

Centrum i Centrum



Fig. 1

- Drivkrafter bakom centrala lokaliseringar av köpcentrum och konsekvenser för den omgivande stadsmiljön, med Östra Centrum i Kristianstad som exempel

Anna Ekdahl

Centrum i Centrum

- Drivkrafter bakom centrala lokaliseringar av köpcentrum och konsekvenser för den omgivande stadsmiljön, med Östra Centrum i Kristianstad som exempel

Shopping malls in city centers

- Driving forces behind central locations of shopping malls and consequences for the surrounding city environment, with Östra Centrum in Kristianstad as an example

Författare: Anna Ekdahl

Handledare: Gunilla Lindholm, SLU Alnarp, LTJ landskapsarkitektur

Examinator: Carola Wingren, SLU Alnarp, LTJ landskapsarkitektur

Biträdande examinator: Erik Skärbäck, SLU Alnarp, LTJ landskapsarkitektur

Kurstitel: Examensarbete i landskapsarkitektur

Kurskod: EX0545

Omfattning: 30hp

Nivå: E (AE2)

Nyckelord

Förtätning, Handel, Hållbarhet, Kristianstad, Konsumtion, Köpcentrum, Planering, Shopping, Stadsbyggnad, Stadsmiljö, Östra Centrum

Keywords

Commerce, Consumption, Kristianstad, Malls, Planning, Shopping, Sustainability, Urban densification, Urban development, Urban environment, Östra Centrum,

Självständigt arbete vid LTJ-fakulteten,
SLU Alnarp, 2011
Examensarbete inom landskapsarkitekt-
programmet 30hp
Huvudområde: Landskapsarkitektur



Sammanfattning

Det här examensarbetet som skrivs inom landskapsarkitektprogrammet vid SLU, Alnarp har som huvudsyfte att undersöka hur köpcentrum, centralt belägna i staden, påverkar den omgivande stadsmiljön. Genom en fallstudie av ett aktuellt köpcentrumsprojekt, kopplad till teorier om bl.a. stadsbyggnad avser jag att i uppsatsen försöka svara på frågorna:

Vad kan det finnas för drivkrafter bakom lokaliseringar av köpcentrum centralt i städerna?

Vad får köpcentrumsetableringar centralt i städerna för konsekvenser för den omgivande stadsmiljön?

Som objekt för fallstudien har jag valt Östra Centrumprojektet i Kristianstad, där kommunen tillsammans med företaget Steen & Ström just nu planerar för en omvälvande förnyelse av stadskärnan med ett köpcentrum som huvudattraktion.

Fallstudien är kvalitativ och undersöker vad som kan komma att hända när Östra Centrumprojektet realiserar och varför.

Uppsatsen inleds med en litteraturstudie där historiska kopplingar mellan stad och handel studeras. Därefter redovisas ett urval av aktuella stadsbyggnadsideal och planeringstrender: Hållbarhet, Förtätning och Privatisering av offentligt rum. Avslutningsvis studeras fenomenet shopping och hur det hanteras inom arki-

tekturen.

Litteraturstudien är värdefull för att förstå de val som har gjorts i Östra Centrumprojektet, hur handeln generellt hanteras i planeringen och hur det specifika projektet förhåller sig till övergripande stadsbyggnadsideal.

I Fallstudien, som baseras på egna analyser, studier av projekthandlingar och intervjuer, beskrivs hur det nya köpcentrumet Östra Centrum förhåller sig till den gamla stadsmiljön i Kristianstad och hur projektet hänger samman med kommunens utveckling och planer för övrigt. Som referenser studeras även tre andra aktuella köpcentrumsprojekt: Entré, Mobilia och Caroli City, samtliga belägna i Malmö.

I en utvärdering av de förändringar av Kristianstads stadsmiljö som Östra Centrum för med sig används dessa projekt som jämförelse. Flera likheter när det gäller övergripande värderingar finns i framförallt i tre av projekten: Östra Centrum, Mobilia och Caroli City. Här finns en ambition att integrera köpcentrumen i stadskärnans bebyggelse.

Fallstudien av Östra Centrum visar hur utformningen av det specifika centrumet påverkar just den omgivningen. I Östra Centrumprojektet ingår fler delar utöver själva köpcentrumet som också påverkar omgivningarna markant. I fallstudien har hela projektet studerats, inte bara köpcentrumet.

I uppsatsens diskussionsavsnitt förs en mer generell diskussion kring möjliga drivkrafter bakom lokaliseringar av köpcentrum centralt i städerna och de eventuella konsekvenserna för den omgivande stadsmiljön. Sådant som tas upp i avsnittet är bl.a. shoppingens värdefulla sekundära effekter och varför köpcentrum bör integreras i en hållbar stad.

Som möjliga, interrelaterade drivkrafter bakom att köpcentrum lokaliseras eller rustas upp/expanderar på centrala platser i städerna anges i uppsatsens slutsatser framförallt övergripande mål om en tät, blandad och därmed hållbar stad. Även kommuners medvetna satsningar på handel och krav från tidspressade och miljömedvetna kunder har stor betydelse.

Konsekvenser av de centrala lokaliseringarna för den omgivande stadsmiljön kan bl.a. vara att ett Centralt läge sporrar till en utvidgning av uppdraget i ett specifikt köpcentrumsprojekt. Att vi får en mer privatiserad stadsmiljö, men också en kvalitetshöjning av vistelseplatser jämfört med befintliga situationer. Att bilberoendet minskar, men biltrafiken ökar. Avslutningsvis presenteras möjligheter och risker som dessa konsekvenser medför.

Abstract

The main purpose of this masters thesis, written within the landscape architecture programme at SLU, Alnarp, Sweden, is to examine how shopping malls, located in city centres, affect the surrounding city environment. By making a case study of a contemporary shopping mall project and connect it to theories about urban development I hope that I, in this thesis, will be able to answer the questions:

What driving forces may be behind central locations of shopping malls in cities?

What consequences will establishing shopping malls in central locations in cities have for the surrounding city environment?

The object of my case study is the Östra Centrum project in Kristianstad, Sweden where the municipality and Steen & Strøm (a Scandinavian shopping mall company) are currently planning a city centre renewal with a shopping mall as the main attraction.

The case study is qualitative and explores what might happen when the Östra Centrum project is realized and why.

The first part of the thesis consists of a literature study where historical connections between commerce and city are described. Thereafter contemporary ideals and trends concerning urban development are presented (such as sustainability, urban densification and pri-

vatizing public space). Finally shopping and how it is dealt with in architecture is studied.

The literature study is an important key to understanding the choices made in the Östra Centrum project, how commerce is generally considered in planning and how the specific project relates to overall urban development ideals.

In the case study, based on my own analyses, studies of project documents and interviews, a description is presented of how Östra Centrum relates to the old city environment in Kristianstad and how the project is connected to the municipality's future plans for development. As references, three other shopping mall projects are studied: Entré, Mobilia and Caroli City, all in Malmö, Sweden. In an evaluation of the changes that Östra Centrum brings about for the city environment in Kristianstad, these projects are used for comparison.

Several similarities in overall values can be found in at least three of the projects: Östra Centrum, Mobilia and Caroli City. They all share an ambition to integrate the shopping mall with the city centre. The case study of Östra Centrum shows how the design of the specific shopping mall affects the specific surroundings. The Östra Centrum project contains other elements than the shopping mall. They also considerably affect the surroundings. The case study comprises the entire project, not just the shopping mall.

In the discussion part of the thesis, possible driving forces behind central locations of shopping malls in city centres and consequences for the surrounding city environment is more generally debated. The valuable secondary effects of shopping and the integration of shopping malls in sustainable cities are topics that are brought up.

As possible, inter related driving forces, the thesis points out overall aims of a dense, mixed and therefore sustainable city as well as municipalities' conscious investments in commerce and demands of convenience and environmental responsibility from consumers.

The consequences for the surrounding city environment can for instance be that a central location of a shopping mall stimulates to an expansion of the design task in a specific shopping mall project. It can be that the city environment becomes increasingly privatized, but also a better quality of remaining public places compared to the current situation. It can be that car dependency is reduced, but traffic increases.

Finally possibilities and risks of these consequences are presented.

Innehåll

Inledning.....	8	Litteraturstudie....	16	Fallstudie.....	35
Bakgrund.....	9	Köpcentrumens utveckling i Sverige.....	17	Östra Centrumprojektet i Kristianstad.....	36
Frågeställningar.....	9	Sammanfattning.....	17	Handelsstaden Kristianstad.....	37
Syfte.....	10	Stad och handel.....	17	Kristianstad växer!.....	38
Mål och målgrupp.....	10	Köpcentrum idag.....	19	Planområdet idag.....	40
Avgränsningar.....	10	Morgondagens köpcentrum.....	20	Östra Centrum	
Metod.....	11	Stadsbyggnadsideal och planeringstrender.....	23	- ett stadsbyggnadsprojekt.....	46
Kvalitativ och kvantitativ forskning.....	11	Sammanfattning.....	23	Från början till Bygglov.....	52
Induktiv och deduktiv ansats.....	11	Stadens centrum.....	24	Projektets framskridande.....	54
Fallstudien som metod.....	11	Handelns roll i en hållbar stad.....	25	Kommunen, Konsulten och Köpcentrumsägaren.....	54
Intervjun som teknik för informationsinsamling i fallstudien.....	12	Förtätning och blandad bebyggelse.....	27	Samrådets inflytande.....	56
Arbetsätt för uppsatsen.....	13	Privatisering av offentliga rum.....	28	Intressentperspektiv.....	58
Material.....	14	Shopping.....	31	Den levande handelsstaden.....	59
Litteraturstudie.....	14	Sammanfattning.....	31	Att satsa centralt.....	61
Fallstudie av Östra Centrumprojektet i Kristianstad.....	14	Shopping som identitetsskapande aktivitet.....	32	Ett integrerat köpcentrum.....	62
		Shopping i en arkitekturdiskurs.....	32	Arbetsprocessen.....	64
		Shoppings rum.....	33	Mottagandet hos medborgarna.....	67
				Referensprojekt.....	69
				Entré.....	70
				Mobilia	72
				Caroli City.....	74

Utvärdering - Förändringar som Östra Centrum medför för den omgivande stadsmiljön, med referensprojekten som jämförelse.....	76
Strukturellt samspel med den omgivande stadsmiljön.....	77
Rörelse kring det centralt belägna köpcentrumet.....	83
Satsningar på vistelseplatser.....	91
Reflektion kring utvärderingen av Östra Centrum.....	96
Översikt.....	98

Diskussion..... 100

Shoppingens värdefulla sekundära effekter..... 101

Köpcentrumen privatiserar offentligt rum?..... 102

Vikten av integration.....	102
Offentligt ägda rum och offentliga situationer.....	103
En kvalitetshöjning?.....	103
Kommersialiserade offentliga situationer.....	104
Samarbete för balans.....	104

En hållbar stad med integrerade köpcentrum..... 105

Flexibilitet.....	106
Sammanhängande verksamhetsytor.....	106
Vidareutveckling av befintliga anläggningar.....	107
Centralt belägna köpcentrum för minskat bilberoende.....	107
Miljöaspekter.....	108

Slutsatser..... 110

Vad kan det finnas för drivkrafter bakom lokaliseringar av köpcentrum centralt i städerna?.....	110
Vad får köpcentrumsetableringar centralt i städerna för konsekvenser för den omgivande stadsmiljön?.....	111

Källor..... 114

Figurförteckning..... 118

Bilaga..... 120

Frågeschema till intervjuer.....	120
----------------------------------	-----

Inledning

I min födelsestad Kristianstad planeras just nu för en stor och omvälvande förnyelse av stadskärnan. Alldeles intill centrum ligger en stor tomt som idag hyser Kristianstads resecentrum - knutpunkt för regional och lokal busstrafik, ett Domusvaruhus, biografen Kosmorama samt två stora bilparkeringar. Här vill kommunen nu satsa på förnyelse i form av ett Östra Centrum. Östra Centrumprojektet rymmer framförallt ett nytt, stort köpcentrum, men även bostäder i punkthus, ett nytt parkstråk längs med kanalen som rinner genom staden och flera nya torgbildningar i anslutning till köpcentrumet.

Som samarbetspartner och projektutvecklare i omvandlingsarbetet har Kristianstads kommun valt Steen & Strøm, Skandinaviens största köpcentrumsägare. Steen & Strøm har i sin tur gett uppdraget med att ta fram förslag på utformningen av Östra Centrum till White arkitekter i Malmö. Steen & Strøm är specialiserade ägare och förvaltare av köpcentrum. Att de tar på sig rollen som projektutvecklare i vad som närmast kan kallas för ett stadsbyggnadsprojekt där en ny stadsdel ska ta form är spännande. En del av förklaringen till engagemanget står att finna i företagets höga ambitioner med sina etableringar. Charles Larsson, marknadsdirektör på Steen & Strøm Sverige, betonar att företaget är en långsiktig investerare och att ett ägande under lång tid förutsätter god integrering med den omkringliggande staden (Larsson, 2010).

Att undersöka hur en sådan integrering kan se ut i



Fig. 2 T.v: Perspektiv över entréplatsen framför Östra Centrum. Illustration: White Arkitekter (bilden är beskuren)



Fig. 3 Nedan t.v: Ortofoto över Kristianstads stadskärna med planområdet för Östra Centrum markerat i gult

ett specifikt projekt lockar naturligtvis. Att gynna en livfull stad är att gynna handeln. Men även om det finns en vilja att utvidga ett köpcentrumsprojekt till att omfatta mer än bara handelslokaler för att bidra till en livskraftig och attraktiv stad är det relevant att fråga sig hur mycket köpcentrumet formar sig efter staden och hur mycket staden formar sig efter köpcentrumet? Man kan ana att det på flera håll kan krävas kompromisser.

Bakgrund

Språkförtydligande

Under mitt arbete med den här uppsatsen har jag stött på många alternativ till termen köpcentrum. Exempelvis: *galleria*, *shoppingcenter*, *köpcenter* etc.. De beskriver samma typ av fenomen även om nyanskillnader förekommer. Ingen term är mer korrekt än någon annan. Enligt SAOL på nätet (Svenska akademien, 2010) är ex. både köpcenter och köpcentrum accepterade former, men det är önskvärt att konsekvent hålla sig till en av formerna i en och samma text. Termen köpcentrum som jag har valt att använda kan i flertal böjas både som köpcentra och köpcentrum. I min uppsats har jag valt att använda följande böjningsformer:

Köpcentrum (s.)

Köpcentrumet (best. form s.)

Köpcentrum (pl.)

Köpcentrumen (best. form pl.)

I uppsatsen är samtliga återgivna citat fritt översatta till svenska av mig i de fall originalspråket varit ett annat.

Köpcentrum har funnits relativt länge i våra städer och efter en period där externa etableringar har varit vanliga tycker jag mig nu ana att fler och fler satsningar görs på att bygga nya eller bygga om befintliga stora köpcentrum alltmer centralt i städerna. I min nuvarande hemstad Malmö finns tre sådana exempel; det nya köpcentrumet Entré och köpcentrumen Mobilia och Caroli City som det finns omfattande ombyggnadsplaner för.

Som blivande landskapsarkitekt intresserar detta mig av flera anledningar. Dels därför att köpcentrumens stora enheter ofta tydligt avviker från kvarterstrukturerna som är vanlig i de centrala delarna av våra städer. Dels för att de specialiserade centrumen med sina lokaler för butiker och konsumtion är en tydlig motsats till konceptet blandad bebyggelse där bostäder, affärsverksamheter och kontor samsas i samma kvarter och helst i samma byggnad. Ett koncept som gärna framhålls som gynnsamt för stadslivet med många möjligheter till upptäckter och möten och som ska minska vårt bilberoende (Boverket, 2004; Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun, 2009-06-09; m.fl.)

Jag finner det också intressant i det här sammanhanget att fundera över vad ett stadscentrum egentligen är, d.v.s. vad vi har för föreställningar om stadskärnan, vilka stadsbyggnadsideal som råder och i förlängningen också hur ett köpcentrum passar in där. Varför vill

man placera ett köpcentrum i stadskärnan och hur kan den integrering som Steen & Strøm säger sig vilja uppnå i fallet Östra Centrum se ut i praktiken?

I mitt examensarbete på Landskapsarkitektutbildningen vid SLU i Alnarp vill jag ta tillfället i akt att nysta i de här trådarna! Jag vill studera frågorna rent generellt men också mer specifikt hur de tar sig uttryck i just Östra Centrumprojektet. Det var ju det som från början fick mig att bli intresserad av köpcentrum och handel och hur de hanteras i stadsplaneringen.

Frågeställningar

För att hitta en mer hanterlig ingång till ämnet köpcentrum och stadsbyggande, som annars lätt skulle kunna bli mig alldeles övermäktigt, formulerade jag tidigt i arbetet följande frågor som jag sedan har försökt besvara i min uppsats:

- Vad kan det finnas för drivkrafter bakom lokaliseringar av köpcentrum centralt i städerna?
- Vad får köpcentrumsetableringar centralt i städerna för konsekvenser för den omgivande stadsmiljön?

Inledningsvis ställde jag mig även frågan:

- Hur tas dessa centrala köpcentrumsetableringar emot av ex. allmänhet, konkurrenter och andra intressenter?

Frågan är intressant, men har blivit mer av en bifråga som besvarats indirekt under resans gång. I fallstudien av Östra Centrumprojektet i Kristianstad har ett antal mer konkreta frågor varit utgångspunkt. Jag har intresserat mig för om nya rörelsemönster i staden kan förväntas uppstå i samband med en ny köpcentrumsetablering, hur nya plats-, rumsbildningar och mötesplatser kan se ut och vilken funktion de får. Hur tillgängligheten och nya trafiksituationer kan se ut. Möjligen blir det offentliga rummet privatiserat i större utsträckning, men i gengäld kanske en ny köpcentrumsetablering kan bidra till högre kvalitet på de offentliga platser som fortfarande finns?

Syfte

Med den här uppsatsen vill jag undersöka hur köpcentrum, centralt belägna i staden, påverkar den omgivande stadsmiljön

Mål och målgrupp

Genom en fallstudie av ett aktuellt köpcentrumsprojekt, Östra Centrum i Kristianstad, som kopplas till teorier om bl.a. stadsbyggnad avser jag att i uppsatsen beskriva mina slutsatser kring vilka konsekvenserna för den omgivande stadsmiljön kan bli i det aktuella projektet, vad de har för betydelse och varför de uppstår. Effekter, såsom eventuella förändringar i rörelsemönster, tillgänglighet, plats-/rumsbildning,

trafiksituation i den omgivande stadsmiljön kommer att redovisas. För att i någon utsträckning undersöka hur typiskt Östra Centrumprojektet är och i vilken utsträckning resultatet av fallstudien kan anses vara generellt giltigt kommer vissa jämförelser att göras med andra liknande projekt och i uppsatsen avser jag att presentera eventuella likheter/olikheter. Min uppsats kommer främst att rikta sig till andra planerings- och arkitekturintresserade som på något sätt arbetar med eller studerar stadsmiljöfrågor. Förhoppningen är att även aktörer inom köpcentrumsområdet, exempelvis Steen & Strøm, ska kunna ha nytta av resultatet.

Avgränsningar

För att med rimlig arbetsinsats kunna färdigställa arbetet under de 20 veckor som står till förfogande har jag i uppsatsen valt att koncentrera mig på svenska förhållanden.

Centrumbelägna köpcentrum är det som har studerats, externa köpcentrums eventuella påverkan av stadsmiljön behandlas inte i det här arbetet.

Uppsatsen för ingen djupare diskussion kring vilka olika verksamheter man kan finna inuti olika köpcentrum och utforskar heller inte på djupet interiörens struktur. Arbetet innehåller en litteraturstudie. I studien ingår litteratur om såväl köpcentrum specifikt som stadsmiljö generellt. Så aktuellt material som möjligt har använts för de teoretiska studierna. Litteraturstudien utgör bakgrund och resonansbotten

för den fallstudie som har gjorts och har även varit ett verktyg i analysen och diskussionen kring denna. Fallstudien omfattar Östra Centrum i Kristianstad. Fallstudien kommer inte att göra anspråk på att äga någon generell giltighet för hur köpcentrum i centrum påverkar den omgivande stadsmiljön, så för att kunna lyfta blicken och få en bättre överblick kommer även mindre ingående studier av referensobjekt i form av köpcentrumen Entré, Caroli city och Mobilia i Malmö att komplettera studien. Urvalet är baserat på projektens aktualitet, omfattning och centrala lägen. Att de alla ligger i Malmö, som är min nuvarande hemstad, har också möjliggjort upprepade studier på plats.

Metod

I det här avsnittet avser jag att på ett övergripande sätt beskriva den metod jag har valt att använda i arbetet med min uppsats och varför den är lämplig för uppgiften. Fördelar och nackdelar med metoden redovisas tillsammans med vad dessa har för betydelse för slutprodukten.

Kvalitativ och kvantitativ forskning

Judith Bell, professor på School of Continuing Education vid Nottingham University i Storbritannien beskriver kvalitativ forskning som en metod där forskaren intresserar sig för hur människor upplever sin värld, där målet är insikt snarare än statistisk analys. En klassificering av forskningsmetod innebär dock inte att man aldrig får avvika från det tillvägagångssätt som vanligtvis utgör normen för metoden. En kvalitativ forskare kan alltså även använda sig av kvantitativa metoder och vice versa (Bell, 2006). Sharan B Merriam, professor i pedagogik vid universitetet i Georgia, USA menar att det finns många verkligheter, inte en enda. Verkligheten är alltså en subjektiv historia som måste tolkas snarare än mätas (Merriam, 1994).

Induktiv och deduktiv ansats

Något förenklat kan man säga att den deduktiva forskningen strävar efter att empiriskt bevisa/motbevisa befintlig teori medan den induktiva forskningen

syftar till att skapa ny teori som kan förklara den information man har samlat in empiriskt (Merriam, 1994).

Bell tar också upp Grounded Theory, en kvalitativ ansats som går ut på att generera teori utifrån empiriska data. Metoden har ett cykliskt förlopp där insamlade data leder till teoretisk insikt som prövas mot insamlade data o.s.v. (Bell, 2006). Grounded Theory har många likheter med det som Merriam kallar för induktiv ansats.

Fallstudien som metod

Merriam menar att forskare väljer fallstudien som metod för att skaffa sig djupgående insikter om en viss situation och hur de inblandade tolkar denna. Fokus för studien ligger på en process snarare än ett resultat, på kontexten snarare än specifika variabler och på att upptäcka snarare än bevisa. Merriam menar att fallstudier både kan utveckla och pröva teorier och att man kan använda sig av både kvantitativ och kvalitativ information. Merriam hävdar vidare att metodens styrka är dess förmåga att hantera så många olika informationskällor; dokument, artefakter, intervjuer, observationer etc. Merriam menar att innan man väljer fallstudien som metod är det viktigt att fundera över vilka frågor det är man söker svar på. Är frågorna av typen: ”På vilket sätt?” eller ”Varför?” kan det vara lämpligt att göra en fallstudie. Man bör också reflektera över vilken typ av produkt man vill ha i slutändan.

En fallstudie genererar sällan en tydlig beskrivning av ett orsak-verkan förhållande utan snarare en holistisk beskrivning och tolkning av ett nutida fenomen (Merriam, 1994).

Fallstudiemetoden ifrågasätts ofta eftersom resultaten är specifika för fallet och inte går att generalisera. Bell menar dock att graden av generalisering beror på i hur stor utsträckning fallet liknar andra fall. Hon hänvisar till Denscombe (1998) som menar att man kan lösa problemet genom att samla in generell information om fallet och visa var i förhållande till andra fall det befinner sig i det generella mönstret. Hon nämner även Bassey (1981) som hellre använder termen ”relaterbarhet” än generalisering och som menar att det som är viktigt är studiens detaljeringsgrad och relevans för någon som arbetar med något under liknande förhållanden och i hur stor utsträckning denne kan relatera sitt eget arbete till studien. Hur mycket man kan relatera till ett fall är alltså viktigare än att man kan generalisera (Bell, 2006).

Merriam menar att slutprodukten av en fallstudie kan vara antingen rent beskrivande, tolkande, värderande eller kombinationer av dessa kategorier (Merriam, 1994).

Intervjun som teknik för informationsinsamling i fallstudien

Intervjun som teknik för informationsinsamling i fallstudier är lämplig. Tekniken är flexibel vilket passar den kvalitativa metoden. Bland nackdelarna kan nämnas att det är en tidskrävande och subjektiv teknik där risken för vetenskaplig skevhet är stor (d.v.s. att det förekommer jäv eller att forskaren lägger in alltför många egna värderingar eller tolkningar i resultatet). Det kan också vara svårt att analysera de svar man får (Bell, 2006). Intervjuer kan befinna sig var som helst på en skala från helt strukturerad (nästan som en enkät) till helt ostrukturerad (Bell, 2006). Även Merriam tar upp detta och menar att det är vanligt att intervjuer befinner sig någonstans på skalan mellan dessa båda ytterligheter (Merriam, 1994). Den helt ostrukturerade intervjun är vanlig när forskaren inte på förhand vet vilken information som är intressant för den aktuella studien, men Merriam rekommenderar att man som oerfaren intervjuare inledningsvis använder sig av strukturerade eller delvis strukturerade intervjuer för att så småningom få tillräckligt av den erfarenhet som är nödvändig för att kunna ställa helt öppna frågor (Merriam, 1994). Bell använder sig av termen fokuserad intervju, vilken är en intervjuform som har viss struktur men också viss flexibilitet. Detta kan vara lämpligt om man söker specifik information. Man använder sig då varken av färdiga frågeformulär

eller checklistor utan väljer ut teman som skall täckas under intervjun för att säkerställa att man får den information man vill ha (Bell, 2006).

Både Bell och Merriam understryker vikten av erfarenhet för att lyckas med en intervju. I synnerhet helt öppna (ostrukturerade) intervjuer kräver mycket hos intervjuaren, lugn, lyhördhet och en förmåga att driva intervjun framåt utan att styra den.

Bell delar med sig av ett antal nycklar till en lyckad intervju:

- Inga ledande frågor
- Inga outtalade förutsättningar
- Inga värderande frågor
- Aldrig mer än en fråga i taget (Bell, 2006).

Merriam tar, utöver dessa nycklar, även upp att man bör undvika ja/nej frågor och att det är viktigt att intervjuaren tydligt är intresserad av respondentens svar, men förhåller sig neutral till innehållet i dem (Merriam, 1994).

Hur intervjuer dokumenteras kan variera. Vanligast är att använda bandspelare.

Bell menar att en stor fördel med att spela in intervjun är att man som intervjuare kan ha full uppmärksamhet på respondenten genom hela intervjun. Nackdelar är bl.a. att en bandspelare kan hämma respondenten och att eventuell transkribering är ytterst tidskrävande

vilket det sällan finns utrymme för. Ett alternativ är att behålla bandet tills redovisning av arbetet är klar för möjlighet att kontrollera riktigheten i eventuella citat. Respondenten skall alltid, om det finns möjlighet, få tillfälle att verifiera eventuella citat (Bell, 2006).

Även Merriam nämner bandupptagning som metod för dokumentation av intervjuer och beskriver ett alternativ till fullständig transkribering, en s.k. intervjulogg. Intervjuaren lyssnar igenom bandet och för loggbok under tiden. Namn, datum, viktig information som rör intervjun nedtecknas överst på ett loggblad. Bandet spelas upp, viktiga utsagor/idéer antecknas i en kolumn. Citat/fraser/meningar citeras ordagrant, ställningen på bandspelarens räkneverk noteras i en annan kolumn för att lätt kunna gå tillbaka och hitta information. Egna reflektioner kring utsagor antecknas förslagsvis i en tredje kolumn (Merriam, 1994).

Ytterligare dokumentationsmetoder som tas upp av Merriam är bl.a. att föra anteckningar under intervjun, en vanlig metod när respondenter nekar till att bli inspelade. Fördelar är att respondenten ofta känner sig mindre främmande än inför en bandspelare. Bland nackdelarna kan nämnas att all information i regel inte kommer med. Antecknandet kan dessutom innebära avbrott och fungera som ett störningsmoment. Ett alternativ är också nedteckning av intervjun omedelbart efteråt. En fördel är att metoden medger full fokus på respondenten, utan avbrott. De uppenbara

nackdelarna är att mycket information går förlorad och att risk finns för efterkonstruktion och skevhet i svaren (Merriam, 1994).

Arbetsätt för uppsatsen

Jag har gjort en kvalitativ fallstudie av det planerade Östra Centrum i Kristianstad. Ansatsen är delvis induktiv. Viss teori har lästs in innan informationsinsamlings- och analysfaserna för att få en bakgrund, studien har dock inte till syfte att bevisa en på förhand uppställd hypotes utan strävar snarare efter att undersöka vad som kan komma att hända när Östra Centrumprojektet realiserar och varför. Delvis strukturerade intervjuer har använts som en viktig informationskälla. Både Bell (2006) och Merriam (1994) betonar erfarenhetens betydelse för en lyckad intervju. Den helt öppna intervjun är, enligt Merriam (1994), egentligen den som lämpar sig bäst när man som forskare inte vet exakt vilken information man söker (vilket passar väl in på min studie). Eftersom jag saknar tidigare erfarenhet av rollen som intervjuare har jag dock utgått ifrån ett i förväg uppställt frågeschema ifrån vilket vissa avsteg ibland har gjorts under intervjutillfällena. I de fall intervjupersonerna har samtyckt har bandspelare använts och inspelningarna har efterarbetats i form av intervjulogggar. Intervjuloggarna har skickats till respektive respondent för verifiering. Den här uppsatsen, som är slutprodukten av fallstudien, är både tolkande och värderande.

Material

Mitt arbete består av två huvudsakliga delar. Första delen utgörs av en litteraturstudie för teoretisk bakgrund och som utgångspunkt för diskussion. Materialet har utgjorts av forskning om sociologiska och rumsliga fenomen i förhållande till konsumtions- och stadsbyggnadstrender. Andra delen är en fallstudie av ett aktuellt köpcentrumsprojekt, Östra Centrum, i Kristianstad. För studien har projekthandlingar, planer, utredningar, protokoll etc. tillsammans med den fördjupade översiktsplanen för centrala Kristianstad använts, tillsammans med intervjuer med på olika sätt involverade eller berörda människor.

Litteraturstudie

Genom att studera så aktuellt material som möjligt från olika expertisområden, med olika perspektiv, från såväl privata som statliga institutioner har jag försökt skapa mig en bred, övergripande bild av handelns plats och betydelse i vårt samhälle, nu och framöver. Bl.a. har litteratur skriven av stadshistorikern Bosse Bergman använts tillsammans med examensarbetet *Från köpcentrum till upplevelseforum – utvecklingen 1950 – 2020* (Björk et al, 2009), från Handelshögskolan i Kalmar för att få en historisk bakgrund till fenomenet köpcentrum. För att få veta mer om shopping har jag läst och jämfört forskning i form av Daniel Kochs (Teknologie Dr., forskare, lärare vid Arkitekturskolan, KTH) avhandling *Structuring fashion, department stores as spatial practice* (2007), artiklar från bl.a. The Urban Land Institute,

rapporter, dels med utgångspunkt i ekonomi (Echeverri et al, 2009) dels med utgångspunkt i arkitektur och stadsbyggnad (Borén och Koch, 2009). Även en rapport *The Future of Shopping Places* (2008) från köpcentrumsägarna Steen & Strøms eget forskningslaboratorium Trendlab har studerats. Denna litteratur har även använts för avsnittet om handelns plats i rådande stadsbyggnadsideal tillsammans med kompletterande material från bl.a. Boverket, och Sveriges arkitekter.

Fallstudie av Östra Centrumprojektet i Kristianstad

Studien har framförallt bestått av en ingående studie av de handlingar som upprättats i samband med projektet. Bl.a. en handelsutredning från Nordplan, den fördjupade översiktsplanen *Kristianstad Växer!*, förslag och bearbetat förslag från White arkitekter, gestaltungsprogram, planprogram, plan- och genomförandebeskrivning, MKB, detaljplan, programsamrådsredogörelse, samråd för detaljplan och protokoll från byggnadsnämndens och kommunstyrelsens sammanträden, m.m. I studierna av detta material har jag kunnat följa den intensiva planeringsprocessen och projektets utveckling, det har också varit viktigt att få inblick i vilka ställningstaganden som har gjorts i olika skeden.

Intervjuer

Utöver skrivet material, skisser och planer har även

intervjuer för en mer nyanserad bild av projektet genomförts med:

Karoline Lindén, Planeringsarkitekt på Stadsbyggnadskontoret i Kristianstad

Heléne Fritzson, Kommunstyrelsens vice ordförande

Charles Larson, Marknadsdirektör på Steen & Strøm Sverige som är exploatörer av Östra Centrum.

Charlotte Kristensson, Arkitekt på White arkitekter som anlits av Steen & Strøm för gestaltungsarbetet.

Karin Mattsson, Medborgare

Maria Arrskog, Medborgare

Hanna Petersson, Medborgare

Precis som både Bell (2006) och Merriam (1994) nämner som en av nackdelarna med intervjun som teknik för informationsinsamling, har jag fått ett spretigt och ganska svåranalyserat material att arbeta med. Att få till stånd en intervju och bearbeta materialet har varit tidskrävande. Trots att jag har gjort s.k. loggar istället för fullständiga transkriberingar av de inspelade intervjuerna, har arbetet tagit mycket mer tid än vad jag hade räknat med. Alla loggar har dessutom skickats med e-post till respektive respondent som har fått komma med eventuella synpunkter varefter jag har fått klartecken att använda materialet som källa i min uppsats. Detta har tagit mycket tid, men har känts viktigt för materialets trovärdighet. Några respondenter har velat korrigera eller förtydliga något i loggen. Det-

ta tror jag beror på att talspråket inte är lika ”linjärt” som skriftspråket. I något fall har jag även hört fel eller missuppfattat någonting på inspelningen.

och kommunernas hemsidor. Observationer på plats har varit en annan viktig informationskälla.

Utvärdering av förslaget

Eftersom Kristianstad är min födelsestad och jag har levt nästan 20 år av mitt liv där har jag känt att jag kan staden och området väl. Jag känner till hur platsen används och är bekant med rörelsemönstret. Utifrån min erfarenhet av platsen har jag sedan gjort ett antal analyser med avseende på bl.a. rörelse och vistelse i den omgivande stadsmiljön så som det ser ut idag och hur det skulle kunna se ut efter tillkomsten av Östra Centrum. Jag tror inte att min bakgrund eller min känslomässiga koppling till platsen har varit någon nackdel i analysarbetet, då jag även har ett professionellt intresse i egenskap av blivande landskapsarkitekt. Planer, flygfoton, foton och egna iakttagelser på plats har använts som underlag för analyserna.

Andra aktuella köpcentrumsprojekt

För att undersöka i hur stor utsträckning Östra Centrumprojektet liknar andra köpcentrumsprojekt och om det finns något generellt mönster för hur man funderar kring den omgivande stadsmiljön i dessa projekt har jag även tittat lite mindre ingående på tre andra aktuella projekt: Mobilia, Entré och Caroli City i Malmö. Information till dessa studier har hämtats företrädesvis ifrån tidningsartiklar, köpcentrumens hemsidor

Litteraturstudie

För att hitta ingångar till diskussionsavsnittet som kommer senare i uppsatsen, har jag valt att göra en litteraturstudie. Litteraturen spänner över ett brett område. Först studeras historiska kopplingar mellan stad och handel samt de svenska köpcentrumens utveckling. Därefter kommer ett avsnitt som tar upp aktuella stadsbyggnadsideal och planeringstrender som Hållbarhet, För tätning och Privatisering av offentligt rum. Sist i kapitlet studeras fenomenet shopping, hur det diskuteras inom arkitekturen och hur shoppingmiljöer fungerar.

Jag har försökt koncentrera mig på aspekter som berör handeln och framförallt köpcentrum. Innehållet kan vid en första anblick tyckas spretigt, men jag har funnit att det mesta på olika sätt är interrelaterat. Det finns inga enkla orsak – verkan förhållanden. Sambanden är komplexa, men de finns där!

Litteraturstudien har varit viktig för att försöka förstå min egen ambivalens inför fenomenet shopping; samtidigt en misstro och en lustfylld fascination. En ambivalens som jag tror att jag delar med många. Varför shoppar vi trots att vi ogillar överkonsumtion?

För att bättre kunna förstå de val som har gjorts i Östra Centrumprojektet (dels av kommunen, dels av Steen & Strøm och konsulterna White arkitekter AB) har det känts viktigt att titta på hur handeln ge-

nerellt hanteras i planeringen. Även hur det specifika projekt jag har valt att titta på förhåller sig till mer övergripande stadsbyggnadsideal har känts relevant. Förhoppningsvis kan litteraturen också bidra till insikt om vilken betydelse projektet kan få för Kristianstads stadskärna. Jag hoppas kunna ta stöd i litteraturen i argumentationen kring de lösningar som föreslås för köpcentrumet och dess omgivningar i handlingarna för Östra Centrum.

Köpcentrumens utveckling i Sverige

I det här avsnittet följer en kort beskrivning av den historiska kopplingen mellan stad och handel. Även en kort redogörelse ges för hur köpcentrum har utvecklats i Sverige. Slutligen resoneras kring hur framtiden för dessa köpcentrum kan komma att se ut. Kapitlet är tänkt som en introduktion till fenomenet köpcentrum, samt de aktörer som påverkar och påverkas av dem.

Sammanfattning av avsnittet

Stad och handel har alltid hört ihop. Handeln har varit beroende av staden för en jämn avsättning av varor ända till massbilismens inträde under 50-talet. Bilen gjorde då att arbetskraft och varor kunde hämtas från ett större omland och handelslokaliseringar externt i goda trafiklägen blev vanligt. Handelsenheterna har genom historien generellt blivit större och butiksformerna mer rationella (Bergman, 2003).

Idag är vi fortfarande beroende av våra bilar och många etableringar ligger externt. Lägen i staden, nära kollektivtrafik blir emellertid viktigare i samband med att aspekter som bekvämlighet och miljö väger allt tyngre. Konsumenterna efterfrågar i allt större utsträckning nytänkande och vill uppleva saker i samband med sin shopping (Björk et al, 2009). Nya typer av hushåll och nya former av konkurrens gör att bl.a. köpcentrumens förutsätt-

ningar har förändrats och att köpcentrumskonceptet behöver upprustas (Beyard, et al, 2009).

Framöver blir det viktigt att titta bortom fastighetsgränserna och bortom själva detaljhandelsvärlden när visioner ska formuleras för vad som kan och borde inkluderas i köpcentrumsprojekt (Beyard, et al, 2009). Kvarterstaden är förebild snarare än isolerade jättelådor i parkeringsöknar (Schlyter, 2009). Konsumenter förväntas framöver att styras av begär snarare än behov och shoppingen blir en total upplevelse för alla sinnen. Köpcentrumen måste därför kunna erbjuda en varierad och dynamisk miljö med ett unikt och föränderligt innehåll. Det blir viktigt att finnas där människorna finns, köpcentrumen måste därmed bli mer integrerade och ta större socialt ansvar. Att kunna hantera flöden i och kring köpcentrumen blir betydelsefullt (Steen & Strøm, 2008).

Stad och handel

I inledningen till sin bok *Handelsplats, shopping, stadsliv – En historik om butiksformer, säljritualer och det moderna stadslivets trivialisering* skriver Bosse Bergman att stad och köpenskap hör ihop. Bördiga marker samlade tidigt människor som så småningom bildade bosättningar. Efterhand som bosättningarna blev större inledde köpmän och hantverkare handel i olika former. Tack vare det växte stadsliv och urban kultur fram. Marknader började hållas på stadens torg. Torgets vecko- och säsongsmarknader utökades så småningom med handelsbodas utmed huvudgatan. Dessa omvandlades till butiker med skyltfönster när industrialiseringens jämna produktion krävde en lika jämn avsättning. Antalet permanenta försäljningsställen ökade nämligen och handelsmännen med sina bodar var tvungna att anpassa sig och arbeta för en mer aktiv försäljning. Skyltningen mot gatan blev därför en lösning som lockade förbipasserande att handla och som också underlättade kundernas val av varor (Bergman, 2003).

Bilismens och externhandeln

Med massbilismen bröts det historiska beroendeförhållandet mellan stad och handel genom att kunder kunde hämtas från ett större omland. Detta medgav handelsetableringar externt i goda trafiklägen. Parallellt föddes vad Bergman kallar för köpcityt, där stadskärnan fungerade som renodlat handelscentrum vilket

tömdes på folk efter stängningsdags (Bergman, 2003). I köpcityt blev skyltgatan ofta gågata. Den kämpar idag i flera svenska städer för sin överlevnad allteftersom externhandeln växer fram och dränerar stadskärnan på sitt kundunderlag. Trots detta beskriver Bergman köpcityt som hemvist för de mest livliga mötesplatserna i staden. Gågatorna i köpcityt är också de mest välbesökta stadsmiljöerna, förutom knutpunkter för trafik och resande. Om man tidigare ansåg att det inte kunde finnas handel utan stadsliv, är det idag snarare så att det inte kan finnas stadsliv utan handel (Bergman, 2010).

I Boverkets skrift *Dags att handla nu - Detaljhandeln och en hållbar samhällsutveckling* beskrivs bl.a. handelns utveckling i Sverige under modern tid. Där kan man läsa om hur funktionalismen bidrog till ett grannskap som skulle vara självförsörjande med skola och handel m.m. Antalet närbutiker var stort och många s.k. stadsdelscentrum byggdes. Precis som nämnts tidigare påverkade sedan bilismen handelns utveckling i stor utsträckning. Servicen omstrukturerades, såväl arbetskraft som kunder kunde tack vare ökad bilanvändning hämtas från ett större omland. Somliga områden blev rena bostadsområden och staden började alltmer delas in i zoner. I flera fall innebar detta att tydlighet, sammanhang och inte minst trivsel försvann. Vardagslivet påverkades i hög grad. Parallellt med denna strukturförändring har kollektivtrafikunderlaget gradvis minskat. Servicen har på grund av detta försämrats kraftigt

för dem som inte har tillgång till bil, vilket enligt Boverket omfattar en fjärdedel av de svenska hushållen. En jämförelse av antalet dagligvarubutiker från 1950-talet till idag gör denna skillnad i tillgänglighet till s.k. service väldigt tydlig. På 1950-talet fanns ca 36000 dagligvarubutiker i Sverige. De flesta slogs ut när större varuhus blev populära och öppnade på 1960-talet. Idag finns endast ca 6000 dagligvarubutiker. Enheterna blir allt större och ligger oftare i utkanten av staden. Även om kollektivtrafiken skulle satsa på tillgänglighet till den storskaliga externhandeln är det enligt Boverket tveksamt om kombinationen skulle vara framgångsrik. Veckohandling på stormarknaden och bussåkande är troligen svärförenat för de flesta. Storskaligheten hos de externa etableringarna utgör ett visst problem och kritiseras hårt i olika sammanhang, men man bör inte glömma att den också möjliggör effektivisering och kostnadssänkningar för dem som har tillgång till servicen (Boverket, 2004).

Från varuhus till köpcentrum

Bergman beskriver handelns utveckling i Sverige som en omfördelning mot större enheter och en rationalisering av sälj- och butikformer. Från expediternas ”Vad får det lov att vara?” över disk, till revolutionerande självbetjäning. Dagligvaruhandeln var först ut med att låta kunderna botanisera själva bland varorna i början av 50-talet. Sedan följde de allsorterade varuhusen och sist fackhandeln. Självbetjäningen banade

väg för nya storbutiker i attraktiva lägen, gärna längs någon av stadens storgator. Under femtiotalets början fanns ca 50 små varuhus runt om i Sverige. 1970 kunde man räkna till ca 400 större anläggningar vid storgator och stortorg. Fackhandeln gjorde en motoffensiv och utvecklade kedjebildningar med nya storbutiker. Som exempel på denna typ av anläggningar kan nämnas bl.a. Lindex, H&M och Kappahl. Mot slutet av 70-talet var varuhusens glansdagar i stort sett över och de tappade alltmer mark (Bergman 2010). Ytterligare konkurrens från externhandeln gjorde att stadscentrumen måste satsa på spektakulära tillskott för att inte dö ut. De gamla varuhusen och ibland hela centrumkvarter omvandlades till köpcentrum. Miljön kring gågatorna blev kompakt, kommersialiserad och höga lokalhyror omöjliggjorde ett blandat verksamhetsutbud. Gågatans funktion som levande stadsrum för kvällslivet gick förlorad eftersom anledningen att uppehålla sig där försvann efter butikernas stängningsdags (Bergman, 2003).

Trenden med byggandet av köpcentrum fortsatte och Bergman talar om en ”galleriseringsvåg” i Sverige mellan 1985-1995. Ny överglasningsteknik, och billigare tekniker för glasframställning möjliggjorde att nya köpcentrum i form av handelsmiljöer under glas kunde ploppa upp i i stort sett varenda svensk stad. Den överglasade gården/gatan/lobbyen blev sinnebilderna för en kreativ miljö och mötesplats. De centrala köpcentrumen blev lösningen på cityhandelns problem

i form av konkurrens från extern handel (Bergman, 2003).

Initiativen till att bygga dessa köpcentrum kom sällan ifrån handeln själv, utan ifrån bygg- fastighets- försäkrings- och konsultföretag som såg en chans att ekonomiskt förädla centrala fastigheter med dåligt utnyttjade gårdar på ett enkelt sätt. Genom att bygga glastak över gården och öppna upp fler passager in och ut hade man snabbt byggt en galleria med många nya butikslokaler till relativt låg kostnad. Innehållet och branschmixen blev i stort sett densamma överallt (Bergman, 2003).

Köpcentrum idag

De flesta av dagens köpcentrum domineras av välkända butikskedjor och ligger på de mest tillgängliga och synliga platserna längs trafikens pulsådor, både centralt och externt. Branshmixen är fortfarande i stort sett densamma överallt. Att definiera ett köpcentrum är inte helt lätt, det kan finnas många nyansskillnader. I *Ten principles for rethinking the mall* en rapport från The Urban Land Institute skriven av Beyard et al, kan man läsa att köpcentrum:

”(---) erbjuder kontrollerade shoppingmiljöer som uppfattas som rena, trygga och förutsägbara; de har den största koncentrationen av de mest åtrådda märkesbutikerna i sitt handelsområde, de är en del av

kundernas etablerade shoppingmönster; och, kanske viktigast av allt, de erbjuder mycken och bekväm parkering” (Beyard et. al, 2006 s.iv)

Skandinavians största ägare av köpcentrum, Steen & Strøm, har tillsammans med en bredd kompetenser (ekonomer, arkitekter, design, media, beteendevetare m.fl.) i framtidworkshopen Trend Lab, sammanställt rapporten *The Future of Shopping Places*. I rapporten definieras shopping places – shoppingplatser (där köpcentrum kan vara en typ) som geografiska områden vilka inte är alltför små (minst 30 butiker och serviceinrättningar), vars huvudsyfte (men inte enda syfte) är shopping. De uppfattas av konsumenterna ha en gemensam identitet, en enande idé och som kan (men inte måste) samordna sina verksamheter genom gemensamma öppettider, marknadsföring etc. (Steen & Strøm, 2008).

Tillsammans tycker jag att dessa två beskrivningar täcker in mycket och jag tror att de stämmer med den övergripande mentala bild av köpcentrum som många har.

Köpcentrumsutvecklingen och dess huvudaktörer

Den svenska köpcentrumsutvecklingen beskrivs av Sara Björk et al i ett examensarbete i företagsekonomi: *Från köpcentrum till upplevelseforum – utvecklingen 1950 – 2020*, som ett förlopp i (hittills) tre etableringsvägor.

Björk et al redogör för hur de fyra främsta aktörerna: *Ägare, Kommun, Hyresgäster* och *Besökare*, påverkat och påverkats av köpcentrumutvecklingens olika faser. När det gäller aktörerna är *Köpcentrumsägarna* numera i allt större utsträckning specialister inom området. Som exempel kan nämnas Steen & Strøm som uteslutande äger och förvaltar köpcentrum och som också strävar efter att vidareutbilda sig själva, bl.a. genom sitt Trend Lab. Björk et al tror specialiseringen innebär att kunskap och förnyelse kommer att prägla den framtida utvecklingen av köpcentrum. *Kommunen* har stort inflytande tack vare planmonopolet. Kommunen kan i regel ställa krav på hög yttre kvalitet vilket kräver satsningar även på den omkringliggande miljöns utformning. För kommunen har köpcentrumen stor betydelse eftersom de kan bidra med arbetstillfällen, attraktionskraft och ökad inflyttning. *Hyresgästerna* i köpcentrumen inbringar inkomster, fungerar som marknadsföringsredskap och berikar innehållet. *Besökarna* i sin tur styr innehållet och utvecklingen av köpcentrumen med sina konsumtionsmönster (Björk et al, 2009).

Den 1.a etableringsvägen (1950-1975) kallar Björk et al för *Innovationsfasen*. Under den här perioden fick förorten ett uppsving och fokus låg på rationella lösningar. Ägare till köpcentrum under den här perioden var oftast olika byggföretag. Funktionerna var segregerade, materialen funktionella och designen rationell. Den 2.a etableringsvägen (1975-2000) kallas för *Tillväxtfasen*.

Fokus förflyttades till service och satsningar gjordes på ny- och ombyggnation. Ägarna blev under den här perioden mer specialiserade, d.v.s. de inriktade sig på just köpcentrum. Lokaliseringarna var oftast externa. Nya material och inglasade byggnader kännetecknade designen. Den 3:e etableringsvågen (2000-) som vi alltså är mitt uppe i, kallar Björk et al för *Mognadsfasen*. Stora köpcentrum blir nu större och besökarna kräver innovation, känsla och upplevelse. Ägarna är ofta internationella investerare. Funktionerna ska vara integrerade och designen präglas av färg, form och belysning. Miljön är alltmer upplevelsebaserad (Björk et al, 2009).

Nya förutsättningar för dagens köpcentrum

Beyard et al framhåller i sin rapport att köpcentrumens förutsättningar idag är mycket annorlunda mot förr. Förhållandena i rapporten är amerikanska, men jag tror att de i stor utsträckning kan översättas till de svenska. Beyard et al menar att våra shoppingpreferenser blir mer och mer individuella samtidigt som köpcentrumsdesign blir allt mer standardiserad. Dagens kunder söker autenticitet och en djupare känsla av samhörighet med sitt samhälle. Många shoppare föredrar shoppingupplevelser utomhus antingen i nya centrum eller i äldre shoppingdistrikt som är väl integrerade med andra vardagliga aktiviteter. Tyvärr erbjuder få av dagens köpcentrum sådana miljöer (Beyard et al, 2006).

De har istället historiskt varit och är fortfarande i stor utsträckning monofunktionella, storskaliga monoliter med intetsägande design som vänder sig inåt mot inglasade shoppinggator och vänder ryggen mot sitt grannskap. Arkitekturen, ytorna, miljöerna och uppbyggnaden är många gånger förutsägbar. Beyard et al påpekar att många köpcentrum som låg externt när de byggdes med tiden har blivit omslutna av den växande staden och kan därför varken expandera eller utvecklas i den utsträckning som skulle behövas för att upprätthålla vitaliteten. Dessutom har detaljhandelskonkurrensen blivit hårdare och ser annorlunda ut mot vad den gjorde när de första köpcentrumen öppnade. Mer exklusiva specialbutiker och livsstilsaffärer lockar kunder i ena ändan av skalan, medan billiga webbutiker och outlets drar i den andra. Ytterligare en stor förändring är att det inte på samma sätt som på 50- och 60-talen finns hemmafruar som har tid över för traditionell shopping. Istället är det andra typer av hushåll med andra vanor och preferenser som dominerar (Beyard et al, 2006). Thomas Borén (Filosofie Dr., forskare, lektor och huvudlärare i samhällsplanering vid kulturgeografiska institutionen, Stockholms universitet) och Daniel Koch (Teknologie Dr., forskare, lärare vid Arkitekturskolan, KTH) är av en liknande uppfattning. De menar i sin forskningsrapport *Platser i praktiken och social hållbarhet - Hökarängen och andra små centrumbildningar i fokus* att den ökande rörligheten, tvåförsörjarsamhället, minskad trångboddhet, ny an-

vändning av hemmen, effektivisering av detaljhandeln och annat som idag präglar vardagslivet i grunden har ändrat vårt rumsliga beteende, kanske särskilt vad gäller konsumtion (Borén och Koch, 2009).

Vi är emellertid fortfarande i stor utsträckning beroende av våra bilar och många köpcentrum har lägen som kräver tillgång till bil. Lägen närmare kollektivtrafik eller på gångavstånd blir dock av bekvämlighets- och miljöskäl mer attraktiva (Beyard et al, 2006).

Morgondagens köpcentrum

De förändrade förutsättningar som Beyard et al tar upp och de krav på innovation som Björk et al hävdar att konsumenterna har innebär att köpcentrumsformatet är i behov av en upprustning. Beyard et al menar att det går att genomföra förändringar av köpcentrum som kan bidra med värden under lång tid för hela samhället. Självklart ska man ta den chansen! Förutsättningen är att såväl allmänheten och kommunerna som de med privata intressen i en utveckling av ett köpcentrum tar ansvar för att titta bortom fastighetsgränserna och bortom själva detaljhandelsvärlden när man försöker formulera visioner för vad som kan och borde inkluderas i ett eventuellt projekt (Beyard et al, 2006). Olga Schlyter, byggnadsantikvarie på Kulturarvsenheten vid Malmö Museer, är i sin artikel *Shoppingstaden* inne på samma linje och menar att man numera hellre har kvartersstaden som förebild när köpcentrum ska byggas eller rustas upp, än lådor i parkeringsöknar av

typen amerikanska shopping malls (Schlyter, 2009). Man låter alltså konceptet köpcentrum innehålla mer och lånar stadens formspråk istället för att skapa isolerade enheter i stora parkeringsöknar. Schlyter funderar också över vad en framtid med minskad konsumtion kan ha i beredskap åt alla köpcentrum som byggs och byggs om:

”Man kan ändå inte låta bli att fråga sig vad som ska ske med alla dessa köpcentrum på lång sikt. Ur ett hållbarhetsperspektiv är det inte rimligt att vi fortsätter med dagens konsumtionsmönster. I framtiden kommer vi kanske att stå inför nya spännande ombyggnadsprojekt när det är dags att göra om de gamla köpcentren” (Schlyter, 2009. s.40)

Upplevelser i fokus

Björk et al föreslår i *Från köpcentrum till upplevelseforum...* precis som titeln avslöjar, att benämningen köpcentrum i framtiden skall ersättas med den betydligt rymligare termen upplevelseforum. Den passar bättre in på de krav framtidens besökare förväntas ha på att uppleva saker och interagera med omgivningen när de shoppar. Björk et. al efterfrågar nytänkande med avseende på utformning och föreslår att arkitekter utan tidigare erfarenhet av detaljhandelsanläggningar skall anlitas i större utsträckning för att undvika likriktning och för att möjliggöra variation (Björk et al, 2009). Förslaget är kanske lite naivt men inte alldeles poäng-

löst. Om man istället för att arbeta utifrån föreställningar om vad som vanligtvis ryms i ett köpcentrumskoncept, arbetar som om varje köpcentrum var ett helt nytt fenomen borde ju en större variation kunna uppstå. Därmed inte sagt att arkitekter utan erfarenhet av detaljhandelsanläggningar skulle ha lättare för ett sådant arbetssätt.

Björk et al menar vidare att det idag finns för få ofentliga platser som uppmuntrar människor till att umgås och aktivera sig utanför hem och arbetsplats. Platser med en bred variation av aktiviteter och som finns nära människors bostäder och arbetsplatser. Björk et al tror därför att etablering av blandad bebyggelse kommer att öka och att köpcentrum i stadskärnan kan få ökad betydelse när folk vill bo centralt med gångavstånd till det mesta (Björk et al, 2009).

Det mer upplevelsebaserade köpcentrumet ligger också i linje med vad Steen & Strøms Trend Lab förutspår. Trend Lab beskriver en utveckling där vi har gått ifrån *Varuekonomi* (baserad på jordbruk och livsmedel), via *Industriell ekonomi* (där inköp baseras på pris och volym) till *Serviceekonomi* (där konsumenten är villig att betala för tjänster och företag tjänar pengar på kringsservice snarare än produkter). Nu står vi inför ytterligare ett skifte där konsumenten efterfrågar upplevelser och en själ hos produkter. Produkterna måste stå för något och berätta en historia. Vi håller på att få en *Upplevelseekonomi* (Steen & Strøm, 2008). Trend Lab resonerar i sin rapport kring hur köpcentrum kan

komma att utvecklas utifrån dessa nya förutsättningar. Förändringar kommer givetvis att bero på specifika beslut som fattas av de fyra huvudaktörer som tidigare nämnts, men även på ett antal mer övergripande förändringar, växlingar i hur vi lever våra liv.

Växlingar i samhället som förändrar köpcentrumen

Tio viktiga växlingar i samhället och deras betydelse för morgondagens shoppingplatser har vaskats fram av Trend Lab och behandlas i rapporten *The Future of Shopping Places*. Växlingarna tros kunna ske från år 2008 till 2020, inom områdena: *Makt, Alder, Värderingar, Bekvämlighet, Form, Internetanvändande, Konzeptualisering, Storstadstillväxt, Miljö* och *Klass*. Nedan kommer jag att redogöra mycket kort för de tio växlingar som utförligt diskuteras i Trend Labs rapport.

Maktväxling: Producentmakt växlas till konsumentmakt. Moderna media- och kommunikationskanaler (bloggar etc.) gör att enskilda personer som inte är knutna till något företag dels har möjlighet att snabbt och effektivt bilda opinion och dels har möjlighet att starta upp egna konkurrerande företag är avgörande för utvecklingen. Att nå kunder i precis rätt ögonblick blir viktigt och Trend Lab tror att fler tillfälliga konceptbutiker blir vanligare och att köpcentrum kommer att få en större omsättning av hyresgäster samtidigt som enskilda butiker kommer att byta ut delar av sitt utbud oftare.

Aldersväxling: Synen på hur människor betar sig i en viss ålder förändras. Vi blir allt äldre. Pensionen är inte längre en tidpunkt då vi drar oss tillbaka, den har blivit en ny frihetstid då vi är mer aktiva än någonsin. Samtidigt har tweens (barn mellan 8-14 år) stort inflytande i fråga om familjens olika inköp. Hälsa är ett av de viktigaste koncepten i vår tid. Trend Lab tror därför att hälsovård blir vanligare även i köpcentrumen.

Värdeväxling: I takt med att konsumenternas materiella behov blivit tillgodosedda, blir drivkraften istället en önskan om välbefinnande. Shoppandet handlar om att stilla begär istället för behov. Konsumenterna byter snabbt mellan identiteter och shoppar inkonsekvent såväl lyxvaror som ekoprodukter eller billighetsvaror. För att köpcentrumen ska kunna hålla sig aktuella i de ständiga identitetssvängningarna blir det viktigt med dynamiska miljöer och fasader.

Bekvämlighetsväxling: Tid är en bristvara, konsumenter köper numera ofta service (någon annans tid). Vi vill och förväntar oss att allt vi behöver ska finnas inom räckhåll. Att vara tillgängligt blir därför viktigt för köpcentrum framöver.

Formväxling: Design har blivit tillgängligt för massorna i en sorts "Massklusivitet". För att kunna konkurrera måste upplevelsen av olika varumärken därför bli total. Vi kommer att se mer av s.k. 5-D marknadsfö-

ring (syn, doft, hörsel, smak, känsel). Köpcentrumens arkitektur och form signalerar vem som ska shoppa, hur och vad. Helheten ska stämma med den enskilda produkten.

E-växling: E-handeln kommer att öka och det kommer att finnas fler betalningsmöjligheter. Konsumenterna kan sitta hemma framför datorn och påverka ända från produktionsledet.

För köpcentrumen tror Trend Lab att det kan betyda att fler lokaler framöver kommer att användas som showrooms för webb-butikernas varor, eller för reparationer och service. Att skapa en total shoppingupplevelse med umgänge i en unik miljö, blir avgörande för att kunna konkurrera med e-handeln.

Konceptväxling: Tidigare byggdes varumärken till stor del upp av själva produkten. Framöver blir paketeringen, miljön och upplevelsen som omgärdar produkten allt viktigare.

Konkurrens kommer nämligen inte bara att föreligga mellan enskilda varor och butiker utan också mellan olika handelsplatser. Det blir därför viktigare för köpcentrum att bli experter på konceptualisering och att ha ett tydligt varumärke. Arkitektur och design blir viktiga redskap i denna strävan efter att sticka ut.

Storstadsväxling: Våra städer växer. Funktionssepareringen är omodern. Köpcentrum måste därför bli

mer integrerade i stadsplaneringen och ges ett bredare innehåll. Krav kommer att ställas på ökat socialt ansvar om köpcentrumen blir en del av samhället. Man kan tänka sig nya finansieringsmodeller där privata exploatörer exempelvis tar ansvar för utbyggnad av infrastruktur etc.

Miljöväxling: Konsumenternas engagemang kommer att skifta från ekolyx (dyra och exklusiva ekologiska varor) till ett måste för överlevnad. Brist på energi och råmaterial kommer att göra att konsumenterna kommer att kräva att såväl producenter som köpcentrum tar större ansvar för miljön. Återvinning kommer förmodligen att integreras mer med shopping.

Klassväxling: De traditionella klasserna finns inte längre, trots det ökar klyftorna och vi blir mindre jämställda. Ojämsliddheten beror inte bara på pengar utan också andra faktorer som utbildning, språk, kontakter, tillgång till media och nätverk.

För köpcentrum kommer multikulturella inslag att bli viktigare och faktorer som har med trygghet att göra. (Steen och Strøm, 2008).

Stadsbyggnadsideal och planeringstrender

I det här avsnittet kommer jag att ta upp några aktuella ideal och tendenser i planering och stadsbyggande. I den mån det har varit möjligt har jag försökt använda mig av litteratur som dessutom behandlar dessa i förhållande till handel eller konsumtion. Det som jag särskilt har intresserat mig för är frågor som: Vad anses i dagsläget vara god stadsmiljö i Sverige och vilken plats har handeln i en sådan stadsmiljö? Naturligtvis finns det många fler tendenser än de jag tar upp. Jag har emellertid valt att koncentrera mig på ett fåtal som jag upplever har diskuterats frekvent under min tid på landskapsarkitektutbildningen och där jag har funnit att handel antingen påverkar eller påverkas av utvecklingen. Jag inleder med ett avsnitt om vad en stadskärna egentligen är. Den har en framträdande roll i de planeringstrender som tas upp. De trender jag har valt ut rör i tur och ordning; *Hållbarhet, Förtätning och blandad bebyggelse* samt *Privatiseringen av det offentliga rummet*.

Sammanfattning av avsnittet

Stadskärnan kan beskrivas som ett geografiskt och mentalt avgränsat rum med vissa specifika fysiska och kulturella kvaliteter där handeln är en viktig sådan kvalitet (Bergman, 2003). Stadskärnan är ett av få områden som engagerar hela stadens befolkning och fungerar utåt som symbol för staden (Ullstad, 2008).

Hållbarhet är ett aktuellt, men otydligt begrepp som kan omfatta många olika ämnesområden. Egentligen är det kanske en strävan efter att uppnå en balans mellan olika typer av hållbarhet: ekologisk, ekonomisk, social och teknisk. Handeln är en viktig komponent i den balansen. Den har betydelse för ett områdes sociala kvaliteter, ekonomisk livskraft och även för miljön. Att den placeras nära människorna kan ex. innebära minskat bilberoende (Boverket, 2004).

Steen & Strøm tror att köpcentrum framöver måste anpassa sig efter konsumenternas högre miljökrav och att fokus kommer att vara på att konsumera rätt saker på rätt sätt (Steen & Strøm, 2008).

För att uppnå ett mer hållbart samhälle uppges ofta förtätning av staden och blandad bebyggelse vara lösningen. För köpcentrumens del innebär det mer centrala placeringar i städerna. Detta ställer krav

på bättre integration med omgivningen och ett större socialt ansvar. Exempelvis kan samhällsinsättningar som bibliotek, hälsovård etc. tillåtas ta plats i anläggningarna (Steen & Strøm, 2008). I den täta staden måste det framförallt finnas utrymme för flexibilitet och variation (Jadelius, 2009).

Något som ofta diskuteras i samband med köpcentrum är hur de eventuellt bidrar till att lösa upp gränser mellan vad som är privat och vad som är offentligt. De är tillgängliga för de flesta, men undantag finns och tillträdet begränsas av bl.a. öppettider (Ullstad, 2008).

Man bör skilja på offentligt rum och offentligt ägt rum (Koch, 2007). Kanske har köpcentrumen en helt egen offentlighet? Bergman pratar t.ex. om en varuhusoffentlighet. Det är inte rimligt att tvinga köpcentrumen att bli mer offentliga. Istället bör kommunen skapa genuint offentliga inomhusrum. Det är kommunens ansvar att stadskärnan är tillgänglig för alla (Bergman, 2003).

Det offentliga rummet blir också mer och mer kommersialiserat. Fokus har flyttats från vad vi producerar till vad vi konsumerar och rummen vi rör oss i blir rum för konsumtion (Koch, 2007).

Stadens centrum

Precis som jag tog upp i bakgrunden till uppsatsen tycker jag att det är relevant att inför fallstudien av Östra Centrum i Kristianstad titta närmare på vad ett centrum är. Alltså vad vi förväntar oss att finna i stadskärnan och vad vi önskar att den ska innehålla. I många av de trender jag tar upp senare i det här kapitlet har stadskärnan en framträdande roll och dess betydelse för hela staden ifrågasätts relativt sällan. Eftersom syftet med uppsatsen är att titta på hur köpcentrum som har centrala lägen i staden påverkar den omgivande stadsmiljön känns det intressant att resonera kring vad denna centrala stadsmiljö är och varför den är som den är.

Stadskärnan kan vara antingen en geografisk avgränsning av ett centralt beläget rum (det som kallas för centrum på kartan), eller en mental avgränsning av ett socialt och kulturellt rum (det som känns som centrum när man rör sig genom staden). Kanske är det mest riktiga att det är kombinationen som beskriver vad stadskärnan egentligen är?

Bergman menar att man i Sveriges mindre städer ännu under 1900-talets början inte hade någon anledning att tala om ett särskilt centrum. Möjligen hänvisade man till storgatan eller torget. I större städer däremot, hade industrialiseringen bidragit till att en krans av bostäder och verksamheter bildats runt en kärna av handel och bankväsende vilken gärna framhölls som ett särskilt

område: Centrala staden. Benämningen var främst en rumsangivelse. En beskrivning av området som en geografisk mittpunkt utan referenser till den sociala, politiska och ekonomiska betydelse området hade. Den geografiska mittpunktens betydelse togs, enligt Bergman, för given och förstärktes ytterligare genom att alla verksamheter som vände sig till hela stadens befolkning sökte lokaliseringar så centralt som möjligt i förhållande till bebyggelsens rumsliga utbredning. Centrala staden hade i regel en blandning av hus i olika skick, storlek och ålder som gjorde det möjligt även för små butiker, restauranger och caféer att etablera sig på acceptabla lägen. Längre fram, under mellankrigstiden fanns en tydlig tendens till centrumbildning i svenska städer och handeln hade en nästan avgörande roll i den utvecklingen. Centralpunkten ansågs alltså vara centralstationens och bankernas läge, men det var butikernas utbredning som avgjorde centrumets avgränsning. Begreppet City började så småningom användas om stadskärnan, först i Stockholm och senare även i andra svenska städer (Bergman, 2003).

När det gäller formen på stadskärnan anses ofta rutnätsplanen bidra till en bättre stadsmässighet än exempelvis modernismens trädplan. Anledningen till det är förmodligen att det är lätt att orientera sig i ett rutnät och det medger stora möjligheter att välja alternativa rutter mellan olika målpunkter, allting ligger ”nära” på ett annat sätt än i trädplanen. Rutnätsplanen var enligt

Bergman liberalismens idealplan där företagare i öppen konkurrens antogs kunna avgöra vilka gator som blev huvudgator och vilka som blev bakgator i den likformiga rutnätsplanen. Men inte ens fri konkurrens avgjorde allt. Även i en relativt likformig rutnätsplan fanns rumsliga element som trots allt bidrog till att en viss hierarki uppstod:

”Huvudgata blev vanligtvis den gata som låg någorlunda i mitten, löpte parallellt med vattendrag och järnväg och hade goda anslutningar till infartsvägarna (---)” (Bergman, 2003 s.73)

Sådana hierarkier kan man skönja även idag och fortfarande verkar butikernas utbredning ha betydelse för vad som uppfattas vara centrum i en stad. Thomas Borén och Daniel Koch redogör i sin forskningsrapport för hur intervjupersonerna i studien som de genomförde verkade likställa centrum med ett butikscentrum. De allra flesta ansåg inte att det krävdes annan service än kommersiell service för ett område skulle uppfattas som centrum, däremot ansåg de att annan service var viktig för ett levande centrum. Slutsatsen blev att:

”Det verkar finnas både en önskan om och en tro på nödvändigheten av (och en viss osäkerhet på vad och hur) att centrum ska vara något mer än handelsplats för att fungera (---)” (Borén och Koch, 2009. s. 23)

Stadscentrumet eller stadskärnan är alltså ett rum som ligger geografiskt centralt i staden. Mentalt avgränsar vi också intuitivt stadscentrumet utifrån de sociala och kulturella kvaliteter som finns. Strukturen är oftast tät och rutnätsmönstrad, allting ska ligga nära. Bebyggelsen är varierad med avseende på såväl ålder som storlek. Vi förväntar oss att hitta en viss typ av service här såsom större knutpunkter för resande (ex. centralstationen) och banker, men framförallt butiker av olika sorter. För att centrum dessutom ska uppfattas som levande ska det helst rymma även andra typer av icke kommersiell service.

Att centrum har betydelse för hela staden står relativt oemotsagt. Bl.a. skriver Erland Ullstad i *Hållbar stadsutveckling – En politisk handbok från Sveriges Arkitekter* att det finns två områden som intresserar de flesta och som faktiskt kan få allmänheten (som annars kan vara svår att mobilisera) att engagera sig i planeringsfrågor. Dessa områden är den egna vardagsmiljön och stadskärnan (Ullstad, 2008).

Kanske beror det på att centrum är ett område som ofta rymmer kvaliteter unika både i staden och för staden. Stadskärnan kan därför både vara en naturlig plats för människor från stadens olika delar att mötas och en symbol utåt för staden som helhet.

Handelns roll i en hållbar stad

Hållbarhet är inte ett mål utan en inriktning för byggandet av staden som ständigt pågår, menar Erland

Ullstad. I *Hållbar stadsutveckling...* presenteras ett antal utmaningar som dagens stadsbyggande måste anta för att jobba mot ett mer hållbart samhälle (Ullstad, 2008). Hållbarhet är ett stort och diffust begrepp som kan rymma mycket och betyda olika saker beroende på vem som svänger sig med det. De allra flesta är trots det överens om att samhället måste bli mer hållbart på olika sätt. För att göra det tydligare vad hållbarhet kan innebära kan man dela upp begreppet i olika områden. Ullstad talar exempelvis om en balans mellan fyra kategorier av hållbarhet: ekonomisk, teknisk, ekologisk och social hållbarhet, som tillsammans utgör en helhet. I arbetet med att uppnå denna balans är den viktigaste frågan att ställa sig som stadsplanerare: *Blir staden bättre eller sämre genom den här förändringen?* Man kan också fråga sig: *Ökar värdet som ekonomisk eller kulturell arena? Ökar värdet som vardagsmiljö?* etc. När man har försökt svara på dessa frågor måste man ta ställning till vad som är viktigast för att uppnå den vision man har för staden som helhet (Ullstad, 2008).

Borén och Koch är av en liknande åsikt. De menar att vi måste fundera över vilken typ av stad i vilken typ av samhälle vi vill ha. Platser skall framförallt fungera för de som bor, vistas och verkar i ett område, för individens och samhällets bästa och man ska vara medveten om att olika platsers förutsättningar förändras med tiden. Social hållbarhet är särskilt viktigt och livskraften i det lokala offentliga rummet är en av nycklarna till att uppnå sådan. Ett fungerande centrum, stöder omgiv-

ningens sociala och ekonomiska bärkraft. Det underlättar vardagslivet för människor som bor eller arbetar där och förbättrar möjligheterna för nya investeringar. Handel och service är avgörande för platsnyttan och för att det lokala offentliga rummet skall bli ett fungerande centrum. Beroende på om det rör sig om stadskärnan eller stadsdelscentrum kan handeln se olika ut. Varje plats måste ta tillvara på sina specifika behov och förutsättningar (Borén och Koch, 2009).

Boverket skriver i sin rapport *Dags att handla nu – Detaljhandeln och en hållbar samhällsutveckling* att det är nödvändigt att sträva mot ett hållbart samhälle. Att staden skall vara blandad, hänga samman och vara tillgänglig för alla är viktiga delar i en helhetslösning där målet är att vi ska lämna ifrån oss ett mer hållbart samhälle än det vi har (Boverket, 2004).

I rapporten framhävs också handelns roll i ett hållbart samhälle. Man kan bl.a. läsa att:

”En levande och konkurrenskraftig handel är nödvändig i ett hållbart samhälle. (---) Handeln är en förutsättning i våra stadskärnor och nödvändig nära där människor bor.” (Boverket, 2004. s. 3).

Boverket kallar handeln för navet i ett väl fungerande samhälle, att den är nödvändig för allas vår överlevnad och en förutsättning för städernas och samhällens framväxt och fortsatta liv. Den är en viktig del i samhälls-

ekonomin och innebär arbete för många. Vi behöver den för att dagligen ha tillgång till varor och förnödenheter. Närhet till handel kan dessutom bidra till att minska bilberoendet vilket är en förutsättning för att uppnå de statliga och lokala mål som finns om att minska våra koldioxidutsläpp. Detta kan ha betydelse för de externa handelsetableringar som i stor utsträckning är beroende av en bilburen kundkrets (Boverket, 2004).

Hållbarhet som försäljningsknep

Hållbarhet används gärna som ett positivt argument i olika sammanhang, om man kan visa att ett projekt är hållbart har man vunnit mycket! I Trend Labs rapport *The future of shopping places*, kritiserar bl.a. ett fenomen som kallas green washing där företag helt enkelt använder miljövänlighet som ett marknadsföringsknep. Medvetna konsumenter kommer att bli mer kritiska mot företag som uppträder oansvarigt i fråga om att t.ex. ta vara på naturliga resurser. I takt med att kraven på att arbeta långsiktigt med hållbarhet ökar tror Trend Lab därför att många företag kommer att lockas att ta en genväg genom att "(---) måla lite 'grön färg' ovanpå en 'brun' eller 'svart produkt'" (Steen & Strøm, 2008). D.v.s. att mer pengar läggs på ex. reklamkampanjer som får företag att framstå som miljövänliga än på faktiska insatser som förbättrar miljön.

Hållbara köpcentrum

När det gäller shopping poängterar Trend Lab att hållbarhetsfrågan är allt annat än enkel. Det är svårt som konsument att greppa alla de komplexa relationer som är involverade i olika produkters miljöpåverkan och vad som är hållbar konsumtion. Många gör därför val inom områden där det är enkelt att förstå konsekvenserna och inom de områden som media särskilt fokuserar på, såsom mat och kläder. Trend Lab beskriver beteendet som en mix av äkta engagemang och tillfälliga trender (Steen & Strøm, 2008).

I ett avsnitt av Trend Labs rapport ställs ett antal mer konkreta hypoteser upp om hur framtidens shopping med avseende på bl.a. hållbarhet kan komma att se ut. Trend Lab gissar att kunder kommer att vända sig till miljöcoacher som likt personliga tränare eller personliga shoppare kan guida dem till gröna inköp. Vidare tror de, vilket redan nämnts i avsnittet om morgondagens köpcentrum, att återvinning i större utsträckning kommer att vara integrerat i försäljning av nya produkter. Renovering och "upp-pimpning" av massproducerade produkter öppnar upp för nya marknader. Antalet onödiga resor måste minska, vilket kommer att påverka våra shoppingvanor och i förlängningen även vilka lägen som är attraktiva för exempelvis köpcentrum att etablera sig på. För att möta miljökraven tror Trend Lab att alla högklassiga köpcentrum är koldioxidneutrala senast 2020 (Steen & Strøm, 2008).

Hållbarhet verkar enligt rapporten framförallt handla om att konsumera rätt saker på rätt sätt, inte om att avstå konsumtion. I rapporten nämns bara att man förväntar sig att mindre och ganska extrema grupper av anti-shoppare framöver får stor medial uppmärksamhet när de ifrågasätter om all shopping är av godo för människa och miljö.

Beyard et al behandlar ämnet hållbarhet i sin rapport om hur man kan vara nytänkande vid ny- och ombyggnation av köpcentrum. De argumenterar för att ta tillvara på möjligheten att säkerställa den långsiktiga ekologiska hållbarheten på platsen för ett köpcentrum vid en ny- eller ombyggnation. De poängterar att det finns ett ömsesidigt fördelaktigt förhållande. Att arbeta med och länka till de befintliga naturliga systemen är inte bara positivt för miljön, det kan dessutom fungera som attraktion och kvarhållande kraft på potentiella kunder. Andra hållbarhetsfrågor som tas upp är vikten av att motverka s.k. sprawl och föroreningar, samt att i anslutning till köpcentrumet anlägga parker och mötesplatser som kan förhöja köpcentrumets kvalitet som offentlig plats. Det är också viktigt att koppla samman anläggningen med det befintliga kollektivtrafiknätet (Beyard et. al., 2006).

Fötätning och blandad bebyggelse

”Det är lätt att säga blandstad, men svårt att göra”
(Jadelius, 2009. s.20)

För att uppnå ett mer hållbart samhälle och ett minskat bilberoende uppges ofta förtätning av staden och blandad bebyggelse vara lösningen. I *Dags att handla nu...* från Boverket kan man läsa:

”Längtan efter att återskapa den attraktiva, blandade och livfulla staden för alla har vuxit sig stark under senare år.” (Boverket, 2004. s.19)

Boverket anger också i skriften från 2004 att riksdag och regering har satt upp mål för hållbart stadsbyggande. Ett av dem är att senast 2010 ska all planering baseras på strategier och program för hur ett varierat utbud av bostäder, service, kultur och arbetsplatser kan minska bilanvändandet. Ett varierat utbud tillsammans med fysisk och estetisk upprustning av stadskärnan kan dessutom medföra ett uppsving för hela staden (Boverket, 2004).

Detta påverkar även handeln då den ju förväntas ta plats i den blandade bebyggelsen. Där ryms den oftast i det lite vaga begreppet service. Handeln behövs i den täta, blandade staden men förutsättningarna vad gäller exempelvis yta, butiksformer och lokaliseringsalternativ måste ju rimligen se annorlunda ut i en tätare stad.

Vad blir konsekvenserna för större anläggningar som köpcentrum?

Steen & Strøms Trend Lab inser behovet av att förhålla sig till förtätningen och den blandade staden. De framhåller att de söker nya sätt att kombinera den klassiska stadens integrering av arbetsplats, hem och affärer med de krav på tillgänglighet och miljöeffektiv markanvändning som är aktuella idag. De förutsätter därför att köpcentrum framöver måste bli mer integrerade i staden där det finns goda kommunikationer. Satsningar i externa lägen kan då innebära en risk eftersom tillgängligheten där är sämre. Mer centrala lägen innebär också att fokus inte enbart kommer att ligga på butiker med maximal försäljning per kvm utan även på andra funktioner som bibliotek, hälsovård, kontor etc. När köpcentrum blir en del av samhället ökar nämligen även ansvaret. Det blir viktigt att uppfattas som en naturlig och berikande del i staden och inte som en självständig byggnad utan relation till omgivningen (Steen & Strøm, 2008).

Den täta flexibla staden

Ullstad poängterar i *Hållbar Stadsutveckling...* att ett grundläggande värde i en attraktiv och dynamisk stad anses vara att staden är tät, det vill säga att dess funktioner ligger samlade och inte utspridda. På så sätt kan ett varierat utbud vara tillgängligt för alla, den ekonomiska kraften och stadspulsen säkerställs (Ullstad, 2008).

Ullstad framhåller att staden bör vara generell i sin form, men flexibel i sitt innehåll. Det ska vara enkelt att etablera nya verksamheter och flytta runt gamla i en befintlig struktur. För att detta ska vara möjligt behövs varierad bebyggelse och många fastighetsägare. Trots detta byggs fortfarande glesa funktionsseparerade städer med liten variation i bebyggelse, upplåtelseform, ägande etc. I en sådan miljö, menar Ullstad, är det svårt att etablera nya funktioner/verksamheter och mångfalden uteblir. Man bör sträva mot att utveckla staden mot en större komplexitet där småskaligt och udda får plats. En anledning till oro är att de centrala delarna av våra städer är utsatta för ett hårt exploateringstryck och ett stort trafikflöde vilket kan innebära att vitala värden går förlorade. Kulturhistoriskt intressanta miljöer skyddas i regel, men även enklare delar av bebyggelsen har sitt värde i den komplexa staden och de skyddas enligt Ullstad sällan.

Att det är viktigt att olika typer av bebyggelse tas tillvara anser även Lars Jadelius (arkitekt, kulturvetare och docent i arkitektur) som i sin artikel *Vad är det för stad vi behöver?* skriver:

”En blandning av nya och gamla hus, som är generellt användbara och i mänsklig skala, visar sig ofta ge mer utrymme för flexibilitet, delaktighet och igenkänning.” (Jadelius, 2009 s.20)

I en dynamisk stad kan vi inte bortse ifrån det som

finns, vi behöver historia, såväl gammal som nyare för att kunna förstå och uppskatta de miljöer vi rör oss i och vilka behov vi har. Det handlar inte om ett nostalgiskt bevarande, för att staden skall vara levande måste det finnas utrymme för utveckling också. Jadelius menar dock att nybyggt inte alltid måste kontrastera mot gammalt så som det ofta gör idag:

”Tvärtom kan äldre byggnadssätt många gånger representera kvaliteter för det moderna livet, medan modernismens hus kan vara så låsta vid sin tids idéer att de snabbt blir omoderna och svåra att leva med.”
(Jadelius, 2009. s.20)

Jadelius menar att riktigt nytänkande inte kan uppstå förrän vi släpper föreställningen om att sådant som är modernt måste se radikalt annorlunda ut. Han fortsätter med att beskriva andra typer av moderna förebilder som dock sällan uppfattas som moderna eftersom de har utvecklats i äldre bebyggelsemiljöer. Styrkan i dessa exempel ligger inte i spektakulär arkitektur utan i förmågan att hantera relationen mellan process och resultat. Resultaten bör inte ses som en harmoniskt gestaltad slutprodukt, utan som ett steg på en resa. Möjliggörandet av kontinuerliga förbättringar, anpassandet till förändringar och nya önskemål är det viktigaste. Det är flexibiliteten som gör hållbarheten (Jadelius, 2009).

Privatisering av offentliga rum

Stadens byggnader finns till för speciella funktioner och särskilda brukare. De gemensamma rummen där- emellan skall däremot kunna användas av alla, där skall finnas en öppenhet och en tolerans. Ullstad menar att de goda gemensamma rummen bidrar till stadens karaktär och attraktivitet och framförallt till medborgarnas glädje och stolthet över sin stad.

Han befarar dock att de gemensamma ytorna blir färre och att de i större utsträckning privatiseras i samband med nybyggande. Han menar att framförallt köpcentrum och stormarknader bidrar till att lösa upp gränser mellan privat/offentligt och gemensamt/kommersiellt. Detta leder till att rummen fortfarande är tillgängliga för de flesta, men att användningen av dem begränsas genom bl.a. öppettider och ordningsregler (Ullstad, 2008).

En anledning till den ökade privatiseringen är enligt Ullstad och Sveriges arkitekter att det i dagens stadsplanering inte finns någon riktig planform för hela staden. Glappet mellan översiktsplaneringen, vilken behandlar hela kommunen, och detaljplaneringen, vilken kan bestå av tusentals detaljplaner inom en och samma stad, är alltför stort. Helheten som rör stadens karaktär, samband, orienterbarhet, hållbarhetsstrategier och stadsdelars funktion och sammanhang etc. förbises. Istället har planeringen blivit alltmer inriktad på de enskilda ekonomiskt bäriga projekten med en given funktion. Många kommuners ekonomi är dess-

utom ansträngd och en lockande lösning kan då vara att planera in gator och torg på kvartersmark och därmed överlåta ansvaret för ytor som tidigare varit offentliga på privata fastighetsägare. Resultatet riskerar då att bli oharmoniskt och i värsta fall dysfunktionellt. Det är otroligt viktigt att en planering för utveckling av de gemensamma, länkande rummen görs och det är kommunen som ytterst måste ta detta ansvar! Ullstad menar att det som behövs är ett välbalanserat samspel; offentligt ansvar för gemensamma värden och strategier, samt privata engagemang i de investeringar som görs (Ullstad, 2008).

Köpcentrum – privata rum, offentliga rum?

Daniel Koch tar i sin avhandling *Structuring fashion, department stores as spatial practice* upp att det offentliga rummet har varit fokus för debatt på sistone. Han menar att debatten främst har rört minskningen av och hot mot det offentliga rummet. Den ökande kommersialiserade privatiseringen av rum, i form av exempelvis etableringen av köpcentrum, har tagits upp som en orsak (Koch, 2007). Ullstads resonemang ovan är ett exempel på ett sådant debattinlägg. Koch menar att debatten är angelägen, men att det finns behov av att nyansera den (Koch, 2007).

Det är ett problem att diskussionen tenderar att romantisera det offentliga rummet som ett fritt rum som alla kan dela, när det offentliga rummet egentligen är ett ganska undflyende och vagt koncept. Koch ställer

sig frågan om det är så att allmänt tillgängligt rum är det samma som offentligt rum och vem rummet i så fall ska vara tillgängligt för? I vilken utsträckning skall det vara tillgängligt, under vilka förutsättningar och på vilka tider? Även historiskt kan man ifrågasätta vem det offentliga rummet egentligen var tillgängligt för. Att definiera offentligt rum som allmänt tillgängligt rum kan med andra ord vara problematiskt. Det är också relevant att göra en distinktion mellan offentligt rum och offentligt *ägt* rum. Koch menar att det inte alltid är det formella ägandeskapet av rum som i första hand avgör om det är privat eller offentligt, utan hur det används (Koch, 2007).

Koch påpekar att köpcentrum är starkt relaterade till vardagslivet och de ofta antar en väldigt offentlig karaktär trots att de styrs privat och är relativt begränsade i sina användningsområden. Att rummen i mångt och mycket upplevs som offentliga betyder att de idéer och strukturer som presenteras däri får en sorts allmän social och kulturell legitimitet (Koch, 2007).

Även Beyard et al menar att även om ett köpcentrum mest sannolikt är en privatägd fastighet kommer det att uppfattas som en del av den offentliga sfären. Nyckeln till framgång i nya eller förnyelseprojekt av köpcentrum är därför att använda sig av den offentliga sfärens formspråk (Beyard et al, 2006).

Många offentligt ägda byggnader är som kontrast väldigt restriktiva i fråga om vem som har tillträde samt när, hur och hur mycket man kan ha tillgång till dem,

vilket ger dem en privat karaktär (Koch, 2007).

För att göra det hela ännu mer komplext menar Koch att både privata och offentliga rum dessutom kan innehålla såväl privata som offentliga delar. Privata delar av offentliga rum blir dock aldrig privata rum och vice versa. Koch ser därför hellre att man talar om privata och offentliga situationer än rum. Om en situation har privat eller offentlig karaktär avgörs inte av själva platsen eller formellt ägande utan av hur rummet är befolkat och av hur det är avskärmat eller synligt från andra befolkade rum (Koch, 2007).

Köpcentrumsoffentligheten

Även Bergman behandlar köpmiljöernas offentliga karaktär och menar till och med att en ny sorts offentlighet uppstod i samband med de stora varuhusens tillblivelse. Han kallar den för *Varuhusoffentligheten*. Den beskrivs som ett socialt sammanhang som påminner mycket om det offentliga rummets i det avseendet att varuhuset har fri entré och fri cirkulation. Besökarna har relativ anonymitet och behandlas i stort sett lika. Men det finns också outtalade regler för socialt beteende. Man slår sig t.ex. inte ner och umgås i större grupper på godtycklig plats i varuhuset. I varuhusoffentligheten finns plats för informella möten i form av ex. diskussion om varor och priser, med bekanta såväl som obekanta. Spontana samtal som är helt socialt accepterade i varuhuset, men som kanske skulle upplevas som påträngande eller udda på andra offentliga

platser. Offentligheten i ett köpcentrum kan i sin tur sägas vara ett mellanting av gatu- och varuhusoffentligheten (Bergman 2010).

Köpcentrum får ofta representera privatiseringen av offentligt rum. Kanske är det också rimligt. Att använda det som argument för att försöka påtvinga köpcentrumen gatuoffentlighetens ordning är emellertid missvisande och att genomföra det skulle bli svårt, menar Bergman. Istället borde kommunerna ta ansvar för att inrätta genuint offentliga inomhusrum, många kommunala (och privata) verksamheter skulle kunna förläggas till sådana anläggningar. Det är inte privata företagare eller centrumföreningar som ytterst skall ta ansvar för att stadskärnan är en miljö för alla (Bergman, 2003).

Det kommersialiserade rummet

Ytterligare en förklaring till varför det offentligt ägda rummet i allt större utsträckning övergår i privat ägo kan vara industrisamhällets gradvisa omvandling till konsumtionssamhälle. Koch menar att fokus i vårt moderna samhälle flyttas alltmer från vad vi producerar till vad vi konsumerar. Fler faser i livet präglas av konsumtion där begreppet konsumtion innebär att på något sätt konsumera det som någon annan har producerat. Det måste alltså inte vara en handling som innebär en ekonomisk aktivitet (att köpa något) utan kan vara exempelvis att läsa en bok som någon annan har skrivit. Detta påverkar vårt vardagliga liv. Koch

skriver:

”I ett sådant samhälle är livet i högre och högre utsträckning konsumtion och shopping – ett liv levt i kommersiella rum eller i stort definierat av ting, köpta i kommersiella rum, som används huvudsakligen genom att konsumeras”

(Koch, 2007. s.17)

Shopping upptar mer tid och energi och offentliga platser omvandlas samtidigt mer eller mindre till rum för konsumtion. Koch nämner som exempel att parker allt oftare blir som ett slags utomhuscaféer, T-banestationer blir som konstgallerier och olika typer av offentliga verksamheter flyttar in i köpcentrum för att komma närmare kommersiella. De inser värdet av att finnas där människorna finns. Även gator, torg och centrum är föremål för samma typ av kommersialisering och precis som tidigare nämnts kan det vara ett problem att möjlighet till kontroll lämnas över från kommuner till privata entreprenörer (Koch, 2007).

Shopping

Om vi utgår ifrån att vi lever i ett konsumtionssamhälle, där i stort sett alla medborgare kan antas vara konsumenter, är det intressant att diskutera konsumtion och fenomenet shopping. Framförallt är det för mina frågeställningars skull också relevant att diskutera fenomenet i relation till de fysiska miljöer som både påverkar och är påverkade av shopping. Köpcentrum är ju förmodligen den mest renodlade formen av den typen av miljöer. Varför söker vi oss dit? Det är lätt att vara konsumtionskritisk och inse att överkonsumtion inte är hållbart eller ens etiskt försvarbart. Svårare är det då att förklara varför man samtidigt, inkonsekvent, fascinerats och roas så av shopping. I det här avsnittet kommer dessa frågor att studeras närmare.

Sammanfattning av avsnittet

Shopping är en social och kulturell fritidsaktivitet som inte bara handlar om att köpa varor, utan också om att navigera mellan tillgängliga värden och identiteter. Vad vi konsumerar signalerar vilka vi är och avsiktligt eller ej blir konsumtion en kommunikationshandling (Koch, 2007).

Länge har arkitekturteoretiker och forskare känt sig obekväma med att beskriva shopping som ett mål eller medel. Istället har man valt termer som *service* och *utbud*. Idag används gärna begreppet *stadsliv* (Borén och Koch, 2009). Kanske har det att göra med att shopping ända från början har setts som en omoralisk och könsspecifik (kvinnodominerad) aktivitet (Zukin och Maguire, 2004). Trots detta har handeln idag en stark ställning.

I shoppingens rum är vi både skådespelare på shoppingsscenen och publik samtidigt. Vi bidrar med vår närvaro till miljön. Vi vill uppleva saker

och vara där andra är. Miljön påverkar oss genom såväl fysiska som abstrakta egenskaper. Att förstå hur dessa aspekter påverkar vår upplevelse är relevant för olika företag som kan använda kunskapen till att skapa upplevelserum som lockar fram känslor hos oss som stämmer med köpcentrumets koncept. Detta ska få oss att vistas längre och shoppa mer i köpcentrumet.

Köpcentrum är ofta knutna till öppna platser som kan fungera som mötesplatser och möjliggör en tydlig annonsering av entréerna. Väl inne i köpcentrumen förlorar många besökare kontakten med de yttre omgivningarna och har svårt att orientera sig och välja rätt utgång när det är dags att lämna centrumet (Echeverri et al, 2009). De invändiga stråken kan emellertid också användas som genvägar vilka då konkurrerar med stadens utvändiga huvudstråk (Bergman, 2003).

Shopping som identitetsskapande aktivitet

Att konsumera är att kommunicera menar Daniel Koch. Det handlar i konsumtionssamhället inte längre om att välja mellan att shoppa eller inte shoppa. Som konsument tvingas vi istället att välja mellan produkter som är snarlika i funktion och där de enda egentliga skillnaderna är sekundära egenskaper i form av estetiska kvaliteter eller symbolvärden. Inköpsbeslut kan alltså inte längre fattas enbart baserat på vad vi behöver i vårt vardagsliv. De signalerar också automatiskt, oavsett om vi önskar det eller ej, vad vi har för smak och värderingar. Oavsett om avsikten är att kommunicera eller inte, om det sker medvetet eller omedvetet, blir våra inköp en kommunikationshandling. Till och med att välja att inte konsumera blir ett sätt att kommunicera värderingar och tillhörighet (Koch, 2007). Koch anser också att det är av vikt att göra en tydlig distinktion mellan begreppen shopping och konsumtion. Shopping måste inte alltid kulminera i ett köp. Även Echeverri et al vid Fakulteten för Ekonomi, kommunikation och IT på Karlstads universitet gör i forskningsrapporten *Consumers' Experience Rooms - Environmental Design Factors in Shopping Processes* denna distinktion. Shopping är inte bara anförskaffandet av produkter. Det är även ett beteende som ger en upplevelse och njutning i sig själv utan att några transaktioner behöver vara involverade (Echeverri et al., 2009).

Shoppinganalyser som enbart baseras på försäljnings-siffror och fokuserar på individualitet riskerar därför att förbise komplexiteten i shopping som social och kulturell aktivitet. Att shoppa, menar Koch, är att navigera mellan tillgängliga värden och identiteter. Shopping är en fritidsaktivitet och en identitetsskapare. Det är något som är starkt förknippat med vårt vardagliga liv. Just vardagligheten betonar också betydelsen av fenomenet snarare än förringar den (Koch, 2007).

Det har funnits en ganska ensidig bild av shoppingkulturen som driven av förförda och manipulerade konsumenter. Bosse Bergman hänvisar emellertid till forskning (bl.a. Bjurström, Fornäs och Ganetz 2000) som gjort upp med denna. Istället vill Bergman visa att shopping faktiskt är en mental och kulturformande process, där estetiska preferenser fungerar som markörer för identitet, grupptillhörighet och livsstil. Konsumtion är en sorts informellt lärande av beteenden i möten med olika varor, köpmiljöer och medkonsumenter. Handelsaktörerna (köpcentrumsägarna, butiksägarna och marknadsförarna) har en överordnad roll i utformandet av dessa köpmiljöer, men Bergman menar att deras motiv enkelt går att genomskåda och inte bara för de skarpsynta. Vi är numera vana konsumenter, vi blir förförda och manipulerade, men är också medvetna om att vi blir det, vilket gör att vi lär oss navigera i köpmiljöerna med en förmåga att välja vad vi vill bli förförda av (Bergman 2010).

Sociologerna Sharon Zukin och Jennifer Smith Ma-

guire är av en liknande åsikt och skriver i artikeln *Consumers and consumption* att konsumtion är en social, kulturell och ekonomisk process som går ut på att välja varor. Denna process speglar både modernitetens möjligheter och begränsningar. Zukin och Maguire menar att shopping på samma gång är en extremt kontrollerad och en potentiellt kreativ form av aktivitet:

”Nya teknologier, ideologier och leveranssystem skapar konsumtionsrum i ett institutionellt ramverk, format av sociala nyckelgrupper, medan individuella män och kvinnor upplever konsumtion som ett projekt av formande och uttryckande av identitet” (Zukin och Maguire, 2004. s. 173)

Shopping i en arkitekturdiskurs

”Poängen med shopping är inte sin egen utan ligger i sekundära effekter som folkvimmel.”
(Borén och Koch, 2009. s.25)

Shopping är inget nytt fenomen även om Borén och Koch menar att fackpress gärna framställer det så. I facktidskrifter från vad Borén och Koch kallar för centrumbyggnadseran (1940-1970 när de flesta stadsdelscentrummen byggdes) kan man hitta flera artiklar om handel och köpcentrum. Då som en lösning i form av tillgänglighet till service. På senare tid skrivs artiklar om shopping främst ur ett konsumtionskritiskt perspektiv (Borén och Koch, 2009).

Shopping har, enligt Koch, i närhistorien betraktats som en ickefråga i arkitekturdiskursen och har också varit ett underrepresenterat ämne i arkitekturforskning och arkitekturteori. Fortfarande i början av 2000-talet betraktades fenomenet shopping som en ny företeelse vars bidrag till det offentliga livet diskuterades i forskningen. Frågan har egentligen varit central inom arkitekturpraktiken länge, men en slags ovilja att benämna shopping som mål eller medel har funnits. Istället har man använt mer allmängiltiga begrepp som service eller utbud. Idag är det vaga begreppet *stadsliv* det förhärskande (Koch, 2007). Oviljan att erkänna shopping som ett mål inom arkitekturen kan säkert hänga samman med det som Zukin och Maguire anger vara anledningen till att konsumtion länge har haft lågt anseende även hos sociologer som forskningsämne. Nämligen att statuskonsumtion (konsumtion av dyra saker för att uppnå status i vissa kretsar) varit föremål för moraliskt ogillande, samt att kvinnor anses spela en framträdande roll i konsumtionssammanhang. Konsumtion har därför redan från början har setts som omoraliskt och könsspecifikt (Zukin och Maguire, 2004). Shopping är förmodligen inte fint nog och anses inte vara en eftersträvarsvärd kulturell aktivitet i kraft av sig själv. Detta kan styrkas genom Kochs iakttagelse att shoppingmiljöer sällan representeras i ”finare” arkitekturforum. Där återfinns istället projekt för ”riktig kultur” som museum, offentliga (icke kommersiella) torg, teatrar etc. Detta trots att konsumtio-

nen har ett uttalat inflytande på vad som byggs och planeras (Koch, 2007). Kanske är det bara en tidsfråga innan shoppingen också får komma in i finrummet? Borén och Koch vill dock understryka att den levande debatten och kritiken mot konsumtionssamhället inte ska användas för att framställa handeln som någon sorts missförstådd frälsare för döende centrum eller att handeln är bortprioriterad som insats. Handeln har tvärtom idag en stark ställning. Även här kan det alltså vara på sin plats med en nyansering. Såväl styrkor som svagheter med kommersiell verksamhet måste diskuteras och ges rimligt utrymme i samhällsbyggnadsproblematiken (Borén och Koch, 2009).

Shoppings rum

Rum definieras av vilka sociala roller de antar i vårt vardagliga liv. Användarna av rummet skapar situationer, men situationerna formar också användarnas identiteter och intrycken de gör på varandra. Mening uppstår i användandet av rum. På så sätt är alltså shopparen på samma gång en flanör som upplever, njuter av och bidrar till produktionen av shoppingsituationen, en skådespelare på shoppingscenen och en del av publiken (Koch, 2007).

Varje konsument skapar därmed också värde för andra konsumenter eftersom de genom sin närvaro bidrar till miljön. Man vill vara där andra är. Ett köpcentrum ska helst vara fullt av folk eftersom det kan vara

en anledning till att man går dit (Echeverri et al, 2009). Echeverri et al menar vidare att:

”Köpcentrumets uppgift är att skänka tillfredställelse åt konsumenterna för att gynna de butiker som är verksamma i miljön. Köpcentrumet som sådant kan därför ses som en servicemiljö som påverkar konsumenterna.” (Echeverri et al, 2009. s.12)

Konsumenter kräver i större utsträckning något utöver enbart varor eller service. Shopping är numera både konsumtion och nöje, menar Echeverri et al.. De tar upp begreppet *retailtainment*, en sammansättning av de engelska orden för detaljhandel (*retail*) och underhållning (*entertainment*), som används alltmer i sammanhanget. Köpcentrumens interiörer har utvecklats från att bara vara bekväma, klimatskyddande lådor till att vara något extra via tjugig design och arkitektur. Den fysiska miljön i köpcentrumet konsumeras, tack vare detta, i egenskap av sig själv genom att folk använder miljön för rekreation, man går dit, man går runt och tittar (Echeverri et al, 2009).

Även Beyard et al påpekar att även om folk framförallt kommer till ett köpcentrum för att shoppa kommer de också dit för att samlas på en plats som erbjuder meningsfulla upplevelser med hög kvalitet (Beyard et al, 2006).

Echeverri et al menar att miljön runtomkring varorna och handeln i ett köpcentrum därför också blir alltmer

intressant för olika företag. Man börjar se möjligheter att där kunna skapa önskade känslor hos konsumenterna genom att avbilda andra verkligheter i vad som kan kallas upplevelserum (Echeverri et al 2009). Ju mer kunskap som finns om upplevelserum och deras funktioner för konsumenter, ju mer kan riktningen och innehållet i upplevelserna styras. Detta borde vara attraktivt för de flesta företag. De vill naturligtvis veta vad som håller kunderna kvar i köpcentrumet, för ju längre man är inne i köpcentrumet ju mer köper man (Echeverri et al, 2009).

När det gäller de yttre miljöerna indikerar Echeverri et als studie att det oftast är stora och öppna platser som är direkt kopplade till köpcentrum. Dessa platser blir tack vare kopplingen i regel naturliga mötesplatser. Sedan långt tillbaka i tiden förstärks och förenklas känslan av en mötesplats av ett tydligt landmärke med ett välkänt namn, något som idag kan utgöras av ett köpcentrum (Echeverri et.al., 2009).

Echeverri et al menar också att konsumenter behöver en runway, en startbana, mellan två olika miljöer för att få tid att acklimatisera sig så pass att de kan förstå och interagera med sin omgivning. Ett köpcentrum som smälter in alltför mycket i sin omgivning erbjuder inte mycket till startbana vilket gör att butikerna och informationen närmast ingången i regel passerar obemärkta. Ett centrum vars entréer däremot annonseras väl i omgivningen underlättar anpassningen för kunderna och de kan börja interagera snabbare med det

som erbjuds inne i centrumet (Echeverri et.al., 2009). Konsumenter har inte bara problem med acklimatisering. Även orientering i ett köpcentrum kan vara svårt. Echeverri et al finner i sin studie att navigation inom själva köpcentrumet oftast fungerar utmärkt. Besökarnas känsla för sammanhang och referenspunkter utanför centrumet förloras emellertid snabbt därinne. Detta leder till förvirring när besökaren skall lämna centrumet och välja en utgång i rätt riktning. I undersökningen upptäcktes att de allra flesta besökarna valde att gå ut samma väg som de kom in, trots att det fanns flera andra möjligheter (Echeverri et al, 2009).

Bergman menar å andra sidan att entréerna och inomhusstråken kan användas som genvägar vid speciella förhållanden. Trafik och folkströmningar kan ledas om. Är gallerierna i staden väl utspridda kan de fungera som punktvisa komplement som förstärker huvudgatan och vars attraktionskraft består av butiksutbudet. Ligger de istället i kluster, mitt emot varandra eller på rad kan de många entréerna och inre butiksgatorna fungera som genvägar för besökare som känner till området. Då kommer större delen av de shopande besökarna att befinna sig utspridda inomhus i något av köpcentrumen, istället för utomhus på gatan. Pärlbandet av inomhusförbindelser konkurrerar alltså med storgatan om att leda fotgängare i en riktning (Bergman, 2003).

Fallstudie

Den här delen av min uppsats är en fallstudie av köpcentrumsprojektet *Östra Centrum* i Kristianstad. Jag ger inledningsvis en bakgrund till själva projektet och dess förutsättningar, för att sedan beskriva huvuddelarna i det förslag som lagts fram. Jag beskriver också hur man kan följa projektets utveckling i de handlingar och dokument som författats i processens olika skeden och vilka ställningstaganden som har varit viktiga. Därefter följer resultatet av de intervjuer jag har genomfört med personer som på olika sätt varit involverade i projektet. Jag gör också en egen utvärdering av området och dess omgivningar så som det är tänkt att se ut efter omvandlingen. I utvärderingen jämförs *Östra Centrum*projektet med tre andra aktuella köpcentrumsprojekt (*Entré*, *Caroli City* och *Mobilia* i Malmö) för att se vilka likheter och skillnader med avseende på betydelse för den omgivande stadsmiljön som eventuellt finns.



Fig. 4 Perspektiv över Östra Boulevarden. En visualisering av det nya köpcentrumet syns t.v. i bild. Illustration: White Arkitekter

Östra Centrumprojektet i Kristianstad - Bakgrund och förutsättningar

I uppsatsens inledning nämnde jag att jag intresserade mig för ämnet köpcentrum i centrala lägen just för att ett sådant planeras i min födelsestad Kristianstad. Det aktuella projektet går under namnet Östra Centrum och är ett samarbete mellan Kristianstads kommun och Skandnaviens största ägare av köpcentrum: Steen & Strøm. White arkitekter AB i Malmö anlätades av Steen & Strøm för att analysera och ge förslag på disponering och gestaltning av det aktuella planområdet. Östra Centrum föreslås innehålla ett nytt, stort köpcentrum med handel i två våningar och parkering i två plan ovanför butiksplanen, ett nytt parkstråk längs kanalen som rinner genom staden, samt nya bostadslägenheter i punkthus. Med många nya, moderna butiksytor och bostäder i centrala staden hoppas Kristianstads kommun kunna stärka sin position som handelsstad i regionen.

Parallellt med Östra Centrumprojektet arbetar Kristianstads kommun med ett annat omfattande projekt: Kristianstadslänken där nuvarande Resecentrum, knutpunkten för lokal och regional busstrafik, ska flyttas till ett läge i direkt anknytning till tågstationen. Eftersom Resecentrum idag ligger inom planområdet för Östra Centrum, har en viktig del av utformningsarbetet i projektet också varit att förhålla sig till de olika alternativ på nya linjesträckningar som tagits fram i Kristianstadslänksprojektet.

I den miljökonsekvensbeskrivning (MKB) som har gjorts för projektet konstateras att Östra Centrum medför övervägande positiva konsekvenser för stadsbilden och att en ny s.k. årsring kommer att bildas (Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun 2009-09-18).

Kristianstad har, som många andra svenska städer, i sin Fördjupade Översiktsplan (FÖP) formulerat en ambition om att staden framförallt ska växa genom förtätning och genom att bygga på höjden. Förtätningen ska helst ske på ytor som redan är eller har varit bebyggda och inte på gröna ytor eller parkmark. I en tätare stad behövs även platser för rekreation (Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun, 2009-06-09). I Östra Centrumprojektet tar man en dåligt utnyttjad tomt i anspråk och exploaterar den på ett mer effektivt sätt samtidigt som man lämnar plats för ett nytt parkstråk. Detta kan alltså sägas ligga helt i linje med Kristianstads utvecklingsplaner.

I FÖP:en har man valt att lyfta fram handeln som en av Kristianstads karaktäristiska näringar. Köpcentrumet Östra Centrum är en del i en fortsatt satsning på handeln. Även vattnet lyfts fram som en av kommunens kvaliteter eftersom Kristianstad med sitt Vattenrike blivit utnämnt av UNESCO till biosfärområde. Att Stadskärnan med Östra Centrum får en ny vattenfront med det föreslagna parkstråket längs kanalen

bidrar till att stärka denna kvalitet (Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun, 2009-06-09).

I avsnitten som följer beskriver jag mer utförligt hur det nya köpcentrumet Östra Centrum förhåller sig till den gamla stadsmiljön i Kristianstad och hur projektet hänger samman med kommunens utveckling och planer för övrigt.



Fig 5 t.v. 6 mitten och 7 t.h: Gatmyer från vänster till höger: Västra Storgatan, Östra Vallgatan och Cardellsgatan

Handelsstaden Kristianstad

”När du kommer till Kristianstad, för det gör du förr eller senare, lockad av mångfalden av unika butiker, får du dessutom njuta av en vacker genuin stadskärna. Shoppandet blir väldigt mycket enklare då allt är sammanlänkat med härliga gågator. Det gör inte saken sämre.”

(Handelsföreningen, 2010)

Staden Kristianstad ligger i nordöstra Skåne och är huvudort i kommunen med samma namn. Kommunen har ca 70 000 invånare varav ca 30 000 bor i själva staden. Staden grundades 1614 av den danske kungen Christian IV som en befäst stad, strategiskt omgiven av vatten och våtmarker ute på en halvö i Helge å. Som komplement till de naturliga vattnen anlades även kanaler runt staden som försvarsanläggningar

och transportvägar (Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun, 2009-06-09).

Renässansstadsstrukturen med sin dubbling av gator och torg och sina långa siktlinjer finns kvar i stort sett oförändrad. Kristianstad ges ofta det trivsamt klingande epitetet Handelsstaden. Citatet i styckets inledning kommer ifrån Kristianstads handelsförenings hemsida och ger en bild av vad som gör Kristianstad till en

uppskattad shoppingstad. Utbudet av butiker (både stora kedjor och små, anrika, lokala), den pittoreska, kulturhistoriska miljön och gågatusystemet bidrar alla till populariteten.

1984 beslutades om införandet av gågator i Kristianstads stadskärna, men att storgatorna i centrum skulle stängas för biltrafik var från början inte helt självklart. Kommunstyrelsens Vice Ordförande Heléne Fritzon (S) berättar, när jag intervjuar henne om Östra Centrumprojektet, att hon var med redan på den tiden då beslutet togs. Flera handlare var rädda för vad ett bilfritt centrum skulle göra med handeln. Nu i efterhand tror hon att de flesta är väldigt nöjda med beslutet och erkänner dess betydelse för den starka handelsstadens framväxt (Fritzon, 2010). Det mesta av stadens myller och de intensivaste shoppingstråken finns idag på gågatorna mellan Stora och Lilla Torg (se Fig 8).

Östra Centrum, ett flera kvarter stort, sammanhängande köpcentrum, med modern utformning blir ett helt nytt inslag i den flanörvänliga shoppingstaden. Etableringen kan ses som en tillgång i form av komplettering av handeln med en ny typ av lokaler och bildandet av nya attraktiva mötesplatser. Ett avtryck ifrån vår tid som bidrar till variation i stadsmiljön. Den kan också ses som ett hot i form av ett dominant komplex som bryter av helt mot renässansstaden, styr om shoppingstråken och på sikt kanske minskar mångfalden om mindre butiker i stadskärnans utkanter får svårt att klara sig.



Fig. 8 Kristianstads stadskärna med sina gågator och två torg markerade i orange. Stora torg ligger i norr, Lilla torg i söder. Planområdet för Östra Centrum är markerat i gult. Den strama renässansplanen med de parallella gatorna, långa siktelinjerna och dubbleringen syns tydligt.

Kristianstad växer!

Kristianstad växer! är namnet på den Fördjupade Översiktsplan (FÖP) för Kristianstads stadskärna som antogs av Kommunfullmäktige 2009. Arbetet med att ta fram FÖP:en pågick parallellt med att Östra Centrumprojektet växte fram. Kristianstads kommun har satt upp ett antal lokala miljömål och i FÖP:en är det främst ett mål om *God bebyggd miljö* som behandlas. För att nå målet vill kommunen genom den fysiska planeringen:

- 1 Minska bilberoendet genom ett miljöanpassat kollektivtrafiksystem, säker gång- och cykeltrafik och ett varierat utbud av bostäder, kultur, service och arbetsplatser.
- 2 Värna de kulturhistoriska miljöerna vars kvaliteter bör tillvaratas/ respekteras/ utvecklas/ brukas med ett hållbarhetsperspektiv.
- 3 Utveckla tätortsnära natur och grönområden till goda rekreationsområden. (Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun, 2009-06-09)

Den goda bebyggda miljön som man vill uppnå är tät, blandad och hållbar. På så sätt menar man i FÖP:en att man också kan spara den värdefulla åkermark som omger Kristianstad. Andelen parker och öppna ytor får dock inte minska, istället föreslås att staden kan

växa på höjden där det är möjligt. I FÖP:en betonas att stadskärnan är av kulturhistoriskt riksintresse. De tre huvudsakliga värdena som man bör värna benämns av kommunen: *Renässansstaden*, *Årsringar* och *Staden vid vattnet*. Det anges uttryckligen att sådana åtgärder som innebär att riksintresset påtagligt skadas skall undvikas. För värdet *Renässansstaden* förordas särskild aktsamhet om den typiska rutnätsplanen med sina siktlinjer, dubbleringen (av gator, torg och stadsdelar) och om småskaligheten där hus med uppdelade och detaljrika fasader är placerade i gatulinjen. De många välbevarade äldre miljöerna i Kristianstad gör det lätt att avläsa stadens utveckling. Det är vad som avses med stadens *Årsringar* och i FÖP:en betonar man att:

”Stor aktsamhet och respekt bör råda för stadens alla olika tidsuttryck och de årsringar som bildats.” (Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun, 2009-06-09, s.20)

Samtidigt ser man också positivt på att bygga nya årsringar ifrån vår egen tid, gärna med en variation i skala och uttryck för att ge intryck av en långsam framväxt, precis som i den gamla bebyggelsen (Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun, 2009-06-09).

Planområdet för Östra Centrum ligger precis utanför renässansstadens rutnät. Platsen har genom tiderna genomgått flera förändringar och har bl.a. under en period fungerat som salutorg. Dagens användning av området som knutpunkt för busstrafik, storskalig bilparkering och Domusvaruhus kan inte sägas lyfta



Fig 9 Staden vid vattnet, Kristianstad sett från Strandängarna runt Helgeå. Stadens siluett utmärks av (från vänster) Vattentornet, Allöverket, Centralsjukhuset, Kyrkan och Kvarnen.

fram värdet *Renässansstaden*. Även Östra Centrumprojektet förhåller sig ganska fritt till värdet vilket jag kommer att diskutera längre fram i min utvärdering av förslaget. Den fria tolkningen av värdet Renässansstaden skadar dock inte riksintresset nämnvärt. Istället kan man hävda att området lämpar sig väl för en ny Årsring och att Östra Centrum har förutsättningar att bli en sådan.

Kristianstads läge och historia, starkt kopplad till Helge å, strandängarna och kanalerna är en av anledningarna till att man i FÖP:en också har definierat ett av värdena i riksintresset som *Staden vid vattnet*. Att värna, framhäva och tillgängliggöra vattnet i och omkring

staden är därför både angeläget och önskvärt (Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun, 2009-06-09). Med ett mer attraktivt parkstråk längs kanalen som rinner genom staden så som i förslaget för Östra Centrum, kan man absolut hävda att vattnet blir mer framhävt och tillgängligt.

Utöver miljömålen har Kristianstads kommun även satt upp fem stadsbyggnadsmål som ska vara vägledande vid utveckling av staden:

Staden som regionalt centrum
Den täta och blandade staden
Den energi- och resurseffektiva staden

Den vackra staden

Staden och vattenriket i symbios

Kommunen anser att en livskraftig handel i stadskärnan är nödvändig om Kristianstad framöver skall fungera som regionalt centrum. En välmående handel i stadskärnan är också en förutsättning för en tät och blandad stad liksom en energi- och resurseffektiv stad. Därför har man i Kristianstad valt att satsa på handeln som ett av sina huvudområden för vidare utveckling. Östra Centrumprojektet är ett led i den utvecklingen. Att välja ett centralt läge i staden snarare än en lokalisering externt för en så stor handelsetablering tros kunna ge stadskärnan ett nödvändigt försprång som ska säkerställa centrumhandels överlevnad.

Valet baseras på en handelsutredning för Kristianstad som gjorts av Nordplan AB, i vilken det konstateras att fler attraktiva och rationella butiksytor behövs i Kristianstads stadskärna för en livskraftig handelsstad. Handelsutredningen är en av anledningarna till att Östra Centrumprojektet statades upp (Stadsbyggnadskontoret, Kristianstad, 2008-06-16).

Strategi för handeln

Under 2005 gav kommunstyrelsen i Kristianstad stadsarkitektkontoret och mark- och exploateringskontoret i uppdrag att göra en handelsutredning och formulera en handelsstrategi för staden. Bakgrunden till detta initiativ var att intresse fanns för nya stormarknads-

etableringar och köpcentrumhandel såväl externt som centralt i Kristianstad. Nordplan AB anlätades för uppdraget och utkom med utredningen *Handelsstrategi – Kristianstads kommun* (Nordplan AB, 2006).

I utredningen presenteras detaljhandeln i kommunen, såsom den ser ut i nuläget, dess potentiella utveckling, vilka förutsättningar kommunen har som regionalt handelscentrum, vilka effekterna av externa etableringar kan förväntas bli och hur en utveckling av stadskärnans handel kan se ut. Man föreslår även en kommunal strategi för handels utveckling. Enligt utredningen finns i Kristianstad en betydande risk för dominans av extern handel som kan leda till utarmning av stadskärnans handel. Därför rekommenderar Nordplan AB i sin utredning en strategi som går ut på att i huvudsak satsa på centrum och viss extern handel i form av volymhandel, stormarknader etc. Utvecklingen bör enligt Nordplans rekommendation ske i två steg. Det första steget är att bygga ett nytt köpcentrum i stadskärnan om 8000 – 10000m². Det andra steget är att bygga ett nytt externt köpcentrum om 15000 m² (Nordplan AB, 2006). Flera alternativa lägen för dessa etableringar föreslås i utredningen. Bland dem det område som har valts ut och numera kallas Östra Centrum. Efter att utredningen färdigställts utformade kommunen en utvecklingsstrategi: *Handeln i Kristianstad Nuläge, Framtid, Strategier*. Där fastställs det att Kristianstad ska utvecklas till en stark handelsplats i regionen och att tillväxt ska ske både centralt och

externt för en god balans (Stadsarkitektkontoret, Kristianstad, 2006-08-02).

Östra Centrumprojektet startas upp, men istället för det köpcentrum på 8000 – 10000m² som Nordplan rekommenderar satsar man på en betydligt större etablering om 32000 m². Det är lite drygt 1 m² ny handelsyta/ invånare i staden!

Planområdet för Östra Centrum

Planområdet för Östra centrum är stort, ungefär 61000 m², och avgränsas av gatorna Östra Boulevarden, Nya Boulevarden, Södra Kaserngatan och Kanalgratan (se Fig. 10). Mellan fem och sex av den befintliga stadskärnans kvarter skulle kunna rymmas inom området. Att man valt just den aktuella tomten beror framförallt på att läget är mycket centralt och att det mesta av marken är i kommunal ägo (Stadsbyggnadskontoret, Kristianstad, 2009-09-29). Området beskrivs dessutom i bl.a. plan- och genomförande beskrivningen som en lucka mellan 1600-talets kvarterstad i Centrum och stadsdelen Östermalm som tillhör 1800 – 1900-talets utvidgningar av staden (Stadsbyggnadskontoret, Kristianstad, 2008-06-16). Att bebygga luckan skulle alltså istället kunna innebära att området förvandlas till en länk.

På planområdet för Östra Centrum finns idag ett stort Domusvaruhus i två våningar med underjordiskt garage som förutom konsumentbutik även rymmer bl.a. Systembolaget, Clas Ohlsson, Apoteket, klädbutik m.m.

Ihopbyggt med Domusvaruhuset men med egna entréer ligger biografen Kosmorama, samt sportbutiken Stadium. Vidare hittar man inom planområdet Resecentrum (knutpunkt för lokal och regional busstrafik), kiosk, restaurang och två snabbmatskedjor.

Det finns verksamheter som lockar folk och genererar rörelse på delar av platsen under en stor del av dygnet. Domusvaruhuset hyser den enda större livsmedelsbutiken i centrala Kristianstad och är mycket välbesökt. Apoteket och Systembolaget är också de enda av sitt slag som ligger i stadskärnan. Förutom de få, men storskaliga byggnaderna finns även två stora parkeringsytor. En i norra delen av planområdet och en i söder, där särskilt den norra upplevs som väldigt öppen och öde om kvällarna. Sammantaget skiljer sig denna bebyggelsestruktur mycket från de angränsande stadsdelarnas struktur.

Längs tomtens östra gräns rinner kanalen som sedan fortsätter genom Kristianstad. Vattendraget kantas av uppvuxna lindar och gångstråk på båda sidor. Cykelbana finns på den östra sidan om kanalen. Gångstråket på västra sidan av kanalen, den sida som ligger närmast det som ska bli Östra Centrum, känns avskärmat och sjaskigt. Det löper längs parkeringen i norr och nedanför Domus tornar höga stödmurar i betong upp sig över promenadstråket och gör att det känns isolerat och otrött på kvällarna.

Kanalen är annars ett av få lite naturligare inslag i

Kristianstads stadskärna. Slänterna ner mot vattnet är branta, otillgängliga och yvigt gräsbevuxna. I själva kanalen placeras vintertid julbelysning som speglas vackert i vattnet.

Området med sin nuvarande bebyggelse förklaras i bl.a. planprogrammet vara svårt att vidareutveckla. Höjdskillnaderna på tomten, som lutar kraftigt både ner mot kanalen och från mitten ut mot norr och söder, har hanterats med hjälp av stödmurar och ramper. Detta gör bitvis miljön svårorienterad och begränsar dessutom framkomligheten. För att bättre ta vara på tomtens möjligheter menar kommunen att det bästa alternativet är att riva befintliga byggnader och bygga nya som hanterar nivåskillnaderna på ett mer tilltalande och effektivt sätt (Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun, 2008-06-16). Detta kan tyckas rimma illa med Kristianstads kommuns målsättning att värna stadens årsringar, framförallt eftersom Domusvaruhuset som dominerar tomten är ett så utpräglat verk av sin tid. Å andra sidan vill kommunen också skapa utrymme för nya årsringar.

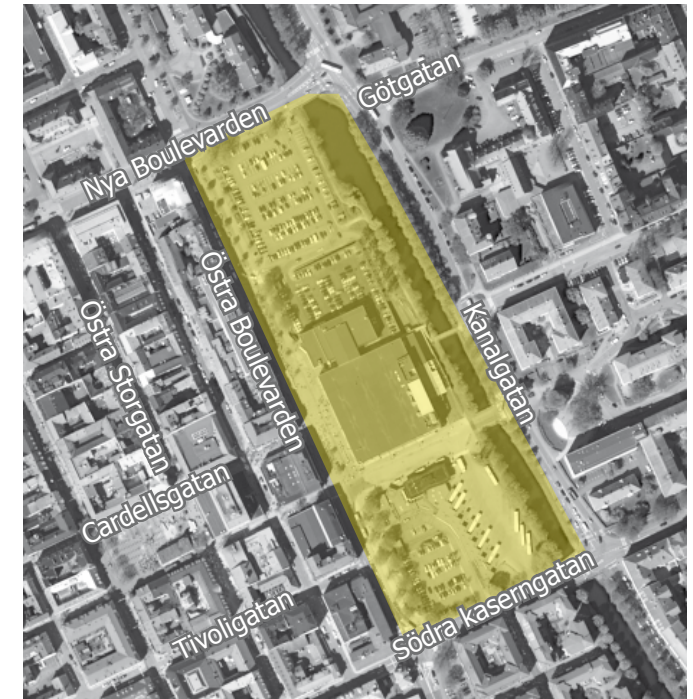
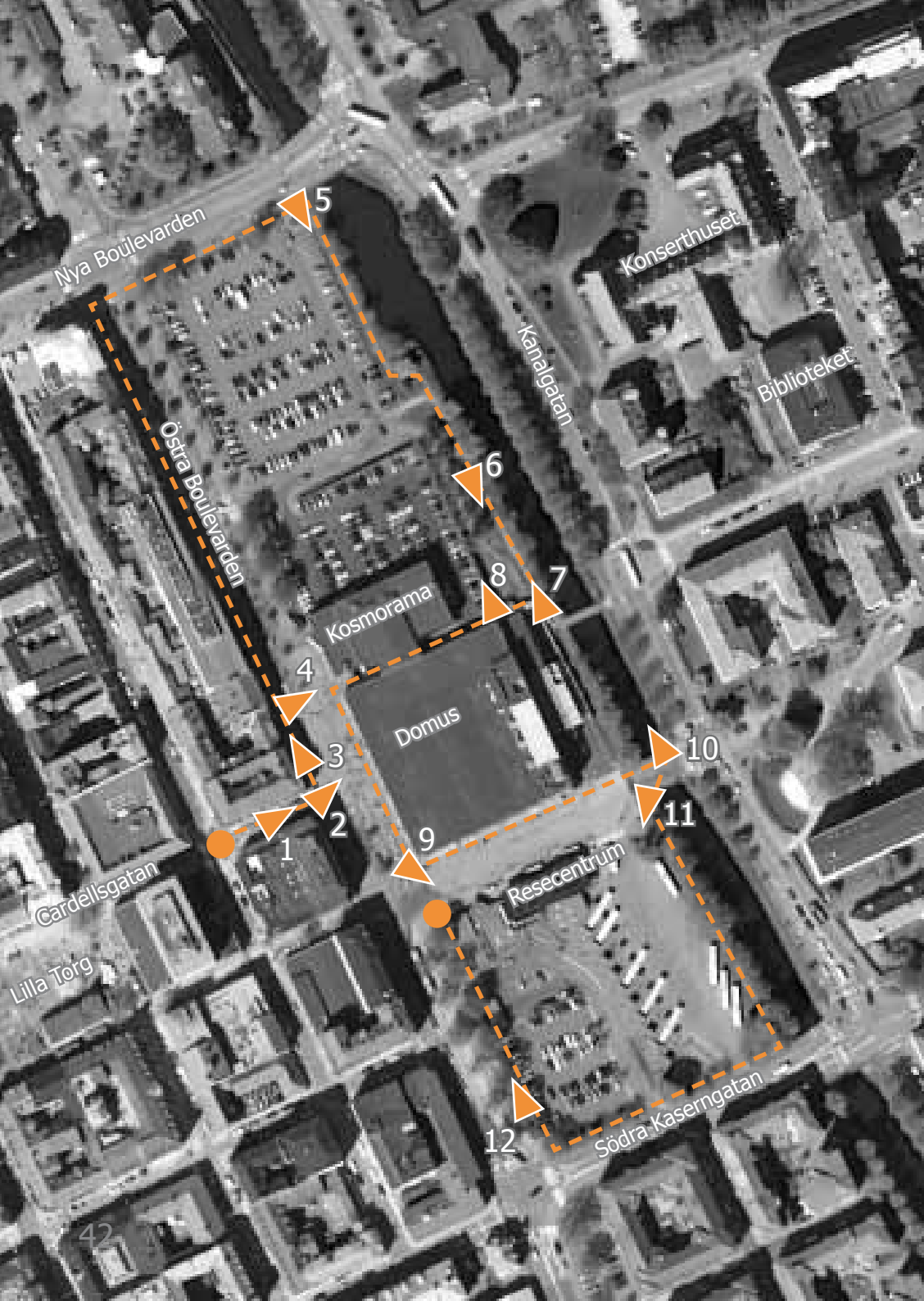


Fig 10 Planområdet med bl.a. de fyra gator som utgör angränsning utmärkta



En promenad

”Det gick lätt att få en öfverblick öfver staden: en lång och smal rektangel med kyrkan i ena ändan och läroverket i den andra. Man går rundt omkring den på en halftimme, påstås det, och det är ganska troligt. Jag gick västra storgatan fram: några vackra butiker, några nätta pensionsflickor, ett betydligt antal uniformer och naturligtvis en afskyvärd stenläggning, om man undantar ett par små sträckor som äro lagda med tegel i olika färger; det ser ganska småstadsselegant ut”

(Hjalmar Söderberg, Kristianstad 7 dec 1891)

För 120 år sedan tog författaren och tidningsredaktören Hjalmar Söderberg en promenad i sin nya hemstad Kristianstad. Om vi jämför hans betraktelse över staden med hur den ser ut idag kan vi konstatera att Västra Storgatan fortfarande hyser några vackra butiker och att det gula markteget har blivit ett signum för Kristianstads gågor. Den långa, smala rektangeln utgör fortfarande stadens hjärta. Men staden har vuxit betydligt och snart tillkommer en helt ny stadsdel i form av Östra Centrum. Vi kan väl, innan dess, ta en promenad över planområdet som det ser ut idag?



Fig 11



1.

1. Fig 12 Det intensiva gångstråket på Cardellsgatan mellan Lilla torg och Domus.



2.

2. Fig 13 Platsbildning på Östra Boulevarden framför Domus och Kosmorama. En yta som används till mycket: mötesplats, cykelparkering, rörelstråk och uppställningsplats för tillfälliga försäljnings- och informationsstånd. I valtider är det här valstugorna byggs upp. Dans-, idrotts-, musikårsuppsvisningar är vanligt på belgerna.

3. Fig 14 Norra delen av Östra Boulevarden. Efter Kosmorama (t.b. i bild) flyter gaturummet ut i ett öppet parkeringslandskap.



3.



4.

4. Fig 15 En passage mellan Domus och Biografen Kosmorama som leder till en gångbro med en trappa ner till Amaliabron över kanalen.

5. Fig 16 Den stora parkeringsytan i norr. Parkeringsdäcket vid Domus och nedfarten till den underjordiska parkeringen syns också. Nivåskillnaderna blir barriärer för fotgängare.

5.



44



6.

6. Fig 17 Gångstråket längs kanalen vid Domus baksida. Stödmurar och nivåskillnader gör att stråket känns avskärmat och isolerat.

7. Fig 18 Trappan mellan Amaliabron över kanalen och gångbrom till passagen mellan Domus och Kosmorama. En genväg från Östermalm till centrum för fotgängare med ork och rörlighet.

7.





9.



10.

8. Fig 19 Vy från gångbron vid passagen mellan Domus och Kosmorama. Höjdskillnader och avskärmande effekter syns tydligt. Nedanför löper en av den norra parkeringens infarter samt gångstråket längs kanalen.

10. Fig 21 Vy över kanalen med branta gräsbevuxna slänter och stora pestskräpbestånd. På våren växer här lökar och i vattnet trivs änder av olika slag. Till höger i bild skymtas kanalgatan genom träden.

11. Fig 22 Resecentrums stora busstorg där tillträde endast är tillåtet för buss. Regionbussarna angör "gatorna" vid resecentrumsbyggnaden som skymtas till höger i bild och det är där som passagerarna kliver på.

9. Fig 20 Ingången till Resecentrum och bussgatan med hållplatser för Stadsbussarna.

12. Fig 23 Södra delen av Östra Boulevarden.

8.



11.



12.



Östra Centrum - Ett Stadsbyggnadsprojekt

”Då Östra centrum är en etablering mitt i befintlig stadsstruktur och stadskärna innebär det att området måste inpassas i staden både avseende skala och formspråk men också de allmänt tillgängliga yttre miljöerna, de offentliga rummen, som en stad innehåller”

(Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun, 2009-09-29, s.19)

Östra Centrum, ett samarbete mellan Kristianstads kommun och köpcentrumsägaren Steen och Strøm, är ett köpcentrumsprojekt men också ett stadsbyggnadsprojekt. Planområdet upplevs idag inte som någon sammanhållen enhet av Kristianstadsborna utan består av olika delar som Domustorget, Domusparkeringen och Resecentrum. Redan tidigt i planeringsprocessen, i förfrågningsskedet, fick dock hela området för den planerade köpcentrumsetableringen det samlade namnet Östra Centrum. Namnet är tydligt och ger signaler om vad det är kommunen önskar åstadkomma; en ny stadsdel med en egen karaktär.

I kommunens planprogram och plan- och genomförandebeskrivning för projektet är det framförallt två mål som för mig framstår som överordnade alla andra. Dessa två mål är att stärka handelsstaden och

att koppla samman de västra, centrala delarna av staden med de östra delarna. Planområdet sträcker sig därför även över kanalen, som rinner längs områdets östra sida. Detta för att visa vikten av att stärka kopplingarna till det s.k. kulturkvarteret på Östermalm där Kristianstads bibliotek och konserthus ligger. Det är naturligtvis önskvärt att dessa institutioner på ett tydligare sätt än idag blir en del av centrum (Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun, 2008-06-16). Det är tydligt att man har ambitionen att skapa en ny stadsdel som kopplas ihop med de angränsande stadsdelarna och inte bara ett nytt köpcentrum.

Projektet skall stärka Kristianstad som handelsstad i regionen genom att nya butiksytor och bostäder uppförs i ett centralt läge och på så sätt kompletterar stadskärnan (Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun 2009-09-18). Stadskärnan expanderar österut och får längs med kanalen en vattenfront som dessutom förväntas bli en ny framsida (White arkitekter, 2008-06-04/16).

Själva planområdet för Östra Centrum är ca 61000 m² stort och ska bebyggas med 32000 m² handelsyta varav maximalt 25000 m² blir butiksyta i två plan. Markytan som tas i anspråk för bebyggelsen är 19000 m² (Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun 2009-09-18). Det handlar alltså om en mycket omfattande etablering och kommunen inser givetvis vikten av att en så stor anläggning integreras väl i sin omgivning. Detta kan man också utläsa av citatet i inledning-

en av stycket som kommer ifrån plan- och genomförandebeskrivningen.

White arkitekter AB framhåller också i förslagshandlingarna att de i sin design framförallt strävat efter att hitta och stärka de naturliga kopplingarna över tomt. Offentliga stråk ska finnas mellan stadens östra och västra delar. Östra centrum förväntas bli en ny målpunkt i staden och ska kunna nås på ett naturligt sätt från alla väderstreck. Mötesplatser med sociala funktioner uppstår i anslutning till denna nya målpunkt och entréer till köpcentrumet bör utformas vid dessa mötesplatser. White arkitekter föreslår att handeln som skall rymmas inom området får sin tyngdpunkt mot Östra Boulevarden, medan eventuella kulturaktiviteter kan få sin tyngdpunkt mot kanalen för att binda samman Östra centrum med kulturkvarteret där biblioteket och konserthuset finns (White arkitekter, 2008-06-04/16).

Jag tycker mig kunna urskilja fem huvuddelar i projektet; Köpcentrumet, Kanalparken, Punkthusen, Busstorget och Östra boulevarden. Var för sig har dessa delar egna utpräglade karaktärer som flätas in i varandra och tillsammans utgör de Östra Centrum, en ny stadsdel med blandad bebyggelse.

I avsnittet som följer kommer jag att beskriva dessa fem huvuddelar.

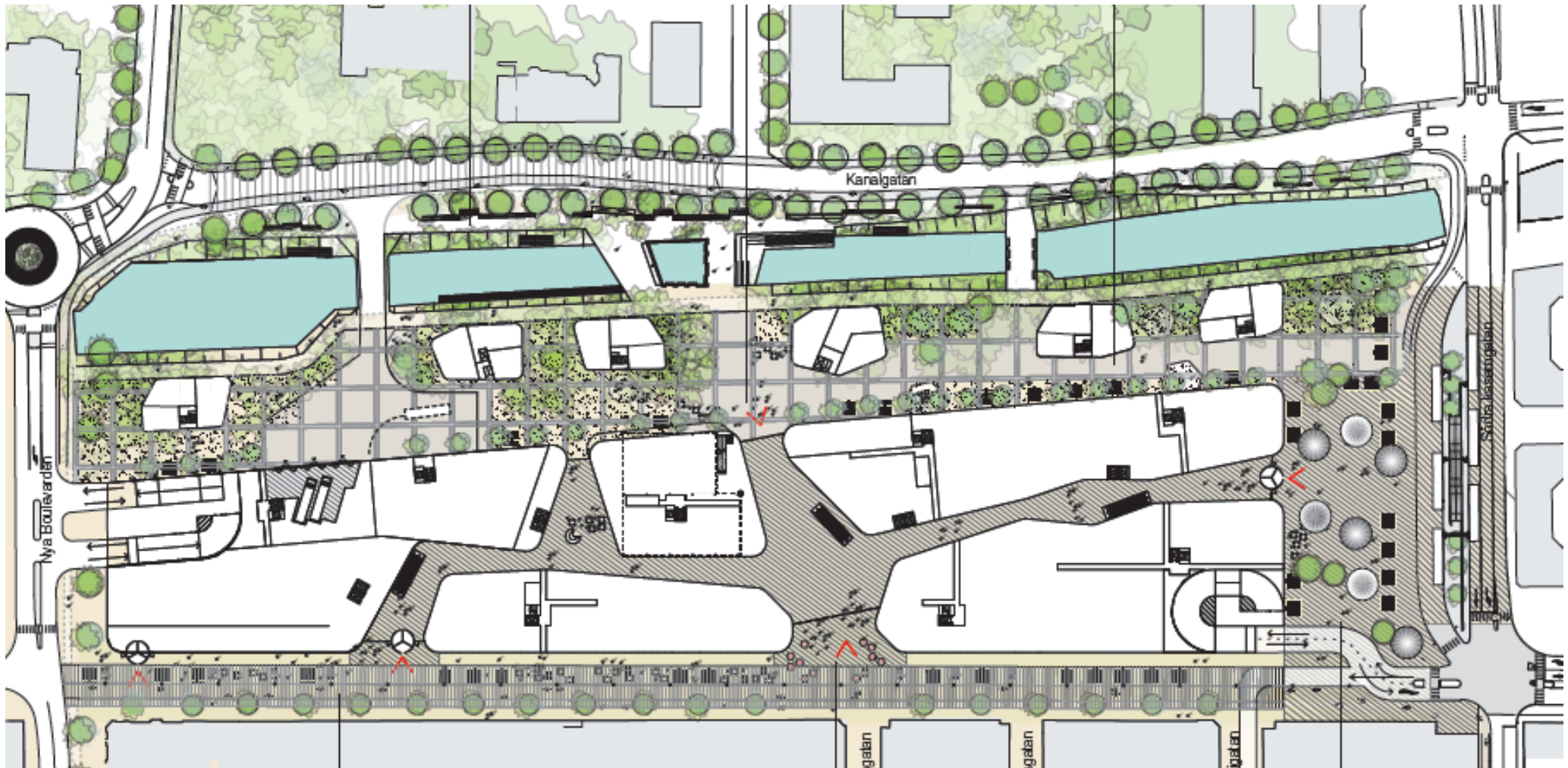


Fig. 24 Illustrationsplan över Östra Centrum. De fem stora byggnaderna längs Östra Boulevarden (nederst i planen) innesluts i ett hölje av glas och utgör köpcentrumet. Sex punktbuss uppförs utefter kanalen (överst i planen) och mellan husen anläggs en urban park. Östra Boulevarden får en ny utformning och blir gångata. Det nya busstorget anläggs söder om köpcentrumet. Illustration: White Arkitekter



Fig: 25 Entréplatsen vid Cardellsgatan. Illustration: White Arkitekter

Köpcentrumet

Östra Centrum är namnet på den nya stadsdelen som bildas i projektet, men också på det nya köpcentrumet som skall byggas och som är själva huvudattraktionen. Utmed Östra Boulevarden skall ett köpcentrum i fyra plan uppföras. De två nedre planen hyser buti-

ker, medan parkeringsplatser för besökande bereds i de två övre. I plan- och genomförande beskrivningen kan man läsa att köpcentrumet ska ”(--)) utformas med en kvartersstruktur om fem handelskvarter i en samlande yttre byggnadskropp med invändiga publika gågator och stråk”

(Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun, 2009-09-29. s.16)

Den nya köpcentrumsbyggnaden kommer att sträcka sig utmed nästan hela planområdet och risken finns att den kan uppfattas som väldigt dominant. Därför menar kommunen att det är viktigt att undvika känslan av en enda massiv byggnadskropp (Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun, 2008-10-20).

Med anledning av det har ett gestaltungsprogram för mark och byggnader utarbetats. Syftet är att säkerställa en variation i fasadlivet. Bl.a. genom att använda flera olika material som trä, sten och glas (Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun och White arkitekter, 2009-09-21). För att ytterligare dela upp byggnadskroppen visuellt föreslår White arkitekter att man arbetar med raster, transparens och ljus genom slitsar och öppningar i fasaden (White arkitekter, 2008-06-04/16). Köpcentrumet kommer att få vad White arkitekter kallar för en strikt, organisk form. Med det menas mjukt rundade och böljande former i det horisontella planet men strikta och raka i det vertikala. Arkitektur med den typen av formspråk finns tidigare inte någonstans i Kristianstad och kommer alltså att tillföra något helt nytt (White arkitekter, 2008-06-04/16). Att introducera ett nytt formuttryck i staden anser kommunen bidrar på ett positivt sätt till stadens identitet (Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun, 2009-09-29).

Det ska finnas en viss genomsiktighet i köpcentru-

mets byggnadskropp som erbjuder utblickar ner mot kanalen och det måste vara möjligt att enkelt kunna röra sig över tomten (Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun, 2009-09-29). Framförallt måste det finnas publika passager genom köpcentrumet, särskilt i öst-västlig riktning eftersom byggnaden annars blir en barriär snarare än en länk. Det ska också finnas butiksentréer ut mot Östra Boulevarden som kan bidra till gatulivet och öka kontakten med centrum (Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun, 2008-10-20).

Köpcentrumsbyggnaden kommer att hantera nivåskillnaderna ner mot kanalen med terrasseringar inuti. En öst-västlig passage genom byggnaden öppnas upp till ett inomhustorg som i entréplan skall vara tillgängligt för allmänheten (Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun, 2009-09-29). I gestaltungsförslaget från White arkitekter menar man att inomhustorget blir den nya, spännande mötesplatsen i staden (White arkitekter, 2008-06-04/16). Passagen kommer att vara stängd några timmar nattetid, öppettiderna regleras i avtal med kommunen. Invändiga stråk i nord-sydlig riktning kommer också att finnas, men de kommer inte att ha samma dignitet som de öst-västliga eftersom andra utvändiga stråk i denna riktning också kommer att finnas. Entréer till köpcentrumet kommer att finnas i alla väderstreck. Huvudentrén placeras ungefär där Domus idag har sin entré, d.v.s. i förlängning av Cardellsgatan mot Lilla Torg (Stadsbyggnadskonto-

ret, Kristianstads kommun, 2009-09-29).

Busstorget

Resecentrum, knutpunkten för lokal och regional busstrafik i Kristianstad kommer att flyttas från planområdet för Östra Centrum till ett mer rationellt läge vid järnvägsstationen. Detta planeras i ett parallellt projekt som kallas Kristianstadslänken. En av uppgifterna i Östra Centrumprojektet var att finna ett bra läge inom tomten för en ny storhållplats. I det aktuella förslaget föreslås ett busstorg i södra delen av tomten, längs Södra Kaserngatan (se Fig. 24 på s.47). Hållplatsen förväntas bli både ett viktigt entréläge till centrumet och en mötesplats. En platsbildning mellan själva busshållplatsen och köpcentrumsentrén föreslås därför. Platsen blir en sorts skärmtaksmiljö så att man kan röra sig torrskodd från bussen till köpcentrumet. Även uteserveringar och cykelparkering ska få plats. Storhållplatsen gör att Östra Centrum får ett mycket gott läge i förhållande till kollektivtrafiken (Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun, 2009-09-29).

Kanalparken

Längs kanalen ska det befintliga gång- och cykelstråket utvecklas till ett nytt offentligt, parkrum. Enligt kommunen ska en otillgänglig baksida bli ett trevligt grönstråk, en plats för lek, vistelse och promenader (Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun, 2008-10-20). White arkitekter skriver i sitt förslag att

Kristianstad får ”ett grönt, urbant parkrum” (White arkitekter, 2008-06-04/16. s.4). Öster om kanalen utvecklas kanalpromenaden med sittrappor ner mot kanalen för att göra vattnet mer tillgängligt och för att ge staden en ny vattenfront. Två nya gångbroar över kanalen ska förbättra tillgängligheten till Östra Centrum och blir en del i länken mellan centrum och kulturkvarteret. De blir även en del i det s.k. kulturstråket som ska utvecklas mellan kulturkvarteret, via Östra Centrum till stadens övriga kulturinstitutioner som ex. Teatern, Regionmuseet och Konsthallen. Östra entréplatsen framför köpcentrumet flyter ihop med kanalparken och föreslås bli ett kulturtorg. Här ska finnas möjligheter till olika evenemang, en scen, installationer etc. Biografen Kosmorama som föreslås integreras i det nya köpcentrumet får sin entré ut mot detta torg för att bidra till folkliv. Miljön längs kanalen ska vara grönskande och allmänt tillgänglig (Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun, 2009-09-29).



Fig. 26 Perspektiv över hur kanalparken med punkthus och östra entréplatsen kan komma att se ut. Illustration: White Arkitekter



Fig. 27 Visualisering av Östra Boulevarden med det nya köpcentrumet till vänster. Illustration: White Arkitekter

Punkthusen

Spridda i kanalparken uppförs fem punkthus för bostadslägenheter med 5-7 våningar samt ett 12-våningshus som ska markera kopplingen över kanalen ner mot kulturkvarteret. Byggnadskropparna ska vara slanka med möjlighet till verksamheter i bottenplan för att skapa en levande miljö kring vattnet och kanalstråket. Även ett hotell kan rymmas här. Husen placeras 4m från kanalens släntkrön för att möjliggöra passage och tillgänglighet till vattnet.

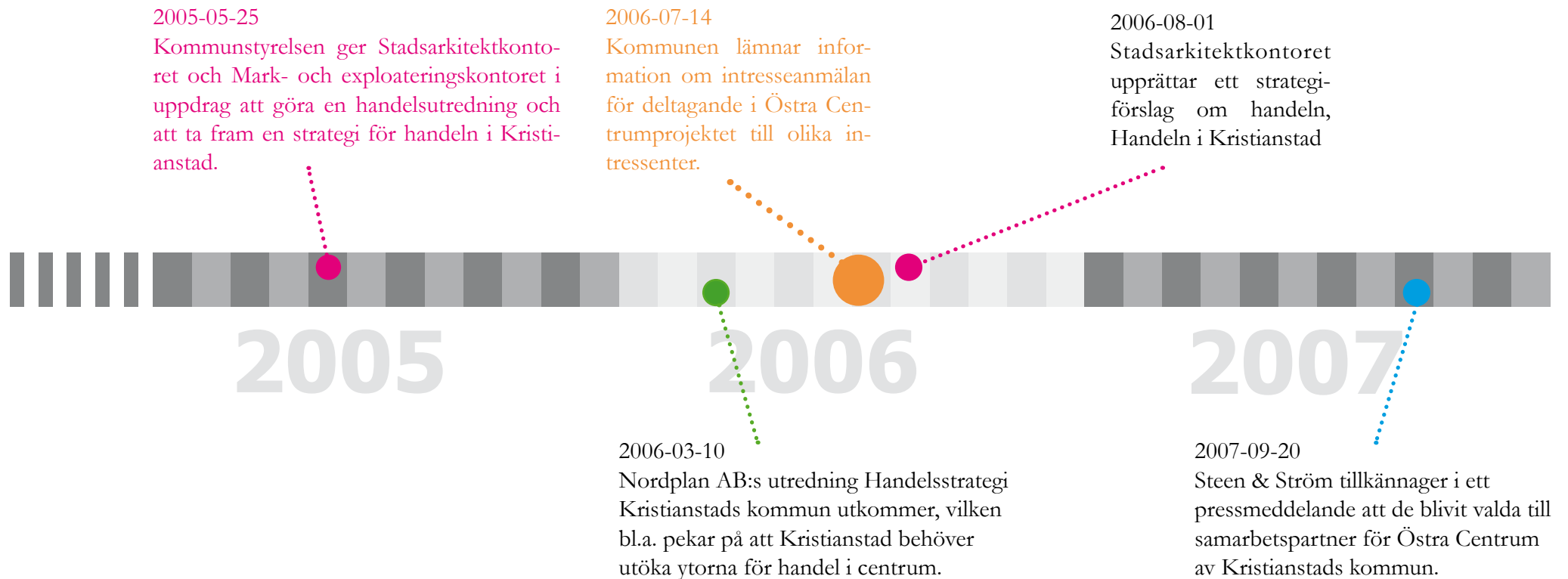
Marken mellan köpcentrumet och bostäderna skall vara framkomlig med bil för flytt, varutransport, färdtjänst etc. Parkering för bostäderna bereds under köpcentrumet (Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun, 2009-09-29).

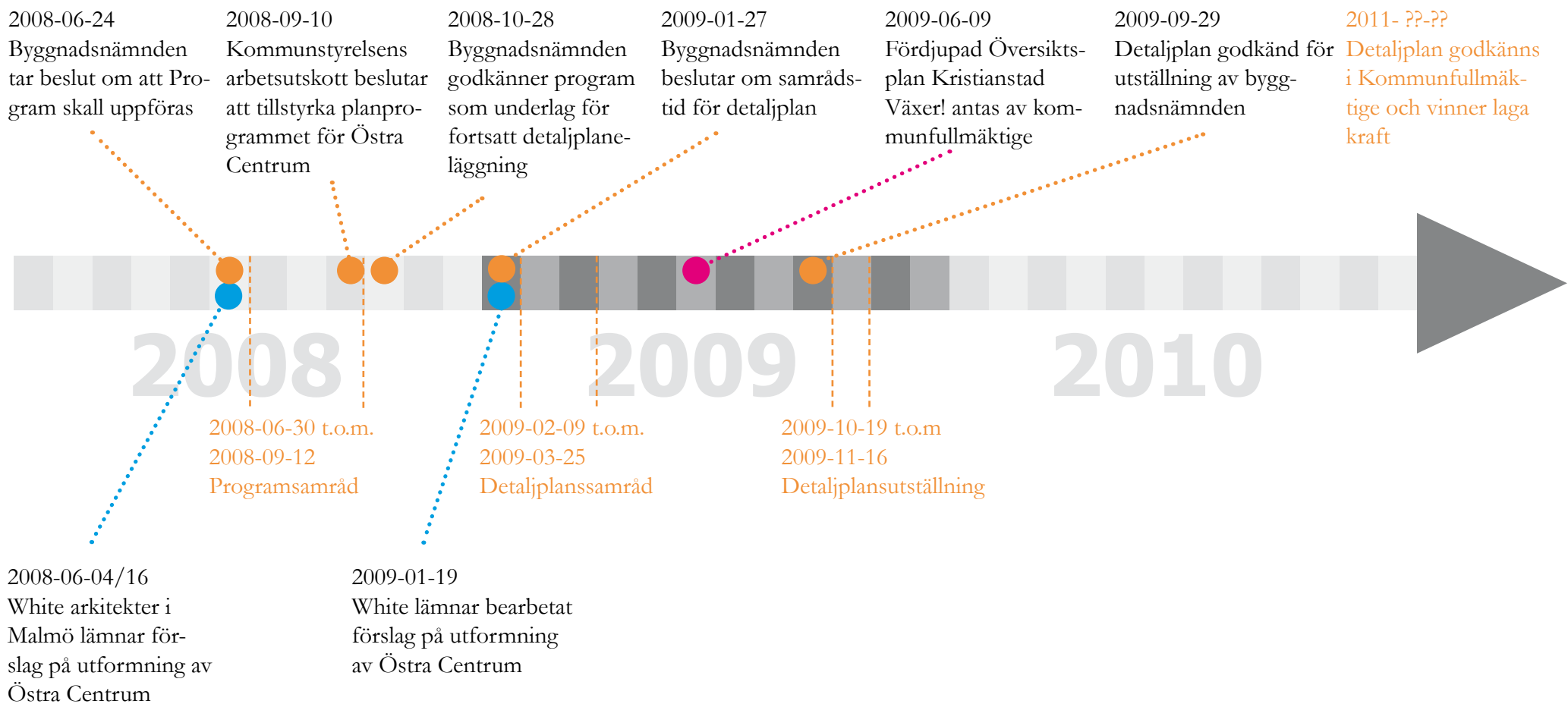
Östra Boulevarden

Östra Boulevarden är idag en bred gata på 28m som i norr fungerar som infart till den befintliga parkeringsplatsen och i söder fungerar som in- och utfart för bussar till Resecentrum. I mitten är Boulevarden gågata och framför Domusvaruhusets entré finns idag en platsbildning eller ett slags torg. I Östra Centrumprojektet föreslås att Östra Boulevarden inom hela planområdet omvandlas till gågata med ett genomgående cykelstråk. Även här ska finnas en platsbildning framför huvudentrén till köpcentrumet som kan knyta samman Östra Centrum med stadens handelsliv och gågator. Ett redan starkt stråk längs med Cardellsgatan, till och från Lilla Torg, förstärks (Stads-

byggnadskontoret, Kristianstads kommun, 2009-09-29). I gestaltungsprogrammet föreslås ett nytt grepp kring utformning av markbeläggningen på boulevarden. Gatan delas in i zoner för fotgängare, cyklister, möblering och ny trädrad. Markbeläggningen skall göra dessa zoner tydligare (Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun och White arkitekter, 2009-09-21). Gatan ska smalnas av till 18m men tanken är att boulevardkaraktären ändå behålls. Entréer till butiker i köpcentrumet kommer att vända sig ut mot gågatan och boulevarden ramas in av bebyggelse utefter hela sin längd genom planområdet (Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun, 2009-09-29).

Östra Centrum - Från början till bygglov





Projektets framskridande

Det första initiativet till ett köpcentrum i Kristianstad togs av Kommunen 2006. Efter Nordplans utredning med rekommendationen om att fler butiksytor behövs i centrala Kristianstad, bestämdes att möjligheterna för nytt köpcentrum i stadskärnan skulle utredas. Det nuvarande planområdet för Östra Centrum befanns vara en lämplig plats och förfrågningar skickades ut till ett antal intressenter. Steen & Strøm befanns efter utvärdering av inkomna avsiktsförklaringar vara en lämplig samarbetspartner. 2007 bekräftade Steen & Strøm i ett pressmeddelande att de skulle vara delaktiga i projektutvecklingen. White arkitekter i Malmö blev anlitade som konsulter av Steen & Strøm och 2008 fick stadsbyggnadskontoret i uppdrag av Byggnadsnämnden att utarbeta ett planprogram för Östra Centrum. Tidsplanen för Östra Centrumprojektet har varit förhållandevis intensiv och pressad. Enligt en första tidplan som redovisades i planprogrammet förväntades förslaget kunna träda i laga kraft tidigast oktober 2009 men det har det ännu inte gjort våren 2011, och just nu verkar projektet stå still. Området beskrivs i FÖP:en som ett särskilt utvecklingsområde för handel och är för närvarande detaljplanlagt för handel, parkering, biograf, busstation och parkändamål med gång- och cykelstråk längs kanalen.

Den nya detaljplanen för Östra Centrum ska fortfarande godkännas av fullmäktige. Karoline Lindén,

planarkitekt på Stadsbyggnadskontoret i Kristianstad nämnde, då jag intervjuade henne i mars 2010, att ärendet vid tidpunkten hade varit ute på alla sina formella samråd och utställningar. Diskussioner fördes (och förs fortfarande?) med Steen & Strøm och fastighetsägarna i kvarteret om ett exploateringsavtal för ansvarsområden och kostnader. Planen antas inte förrän ett sådant avtal är fastställt (Lindén, 2010). Förmodligen kan fördröjningen av projektet tillskrivas den globala ekonomiska krisen som slog till med kraft under 2008 - 2009. Många investerare är helt enkelt försiktiga eller har svårt att starta upp stora projekt för närvarande.

Kommunen, Konsulten och Köpcentrumsägaren

Östra Centrum projektet gällde inledningsvis främst fler rationella handelsytor i centrala Kristianstad. I planprogrammet beskriver kommunen hur man under den första förslagsfasen för Östra Centrum, i diskussionerna kring disponeringen av tomten, började fundera över om en blandning av handel och bostäder inom tomten var möjlig, en blandning som sedan har blivit en central del i projektet (Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun, 2008-06-16). Ett nytt köpcentrum har utvecklats till ett projekt för en ny stadsdel där köpcentrumsägaren Steen & Strøm är projektutvecklare tillsammans med Kristianstads

kommun.

Man ställa sig frågan varför ett privat företag som Steen & Strøm är intresserade av att utveckla ett projekt som syftar till att *stärka handelsstaden* och *att koppla samman de östra och västra delarna av staden*? Det är enklare att se varför det första målet är intressant även för Steen & Strøm. En stark handelsstad är rimligen en god förutsättning för att en ny köpcentrumsetablering skall kunna gå med vinst och vara framgångsrik under lång tid framöver. Att sträva efter att koppla samman de östra och västra delarna av staden genom att bl.a. utveckla en kanalpark, ett busstorg och bostäder är däremot inte en lika självklar del av ett köpcentrumprojekt. Ändå kan man läsa i ex. redogörelsen för programsamrådet att Steen & Strøm har för avsikt att hålla ihop planeringen för hela området, med bostäder etc. ända fram till bygglov då andra exploitörer och byggherrar bjuds in (Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun (2008-10-20)). En del av förklaringen är att Steen & Strøm strävar efter ett framgångsrikt och långsiktigt ägande. De investerar därför tid och pengar på att bl.a. skaffa sig kunskap om köpcentrum och shopping (ex. rapporten *The Future of Shopping Places*). De har därigenom kommit att inse värdet av att köpcentrum är tillgängliga och väl integrerade i sin omgivning (Steen & Strøm, 2008). Huvudmålet för Steen & Strøm är fortfarande att etablera en verksamhet som går med vinst, men en väl fungerande omgivning ökar chanserna för att verksamheten ska gå med

vinst under lång tid. I det aktuella projektet är det därför viktigt att hitta en helhetslösning som är optimal sett ur ett handelsperspektiv och som samtidigt passar Kristianstads kommun.

Man kan också utgå ifrån att det för Steen & Strøm är fördelaktigt att ha inflytande över utformandet av omgivningarna kring sin etablering så att de är tillgängliga och attraktiva och lockar besökare till köpcentrumet. Det borde dessutom finnas ett stort PR-värde i att vara en ansvarstagande samverkanspartner och att de projekt man investerar i tillför städerna något positivt istället för att få rykte om sig att utarma stadskärnorna.

Kristianstads kommun är i sin tur beroende av köpcentrumsetableringen för att nå sitt mål om att stärka handelstaden. Vissa kompromisser från båda håll har rimligtvis varit nödvändiga för att nå den bästa helhetslösningen. Att ett viktigt öst-västligt stråk i staden förläggs inuti köpcentrumsbyggnaden är exempel på en sådan kompromiss. Att köpcentrumets byggnadskropp i det slutliga förslaget blev grundare och med mindre handelsyta än vad som först föreslagits för att ge utrymme till en bredare boulevard är en annan. Hur kompromisserna har vuxit fram kan delvis följas i programhandlingarna. I planprogrammet beskrivs projektets förslagsfaser. I den första förslagsfasen hanteras de öst-västliga stråken helt och hållet utomhus, mellan byggnadskroppar. I den andra förslagsfasen hanteras de inomhus och beskrivs som halvoffentliga vilket är

en stor skillnad. Därefter kallas stråken genom köpcentrumet i handlingarna för publika och platsbildningarna inomhus för halvoffentliga och det betonas att det är viktigt att de ska vara tillgängliga för allmänheten (Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun, 2008-06-16). Det övertygar dock inte helt om att länken mellan öst och väst verkligen blir så stark som kommunen önskar. Men det kommer trots allt finnas ett stråk mellan Öst och väst som har potential att användas som offentligt, beroende på utformning och öppethållande samtidigt som Steen & Strøm får sina sammanhängande butiksytor. Resultatet var den bästa helhetslösningen som båda parter kunde enas om.

Det är väsentligt att notera att det finns ett intresse från både kommunen och köpcentrumsägaren av att ha en gemensam vision!

Östra Centrumprojektet har enligt både projekthandlingar och muntliga utsagor från respondenter (vilka redovisas i ett avsnitt längre fram) präglats av ett intensivt samarbete mellan Kristianstads kommun, White arkitekter AB och Steen & Strøm.

White arkitekter beskriver i sitt första förslag en arbetsprocess där förslagsalternativ i olika skeden av utformningsarbetet har diskuterats vid ett flertal urvalsmöten med kommunen och Steen & Strøm. Det förslagsalternativ, som ansetts som det bästa av både kommunen och Steen & Strøm har sedan bearbetats till ett färdigt förslag (White arkitekter, 2008-06-04/16).

Att man jobbar mot en övergripande gemensam vision märks också i de handlingar jag har gått igenom. White arkitekter har ex. i stor utsträckning förhållit sig till kommunens tidigare ställningstaganden i form av grönplan, fördjupad översiktsplan och parallella projekt som ex. Kristianstadslänken och utvecklingen av det s.k. kulturkvarteret. Kommunen har i sin tur tagit till sig White arkitekters förslag och analyser och hänvisar till mycket av materialet i program och planbeskrivningar. Det finns dock vissa skillnader framförallt i hur staden Kristianstad framställs och i beskrivningar av hur Östra Centrum kommer att passas in i stadsbilden. Kommunen har framförallt Kristianstads utveckling för ögonen medan White arkitekter också måste väga in vilka fördelar med projektet som finns för uppdragsgivaren Steen & Strøm. Kommunen betonar ex. mer än White arkitekter de historiska kopplingarna, länken mellan 1600-talsstaden och 1800- och 1900-tals bebyggelsen på Östermalm och hur Östra Centrum fyller en lucka i den historiska väven. White arkitekter betonar snarare de rumsliga och strukturella kopplingarna och visar på hur siktstråk och rörelsestråk knyter samman stadens delar. Kommunen beskriver skalan och kvartersstrukturen hos Östra Centrum som en del i att förvalta och knyta an till riksintresset *renässansstaden*, medan White arkitekter behandlar samma frågor om skala och struktur som medel att integrera byggnaden rumsligt i sin omgivning. De två synsätten utgör ingen motsättning utan

kompletterar snarare varandra.

Samrådets inflytande

Både planprogram och detaljplan för Östra Centrum har i olika skeden varit ute på remiss och diskuterats på samråd med allmänheten och andra intressenter. I samrådsredogörelserna sammanfattas inkomna synpunkter. Synpunkterna bemöts genom att ställningstaganden i förslaget förklaras utförligare eller genom att kommunen visar öppenhet för alternativa lösningar. Flera inkomna synpunkter har lett till justeringar av förslaget som får konsekvenser för den omgivande stadsmiljön.

En vanligt förekommande farhåga, särskilt bland medborgare, har varit att det inte finns bärkraft i staden för en så pass stor etablering som Östra Centrum och att balansen i centrum därför kan rubbas. Jämfört med Nordplans rekommendation om ett köpcentrum på 10000m² verkar Östra centrum 32000m² i överkant. Kristianstads kommun besvarar emellertid kommentarerna med att Domus 10000m² försvinner vilket innebär att endast 10000m² tillkommer utöver rekommendationen. Vidare litar man på handelsutredningens slutsats att staden måste tillföras nya rationella handelsytor för att behålla sin starka position som handelsstad i regionen (Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun, 2008-10-20).

Flera inkomna synpunkter både i samråden för program och detaljplan, från medborgare såväl som re-

missinstanser (ex. länsstyrelsen), rör stråken genom köpcentrumsbyggnaden. Framförallt i hur stor utsträckning de verkligen kommer att vara trygga och allmänt tillgängliga. Kommunen svarar att tillgängligheten kommer att regleras i detaljplanen och genom avtal men att det är sannolikt att genomgången kommer att stängas under natten p.g.a. risken för skadegörelse. För att säkerställa tillgängligheten påminner bl.a. remissinstansen Lantmäterimyndigheten om att skapa möjlighet till 3D-fastighetsbildning genom planbestämmelserna. Detta har kommunen tagit fasta på och detaljplanen har justerats för att öppna upp för fler typer av fastighetsindelning. Passagen genom köpcentrumet kommer dock att ligga kvar inom kvartermark (Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun 2009-08-18).

Bostadshuset som i förhållande till stadskärnans övriga bebyggelse sticker upp har också genererat ett flertal synpunkter, bl.a. från Regionmuséet. Kommunen replikerar med att befintliga byggnader längs Kanalgränd varierar i höjd, att de föreslagna husen främst kommer att synas därifrån och att höjderna därför inte kommer att upplevas som märkliga. Antalet hus med tolv våningar har dock justerats till endast ett för att stadsbilden inte radikalt ska förändras. Ytterligare en justering som gjorts efter inkomna synpunkter är att punkthusen flyttats in ett antal meter från sitt ursprungliga läge alldeles vid släntkrönet ner mot kana-

len för att möjliggöra ett allmänt tillgängligt gångstråk längs med kanalen. För övrigt är många mycket positiva till att bostäder ska uppföras i centrum (Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun, 2008-10-20).

Flera är bekymrade över trafiksituationen vid korsningen Södra kaserngatan – Östra Boulevarden där busstrafik till och från storhallplatsen ska samsas med biltrafik till och från p-husinfarten i köpcentrumet och fotgängare och korsande cykelvägar. Kommunen hänvisar till den korsningsutredning och studie av trafiksäkerhet och tillgänglighet som har gjorts (Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun 2009-08-18).

Ett antal vädjanden om att helt eller delvis bevara Domusbyggnaden har också inkommit i samrådsskedena. Möjligheten att riva Domus kvarstår dock och inget skydd införs i planen för byggnaden (Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun 2009-08-18).

Intressentperspektiv

Jag har under arbetet med den här uppsatsen velat ta del av olika intressenters perspektiv på Östra Centrumprojektet. Därigenom tror jag att jag kan få en bättre idé om vad själva drivkraften är och vilka förhoppningar och förväntningar som finns kring projektets betydelse för Kristianstads stadskärna. Genom att intervjua personer som har varit involverade i arbetet med Östra Centrum har jag försökt skapa mig en mer nyanserad bild.

Organisationen för Östra Centrumprojektet har enligt bl.a. plan- och genomförandebeskrivningen bestått av en Styrgrupp (Politiker, Förvaltningschefer, Steen & Strøm), en Projektgrupp (Referensgrupp med tjänstemän från olika kommunala förvaltningar) samt en Arbetsgrupp (Representanter från Stadsbyggnadskontoret, White arkitekter, C4-teknik samt Mark- och exploateringskontoret). Representanter från Styrgruppen och Arbetsgruppen finns bland dem jag har intervjuat, medan representant från Projektgruppen saknas. Detta kan till viss del förklaras med att Projektgruppens medlemmar alla har haft sitt specialområde för ögonen, exempelvis el eller vatten vilket dels försvårar en generell diskussion kring projektet och dels gör det svårt att välja ut vilken representant som hade varit mest lämplig att tala med. Vidare har tre Kristianstadsbor svarat kort på ett antal frågor i egenskap av brukare av platsen. Synpunkterna som framkom i dessa mini-intervjuer kan förstås inte räknas som representativa för hela Kristianstads befolk-

ning, men har ändå bidragit med infallsvinklar som jag finner intressanta och som därför redovisas i avsnittet. De sju respondenter som har bidragit med sina erfarenheter är (i den ordning de har intervjuats):

Karoline Lindén, Planeringsarkitekt på Stadsbyggnadskontoret i Kristianstad

Charles Larsson, Marknadsdirektör på Steen & Strøm Sverige

Charlotte Kristensson, Arkitekt på White arkitekter

Heléne Fritzon, Kommunstyrelsens vice ordförande i Kristianstad

Hanna Petersson, Medborgare

Karin Mattsson, Medborgare

Maria Arrskog, Medborgare

Jag har under genomgången av intervjumaterialet noterat att respondenternas svar i allt väsentligt understryker eller upprepar vad man kan finna i program och detaljplanshandlingar. De flesta talar gärna om projektets olika delar med sina specifika funktioner (park, bostäder, handel, mötesplatser) och betonar de många fördelarna med respektive del. Respondenterna har dessutom gärna svävat ut och berättat om annat än om det jag egentligen har frågat. Detta har varit positivt i de fall då jag fått information som jag inte tänkt på att fråga efter och mindre positivt i de fall då information har uteblivit. Upprepade gånger har jag känt att respondenter har försökt argumentera för

och marknadsföra projektet eller varit måna om att lämna ”rätt” svar trots att jag ansträngt mig för att inte vara värderande eller ställa ledande frågor. Detta ser jag inte som en nackdel eller ett misslyckande. Snarare har det gett mig en inblick i vad respondenterna har ansett vara viktigt att berätta, vad de själva är intresserade av i projektet och vad de önskar att fokus ska vara på. Självklart är det också mer naturligt att framhäva de positiva aspekterna av ett projekt man är involverad i, än eventuella motgångar. Frågorna i intervjuerna anpassades efter varje respondent och vad intervjuerna främst kom att handla om färgades naturligtvis av detta. I bearbetningen av intervjumaterialet har jag dock försökt urskilja ett antal teman som på olika sätt verkat engagera respondenterna.

Den levande handelsstaden

Två frågor ställdes till samtliga respondenter. Den första var vad som gör Kristianstad till en attraktiv handelsstad eftersom den främsta avsikten med Östra Centrumprojektet är att just stärka Kristianstad som handelsstad i regionen. Den andra frågan var vad respondenterna tror kommer att bli mest annorlunda i Kristianstads stadskärna efter tillkomsten av Östra Centrum. *Den levande handelsstaden* blev därför ett naturligt tema i intervjuerna.

Att man i Kristianstad valt att göra stora satsningar på just handeln, menar Heléne Fritzson (s), kommunstyrelsens vice ordförande, har sin bakgrund i ett tidigare arbete i kommunen som gick ut på att identifiera Kristianstads kännetecken och identitet. Tre värden som varit viktiga historiskt i staden men som är relevanta även idag kristalliserades ut under arbetets gång. Nämligen: *Livsmedel* (jordbrukskommun), *Handel* (under lång tid en stark handelsstad) och *Vatten* (Kristianstad med sina unika vattenmiljöer är utnämnt av UNESCO till biosfärområde) (Fritzson, 2010). Att vidareutveckla dessa tre områden varav handeln är ett, är naturligt och syftar till att ge Kristianstad ytterligare livskraft och samtidigt förstärka en tydlig identitet sprungen ur redan fungerande näringar.

Charles Larsson, marknadsdirektör på Steen & Strøm Sverige, menar att satsningen på handel också beror på att man i många orter, även Kristianstad, har börjat inse att handeln är en viktig näring i samhället. Den

skapar många arbetstillfällen och är viktig för staden. Larsson tror att Kristianstads kommuns förväntningar är som många andra kommuners; de vill utveckla handeln och den fysiska miljön i staden eftersom det finns behov av det och för att undvika att komma på efterkälken i förhållande till andra regionstäder. Det var längesedan det förekom någon utveckling av det slaget i Kristianstad (Larsson, 2010).

Kristianstad – en pittoresk mix

Att Kristianstad under en lång tid har varit en stark handelsstad har flera tänkbara anledningar.

Karoline Lindén, Planeringsarkitekt på Stadsbyggnadskontoret, tror att många lockas till Kristianstad eftersom själva stadskärnan är relativt koncentrerad och har ett gågatusystem som gör att allting känns nära. Lindén menar också att utbudet av butiker, en blandning av kedjor som finns överallt och mindre butiker som man bara kan hitta i Kristianstad, är ganska unikt och bidrar till attraktiviteten. Av samma åsikt är Kristianstadsbon Hanna Petersson som tror att det tilltalar folk att centrum är väldigt litet med många affärer på liten yta, alla butikerna ligger så nära varandra. Staden är dessutom lättillgänglig och man kan bekvämt ta bilen in till stadskärnan. Enligt Petersson finns det enormt mycket parkeringsplatser vilket hon tror att många säkert uppskattar även om hon själv anser att parkeringsplatser är trista (Petersson, 2010). En annan Kristianstadsbo, Maria Arrskog, lyfter också

fram att staden inte är så stor och att det är nära till det mesta, allt finns på samma ställe (Arrskog, 2010), medan Karin Matsson, som också bor i staden, pekar ut det breda utbudet i form av klädesaffärer, skoaffärer och stora mataffärer som den främsta anledningen till att många vill handla i Kristianstad (Matsson, 2010).

Förutom koncentrationen och det rika utbudet tror Lindén att den speciella stadsmiljön med sin historiska anknytning har betydelse. Dessutom är Kristianstad den största staden i ett rätt så stort omland. Med den centralt belägna järnvägsstationen är det lätt att ta sig hit. Den aktiva handelsföreningen som verkar i staden är ytterligare en fördel (Lindén, 2010).

Heléne Fritzson är inne på samma spår och nämner även hon den vackra och ståtliga stadsmiljön som ramar in shoppingupplevelsen tillsammans med utbudet av butiker som starka bidragande faktorer till att Kristianstad är en attraktiv handelsstad. Själva stadsplanen har också betydelse menar Fritzson:

”Jag tror också att det har att göra med, i grunden, hur staden är byggd, man ska inte underskatta det” (Fritzson, 2010).

Fritzson utvecklar resonemanget och förklarar att stadslivet i Kristianstad kretsar kring två torg. Det väsentliga av all handel finns nämligen på storgatorna (Östra och Västra) mellan Lilla och Stora torg och om kretsen utvidgas till att omfatta även boulevarderna (Östra, Västra och Nya) och områdena något norrut

och söderut, finns en mängd butiker inom ett väldigt litet promenadavstånd. Detta skapar attraktivitet. Just att gatorna är gågator är också viktigt eftersom de medger ett fritt flanerande. Fritzon, liksom Lindén, nämner de engagerade handlarna som positivt för en stark handelsstad (Fritzon, 2010).

För att sammanfatta kan man säga att en koncentrerad och lättillgänglig stadskärna alltså är en av flera viktiga faktorer som gör att Kristianstad lockar shoppare. En annan faktor är det breda utbudet av butiker fördelat på gågator mellan två torg i en gynnsam stadsplan. Den ståtliga, historiska miljön och de engagerade handlarna är också tillgångar. För att säkerställa Kristianstads starka position som populär shoppingstad även framöver skall nu denna stadskärna kompletteras med stadsdelen och köpcentrumet Östra Centrum. Fritzon säger:

”Man tar ett steg till! Man behöver tillföra Kristianstad ett antal större märkesbutiker, dessa kan få rum i den nya etableringen och därmed ge Kristianstad mer av det som ex. Lund och Malmö kan erbjuda” (Fritzon, 2010).

En myllrande mötesplats

Förväntningarna på Östra Centrum från både kommunen och Steen & Strøm är höga. Charles Larsson tror att Kristianstad har en stor potential och förhoppningarna på att den nya etableringen kommer att

bli en attraktiv och myllrande mötesplats är stora. Det finns också uttalade ambitioner om att åstadkomma detta. Larsson menar att Steen & Strøm strävar efter att återupprätta handelsplatsen som mötesplats:

”(--) handeln har i grunden varit en plats för möten. Man har mötts när man har köpt och sålt varor på olika sätt” (Larsson, 2010).

Han tror att den största förändringen i Kristianstads stadskärna efter tillkomsten av Östra Centrum blir ett tätare folkliv.

”Det mest troliga, den riktigt stora frågan, är att jag tror att det kommer att röra sig väsentligt mycket fler människor! (---) Vilket är gott för staden, för då blir ju staden centralpunkten i ännu större utsträckning än idag. (---) Jag tror att man kommer att uppleva en mer livfull stad. (---) Vi försöker, tillsammans med kommunen, skapa ytor inte bara i centrumet utan även utanför centrumet; angränsande gator, ner mot kanalen, miljöer som människor kan sitta och trivas i” (Larsson, 2010).

Även Charlotte Kristensson, arkitekt på White arkitekter, tror på en mer livfull stad när Östra Centrum blir färdigt:

”(--) det blir en fantastisk energiinjektion till stadskärnan!” (Kristensson, 2010).

Hon förklarar att de nya butikerna i köpcentrumet kommer att bidra till detta, men även de 150 nya lä-

genheterna som föreslås på området mitt i Kristianstads centrum. En tråkig, nedgången baksida ska bli en framsida mot öster med sitt parkstråk längs kanalen och nya platser som kopplar ihop östra och västra staden:

”(--) så att man inte behöver känna att man hamnar i ett storskaligt ingenmansland när man kommer ut på Östra Boulevarden så som man gör idag” (Kristensson, 2010).

Karoline Lindén menar en av de största förändringarna i Kristianstads stadskärna blir att själva stadsbilden kommer att påverkas. Området blir ju mer bebyggt än vad det är idag, vilket givetvis blir en skillnad och köpcentrumet blir ett helt nytt element som kommer in i staden. Att detta nya element placeras direkt intill de äldre delarna av staden ser inte Lindén som något problem, snarare är det en möjlighet att skapa variation. Det är dock viktigt att kopplingarna finns där:

”Till den äldre stadskärnan kan man koppla nya element också. Man kan skapa någonting med nya inslag. (---) När man gör något nytt så ska det kanske synas att det är nytt också, men ändå att det relaterar till det som finns” (Lindén, 2010).

Precis som Larson och Kristensson tror Lindén på en livligare stadsmiljö och framförallt kring kanalen, hon förväntar sig också en förändring av stadens rörelsestråk:

”Jag tror att det kan bli en mer levande kanalsida. Det kommer nog att förändra flödena, hur man rör sig i staden, både som fotgängare och som bilist.” (Lindén, 2010).

Även Heléne Fritzon resonerar kring den förändrade stadsbilden och tror att det man framförallt kommer att fascineras mest av är just förvandlingen av platsen kring Domus eftersom det är här omvandlingen blir tydligast:

”Jag var barn när Domus uppfördes och det var väldigt stort, otroligt stort, att Kristianstad fick ett Domusvaruhus! Nu är det ju så längesedan att det har blivit kult. Det lär vara det enda äkta, kvarvarande Domusvaruhuset som fortfarande har den designen och det uttrycket som Domus har. Det kan jag känna lite sorg över, att det faktiskt försvinner” (Fritzon, 2010).

Hon ser trots det främst fördelar med omvandlingen eftersom platsen blir mer funktionell med Östra Centrum. Man kan då klara både bostäder och handel på samma yta (Fritzon, 2010).

Att satsa centralt

Att Kristianstad är en trevlig och framgångsrik shoppingstad vars position som handelscentrum i regionen ska förstärkas verkar vara en stark drivkraft i projektet. Detta ska åstadkommas genom en ny köpcentrumsetablering som ska komplettera den befintliga handeln

och som förväntas bidra med energi och livskraft till staden. Att denna etablering sker just så centralt i staden är oerhört betydelsefullt! Detta poängterades under intervjuerna av flera respondenter.

Charlotte Kristensson tycker att det är mycket framsynt av Kristianstads kommun att satsa på ett köpcentrum som blir integrerat i stadskärnan. Hon jämför med sin egen hemstad Lund där etableringen av det nya, externa köpcentrumet Nova alltså utarmar handeln i centrum istället för att stärka den. Att lägga den här typen av stora etableringar utanför staden är inte bra anser Kristensson. Att som i Kristianstad istället komplettera den befintliga stadskärnan, med sina pittoreska hus och småbutiker, med en ny typ av handelsytor är viktigt. Det öppnar upp möjligheter för butiker med moderna behov att hitta rationella och goda butiksytor menar Kristensson. Större butiker behöver andra resurser än småbutiker vad gäller tillgänglighet, transporter etc. Sådant är inte helt lätt att förena med en stadskärna som har en gammal karaktär. Kristensson säger:

”Kan man då, som här, hitta lösningar på det så blir det ju att säkerställa en framtid för Kristianstads stadskärna!”

Kristensson poängterar också att Kristianstads kommun är lyckligt lottade. De har tillgång till en väldigt central tomt som har förutsättningar att bli en integrerad del i stadskärnan vilket inte är alla städer förunnat

(Kristensson, 2010).

Även Heléne Fritzon betonar vikten av att satsa centralt för att inte stadskärnan i Kristianstad ska utarmas: ”De små butikerna och det här ganska vänliga stadsflanerandet och shoppingen inne i centrum är ju väldigt viktigt, att det inte blir ett dött centrum” (Fritzon, 2010).

Fritzon var ordförande för kommunstyrelsen vid tidpunkten för uppstarten av Östra centrumprojektet och var med om att sätta igång processen. Fritzon berättar att hon tog initiativ till en handelsutredning för centrala Kristianstad efter att ett antal förfrågningar om möjligheter för externa handelsetableringar kommit in till kommunen. Fritzon menar att det blev tydligt att det fanns ett behov av ett helhetsgrepp kring Kristianstads handel och en mer aktuell utredning. Fritzon formulerar den centrala frågan för utredningen:

”Vad har vi för förutsättningar att utveckla både en stark centrumhandel och samtidigt medge etableringar externt?” (Fritzon, 2010).

Fritzon vill först och främst sträva efter att utveckla handeln i Kristianstad. Kristianstad är en stark handelsstad med ett högt handelsindex. Kommunen har ett stort intresse av att förbli ett starkt handelscentrum i regionen som, förtydligar Fritzon, omfattar nordöstra Skåne och gärna även delar av Blekinge. Därefter gäller det att hitta en balans mellan centrumhandeln

och den externa handeln. Precis som Kristensson, tar Fritzson upp att det finns exempel i landet där externa etableringar har medgett med konsekvensen att stadens centrum fallit samman. Fritzson nämner att hon därför tagit stort ansvar för att balansen som saknats i sådana exempel ska finnas i Kristianstad. När beslutet om Östra Centrum skrevs fram i fullmäktige skrevs också en ansats med villkoret att om även externa etableringar medges ska man först ha möjlighet att starta upp Östra centrum. En fördröjning på ett år som skiljer etableringarna åt ska finnas så att Kristianstads centrum får en chans. Därefter får konkurrensen göra sitt. Fritzson poängterar att hon som politiker inte är intresserad av att reglera en marknad:

”Vi ska ge förutsättningar för handel, sedan får de konkurrera (---) samtidigt har vi ett ansvar att centrum, för de boende och för besökare, är attraktivt. Det är vårt perspektiv” (Fritzson, 2010).

Att ge Östra centrum ett eventuellt försprång är alltså ett led i att uppnå den viktiga balansen där både en stark centrumhandel och en extern handel är möjlig.

En attraktiv plats i en lämplig stad

På frågan om hur man på Steen & Strøm resonerar kring externa respektive centrala lägen för sina köpcentrum, svarar Charles Larsson att de tittar på lämpliga platser såväl externt som på centrala punkter och att det kan vara väldigt olika. När en bedömning om

lämplig lokalisering ska göras tittar man på Steen & Strøm bl.a. på om det finns ett marknadsutrymme, om det finns potential för mer handelsyta i det aktuella området både just nu och på sikt. Det måste finnas en tillräcklig befolkningsmängd för en handelsplats och en viss storlek på själva etableringen krävs för att få ekonomi i ett projekt. Detta gör att vissa orter och platser inte är lämpliga. Befolkningsstillväxt och en konsumtionsutveckling är nödvändigt och satsningar görs därför av naturliga skäl oftast i lite större regioner och regionhuvudorter med en god tillväxt. Om dessa kriterier uppfylls börjar man titta på var, rent geografiskt, inom området en etablering skulle kunna vara lämplig (Larsson, 2010). Han fortsätter:

”Sedan är det naturligtvis, för oss, otroligt viktigt att kommunen är med på noterna, att de är intresserade av att utveckla sin handel. Det är helt avgörande att de är intresserade och att vi pratar samma språk.” (Larsson, 2010).

Kristianstads kommun har befunnits vara lämplig för en ny etablering. Larsson tar, liksom Kristensson, upp behovet av nya typer av butikslokaler i centrala Kristianstad. Han förklarar att butikens behov förändras över tid vad gäller exempelvis storlek, effektivitet etc. Gamla lokaler kan sällan leva upp till dagens behov. I Kristianstad finns t.ex. många lokaler där det är besvärligt rent hanteringsmässigt, med många nivåer och plan. Detta försvårar logistiken både när det gäller le-

veranser av varor och hantering av kunder. Förutsättningarna gör att det därför krävs en större personalstyrka än vad som annars skulle ha behövts (Larsson, 2010).

Ett integrerat köpcentrum

För att kunna återupprätta handeln som mötesplats i samhället, vilket tidigare nämnts som en av Steen & Strøms ambitioner, krävs en viss anpassning. Charles Larsson är övertygad om att vi är på väg i en riktning där handeln blir en mer integrerad del av staden. Handeln har tidigare betraktats med vad som bäst kan kallas för misstänksamhet och framställs ofta i den mediala debatten som något katten har släpat in, ett nödvändigt ont, menar Larsson.

Nu, fortsätter han, är stadens företrädare i form av politiker och tjänstemän beredda, att på ett annat sätt än tidigare, diskutera handelns förutsättningar för att fungera i en stad.

Östra Centrum är ett bra exempel på detta. Det är nämligen ett projekt:

”Där man kan skapa väl fungerande handel, väl fungerande möten i staden för människorna, men där man också kan klara att ta hänsyn till de här sakerna som behövs för handeln idag; logistik för transporter, möjligheter att ta med sig bilen och ytbehovet som handeln har och som varierar väldigt” (Larsson, 2010).

Förutom att etableringar behöver vara av en viss storlek för att man ska kunna uppnå ekonomi i ett projekt, krävs också en viss storlek eftersom Steen & Strøm har ambitioner om kvalitet. Det går att bygga billigt med bara plåt och skruv säger Larsson, men poängter sedan att det inte är den typen av anläggningar Steen & Strøm vill bygga. Man vill istället satsa på kvaliteter i form av mötesplatser och liknande. Även utseendet på själva anläggningen och val av exempelvis fasadmateriäl är viktigare idag än för ett antal år sedan. Köpcentrumens utemiljöer har ökat i betydelse enligt Larsson. Mer energi och tanke investeras i exempelvis parkeringsplatser, pausplatser och gångstråk. Mötesplatser och hur människor rör sig inuti och utanför huset och hur rörelsemönstret samverkar med Steen & Strøms hus studeras och att anläggningen integreras med övrig stadsbild är viktigt. Larsson upplever att kommunerna är väldigt intresserade av den här typen av frågor och har höga krav. Kommunerna har också mycket att säga till om vilket man på Steen & Strøm tycker är positivt. Larsson förklarar att en lyckad integrering uppnås i tät dialog med kommunen. Hur man hanterar flöden mellan olika fastigheter och platser i staden är av vikt liksom att det fysiska uttrycket harmonierar med den omgivande staden vad gäller ex. byggnader och höjder. För att undvika att man får en begränsande koloss, en monolit, måste man hantera allt ifrån gång- och cykelbanors integration till personflöden (Larsson, 2010). Larsson säger

att Kristianstads kommun har stora förväntningar på att samarbetet skall leda till en anläggning som är väl integrerad och som fungerar väl i relation till stadens övriga delar. Även Steen & Strøm har intresse av en integrerad anläggning:

”Vi är ju en långsiktig ägare och drivare av handels- och mötesplatser. Därför är ett långsiktigt väl fungerande köpcentrum eller handelsplats viktig. Och för att den ska vara långsiktigt väl fungerande så måste den vara väl inkommerad i samhällsstrukturen, både som fysisk byggnad och såsom handelsplats i allmänhet. D.v.s. att kommunen, både politiker och tjänstemän och framförallt medborgarna, känner att det här är någonting bra som de vill komma till och vistas i och handla i!” (Larsson, 2010).

Mer än bara en kommersiell produkt

Enligt Larsson vill Steen & Strøm bidra till att skapa en positiv samhällsutveckling. Man vill vara mer än bara en kommersiell produkt på plats, man vill vara en integrerad del av samhället. Larsson menar att vi är på väg mot att köpcentrum inte bara ska innehålla handelsytor, utan också vara mer involverade i samhället. Köpcentrumen kan då, förutom butiker, innehålla exempelvis kommunens bibliotek, tandläkare och annat. Detta blir enligt Larsson också allt vanligare. Steen & Strøm arbetar aktivt med att ta in andra typer av verksamheter än rent kommersiella. De får dels förslag ifrån kommunen om olika verksamheter som kan ingå,

men även förslag från aktörer som läkare och olika servicenäringar som har börjat inse att det är i köpcentrumen som människorna finns (Larsson, 2010).

Man kan också arbeta med att integrera bostäder i olika köpcentrumprojekt. Det görs allt oftare i städerna där man kan lägga dem ovanpå eller intill köpcentrumen. Även Steen & Strøm brukar diskutera möjligheter för bostäder i sina projekt. Larsson berättar:

”Vi är ju inte en ägare och drivare av bostäder, men vi kan ju vara den parten som hjälper kommunen att skaffa samverkanspartners, på så sätt att vi kontakter bostadsentreprenörer som tillsammans med oss kan skapa en bostadsmiljö, om det är lämpligt i det här sammanhanget” (Larsson, 2010).

Larsson fortsätter med att konstatera att Steen & Strøm är en bra part för kommunen för denna uppgift. De tar ansvar för och driver projektutvecklingen och kommunen behöver inte ta ekonomiskt ansvar. Att bostäder så ofta blir aktuellt just i centralt belägna projekt menar Larsson beror på att man i en stad är väldigt aktsam om sina ytor och vill få ut så mycket som möjligt av dem (Larsson, 2010).

Mixen i Östra Centrumprojektet är oerhört betydelsefull, det menar bl.a. Heléne Fritzson som är väldigt positiv till att förslaget rymmer även bostäder:

”Precis lika lite som man bara kan ha kontor i en stad, så kan man lika lite bara ha handel. Det måste vara en

mix av kommersiell verksamhet, administration och boende. Det är jätteviktigt!” (Fritzson, 2010).

Arbetsprocessen

Samtliga respondenter (utom medborgarna) har i stor eller liten utsträckning pratat om själva arbetsprocessen med Östra Centrumprojektet. Charles Larsson hävdar ju som tidigare nämnts att en god integration uppnås bäst i samarbete med kommunen och även Charlotte Kristensson menar att:

”En absolut grundförutsättning i projektet, det var att vi skulle göra detta i dialog tillsammans med Kristianstads kommun” (Kristensson, 2010).

Kristensson berättar att White blev kontaktade av Steen & Strøm eftersom de haft lyckade samarbeten tidigare (med kontoren i Örebro, Linköping, Göteborg och Stockholm). Eftersom Östra Centrumprojektet ligger i Skåne, kontaktades Malmökontoret, som även tidigare haft möten med Steen & Strøm angående ett eventuellt samarbete. Vid det tillfället hade Steen & Strøm redan haft diskussioner med Kristianstads kommun och blivit den utvalda projektutvecklaren för Östra Centrum.

Själva uppdraget som White fick, gick ut på att ta fram ett förslag som skulle kunna utgöra underlag för en detaljplan över Östra Centrumområdet. Kristianstads kommun, Steen & Strøm och White utarbetade till-

sammans ett förslag och formulerade en process- och tidsplan för hur samarbetet skulle se ut (Kristensson, 2010).

Karoline Lindén beskriver arbetet med Östra Centrum som mycket intensivt eftersom det har varit så stora och så många olika frågeställningar. Själva projektets omfattning och den pressade tidsplanen har varit verkliga utmaningar.

”Det har tagit tid och energi och resurser att man måste göra det så snabbt” (Lindén, 2010).

Hon nämner att en MKB över projektet har gjorts. Den gjordes parallellt med själva förslaget för att dessa skulle kunna ge och ta från varandra (Lindén, 2010).

Ett politiskt handslag

Heléne Fritzson berättar att hon tagit del av information om projektet löpande. Hon förklarar att hon som kommunstyrelsens ordförande och vice ordförande har följt ärendet hela tiden. Dels i de formella delar av arbetsprocessen som hon deltagit i, men även under informella träffar med eventuella intressenter och i övriga formella sammanhang under förhandlingar och beslut. Vid intervjutillfället berättar hon:

”Fortfarande är ju inte någonting byggt i Östra Centrum, men vi har haft det uppe på dagordningen ofantligt många gånger och följer det ju naturligtvis hela tiden”.

Sedan projektet startades upp har det i Kristianstad vid valet 2006 skett ett politiskt maktskifte. Fritzson poängterar att det därför har varit viktigt med ett handslag över blockgränserna om de stora frågorna som exempelvis satsningar på tre huvudvärdena *Livsmedel*, *Handel* och *Vatten*. Hon är glad över att arbetet med detta har rullat vidare. Satsningen på Östra Centrum är något man är överens om i båda blocken. Hon uttrycker dock viss oro över att byggstarten av Östra Centrum dröjer, men tillskriver dröjsmålet finansskrisen under 2008- 2009 (Fritzson, 2010).

Karoline Lindén förklarar var i processen projektet befinner sig vid intervjutillfället:

”Ärendet har varit ute på alla sina formella samråd och utställningar och just nu avvaktar vi diskussioner med Steen & Strøm, fastighetsägarna i kvarteret och också exploateringsavtal som görs med kommunen för att komma överens om ansvarsområden och kostnader. Det antas ju inte förrän vi vet lite mer om det” (Lindén, 2010).

En öppen dialogprocess

Kristensson betonar att det var viktigt att tydligt dela upp hur parterna skulle jobba tillsammans. Hon beskriver en organisationsplan med en Styrgrupp, bestående av Steen & Strøm och Kommunens beslutande funktioner och en arbetsgrupp med representanter från White, Steen & Strøm och Kommunen (planarkitekt och stadsarkitekt). Förutom regelbundna av-

stämmingsmöten med dessa grupper hade White även interna arbetsgruppsmöten med Steen & Strøm som ju var deras kund och beställare (Kristensson, 2010). Inledningsvis gjordes en ingående analys av tomten, området, och delen av staden. Därefter tog man fram olika handlingsalternativ; väldigt övergripande förslag på lösningar. Slutligen bearbetades handlingsalternativen och ett förslag togs fram. Kristensson berättar att avstämningar gjordes under alla dessa skeden.

Kristensson beskriver arbetsprocessen som väldigt interaktiv, där alla tre parter var väldigt engagerade. Det fanns många faktorer att arbeta med. Det parallella projektet Kristianstadslänken är ett exempel på en sådan viktig faktor; en stor fråga med linjedragningalternativ och placering av storhållplats för bussar som ännu inte var löst. Det ingick därför i Whites uppdrag att förhålla sig till de olika scenarier för Kristianstadslänken som diskuterades (Kristensson, 2010).

Först stämde idéer och förslag av internt med Steen & Strøm, sedan togs de upp i arbetsgruppen för diskussion, till sist togs de upp i Styrgruppen där Charlotte Kristensson ibland var med och berättade om förslaget, andra gånger hölls mötet mellan kommunen och Steen & Strøm. Kristensson berättar att Karoline Lindén på stadsbyggnadskontoret även höll i större möten i referensgrupper, med representanter från kommunens olika avdelningar, där White fungerade som föreläsare och informatör om projektet och där synpunkter och remisser kunde lämnas (Kristensson,

2010).

Enligt Kristensson har White varit väldigt drivande i fråga om en öppen dialogprocess under arbetet med Östra Centrumprojektet:

”Vi vill inte sitta och ta fram idéer och förslag i vår kammare själva, utan vi vill jobba tillsammans. Det är så vi tror att man kommer fram till de bästa lösningarna!” (Kristensson, 2010).

Analyskedet

Analyskedet är oerhört viktigt. Charlotte Kristensson förklarar att man på White inte tror på att inleda ett projekt med att presentera lösningar. Istället bör man börja med att analysera de förutsättningar som finns. Utifrån det kommer man sedan framåt tillsammans. I fallet Östra Centrum menar Kristensson att det handlade om en stadsbyggnadsanalys eftersom projektet måste benämnas som ett stadsbyggnadsprojekt. Analyser gjordes över trafik, kommunikation, barriäreffekter, hur tomten fungerar idag, annonseringshörn, vinklar etc. En sådan analys ger bättre förståelse för platsen för alla.

Kristensson tror att det annars är lätt att stirra sig blind på sin lilla del i ett kikarsikte om man har specifika intressen. Det bästa alternativet är istället att alla parter ser fördelarna med att hitta en optimal helhetslösning på sina gemensamma behov!

I analysen kunde ett antal problem definieras. Nämligen att stora delar av tomten upplevs som baksida, den

är dåligt utnyttjad, det är svårt att röra sig över tomten på grund av barriäreffekter etc. Kunskap om detta var viktigt för att bl.a. kunna diskutera vilken som är den bästa placeringen av den blivande busshållplatsen. I analyserna formuleras också ofta visioner, det blir därigenom tydligare vad som behöver lyftas fram eller lösas. Det gäller att alla kan enas kring en gemensam vision (Kristensson, 2010).

Krav, behov och den bästa gemensamma helhetslösningen

Nästa steg efter analysen blev, enligt Kristensson, att definiera de olika kravspecifikationer som fanns från Kristianstads kommun och Steen & Strøm.

Kommunens viktigaste punkter handlade om att få bort baksidan, koppla samman öst – väst, skapa ett kulturstråk som leder vidare i staden och att bostäder skulle rymmas inom planområdet. Steen & Strøms grundläggande punkter var att det skulle finnas ett visst antal kvm handelsyta i ett eller två plan, ytorna skulle vara sammanhängande och det skulle finnas ett visst antal parkeringsplatser. Dessa kravspecifikationer utgjorde bas för de övergripande handlingsalternativ som togs fram av White. Handlingsalternativen kunde bl.a. innehålla principiayouter på dispositionen av tomten, funktioner, ytor och analyser av konsekvenserna (T.ex. Vad händer om busshållplatsen ligger här? Är det lämpligast med handelsytan i ett plan eller två plan?). Dessa handlingsalternativ diskute-

rades. Steen & Strøm valde ut de alternativ som de tyckte svarade bäst mot deras behov och Kristianstads kommun valde ut de alternativ som de tyckte passade bäst. Kristensson berättar att det i slutändan var samma alternativ som föredrogs av både Steen & Strøm och kommunen. Detta, menar hon, berodde helt och hållet på den öppna dialogprocessen som man gick igenom tillsammans! Steen & Strøms främsta intresse i projektet är en fungerande lönsamhet, vilket även Kristianstads kommun har intresse av eftersom det blir en energikick till staden. Kommunens krav i gengäld har varit att Steen & Strøm kan se dem och lyssna på dem. Arbetsprocessen som man går igenom gör att man dessutom blir lyhörd och ser helheten. Kristensson poängterar att förslagen som togs fram hade föregåtts av just en sådan lång, gedigen process och att det därför bara var naturligt att båda parterna, när man kommit så pass långt i arbetet, föredrog samma lösning (Kristensson, 2010).

Men även om samma helhetslösning föredrogs och det finns en stark gemensam vision är det är ju rimligt att anta att det har uppstått situationer där det har varit svårt att hitta den ultimata lösningen för både köpcentrumets bästa och stadens. Jag frågar Charlotte Kristensson hur det har fungerat att både se till köpcentrumets och kommunens intressen och får svaret: ”Allt har ju gått ut på att just kombinera det!”

Hon exemplifierar med en specifik situation där vissa kompromisser varit nödvändiga för att hitta en lös-

ning som både kommunens representanter och Steen & Strøm till slut blev nöjda med. En av de större frågorna i projektet är det viktiga huvudstråket mellan de östra och västra delarna av staden. Den har varit föremål för mycket diskussion. Det måste finnas en koppling som löper över planområdet och genom köpcentrumet i öst-västlig riktning. Från stadens sida var kopplingen först formulerad som en neutral utomhuskommunikation. Samtidigt hade Steen & Strøm krav på en sammanhängande verksamhetsyta i köpcentrumet. Att låta ett utomhusstråk skära igenom köpcentrumsbyggnaden var därför inte möjligt. Dessa motstridiga önskemål skulle på något sätt trots allt kombineras. Lösningen blev till slut ett handelsstråk inomhus, fast med utomhuskaraktär. En passage med stora glasportar som kan dras isär och lämna helt fria öppningar. Fri passage medges till sent på kvällen, men stråket stängs på natten för att undvika inbrott och skadegörelse. För att hitta en lösning som accepterades av båda parter krävdes, enligt Kristensson, en väldigt konkret och detaljerad behandling av hur en sådan passage kan se ut och upplevas (Kristensson, 2010).

När Karoline Lindén resonerar kring kopplingarna över tomten ger hon sin syn på det nämnda inomhusstråket:

”Vi tittar inte så jättemycket på insidan av byggnaden, det är det yttre som vi kan bevaka egentligen. Men ef-

tersom att vi har sagt att det är viktigt med en passage ner så måste det ju kännas att man har rätt att gå där. Det ska vara lite mer publikt. Ett stråk ner där man möter östra sidan” (Lindén, 2010).

Hon tillägger att andra öppna passager i öst-västlig riktning kommer att finnas vid busstorget och Nya boulevarden. Just att det finns fria och tillgängliga stråk över området är viktigt för att uppleva att köpcentrumet är integrerat i stadens rutnätplan. Lindén förklarar att de öppna passagera, busstorget, Östra boulevarden och stråken längs kanalen kommer att tillhöra och skötas av kommunen. Resten, även mycket av kanalparken, kommer att bli kvarartersmark. Hon kommenterar:

”Det var därför också som vi kände att det var viktigt att ha ett gestaltningsprogram så att vi ändå kan påverka så mycket som möjligt inne i kvarteret” (Lindén, 2010).

För att området ska kunna användas av så många som möjligt har kommunen också genom planbestämmelser säkerställt tillgänglighet för allmän gång- och cykeltrafik och fri rörelse (Lindén, 2010).

Gestaltningsprogram för gemensam riktning och kontroll

Angående samarbetet med White, menar Lindén att det har varit viktigt med en tydlig riktning för gestalt-

ningen. Det väsentligaste är att man är överens om vad som är viktigt att ha med sig, sedan kan själva utformningen säkert se ut på många olika sätt, menar hon. Lindén menar att en bra metod att definiera just riktningen för samarbetet är att gemensamt utforma ett gestaltningsprogram till detaljplanen:

”Där har man ju satt ner intentionerna... Den här karaktären vill vi ha! Detta är viktigt! (---) det säger mycket om vad vi tycker gestaltningsmässigt, hur man ska hantera de olika delarna” (Lindén, 2010).

I Östra Centrumprojektet har ett sådant gestaltningsprogram för mark och byggnader utformats. Lindén berättar att arbetet har genomförts tillsammans med representanter från parksidan, gatusidan och konstkommittén på kommunen, stadsarkitekten i Kristianstad och White arkitekter, samt vid något tillfälle Skånetrafiken. Gestaltningen är ju ett viktigt verktyg för att kunna skapa en ny årsring på platsen. En stor del av marken blir dock kvartersmark vilket gör att ett samlat grepp kan bli svårare. Ett gestaltningsprogram möjliggör då en något bättre kontroll för kommunen. Lindén nämner att övergripande riktlinjer för gestaltningen i Östra Centrumprojektet framförallt har varit den mänskliga skalan och gatulivet. Bottenvåningar ska ha en karaktär som samspelar med staden med många entréer ut mot Östra Boulevarden. Kopplingar till staden och trafikfrågor måste behandlas. Även variation i material och utformning av entréer är viktigt.

(Lindén, 2010).

Mottagande hos medborgarna

Hur upplever då Kristianstadsborna den stora omvandlingen av Domusområdet? Karoline Lindén har varit med och hållit i medborgardialogen och berättar att man haft möten med allmänheten i varje skede, att man har annonserat i dagstidningar, informerat i den egna *Tidningen Kristianstad* och på kommunens hemsida. Öppet hus testades tidigt i processen i form av drop-in på medborgarkontoret. Under samråd och utställning hölls mer traditionella möten med information och påföljande diskussion. Lindén tycker att formen Öppet hus var lyckad. Hon upplever att det blev en närmare dialog, fler vågade säga vad de verkligen tyckte och funderade på. På mötena kom hyfsat många besökare, fler i början, färre i slutet. Hon fortsätter med att konstatera att det har varit ett roligt projekt att vara involverad i eftersom inte bara de som är negativt inställda har hört av sig utan även de som är positiva till förslaget.

Angående vilka de vanligaste synpunkterna på projektet har varit menar Lindén att negativa synpunkter främst har handlat om varför Domus måste rivas, lite kring hur trafiken ska fungera, skalan – storskaligheten samt vikten av att kunna passera. Ett fåtal yttranden har inkommit om punkthusen som sticker upp. Andra tycker att projektet är kul och häftigt! De tycker att det behövs för staden (Lindén, 2010).

Av de tre Kristianstadsbor som jag intervjuat upplever ingen att de tagit del av särskilt mycket information om projektet. De har framförallt hört talas om det via en eller flera artiklar i dagstidningen *Kristianstadsbladet*. Trots det har de uppfattningar om vad som är viktigt att tänka på inför etableringen. Hanna Petersson är exempelvis angelägen om:

”Att det inte blir parkeringsplatser precis överallt, att man tänker igenom trafiksituationen innan man bygger, att man inte bygger en koloss som tar upp allt ljus och inte stämmer in i stadsbilden och att man tar hänsyn till läget vid vattnet” (Petersson, 2010).

Maria Arrskog hoppas att man tillgänglighetsanpassar området och ser till att renhållningen fungerar:

”Det är ju bra att ta hänsyn till de handikappade i alla fall. Att det är lättillgängligt och någorlunda ordning där så att det ser rent och fräscht ut. (---) Ska man gå där är det väl trevligt om det ser någorlunda fräscht ut. Annars blir det väl inte så bra reklam kan jag tänka mig” (Arrskog, 2010).

Karin Matsson har synpunkter på utbudet:

”Här måste vara bra matvaruaffärer och klädesaffärer!” (Matsson, 2010).

När jag frågar de tre Kristianstadsborna hur de tror att de eventuellt kommer att använda Östra Centrum svarar Hanna Peterson att hon främst kommer att besöka

området för att shoppa

”Det är väl det som det är till för, det är väl det man kommer att göra...” (Petersson, 2010).

Även Karin Matsson tror att hon framförallt kommer att besöka det nya köpcentrumet på platsen:

”Jag kommer säkert att gå in och titta och handla där. Nu handlar jag inte så mycket på Domus, men detta kanske blir något helt annat så det kan jag absolut tänka mig att göra” (Matsson, 2010).

Maria Arrskog använder inte platsen så mycket i dagsläget och har svårt att förutspå hur hon eventuellt kommer att använda sig av platsen efter tillkomsten av Östra Centrum:

”Oj, ingen aning! Vet inte om jag kommer att använda det mer än jag använder vanliga stan, det blir väl bara att man går förbi eller går inom” (Arrskog, 2010).

Hanna Petersson är, trots att hon tror att hon säkert kommer att besöka köpcentrumet, en aning tveksam till projektet. Hon menar att charmen med Kristianstad är att det finns många butiker som ligger nära varandra och att man kan gå utomhus mellan dem. Ett köpcentrum blir då stor skillnad eftersom man går inomhus hela tiden. Att Kristianstad tidigare inte haft några köpcentrum och jättekomples tycker hon är skönt. Hon förklarar varför genom att ta upp faktorer som storleken på byggnaderna och att innemiljön

känns rörig med hög ljudnivå. Hon reserverar sig dock och tillägger att köpcentrum kanske är bra när det är kallt och regnigt. Hon fortsätter också:

” (---) det är ju bättre än Domushuset kanske, som bara är stort och mörkt.”(Petersson, 2010)

Även Karin Matsson tillhör dem som tycker att det är bra att Domus försvinner och hon tror att det blir mycket snyggare och trevligare i centrum i och med den nya etableringen.

”För jag tycker inte om Domushuset. Som det ser ut nu har jag aldrig tyckt om” (Matsson, 2010).

Jag frågade de tre Kristianstadsborna om vilka förhoppningar de har på projektet. Karin Matsson ser fram emot ett stort köpcentrum av typen som man ibland kan se i Stockholm, Göteborg och Helsingborg. Där kan man vara inne hela tiden medan man går in och ut ur butiker, man kan lämna på kläderna och till och med ta en fika på samma ställe.

Dessutom hoppas hon på nya butiker:

”Där är ju några affärer som jag själv skulle vilja ha hit som fortfarande inte är här som man ser på reklam. Bl.a. Gina Tricot” (Matsson, 2010).

Hanna Petersson hoppas:

”Att det blir mer parkmark runtomkring, att man kan sitta och fika utomhus, att det blir något lite öppnare, inte helt inglasat, bastuvarmt. Och att man utnyttjar

läget vid kanalen som faktiskt är fint. Och att man drar dit lite bra affärer så att det inte blir en flopp som saluhallen. Det krävs nog att det är rätt affärer i byggnaderna också”

Hon tror dock inte att projektet kommer att påverka resten av stadskärnan speciellt mycket. Kristianstadsborna är så invanda i mönster när de går och handlar något och det går inte riktigt att förändra det, menar hon. Möjligen tappar butikerna som ligger längst ifrån Östra Centrum kunder, beroende på vad det är för kedjor som kommer till köpcentrumet. Eventuellt kommer det också mer folk till staden, men Petersson konstaterar att det ju bara är positivt för alla (Petersson, 2010).

Maria Arrskog är ganska nöjd med Kristianstads centrum som det är, men skulle gärna se åtminstone ett tillskott:

”Vi har väl det mesta tycker jag, men de hade gärna kunnat få dit en Gina Tricot-affär” (Arrskog, 2010).

Referensprojekt



Fig. 28 T.v: Entré sett från Malmös norra infart. Fig. 29 Mitten: En av Mobilia's stora köpcentrumsballar. Fig. 30 T.h: En av Caroli Citys entréer.

Jag har valt att studera tre aktuella köpcentrumsprojekt: *Entré*, *Mobilia* och *Caroli City* som referenser till min studie av Östra Centrumprojektet i Kristianstad. På så sätt hoppas jag kunna ge en lite bredare bild av hur köpcentrum kan påverka den omgivande stadsmiljön och om Östra Centrumprojektet kan anses vara ett typiskt projekt. Referenscentrumen ligger alla i min nuvarande hemstad Malmö. Att jag valt just dessa tre beror mycket på att jag bl.a. genom min lokala dagstidning (*Sydsvenskan*) nåtts av information om projekten vilket har gjort mig nyfiken, men också på att jag har kunnat följa dem på nära håll eftersom jag passerar dem ibland i min vardag. Det har varit praktiskt att enkelt kunna besöka platserna vid behov och

att jag känner till omgivningarna relativt väl. Malmö är dessutom en stad där det just nu händer mycket på köpcentrumsfronten. Olga Schlyter påpekar t.ex. i sin artikel *Shoppingstaden* från 2009 att den då pågående finanskrisen inte märks särskilt tydligt sett till antalet planerade byggprojekt i Malmö. Hon undrar i artikeln om det istället är tänkt så att vi ska shoppa oss ur krisen (Schlyter, 2009). Funderingen är befogad när man läser om de många köpcentrumprojekt som är aktuella enbart i Malmö. Emporia, ett stort, spektakulärt köpcentrum ska byggas i stadsdelen Hyllie. Köpcentrumet Triangeln som ligger alldeles i centrum ska byggas ut i samband med citytunnelsinvigningen då man får en ny transportnod alldeles intill verksamhe-

ten. Centralt belägna Caroli City ska byggas om och får fler butiker. Nya upplevelsecentrumet Entré ligger vid Värnhemstorget och invigdes 2009. Även Mobilia som allteftersom staden vuxit har fått ett mer centralt läge i Malmö ska förnyas (Schlyter, 2009).

I det här avsnittet presenteras köpcentrumsprojekten kort, för att i nästa avsnitt diskuteras som referenser i en utvärdering av de förändringar av stadsmiljön som Östra Centrum för med sig. Presentationerna baseras på observationer på plats och studier av projektbeskrivningar.

Entré



Fig: 31 Entrés fasad mot korsningen vid Lundavägen

Entré, som öppnade i mars 2009, är tänkt som ett modernt och välkomnande handelscentrum precis vid norra infarten till Malmö. På köpcentrumets hemsida kan man läsa:

”Entré designas för regionens nyfikna yngre och aktiva barnfamiljer. Mammor, pappor och barn – alla kan se fram emot Entré-besöket. Man åker hit tillsammans” (Entré, 2010).

Köpcentrumet är ett jättekompex i tre våningar som byggts upp där det förut fanns ett hål i utkanten av kvarterstaden i stadsdelen Värnhem. Hålet utgjordes av gamla rivningstomter och hade funnits en lång tid innan Entrés födelse.

Hela anläggningen upplevs som väldigt introvert. Olga Schlyter menar att Entré, trots sitt centrala läge, är byggt enligt 50-talsmodell: en sluten lada där buti-

kerna vänder sig inåt.

Entré utgörs av två byggnader med tillhörande underjordisk parkering. Den ena byggnaden är *Torghuset* som ligger närmast Värnhemstorget, den andra är *Glashuset* som vetter mot infarten till Malmö. Byggnaderna är förbundna med en inglasad gångbro i plan två.

Köpcentrumets hemsida igen:

”Byggnaden präglas av ljus och rymd. Glasfasaderna, materialvalen och rumslösningarna – allt samverkar till vad vi kallar Entré-känslan” (Entré, 2010).

Beskrivningen ovan ger sken av lätthet. I själva verket är intrycket av Entré istället tungt och kompakt och även om en spännande ljussättning gör anläggningen mer intressant kvällstid är köpcentrumet större delen av dygnet en dominant koloss. Anledningen till detta är att de nämnda glasfasaderna mestadels är uppbyggda av frostade element som påminner mer om plast än glas. De partier där klart glas förekommer utgörs framförallt av skyltfönster där skärmar och stora reklamaffischer helt skymmer butikernas interiörer. Genomsiktligheten är alltså trots glasfasaderna inte särskilt god och man får inte många glimtar av verksamheten och aktiviteterna som faktiskt pågår inuti köpcentrumet. Möjligen kan känslan invändigt beskrivas som ljus och luftig, men utvändigt gör den obefintliga detaljeringen i fasaden att intrycket blir ganska sterilt och dystert.

I anslutning till byggnaden *Torghuset* har ett trekantigt

torg anlagts, stilrent med enbart hårda material i gråa nyanser (betong och natursten). Den stora köpcentrumsbyggnaden mot Malmös norra infart fungerar utmärkt som bullerskydd och den intensiva trafiken märks inte så mycket på torget. En uteservering finns här, liksom gott om plats för cykelparkering. Inga entréer från caféer eller butiker i Torghuset vetter dock ut mot torget (uteserveringen når man via huvudentrén) vilket gör att få människor naturligt rör sig över platsen. Vem som ska använda torget eller varför är därför lite oklart. Det större Värnhemstorget ligger dessutom bara ett stenkast bort.

Framför köpcentrumet mot infarten har Malmö stad anlagt en liten park, mer som visuellt smycke än som vistelserum. Bullret och avgaserna från motorvägens och de övriga angränsande stora vägarnas trafik avskräcker från eventuella promenader.

Intill Entré ligger tät kvartersstad av blandad ålder. Tillgängligheten med kollektivtrafik är väldigt god eftersom Värnhem är en av Malmös stora kollektivtrafiknoder och angörs av både stadsbussar och regionbussar med hög turtäthet. Att ta sig till Entré till fots eller med cykel är också relativt enkelt. Själva köpcentrumet tar dock dåligt tillvara på dessa möjligheter. Kvartersstaden konfronteras abrupt med en storskalig och introvert anläggning och istället för att bilda en livfull länk mellan olika kvarter, blir gatorna kring Entré mest tråkiga transportsträckor, där det varken finns något att titta på eller anledning att stanna till. Samti-

digt som Entré byggdes, uppfördes också bostadshus med hyresrätter av MKB i det intilliggande kvarteret Svante. I bostadshusets bottenvåningar finns möjligheter till butikslokaler och ett fåtal butiker har öppnat som kanske på sikt kan bidra till mer gatuliv.

Den energi och aktivitet som Entré har tillfört, mötesplatser och rörelsestråk, finns annars bara inuti själva köpcentrumsbyggnaderna. De märks inte i stadsrummen utanför och bidrar varken till att de nya eller gamla gatorna och torgen befolkas i den utsträckning som hade varit möjligt och önskvärt för att liva upp stadsdelen.



Fig. 32 överst: Den inglasade gångbron mellan Entrés två byggnader Glashuset (t.v) och Torghuset (t.h.)

Fig. 33 ovan: Bakom trafiken - en park. Buller och avgaser gör den nya parken olämplig som vistelseplats.

Mobilia



Fig. 34 Den centrala parkeringen mellan de två f.d. industribyggnaderna som inrymmer Mobilia. Här ska ett nytt torg och nya byggnader byggas.

Mobilia ligger enligt en egen reklamslogan ”Mitt i Malmö” vilket stämmer ganska bra rent geografiskt även om det ligger en bit ifrån det som av de flesta uppfattas som Malmös egentliga centrum. I planprogrammet för förnyelsen av Mobilia konstateras att köpcentrumet ligger i en punkt där kvarteren som hyser universitetssjukhusets institutionsbyggnader möter såväl slutna stenstadskvarter som kvarter med flerbostadshus och småhusbebyggelse (Stadsbyggnadskontoret, Malmö stad, 2008).

Två mycket stora f.d. textilindustrilokaler (*Väveriet* och *Spinneriet*) inrymmer Mobilia och under korrugerad plåt och skyltar finns de gamla fabriksfasaderna bevarade (Stadsbyggnadskontoret, Malmö stad, 2008). Atrium Ljungberggruppen AB som äger Mobilia vill nu åter lyfta fram dessa som ett led i att göra köpcentrumet unikt. Även andra stora förändringar på området skall genomföras.

Handelsområdet expanderar inom tomten och ges fler funktioner. Staden blir mer blandad samtidigt

som man utnyttjar de resurser (i form av byggnader och verksamheter) som redan finns vilket bidrar till en hållbar utveckling. Ambitionen är att även den nya strukturen ska vara hållbar och tåla tillskott och förändringar under lång tid utan att områdets estetiska och funktionella helhetskaraktär försvinner (Stadsbyggnadskontoret, Malmö stad, 2008).

I planprogrammet kan man läsa den övergripande visionen för förnyelsen av Mobilia som har formulerats i ett samarbete mellan Atrium Ljungberggruppen AB, Malmö kommun: stadsbyggnadskontoret och gatukontorets trafikavdelning. Man ska:

”(---)utveckla Mobilia-området med omnejd som en helhet och skapa en övergripande hållbar stadsstruktur med tydliga tvärkopplingar --- som bidrar till en stadsmässig kvartersskala.

Mobilia ska inte vara ett köpcentrum och inte stads-kvarter. Mobilia ska vara både och – ett Stadscenter. --- Mobilia ska innehålla inspirerande handel, kultur och hälsoutbud som blandas på nyskapande sätt. Mobilians själ skall rymma många inslag från den klassiska industrihistorien och upplevas som varm, genuin, mysig och en plats för möten.

Trafiksystemet är kraftigt belastat i området och måste ses över.”

(Stadsbyggnadskontoret, Malmö stad, 2008 s.12)

Att trafiken särskilt omnämns beror på att Mobilia omges av fyra hårt trafikerade vägar: Stadiongatan i

söder, Ystadsvägen i Norr, Trelleborgsvägen i öster och Per-Albin Hanssons väg i väster. Trafiken till och från Mobilia bidrar till köbildning bl.a. för att det i nuläget finns fyra olika parkeringar som ökar den s.k. söktrafiken. För att minska söktrafiken föreslås att parkering framöver skall koncentreras till två lägen med mer yteffektiva lösningar som parkeringshus och underjordisk parkering.

I planprogrammet nämns att Mobilia främst upplevs vända sig till bilburna besökare trots att en stor andel av kunderna kommer med buss eller till fots. Tillgängligheten för gång- och cykeltrafik måste bli bättre och betydligt fler cykelparkeringar än vad som finns idag ska anläggas. (Stadsbyggnadskontoret, Malmö stad, 2008).

Malmö stad har som mål att hela Mobiliaområdet skall kännas tryggt och kunna rymma både rörelse och vistelse. Det måste finnas möjlighet till god översikt samtidigt som skyddade platser för utevistelse kan komplettera verksamheterna inne i köpcentrumet. Sådant som programmet pekar ut som viktigt är bl.a. placeringen av entréer, utåtriktade verksamheter och proportionerna mellan fasadernas höjd och öppningarnas bredd. Man öppnar upp de idag slutna fasaderna med fler fönster och entréer ut mot gatorna och även mot det torg som ska skapas mellan hallarna *Väveriet* och *Spinneriet* där den största parkeringen ligger idag. Den norra köpcentrumshallen skall delas upp i två

tydliga volymer för att förbättra framkomligheten och kvarterskänslan. Två utomhuspassager (bl.a. mellan de volymer som bildas av den delade hallen) kommer att bli arkader med skyddande glastak, möjlighet finns att stänga dessa passager på natten för att undvika skadegörelse. Gång- och cykelstråk ska finnas över tomten både i öst-västlig riktning och nord-sydlig.

Planer finns på att skapa lokaler för olika typer av kulturell verksamhet, exempelvis föreläsningssalar, teater-, musik- eller dansscen. Lokalerna ska kunna användas för flera olika ändamål. De ska kunna nås direkt utifrån så att tillgängligheten inte blir beroende av handelns öppettider. Verksamheterna är tänkta att bidra till att området befolkas under större delen av dygnets timmar.

Parkeringsytor skall med hjälp av materialval, grönska och entréernas placering upplevas mer som torg med parkeringsfunktion. På området kommer mötet mellan gammal och ny bebyggelse vara en av de främsta kvaliteterna (Stadsbyggnadskontoret, Malmö stad, 2008).

Detaljplaneringen av området ska ske etappvis. Den norra delen med befintliga punkthus för bostäder där ett sammanbyggt entréplan har renoverats och inretts till butikslokaler är i stort sett klar. Ett parkeringshus i söder ska också rymma butiker i markplan och är just nu under uppbyggnad. De mer omfattande detaljplanerna för köpcentrumshallarna är nästa steg. (Stadsbyggnadskontoret, Malmö stad, 2008).



Fig. 35 T.h:
Fabriksbyggnadernas gamla tegelfasader plockas fram under korrugerad plåt, skyltar och färg.

Fig 36 Ovan: Ett torg med parkeringsfunktion i Mobilias tappning.



Caroli City



Fig. 37 Caroli Citys huvudentré från Östra Förstadsgatan.



Fig. 38 Caroli Citys fasader är idag slutna och avvísande.



Fig. 39 Carolikyran blir ett spektakulärt tillskott.

Den moderna kulturmiljön kring Caroli City har en mycket typisk och historiskt intressant utveckling. Under 1960-talet moderniserades Malmö innerstad med syftet att göra den mer attraktiv och minska problem såsom fylleri och prostitution. I området där affärskomplexet Caroli City (som blev Malmö första köpcentrum) byggdes, revs fem kvarter med medeltida ursprung för att ge plats åt två nya, större kvarter. 1969 kunde butikerna börja flytta in i köpcentrumets lokaler. 1973 fanns hela 55 butiker på två våningar i Caroli Citys inglasade miljö. Under 70-talet växte en stark opinion fram mot rivningarna av de gamla kvarteren. Många av de ursprungliga problemen, som man hoppades skulle försvinna med rivningarna, fanns kvar (Länsstyrelsen, 2010). Köpcentrumet kämpar

idag med svikande kunder och säkert förknippas Caroli City fortfarande med den okänsliga saneringen i de pittoreska kvarteren.

I en artikel i *Sydsvenskan* från 2008: *Nytt liv i Caroli City*, intervjuas Gustav Björkman, operativt ansvarig för Carnegie fastigheter (numera Profi) som sedan 2006 äger Caroli City. Intervjun genomfördes med anledning av att förslaget *Sleeping beauty* från danska arkitektbyrån Schmidt, Hammer, Lassen, just valts ut som vinnare i en tävling om gestaltningen av en eventuell förnyelse av Caroli City.

Björkman säger i intervjun att ombyggnationen är ett sätt att möta kraven på utveckling. Kvarteret är i nuläget oläsligt utifrån, blockerande och föga inbjudande.

Björkman berättar att Caroli City ska få fler gåingar och större entréer i alla väderstreck som bättre fångar upp kunder. Bl.a. anläggs en ny entré ut mot Caroli kyrka. Vissa lagerytor omvandlas till butiker men själva handelsytan kommer bara att bli ca 15 000 kvm, vilket är ganska litet i köpcentrumsammanhang (Bergström, 2008).

När artikeln skrevs av Britt-Marie Bergström 2008 förväntades ombyggnaden påbörjas under 2009 och bli klar 2010 eller 2011 (Bergström, 2008). Finanskrisen har dock troligen gjort att projektet lagts på is tills vidare.

På plats inne i köpcentrumet finns, i väntan på byggstart, stora plakater på väggarna med beskrivningar av projektet i text och bild. Plakaten beskriver bl.a. hur

den intilliggande Carolikyrkan i rött tegel, byggd på 1800-talet, har ackvireerats och ska kopplas till kvarteret. Den ska representera den unika upplevelsen som Caroli City ska handla om. De många verksamheterna i närområdet (gelateria, musikaffär, S:t Gertrud m.m.) nämns som tillgångar eftersom de kan bidra med att locka kunder och till ett attraktivt kvarter. Stadskärnornas likriktning tas upp som ett problem som man vill undvika (Caroli, 2010). På informationsplakaten förklarar man:

”För stadsliv är vardag och helg. Kommers och kultur, dynamik och eftertanke. Det är fint och fult, varmt och kallt, kollektiv och individualism. Om vartannat. Kontrasterna är det som lockar oss till staden. Men de traditionella köpcentrumen tar inte alltid hänsyn till smak för olikheter, utan erbjuder ofta samma ingredienser år efter år. Hittills har deras positioner varit ohotade” (Caroli city, 2010)

Profi vill alltså med Caroli City åstadkomma ett otraditionellt köpcentrum.

Att en kyrka blir en del av en köpcentrumsverksamhet är onekligen unikt, men förutom det är det inte helt tydligt på vilket sätt Caroli City är tänkt att särskilja sig från de mer traditionella köpcentrumen. Det verkar framförallt handla om butiksutbudet:

”Med nya spännande blandningar, smaker, kontraster, butiker, händelser, restauranger, tillfällen och upplevelser berikas hela city och livet för alla som besöker,

passerar, handlar, inspireras, arbetar och bor här” (Caroli city, 2010).

Nya Kvarteret Caroli skapas i samarbete med Malmö stad och förutom att fräscha upp själva köpcentrumet hoppas man att projektet dessutom skall bidra till vitaliseringen av hela innerstaden. Området ska öppnas upp och återfå sin kvarterskänsla. Benämningarna ”Nya Kvarteret Caroli” eller ”Kvarteret i kvarteret” används frekvent. Det är ett kvarter som ska rustas

upp, inte bara ett köpcentrum.

I nuläget har Caroli City tre entréer från olika håll och i övrigt slutna fasader. Dessa fasader ska öppnas upp med stora skyltfönster och butiksentréer direkt mot gatan. Carolikyrkan ska förmodligen användas för olika kulturverksamheter (inte kommers). Den öppna platsen mellan köpcentrumet och kyrkan blir ett torg med samlande funktion. Gestaltningen bygger mycket på olika ljuselement, bl.a. belysning infälld i marken.



Fig. 40 En öppen, grönskande plats får en samlande funktion mellan köpcentrumet och kyrkan.

Utvärdering - Förändringar som Östra Centrum medför för den omgivande stadsmiljön, med referensprojekten som jämförelse

Kristianstads kommun ser handeln som en av sina främsta näringar och har valt just handeln som ett särskilt utvecklingsområde att fokusera på. Handeln, som av flera respondenter sägs vara en så framgångsrik näring i Kristianstad tack vare den täta och pittoreska stadsmiljön med en mångfald av verksamheter ska kompletteras med ett sammanhängande handelskomplex som vid en första anblick verkar ha ganska lite gemensamt med den gamla stadskärnan. En sådan satsning istället för fler lokaler i en struktur som liknar den gamla kan förklaras med att större butiker behöver andra resurser än småbutiker vad gäller tillgänglighet, transporter etc. Resurser som är svåra att förena med renässansstadens karaktär. Detta påpekas ju i intervjuerna av både Charles Larsson på Steen & Strøm och Charlotte Kristensson på White Arkitekter. En annan förklaring är att kommunen vill ta tillfället i akt och skapa en tydlig ny årsring i staden, ett spektakulärt avtryck ifrån vår tid.

Kommunen och Steen & Strøm, samarbetspartnern i projektutvecklingen, säger sig vara måna om att skapa ett väl integrerat köpcentrum som inte blir en barriär i centrum. Stora möjligheter finns att på projektområdet verkligen åstadkomma något nyskapande och attraktivt som kan bli det stärkande element som Kristianstads kommun önskar till sin handelsstad.

Referensprojekten Mobilia och Caroli City har också

som ambition att fungera som integrerade delar i sin stad. Det ska finnas goda möjligheter för allmänheten att röra sig runt och igenom köpcentrumen. En attraktiv och brukarvänlig yttre miljö tas upp som viktigt, gärna med anslutande parker och/eller torg och andra öppna platser där människor kan vistas. Man strävar efter att skapa folkliv längs sina fasader genom att öppna upp med entréer direkt från gatan till köpcentrumens olika butiker.

Entré är å andra sidan ett mer traditionellt köpcentrum som helt vänder sig mot de inre miljöerna och verksamheterna.

På hemsidan skriver man:

”Malmös innerstad har fått ett nytt inomhuscentrum!” (Entré, 2010)

Det signalerar tydligt var det är tänkt att folka ska röra sig och umgås.

Östra Centrum och referenscentrumen har alla olika ägare. Med undantag för Entré tyder detta på att det finns en relativt spridd uppfattning om att ett väl integrerat och kvartersliknande köpcentrum med en tilltalande yttre miljö är gynnsamt för både den omgivande staden och för att handeln i köpcentrumen ska blomstra.

Själva integreringen handlar i de studerade projekten framförallt om att köpcentrumen med skala, struktur och innehåll ska passas in i den omgivande staden och kunna tillföra den något samtidigt som fördel dras av

de möjligheter ett centralt läge ger i form av kundunderlag och tillgänglighet.

Ett viktigt steg i att verkligen bli en del av staden är att inte uppfattas som en isolerad och avskärmande enhet som begränsar framkomligheten i staden. Detta kan hamna i konflikt med många köpcentrums ambition att erbjuda sina kunder en samlad, bekväm inomhusmiljö med ett stort utbud och ett tydligt helhetskoncept.

Så hur väl integrerat blir Östra Centrum och referensprojekten? Hur fungerar ett stort köpcentrum i den flanörvänliga handelsstaden? Hur påverkas de rörelsestråk och vistelseplatser som finns i staden idag och hur påverkas upplevelsen av staden?

I följande avsnitt resonerar jag kring Östra Centrums, men även referenscentrumens anpassning till och inverkan på sina respektive omgivande stadsmiljöer.

Strukturellt samspel med den omgivande stadsmiljön

I uppsatsens litteraturstudie konstaterades att signifikativt för stadscentrum bl.a. är att allting upplevs ligga nära. Mobilia har snappat upp betydelsen av detta och strävar efter att arbeta in en positiv mental bild av köpcentrumet som lättillgängligt och centralt med sloganen som: "Mobilia är nära. Du med" och "Mobilia – Mitt i Malmö".



Fig. 41 En slogan som ska hjälpa till att få Mobilia att kännas mer centralt?

Även Caroli city använder gärna formuleringar som *Kvarteret Caroli* eller *Kvarteret i kvarteret* för att etablera bilden av det förnyade köpcentrumet som ett trivsamt kvarter i innerstaden.

Men Slogans räcker inte. Områdena måste också ha en struktur och ett innehåll som påminner om och passar in i den centrala stadens för att uppfattas som en del av den.

Blandad bebyggelse

För att framstå som en kvartersstruktur i innerstaden sneglar man i projekten Östra Centrum, Mobilia och Caroli City på idealet om den täta blandade staden. Att köpcentrumen ska rymma andra verksamheter än rent kommersiella poängteras. Framförallt eftersträvas kulturella verksamheter. Begreppet används lite vagt och kan lika gärna betyda konst som dans eller teater. Dessa kulturella verksamheter ska framförallt bidra till att befolka områdena kring köpcentrumen på andra tider än då butikerna har öppet. Även samhällsliga funktioner (ex. bibliotek, vårdcentral) kan få plats.

Förutom verksamhetsblandningen vill man i Mobiliaprojektet och Östra Centrumprojektet också ha en blandad bebyggelse där bostäder är en del i projektet. I Mobiliaprojektet har befintliga bostadshus knutits närmare köpcentrumet i och med att butiker har inretts i ett sammanhängande markplan och även nya bostäder ovanpå köpcentrumsbyggnaderna och utbildningslokaler intill diskuteras. Här blandas alltså



Fig. 42 Butiker i ett sammanhängande markplan knyter befintliga bostadshus närmare Mobilia.

verksamheter och bostäder både inom tomten och inom byggnader. Östra Centrum får fristående bostadshus nära köpcentrumet med möjlighet till verksamhetslokaler i bottenplan. Själva köpcentrumet ska dock bara innehålla verksamhetslokaler. Bebyggelsen blandas framförallt inom tomten.

Planstruktur

Planstrukturen hos Östra Centrum och referenscentrumen skiljer sig åt. Stadskärnans planstruktur är ofta rutnätets. För att verka innerstad borde alltså rutnätsplanen, med dess möjligheter till alternativa rutter och mötespunkter vara attraktiv för de centralt belägna köpcentrumen. Samtliga studerade köpcentrum ligger i anslutning till innerstadens kvarter i rutnätsplan, men det finns också andra strukturer i de omgivande stadsmiljöerna att förhålla sig till.

I Östra Centrumprojektet är ett av de viktigaste målen att knyta samman sekelskiftesstadsdelen Östermalm (med storgårdskvarter, lamellhusområden och småhusbebyggelse) med stadskärnans rektangulära renässansstad. Närmast stadskärnan på Östermalm ligger institutionsbyggnaderna Tingshuset, Biblioteket och Konserthuset i en oregelbunden struktur omgärdade av mindre grönytor. Planområdet för Östra Centrum, så som det ser ut idag, upplevs enligt den miljökonsekvensbeskrivning (MKB) som gjorts för projektet som en lucka mellan dessa båda tydligt definierade delar, bl.a. på grund av den mycket uppluckrade och storskaliga plan- och byggnadsstrukturen (Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun, 2009-09-18). Ett sätt att knyta de båda stadsdelarna närmare varandra har därför också varit att införa en ny planstruktur på Östra Centrumområdet som bättre knyter ihop de båda befintliga samtidigt som stadens årsringar från



Fig. 43 Renässansstadens rektangulära rutnätsstad (t.v.) möter institutionsbyggnadskvarterens oregelbundna struktur (t.h.) i Östra Centrum.

1600-talet och 1800-talet fortsätter att vara tydligt definierade.

I förslaget möts dessa båda årsringar genom att stadskärnans strikta rutnät fortsätter över i köpcentrumet för att där få en friare utformning med fem oregelbundet formade kvarter som omsluts av ett glasskal. Kvarteren är av ungefär samma storlek som den befintliga stadskärnans.

Medan stadskärnans rutnät fortsätter in i köpcentrumet, kommer Östermalms luftigare struktur att på planområdet övergå till en kanalpark där sex punkthus står spridda. Vegetationen gör övergången mellan köpcentrumet via punkthusen till Östermalm mindre abrupt och den friare strukturen i parken passar väl tillsammans med både köpcentrumet och institutionsbyggnaderna på Östermalm.

En intressant iakttagelse är att White Arkitekter i sina förslagshandlingar genomgående hänvisar till köpcentrumet som *handelskvarteren*, medan Kristianstads kommun i ex. programmet ömsom använder benämningen *handelskvarteren* ömsom benämningen *handelsbyggnaden* eller *byggnadskroppen*.

Whites ordval gör att anläggningen framstår som fem individuella stadskvarter samtidigt som kommunen med sina olika formuleringar verkar kluven till om det verkligen kommer att uppfattas så.

På samtliga illustrationsplaner över området redovisas

köpcentrumet med markplanets ”fotavtryck” vilket ger intrycket av fem helt fristående byggnader. Tittar man emellertid på illustrationerna över plan två, tre och fyra blir intrycket ett annat (se Fig. 44 och 45). Golvet i plan två blir tak i markplan. I plan tre och fyra som är parkeringsplan är byggnadskropparna sammanlänkade med broar så att bilarna har möjlighet att cirkulera för att hitta parkering. Dessa sammanbindande golv och broar, tillsammans med glashöljet som bildar en tre kvarter (ca 350m) lång fasad ut mot Östra Boulevarden kan göra att köpcentrumet utifrån upplevs som en enda byggnad. Det blir då svårt att uppfatta rutnätet. Siktlinjerna som är viktiga för upplevelsen av rutnätsstaden blir otydliga genom en hinna av glas.

Variationen, detaljeringen och utformningen av entréerna i fasaden kommer att bli helt avgörande för om köpcentrumet uppfattas som avskärmande eller som en del av kvarterstaden. Därför har kommunen i samarbete med White utformat ett gestaltungsprogram för både mark och byggnader. Fasaden ska bl.a. delas upp med slitsar, indragningar och öppningar och enligt planprogrammet skall strukturen ge sken av att ha vuxit fram långsamt (Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun 2008-06-16). Frågan är om det är möjligt att skapa ett sådant uttryck med en arkitekt, en byggherre och en ganska kort byggperiod.



Fig. 44 överst: Illustrationsplanen ger intrycket av att det som ska byggas är fem fristående byggnader. Illustration: White Arkitekter

Fig. 45 ovan: Ritningen över plan två visar emellertid att samtliga byggnader sitter ihop. Illustration: White Arkitekter

Östra Centrums nya planstruktur med sitt blandade innehåll och sina starkare kopplingar mellan stadsdelar förväntas bidra till en mer livfull stad och att Kristianstad får en ny framsida. Kanalsidan har absolut potential att bli en framsida och fler människor kommer säkert att röra sig mellan parken och Östermalm och kanske vidare in mot centrum tack vare en mer attraktiv koppling. Jag är däremot osäker på om köpcentrumet med den föreslagna, inglasade strukturen kommer att bidra till att stärka kopplingen från stadskärnan mot öster eller om den tvärtom upplevs som en barriär.

Av de studerade köpcentrumen är Caroli City faktiskt

det enda som helt omges av kvarterstadsstruktur i rutnätsplan. Med förnyelsen skapas fler möjligheter att röra sig genom köpcentrumet för att det bättre ska ansluta till rutnätet. Anläggningen rymmer dock fortfarande i en enda byggnad och trots fler entréer och gångar inomhus kan det vara svårare att orientera sig och finna rätt riktning eller alternativa rutter än utomhus (Echeverri et al, 2009). Gångarna är heller inte tillgängliga efter stängningsdags. Centrumet kommer alltså att fortsätta ha en viss barriäreffekt.

Mobilia har flera olika strukturer i omgivningen att förhålla sig till, bl.a. slutna stenstadskvarter i rutnät, småhusbebyggelse och mer luftigt placerade institutionsbyggnader. I förnyelseprojektet har man valt kvarterstaden som förebild för att framstå som ”nära” och för att gränsen för innerstadens rutnät ska tänjas så att det inkluderar även Mobilia. Stråk i olika riktningar, framförallt för fotgängare och cyklister skapas på området. Fler mindre byggnader uppförs för att få en tätare kvarterliknande struktur, samtidigt som en av köpcentrumshallarna delas upp i två byggnader för att öppna upp ytterligare ett alternativt stråk. I skärningspunkten för stråken anläggs ett torg som ett samlande ”hjärta” i anläggningen.

Köpcentrumet Entré möter både kvarterstad och storskaligt väglandskap. Här har man inte valt att efterlikna kvarterstaden rutnätsstruktur utan matchar

framförallt väglandskapet med en väl synlig byggnad som uppfattas från långt håll och i hög hastighet. Bilburna kunder fångas upp, men flanörerna har ingen trivsam struktur eller genare rutt att lockas in i. Anläggningen andas därför inte heller särskilt mycket innerstad.

Stadsbild

Strukturen hos planområdet för Östra Centrum idag innebär att en central tomt är bristfälligt utnyttjad. Bebyggelsen är gles och det finns få rekreativa värden. Stora ytor nyttjas enbart som parkering. Östra Centrum innebär en förtätning av området och en ganska stor förändring av stadsbilden. På planområdet finns idag ett välbevarat Domusvaruhus, ett av få i så ursprungligt skick i landet. Av byggnadstekniska skäl vill man emellertid riva alltihop och bygga nytt. Många ser gärna att byggnaden försvinner, medan andra ser det kulturhistoriska värdet eller det estetiska värdet. Jag tillhör dem som tycker att Kristianstad blir lite fattigare utan Domus. Byggnaden hade kunnat vara en intressant länk mellan den äldre bebyggelsen och den helt moderna som ska uppföras på platsen.

Tidigare i uppsatsen har nämnts arkitekturdocenten Lars Jadelius tankar om att vi behöver historia, såväl gammal som nyare för att kunna förstå och uppskatta de miljöer vi rör oss i och vilka behov vi har (Jadelius, 2009). Att tydliggöra kopplingarna till en plats historia kan underlätta för besökarna att skapa känslomässiga

band. Detta grepp används i flera av projekten.

Till skillnad ifrån fallet med Domus i Östra Centrumprojektet väljer Caroli Citys ägare Profi att utveckla en anläggning från en utskälld epok som ofta får stå för dåligt omdöme i stadsplaneringen. Värdefulla äldre miljöer revs för att ge plats åt nya. På flera diskussionsforum på nätet (ex. Malmö stads sida för medborgarinitiativ) kan man ta del av inlägg som menar att man hellre borde jämna köpcentrumet med marken och bygga upp en ny kvartersstad liknande den som en gång fanns. Jag menar att vi behöver avtryck ifrån alla epoker. Bättre då att utveckla det som finns och istället få området att fungera!

I Mobiliaprojektet väljer Atrium Ljungberggruppen att återställa de gamla industrilokalernas ursprungliga fasader. På så sätt knyter man an till en epok som känns romantisk och framkallar nostalgi. Det tillförs också element från vår egen tid. Platsen ska innehålla en intressant blandning av gammalt och nytt. Variationen känns, tack vare att man använder sig av de gamla byggnaderna, naturlig och platsen som helhet ger intryck av att ha vuxit fram långsamt. Som besökare får man en känsla av mänsklig närvaro på platsen under lång tid och att köpcentrumet är väl förankrat där.

Entré är byggt i ett tomrum som fanns i staden och hade varken något att utveckla eller restaurera. Man tog chansen att på platsen skapa något helt nytt. Inga



Fig. 46 En byggnad från en utskälld epok utvecklas. Slutna fasader i markplan ska öppnas upp och få fler entréer för att bidra till gatulivet och skapa en kvarterskänsla istället för känslan av bakgata.

tydliga referenser eller moderna tolkningar finns heller av omgivningarnas historia eller arkitektoniska stil. Platsen har tack vare sitt läge vid ett storskaligt väglandskap stor tolerans för någonting helt nytt. Kanske bidrar dock den totala bristen på historiska kopplingar till att anläggningen upplevs vända ryggen mot staden för att hellre visa upp sig för bilisterna vid Malmö norra infart.

Med Östra Centrum vill man, precis som i Entréprojektet, forma något helt nytt. En ny årsring i Kristianstad. Här har man emellertid samtidigt försökt ta

vara på historiska kopplingar genom att stadskärnans renässansplan tolkas på ett modernt sätt.

Förutom att Domus försvinner är en viktig förändring att området blir mer bebyggt än vad det har varit tidigare och att det som byggs är annorlunda mot vad som karaktäriserar Kristianstad idag. Precis som ex. Karoline Lindén nämner under intervjun har ju Kristianstad sedan tidigare inga köpcentrum. Att ett sådant etableras blir ett helt nytt element i staden. Arkitekturen hos köpcentrumet, som av White kallas strikt organisk och innehåller många och stora glasade partier, har heller inte sin like i Kristianstad. Detta ligger helt i linje med MKB:ns rekommendation att för att den nya bebyggelsen ska bli en tydlig ny årsring

” (---) bör den arkitektoniska utformningen av byggnaderna inom planområdet bära en tydlig prägel av vår tids arkitektoniska ideal” (Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun, 2009-09-18, s.29).

Tanken på en årsring ifrån vår tid känns både logisk och lockande, men jag intresserar mig för vad som ryms i begreppet ”vår tids arkitektoniska ideal”. Är det vad vi tror på inför framtiden eller vad som byggs överallt just nu? Är det något som ska vara unikt i Kristianstad eller unikt *för* Kristianstad? Den föreslagna köpcentrumsbyggnaden liknar ingenting annat i Kristianstad. Även om den är tilltalande på flera sätt blir den i sin

strävan efter att vara annorlunda och modern ändå ganska lik mycket annat som byggs på andra håll. Jag hade gärna sett att man hade närmast sig utformningen genom att, som exempelvis arkitekturdocenten Lars Jadelius förespråkar, våga släppa tanken på det moderna som något radikalt annorlunda för att verkligen kunna bli nyskapande (Jadelius, 2009). Då hade etableringen också haft större möjligheter att bli unikt i ett större sammanhang. Om man t.ex. hade vågat skala av det moderna glashöljet och snegla på detaljer och material hos den befintliga bebyggelsen, tror jag att de strikt organiskt formade handelskvarteren i ett rutnät hade blivit ett mer spännande tillskott som flirtade fräckt och mer öppet med renässansstaden. Man hade också kunnat närma sig projektet mer flexibelt. Utbyggnad i etapper hade blivit enklare liksom eventuella ombyggnationer för att passa nya behov som kan uppstå. Projektet är stort och oerhört kostsamt. Byggstarten är redan kraftigt försenad bl.a. till följd av den globala finanskrisen och den ekonomiska försiktighet som den resulterade i. Med en mer flexibel plan hade man kunnat börja med delar av projektet och successivt byggt ut allteftersom ekonomin blev mer stabil.

I Östra Centrumprojektet har de föreslagna byggnadernas höjd har avpassats för att harmonisera med befintlig bebyggelse. Köpcentrumet förhåller sig, med sina två butiksplan och två parkeringsplan, jämlikt i höjd till stadskärnans bebyggelse som varierar mellan

4-5 våningar. De föreslagna punkthusen längs kanalen får 5-7 våningar, ett hus får 12 våningar och blir därmed högre än alla andra hus i stadskärnan. Kommunen påpekar dock att höjderna kan jämföras med andra bostadshus som idag finns längs Kanalgatan och att det främst är därifrån de kommer att upplevas (Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun, 2009-09-18). Jag är enig med kommunen i det fallet. 12-våningshuset blir ett utropstecken, ett tillskott till Kristianstads siluett som idag präglas av Heliga Trefaldighetskyrkan, Vattentornet, CSK, Allöverket och Kvarnen (se gärna Fig. 9 på s.39 för dagens skyline). Huset kommer att synas över hela staden, men jag tror inte att det kommer att dominera stadsbilden på ett negativt sätt. Enligt förslaget ska punkthusens byggnadskroppar vara slanka och ett enda gracilt höghuset tar inte fokus från den gamla stadskärnan. Att bostadshusen ligger spridda i en park där uppvuxna träd kan hjälpa till att ta ner skalan borde bidra till att de inte upplevs som alltför dominant i förhållande till omgivningen.

Även skalan hos referensprojektens byggnader påverkar stadsbilden på olika sätt. Caroli City är i förhållande till de övriga köpcentrumen ganska litet till ytan. Själva köpcentrumet är bara två våningar högt även om bostadsdelen är högre. Centrumet smälter i dagsläget knappast in i omgivningen med sina avvisande och slutna fasader. Med bättre insyn tack vare

nya fönster ut mot gatan och fler entréer blir dock gatubilden vänligare. Ett grönt torg mellan Caroli City och Carolikyrkan blir ett nytt och välkommet inslag i stadsbilden som annars är ganska kompakt och hård.

Mobilias gamla industrilokaler, i sin tur, är mycket stora till ytan, men fortfarande låga i jämförelse med övrig bebyggelse. När de plåttäckta fasaderna dessutom återställts till den mer detaljerade tegelfasaden är intrycket inte längre särskilt dominant. Köpcentrumets nya parkeringshus vid Stadiongatan - Trelleborgsvägen blir ett landmärke som syns tydligt även på håll, men byggnaden har ett ganska intressant utseende och tillför något till stadsbilden.

Entré upplevs från norra infarten som otroligt dominant, en monolit. Från vägen anar man mycket lite av kvartersstaden bakom. Även på nära håll, på de gator och platser man som fotgängare rör sig över, är köpcentrumet överväldigande. Ingenstans finns någonting som får skalan på byggnaden att kännas mänsklig, förutom möjligen skärmtaken över ingångarna. Köpcentrumet har ungefär samma höjd som angränsande byggnader, men volymen är mycket större, detaljeringen i fasaden fattigare och insynen obefintlig, vilket gör att Entré känns som en stor låda utan någonting gemensamt med grannhusen. Om Entré helt dominerar synfältet från infarten till Malmö, har närheten till Värnhemstorget istället tagits dåligt tillvara. Köpcentrumet skulle kunna ha blivit ett lyft för torget som mötesplats och läget vid torget skulle i sin tur kunna användas för annonsering av köpcentrumet i staden och för en mer framskjuten plats i rutnätsstrukturen. Som det är nu märks Entré faktiskt inte särskilt mycket från torgsidan. Den opaka fasaden till glashuset utgör diskret fond till Pilgatan som leder från Värnhemstor-



Fig. 47 Ett nytt landmärke (t.h. i bild) tar form när Mobilia får ett nytt parkeringshus.

get till det trekantiga torget bredvid Entrés två byggnader, men huvudingången från Östra Förstadsgatan är märkligt undanskymd, som ett hål i väggen. En generösare trottoar eller en liten platsbildning framför entrén tillsammans med tydligare kopplingar till Värnhemstorget över Östra Förstadsgatan hade varit gynnsamt för såväl köpcentrumet som torget.

Rörelse kring det centralt belägna köpcentrumet

Flera av respondenterna svarade i intervjun att de förväntade sig att fler människor kommer att röra sig genom Kristianstad och att flödena blir annorlunda efter att Östra Centrum är byggt (Lindén, 2010. Kristensson, 2010. m.fl). Jag förväntar mig också mer rörelse över och omkring området. Dels för att Kristianstad får en ny målpunkt i form av ett köpcentrum med nya butiker, dels för att mellan 100 och 125 nya lägenheter ska byggas. Möjligen minskar rörelsen samtidigt på platser som redan idag har ont om besökare. Förändrade rörelseflöden kan också förväntas till följd av omfattande trafikomläggningar i stadskärnan.

Dessa trafikomläggningar görs inte bara som en direkt följd av att ett nytt köpcentrum byggs, utan främst som ett led i det parallella projektet *Kristianstadslänken* där nuvarande resecentrum ska flyttas till ett läge vid järnvägsstationen. Att de två projekten utarbetats samtidigt har inneburit ömsesidiga justeringar för en optimal utformning. Kristianstadslänken är en ny sträckning av busstrafikens stomlinje mellan Centralsjukhuset, järnvägsstationen och högskolan. Ett samlat kollektivtrafikcentrum uppförs, istället för som idag: en busstation och en järnvägsstation på var sin sida om centrum. Den samtidiga satsningen på en bättre kollektivtrafik och ett nytt köpcentrum gör att den förväntade biltrafökningen i centrum enligt den

trafiktekniska undersökning som gjorts av WSP Samhällsbyggnad bara blir knappt 6%. Att köpcentrumet dessutom ligger centralt i staden med bostäder och arbetsplatser inom gång- och cykelavstånd har också betydelse för att ökningen inte blir så markant (WSP Samhällsbyggnad, 2009-09-21). Istället sker en omfördelning av trafiken som kommer att ha betydelse för hur man som bilist och fotgängare kan röra sig runt planområdet.

Biltrafikens nya förutsättningar kring Östra Centrum

I Fig 49 och 50 på s.84 visas den gamla och nya sträckningen av busstrafikens stomlinje, Kristianstadslänken, och hur den tillsammans med placeringen av köpcentrumets parkeringsinfarter påverkar biltrafiken på de omgivande gatorna.

Södra Kaserngatan och Västra Boulevarden blir ny huvudsträckning för busstrafiken och den nya storhållplatsen på Södra Kaserngatan söder om köpcentrumet kommer enligt trafikutredningen att angöras av 60 bussar i vardera riktningen/minut. Södra Kaserngatan föreslås bli bussgata mellan Västra och Östra Boulevarden, samt mellan Kanalgatan och Snapphanevägen. Biltrafiken kommer därmed att försvinna på dessa sträckor. Som en konsekvens därav kommer biltrafiken istället att öka på Götgatan och Östra Boulevarden söder om Tivoligatan som fungerar som alternativa rutter in till stadskärnan. Östra Boulevarden

görs till gågata mellan Nya Boulevarden och Tivoligatan, all biltrafik kommer m.a.o. försvinna därifrån.

I dagsläget väljer, enligt trafikutredningen, det största antalet bilister oavsett om de kommer norrifrån eller söderifrån att parkera på den stora parkeringen i norr. Av dessa angör de flesta parkeringen från Nya Boulevarden och vidare in på Östra Boulevarden där infarten finns (en mindre infart finns också från Kanalgatan, liksom ytterligare en infart till en mindre parkering i söder vid resecentrum. se Fig. 49). Utfart från den norra parkeringen sker via nämnda infarter eller via en utfart direkt mot Nya Boulevarden. Antalet infarter till parkeringsplanen ovanför det nya köpcentrumet begränsas till två (se fig 50). En i norr, från Nya Boulevarden och en i söder från Östra Boulevarden. Antalet parkeringar i köpcentrumet ökar från dagens ca 600 platser till ungefär 1200. Trots det förväntas antalet bilar som angör från Nya Boulevarden bli detsamma som idag. Bilister norrifrån väljer denna infart. Bilister söderifrån tros istället välja den södra infarten till köpcentrumets parkeringsplan vilket därför medför en minskning av trafiken på Kanalgatan (WSP Samhällsbyggnad, 2009-09-21).

Trots den samtidiga satsningen på kollektivtrafik som begränsar ökningen av biltrafiken är det fortfarande en omfattande trafikapparat som ska inhysas mitt i centrum. Dubbelt så många parkeringsplatser ska servas av hälften så många in/utfarter. Trafikutredningen bedömer att förslaget kommer att fungera, jag ser dock



Fig. 48 Gatorna i Kristianstads stadskärna

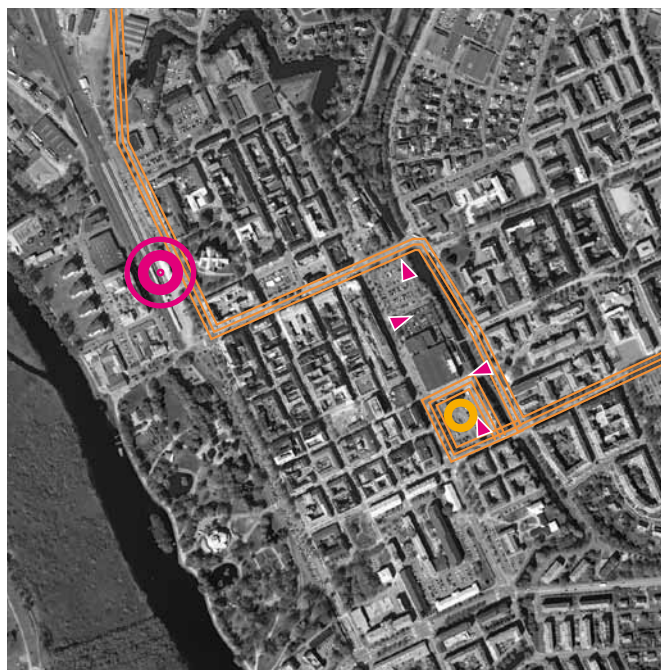


Fig. 49 Kristianstads stadskärna idag

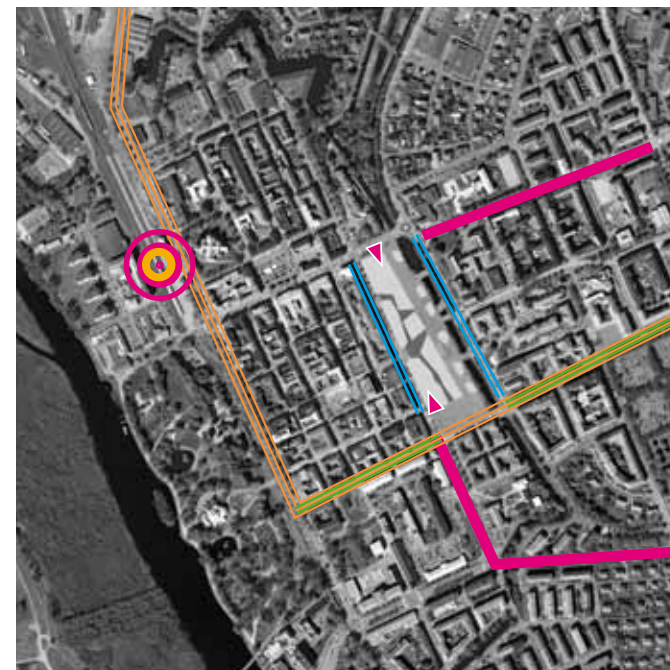


Fig. 50 Kristianstads stadskärna när Östra Centrum är byggt.

-  : Busstrafikens stomlinje, Kristianstadslänken
-  : Järnvägsstationen
-  : Resecentrum
-  : Gata där biltrafiken ökar
-  : Gata där biltrafiken minskar
-  : Gata som görs om till bussgata
-  : Infarter/ utfarter till parkering

en risk för köer till parkeringsplanen i rusningstid.

Ytterligare en gågata i Kristianstad

Att trafiken minskar på Kanalgatan och helt tas bort på Östra Boulevarden mellan Nya Boulevarden och Tivoligatan främjar förbindelsen mellan de östra och västra delarna av staden. Fotgängare får lättare att röra sig fritt mellan stadsdelarna utan barriärer i form av intensiv trafik.

Den frekventa busstrafiken på Södra kaserngatan (60 avgångar per minut i vardera riktningen) gör dock att framkomligheten för fotgängare där blir något sämre, särskilt i korsningen Södra Kaserngatan/ Östra Boulevarden där det uppstår en intensiv trafiksituation med busstrafik, angörande biltrafik till parkeringsdäcken, korsande gångtrafikanter och cyklister som ska mötas. Att anta fotgängarens perspektiv är viktigt i en stad som Kristianstad.

Stadskärnans gågatusystem bidrar till trivsam, flanörvänlig atmosfär och stärker handelsstaden, men också till att butiker utanför de väl inarbetade promenadstråken får svårt att klara sig. De flesta av stadens butiker är lokaliserade till lägen längs med Storgatorna (Östra och Västra) mellan Stora och Lilla Torg. Bara en liten bit längre bort avtar intensiteten. Norr om Stora Torg är det få butiker som överlever och den ganska nya satsningen Söder Torg har ännu inte lyckats styra om shoppingstråken. Även om avstånden är små rent fysiskt är de stora mentalt. Den höga koncentrationen

av butiker har blivit standard och t.o.m. små luckor upplevs som hinder att ta sig förbi.

När köpcentrumet Östra Centrum byggs blir Östra Boulevarden gågata utefter hela köpcentrumets längd mellan Nya Boulevarden och Tivoligatan. Entréer från köpcentrumets butiker kommer att finnas direkt ut mot den nya gågatan. Därmed kommer det att finnas tre parallella, starka shoppingstråk i Kristianstad istället för två (jämför Fig 51 och 52). Även om köpcentrumet lockar fler besökare till staden tror jag att det främst är längs dessa stråk som de kommer att röra sig. Med den ännu högre koncentrationen av butiker som köpcentrumet innebär, tror jag dessutom att många besök som innebär vad som upplevs som en avstickare kommer att utebli. Besökarna blir allt mer bekväma. Besöksflödet på de gator som redan är gles befolkade kan därför, trots mer folk totalt i staden, komma att minska och butiker som redan har svårt att klara sig vid sidan av de starka stråken får det ännu svårare.

Söder Torg hamnar tack vare Östra Centrum lite närmare koncentrationen av handelsverksamheterna och läget i förhållande till storhallplatsen skulle kunna vara gynnsamt. Frågan är dock om inte Söder Torg fortfarande kommer att upplevas som lite avsidat och att de flesta ändå väljer rutten längs den nya gågatan vidare mot Cardellsgatan, eller vägen genom köpcentrumet. Utöver den nya gågatan tillkommer nämligen ytterligare konkurrerande, parallella stråk i form av köpcen-

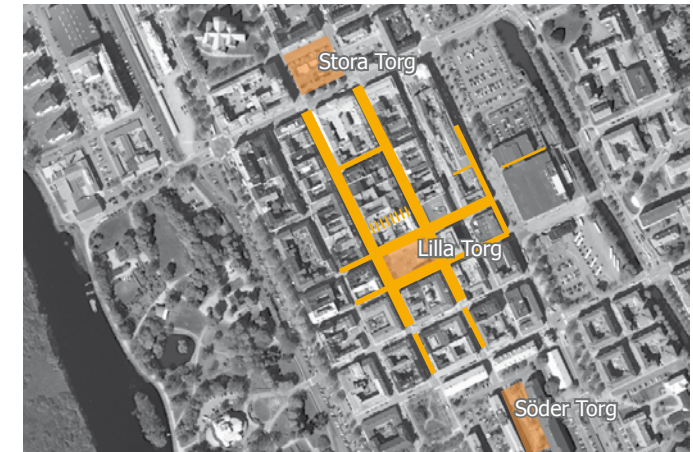


Fig: 51 Överst: Gågatusystemet i Kristianstad idag

Fig: 52 Ovan: Gågatusystemet i Kristianstad när Östra Centrum har byggts.

— : Gågata
 : Inombusspassage

trumets två invändiga shoppinggator i plan 1 och 2. Trots butiksentréerna ut mot Östra Boulevarden håller jag det för troligt att besökare av bekvämlighetskäl kommer att välja de invändiga stråken i förflyttningen mellan köpcentrumets butiker snarare än den nya gågatan. Vill man däremot undvika trängsel eller har ett mål någon annanstans i staden kan gågatan komma att användas som det främsta stråket.

En promenad längs Östra Boulevarden kommer efter tillblivandet av Östra Centrum att te sig mycket anorlunda mot idag. Förutom att biltrafiken är borta får Boulevarden en mycket tydlig inramning med väggar på två sidor istället för att som idag flyta ut lite diffust i ödsliga, öppna ytor vid parkeringsplatserna. Den får en zonerings där cykel- och gångbanor, trädrad och möbleringsyta markeras med markbeläggningsmaterial och mönster. Indelningen liknar (cykelbanan undantagen) den som redan finns på stadens övriga gågator, så Kristianstadsborna kommer ändå att känna igen sig. Eftersom Boulevarden blir gågata ska den dessutom smalnas av från sina 28m till 18m för att Östra Centrum tydligare ska kopplas ihop med stadskärnan. Den är dock fortfarande bredare än stadens övriga gågator som varierar i bredd mellan 5m och 12m. Bredden är viktig för att den ska behålla sin boulevardkaraktär. Att boulevardssystemet i staden förblir framträdande är, enligt MKB:n, av särskild betydelse för 1800-talets årsring (Stadsbyggnadskontoret, Kris-

tianstads kommun, 2009-09-18).

Samtidigt som man försöker bidra till liv och rörelse på Östra Boulevarden på dagtid med alla butiksentréer, skapar man en obefolkad gata på kvällstid. Samma problem finns redan längs de övriga gågatorna. När butikerna har stängt blir gatorna öde. Bara kvällsupplista skyltfönster överblickar gatorna. Likadant ska det enligt förslaget alltså bli längs Östra Boulevarden. En bredare verksamhetsblandning även i själva köpcentrumet och inte bara inom planområdet hade kunnat ge lite välbehövligt kvällsliv åt en av stadens gågator. Biografen Kosmorama som idag bidrar till kvällslivet på Östra Boulevarden ska finnas kvar, men huvudentrén kommer att vetta ut mot kanalsidan, mot det som ska bli det nya Kulturtorget.

Centrala lägen - god tillgänglighet - många parkeringar

Alla fyra köpcentrumen har tack vare sina centrala lägen potential för god tillgänglighet för sina respektive städers fotgängare och cyklister. De har alla dessutom väldigt god tillgänglighet för resande med kollektivtrafik. Särskilt Entré och Östra Centrum som båda ligger/ kommer att ligga nära stora och viktiga knutpunkter för lokal och regional busstrafik. Värnhemstorget i fallet Entré och storhallplatsen för Kristianstadslänken i fallet Östra Centrum. Hållplats för stadsbuss finns utanför både Caroli City och Mobilia. Dessa två

centrum ligger dessutom inom rimligt gångavstånd från andra större knutpunkter för resande: Södervärns busstation i fallet Mobilia och Centralstationen i fallet Caroli City. Alla centrumen är med andra ord lätta att nå för såväl långväga som närboende besökare som reser kollektivt. Trots detta är det stort fokus på bekvämligheten för bilister i samtliga studerade projekt. Köpcentrumen annonserar gärna stort på sina hemsidor och på skyltar på plats om hur många parkeringsplatser som finns. Att kunna erbjuda bekväm parkering med direkt anslutning till köpcentrumen är uppenbarligen eftersträvarsvärt. Samtliga köpcentrum har valt att i samband med byggnation/ombyggnation satsa på yteffektiva parkeringslösningar i form av underjordiska garage eller parkeringshus. Mobilia som idag har stora parkeringsytor runtomkring sina köpcentrumsbyggnader satsar på både parkeringshus med butikslokaler i bottenplan och underjordiskt garage. Östra Centrum har två plan för kundparkering ovanpå de två butikspanen i sin köpcentrumsbyggnad samt ett underjordiskt garage med platser reserverade för boende i punkthusen som ingår i projektet. Caroli City har ett intilliggande parkeringshus med entréer rakt in i köpcentrumet och Entré har ett underjordiskt garage, även det med entréer rakt in i köpcentrumet. Att ha centrala lägen, att poängtera att man eftersträvar en integrerad anläggning med en mer småskalig struktur och kvarterskänsla (vilket är fallet åtminstone i projekten Östra Centrum, Mobilia och Caroli

City) och samtidigt bereda plats för så mycket biltrafik känns egendomligt, lite omodernt och fegt. Förmodligen är man rädd för att kunderna ska utebli om de inte bekvämt kan ta bilen för att shoppa. Samtidigt kan man hävda (som i ex. programmet för Mobilias utveckling) att tillräcklig parkering minskar den s.k. söktrafiken med många cirkulerande bilar på jakt efter en plats att parkera, vilket gör miljön enklare och trivsammare att röra sig över även för fotgängare.

Entré ligger alldeles i knutpunkten mellan Malmös norra motorvägsinfart och andra vältrafikerade vägar som Lundavägen, Drottninggatan och Hornsgatan. Köpcentrumet har därför till skillnad från de övriga studerade köpcentrumen valt att framförallt vända sig till bilister. Det blir då också logiskt att marknadsföra sig med generös parkering! Men man borde lägga lika mycket krut på att locka folk från Värnhemstorget som kommer med buss, med cykel eller till fots.

Att parkeringen blir mer yteffektiv är i samtliga fall bara positivt. Man bör dock inte bara visa upp tjusiga parkeringshus utan också attraktiva, bekväma och säkra cykelparkeringar, samt trivsamma busshållplatser! Östra Centrumprojektet har i det fallet gått ett steg längre och skapar en trivsam mötesplats i form av ett torg med bl.a. cykelparkering mellan köpcentrumet och storhallplatsen för busstrafiken.

Barriärer och framkomlighet kring Östra Centrum

Ett väl integrerat köpcentrum får inte upplevas som en barriär. Det måste vara enkelt att ta sig runt, förbi eller igenom. För att kunna fungera som en länk mellan två stadsdelar vilket är ett mål i Östra Centrumprojektet måste köpcentrumet förmedla upplevelsen av att staden fortsätter också på andra sidan. Permeabiliteten, såväl den fysiska som visuella, är med andra ord viktig. Jag upplever att den fysiska permeabiliteten är viktigast då ett köpcentrum är av betydande storlek och annars kan bli en verklig barriär mellan destinationer. Mindre anläggningar har inte riktigt samma barriäreffekt eftersom det är lättare att hitta alternativa rutter runt om anläggningen. Att kunna ta sig igenom ett köpcentrum är dessutom av mindre betydelse i de fall det saknas målpunkter på andra sidan. Den visuella permeabiliteten är däremot alltid viktig. Man bör kunna se både inifrån och ut, för en känsla av sammanhang och orientering och utifrån och in som ett bidrag till de omgivande gatorna i form av känsla av mänsklig närvaro.

Även om en fotgängare idag har få anledningar att vilja uppehålla sig på större delen av planområdet för Östra Centrum upplever jag att det åtminstone är relativt lätt att röra sig över tack vare de stora parkeringsytorna som erbjuder möjligheter att snedda och ta en genväg. Barriärer finns emellertid. De finns i form av både nivåskillnader, storskaliga byggnader och områden där tillträde är förbjudet. I Figurerna 53 och 54 på s.88 -

89 studeras framkomligheten för fotgängare över och kring planområdet.

Två mycket framträdande nord-sydliga barriärer finns i Kristianstad, en på varje sida om stadskärnan. Järnvägen utgör den västra och kanalen, som rinner längs planområdet för Östra Centrum, utgör den östra. För att korsa dessa barriärer är man hänvisad till ett antal passager och dessa passager blir utgångspunkter för hur man tar sig vidare i staden.

Idag finns fyra möjligheter för fotgängare att korsa kanalen inom planområdet: en bro i norra delen, en i söder och två på mitten. Trots att ett av huvudmålen för Östra Centrumprojektet är att koppla samman de östra och västra delarna av staden är det redan ganska enkelt att ta sig däremellan för någon som känner till de tillgängliga rutterna. De av stödmurar avskärmade stråken längs kanalen och över broarna i mitten av planområdet är emellertid inte särskilt attraktiva och kan kännas olustiga att använda ensam eller på kvällen. Ett av stråken kräver dessutom att man är rörlig och kan ta sig upp eller ner för trappor.

Gång- och cykelstråk i nord-sydlig riktning finns längs kanalens båda sidor och längs Östra Boulevarden. Eftersom de stora byggnaderna (Domus och Kosmorama) med sina parkeringsdäck med nivåskillnader och stödmurar blockerar vägen finns det inga alternativa rutter. Även resecentrums busstorg utgör en barriär eftersom tillträde är förbjudet utom för busstrafik (se Fig. 53).

Med Östra Centrum förbättras möjligheterna att välja rutter över planområdet i nord-sydlig riktning (se Fig. 54). De främsta stråken kommer förmodligen fortfarande att vara Östra Boulevarden med alla nya butiksfronter och stråken längs kanalen. Kanalstråken blir mer attraktiva och kommer förmodligen också att kännas tryggare att röra sig längs med eftersom de inte längre ligger avskärmade bakom fönsterlösa fasader och stödmurar utan istället överblickas av närliggande bostadshus. Det blir dessutom möjligt att röra sig även mellan dessa bostadshus och längs köpcentrumets östra fasad hela vägen från norr till söder. Som komplement kommer det även att finnas invändiga stråk genom köpcentrumet i nord-sydlig riktning.

Kanalen blir mindre av en barriär i och med att antalet broar utökas från fyra till sex, de får också en jämnare spridning längs planområdet. Antalet broar får dock ingen motsvarighet i antalet kopplingar mellan stadskärnan och kanalen. Även om möjligheten att ta sig över kanalen underlättas måste man fortfarande välja någon av köpcentrumets två entréer för att ta sig vidare igenom till Östra Boulevarden. Alternativet är att gå runt hela köpcentrumsbyggnaden. Kopplingarna mellan de östra och västra delarna av staden blir alltså inte fler även om kvaliteten bitvis blir bättre, framförallt vad gäller estetik, upplevelsen av trygghet och tillgänglighet längs kanalen.

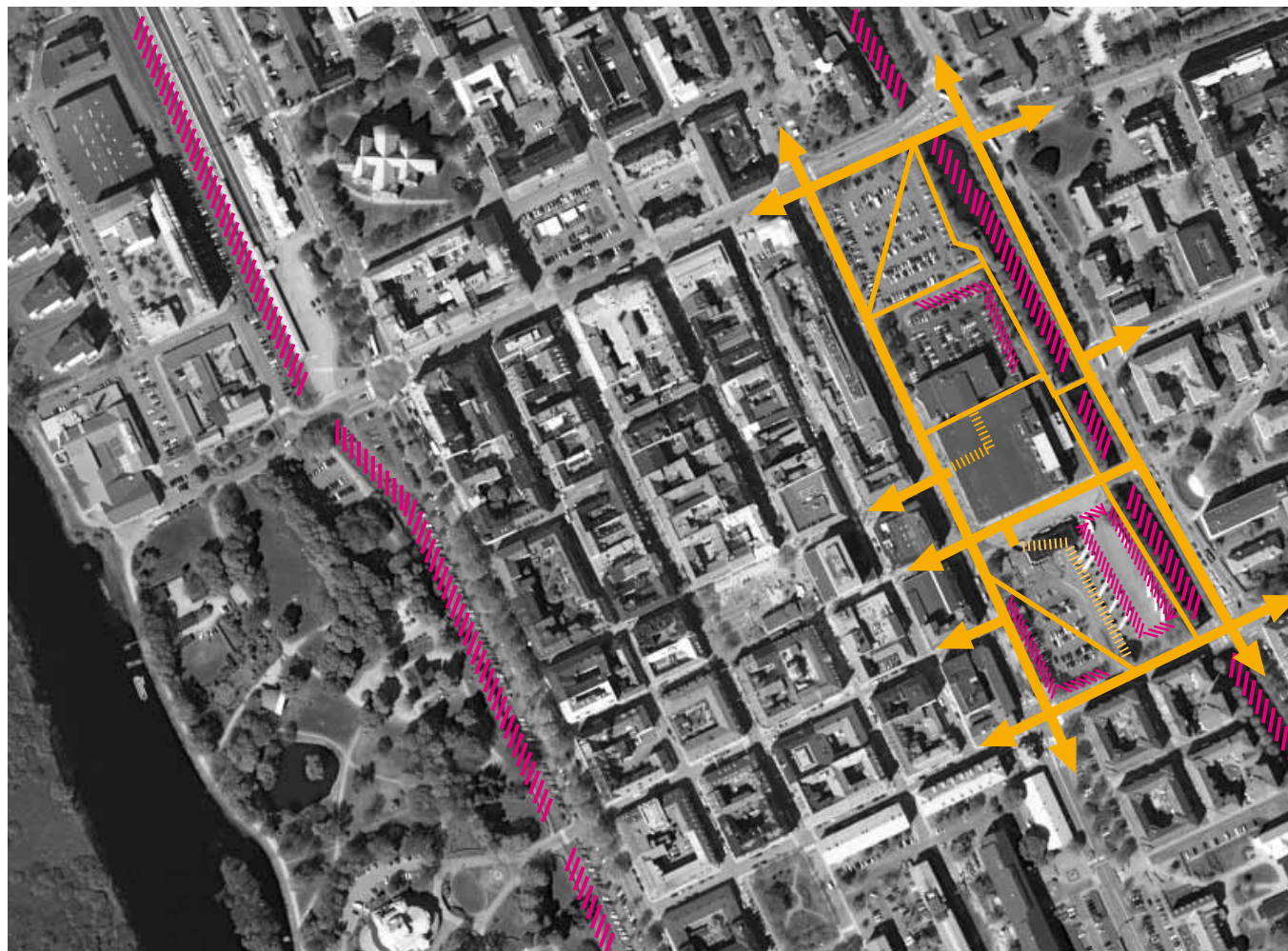


Fig. 53 Barriärer och rörelsestråk för fotgängare över planområdet för Östra Centrum idag.

-  : Barriär
-  : Stråk
-  : Inombusstråk

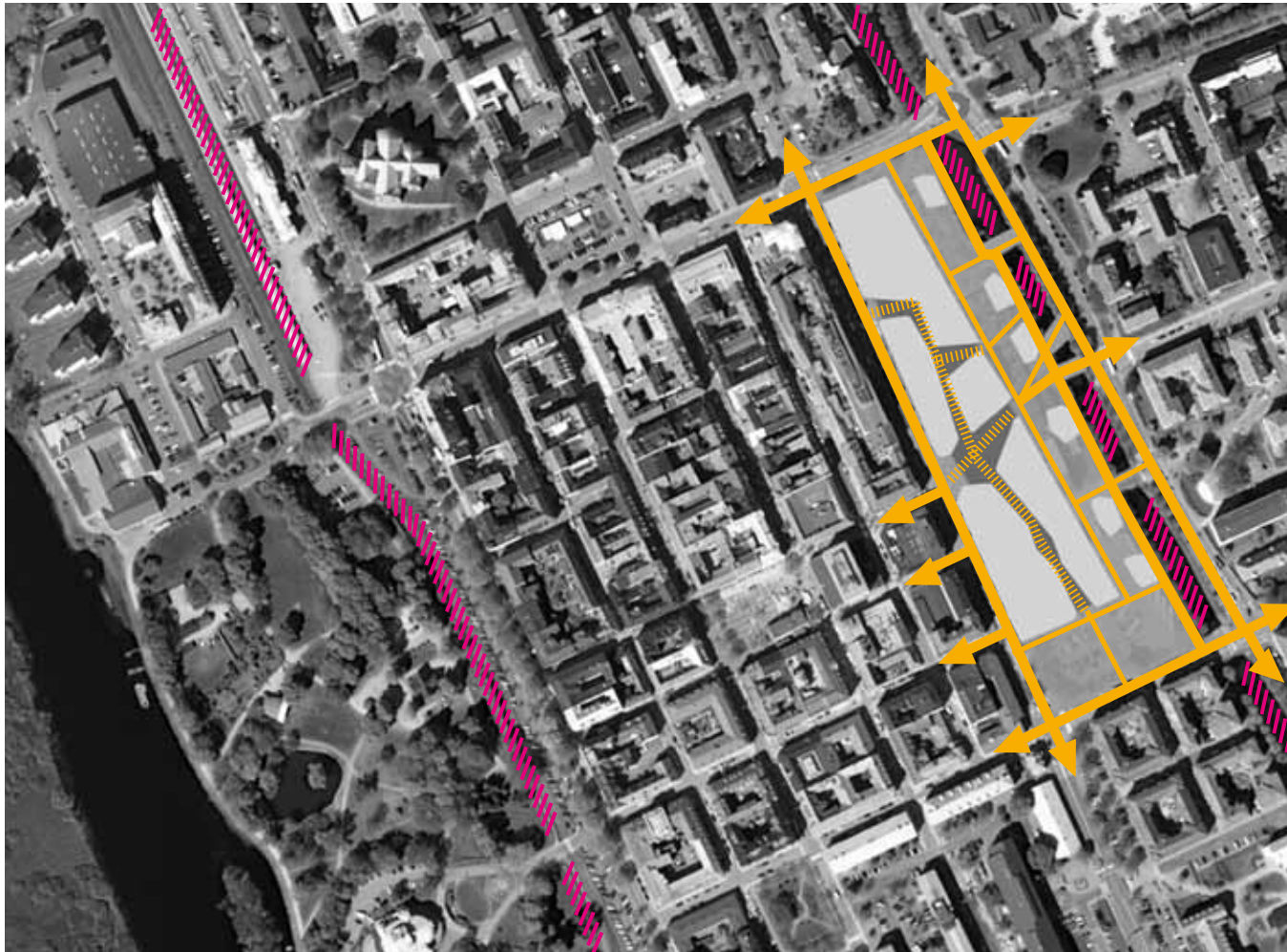


Fig: 54 Barriärer och rörelsestråk för fötgångare över planområdet när Östra Centrum är byggt: Det finns fler och mer attraktiva rörelsestråk i nord-sydlig riktning. Kopplingarna över kanalen är fler och möjligheterna till rörelse mellan Östermalm och köpcentrumet är mycket goda. Kopplingarna mellan Östermalm och stadskärnan är däremot inte fler än förut och rörelse däremellan måste till viss del ske inomhus.

Förutom de öst-västliga stråken längst i norr och längst i söder av planområdet leder två öst-västliga stråk genom själva köpcentrumet. Det mest generöst tilltagna av dem blir ett slags inomhustorg som ansluter till Cardellsgatan och utgör själva huvudstråket mellan stadskärnan och Östermalm. Om man därmed verkligen stärker kopplingarna mellan östra och västra delarna av staden eller skapar en barriär är helt avhängigt av utformningen av detta invändiga huvudstråk.

I Whites gestaltungsforstag finns förhoppningar om att inomhustorget blir Kristianstads nya mötesplats och i planprogrammet betonas att passagen skall vara tillgänglig för allmänheten. Trots detta ägnas mycket lite utrymme i projekthandlingarna åt att förklara hur detta konkret skall åstadkommas.

Det som talar för att passagen kan komma att fungera väl som huvudsakligt öst-västligt stråk är att köpcentrumets byggnadskropp är relativt grund och sörjer för en smidig genomgång. Att entréerna ska vara generösa liksom själva passagen/inomhustorget bredd och att takhöjden ska vara ca 5m. Det är alltså ett mycket luftigt inomhusrum det handlar om och enligt projekthandlingarna ska det dessutom få en utomhuskaraktär vilket kan bidra till att platsen kommer att upplevas som mer offentlig.

Det innebär samtidigt en risk att förlägga det som är tänkt att bli den huvudsakliga länken mellan de östra och västra delarna av staden inuti en privatägd bygg-

nad. Genomgången kommer att stängas av nattetid på grund av risk för skadegörelse. Köpcentrumet får därmed, åtminstone under dessa timmar, en barriäreffekt eftersom inga smidiga alternativa rutter finns. Man får som fotgängare istället söka sig runt hela köpcentrumet. Även om passagen hade varit öppen dygnet runt är frågan om den hade känts tillräckligt trygg för att i praktiken vara tillgänglig på natten. Frågan är om den ens kommer att kännas tillräckligt trygg under de timmar på kvällstid som det faktiskt kommer att vara öppet. Utformningen måste vara sådan att man inte behöver känna sig instängd eller vara rädd för att möta någon i ett utrymme där det känns som att man inte kan undvika konfrontation. God överblick är viktigt för att kunna känna sig trygg och entréerna måste vara tillräckligt breda för att inte kunna blockeras.

Genomträngligheten hos referenscentrumen

Att öppna upp fler entréer förs i flera av de studerade projekten fram som en bra åtgärd för att uppnå en bättre genomtränglighet hos centrumen. Det bidrar till mer gatuliv och större flexibilitet, men möjligheten till passage igenom hela köpcentrumet avgörs fortfarande av öppettider precis som i Östra Centrum. Nattetid är köpcentrumen lika mycket barriärer som förut. Caroli City ska ex. bli mer genomträngligt med entréer direkt in i butikerna från gatan. Stråken är dock fortfarande huvudsakligen invändiga och blir otillgängliga efter stängningsdags. Köpcentrumet är emellertid inte

särskilt stort och blir därför ingen besvärande barriär. Den visuella permeabiliteten blir dessutom bättre och man kan se in och ut ur köpcentrumet när man passerar.

Även förnyelsen av Mobilia innebär att nya entréer och fönster ska öppnas upp i befintliga byggnader. En av de stora köpcentrumshallarna ska delas för att förbättra genomträngligheten. Flera nya byggnader tillkommer, men de blir betydligt mindre än de befintliga och placeras för att underlätta passage genom området. Hela Mobiliaområdet kommer därmed att bestå av många olika byggnader som man kan röra sig emellan. Två arkader kommer att byggas så att skyddade miljöer med utomhuskänsla skapas. Dessa arkader kommer att stängas på natten, men fortfarande finns alternativa utomhuspassager som kan användas utan att man behöver ta en stor omväg.

Det är intressant att jämföra Mobalias arkader som är glasövertäckta utomhuspassager med Östra Centrums breda passage genom en inglasad struktur i flera våningar. Båda köpcentrumens passager är tänkta som ljusa, luftiga, klimatskyddade och allmänt tillgängliga rörelsestråk som stängs nattetid, men det finns viktiga nyanskillnader! Arkaderna kommer att upplevas mer som utomhusmiljöer eftersom byggnaderna som kantar passagen har tydliga fasader och upplevs som två separata enheter. Man går *mellan* två byggnader. Passa-

gen genom den inglasade strukturen i Östra Centrum upplevs däremot mer som inomhus och de tänkta kvarteren som ingår blir väggar i en gemensam enhet. Man går *igenom* en byggnad.

Östra Centrumpassagen får karaktär av en köpcentrumsoffentlighet, medan Mobalias arkader har mer gemensamt med gatuoffentligheten. Skillnaden blir tydlig om man t.ex. ställer sig frågorna: Får jag leda min cykel igenom? Får jag ta med mig hunden? På Mobilia kan man förmodligen svara ja, i Östra Centrum är det mer tveksamt.

Till Entré finns bara huvudentréer och i övrigt invändiga stråk. Köpcentrumet är dock uppdelat på två byggnader. *Torghuset* är inte större än de omgivande kvarteren och upplevs egentligen inte som någon större barriär. En gata mellan *Torghuset* och *Glasbuset* medger passage utan problem, även om sträckan är tråkig och enförmig. Till det betydligt större *Glasbuset* sker in- och utpassage genom en och samma huvudentré om man inte kommer med bil och går in via parkeringshuset. Inga alternativ finns, inga stråk vare sig invändigt eller utvändigt medger passage genom byggnaden. Frågan är om det ens är önskvärt. Att som fotgängare ta sig från Värnhemstorget genom Entré ut mot Malmös norra infart är ganska poänglöst eftersom promenaden slutar i ett trafiktätt ingenmansland. Även om bristen på fysisk permeabilitet inte utgör något problem här, hade en större visuell genomträng-

lighet däremot varit välgörande för att bättre uppfatta sammanhang och riktning inuti köpcentrumet. Det kunde finnas fönster så att man kunde se ut ifrån butikerna, caféerna etc. även i markplan.

Sammanfattningsvis är det bara Mobilia som väljer att satsa på flera fristående byggnader i en sorts kvartersstruktur. Området är lätt att röra sig över i alla riktningar och det finns flera alternativa rutter. De övriga tre samlar ihop sina verksamheter i ett gemensamt skal och även om man säger sig vilja främja tillgängligheten med fler fönster, entréer och genomgångar blir det tydligt att man fortfarande gärna vill ha de stora inomhusstråken som sväljer kunder och behåller dem där.

Satsningar på vistelseplatser

I projekthandlingarna för Östra Centrum beskrivs en stadskärna som efter omvandling kommer att ha betydligt fler och mer attraktiva mötesplatser, men inte så mycket hur dessa förhåller sig till stadens befintliga mötesplatser.

Fler bostäder mitt i centrum och många nya butiker förväntas leda till att ett större antal människor rör sig över platsen på fler av dygnets timmar. Mötesplatserna ska också ha olika karaktär och vända sig till olika intressen samtidigt som det centrala läget sägs vända

sig till alla besökare och invånare i staden (Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun, 2008-06-16). Det diskuteras dock inte om de konkurrerar med befintliga platser, eller fyller helt andra funktioner.

En kartläggning av stadskärnans offentliga vistelserum (undantaget parker och grönytor som behandlas längre fram) visar vilka karaktärer som redan finns i staden och hur de är fördelade (se fig 55 på s.92). Det finns ett paradtorget i form av Stora Torg som ligger framför Rådhuset. Torget används framförallt till parkering, men när det är marknad eller festival i staden rymmer torget stora folkmassor. Det finns två handelstorg. Det ena är Lilla torg kring vilket ett flertal butiker och uteserveringar är lokaliserade och där det även hålls torghandel mån-lör. Det andra är relativt nya Söder Torg som också ramar in av butikslokaler. Söder Torg ligger dock lite avsides i förhållande till de väl inarbetade shoppingstråken längs gågatorna mellan Stora och Lilla Torg och flera av butikslokalerna där står tomma till följd av uteblivna kunder.

Det finns en platsbildning framför Domus. Den är kopplad till handel förstås, men fungerar också som skådeplats för events, tal eller uppvisningar. Mycket folk passerar här eftersom platsen ligger i skärningspunkten för huvudstråken mellan gågatorna/Lilla Torg och parkering/resecentrum.

Det finns också platser knutna till olika kulturverksamheter. Den öppna platsen framför konsthallens och regionmuseets gemensamma entré är ett sådant

exempel. Platsen framför biblioteket är en annan, liksom entréplatsen med blomsterplanteringar framför teatern. Alla tre är i regel sparsamt befolkade och åtminstone de två senare upplevs som lite avsides.

Det finns idag två platser knutna till resande. Järnvägsstationen på norra sidan stadskärnan och Resecentrum på den östra, där busstrafiken utgår ifrån. Båda platserna är oftast ganska välbefolkade under många av dygnets timmar. Båda är också ganska trista i sin utformning. Platserna är egentligen otydliga i sin avgränsning och utgörs främst av perronger och hållplatslägen för bussar som flyter ihop till ytor där folk väntar på sina respektive avgångar. De erbjuder varken generöst med sittplatser, grönska eller näring åt fantasin. Här väntar man för att man måste och möts för att det är praktiskt, varken mer eller mindre.

Två platser finns i centrum som har tydliga kopplingar till vatten, De nya broarna kring Naturrum i Helgeå som möts och bildar en plats mitt ute i vattnet framför den nya byggnaden (som invigdes hösten 2010) och soltrappan i slät, ljus betong ner mot Helgeå bakom teatern. Här kan man få närkontakt med vattenriket som är en särskild kvalitet värd att utveckla i staden.

De flesta av de befintliga rummen är ganska öppna, hårdgjorda miljöer som saknar kopplingar till olika former av grönska. De är också framförallt platser för offentlig social samvaro, där man kan överblicka och överblickas. Det är svårt att hitta mer intima eller rofyllda platser om man inte söker sig till någon av

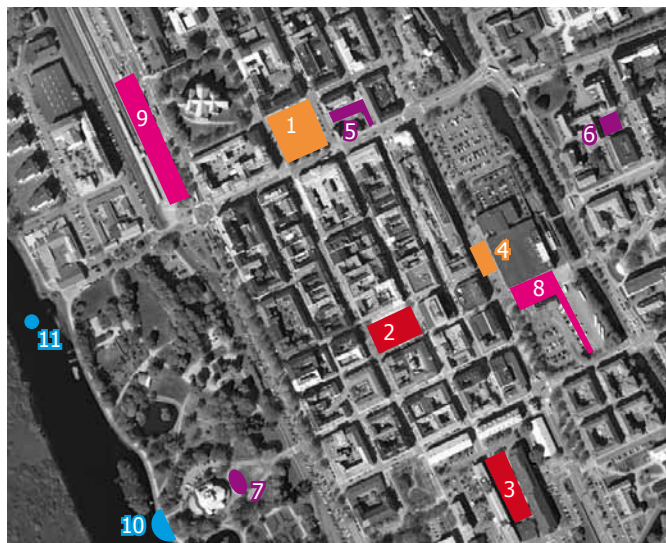


Fig 55 Överst t.v: Befintliga vistelseplatser i Kristianstads stadskärna.

Platser med samlande multifunktion:

1. Stora Torg
4. Platsbildningen framför Domus

Platser knutna till handel:

2. Lilla Torg
3. Söder Torg

Platser knutna till resande:

8. Resecentrum
9. Järnvägsstationen

Platser knutna till kulturella verksamheter:

5. Konsthallens och Regionmuséets gemensamma entréplats
6. Bibliotekets entréplats
7. Teaterns entréplats

Platser knutna till vatten:

10. Soltrappan i Tivoliparken
11. Naturum



Fig. 56 Nederst t.v: Vistelseplatser i Kristianstads stadskärna efter tillkomsten av Östra Centrum. Resecentrum (8) flyttas till järnvägsstationen (9) och platsbildningen framför Domus (4) fräschas upp och blir entréplats till det nya köpcentrumet. Till ovanstående platser tillkommer:

Plats knuten till kultur:

12. Kulturtorget

Plats knuten till vatten:

13. Broar och sitttrappor vid kanalen

Mötesplats inomhus:

14. Torgbildning inuti köpcentrumet

Multifunktionell plats knuten till handel och resande:

15. Busstorget

parkerna.

Undantagen är soltrappan ner mot Helgeå, den öppna platsen framför teatern i Tivoliparken och Naturrum som ligger lite lummigare och har nära till Tivoliparkens grönska.

Med Östra Centrum tillkommer ett antal platser (se Fig. 56), varav två tillför staden vistelseplatser av helt ny karaktär. Det ena är torgbildningen inuti köpcentrumet. En plats med en typ av offentlighet som inte tidigare finns i Kristianstad. Platsen ligger inomhus men ska enligt White få en utomhuskänsla och vara allmänt tillgänglig under många av dygnets timmar. Den andra är det nya busstorget vid Kristianstads-länkens storhallplats söder om köpcentrumet. Som tidigare nämnts saknas stimulerande väntplatser både i anslutning till nuvarande resecentrum och i anslutning till järnvägsstationen. Man väntar hellre någon annanstans om man har möjlighet. Med Östra Centrum skapas en multifunktionell yta med sittplatser, skärmtak och cykelparkeringar i anslutning både till köpcentrumet och den nya storhallplatsen för buss- trafik. En plats som har stor potential att bli en livlig mötesplats och en typ av plats som tidigare har saknats i Kristianstad. Självklart drar även köpcentrumet nytta av att ha en knutpunkt för resande alldeles vid en av sina entréer.

Ytterligare en plats vid vatten tillkommer. Två nya

gångbroar och sittrappor ner mot kanalens yta bildar en speciell miljö, ger närkontakt med kanalen och tydliggör Kristianstads historiska koppling till vatten. Att platsen anläggs på motsatta sidan om stadskärnan i förhållande till de två platser som redan finns är betydelsefullt. Upplevelsen av att stadskärnan omringas av vatten blir starkare. Det är relevant att närvaron av vatten verkligen märks i en stad som vill visa upp sitt unika vattenrike!

På det nya kulturtorget ska det finnas en utescen och plats för events, utställningar, m.m. Entrén till biografen Kosmorama ska också vetta hitåt. Torget är tänkt att fungera som en länk i det kulturstråk som kommunen arbetar för att etablera mellan konserthuset, biblioteket, konsthallen, museet och teatern. Men utescener finns ex. redan i Tivoliparken och på Lilla Torg. Happenings och events känns mer logiska på entréplatsen vid Cardellsgatan (som ska finnas kvar i en uppfräschad version med kombinerade sittplatser och planteringskärl) där sådant redan sker. Utställningar hade varit trevligt i anslutning till konsthallen och muséet där det finns en trevlig och lagom avskild plats som i dagsläget används för sparsamt. Jag är också lite bekymrad över att det blir många torg i staden att befolka, särskilt som befintliga Söder Torg redan dras med svikande kunder och ligger öde för det mesta. Istället för ett kulturtorg hade man kunnat satsa på en mer intim plats, ett vardagsrum för de boende i punkt-husen och en lugnare plats för besökare. En sådan

plats saknas ännu i centrum och hade inte konkurrerat med de befintliga torgen.

Om man tittar på de vistelseplatser som tillkommer med Östra Centrum (Fig. 56) ser man att flera av dem är arrangerade i ett pärlband som också skulle kunna förlängas till att omfatta andra av stadens vistelseplatser som ex. Lilla Torg. Pärlbandet borde vara en god förutsättning för ett nytt, attraktivt rörelsestråk för fotgängare i öst-västlig riktning. Många människor väljer säkert gärna en varierad rutt där det finns mycket att titta på. Pärlbandet kan bidra till att stärka kopplingarna mellan de östra och västra delarna av staden vilket är ett av projektets huvudmål. En svag länk i kedjan kan dock vara inomhustorget/passagen genom köpcentrumet. För att det nya stråket ska kunna etableras är det av största vikt att passagen upplevs som tillgänglig.

En annan sak som tydligt märks när man tittar på de platser som tillkommer är att det framförallt knyts platser till köpcentrumet som är öppna och tillgängliga att röra sig över. Livliga, överblickbara mötesplatser där det händer mycket som kan bidra till köpcentrumets attraktionskraft. Vid tre av köpcentrumets entrélägen skapas torg: Kulturtorget vid den östra huvudentrén, Busstorget vid den södra entrén och entréplatsen vid Cardellsgatan framför den västra huvudentrén. Det borde finnas utrymme för mer intima platser också, men dessa har ingen framstående position i projekt-

handlingarna. Det som eftersträvas verkar vara liv och rörelse. Jag tolkar det som att platserna kring köpcentrumet ska rymma aktivitet hellre än rofylldhet.

Vistelseplatser i referensprojektet

Olika typer av platser som är tänkta för vistelse och möten har byggts/ ska byggas i anslutning till samtliga studerade centrum. De är dock av olika kvalitet och såväl storleken som antalen varierar. Precis som i Östra Centrumprojektet är det framförallt torg i anslutning till köpcentrumens huvudentréer som ska byggas och fungera som myllrande mötesplatser.

Entré har i närheten av sina huvudingångar till de två byggnaderna *Torghuset* och *Glashuset* ett trekantigt torg. Torget är stilrent med snygga material men utformningen är något steril. Enbart hårda material i gråa nyanser har använts. Ingen grönska finns och endast ett fåtal sittplatser utöver de möbler som tillhör uteserveringen till ett av Entrés caféer. Folklivet är obefintligt. Besökare till köpcentrumet rör sig främst inne i de två köpcentrumsbyggnaderna och lämnar gatorna som leder fram till torget tomma. Entréer direkt ut mot torget saknas. Att det dessutom är ont om sittplatser och saknas ting att vila ögonen på gör att torget inte är särskilt attraktivt som vistelseplats. Det är beklagligt eftersom det har stor potential som en tyst, trivsamt zon. Själva köpcentrumet skärmar av både motorvägens buller och busstrafikens buller vid Värnhem. Insatser för att befolka gångstråket från Värnhemstorget



Fig. 57 Det något sterila torget utanför Entré. Fler entréer ut mot torget och mer grönska hade kunnat lyfta platsen.

mot *Glashuset* (genom att ex. öppna upp entréer direkt ut mot gatan och torget) hade behövts. Lite grönska hade varit ett välbehövligt komplement i stadsdelen som annars har ganska ont om parker. Några träd hade hjälpt till att skapa en mänskligare skala på torget

som nu ligger i skuggan av köpcentrumets väldiga fasader. Med dessa förändringar hade torget kunnat bli ett trevligt och livligt vardagsrum för Värnhemsborna! Som det är nu ska man framförallt mötas och umgås inomhus på Entré.

På Mobilia flyttas den centrala parkeringen mellan de två stora köpcentrumshallarna *Väveriet* och *Spinneriet*. Istället ska här uppföras två nya byggnader som ramar in det torg som ska anläggas i mitten. En mötesplats mellan handelskomplexets olika byggnader. De befintliga hallarna skall få fönster och entréer som vänder sig mot detta torg och det huvudsakliga öst-västliga rörelsestråket för fotgängare och cyklister skall leda över torget för att koncentrera liv och rörelse hit. Torget får ett intressant utseende där gamla industriromantiska byggnader möter modernare arkitektur. I de närmaste omgivningarna saknas i nuläget en öppen samlingsplats, ett torg, för vistelse. Dalaplan ligger i närheten, men alltför mycket trafik som bullrar och släpper ut avgaser gör platsen ogästvänlig. Ett torg kan alltså bli ett positivt tillskott i stadsmiljön. Köpcentrumets övriga parkeringsytor i markplan ska enligt planprogrammet, genom materialval och utformning upplevas mer som torg med parkeringsfunktion. Det är tveksamt om det är möjligt med tanke på den mängd bilar som parkerar i anslutning till Mobilia, möjligen kan upplevelsen av torg vara möjlig efter köpcentrumets öppettider.

Caroli City ska i och med ombyggnationen berikas med ett nytt torg mellan köpcentrumet och Caroli kyrkan som numera tillhör köpcentrumet. Här skall finnas grönska, sittplatser och entréer direkt in till köpcentrumets butiker. Ett lummigt torg är säkerligen välkommet i stadsdelen och det har potential att

bli välbesökt också efter som det öppnar upp sig mot Östra Förstadsgatan som är ett relativt intensivt stråk. Torget kan också bilda en mer naturlig övergång mellan kyrkan och köpcentrumet.

Plats för rekreation kring Östra Centrum

Förutom mindre grönytor runt Trefaldighetskyrkan, institutionsbyggnaderna på Östermalm och en liten kvarterspark vid Södra Kasern, står Tivoliparken i ganska ensamt majestät som stadskärnans plats för rekreation. Närheten till Helgeå, fågeldammarna och den stora lekplatsen är några av de element som gör Tivoliparken till ett populärt besöksmål för både invånare och besökare i staden. Utöver Tivoliparkens gångstråk längs Helgeå är kanalen, utmed östra sidan av centrum, idag det enda av stadskärnans gröna stråk som har lite vilda och naturliga inslag (se. Fig. 58).

Med Östra Centrum förtätar man det dåligt utnyttjade planområdet genom att bl.a. bygga på höjden. Detta medger utrymme för rekreativa kvaliteter. Enligt förslaget ska det längs med just kanalen skapas en urban park (se. Fig. 59). Det är något otydligt vad som ska göra parken urban. Det man kan utläsa av projekthandlingarna är att marköverbyggnaden (som enligt gestaltungsprogrammet ska vara grus med ett rutnät av betonghällar) ska medge vissa transporter med motorfordon till och från bostadshus och köpcentrum



Fig. 58 Överst t.v: Kristianstads stadskärnas befintliga blåa stråk och gröna platser. Tivoliparken (t.v.) är den viktigaste platsen för rekreation i centrala Kristianstad tillsammans med promenadstråket längs Helgeå (längst t.v.). Längs kanalen (t.h.) finns stråk som etappvis är trevliga, men som kunde ha bättre kontakt med vattnet och etappvis upplevs som avskärmade.



Fig. 59 Nederst t.v: Med Östra Centrum förtätar ett dåligt exploaterat område på ett sådant sätt att det blir möjligt att komplettera stadskärnan med en park (kanalparken t.h.) även i de östra delarna av centrum. Stråken längs kanalen får en mer attraktiv och tillgänglig utformning.

(särskilda leveranser, färdtjänst, flyttbilar etc.). En viktig komponent i den urbana parken är alltså ett hårdgjort golv. Som jag ser det borde man ta tillvara på de lite naturligare inslagen som är sällsynta i stadskärnan, utan att tillrättalägga dem alltför mycket. Jag tycker att det är synd om man med urban menar motsatsen till naturlig. Men jag ser egentligen ingen motsättning i att skapa en urban park som samtidigt framhäver de vildare kvaliteterna, framförallt längs kanalstråket. Närmare bostäderna kanske man vill ha en något mer tuktad (urban?) miljö för att det ska kännas tryggt att gå hem om kvällen.

I samrådsredogörelsen för programsområdet framförs en synpunkt från biosfärkontoret att man borde ha

tagit fram ett koncept för hur kanalen i hela sin längd genom staden skulle kunna utvecklas (Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun, 2008-10-20). Jag förstår att den pressade tidsplanen inte har medgett utarbetandet av ett sådant stort koncept, men ser heller inga hinder för att kanalparken skulle kunna arbetas in i ett sådant koncept i framtiden. Tanken om vattenkontakt och fler möjligheter att röra sig över kanalen som finns i Östra Centrumprojektet kan vidareutvecklas i ett större sammanhang. Förslaget med gångstråk på båda sidor om kanalen är också värdefullt, särskilt som det på de flesta sträckorna genom staden bara går att röra sig längs ena sidan.

Rörelse och tillgänglighet präglar den föreslagna kanalparken. Gång och cykelstråk finns på båda sidor om kanalen och flera gångbroar över kanalen tillkommer som gör att den blir mindre av en barriär. Att det blir lätt att röra sig genom parken är helt avgörande för att få till de starka kopplingar stadskärnan och Östermalm som kommunen vill åstadkomma. Det är också en fördel för köpcentrumet att vara lättillgängligt och ligga längs med ett attraktivt gångstråk där många människor rör sig.

I samtliga projekthandlingar beskrivs den nya kanalparken som en attraktiv park som är allmänt tillgänglig. I detaljplanen kan man dock avläsa att i princip hela parken utom själva gång- och cykelstråken närmast kanalen kommer att ligga på kvartersmark. Trots

att det finns ett gestaltungsprogram kopplat till detaljplanen finns alltså en risk att det kan bli komplicerat med en helhetslösning för parken. Även ansvaret för skötseln av kanalparken lämnas till privata fastighetsägare. Detta kan innebära problem beroende på vilka ambitioner som finns hos respektive fastighetsägare om en allmänt tillgänglig park kring punkthusen.

Regionmuseet varnar t.ex. i programsamrådet för att en alltför privat utformning av miljön kring bostadshusen kanske bidrar till en känsla av att man som besökare trampar in på någons bakgård. I övrigt anses bostäder i anslutning till parken bara vara positivt då de kan bidra till liv och rörelse under många av dygnets timmar (Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun, 2008-10-20).

Beroende på utformning och beroende på i hur stor utsträckning man lyckas fylla bottenvåningarna på punkthusen med de verksamheter i form av caféer etc. som man önskar, tror jag inte att bostadshusen behöver göra att parken känns för privat och jag är helt enig med museet i avseendet att bostäder i parken kan bidra till att befolka stråken vilket är positivt.

Biosfärkontoret framför i programsamrådet inte bara sin åsikt att det bör utarbetas ett helhetskoncept för kanalen utan också att man bör ta vara på de ekologiska och rekreativa möjligheterna hos de många och stora takytorna på köpcentrumet. Kommunen svarar att möjligheten för gröna tak ska utredas (Stadsbygg-

nadskontoret, Kristianstads kommun, 2008-10-20).

Jag menar att taken på köpcentrumet skulle kunna användas på ett betydligt mer kreativt sätt än som grönytefaktor och dagvattenfördröjning. Få platser i Kristianstad finns där allmänheten kan få utsikt över staden. Taken skulle, helt eller delvis, kunna göras tillgängliga för allmänheten i ytterligare en ny typ av vistelserum som inte tidigare finns i staden. Kanske skulle man kunna kombinera gröna tak med olika satsningar på förnyelsebara energikällor vilket också skulle kunna fungera som utställningsområde för utbildning i sådana frågor för ex. skolor eller andra nyfikna?

Reflektion kring utvärderingen av Östra Centrum

Jag vill här återkomma till Erland Ullstads (2008) övergripande frågor inför planeringen av staden: Blir staden bättre eller sämre genom den här förändringen. Ökar värdet som ekonomisk eller kulturell arena? Ökar värdet som vardagsmiljö? I fallet med Östra Centrum i Kristianstad är jag böjd att svara ja på åtminstone de tre sista punkterna, med reservation för att Kristianstad förlorar en bit kulturhistoria med rivningen av Domus. Området är idag dåligt utnyttjat och har få element som bidrar till en värdefull vardagsmiljö med kulturella kvaliteter. Östra Centrum, med nya bostäder, vistelserum och rekreativa miljöer skapar absolut en mer attraktiv vardagsmiljö än tidigare och således

ökas värdet. Genom att handelsytorna utökas och bostäder tillkommer, ökar också det ekonomiska värdet, både i form av de fastigheter som skapas och de verksamheter som kan inrymmas. Huruvida staden blir bättre eller sämre genom förändringen är emellertid lite svårare att svara på. Här vill jag inte bara jämföra förslaget med hur det ser ut idag utan också vad det finns för utvecklingspotential hos området och hur väl man i förslaget tar vara på denna potential. Jag skulle vilja svara att staden blir bättre i och med förslaget, men att den skulle kunna bli ännu bättre om man beaktar ett fåtal punkter.

Jag är efter min analys av förslaget positivt inställd till ett köpcentrum i Kristianstads stadskärna och ser flera goda poänger med det. Särskilt positivt är att förslaget inkluderar även bostäder och rekreativa värden som är attraktiva ur köpcentrumets synpunkt (större kundunderlag och välbesökta omgivningar som kan locka kunder) men också för staden som kan växa och utvecklas mitt i centrum.

Köpcentrumet innebär flera nya vistelseplatser i Kristianstad. I något fall konkurrerar dessa med stadens befintliga vistelseplatser, men framförallt kompletterar projektet med nya typer av platser som tidigare saknats i staden.

En samtidig satsning på utveckling av kollektivtrafiken i Kristianstad och etableringen av ett stort köpcentrum gör att trafikökningen inte behöver bli så stor som den annars kunnat bli. Istället väntas minskningar av tra-

fikflödet på två gator kring planområdet som medger bättre framkomlighet för fotgängare i öst-västlig riktning. Samtidigt ökar flödet på andra gator och antalet parkeringar på den mycket centrala tomten fördubblas – från 600 platser till ca 1200 platser. Det visar att bilburna kunder fortfarande har stor prioritet.

De punkter som jag anser att man bör beakta rör permeabiliteten hos köpcentrumet och strävandet efter att skapa en ny årsring i staden.

Tanken om en ny årsring är sympatisk, men jag tycker att det är synd att alltför mycket fokus läggs på att den måste skilja sig markant från de årsringar som redan finns i Kristianstad och att den ska byggas med s.k. moderna material, där stora glasfasader spelar en framträdande roll. Byggnaden blir på många sätt attraktiv och dessutom unik i Kristianstad. Jag tycker emellertid att det hade varit mer intressant med en årsring unik *för* Kristianstad och det blir den inte. Andra exempel på samtida byggnader med liknande arkitektur finns, bl.a. köpcentrumet Emporia i Hyllie (Steen & Strøm) som också får böljande former och glasskal. Östra Centrums strikt organiskt formade handelskvarter i en friare rutnätsstruktur känns spännande, men jag tror att strukturen kan komma mer till sin rätt utan ett hölje av glas.

När det gäller permeabiliteten hos köpcentrumet är det framförallt det invändiga huvudstråket mellan de

östra och västra delarna av staden jag är tveksam till. Om man läser mellan raderna i projekthandlingarna och tolkar respondenternas svar i intervjuerna förstår man också att just denna passage varit föremål för mycket diskussion. Lösningen är en kompromiss som jag anser har fallit ut till fördel framförallt för Steen & Strøm som önskar en sammanhängande, klimatskyddad verksamhetsyta i sitt köpcentrum. Jag tror att det kan bli en mycket trevlig och rymlig passage, en typ av rum som inte förut finns i Kristianstad. Den tillför något positivt. Det saknas dock en alternativ passage. En passage som alltid är öppen och tillgänglig för alla som av olika anledningar inte kan eller vill passera genom själva köpcentrumet och som inte innebär en lång omväg. För starkare kopplingar mellan Kristianstads östra och västra delar borde inte huvudstråket däremellan förläggas inuti en privat byggnad och begränsas av öppettider.

I översikten som följer kan man jämföra hur olika aspekter, framförallt i hänseende till integrering, har hanterats i Östra Centrumprojektet och i referensprojektet.

Översikt

Köpcentrum	Strukturellt samspel med omgivande stadsmiljö	Satsningar på vistelseplatser	Tillgänglighet
Östra Centrum Öppnar: ? Ägare: Steen & Strøm Arkitekt: White Arkitekter AB Butiksyta: 25 000 m ²	Byggnadernas skala harmoniserar med befintliga byggnader, men frågan är om rutnätsstrukturen som ska knyta an till den angränsande kommer att upplevas?	Ja - Flera nya platser tillkommer. Framförallt torg i anslutning till köpcentrumets entrélagén. Även en park med vattenkontakt ska anläggas. Både platser som konkurrerar med och kompletterar stadens befintliga vistelseplatser.	Mycket god tillgänglighet med kollektivtrafik, cykel och till fots. God tillgänglighet med bil, rikligt med parkering i yteffektiva parkeringsplan ovanför köpcentrumets butiksplan.
Entré Öppnat: 2009 Ägare: Commerz Real AG Arkitekt: Fojab Butiksyta: 39 500 m ²	En monolit vars skala främst har anpassats till vägländskapet. Inga kopplingar finns till den angränsande stadens skala och struktur.	Nja - Ett torg har byggts, men förutsättningarna för att det ska befolkas är dåliga. Inga attraktiva stråk eller entréer vetter hitåt. En park har anlagts, men buller och avgaser gör den olämplig som vistelseplats	Mycket god tillgänglighet med kollektivtrafik, bil och till fots. Cykelstråken kan göras tydligare. och gångstråkn mer attraktiva. Rikligt med parkering i yteffektivt underjordiskt garage.
Caroli City Öppnat: 1973, aktuellt för ombyggnad Ägare: Profi Arkitekt (förnyelseprojekt): Schmidt, Hammer, Lassen Butiksyta efter förnyelse: 15 000 m ²	Fler öppningar i fasaden ska bidra till en kvarterskänsla. Köpcentrumet är förhållandevis litet och smälter ganska väl in i den slutna kvartersstaden.	Ja - Ett samlande torg med grönska ska knyta samman köpcentrumet med Carolikirkan. Flera av köpcentrumets butiksentréer ska vetta hitåt.	God tillgänglighet med kollektivtrafik, bil, cykel och till fots. Rikligt med parkering i yteffektivt p-hus.
Mobilia Öppnat: 1968, just nu under ombyggnad Ägare: Atrium Ljungberggruppen AB Arkitekt (förnyelseprojekt): Henrik Jais Nielsen Mats, White Arkitekter AB Butiksyta efter förnyelse: 40 000 m ² mot tidigare 25 000 m ²	Byggnadernas skala harmoniserar med omgivningens och planstrukturen kopplas till innerstadens kvartersstad i rutnät.	Ja - Ett samlande torg anläggs i hjärtat av anläggningen. De gamla byggnaderna får nya entréer som vetter hitåt, nya byggnader uppförs runtomkring och får också entréer hitåt.	Mycket god tillgänglighet med bil. God tillgänglighet med kollektivtrafik. Cykelstråk och gångstråk ska utvecklas med förslaget och förbättrar tillgängligheten. Rikligt med yteffektiv parkering i p-hus och underjordiskt garage.

Tolerans för förändringar	Historiska kopplingar	Genomtränglighet
Nja - Flexibiliteten begränsas av att handelskvarteren innesluts i ett skal av glas och i praktiken blir en enda byggnad. Tillgängligheten begränsas av öppettider.	Nja - Renässansstadens rutnätsplan fortsätter i köpcentrumets kvartersstruktur. Frågan är om det kommer att märkas. En kulturhistoriskt intressant byggnad (Domus) rivs samtidigt som stadens kopplingar till vatten stärks.	Nja - Framkomligheten i nord-sydlig riktning förbättras med nya attraktiva stråk. I öst-västlig riktning är man dock hänvisad till en inomhuspassage som stängs om natten. Risker finns att köpcentrumet blir en barriär.
Nej - Glashusets lokaler kan byta hyresgäster, men användningsområdet begränsas kraftigt av öppettider, storskalighet och av att lokalerna endast kan nå via huvudentrén.	Nej - Inga synliga kopplingar finns.	Nja - Mellan köpcentrumets byggnader tar man sig utan problem. Glashuset är ogenomträngligt både visuellt och fysiskt. Fysiskt finns inget intresse av att kunna passera. En bättre visuell genomtränglighet hade dock varit önskvärt.
Nja - Butikslokaler i bottenplan, med entréer direkt mot gatan kan enkelt byta hyresgäster och användningsområde, men övriga lokalers tillgänglighet begränsas av öppettider.	Ja - En kulturhistoriskt intressant byggnad från en epok som oftast inte uppskattas av allmänheten ska utvecklas och bevaras därmed för framtiden.	Nja - Den fysiska och visuella genomträngligheten förbättras med fler entréer, fönster och invändiga stråk, men passage sker fortfarande inomhus genom köpcentrumet vilket kan försvåra orienteringen.
Ja - Många olika byggnader och en utbyggnad i etapper ger stora möjligheter att revidera och omvärdera förnyelsen av området. Multifunktionella lokaler öppnar för nya användningsområden.	Ja - Fasaderna på de kulturhistoriskt intressanta fabriksbyggnaderna som inhyser köpcentrumet återställs till ursprungligt skick och lyfter fram platsens historia.	Ja - Köpcentrumet består av flera fristående byggnader och emellan dem kan man passera fritt. En av de stora hallarna delas i två byggnader för att skapa ytterligare en passage. Två passager blir arkader som stängs om natten.

Färgkod:

Fungerar väl

Fungerar delvis

Fungerar inte

Diskussion

I den här uppsatsens metodavsnitt tog jag upp att man kan ge en fallstudie viss generell giltighet genom att visa i hur stor utsträckning fallet liknar andra fall. Man kan också betona relaterbarheten genom detaljeringsgraden och relevansen för andra med liknande intressen (Bell, 2006).

Jag har i arbetet försökt visa i hur stor utsträckning den genomförda fallstudien äger generell giltighet genom att i utvärderingen även göra en jämförelse med tre andra liknande och aktuella projekt. Jag har också försökt att ha relaterbarheten i åtanke genom att framställa olika aspekter av projektet på ett så tydligt och relevant sätt som möjligt.

Min fallstudie av Östra Centrum är givetvis starkt kopplad till den specifika platsen. Den visar inte *”hur köpcentrum, centralt belägna i staden, påverkar den omgivande stadsmiljön”*.

Den visar hur den specifika utformningen av just det här centrumet påverkar just den här omgivningen. I Östra Centrumprojektet ingår dessutom fler delar utöver själva köpcentrumet som också påverkar omgivningarna markant. I fallstudien har hela projektet studerats, inte bara köpcentrumet.

Fallet och de studerade referensprojekten har olika förutsättningar och ser därför också olika ut. Jag har dock funnit flera likheter när det gäller övergripande värderingar framförallt i tre av projekten: Östra Cen-

trum, Mobilia och Caroli City. I dessa projekt finns en ambition att integrera köpcentrumet i stadskärnans bebyggelse med kvarterstaden som förebild. Entré, som skiljer sig ifrån de övriga, ligger i brytningen mellan Malmös innerstad och ett storskaligt väglandskap och har mer gemensamt med externa köpcentrum. Vissa försök har dock gjorts även här att anpassa anläggningen till det centrala läget (ex. torget vid huvudentrén).

Det är i utvärderingen och jämförelsen mellan projekten som har gjorts och här i diskussionen kring huruvida ställningstaganden i projekten kan härledas till några av litteraturstudiens ideal och trender som jag hoppas kunna ringa in svaren på mina huvudfrågeställningar:

- Vad kan det finnas för drivkrafter bakom lokaliseringar av köpcentrum centralt i städerna?

- Vad får köpcentrumsetableringar centralt i städerna för konsekvenser för den omgivande stadsmiljön?

Shoppings värdefulla sekundära effekter

Charles Larsson, marknadsdirektör på Steen & Ström Sverige, påpekade under min intervju med honom att handeln tidigare har betraktats med misstänksamhet framförallt i den mediala debatten (Larsson, 2010). Borén och Koch (2009) bekräftar delvis den uppfattningen och beskriver ett diskussionsklimat där shopping främst framställs ur ett konsumtionskritiskt perspektiv. Förmodligen för att det funnits en ensidig bild av lättmanipulerade konsumenter (Bergman, 2010), framförallt kvinnor som lurats till omoralisk statuskonsumtion (Zukin & Maguire, 2004). Den bilden är emellertid starkt överdriven. Bergman (2010) hänvisar till forskning som visar att vi är fullt kapabla att genomskåda handelns förförelseknep. Dessutom menar såväl Koch (2007) som Echeverri et al (2009) att shopping kan vara en njutning i sig utan att kulminera i ett köp. Borén och Koch menar att man i planeringssammanhang ogärna pratar om shopping som ett mål utan hellre om dess sekundära egenskaper som folkliv etc. Handeln har trots detta en mycket stark ställning (Borén och Koch, 2009). Detta framgår också i Boverkets *Dags att handla nu...* där det tydligt står att: ”Handeln är en förutsättning i våra stadskärnor och nödvändig nära där människor bor” (Boverket, 2004. s.3).

Handelns starka ställning bekräftas också av Larsson som upplever att det finns en trend att städer alltmer börjar se handeln som en värdefull tillgång med avseende på arbetstillfällen, ekonomi etc.. Stadens företrä-

dare diskuterar numera gärna handelns förutsättningar för att fungera i en stad (Larsson, 2010).

Att kommuner vill utveckla sin handel blir alltså allt vanligare. Detta påstående kan finna stöd i fallstudien där det framgår att Kristianstad ser handeln som ett av tre viktiga och övergripande utvecklingsområden för kommunen och där ett uttalat mål med just Östra Centrumprojektet är att stärka handelsstaden.

Samtidigt som fler kommuner väljer att utveckla sin handel bedöms den dock fortfarande främst efter de sekundära effekter den medför som ex. folkliv. Detta är väldigt tydligt i de köpcentrumsprojekt jag har studerat. Caroli City förväntas vitalisera innerstaden. Östra Centrum ska bilda en ny entré mot de östra delarna av Kristianstad, vara en länk och stärka handelsstaden. Mobilia ska bidra till en mer hållbar stad med verksamhetsblandning, folkliv och kvarterskänsla. Entré ska ge upplevelser. I projekthandlingarna skrivs det hellre om att det ska finnas ett varierat utbud än att det ska finnas en varierad shopping och hellre om att närhet till service är viktigt än att närhet till shopping är viktigt. Fler entréer och stråk ska framförallt bidra till en livligare gatumiljö runtomkring köpcentrumen. Under intervjuerna i fallstudien av Östra Centrum berättade respondenterna som varit involverade i projektet gärna och ingående om projektets olika delar (parken, stråken, torgen); vilka kvaliteter de skulle få, att staden tillförs energi och att fler människor kommer att röra sig över området. Få talade om att staden

skulle tillföras ny och härlig shopping. Däremot var två av de tre medborgarna mycket specifika i önskemål om vilka butiker de önskade till köpcentrumet.

Handeln har en stark ställning i stadsplaneringen men shopping som aktivitet har inte samma status trots att forskning (Koch, 2007, Bergman, 2010 m.fl.) visar att shopping är en potentiellt kreativ och identitetsskapande kulturhandling som har bidragit till att skapa nya sorters offentligheter och t.o.m. nya sociala mönster. Den är också starkt förknippad med vårt vardagliga liv (Koch, 2007).

Kanske är det shoppingens lägre status som gör att det blir extra viktigt att framställa köpcentrum som värdefulla delar i den täta blandade staden och att i projekten försöka efterlikna innerstadsstrukturen och använda slogans som ”Kvarteret i Kvarteret” och ”Mobilia – Mitt i Malmö”? Andra verksamheter i köpcentrumen än rent kommersiella blir då inte bara ett sätt att vara socialt ansvarstagande utan också ett sätt att höja statusen. De sekundära effekterna som lyfts fram har såklart stora poänger liksom integrationen av köpcentrumen. Det är väldigt viktigt att fortsätta utveckla de aspekterna. Men det är beklagligt att man inte tillsammans med de sekundära effekterna vågar formulera mål om köpcentrum som en arena för shopping – en populär aktivitet som utövas av många av fler anledningar än att helt enkelt köpa saker vi behöver. Det handlar om rekreation, social samvaro och identitetsskapande. Det är dags att se bortom det

Köpcentrumen privatiserar offentligt rum?

ensidigt manipulerande och omoraliska. Kanske blir det utan den stämpeln lättare att nyanserat diskutera köpcentrumens roll i privatisering av offentligt rum?

Köpcentrum ses ofta som ett hot mot det offentliga rummet genom att de bidrar till otydliga gränser mellan vad som är privat och vad som är offentligt. Ullstad menar att rummen fortfarande är tillgängliga för de flesta, men att användningen av dem begränsas genom bl.a. öppettider och ordningsregler (Ullstad, 2008).

I *Dags att handla nu...* beskrivs hur kommuner bör handla för att inte staden skall bli en produkt av privata exploatörers intressen utan en fungerande och harmonisk helhet. Det framstår som vanligt att kommuner kan ha svårt att motstå privata intressen som kan innebära ekonomiskt uppsving, men samtidigt rörig stadsbildning och kommersialiserade miljöer istället för offentliga mötesplatser (Boverket, 2004).

Det är lätt att måla upp ett skräckscenari där köpcentrum bufflar sig fram på bekostnad av befintliga trivsamma och tillgängliga offentliga rum. Om det dessutom finns en föreställning om att shopping är omoraliskt är en sådan utveckling knappast önskvärd. Ett mer sansat scenario är att kommunerna i allt större utsträckning ser potential hos handeln och själva efterfrågar den så som ex. Larsson tycker sig märka (Larsson, 2010). I fallet med Östra Centrum var det påtryckningar från privata intressenter som från början ledde till att en handelsutredning gjordes. Därefter var det dock kommunen som tog initiativet att skicka ut förfrågningar till olika entreprenörer om intresse för en handelsetablering i stadskärnan.

Vikten av integration

Att den negativa synen på köpcentrumens roll i privatiseringen av det offentliga rummet haft betydelse för majoriteten av de studerade köpcentrumsprojekten i fallstudien är tydligt. Köpcentrumsägarna och de gestaltande konsulterna vinnlägger sig om att projekten ska uppfattas som generösa gentemot den omgivande staden.

För att inte framstå som introverta anläggningar som bara lämnar tillträde till de köpstarka och där alla regler dikteras av privata entreprenörer, fokuseras det i projekten mycket på de offentliga vistelseplatserna och öppenheten hos köpcentrumen. Det ska finnas många entréer och fönster och det ska finnas platser att mötas och samlas på utomhus i anslutning till centrumen. På så sätt bidrar man med någonting positivt till staden. Med inställningen att köpcentrumet ska fungera som en integrerad del i staden framstår hotet mot det offentliga rummet som mindre.

En indikation på att en eventuell privatisering helst tonas ner är att man i ex. Östra Centrumprojektet använder termen handelskvarter som låter mer offentligt än termen köpcentrum. Liknande görs även i Caroli Cityprojektet där man skriver ”Kvarteret i Kvarteret” och i Mobiliaprojektet där man skriver om kvarterskänslan som ska åstadkommas.

Offentligt ägda rum och offentliga situationer

I uppsatsens litteraturstudie nämndes Daniel Kochs ovilja att sätta likhetstecken mellan offentligt rum och offentligt ägt rum. Formellt ägande behöver inte vara avgörande för hur ett rum används. Hellre använder han begreppen offentliga eller privata situationer. Det är hur rum är befolkade och hur synliga eller avskärmade de är från andra befolkade rum som har betydelse för om de får en offentlig eller privat karaktär. På så sätt kan ex. köpcentrum av många uppfattas som en offentlig situation eftersom de är så starkt förknippade med vardagslivet (Koch, 2007).

Bergman (2003) i sin tur menar att det i köpcentrumen har uppstått en helt egen typ av offentlighet som medger spontana samtal om ex. varor eller priser som kanske skulle upplevas som påträngande på annan plats. Det finns alltså sociala förtjänster med denna typ av offentlighet och som komplement till stadens offentligt ägda rum är den därför värdefull.

Att privatägda rum ses som och används som offentliga blir därmed egentligen ett problem först när de blir otillgängliga till följd av privata ordningsregler. Lösningen är emellertid inte, precis som Bergman (2003) påpekar, att påtvinga de privatägda rummen en högre grad av offentlighet. Istället är det kommunens ansvar att se till att det finns offentliga situationer.

Att som i Östra Centrumprojektet placera ett huvud-

stråk för fotgängare inomhus i privat ägo kan lätt bli riskabelt. Kommunen ställer krav på att stråket ska vara allmänt tillgängligt och försöker därmed styra graden av offentlighet i köpcentrumet. Det innebär att man lämnar över ansvaret för att det finns länkade offentliga situationer i staden till en privat aktör. Förutsättningar kan ändras, ägarbyte kan bli aktuellt och även om avtal finns kan sådana skrivas om eller brytas. Att inomhusstråk finns och att man skapar inomhus-torg som en ny typ av attraktiv mötesplats i staden med en egen offentlighet är positivt, men de bör vara komplement till en övergripande struktur av offentliga situationer.

På så sätt kompromissar kommunen inte med tillgängligheten utan ser till att den är säkerställd oberoende av privata ägares ambitioner.

I Östra Centrumprojektet har diskussioner om tillgänglighet och offentligt/privat lett till att möjlighet för 3D-fastighetsbildning på köpcentrumstomten öppnats upp vilket innebär att stråket genom köpcentrumet skulle kunna utgöra en separat fastighet. Men man bör fråga sig om det formella ägandet här har någon betydelse. Även om kommunen var huvudman för stråket skulle det fortfarande uppfattas som tillhörande köpcentrumet. Situationen skulle uppfattas som offentlig för de som känner sig bekväma i shoppingmiljön och under de tider på dygnet som köpcentrumet är befolkat av många andra. Efter stängningsdags skulle situationen få mer av privat karaktär till följd av

att rummet upplevs som mer avskärmat och obefolkat.

På samma sätt förhåller det sig med Mobilia och Caroli City. Man vill skapa en kvarterskänsla som är beroende av att det finns offentliga situationer. Lösningen att öppna upp fler entréer och fler invändiga stråk gör att dessa offentliga situationer bara är tillgängliga för vissa och under vissa tider på dygnet. På Mobilia ser man dock till att även utomhus skapa länkade offentliga situationer, utan begränsande öppettider etc..

En kvalitetshöjning?

En fråga som jag ställde mig tidigt i uppsatsen var om köpcentrum bidrog till att det offentliga rummet blev privatiserat i större utsträckning.

Sett till formellt ägande sker absolut en privatisering. En större andel mark bebyggs och blir otillgänglig för somliga och under vissa tider på dygnet. Ovan har ex. diskuterats följden av att stråk förläggs inuti privatägda byggnader. Även mark som inte tas i anspråk av byggnader övergår i privat ägo. I Östra Centrum ska t.ex. en park byggas på kvartersmark.

Marken som tas i anspråk för de studerade projekten utgörs huvudsakligen av dåligt utnyttjade ytor som idag används till exempelvis parkering. De är förvisso allmänt tillgängliga men inte särskilt attraktiva att uppehålla sig på.

En större yta bebyggs, men de ytor som inte bebyggs

omvandlas till mer brukarvänliga vistelseplatser i form av exempelvis parker och torg som kan vara antingen offentligt eller privat ägda. Det formella ägandet måste inte avgöra hur rummen används så även om de offentligt ägda rummen minskar till ytan är det inte säkert att de offentliga situationerna gör det. Man kan dessutom säga att kvaliteten generellt sett höjs. Jag tror att fler människor kommer att nyttja de vistelserum som skapas.

Alldeles oproblematiskt är det emellertid inte att planera in offentliga situationer på privatägd mark. Ullstad (2008) menar att det kan vara lockande för kommuner med ansträngd ekonomi att planera in gator och torg på kvartersmark. En stor risk med ett sådant förfaringsätt är att möjligheten till att ta ett helhetsgrepp kan gå förlorat. Hur rummen och situationerna kommer att upplevas blir helt beroende av fastighetsägarens ambitioner.

Även här har kommunen ett ansvar att se till att det finns gemensamma rum som är länkade.

Kommersialiserade offentliga situationer

Vi lever i ett konsumtionssamhälle där medborgare kanske framförallt ses som konsumenter. Men vi är slipade konsumenter och vana vid att navigera bland frestelserna och handelns lockrop (Bergman, 2010 m.fl.). Vi är kapabla att välja vad vi vill bli förförda av.

Spelar det då någon roll att vissa offentliga situationer till viss del utformas för att manipulera vårt köpbe- teende? I litteraturstudien konstaterades att köpcentrum alltmer riktar in sig mot att erbjuda upplevelser i samband med shopping. Trendlab menar ju att en dynamisk miljö tillsammans med unik arkitektur bidrar till ett köpcentrums varumärke. Man konkurrerar med en helhet som kan sticka ut (Steen & Strøm, 2008). Att även de yttre miljöerna blir en del i ett helhetskoncept som används för att locka kunder kanske kan vara en orsak till att det är så stort fokus på livliga platser kring de i fallstudien studerade köpcentrumen. Gärna torg som också är myllrande mötesplatser med plats för events och aktiviteter. Det resoneras inte lika mycket om platser för ro. Förmodligen för att pigga och aktiva kunder är mer attraktiva än stillsamma och avslappnade.

Att platser för ro inte syns eller märks i förslagen kan ju också bero på detaljeringsnivån. Sådana platser är oftast mindre och mer intima. De studerade planerna beskriver de konceptuella dragen. En möjlighet är ju att platser för stillhet tillkommer i en mer detaljerad skala.

Samarbete för balans

Att det offentliga rummet blir privatiserat i större utsträckning måste inte innebära ett hot mot stadsmiljön. Tvärtom kan privatägda rum och alternativa

offentligheter utgöra ett positivt inslag i staden. I de studerade fallen är det tveksamt om privatiseringen av det offentliga rummet sker som en följd av kommunernas ansträngda ekonomi så som Ullstad (2008) föreslår. Troligare är att uppdelningen av marken är ett resultat av ett samarbete mellan respektive kommun och privata entreprenörer där det funnits en gemensam vision om vad som ska åstadkommas på platsen. Avgörande för att det till slut blir en rimlig fördelning av privata och offentliga situationer är hur just det samarbetet mellan kommun, konsult och köpcentrumsägare fungerar.

I Östra Centrumprojektet har det enligt projekthandlingar och respondenter funnits ett intensivt samarbete som har fungerat väl. Kommunen kan sin stad, vet vilka kopplingar som är av betydelse för staden, men också vilka som kan vara gynnsamma för köpcentrumen. Kommunen måste också bevaka sina medborgares intressen i form av exempelvis tillgänglighet etc. Köpcentrumsägaren är framförallt intresserad av att skapa ett välbesökt centrum som går med vinst och som har lockande shoppingmiljöer. Ett gott samarbete och en gemensam vision är förutsättningen för en balans emellan de olika intressena. I Kristianstads-exemplet har en öppen dialog och en ömsesidig strävan bidragit till att samtliga parter visat sig villiga att kompromissa för att hitta den bästa helhetslösningen. Detta har resulterat i ett förslag med en god balans

En hållbar stad med integrerade köpcentrum

mellan privata och offentliga situationer. Kompromisserna har enligt min mening fallit ut en aning mer till fördel för köpcentrumsägaren som får en sammanhängande verksamhetsyta på bekostnad av ett länkande, offentligt utomhusstråk. Men det finns trots allt en övergripande struktur av sammanhängande, attraktiva, offentligt ägda rum som dessutom kompletteras av privatägda rum som oftast kan användas som offentliga.

Även i referensprojekten upplever jag att det finns en balans mellan privata och offentliga situationer som uppnåtts genom samarbete mellan stadens företrädare och köpcentrumets.

Förtätning som ett sätt att planera för mer hållbara städer är vanligt. Både Malmö och Kristianstad ser förtätning som ett verktyg för att uppnå målet om ett hållbart stadsbyggande. Dels för att man sparar värdefull mark utanför städerna, vilket är fallet i ex. Kristianstad där man vill värna sina goda odlingsjordar genom att istället för expansion satsa på att förtäta staden (Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun 2009-09-29). Dels som ett sätt att spara miljön genom att minska bilberoendet. I en tät stad med ett stort utbud, är det lättare att välja bort bilen. Dessutom anses förtätningen också öka den sociala och ekonomiska hållbarheten. I en tät blandad stad finns det många möjligheter för människor att mötas, det finns gott om arbetstillfällen, fritidsaktiviteter och ett stort kundunderlag (Boverket, 2004 m.fl.).

I den täta blandade staden är handeln en förutsättning. Boverket menar ju att handeln är nödvändig nära där människor bor (Boverket, 2004). Det är därför av största vikt för kommuner som vill förtäta sina städer att verka för att inte centrumhandeln dör ut.

Att etablera köpcentrum centralt ställs ofta emot att etablera externt. Både Heléne Fritzon och Charlotte Kristensson nämner vid intervju tillfällen att de sett exempel på städer där den externa handeln har slagit ut stadskärnans. Den uppfattningen är nog både utbredd och till viss del berättigad.

Att istället etablera köpcentrum centralt ses som att fö-

redra så att stadskärnan kan få vara fortsatt livskraftig. Stadskärnan är en symbol för staden som helhet. En levande och stark stadskärna representerar en levande och stark stad. Resultatet blir att centrala etableringar ges företräde framför externa. Så har man t.ex. gjort i Kristianstad. Östra Centrum får ett försprång framför eventuella externa etableringar (Fritzon, 2010).

Charles Larsson menar att man på Steen & Ström tittar på både externa och centrala lägen, men att den avgörande faktorn är att kommunen är med på noterna (Larsson, 2010).

När kommunerna prioriterar utvecklingen av sin centrumhandel som ett led i förtätningsarbetet blir det därför naturligt att köpcentrumslokaliseringarna blir centrala.

I jämförelsen mellan fallstudiens fyra köpcentrumsprojekt framgick att åtminstone tre av projekten (Entré undantaget) har som mål att skapa köpcentrum som är väl integrerade i sin omgivande stadsmiljö. De ska bidra till en positiv samhällsutveckling, vara mer än en kommersiell produkt på plats, som Charles Larsson uttryckte det i min intervju med honom (Larsson, 2010). Att kommunernas ideal om en tät stad med blandad bebyggelse präglar dessa projekt är tydligt. Östra Centrum blir t.ex. både köpcentrum och ny stadsdel. Kristianstads innerstad förtätas och växer inåt. Förutom lokaler för handel byggs även bostäder på området, något som flera respondenter i intervju-

erna uttryckte sig mycket positivt kring. Bl.a. menar Heléne Fritzson att det är nödvändigt med en mix av kommersiell verksamhet, administration och boende i en stad (Fritzson, 2010).

Även Mobilia får en tätare struktur med blandade verksamheter och bostäder. Förtätningen i projekten sker inte bara med nya byggnader utan även med rum för vistelse och rekreation. En högre kvalitet på de offentliga situationerna gör att fler människor lockas att vistas där och innebär också en förtätning. Strukturerna på planområdena ska efterlikna stadskärnans kvartersstruktur så långt det är möjligt. Detta ska bidra till att befolka miljöerna runtomkring, myllrande stadsliv ska uppstå och allting ska upplevas som nära.

Flexibilitet

En hållbar, tät stad måste vara varierad och flexibel, verksamheter bör enkelt kunna bytas ut eller byta plats allteftersom behov förändras, av den åsikten är både Ullstad (2008) och Jadelius (2009). I uppsatsens jämförelse av de fyra studerade köpcentrumsprojekten framgick att det egentligen bara var Mobilia som hade utrymme för verklig flexibilitet. De övriga innebär istället storskaliga anläggningar som är relativt statiska. Det går bra att byta ut verksamheter inuti de färdiga strukturerna så länge det handlar om verksamheter som har möjlighet att anpassa sig till öppettider och en gemensam entré. Det är dock svårt att lägga till eller dra ifrån i strukturerna på ett enkelt sätt.

Kanske bör man därför redan nu, i planeringsfasen, fundera över det som Olga Schlyter menar att vi ändå måste fundera på om tio år när alla är överens om att överkonsumtion är ohållbart. Nämligen hur man kan omforma köpcentrumen och ge dem ett nytt innehåll (Schlyter, 2009). Detta är en fördel att diskutera oavsett om Schlyter får rätt i att vi måste sluta konsumera eller om vi finner andra former av konsumtion som är mer hållbara!

Att projekten omfattar stora, sammanhängande strukturer där ett helhetsgrepp är en förutsättning innebär också att de blir sårbara för ekonomisk instabilitet. Både förnyelsen av Caroli City och byggnationen av Östra Centrum har nu dragit ut långt på tiden utan att någonting har hänt. I båda fallen kan dröjsmålen sannolikt tillskrivas den globala finanskrisen som inleddes 2009. Mobilia byggs ut trots finanskris. Projektet är uppdelat i etapper, med flera mindre, fristående strukturer och är därför inte lika sårbart.

Sammanhängande verksamhetsytor

TrenLab menar att det är viktigt för köpcentrumen att kunna finnas i städerna. Fler och fler människor bor i städer och köpcentrumen vill vara lokaliserade nära människorna. Att köpcentrumen då också uppfattas som en del av staden sägs vara viktigt, tillsammans med ett ökat socialt ansvar. Ett stort köpcentrum som

förläggs i stadskärnan får inte blir en barriär (Steen & Strøm, 2009). Larsson tar upp detta under intervjun och menar att ett köpcentrum måste vara väl inkorporerat i samhällsstrukturen både som handelsplats och som fysisk byggnad för att fungera väl under lång tid (Larsson, 2010). Det handlar naturligtvis om ett ömsesidigt givande och tagande mellan stadens företrädare och köpcentrumets. Kommunen vill gärna ha handeln och de positiva effekter som den för med sig. Men i utbyte mot en central lokalisering måste köpcentrumsägarna vara villiga att titta utanför tomtgränsen och projektet ska vara förenligt med stadens mål om en tät, blandad och hållbar stad.

Trots detta är det ändå i projekten som studerats i stor utsträckning sammanhängande, klimatskyddade, verksamhetsytor som är aktuella. Det rimmar dåligt med målen om integrerade anläggningar. I Östra Centrum görs genomtänkta satsningar på att integrera köpcentrumet med sin omgivande stadsmiljö, men bara så långt det är möjligt utan att kompromissa med en sammanhängande, klimatskyddad verksamhetsyta. Steen & Strøm kan antas förutsätta att en sådan upplevs som bekväm av kunder och bidrar till att besökare hålls kvar längre i köpcentrumet med följderna att de handlar mer. Konceptet med fem handelskvarter som förhåller sig till stadens befintliga kvarter begränsas därför till en abstrakt nivå och upplevs bara i plan. Lönsamheten trumfar sociala ansvaret och företaget är inte riktigt lika framsynt som sina rapporter. Mobi-

lia har efter förnyelsen också stora sammanhängande handelsytor, men i projektet har man också delat upp en befintlig köpcentrumshall till två mindre hallar för att förbättra framkomligheten. Tillkommande byggnader har en betydligt mindre skala och en utformning som medger ett flexibelt användande av lokalerna. I Caroli Citys fall är den befintliga anläggningen redan sammanhängande, barriäreffekten minskas så gott det går med nya entréer och situationen blir trots allt bättre. Entré är ett centralt beläget köpcentrum i en modell som är vanligare i externa lägen, man har vänt sig mot en bilburen kundkrets och att uppfattas som en förlängning av kvartersstaden har förmodligen inte varit ett mål.

Vidareutveckling av befintliga anläggningar

Städer ska bli tätare för att bli mer hållbara. Man använder luckor eller försöker finna kreativa sätt att utveckla befintlig bebyggelse. En farhåga är att stadens alla obebyggda ytor täpps igen och med dem utrymme för rekreation eller spontana initiativ. Köpcentrum kräver yta, särskilt som de börjar orientera sig alltmer mot att tillhandahålla helhetsupplevelser som också inkluderar ytorna mellan butikerna och de yttre miljöerna.

Att det centralt i staden finns tillgänglig, obebyggd mark i en sådan omfattning att den lämpar sig att bygga ett köpcentrum på är nog ovanligt. Två av köpcentrumen som jag har studerat har dock utnyttjat just sådana hål i stadsväven; Entré och Östra Centrum.

De andra två köpcentrumen som har jag har valt att studera som referensobjekt är befintliga centrum som byggs om och förnyas. Mobilia startades upp i två befintliga fabriksbyggnader i utkanten av Malmö och har med tiden fått ett mer centralt läge som nu är oerhört attraktivt och lämpar sig för utveckling.

Caroli City trängde, när det byggdes, undan gammal bebyggelse. Den äldre bebyggelsen sågs då som ett problem. Nu inser vi hur värdefull den var. Jag har mycket svårt att tro att vi kommer att se en upprepning av rivningsraseriet där suget efter centrala köpcentrumslokaliseringar utmynnar i demolering av äldre bebyggelse. Lika lite som man vill få rykte om sig att utarma centrum i ett externt läge vill man få rykte om sig att förstöra själva stadskärnan genom att tränga sig in med okända rivningar. Att utnyttja luckor, utveckla befintliga centrum eller andra mindre konventionella befintliga byggnader (som i exemplet Caroli City: en kyrka!) är alltså de alternativ som kvarstår.

Ideal om en tät, blandad stad präglar förnyelsearbetet. För köpcentrumen innebär detta ett behov av kreativa lösningar på expansion och hur ytor kan utnyttjas till en mångfald av verksamheter. För den omgivande stadsmiljön blir konsekvenserna en betydande förtätning av luckor i stadsväven och att daterade och introverta anläggningar rustas upp och ges fler sociala

karaktistiska kvaliteter med mötesplatser och bättre insyn.

Centralt belägna köpcentrum för ett minskat bilberoende

Bilismen var en gång anledningen till att köpcentrum kunde växa fram externt utanför våra städer. Nu strävas efter att genom den fysiska planeringen av våra städer minska bilberoendet. Detta är bl.a. uttalat i FÖP:en för Kristianstads innerstad där man har satt upp miljömål och stadsbyggnadsmål som syftar till att uppnå en resurs- och energieffektiv stad som är tät och blandad med följden att bilberoendet minskar (Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun, 2009-06-09). Med Östra Centrum skapar man en ny stadsdel med blandad bebyggelse som innehåller både bostäder, många nya handelsytor, rekreativa kvaliteter och en viktig kollektivtrafiknod. Man kan alltså konstatera att bilberoendet rimligen borde minska genom etableringen.

Att sträva efter att begränsa ökningen av biltrafiken så mycket som möjligt i stadskärnan är ett viktigt mål. Oftast anges ett minskat koldioxidutsläpp och minskad klimatpåverkan som den främsta förtjänsten, men man kan också tänka sig en framtid med ex. eldrivna bilar som inte släpper ut växthusgaser. Minst lika viktigt är dock att centrum är så tillgängligt som möjligt. Intensiv trafik begränsar kraftigt rörligheten genom staden för fotgängare. Ett minskat bilanvändande är

därför lika viktigt för den sociala hållbarheten i staden som för den ekologiska.

I takt med att hållbarhetsfrågor blir allt mer aktuella och tid något av en bristvara har det blivit viktigare för handeln att åter finnas där människor finns och gärna i närheten av andra samhällsfunktioner. Att kunna åka kollektivt och göra sina inköp i samband med andra ärenden är viktiga faktorer när vi vill röra oss mer miljömedvetet och ekonomiskt. Centrala lägen och framförallt lägen nära noder på ett välutbyggt kollektivtrafiknät blir därför alltmer attraktiva för köpcentrum. Detta konstateras av såväl köpcentrumsägaren Steen & Strøm (2008) i Trendlabs rapport som forskare (ex. Beyard et. al, 2006).

Minskat bilberoende, mer biltrafik

I de studerade köpcentrumsprojekten kan man konstatera att köpcentrumsägarna trots centrala lägen i städerna och gynnsamma lokaliseringar i förhållande till kollektivtrafiken inte riktigt vågar släppa bilisterna. Det är inte bara de närboende kunderna man vänder sig till. Även folk utanför staden ska ta sig in till de centrala köpcentrumen. Köpcentrumet i Kristianstad förväntas ju ex. bidra till att staden stärks som regionalt handelscentrum med kunder från ett ganska stort omland. Dessa besökare antas vilja bekvämt kunna ta bilen och landa rakt i shoppingmiljön. Förmodligen befarar man att man förlorar sina bilburna kunder om man inte kan erbjuda generöst med lättillgängliga par-

keringar i direkt anslutning till köpcentrumen. Goda trafiklägen prioriteras därför och lediga parkeringsplatser används som lockbete och marknadsföring.

Det är troligt att ett centralt beläget köpcentrum kommer att innebära att biltrafiken till stadskärnan ökar. Hur man i olika projekt väljer att tackla detta avgör hur stor ökningen blir och var den sker. I Östra Centrumprojektet görs en samtidig satsning på utveckling av kollektivtrafiken i ett parallellt projekt vilket innebär att biltrafikökningen till följd av köpcentrumsetableringen förväntas bli mindre än vad den annars kunnat bli. Lösningen på en intensiv trafiksituation är i de studerade fallen framförallt yteffektiv parkering i P-hus eller underjordiska garage. Det ger fler parkeringsplatser, men färre parkeringsytor vilket begränsar den s.k. söktrafiken som är en bidragande faktor till den stora trafikmängden kring köpcentrumen.

Parkeringar och lösningar för biltrafik måste finnas. En minskad söktrafik är en stor vinst för tillgängligheten för fotgängare kring köpcentrumen och yteffektiv parkering är närmast en förutsättning i den täta blandade staden. Stora parkeringsytor liknande de som idag finns på planområdet för Östra Centrum och Mobilia passar inte in i de kvartersliknande strukturer man vill åstadkomma, de passar överhuvudtaget inte in i stadskärnan som är utsatt för hårt exploateringstryck och höga markpriser. Det är varken ekonomiskt eller socialt försvarbart att anlägga stora parkeringar

på så centrala tomter. Samtidigt innebär yteffektiva parkeringar också en risk att man bygger fram otrygga miljöer. P-hus eller underjordiska garage som är svåröverblickbara kan kännas olustiga, särskilt för ensamma kvinnor, att använda. Ett ambitiöst arbete för att undvika att sådana miljöer byggs är nödvändigt.

För den omgivande stadsmiljön innebär fokuseringen på bilister att ett tillfälle för kreativa satsningar på vackra och trivsamma busshållplatser/tågstationer eller cykelparkeringar hamnar i skymundan. Knutpunkter för resande av den typen har betydligt större potential att bli sociala mötesplatser än vad ett parkeringshus har. I ett centralt läge i en stad som verkar för hållbarhet borde det vara självklart att tyngdpunkten ska ligga på mer hållbara lösningar för transport: kollektivtrafik, cykel och fötter. Då skulle också argumenten för att en tät och blandad stad verkligen är hållbar bli tyngre.

Miljöaspekter

I stadsplaneringen idag diskuteras hållbarhet som en balans mellan olika aspekter ex. sociala, ekonomiska och ekologiska kvaliteter. I de studerade projekten upplever jag att hållbarhet är en viktig fråga, men att den gärna väger över åt de sociala och ekonomiska aspekterna. De ekologiska aspekterna handlar mest om att minska koldioxidutsläpp genom ett minskat bilberoende. Ibland nämns även dagvattenhantering med lösningen gröna tak (ex. Östra Centrum).

Beyard et al (2006) förespråkar att möjligheten att länka köpcentrumets miljöer till befintliga ekologiska system ska tas tillvara i den mån de finns. Sådana kvaliteter kan locka och hålla kvar besökare. Värdefulla ekologiska system har inte varit tillgängliga i alla de studerade projekten. I Östra Centrumprojektet är emellertid stråken längs kanalen ett utmärkt exempel som utnyttjas i projektet. Här skapas en attraktiv park, men det är framförallt de sociala kvaliteterna i form av rekreationsvärde och mötesplatser som framhävs. Ett alternativ hade ju varit att utveckla även andra kvaliteter som att lyfta fram intressanta biotoper eller verka för biologisk mångfald. Sådana aspekter diskuteras inte i något av projekten.

Inte heller tas andra miljöfrågor som ex. återvinning upp i någon större utsträckning.

Steen & Strøms Trendlab tror att just återvinning kommer att bli mer integrerat i köpmiljöer framöver, vilket känns rimligt och attraktivt för medvetna konsumenter som vill kunna shoppa med gott samvete. Återvinning vore en verklig tillgång för stadsbor utan bil som annars har svårt att komma till en sopstation. Trendlab spår också att alla köpcentrum kommer att vara koldioxidneutrala senast år 2020 (Steen & Strøm, 2009). Det hade varit spännande att följa ett sådant arbete i Steen & Strøms eget projekt Östra Centrum. Ingen av dessa frågor diskuteras emellertid i projekthandlingarna och inte heller i något av de andra studerade projekten tas möjligheten upp.

Slutsatser

Efter att ha gjort en fallstudie av köpcentrumsprojektet Östra Centrum, jämfört studien med tre andra aktuella köpcentrumsprojekt (Mobilia, Entré och Caroli City) och resonerat kring resultaten i förhållande till planeringstrender i diskussionsavsnittet, tänkte jag nu göra ett försök att sammanfatta vad som framkommit genom att besvara mina två huvudfrågeställningar.

Vad kan det finnas för drivkrafter bakom lokaliseringar av köpcentrum centralt i städerna?

Att köpcentrum lokaliseras eller rustas upp/expanderar på centrala platser i städerna kan ha flera orsaker som oftast är interrelaterade. Jag väljer att lyfta fram tre drivkrafter som framträtt tydligt i arbetet med uppsatsen:

Mål om en tät, blandad och därmed hållbar stad

Kommuners satsningar på handel

Tidspressade, bekväma och miljömedvetna kunder

Mål om en tät, blandad och därmed hållbar stad

Många svenska städer har idag mål om hållbart stadsbyggande där förtätning och blandad bebyggelse är det främsta sättet att nå målen. En tät och blandad stad anses minska vårt bilberoende och därmed även vår klimatpåverkan. Den har också sociala och ekonomiska förtjänster där fler möjligheter finns ex. till olika

sorters möten människor emellan. I den täta, blandade staden är handeln en förutsättning. Den täta staden ska växa inåt och på höjden. Stadskärnan är en stark symbol för staden som helhet och kan samla både stadens befolkning och locka folk utifrån. En livskraftig stadskärna är viktigt.

Det är därför av största vikt att verka för att inte centrumhandeln dör ut. Centrala lokaliseringar av köpcentrum ses som att föredra framför externa. De kan bidra till att stärka centrumhandeln. Externt kan de däremot utgöra ett hot i form av utarmande kraft.

I utbyte mot en central lokalisering måste köpcentrumsägarna vara villiga att förhålla sig till stadens mål om en tät, blandad och hållbar stad. Kommunen kan ställa krav på att anläggningarna integreras med övrig stadsmiljö. Det kan medföra att en eventuell etablering innehåller även andra element än lokaler för handel. Köpcentrumsägarna vinner mycket på att uppfattas som bidragande till samhällsutvecklingen. Ex. Steen & Strøm tar gärna det ekonomiska ansvaret för en projektutveckling som drar åt stadsbyggnad snarare än att enbart omfatta köpcentrum även om själva ägandet begränsas till det senare. Fördelarna är givetvis fler än bara gott rykte – köpcentrumsägarna får också inflytande över sina anläggningars omgivningar och kundunderlag.

Kommunernas satsningar på handel

Kommuner har upptäckt handelns potential som en

viktig näring som kan bidra bl.a. till den ekonomiska och sociala hållbarheten i städerna. Bl.a. Kristianstads kommun har handeln som ett av tre viktiga utvecklingsområden som ska profilera staden. Särskilt attraktiva är de värdefulla sekundära effekter som shopping medför i form av ex. folkliv. I de studerade projekten är handeln den främsta bidragaren till just folklivet och stadspulsen och blir därmed stommen som ska bära upp andra viktiga delar som kultur, bostäder och rekreation. Handeln blir navet i stadsbyggnad.

Tidspressade, bekväma och miljömedvetna kunder

Morgondagens konsumenter väntas vara mer miljömedvetna och tidspressade och kommer att ställa krav på att köpcentrumen tar ansvar både för miljö och människor. Samtidigt kommer de att efterfråga upplevelser i samband med shopping. Ett läge nära konsumenterna är då en förutsättning för ekonomisk bärighet i ett köpcentrumsprojekt. Attraktiva lägen för köpcentrumen är därför centrala platser som kan nå enkelt med en effektiv kollektivtrafik. Man kan lämna bilen hemma och shoppingen kan enkelt kombineras med andra ärenden. Där kan anläggningarna också ges ett bredare innehåll som bidrar till en helhetsupplevelse och som signalerar socialt ansvar och högre status än ”bara” shopping. Köpcentrumen strävar efter lokaliseringar där de flesta människorna finns – i centrum av den täta, blandade och därmed hållbara staden.

Vad får köpcentrumsetableringar centralt i städerna för konsekvenser för den omgivande stadsmiljön?

Frågan har till viss del redan besvarats i det specifika exemplet Östra Centrum och i jämförelsen med referenscentrumen. Här görs ett försök att beskriva mer övergripande konsekvenser av centrala köpcentrumsetableringar. Jag redogör också för möjligheter som jag anser att man borde ta (men kanske har förbiset) och för risker som borde övervägas ytterligare i anslutning till dessa etableringar.

Ett centralt läge sporrar till en utvidgning av uppdraget

Köpcentrumen gynnas inte av att uppfattas som ett hot mot det offentliga rummet. Därför är det av yttersta vikt att de integreras väl i staden. Det är ett krav ifrån stadens företrädare och en ambition hos köpcentrumsägarna. Integrationen är både ett led i att höja statusen på anläggningarna som blir mer än ”bara” ett centrum för shopping, och ett sätt att säkra den sociala och ekonomiska hållbarheten hos anläggningen. Miljöer och funktioner som är väl förankrade i sin omgivning har större potential att locka besökare under lång tid.

Köpcentrumsprojekt som stadsbyggnadsprojekt

I arbetet med integreringen av köpcentrum finns mycket att vinna på att förhålla sig till stadens utvecklingsplaner och att exploatören och kommunen formulerar en gemensam helhetsvision. Planområdena kan förtätas med mer handelsyta, men även med bostäder, parker och torg. Med inställningen att det är en stadsdel eller ett kvarter som ska byggas och inte enbart ett köpcentrum finns förutsättningar för en positiv utveckling av staden.

Flexibilitet för framtiden

Som en del av ett hållbarhetsarbete borde man i köpcentrumsprojekten gripa möjligheten att diskutera hur nya handelslokaler samtidigt kan vara ändamålsenliga och möjliga att enkelt anpassa för behov som uppstår eller som en följd av det inte längre finns ett visst behov.

Möjligheten bör inte bara övervägas för att shopping kanske blir omöjligt p.g.a. resursbrist i framtiden utan också för att den kan generera intressanta lösningar som kan innebära stora fördelar nu.

Fler satsningar på miljöarbete

En tät blandad, stad är hållbar. Köpcentrum i centrala lägen bidrar till ett minskat bilbero-

ende. Men hållbarhet kan också omfatta andra miljöaspekter. Steen & Strøms Trendlab ger i sin rapport flera inspirerande exempel på hur köpcentrumsprojekt kan ges innehåll som återvinningsmöjligheter, CO²-neutrala anläggningar m.m. Sådana idéer borde inte bara diskuteras i rapporter utan också i de verkliga projekten. Andra satsningar som biodiversitet i utemiljöerna kring köpcentrumen eller energiproduktion hade varit spännande och hade kunnat bidra till den helhetsupplevelse som kunderna efterfrågar.

Anläggningarna kan bli barriärer i staden

Trots att integrering och socialt ansvar sägs vara viktigt i fallstudiens köpcentrumsprojekt, prioriteras sammanhängande, klimatskyddade anläggningar som är bekväma för kunderna. Man vill samtidigt skapa en kvarterskänsla som är beroende av offentliga situationer. Stråk för fotgängare placeras trots det inomhus vilket gör att dessa offentliga situationer bara blir tillgängliga för vissa och under vissa tider på dygnet.

Rörelsen genom staden kan begränsas om alternativa passager till sådana invändiga stråk saknas.

En mer privatiserad stadsmiljö, men också en kvalitetshöjning av vistelseplatser jämfört med befintliga situationer

Fallstudien har visat att det offentliga rummet i Östra Centrum blir privatiserat i större utsträckning sett till ägande. I gengäld skapas offentliga situationer (både i privat och offentlig ägo) av högre kvalitet än tidigare. De rekreativa och sociala värdena blir alltså generellt högre. Marken som tas i anspråk (mestadels parkeringsyta) för etableringen har få sociala, kulturella, ekonomiska eller ekologiska värden i befintligt skick. Liknande situationer kan observeras även i referensprojekten.

Med inställningen att köpcentrumet ska fungera som en integrerad del i staden framstår hotet mot det offentliga rummet som mindre och attraktiva vistelseplatser i anslutning till köpcentrumet lockar potentiella kunder.

Komplettera med vistelserum som har karaktärer som saknas i staden.

När nya attraktiva vistelserum i anslutning till köpcentrumen planeras borde stadens övriga vistelserum inventeras för att avgöra hur dessa bäst kan kompletteras istället för att konkurreras ut. Rum av ny karaktär berikar både staden och köpcentrumet.

Kommunen tar ansvar för att det finns länkande offentliga situationer

Kommunen har ett ansvar att bevaka medborgarnas intressen och säkra tillgängligheten i staden. De privatägda rummen kan aldrig påtvingas en bestämd typ av offentlighet med lyckat resultat. Istället måste kommunen se till att det finns en övergripande struktur av attraktiva offentliga situationer som är oberoende av privata fastighetsägares ambitioner. Privatägda offentliga situationer kan fungera väl som komplement.

Minskad kontroll

Kommunen lämnar över mycket av kontrollen när offentliga situationer planeras in på kvarter-smark. Det finns en risk att tillgängligheten blir helt beroende av privata entreprenörers olika ambitionsnivå och skötsel av dessa privatägda men offentliga situationer.

Nya utombusmiljöer konkurrerar med stadens övriga vistelserum

I anslutning till de studerade köpcentrumen planeras nya vistelserum i staden, företrädesvis torg. För många rum med liknande karaktärer kan bli svårt att befolka i den utsträckning som önskas. Det finns en risk att platser i staden som redan är något undanskymda kan konkurreras ut och att rörelse koncentreras till områdena kring köpcentrumet.

Kommersialiserade offentliga situationer gör att rofyllda platser prioriteras bort

Jag tycker mig se en tendens i fallstudiens fyra projekt att fart och fläkt i anslutning till anläggningarna prioriteras framför lugn och ro. Det är inte alls konstigt. Aktiva kunder kan antas handla mer och evenemang kan attrahera besökare. Platser för stillhet får då litet eller inget utrymme. Det måste inte innebära ett problem eftersom sådana platser kan anordnas på andra håll i staden, men planområdena är stora och rofyllda skrymslen borde kunna rymmas även inom ramarna för projekten.

Bilberoendet minskar, men biltrafiken ökar

De stora köpcentrumen som ligger centralt och har en kvartersliknande struktur och blandad bebyggelse borde rimligen bidra till att bilberoendet i städerna minskar. Det är ju ett av förtätningens huvudmål. Men köpcentrumen vänder sig inte bara till de närboende kunderna utan även till kunder i ett större omland. Som exempel kan nämnas Östra Centrum i Kristianstad som förväntas stärka staden som regionalt handelscentrum.

En större strömning av folk in till stadskärnan genererar en trafikökning och ett stort antal parkeringsplatser måste därför beredas.

I fallet Östra Centrum görs samtidiga satsningar på kollektivtrafik och cykelbanor som minimerar ökningen och även i andra fall eftersträvas en effektivare hantering av trafikflödet jämfört med befintliga situationer. Fallstudiens fyra köpcentrum satsar bl.a. på yt-effektiva parkeringslösningar som minskar söktrafiken som annars ger upphov till besvärliga trafiksituationer. Detta underlättar för fotgängare som vill kunna röra sig fritt över planområdena.

Ett för stort fokus på de bilburna kunderna gör dock att lösningar för fotgängare, cyklister och besökare som nyttjar kollektivtrafik inte lyfts fram på det sätt som borde vara självklart i städer som vill uppnå sina hållbarhetsmål

Satsningar på attraktiva kollektivtrafiknoder och cykelparkeringar.

I projekthandlingarna för de studerade köpcentrumen nämns cykelparkeringar och närhet till kollektivtrafik, men inga konkreta exempel presenteras (med undantag för Östra Centrums busstorg). Smarta parkeringslösningar för bilburna kunder är nödvändiga, men de centrala lägena och anläggningarnas förväntade attraktionskraft möjliggör innovativa och integrerade lösningar för hållbara transportmedel som också har sociala kvaliteter. Möjligheten att ligga i framkant med sådana lösningar borde tas tillvara och ges ett större utrymme i presentationerna av projekten.

Källförteckning

Studentarbete

Björk, Sara, Edström, Helena, Svanberg, Maria. (2009). *Från köpcentrum till upplevelseforum – utvecklingen 1950 – 2020*. C-uppsats. Kalmar; Handelshögskolan Baltic Business School, Företagsekonomi.

Avhandling

Koch, Daniel (2007). *Structuring fashion, department stores as spatial practice*. Akademisk avhandling. Stockholm; Kungliga Tekniska Högskolan, Arkitektur och samhällsbyggnad.

Forskningsrapporter

Borén, Thomas och Koch, Daniel (2009). *Platser i praktiken och social hållbarhet. Hökarängen och andra små centrumbildningar i fokus*. Forskningsrapport. Stockholm; Kungliga Tekniska Högskolan, Arkitektur och Samhällsbyggnad.

Echeverri, Per, Gustafsson, Malina och Lundberg, Rickard (2009). *Consumers' Experience Rooms - Environmental Design Factors in Shopping Processes*. Forskningsrapport. Karlstad; Karlstads universitet, Fakulteten för Ekonomi, kommunikation och IT.

Steen & Ström (2008). *The Future of Shopping Places*. Forskningsrapport. Korotan, Slovenien: OTW Publishing, Forma Publishing Group

Böcker

Bell, Judith (2006). *Introduktion till forskningsmetodik*. 4:e upplagan. Lund: Studentlitteratur.

Meriam, Sharan B. (1994). *Fallstudien som forskningsmetod*. Lund: Studentlitteratur.

Ullstad, Erland (2008). *Hållbar stadsutveckling – En politisk handbok från Sveriges Arkitekter*. Stockholm: Sveriges Arkitekter

Kapitel i bok

Bergman, Bosse (2010). *Gallerian som klassrum*. Den lärande staden (2010) s.167-187. Lieberg, Mats, de Laval, Suzanne, Åkerblom, Petter (Red.). Umeå: Borea Bokförlag.

Artiklar

Bergström, Britt-Marie (2008-09-21) *Nytt liv i Caroli City*. Malmö: Sydsvenska Dagbladet

Jadelius, Lars (2009). *Vad är det för stad vi behöver?* Byggnadskultur – Svenska byggnadsvårdsföreningens tidskrift (2/09). Stockholm: Svenska byggnadsvårdsföreningen

Schlyter, Olga (2009). *Shoppingstaden*. Byggnadskultur – Svenska byggnadsvårdsföreningens tidskrift (2/09) Stockholm: Svenska byggnadsvårdsföreningen

Övrigt tryckt material

Boverket (2004). *Dags att handla nu – Detaljhandeln och en hållbar samhällsutveckling*. Karlskrona: Boverket.

Caroli City (2010-09-29), Informationsplakat om förnyelsen av köpcentrumet

Söderberg, Hjalmar (1891), *Vår Stad*. Klipp ur Kristianstadsbladet (1981) s.74. Hjelmstedt, Lennart och Melén, Erik (Red.). Kristianstad, Kristianstadsbladet.

Elektroniska källor

Beyard, Michael D., Corrigan, Mary Beth, Kramer, Anita, Pawlukiewicz, Michael och Bach Alexa (2006) *Ten principles for rethinking the mall*. Washington D.C., The Urban Land Institute [online]. Tillgänglig: http://www.uli.org/ResearchAndPublications/Reports/~media/Documents/ResearchAndPublications/Reports/TenPrinciples/Tp_MAll.ashx [2010-02-03]

Caroli city (2010) Hemsida [online] Tillgänglig: <http://www.caroli.nu> [2010-10-05]

Entré (2010) Hemsida [online]. Tillgänglig: <http://www.entremalmo.se> [2010-04-06]

Länsstyrelsen i Skåne (senast uppdaterad: 2010-09-09), *Caroli City* [online]. Tillgänglig: <http://www.>

lansstyrelsen.se/skane/Kartor_och_planeringsunderlag/Kulturmiljöprogram/Skanes_historia_och_utveckling/Stadens_landskap/Stadsomvandlingar/Caroli_City.htm [2010-10-01]

Stadsbyggnadskontoret, Malmö stad (2008) *Planprogram del av kvarteret BOHUS (Mobilia) i Innerstaden i Malmö, Pp 6025* [online]. Tillgänglig: <http://www.malmo.se/Medborgare/Stadsplanering--trafik/Stadsplanering--visioner/Planprogram/Pp-6025-Mobilia/pagefiles/6025-Planprogram-BOHUS-SKARM.pdf> [2010-10-01]

Mobilia (2010) Hemsida [online] Tillgänglig: <http://www.mobilia.se> [2010-10-05]

Profi (2010) Hemsida [online] Tillgänglig: <http://www.profi.se> [2010-10-05]

Svenska akademien (2010), *Svenska akademiens ordlista* [online] Tillgänglig: <http://www.svenskaakademien.se/web/ordlista.aspx> [2010-10-05]

Zukin, Sharon och Smith Maguire, Jennifer (2004). *Consumers and consumption*. Annual review of sociology (30/2004) s.173–197. [online]. Tillgänglig: <http://www.jstor.org/stable/29737690> [2010-02-23]

Handlingar rörande Östra Centrumprojektet

Handelsstaden (Senast uppdaterad: ingen uppgift) *Handelsföreningens Hemsida*. [online]. Tillgänglig: <http://www.handelsstaden.com/mockups/handelsstaden.asp?pageID=1> [2010-02-24]

Mark- och expoateringskontoret, Kristianstads kommun (2006-07-14) *Information till intressenter* Tillgänglig: http://www.kristianstad.se/upload/Bo_bygga/dokument/Aktuella_projekt/handel/Information_till_intressenter.pdf [2010-03-31]

Nordplan AB (2006-03-10). *Handelsstrategi – Kristianstads kommun*. Marknadsanalys. Bromma: Nordplan AB

Stadsarkitektkontoret, Kristianstads kommun (2006-08-01) *Handeln i Kristianstad - Nuläge, Framtid, Strategier*. [online]. Tillgänglig: http://www.kristianstad.se/upload/Bo_bygga/dokument/Aktuella_projekt/handel/handeln_i_kristianstad_slutskrivning.pdf [2010-03-31]

Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun (2009-09-29). *Detaljplan för Kristianstad 4:4 m fl, Östra Centrum. Plan- och genomförande beskrivning*. [online]. Tillgänglig: http://www.kristianstad.se/Upload/Bo_bygga/

Samhallsplanering/P/C3%A5g%C3%A5ende%20detaljplaner/%C3%96straCentrum/Plan-%20och%20genomf%C3%B6randebeskrivning%20%C3%96stra%20centrum.pdf [2010-02-05]

Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun (2009-06-09) *Kristianstad växer! – fördjupad översiktsplan* [online]. Tillgänglig: <http://www.kristianstad.se/sv/Kristianstads-kommun/Bo-Bygga/Samhallsplanering/Oversiktlig-planering/Antagna-planer/Kristianstad-vaxer/Kompletta-handlingar/> [2010-02-24]

Steen & Strøm (2007). *Pressmeddelande*. [online]. Tillgängligt: <http://www.steenstrom.com/upload/se/Dokumenter/Pressmeddelande%20Kristianstad%20070920.pdf> [2010-02-24]

OBS! Följande handlingar samtliga tillgängliga: <http://www.kristianstad.se/sv/Kristianstads-kommun/Bo-Bygga/Samhallsplanering/Detailplanering/Pagaende-planer/Ostra-centrum/Handlingar/> [2010-02-05]

Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun (2009-09-18) *Miljökonsekvensbeskrivning tillhörande Detaljplan för Kristianstad 4:4 m fl, Östra Centrum, centrala Kristianstad, Kristianstads kommun* [online]

Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun
(2008-06-16). *Planprogram för Kristianstad 4:4 m fl, Östra Centrum* [online]

Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun
(2008-10-20). *Redogörelse för programsamråd* [online]

Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun
(2009-08-18). *Samrådsredogörelse för Detaljplan för Kristianstad 4:4 m fl, Östra Centrum* [online]

Stadsbyggnadskontoret, Kristianstads kommun och
White arkitekter (2009-09-21). *Gestaltningprogram – Mark och byggnader* [online]

White arkitekter: Bjerndell, Åsa; de Bruin, Niels;
Kristensson, Charlotte; Sundberg, Martin, (2008-06-04/16). *Förslag Östra Centrum* [online]

White arkitekter: de Bruin, Niels, Kristensson Charlotte, Willehader, Hans (2009-01-19). *Östra Centrum Kristianstad bearbetat förslag* [online]

WSP Samhällsbyggnad (2008-06-09, rev: 2009-09-21)
Östra Centrum, Kristianstad, Trafikteknisk PM [online]

Muntliga källor

Arrskog, Maria. Kristianstadsbo. Telefonsamtal 2010-03-16

Fritzson, Heléne. Vice Ordförande för Kommunstyrelsen i Kristianstad. Telefonsamtal 2010-04-08

Kristensson, Charlotte. Arkitekt på White Arkitekter. Telefonsamtal 2010-04-07

Larsson, Charles. Marknadsdirektör på Steen & Strøm Sverige. Telefonsamtal 2010-03-19

Lindén, Karoline. Planeringsarkitekt på Stadsbyggnadskontoret i Kristianstad. Samtal i Kristianstad 2010-03-12

Mattsson, Karin, Kristianstadsbo. Samtal i Kristianstad 2010-03-14

Petersson, Hanna, Kristianstadsbo. Samtal i Kristianstad 2010-03-14

Figurförteckning

Samtliga foton är, där inget annat anges, tagna av mig (Anna Ekdahl) under 2010

Samtliga montage för analys och översikt av Kristianstads stadskärna är tillverkade av mig (Anna Ekdahl) under 2010 - 2011, och har samma ortofoto som grund:

©Lantmäteriet Gävle 2011. Medgivande I 2011/0096, *Ortofoto över Kristianstads stadskärna*. [online]. Tillgänglig: <http://butiken.metria.se> [2010-05-11]

Fig. 1 (s. 1) *Domus, Kristianstad*, fotomontage

Fig. 2 (s. 8) *Östra Centrum, Kristianstad*, illustration (White Arkitekter, 2009)

Fig. 3 (s. 8) *Planområdet för Östra Centrum*, Ortofoto (©Lantmäteriet Gävle 2011. Medgivande I 2011/0096), montage

Fig. 4 (s. 35) *Östra Boulevarden, Kristianstad*, illustration (White arkitekter, 2009)

Fig. 5 (s. 37) *Västra Storgatan, Kristianstad*, foto

Fig. 6 (s. 37) *Östra Vallgatan, Kristianstad*, foto

Fig. 7 (s. 37) *Cardellsgatan, Kristianstad*, foto

Fig. 8 (s. 38) *Gågator och torg i Kristianstads stadskärna*, ortofoto (©Lantmäteriet Gävle 2011. Medgivande I 2011/0096), montage

Fig. 9 (s. 39) *Kristianstads siluett*, foto (2009)

Fig. 10 (s. 41) *Östra Centrum och avgränsande gator*, ortofoto (©Lantmäteriet Gävle 2011. Medgivande I 2011/0096), montage

Fig. 11 (s. 42) *En Promenad*, ortofoto (©Lantmäteriet Gävle 2011. Medgivande I 2011/0096), montage

Fig. 12 (s. 43) *Cardellsgatan, Kristianstad*, foto

Fig. 13 (s. 43) *Entréplats, Domus, Kristianstad*, foto

Fig. 14 (s. 43) *Östra Boulevarden (norra), Kristianstad*, foto

Fig. 15 (s. 44) *Passage, Domus, Kristianstad*, foto

Fig. 16 (s. 44) *Parkering, Domus, Kristianstad*, foto

Fig. 17 (s. 44) *Gångstråk, kanalen, Kristianstad*, foto

Fig. 18 (s. 44) *Trappa, kanalen, Kristianstad*, foto

Fig. 19 (s. 45) *Gångbro, Kristianstad*, foto

Fig. 20 (s. 45) *Resecentrum, Kristianstad*, foto

Fig. 21 (s. 45) *Kanalen, Kristianstad*, foto

Fig. 22 (s. 45) *Busstorg, Kristianstad*, foto

Fig. 23 (s. 45) *Östra Boulevarden (södra), Kristianstad*, foto

Fig. 24 (s. 47) *Östra Centrum*, illustrationsplan (White Arkitekter, 2009)

Fig. 25 (s. 48) *Entréplats, Östra Centrum*, illustration (White Arkitekter, 2009)

Fig. 26 (s. 50) *Kanalpark, Östra Centrum*, illustration (White Arkitekter, 2009)

Fig. 27 (s. 50) *Östra Boulevarden, Östra Centrum*, illustration (White Arkitekter, 2009)

Fig. 28 (s. 69) *Entré, Malmö*, foto

Fig. 29 (s. 69) *Köpcentrumshall, Mobilia, Malmö*, foto

Fig. 30 (s. 69) *Caroli City, Malmö*, foto

Fig. 31 (s. 70) *Fasad, Entré, Malmö*, foto

Fig. 32 (s. 71) *Glasbro, Entré, Malmö*, foto

Fig. 33 (s. 71) *Park, Entré, Malmö*, foto

Fig. 34 (s. 72)	<i>Central parkering, Mobilia, Malmö, foto</i>	Fig. 47 (s. 82)	<i>P-Hus, Mobilia, Malmö, foto</i>	ortofoto (©Lantmäteriet Gävle 2011. Medgivande I 2011/0096), montage	
Fig. 35 (s. 73)	<i>Fasad, Mobilia, Malmö, foto</i>	Fig. 48 (s. 84)	<i>Stadskärnans gator, Kristianstad, ortofoto (©Lantmäteriet Gävle 2011. Medgivande I 2011/0096), montage</i>	Fig. 55 (s. 92)	<i>Vistelseplatser, Kristianstad, ortofoto (©Lantmäteriet Gävle 2011. Medgivande I 2011/0096), montage</i>
Fig. 36 (s. 73)	<i>Parkeringsstorg, Mobilia, Malmö, foto</i>	Fig. 49 (s. 84)	<i>Stomline för busstrafik, Kristianstad, ortofoto (©Lantmäteriet Gävle 2011. Medgivande I 2011/0096), montage</i>	Fig. 56 (s. 92)	<i>Vistelseplatser efter tillkomsten av Östra Centrum, Kristianstad, ortofoto (©Lantmäteriet Gävle 2011. Medgivande I 2011/0096), montage</i>
Fig. 37 (s. 74)	<i>Huvudentré, Caroli City, Malmö, foto</i>	Fig. 50 (s. 84)	<i>Trafikförändring efter tillkomsten av Östra Centrum, Kristianstad, ortofoto (©Lantmäteriet Gävle 2011. Medgivande I 2011/0096), montage</i>	Fig. 57 (s. 94)	<i>Torg, Entré, Malmö, foto</i>
Fig. 38 (s. 74)	<i>Fasad, Caroli City, Malmö, foto</i>	Fig. 51 (s. 85)	<i>Gågator, Kristianstad, ortofoto (©Lantmäteriet Gävle 2011. Medgivande I 2011/0096), montage</i>	Fig. 58 (s. 95)	<i>Rekreation, Kristianstad, ortofoto (©Lantmäteriet Gävle 2011. Medgivande I 2011/0096), montage</i>
Fig. 39 (s. 74)	<i>Carolikyran, Malmö, foto</i>	Fig. 52 (s. 85)	<i>Ny gågata, Kristianstad, ortofoto (©Lantmäteriet Gävle 2011. Medgivande I 2011/0096), montage</i>	Fig. 59 (s. 95)	<i>Rekreation efter tillkomsten av Östra Centrum, Kristianstad, ortofoto (©Lantmäteriet Gävle 2011. Medgivande I 2011/0096), montage</i>
Fig. 40 (s. 75)	<i>Caroli City, Malmö, foto</i>	Fig. 53 (s. 88)	<i>Barriärer/Rörelsestråk, Kristianstad, ortofoto (©Lantmäteriet Gävle 2011. Medgivande I 2011/0096), montage</i>		
Fig. 41 (s. 77)	<i>Slogan, Mobilia, Malmö, foto</i>	Fig. 54 (s. 89)	<i>Barriärer/Rörelsestråk efter tillkomsten av Östra Centrum, Kristianstad,</i>		
Fig. 42 (s. 77)	<i>Butiksplan, Mobilia, Malmö, foto</i>				
Fig. 43 (s. 78)	<i>Planstruktur, Kristianstads stadskärna, ortofoto (©Lantmäteriet Gävle 2011. Medgivande I 2011/0096), montage</i>				
Fig. 44 (s. 79)	<i>Plan 1 Östra Centrum, illustrationsplan (White Arkitekter, 2009)</i>				
Fig. 45 (s. 79)	<i>Plan 2 Östra Centrum, illustrationsplan (White Arkitekter, 2009)</i>				
Fig. 46 (s. 80)	<i>Gatubild, Caroli City, Malmö, foto</i>				

Bilaga - Frågescheman för intervjuer

Karoline Lindén, planeringsarkitekt på stadsbyggnadskontoret i Kristianstad

1. Östra Centrum tillsammans med flytten av resecentrum kommer att innebära en stor förändring av stadskärnan i Kristianstad, vilka är dina förväntningar på omvandlingen?
2. Vad tror du blir mest annorlunda mot hur det är nu?
3. Vilka aspekter har varit särskilt viktiga för er på kommunen i diskussioner om exempelvis utformning?
4. Vilka delar av projektet har ni upplevt som mest utmanande?
5. Ni valde Steen & Ström som samarbetspartner, kan du berätta mer om det?
6. Vad har ni fått för respons på förslaget om Östra Centrum ifrån olika intressenter?
7. Kristianstad ska stärkas som handelsstad i regionen, står det i plan- och genomförandebeskrivningen för Östra Centrum (Dnr: 08-0060:4), vad tror du gör Kristianstad till en attraktiv handelsstad regionalt? - lokalt?

Medborgare

1. I hur stor utsträckning har du tagit del av information som rör ÖC?
2. Hur tror du att du kommer att använda det nya centrumet?
3. Vad tror du blir mest annorlunda mot hur det är nu?
4. Vilka aspekter anser du är viktiga att ta hänsyn till vid planerandet av Östra Centrum?
5. Kristianstad ska stärkas som handelsstad i regionen, står det i plan- och genomförandebeskrivningen för Östra Centrum (Dnr: 08-0060:4), vad tror du gör Kristianstad till en attraktiv handelsstad?
6. Om du funderar fritt, vad skulle du önska av en ombyggnation av området?

Charles Larsson, marknadsdirektör på Steen & Strøm, Sverige

1. Vilka aspekter anser ni vara särskilt viktiga i ert sökande efter nya lokaliseringar?
2. Vad har ni för förväntningar på etableringen i Kristianstad?
3. Vilka förväntningar upplever ni att det finns hos kommunen på den nya etableringen?
4. Ni äger både externa och centralt belägna köpcentrum, hur resonerar ni kring olika lägen?
5. Vad har ni för tankar om framtiden för köpcentrum i stadskärnan?

6. Hur resonerar ni kring utemiljön i era projekt?
7. I er informationsbroschyr ”Gott Val” kan man läsa att ni vill påverka miljön och samhället runt er i en positiv riktning; kan ni berätta mer om hur ni jobbar med de här frågorna i ett projekt som Östra Centrum?
8. Ni skriver också att ni vill erbjuda de bästa mötesplatserna i Skandinavien, hur kan en sådan mötesplats se ut för er?
9. I ”Gott Val” uttrycks också er önskan att bidra till en god stadsutveckling och utveckla handelsplatser med goda estetiska kvaliteter; kan ni beskriva hur ni har arbetat med detta i Kristianstad?
10. Vad tror ni blir mest annorlunda i Kristianstads stadskärna efter tillkomsten av Östra centrum mot hur det är nu?

Charlotte Kristensson, arkitekt, White Arkitekter i Malmö

White fick i uppdrag av Steen & Ström att göra ett förslag på utformning av Östra Centrum i Kristianstad.

1. Vad innehöll det uppdraget inledningsvis?
2. Hur tog ni er an uppgiften?
3. Vad har ni för tidigare erfarenheter av att arbeta med köpcentrumsanläggningar?
4. Hur har information mellan White/ Steen &

Ström/ Kristianstad kommun kommunicerats (ex. skisser, möten, styrdokument, mailkontakt etc.)?

Kristianstads Kommun är ju experter på sin stad och vill naturligtvis bevaka stadens intressen samtidigt som Steen & Ström är experter på köpcentrum och har tankar om vad som är optimalt för en lyckad handelsetablering.

5. Hur upplever du att dessa två perspektiv har gått att kombinera?
6. Vilka har varit de viktigaste gemensamma målen?

Om man tittar på utformningsprocessen från de tidigaste skisserna till det senaste omarbetade förslaget:

7. Vilka delar av projektet skulle du säga har utvecklats mest?
8. Vilka delar är sig mest lika?
9. Vilka delar har varit mest föremål för diskussion?
10. Vad har du tyckt varit viktigast att fokusera på?

Ett av kommunens övergripande mål är att Kristianstad ska stärkas som handelsstad i regionen.

11. Vad tror du gör Kristianstad till en attraktiv handelsstad?
12. Vad tror du blir den mest märkbara förändringen i Kristianstads stadskärna efter tillkomsten av Östra centrum?

Heléne Fritzon (S), Kommunstyrelsens vice ordförande i Kristianstad

Jag har försökt sätta mig in i arbetsprocessen i ett sådant här projekt och grovt förenklat kan man väl säga att kommunstyrelsen delar ut projektuppdraget inledningsvis och till sist beslutar fullmäktige om det resulterande förslaget till detaljplan skall antas efter alla faser (program, förslag, samråd, utställningar, etc.). Det är en lång process och mycket händer däremellan! Jag är därför nyfiken på hur man håller sig à jour och vad som så småningom fungerar som underlag för ett beslut:

1. Hur har du tagit del av information rörande projektet (t.ex. skrivna handlingar, möten, presentationer, skisser)?
2. I vilka skeden av projektet har du tagit del av information?
3. Vilka aspekter av projektet har du intresserat dig särskilt för?
4. Vilka av kommunens intressen har du ansett vara särskilt viktiga att bevaka?

Man har enats om att Kristianstad ska ha en handelsinriktning och ett av målen i Östra Centrumprojektet är just att stärka Kristianstad som handelsstad:

5. Varför är det viktigt att satsa på just handeln?
6. Vad tror du gör Kristianstad till en attraktiv handelsstad?

7. På vilket sätt tror du att Östra Centrum kommer att bidra till att stärka handelsstaden Kristianstad?
8. Det råder stor politisk enighet om utvecklingen av handeln – vad anser du att det har för betydelse för Östra Centrumprojektet?

Östra Centrum, tillsammans med Kristianstadslänken och flytten av resecentrum, kommer att innebära en stor förändring av stadskärnan i Kristianstad:

9. Vilka är dina förväntningar på omvandlingen?
10. Vad tror du blir den mest märkbara förändringen i Kristianstads stadskärna efter tillkomsten av Östra centrum?