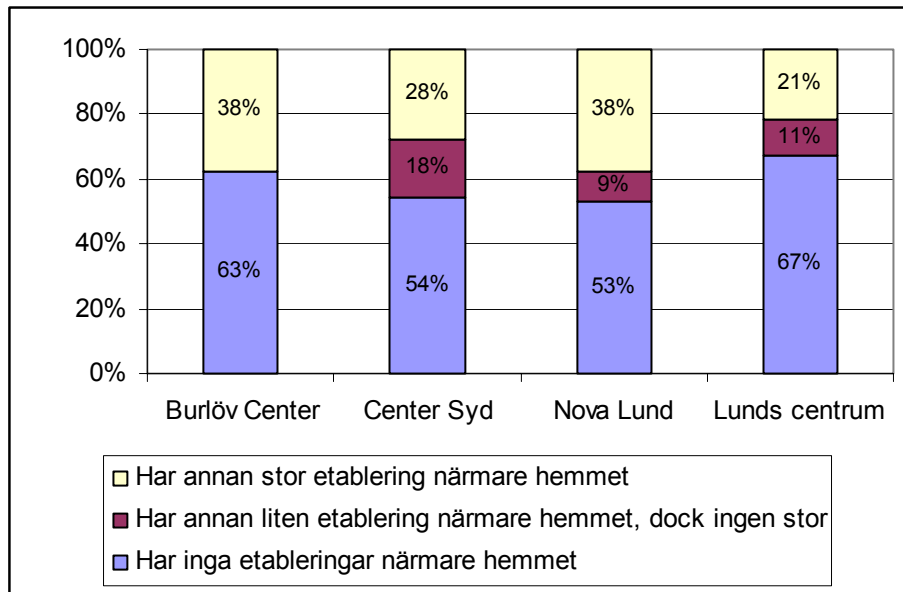
## Val av en speciell etablering trots att en annan etablering finns närmare hemmet

Liksom för de bilburna besökarna har vi, med hjälp av GIS, studerat hur många av kollektivtrafikresenärerna som valt sin närmaste etablering. Tidigare visades att ca 30-60 % anser att det är viktigt att etableringen ligger nära bostaden, dvs ungefär som för bilgruppen.

I undersökningen görs en indelning i två grupper, grupp 1 är stora externa etableringar över 20 000 kvm och viss butiksmix samt de stora städerna i Skåne; i grupp 2 ingår samtliga externa etableringar i Skåne samt de medelstora och stora stadscentrum som ligger i närområdet, se lista i Tabell 5.2.

I Figur 6.3 visas andelen som har besökt sin närmaste etablering, och andelarna som har andra etableringar närmare hemmet men trots detta valt att åka till en längre bort. Mellan 53 % (Nova Lund) och 67 % (Lunds centrum) har inga andra etableringar som ligger närmare deras hem. Däremot kan det finnas etableringar som *ligger ungefär lika långt bort*, skillnad kan i analysen inte göras för etableringar inom en och samma tätort. Det innebär att en boende någonstans i Lunds tätort kan välja att åka antingen till Nova Lund eller till Lunds centrum, och ändå klassificeras som att han besökt sin närmaste etablering. Resultat visar

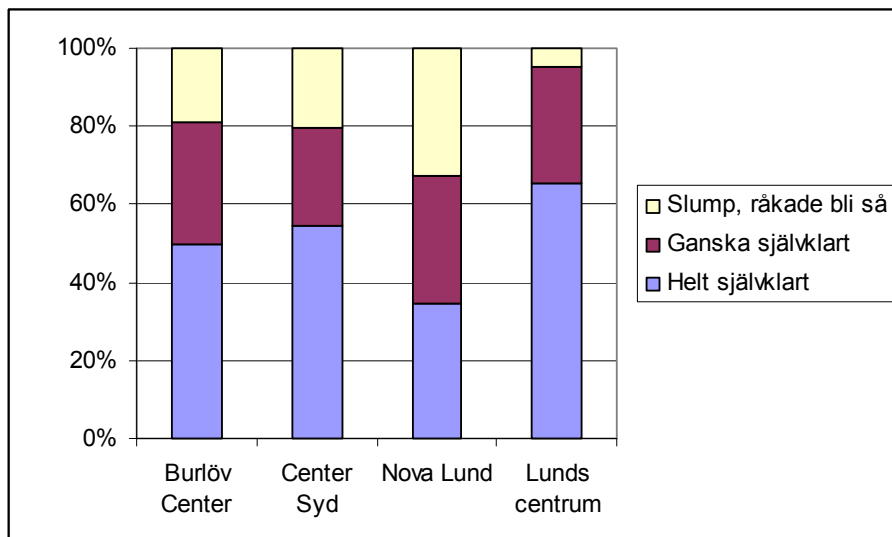
att de kollektivtrafikburna besökarna i högre grad än de bilburna tycks ha valt sin närmaste etablering.



Figur 6.3 Andel av kollektivtrafikresenärerna som har besökt sin närmaste etablering. Bas=kollektivtrafikresenärer.

### Vilka alternativ stod valet mellan

Störst andel självklara besökare finns i Lunds centrum. Det är 66 % av de kollektivtrafikåkande besökarna i Lund som tyckte att valet var helt självklart vid det aktuella besöket, och bara 5 % har angett att det var en slump att resan gick just dit, se Figur 6.4.



Figur 6.4 Andel självklara och tveksamma besökare på de fyra etableringarna. Bas=bilister.

Svaren i denna figur stämmer väl med de bilburnas svar när det gäller andelen som tycker valet är helt självklart.

## 6.3 Inköp

### Vad köper man

Utbudet varierar mellan de olika etableringarna, så även vilka typer av varor besökarna köper. I Tabell 6.2 listas tolv olika varukategorier, och andelen besökare som köpt något ur varje kategori anges för varje etablering. Eftersom varje respondent kan köpa många olika saker under ett och samma besök, blir summan av andelarna i varje kolumn större än 100 %. De viktigaste varukategorierna för varje etablering är markerade med grå rutor.

De kollektivtrafikburna besökarna på Center Syd är, liksom bilbesökarna, de mest köpglada. 84 % av besökarna på Center Syd handlar något under sitt besök, och de gör inköp från i snitt 1,91 varukategorier per person. Bland de bilburna besökarna i Lunds centrum är det bara 80 % som gör något inköp, dock köper varje besökare som gör inköp varor från 1,96 varukategorier.

Tabell 6.2 Andelen respondenter som köpt varor ur tolv varukategorier. Bas=kollektivtrafikresenärer som gjort inköp.

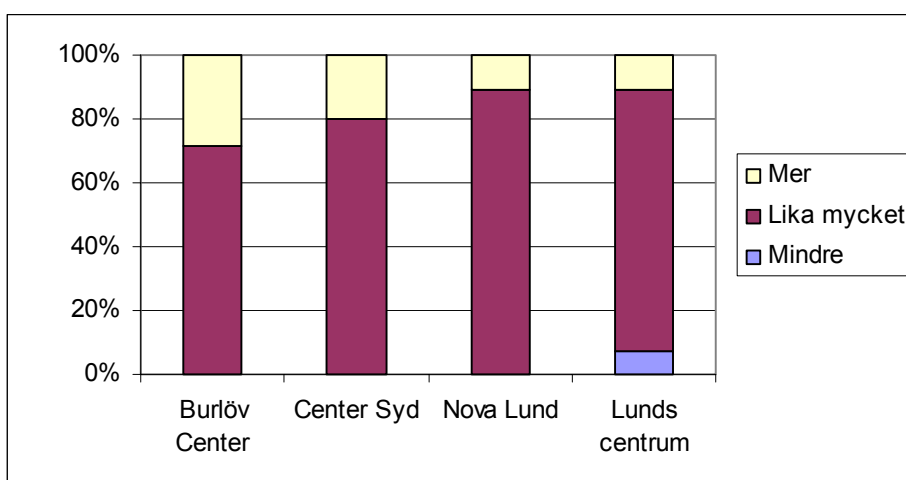
	Burlöv Center	Center Syd	Nova Lund	Lunds centrum
Andel av besökarna som gjort inköp	78%	84%	81%	80%
Antal varukategorier i snitt bland dem som gjort inköp	1,36	1,91	1,79	1,96
Livsmedel, blommor	56%	34%	4%	29%
Kläder eller skor	24%	50%	67%	49%
Till hemmet	0%	5%	8%	24%
Sport och fritid	0%	7%	10%	2%
Leksaker	0%	2%	6%	6%
Hälsa och skönhet	20%	16%	13%	29%
Smycken, ur, optik	4%	7%	8%	8%
Elektronik, foto	8%	5%	0%	4%
Musik, böcker	8%	12%	8%	14%
Bygg- och trädgård	0%	0%	2%	0%
Besökt café, restaurang	12%	48%	54%	31%
Annat inköp	4%	5%	0%	0%

Vilka varukategorier som är populärast på respektive etablering stämmer väl med de bilburnas svar (som redovisats i Tabell 5.3). För besökare på Burlöv Center är det, liksom hos bilgruppen, livsmedelsinköpen som dominerar. På övriga etableringar är det kläder och skor som ligger högst, följt av besök på restaurang och café. Andelen livsmedelsinköp är dock genomgående något lägre hos dem som åker kollektivt jämfört med dem som åker bil.

## **Inköpsvolymen för kollektivtrafikresenärer**

I en fråga specifik för kollektivtrafikresenärerna fick de uppskatta hur mycket de skulle ha handlat om de hade kört bil till etableringen istället för att åka kollektivt. Som framgår av Figur 6.5 tror de flesta, mellan 70 och 90 %, att de hade handlat lika mycket om de åkt bil.

På Burlöv Center är det största andelen, hela 30 %, som anger att de hade handlat mer om de hade åkt bil. Detta beror troligtvis på att livsmedel är en större andel av varuinköpen på Burlöv Center än för de övriga. I Lunds centrum, som har lägst andel livsmedelsinköp, är det betydligt färre som tror de skulle ha handlat mer om de åkt bil. Lika många där tror att de kanske skulle ha handlat mindre om de åkt bil, vilket kanske beror på att man stannat kortare tid i centrum då.



Figur 6.5 Uppskattad inköpsvolym om man kört bil istället för att åka kollektivt. Bas=kollektivtrafikresenärer som angett att bil var ett alternativ till aktuell resa.

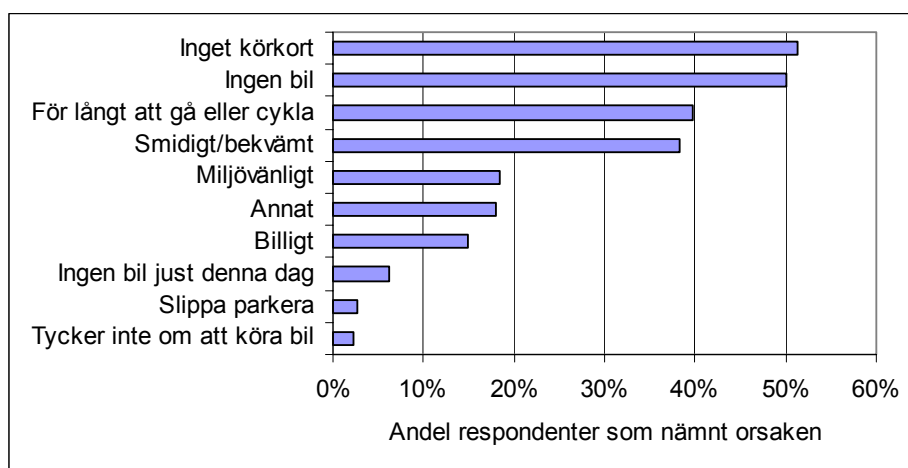
## **6.4 Val av färdmedel**

### **Biltillgång**

Tillgången till bil bland de kollektivtrafikburna besökarna skiljer sig inte mycket åt mellan etableringarna. Knappt 60 % av besökarna på Burlöv Center, Center Syd och i Lunds centrum, och knappt 70 % av besökarna på Nova Lund bor i hushåll där det finns tillgång till bil.

### **Anledning till val av kollektivtrafik**

Det finns en mängd orsaker till att en besökare kan välja att åka kollektivt vid en inköpsresa. I enkäten kunde varje respondent uppge mer än en orsak, därför blir summan av procentsatserna i Figur 6.6 större än 100 %.



Figur 6.6 Anledningar till att välja att åka kollektivt vid det aktuella besöket. Bas=kollektivtrafikresenärer.(Föregivna alternativ)

De vanligaste orsakerna till att åka kollektivt är att respondenten inte har körkort eller bil. Andra vanliga orsaker är att det är för långt för att gå eller cykla, samt att det är smidigt/bekvämt att åka kollektivt. Mycket få har anggett som skäl att slippa parkera.

## 6.5 Reskedjans utseende

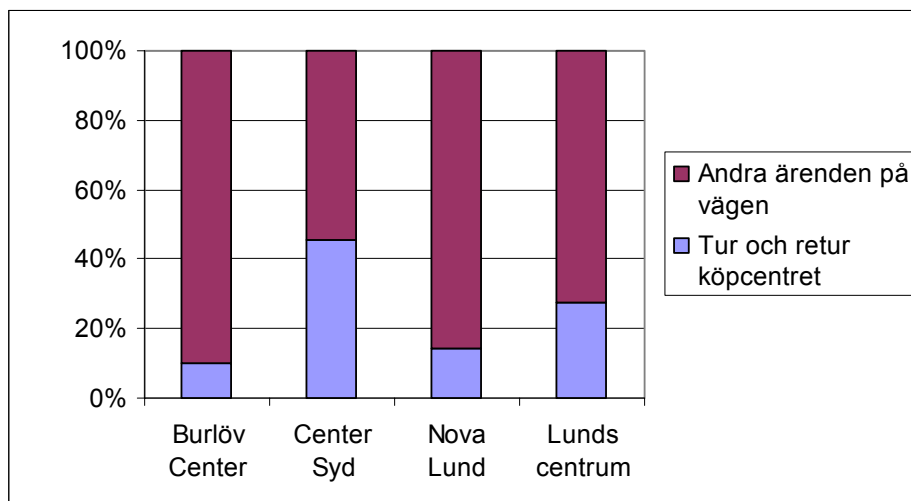
### **Hur ser reskedjan ut, tur- och returresor eller kombinationsresor**

Generellt är det betydligt färre av kollektivtrafikresenärernas resor som är tur- och returresor än bland bilbesökarna. Många besök ingår alltså i reskedjor, där respondenten kombinerat besöket på etableringen med att arbeta, hämta eller lämna barn eller andra, utföra andra inköp eller andra ärenden. Andelen tur- och returbesökare är, liksom för de bilburna besökarna, högst till Center Syd, se Figur 6.7.

På helgerna är det, precis som bland bilburna, betydligt vanligare att göra tur- och returresor med kollektivtrafik än på vardagarna, andelen tur- och returresor är 45 % på helgerna och 20 % på vardagar. Inte oväntat är det något vanligare att göra en tur- och returresa, om man redan i förväg bestämt sig för att handla något på etableringen.

Låginkomsttagare gör, liksom i bilgruppen, något fler tur- och returresor medan höginkomsttagare oftare kombinerar sina inköpsresor med kollektivtrafik med andra ärenden.

Besökarna på Nova Lund och i Lunds centrum har i störst utsträckning kombinerat sitt besök med besök på andra inköpsställen.

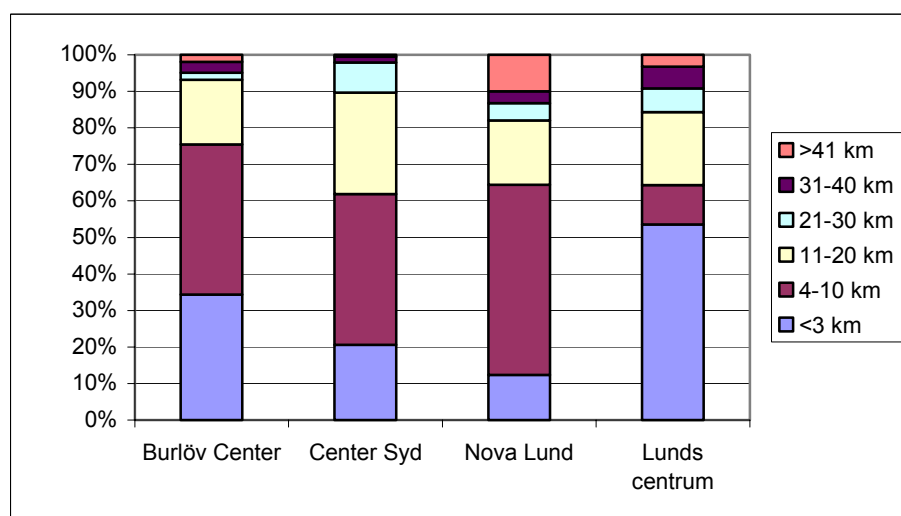


Figur 6.7 Reskedjans utseende för besökare på de fyra etableringarna. Bas=kollektivtrafikresenärer

Totalt 34 % av respondenterna har gjort besöket på etableringen på väg till eller från jobbet. Bland besökarna på Burlöv Center och i Lunds centrum är andelen så hög som 48 respektive 46 %. Bland höginkomsttagare är det något vanligare än hos låginkomsttagare att göra en inköpsresa i kombination med resa till eller från arbetet. Detta kan förstås även bero på att låginkomsttagarna i stor utsträckning är studenter, pensionärer och andra grupper som inte har någon arbetsplats.

### Länklängder vid resor till etableringarna

På grund av de olika etableringarnas geografiska placering, varierar också längderna på delresor som besökarna gör under dagen då besöket görs. I Figur 6.8 visas fördelningen på olika länklängder, för samtliga länkar som respondenterna angett i sina resdagböcker.



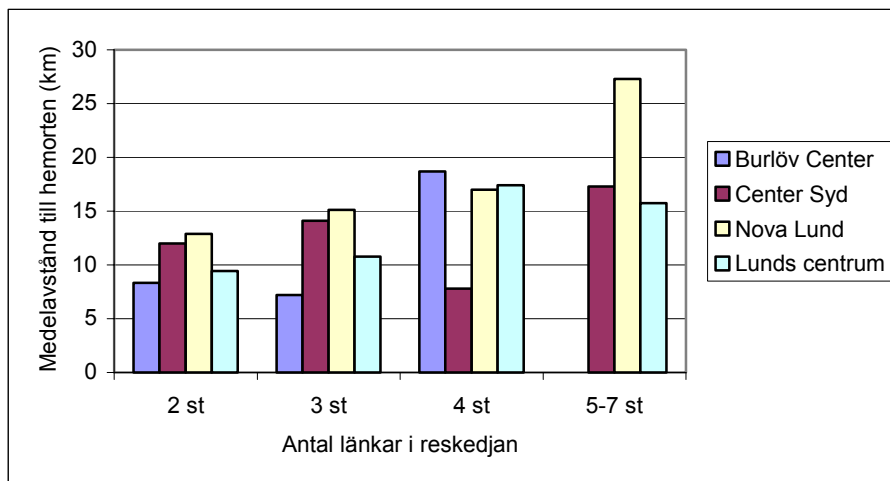
Figur 6.8 Länklängder vid resor till de olika etableringarna. Bas=kollektivtrafikresenärer, alla länkar som kunnat avståndssättas.

Besökarna på Nova Lund har störst andel riktigt långa länkar i sina resor. 10 % av länkarna är längre än 4 mil. Över hälften av alla länkar som Center Syd-besökarna gör är längre än en mil. Flest riktigt korta resor, upp till 3 km, gör besökarna i Lunds centrum och på Nova Lund, och störst andel medelkorta resor, mellan 4 och 10 km, gör besökarna på Burlöv Center. De långa länklängderna till Nova Lund och Center Syd tyder på att dessa attraherar något fler långväga kollektivtrafikresenärer. Precis på samma sätt som för bilresenärer som också reser långt för att ta sig till Nova Lund och Center Syd.

## **Reskedjans utseende beroende på avstånd till etableringen**

Den allmänna trenden verkar, precis som för bilbesökarna, vara att ju längre bort från etableringen respondenten bor, desto fler länkar ingår i reskedjan. För besökare på Nova Lund med mellan fem och sju resor i sin reskedja, är medelavståndet till bostaden nästan tre mil. Detta tyder på att besökare som har långt att resa till sin etablering, i hög utsträckning kombinerar denna resa med andra ärenden.

De som gör tur- och returresor till etableringarna (dvs de som endast har två länkar i sin reskedja) har också kortast medelavstånd till hemmet. I genomsnitt reser man runt en mil enkel väg när man gör en tur- och returresa med kollektivtrafik till någon av etableringarna. Längsta resan enkel väg gör man till Nova Lund.



Figur 6.9 Hur avståndet från bostadsorten till affärsetableringen varierar med antal länkar. Bas=kollektivtrafikresenärer, alla länkar som kunnat avståndssättas.

## **Vilka ärenden kombineras inköpsresan med**

I reskedjor med tre länkar kombineras besöket på etableringen med *ett* annat ärende. Vanligast är att besöket kombineras med arbete. Mellan 25 % (på Nova Lund) och 64 % (i Lunds centrum) har kombinerat in-

köpsresan med en arbetsresa. Att kombinera inköpsresan med besök hos släkt och vänner görs av knappt 20 % av kollektivtrafikresenärerna.

I reskedjor med fyra eller fler länkar är det fortfarande arbetsresorna som dominerar. Andra populära ärenden i kombination med inköpsresan är besök hos släkt och vänner, fritidsaktivitet samt att äta eller fika.

## **6.6 Sammanfattning**

Kollektivtrafikresenärerna till Nova Lund skiljer sig från alla andra besökare genom att väldigt stor andel – tre fjärdedelar – betraktar sitt besök som ett nöje eller en utflykt.

Liksom för de bilburna är butikerna och mixen av dem den viktigaste faktorn för val av inköpsställe. Kollektivtrafikresenärerna upplever det även som viktigt att det är lätt att ta sig till platsen.

De kollektivtrafikburna besökarna väljer i högre grad än de bilburna sin närmaste etablering.

De vanligaste orsakerna till att åka kollektivt är att respondenten inte har körkort eller bil.

Bland kollektivtrafikresenärernas är det vanligare att kombinera besöket på etableringen med andra ärenden.



## **7. Alstrat trafikarbete och avgasemissioner**

### **7.1 Emissioner orsakade av bilresan till affärsetableringen**

#### **De olika måtten**

För resorna till de externa affärsetableringarna har vi beräknat hur många fordonskilometer, med tillhörande avgasemissioner och bränsleförbrukning, som inte skulle göras om inte respektive affärsetablering fanns (se utförlig beskrivning av metoden i avsnitt 3.7).

Vi börjar med att beräkna ett absolut maximalt värde på bortfallande körsträcka och emissioner, som vi kallar **MAX**. I MAX ingår hela den sträcka som körs i den totala reskedjan för att ta sig till etableringarna.

Sedan visar vi ett undre värde – **MIN** – som är den minsta körsträcka och emissioner som inte längre skulle finnas om affärsetableringen inte fanns. MIN är skillnaden mellan att ha gjort hela reskedjan inklusive besöket på etableringen, och att göra hela reskedjan utan att besöka etableringen

Vi visar också beräkningar för ytterligare ett mått som ligger mellan dessa båda ytterlighetsvärden, som vi kallar **ToR**. Detta mått är helt enkelt tur- och returavståndet från bostaden till respektive affärsetablering.

Resultaten av dessa beräkningar på körsträcka och avgasemissioner orsakade av etableringarna presenteras nedan i tre olika avsnitt, i turordningen MAX, ToR och MIN.

#### **Maximal (MAX) körsträcka med emissioner**

Den maximala körsträckan, som utgörs av hela reskedjan, är längst för Center Syd och Nova Lund - se Tabell 7.1 för sammanställning. Den kortaste sträckan har de som reser till Burlöv Center. Längden på reskedjan till Burlöv Center är ungefär 2/3 av längden på reskedjan till Center Syd. Detta förhållande är precis detsamma som studien som gjordes för drygt tio år sedan.<sup>21</sup>

När det gäller emissioner är förhållandena något annorlunda, eftersom emissioner såsom kolväten och partiklar är större i tätortsmiljö. Som framgår av tabellen ligger Nova Lund högst när det gäller samtliga hälsofarliga emissioner, men framförallt kolväten (HC). Resorna till Lunds centrum ger också höga värden av kolväten.

---

<sup>21</sup> Ljungberg et al. 1994.

Tabell 7.1 MAX. Total körsträcka och emissioner *per bil* för hela reskedjan till etableringen.

	Burlöv Center	Center Syd	Nova Lund	Lunds centrum
km	29,4	45,5	44,3	38,9
CO <sub>2</sub> (kg)	6,0	8,3	8,7	7,7
NO <sub>x</sub> (g)	12,1	17,9	18,0	15,9
HC (g)	15,3	18,1	21,2	19,0
Part (g)	0,4	0,6	0,6	0,5

## Körsträcka och emissioner om resorna gjorts som ToR-resor

Som framgår av Tabell 7.2 är förhållandena för ToR-måttet ungefär desamma som för MAX-måttet, dvs Center Syd har flest antal kilometer, därefter i ordning Nova Lund, Lunds centrum och sist Burlöv Center.

Tabell 7.2 ToR. Körsträcka och emissioner *per bil* om alla resor till respektive etablering görs som tur- och returesor.

	Burlöv Center	Center Syd	Nova Lund	Lunds centrum
km	22,1	38,9	35,7	30,1
CO <sub>2</sub> (kg)	4,4	7,0	6,7	5,6
NO <sub>x</sub> (g)	9,0	15,2	14,2	12,0
HC (g)	10,9	14,9	15,4	12,8
Part (g)	0,3	0,5	0,5	0,4

Utsläppen av kolväten är liksom för MAX-måttet störst för resorna som görs till Nova Lund. Men i övrigt skiljer sig emissionerna av hälsofarliga ämnen för ToR-måttet från MAX-måttet. Center Syds värden ligger t ex högre än flera av de övrigas för ToR-måttet. Detta kan bero på att Center Syd har många kunder som bor i de större städerna vilket innebär större andel tätortskörning vid tur- och returesor än om de samordnar inköpet med annat (som i MAX-fallet).

## Minsta körsträcka (MIN) och emissioner

Det minsta måttet på vad en etablering kan sägas orsaka bygger på skillnaden mellan att ha gjort hela reskedjan inklusive besöket på etableringen och att ha gjort samma reskedja utan att besöka etableringen.

Som framgår av Tabell 7.3 är det Center Syd som står för den i särklass längsta körsträckan för detta minsta mått. Den extra omväg som krävs för att besöka Center Syd är ungefär dubbelt så lång som för Burlöv Center, Nova Lund och Lunds centrum.

Tabell 7.3 MIN. Körsträcka och emissioner *per bil* räknat på den omväg man kör för att nå respektive etablering.

	Burlöv	Center Syd	Nova Lund	Lunds centrum
km	14,1	29,3	15,8	14,0

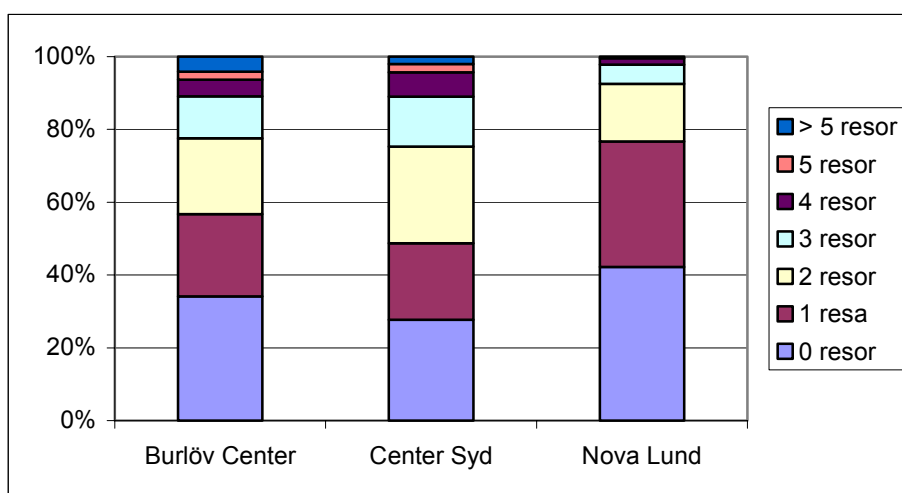
## Sammanfattning

Burlöv Center alstrar, nästan oavsett mått, mindre körsträcka och mindre emissioner per bilresa till etableringen än vad de andra etableringarna gör. För MIN-måttet är dock Lunds centrum något lite bättre vad gäller antal km. Resorna till Nova Lund och Center Syd står för de längsta körsträckorna och de högsta värdena av hälsofarliga emissioner. Om vi ser på omvägen som besökarna gjorde för att komma till etableringen ligger Center Syd i topp avseende körsträcka.

## 7.2 Alternativ till resan

### Hur många andra resor ersätter en resa till etableringarna

Respondenterna har fått svara på hur många resor de tror att de hade gjort om etableringen inte hade funnits. Resultatet visas i Figur 7.1. Mellan 28 % och 42 % har angett att ingen extra resa skulle ha gjorts, det högsta värdet gäller Nova Lund.



Figur 7.1 Resor som besökarna uppger att de skulle gjort om etableringen inte funnits.  $N_{BC}=460$ ,  $N_{CS}=437$ ,  $N_{NL}=455$ .

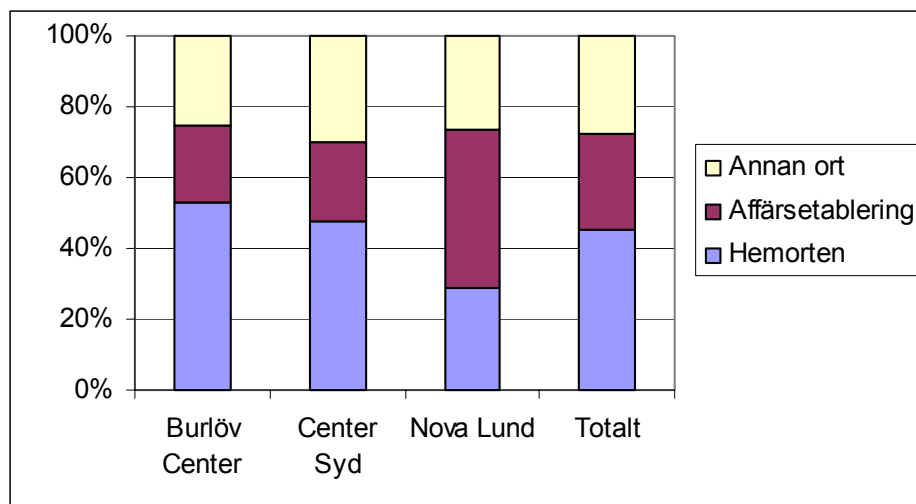
Det hade i genomsnitt krävts mer än en resa för att ersätta de aktuella inköpen vid Burlöv Center eller Center Syd, medan varje besök på Nova Lund bara skulle ha behövt ersättas med 0,9 andra resor (Tabell 7.4). Nova Lund alstrar alltså nya resor som annars inte hade ägt rum.

Tabell 7.4 Genomsnittligt antal extraresor om etableringen inte funnits.  $N_{BC}=460$ ,  $N_{CS}=437$ ,  $N_{NL}=455$ .

	Burlöv Center	Center Syd	Nova Lund
Antal extraresor (alla färdmedel)	1,6	1,7	0,9
Antal extraresor med bil	1,2	1,3	0,7

## Var skulle man handla om inte på etableringen

Ersättningsresorna skulle i första hand ha gått till hemorten, se Figur 7.2. Undantaget är besökarna på Nova Lund, som skulle ha gjort störst andel av sina extraresor på andra affärsetableringar istället.



Figur 7.2 Antal resor för att ersätta aktuellt besök, fördelade på var man hade gjort dem.

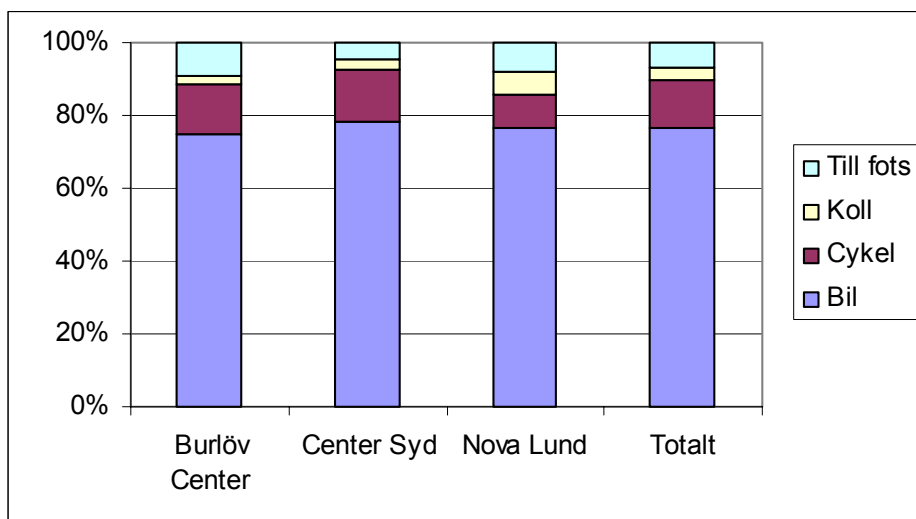
Om besökarna på Burlöv center skulle ha ersatt sitt besök där med ett eller flera besök på hemorten, hade de vanligaste orterna varit Åkarp, Malmö, Staffanstorp, Arlöv och Lund (Tabell 7.5). Besökarna på Center Syd hade handlat i Landskrona, Löddeköpinge, Kävlinge, Lund och Furulund, medan besökarna på Nova Lund till största del hade handlat i Lund, Malmö eller Eslöv istället.

Tabell 7.5 Vanligaste hemorter för ersättningsresor. Bas=alla besökare som angett minst en extraresa på hemorten.

Burlöv Center		Center Syd		Nova Lund	
Hemort	Andel	Hemort	Andel	Hemort	Andel
Åkarp	18 %	Landskrona	15 %	Lund	57 %
Malmö	17 %	Löddeköpinge	15 %	Malmö	11 %
Staffanstorp	12 %	Kävlinge	11 %	Eslöv	7 %
Arlöv	10 %	Lund	9 %	Löddeköpinge	2 %
Lund	9 %	Furulund	7 %	Staffanstorp	2 %

## Vilket färdmedel skulle väljas för de alternativa resorna

Drygt tre av fyra ersättningsresor skulle ha gjorts med bil och resterande knappa 25 % med kollektivtrafik, cykel eller gång, se Figur 7.3. För de alternativa resorna hade alltså miljöanpassade färdmedel valts i större utsträckning än vad som nu varit fallet.



Figur 7.3 Antal resor för att ersätta aktuellt besök, fördelade på vilket färdmedel man hade använt.

## Sammanfattning

Det krävs mer än en resa för att ersätta inköpet vid Burlöv Center eller Center Syd, medan Nova Lund bara skulle ha ersatts med 0,9 andra resor.

Ersättningsresorna skulle i första hand ha gått till hemorten utom för besök på Nova Lund, som skulle ha ersatts med andra etableringar istället.

Bara tre av fyra ersättningsresor skulle ha gjorts med bil medan resterande resor istället hade gjorts med kollektivtrafik, cykel eller gång.

## 7.3 Emissioner orsakade av alternativen

Vi har i enkäten frågat om hur man tror att man skulle ha rest om inte respektive extern affärsetablering hade funnits. För alla ersättningsresor *med bil* har vi beräknat körsträcka och emissioner (för metod, se avsnitt 3.7).

Först redovisar vi körsträcka och emissioner om alla ersättningsresor skulle ha gjorts som tur- och returresor till andra inköpsställen. Detta mått kallar vi **altToR**. Sedan visar vi beräkningar under antagandet att de ersättande inköpsresorna skulle ha samordnats med andra ärenden på samma sätt som man gjorde i den verkliga reskedjan. Det måttet kallar vi **altMIN**.

## **Körsträcka för alternativresor som ToR-resor (altToR-km)**

Resultaten som redovisas här bygger direkt på vad besökarna svarat att de skulle göra sina inköp om den aktuella etableringen inte fanns. Vi har endast tagit med de ersättningsresor som görs med bil. För varje ersättningsresa med bil ingår resan från bostaden till angivet mål och hem igen. Lunds centrum är inte med här då det är svårt att tänka sig ett tätortscentrum utan butiker.

För att ersätta inköpen vid Center Syd, om etableringen inte fanns, skulle kunderna köra i genomsnitt 32 km till andra mål, se Tabell 7.6. Den genomsnittliga längden på ersättningsresorna till Burlöv Center och Nova Lund är lägre.

*Tabell 7.6 AltToR. Körsträcka och emissioner per bil för ersättningsresor (summering av alla extraresor med bil), som görs som tur- och returresor.*

	Burlöv Center	Center Syd	Nova Lund
km	21,7	31,6	23,6
CO <sub>2</sub> (kg)	4,3	6,0	4,4
NO <sub>x</sub> (g)	8,9	12,7	9,3
HC (g)	10,9	14,2	9,7
Part (g)	0,3	0,4	0,3

Att Center Syds altToR-km är högre än Burlöv Centers och Nova Lunds kan bero på fler ersättningsresor (enligt respondenten) och/eller att mindre andel av ersättningsresor görs i hemorten och att högre andel görs med bil.

Center Syd-besökarna har alltså både längre tur- och returresor till Center Syd och längre alternativa tur- och returresor än övriga besökare. Denna slutsats stämmer med den tidigare studien från 1994. Värt att notera är dock att den genomsnittliga längden på ersättningsresorna (altToR-km) har ökat de senaste tio åren, till skillnad mot ToR-måttet. Detta trots att antalet externa etableringar i regionen har blivit fler. I den tidigare studien var Center Syds mått för AltToR 24,4 km och Burlöv Centers 16,4 km. Det är alltså sällan avståndet till en etablering som avgör valet att köra just dit.

## **Körsträcka för alternativresor vid samordning av ärenden (altMIN-km)**

Det är inte troligt att alla alternativa resor för inköp görs som tur- och returresor. Vi har därför här beräknat ett mått på minsta kilometer orsakade av alternativen (altMIN-km). Måttet bygger på att inköpen samordnas i samma utsträckning som de ursprungliga resorna (måttet MIN-km).

Center Syd-besökarna har enligt Tabell 7.7 den längsta altMIN-sträckan, vilket beror på att de samordnar sina resor i mindre grad än besökarna till de andra etableringarna (fler tur- och returresor).

*Tabell 7.7 AltMIN-km. Körsträcka per bil för ersättningsresor (summering av alla extraresor med bil), som samordnas med andra ärenden på samma sätt som den ersatta resan (MIN-km).*

	Burlöv Center	Center Syd	Nova Lund
km	14,7	26,0	12,6

Vid jämförelse med resultaten från studien 1994 kan man konstatera att resultaten har förändrats kraftigt. Både Burlöv Centers och Center Syds altMIN-sträcka har ökat med över 50 % .

## **Sammanfattning**

Besökare på Center Syd skulle ersätta sina inköp med betydligt längre resor än vad besökarna på Burlöv Center och Nova Lund skulle göra, förutsatt samma samordning av resorna som för de ursprungliga. Varje besökare vid Center Syd skulle köra minst 26 km för att ersätta sina inköp, för Burlöv Center respektive Nova Lund är motsvarande sträcka 13 och 15 km.

Den genomsnittliga längden på ersättningsresorna har ökat de senaste tio åren trots att antalet externa etableringar i regionen har blivit fler och de faktiska avstånden mellan boende och etablering därmed minskat. Tillgängligheten av etableringar ökar alltså det totala trafikarbetet.

## **7.4 Jämförelse mellan den faktiska bilresan och alternativet**

För samtliga fyra etableringar görs en jämförelse mellan den faktiska resan och alternativet som respondenten angett. De fem avståndsmåtten redovisas i figurerna nedan på en linje som representerar avstånd från 0 till 50 km. På så sätt kan de olika avståndsmåtten för en och samma etablering jämföras med varandra, och de fyra etableringarna kan i sin tur också jämföras. Beräkningarna gäller enbart bilister.

För mer information om de olika avståndsmåtten, se avsnitt 3.6. I Figur 7.4 visas ovanför strecken den resväg som inte skulle göras om etableringen inte fanns. Under strecken visas den resväg som respondenterna skulle ha gjort för att göra sina inköp på andra ställen.

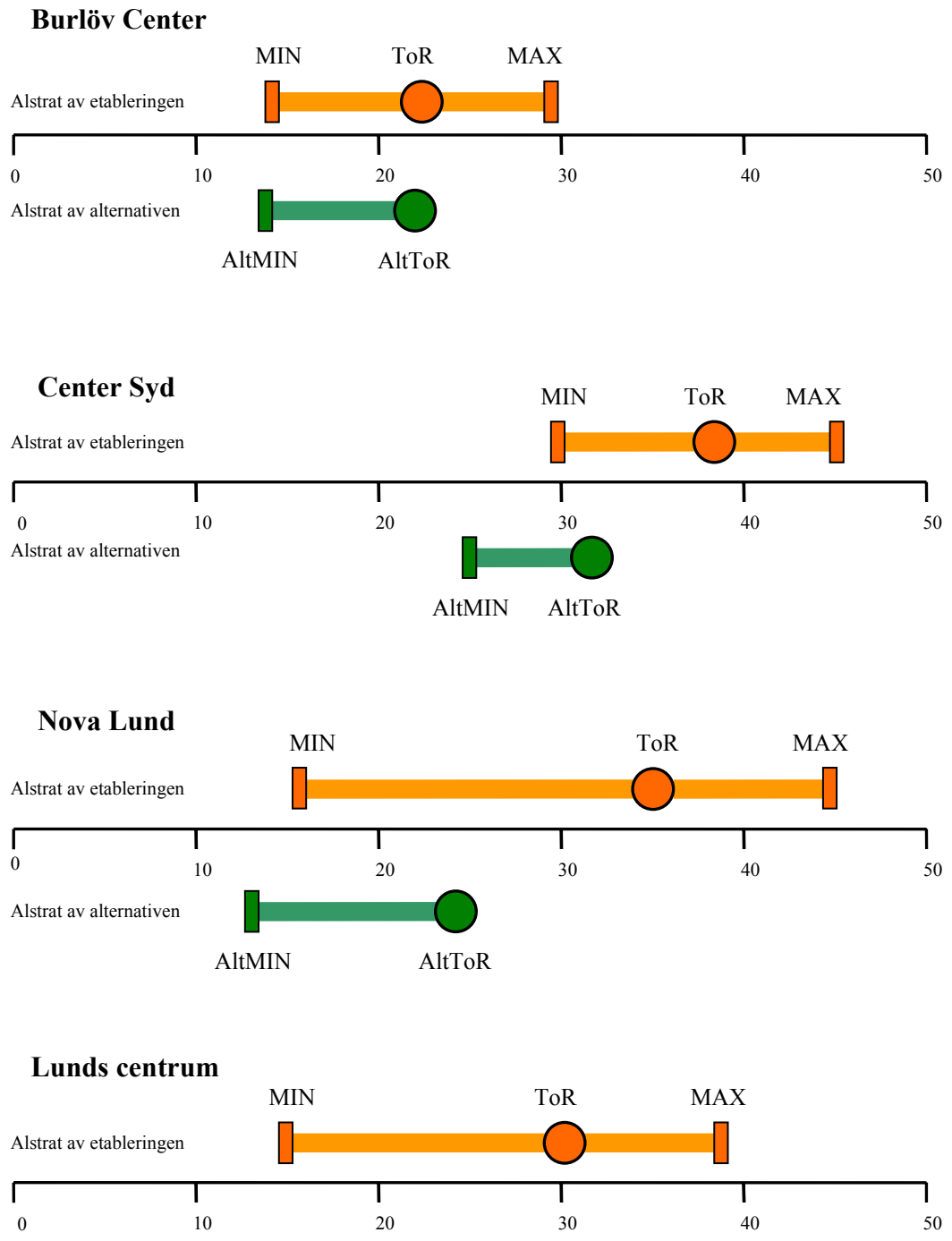
Besökare på Burlöv Center har den kortaste maximalt alstrade körsträckan av alla de fyra etableringarna. Även den minsta alstrade körsträckan är kort för besökare på Burlöv Center. Om Burlöv Center inte hade funnits hade tur- och returresvägen med bil minskat mycket marginellt, från 22,1 till 21,7 km per person.

Besökarna på Center Syd har den längsta maximalt alstrade resvägen, 45,5 km. Även ToR-avståndet är långt, vilket delvis beror på att Center Syd ligger längre från de stora skånska städerna än t ex Burlöv Center. Om Center Syd inte hade funnits hade tur- och returresvägen med bil minskat från 38,9 km till 31,6 km per respondent, dvs en minskning av trafikarbetet med 23 %. Den minsta alstrade körsträckan är 29,3 km, dvs varje besökare kör i genomsnitt en omväg på nästan 3 mil enkom för att besöka Center Syd.

De bilburna besökarna på Nova Lund är relativt långväga, och den maximalt alstrade körsträckan under mätdagen är också hög. Besökarna på Nova Lund har i genomsnitt rest 44,3 km i sin hela reskedja. Om besöket på Nova Lund inte hade gjorts, skulle reslängden under den aktuella dagen ha minskat med 15,8 km, dvs med 35 %. Den genomsnittliga tur- och returresvägen hade minskat från 35,7 km till 23,6 km, dvs med 51 %, om besökarna på Nova Lund hade gjort sina inköp på andra ställen.

För besökarna i Lunds centrum har de alternativa körsträckorna inte beräknas, eftersom Lunds centrum endast varit en referensplats i undersökningen. De bilburna besökarna i Lunds centrum har i genomsnitt rest 38,9 km i sin hela reskedja – den maximalt alstrade körsträckan. Besöket i Lunds centrum alstrar en minsta körsträcka på 14 km för varje besökare.





Figur 7.4 Illustration över trafikarbete alstrat av etableringarna respektive alstrat av alternativen till de fyra etableringarna.

## Skillnaden för tur- och returesorna

Samtliga tre externa etableringar ger tillskott i antal körda kilometer jämfört med om inköpen hade gjorts på annat sätt, även om Burlöv Centers tillskott är marginellt. Allra störst tillskott ger Nova Lund (Tabell 7.8).

Tabell 7.8 *ToR minus altToR. Skillnaden mellan körsträcka och emissioner per bil om alla resor görs som tur- och returesor, även de som skulle varit alternativet.*

	Burlöv	Center Syd	Nova Lund
km	0,3	7,3	12,2
CO <sub>2</sub> (kg)	0,0	1,0	2,4
NO <sub>x</sub> (g)	0,1	2,5	4,9
HC (g)	0,0	0,7	5,7
Part (g)	0,0	0,1	0,2

Liksom den tidigare studien från 1994 visar dessa resultat att externa affärsetableringar ger ett tillskott av trafik. Skillnaden mellan dessa resultat och de från 1994 är dock att då var skillnaderna, dvs tillskottet, ännu större.

## Skillnaden mellan minsta alstrade trafikarbete

Liksom för tur- och returesorna ger både Center Syd och Nova Lund ett tillskott i antal körda kilometer jämfört med om inköpen hade gjorts på annat sätt. De alternativa resorna till Burlöv Center hade däremot krävt något längre resor med bil än de som gjorts till Burlöv Center (Tabell 7.9).

Tabell 7.9 *MIN minus altMIN. Skillnaden mellan körsträcka per bil för resor och alternativresor om båda samordnas med andra ärenden.*

	Burlöv Center	Center Syd	Nova Lund
km	-0,6	3,3	3,3

## Sammanfattning

Såväl Nova Lund som Center Syd alstrar mer biltrafikarbete än om inköpen hade gjorts på det alternativa sätt som respondenterna själva tror de skulle göra. Allra mest alstrar Nova Lund. För Burlöv Center däremot finns ingen skillnad mellan etableringen och alternativet.

## 7.5 Jämförelse mellan bil- och kollektivtrafikresande

### Inköpsresor

De besökare som reser till etableringarna med kollektivtrafik gör i allmänhet totalt fler inköpsresor per vecka, än bilresenärer. Medelantalet inköpsresor under en vecka för bilresenärer är 3,5, medan medelantalet inköpsresor för en kollektivtrafikresenär är 4,6. Kollektivtrafikresenärerna gör fler inköpsresor både på hemorten, på affärsetableringar och på annan ort.

Procentuellt sett handlar de bilburna besökarna något mer på affärsetableringar, och de kollektivtrafikåkande besökarna något mer på annan ort. Andelen resor i hemorten är lika stor i båda grupperna

De bilburna besökarna använder bilen för 68 % av sina inköpsresor, medan kollektivtrafikresenärerna endast gör 26 % av sina inköpsresor med bil. Istället har kollektivtrafikresenärerna något större andel inköpsresor med cykel och till fots. Den största skillnaden mellan grupperna syns dock i användandet av kollektivtrafik för inköpsresor. De bilburna besökarna gör 2 % av sina inköpsresor med buss medan kollektivtrafikresenärerna använder buss vid en fjärdedel av veckans inköpsresor.

### Inköp

Det är en större andel av bilisterna som gör något inköp under sitt besök, än av kollektivtrafikresenärerna. Bilisterna gör också inköp ur fler varukategorier än kollektivtrafikresenärerna. De största skillnaderna mellan grupperna är att bilisterna köper mer livsmedel och saker till hemmet, under sitt besök än kollektivtrafikresenärerna. De senare äter och fikar dock i större utsträckning än bilisterna under sitt besök.

Tabell 7.10 Bilisters och kollektivtrafikresenärers inköp vid besöket på någon av de fyra etableringarna. Bas=alla.

	Bilister	Kollektivtrafikresenärer
Andel av besökarna som gjort inköp	87%	81%
Antal varukategorier i snitt bland dem som gjort inköp	2,02	1,82
Livsmedel, blommor	40%	27%
Kläder eller skor	49%	51%
Till hemmet	15%	10%
Hälsa och skönhet	17%	19%
Café eller restaurang	33%	40%

När kollektivtrafikresenärerna får uppskatta hur mycket de skulle ha handlat om de hade tagit bilen istället, är det bara 17 % som tror att de skulle ha handlat mera. De allra flesta uppskattar att de hade handlat lika

mycket. Det är framförallt besökarna på Burlöv som tror att de skulle ha handlat mer om de åkt bil, vilket kan bero på att Burlöv har en större andel livsmedelsinköp än övriga etableringar.

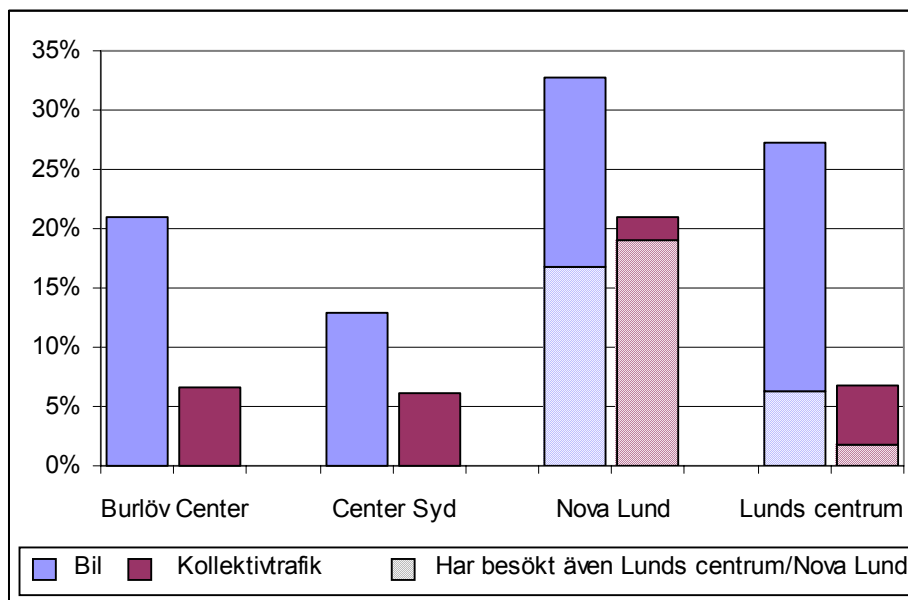
## Om inköpsresan

Bilisterna uppfattar i mindre grad sitt besök på någon av de fyra etableringarna som ett nöje eller en utflykt. Bilisterna planerar i större utsträckning än kollektivtrafikresenärerna att handla under besöket, och man är också mer benägen att köra tur och retur till etableringen.

Tabell 7.11 Uppfattningar om inköpsresan. Bas=alla.

Instämmer helt eller delvis i att...	Bilister	Kollektivresenärer
resan var en utflykt/ett nöje	29 %	47 %
anledningen till besöket var att göra inköp	87 %	76 %
besöket på etableringen var huvudsyftet med resan	75 %	69 %
resan till etableringen var en omväg	28 %	26 %
inga andra ärenden uträttades på vägen	49 %	27 %

Det är främst de bilburna besökarna som besöker flera inköpsställen under sin reskedja, vilket visas i Figur 7.5. Besökarna på Nova Lund är de som i största grad samordnar sina besök på Nova med besök på andra inköpsställen. Minsta andelen som gör andra inköpsresor, hittar vi bland besökarna på Center Syd.



Figur 7.5 Andelen besökare som under samma reskedja (förutom det aktuella besöket) gjort inköp, serviceärende eller ätit någon annanstans. Bas=alla som fyllt i reskedja.

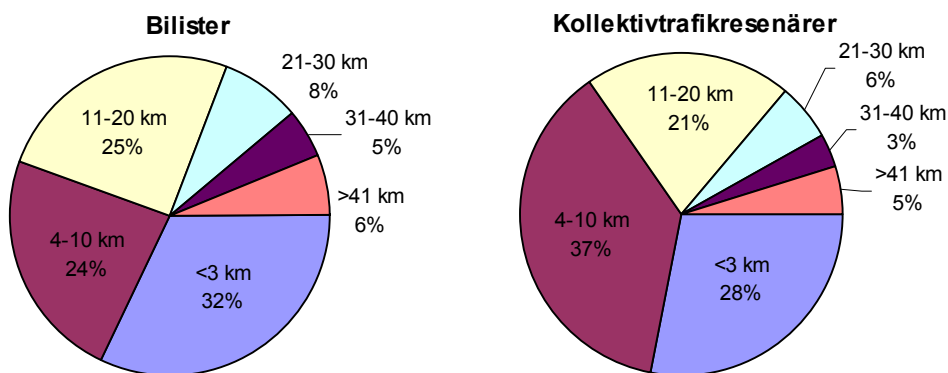
Andelen besökare på Nova Lund, som dessutom under samma reskedja besökt Lunds centrum, är betydligt högre än andelen besökare i Lunds centrum, som dessutom besökt Nova Lund, vilket visas av den blekare

delen av staplarna i Figur 7.5. Nästan alla som besökt Nova Lund med kollektivtrafik, har också besökt Lunds centrum för att handla eller äta.

## Reslängder

Den totala reslängden för hela reskedjan skiljer sig inte nämnvärt mellan bilister och kollektivtrafikresenärer. För bilister är reskedjans längd ca 40 km, och för kollektivtrafikresenärer ca 38 km. Däremot har kollektivtrafikresenärer som tidigare nämnts fler länkar och ärenden i sin reskedja, 3,4 länkar per person jämfört med bilisternas 2,8 länkar.

Fördelningen mellan olika länklängder skiljer sig inte särskilt mycket åt mellan bilister och kollektivtrafikresenärer. Bilisterna har en något större andel långa länkar i sina reskedjor, medan kollektivtrafikresenärerna har en större andel länkar mellan 4 och 10 km.



Figur 7.6 Länklängder för bilister och kollektivtrafikresenärer. Bas=alla länkar som kunnat avståndssättas.

## Sammanfattning

Den totala reslängden för hela reskedjan är ungefär den samma för bilister och kollektivtrafikresenärer.

Bilisterna ser sitt besök på etableringarna i mindre grad som ett nöje eller en utflykt än kollektivtrafikresenärerna. Bilisterna planerar också i större utsträckning att handla då man besöker etableringen, och kör oftare tur och retur.

## 7.6 Jämförelse mellan centrumhandel och externa etableringar

### Inköp

De bilburna kunder som besöker Lunds centrum gör i genomsnitt 18 % fler inköpsresor per vecka än de som besökt någon av de tre externa etableringarna. I Lund gör bilisterna 4 resor per vecka, medan bilisterna på de övriga etableringarna har uppgett 3,3-3,5 resor per vecka. Besökarna i

Lund använder bilen något mindre vid inköpsresor än besökarna vid de externa affärsetableringarna, 65 % jämfört med 70 %. Eftersom de som besöker centrum gör fler resor totalt innebär det dock att man även gör något fler bilresor totalt än övriga. Observera att dessa svar avser de bilburna kunderna.

Andel av de bilburna besökarna som gjort inköp är något lägre i Lunds centrum än för de externa affärsetableringarna, 80 % jämfört med 88-92 %. De varukategorier som inhandlats skiljer sig inte mer mellan centrum och de externa än mellan de externa inbördes.

## ***Attityder***

Det som tilltalar besökarna i Lunds centrum är i stort sett samma som tilltalar besökarna på de externa etableringarna. Butiksmix, speciella butiker och märken samt tilltalande miljö är faktorer som såväl centrumbesökare som besökare på de externa etableringarna tycker var viktigast vid valet av etablering vid det aktuella tillfället. Evenemang, lättåtkomligt med bil och service tillhör de faktorer där det finns störst skillnader i hur viktig faktorn är. Drygt 40 % av besökarna i Lunds centrum har angett evenemang som en viktig anledning till att det blev just den etableringen, medan motsvarande andel bland de externa är runt 30 %. Drygt 60 % av besökarna i Lund uppger att lättåtkomligt med bil var en viktig faktor, medan motsvarande för de externa var runt 90 %. Vad gäller servicefaktorn var det endast knappt 30 % i Lunds centrum som uppgav det som en viktig faktor, medan andelen för de externa låg mellan 50 och 60 %.

## ***Reslängder***

Lunds centrum skiljer sig inte särskilt från de externa etableringarna avseende hur lång de bilburna kunderna kör för att komma dit. Ungefär 80 % av resorna är kortare än 2 mil, vilket även stämmer med hur reslängderna ser ut på Nova Lund och Burlöv Center. Det är istället Center Syd som skiljer sig från de övriga genom längre reslängder, på Center Syd utgör besökare med kortare reslängd än 2 mil drygt 50 %.

## ***Emissioner***

De bilburna besökarna i Lunds centrum alstrar mindre koldioxidutsläpp (och färre kilometer) per bilresa än motsvarande för Center Syd och Nova Lund. Burlöv Center är dock den etablering som alstrar minst koldioxid om man ser till MAX och ToR-måtten.

Tar man med alla besökare, inte bara bilburna, och gör en översikt av den totala utsläppsbilden för respektive etablering vid samma antal besökare så ligger Lunds centrums koldioxidmängder långt under de övriga etableringarnas. För tur- och returväggen är Lunds koldioxidutsläpp mindre än hälften av Burlöv Centers och en fjärdedel av utsläppen från Nova Lund respektive Center Syd. Detta beror på att Lunds centrum har en stor andel besökare som åker kollektivt, går eller cyklar.

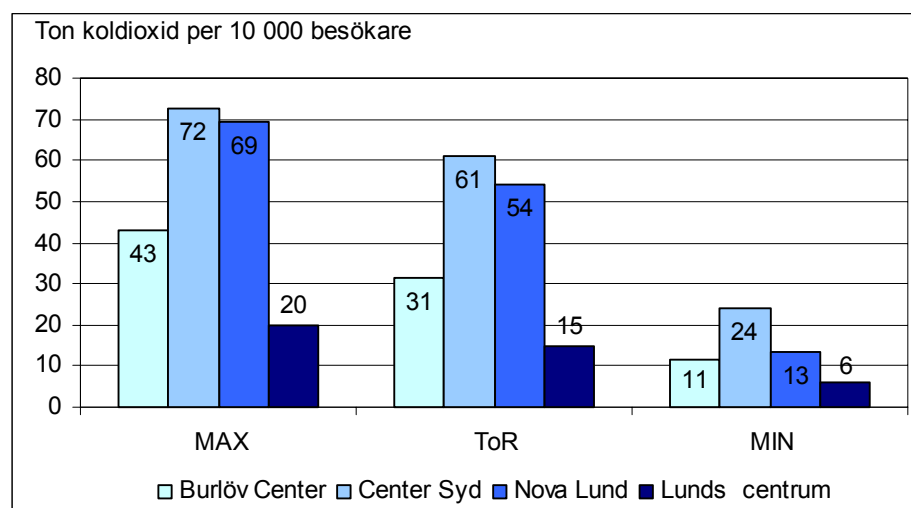
## 7.7 Alstrat utsläpp per etablering med hänsyn till färdmedelsfördelning

I detta avsnitt har vi beräknat koldioxidutsläpp som respektive etablering alstrar per 10 000 besökare. Värdena som utgör underlag för beräkningen har sammanställts i Tabell 7.12 och i Figur 7.7 visas resultatet.

Tabell 7.12 Underlag till beräkning av "totalutsläpp" per dygn per etablering.

		Burlöv Center	Center Syd	Nova Lund	Lunds centrum
Antal besök		10 000	10 000	10 000	10 000
Andel GC-resor <sup>1</sup>		28 %	4 %	12 %	54 %
Andel bilresor <sup>1</sup>		66 %	91 %	82 %	18 %
Andel bussresor <sup>1</sup>		4 %	5 %	6 %	22 %
Andel tågresor <sup>1</sup>		2 %	0,1 %	0,3 %	6 %
Medelreslängd med bil (km) <sup>2</sup>	MAX	29	46	44	39
	ToR	22	39	36	30
	MIN	1	29	16	14
Medelreslängd med buss (km) <sup>3</sup>	MAX	28	30	40	24
	ToR	16	25	30	19
	MIN	22	13	32	15
Medelreslängd med tåg (km) <sup>3</sup>	MAX	48	101	96	71
	ToR	33	46	67	51
	MIN	41	93	78	43
Medelbeläggning bil <sup>2</sup>		1,86	2,12	2,09	1,68

<sup>1</sup> Källa: Dörrintervjuer, <sup>2</sup> Källa: Enkät till bilbesökare, <sup>3</sup> Källa: Enkät till kollektivtrafikbesökare.



Figur 7.7 Utsläpp av koldioxid i ton per etablering räknat per 10 000 besökare<sup>22</sup>.

<sup>22</sup> Vid koldioxidberäkningen för MAX- och ToR-måttet har hänsyn tagits till landsvägs- respektive tätortskörning. Det har inte kunnat göras för MIN-måttet, vilket gör det mindre exakt, men visar på storleksordningen emellan måtten och mellan etableringarna.

Lunds centrum har, helt väntat, de lägsta koldioxidutsläppen om man ser till färdmedelsfördelning och reslängd hos alla besökare. Mest koldioxid alstrar Center Syd och Nova Lund som båda har en hög andel bilburna kunder (se Figur 7.7).

## 7.8 Färre än hälften väljer sin närmsta etablering

I avsnitt 5.2 diskuteras den grupp av bilburna besökare som väljer att besöka en speciell etablering trots att det finns andra etableringar som ligger närmare deras hem. Det kan finnas många anledningar till att man inte väljer att handla på den etablering som ligger närmast hemmet. Exempelvis kan resmönster, pendling, andra ärenden eller speciella krav på utbud ligga bakom att man väljer att köra extra långt för att göra sina inköp.

I avsnitt 5.2 kunde även konstateras att endast mellan 14 och 29 % av besökarna på de fyra etableringarna anser att närheten till bostaden är en mycket viktig faktor för valet av etablering. I Tabell 7.13 visas vilka konsekvenser valet av en etablering längre bort från hemmet ger. Resultaten avser en beräkning som baseras på respondentens tur- och returavstånd till etableringen. För en lista över stora och medelstora etableringar hänvisas till Tabell 5.2.

*Tabell 7.13 Avståndsminskning (räknat på ToR-måttet) om alla besökare valde att åka till närmaste medelstora respektive stora etablering, istället för den besökta etableringen.*

	Andel som <b>inte</b> besökt sin närmaste etablering	Avståndsminskning om alla besökt närmaste <b>medelstora</b> etablering	Avståndsminskning om alla besökt närmaste <b>stora</b> etablering
Burlöv Center	50 %	49 %	36 %
Center Syd	59 %	62 %	35 %
Nova Lund	57 %	56 %	36 %
Lunds centrum	38 %	49 %	33 %
Totalt	52 %	55 %	35 %

Om alla besökare hade valt att åka tur och retur till sin närmaste medelstora etablering istället för tur och retur till den besökta etableringen, hade det totala trafikarbetet för inköpsresan minskat med 55 %. Störst är minskningen för Center Syds besökare, där 62 % av trafikarbetet skulle bortfalla om besökarna istället besökte den medelstora etablering som ligger närmast deras bostad. Att skillnaden skulle bli så stor beror på att många av besökarna på Center Syd är långväga och kommer från orter som Eslöv, Landskrona, Malmö och Lund, där det finns andra etableringar som ligger betydligt närmare hemmet. Även för Nova Lund skulle trafikarbetet minska kraftigt, med 56 %, om besökarna istället valde att handla på sin närmaste medelstora etablering.



Utbudet kan skilja sig åt mellan en medelstor och stor etablering. Därför har motsvarande analys gjorts där alternativet endast är de stora etableringarna med butiksyta över 20 000 kvm, vilket innebär ca 10 etableringar i Skåne. Analysen visar att även om besökarna bara väljer mellan de stora etableringarna, skulle trafikarbetet för tur- och returesorna totalt minska med 35 %. Skillnaden mellan de olika etableringarna är liten.

Nu ska återigen påpekas att många av besöken på etableringarna är delar i en reskedja. Det kan finnas många orsaker till att man väljer en etablering som inte ligger nära hemmet.

### **Inte ens de som åker ToR väljer sin närmaste etablering**

De som rest tur- och retur till etableringen utan att utträta några andra ärenden på vägen, utgör en speciellt intressant grupp i detta fall. Om de har valt att åka till en etablering längre bort från hemmet, måste det bero på rent personliga preferenser och inte på att man samordnar inköpen med arbetsresor eller skjutsning av barn.

*Tabell 7.14 Avståndsminskning om alla ToR-besökare valde att åka till närmaste medelstora respektive stora etablering, istället för den besökta etableringen.*

	Andel som <b>inte</b> besökt sin närmaste etablering	Avståndsminskning om alla besökt närmaste <b>medelstora</b> etablering	Avståndsminskning om alla besökt närmaste <b>stora</b> etablering
Burlöv Center	46 %	44 %	31 %
Center Syd	57 %	63 %	32 %
Nova Lund	53 %	52 %	33 %
Lunds centrum	36 %	43 %	33 %
Totalt	49 %	54 %	32 %

Center Syd är den etablering som lockar flest att köra extra långt. Hela 57 % av ToR-besökarna på Center Syd har andra etableringar som ligger närmare hemmet, men de väljer ändå att köra enkom till Center Syd för att handla.

Skillnaderna i minskat ToR-trafikarbete är små, jämfört med resultaten i Tabell 7.13, som gäller samtliga besökare. Om alla ToR-besökare valt att istället besöka sin närmaste medelstora etablering, skulle trafikarbetet minska med 54 %, och om alla valde sin närmaste stora etablering blev minskningen 32 %.

Dessa siffror är dock mera anpassade till verkligheten än siffrorna för samtliga besökare, eftersom de representerar en ToR-avståndsminskning hos dem som faktiskt har gjort tur- och returesor.

### **Sammanfattning**

Resultaten visar att en förtätning av etableringar inte självklart eller ens troligt skulle leda till något minskat trafikarbete av betydelse.

## **7.9 Jämförelse med undersökningen 1993-1994**

Resultaten som framkommit i denna studie avseende Burlöv Center och Center Syd har jämförts med resultaten i motsvarande studie som genomfördes under 1993-1994<sup>23</sup>, dvs för tio år sedan. Då var Center Syd relativt nyetablerat, precis som Nova Lund är nu. Att jämföra resultaten är intressant dels för att studera vad som händer efterhand som en handelsplats blir mer etablerad, dels för att studera hur antalet etableringar i en region påverkar inköpsmönstren.

### **Hänt på externhandelsfronten**

Idag är antalet externa affärsetableringar fler än för tio år sedan, det finns 11 externetableringar i Skåne idag jämfört med 8 etableringar i slutet av år 1993<sup>24</sup>, se kartan i Figur 7.8.

Det finns en annan stor skillnad mellan nu och då, som inte syns i kartan, nämligen att 7 av de 8 etableringar som fanns redan 1993, under de senaste åren har gjort omfattande ombyggnationer, vilket i de flesta fall ökat både omsättningen och besökarantalet.

I Köpcentrumkatalogen<sup>25</sup> presenteras en jämförelse mellan köpcentrum-situationen år 1995 och 2000. Resultaten från denna jämförelse sammanfattas kortfattat här, även om årsindelningen inte överensstämmer med denna undersökning.

Definitionen på köpcentrum i köpcentrumkatalogen är vid, och inkluderar citycentrum, bostadsområdescentrum, kommuncentrum, stadsdelscentrum, externcentrum, regioncentrum, temacentrum och handelsområden. Huvudtanken bakom definitionen är att centret är arkitektoniskt enhetligt, dimensionerat till den marknad som det ska betjäna, samt är planerat och förvalt som en enhet.

Mellan 1995 och 2000 har det totala antalet köpcentrum i Sverige ökat med 24 %. Den uthyrbara detaljhandelsytan i köpcentrum har under samma tid ökat med 42 %. Det är de största etableringarna (med över 20 000 kvm detaljhandelsyta) som har växt mest.

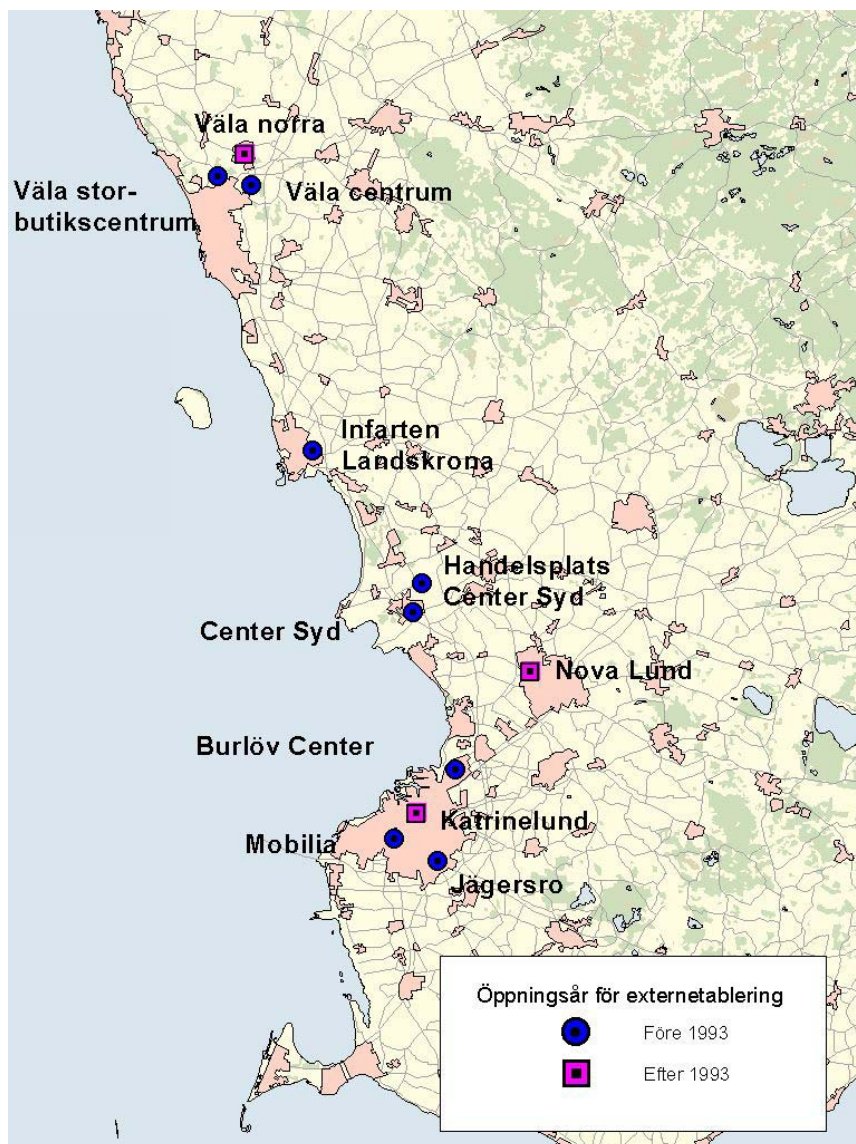
Omsättningen för detaljhandel i köpcentrum har ökat med 66 % på fem år. I Skåne omsatte detaljhandeln i köpcentra knappt 10 miljarder kronor under år 2000, vilket motsvarar 23 % av den totala handeln. Detta placerar Skåne län på nionde plats i riket, och siffran kan jämföras Stockholms län, där köpcentrum står för hela 46 % av detaljhandelsomsättningen

---

<sup>23</sup> Ljungberg et al. 1994

<sup>24</sup> Köpcentrumkatalogen 01/02

<sup>25</sup> Köpcentrumkatalogen 01/02



Figur 7.8 Externa etableringar i Skåne län klassificerade efter öppningsår

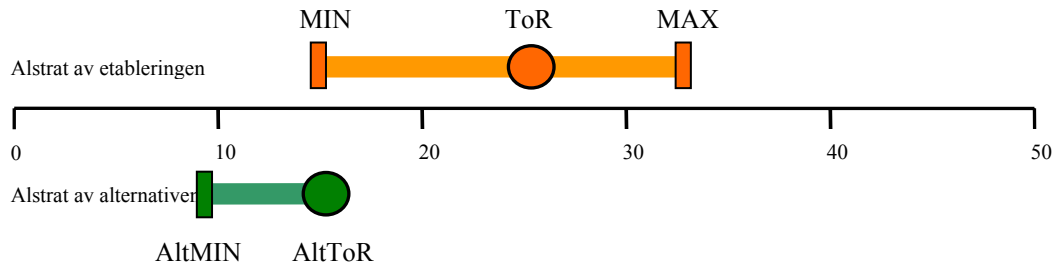
### **Förändringar i avståndsmått för Burlöv Center**

Besökarna kör kortare sträckor för att komma till Burlöv Center idag, än för tio år sedan. ToR-avståndet har minskat från 25,8 km till 22,1 km och MAX-km från 32,5 km till 29,4 km. Den största skillnaden för Burlöv Center har skett i reslängden för de alternativa resor som hade ersatt besöket på Burlöv Center. Tur- och returavståndet till alternativen har ökat från 16,4 km till 21,7 km (Figur 7.9), vilket förmodligen beror på ett ökat utbud av etableringar.

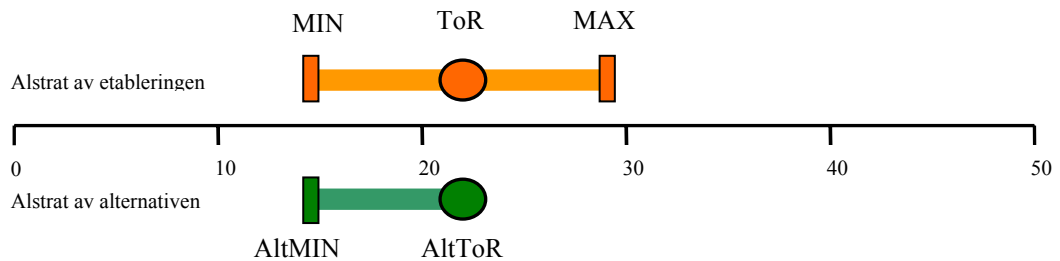
Faktum är att Burlöv Center idag inte längre alstrar mer trafik än de alternativa resor som besökarna uppgett. Detta tillsammans med kortare ToR-avstånd för besökarna tyder på att centrumet har förlorat drag-

ningskraft för mer långväga kunder. Burlöv Centrum genomgår under 2005 en ombyggnad som kan komma att förändra denna bild.

### Burlöv Center 1993



### Burlöv Center 2004

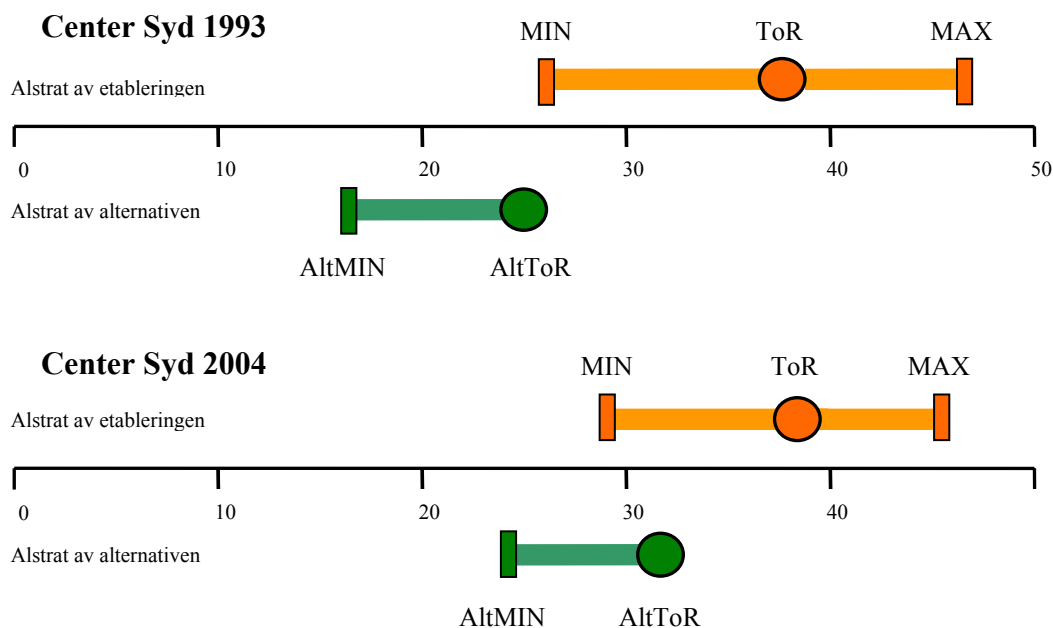


Figur 7.9 Illustration över trafikarbete alstrat av Burlöv Center respektive alstrat av alternativen till Burlöv Center, 1993 och 2004.

## Förändringar i avståndsmått för Center Syd

Center Syd alstrar ungefär samma trafikarbete per besökare idag som för 10 år sedan. Minst alstrade körsträckor har emellertid ökat något vilket innebär att besöken på Center Syd orsakar en 14 % längre omväg idag jämfört med 1993.

Förändringen av resvägen för de alternativa resorna, visar samma stora ökning även för Center Syd. Längden på de alternativa tur- och returreorna har t ex ökat från 24,4 km till 31,6 km (Figur 7.10). Att den faktiska alstringen är i stort oförändrad medan alternativstringen har ökat under tioårsperioden skulle kunna tyda på att våra attityder till inköpsresandet har förändrats. Ökat utbud och ökade inkomster ger oss fler valmöjligheter. Vi använder denna ökade valfrihet till att tillfredställa våra krav och preferenser.



Figur 7.10 Illustration över trafikarbete alstrat av Center Syd respektive alstrat av alternativen till Center Syd, 1993 och 2004.

## Förändringar i emissioner

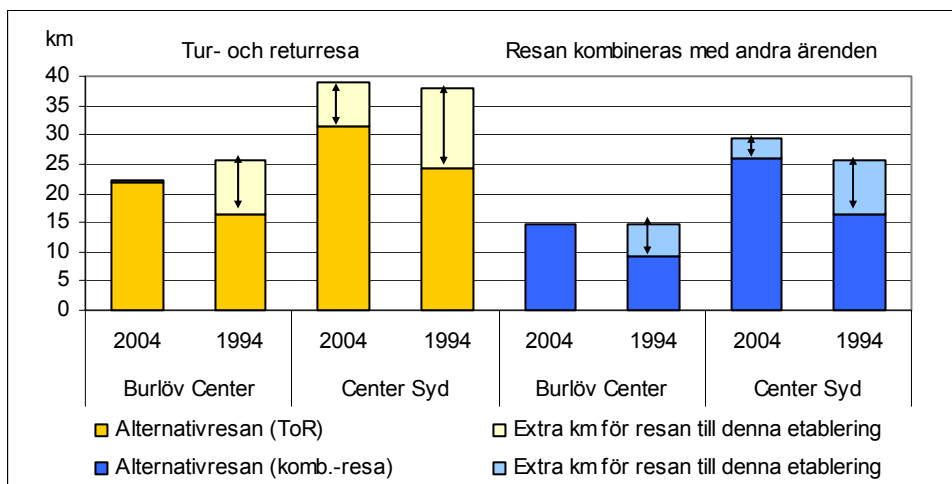
Resultaten visar liksom i studien från 1993/94 att de externa etableringarna bidrar till längre körsträckor och mer utsläpp än vad de alternativa inköpsresorna hade gjort. Skillnaden i resultat mellan studien nu och den som genomfördes 1993<sup>26</sup> är att de alternativa inköpsresor som uppgetts av respondenterna är längre i studien från 2004, vilket innebär att skillnaden mellan att åka till Center Syd eller Burlöv Center jämfört med det alternativa inköpsstället är mindre nu än då.

Liksom tidigare har Center Syd-besökarna längst inte bara till Center Syd utan också till de alternativ de har uppgett. Men längden på den alternativa tur- och returresan har dock ökat kraftigt för båda etableringarna, för Center Syd-besökarna är alternativresan (ToR) 70 % längre 2004 än 1994 och för Burlöv Center-besökarna 50 % längre. På Center Syd är det också fler idag som säger att de skulle gjort extra resor om inte etableringen hade funnits. Antalet extraresor som enligt respondenterna skulle krävts om Center Syd inte fanns uppgavs 1994 till 1,4 och 2004 till 1,6.

Tänkbara förklaringar till att skillnaderna mellan att handla på dessa båda etableringar jämfört med alternativen har blivit så små kan vara att de alternativ som respondenterna hade då (1993), såsom närbutiker, inte finns idag eller inte betraktas som ett alternativ idag. När Center Syd startade innehöll Löddeköpings stadskärna fler butiker än idag, och ses

<sup>26</sup> Ljungberg et al (1994)

förmodligen inte som ett alternativ i samma utsträckning som då. Alternativen som man beaktar är istället andra affärsetableringar eller större stadscentrum längre bort.



Figur 7.11 Jämförelse mellan resultat 2004 och 1993/94 avseende skillnaden mellan de resor som gjorts till etableringarna och alternativen. Pilarnas spann visar skillnaden i antal km extra jämfört med de av respondenten angivna alternativen.

Andra skillnader mellan den nya studien och den gamla är att respondenterna gör färre inköpsresor totalt idag, det gäller särskilt de som handlade på Center Syd där inköpsresorna har minskat. Andelen inköpsresor som görs i hemorten är dock desamma. Att respondenterna på Center Syd gör färre inköpsresor 2004 än 1993 kan kanske förklaras av att kundkretsen ser lite annorlunda ut idag. I studien från 2004 bor 85 % av Center Syds kunder mer än 5 km från etableringen, medan motsvarande andel 1994 var 76 %. De kortväga såväl som de riktigt långväga kunderna har minskat och istället har Center Syd idag en stor grupp kunder som har mellan 5 km och 2 mil till etableringen. Kunderna representerar också något mindre hushåll idag. Det gäller även för Burlöv Center.

## Sammanfattning

Skillnaden i nu och för tio år sedan är att de alternativa inköpsresorna är längre idag. Det innebär att skillnaden mellan att åka till etableringen och de alternativa inköpsställena är mindre nu än då.

Totalt gör man färre inköpsresor per vecka idag.

## **7.10 Sammanfattning av alstrat trafikarbete**

Både externa och tätortsnära affärsetableringar alstrar mer biltrafikarbete än om inköpen hade gjorts på det sätt som respondenterna själva tror de skulle göra. Undantaget är etableringen Burlöv Center där det inte finns någon skillnad mellan etableringen och alternativen. Burlöv Center ligger som ett ortscentrum och har en stor kundkrets i sin närhet.

Resultaten visar att en förtätning av etableringar inte självklart eller ens troligt skulle leda till något minskat trafikarbete av betydelse. Bland annat väljer mer än hälften av kunderna en etablering trots att de har en annan på närmare avstånd från hemmet och det gäller även för dem som åker tur och retur enbart för att handla.

Burlöv Center alstrar mindre körsträcka och mindre emissioner per bilresa till etableringen än vad de andra etableringarna gör. För det antagna minst alstrade trafikarbetet alstrar dock Lunds centrum ännu lite mindre. Resorna till Nova Lund och Center Syd alstrar de längsta körsträckorna och de högsta värdena av hälsofarliga emissioner. Om vi ser på det antagna minst alstrade trafikarbetet per besökare ligger Center Syd i topp avseende körsträcka.

Det krävs mer än en resa för att ersätta inköpet vid Burlöv Center eller Center Syd, medan Nova Lund bara skulle ha ersatts med 0,9 andra resor. Ersättningsresorna skulle i första hand ha gått till kundernas hemorter utom för resorna till Nova Lund, som skulle ha ersatts med andra etableringar istället.

Ersättningsresorna skulle ha en högre andel hållbara färdstätt än resorna till etableringarna. Bara tre av fyra ersättningsresor skulle ha gjorts med bil medan resterande resor istället hade gjorts med kollektivtrafik, cykel eller gång.

Den genomsnittliga längden på ersättningsresorna har ökat de senaste tio åren trots att antalet externa etableringar i regionen har blivit fler och de faktiska avstånden mellan boende och etablering därmed minskat. Besökare på Center Syd skulle ersätta sina inköp med betydligt längre resor än vad besökarna på Burlöv Center och Nova Lund skulle göra, förutsatt samma samordning av resorna som för de ursprungliga. Varje besökare vid Center Syd skulle köra minst 26 km ersätta sina inköp, för Burlöv Center respektive Nova Lund är motsvarande sträcka 13 och 15 km.

Den totala reslängden för hela reskedjan är ungefär den samma för bilister och kollektivtrafikresenärer. Det som skiljer bilister och kollektivtrafikåkare är att kollektivtrafikresenärerna i högre grad ser sitt besök på etableringarna som ett nöje eller en utflykt. Bilisterna planerar i större utsträckning att handla då man besöker etableringen, och kör oftare tur och retur.

Totalt gör man färre inköpsresor per vecka idag. Skillnaden mellan idag och för tio år sedan är att de alternativa inköpsresorna är längre idag. Det innebär att skillnaden mellan att åka till etableringen och de alternativa inköpsställena är mindre nu än då.



## **8. Tillgängligheten med kollektivtrafik, gång och cykel**

Den faktiska färdmedelsfördelningen till de olika etableringarna säger en del om hur tillgängligheten till de olika etableringarna ser ut, se avsnitt 2.2. Vi har för att komplettera bilden även gjort en analys av tillgängligheten för kollektivtrafik, gång och cykel. Dels går vi igenom utbudet av kollektivtrafik, gång och cykelstråk till respektive etablering och dels gör vi en jämförelse av faktiska restider i relation till restid med bil, vilket ger en bild av cykelns och kollektivtrafikens konkurrenskraft.

### **8.1 Metod för att mäta tillgängligheten med kollektivtrafik**

Möjlighet att använda kollektivtrafik kan inte ensamt beskriva tillgängligheten. Även konkurrenskraften för alternativa färdmedel jämfört med bilen har stor betydelse. Konkurrenskraften ligger till stor del i restiderna och konkurrenskraften kan mätas med hjälp av restidskvoten mellan att resa med kollektivtrafik respektive bil. Tillgängligheten till respektive affärsetablering med kollektivtrafik har räknats fram genom att ta fram restiden med kollektivtrafik, men också restidskvoten för ett antal relationer. Dessutom gör vi en genomgång av utbudet av kollektivtrafik för de olika etableringarna.

De studerade relationerna utgörs av:

- Målpunkt = respektive etablering
- Startpunkt = de vanligaste boendeorterna (4-6 st orter beroende av etablering), som tillsammans motsvarar minst 50 % av besökarna. Exempelvis kommer den största andelen av besökarna till Burlöv Center (sammanlagt 54 %) från Malmö, Åkarp, Arlöv och Staffanstorp, det är därför tillgängligheten till Burlöv Center från dessa orter som studerats, se lista i Tabell 8.1.

Genomsnittlig restid respektive restidskvot bygger på att restiden för varje startort viktat med hänsyn till hur stor andel resor respektive ort står för.

**Restiden med kollektivtrafik** har räknats fram som en summa av följande:

- restiden enligt Skånetrafikens reseplanerare<sup>27</sup> mellan givna startpunkter och respektive etablering inklusive eventuella byten (fredag i september kl. 15)
- tillägg för väntetid som motsvarar halva turtätheten
- tillägg för gångtid till och från hållplats.

I startorten där gångtiden till hållplats är okänd har vi antagit att man i genomsnitt har 12 minuter till busshållplats/station i en större tätort (Malmö, Helsingborg, Lund) och 6 minuter i de mindre. Turtätheten kan naturligtvis variera beroende på dag och tid, därför kommenteras även turtätheten generellt i samband med att restidsresultaten redovisas.

**Restiden med bil** har räknats fram som en summa av följande:

- restid enligt webb-reseplaneraren map24<sup>28</sup> mellan ett antal givna startpunkter (samma startpunkter som kollektivtrafiken, snabbaste vägen) och respektive etablering
- tillägg för gångtid till och från parkering.

**Restidskvoten** för kollektivtrafik har tagits fram genom att dividera restiden för kollektivtrafik med motsvarande restid med bil – båda resorna gällande för dörr till dörr. En restidskvot på 2,0 kommer då att motsvara att resan med kollektivtrafik tar dubbelt så lång tid som motsvarande bilresa. Med så stor skillnad i restid har kollektivtrafiken normalt dålig konkurrenskraft gentemot bil.

## Studerade relationer

I Tabell 8.1 visas de relationer som studerats. Totalt minst 50 % av besökarna på de olika etableringarna kommer från någon av dessa orter.

Tabell 8.1 Studerade relationer

Mål	Burlöv Center	Center Syd	Nova Lund	Lunds centrum
<b>Start</b>	Malmö, 20 %	Löddeköpinge, 14 %	Lund, 31 %	Lund, 34 %
	Åkarp, 15 %	Landskrona, 12 %	Malmö, 8 %	Staffanstorp, 6 %
	Arlöv, 11 %	Kävlinge, 9 %	Staffanstorp, 6 %	S Sandby, 5 %
	Staffanstorp, 9 %	Lund, 7 %	Eslöv, 5 %	Malmö, 5 %
	Summa, 55 %	Bjärred, 6 %	Bjärred, 4 %	Bjärred, 5 %
		Eslöv, 6 %	Summa, 54 %	Summa, 55 %
		Summa, 54 %		

## 8.2 Metod för att mäta tillgängligheten för cyklister

För gående och cyklister är det avståndet, som utgör den största begränsningen<sup>29</sup>. För cyklister går gränsen för hur långt de flesta kan tänka

<sup>27</sup> [www.skanetrafiken.se](http://www.skanetrafiken.se)

<sup>28</sup> [www.se.map24.com](http://www.se.map24.com)

sig att cykla någonstans mellan 5 km och 1 mil. Tillgängligheten för cyklister har därför beräknats utifrån hur stor andel av besökarna (de som besöker respektive etablering idag) som täcks in av ett cykelvägnät inom ca 5 km. Detta innebär i praktiken de boende som bor inom en radie av ca 3,8 km från etableringen, eftersom cykelvägnätet ju sällan är lika gent som fågelavståndet.

## 8.3 Tillgängligheten för kollektivtrafikresenärer

### Burlöv Center

Burlöv Center ligger invid pågatågsstationen i Burlöv. Pågatåg mellan Malmö och Lund stannar vid Burlövs station två gånger i timmen under både hög- och lågtrafik. Burlöv Center betjänas även av regionbussar på linje 130 från Malmö via Åkarp till Lund.

Bussarna stannar på hållplatsen Burlöv Center, mindre än 100 m från närmsta ingång (tågen 200 m) och ca 300 m från mittpunkten (tågen 400 m). Det kan jämföras med ”mittpunkten på parkeringen” som ligger ca 200 m från mittpunkten av centret. I Tabell 8.2 visas resultatet av restids- och restidskvotsberäkningen.

Tabell 8.2 Restider och restidskvoter för resor till Burlöv Center

Till Burlöv Center från:	Restid med koll (min)	Restid med bil (min)	Restidskvot (koll/bil)	Kommentar om kollektivtrafikstandard
Malmö	27	18	1,5	Malmö och Åkarp betjänas av Pågatågstrafik, två ggr per timme såväl vardag som helg
Åkarp	22	11	2,0	
Arlöv	21	8	2,6	Regionbuss 130 tre ggr i timmen dagtid såväl vardag som helg. Restid ombord endast 2 min, förmodligen går eller cyklar man istället
Staffanstorps	45	19	2,4	Buss till Arlov, Hjarup eller Lund, byte till buss mot Burlöv Center
Totalt	27	14	1,9	

Som framgår av tabellen är restiderna tillfredställande respektive hyggliga för Malmö och Åkarp, däremot inte bra för Staffanstorps och Arlov. Eftersom Burlöv Center ligger i Arlov och orten är relativt liten är det dock tveksamt hur man ska betrakta resultaten för Arlov, då restiden med bussen är så kort att de allra flesta troligen går eller cyklar hela vägen och inte använder kollektivtrafiken. Sammantaget visar beräkningen

<sup>29</sup> Restidskvoten cykel/bil kan också vara intressant, men det krävs mycket detaljerade data för att räkna fram de verkliga skillnaderna, vilket vi saknar.

på en relativt hygglig tillgänglighet med kollektivtrafik för Burlöv Center.

## Center Syd

Till Center Syd går fyra olika busslinjer. Vanlig buss (linje 132) och snabbuss (134) går två gånger i timmen från Malmö. Från Lund går snabbuss (126) två gånger i timmen under högtrafik. Linje 122 trafikerar Barsebäckshamn-Löddeköping-Kävlinge och går knappt en gång i timmen på vardagar och mer sällan på lördag. På helger och under lågtrafik går bussarna mer sällan. Linje 132 trafikerar också sträckningen Center Syd – Landskrona ca en gång i timmen under vardagar, och mer sällan under helger. I Tabell 8.3 visas resultatet av restids- och restidskvotsberäkningen.

Tabell 8.3 Restider och restidskvoter för resor till Center Syd

Till Center Syd från:	Restid med koll (min)	Restid med bil (min)	Restidskvot (koll/bil)	Kommentar om kollektivtrafikstandard
Löddeköpinge	23	8	2,9	Norrgående regionbussar, 4-5 avgångar per timme i högtrafik. Tid ombord 5 minuter
Landskrona	53	17	3,1	Dålig turtäthet och lång tid (30 min) ombord
Kävlinge	51	18	2,8	Dålig turtäthet, men gen förbindelse (12 minuter) för den som känner till när bussen går
Lund	52	19	2,7	Snabbuss, tid ombord 27 minuter
Bjärred	39	14	2,8	Regionbuss eller snabbuss, tid ombord 13 minuter
Eslöv	86	34	2,5	Tåg till Lund, byte till buss
Totalt	47	17	2,8	

Det tar alltså mellan 2,5 och 3 gånger så lång tid att åka kollektivt till Center Syd som att ta bilen. Även om det är möjligt att ta sig dit med buss är konkurrenskraften gentemot bil mycket låg. De som kan väljer hellre bil, vilket också färdmedelsstatistiken till Center Syd visar.

## Nova Lund

Kollektivtrafikutbudet till Nova Lund är god. Nova trafikeras av Lunds stadstrafik med busslinjerna 5 och 20. Närmsta hållplats (Företagsvägen) ligger ca 200 m från närmsta ingång och ca 400 m från Novas mittpunkt. Båda linjerna kör med halvtimmesintervall under vardagarna. Linje 5 kör dessutom två gånger i timmen under högtrafiktid på helger.

Dessutom trafikeras Nova Lund av regionbussarna linje 126 mellan Lund och Löddeköpinge (en gång i timmen) och linje 137 mellan Lund

och Bjärred (mellan två och fyra avgångar per timme under högtrafik). Bussarna stannar vid Fjelierondellen, dvs inom 500 m fågelavstånd. I Tabell 8.4 visas resultatet av restids- och restidskvotsberäkningen.

*Tabell 8.4 Restider och restidskvoter för resor till Nova Lund*

Till Nova Lund från:	Restid med koll (min)	Restid med bil (min)	Restidskvot (koll/bil)	Kommentar om kollektivtrafikstandard
Lund	40	9	4,4	Dålig turtäthet, restid ombord endast 10 minuter om man känner till när bussen går
Malmö	65	21	3,1	Tåg till Lund, byte till buss
Staffanstorps	55	17	3,2	Regionbuss till Fjelierondellen
Eslöv	64	26	2,5	Tåg till Lund, byte till buss
Bjärred	30	15	2,0	Regionbuss till Fjelierondellen
<b>Totalt</b>	<b>47</b>	<b>14</b>	<b>3,4</b>	

Även om utbudet är förhållandevis gott till Nova Lund är restidskvoten mot bil hög för de flesta startorter. Som framgår av tabellen är det endast Bjärred som möjligtvis kan sägas ha en rimlig restidskvot med kollektivtrafik till Nova Lund.

## **Lunds centrum**

Utbudet av kollektivtrafik till Lunds Centrum är stort och mångriktat. I princip samtliga busslinjer som angör Lund, passerar genom centrum. Till Botulfsplatsen i absoluta centrum (ca 50 m från Stortorget) går alla Lunds stadsbussar. Till Bankgatan ca 400 m från Stortorget går regionbussar och från Bangatan, ca 700 m från Stortorget går regionbussar och tåg. Det finns ett stort antal tågförbindelser från Lunds central både norrut och söderut. I Tabell 8.5 visas resultatet av restids- och restidskvotsberäkningen.

*Tabell 8.5 Restider och restidskvoter för resor till Lunds centrum*

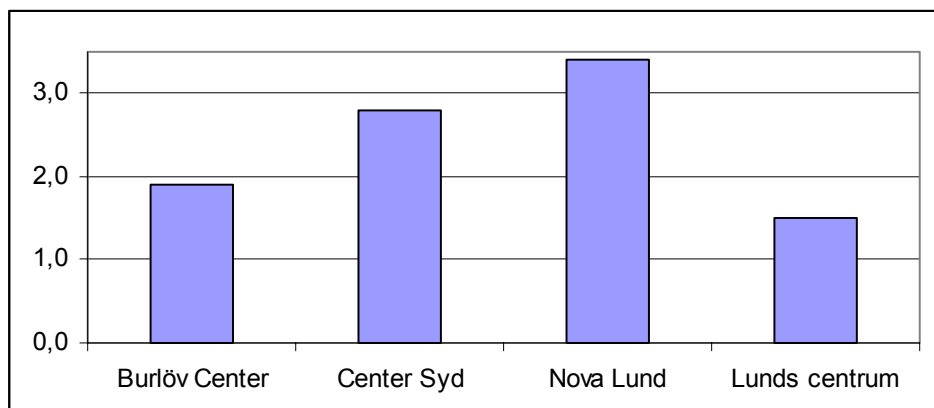
Till Lunds centrum från:	Restid med koll (min)	Restid med bil (min)	Restidskvot (koll/bil)	Kommentar om kollektivtrafikstandard
Lund	12	10	1,2	Turtätheten beror på var i Lund resan startar
Staffanstorps	34	16	2,1	Regionbuss, tre turer per timme
S Sandby	38	21	1,8	Regionbuss med kvartstrafik
Malmö	34	22	1,5	Mycket god turtäthet med tåg och buss
Bjärred	41	26	1,6	Regionbuss med kvartstrafik
<b>Totalt</b>	<b>21</b>	<b>14</b>	<b>1,5</b>	

Bilden av att kollektivtrafikalternativet är konkurrenskraftigt för Lunds centrum bekräftas vid analys av restidskvoterna. Som framgår av tabel-

len är restidskvoterna för kollektivtrafik goda eller tillfredställande för alla relationer utom mellan Lunds centrum och Staffanstorp. Bilden stämmer väl även med färdmedelsfördelningen för besökare i Lunds centrum (Figur 2.2).

## **Sammanfattning**

Konkurrenskraftig tillgänglighet för kollektivtrafik är betydligt bättre för Lunds centrum än de andra lokaliseringarna. Lunds centrum har till exempel mer än dubbelt så bra genomsnittlig restidskvot för kollektivtrafik som Nova Lund trots att det finns flera busslinjer till Nova.



*Figur 8.1 Restidskvoter (kollektivtrafik/bil) för de fyra etableringarna.*

## 8.4 Tillgängligheten för cyklister

I Tabell 8.6 visas hur stor andel av dem som besöker respektive etablering som skulle kunna cykla dit om man utgår från att ett acceptabelt avstånd är ca 5 km.

Tabell 8.6 Tillgänglighet för cyklister till de fyra etableringarna

Etablering	Orter inom 5 km cykelavstånd från etablering (och andel av orten som täcks in)	Andel besökare från ort	Andel besökare inom 5 km
<b>Burlöv Center</b>	Åkarp (50 %) + Arlöv (100%)	15 % Åkarp resp. 11 % Arlöv	18 %
<i>Kommentar:</i>	<i>Burlöv center är förbundet med gång- och cykelvägar till/från Burlöv station, mot det närliggande bostadsområdet och mot Malmö resp. Lund. Helhetsbetyg 4+</i>		
<b>Center Syd</b>	Löddeköpinge (100 %) + Hoftorup (100 %)	14 %, alla från Löddeköpinge	14 %
<i>Kommentar:</i>	<i>Det finns två olika stråk för gående och cyklister mellan Center Syd och Löddeköpinge. Även från några omkringliggande orter, t ex Hoftorup, kan man cykla, huvudsakligen på separerade GC-vägar, men "barriärer" i form av tunnlar i anslutning till CS Helhetsbetyg 4</i>		
<b>Nova Lund</b>	Lund (75 %) + Fjelle by (100 %)	31 %, alla från Lund	23 %
<i>Kommentar:</i>	<i>Det finns bra cykelförbindelser, även separata GC-stråk, mellan närliggande bostadsområden i Lund (Gunneshö, Klosters Fälad) och Nova Lund, men "barriärer" i form av tunnlar i anslutning till Nova Lund. Helhetsbetyg 4</i>		
<b>Lunds centrum (Stortorget)</b>	Lund (100 %)	34 %	34 %
<i>Kommentar:</i>	<i>Fint förgrenat nät av gång- och cykelvägar som täcker hela Lunds tätort. I stadskärnan är hastigheten begränsad till 30 km/h. Helhetsbetyg 5</i>		

Som framgår av tabellen är tillgängligheten med cykel (utifrån avstånds begränsningen) bäst för besökarna till Lunds centrum och därefter Nova Lund, Burlöv Center och sist Center Syd.

## 8.5 Tillgängligheten för gående

I Tabell 8.7 visas hur stor andel av besökarna som bor inom 1 km från respektive etablering och som följaktligen skulle kunna gå dit.

Som framgår av tabellen är tillgängligheten med gång (utifrån avstånds begränsningen) bäst för besökarna till Burlöv Center, därefter Lunds centrum, Center Syd och sist Nova Lund.

Tabell 8.7 Tillgänglighet för gående till de fyra etableringarna

Etablering	Antal invånare (och ort) inom 1 km från etablering	Andel av resp. ors invånare	Andel besökare från orten	Andel besökare inom 1 km
Burlöv Center <i>Kommentar:</i>	7 000 (Arlöv)	80 %	11 %	9 %
	<i>Bra gångförbindelser mellan bostadsområdena i Arlöv/Burlövs Egnahem och Burlöv Center. Helhetsbetyg 4.</i>			
Center Syd <i>Kommentar:</i>	2 000 (Löddeköpinge)	40 %	14 %	6 %
	<i>Det finns gångförbindelser mellan Löddeköpinge och CS, men barriärer och ingen tilltalande miljö? Helhetsbetyg</i>			
Nova Lund <i>Kommentar:</i>	4 000 (Lund)	5 %	31 %	2 %
	<i>Det finns tillfredställande gångförbindelser mellan närliggande bostadsområden i Lund och Nova Lund, men "barriärer" i form av tunnar i anslutning till Nova Lund. Helhetsbetyg 4.</i>			
Lunds centrum (Stortorget) <i>Kommentar:</i>	15 000 (Lund)	20 %	34 %	7 %
	<i>Bra gångförbindelser, även separata GC-stråk, från alla bostadsområden i Lund in till centrum. Betyg 4+.</i>			

## 8.6 Sammanfattning

Tillgängligheten för kollektivtrafikresenärer mätt i restidskvot mellan kollektivtrafik och bil visar ett tydligare samband mellan faktiska färdmedelsfördelningar än enbart betraktelse av kollektivtrafikutbud. Utbudet av gång- och cykelstråk är relativt likartade till de olika etableringarna. Däremot skiljer sig andelen av befolkningen som har acceptabla gång- respektive cykelavstånd till etableringarna. Dess olikheter speglar bättre den faktiska färdmedelsfördelningen till respektive lokalisering.

Beräkningarna visar att kollektivtrafikens konkurrenskraft räknat i restidskvot (koll/bil) är bäst i Lunds centrum följt av Burlöv Center, Center Syd och sist Nova Lund. Denna rangordning gäller även om man ser till restiden, som dock är starkt kopplad till hur stort omland etableringen har. De som handlar i Lunds centrum och Burlöv Center har närmre till sin etablering än de som handlar på Center Syd och Nova Lund.

Tillgängligheten mätt i konkurrenskraft med bil speglas också i de faktiska färdmedelsfördelningarna för respektive lokalisering. Detta är inget märkvärdigt i sig, men bör tydliggöras då antaganden och konsekvensbeskrivningar för olika lokaliseringar görs. Vid en första anblick av tätortsnära etableringar kan dessa te sig bättre än helexterna etableringar med avseende på alstrat biltrafikarbete. Detta gäller dock endast om man enbart betraktar färdsettsutbudet som sådant. Om hänsyn tas till vilka alternativ som de facto är konkurrenskraftiga för kunderna, blir bilden ofta en annan, och den tätortsnära etableringen framstår inte längre som ett lika överlägset alternativ.



# 9. *Handelns etableringsstrategier*

## 9.1 *Inledning, metod och syfte*

Detaljhandeln i Sverige är under ständig förvandling. Varje år förnyas (tillkommer och avgår) ca 15 % av existerande handelsföretag<sup>30</sup>. Detta betyder att nyetablering av handelsföretag är en betydande aktivitet som påverkar handelns struktur, och därmed också transporter till denna handel. En stor del av den nytillkommande handeln sker i lågprisbutiker (Willys, Netto och Lidl) och nisch-kedjeföretag (Bauhaus, Elgiganten), företag som ofta etablerar sig i externa eller tätortsnära lägen. Detaljhandel med lågpriskoncept till god kvalitet är ett idag hett och framgångsrikt koncept för storföretag<sup>31</sup>. Attraktionskraften hos dessa är stor. Det kanske mest extrema exemplet på detta är Ge-Kås i Ullared dit 3,5 miljoner människor från hela Sverige och även Danmark reser varje år.

Att förstå de strategier som ligger bakom etablering och lokalisering av dessa företag är en viktig del av att hantera transporteffekter som alstras av dessa etableringar. Faktorer som traditionellt framhålls ha betydelse vid etablering och lokalisering av externhandel är t ex: billigare mark, lägre hyror och billigare leveranser. Affärskoncepten bygger ofta på att kunderna handlar skrymmande varor eller stora volymer. Inköpsprocenten är hög och kan ligga på cirka 90 %<sup>32</sup>. För dessa företag ses biltillgängligheten och tillgång till parkering som viktig.

I uppdraget ingick att studera etableringsstrategierna inom handeln genom att studera litteratur inom ämnet samt intervjua några branschaktörer. Bland de tillfrågade aktörerna har vi genomfört intervjuer med två större affärskedjor *ICA* och en av landets större klädkedjor (önskar vara anonym) och bland de mindre aktörerna med *Apoteket* och *Hälsa för alla*. Dessutom har, Janne Sandahl, professor i centrumfunktion på KTH samt konsult vid Nordplan som utreder affäretableringar intervjuats.

## 9.2 *Bakgrund*

Detaljhandeln har under 1990-talet genomgått en strukturomvandling som bland annat inneburit att:

- allt mer varor säljs via externa och tätortsnära köpcentrum.
- butikerna blir allt större och i synnerhet inom dagligvaruhandeln.
- ägarkoncentrationen tilltar och nationella och internationella kedjor tar allt större marknadsandelar.

---

<sup>30</sup> Fölster, S, & Bergström, F, red., (2001), *Kampen om köpkraften – Handeln i framtiden*. Handelns Utredningsinstitut, Stockholm.

<sup>31</sup> Veckans affärer. *Lika recept för nya rika*, Nr 37, 12 september 2005

<sup>32</sup> Veckans affärer *Handelns hangarer*, Nr 35, 29 Augusti 2005

En annan tendens inom handeln som är nära förknippade med köpcentrumens expansion är att stora butiker som tillhör kedjor som Stadium, K-rauta, ONOFF, och Siba har blivit allt vanligare.<sup>33</sup>

Om de externa köpcentrumen haft en stark utveckling i storstäderna så tyder mycket på att de utvecklats ännu bättre i mindre städer. Under 1990-talet har externhandeln vuxit med hela 85 procent. Längre har man hävdats, inte minst i Plan- och Bygglagssammanhang, att det är cityhandeln som förlorar till de externa köpcentrumen. Detta är dock i normalfallet inte vad som har skett. Istället är det den perifera handeln som framförallt har tappat. Att handeln dras till köpcentrum och i synnerhet till de stora köpcentrumen och har gjort så under en längre tid tyder på att det är lönsamt för butiksägare att etablera sig på dessa marknadsplatser.

Strukturumvandlingen har inneburit en förbättrad produktivitet som bland annat tagit sig i uttryck i en kraftigt ökad omsättning samtidigt som antalet anställda har minskat. En viktig underliggande orsak till utvecklingen är att de möjligheter till stordrift som finns inom handeln bättre har kommit att utnyttjas. De största köpcentrumen har en mycket god utveckling när det gäller omsättning per anställd 1999, vilket kan ses som en indikation på att det föreligger stordriftsfördelar i personalinsatser för dessa köpcentra. Det finns således anledning att misstänka att utvecklingen mot större butiker inom både daglig- och sällanköpshandeln drivs av effektivitets- och lönsamhetskäl. För att förstå varför svensk detaljhandel genomgår den strukturumvandling som kort beskrivits utgår Fredrik Bergström i sin studie från år 2000 från dels ett kundperspektiv, dels ett företagsperspektiv och dels utifrån ett politiskt perspektiv.<sup>34</sup>

Ur ett kundperspektiv har ett antal faktorer bidragit till att handeln har koncentrerats till allt färre marknadsplatser och i synnerhet till externa köpcentrum. Det beror dels på att det har skett en urbanisering, dels på att tillgången till, och användningen av bil har ökat. Det faktum att de stora köpcentrumen är lokaliserade nära stora vägar är en indikation på bilens betydelse för dessa etableringar. Man måste emellertid vara uppmärksam på att denna utveckling även verkar i motsatt riktning. Strukturumvandlingen mot bilorienterade lokaliseringar av handel leder i sig till ett ökat bilinnehav och ökat bilinnehav minskar i sin tur användningen av hållbara färdmedel (kollektivtrafik, gång och cykel).

Då fysisk närhet tidigare var handelns viktigaste konkurrensmedel spelar idag andra faktorer större roll<sup>35</sup>. Det faktum att allt fler hushåll har mer en arbetande sägs också ha bidragit till önskan handla tidseffektivt, vilket att storhandla i välsorterade stora handelsetableringar ger möjlighet till. Andra påverkande faktorer till det förändrade handlingsmönstret är

---

<sup>33</sup> Bergström, F. *Vart är detaljhandeln på väg i Stockholm?* HUI (2000)

<sup>34</sup> Bergström, F. *Vart är detaljhandeln på väg i Stockholm?* HUI (2000)

<sup>35</sup> Hagson, A. *Effekter av externetablerad handel, särskilt dagligvaruhandeln, på trafikarbete och miljö* (2003)

att konsumenternas värld har förändrats och dagens ekonomiska och materiella standard har höjts. Bostäderna är idag rymligare och att storhandla har gynnats av förbättrade förvaringsmöjligheter. Inköpsprocessen har tidsmässigt blivit mer koncentrerat och sker vid färre tillfällen och inköpen har volymmässigt blivit större<sup>36</sup>. Resultaten från vår studie av kundernas resor till och från affärsetableringar ger en bild där drygt hälften av de bilburna kunderna kunde ha valt en motsvarande etablering på kortare avstånd från hemmet än den de valde. Det gäller även om man bara tittar på de kunder som åkt tur och retur för att handla utan några andra ärenden att samordna med. Attraktionen hos en etablering ligger i mer än en önskan om tidseffektivisering eller önskan att minska sina restider.

Inte alla som väljer externa etableringar gör det enbart för att öka tidseffektiviteten. Medan det för vissa grupper - eller för vissa typer av inköp - är viktigt att inköpen görs så effektivt som möjligt har det för andra blivit ett nöje att handla. För många är det ett nöje att resa till en välsorterad handelsetablering där nytta förenas med olika upplevelser. Butiks- och fastighetsägare i de stora handelsetableringarna är väl medvetna om denna typ av preferenser och mönster. De ser till att inköp kombineras med möjligheten att lyssna på Mora träska, dansa med Bananer i pyjamas, träffa såpastjärnor, eller andra populära artister. Möjligen kan vi i vårt material se denna trend i effekterna på trafikarbete och antal inköpsresor. Det tycks vara något färre inköpsresor per vecka bland dem som handlat livsmedel på våra undersökta etableringar och något fler inköpsresor per vecka bland som handlat annat.

En studie<sup>37</sup> om vilka effekter ett externt handelsområde har på resandemönstret i Umeå visade att det var vissa faktorer som av besökarna ansågs vara särskilt attraktiva hos handelsetableringar. *Hög kvalitet på varorna* ansågs vara mycket viktigt (71%). Liknande svar fick vi även i vår studie där butiksutbudet eller butiksmixen sågs som de viktigaste faktorerna för val av handelsplats. Liknande argument anger storföretagen som citeras i *Veckans affärer*<sup>38</sup>. Mer än hälften i Umeåstudien betraktade även gratis parkering, låga priser, helgöppet, många parkeringsplatser, ett brett utbud av varor, långa öppettider och tillgång till toaletter som attraktiva faktorer hos köpcentrum. Konsumenter som inte har bil föredrar att handla i centrum, vilket kan bero på att det med kollektivtrafik är lättare att ta sig till centrum än till externa handelsetableringar. Konsumenter i centrum handlar i större utsträckning på grund av impulsiva infall än konsumenter i handelsetableringarna.

Utvecklingen inom handeln är alltså tilltalande för många företag. Att etablera sig i externa handelsetableringar ger tillgång både till billig mark och hyror och ett stort kundunderlag. Vidare underlättas logistiken vilket ger billigare in-transporter av varor vilket i sin tur möjliggör för

---

<sup>36</sup> Bergström, F. *Vart är detaljhandeln på väg i Stockholm?* HUI (2000)

<sup>37</sup> Garvill m fl, *Betydelsen av lokalisering av handel för inköps- och resmönster*. Umeå universitet (2003)

<sup>38</sup> *Veckans affärer. Lika recept för nyrika*, Nr 37, 12 september 2005

de företag som etablerar sig i de externa köpcentrumen att erbjuda konkurrenskraftiga priser vilket i sin tur attraherar mer kunder. Att vara stor gör det även möjligt att förhandla fram bättre annonsvillkor vilket i sin tur möjliggör mer intensiv och samordnad marknadsföring.<sup>39</sup>

Handelns strukturomvandling drivs emellertid inte enbart av ekonomiska överväganden. Även politiska beslut spelar en roll för hur handeln utvecklas. Konsumentlagstiftning, miljölagstiftning, momsregler, olika former av individ- och företagsbeskattning, tullhinder och regleringar påverkar detaljhandelns utveckling.

En typ av lagstiftning som är extra intressant för att förstå varför omvandlingen av handeln tagit fart under 1990-talet är Plan- och Bygglagen (PBL). Huruvida en extern affärsetablering skall tillåtas att etablera sig i eller inte är en viktig fråga i många av landets kommuner. I och med att kommunerna via PBL beslutar om hur marken i en kommun skall användas påverkar de också om externa etableringar och därmed hur detaljhandeln kommer att utvecklas. Bland lokala politiker i många kommuner och hos etablerade handlare har det funnits och finns fortfarande en tveksamhet mot nya externa etableringar i och med att en större etablering kommer att innebära förändrade konsumtionsmönster. Man är rädd att detta inte ska gynna den redan etablerade handeln. I samband med att PBL ändrades i början på 1990-talet blev det svårare att hindra externa handelsetableringar vilket i sin tur bidrog till att den underliggande efterfrågan som fanns på nya etableringar kunde mötas genom byggandet av ett antal tätortsnära men externa handelsetableringar runt om i Sverige. År 1997 stramades PBL åter upp och möjligheten för svenska kommuner att hindra, t ex, lågprisbutiker att etablera sig i externa lägen är åter en möjlighet. I det nya förslaget till PBL som lagts fram i september 2005 finns inga reella förändringar föreslagna.

### **9.3 Lokalisering i teorin**

I en konsekvensanalys för utbyggnad av ett externhandelscentrum i Karlstad beskrivs "...tre faktorer styra etableringsviljan, nämligen läge, läge och läge"<sup>40</sup>. Läge i förhållande till kunderna, läge i förhållande till konkurrenterna och läge i förhållande till annan handel.

Handelns lokalisering påverkas av utbudets räckvidd och dess tröskelvärde<sup>41</sup>. *Räckvidd* är det avstånd som konsumenten anser det vara värt att övervinna för att nå ett visst utbud. Detta påverkas främst av transportkostnad och tidsaspekter. *Tröskelvärde* är det minsta kundunderlag en verksamhet behöver för att vara lönsam. Sällanköpsvaror har längre räckvidd, högre tröskelvärde och kräver ett större marknadsområde än

<sup>39</sup> Bergström, F. *Vart är detaljhandeln på väg i Stockholm?* HUI (2000)

<sup>40</sup> Henriksson, C. och Schagerström, T. *Handel i Välsviken konsekvensanalys* Inregia AB (2005)

<sup>41</sup> Falk, T & Julander, C-R. *Köpcentrum i stadskärnan - inverkan på detaljhandeln och konsumenter*. Liber. Stockholm. (1984)

vad dagligvaror gör. Teorin är användbar men verkligheten är mer nyanserad än så. Samhället utvecklats och konsumenter blir mer rörliga och synen på avstånd förändras<sup>42</sup>.

En pågående trend inom handeln är utvecklingen av handelskluster i externa lägen. Stormarknader och lågprisbutiker lokaliserar sig nära varandra, för att möjliggöra valfrihet och jämförelse för kunden<sup>43</sup>.

Vissa kedjor tycker bättre om handelsetableringar än andra. Många av de stora kedjorna, inom främst klädhandeln, har en relativt jämn fördelning av sina butiker mellan citylägen och handelsetableringar, medan andra aktörer oftare etablerar sig i handelsetableringar. Till exempel återfinns 80 % av Gallerix ca 90 butiker i handelsetableringar<sup>44</sup>. Det kan vara en slump men en mer rimlig förklaring är att Gallerix har som etableringsstrategi att finnas i just etableringar och inte lika mycket på andra platser.

Idag ägs och drivs handelsetableringar i allt större utsträckning av svenska och utländska fastighetsföretag som är specialiserade på att äga köpcentrum, t ex Rodamco, Atrium Fastigheter, Sten & Ström och Eurocommercial. Karaktäristiskt för handelsetableringarna är också att de tycks blir allt mer lika varandra. Detta gäller inte bara design och utformning utan också utbudet av butiker. De stora kedjorna verkar i stor utsträckning vilja etablera sig i handelsetableringar och fastighetsägarna vill ha kedjorna i sina centrum<sup>45</sup>.

## **9.4 Handelsuppfattning**

### **Om anledningarna till ökad externhandel**

Det råder delade meningar om vad som drivit på utvecklingen mot ökad externhandel. *Apoteket, Hälsa för alla* och klädkedjan framhåller främst att det är företagsekonomiska skäl som stordriftsfördelar med rationellare hantering av distribution som drivit på utvecklingen. Billigare tomtmark och behov av stora ytor, som inte går att finna inne i centrala områden, är andra faktorer som lyfts fram.

*Apoteket* tror även att det är kundernas önskan att göra merparten av sina inköp samtidigt och möjligheterna till gratis parkering som sannolikt har drivit på etableringen av etableringar i externlägen. För *Apoteket* är det viktigt att finnas där kunderna finns, vilket innebär ett ökande antal apoteketableringar i köpcentra och externlägen.

---

<sup>42</sup> Wetterholm, S. *I skuggan av köpcentra? – Handels framtid i Torsby?* Umeå universitet (2004) Falk, T & Julander, C-R. Köpcentrum i stadskärnan - inverkan på detaljhandeln och konsumenter. Liber. Stockholm. (1984)

<sup>43</sup> Svensson, T. *Hushållens inköp av dagligvaror i städer* (2004)

<sup>44</sup> Bergström & Kolterjahn. *LIKRIKTNING Möjlighet och hot i svenska köpcentrum* (2004)

<sup>45</sup> Bergström & Kolterjahn. *LIKRIKTNING Möjlighet och hot i svenska köpcentrum* (2004)

Sandahl och ICA instämmer i att företagsekonomiska skäl har stor betydelse men att det främst är samhällsutvecklingen i form av ökad ekonomisk tillväxt med följder som större boende- och förvaringsytor, ökat bilinnehav men även faktorer som utglesning av staden, ändrade resvanor och förändrad demografi som har drivit fram att externetableringarna har ökat. Den förbättrade ekonomiska situationen gör också att människor har möjlighet att göra större inköp åt gången och att alla idag har tillgång till frys och kyl. Stormarknaderna är även populära pga att det är tidsbesparande att handla i dem, konsumenterna vill handla allt på ett ställe, samt att utbudet där är stort. I princip identiska skäl till en ökad externhandel framförs av Bergström (2000), kapitel 1.2.

ICA ser inget självändamål i att etablera sig externt, tvärtom. Fanns det butiksytor centralt som uppfyllde ICA:s krav skulle de gärna etablera sig där. Kraven är att de ska vara stora, hyresnivåerna får ej vara för höga vilket de oftast är inne i städerna och att den befintliga infrastrukturen ska vara anpassad efter ICA:s logistikbehov vilket de anger kan vara mycket svårt att få till med svängradier, trottoarkanter och lossningsmöjligheter.

Enligt ICA är det sortimentsutvecklingen som har gjort att kunderna förväntar sig hitta en mycket stor mängd olika varor i butikerna och därför krävs det större butiksytor idag än tidigare. Kundundersökningarna som ICA genomför visar att kunderna önskar externhandelsplatser för sina ”bunkringsinköp” och mer närbutiker för kompletteringsinköp.

Den ökade framväxten av externetableringar förstärks av samverkan mellan kundernas önskemål och företagsekonomiska fördelar. Det kan dock konstateras att när väl utvecklingen har startat är den delvis självgenererande genom som klädkedjan uttrycker det, de önskar etablera sig där andra klädaffärer ligger utifrån devisen, handel föder handel.

## ***Om resor och kommunikationer***

Flera av de intervjuade företagen uttrycker en uppfattning att en etablering inte ska generera ökade transporter. Apoteket etableringspolicy är att etablera sig där kunderna finns. Ett mål är att ett besök på apoteket ska alstra så lite extra transporttid som möjligt för kunderna. Apoteket eftersträvar att finnas där kunderna finns och i externa etableringar befinner sig just detta kundunderlag. Även ICA säger sig beakta en önskan om minimerade trafikflöden i sin etableringspolicy. De önskar fånga upp befintligt trafikflöde. Helst när folk åker från arbetet och hem. ICA konstaterar dock – precis som studier visar – att förhållandevis få kunder gör sina inköp på vägen till eller från arbete. De strävar dock efter att butikerna ska ligga nära stora trafikleder. Då är en del av trafikspekter som exempelvis buller redan lösta men närheten till trafikleder gör även att investeringskostnader i trafiksystemet minimeras. Ett av ICA:s mål med denna strategi är att de då hoppas att körsträckan till butikerna blir så kort som möjligt.

Ett externt köpcentrum är främst till för dem som är bilburna menar t ex klädvarukedjan. Parkeringstillgången där är därför viktig. Mycket få affärsaktörer är beredda att betala för att etablera kollektivtrafik till en handelsplats eller ställer krav på att kollektivtrafikförsörjning skall finnas för att de skall välja att etablera sig. Aktörerna hänvisar till att det är kommunen som har i uppgift att säkerställa tillgängligheten för icke bilburna i och med att de gett tillstånd till en extern handelsetablering. Sandahl påpekar att just konfektionshandeln i stadskärnorna ofta i liten grad ser parkeringstillgång där som viktig.

*Hälsa för alla* ser god tillgängligheten för kunder utan bil som mycket viktig. De ser sig dock som en alldeles för liten aktör för att kunna ställa några krav för kommunikationerna till centrat. De studerar emellertid själva läget och väljer främst att etablera sig där kollektivtrafiktillgången är god. Dock kan en etablering bli aktuell där kollektivtrafiken inte är god om centrat har ”goda grannar” och ett stort potentiellt kundunderlag.

Kollektivtrafikförsörjning är mycket viktigt men etableringar kan bli aktuella även om den inte är försörjd med kollektiva färdmedel. Viktigaste faktorn vid etablering är närhet till kunden vilket studeras genom befolkningsstatistik, ner på kvartersnivå, samt vart kunderna handlar vilket har erhållits genom kundundersökningar. ICA får då fram resmönster och kan därefter avgöra vart de helst vill etablera sig. ICA eftersträvar goda kollektivtrafiklägen vilket för etableringar i Stockholm innebär att de ställer kraftfulla önskemål på Stockholms Lokaltrafik (SL). ICA framför önskemål om busshållplats vid eller i direkt anslutning till butiken. De anser att de ofta har svårt att få gehör för detta önskemål hos SL. Inför en butiksetablering studerar de även vart framtida kollektivtrafiksatsning är tänkta att äga rum. I Stockholm handlar det t ex om kommande hållplatser för tvärbanan. Befintliga gång- och cykelbanor försöker man ansluta till butiken.

Alla poängterar hur viktigt det är med god parkeringstillgång. Ett par av företagen räknar fram hur många parkeringsplatser de behöver efter omsättning och/eller butiksytta. Alla säger att det inte är några problem med att få till god och oftast billig parkeringstillgång. Fastighetsägaren har stor förståelse för behovet av många parkeringsplatser. Garvill m fl (2003) har i sin undersökning, som refereras i kapitel 1.2, påvisat att besökare till köpcentrum sätter stort värde på gratis och många parkeringsplatser. En fråga är dock om alla aspekter av parkeringstillgången är god vid externhandelsplatser.

Vid en jämförelse av medelavståndet från parkeringen till etableringarnas entréer mäts förhållandevis långa sträckor. Vid Burlöv Center ligger ingången i medeltal 50-75 meter från centrum av parkeringen och mellan mittpunkt parkering och mittpunkt inne på etableringen som är ungefär 200 meter.

## 9.5 **Sammanfattning**

Det viktigaste etableringsskälet är vilka grannar butikerna har, utifrån begreppet handel föder handel. De butiker som inte har egen stark attraktionskraft poängterar att det tyngst vägande skälet till lokaliseringsbeslut är vilka andra butiker som finns i området. För butiker med stark egen attraktionskraft är grannarna av mindre betydelse.

Handeln framför företagsekonomiska skäl som stordriftsfördelar med rationellare hantering av distribution som en faktor som drivit på utvecklingen. Andra orsaker är billigare tomtmark och behov av stora affärsytor. Främst är handeln ute efter god tillgänglighet för dem med bil genom att de önskar etablera sig vid stora trafikleder och där parkeringstillgången är stor. Tillgängligheten för icke bilburna sägs vara viktig men har i den faktiska utvecklingen visat sig vara av underordnad betydelse. De bilburna köpstarka kunderna ökar i antal med ekonomisk tillväxten med ökat bilinnehav, större boendeytor, och inte minst ökad konsumtion. Utglesningen har i sig lett till ökat bilinnehav som möjliggör etableringar i bilorienterade lägen.



# **10. Handeln, en regional angelägenhet?**

## **10.1 Bakgrund och metod**

Etablering av externhandel är en fråga som inte bara berör den egna kommunen utan oftast hela den omgivande regionen. Dock behandlas frågan ofta som en rent kommunal fråga. Kommunerna har enligt del 1 i detta projekt (och Boverket<sup>46</sup>) endast i undantagsfall en handelspolicy, och när det gäller regionala och mellankommunala överväganden så är dessa idag sällsynta.

Hur man ser på handelsetableringar i en region beror bl a på den egna ortens storlek, och på hur köpkraften i den egna kommunen upplevs<sup>47</sup>. Regional konkurrens mellan handeln i olika orter kan i vissa fall upplevas som positivt, medan man i andra fall får utslagning av mindre orters utbud.

Att studera hur frågan om externhandel diskuteras i regionala utvecklingsplaner och program, och hos länsstyrelser kan ge en uppfattning om den betydelse som externhandeln tillmäts på regional nivå. Denna kunskap kan kombineras med resultatet från de övriga delstudierna och skapa en bättre helhetsbild hur externa affärsetableringar påverkar resandet i en region. Sådan kunskap ökar möjligheterna att identifiera möjliga strategier för önskad framtida utveckling.

Delstudien genomförs genom intervjuer med ett antal länsstyrelser runt om i landet. Alla länsstyrelser har intervjuats per telefon med undantag från länsstyrelsen i Västerbottens län där deras inställning har klagjorts via mejlkontakter. Intervjuerna ägde rum under perioden 2005-04-29 till 2005-06-14.

Länsstyrelserna är utvalda efter dels vart det händer mycket kring frågan om externhandelsetableringar dvs främst storstadsregioner men även befolkningsmässigt mindre län har intervjuats för att erhålla en komplett bild av länsstyrelsernas arbete kring frågan. De intervjuade länsstyrelserna är länsstyrelsen i, Stockholms län, Jämtlands län, Västra Götalands län, Skånes län, Gävleborgs län, Östergötlands län samt Västerbottens län.

---

<sup>46</sup> Dags att handla nu. Boverket 2004.

<sup>47</sup> Eklund, H, Rämme, U, 2003, Handeln i centrum – om stadens attraktivitet ur ett handelsperspektiv, Svenska stadskärnor

## 10.2 Länsstyrelsernas roll

I samband med PBL fick kommunerna planmonopol fullt ut. Staten, genom länsstyrelsen behöll dock möjligheten att ingripa i vissa fall mot beslut som kunde förväntas få olämpliga samhällsliga konsekvenser. Enligt PBL är kommunen skyldig att ta hänsyn till förhållandena i grannkommunerna. Om handeln i angränsande kommuner bedöms påverkas skall dessa effekter diskuteras och samordnas mellan kommunerna. När det blir aktuellt har Länsstyrelsen en viktig roll.

Länsstyrelsen skall bidra med fakta och så långt som möjligt bevaka att den lokala planeringen står i samklang med nationella mål. Om det föreligger skäl att tro att en kommuns etablering kommer att påverka andra kommuner och detta inte har tagits i beaktande är länsstyrelsen skyldig att ingripa<sup>48</sup>. Länsstyrelsen kan således pröva, och vid behov även upphäva, detaljplaner som inte har samordnats på ett lämpligt sätt mellan olika kommuner. För att undvika utpressningssituationer där handelsintressenter hotar att etablera sig i grannkommunen om inte den ena kommunen säger ja, skall Länsstyrelsen kunna gå in och konstatera att en kommun har fog för sin konsekvensanalys. I så fall skall länsstyrelsen inte utan vidare godta planen. I PBL 12 kap 1 § står följande:

”Länsstyrelsen skall pröva kommunens beslut att anta, ändra eller upphäva en detaljplan eller områdesbestämmelser, om det kan befaras att beslutet innebär att

1. Riksintrasse enligt 3 eller 4 kap. miljöbalken inte tillgodoses.
2. Regleringen av sådana frågor om användningen av mark- och vattenområden som angår flera kommuner inte har samordnats på ett lämpligt sätt.
3. En miljö kvalitetsnorm enligt 5 kap. miljöbalken inte iakttas.
4. En bebyggelse annars blir olämplig med hänsyn till de boendes och övrigas hälsa eller till behovet av skydd mot olyckshändelser.”

## 10.3 Inställning till regional konkurrens

De olika länsstyrelsernas inställning till regional konkurrens skiljer sig markant åt från i grunden vara positiva till det, vara rädd att den ska slå ut glesbygdshandeln, ge negativa miljöeffekter till att inte ta ställning överhuvudtaget.

Länsstyrelserna som känner störst tveksamhet till regional konkurrens genom etablerandet av externhandelsplatser pga omtanken till glesbygden, bland de 7 intervjuade, är Västerbottens län och Jämtlands län.

---

<sup>48</sup> PBL 12 kap 1§

Dessa två län har en låg befolkningsdensitet och därmed en stor andel som bor i glesbygden.

För länsstyrelsen i Jämtlands län är det främst två aspekter som är avgörande för inställningen till handelsetableringar. För det första att de värnar om glesbygdshandeln för att den ej ska slås ut, vilket Länsstyrelsen egna utredningar visar att stora handelsetableringar gör. För det andra är det att PBL följs.

I Jämtlands län kan regional konkurrens om handeln endast uppstå mellan Östersunds och Krokoms kommuner. Länsstyrelsen har ingen synpunkt på om handeln etablerar sig i den ena eller andra av dessa två kommuner. Detta främst pga att glesbygdshandeln blir lika drabbat beroende av vilken av kommunerna ett köpcentrum etablerar sig i. Dock går länsstyrelsen i Jämtlands län aktivt in med ett visst investeringsstöd till glesbygdshandeln för att handeln i Östersund inte skall bli för dominant och för starkt påverka servicen i glesbygden. Detta aktiva stöd görs i samarbete med kommunerna och utgår ifrån i vilka områden det är rimligt att en butik skall överleva.

Västerbottens län har en kliven inställning till regional konkurrens. Umeå är regioncentrum i länet och de fem kranskommuner är befolkningsmässigt alla mindre än en tiondel av Umeå kommun och därmed beroende av Umeås arbetsmarknad. Som regionalt centrum har Umeå en roll att spela som serviceort för mer än den egna kommunen och har även förutsättningar att nå ett utbud som de små kommunerna inte kommer i närheten av. Umeås roll som regionalt servicecentrum för specialiserad service är därmed viktig. Dock är de små kommunernas handelsstruktur känslig och påverkas i hög grad av handelsutbudet i Umeå. Det finns en uttalad oro bland de mindre kommunerna att handeln i den egna kommunen blir lidande av en alltför kraftig utbyggnad av externhandeln i Umeå. Länsstyrelsen delar denna oro. En allt för hård konkurrens om handel med dagligvaror och sällanköpsvaror kan slå ut den lokala handeln vilket vore olyckligt ur ett hållbarhets- och tillgänglighetsperspektiv. Länsstyrelsen anger att det är en känslig och svårbedömd avvägning mellan Umeå som regionalt servicecentrum och dess påverkan på de mindre kommunernas handelsstruktur.

Östergötlands län anser att konkurrens bör främjas genom att det ges utrymme åt många aktörer. Om sedan denna konkurrens uppstår mellan eller inom kommunerna är av underordnad betydelse. Länsstyrelsen i Östergötlands län poängterar dock att det är viktigt att hänsyn tas till andra intressen än handeln. I Stockholms län har länsstyrelsen agerat för ökad konkurrens då studier visat att priserna är högre i länet jämfört mot övriga landet vilket enligt studierna beror på sämre konkurrens. Stockholms län är dock inte entydigt positiva till externetableringar, det de vill åt är just en ökad konkurrens. Landshövdingen har intresserat sig för konkurrenssituationen. Länsstyrelsen tror att trafiken som externhandeln genererar ger relativt små regionala effekter men eventuellt mer betydande lokalt.

Västra Götalands länsstyrelse har haft många diskussioner kring regional konkurrens om handeln mellan kommuner. Länsstyrelsen ifrågasatte tidigare större externetableringar. Idag är det främst halvexterna affärs-etableringar som är aktuella, länsstyrelsen i Västra Götaland är positiva till dessa anläggningar om de anläggs på lämpliga ställen pga av de anser att all handel inte får plats inne i centrala Göteborg. Ett ytterliggare skäl till länsstyrelsen delvis ändrade inställning är att de tagit del av handelsstudier som påvisat att främst halvexterna men delvis även externa köpcentra bidrar till att öka konkurrensen och att regionalt minska trafiken medan den lokalt ökar. Dessa resultat går tvärt emot övriga forskningsresultat på området (se exempelvis ”Externa affärs-etableringars och deras effekt på miljö och energianvändning” Ljungberg mfl 1994). Kommunernas egna utredningar gällande externetableringarnas eventuella påverkan på grannkommuner visar på små effekter. Det kan finnas svårigheter för länsstyrelsen att påvisa att andra effekter än de som kommunerna belyser kan uppkomma. Dock kan det vara riskabelt att förlita sig på kommunernas utredningar kring dessa frågor då de vill ha handeln till sin kommun. Många av de konsekvensbeskrivningar som görs uppvisar dessutom stora brister.

Länsstyrelsen i Skånes län vänder sig mot att handeln ofta tenderar att behandlas som ett övergripande intresse och att då konkurrensfrågan används som alibi för att ej reglera handelns omfattning och lokalisering. Handeln måste vägas mot övriga intressen i samhället anser länsstyrelsen i Skåne. Västra Götalands länsstyrelse har samma inställning.

Till skillnad från alla andra kontaktade länsstyrelser har inte Gävleborgs länsstyrelse någon uppfattning om regional konkurrens om handeln mellan kommuner.

## **10.4 Regionala program kring transporter och externhandeln**

Alla tillfrågade länsstyrelser bortsett från två har någon form av regionalt samarbete för miljöanpassning av transporterna. Gemensamt för de regionala programmen är att de inte specifikt behandlar frågan kring externhandelsetableringar. Gällande program eller policy som behandlar externa affärs-etableringar är bilden entydig bland länsstyrelserna, inga program finns.

Länsstyrelserna tillfrågades ifall länet har något regionalt samarbete för miljöanpassad av transporter i regionen som exempelvis ett Region MaTs eller annat program för trafik och dess miljöfrågor. De fick även frågan om det finns något regionalt program eller policy som behandlar externa affärs-etableringar.

Alla tillfrågade länsstyrelser bortsett från länsstyrelserna i Jämtlands och Västra Götalands län har någon form av regionalt samarbete för miljö-

anpassning av transporterna. Länsstyrelsen i Jämtlands län har inte heller diskuterat detta då länet inte känner något behov av ett sådant program. Länsstyrelsen ser transportstrukturen som given, transporterna går ut från centralorterna, arbetspendlingen går in. Kollektivtrafiken är planerad efter detta mönster med linjer från bostadsområdena utanför städerna och in. Länet har ett integrerat biljettsystem. Dock gjorde länsstyrelsen i Jämtlands län en stor utredning i början på 2000-talet när det var aktuellt med en externhandelsetablering i såväl Krokom som Östersund. I utredningen kom det fram att externhandeln bör begränsas men inte förbjudas och detta för att skydda glesbygdshandeln och lanthandeln. Frågan om externhandeln anses inte längre som viktig av länsstyrelsen pga att handelsstrukturen nu upplevs som relativt given då det av företagsekonomiska skäl inte finns plats för några nya externhandelsetableringar.

I Västra Götalands län är det inte länsstyrelsen som ansvarar för framtagandet av ett regionalt program för en miljöanpassning av transporterna utan myndigheten Västra Götalands region. Länsstyrelsen kan dock fungera som samverkanspartner till ett sådant program. Att Västra Götalands region inte påbörjat ett program för miljöanpassning av transporter beror på resursbrist. Det finns dock ett utvecklat internkommunalt samarbete inom Göteborgsregionens kommunalförbund som heter GR. Länsstyrelsen har varit delaktig i framtagandet av dokumentet "Regional samhällsplanering för ett miljöanpassat transportsystem" planeringsdokumentet behandlar hur transportssystemet skall miljöanpassas men tar inte uttryckligen upp frågan om externhandelsplatser.

I Stockholm län har Landstinget och Regionplane- och trafikkontorets tagit fram dokumentet RUFSS. Detta dokument är enligt PBL en regionplan. RUFSS är inte ett program för miljöanpassning av transporter utan hanterar markanvändnings- och kommunikationsplanering i vid bemärkelse. I arbetet med detta program har länsstyrelsen i Stockholm varit en tung remissinstans. Länsstyrelsen i Stockholm ser detta program som ett viktigt planeringsinstrument som de ämnar följa.

Länsstyrelsen i Stockholms län tog år 2000 fram ett miljöförhållningsprogram som övergick till miljöhandlingsprogram, 2003. Detta dokument behandlade vatten, avlopp, resor och transporter och är tänkt ska vara ett levande dokument. Programmet ska uppdateras med jämna mellanrum men nästa gång det blir aktuellt kommer inriktningen troligen ligga på energi och avfall. Miljöhandlingsprogrammet har nu övergått till "Hållbart resande och transporter" som är ett projekt där länsstyrelsen tillsammans med flera andra parter försöker samordna olika aktörer och dess arbete med mobility management. Det är dock för tidigt i arbetsprocessen med detta för att kunna säga att det finns ett program för miljöanpassning av transporterna i Stockholmregionen.

I Skånes län är det inte länsstyrelsen som ansvarar för den långsiktiga trafikplaneringen utan det gör Region Skåne som även har tagit fram

dokumentet ”Region Skåne MaTs”, ett program för miljöanpassning av transporter i Skåne regionen.

Gemensamt för de regionala programmen är att de inte specifikt behandlar frågan kring externhandelsetableringar. Däremot ges det generellt uttryck för att trafik- och transportfrågorna är stora och viktiga i länet. Vad som tas upp i programmen varierar naturligtvis men det är allt från gång- och cykelvägar till ecodriving och transportlogistik.

Gällande program eller policy som behandlar externa affärsetableringar är bilden entydig bland länsstyrelserna, inga program finns. Närmast en policy kring dessa frågor har Skånes län kommit. Regionförbundet (som sedan blev Region Skåne) i Skånes län tog fram en externhandelspolicy som sändes på remiss till kommunerna i Skåne. Dokumentet var för politiskt laddat och kunde aldrig antas. Dock använder länsstyrelsen i Skånes län delvis detta dokument exempelvis gällande rekommendationen att för handelsplatser med handelsyta på över 3000 kvm skall en handelsutredning och en trafikplan tas fram. En handelsutredning är nödvändig för att klargöra konsekvenserna på handeln i grannkommunerna och ett viktigt underlag i den mellankommunala samordningen. Länsstyrelsen i Skånes län har tagit fram en sammanställning av hur många handelsplatser som det planeras för i kommunernas detaljplaner. Länsstyrelsen i Skåne överväger att uppdatera och vidareutveckla sitt underlag kring handeln i planeringen.

Övriga länsstyrelser med ett undantag har antingen inte överhuvudtaget diskuterat ett framtagande av en policy som behandlar externa affärsetableringar eller så anser de att det inte finns behov av en sådan policy. Exempelvis uttrycker länsstyrelsen i Gävleborg att handeln minskar i alla kommuner bortsett från Gävle och att det är huvudskälet till att länsstyrelsen inte tagit fram något regionalt program om externhandeln. Den länsstyrelse som särskiljer sig är länsstyrelsen i Västra Götalands län som har diskuterat frågan ingående men inte haft några resurser att ta fram ett program.

I Stockholms län aktualiserades frågan om en policy för externhandeln i och med framtagandet av RUFs. Diskussionen och arbetet med en sådan policy var dock ej politiskt gångbar.

## **10.5 Hur prioriterad är frågan om externhandelsetableringar?**

Det är endast i Västra Götalands och Skånes län som frågan om externhandelsetableringar ses som viktig. Endast en detaljplan gällande externhandelsetableringar har hävts och det av länsstyrelsen i Skåne. Två länsstyrelser framför att de har svårt att få gehör för sina synpunkter men att det trots detta inte finns skäl att upphäva planerna. I ett par andra

län har prövning av detaljplanerna avvärjts då länsstyrelserna fått gehör för sina synpunkter.

Varje länsstyrelse har fått svara på frågor om hur viktig frågan om externhandelsetableringar är i deras län. Hur ofta frågan är uppe till diskussion, behov av dialog inom länet, mellan län och om det finns någon person som har till uppgift att aktivt bevaka att den kommunala planeringen rörande externhandelsetableringar följer nationella mål.

Det är alltså endast i Västra Götalands och Skånes län som frågan om externhandelsetableringar ses som viktig. I Västra Götalands län aktualiseras dock frågan främst när det är aktuellt med en etablering. Dock sker en mellankommunal diskussion kring dessa frågor, bla inom Göteborgs-regionens kommunalförbund.

Länsstyrelsen i Skåne ser frågan om externhandeln som en väldigt viktig planeringsfråga och den är alltid mer eller mindre aktuell. Att frågan bedöms ha stor vikt beror på att länsstyrelsen anser externhandeln vara strukturskapande i samhället och därigenom sätta ramar för framtida planering. Det finns dock ingen enskild person som är ansvarig för att bevaka att den kommunala planeringen följer nationella mål rörande externa/halvexterna affärsetableringar. Detta ligger istället på varje enskild planhandläggare.

Övriga länsstyrelser anser som nämnts inte frågan ha särskilt stor vikt. Skälet till det är enligt Gävleborg och Jämtlands län att handelsstrukturen är relativt given och bortsett från en etablering i Gävleborgs län anses länen vara färdig exploaterade vad gäller externhandeln. Dessa två län anser inte heller att det då finns behov av en ökad dialog inom länet eller mellan län.

Länsstyrelsen i Stockholm län har andra skäl till att inte prioritera frågan om externhandelsetableringar. Länsstyrelsen fokuserar mycket på arbetsresor och inte så mycket på fritids- och inköpsresor. De är även tveksamma till om externhandeln har negativa effekter på miljön då länsstyrelsen antar att folk handlar mycket åt gången när de besöker dessa anläggningar.

Bortsett från Gävleborgs och Jämtlands län anser de intervjuade länen att det är viktigt med en ökad dialog såväl inom som mellan län. Storstadslänen poängterar särskilt vikten av att ha en dialog med övriga storstadslän vilket delvis sker i dagsläget. Forumet för detta kallas Storstadspolitisk diskussion och är idag mer inriktat på infrastruktur än handel.

I Skånes län finns det fyra samarbetsorgan där kommunerna träffas och diskuterar olika planeringsfrågor. Olika syn på handelsfrågan har dock inneburit att dessa frågor inte har varit föremål för mer omfattande diskussioner eller ställningstaganden.

Inte i någon av de tillfrågade länen finns det någon som utpekat har ansvar för att aktivt bevaka att den kommunala planeringen rörande externhandelsetableringar följer nationella mål. Dessa uppgifter ingår istället i varje planhandläggares uppgifter.

## **10.6 Prövning och upphävande av detaljplaner**

”Länsstyrelsen skall pröva kommunens beslut att anta, ändra eller upphäva en detaljplan eller områdesbestämmelser, om det kan befaras att beslutet innebär att

1. Riksidressen enligt 3 eller 4 kap. miljöbalken inte tillgodoses.
2. Regleringen av sådana frågor om användningen av mark- och vattenområden som angår flera kommuner inte har samordnats på ett lämpligt sätt.
3. En miljökvalitetsnorm enligt 5 kap. miljöbalken inte iakttas.
4. En bebyggelse annars blir olämplig med hänsyn till de boendes och övrigas hälsa eller till behovet av skydd mot olyckshändelser.”

Som nämnt i kapitel 10.2 kan länsstyrelsen pröva och upphäva en detaljplan om den strider mot PBL 12 kap 1 §. Varje länsstyrelse har fått uppgift om de har prövat och/eller upphävt någon detaljplan som rör externhandelsetableringar och utifrån vilka grunder de i sådant fall har gjort det.

### **Prövning och upphävande av detaljplaner i Jämtlands län**

För några år sedan var det i Jämtlands län aktuellt med externhandelsetableringar i Krokoms och Östersund. Vid denna tidpunkt fungerade inte dialogen dem emellan och med andra kommuner i länet. Länsstyrelsens yttrande sig i frågan och ansåg att båda etableringarna hade negativa effekter för glesbygden men att ingen var sämre än den andre, därmed borde båda tillåtas. Yttrandet från länsstyrelsens styrelse var dock att externhandeln i Östersund skulle tillåtas men inte den i Krokoms, något skäl angavs inte. Detta ledde till att Åre kommun överklagade planerna på externhandelsetableringen utifrån bristande hänsyn enligt PBL. Regeringen gick på i länsstyrelsens styrelses linje och avslöjde således överklagan.

Krokoms kommun har därefter arbetat om sin plan efter den kritik som framkom dvs att man inte tog hänsyn och lyssnade till grannkommunerna. Det nya förslaget innehöll bland annat mindre butiksytor och tillstånd finns nu för etablering. Dock är handelsmarknaden redan idag överetablerad och ingen har velat satsa på centrat.



## ***Prövning och upphävande av detaljplaner i Stockholms län***

I Stockholms län ligger kommunerna nära varandra och enligt länsstyrelsen interagerar de med varandra till den milda grad att i princip alla frågor påverkar andra kommuner. Därmed ska det till mycket stor påverkan på en annan kommun för att länsstyrelsen ska gå in och pröva eller till och med upphäva en detaljplan.

Länsstyrelsen i Stockholm län har inte upphävt någon detaljplan rörande externhandelsetablering och inte heller prövat någon. Huvudinriktningen från regeringen och landshövdingen har varit att arbeta för en ökad konkurrens för att få ner livsmedelspriserna. Däremot har länsstyrelsen fått in en skrivelse mot etablering av extremt kundintensiva verksamheter typ IKEA, konferensanläggningar och sportarenor i närheten av Arlanda i en detaljplan för Sigtuna kommun. Detta med utgångspunkt i PBL 12 kap 1 § punkt 4 om skydd mot olyckshändelser.

Om länsstyrelsen skulle upphäva en detaljplan gällande en externhandelsetablering pga att trafiken beräknas öka skulle det ske genom att antingen hänvisa till att miljö kvalitetsnormerna överskrids alternativt att bebyggelsen är olämplig med hänsyn till de boendes och övrigas hälsa eller till behovet av skydd mot olyckshändelser i enlighet med ovan nämnda kapitel i PBL.

Hur trafiken generellt påverkas av externhandeln har inte länsstyrelsen studerat. Men frågan ingår i varje miljökonsekvensbeskrivning som gjorts vid externhandelsetableringar. Från och med 1 maj, 2005 är det lag på att vid varje etablering av externhandel skall det göras en miljökonsekvensbeskrivning.

## ***Prövning och upphävande av detaljplaner i Västra Götalands län***

I länsstyrelsen skrift "Miljömålen i Västra Götaland" står det "Undvik externa verksamheter i planeringen, t.ex. köpcentra som enbart kan nås med egen bil. Om externa köpcentra ändå övervägs ska väntade effekter på trafikarbete, luftföroreningar, bullerstörningar och intrång i natur- och kulturlandskap tydligt redovisas innan beslut."<sup>49</sup> Bland annat utifrån detta uppmanar länsstyrelsen i Västra Götalands län kommunerna att försörja externhandelsetableringarna med god kollektivtrafik. Länsstyrelsen uppger att det dock är mycket svårt att upphäva en detaljplan ifall de kommunerna inte tillgodoser önskemålet på kollektivtrafik. Länsstyrelsen kan åberopa att en miljö kvalitetsnorm inte iakttas men det är ytterst svårt för dem att påvisa att just externetableringen skulle bidra och till vilken grad för att normerna överskrids.

---

<sup>49</sup> Länsstyrelsen i Västra Götaland "Miljömålen i Västra Götaland" (2003), sid. 142

Gällande Göteborgsregionen är länsstyrelsen dock försiktigt positiva till externhandelsetableringar. Detta då trafikarbetet inne i Göteborg är väldigt stort och en stor mängd av trafiken måste passera en och samma plats. Externhandelsetableringar i lämpliga halvcentrala lägen kan då enligt länsstyrelsen bidra till att minska trafiken inne i Göteborg. Hur den totala mängden biltrafik då påverkas finns det inga studier om.

Innan detaljplaner rörande externhandelsetableringar godkänns arbetar länsstyrelsen för att kommunerna skall ha ett finansieringsavtal med Vägverket för ombyggnad av viktiga trafikplatser som har riksintresse. Länsstyrelsen kan enligt PBL 12 kap 1 § upphäva detaljplaner som innebär att riksintressen inte tillgodoses, detta har dock inte skett i Västra Götaland.

Ingen detaljplan som behandlar etablerandet av externa och/eller halvexterna affärsetableringar har prövats av länsstyrelsen och således än mindre upphävts. Länsstyrelsen har helt enkelt inte funnit några skäl till att göra detta.

## ***Prövning och upphävande av detaljplaner i Skånes län***

Jämfört med andra länsstyrelser är länsstyrelsen i Skåne aktiva och arbetar relativt mycket med frågor rörande externhandeln. Ett exempel är arbetet med detaljplanen för Stora Bernstorp II i Burlövs kommun där planen i praktiken tillät 200 000 kvm handelsyta. Enligt handelsanalysen från Handels utredningsinstitut (HUI) var allt över 50 000 kvm inte realistiskt. I detta ingick 15 000 kvm i angränsande handelsområde. Länsstyrelsen efterlyste därför större samstämmighet mellan handelsutredning och detaljplan vad gäller handels omfattning. Till den förnyade utställningen var handelsytan minskad till max 70 000 kvm varav 15 000 för dagligvaruhandel. Grunden för länsstyrelsen invändningar på handelsytan hade sin grund i bristande mellankommunal samordning, risker för människors hälsa och säkerhet samt risk för överskridande av miljö kvalitetsnormerna enligt PBL 12 kap 1 § punkt 2-4. I fallet med Stora Bernstorp II gjordes en utredning som visade att trafiken visserligen skulle öka med etableringen men miljö kvalitetsnormerna skulle inte överskridas mer än i dagsläget. På kommunens medgivande upphävdes detaljplanen till viss del genom att handels omfattning justerades till maximalt 35.000 kvm handel, varav maximalt 7.000 kvm dagligvaruhandel.

Länsstyrelsen i Skåne har hävt en detaljplan och det var för Minnesberg i Trelleborg. Svedala kommun överklagade detaljplanen pga bristande kommunal samordning. Detta för att effekterna på handeln i Svedala kommun bedömdes bli kraftigt negativa av den tänkta etableringen i Minnesberg. Trelleborgs kommun har överklagat hävningen av detaljplanen till regeringen och i juni 2005 låg frågan kvar där.

## ***Prövning och upphävande av detaljplaner i Gävleborgs län***

I Gävleborgs län har det i maj 2005 antagits en detaljplan för expansion av externhandelsplatsen Valbo. Denna externetablering skall bli av betydande storlek (i princip lika stor som befintliga Valbo) och främst saluföra sällanköpsvaror. Länsstyrelsen hade vissa invändningar mot centrat pga att den skulle ha negativa effekter på kringliggande köpcentrum. Men till skillnad mot hur situationen brukar se ut ställer sig grannkommunen Sandviken positiv till etableringen. Länsstyrelsen säger att detta beror på att Sandviken själva har för liten befolkning för en externhandelsplats och boende i Gävle skulle aldrig ta sig till Sandviken för att handla där. Effekten av detta var att det aldrig blev aktuellt att pröva detaljplanen pga bristande kommunal samordning vilket annars ofta är fallet vid prövningar.

Enligt länsstyrelsen gjordes det en ärlig och bra miljökonsekvensbeskrivning som påvisade att centrat skulle generera mer trafik, påverka luftkvaliteten negativt samt även ha viss negativ effekt för vattnet i exploateringsområdet. Vattenfrågan skulle dock gå att lösa. De negativa miljöeffekterna bedömdes dock inte ha betydande miljöpåverkan vilket gör att en hävning av detaljplanen aldrig var aktuell.

## ***Prövning och upphävande av detaljplaner i Östergötlands län***

I Östergötlands län har externhandeln växt fram utan större planering och eftertanke vilket skapat problem med framkomlighet och delvis även medfört olycksrisker, anger länsstyrelsen. Därmed har åtgärder som ombyggnad av påfartsvägar fått göras i efterhand. Länsstyrelsen ser det som allmänt vedertaget att externhandelsplatser ökar trafiken. Trots detta har inte ordentliga åtgärder satts in för att stärka kollektivtrafiken men länsstyrelsen anger att det planerats relativt väl för cykeltrafik till flera av externhandelsplatserna.

Vid planärenden som berör externhandelsplatser framför länsstyrelsen vikten av att försörja dessa med kollektivtrafik. Fastighetsägarna svarar ofta med att det finns en busslinje som går i närheten och att det räcker. Länsstyrelsen har inte mandat att kräva en utbyggd kollektivtrafik och att de inte får gehör för sina synpunkter på detta område är inte skäl nog att upphäva detaljplanen utifrån PBL, enligt länsstyrelsen. Främsta skälet till att länsstyrelsen vill få till en god kollektivtrafikförsörjning är av rättviseskäl, alla ska kunna ta sig till handelsplatsen.

I länet har det inte varit något mellankommunal konflikt vid externhandelsetableringar pga bristande samråd. Kommunerna i länet har inte försökt att få länsstyrelsen att agera i enlighet med PBL 12 kap 1 § för att stoppa en exploatering. Länsstyrelsen uppmanar regelmässigt kommuner

som planerar externhandelsetableringar att samråda med berörda grannkommuner vilket också skett i flera fall.

Ingen detaljplan rörande externhandelsetableringar har blivit upphävd av länsstyrelsen. De har dessutom endast påbörjat en prövning som sedan avbröts när planen kom att ändras. I detta fall var det några fastighetsägare som parallellt med länsstyrelsens prövning kom in med synpunkter på hur trafiksäkerheten skulle bli i och med exploateringen. Länsstyrelsen lämnade synpunkter och planen arbetades om och godkändes.

Flera av de stora handelsplatserna ligger längs med E4 vilket gör att trafiken till köpcentra ibland försämrar framkomligheten för andra bilister på E4. Detta ses som ett problem, framförallt i Linköping. En följd av detta var att en relativt akut ombyggnad av en påfartsväg vid E4:ans trafikplats ”Ullevi” tvingades göras som dessutom blev förhållandevis kostsam.

## ***Prövning och upphävande av detaljplaner i Västerbottens län***

Effekten av externhandelsetableringar är enligt länsstyrelsen i Västerbottens län störst för stadsbutikerna och i andra hand gles- och landsbygd-butikerna i den egna kommunen. Länsstyrelsen har tagit fram ett program för dagligvaruservicen som fokuserar på upprätthållandet av service på lands- och glesbygden och vilka orter som är särskilt strategiska för detta. Externhandelsetableringar behandlas inte i programmet.

Länsstyrelsen i Västerbottens län har inte prövat någon plan enligt 12 kap 1 § PBL. Dock lämnar länsstyrelsen synpunkter i deras samrådsyttranden över detaljplaner för utbygganden av befintliga och planerade externhandelscentra där de påpekar behovet av mellankommunal samordning och negativa miljöeffekter till följd av ökat bilberoende, minskad tillgänglighet till service för utsatta grupper, stadsbildsmässiga och sociala effekter av utslagna butiker i stadsdelsmiljö och glesbygd och behovet av att planera åtgärder för att motverka dessa effekter, jämställdhetseffekter, barnperspektiv i planeringen med mera. Länsstyrelsen får sällan någon respons på framförda synpunkter.

## **10.7 Sammanfattning**

Sju länsstyrelser runt om i landet har intervjuats för att klargöra vilken betydelse externhandeln tillmäts på regional nivå. Länsstyrelsernas inställning till regional konkurrens skiljer sig markant åt från i grunden vara positiva till det, vara rädd att den ska slå ut glesbygdshandeln, ge negativa miljöeffekter till att inte ta ställning överhuvudtaget. Eftersom det sedan början på 1990-talet har funnits kunskap om att externa etableringar har klart negativa effekter på trafikarbete och utsläpp är det förvånande och anmärkningsvärt att det fortfarande lever kvar åsikter på länsstyrelserna om att så inte skulle vara fallet.

Alla tillfrågade länsstyrelser bortsett från två har någon form av regionalt samarbete för miljöanpassning av transporter. Gemensamt för de regionala programmen är att de inte specifikt behandlar frågan kring externhandelsetableringar. Gällande program eller policy som behandlar externa affärsetableringar är bilden entydig bland länsstyrelserna, inga program finns.

Det är endast i Västra Götalands och Skånes län som frågan om externhandelsetableringar ses som viktig. Endast en detaljplan gällande externhandelsetableringar har hävts och det av länsstyrelsen i Skåne. Två länsstyrelser framför att de har svårt att få gehör för sina synpunkter men att det trots detta inte finns skäl att upphäva planerna. I ett par andra län har prövning av detaljplanerna avväjts då länsstyrelserna fått gehör för sina synpunkter.



# 11. Slutsatser och rekommendationer

Sammanfattningen av slutsatser och rekommendationer bygger på de resultat som ingår i studien tillsammans med resultat och slutsatser från tidigare forskning, både vår egen och andras.

För att kunna hitta sätt att hantera frågan om externa handelsetableringar är det viktigt att förstå motiven och **drivkrafterna** bakom utvecklingen mot fler och fler externetableringar. Som vi tidigare kunnat konstatera<sup>50</sup> har det funnits vissa luckor i utvärderingar av de transport- och miljömässiga konsekvenserna av externa handelsetableringar. Speciellt gäller det för den allt vanligare förekomsten av tätortsnära lokaliseringar. Den studie som redovisas här har till största delen handlat om att undersöka de **transportkonsekvenser** som externa och tätortsnära etableringar för med sig. Vi har även studerat olika handelslokaliseringars effekt på färdmedelsval och analyserat **tillgängligheten** för kollektivtrafik, gång och cykel. Ökat bilberoende och försämrad tillgänglighet för andra färdmedel får även **sociala konsekvenser**. Dessa aspekter har inte speciellt behandlats i denna studie, men vi tar ändå upp frågan – som vi tidigare skrivit om<sup>51</sup> - eftersom den är viktig ur ett samhällsplanerarperspektiv. I studien gjordes även en mindre genomgång av frågan om externa etableringar betraktas som en **regional angelägenhet**.

## 11.1 Drivkrafterna bakom utvecklingen

En starkt pådrivande kraft i utvecklingen mot fler etableringar av externa handelsetableringar är önskemålen från näringsidkare och fastighetsägare. Försäljningen i dessa etableringar är stor och försäljningen i de allra flesta köpcentra ökar snabbare än i städernas citykärnor<sup>52</sup>. Viktiga motiv, för kommuners inställning att tillåta etableringar har i vår tidigare kartläggning visats vara att öka prispressen inom kommunen och därmed få lägre priser för kommuninvånarna. Ofta anser sig kommunerna tvingade att ta upp konkurrensen med externa eller halvexterna etableringar i närliggande kommuner för att motverka utflödet av köpkraft från den egna kommunen. Kommunen har också ett intresse av att öka kommuninvånarnas tillgänglighet till handel. Dessa argument till fördel för etableringar visade sig vara vanliga även i litteratur som studerats. Med dessa argument likställer man helt tillgänglighet med bilrörlighet. Tillgänglig innefattar emellertid även konkurrenskraftig möjlighet för olika samhällsgrupper och olika färdmedel att ta sig till befintligt utbud.

---

<sup>50</sup> Externa och halvexterna affärsetableringar – litteraturstudie och kartläggning, Rapport 2004:18, Trivector

<sup>51</sup> Externa och halvexterna affärsetableringar – litteraturstudie och kartläggning, Rapport 2004:18, Trivector

<sup>52</sup> Försäljningsstatistik HUI

Det viktigaste etableringsskälet för handeln är vilka grannar butikerna kommer att få, utifrån begreppet handel föder handel. Det gäller särskilt för butiker som inte har egen stark attraheringskraft. För butiker med stark egen attraktionskraft är grannarna av mindre betydelse. Handeln framför företagsekonomiska skäl som stordriftsfördelar med rationellare hantering av distribution som en faktor som drivit på utvecklingen. Andra orsaker är billigare tomtmark och behov av stora affärsytor. Främst är handeln ute efter god tillgänglighet för dom med bil genom att de önskar etablera sig vid stora trafikleder och där parkeringstillgången är stor. Tillgängligheten för icke bilburna sägs vara viktig men har i den faktiska utvecklingen visat sig vara av underordnad betydelse. Dessa kunder ökar i antal med den ekonomiska tillväxten med ökat bilinnehav, större boendeytor, och inte minst ökad konsumtion. Utglesningen har i sig lett till ökat bilinnehav som möjliggör etableringar i bilorienterade lägen. Denna utveckling kan komma visa sig mycket sårbar om förutsättningarna för billiga transporter skulle förändras, till exempel med ett kraftigt höjt oljepris.

Drivkrafterna bakom utvecklingen med fler och fler externa handelsetableringar ligger i att detta är en lönsam verksamhet för företag och investerare vilket bland annat Veckan affärer uppmärksammat<sup>53</sup>. De som väljer att köra bil till externa etableringar i bilorienterade lägen är många och ofta köpstarka. I Sverige där få motkrafter mot denna utveckling finns, ser utvecklingen ut att fortsätta i samma riktning och vi närmar oss strukturen i USA.

## **11.2 Konsekvenser av externa och tätortsnära handelsetableringar**

### **Konsekvenser på trafikarbetet och utsläppen**

Med få undantag alstrar externa handelsetableringar mer trafik och de ökar avgasutsläppen från trafik. De konstaterade effekterna med ökat trafikarbete står i stark kontrast till de nationella trafikpolitiska målen om minskat trafikarbete och minskade avgasutsläpp.

### **Avståndet till etablering säger lite om trafikstringen**

Lokaliseringen av affäretableringar har naturligtvis betydelse för det trafikarbete den alstrar. Sambanden är dock inte så enkla som att ju närmre en tätort etableringen ligger desto mindre trafikarbete alstrar den. Etableringarna själva vet att lokaliseringen har betydelse. De gör självklart kalkyler över vilket kundunderlag en etablering kan väntas få och om det räcker för lönsamhet. Med tanke på den trend som just nu finns med så kallade retail parks verkar det som om människor gärna åker långa sträckor för att handla på externa etableringar. Drivkraften i utbyggnaden av just retail parks är billighetstrenden i handeln<sup>54</sup>. Detta

<sup>53</sup> Lika recept för nya rika, Artikel i Veckans Affärer, Nr 37, 12 september, 2005

<sup>54</sup> Handelns hangarer, Artikel i Veckans Affärer, Nr 35, 29 augusti, 2005



resonemang stöds av resultaten att över hälften av de tillfrågade i vår studie har en annan handelsetablering av samma karaktär på kortare avstånd från hemmet än den man valt att handla på. Detta gäller både för dem som åker tur och retur till etableringen endast för att handla och för dem som även har andra ärenden på vägen till eller ifrån etableringen.

### **Tätortsnära etableringar ökar också trafikarbetet**

Tätortsnära etableringar leder också till ökat trafikarbete eftersom dessa ofta har stor attraktionskraft och därmed stor räckvidd vilket leder till ökat trafikarbete och avgasemissioner. Ett tätortsnära läge kan tyckas ha god tillgänglighet genom att kollektivtrafik erbjuds. Tar man med konkurrenskraften kan däremot väldigt få tätortsnära etableringar mäta sig med stadskärnan med avseende på tillgänglighet för kollektivtrafik, gång och cykel.

En förtätning av etableringar leder alltså inte självklart eller ens troligt till minskat trafikarbete som ibland har kunnat höras som argument för ytterligare etableringar eller etableringar i tätortsnära lägen. Den tätortsnära etablering som studerats - Nova Lund - alstrar de längsta körsträckorna och de högsta värdena av hälsofarliga emissioner. Det avstånd kunderna tycker det är värt att resa för att komma till en etablering som Nova är alltså större än till många andra etableringar. Denna räckvidd finns naturligtvis med i övervägandena innan beslut om etablering.

Ett exempel på sådana överväganden är det danska varuhuset Fields i Örestaden utanför Köpenhamn vars etablering nära bron till Sverige bygger på att kunderna skall komma inte bara från Danmark utan även från Skåne. Man kan också konstatera att Burlöv Center som också studerats har ett helt annat mönster än Nova Lund. Det beror förmodligen på en kombination av god och konkurrenskraftig kollektivtrafik och en sjunkande relativ attraktivitet på långväga kunder. Vilket ytterligare poängterar vikten av att göra genomtänkta analyser inför beslut om etableringar så att dessa beslut stämmer med målsättningar.

Det tycks som om det är andra preferenser än enbart avstånd/kostnad som bestämmer var man gör sina inköp. När utbudet av externhandel inom rimlig radie (1-50 km?) ökar så ökar också tendensen att göra sina inköp på andra än det närmaste, eftersom den upplevda skillnaden i reskostnaden är så pass låg.

Dessa resultat tillsammans med resultaten att man faktiskt inte väljer sin närmsta etablering gör det osannolikt att tätare etableringar generellt skulle leda till minskat trafikarbete.

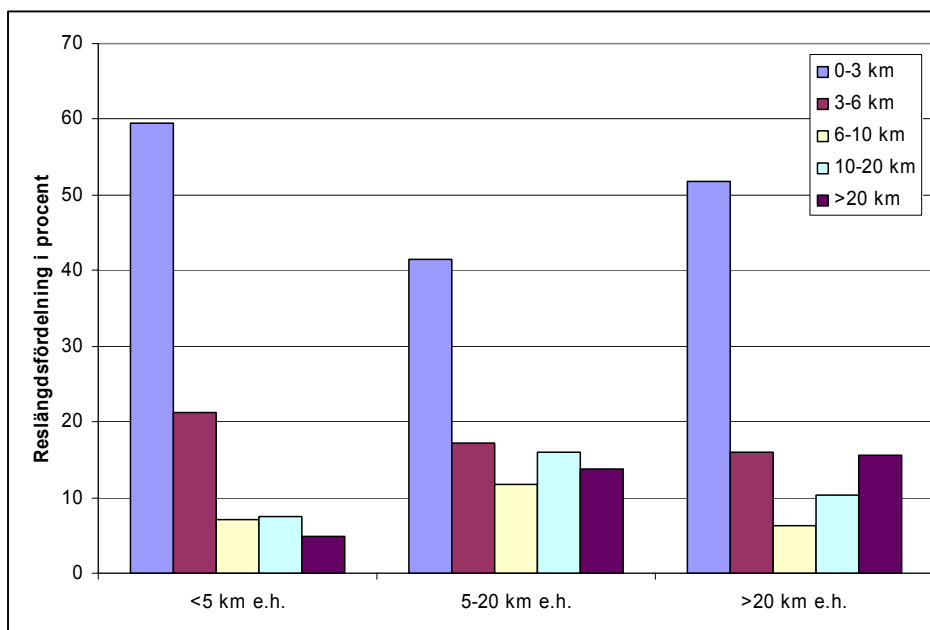
För att inte enbart förlita oss på denna studies resultat har vi med hjälp av RES<sup>55</sup> även undersökt om avståndet från bostaden till externa affärs-

---

<sup>55</sup> Den nationella resvaneundersökningen Riks-RVU/RES genomfördes årligen i Sverige mellan åren 1994 och 2001.

etableringar påverkar individers totala reslängd för inköpsresor, se Figur 11.1.

Det är intressant att konstatera att andelen riktigt korta inköpsresor (under 3 km) är *lägst* för dem som bor på 5 till 20 kilometers avstånd från en extern affärsetablering. Andelen riktigt korta inköpsresor för dem som bor över 20 km från en extern affärsetablering är betydligt högre. Detta skulle kunna bero på att motståndet att resa ökar med ökat avstånd, så att alternativen med handel i närområdet får en förhållandevis högre konkurrenskraft.



Figur 11.1 Betydelsen av avstånd från bostad till affärsetablering för längden på inköpsresor. Källa: RES år 1999-2001, boende i Skåne, Blekinge och Kronoborgs län.

Detta skulle kunna innebära att en förtätning av externa etableringar faktiskt leder till längre inköpsresor för den del av befolkningen som har mellan 5 och 20 kilometers avstånd till en etablering. Det finns tendens även i vårt material som pekar ut intervallet 5- 20 km som någon sorts "acceptabelt" avstånd för kunderna på externa etableringar. Det innebär i sin tur att en förtätning totalt ökar trafikarbetet genom ökade möjligheter för en större del av befolkningen till ett alternativt beteende som totalt sett innebär längre resor och fler bilresor.

### **Konkurrenskraftig kollektivtrafik, gång och cykel betyder mycket för totalutsläppen**

Om man ser på olika lokaliseringar utifrån perspektivet tillgänglighet med avseende på olika färd sätt förstärks slutsatsen att man ska satsa på platser med hög tillgänglighet även för hållbara färdmedel. I jämförelsen av trafikarbete och avgasemissioner då även färdmedelsfördelningen tagits med i beräkningen är Lunds Centrum ojämförligt bäst. De bilister

som reser till Lunds Centrum har visserligen samma körsträckor som för t ex Nova Lund men andelen kunder som kör bil till Lunds Centrum är liten och andelen cyklister hög. På frågan hur man skulle ersätta sitt besök på affärsetableringen svarade våra respondenter att man i hög grad skulle ha rest till en affär i sin hemort och att en fjärdedel av dessa resor då skulle ha gjorts på annat sätt än med bil. Att tillhandahålla handelsplatser med hög tillgänglighet för alla färd sätt är en viktig jämställdhetsfråga för samhällsplaneringen.

Tillgängligheten för kollektivtrafikresenärer mätt i restidskvot mellan kollektivtrafik och bil visar ett tydligare samband mellan faktiska färdmedelsfördelningar än enbart betraktelse av kollektivtrafikutbud. Utbudet av gång- och cykelstråk är relativt likartade till de olika etableringarna. Däremot skiljer andel av befolkningen som har acceptabla gång- respektive cykelavstånd till etableringarna mellan de olika studerade etableringarna. Dess olikheter speglar bättre den faktiska färdmedelsfördelningen till respektive lokalisering.

Beräkningarna visar att kollektivtrafikens konkurrenskraft räknat i restidskvot (koll/bil) är bäst i Lunds centrum följt av Burlöv Center, Center Syd och sist Nova Lund. Denna rangordning gäller även om man ser till restiden, som dock är starkt kopplad till hur stort omland etableringen har. De som handlar i Lunds centrum och Burlöv Center har närmre till sin etablering än de som handlar på center Syd och Nova Lund.

Tillgängligheten mätt i konkurrenskraft med bil speglas också i de faktiska färdmedelsfördelningarna för respektive lokalisering. Detta är inget märkvärdigt i sig men bör tydliggöras då antaganden och konsekvensbeskrivningar för olika lokaliseringar görs. Vid en första anblick av tätortsnära etableringar kan dessa te sig bättre med avseende på alstrat biltrafikarbete än det faktiska utfallet om man enbart betraktar utbudet som sådant utan att ta hänsyn till de konkurrenskraftiga alternativen för kunderna, dvs de som ska göra ett färdmedelsval.

### **Externa etableringar strider mot nationella miljömål**

Våra analyser leder till en mycket klar slutsats: externa och även tätortsnära etableringar är sämre alternativ än både ett stadscentrum och de alternativ (inkl andra externa etableringar) som respondenterna själva hade valt. I vår studie har vi ju tittat på hur de som valt att handla på en extern affärsetablering faktiskt har kört för att ta sig dit. Vi har då analyserat det både utifrån hur långt och i vilken typ av reskedja man rest dit. Vi har på samma sätt analyserat hur dessa personer uppger att de skulle ha ersatt resan till etableringen.

### ***En historisk trend***

Att man idag har ett större utbud av externa etableringar att välja bland visar sig i våra resultat. Skillnaden i studien av externetableringars kunder nu och för tio år sedan är att de alternativa inköpsresorna nu är lång-

re. Det innebär att skillnaden mellan att åka till etableringen och de alternativa inköpsställena är mindre nu än då. Detta är förmodligen ett resultat av att utvecklingen med externa handelsetableringar nu har kommit så långt att de är en lika etablerad del av handelsstrukturen som städerna var för tio år sedan. Man får dock inte förledas att tro tillgängligheten till dessa etableringar därmed har ökat. På ett sätt kan man säga att den har ökat för den del av befolkningen som under dessa tio år gått från att vara utan biltillgång till att idag ha tillgång till bil. Tillgängligheten för övriga har däremot inte ökat (snarare i så fall minskat med ett minskat kollektivtrafikutbud i relationer med dåliga kundunderlag). Dessutom innebär denna utglesning ett inbyggt strukturellt bilberoende.

Totalt uppger man i vår studie att man gör färre inköpsresor per vecka idag än för tio år sedan. Dock har vi inte kunnat hitta någon sådan trend för antalet inköpsresor i RES. För Skåne, Kronobergs och Blekinges län låg andelen inköpsresor på närmare 18 % både för år 1995 och 2000. Vad våra resultat beror på kan man fundera på. Kanske är det idag ”slarvigare” respondenter som tar sig mindre tid att summera veckans inköpsresor beroende på en trend av mindre regelbundna vanor. Eller så är andelen inköpsresor som också är nöjesresor i mindre utsträckning inkluderade i respondenternas svar.

## **Sociala konsekvenser**

Konsekvenserna för samhället är emellertid stora. Dels handlar det om att de sociala effekterna då utvecklingen mot extern handel riskerar att bygga in oss i ett ännu fastare bilberoende samtidigt som grupper utan tillgång till bil får än mer försämrade tillgång till handel och service. Dels handlar det om att extern lokalisering av handel i bilorienterade lägen ökar miljöbelastningen i form av ökat biltrafikarbete och ökade avgasutsläpp. Redan dagens transportsektor har svårt att leva upp till mål om utsläppsminskningar. Med ett ökat bilberoende och lokalisering av verksamheter i trafikalkoncentrerade lägen blir situationen ännu svårare. Denna utveckling kan, som redan nämnts, visa sig vara mycket sårbar för samhället. Om förutsättningarna för billiga transporter skulle förändras, till exempel med ett kraftigt höjt oljepris, förändras både verksamheter och befolkningens möjligheter drastiskt..

Vår samhällsplanering idag har ett tydligt fokus på rörlighet, istället för tillgänglighet, som borde vara det relevanta sättet att planera. Rörligheten är ju medlet att nå målet, som är tillgängligheten, till olika aktiviteter. Planering för externhandel är ett exempel på denna rörlighetsplanering. Forskaren Willian Ross<sup>56</sup> har visat att rörlighet och tillgänglighet är planeringens yin och yang. Man kan inte ha en hög rörlighet och samtidigt ha en hög tillgänglighet.

Alvesund (1998) beskriver att en förutsättning för att minska beroendet av motoriserade transporter är att öka tillgängligheten till olika aktivite-

---

<sup>56</sup> Ross (1999)

ter med icke motoriserade färdmedel<sup>57</sup>. En förutsättning för en långsiktigt hållbar utveckling är att detta beroende minskas så att bl.a. utsläppen kan minskas<sup>58</sup>. I en studie av tillgängligheten i två orter med olika inställning till externa etableringar konstateras en gynnsammare utveckling av tillgängligheten till handel (under tidsperioden 1980-98) för orten med restriktivare inställning till och färre externa handelsetableringar<sup>59</sup>.

En lokalisering av externa köpcentra som innebär att de bostadsnära butikerna slås ut ger sämre tillgänglighet för många grupper i samhället<sup>60</sup>. Av de hushåll som inte handlar i externa centra förklarar 40 %, i en undersökning av externa köpcentra, det med tillgänglighetsargument<sup>61</sup>. De anger antingen att de inte kan ta sig dit överhuvudtaget eller att avståndet är för långt. Främst handlar det naturligtvis om de konsumenter som inte har tillgång till bil och som därför inte kan ta sig på något enkelt sätt till de stora köpcentrum som ligger utanför tätorten. Det kan även handla om äldre och rörelsehindrade och om boende på landsbygden som får minskad tillgänglighet. I kombination med att externa köpcentrum i princip endast nås med bil leder det till att tillgängligheten fördelas ojämnt mellan konsumenterna, vilket kan betraktas som en välfärd förlust. Ytterligare en aspekt är att i takt med att bostadsnära butiker slås ut kan även annan service såsom post och bank komma att omstruktureras och därmed försämra tillgängligheten även till denna service.

### **11.3 Hur behandlas externa handelsetableringar regionalt?**

Denna och andra utvärderingar av de trafikmässiga konsekvenserna av externa handelsetableringar visar att dessa ökar trafikarbetet och därmed strider mot nationella miljömål. Att det trots allt fattas beslut för externa affärssetableringar och att dessa verkställs tyder på en bristande samordning mellan nationella och lokala målsättningar. I kommunerna eller ens regionerna väger oftast inte de nationella målsättningarna lika tungt som de lokala intressena. Det finns ett behov av att samordna och tillvarata nationella intressen i den kommunala och regionala planeringen.

Länsstyrelsernas inställning till externa etableringar fokuserar ofta på ökad regional konkurrens. Inställningarna skiljer sig markant åt från i grunden vara positiva till det, vara rädd att den ska slå ut glesbygdshandeln, ge negativa miljöeffekter till att inte ta ställning överhuvudtaget. Olika länsstyrelser har alltså mycket olika uppfattning och kunskap om konsekvenserna av externa handelsetableringar.

---

<sup>57</sup> Alvesund (1998)

<sup>58</sup> Ekman et al (1996)

<sup>59</sup> Folkesson (2002)

<sup>60</sup> Hellberg (2000), Boverket (1999)

<sup>61</sup> Forsberg (1994)

De flesta tillfrågade länsstyrelser har någon form av regionalt samarbete för miljöanpassning av transporter. Gemensamt för dessa regionala program är att de inte specifikt behandlar frågan kring externhandelsetableringar. Inga program eller policydokument finns som behandlar externa affärsetableringar eller deras konsekvenser.

Det saknas en gemensam syn och tillräcklig kunskap om konsekvenserna av externa handelsetableringar hos länsstyrelserna. I t ex Västra Götalands och Skånes län ses frågan om externhandelsetableringar som viktig. Trots det är det endast en detaljplan gällande externhandelsetableringar har hävts. En del länsstyrelser tycker att de har svårt att få gehör för sina synpunkter medan andra fått gehör för sina synpunkter. För de regioner där utvecklingen varit stark och pågått ett tag är frågan mer aktuell och uppmärksamheten av problemen stor. Länsstyrelserna skulle vara betjänta av tydliga och översiktliga samband mellan etableringar och deras konsekvenser på såväl miljö som samhällsstruktur.

## **11.4 Rekommendationer**

I den studie vi nu gjort kan vi alltså befästa kunskapen att externa – och även tätortsnära externa – handeletableringar leder till ökat trafikarbete. Vi kan också slå fast att dessa gynnar tillgängligheten för bilburna.

Precis som framgår i flertalet analyser av handeln är drivkrafterna för fler och större externhandelsetableringar starka. I handelns egna motiv och etableringsstrategier väger ökad miljöbelastning lätt.

PBL-kommittén konstaterar i sitt betänkande<sup>62</sup> att PBL innehåller möjligheter för kommunerna att styra externhandeln. Deras bedömning är att en skärpning av lagen, såsom t ex Naturskyddsföreningen önskat, inte behövs. I kommunernas arbete med översikts- och detaljplaner ingår att miljökonsekvensbeskrivningar (MKB) av olika förslag ska göras.

Det finns dock ett glapp mellan den generella kunskapen om att externa handeletableringar genererar ett ökat trafikarbete och de flesta MKB för externa handelsetableringar. Det är inte ovanligt att MKB:ns endast består av ett kort konstaterat ”Etableringen förväntas inte öka trafiken”. Det fattas uppenbart kompetens och adekvat metod för bedömning av konsekvenser för handeletableringar.

Om man ska bedöma externa handelsetableringar helt utifrån konsekvenserna på trafikarbete blir slutsatsen att dessa inte bör tillåtas. Rekommendationen gäller även tätortsnära etableringar eftersom dessa ofta har stor attraktionskraft och därmed stor räckvidd vilket leder till ökat trafikarbete och avgasemissioner.

---

<sup>62</sup> Får jag lov? Om planering och byggande (SOU 2005:77)

Om man vill väga in även andra konsekvensaspekter vid beslut om externa handelsetableringar bör storleksordningen på alla konsekvensaspekter bedömas. För att bedöma storleksordningen av miljöeffekterna av externa etableringar krävs en korrekt och täckande bedömning av slag som inte ses idag.

Vi föreslår att det ställs krav på trafikanalyserna i en MKB. En metod bör tas fram för korrekt bedömning av trafikkonsekvenser inklusive tillgänglighetsaspekten för olika färdstätt. Tillgänglighet ses av Boverket<sup>63</sup> som en del av god bebyggd miljö.

Denna metod för bedömning av trafikkonsekvenser i MKB bör besvara frågor om

- ytanspråk för olika trafikslag
- trafikallstring som bygger på kundunderlag inom olika avstånd från etableringen
- antal p-platser (antalet p-platser kan/bör inte överstiga beräknad trafikallstring)
- tillgänglighetsbedömning för olika färdstätt i form av utbud av kollektivtrafik, gång och cykel
- tillgänglighetsbedömning i form av andel av kundunderlag som har konkurrenskraftig tillgänglighet för respektive färdstätt

## **11.5 Fortsatt arbete**

### **Utveckling av metod för bedömning av trafikkonsekvenser samt spridning av kunskap**

Kunskapen att externa – och även tätortsnära externa – handletableringar leder till ökat trafikarbete är nu ytterligare bekräftade genom denna studie. Dessa kunskaper bör spridas till kommuner och länsstyrelser. Sådan information bör peka på att externa etableringar leder bort från nationella miljömål om minskade utsläppsmängder. Mål som många kommuner i många andra avseenden arbetar hårt för att närma sig. Även de negativa konsekvenserna på t ex de sociala konsekvenserna som ingår i begreppet hållbar tillväxt bör tydliggöras.

Den här föreslagna metoden för bedömning av trafikkonsekvenser i MKB bör utvecklas och ingå i en handbok för spridning till kommuner och länsstyrelser. Metoden kan ingå i en sammanfattande ”populärversion” av befintlig kunskap om externa etableringar.

### **Fördjupad forskning av hur ökad trafikallstring är fördelad**

I analysen av varför tätortsnära etableringar ökar det totala trafikarbetet finns en del intressanta spår som skulle vara intressanta att följa upp.

---

<sup>63</sup> God bebyggd miljö. Fördjupning av miljömålsarbetet. Boverket oktober 2003

Förståelsen för fenomenet skulle kunna ökas genom analyser och eventuellt utökade studier av på vilket sätt resandet förändras i och med att utbudet och tillgängligheten av etableringar förändras.



## 12. Referenser

Alvesund, C, (1998) *Att minska beroendet av motoriserade transporter – En fråga om att kunna och vilja!*, Institutionen för Teknik och Samhälle, LTH, Lund, Bulletin 161, ISSN 0346-6256

Bergström & Kolterjahn. *LIKRIKTNING. Möjlighet och hot i svenska köpcentrum* (2004)

Bergström, F. *Vart är detaljhandeln på väg i Stockholm?* HUI (2000)

Burlöv Center. [www.burlovcenter.com](http://www.burlovcenter.com). Burlöv Centers officiella webbplats.

Välkommen till Center Syd. [www.centersyd.se](http://www.centersyd.se). Center Syds officiella webbplats.

Dagens Industri. *Rodamco Sverige: Premiär för Nova Lund, Sveriges nya köpcentrum*. [www.di.se](http://www.di.se), artikel publicerad på DI:s nätupplaga 19 september 2002.

*Dags att handla nu*. Boverket (2004)

*Effekter av externa och halvexterna affärsetableringar - litteraturstudie och kartläggning*. Trivectorrapport 2004:18 (2004)

Eklund, H. och Rämne, U. *Handeln i centrum – om stadens attraktivitet ur ett handelsperspektiv* Svenska stadskärnor (2003)

Ekman, L, Smidfelt, Rosqvist L, & Westford, P, (1996), *Trafiksystem för bättre stadsmiljö – en studie över hur trafik- och stadsplaneringen påverkar trafiksäkerheten, miljökonsekvenserna och stadsmiljön*, Institutionen för Teknik och Samhälle, LTH, Lund, Bulletin 138, ISSN 0346-6256

*Externa och halvexterna affärsetableringar – litteraturstudie och kartläggning*. Trivectorrapport 2003:40 (2003)

Falk, T & Julander, C-R. *Köpcentrum i stadskärnan - inverkan på detaljhandeln och konsumenter*. Liber. Stockholm. (1984)

Folkesson, C (2002), *Om beroende av motoriserade transporter för vardagens inköp – Tillgänglighet till handel i Karlshamn och Ronneby 1980-1998*, Institutionen för Teknik och Samhälle, LTH, Lund, Bulletin 209, ISSN 1404-272X

Forsberg, H, Hagson A, & Tornberg J (1994), *Effekter av externa köpcentra*, Stads- och Trafikplanering, Arkitektur Chalmers tekniska högskola (STACTH), Göteborg, Rapport 1994:1, ISSN 1400-1888

Får jag lov? Om planering och byggande (SOU 2005:77)

Fölster, S, & Bergström, F, red., *Kampen om köpkraften – Handeln i framtiden*. Handelns Utredningsinstitut, Stockholm. (2001)

*Försäljningsstatistik från HUI*, publicerad i Konkurrensverkets rapport 2001:4 (2001)

Garvill m fl. *Betydelsen av lokalisering av handel för inköps- och resmönster*. Umeå universitet (2003)

*God bebyggd miljö. Fördjupning av miljömålsarbetet*. Boverket, Oktober 2003

Hagson, A. *Effekter av externetablerad handel, särskilt dagligvaruhandeln, på trafikarbete och miljö* (2003)

Hagson, A & Mossfeldt, L, (1998), *Varutransporter till externa köpcentra och innerstadshandel*, Stads- och Trafikplanering, Arkitektur Chalmers tekniska högskola (STACTH), Göteborg, Rapport 1998:3, ISBN 1400-1888

*Handeln i planeringen*. Boverket (1999)

Hellberg, C, (2000), *De externa handelsetableringarnas framtid – en samhällsekonomisk analys av behov och möjlighet till politisk styrning och planering*, Uppsats i nationalekonomi, Linköpings Universitet

Henriksson, C. och Schagerström, T. *Handel i Välsviken konsekvensanalys* Inregia AB (2005)

*Köpcentrumkatalogen 01/02*, Centrumutveckling Håkan Karlsson AB, 2002. ISBN 91-631-2217-0.

Ljungberg C, Sjöstrand H, Smidfelt L. *Externa affärsetableringar och deras effekt på miljö och energianvändning*. Lunds Tekniska Högskola, Institutionen för trafikteknik (1994)

Map24. [www.se.map24.com](http://www.se.map24.com). Reseplanerare på webben.

*Miljömålen i Västra Götaland* Länsstyrelsen i Västra Götaland (2003)

Nova Lund. [www.novalund.com](http://www.novalund.com). Nova Lunds officiella webbplats.

*Plan och bygglagen*, PBL, 12 kap 1§

Ross, W. *Personal mobility or community accessibility: a planning choice with social environmental and economic consequences*, Murdoch University 1999

Skånetrafiken. [www.skånetrafiken.se](http://www.skånetrafiken.se). Skånetrafikens reseplanerare på webben.

Svensson, T. *Dagligvarudistributionens strukturomvandling Drivkrafter och konsekvenser för städers utformning och miljö* ISBN 91-7219-294-1 Linköping University (1998)

Svensson, T. *Hushållens inköpsmönster och val av dagligvarubutiker i Trollhättan, Västerås och Östersund*. VTI notat 62-2001, 2001

Svensson, T. *Hushållens inköp av dagligvaror i städer* (2004)

Sydsvenska Dagbladet. *Handeln ökar starkt i Skåne*. Artikel publicerad tisdagen den 31 augusti 2004.

Veckans affärer. *Lika recept för nya rika* Artikeln publicerad i Nr 35, 29 Augusti 2005

Veckans affärer. *Handelns hangarer* Artikeln publicerad i Nr 35, 29 Augusti 2005

Wetterholm, S. *I skuggan av köpcentra? – Handelns framtid i Torsby-Umeå universitet* (2004)

**Vägverket**  
781 87 Borlänge  
[www.vv.se](http://www.vv.se) [vagverket@vv.se](mailto:vagverket@vv.se)  
Telefon: 0771-119 119. Texttelefon: 0243-750 90. Fax: 0243-758 25.

