



UNITED
BY OUR
DIFFERENCE



RAPPORT

Levande lokala centrum

Underlagsrapport och förslag till strategi

2016-05-03

Konsulter inom samhällsutveckling

WSP Analys & Strategi är en konsultverksamhet inom samhällsutveckling. Vi arbetar på uppdrag av myndigheter, företag och organisationer för att bidra till ett samhälle anpassat för samtiden såväl som framtiden. Vi förstår de utmaningar som våra uppdragsgivare ställs inför, och bistår med kunskap som hjälper dem hantera det komplexa förhållandet mellan människor, natur och byggd miljö.



Arkitekter av kommersiella miljöer

Wester+Elsner Arkitekter är specialiserade på att ge form åt kommersiella miljöer och mötesplatser. Vi omsätter våra kunders visioner till hållbara fysiska miljöer med utgångspunkt i stadens förutsättningar, funktioner och behov och med den enskilda människa som värdemätare. Vår arbetsmetod utgår från vår samlade erfarenhet av handel, offentliga miljöer och stadsomvandling i kombination med kunskap om arbetsprocesser i kommunala förvaltningar.

wester+elsner

Titel: Levande lokala centrum - Underlagsrapport och förslag till strategi

Redaktör: Ulf Rämme

WSP Sverige AB

Arenavägen 7

121 88 Stockholm-Globen

Tel: 010-722 50 00

E-post: info@wspgroup.se

Org nr: 556057-4880

Styrelsens säte: Stockholm

www.wspgroup.se/analys

Innehåll

SAMMANFATTNING	4
1 UPPDRAGETS SYFTE OCH MÅL	6
2 HUR SER FRAMTIDENS HANDEL UT?	8
2.1 Långsiktiga förskjutningar i konsumtionsmönstret	8
2.2 Konkurrensen mellan marknadsplatser	8
2.3 Den fysiska handeln utmanas av e-handeln	10
2.4 ... men också av andrahandsmarknaden	11
2.5 ...och den så kallade delningsekonomin	12
2.6 Hur påverkar detta utvecklingen av lokala centrum?	13
3 NULÄGESANALYS	14
3.1 Vår analysmodell	15
3.2 Fysisk utformning och miljö	18
3.3 Funktion och kommersiell bärkraft	21
3.4 Mångfald och social hållbarhet	22
3.5 Kvalitativa egenskaper hos olika centrumtyper	24
3.6 Sammanfattning	28
4 STRATEGI, MÅLBILD OCH RIKTLINJER	29
4.1 Föreslagen arbetsprocess för centrumutveckling	29
4.2 Finns det några generella riktlinjer för alla centrumtyper?	31
4.3 Centrum för flera stadsdelar	35
4.4 Lokala stadsdelscentrum	39
4.5 Litet lokalt centrum	43
5 BILAGA 1 – UNDERLAG TILL NULÄGESANALYS	46
6 BILAGA 2 – UTVECKLING AV LOKALA CENTRUM	59

Sammanfattning

Stockholms stad växer. En växande stad förändrar stadsbilden och utmanar den långsiktiga planeringen. En av de största utmaningarna på lång sikt är att minska skillnaderna mellan stadsdelarna i Stockholms stad samt bryta segregering och känslan av utanförskap. Några av de centrala inriktningarna i översiktsplanen är därför att koppla samman stadsdelar samt att stärka stadens olika stadsdelscentra i syfte att skapa förutsättningar för en stark lokal identitet och ett enklare vardagsliv.

För att de lokala stadsdelscentrumen skall ges goda framtida förutsättningar har kommunstyrelsen i Stockholms stad låtit WSP Analys & Strategi tillsammans med arkitektbyrån Wester+Elsner ta fram en stadsövergripande strategi som ska ge de lokala stadsdelsnämnderna och de kommunala fastighetsbolagen riktlinjer och rekommendationer i arbetet med att utveckla de lokala stadscentrumen. Undersökningen har fokuserat på att belysa förutsättningarna för så kallade *små lokala centrum* (exempelvis Ängby torg och Gamla Enskede), *lokala stadsdelscentrum* (Hökarängen och Skarpnäck) samt *centrum för flera stadsdelar* (Högdalen och Fruängen).

Flera av dessa stadsdelscentrum, oavsett kategori, byggdes för flera decennier sedan och planerades ursprungligen för en annan funktion och för andra ideal. Sedan dess har vårt konsumtionsmönster förändrats och vi ställer idag nya krav på de lokala stadsdelscentrumen. Förändringen har dock inte avstannat, utan tvärt om går den nu snabbare än någonsin vilket ställer än högre krav centrumens förmåga att anpassa sig till morgondagens förutsättningar. Ett kontinuerligt utvecklingsarbete är på så sätt ett måste för att skapa liv och levande centrum.

För att göra detta är en tydlig arbetsprocess en viktig del av utvecklingsarbetet oavsett centrumkategori. Genom att följa ett antal generella steg kan Stockholms stad skapa en bra och tydlig bild av ett centrums nuläge, vad som ska uppnås samt vilka åtgärder som krävs för att nå dit. Denna undersökning presenterar ett antal verktyg som kan användas i arbetsprocessen för att utveckla levande stadsdelscentrum. Dessa kan delas in i tre kategorier; *fysisk utformning och miljö*, *funktion och kommersiell bärkraft* samt *mångfald och social hållbarhet*. Till dessa kriterier har ett stort antal kvalitativa och kvantitativa indikatorer kopplats vilka tillsammans ger en god nulägesbild av ett enskilt centrum. Nulägesbilden belyser ett stadsdelscentrums individuella styrkor och svagheter, samt vilka möjligheter och hot som finns. Dessa aspekter bör integreras i den fortsatta utvecklingsstrategin där en bedömning bör göras om centrumet går att utveckla, om det bör omlokaliseras eller om det bör avvecklas och lämna plats för en annan funktion.

För att ge en indikation på vad som krävs för att uppnå de uppsatta målen och utveckla ett enskilt centrum ges i slutet på denna rapport förslag på generella utvecklingsstrategier. Dessa gäller för alla typer av stadsdelscentrum och kan användas som en övergripande verktygslåda. De övergripande strategierna kompletteras därefter med specifika målbilder och utvecklingsstrategier för respektive centrumkategori där ett antal viktiga aspekter lyfts upp och presenteras mer ingående.

För kategorin *centrum för flera stadsdelar* är den föreslagna målbilden ”Mycket för många”. Dessa centrum bör fungera som en större samlingsplats för handel, kommersiell service samt grundläggande samhällsfunktioner. För denna centrumkategori är det särskilt viktigt att staden arbetar med att;

- Ställa rätt krav i utvecklingsprocessen
- Förstärka handels- och serviceutbudet
- Utveckla den sociala arenan
- Stärka orienterbarheten inom centrumen
- Öka tryggheten i centrumen
- Arbeta med att skapa identitet och delaktighet
- Utnyttja den socioekonomiska mångfalden

Kategorin *lokala stadsdelscentrum* har den föreslagna målbilden ”Vår lokala stadskärna”. Denna centrumkategori bör fungera som en samlingsplats som levandegör hela stadsdelen genom att skapa förutsättningar för sociala möten och som kan tillfredsställa både boende och besökares vardagsbehov. För denna centrumkategori är det särskilt viktigt att staden arbetar med att;

- Driva utvecklingsprocessen tillsammans med lokala aktörer och medborgare
- Utveckla och förstärk den sociala arenan
- Tillfredsställa de boendes behov av daglig basservice
- Utnyttja stadskvaliteter för att stärka orienterbarheten
- Planera utifrån en mänsklig skala
- Arbeta med att skapa identitet och delaktighet
- Ta tillvara på kraften i lokalsamhället

De *små lokala centrumen* har målbilden ”De boendes vardagsrum”. De bör vara en välgestaltad och naturlig mötesplats där det sociala mötet är överordnat platsens kommersiella funktion. Kompletterande utbud av både kommersiella verksamheter och service återfinns i större centrum. För denna centrumkategori är det särskilt viktigt att staden arbetar med att;

- Ta täten i utvecklingsprocessen
- Fokusera och förstärka möjligheterna till sociala möten
- Tillgodose de boendes vardagsbehov
- Förstärka den offentliga miljön och skapa plats för möten
- Arbeta med att skapa identitet och delaktighet

1 Uppdragets syfte och mål

Kommunstyrelsen i Stockholms stad har för avsikt att ta fram en stadsövergripande strategi med riktlinjer och rekommendationer som stöd för stadsdelsnämndernas arbete med de lokala utvecklingsprogrammen och/eller de kommunala bostadsbolagens arbete med att utveckla lokala centrum av olika storlek. Projektets resultat skall även utgöra underlag för den pågående revideringen av översiktsplanen

Några av inriktningarna i Stockholms pågående översiktsplaneprocess är att koppla samman stadsdelar samt att stärka stadens olika stadsdelscentra i syfte att avlasta stadskärnan och skapa förutsättningar för stark lokal identitet och enklare vardagsliv.

Inom ramen för den pågående revideringen av översiktsplanen har, utöver den centrala stadskärnan, ett antal olika centrumtyper identifierats:

1. Centrum med regional funktion (exempelvis Farsta, Skärholmen, Kista)
2. Centrum för flera stadsdelar (exempelvis Fruängen, Högdalen, Vällingby)
3. Lokala stadsdelscentrum (exempelvis Hökarängen, Skarpnäck, Akalla)
4. Litet lokalt centrum (exempelvis Ängby torg, Bandhagsplan, Gamla Enskede)

Inom ramen för detta projekt har centrumtyp 2-4 varit föremål för undersökningar. Projektet skall belysa relevanta kriterier för att spegla respektive centrum kategoris förutsättningar och tillstånd. Utöver detta bör ett önskat tillstånd inom överskådlig framtid formuleras för respektive centrumkategori. En realistisk målbild skall således skapas till vilken ett antal nyckeltal identifieras för framtida utvärdering av eventuella utvecklingsinsatser.

För att lösa denna uppgift har WSP Analys och strategi och arkitektbyrån Wester+Elsner satt samman ett konsultteam bestående av en lång rad specialist och expertkompetenser inom handel, fastighets- och stadsutveckling. Anledningen till detta är själva frågans komplexitet och det faktum att lokala centrum inte bara är en plats för kommersiella verksamheter utan också en plats där invånare i närområdet möts och umgås på liknande villkor.

Projektet har genomförts som en process där inläsning av relevant litteratur varvats med insamling av relevanta indikatorer och nyckeltal, fältarbeten, analys samt lö-

pande avrapporteringsmöten och workshops med både en expertgrupp¹ inom WSP och en referensgrupp bestående av tjänstemän i Stockholms stad.²

I rapportens kapitel 2 redovisas ett antal pågående trender och tendenser inom detaljhandeln vilka har bäring för utvecklingen av lokala centrum. Kapitel 3 är en nulägesanalys av ett antal lokala centrum i Stockholms kommun. Syftet med nulägesanalysen har varit att undersöka enskilda centrums förutsättningar och tillstånd och i förlängningen göra förutsägelser om de tre centrumkategorierna som undersöks. I kapitel 4 presenteras målbilder, strategier/rekommendationer samt ett antal utvärderingsbara nyckeltal för de olika centrumkategorierna.

Projektgruppen har bestått av Ulf Rämme, Christian Merkel, Daniel Mattisson, Hans Björkman, Fredrik Andersson, Lisa Johnsson, Amanda Gordon och Calle Malmström.

Stockholm i maj 2016

Ulf Rämme

¹ Workshop med expertgrupp hölls 2016-03-23. Vid denna deltog Fredrik Bergström, Monica Bruvik, Mikael Wallin, Sebastian Ihre och Oskar Wallgren, samtliga från WSP, Charles Larsson (Retailer) och Kajsa Axelsson (Wester+Elsner).

² Workshops och avrapporteringsmöten med Stockholms stads referensgrupp hölls 2016-03-10 samt 2016-04-07. Medverkande vid dessa möten var representanter från Stadsledningskontoret, Stadsbyggnadskontoret, Stockholm Business Region, AB Stockholmshem, Spånga-Tensta stadsdelsförvaltning samt Hägersten- Liljeholmen stadsdelsförvaltning.

2 Hur ser framtidens handel ut?

Detaljhandeln är en betydelsefull sektor av ekonomin vars funktion många tar för given. Detaljhandeln är en dynamisk bransch där det ständigt pågår förändringar som är mer eller mindre synliga för betraktaren. I detta kapitel redovisas några trender och tendenser som förväntas påverka dels detaljhandelns framtida struktur och utveckling dels förutsättningarna för marknadsplatser på olika nivå. Då dessa strömningar i huvudsak sker på nationell nivå är redovisningen relativt övergripande.

2.1 Långsiktiga förskjutningar i konsumtionsmönstret

Levnadsstandarden har ökat kraftigt i Sverige under hela 1900-talet. Stigande inkomster i kombination med fallande priser och ett allt bredare och djupare utbud inom handeln har möjliggjort för allt fler att konsumera allt mer. Detta har möjliggjort en långsiktig förskjutning av hushållens konsumtion, där detaljhandeln i allt högre grad konkurrerar med övriga tjänstenärings.

År 2014 konsumerade svenska hushåll detaljhandelsvaror för 580 miljarder kronor, vilket motsvarade knappt en tredjedel av hushållens totala konsumtion. Sedan mitten av 1970-talet har hushållens konsumtion ökat i volym samtidigt som dess sammansättning förändrats. Framförallt har konsumtionen av basala varor/tjänster, såsom boende, mat och transport, minskat sin andel av hushållens utgifter. Detta har frigjort ett ökat utrymme för hushållen att lägga en större andel av sina utgifter på sällanköpsvaror, hotell, restaurang och resor samt övriga varor och tjänster.

Under de kommande drygt 20 åren förväntas hushållens konsumtion öka med i genomsnitt 1,7 procent per capita och år vilket möjliggör en fortsatt ökad konsumtionsvolym av samtliga varor och tjänster. I takt med att välståndet ökar förväntas dock konsumtionens sammansättning fortsätta förändras genom att de trender som tidigare framträtt förstärks ytterligare. Basala varor och tjänsters andel av konsumtionen bedöms minska medan sällanköpsvaror, hotell, restaurang och resor samt övriga varor och tjänster ökar sin andel.

2.2 Konkurrensen mellan marknadsplatser

Detaljhandeln har under den senaste tjuugoårsperioden genomgått en omfattande utveckling och strukturförändring. Handeln har professionaliserats och konkurrensen hårdnat dels genom att de så kallade kedjeföretagen tagit ett starkare grepp om marknaden dels genom att nya internationella aktörer etablerat sig. I denna

omvandlingsprocess har många företag utvecklat och standardiserat sina butiksformat, -inredningar och sortiment i syfte att nå en så bred målgrupp som möjligt. Därtill har ny teknik gjort inköpsrutiner, logistik och marknadsföring mer enhetliga vilket möjliggjort lägre priser till konsumenterna. En liberal lagstiftning beträffande öppettider och etablering har bidragit till att göra den fysiska handeln mer tillgänglig än tidigare. Den stora förloraren i denna omvandlingsprocess har varit de från kedjorna fristående handlarna vilka satts under stark press för att överleva.

Ofta framhålls att detaljhandeln är där människor är. I takt med urbaniseringen ökat och pendlingsmönstren förändrats har förhållandet mellan stad och land förskjutits. Handeln har koncentrerats till storstadsregioner, större städer och ett begränsat antal kommuner med speciella förutsättningar såsom gränshandel och turism. Omvandlingen har framförallt berört sällanköpsvaruhandeln medan dagligvaruhandeln fortfarande är relativt trogen lokala marknaden.

Parallellt med denna geografiska strukturomvandling pågår en förskjutning mellan marknadsplatser inom storstadsregionerna och de större städerna. Denna process är främst manifesterad genom att detaljhandeln i städernas centrala delar (stadskärnorna) eller städernas stadsdels- och bostadsområdescentrum stöter på konkurrens från marknadsplatser med volymhandel och/eller köpcentrumhandel belägna i utkanten av eller utanför centralorten. Stadskärnornas relativt diversifierade utbud har gjort att de klarat av att i huvudsak behållit sin marknadsposition, medan den mer småskaliga och ensidiga handeln, framförallt sällanköpsvaruhandeln, berörts negativt med sviktande efterfrågan, minskad omsättning och ökad vakansgrad som följd.

Parallellt med detaljhandelns strukturomvandling finns tendenser till att annan service som tidigare har haft ankarfunktioner i de lokala centrumen, exempelvis bank- och postkontor, sett en minskad efterfrågan för att till sist läggas ned till följd av företagsekonomiska beslut. Offentliga serviceinrättningars tillvaro styrs i många fall av politiska överväganden eller besparingskrav varför beslut om utveckling, etablering eller avveckling kan komma plötsligt. Effekterna blir emellertid desamma. Då ankarfunktionerna försvinner minskar den naturliga anledningen till naturliga besök vilket riskerar medföra en negativ spiral som spillar över på andra verksamheter med vakanta lokaler som följd.

Vakanta lokaler ger som bekant ett otrevligt, oattraktivt och ödsligt intryck vilket inte uppmuntrar till användning av de offentliga miljöerna. Många stadskärnor och lokala centrum har fått se andra verksamheter, inte minst privat kommersiell service, fyllt de vakanta lokalerna. Branschmixen har till följd av en ökad efterfrågan på dessa tjänster således förändrats genom att utbudet av tjänster såsom café och restaurang, frisörer, skönhets- och kroppsvårdssalonger och gymanläggningar ökat starkt under den senaste tioårsperioden. Detta är något som är positivt eftersom en plats med ett diversifierat utbud av varor och tjänster har bättre förutsättningar för att generera flöden än platser med ett ensidigt utbud

De trender som beskrivits ovan förväntas mot bakgrund av fortsatt urbanisering och teknisk utveckling på olika nivåer, fortsätta under överskådlig framtid. Många externa handelsområden, köpcentrum och stadskärnor förväntas fortsätta växa genom etablering och förtätning eftersom konkurrensen ständigt ställer nya krav på utveckling och förändring.

Ett av de mest framgångsrika sätten för marknadsplatser att växa har hittills varit att addera ny yta till befintliga anläggningar. Stadskärnornas framgång kan kanske främst förklaras av sitt breda och diversifierade utbud. I framtiden är det dock inte självklart att detaljhandeln kommer vara den naturliga dragaren för olika marknadsplatser. För att behålla konkurrenskraften blir det därför viktigt allt viktigare för attraktiva marknadsplatser (stadskärnor och/eller externa marknadsplatser) att kunna erbjuda såväl bredd som spets i handelsutbud i syfte att tillgodose en allt mer mångfacetterad efterfrågan. Service i form av biograf, restaurang, gym, frisk- och hälsovård samt andra upplevelseorienterade erbjudanden förväntas bli ett allt viktigare inslag för att skilja marknadsplatser åt.

Stadsdels- och bostadsområdescentrumens framtid är mer osäker men här finns ett gryende intresse för utveckling. De som missköts kan förväntas fortsätta sin kräftgång medan sådana som utvecklas och anpassas till den moderna kundens efterfrågan kan förväntas överleva och kanske växa. För att stärka dessa blir det viktigt att förstärka närmarknaden med bostäder och arbetsplatsområden. Många stadsdelscentrum är också belägna i anslutning till kollektivtrafikknutpunkter vilket ger goda förutsättningar för framtida tillväxt.

2.3 Den fysiska handeln utmanas av e-handeln...

En av de kanske viktigaste förändringarna i detaljhandeln under de senaste 15 åren är den ökade konkurrensen från e-handeln. Efter en trevande inledning kring sekelskiftet och IT-kraschen i början av 2000-talet har den e-handelsbaserade detaljhandelsförsäljningen flerdubblats. Detta har skett till följd av att teknik, logistik och säkerhet förbättrats, att fler företag insett fördelarna med att finnas både i fysisk form, i egenskap av butik, och på internet och att konsumenternas benägenhet att handla via de nya inköpskanalerna har ökat.

År 2015 omsatte den e-handelsbaserade sällanköpsvaruhandeln drygt 50 miljarder kronor. Tillväxttakten har under de senaste åren legat omkring 15 procent per år vilket är avsevärt högre än i detaljhandeln som helhet. Följaktligen har e-handeln tagit marknadsandelar och år 2015 stod e-handeln med sällanköpsvaror för omkring 14 procent av omsättningen.

E-handeln har drivits olika långt i olika branscher vilket gör att konkurrensen och följkraften omvandlingstrycket är olika hårt för företag i olika branscher. Omvandlingen är mest omfattande i handeln med hemelektronik, kläder samt film, böcker och media. I dessa branscher har e-handeln genomgått en introduktions- och till-

växtfas och står idag vid övergången till att betraktas som mogna vilket i praktiken innebär att deras tillväxttakt kan förväntas avta. I andra branscher såsom leksaker, sport- och fritid, järn och bygg, möbler och heminredning samt dagligvaruhandeln har e-handeln nyligen introducerats varför de genomgår en fas med mycket snabb tillväxt i takt med att fler företag introducerar dessa lösningar och affärsmodellerna anpassas till den nya verkligheten.

Framtiden ser positiv ut för e-handeln då fler företag och branscher inser fördelarna med att ha försäljning både i butik och via internet. Frammot år 2035 bedöms e-handeln omsätta 135 miljarder kronor vilket innebär att omkring 25 procent av sällanköpsvaruhandelns omsättning sker via elektroniska kanaler och ett tänkbart scenario är att gränserna mellan olika försäljningskanaler blir allt mer flytande.

Hur e-handeln påverkar den fysiska handelns framtida struktur är oklart och förväntas vara ett resultat av hur detaljhandeln utnyttjar den potential och kraft som finns i e-handeln. Att den i alla sina lösningar och affärsmodeller blir en naturlig del av den fysiska handelns vardag torde stå bortom alla tvivel om målet är långsiktig överlevnad. Den farhåga som hittills rests, dvs att e-handeln skulle slå ut den fysiska handeln, tycks dock inte ha kunnat besannas då antalet fysiska butiker var marginellt lägre år 2014 än tio år tidigare. Under samma period har såväl antalet anställda som den fysiska butiksytan ökat i omfattning. Även om många mindre företag och butiker alltså lagts ned eller konkurrerats ut under perioden har detta mötts med nya butiker, ofta bland kedjeföretagen, och nya internationella aktörer i detaljhandeln. I framtiden är det tänkbart att butiksytorna blir mindre och att deras utbud och funktion förändras. Att butikerna helt skulle förändras till showrooms förefaller högst osäkert då en majoritet av konsumenterna vill klämma och känna på många varor i samband med inköp.

2.4 ... men också av andrahandsmarknaden...

Att som konsument köpa och sälja saker på den så kallade andrahandsmarknaden är ett fenomen som under senare år fått ökad uppmärksamhet. Det är i grunden inte något nytt fenomen. Tvärtom har äldre tiders annonser mellan konsumenter i specialtidningar (Gula tidningen) och dagspress ersatts av de ökade möjligheter till spridning och penetration som erbjuds via internet (Blocket, Tradera m fl) Drivkrafterna bakom andrahandsmarknaden är, åtminstone i vissa grupper, en ökad efterfrågan på hållbar utveckling, en allt mer kritisk hållning mot konsumtionssamhällets slit och slängmentalitet och det faktum att det ökade intresset möjliggör för konsumenter att få betalt för redan köpta saker samtidigt som det ges möjlighet att konsumera nya varor.

Hur omfattande andrahandsmarknaden mellan konsumenter är finns inga sökra uppgifter om. Däremot kan konstateras att tillväxten ganska väl följer tillväxten i detaljhandeln, d.v.s. nyförsäljningen. Möjligen finns en konjunkturrell dimension så-

tillvida att försäljningen ökar, i synnerhet i vissa grupper, när konjunkturen är svag och avtar när den förbättras. Sambandet mellan andrahandsmarknaden och nyförsäljningen är starkast bland kapitalintensiva varor (möbler, hemutrustning, sport och fritid samt byggvaror och verktyg) medan sambandet för billigare produkter är mindre tydligt. Anledningen till att sambandet är starkast bland de kapitalintensiva varorna är att konsumenterna sällan vill eller har råd att ha två uppsättningar varför äldre uppsättningar avsetts på andrahandsmarknaden i samband med inköp av nya produkter.

Det nyväckta och ökade intresset för andrahandsmarknaden har lett till ett ökat utbud av andrahandsaktörer inom den fysiska handeln. Såväl antalet aktörer som omsättningen i branschen har ökat avsevärt starkare än detaljhandeln i genomsnitt. För den traditionella handeln utgör dessa båda former av andrahandsförsäljning både hot och möjligheter. I takt med att aktörerna på andrahandsmarknaden (exempelvis Myrorna, Erikshjälpen och Röda Korset) blir mer professionella så kommer allt fler grupper av konsumenter se denna typ av butiker som ett intressant alternativ varför de utgör ett hot. Möjligheter uppstår emellertid genom att den pågående utvecklingen uppmuntrar traditionella butiker (exempelvis IKEA och Filippa K) att addera andrahandserbjudande för att på så sätt agera på ett hållbart sätt och därigenom stärka sina varumärken i konsumentledet.

2.5 ...och den så kallade delningsekonomin

Den så kallade delningsekonomin avser byten av materiella och immateriella varor och tjänster mellan användare på global, regional och lokal nivå. Precis som andrahandsmarknaden har detta möjliggjorts och underlättats av bland annat ökad internetanvändning, informationsteknologisk utveckling, konjunkturläge och förändrade konsumtionsmönster.

I Sverige ökar delningsekonomin i ungefär samma takt som i övriga Europa men i jämförelse framstår den svenska delningsekonomin som splittrad och underutvecklad. I Sverige är delningsekonomin mest utvecklad inom transporttjänster (bilpooler och cykeluthyrning), olika tjänster för att hyra ut eller under för en begränsad period byta bostad och/eller kontorsplatser samt olika tidsbesparande tjänster (städhjälp, hjälp med mindre vardagssysslor osv).

Ur ett konsumentperspektiv kräver delningsekonomi ett gemensamt ägande av en produkt (bil, cykel, verktyg, utegrill mm) inom en begränsad krets av individer (BRF, vägförening osv). Att som enskild privatperson ge bort begagnade varor (böcker, barnkläder mm) till andra privatpersoner är inte att betrakta som delningsekonomi eftersom alternativet är att sälja det på andrahandsmarknaden. Delningsekonomin rörande konsumentvaror domineras, till skillnad från ovan, av lokala aktörer. Även om det finns stort intresse och många alternativ (bytes-, låne-, och uthyrningstjäns-

ter) bland företag och organisationer inom framförallt konfektion och verktygssegmenten har det hittills varit svårt att få till långsiktigt hållbara lösningar.

2.6 Hur påverkar detta utvecklingen av lokala centrum?

Med anledning av dessa framtidsspaningar ges nya möjligheter att utveckla utbudet i de lokala centrumen och därigenom stärka dem som mötesplats.

En av de tydligaste implikationerna är att e-handel, andrahandshandel och "delningsekonomi" möjliggör för alternativ användning av vakanta lokaler vilka skulle kunna fungera som upplag och utlämningsställen för fysiska produkter, samlingsplats för beställning av olika tjänster eller uthyrning av tillfälliga kontorsplatser för enskilda småföretagare. Sannolikt skulle de kunna utvecklas till ankarfunktioner i de lokala centrumen varför de bör ligga i nära anslutning till invånarnas vardagsflöden, d.v.s. nära kollektivtrafiknoder, den lokala livsmedelsbutiken eller förskola/skola.

Butiker för andrahandshandel, exempelvis Myrorna eller stadsmissionen, men också tillfälliga loppisar, anordnade av exempelvis föreningar eller skolkasser, har fördelen att de skapar dubbla flöden. Kunder skall transportera varor både till och från potentiella försäljningsställen vilket genererar flöden och, rätt placerade, aktiverar den fysiska miljön och gör de lokala centrumen levande.

3 Nulägesanalys

De lokala centrumens funktion är framförallt att ge boende och arbetande i närområdet möjlighet att lösa sina vardagsärenden samt att fungera som mötesplats för de boende. Ett lokalt centrum bör även erbjuda möjligheter till olika sociala och fysiska aktiviteter. Att centrumen bör erbjuda tillgång till grundläggande privat och offentlig service är givet men inte någon självklarhet. Tvärtom har lokala centrum till följd av strukturomvandling inom handel och servicenäringar över tid kommit att dräneras på en stor del av detta utbud.

Idéerna om vad som gör en plats attraktiv och varför människor vistas där är sannolikt lika många som människorna som brukar platsen. I huvudsak kan tre skäl föras fram till varför människor vistas på offentliga platser. För det första för att tillgodose basala behov på väg till eller från vardagsaktiviteter. Dessa är med olika frekvens så kallade nödvändiga aktiviteter till skillnad från så kallade frivilliga aktiviteter såsom shopping, café och restaurangbesök, träning och/eller förenings- eller kursaktiviteter. Slutligen är det viktigt att den offentliga platsen fungerar som en mötesplats där såväl bekanta som obekanta grupper av människor kan mötas.

Jane Jacobs, formulerade redan på 1960-talet en därefter inflytelserik teori om att den attraktiva staden, stadsdelen eller platsen är tät, funktionsblandad, arkitektoniskt varierad samt att den ger möjlighet till interaktion och naturliga möten. Till sammans skapar detta flöden av människor under stora delar av dygnet. Även om Jacobs teser utsatts för kritik genom åren har de med hjälp av modern teknik nyligen bekräftats av en grupp italienska forskare. Andra undersökningar har visat att den attraktiva staden eller platsen ur ett handelsperspektiv kännetecknas av ett diversifierat utbud, vilket tillgodoser många gruppers efterfrågan, samt trygghet, tillgänglighet och trivsel tolkat som god fysisk miljö, tillräckligt med caféer och restauranger samt offentliga och privata mötesplatser. Man kan alltså säga att det offentliga rummet skall tjäna som en plats för shopping, rekreation och möten där besökaren finner ett nöje i att vistas en längre tid.

I detta kapitel genomförs en nulägesanalys av ett antal lokala centrum (16) runt om i Stockholms kommun i syfte att avgöra centrumkategoriers funktion och tillstånd.³ Analysen utgår ifrån en modell som tagits fram av WSP och Wester+Elsner för kvantitativ och kvalitativ analys av marknadsplatser eller centrum. Modellen fäster uppmärksamhet på kriterier av betydelse för att skapa en attraktiv plats. Kopplat till olika kriterier finns indikatorer vilka åtminstone delvis kan kopplas till olika hållbar-

³ De 16 centrumen har delats in i tre kategorier/typer. 1) Litet lokalt centrum (Bandhagsplan, Gamla Enskede, Kristalltorget, Ängby torg, Österberga), 2) Lokalt stadsdelscentrum (Akalla, Björkhagen, Breddäng, Hökarängen, Skarpnäck, Åkermyntan), 3) Centrum för flera stadsdelar (Högdalen, Fruängen, Vällingby, Spånga, Vårberg)

hetsbegrepp. Urvalet av lokala centrum har gjorts i samarbete mellan WSP, Wester+Elsner och Stadsbyggnadskontoret. Urvalet är gjort för att representera dels olika centrumkategorier utifrån storlek (utbud) dels utifrån olika grad av aktivitet (mindre levande levande). Samtliga lokala centrum är geografiskt lokaliserade i de stadsdelar som pekas ut i Riktlinjer för lokalt utvecklingsarbete i Stockholms stad.

3.1 Vår analysmodell

I nulägesanalysens kvantitativa del kartläggs, i ett första stag, de enskilda centrumens funktion och tillstånd. Därefter har de lokala centrumen grupperats utifrån storlek med utgångspunkt i den definition som tillämpats av Stadsbyggnadskontoret i processen för uppdatering av översiktsplanen. De lokala centrumen har utvärderats utifrån de övergripande kriterierna fysisk utformning och miljö, funktion och kommersiell bärkraft samt mångfald och social hållbarhet. Till dessa kriterier har ett stort antal indikatorer kopplats (se bilaga). Dessa indikatorer består av statistiska indikatorer vilka kompletterats med fältarbete/okulär besiktning av olika kvalitativa aspekter.

Utifrån de indikatorer som tagits fram har enskilda centrum rangordnats inbördes. I de fall statistiska indikatorer varit tillgängliga har statistik kring enskilda centrum samlats in och grupperats utifrån centrumkategori. Data från fältarbetet har sammanställts för enskilda centrum och givits ett värde mellan 1 och 5 på varje enskild indikator. Ett lågt värde (1) indikerar att det finns ett stort utvecklingsbehov inom den enskilda indikatorn medan ett högt värde (5) pekar på att utvecklingsbehovet är av mer begränsad omfattning. Därefter har ett medelvärde per centrumkategori beräknats i syfte att ge mer generella utsagor.

För att exemplifiera tillvägagångssättet kan man utgå ifrån ett enskilt centrum tillgänglighet med tunnelbana. I ett första steg mättes det fysiska avståndet mellan tunnelbanestationen och en tänkt mittpunkt i ett centrum. Därefter samlades data kring turtäthet och antal linjer med tunnelbana till den aktuella stationen in under en tidsperiod (16-19) då flest människor teoretiskt passerar stationen. Ju kortare avstånd och ju högre turtäthet desto bättre tillgänglighet med exempelvis tunnelbana. Enligt detta sätt att skatta tillgängligheten kan konstateras att exempelvis Ängby torg och Åkermynatan hade sämst tillgänglighet med tunnelbana (1) samtidigt som Vårberg och Högdalen hade högst tillgänglighet (5 respektive 4).⁴

Inom ramen för **fysisk utformning och miljö** studeras *tillgängligheten* både till och inom de lokala centrumen. Det är viktigt att besökarna lätt, och utan större hinder, kan ta sig till och från en plats på ett tydligt och tryggt sätt. Generellt kan sägas att

⁴ Resultatet av nulägesanalysen framgår av bilaga 1.

ju fler kommunikationsmöjligheter som erbjuds desto bättre för platsen. Tillgängligheten till centrumen studeras genom aktuellt avstånd (till närmaste hållplats), tur-täthet med kollektivtrafik samt avstånd till organiserat cykelnät (stomnät).

En plats upplevs av olika människor och i olika situationer på olika sätt. Det bör därför vara lätt att ta sig från en plats till en annan inom centrumet. Överskådlighet, orienterbarhet, skala och verksamheters placering och synlighet blir därför av betydelse för att påverka flödena inom centrumen. I den fysiska inventeringen har tillgängligheten inom centrumen beaktats genom indikatorer som markbeläggningsstruktur, nivåskillnader i centrum och från offentliga miljöer in i verksamhetslokaler, orienterbarhet, dvs skyltning och information, till och inom centrumet samt överblickbarheten, dvs var finns verksamheter, ankarfunktioner och mötesplatser, inom centrumet.

Tätheten är viktig för centrumets tillstånd och utvecklingspotential och har beaktats genom antalet boende och arbetande inom gångavstånd, här uppskattat som 700 m, från det studerade centrumet.⁵ Ju fler boende och arbetande desto tätare omland, d v s mer köpkraft. Målet är att uppnå tillräcklig densitet för att skapa en känsla av liv. Täthetsbegreppet är också kopplat till kommersiell funktion så till vida att centrumen bör ha en hög kommersiell täthet och variation, dvs korta fasader med många lokaler och avbrott (entréer, skyltfönster, skyltar osv), eftersom starka och samlade verksamheter stärker centrumets attraktionskraft.

Ett centrums fysiska gestaltning, underhåll och övergripande planering/struktur är viktiga eftersom de bidrar till centrumets identitet och underlättar kopplingar mellan olika delar inom centrumet eller mellan de lokala centrumen och de omkringliggande bostads- och/eller verksamhetsområdena. Ett välskött, ordnat och välplanerat centrum med spännande miljöer eller oväntade inslag är något för invånarna att vara stolta över och bidrar till användning och trygghet. De lokala centrumens fysiska status, underhåll och övergripande planering har undersökts utifrån indikatorer på hur välsköta, rena och fysiskt underhållna centrumens byggnader och offentliga miljöer är samt centrumens fysiska utformning, estetik och övergripande planering.

⁵ Ett enskilt centrums marknadsområde varierar beroende på utbudets storlek och centrumets funktion på marknaden. För jämförbarhetens skull har i detta projekt samtliga centrum givits samma storlek på marknadsområdet. Att gränsen för gångavstånd bestämts till 700 meter beror på att detta i många rapporter bedöms vara ett genomsnitt för gångavstånd till olika centrumfunktioner.



Figur 2. Analysmodell

En stadsdel är att betrakta som en levande organism. Människor flyttar in och ut. Preferenser och behov varierar och förändras beroende på vilken ålder och bakgrund invånarna har eller fas i livet som de befinner sig i. I takt med att den demografiska och socioekonomiska sammansättningen varierar över tid behövs beredskap för anpassning till nya och skiftande förutsättningar för handel, service eller mötesplatser inom stadsdelen. Inom ramen för **mångfald och social hållbarhet** undersöks bland annat likheter och skillnader i demografiska och socioekonomiska förutsättningar, trygghet, centrumets identitet osv. Områden med en stor demografisk och socioekonomisk mångfald bedöms som mer socialt hållbara än områden med en mer begränsad socioekonomisk och demografisk profil. Stor mångfald bedöms alltså ge förutsättningar för en mer varierad efterfrågan och större potential för ett bredare och mer varierat utbud i de lokala centrumen.

Att ett centrum eller en centrummiljö skall upplevas som trygg och säker bör vara ett riktmärke i all planering eftersom perceptioner av platser påverkar människors beteenden. Folkliv föder folkliv och rädsla för brott och våld riskerar medföra en avskräckande effekt på invånarnas benägenhet att besöka ett centrum. Arbete med förebyggande av ryktesspridning och stigmatisering av platser i det kollektiva medvetandet är därför viktiga aspekter att beakta. På samma sätt kan fysisk utformning, exempelvis genom att underlätta orienterbarhet, ändamålsenlig och välplacerad belysning eller välplanerade gatuplan, bidra till att platser upplevs som

trygga. För att belysa trygghetsaspekter kring de lokala centrumen har risken att utsättas för våldsbrott och rån samt den upplevda tryggheten under dag- och kvällstid beaktats. Utgångspunkten har varit att ju lägre brottslighet och högre upplevd trygghet desto mer attraktivt bedöms centrummiljöerna vara för besökaren under olika tider på dygnet.

Platsens identitet, vilken delvis ges av fysisk status, utformning och utbud, är viktig för dess förmåga att dra till eller stöta ifrån sig besökare. En karaktärs- och identitetsskapande miljö i anslutning till centrumet uppmuntrar känslan av platstillhörighet och granskapskänsla. Människor som upplever platstillhörighet bidrar i större utsträckning till att vara delaktiga i samhällsutvecklingen och är mer benägna att sprida positivitet och glädje i området. En stark identitet kan mycket väl göra att centrumet attraherar besökare som inte bor i anslutning till platsen. Centrumens identitet, karaktär och synlighet har kartlagts i samband med den fysiska inventeringen samt genom att studera platsen marknadsföring/synlighet via sociala medier och i tidningar.

Funktion och kommersiell hållbarhet har, slutligen, för avsikt att ge en beskrivning av vilken servicegrad (kommersiell och offentlig) som enskilda centrumkategorier erbjuder invånarna. Med servicegrad avses vilket utbud som erbjuds inom bland annat handel, café och restaurang, kommersiell och offentlig service, kulturutbud men också vilka möjligheter till varierade aktiviteter som finns för att främja interaktion bland besökare. I det senare avseendet spelar förekomsten av mötesplatser och sociala vistelseytor stor roll för att centrumet skall leva under dygnets alla timmar. Ju bredare, mer diversifierat och balanserat utbudet är i ett centrum desto mer attraktivt är det att besöka och vistas i för olika grupper av människor och olika åldrar. Med ett stort och diversifierat utbud följer också möjligheten att dra till sig besökare från ett större omland

Centrumens funktion och kommersiella hållbarhet har studerats genom inventering av statistiska nyckeltal, exempelvis butiksutbud, branschbredd, marknadsposition, och i samband med den fysiska inventeringen där kvalitativa aspekter som kommersiell täthet undersökts. De lokala centrumens utsatthet för konkurrens har beaktats utifrån genomsnittligt tidsavstånd med bil till näraliggande konkurrerande marknadsplatser. Givetvis påverkar också tidsavstånd med kollektiva färdmedel centrumets konkurrenssituation eftersom detta säger något om hur lätt eller svårt det är att ta sig dit eller därifrån.

3.2 Fysisk utformning och miljö

Några av de mest fundamentala drivkrafterna för ett centrum storlek och utbud är närmarknadens storlek och täthet. Sambandet är relativt oproblematiskt då fler boende, eller högre täthet, ger underlag för ett större och mer diversifierat utbud i centrum. Det statistiska underlaget visar att det finns ett positivt samband mellan närmarknadens storlek och centrumkategoriernas storlek. Större centrum har alltså

ett något större befolkningsunderlag inom gångavstånd. För de mindre centrumen finns sannolikt potential att förtäta bebyggelsen vilket på längre sikt kan ge positiva effekter för centrumens utveckling.

Det är inte ovanligt att de boende (nattbefolkningen) i ett bostadsområde reser till annan plats i staden för att arbeta. Den inpendlande arbetskraften (dagbefolkningen) blir därför viktig för att kompensera det köpkraftsbortfall som sker dagtid. I ideal fallet bör dagbefolkningens storlek i ett centrums närområde motsvara nattbefolkningens storlek. Underlaget visar dock att dagbefolkningens storlek är relativt begränsad kring samtliga centrumkategorier. En slutsats är därför att köpkraften är lägre kring torgen dagtid vilket är negativt för verksamhetens prestation. Kategorierna litet lokalt centrum samt mindre levande centrum har något fler arbetsplatser i närområdet än de större respektive de centrum som bedömts vara levande men detta tycks ha begränsad effekt på deras utbud och utveckling.

Tabell 1 visar en sammanställning av indikatorer inom kategorin fysisk utformning och miljö. I tabellen har enskilda indikatorer givits asterisker som indikatorer på utvecklingsbehov/-barhet. Antalet asterisker står i relation till motsvarande diagram i bilaga 1 och ger en fingervisning om behovet av att stärka en viss indikator i samband med potentiellt utvecklingsarbete. Tabellen skall tolkas som att ju fler asterisker en centrumkategori har på en indikator desto större utvecklingspotential har denna indikator. I tabellen redovisas resultaten för de olika centrumtyperna (efter storlek). I de två sista kolumnerna har de undersökta centrumen, oberoende av storlek, delats in efter grad av aktivitet (mindre levande/levande) för att kartlägga enskilda indikatorers nuläge givet aktivitetsgrad.

Tabell 1: Sammanställning av indikatorer för fysisk utformning och miljö per centrumkategori.

	Litet lokalt centrum	Lokalt Stadsdelscentrum	Centrum för flera stadsdelar	Mindre levande	Levande
Boende inom gångavstånd	**	*	*	*	*
Arbetande inom gångavstånd	**	**	**	**	**
Spårbunden kollektivtrafik	**	**	*	**	*
Buss	***	**	*	**	*
Cyklister	**	**	**	**	**
Tillgänglighet inom centrum	*	*	*	**	*
Fysisk status och planering	*	**	**	**	*

Källa: Bilaga 1, tabell 1-7.

Tillgång till kollektivtrafik är viktigt eftersom det vidgar ett lokalt centrums marknadsområde genom att möjliggöra resor till och från centrumet. Kollektivtrafikför-

sörjning är på kort sikt statisk men torde på längre sikt kunna anpassas genom högre turtäthet, nya hållplatser och i vissa fall nya linjesträckningar. I princip samtliga centrum har tillgång till spårbunden kollektivtrafik. Undantagen utgörs av Kristalltorget, Östberga och Åkermynatan vilka ligger långt från närmaste station och följaktligen måste försörjas med buss. Centrum för flera stadsdelar har något högre turtäthet än övriga. Avstånden mellan enskilda centrum och spårbundna kollektivtrafikstationer är med några få undantag under 200 meter.

Tillgängligheten är, oberoende av centrumkategori, som regel bättre med buss än med spårbunden kollektivtrafik och tillgängligheten med buss ökar beroende på centrumstorlek. En viktig förklaring till detta är att fler linjer angör de större centrumen dock utan att turtätheten är lägre än i de mindre centrumen. Det finns således potential att förstärka tillgängligheten, exempelvis ökad turtäthet och ändrad linjesträckning, med buss till de mindre centrumen.

Tillgänglighet med kollektivtrafik måste alltså bedömas som relativt god. Det samma kan sägas gälla kopplingen mellan centrumen och stadens stomcykelnät. Avståndet mellan centrumen och cykelvägnätet uppmättes i de flesta fall till mindre än 100 meter. De större centrumen ligger något närmare stomcykelnätet än de mindre centrumkategorierna. I praktiken är detta vara betydelselöst då det är möjligt att cykla fram till samtliga centrum via alternativa vägar.

I samband med fältarbetet genomfördes även en inventering av tillgängligheten inom centrumen. Inventeringen omfattade indikatorerna orienterbarhet till och inom centrumen, förekomst av nivåskillnader samt markbeläggningsstruktur. En grundläggande utgångspunkt var att ju senare ett centrum renoverats desto större insatser har gjorts för att underlätta att vistas i och ta del av centrummiljön.

Skillnader i tillgänglighet inom centrummiljöerna är små. Så kallade levande centrum bedöms ha en något bättre tillgänglighet inom centrum än de mindre levande centrumen. Samtliga centrumkategorier har dock bedömts ha en acceptabel nivå. De större centrumen, sk centrum för flera stadsdelar, är bättre anpassade än mindre vilket främst beror på att de förra har en mer enhetligt och genomtänkt markbeläggning och att centrumledning och fastighetsägare har arbetat aktivt med att få bort nivåskillnader omkring centrum och mellan offentliga miljöer och in i verksamhetslokalerna. Kategorin litet lokalt centrum har i vissa avseenden högre tillgänglighet inom centrum än de lokala stadsdelscentrumen vilket främst beror på att skalan gör det lätt att överblicka och orientera sig på platsen.

Centrumens fysiska status, dvs byggnadernas skick och underhållsnivå, samt den övergripande fysiska strukturen/planeringen kartlades i samband med fältarbetet. En orsak till detta är att en god fysisk status, tillsammans med andra variabler, är identitetsskapande och bidrar till att attrahera besökare. En sammanvägd bedömning av dessa indikatorer visar att kategorin litet lokalt centrum är mer välskött än kategorierna lokala stadsdelscentrum och centrum för flera stadsdelar. Skalan ger dem en bättre fysisk struktur vilken bidrar till att de bedömdes vara mer orienter-

bara/överblickbara. Tabellen pekar också på att centrum som bedömts vara levande, oavsett storlek, har en bättre fysisk status än mindre levande centrum. En rimlig slutsats av detta kan vara att fysiskt underhåll faktiskt spelar roll för enskilda centrums attraktionskraft.

3.3 Funktion och kommersiell bärkraft

Förutsättningarna för lokala centrum varierar beroende på en lång rad faktorer och lokala förhållanden. En stor mängd undersökningar pekar på att storleken på en marknadsplats eller ett centrum spelar stor roll för dess förmåga att attrahera besökare och generera intäkter. Sambandet är relativt okomplicerat då mer yta möjliggör ett bredare utbud och därmed större möjligheter för besökaren att lösa olika ärenden.

De lokala centrumens, utbud, funktion och prestation inventerades i samband med fältarbetet utifrån en specificerad kravlista över vilken typ av verksamheter och funktioner som bör finnas i eller i anslutning till ett lokalt centrum. Detta kompletterade sedan med offentlig statistik över antalet anställda i olika branscher för att ge en bild av utvecklingen i de olika centrumkategorierna. Inventeringen visade att utbudets storlek och bredd ökade med de lokala centrumens storlek och att centrum som Stadsbyggnadskontoret klassificerat som levande hade ett bredare utbud av handel och service än mindre levande centrum.

Storleken på de lokala centrumen påverkade också förutsättningarna för kvällsekonomi, förekomsten av och kvantiteten på offentliga och privata mötesplatser samt, slutligen, utbudet av ungdomsverksamheter i centrumet eller dess närhet. Centrum för flera stadsdelar hade ett bredare och mer diversifierat utbud av café och restaurang, fler mötesplatser och möjligheter till ungdomsaktiviteter samt mer offentlig och privat service än små lokala centrum. Återigen visade sig levande centrum, oavsett storlek, ha ett starkare utbud än mindre levande.

Den enda indikator där de små lokala centrumen och de mindre levande centrumen visade sig starkare än de större centrumen var en större tillgång till sociala vistelseytor (grönytor). Närheten till parker eller skogspartier (gröna lungor) är en lokal styrka att ta tillvara vid framtida utvecklingsarbete i denna centrumkategori.

De lokala centrumens marknadsposition skattades genom att beräkna dagligvaruhandelns marknadsandel inom marknadsområdet i relation till genomsnittet för Stockholms stad. En stark lokal marknadsposition indikerar att den lokala handeln har förmåga att attrahera den lokala kundkretsen och kunder från ett större marknadsområde. Även här finns en tydlig koppling till storleken på centrumen så till vida att centrum för flera stadsdelar har en starkare marknadsposition än mindre centrum.

Tabell 2: Sammanställning av indikatorer för funktion och kommersiell bärkraft per centrumkategori.

	Litet lokalt centrum	Lokalt stadsdelscentrum	Centrum för flera stadsdelar	Mindre levande	Levande
Verksamhetsutbud	***	**	*	**	*
Kvällsekonomi	***	**	*	**	*
Mötesplatser	***	**	***	*	*
Sociala vistelseytor	**	**	***	*	**
Föreningsliv	***	***	*	**	*
Ungdomsverksamheter	***	**	*	**	*
Marknadsposition	***	**	**	***	**
Utveckling (anställda)	*	**	***	*	**
Konkurrens	***	**	**	**	*

Källa: Bilaga 1, diagram 8-17.

En viktig förklaring till att de mindre lokala centrumen har en svagare marknadsposition är att de är mer utsatta för konkurrens från näraliggande marknadsplatser eller butiker. Graden av konkurrensutsättning har i detta sammanhang uppskattats som genomsnittlig körtid (med bil) från enskilda lokala torg de till mest näraliggande marknadsplatserna. Undersökningen visade att centrumkategorin mindre lokala centrumen samt de mindre levande centrumen hade kortare körtid till konkurrerande marknadsplatser varför de bedömdes vara mer konkurrensutsatta än större centrum.

De lokala centrumens utveckling är en viktig indikator på hur de presterar. Utvecklingen har ställts i relation till genomsnittet för staden för att sätta olika centrumkategorier i relation till varandra. Utifrån denna jämförelse kan konstateras att de mindre lokala samt lokala stadsdelscentrumen har haft starkast utveckling under de senaste åren. En viktig förklaring till detta är att utvecklingen har skett från en lägre utgångsnivå varför den efterföljande tillväxten blivit starkare. Levande centrum har samtidigt utvecklats starkare än mindre levande.

3.4 Mångfald och social hållbarhet

Ett områdes socioekonomiska och demografiska mångfald är viktigt för ett lokalt centrum eftersom det, allt annat lika, påverkar förutsättningarna för utbudets storlek, djup och variation. Mångfald innebär i detta sammanhang att vi studerar ålders- och könsstruktur, inkomst, arbetslöshet samt boendeförhållanden (upplåtelseformer). Ju större mångfald, d.v.s. mer varierad efterfrågan, desto bättre är förutsättningarna för att skapa ett levande och attraktivt lokalt centrum.

Hur och om ett lokalt centrum används är till stor del förknippat med om det är välskött, rent och snyggt samt upplevs som tryggt. Framförallt det senare är viktigt eftersom hög brottslighet och otrygghet riskerar leda till att invånarna förändrar sitt beteende. Centrum belägna i områden med hög brottslighet eller otrygghet kan alltså innebära att invånarna ej besöker det lokala centrumet eller att de undviker att befinna sig utomhus under kvällstid.

Studerars tabell 3 framgår att det är små variationer i demografisk mångfald mellan olika centrumkategorier. Alla åldersgrupper finns representerade i närområdena och könsfördelningen är relativt jämn. Beträffande bostadsförhållanden (upplåtelseformer) kan konstateras att upplåtelseformerna kring olika centrumkategorier i huvudsak domineras av en upplåtelseform. Variationen i upplåtelseformer är störst i närheten av de mindre lokala centrumen och mer ensidig kring de större.

Tabell 3: Sammanställning av indikatorer för socioekonomisk mångfald och social hållbarhet per centrumkategori.

	Litet lokalt centrum	Lokalt stadsdelscentrum	Centrum för flera stadsdelar	Mindre levande	Levande
Åldersstruktur	**	**	**	**	**
Kön	**	**	**	**	**
Variation upplåtelseformer	*	**	***	*	**
Köpkraft (per capita)	**	**	**	**	**
Arbetslöshet (öppen)	**	**	**	**	**
Utsatthet för brott	**	*	**	**	*
Upplevd trygghet (dagtid)	*	*	***	**	*
Upplevd trygghet (kvällstid)	**	*	***	**	*
Identitet	**	**	**	**	*
Synlighet	***	**	*	**	*

Källa: Bilaga 1, diagram 18-28.

Befolkningens köpkraft och ekonomiska möjligheter, här mätt som inkomst per capita och arbetslöshet, avviker från genomsnittet för Stockholms stad. Inkomsterna är generellt lägre och arbetslösheten något högre. Variationerna i inkomst är små mellan olika centrumkategorier, men invånarna kring levande centrum har något högre inkomstnivåer än invånarna kring de mindre levande centrumen.⁶ På samma

⁶ Diagram 21 pekar på att de mindre lokala centrumen har högre genomsnittsinkomster än de större. Detta förklaras dock av ett område kring ett enskilt centrum, norra Ängby, är välbärgat och om detta tas bort ur urvalet närmar sig inkomstförhållandena i denna centrumkategori de övriga.

sätt är arbetslösheten lägre kring levande centrum än omkring de mindre levande centrumen.

Ur ett trygghetsperspektiv är risken att utsättas för våldsbrott och rån inte högre än genomsnittet för staden. Risken är lägst bland de lokala stadsdelscentrum och något högre bland de övriga centrumkategorierna. Kring centrum som klassats som levande är risken att utsättas för våldsbrott och rån något lägre än bland de mindre levande centrumen. Den upplevda otryggheten skiljer sig från ovan så till vida att den upplevda otryggheten är högre kring de lokala centrumen än i staden som helhet såväl dag- som kvällstid. Det finns en tendens till att otryggheten ökar beroende på centrumens storlek. Kvällstid upplevs dock lokala stadsdelscentrum som minst otrygga. Levande centrum upplevs generellt mindre otrygga än mindre levande centrum.

Identitet är ett resultat av flera av de faktorer som studerats tidigare och kan karakteriseras av egenskaper som gör platsen unik eller värd ett besök. Identitet är delvis kopplat till synlighet så till vida att platsen måste marknadsföra sig för att dra till besökare. Olika centrums identitet har undersökts i samband med fältarbetet. På ett övergripande plan är skillnaderna i identitet mellan olika centrumkategorier små men levande centrum har en starkare identitet än mindre levande. Bland de levande centrumen finns en tendens till att känslan av identitet ökar beroende på storlek. Möjligheterna till synlighet genom marknadsföring ökar i takt med samordning och professionaliserad drift av centrumen. Följaktligen har större centrum högre synlighet än de mindre.

3.5 Kvalitativa egenskaper hos olika centrumtyper

I detta avsnitt beskrivs olika centrumkategorier kvalitativa egenskaper utifrån en Swot-analys.⁷ Analysen baseras dels på den inventering som genomförts dels på en workshop med olika experter inom stadsutveckling. Dessa arbetsmoment var viktiga för att ta tillvara på befintliga kunskaper inom centrumutveckling samt komplettera med ny kunskap för att öka förståelsen för de olika centrumkategoriernas nulägen.

Centrum för flera stadsdelar

Styrkor

Denna centrumkategori har ett starkt kundflöde där fler än de boende i centrumets närområde besöker platsen. Det finns i regel ett stort utbud och en välutvecklad

⁷ Swot analys är ett angreppssätt som beskriver ett fenomen ur dimensionerna: Styrkor (strength), Svagheter (Weaknesses), Möjligheter (Opportunities) och hot (threats).

handelsstruktur med lokala handlare och kedjeföretag samt offentliga verksamheter. Här möts människor från olika stadsdelar och centrumet utgör ofta en knutpunkt i kollektivtrafiken. Det finns i regel en stark ekonomisk bärkraft vilket gör att det ofta känns rent och välskött. Det finns ofta bra resurser för olika utvecklingsprojekt, exempelvis som kan bygga bort otrygghet.

Svagheter

De större centrumen upplevs ofta inte lika personliga som de mindre. En svaghet som kan utvecklas är centrumens varumärke då de skulle kunna ha tydligare platsmarknadsföring, skyltning etc., både visuellt och innehållsmässigt. De större centrumen är ofta egna enklaver med en tydlig fram- och baksida. Baksidan är ofta vänd utåt vilket medför dålig integrering i omgivande bebyggelsestruktur och kräver stora parkerings- och logistikytor. Platser för rekreation och grönytor är förhållandevis få.

Möjligheter

Dessa centrum har som regel bra resurser att anordna övergripande aktiviteter samt att göra investeringar som gynnar hela centrumet. De anses ofta attraktiva att investera i från externa bolag då avkastningen i regel är hög. De har även en ekonomisk möjlighet som saknas i de mindre centrumen och det finns en potential för ökade fastighetsvärden. En annan möjlighet är att centrumen i större mån kan få ett ändrat ägande, exempelvis genom att de kan säljas ut till privata fastighetsägare som i vissa fall är bättre rustade för drift och affärsutveckling. Även om de kan upplevas som färdigutvecklade i nuläget finns i takt med staden tillväxt och utveckling en potential att lyfta denna centrumkategori till en ny nivå för att på så sätt närma sig närmarknaden.

Hot

De stora centrumen måste konkurrera med andra större handelsplatser som exempelvis externa handelsområden och gallerior. Även om tillgängligheten ofta är god till dessa centrum via både vägar och kollektivtrafik kan det vara en tids- och resurskrävande process att ta sig till och från centrumet. De mindre centrumen är ofta mer tillgängliga för vardagsärenden då de ofta ligger närmare bostaden.

Lokalt stadsdelscentrum

Styrkor

I denna centrumkategori finns ofta ett visst utbud av daglig service såsom dagligvaruhandel, bibliotek och offentliga verksamheter. Ofta finns det mer offentlig verksamhet än i det lilla centrumet och det är som regel goda kommunikationer till och från centrumet. Det finns en närhetspotential med en tydlig stadsdel som man serverar. En annan styrka är att beslutsvägarna ofta är kortare, görs något så märks det ofta direkt. För de boende kring centrumet är det korta avståndet mellan bostad och centrum en styrka.

Svagheter

Centrumen i denna kategori är ofta byggda för ett annat innehåll, både visuellt och fysiskt. Ofta återfinns lokaler som inte är anpassade till dagens förutsättningar i bra och centrala lägen. Som exempel dagligvaruhandeln lyftas fram där stora butiker ofta ligger ofta med långsidan mot stråken med långa och slutna fasader som följd. Ytorna räcker i flera fall inte till och dessa verksamheter får inte plats att expandera vilket gör att de riskerar att halka efter större centrum för flera stadsdelar och externa handelsområden. Centrumen är ofta utspridda med oklara flöden och vaga gränser vilket gör dem svåra att överblicka. Utåt sett finns ofta en oklarhet i vem som förvaltar och driver centrumet och en inte sällan en näst intill obefintlig plattform för kommunikation och information. Bedömningen är att förvaltare och uthyrare framförallt jobbar med "att få det uthyrt" och att minska vakanser snarare än helhetstänk kring stadsdelscentrumen. Detta resulterar i att centrumens identitet ofta upplevs som vag.

Möjligheter

En stor potential för denna centrumkategori är att addera ett större utbud som serverar vardagen, exempelvis genom förskolor, gym eller andra sociala vistelseytor. Ofta har de mellanstora centrumen för lite yta för den lokala dagligvaruhandeln. Människor gör ofta merparten av sina inköp av dagligvaror i närheten av hemmet varför en möjlighet därför är att bereda mer plats för de lokala livsmedelsbutikerna. De mellanstora centrumen har även en stor möjlighet att skapa en lokal särprägel genom ökad nischning. Genom att satsa på uppfräschning eller omvandling så motverkar detta potentiellt social utsatthet och stärker den lokala förankringen och självkänslan hos de boende.

Hot

I vissa centrum har staden en bra rådighet men i flera andra saknas detta vilket försvårar stadens möjlighet till påverkan. Flera centrum är direkt utsatta för konkurrens från närliggande större centrum som tenderar att locka till sig köpkraft från mellanstora och mindre centrum. Att få ekonomi för större förändring kan därför vara svårt, om än ibland nödvändigt.

Litet lokalt centrum

Styrkor

De små lokala centrumen reflekterar platsens lokala kultur och de boendes sammansättning. Centrumen är överskådliga och det är enkelt att orientera sig inom dess gränser. Storleken möjliggör en lokalkännedom där personer som känner varandra kan ta ett gemensamt ansvar för platsen. Detta innebär ett mer personligt identitetsskapande. En mindre aktör eller eldsjäl kan därför på ett enklare sätt omforma platsen och förändra dess identitet då det ofta inte behövs så mycket för att förändra platsens känsla. De små lokala centrumen har även en styrka i att det är nära till grönytor och sociala vistelseplatser. Den behagliga och mänskliga skalan är en styrka för dessa platser.

Svagheter

En svaghet för denna centrumkategori är att det finns ett begränsat utbud av daglig service och offentliga verksamheter vilket gör att besöksanledningen är liten. På grund av sin storlek så har ofta de mindre centrumen begränsade förbindelser och kollektivtrafik. Privata färdmedel, såsom bil, gång eller cykel fungerar oftast bäst för att ta sig till eller från platsen vilket gör att flödena blir begränsade. En svaghet är att den fysiska miljön i många centrum är vänd in mot boendestrukturen och organiserade efter gamla handelsmönster. Dessa centrum präglas av liten investeringsvilja från näringslivet vilket medför ekonomiska utmaningar.

Möjlighet

I de mindre centrumen finns det större möjligheter till ansvarstagande. Centrumen är inte bara överskådliga rent fysiskt, utan de är även överskådliga i själva utvecklingsprocessen. Det är enklare att experimentera och det finns en större flexibilitet än i större centrum. Med andra ord är det lätt att påverka, förändra och det går att designa om eller lägga ner till förmån för en mer lämplig lokalisering på ett enklare sätt. I de mindre centrumen finns det ofta en närhet till sociala vistelseytor (grönstruktur). Detta är en potential som kan utvecklas genom starkare och tydligare kopplingar mellan centrumen och grönytor. En väl omhändertagen fysisk miljö tillsammans med en unik identitet kan skapa en stark plats. Ett basutbud av service och handel fungerar i regel bäst. Det finns även en potential att utveckla ytor för ungdomsaktiviteter på eller i anslutning till centrumen då detta skapar flöden.

Hot

Det största hotet mot det lilla lokala centrumets överlevnad ryms inom ekonomins gränser. Närliggande centrum med större utbud lockar i allt högre grad till sig kundflöden. Även om det är en överskådlig omfattning på en utvecklingsprocess i dessa centrumtyper så är incitamenten att genomföra dem små p.g.a. begränsade resurser. Det finns begränsat med investeringsvillighet hos det privata och demokratiska processer med medborgarinflytande kan vara omständliga och tidskrävande att driva. Ofta är kunskapen om en dylik process begränsade och det blir lätt fokus på detaljfrågor och helikopterperspektivet förloras.

3.6 Sammanfattning

Syftet med detta kapitel har varit att undersöka torgtypers tillstånd och funktion. För att dra slutsatser kring detta undersöktes i ett första steg 16 lokala centrum runt om i Stockholms kommun vilkas unika karakteristika, i ett andra steg, aggregerades samman till tre övergripande centrumkategorier för att dra mer generella slutsatser.

Små lokala centrum fungerar som mötesplatser för de boende i de mest näraliggande kvarteren. Här finns "mjölkbutiken" där invånarna löser sina kompletterande vardagsinköp, hämtar och/eller skickar paket eller lämna in stryktipset på väg till och från arbete eller studier. I de lokala centrumen finns också utrymme att umgås på de lokala caféerna eller i de offentliga miljöerna. I övrigt är utbudet, mötesplatser och ungdomsaktiviteter magert varför de små lokala centrumens attraktionskraft är högst begränsad bortom de närmast liggande kvarteren.

Lokala stadsdelscentrum är viktiga eftersom de ger invånarna i en stadsdel möjlighet att mötas på likartade villkor. Den kommersiella funktionen är av kompletterande karaktär men utbudet är något bredare än i de små lokala centrumen. Det kommersiella utbudet domineras av någon eller några större livsmedelsbutiker vilka ofta kompletteras med blomsterbutiker, tobaksbutiker och ibland även Systembolag och apotek. Övrigt service utbud domineras av offentliga sjuk och hälsovårdsinrättningar, bibliotek, ungdomsgård samt café, restaurang och/eller gym. Förekomsten av den offentliga servicen är viktig på dessa platser eftersom den garanterar en viss besöksfrekvens vilket är viktigt för andra verksamheter i centrumen.

Centrum för flera stadsdelar har ett mer varierat utbud av handel samt kommersiell och offentlig service. Skillnaden gentemot de mindre centrumtyperna är det finns en närvaro av kedjeföretag inom sällanköpsvaruhandel och det kommersiella serviceutbudet. Även det offentliga serviceutbudet är mer varierat än i de mindre centrumen. I likhet med de mindre centrumen har dessa centrum en lokal kundkrets. Det breda utbudet liksom närvaron av kedjeföretag pekar ändå på att det, trots hård konkurrens, finns en tilltro till dessa centrums potential.

Några av de viktigaste lärdomarna från undersökningen är att det på en övergripande nivå finns både likheter och skillnader i förutsättningarna för olika centrumtyper. Eventuellt framtida utvecklingsarbete måste utgå ifrån det enskilda centrumets lokala förutsättningar eftersom dessa varierar kraftigt mellan olika stadsdelar i staden. Insatser och åtgärder som fungerar i en stadsdel eller inom ett centrum för flera stadsdelar behöver inte få samma effekter i en annan stadsdel eller i de små lokala centrumen. Det finns knappast något Quick fix, men det gäller att våga experimentera, prioritera och vara beredd att testa olika grepp för att på sikt nå framgång.

4 Strategi, målbild och riktlinjer

Ett centrum kan utvecklas i ett antal olika riktningar. Några övergripande riktningar är att expandera, förädla, avveckla eller omlokalisera. Att på ett aktivt sätt prioritera och våga välja strategi beroende på det lokala centrumets förutsättningar är av yttersta betydelse för att skapa levande centrum. Alla kan inte prioriteras och då gäller det att våga prioritera.

Genom expansion eller förädling av ett lokalt centrum stärks konkurrenskraften genom att ge möjlighet till ett större utbud av handel, service eller rekreationsmöjligheter. Expansion eller förädling av befintligt centrum vidgar dess marknadsområde. Centrumet kan på ett bättre sätt också ge service till fler människor än de som bor i närområdet. Expansion kan också innebära förtätning av närområdet vilket ger en större efterfrågan utvecklad närservice.

Vissa centrum har av en eller annan anledning förlorat sin funktion på marknaden. Anledningen till detta kan exempelvis vara att närliggande centrum har expanderat varför befintliga hyresgäster tvingats omlokalisera sig på grund av försämrade kundflöden och ekonomi. För enskilda centrum kan det vara bättre att avveckla eller omforma centrumets ursprungliga funktion till något som passar dagens förutsättningar på ett mer lämpligt sätt.

Ett centrums förutsättningar kan ha ändrats genom åren då staden har byggts ut. Vad som i det initiala skedet var en bra plats med starka flöden kan ha förändrats då nya vägar eller bostadsområden byggts. Att omlokalisera ett centrum och dess funktioner till en ny plats kan vara en kostsam affär, men i vissa fall kan denna strategi användas för att kraftsamla på en lämpligare plats.

4.1 Föreslagen arbetsprocess för centrumutveckling

En tydlig arbetsprocess är en viktig del för allt utvecklingsarbete, oavsett centrumkategori. Genom att följa ett antal generella steg kan staden skapa en bra och tydlig bild av ett centrums nuläge, vad som ska uppnås samt vilka åtgärder som krävs för att nå dit. Denna process ser i mångt och mycket ut på samma sätt för alla centrumkategorier. Allt utvecklingsarbete utgår ifrån lokala förutsättningar eftersom alla centrum är unika i sina förutsättningar. Vissa aspekter kan därför vara viktigare än andra att arbeta med i samband med enskilda utvecklingsprojekt. I bilaga 2 redovisas ett antal goda exempel från centrumutvecklingsprojekt i Stockholm, Malmö och Göteborg.

För att en centrumutveckling ska bli varaktig och lyckad över tid är en stark organisation en förutsättning. God samverkan mellan stad, fastighetsägare, lokala aktörer och medborgare är av största vikt för att utveckla ett levande centrum. Det krävs

en varaktig organisation som kan driva centrumet framåt, inte engångsinsatser utan en organisation som håller över tid.



Nulägesanalys och status

Genom att göra en nulägesanalys kartläggs ett centrumets tillstånd. För staden är det viktigt att fånga centrumets unika identitet och behov – varför människor väljer att besöka en viss plats eller centrum, vad som efterfrågas, vilket utbud och vilka verksamheter som efterfrågas, vilken rådighet som staden har över platsen, samt vilka intressenter som behöver inkluderas i en fortsatt dialog.

Mål och vision

I detta steg bearbetas nulägesanalysen och mål och vision för centrumet tas fram. En konkret målbeskrivning och vision kan fungera som kompass under hela processen men även i driftskedet. Mål och vision för varje centrum bör vara konkreta och genomförbara, mätbara samt inkludera ett ekonomiskt, socialt och ekologiskt perspektiv. Med en otydlighet i den initiala målbeskrivningen finns en stor risk att identiteten blir vag och åtgärderna irrelevanta.

Åtgärder och genomförande

För att realisera målbilden och de uppsatta visionerna behöver en åtgärdsplan produceras. Planen behöver redogöra för vem som ska göra vad samt när detta ska ske.

Uppföljning

Att regelbundet följa upp och utvärdera processen är centralt för ett kontinuerligt lärande. Vad har gått bra och vad hade vi kunnat göra bättre? Det är viktigt att poängtera att ett utvecklingsarbete inte alltid har en start och ett mål, utan förändring är något som sker konstant. Detta bör bejakas och uppmuntras av staden.

4.2 Finns det några generella riktlinjer för alla centrumtyper?

Varje centrum behöver bedömas utifrån sina platsspecifika förutsättningar. I utvecklingsprocesser är det viktigt att beakta centrumets unika egenskaper och kvaliteter och utnyttja dessa på bästa sätt. En analys av ett centrumets nuläge bör därför alltid initieras i ett första steg (se 4.1 *Föreslagen arbetsprocess för centrumutveckling*). Utifrån samlad kunskap och erfarenhet kan ett antal generella parametrar som är viktiga i all centrumutveckling lyftas fram. I detta stycke tas dessa riktlinjer upp och i nästföljande stycke redovisas vad som särskiljer de olika centrumtyperna åt och hur staden kan arbeta med dessa.

Tillgänglighet

Begreppet inbegriper tillgänglighet på flera nivåer – tillgänglighet till och från centrum samt tillgänglighet inom centrum.

- Planera för alla tänkbara kollektiva och individuella transportmedel. Vid utformning av parkering och trafikstråk är det viktigt att ha i åtanke att man inte tillskapar nya fysiska hinder och barriärer. En busshållplats eller en cykelparkering kan till exempel bilda en oavsiktlig barriär i ett redan fungerande flöde.
- För ökad tillgänglighet bör centrumets verksamheter placeras i stråk där människor rör sig av andra anledningar. Utnyttja knutpunkter och omstigningsplatser som naturliga lägen för handel, service och övriga publika verksamheter.
- Fler alternativa vägar till centrumet ger en större tillgänglighet då de bildar fler kopplingar med omgivningen.
- Allt fler cyklar i samband med arbetsresor och vardagsärenden varför parkeringsbehovet för cyklar bör tas i beaktande vid planering.
- Slät markbehandling och få nivåskillnader underlättar för människor att röra sig inom centrumet. Det är berikande när uteserveringar, torghandel och andra verksamheter flyttar ut i det offentliga rummet. Bevaka att det finns tillräckliga ytor runt omkring för att upprätthålla goda flöden

Orienterbarhet, noder och flöden

Genom att forma det offentliga rummet på ett sätt som underlättar orientering och framkomlighet skapas gynnsamma förutsättningar för att människor ska ta sig dit. För att ett centrum skall kännas tydligt och informativt krävs en lättförståelig miljö med en överblickbarhet i stadsrummet. Detta kan göras på flera sätt:

Enkla flödesstrukturer med tydliga noder och ankare

- Arbeta med självklara stråk och målpunkter som ansluter till redan etablerade stråk i stadsdelen. Undvik att styra folkflöden till omvägar, de flesta människor är väldigt bekväma och kommer alltid välja den enklaste och mest lättorienterade vägen från punkt A till punkt B. Det ska vara lätt att orientera sig och att förstå vart man ska.
- Ett ankare är en destination, exempelvis en dagligvarubutik, en vårdcentral eller ett systembolag, som genererar planerade besök och stora fristående flöden. Utnyttja ankarens dragningskraft genom att placera dem så att andra verksamheter kan dra nytta av deras flöden. Att placera verksamheter i kvartershörn ger exempelvis bra exponering och god tillgänglighet.

Överblickbarhet

- Eftersträva så god överblickbarhet som möjligt. Se till att entréer, butiker och verksamheter syns på långt håll och att kontakten mellan centrumdelarna är god.
- God skyltning är tydlig och informativ och den riktar sig åt det håll varifrån betraktaren förväntas komma. All skyltning som bidrar till orienterbarhet är av godo för ett levande stadsliv.
- Minimera gränsen mellan ute och inne. Butiker och andra publika verksamheter skall vara närvarande i gaturummet genom tydliga entréer samt genom synlig och genomtänkt skyltning. Det är viktigt att planera gaturummet för uteserveringar, fruktstånd m.m. så att publik verksamhet kan flyta ut i det offentliga rummet.

Täthet, variation och skala

Platser som är trivsamma och omhändertagna vill vi vistas längre i. Miljön ska vara anpassad för människan och fotgängarnas tempo. Omsorg om detaljer, småskalighet och variationsrikedom bidrar till att sänka tempot och får människor att stanna upp. Entréer, skyltfönster, skyltar, variation i fasaduttryck och nischer där man kan stanna till är element att arbeta med för att behålla besökarens intresse för den fysiska miljön.

- Planera miljön medvetet utifrån solförhållanden och klimat.
- Grönstrukturer bör planeras medvetet. De är inte bara en trivselfaktor, utan grönstrukturer fyller även en väsentlig funktion. Grönytor får dock inte påverka överblick, flöden och orienterbarhet.
- Skapa en kontinuitet av händelser (synliga verksamheter eller annat) längs ett stråk och undvik långa avbrott. Förstärk dragningskraften genom att koncentrera och klustra handel, service, kultur och övriga offentliga verk-

samheter. Sida vid sida förstärker de varandra. Att sprida ut handeln längs en lång sträcka försvagar kraften och utarmar flödet.

- Undvik långa fasader och avstånd mellan entréer eftersom detta tenderar att skapa "döda" stråk.
- Utnyttja igenkänning eftersom detta bidrar till förståelse. Miljöer med specifik karaktär eller objekt i gaturummet (jmf svampen på Stureplan) gör att människor kan referera till platsen och att den kan fungera som orienteringspunkt.
- Underhållet av den fysiska miljön är A och O för att skapa en trivsamt miljö. En vårdad och omhändertagen miljö är en plats som de boende kan relatera till och känna stolthet för.

Identitet och delaktighet

Det är viktigt att centrumets funktion och utbud är relevant för den specifika platsen för att det ska fungera som en attraktiv social mötesplats för såväl besökare som invånare. En stark identitet bidrar till en plats som besökare och boenden kan relatera till och visa engagemang för. Därför är det viktigt att formulera en tydlig vision med konkreta mål för vad centrumet skall vara och samtidigt verka för att det ska uppnås. Närhet till de som använder centrumet är nyckeln för en framgångsrik utvecklingsprocess. Detta nås bäst genom en dialog där medborgarna kan påverka sitt centrum och dess utveckling.

- Ett centrum kan utnyttjas för att förstärka stadsdelen och binda ihop områden runt omkring. Centrumet är ofta beläget mitt emellan två områden, ibland med olika byggnadsbestånd och befolkningsstruktur. En utveckling kan innebära en förstärkning av stadsdelens identitet och fungera som en enande länk mellan olika bostadsområden.
- En tydligt definierad identitet kan attrahera besökare från andra delar av staden.
- Utveckla och planera de fysiska rummen för sociala möten genom att underlätta och upplåta plats för tillfälliga arrangemang och medborgarinitiativ.
- Alla centrum bör ha en tydlig kommunikationsplattform där medborgare kan kommunicera sina önskemål och åsikter med den som äger och driver centrumet. Bidrar till att invånarna känner sig delaktiga i den lokala utvecklingen.

Trygghet

Folkliv föder folkliv och där många människor rör sig får vi ofta trygghet på köpet. De fysiska miljöernas utformning kan bidra till att platser upplevs som trygga. Överskådlighet, välplanerad belysning och lättförståeliga miljöer bidrar till lugn och säkerhet.

- Planera för verksamheter som lever under dygnets alla timmar. Undersök möjligheten att förtäta med bostäder men värna om gatufasaden som publik miljö.
- Undvik fysiska hinder (visuella barriärer) som ger dålig överblick eftersom detta bidrar till en känsla av otrygghet.
- Välplanerad belysning, upplysta skyltfönster och öppna fasader synliggör både verksamheter och människor på kvällstid och ökar besökarens trygghetskänsla.

Mångfald i utbud, mötesplatser och sociala vistelseytor

Ett hållbart centrum skall innehålla ett brett spektrum av verksamheter, mötesplatser och sociala vistelseytor. Målet bör vara att erbjuda olika typer av sociala vistelseytor vilka främjar olika aktiviteter, inte bara konsumtion, och sinnesstämningar.

- Det är bra att samla flera caféer och restauranger i direkt anslutning till centrumets väsentliga noder och torg där olika publika strömmar möts och där man vill ha liv över dygn. Dessa verksamheter har också, till skillnad från handelslokaler, en möjlighet att ha entréer, öppenhet och framsidor åt flera håll vilket bör utnyttjas om man vill aktivera flera sidor.
- Utnyttja centrumets ankarfunktioner (livsmedelshandel, vårdcentral, gym, bibliotek mm) för att skapa och attrahera ett mer diversifierat utbud av kommersiell och offentlig service.
- Utnyttja potentialen hos "nya" verksamheter till att fylla vakanta lokaler och aktivera de offentliga miljöerna. Den allt mer omfattande e-handeln exempelvis behov av utlämningsställen vilka kan lokaliseras i vårt dagliga flöde dvs nära livsmedelsbutiker, kollektivtrafiknoder eller skolbyggnader. På samma sätt gör det växande intresset för andrahandsmarknaden och tillfälliga aktiviteter (exempelvis loppisar) att aktörer inom dessa branscher har behov av billiga och centrala lokaler/ytor nära konsumenterna. Detta är positivt för de lokala centrumen eftersom verksamheterna genererar flöden.

4.3 Centrum för flera stadsdelar

T.ex. Vällingby C, Spånga C, Fruängen C och Vårberg C

Föreslagen målbild - "Mycket för många"

En större samlingsplats med handel, kommersiell service samt grundläggande samhällsfunktioner. Tillgängligheten är hög och kopplingen till näraliggande stadsdelar stark. I dessa centrum arrangeras olika typer av evenemang i en inbjudande och omhändertagen fysisk miljö. Trygghet, grönska, tydlighet, närhet och liv över dygnets alla timmar är ledord för att skapa en mötesplats för alla. Här möts människor med olika bakgrund. Centrumet kännetecknas av social mångfald med verksamheter och aktiviteter som ger alla möjligheter att ta del av och vistas i det offentliga rummet.

Föreslagna åtgärder

För att utveckla ett levande centrum kan staden välja att fokusera på alla de indikatorer som har angetts tidigare i detta dokument. Vissa indikatorer har dock identifierats som mer viktiga än andra för respektive centrumkategori. Urvalet av vilka indikatorer som här lyfts fram har skett genom en analys av centrumets nuläge, både via en kvantitativ och kvalitativ analys (se nulägesbeskrivning). För kategorin centrum för flera stadsdelar så är detta; *rådighet, utbud, tillgänglighet, trygghet, identitet och mångfald.*



Ställ rätt krav i utvecklingsprocessen (Rådighet)

Stadens rådighet i kategorin "Stadsdelscentrum för flera stadsdelar" är ofta relativt begränsad. Centrumanläggningar i denna kategori ägs och drivs ofta av privata fastighetsbolag medan stadens påverkansmöjligheter begränsas till allmän platsmark samt omkringliggande bostadsfastigheter. Uppsidan är dock att de privata ägarna ofta besitter en professionell driftorganisation och centrumledning på plats med ett välskött och fungerande centrum som resultat.

I de fall där centrum i denna kategori ägs och drivs av stadens fastighetsbolag bör Stockholms stad, för det första, överväga att tillsätta en professionell förvaltare (asset manager) med ett tydligt innehålls- och konceptansvar. Dra lärdomar av de privata fastighetsbolagen i denna fråga.

Stadens roll och rådighet i denna centrumkategori är främst att fungera som kravställare i utvecklingsprocessen. Att bevaka värden och delar i den publika miljön som det privata inte ser intäkter i blir därför en viktig uppgift för staden eftersom det annars riskerar att falla mellan stolar. Som en central aktör och kravställare har staden möjlighet att ta ledning i utvecklingsarbetet. Detta kräver dock en tydlig och visionär övergripande målbild eftersom staden inte kommer ha rådighet på detaljnivå.

Förstärk handels- och serviceutbudet (*Utbud*)

Dessa centrum har ofta ett stort och utvecklat utbud av handel och service med god kommersiell bärkraft. Stockholms framtida utveckling ger goda förutsättningarna för fortsatta förstärkningar av handels- och serviceutbudet i denna centrumkategori. I detta avseende är dock stadens möjlighet till påverkan begränsad men initiativ från fastighetsägare bör bejakas för att stärka dessa centrumtyper och underlätta invånarnas vardagsliv.

I takt med stadens tillväxt bör möjligheter till förtätning och integrering av centrumet utredas i syfte att skapa en tätare stad och tillföra en starkare närmarknad kring denna centrumtyp. En medveten strategi bör vara att integrera och förtäta med fler bostäder i centrum för att bidra till större flöden och liv över dygn. Samtidigt är det viktigt att aktivt planera för att flöden till, från och inom centrumet kopplas till omgivande stadsstruktur då detta ger grogrund för fortsatt utveckling utåt. Om centrumet har bra tillgänglighet med kollektivtrafik kan antalet parkeringsplatser hållas nere. För att minska parkeringsytorna ytterligare kan man också överväga samnyttjande av p-plats mellan centrumfunktioner och boende samt begränsad parkeringstid.

Vid utvecklingen av centrum som tidigare haft låg täthet och begränsad funktion bör tillgänglighetsaspekter som kommersiell täthet, variation, överblickbarhet och tydlighet beaktas.

Det är viktigt att även beakta olika typer av servicefunktioner (Vårdcentral, bank, bibliotek, friskvård) då dessa ofta är destinationer, det vill säga verksamheter som människor planerat söker upp. Serviceverksamheter kan med fördel lyftas upp till plan 2 med en synlig entré/ förbutik.

Utveckla den sociala arenan (*Mötesplatser och sociala vistelsezoner*)

Sociala funktioner som mötesplatser samt plats för rekreation bör utvecklas och förstärkas för att öka centrumets attraktivitet. De långsiktiga konsumtionsförskjutningar som ägt rum har medfört att kommersiellt hållbara marknadsplatser idag har både ett omfattande detaljhandelsutbud men också ett växande utbud av mötesplatser (restaurang, café mm) och rekreationsfunktioner (bio, lekland, bibliotek osv). Det staden i detta avseende bör fokusera på är rekreationsfunktion, dvs att

utveckla den sociala arenan och förstärka/integrera utefunktioner (grönytor, parklek, idrott, kultur) i centrum, eller tillfälliga verksamheter, dvs aktivera det offentliga rummet genom att underlätta för tillfälliga evenemang (medborgardrivna evenemang, loppmarknader, utegympa, torghandel, pop-ups etc) i centrumen. Dessa annonserar sällan sin verksamhet varför det kan underlätta med en specifik utsedd plats för just dessa ändamål. Det är även viktigt att planera och möjliggöra för goda förutsättningar avseende kvällsekonomi och tryggt aktivt liv även på kvällar.

Stärk orienterbarheten inom centrumen (*Tillgänglighet, orienterbarhet och flöden*)

Tillgängligheten till centrum i denna kategori är i regel god. Tillgängligheten inom centrum omfattar både fysiska egenskaper och visuella intryck. Genom att forma det offentliga rummet på ett sätt som underlättar orientering och framkomlighet skapas gynnsamma förutsättningar för människor att ta sig till och röra sig inom centrumet. Att placera ankarverksamheter på strategiska platser (förslagsvis i centrumstråkens ändpunkter) och att samla (klustra) relaterade verksamheter inom ett begränsat område är starka verktyg för att stärka orienterbarhet och skapa naturliga flöden på/till de platser som önskas. Offentliga verksamheter och andra destinationsverksamheter kan med fördel placeras så att de inte tar gatuplanslokaler i anspråk för att därigenom frigöra utrymme för kommersiella verksamheter och service.

För att ett centrum skall kännas tydligt och informativt krävs en lättförståelig miljö med en överblickbarhet i stadsrummen. God skyltning om vad besökaren finner på platsen och var det är beläget är viktigt för att skapa ett tydligt centrum. Att placera verksamheter i kvartershörn ger en bra exponering och god tillgänglighet. Uppglasade bottenvåningar synliggör både verksamheter och människor. Se till att butiker och verksamheter syns på långt håll och att kontakten mellan centrumdelarna är god. Undvik visuella och fysiska barriärer vid planering av den fysiska utemiljön och grönstrukturer.

Öka tryggheten i centrumen (*Trygghet*)

I denna centrumkategori är den upplevda tryggheten begränsad. För att öka attraktiviteten bör förutsättningarna för ökad trygghet förstärkas. Detta kan göras genom aktiva trygghetsfrämjande åtgärder. Andra åtgärder kan vara att bygga bort otrygga inslag i den fysiska miljön, att skapa en funktionell och välplanerad belysning och att öka den sociala närvaron, det vill säga folkliv och flöden, i centrummiljön under stora delar av dygnet.

Arbeta med att skapa aktiviteter och föränderlighet (*Identitet och delaktighet*)

Centrum i denna kategori upplevs ofta ha en opersonlig atmosfär (mainstream). För att stärka deras identitet är det viktigt att dels identifiera och utveckla de unika kvaliteter och karaktärer som olika fysiska rum inom centrumet erbjuder dels att möjliggöra aktivering av det offentliga rummet genom exempelvis tillfälliga arrangemang. Det skall vara lätt att inta, prägla och påverka utveckling av sitt lokala centrum.

I dagens informationssamhälle är synlighet viktigt. En tydlig plattform för spridning av information, exempelvis genom hemsida, sociala forum på internet samt en lokal närvaro är A och O.

Utnyttja den socioekonomiska mångfalden

Socioekonomisk mångfald är viktig för att skapa en mångfacetterad och varierad efterfrågan på varor och tjänster. För att skapa förutsättningar för ett välfungerande centrum med ett brett utbud som lever över hela dygnet bör därför planering av framtida bostadsbebyggelse fokusera på ett varierat bostadsbyggande varigenom möjligheterna till möten mellan människor med olika socioekonomiska förutsättningar blandas.

4.4 Lokala stadsdelscentrum

T.ex. Bredäng C, Björkhagen C, Hökarängen och Skarpnäck

Föreslagen målbild - "Vår lokala stadskärna"

En samlingsplats som levandegör hela stadsdelen genom att skapa förutsättningar för sociala möten. Centrumet är fysiskt kopplat till omgivande stadsstruktur så att boende och besökare naturligt leds till och från centrum. Det kommersiella utbudet har liksom serviceutbudet fokus på att tillfredsställa det vardagliga behovet, både inom dagligvaror och sällanköp. Den offentliga miljön präglas av närhet, trygghet, lokal prägel, identitet och samarbeten. Genom att skapa ett centrum med ett stort utbud ges nya möjligheter till en social mångfald på platsen som tidigare inte varit möjlig.

Föreslagna åtgärder

För att utveckla ett levande centrum kan staden välja att fokusera på alla de indikatorer som har angetts tidigare i detta dokument. Vissa indikatorer har dock identifierats som mer viktiga än andra för respektive centrumkategori. Urvalet av vilka indikatorer som här lyfts fram har skett genom en analys av centrumets nuläge, både via en kvantitativ och kvalitativ analys (se nulägesbeskrivning). För kategorin lokala stadsdelscentrum så är detta; *Orienterbarhet och flöden, mötesplatser och sociala vistelseställen, täthet och skala, identitet, delaktighet och socioekonomisk mångfald.*



Förtäta i och kring centrum och optimera verksamheters lokalisering (Rådighet)

De lokala stadsdelscentrumen tjänar ofta flera bostadsområden i samma stadsdel och är viktiga som en samlande länk och mötesplats. Flera centrum i denna kategori har även, i de fall de är bra utvecklade, möjlighet att växa och bli framtida centrum för flera stadsdelar. Ett illa fungerande centrum kan dock segregera och bidra till att avstånden mellan människor i stadsdelen ökar. Stockholm stads rådighet i dessa centrum består i att stadens fastighetsbolag ofta äger hela eller delar av fastighetsbeståndet i dem, att centrumen ofta har ett funktionellt utbud av offentlig service och att det finns förtätningspotential i och kring dem.

Stockholms stads rådighet över det offentliga serviceutbudet (vårdcentral, bibliotek, friskvård, mödravård etc) kan och bör användas för att medvetet stärka flöden och aktivera platser. Genom att planera bostadsbyggande till offentligt ägd mark ges utrymme för förtätning vilket kan öka befolkningsunderlag och mångfalden kring ett centrum. Förtätning kan också medföra att kopplingen till omkringliggande stadsstrukturer stärks.

Utveckla och förstärk den sociala arenan (*Mötesplatser och sociala vistelseytor*)

Den sociala arenan är i denna centrumkategori en nyckelfunktion som behöver utvecklas. Både de kommersiella (restauranger, caféer etc) och sociala mötesplatserna bör bli fler och mer attraktiva.

Förtäta och samla den offentliga servicen och utnyttja verksamheternas funktioner som destinationer. Genom att många offentliga service funktioner har förmåga att generera egna flöden kan de med fördel förläggas till mindre attraktiva lägen. Upplåt gatuplanet till mer utåtriktade mötesplatser såsom caféer och restauranger.

Låt verksamheter ha möjlighet att rinna ut i den offentliga utemiljön och eftersträva att i allt högre grad integrera utefunktioner i centrummiljön (grönytor, parklek, idrott, kultur, medborgardrivna evenemang, loppis, utegympa, torghandel, pop-ups).

Tillfredsställ de boendes behov av daglig basservice (*Utbud*)

Utbudet i denna centrumkategori bör tillfredsställa de boendes och arbetandes behov av daglig basservice. Av denna anledning bör dagligvaruhandel och offentlig service utgöra tydliga ankarfunktioner i dessa centrum. Större kommersiella verksamheter och offentlig service bör placeras strategiskt i syfte att förstärka flöden inom centrumet eftersom detta kan ge näring åt mindre (lokala/fristående) verksamheter.

Det krävs ett helhetstänkande kring stadsdelscentrumet där vakanta lokaler fylls med relevant innehåll som speglar det specifika centrumets identitet och målbild. Det är viktigt att kraftsamla i direkt anslutning till det lokala centrumet och inte låta handel och serviceutbud spridas till näraliggande fastigheter utanför det egentliga centrumet. Geografisk koncentration snarare än utglesning av verksamhetsutbud är den mest fruktbara strategin i dessa centrum. Utbudet av mötesplatser, såsom restaurang/café, publika verksamheter för ungdomar osv, kan även förstärkas så att de kompletterar det befintliga utbudet och gör centrumet mer levande. Beredskap att underlätta för etablering av lokala aktörer med lägre hyresbetalningsförmåga och skapande av temporära kontrakt bör finnas.

Utnyttja stadskvaliteter för att stärka orienterbarheten (*Tillgänglighet, orienterbarhet och flöden*)

Denna centrumkategori har ofta goda förutsättningar för stadsliv och besitter flera stadskvaliteter som kan förstärkas. Den fysiska strukturen kan ofta förstärkas genom exempelvis förtätning. För att påverka flödena till och från centrumet kan tydligare huvudstråk samt anslutning till kollektivtrafik (hållplatslägen och turtäthet), cykelbanor och gångstråk utvecklas och integreras. Detta skapar även en god fysisk struktur där olika centrumkategorier och områden kopplas samman.

Förtätning skall förenas med tydlighet i flöden och överblickbarhet. Undvik i mesta möjliga mån nivåskillnader (in i verksamhetslokaler, från kollektivtrafiklägen och/eller parkering till centrum), fysiska hinder (trappor, kantsten) och visuella hinder i det publika rummet. Att skapa lättförståeliga och orienterbara miljöer påverkar känslan av trygghet. Det senare kan bland annat skapas genom att visuellt tillgängliga bottenvåningarna. Därigenom annonseras verksamheterna samtidigt som folkliv visas både invändigt och utvändigt vilket skapar en känsla av liv, rörelse och aktivitet.

Planera utifrån en mänsklig skala (*Täthet och skala*)

Inom centrum är den fysiska strukturen viktig. Planera utifrån centrumets mittpunkt och koncentrera verksamheterna. Det samlar och förstärker dragningskraften. Många centrum i denna kategori planerades ursprungligen för en annan funktion än vad de har idag vilket påverkar de fysiska förutsättningarna för utveckling. Stora butikslokaler och långa, ofta outnyttjade, fasader skapar outnyttjade ytor vilket är ett problem för många centrum i denna kategori.

Planering utifrån den mänskliga skalan och fotgängarnas hastighet är betydelsefullt för ökad densitet. Ökad småskalighet och större variation är bra verktyg för skapa högre täthet. Vår hjärna vill regelbundet ha något nytt att titta på. Därför gäller det att skapa en detaljrik miljö, utan avbrott, längs ett stråk.

Driv utvecklingsprocessen tillsammans med lokala aktörer och medborgare (*Identitet och delaktighet*)

Det lokala stadsdelscentrumets identitet bör förstärkas genom att fokusera på dess platspecifika egenskaper och de lokala behoven. Detta genom en tydligt formulerad målbild för utveckling samt en organisation och process som involverar det lokala, både brukare och aktörer. Företagarna och brukarna måste känna en närvaro från stadsdelsnämnd/fastighetsägare. Vem driver och vårdar centrumet och vem kontaktar man?

För att ta till vara och utveckla den lokala särarten och identiteten bör lokalsamhället, både användare och aktörer, involveras tidigt i utvecklingsprojekt av denna

centrumkategori. Anledningen till detta är att staden har större möjlighet att påverka utvecklingen varför kunskap om vad lokalsamhället efterfrågar blir viktigare än i de större centrumen.

Förstärk extern kommunikation och bjud in till dialog (*Identitet och delaktighet*)

Centrumets gemensamma informationsflöde och kommunikationsplattform bör stärkas för att på ett bättre sätt kommunicera en enhetlig bild av centrumet och dess aktörer. Detta gör att staden tillsammans med andra intressenter blir synligare och att kontakten med både medborgare, företagare och fastighetsägare förbättras.

Ta tillvara på kraften i lokalsamhället (*Mångfald*)

De lokala stadsdelscentrumen är viktiga ur ett socialt hållbarhetsperspektiv. De tjänar ofta flera bostadsområden i samma stadsdel och de är viktiga som samlande länk och mötesplats. För att centrumet skall attrahera alla i stadsdelen krävs en bredd av aktiviteter och miljöer. Detta kan göras genom att planera och verka för olika upplåtelseformer och boendestorlekar vid potentiella förtätningsprojekt. Staden kan arbeta med att integrera offentliga servicefunktioner och rekreationsytor (parklekar, idrottsplatser, föreningslokaler mm) i centrummiljöerna, engagera lokalsamhället vid utvecklingsprojekt och/eller förstärka den fysiska kopplingen mellan bostadsområden och lokalt stadsdelscentra i syfte att tydliggöra det senares funktion som nav i lokalsamhället.

4.5 Litet lokalt centrum

T.ex. Bandhagen C, Kristalltorget, Ängby torg och Östberga C

Föreslagen målbild - "De boendes vardagsrum"

Är en välgestaltad och naturlig mötesplats där det sociala mötet i bostadsområdet är överordnat platsens kommersiella funktion. Det finns en tydlig koppling till större centrum där ett kompletterande utbud återfinns. Det lilla lokala centrumet har en tydlig identitet, gör social nytta och används varje dag av de boende i det absoluta närområdet.

Föreslagna åtgärder

För att utveckla ett levande centrum kan staden välja att fokusera på alla de indikatorer som har angetts tidigare i detta dokument. Vissa indikatorer har dock identifierats som mer viktiga än andra för respektive centrumkategori. Urvalet av vilka indikatorer som här lyfts fram har skett genom en analys av centrumets nuläge, både via en kvantitativ och kvalitativ analys (se nulägesbeskrivning). För kategorin litet lokalt centrum är detta; *Rådighet, fysisk utformning och miljö, mötesplatser och sociala vistelsezoner, delaktighet och identitet.*



Ta tåten i utvecklingsprocessen (Rådighet)

Centrum i denna kategori speglar det lokala bostadsområdets sammansättning. Detta är en förutsättning som centrumet är beroende av och en tillgång som utvecklingsprocessen bör lyfta fram. I kategorin "Litet lokalt centrum" är investerings- och utvecklingsviljan från privata aktörer begränsad varför staden och stadens fastighetsbolag har stor rådighet över processen. Staden kan tillsammans med det lokala närsamhället därför initiera och driva utvecklingen i en relevant riktning. Ett inkluderande förhållningssätt i utvecklingen kan bidra till att invånarna känner stolthet, tillhörighet och ett ökat ansvarstagande för centrumet.

För att samverkan ska fungera effektivt krävs ett tydligt och kompetent ledarskap som driver projektet framåt. I dessa projekt är det extra viktigt med en tydlig och konkret målbild för att behålla helhetsvisionen. Detta kan ske genom en styrgrupp

bestående av representanter från Stockholms stad, aktörerna och medborgarna alternativt genom en dedikerad offentlig projektutvecklingskompetens med kompetens och mandat att driva processen.

Fokusera och förstärka möjligheterna till sociala möten (*Mötesplatser och sociala vistelseytor*)

För att stärka centrumets funktion som mötesplats är det viktigt med verksamheter som bidrar till ökad kontakt och möten mellan de boende i närområdet. Tillfälliga verksamheter (loppis), tjänster inom delningsekonomi (toolpools, uthyrning av cykel eller tillfällig kontorsplats) eller utlämningsställen för e-handelsvaror kan bidra till att ge de mindre lokala centrumen ett mer mångfacetterat utbud och attrahera besökare från närområdet och mer avlägsna delar av staden.

I många fall är drivkraften att utveckla den sociala arenan starkare än att utveckla det kommersiella utbudet. Alla verksamheter som genererar flöden och aktivitet bör förläggas i direkt anslutning till eller i de lokala centrumen. Här kan en väl utformad lekplats, temalekpark, "fickpark", plats för ungdomsaktivitet, cykelverkstad, skrädderi, snickeri eller ett galleri vara motorn som driver besökare till den lokala mötesplatsen.

Tillgodose de boendes behov av vardagstjänster (*Utbud*)

Här skall de dagliga behoven i huvudsak tillgodoses. Utbudet bör därför präglas av daglig service såsom dagligvaror, blomsterhandel, café och restaurang. Dessa bidrar till ett jämnt flöde av besökare under stora delar av veckan vilket påverkar förutsättningarna för mindre (lokala) aktörer positivt. I dessa centrum är det extra viktigt med ett bejakande synsätt på etablering av lokala aktörer eftersom detta stärker vitaliteten och kan bidra till nyföretagande och sysselsättning i närområdet.

Man kan ge utvecklingen en liten knuff åt önskat håll genom att "injicera" ett område med initiala tillfälliga verksamheter. Vakanta lokaler bör upplåtas till lämpliga verksamheter. Staden kan överväga kortare eller tidsbestämda kontraktstider för att i högre grad kunna påverka utbudet över tid och uppmuntra lokala initiativ.

Förstärk den offentliga miljön och skapa plats för möten (*Fysisk utformning och miljö*)

Fokus i den fysiska gestaltningen bör ligga på att utveckla den publika utemiljön samt skapa en plats som det finns anledning att uppehålla sig på. Den visuella kontakten och överblicken, som för det mesta är tillfredställande i små centrum, bör bevaras även om verksamheter förläggs centralt i centrumet. Här finns även anledning att se över lokalanvändning och placering för att möjliggöra optimal lokalisering samt ökad variation, d.v.s. skapande av mindre lokaler, i syfte att öka attraktiviteten.

Gestaltningen av miljön skall vara trivsamt och bjuda in. Man ska känna att platsen är omhändertagen. En klätterställning för parkleken, en plats för odling eller en fickpark kan exempelvis inte bara bjuda in till aktivitet utan även vara karaktärskapande för platsen. Befintliga grönstrukturer är kvaliteter vars potential bör utnyttjas, aktiveras och förstärkas för att skapa möten och publikt liv.

Arbeta med att skapa identitet, lokal prägel och delaktighet (*Identitet och delaktighet*)

Centrumen har med sin lokala prägel inte samma krav på sig att passa alla. Dessa bör istället utformas utifrån sin specifika lokala identitet för att bidra till mångfald i staden. Den lokala identiteten bör utnyttjas för att stärka konkurrenskraften och nischa centrumet gentemot andra näraliggande centrum.

Dessa platser viktiga för ett områdes självbild, det skall vara en miljö som invånarna trivs i och kan känna stolthet för. Därför är identitetsbyggandet i dessa centrum en viktig parameter för att skapa en välgestaltad miljö som de boende både lockas till och kan vårda över tid.

5 Bilaga 1 – Underlag till nulägesanalys

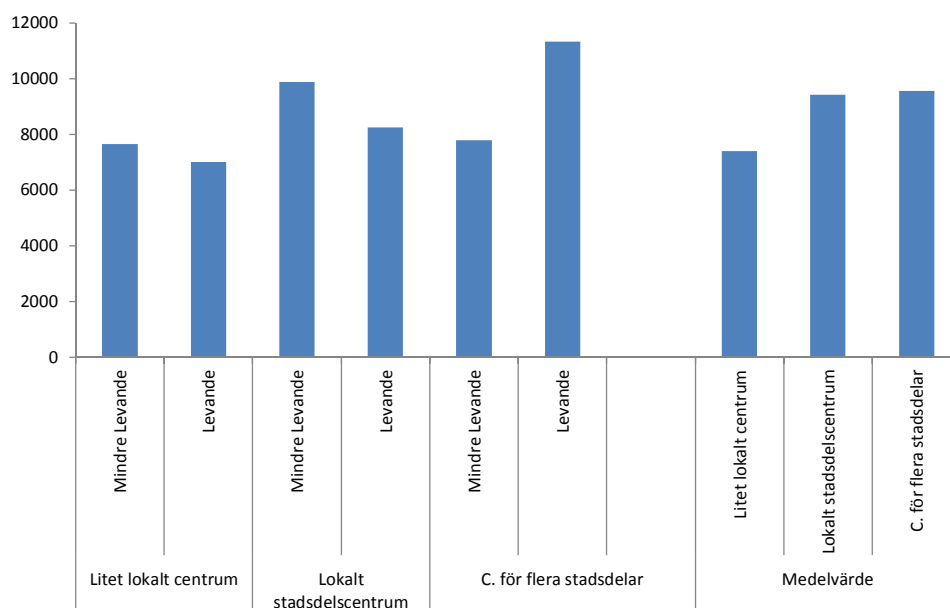


Diagram 1: Antal boende inom gångavstånd (700 meter) från lokalt centrum.

Källa: Statistisk årsbok för Stockholms stad

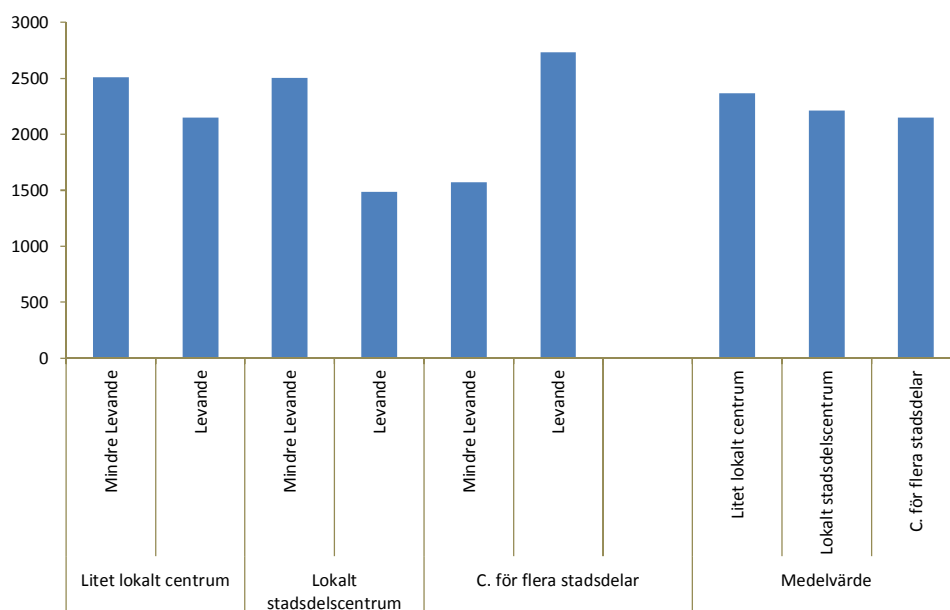


Diagram 2: Antal arbetande inom gångavstånd (700 meter) från centrum.

Källa: Statistisk årsbok för Stockholms stad

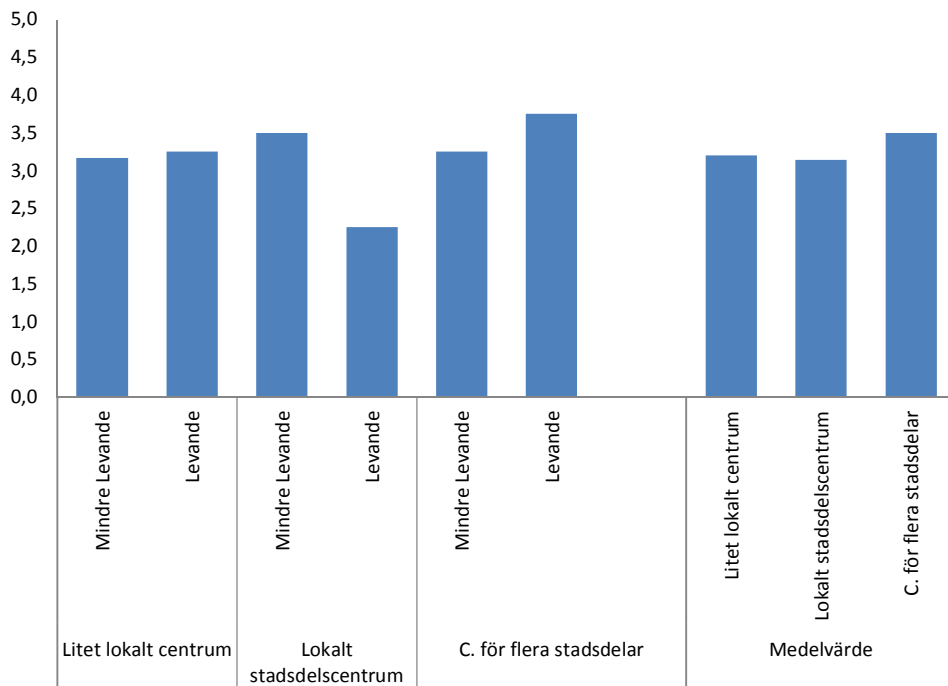


Diagram 3: Sammanvägd bedömning av avstånd till centrum samt turtäthet med spårbunden kollektivtrafik.

Källa: SL samt WSP.

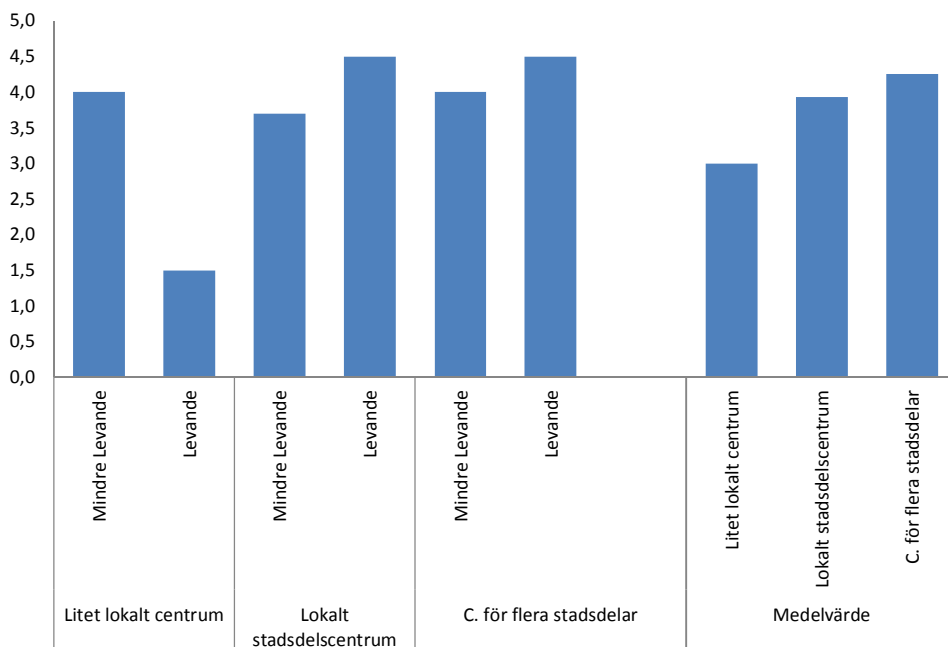


Diagram 4: Sammanvägd bedömning av avstånd till lokalt centrum samt turtäthet med buss.

Källa: SL samt WSP.

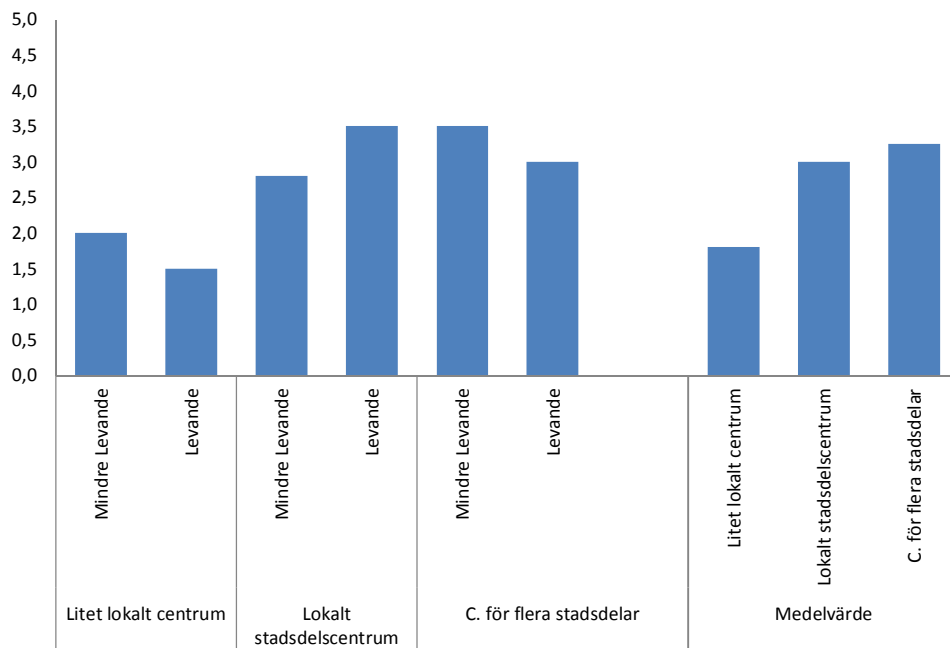


Diagram 5: Sammanvägd bedömning av avstånd mellan cykelbana och lokalt centrum.

Källa: Eniro samt WSP.

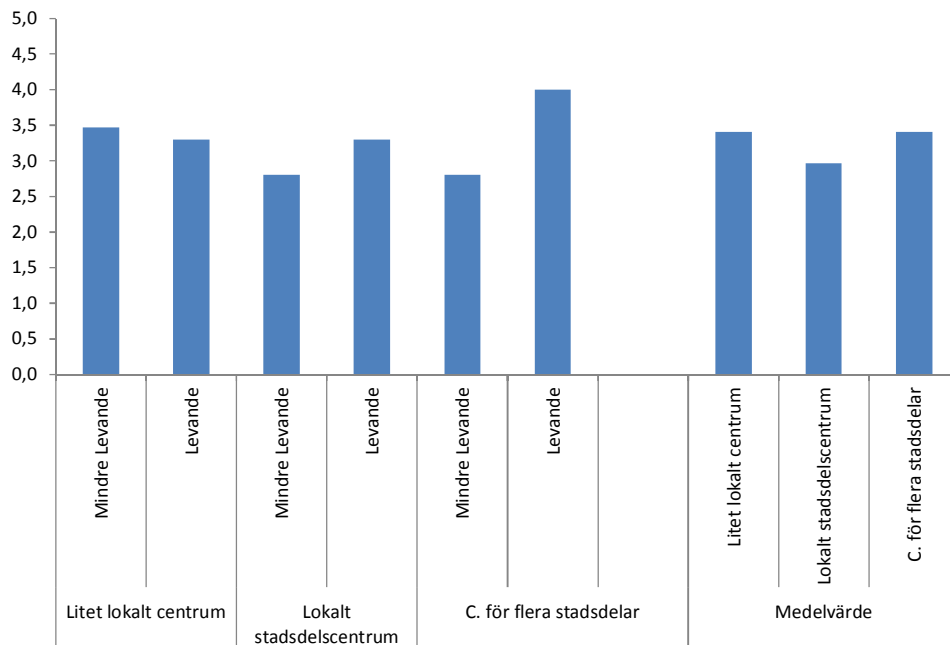


Diagram 6: Sammanvägd bedömning av orienterbarhet, markbeläggning och nivåskillnader i lokala centrum.

Källa: WSP och Wester+Elsner.

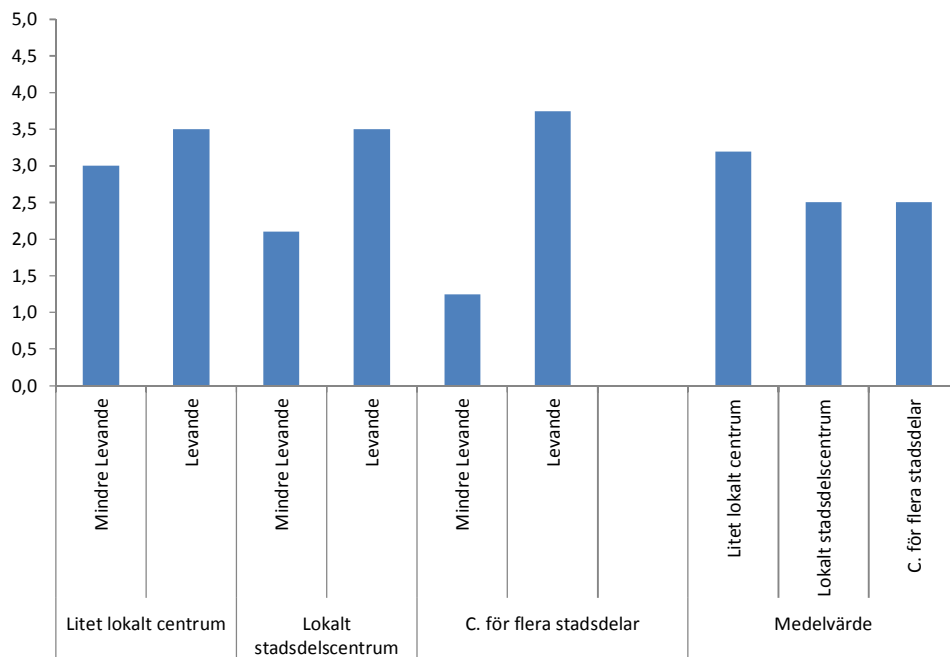


Diagram 7: Sammanvägd bedömning av fysiskt underhåll i lokala centrum samt centrumets övergripande planering.

Källa: WSP och Wester+Elsner.

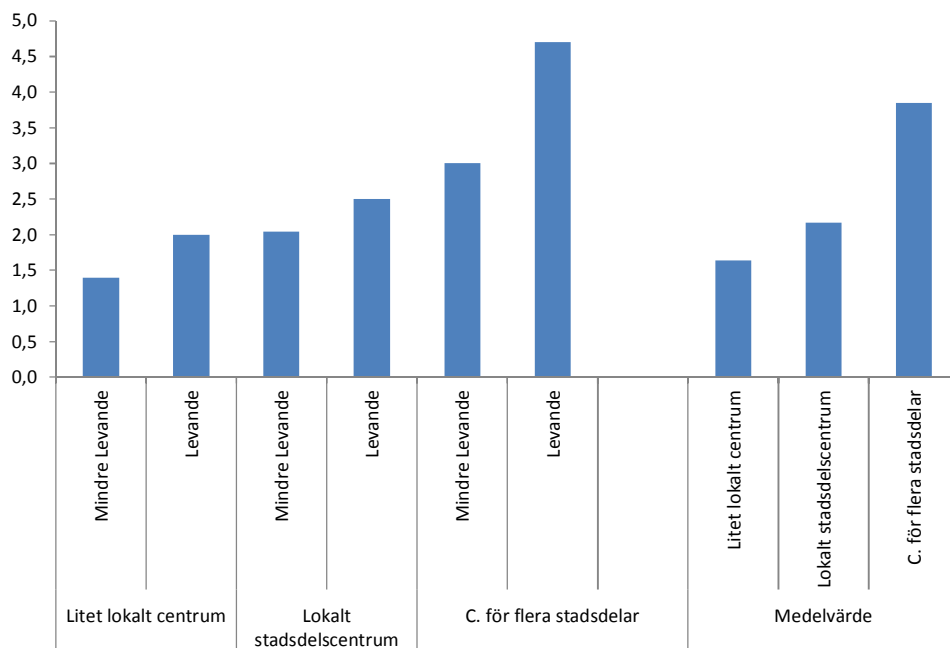


Diagram 8: Inventering och bedömning av storlek på verksamhetsutbud i lokala centrum.

Källa: WSP och Wester+Elsner.

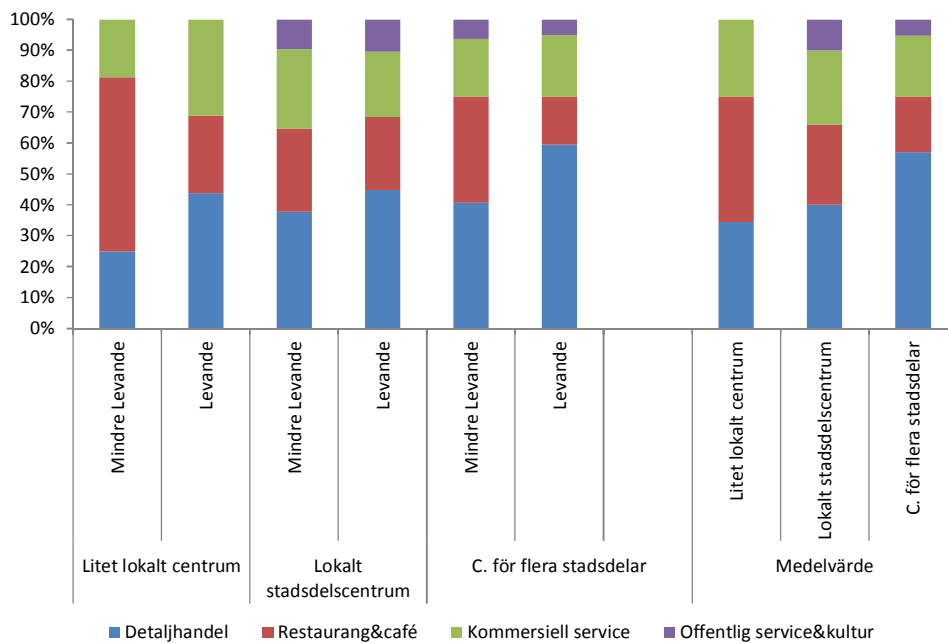


Diagram 9: Branschstruktur (antal verksamheter) i lokala centrum.

Källa: WSP och Wester+Elsner.

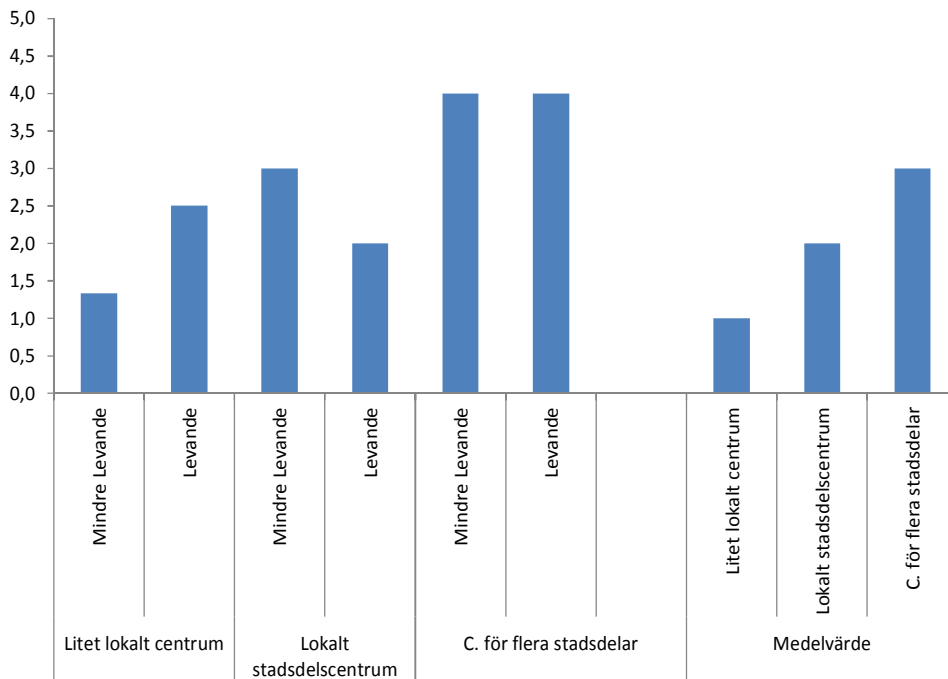


Diagram 10: Inventering och bedömning av kvalitet på kvällsöppna verksamheter i lokala centrum.

Källa: WSP och Wester+Elsner.

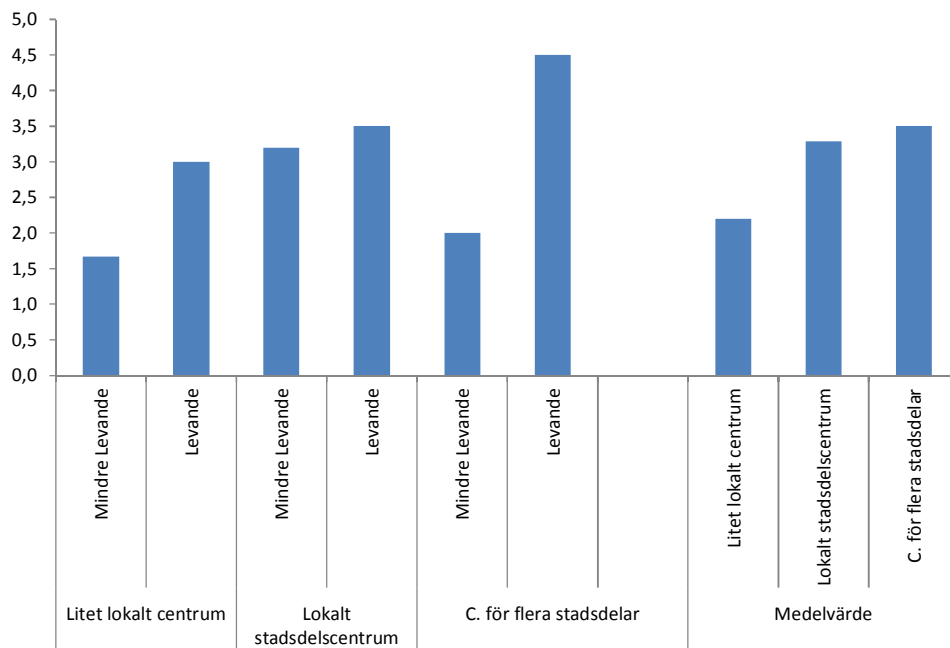


Diagram 11: Inventering och bedömning av offentliga mötesplatsers kvalitet i lokala centrum.

Källa: WSP och Wester+Elsner.

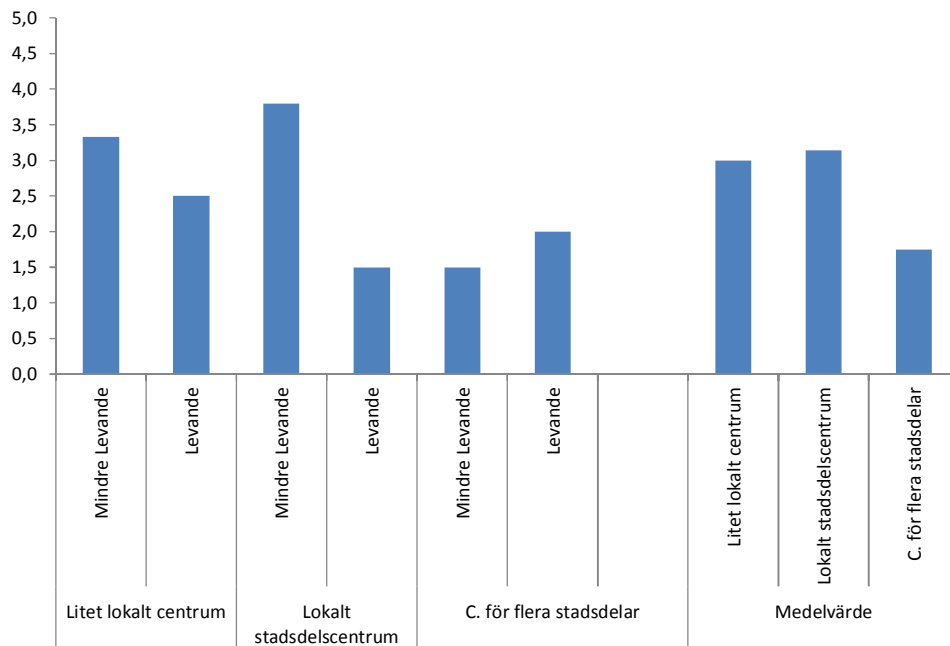


Diagram 12: Inventering och bedömning av kvalitet på sociala vistelseytors (grönytor) kvalitet i lokala centrum.

Källa: WSP och Wester+Elsner.

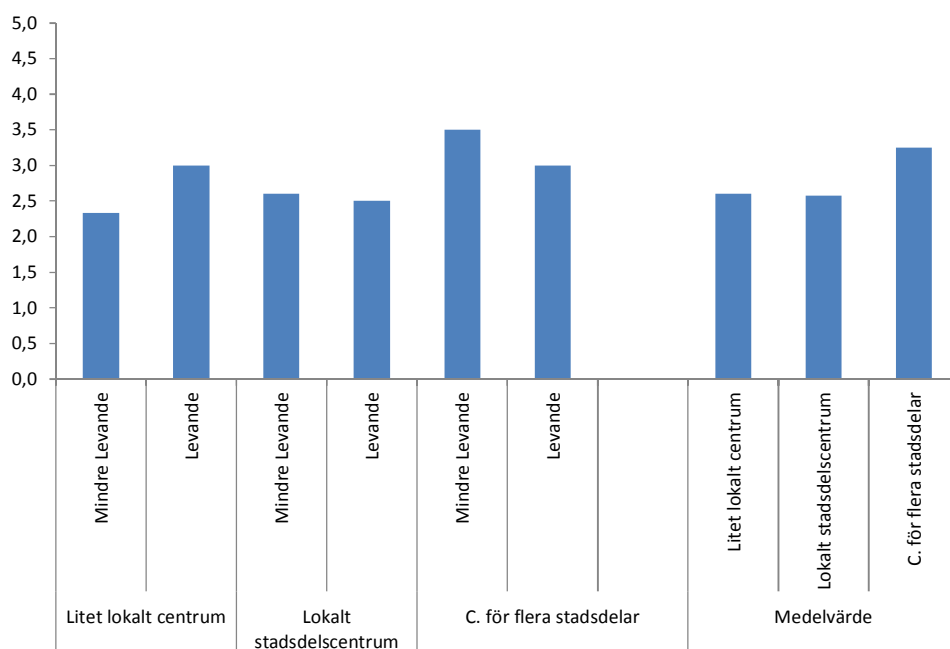


Diagram 13: Inventering och bedömning av antal ideella föreningar och idrottsföreningar inom 700 meter från lokala centrum.

Källa: WSP och Wester+Elsner.

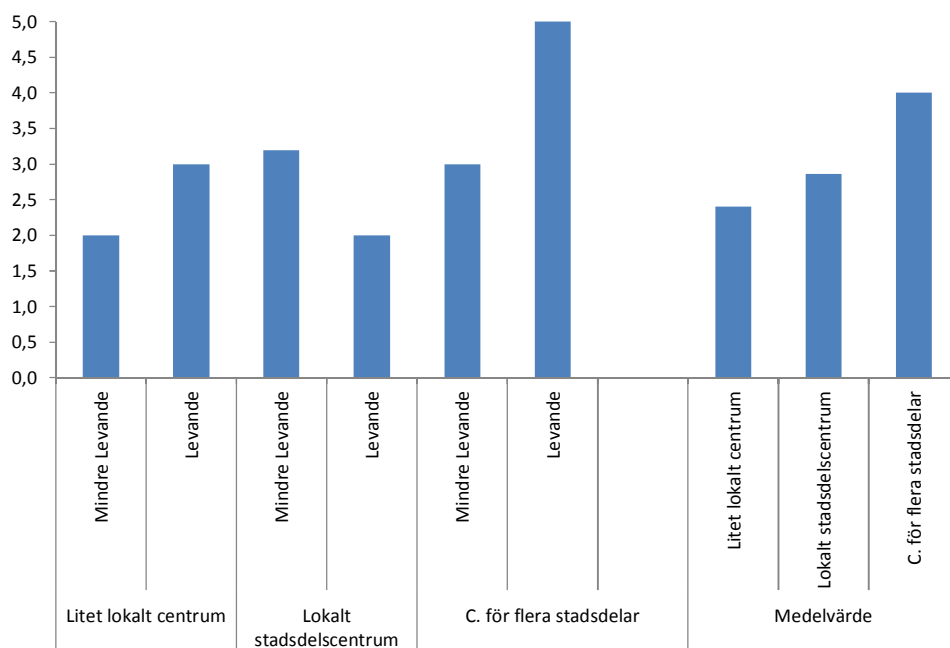


Diagram 14: Inventering och bedömning av ungdomsaktiviteter inom 700 meter från lokala centrum.

Källa: WSP och Wester+Elsner.

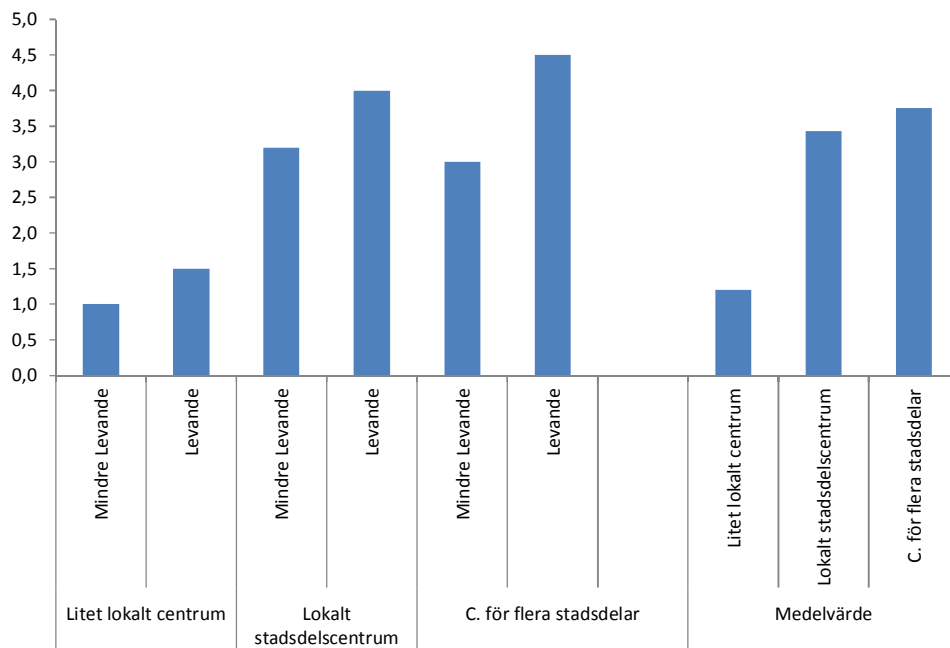


Diagram 15: Bedömning av dagligvaruhandelns marknadsposition i lokala centrum.

Källa: WSP och Wester+Elsner.

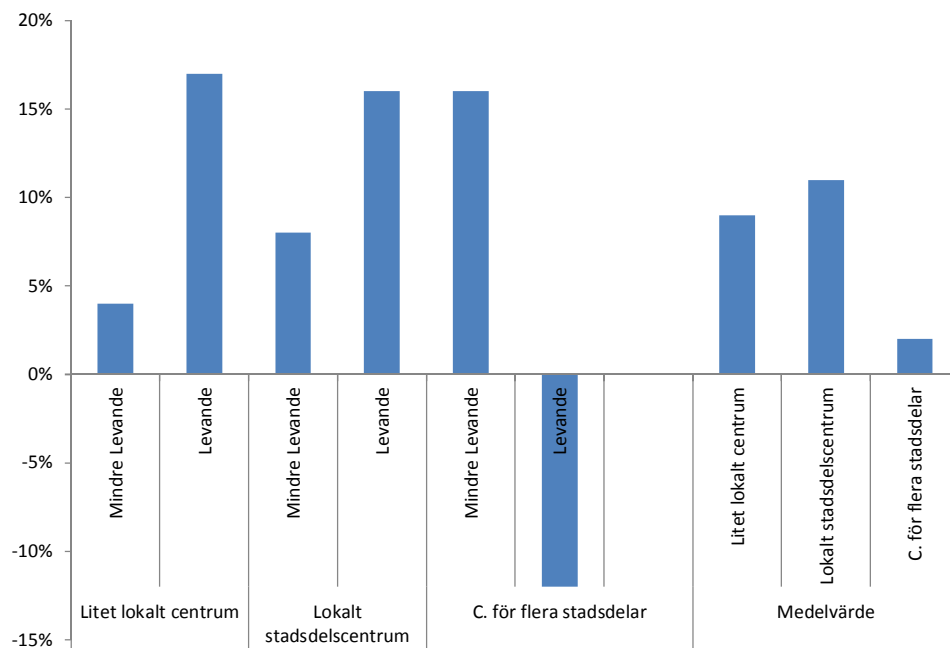


Diagram 16: Procentuell utveckling av antalet anställda 2008-2013 i lokala centrum.

Källa: SCB och WSP.

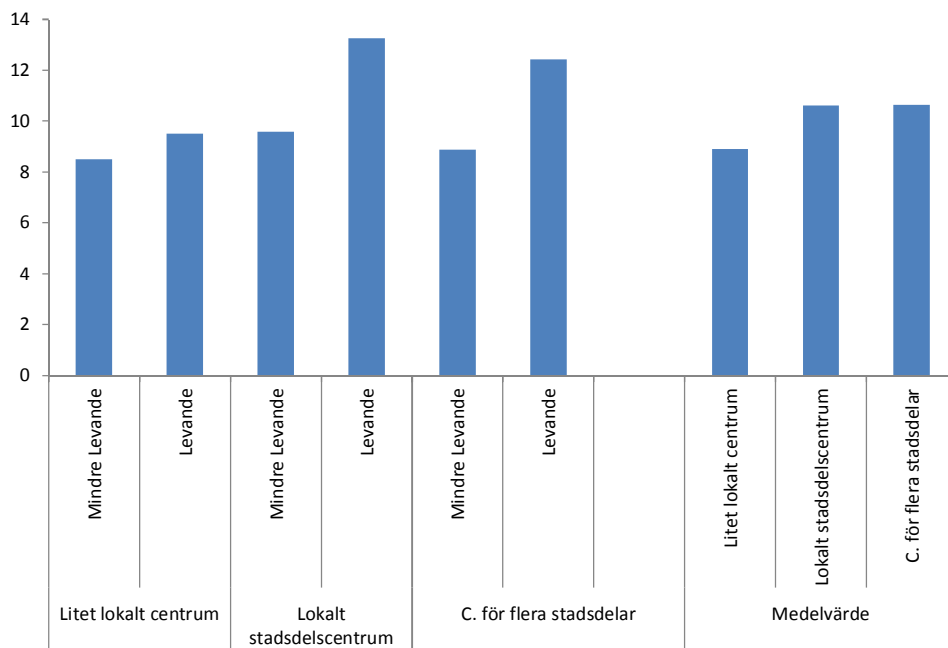


Diagram 17: Genomsnittligt tidsavstånd (minuter) till näraliggande marknadsplatser

Källa: WSP och Wester+Elsner.

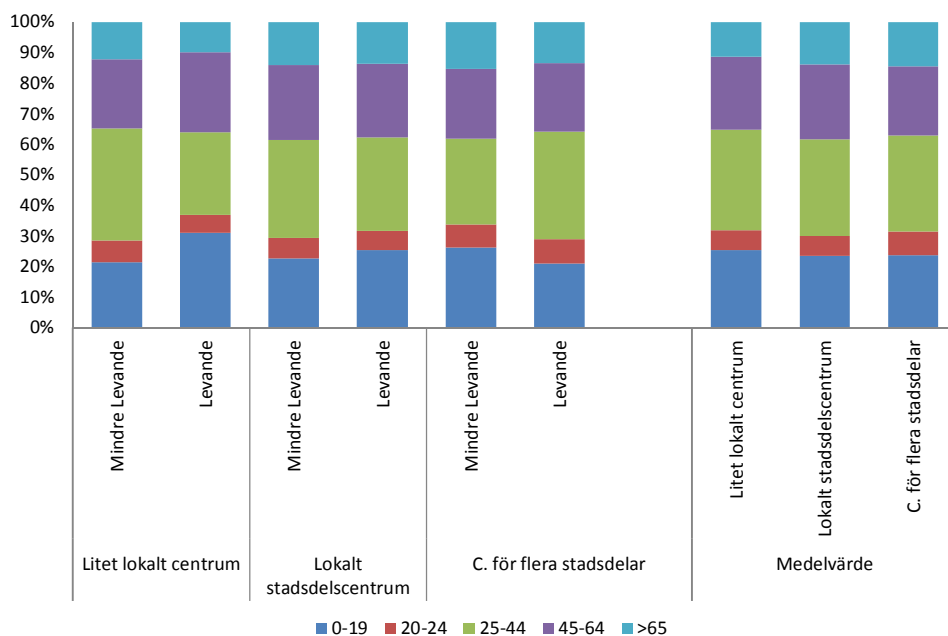


Diagram 18: Åldersstruktur bland befolkningen inom gångavstånd från lokala centrum.

Källa: Statistisk årsbok för Stockholms stad

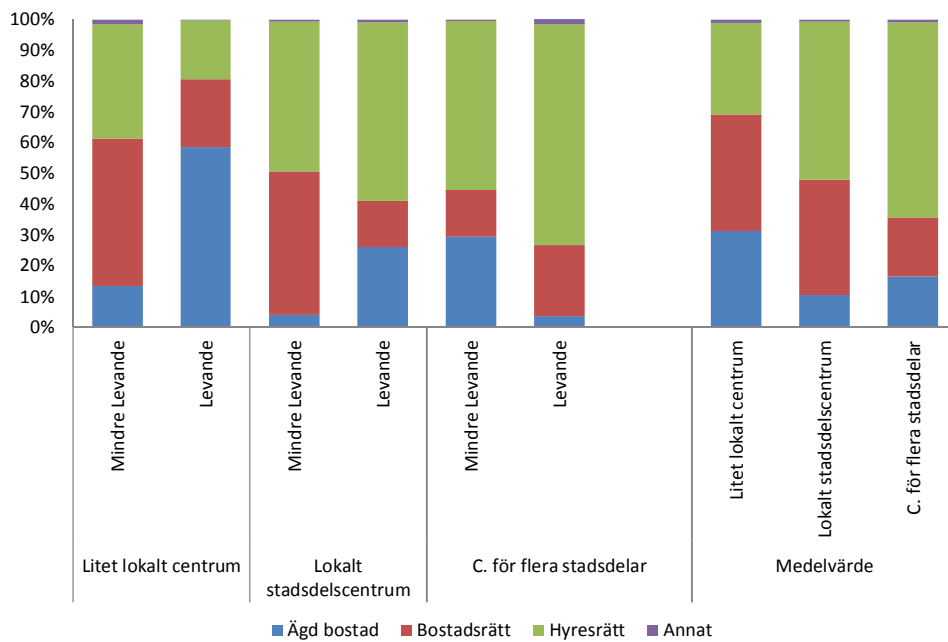


Diagram 20: Boendefördelning efter upplåtelseform.

Källa: Statistisk årsbok för Stockholms stad

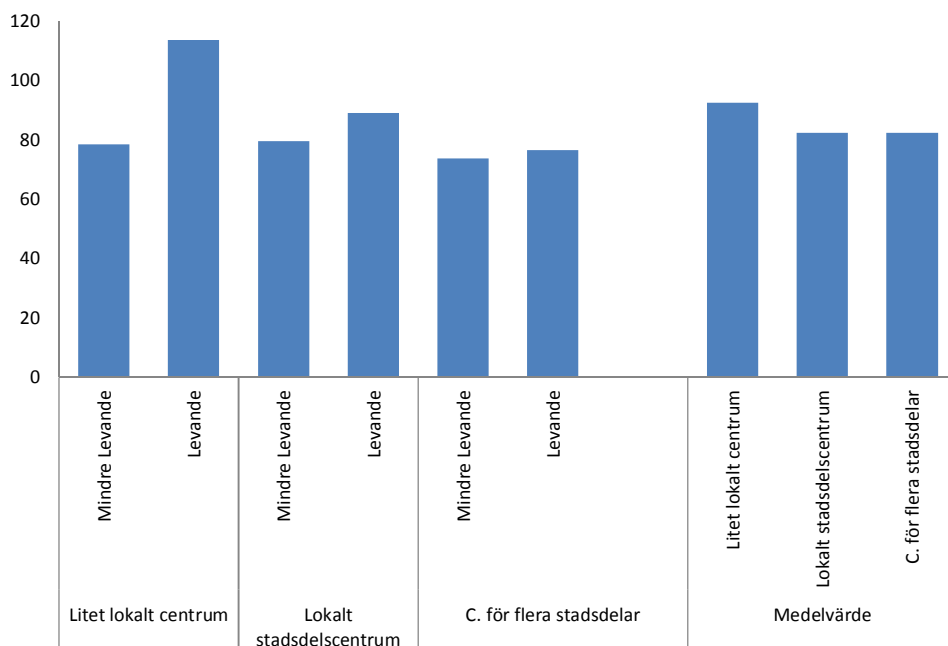


Diagram 21: Befolkningens inkomstindex (Stockholms stad =100) kring lokala torg.

Källa: Statistisk årsbok för Stockholms stad

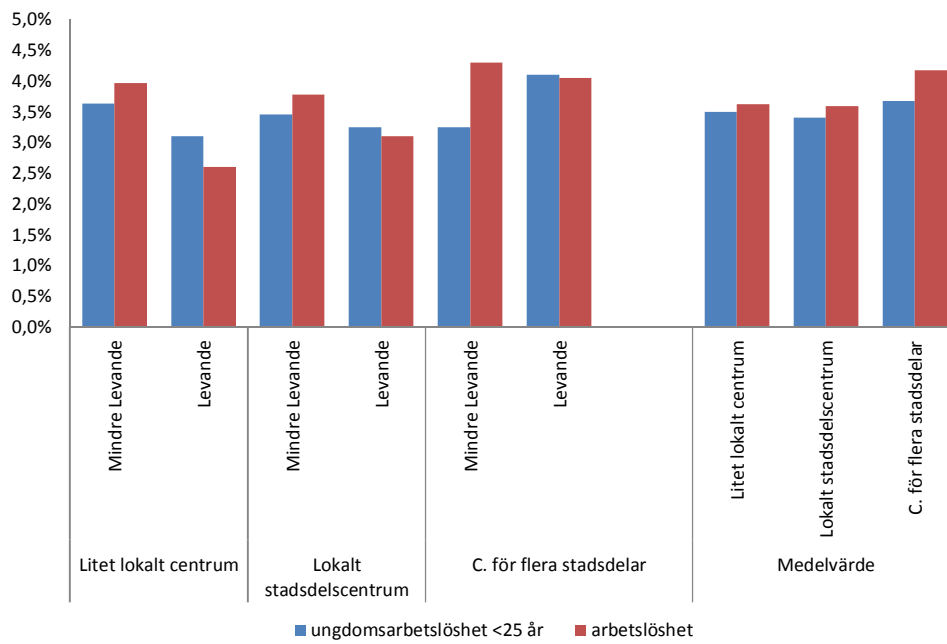


Diagram 22: Öppen arbetslöshet och ungdomsarbetslöshet (%) kring lokala torg.

Källa: Statistisk årsbok för Stockholms stad

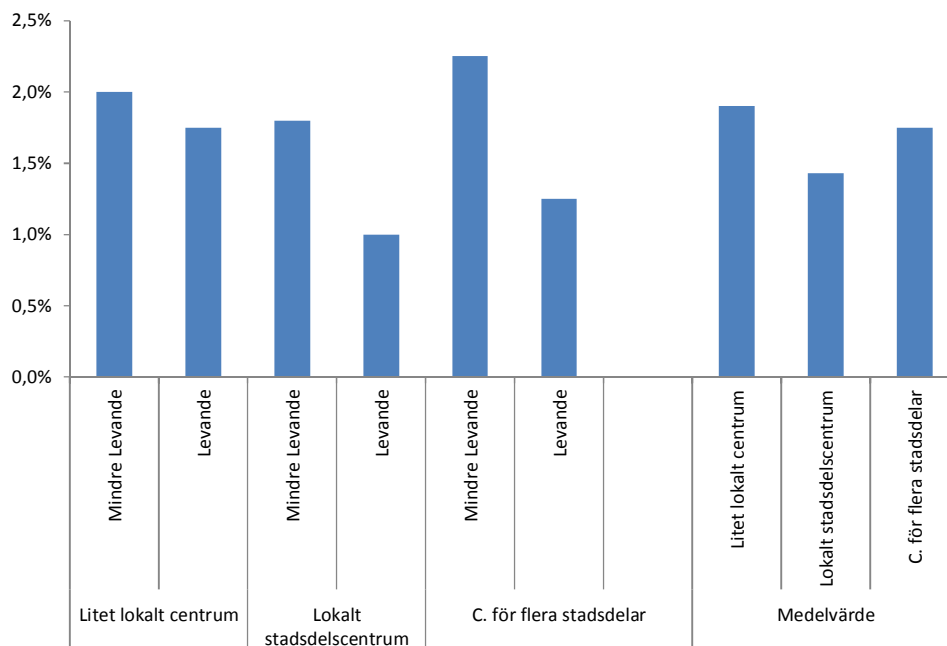


Diagram 23: Utsatthet för våldsbrott och rån kring lokala torg.

Källa: Stockholms stad, Trygghetsmätning 2014.

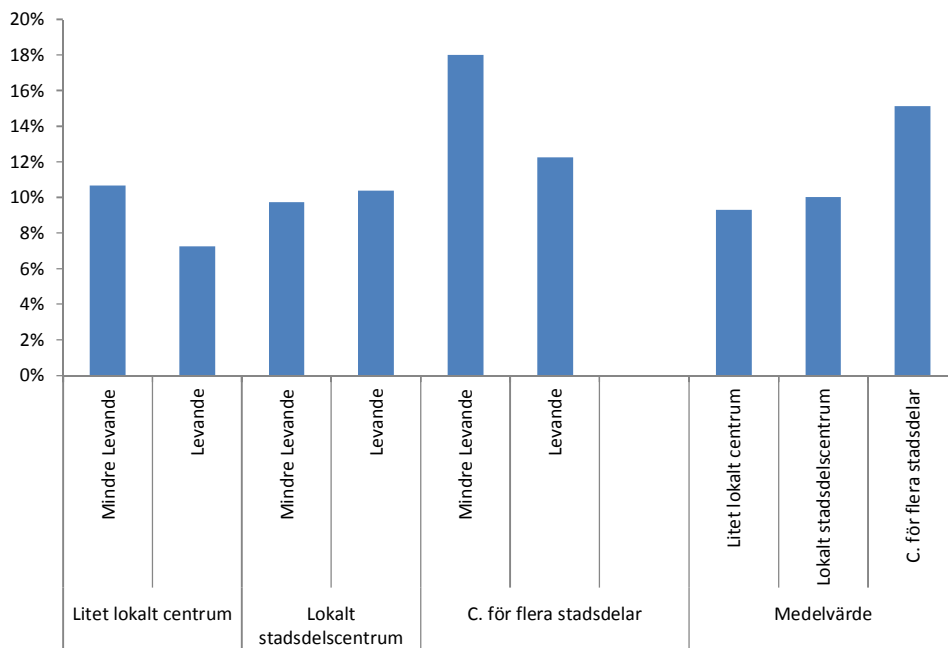


Diagram 24: Upplevd otrygghet i bostadsområden och kring lokala centrum under dagtid.

Källa: Stockholms stad, Trygghetsmätning 2014.

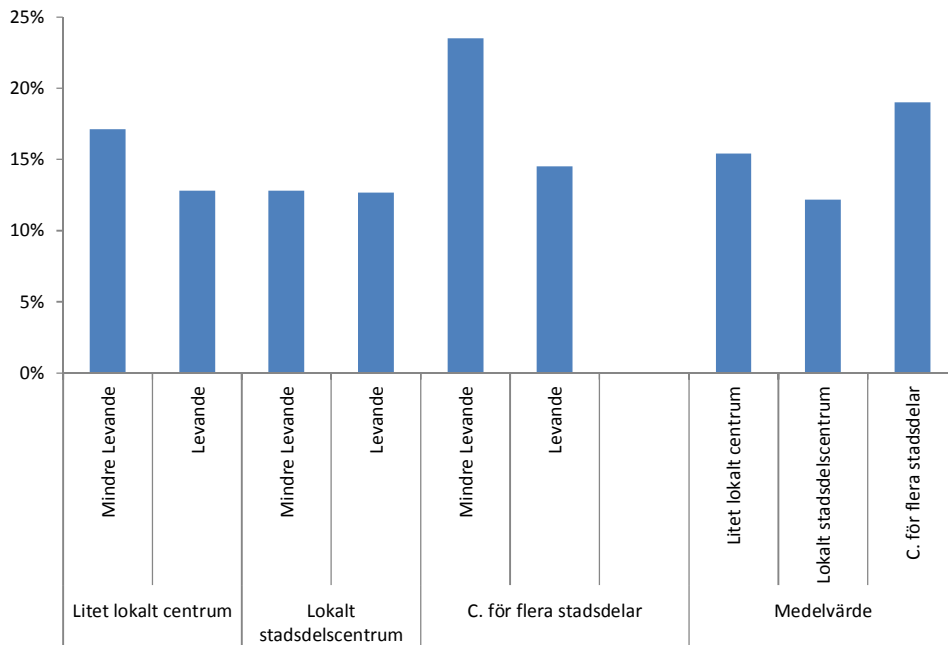


Diagram 25: Upplevd otrygghet i bostadsområden och kring lokala centrum under kvällstid.

Källa: Stockholms stad, Trygghetsmätning 2014.

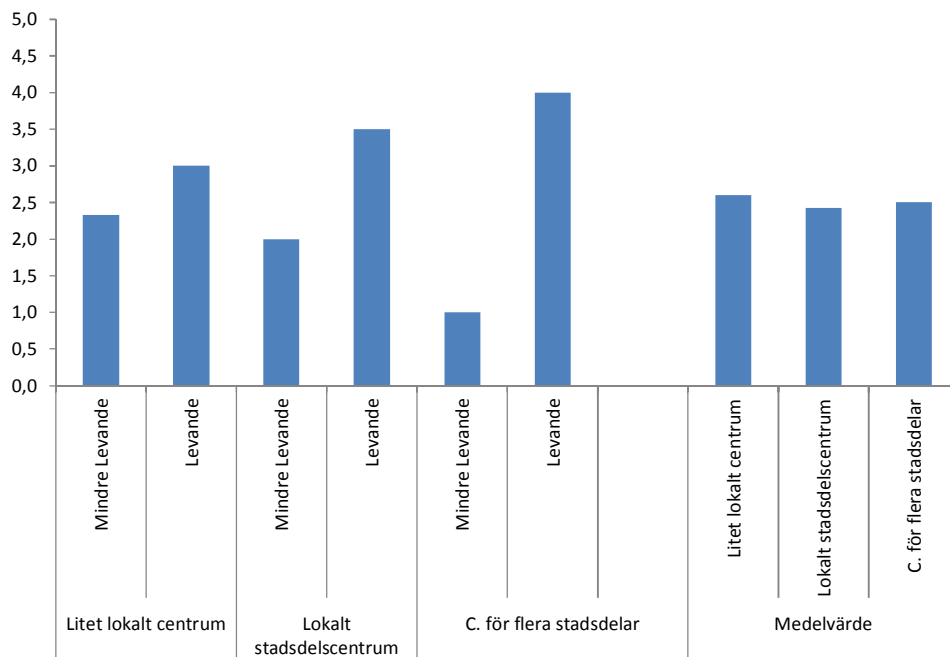


Diagram 26: Sammanvägd bedömning av de lokala centrumens karaktär och identitet.

Källa: WSP och Wester+Elsner.

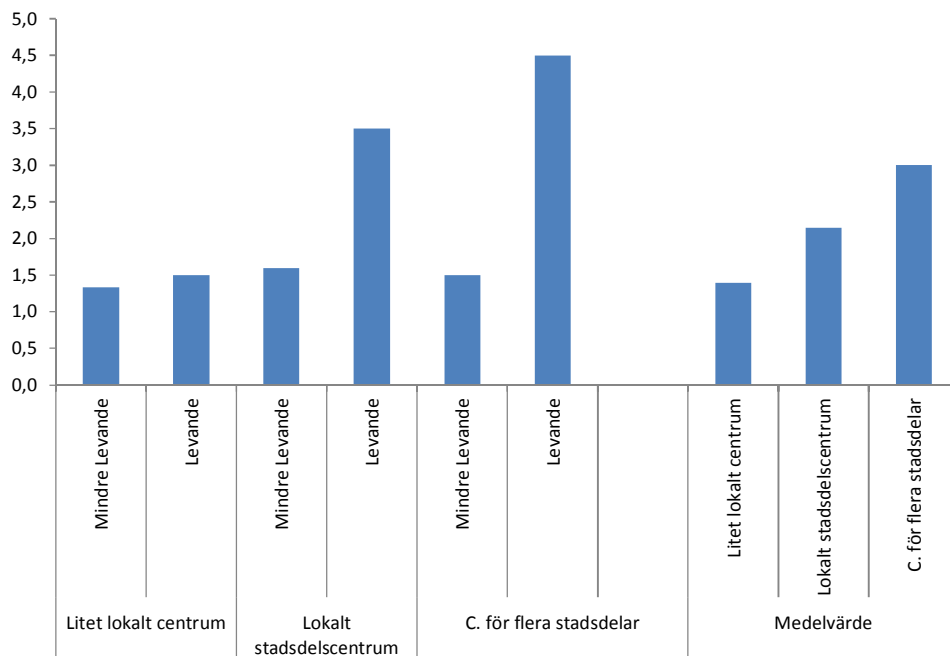


Diagram 27: Sammanvägd bedömning av de lokala centrumens synlighet genom marknadsföring och aktiviteter.

Källa: WSP och Wester+Elsner.

6 Bilaga 2 – Utveckling av lokala centrum

HÖKARÄNGENS CENTRUM: STOCKHOLMS STAD

Fysisk utformning och miljö

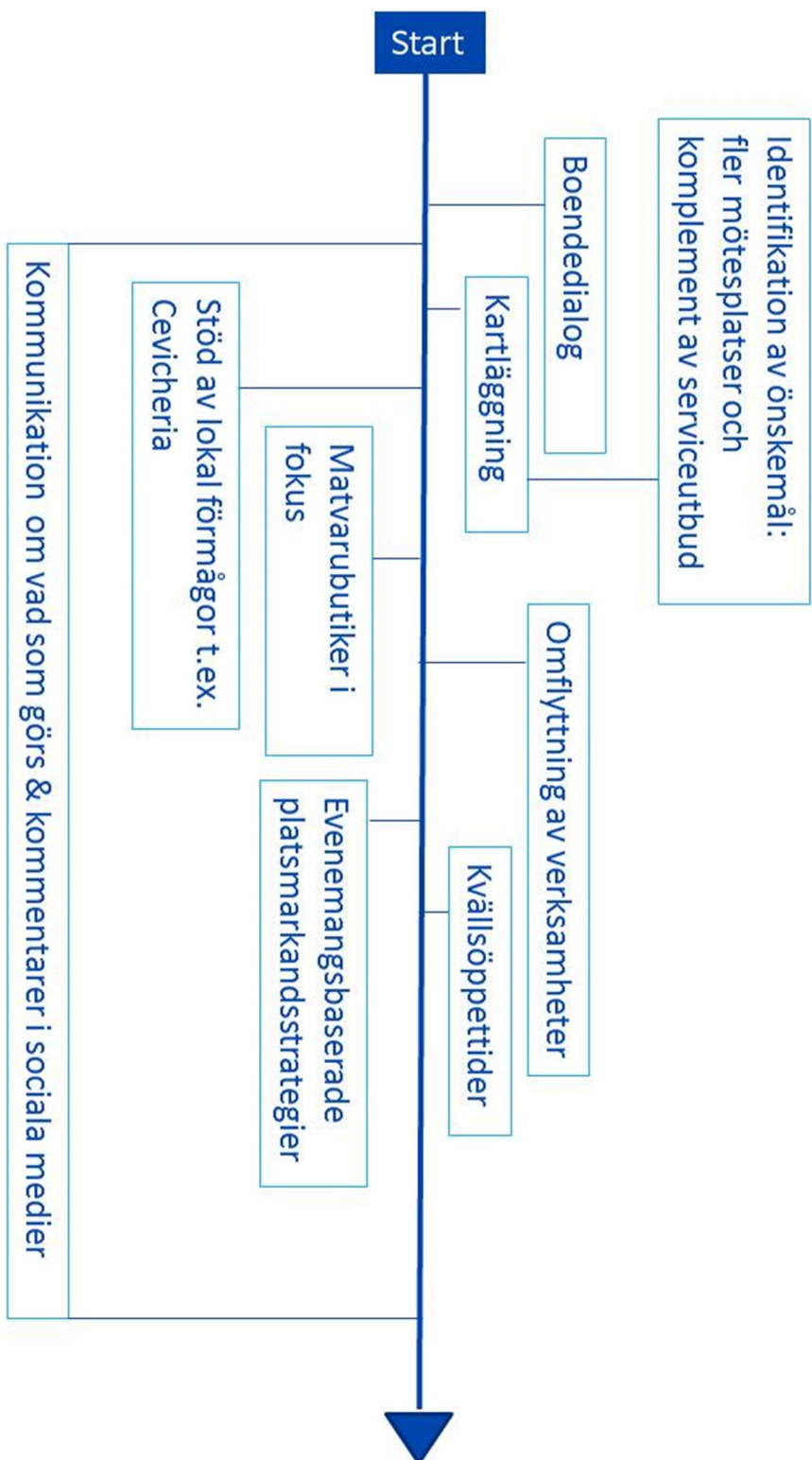
- Enhetligt skyltprogram - Synliggör verksamheter och förstärker arkitektur och estetik.
- Ökad trygghet och trivsel - Översyn av tillgänglighet, belysning och parkytor.
- Fokus på att skapa nya mötesplatser och närservice.

Funktion och kommersiell bärkraft

- Etablering av nischad restaurang- och caféverksamhet (cevicheria och surdegsbageri) som kan attrahera nya målgrupper. Nya etableringar skapar i sin tur ringar på vattnet för fler kompletterande verksamheter och nischade butiker.
- Omlokalisering av verksamheter har bidragit till färre tomma lokaler. Hyresgästerna har efter omvandling lokaler som passar deras verksamhet på ett lämpligare sätt.
- Komplettering av befintligt utbud med offentlig service (vårdcentral och apotek).

Mångfald och social hållbarhet

- Satsning på evenemangsbaserade platsmarknadsstrategier. Marknader, danspaviljong och konstaktiviteter har lockat mer människor till Hökarängen.
- Stöd till lokala aktörer bidrog till större engagemang för platsen.
- Samverkan mellan olika aktörer – fastighetsägare, stadsdelsförvaltningen och föreningar - i ett gemensamt projekt ska främja hållbar utveckling genom boendedialog.
- Värnande av att socioekonomisk mångfald.
- Närvaro av lokala fastighetsaktörer för att fånga upp plats specifika preferenser.
- Tydlig kommunikation både on- och offline.
- Uppföljning för att studera varaktiga effekter efter projektet avslutats.



Figur 28: Utvecklingsprocess för Hökarängens centrum.

HÖGDALEN CENTRUM: STOCKHOLMS STAD

Fysisk utformning och miljö

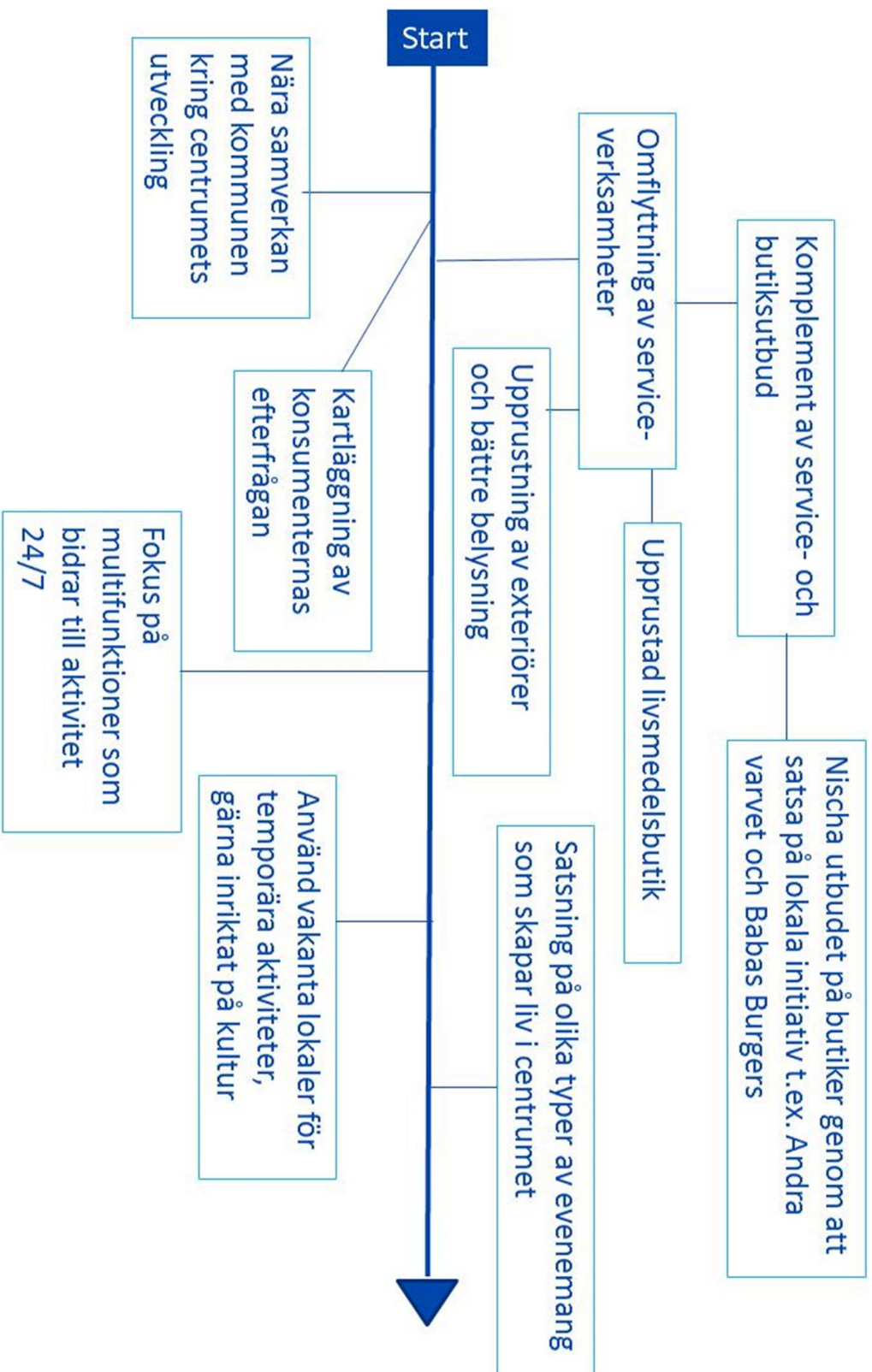
- Fokus på att skapa ett multifunktionellt centrum som används över hela dygnet. Förtätning av närliggande bostadsområden samt tillförande av fler kvällsöppna aktiviteter.
- Upprustning av offentliga miljöer.
- Aktivering av gatuplan genom omlokalisering av verksamheter. Mödra- och barnavårdscentral flyttades från gatuplan till övervåning.
- Ökad tillgänglighet för fler transportsätt och trafikantgrupper exempelvis genom att bredda passager och utveckla knutpunkter för kollektivtrafik.
- Trygghetsfrämjande insatser genom ökad belysning av gaturum, upprustning av otrygga miljöer och ökat fokus på socialt engagemang genom nattvandringar.

Funktion och kommersiell bärkraft

- Fastighetsutveckling har skapat mer ändamålsenliga lokaler och gett upphov till nyetablering av verksamheter.
- Utbud har formats med utgångspunkt i lokala preferenser. I detta arbete har konsumentundersökningar varit viktiga för att förstå besökaren.
- Satsning på lokala eldsjälar såsom second hand-butiken Andra varvet och Babas Burgers.

Mångfald och social hållbarhet

- Satsning på olika typer av evenemang, exempelvis konstutställningar.
- Nyttja vakanta lokaler för temporära verksamheter.
- Ta tillvara platsspecifika egenskaper och anpassa utbud efter lokal efterfrågan.
- Involvera viktiga intressenter i utvecklingsprocessen.



Figur 29: Utvecklingsprocess för Högdalen centrum.

GÅRDSTEN CENTRUM: GÖTEBORGS STAD

Fysisk utformning och miljö

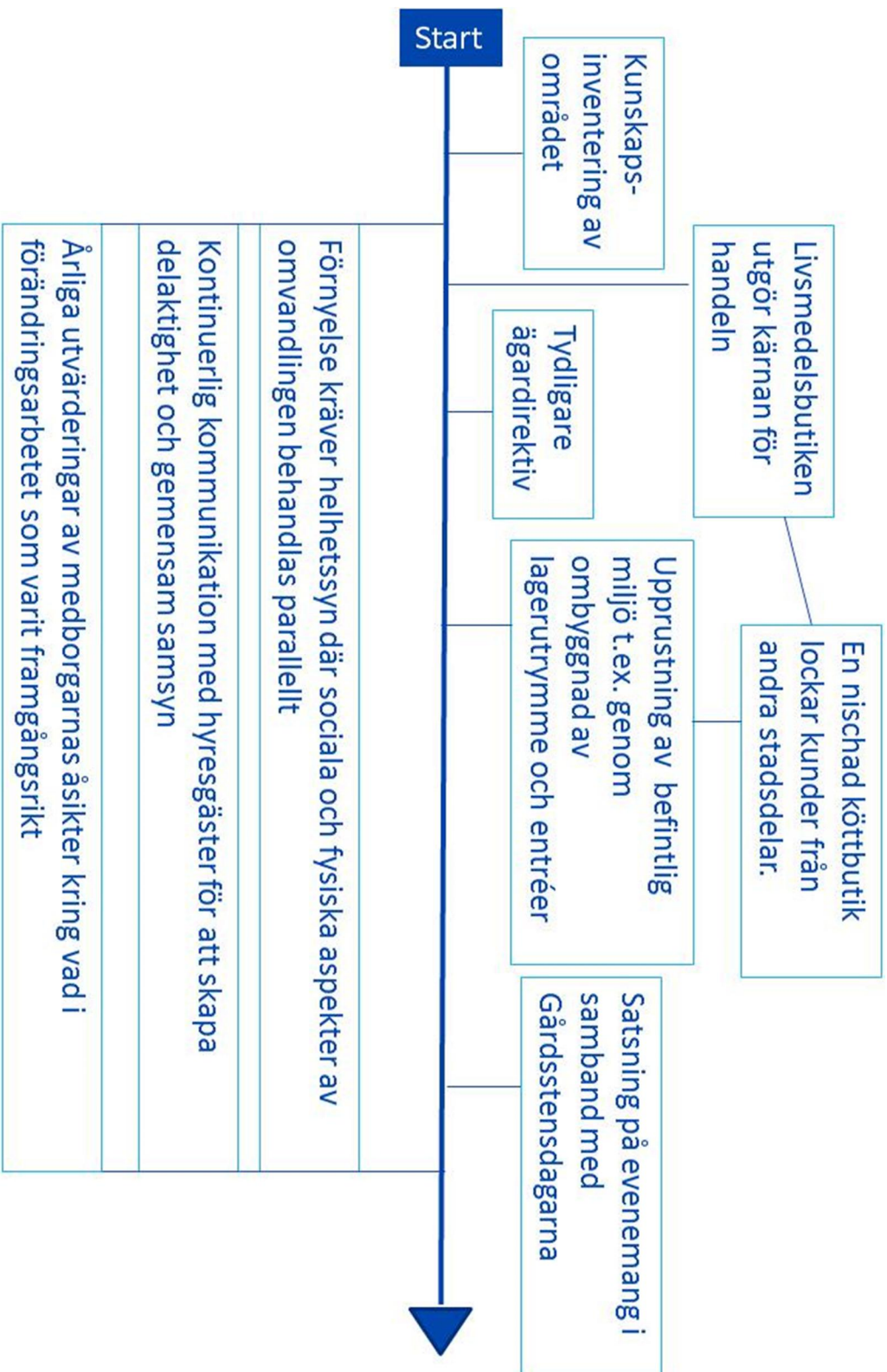
- Omvandling och teknisk upprustning ger nya lokaler och fräschare fysisk miljö i centrum.
- Ökad tillgänglighet genom förtätning och nya trafikförbindelser.

Ekonomisk framgång

- Livsmedelsbutiken utgör ankare för centrumets handel.
- En nischad köttbutik attraherar kunder från andra stadsdelar.
- Ekonomisk och politisk stabilitet var viktigt för att skapa långsiktiga lösningar.
- Förstå besökaren genom årlig uppföljning av attityder kring förändringsarbetet.

Social hållbarhet & mångfald

- Satsning på sociala evenemang (Gårdsstensdagarna) där restauranger och butiker får möjlighet att visa upp och sälja sina varor.
- Kontinuerlig kommunikation med hyresgäster för att skapa delaktighet och en gemensam samsyn.
- Insikt om utvecklingsinsatser på högre nivåer gav tydligare ägardirektiv för utveckling.
- Delaktighet i utvecklingsprocessen hos berörda aktörer förankrar besluten.
- Tillvaratagande av lokal särprägel för stärkt platsidentitet.



Figur 30: Utvecklingsprocess för Gärdsten centrum.

ÖRTAGÅRDSTORGET I ROSENGÅRD: MALMÖ STAD

Fysisk utformning och miljö

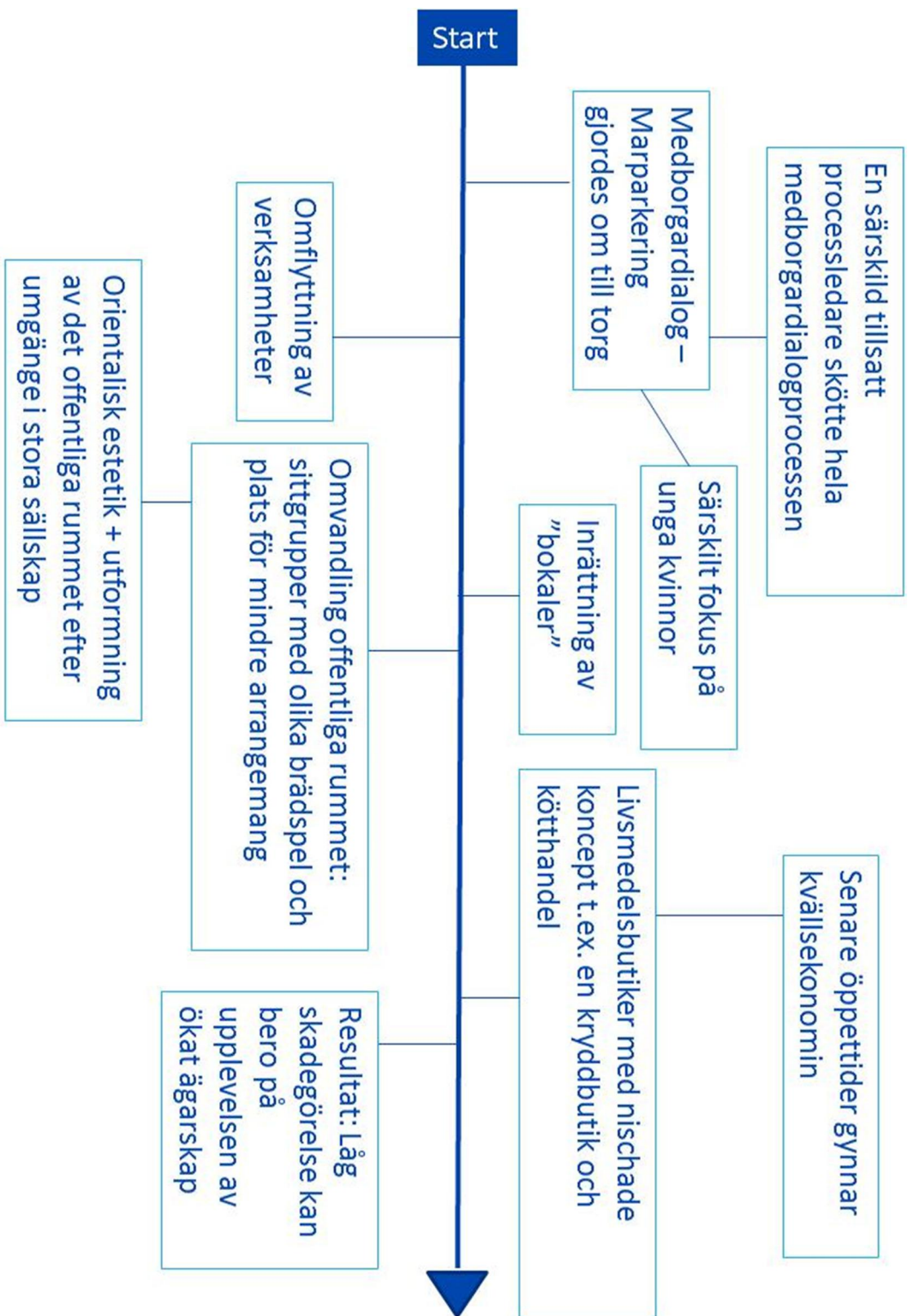
- Markparkering har gjorts om till offentligt torg med nya planteringar samt ny belysning.
- "Bokaler" har inrättats.
- Ökad tillgänglighet till offentlig miljö.
- Mjuka trafikanter har prioriterats vilket har ökat flödena från centrala Malmö.

Ekonomisk framgång

- Ett stort utbud av nischade livsmedelsbutiker (kryddbutik, kötthandel mm) attraherar besökare från andra stadsdelar.
- Aktivering av det offentliga rummet. Restauranger/caféer och evenemang skapar liv och rörelse i utemiljön.
- Satsning på kvällsekonomi gynnar de lokala företagen.

Mångfald och social hållbarhet

- Dedikerad processledare skötte hela medborgardialogprocessen. Dialogen förankrades i flera steg: presentation av kartläggning för de delaktiga, inhämtning av synpunkter, bearbetning av synpunkter och sedan förnyad förankring.
- Dialogen gav kunskap om hur olika grupper använder det offentliga rummet vilket bland annat påverkade det offentliga möblemangets estetiska utformning.
- Särskilda insatser vidtogs för att öka olika gruppers (i detta fall främst unga kvinnor) representation i det offentliga rummet.
- Lokal delaktighet i utvecklingsprocessen har minskat skadegörelse då deltagande grupper troligtvis känner ett större ägandeskap för platsen.



Figur 31: Utvecklingsprocess för Örtagårdstorget.

Referenser

Bergström, Fredrik (2010) – *Framtidens handel*. Marknadstekniskt centrum (MTC). Stockholm.

Boverket (2014) – *Attraktiva miljonprogramsområden i små kommuner – fyra fallstudier*. Karlskrona.

Coca-Steaniak, andres (2013) – *Successful town centers –developing effective strategies*. Association of town and city management, United Kingdom.

Eklund, Helena och Rämme, Ulf (2003) – *Kunden i centrum – om stadens attraktivitet ur ett handelsperspektiv*. Sollentuna. Svenska stadskärnor.

Fastighetsägarna, Stockholm stad och White arkitekter(2016) - Handbok i medborgardriven stadsutveckling.

Felländer, Anna, Ingram Claire och Teigland Robin (2015) – *Sharing Economy – Embracing change with caution*. Entreprenörskapsforum, Näringspolitiskt forum, rapport nr 11.

Gehl, Jan (1996) – *Livet mellan husene*. Arkitektens förlag. Köpenhamn.

HUI Research (2013) – *Scenarion för e-handels framtida tillväxt*. Stockholm.

Hodges-Copple, John (2011) *The Value of Vibrant Centers to Towns and Cities in the Greater Research Triangle region*. Research Triangle Regional Partnership. Urban Land Institute.

Håkansson, Johan och Lagin, Madelen (2015) – *Strategic Alliances in a town center: Stakeholders´ perceived Importance of the Property Owners*. Dalarna University.

Jacobs, Jane (1961) – *Den amerikanska storstadens liv och förfall*. Didalos förlag.

MIT Technology Review (2016) – *Data mining reveals the four urban conditions that create vibrant city life*. <https://www.technologyreview.com/s/601107/data-mining-reveals-the-four-urban-conditions-that-create-vibrant-city-life/>. Nedladdad 2016-04-05.

Postnord (2016) – *E-barometern, Årsrapport 2015*. Stockholm.

Rämme, Ulf et al (2010) – *Härifrån till framtiden, detaljhandeln i Sverige år 2025*. Handels Utvecklingsråd. Stockholm.

Sadeghi, Moaghadam, Mohammad, Reza et al (2014) – *Recreating a Vibrant City Center in Respons to Urban Environment bu Using AHP model*. Sociology and Anthropology.

Sandahl, Joakim (2001) – *Små förortscentra ur ett stadsdelsnyttoperspektiv*. KTH, Institutionen för infrastruktur och samhällsplanering. Stockholm.

Smas, Lukas (2008) – Transaction of Spaces – Consumption of Configuration and City Formation. Doctoral thesis in human Geography. Stockholms universitet. Stockholm.

Stockholms stad (2015) - Skillnadernas Stockholm. Kommissionen för ett socialt hållbart Stockholm.

Trafikanalys (2013) - Metoder för geografiska tillgänglighetsanalyser i transportsystemet. PM 2013:2. Stockholm.