

STADENS VÄRDELÖSHET

Forskningsrådets
SPANING 2026
SVENSKA STADSKÄRNOR

Vad är egentligen värdefullt – och vad är värdelöst?

I en tid av snabb förändring omförhandlas våra värden nästan dagligen. För många människor kan i dag ett second hand-plagg bära större värde än något helt nytt. Hållbarhet, cirkularitet och medvetna val gör att gårdagens ”slitna” ibland blir morgondagens mest värdefulla.

Det får oss också att ställa frågor om staden. Vad är egentligen värdefullt i en stad i dag – och vad riskerar vi att betrakta som värdelöst? Är det den digitala effektiviteten, eller de fysiska mötesplatserna? Är det det som går att mäta – eller det som upplevs, delas och formas mellan människor?

Stadskärnan har under lång tid varit stadens självklara centrum för handel, möten och samhällsliv. I dag befinner den sig i en tid av förändring. Digitalisering, förändrade konsumtionsmönster och nya sätt att leva och arbeta påverkar hur våra städer används och utvecklas.

Samtidigt visar både forskning och praktisk erfarenhet att stadskärnan fortsatt spelar en avgörande roll – inte minst som stadens ekonomiska motor. Här möts handel, företagande, kultur, service och innovation. Här skapas arbetstillfällen, investeringar och liv i staden.

Men stadskärnan är också något mer än ekonomi.

Den är en demokratisk och öppen plats där människor möts över generationer, bakgrunder och perspektiv. Här uppstår folklivet, samtalen, impulserna och de oväntade mötena. De mjuka värden som växer fram i stadens gemensamma rum – tillit, tillhörighet och livskvalitet – är svåra att mäta, men omöjliga att ersätta.

I en allt mer digitaliserad värld är det lätt att tro att stadskärnans betydelse minskar. Men kanske är det tvärtom. Ju mer av våra liv som flyttar in i skärmar, desto viktigare blir de platser där människor faktiskt möts.

Det är också mot denna bakgrund som temat för Svenska Stadskärnors årskonferens i Halmstad i år är stadskärnan som ekonomisk motor. I rapporten Stadskärnor i rörelse ser vi hur stadskärnor fortsätter att vara centrala för både lokal ekonomi, attraktivitet och livskvalitet i våra städer.

I denna forskarspaning får vi ta del av perspektiv som hjälper oss att förstå just detta spänningsfält: mellan gammalt och nytt, mellan digitalt och fysiskt, mellan det som anses värdefullt och det som riskerar att betraktas som värdelöst.

Forskningsrådets medlemmar bidrar här med viktiga reflektioner och insikter som fördjupar samtalet om stadens utveckling och ger nya impulser till vårt gemensamma arbete med att utveckla levande stadskärnor, ortscentrum och centrala platser.

Jag vill rikta ett varmt tack till Forskningsrådets medlemmar för era bidrag till årets spaning. Genom er nyfikenhet, kunskap och vilja att utmana etablerade perspektiv bidrar ni till att skapa verkligt värde – för både dagens och morgondagens stadskärnor.

Philip Sandberg
VD, Svenska Stadskärnor



STADENS VÄRDE(LÖSHET)?

FORSKNINGSRÅDETS SPANING 2026

Förord Philip Sandberg, vd Svenska Stads kärnor	2
Inledning.....	6
Från trend till spaning	7
2026 års spaning.....	7
Om Svenska Stads kärnors forskningsråd	8
Från forskarråd till forskningsråd	8
Forskningsrådets syfte	9
Att vara medlem i forskningsrådet.....	9
Rådets sammansättning och deltagare.....	10
Rådets uppgifter	10
Forskningsrådets spaningar kring – STADENS VÄRDE(LÖSHET)?.....	11

SPANINGAR

Ingen kan gissa vad Brasses finurliga svar är	12
Är det staden – eller vår syn på den – som är värdelös?.....	20
Från fotfall till stayfall – en ny värde logik för stads kärnan	28
Den värde(lösa) staden	36
Mänskliga möten, gemenskap och autentiska upplevelser kan inte digitaliseras	46
Det delade värdet: om stads kärnans potential som inkluderande rum	54
Livskvalitet och klimatfotavtryck som värdemätare för framtidens stads kärnor	62
Värde bortom pris – om levande handel och stads kärnans valbarhet.....	70
De värdelösa invandrarbutikernas värde.....	76
Stads kärnan som gör dig frisk	82
Utan riktning och mobilitetsstrategi riskerar staden att bli värdelös.....	90
Spaningarnas gemensamma nämnare	96
Forskningsrådets medlemmar	98

INLEDNING

Ett stort antal studier under de senaste decennierna har visat att en attraktiv stadskärna är en viktig förutsättning för en regional och kommunal tillväxt och attraktionskraft. Organisationen Fastighetsägarna har i flera studier över tid visat att ett levande stadskärnor lockar till sig investerare, besökare, invånare och entreprenörer. En lärdom som vuxit fram under ett stort antal år. En region och kommun behöver ett nav och en hierarki av utbud av olika verksamheter och aktiviteter. En hierarki som utgår från en mittpunkt. Men hur har vi egentligen lyckats med våra städer?

Att påstå att staden har ett värde är knappast någon överdrift. Vi lever med staden och känslan av att ha vuxit upp i den. Staden har därför många värden – ekonomiska värden såväl som sociala. Vi skulle kunna prata om stadens värden utifrån hård- och mjukvara. En del av stadens värden skapas i de "hårda" förutsättningarna, dvs byggnader, parker, gatumiljöer mm. Andra värden hänger samman med hur vi som individer attraheras av staden och dess kvaliteter. Vi vill mötas och utföra olika ärenden. Någon lär ha sagt att den europeiska staden är en del av våra gener. Vi lever med känslan av att det i en region finns en mittpunkt, ett nav, där stadens stortorg utgör regionens upplevda tyngdpunkt.

Men kanske har staden mittpunkt kommit att förskjutas över tid? Stortorget är inte längre den naturliga tyngdpunkten. De beslut om stadens fysiska expansion som präglat stadsutveckling under en längre tid har skapat och skapar nya förutsättningar. Värde förändras och för olika intressenter ges nya infallsvinklar om vad en stad är och skall vara. Men vad är rätt och vad kan sägas vara fel när det gäller beslut om stadsutveckling? Det är med denna ingång som Svenska stadskärnors forskningsråd 2026 diskuterade fram årets tema.

Sentida studier har visat att stadskärnans roll som handelsplats alltmer försvagats. De "sanningar" som var rådande bara för ett fåtal år sedan gäller knappast längre. Nya kanaler har tillkommit för konsumtion och våra beteenden har ändrats. Stadskärnan tenderar att ges andra funktioner där utbud som bygger på att besökaren "ser och syns" stärks. Framför allt gäller detta sällanköpsvaror där en minskning av stadens traditionella och kommersiella handelsutbud kompenseras av stärkta positioner för hotell, restaurang- och kafénäring. Staden blir följaktligen beroende av att det sker etablering och

lokalisering av besöksnäringar som inte alltid innebär handel. Samtidigt ger attraktiva besöksnäringar ett starkt utrymme för särskilda unika handelsenheter att verka. Enheter som normalt inte har sin plats i den nya tidens handelsplatser (köpcentrum).

Alla de aktörer som idag har intresse av stads- och regionutveckling behöver komma samman. Gamla sanningar behöver omprövas och lösningarna finns i olika (ofta flera) aktörers händer. Samtidigt är utrymmet för fria tankar delvis begränsat. Staden i stort tål inte att alltid vara en kortsiktig experimentverkstad. De lösningar vi föreslår och implementerar behöver även vara långsiktiga och hållbara.

FRÅN TREND TILL SPANING

Inför 2019 års rapport från forskningsrådet valdes en ny inriktning och benämning på den skrift som du nu håller i din hand. I stället för att, som i de tidigare utgåvorna, diskutera trender har vi nu valt att beskriva forskningsrådets medlemmars spaningar om staden, en utblick och betraktelse vad som gör staden unik och spännande. Att också söka beskriva en del av de utmaningar som vi i vår vardagliga gärning vid universitet, högskolor och institut ser staden stå inför. Varje medlem i forskningsrådet har själva valt sin spaning och de direktiv som gavs var få utöver att spaningen skall sträva efter att kännas aktuell och relevant för föreningen Svenska Stadskärnors medlemmar.

En stad är beroende av en mängd olika faktorer – människor, beslutsfattare, omvärldens utveckling, attraktionskraft, händelser osv. Listan kan göras lång. De olika spaningarna är som olika till sin karaktär – en del behandlar staden och dess förutsättning som fenomen, en andra riktning stadens funktion och en tredje hur vi tillsammans skapar förutsättningar för gemensamma utvecklingsprocesser.

2026 års spaning

Svenska stadskärnors forskningsråd träffas årligen i januari för att utbyta erfarenheter och rön kring staden och dess utveckling. I samband med 2026 års träff behandlades även, likt tidigare år, ämnet för en spaning att presentera i samband med årskonferensen. Flera för forskningsrådets medlemmar spännande infallsvinklar diskuterades. Till slut riktades våra tankar kring en infallsvinkel som vi ser som en viktig fråga – Frågan om STADENS VÄRDE.

Flera underrubriker diskuterades för att kunna strukturera deltagarnas tankar och som kändes som direkt utmanande;

- Vad har vi gjort för fel hittills? Var har forskningen haft fel?
- Vad kan vi göra bättre?
- Tänka framåt – drivande
- Vilka frågor har vi inte ställt än?
- Valår – vilka frågor är relevanta i samband med det?
- Vad är din humla?
- Har vi tröttnat på digitalisering?
- Stormarknadernas död
- Upplevelsernas död
- Temu/Shein – Butiksdöden – Varför ska jag bry mig?
- Miljözoner, politik, hållbarhet - många tänker bara på egna intressen och fokuserar oftast bara på en hållbarhetsaspekt. Ingen tittar på helheten!
- Hållbarhet – bara snack?
- Vad är stadskärnan värd?
- Vad är värdelöst?
- Värdelös – stad?
- Stadens värdelöshet
- Vad ska bort i Stadskärnan?
- Värdefullt, värdelöst – Stadskärnan

Innan vi lämnade våra diskussioner om tema enades vi om att årets spaning från Svenska stadskärnors forskningsråd går under rubriken – **STADENS VÄRDE(LÖSHET)**.

OM SVENSKA STADSKÄRNORS FORSKNINGSRÅD

Från forskarråd till forskningsråd

Nytänkande, kunskap om omvärlden och studier av samhällstrender och städernas förutsättningar är avgörande för att Svenska stadskärnors medlemmar ska kunna fatta välgrundade strategiska beslut. För att långsiktigt öka våra stadskärnors konkurrenskraft är det således mycket viktigt att det i Sverige bedrivs spännande, bred och utvecklande forskning inom området. Svenska

Stadskärnors forskningsråd gjorde under 2018 en nystart där en markering med avseende på rådets medlemmar och vardag var att byta namn från forskarråd till forskningsråd. En kanske synes liten förändring i sammanhanget men ytterst betydelsefull för att aktivera rådet inför framtida utmaningar. Under åren har detta givit att forskningsrådet presenterat flera spaningar med olika tema:

- Spaning om staden (2019)
- Tänk om ... (2020)
- Vad behövs? Fria tankar om stadens utveckling (2023)
- Våga och Vinn (2025)

Forskningsrådets deltagare har även varit engagerade i olika aktiviteter inom ramen för Svenska stadskärnors verksamhet.

Forskningsrådets syfte

Svenska stadskärnors forskningsråd är tänkt att bidra till en ökad forskning och kunskap kring ämnen relevanta för städer och då särskilt stadskärnor. Rådet ska också bidra till ökad spridning av denna forskning och kunskap.

Målet är:

- ... att utgöra ett starkt nätverk och möjliggöra och stärka förutsättningarna att erhålla forskningsmedel i samband med utlysningar.
- ... att stimulera och säkerställa att det bedrivs innovativ forskning inom områden som är viktiga för Sveriges stadskärnor.
- ... att öka den allmänna kunskapen om stadskärnornas utmaningar och förutsättningar.
- ... att över tid bygga upp en egen kunskapsbank.
- ... att positionera Svenska stadskärnor som en kunskapsdrivande organisation.
- ... att utgöra en brygga till de olika organisationer och forskningsansatser som görs inom relevanta områden.

Att vara medlem i forskningsrådet

Medverkan i Svenska stadskärnors forskningsråd bygger på förtroende och samverkan. I syfte att nå och säkerställa en god forskningsmiljö och utveckla goda förutsättningar att sprida resultat till intresserade partners, medlemmar och övriga aktörer har rådets medlemmar förväntningar om ömsesidighet. Rådets medlemmar förväntar sig att Svenska stadskärnors partnerföretag i synnerhet, medlemmar i allmänhet deltar efter samråd med öppenhet och

intresse i de för Svenska stadskärnors relevanta forskningsprojekt som bedrivs av rådets medlemmar. Detta innebär t ex tillhandahållande av data, deltagande i intervjuer, om så erfordras delaktighet i referens- eller samverkansgrupper mm. Naturligtvis innebär detta som alltid att det utvecklats ett stort mått av förtroende och ömsesidighet vad avser nyttjande av de uppgifter och resultat som forskningen ger.

Rådets sammansättning och deltagare

Rådets sammansättning utgår från en önskan om att vara en bred sammanlutning av företrädare för olika fackområden för att fånga stadsutvecklingsfrågornas mångfacetterade perspektiv. Det är i det tvärvetenskapliga mötet som framtiden formas och också där rådets medlemmar kan bidra till en ökad kunskap om framgångsrik stadsutveckling. Rådets medlemmars profil och bakgrund är inte förutbestämd, men de bör representera olika forskningsinriktningar och/eller branschintressen. Ett grundläggande krav är hög kunskapsnivå och analytisk förmåga. Vare sig kunskaperna baseras på akademiska meriter eller på erfarenheter så måste resonemang kunna föras på en hög abstraktionsnivå och varje deltagare skall kunna bidra med artiklar, undersökningar och/eller forskningsprojekt som kan knytas till rådet. Grundinställningen bland rådets medlemmar ska vara erkännande, givmildhet, tillit och samverkan.

Rådets uppgifter

Rådet har i huvudsak två centrala uppgifter.

Den första uppgiften är att stimulera och utveckla intressant forskning och studier inom områden som är relevanta för Sveriges stadskärnors medlemmar. Den andra uppgiften är att se till att kunskap och information om relevanta forskningsresultat får en ökad spridning.

Rådsmedlemmarna har stor möjlighet att själva påverka hur de bidrar till rådets gemensamma arbete, allt efter vilka möjligheter som finns.

En viktig uppgift för rådet är att utgöra en god plattform för att söka forskningsmedel. En samverkan i syfte att generera förutsättningar att genomföra gemensamma forskningsansökningar, tvärdisciplinära och med möjlighet att utgöra referensgrupp för särskilda ansökningar. Allt i syfte att öka möjligheterna att erhålla forskningsfinansiering.

FORSKNINGSRÅDETS SPANINGAR – STADENS VÄRDE(LÖSHET)?

Svenska stadskärnors forskningsråds medlemmar har olika bakgrund och forskningsområden vilket naturligt innebär olika infallsvinklar på staden, dess utveckling och vad som behövs för att en för alla inblandade god stadsutveckling skall komma till stånd. Varje spaning kan läsas var för sig som en betraktelse men har i många fall också gemensamma nämnare med övriga bidrag.

Givetvis föreligger det inte några vattentäta skott mellan de olika bidragen. Stadens utmaningar och förutsättningar breder ut sig över många områden och perspektiv och är ett komplext fenomen att beskriva och betrakta. Dessutom gäller ju i grunden devisen om att det är svårt att forska om framtiden.

De olika bidragen har heller inte redigerats utan varje spaning får ansvara för den egna texten och dess slutsatser. Likt vad som sagt inför tidigare års spaningar - håller du som läsare med är det bra, håller du inte med är det också bra. Vi behöver gemensamt utveckla lösningar för framtidens stad. Ett vidare syfte med denna skrift är att den skall kunna ligga till grund för många kommande och fördjupade diskussioner bland alla oss som brinner för staden och dess framtid. Stadens utveckling är inte låst till här och nu utan är i ständig rörelse, en process utan slut och där varje ny dag ger nya utmaningar.

De olika bidragen presenteras i någon mening tematiskt även om denna ordningsföljd inte helt kan anses given. Från övergripande reflektioner om stadens ledning till några mer fokuserade tematiska reflektioner om olika fenomen och förutsättningar i staden.

Ett råd inför läsningen kan vara att inte läsa denna skrift från pärm till pärm. Avsikten med varje bidrag är att ge perspektiv på stadens värde och utveckling, vara tankeväckande och ge uppslag till fortsatt diskussion.



INGEN KAN
GISSA VAD
BRASSES
FINURLIGA
SVAR ÄR



"Nya beteenden, skiftande efterfrågan och inte minst ny teknik bidrar till ett ständigt men ömsom större eller mindre förändringstryck på stadskärnan."

JOAKIM WERNBERG

Forskare, Ratio Fil.dr. i ekonomisk geografi och forskare vid Ratio

Vad ska bort? I barnprogrammet *Fem myror är fler än fyra elefanter* från 1970-talet ställer Brasse upp en höna, en sköldpadda, en haj och en häst och ber sina vänner gissa vad som ska bort. Svaret är hajen eftersom man inte vill klappa en haj, den är inte "klappvänlig". Självklart, eller? Brasses fråga – vad ska bort? – står i centrum för hur vi tänker på stadens och stadskärnans framtid av flera skäl.

Stadskärnan präglas av omfattande möjligheter och betydande begränsningar. Med tätheten kommer en potential för möten, utbyten och interaktioner. Samtidigt konkurrerar olika verksamheter och intressen ständigt med varandra om utrymmet som i takt med stigande täthet blir en alltmer knapp resurs. Därför är också staden och stadskärnan en av de mest reglerade delarna i vår ekonomiska geografi. I takt med teknisk utveckling och ekonomisk förändring blir det därmed gång på gång aktuellt att fråga sig "vad ska bort?". Står de regelverk som ska väga täthetens möjligheter mot dess begränsningar i balans och proportion med det som ger stadskärnans dess liv – det vill säga hur människor använder och vill använda stadskärnan? Nya beteenden, skiftande efterfrågan och inte minst ny teknik bidrar till ett ständigt men ömsom större eller mindre förändringstryck på stadskärnan.



Arkitekten William Mitchell illustrerar förändringstrycket på stadskärnan i boken "etopia" (2000) med en berättelse om en brunn i en liten ökenby:

"I kvällens svalka kom människorna till brunnen för att nästa dags vatten-ranson. De dröjde sig kvar en stund för att utbyta lite skvaller och göra affärer med varandra. Brunnen försåg dem med en begränsad och nödvändig resurs och blev samtidigt en social samlingspunkt som höll samman byn. Sedan började vattnet transporteras i rör. Vem kunde förneka den praktiska nyttan? Det var mycket bekvämare och barnen slapp smittas av kolera. [...] Och människorna slutade samlas vid brunnen, eftersom de kunde få vatten när de ville. Som samlingsplats hade brunnen förlorat sin uråldriga funktion. Folk uppfann nya, mer ändamålsenliga samlingsplatser – piazzor, marknader och caféer."

Gång på gång utmanas stadskärnan, i närtid av stora köpcenter utanför staden och av e-handeln. Gång på gång är svaret faktiskt att stadskärnan ska bort, i sin nuvarande form. Ett sätt att förstå och förhålla sig till den är pågående strukturuomvandlingen eller metamorfosen är att beskriva den i termer av transaktionskostnader.

Ekonomen Ronald Coase ställer sig i en artikel från 1937 frågan "varför finns företag?". Ekonomer har hittills i stor utsträckning tagit företagens närvaro för given och studerat marknader, men Coase sätter fingret på något viktigt: **om marknader nu är ett effektivt sätt att bedriva handel och utbyta resurser, varför samlas då vissa verksamheter inom företag och isoleras därmed från den omgivande marknaden? Varför kan inte alla människor bara handla med varandra som individer på en öppen marknad?** Han besvarar frågan genom att introducera vad han kallar transaktionskostnader – den ansträngning och de resurser bortom pengar som krävs för att en transaktion ska bli av.

Coase, som senare får ekonomipriset till Alfred Nobels minne för den här teorin, menar att företagets blotta existens vittnar om att det finns vissa transaktionskostnader som kan sänkas genom att transaktionen internaliseras i ett företag istället för att utföras på marknaden. Med andra ord är det smidigare att bilda ett företag som producerar vissa saker internt och sedan handlar med dessa på en marknad.

En följd av Coase teori om transaktionskostnader är att företag förändras över tid. Till exempel påverkar teknisk utveckling, konkurrens och förändrad efterfrågan hur stora olika transaktionskostnader blir, vilket i sin tur bidrar till att förklara varför företag över tid internaliserar eller outsourcar olika delar av sin verksamhet även om de hela tiden producerar samma sak.

På liknande vis påverkas faktiskt stadskärnans förutsättningar av transaktionskostnader som formas av teknisk utveckling och ekonomisk förändring. Ett stort köpcenter som utformats för att samla butikskedjor och restauranger på bekvämt avstånd från varandra kan sänka – och tycks i praktiken ha sänkt – människors transaktionskostnader för att shoppa tillräckligt mycket för att de ofta ska välja köpcentret före stadskärnan. E-handel kan och har sänkt människors transaktionskostnader inte minst för sådant man redan vet att man vill köpa och inte behöver prova. Så, vad ska bort? Köpcenter och e-handel, eller stadskärnan?

Svaret bör vara stadskärnan, i sin nuvarande form. Om man menar att köpcentrum och e-handel förstör stadskärnan gör man, vill jag mena, två misstag. Det första är att utgå från att stadskärnans framtid hänger på att människor frivilligt tar på sig eller påtvingas högre transaktionskostnader än vad som är nödvändigt. Det andra misstaget är att betrakta stadskärnan som

ett mål istället för ett medel. Som mål för åtminstone vissa typer av handel är stadskärnan på väg att konkurreras ut och dö, men som medel för att samla människor finns den kvar. Den handel som shoppingcentrum och e-handel i allt högre grad tar över kan likställas med brunnens funktion att förse byborna med vatten i Mitchells anekdot. Trots att de inte behövde gå till brunnen fanns det fortfarande behov av sociala samlingsplatser.

Men om stadskärnan är svaret på vad som ska bort, måste vi sedan fråga oss vad som ska komma i den gamla stadskärnans ställe. Det för oss till ett andra sätt på vilket Brasses lek "Vad ska bort?" är central för stadskärnans framtid. I barnprogrammet lyckades Brasses vänner aldrig svara rätt på frågan om vad som ska bort. Eller, som Brasse skulle ha uttryckt det: rätt svarade de ju på sätt och vis, men inte lika finurligt som Brasses eget svar.

Det som utmärker staden är att den i hög grad, mycket högre än ett köpcentrum eller e-handelsplattform, är att den formas av enskilda människor och aktiviteter som samordnas på en gemensam plats (bottom up). Det här ger en samtidighet som innebär att boende, arbete och turism samlas på samma plats för att handla, gå på restaurang eller bara umgås. En av stadskärnans komparativa och strategiska fördelar är just att den samlar många olika typer av människor och aktiviteter på en plats.





Att sitta i en food court på ett köpcentrum är, vill jag påstå, en distinkt annan upplevelse än att sitta på ett levande torg och omges av människor på väg till och från jobbet, boende som ska handla mat eller turister som oroligt följer en guide med en vimpel som fladdrar i vinden. Att köpa något på nätet är snabbt och smidigt, men ersätter bara köpet och inte känslan av att strosa på stan. Precis den brokighet, stökighet och oordning som planerats bort för att göra köpcentret och e-handeln tillgänglig är också det som utmärker stadskärnan. Men en omedelbar följd av det är också att stadskärnans framtid inte står att finna i tioårsprognoser och central planering allena.

För att få den brokighet och stökighet som utmärker många attraktiva stadsmiljöer krävs oordning, eller snarare överlappet mellan många samtidiga ordningar som uppstår till följd av hur många olika intressen använder platsen samtidigt och allra helst på olika vis under dygnets olika timmar.

Hur mycket vi än värnar stadskärnans framtid kan vi inte planera den med särskilt hög detaljrikedom. Det krävs experiment, anpassningsförmåga och framförallt människor och företag som *vill* experimentera för att ge stadskärnan sitt nästa liv och en varaktig puls. Många stadsplanerare och kommunledningar har försökt besvara frågan om vad som ska ersätta handeln i stadskärnan och svaret har ofta blivit restauranger, caféer, vinbarer och upplevelser. Problemet är att man då utgår från en mall som utformats för hur handel tar plats i staden och så försöker vi pressa in restauranger och caféer överallt i de tomrum där det brukade ligga butiker. Det är, med Brasses

ord, inte ett särskilt finurligt svar. Brasses finurlighet i barnprogrammet är lika oförutsägbart som utfallet av många människors samtidiga experimenterande och användande av stadskärnan för sådant de tycker om. Hajar är förvisso inte klappvänliga, men vem hade i ärlighetens namn gissat på den förklaringen ens om man trodde att det var hajen som skulle bort?

Behövs det då inga regler för att balansera täthetens fördelar mot de begränsningar som följer med bristen på utrymme? Jo. Men det behövs regler som ser till stadskärnan som medel, snarare än som mål eller utfall. Vad ska då bort? Kanske regler i detaljplanen eller bygglovskrav som begränsar hur lokaler på bottenvåningen används? Kanske regler som begränsar uteserveringar eller inskränker tillstånd för olika typer av verksamheter? Kanske de regler som särskiljer nya transportmedel som elsparkcyklar från etablerade motsvarigheter som cyklar och elcyklar? Framförallt behövs experiment för att vi successivt ska kunna lära oss hur stadskärnans nästa liv ser ut och därefter utforma en regelbok anpassad för det. Istället för att från centralt håll gissa på förhand och prognostisera behöver man göra det enklare för många människor att agera på det förändringstryck som just nu i värsta fall leder till butiksdöd och tystnande stadskärnor.

Ett svar vi *kan* ge på Brasses fråga är att gamla idéer och föreställningar om stadskärnan ska bort, så att nya finurliga idéer kan komma in.

JOAKIM WERNBERG

Fil.dr. i ekonomisk geografi och forskare vid Ratio
joakim.wernberg@ratio.se

VIDARE LÄSNING:

E-topia, av William Mitchell (2000). Svensk översättning Ingemar Svantesson, utgiven av Brain Books, Jönköping.

The well-tempered city: what modern science, ancient civilizations, and human nature teach us about the future of urban life, av Jonathan Rose (2016), Utgiven av HarperCollins, New York.

The Inherent Complexity of Agglomeration: Essays on the self-organization of urban economies, av Joakim Wernberg (2017). Doktorsavhandling, utgiven av Lunds universitet. Tillgänglig här: https://lucris.lub.lu.se/ws/portalfiles/portal/31957244/The_Inherent_Complexity_of_Agglomeration_JW.pdf

The nature of the firm, av Ronald Coase (1937). Tillgänglig här: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1468-0335.1937.tb00002.x>



Är det staden – eller vår syn på den – som är värdelös?

*Om tomma lokaler,
förändrade stadskärnor
och vad vi egentligen
menar med värde*



"Det som tidigare sågs som centralt och attraktivt kan snabbt framstå som mindre relevant i den nya stadsstrukturen."

OANA MIHAESCU

Fil Dr i urban och regional utveckling och planering, forskare Handels forskningsinstitut

Tomma lokaler i stadskärnan uppfattas ofta som ett tydligt tecken på att något har gått fel. När skyltfönster täcks över och lokaler står mörka kväll efter kväll uppstår snabbt en berättelse om en stad i nedgång. Den ses som ett tecken på att staden förlorar sitt värde. Men kan det vara så att vi har fel? Kan det i stället vara vår bild av vad som skapar värde i staden som håller på att bli föråldrad? Att det inte är stadens värde som försvinner – utan vår förmåga att se det? Och att det kanske är just därför vi inte ser vad staden faktiskt håller på att bli – eftersom vi fortfarande letar efter vad den en gång var?

Men ska vi på allvar förstå tomheten i staden behöver vi stanna upp och se bortom de snabba förklaringarna. Varför uppstår vakanser egentligen? Vad gör de med staden? Och kanske viktigast: vad gör vi med dem? Är de bara ett tecken på förlust, eller en möjlighet till något nytt?



Varför har vi tomma lokaler? Förklaringen är sällan enkel. Under lång tid var detaljhandeln stadskärnans självklara motor. Butikerna drog människor till centrum och skapade de flöden som många andra verksamheter levde av. Men i takt med att e-handeln har vuxit och konsumenters beteenden förändrats har handelns roll i stadskärnan



också skiftat. En del inköp görs i dag någon annanstans – ofta på nätet – och alla butikslokaler som tidigare fyllde en funktion behövs inte längre på samma sätt.

Det kan också handla om nya rörelsemönster i staden. Stadskärnans ekonomi är i hög grad beroende av människors flöden – hur många som passerar, hur länge de stannar och vad de faktiskt gör där. Under lång tid var dessa flöden relativt stabila. Arbetsplatser, handel och kollektivtrafik koncentrerades till centrum och skapade en naturlig ström av människor genom stadskärnan. Men i takt med att städer växer och omformas förändras också dessa rörelsemönster. Arbetsplatser sprids över större delar av staden, och fler människor arbetar delar av veckan hemifrån. När flödena förändras påverkas också vilka lägen som fungerar för handel och service – och vissa lokaler kan plötsligt tappa sin självklara roll. Det som tidigare sågs som centralt och attraktivt kan snabbt framstå som mindre relevant i den nya stadsstrukturen.

Samtidigt spelar också lokalers prissättning och förvaltning en avgörande roll. Fastighetsägare behöver naturligtvis skapa avkastning på sina investeringar, och hyresnivåer sätts ofta utifrån vad marknaden tidigare har kunnat bära. Men när efterfrågan förändras kan det uppstå ett glapp mellan den hyra som efterfrågas och den hyra som verksamheter faktiskt är villiga att betala. I sådana situationer kan lokaler bli stående tomma under längre perioder.

Ur ett enskilt fastighetsperspektiv kan det vara rationellt att vänta på rätt hyresgäst. Ur ett stadsperspektiv kan det däremot få konsekvenser, eftersom flera tomma lokaler på samma gata snabbt påverkar hur platsen upplevs och används. Det som är rationellt för fastighetsägaren kan samtidigt bidra till att försvaga stadslivet i stort.

Apropå hyror. Det vi ser i forskningen är att ökade hyror påverkar de mindre – och ofta mer unika – butikerna mest, medan större kedjebutiker ofta klarar sig bättre. Det brukar beskrivas som kommersiell gentrifiering – en utveckling där mer kapitalstarka aktörer successivt ersätter mindre, ofta lokalt förankrade verksamheter. Men vilka är det mer som försvinner? Sällanköpshandeln minskar, vilket knappast är någon överraskning, eftersom många av dessa inköp i dag görs på nätet. Handeln i stort trängs tillbaka, medan restauranger, caféer och olika typer av serviceverksamheter flyttar in. Stadskärnan förändras därmed inte bara i vilka aktörer som finns, utan också i vilka funktioner den rymmer. Det innebär också att det ställs nya – och ofta högre – krav på vilka verksamheter som anses "bära" ett läge, och därmed vilka som faktiskt får plats i stadskärnan.

Gentrifiering uppstår ofta som en oönskad konsekvens av andra beslut. Även när intentionerna är goda – att göra en plats mer levande, trygg och attraktiv – gynnar de beslut som fattas inte nödvändigtvis alla aktörer på en plats. Ta gågator som exempel. De används ofta som ett verktyg för att stärka stadslivet och öka vistelsekvaliteten. När biltrafik ersätts av människor förändras platsens karaktär: den blir mer tillgänglig, mer inbjudande och i många fall mer kommersiellt attraktiv. Men just denna ökade attraktivitet kan också få konsekvenser. När efterfrågan på lägen stiger följer ofta högre hyror – och därmed förändras vilka verksamheter som har möjlighet att vara kvar. På så sätt kan en åtgärd som syftar till att stärka stadens liv samtidigt bidra till att vissa aktörer trängs undan. Det som skapar värde för några kan samtidigt innebära att andra tappat sin plats i staden.

Andra beslut och regleringar som har goda intentioner från början kan också bidra till oönskade bieffekter. Till exempel miljözoner, som används som verktyg för att förbättra luftkvaliteten i städer genom att begränsa vilka fordon som får köra i vissa områden. De syftar till att minska utsläpp och skapa en bättre stadsmiljö – något som i sig är svårt att invända mot. Men även här

uppstår en målkonflikt. Forskning visar att sådana regleringar kan medföra betydande ekonomiska kostnader för företag inom handel, besöksnäring och service. Om de införs utan tillräcklig hänsyn till verksamheternas förutsättningar kan det bli svårt att anpassa sig – till exempel genom investeringar i nya fordon eller förändrade logistiklösningar. När kostnaderna ökar och osäkerheten blir stor kan vissa verksamheter välja att lämna platsen. Precis som i fallet med hyror och gågator kan en åtgärd som syftar till att förbättra staden därmed få konsekvenser för vilka aktörer som faktiskt har möjlighet att vara kvar. Det innebär att olika mål ibland drar åt olika håll, med konsekvenser för vilka verksamheter som har möjlighet att finnas kvar.

Det är alltså inte bara marknaden som skapar vakanser – utan också hur vi väljer att planera, prissätta och värdera stadens innehåll. Är det då vårt sätt att tänka som bidrar till och underhåller tomheten? Är det en självuppfyllande profetia, när vi tolkar tomma lokaler som ett misslyckande?

DET ÄR VI SOM SKAPAR DEN VÄRDELÖSA STADEN.

Konsekvenserna? Vakanser påverkar i hög grad stadens estetik och upplevelsevärden. En tom lokal är sällan neutral – den signalerar frånvaro, passivitet och ibland förfall. När skyltfönster täcks över och ljusen släcks bryts gatans rytmen. Det som tidigare var en levande fasad blir en stängd yta, och i takt med att flera lokaler står tomma förändras hela stråkets karaktär. Stadens finmaskiga



väv av intryck – ljus, rörelse, aktivitet – glesas ut, och platsen kan upplevas som mindre inbjudande och levande. Det påverkar inte bara hur platsen ser ut, utan också hur den uppfattas – och i förlängningen vilket värde vi tillskriver den.

Vakanser kan följaktligen också påverka tryggheten i stadsmiljön. Inom forskningen talar man ibland om att synliga tecken på förfall, såsom vakanser, kan signalera att en plats saknar omsorg. När sådana signaler upprepas kan platser börja uppfattas som miljöer där normer luckras upp och där brott kan ske utan att någon reagerar. Detta kan i sin tur påverka människors upplevelse av trygghet och bidra till att problemen fördjupas. Flöden minskar, vistelsen blir kortare och det sociala livet tunnas ut. Utbud och efterfrågan – både från företag som vill lokalisera sig dit och från människor som vill vistas i dessa områden – påverkas. Vakanser kopplas ofta till minskad handel, minskad närvaro av människor och en stadskärna som gradvis tappar sin funktion. I förlängningen påverkar det också investeringsviljan, när osäkerheten kring platsens framtida utveckling ökar.

Lösningen? Ofta handlar det om hur vi väljer att se på ett problem – om vi närmar oss det med en negativ inställning eller med ett öppet sinne. Den negativa synen på tomma lokaler återkommer – i medier och i samtal med centrumutvecklare, fastighetsägare och kommuner. Det är lätt att fastna i ett sådant perspektiv, och då riskerar vi att förbise vad som håller på att växa fram. Men det behöver inte vara så. Tomma lokaler kan i stället ses som utrymmen för förändring. Det förutsätter dock att tomhet inte betraktas som ett misslyckande, utan som ett tillstånd – ett uttryck för att stadens funktioner förändras och att stadens värde omförhandlas.

Det handlar alltså om något mer grundläggande: att stadskärnans roll håller på att förändras och att vi måste öppna våra sinnen för det. Under lång tid var centrum framför allt en plats för handel. Butikerna var den främsta anledningen till att människor rörde sig dit, och många andra funktioner – restauranger, service och kultur – växte fram i deras spår. I dag ser det annorlunda ut i många städer. Handel är fortfarande viktig, men den är inte längre ensam om att definiera stadskärnan. I stället förväntas centrum rymma en bredare palett av funktioner: utbildning, kultur, service och olika typer av mötesplatser. När sådana skiften sker uppstår nästan alltid en period av omställning, där vissa lokaler står tomma innan nya verksamheter hittar sin plats.

Många städer runt om i världen visar exempel på att vakanta lokaler kan vara startpunkten för något nytt, innovativt, kreativt och värdefullt. Ett nytt värde. Städer som har tagit fasta på detta har ofta lyckats väl. *I Cincinnati, USA, har kulturverksamheter fått ta över tomma lokaler för att skapa liv i gaturummen. I Haag planeras delar av ett tidigare köpcentrum att omvandlas till universitetslokaler när flera utbildningsinstitutioner flyttar in mitt i stadens centrum.* Det innebär att stora ytor som tidigare var beroende av detaljhandel kan få ett nytt stadsliv genom studenter, undervisning och vardagsrörelser. I Leiden omvandlas ett gammalt köpcentrum till hotell. På andra platser har lokaler i stället blivit informella mötesplatser – miljöer där unga kan hänga, spela spel, läsa eller bara vara. Dessa erfarenheter visar att en mer flexibel syn på hur lokaler används kan skapa nya möjligheter. När vakanta lokaler öppnas upp för andra funktioner – kultur, utbildning eller innovativa verksamheter – kan de bidra till nya flöden och nytt liv i stadskärnan.

Vakansen säger därför mer om förändring än om misslyckande. Stadskärnan är ett känsligt system där handel, arbete, service och kultur hänger tätt samman. När konsumtionsmönster förändras, e-handeln växer och arbetslivet blir mer flexibelt förändras också stadens flöden. Det har blivit särskilt tydligt under handelns omställning och i spåren av pandemin. Lokaler som en gång var självklara för handel fyller inte längre samma funktion. Vakansen blir synlig – men den är i grunden ett uttryck för en omställning som redan pågår.

Kanske är det därför mer konstruktivt att se vakansen som en fråga snarare än ett problem. Den tomma lokalen är inte stadens fiende – utan ett tecken på att stadskärnan håller på att hitta sin nästa roll.

Men då krävs mod. Mod att gå utanför det invanda. Mod att tänka nytt. Mod att inte bara fråga sig hur många lokaler som står tomma – utan också om vi är beredda att ompröva vad vi menar med värde i staden. För det är först då vi kan sluta se tomheten som ett bevis på stadens värdelöshet – och börja se den som en del av dess omställning.

OANA MIHAESCU

Fil Dr i urban och regional utveckling och planering,
forskare Handelns forskningsinstitut
oana.mihaescu@hfi.se



FRÅN FOOTFALL TILL STAYFALL

– en ny värde-logik
för stadskärnan



*"Det handlar om vad vi
som samhälle anser att den
gemensamma staden ska
vara till för."*

MALIN SUNDSTRÖM
Professor Högskolan Väst/
docent Lunds universitet

Under mer än ett sekel utgjorde relationen mellan detaljhandel och urbana flöden en av stadslivets grundläggande självklarheter. Många i min ålder har säkert fått lära sig att handel genererade rörelse, rörelse skapade möten och mötena var i sin tur det kitt som höll staden levande. Handeln var med andra ord inte enbart en ekonomisk funktion, den var stadens rytm, dess drivkraft och dess sociala infrastruktur. I dag befinner vi oss vid ett historiskt brott med denna logik. Handeln är inte längre platsberoende på samma sätt, men staden är fortfarande beroende av aktiviteter som skapar liv och närvaro. Stadskärnans kris bör därför förstås som något mer grundläggande än butiksöd eller förlorade marknadsandelar till e-handeln. Det handlar om en värdeologisk kris, en situation där de mekanismer som tidigare skapade urbant värde har förlorat sin funktion. Det vill säga, nästan. För svaret beror i hög grad på vilken stadskärna vi talar om.



I *globala metropoler* skapas fortfarande värde i stadskärnorna genom inflöde av människor. Turister och tillfälliga besökare i till exempel Bangkok, New York och London driver konsumtion och upplevelse. Handeln som invånarna själva står för kan försvagas utan att stadens liv upphör, eftersom efterfrågan kontinuerligt importeras. Utmaningen här är inte överlevnad utan differentiering av till exempel handelserbjudanden. Metropolerna måste paketera sina erbjudanden i konkurrens med andra metropoler. De måste iscensätta sina handelserbjudanden som destinationer, inte bara distributionspunkter. Flaggskeppsbutiker, konceptuella handelsmiljöer, gastronomiska kluster och ikoniska stadsrum blir en del av stadens globala varumärkesarkitektur.

I *storstädernas stadskärnor* som exempelvis Stockholm, Köpenhamn, Wien och Hamburg möts vardag och besök. Här bär handeln fortfarande en social funktion, men de naturliga vardagsflödena har börjat försvagas. Framtiden avgörs av förmågan att omforma värdeologiken. Inte genom att återställa det som var, utan genom att skapa något nytt. I *lokala stadskärnor* utan stark besöksstradition som exempelvis Skövde, Uddevalla och Jönköping, är frågan mer existentiell. När mycket av vardagskonsumtionen kan ske online försvinner det naturliga skälet att gå till centrum. Här kan en förlorad butik vara mer än en förlorad affär. Den kan vara en förlorad del av stadens sociala infrastruktur.

Till detta kommer en ofta förbisedd dimension: stads kärnkultur. I vissa städer är centrum en självklar social scen. I andra är den redan marginaliserad. Där kulturen är stark kan värdet transformeras. Där den är svag måste värdet först återuppträffas.

Detta leder till den verkliga brytpunkten. Den djupaste förändringen är inte e-handeln i sig. Det är att vardagens konsumtion har blivit friktionsfri, eller som många menar: de digitala alternativen är bekväma! När friktionen inte finns där försvinner rutinen att gå till staden, de spontana mötena och de naturliga flöden som under lång tid verkligen bar stadslivet. Sambandet mellan detaljhandel och stad har inte upphört, men det börjar sakta försvinna och vi måste försona oss med tanken att handel inte längre automatiskt genererar stadsliv.

Vad är värdelöst i stadskärnan?

Kvadratmeter utan mening är värdelösa. En lokal fylld med verksamhet som inte ger människor ett skäl att vara där är i praktiken bara logistik. Det är också värdelöst att tro att samma lösning fungerar överallt. Att kopiera storstadens upplevelsekoncept till en mindre stad skapar sällan liv. Det skapar tomma kulisser. Universella recept har blivit en del av problemet. Föreställningen att det är digitaliseringen som är fienden är också värdelös. Det är inte digitalisering och e-handel som förstört stadskärnor. Den har däremot blottlagt att stadens värde aldrig låg i distributionen av varor, utan i något djupare. När varorna blev tillgängliga överallt, blev det tydligt vad staden egentligen måste erbjuda och vad som är riktigt värdefullt. Attraktionskraft med hjälp av friktion och stayfall!

Vad är värdefullt i stadskärnan?

Friktion är sådant som tar tid, som inte är optimerat och som inte kan automatiseras. Friktion handlar om social energi och närvaro. Att något händer här och nu, i en fysisk gemenskap. Oplanerade möten, urban rytm och känslan av att vara en del av något levande kan inte digitaliseras bort.



Förr gick man på stan av vana och då planerade vi dessa centrum som transportsträckor där konsumenterna ofta föredrog platser där ärendena kunde göras snabbt och effektivt. Nu går man till stan om något lockar och då måste vi bygga stadskärnor som magnetfält eller som "sockerbitar". Stadens framtid avgörs inte av hur snabbt vi kan röra oss igenom den, utan av hur ofta och hur länge vi väljer att bli kvar. Under lång tid har stadens hälsa mätts i footfall. Antalet fötter som passerar en given punkt eftersom människor är tvungna att vara där. I dag är foten fri och därför är stadskärnors attraktionskraft och stayfall något vi måste arbeta med.

Attraktionskraft med hjälp av stayfall uppstår inte av sig själva.

Jag tror att stayfall skapas när stadskärnan erbjuder något som inte kan laddas ner. När det finns lekfulla aktiviteter som drar in människor i rörelse och skrott. En klättervägg vid torget. En tillfällig arena för bollsport, en vatteninstallation som barn springer igenom en varm dag. Ett talande sagotråd eller en ljusvandring i parken. Stayfall kan också skapas genom lärande aktiviteter som tillfälliga utställningar, publika samtalsarenor, eller platser där man får vara nyfiken, inte bara konsument. Stayfall skapas även genom sådant som är rykande nytt. Pop-up-aktiviteter som förändrar rummets rytm, oväntade samarbeten mellan kultur och näringsliv. Tillfälliga scener och kvällsöppna ateljéer som bryter vardagens mönster. Men stayfall skapas också genom sådant som alltid varit tidlöst: bad, natur, rörelse eller ett löparstråk som passerar genom torget. Människor har i alla tider dragits till vatten, eld, rörelse och gemenskap. Den stad som förstår det bygger habitat. Attraktionskraft handlar därför inte om att konkurrera med e-handeln. Den handlar om att erbjuda det som digitaliseringen aldrig kan ersätta: kroppslig närvaro, gemensam upplevelse och delad tid.

Så vad är egentligen frågan?

Det är frestande att formulera stadskärnors utmaning som ett problem att lösa. Men kanske är det mer fruktbart att se det som en omformulering av frågan själv. I decennier ställde vi



frågan: hur får vi fler människor att passera genom staden? I dag måste vi ställa en annan fråga: hur bygger vi en stad som människor aktivt väljer, återvänder till och saknar när de är borta?

Det handlar om vad vi som samhälle anser att den gemensamma staden ska vara till för. En plats för effektiv distribution, eller en plats för det som inte kan effektiviseras: mötet, närvaron, det delade ögonblicket. Stadskärnor som lyckas i det nya landskapet kommer inte att göra det genom att efterlikna e-handels bekvämlighet eller kopiera varandras upplevelseformat. De kommer att göra det genom att vara genuint sig själva, förankrade i sin platskultur, nyfikna på sina invånare och modiga nog att prioritera stayfall framför genomströmning.

Footfall mätte hur många som var tvungna att gå förbi. Stayfall mäter något annat och svårare: hur många som faktiskt ville stanna. Det är den måttstocken stadskärnor nu måste använda och bygga efter.

MALIN SUNDSTRÖM

Professor Höskolan Väst/docent Lunds universitet

malin.sundstrom@hv.se och malin.sundstrom@ses.lu.se



DEN VÄRDE(LÖSA) STADEN



"Stadens utveckling är hela tiden fortgående och projekt avlöser varandra och varje projekt har en inverkan på den framtida stadens utveckling."

MARTIN ÖBERG
*Fil Dr företagsekonomi,
Universitetslektor Handelshögskolan
vid Göteborgs universitet*

Begreppet "värde" i sig är intressant och något som engagerat många forskare och skribenter som till exempel vad gäller ekonomiska kalkyler (Callon&Muniesa, 2005), Steffner "Värdering av stadsmiljöer" (2009) till mer sentida otaliga rapporter och insatser kring stadens ekonomiska och sociala värde. Warren Buffet lär ha myntat citatet att "Pris är vad vi betalar – Värde är vad vi upplever att vi får". Just upplevelsen av värde blir ju då personligt och skiljer oss åt. Vi har olika uppfattningar om vad staden och dess kärna betyder för oss. Det blir en fråga om perspektiv och drivkrafter där enskilda personer, organisationer, politikergrupper med flera ibland ställs mot varandra när staden och dess utveckling kommer till diskussion. Även när det gäller att söka att förklara och förstå hur vi med våra städer hamnat i det läge där vi är kan skilja uppfattningarna åt. För egen del har jag sedan en tid tillbaka sökt undvika att använda ordet "borde" då för mig detta är något som endast kommer att bli en efterkonstruktion. I stället blir diskussionen "vad skulle gjorts annorlunda" i situationer och i samband med beslut. Att värdera innebär även att utvärdera ett händelseförlopp som kan ses som en process. Stadens utveckling är hela tiden fortgående och projekt avlöser varandra och varje projekt har en inverkan på den framtida stadens utveckling. Så frågan är inte om vi under de senaste decennierna i våra kommuner borde förhindrat utvecklingen med externa handelsplatser utan vad skulle vi gjort annorlunda i syfte att se en utvecklad stads- och regional struktur för besöksdrivande och besöksberoende verksamheter. Staden är ett kluster som attraherar

besök men sedan ett drygt decennium har vi tvingats att inse att stads kärnan inte längre med nödvändighet är den plats där försäljning av varor är huvudaktiviteten. Stads kärnan har kommit att utvecklas till den plats där vi som besökare "ses och ser".

Staden som företeelser engagerar många oavsett profession och det kan vara av stor vikt att tydliggöra vems värdeperspektiv som framkommer i de olika diskussionerna.

Malcolm J Proudfoot visade redan 1937 i samband med studier av flera amerikanska städer förekomsten och behovet av en tydlig hierarkisk ordning när det gäller regional utveckling och framgång. Proudfoot beskrev i sin artikel fyra nivåer av stadens utbudshierarki vilka idag kan översättas och kompletteras med en femte för att på ett tydligare sätt beskriva hur vi bör/kan se regioner och stads kärnors roll i dessa.

Den första och prioriterade nivån i denna hierarki är stads kärnan, navet i en region där besökare och boende samlas för olika aktiviteter.

Den andra nivån utgörs av större handelsområden i vad som kan kallas för "the metropolitan shadow", dvs ett nära omland till stads kärnan. I denna nivå finner vi aktiviteter vilka av till exempel volymiskäl, transportberoende mm inte är lämpliga att placera i en tät stads kärna.

En tredje nivå är kommuncentrum i vilka vi finner kommunal service. Gäller främst regioner med en tydlig större kommun och flera kranskommuner.

I en fjärde hierarkisk ordning finner vi lokala mindre till sin storlek handelsplatser – inte sällan presenterade under 1950- till 1970-talet i samband med bostadsutvecklingen i våra städer och kommuner. I dessa platser finner lokalanpassade utbud av varor och tjänster.

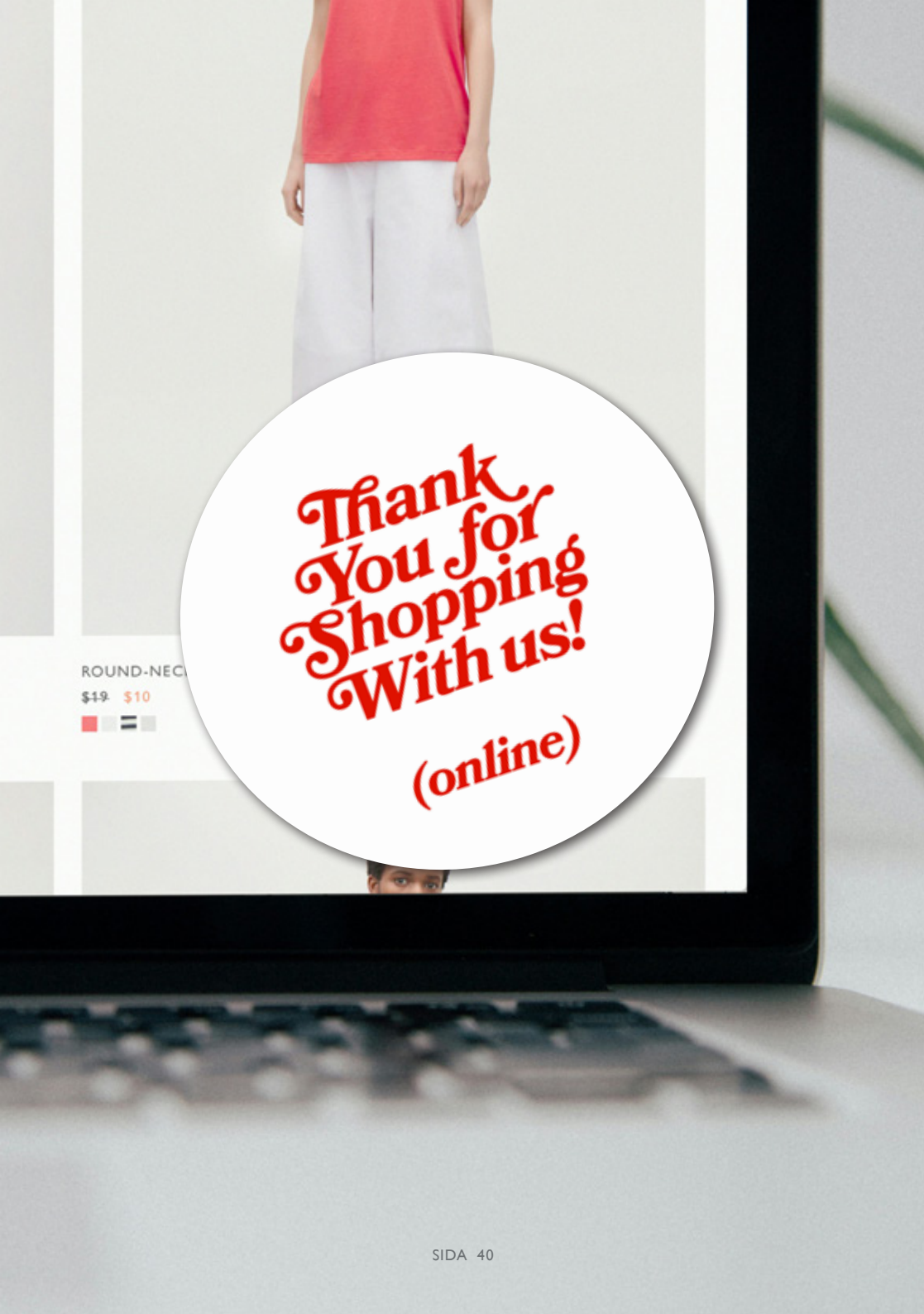
En slutlig nivå behandlar i för staden/regionen isolerade platser där verksamheter startar och drivs, till exempel en golfbutik i anslutning till en golfbana,



en båtutrustningsbutik i anslutning till en marina osv. Verksamheter som kan startas, utvecklas och växa för att i senare skede flytta upp hierarkin kanske till en etablering i stads kärnan.

Det finns en risk att vi har förlorat kraften och dynamiken i denna hierarkiska ordning över de senaste decennierna. Inom stadsutveckling har vi "tillåtit" verksamheter som egentligen har sin plats i stads kärnan och flytta ut till storskaliga handelsplatser och köpcentrum. Hyresförmåga och tillgänglighetsaspekter har medfört att stads kärnans förutsättningar har förändrats. Givetvis handlar detta än en gång om perspektiv. En detaljhandelsverksamhet ser till sitt eget bästa och ekonomiska förutsättningar där kostnader, fysiska förutsättningar och marknads styrka ges prioritering. Fastighetsägare har sina prioriteringar för fastigheter som ligger där de ligger. För en stadsutvecklare med stads kärnan för ögonen är detta en utmaning. Olika studier för svenska kommuner och orter under perioden 1985 till 2015 visar med viss tydlighet att i mindre kommuner (under 25 000 invånare) så är stads kärnan särskilt känslig för beslut som innebär att det etableras en större detaljhandelsverksamhet i ett externt läge (ofta nära en trafikled genom kommunen). Särskilt känsligt är det när det gäller dagligvaror vilka en stark motor och besöks-





**Thank
You for
Shopping
With us!**
(online)

drivande verksamhet som gör att andra beroende butiker och serviceenheter kan verka och frodas. För större städer/orter kan förlusten av detaljhandelsutbud i förekommande fall kompenseras av alternativa verksamheter som till exempel idrottsarenor, kultur och nöje.

Det är ju nu enkelt att kritiskt granska vad vi borde ha gjort. Knappast en konstruktiv eller framtåtriktad diskussion. Vad vi kan fundera över vad vi skulle med lärdom ta med oss för framtiden och göra annorlunda i de fall detta är möjligt.

Låt oss starta med att se de senaste årens händelser utifrån vad vi i vårt arbete med att utveckla staden skulle ha kunnat påverka eller ej och vad detta kunde kan ha inneburit.

Vad har varit opåverkbart med ändrade förutsättningar under de senaste åren?

Pandemin 2020 och de senaste årens utveckling i omvärlden har skapat förändrade förutsättningar på många områden. Pandemin innebar att E-handeln närmast exploderade i omfattning under åren 2020–2022 när vi var förhindrade att besöka handelsplatser, arbetsplatser och serviceinrättningar. Idag omfattar e-handeln i Sverige (Postnord 2026) ca 140 miljarder Skr. En ökning från ca 84 miljarder Skr 2020. En lek med siffror skulle innebära att om denna försäljning i stället skulle göras i traditionell fysisk butiksverksamhet så motsvarar det grovt ca 5 miljoner kvadratmeter fysisk butiksytta. E-handeln fördelas dessutom ojämnt vilket innebär att konfektion och hemelektronik är särskilt utsatta branscher. Konfektionsindustrin har varit en drivande verksamhet med starka utbud i våra städer och idag kan vi notera effekterna av denna konkurrens från e-handeln.

Givetvis påverkas också våra städer och dess innehåll av den oro som idag råder i vår omvärld och som på kort tid kan förändra förutsättningar för stad och land. Effekter av tullar och väpnade konflikter är svårbedömda men kommer sannolikt att påverka staden och dess aktörer. När det gäller dessa frågeställningar kan Eisenhowers devis sägas gälla – "Planer är ingenting – Planering är allt". Vi behöver vara beredda och flexibla när det gäller de, inte sällan, snabba omvärldsförändringar som sker. Planers förutsättningar förändras men det gäller att se hur vi snabbt och effektivt tillsammans skall kunna möta dem.



Vad skulle vi kunna påverka i syfte att ge våra städer andra förutsättningar?

Tillgänglighet till våra städer och platser är förutsättningar möjliga att förhålla oss till. Det finns en tendens att planera *mot men inte för* när det gäller tillgänglighet. Tillgänglighet är ett brett begrepp som måste hantera såväl besökare till staden, tillgängligheten till verksamheter i form av fysisk utformning av stadsrum och lokaler men också godsleveranser. Det sistnämnda något som tenderar att försvinna i stadsutvecklingsplaneringen när fokus hamnar på stadsmiljö mellan hus och parkeringsplatser. På något sätt ses gods och leveranser som givna vilket de absolut inte är. Godsleveranser är tidskänsliga och tar plats samtidigt som de involverar många aktörer för att ett fungerande pussel skall kunna läggas och stadens aktörer skall kunna fungera. En stad utan nödvändiga leveranser av gods, människor och serviceaktiviteter fungerar inte.

Vinst och marginaler. Genom uppkomsten av e-handel och nya marknadskanaler så har också de ekonomiska förutsättningarna för stadens utbud kommit att förändras. Det finns flertal infallsvinklar på detta. Detaljhandels tanke om att erbjuda "rea på rea på rea" är en närmast obegriplig strategi där "black Friday/black week mm" till sin natur slår mot marginaler och lönsamhet. En annan konsekvens av låga marginaler och svag lönsamhet är ett behov av att se över fysiska butikers kostnadsstruktur vilket inte sällan leder till en minskning av ytor, omlokalisering, förändringar av sortiment och att välja att nyttja flera marknadskanaler.

Storleksfokus. Sedan 1950-talet har vi kunnat se ett fokus om storlek, dvs butiker inom till exempel dagligvarusektorn men också köpcentrum/handelsplatser har kommit att bli allt större till storlek. När fenomenet köpcentrum var nytt på 1960-talet sades en storlek om 15 000 kvadratmeter handel närmast tillräcklig för att skapa en regional påverkan och möjlig marknadsframgång. Idag räcker knappast 50 000 kvadratmeter för att uppnå samma marknadseffekt och de större köpcentrumen i landet redovisar en ytstorlek för handels och service drygt 100 000 kvadratmeter.

Organisationen svensk dagligvaruhandel redovisar i rapport (2026) att det i Sverige fanns ca 40 000 dagligvarubutiker på 1950-talet och idag finns endast en bråkdel kvar av dessa (ca 4 000 butiker) samtidigt har varje butiksenhet ökat till ytstorlek.

Vad vi skulle kunna göra är att tillsammans söka se till de förutsättningar som gäller för att driva småskalig handel igen? Något som kan engagera många intressenter men som inte kan göras direkt av en enskild intresserad handlare på eget bevåg?

Nya ytor. När nya fastigheter och stadsdelsområden planeras är det en enkel lösning att planera in kommersiella ytor för de bottenvåningar som kan komma i fråga. Men sällan har dessa ytor en marknadsförutsättning i form av köpkraft och kundunderlag. Detta får till följd att arbetet med att "fylla" dessa lokaler innebär att vi riskerar att tömma andra lokaler i staden. På totalen



ingen bra lösning för någon. En lösning kan vara att inom alla de som arbetar med stadsplanering intensifiera diskussion om vad som är besöksdrivande, men samtidigt inte kommersiellt beroende för att kunna aktivera och skapa attraktiva bottenvåningar. När lösningen inte är handel eller restauranger, vad är lösningen då? I förlängningen handlar det även om att lösa frågan om vad vi skall göra med de ytor som inte behövs för besöksändamål i staden?

”Naiv” stadsutvecklingsstrategi. Det sista området som jag vill behandla i syfte att se vad vi kan göra för att i framtiden skapa attraktiva stadskärnor med ett högt värde för alla inblandade är en ”nyväckt” realism kring staden och dess utbuds förutsättningar. Tillsammans måste vi söka förstå hur en stad fungerar med de olika perspektiv som råder. En stad är en nod, ett nav, i en region och har en naturlig plats i våra huvuden. För att kunna skapa den attraktiva platsen innebär att vi måste ta in och förstå stadens förutsättningar. Allt för många gånger ser vi stadsvisioner där det myllrar av besökare i solsken, det finns ett gytter av småskaliga verksamheter som fyller alla bottenvåningar och dessutom ser vi inga bilar av något slag eller godsleveranser. Men vägen till visionen är svagt beskriven. 1950-talet ideal för stadsbyggande som bland annat visade sig i Disneys satsning i mitten av 1990-talet om en ny stad i Florida

(Celebration) är väl på pappret god men är det en god idé att söka återskapa en svunnen tid? Vi måste tillsammans utbilda varandra i stadsbyggandets ädla konst med alla de som tillsammans bygger staden närvarande.

Till sist

När det gäller staden så kan vi prata om tidsfönster för att genomföra långsiktiga och hållbara satsningar. Det kan vara i form av betydande bostads-satsningar, nya arenor inom kultur och idrott, nya infrastrukturinvesteringar och utbildningsenheter. Att då se sambanden mellan företeelse och de som skapar platsvärde är en möjlighet. Vi ser många exempel på där aktiviteter har placerats isolerat från allt annat i staden och kommunen vilket inneburit att en överspilling till andra verksamheter har varit liten. Det handlar om universitet/högskola, gymnasium, idrottsanläggningar, Köpcentrum och starka handelsverksamheter, kultur mm. När det kan komma i fråga att nyetablera så är det naturligt att se dessa som möjliga magneter som ger förutsättningar för andra att öka platsens totala värde.

Slutsatser

Å ena sidan har våra städer och stadskärnor en stark position och allas våra sinnen. Värdet av en fungerande stadskärnan kan vara avgörande för en regional utveckling av arbetsmarknad, företagande, utbildning osv.

Å andra sidan har vi under lång tid genom beslut och nyetableringar påverkat förutsättningarna att driva aktiv detaljhandel i våra städer. Detta är gjort genom förekomsten av nya ytor och etableringar vilka inte har en motsvarighet i den köpkraft som gäller samtidigt som att dessa ytor är mer rationella än de befintliga. Dessutom har vi med restriktioner i tillgänglighet för besökare och godshantering försvårat för verksamheter i en tät stadskärna. Kanske har vi bundit ris åt egen rygg och nu ser hur vi skall kunna dela åtgärda eventuella misstag som gjorts och som är men också finna en väg till en utvecklad framtida stadsutvecklingsprocess i syfte att öka stadens totala värde för alla inblandade och intresserade.

MARTIN ÖBERG

Fil Dr företagsekonomi, Universitetslektor Handelshögskolan vid Göteborgs universitet
martin.oberg@handels.gu.se

Mänskliga möten, gemenskap
och autentiska upplevelser
kan inte digitaliseras





"Stadens själ är därför en viktig faktor att ta hänsyn till när man pratar om stadens och stadskärnans värde."

MIA WAHLSTRÖM

*Tekn Dr Urbana och regionala studier,
Sign of Times AB*

Edward Glaeser är en av dem som har beskrivit städer som motorer för idéer, innovation och produktivitet. Jane Jacobs var banbrytande när hon redan på 1960-talet lyfte fram betydelsen av blandning, täthet och levande gator för stadens ekonomiska och sociala dynamik. Åke E Andersson och Richard Florida har betonat stadens förmåga att attrahera kreativa människor och talanger. Gemensamt för dessa perspektiv kan sägas vara att de betonar möten mellan människor som stadens viktigaste tillgång. När människor rör sig i staden uppstår flöden och möten som både skapar underlag för verksamheter, stärker tryggheten och gör stadsmiljön mer attraktiv.

Under senare år har forskningen breddats ytterligare. Nu ses också människors upplevelser av trygghet, gemenskap och tillhörighet som viktiga komponenter.

KULTUR, FLÖDEN OCH PLATSKÄRLEK SOM DRIVKRAFTER

De senaste åren har marknaden för kontorsfastigheter och butikslokaler i svenska stadskärnor genomgått betydande förändringar. Pandemins efterverkningar och en strukturell förändring i hur människor arbetar och handlar har lett till minskad efterfrågan på traditionella kontorsytor och fysiska butiker.

På kontorsmarknaden har vakansgraden stigit i flertalet större svenska städer. Många företag krymper sina ytor eftersom hybridarbete gör att färre medarbetare behöver vara på plats samtidigt. Antalet fysiska butiker har minskat under en längre tid som följd av ökad näthandel, svag inkomstillväxt och hög inflation. I flertalet starka handelslägen finns fortfarande efterfrågan, men många har svårare att attrahera hyresgäster. Ofta görs olika (mer eller mindre lyckade) försök att locka besökare och fylla tomma ytor när antalet vakanser ökar, t.ex. inredda viloutrymmen, ytor för co-working eller lekrum för barn.

Utvecklingen ställer nya frågor till alla som arbetar med stadskärneutveckling:

Vad ska vi fylla stadskärnan med när handel och kontor inte längre dominerar på samma sätt? Vad är värdefullt att fylla den med?

Stadens värde – mer än ekonomi

Forskningen om stadens värde är omfattande. Traditionellt har städer främst analyserats utifrån ekonomiska perspektiv. T.ex. har Saskia Sassen har visat hur städer fungerar som noder i globala flöden av kapital och kunskap.





Stadens själ och kärleken till en plats

I min egen forskning har jag i drygt tio år, tillsammans med kollegor, studerat vad som gör att människor verkligen tycker om en plats – vad som, mer känslomässigt uttryckt, skapar **kärlek till en stad eller stadsdel (t.ex. stadskärnan)**.

Sammanfattningsvis visar denna forskning att en attraktiv stad behöver invånare som är nöjda med, stolta över och lojala till sin stad och att denna "platskärlek" har en stark koppling till vad som kan kallas stadens/platsens själ. Stadens själ är därför en viktig faktor att ta hänsyn till när man pratar om stadens och stadskärnans värde. **Studier i Sverige och andra länder har visat att själen är nära sammanlänkad med kultur i vid bemärkelse: konst i offentliga miljöer, kulturella verksamheter, kulturhistoria och berättelser om livet på platsen, arkitektur, livsstilen och identiteten, ljud- och ljusmiljö men också känslan av trygghet och gemenskap.**

Kulturens roll i stadskärnan

Kultur har i och för sig alltid varit en central del av stadslivet – från antikens teatrar och torg till dagens museer, konserthus och festivaler. Samtidigt ser vi idag en förändring i hur kultur uttrycks i staden. Vid sidan av de traditionella kulturinstitutionerna växer mer informella och deltagande kulturformer fram: små musikscener, dansinitiativ, pop-up-evenemang, kreativa mötesplatser och olika typer av urbana upplevelser.

Det finns också ett växande intresse för mer sinnliga upplevelser i staden – ljusinstallationer, urbana bastubad, tysta gröna rum eller platser för musik och ljudupplevelser. Den typen av miljöer bidrar till att skapa en stad som engagerar människor på flera nivåer.

Kultur kan dessutom fungera som social infrastruktur. Den skapar mötesplatser där människor med olika bakgrund kan mötas och dela upplevelser. Det finns många exempel på hur kultur används som integrationsverktyg eller som ett sätt att skapa gemenskap i stadsdelar.

I en tid där många unga tillbringar alltmer tid i digitala miljöer kan stadens kulturella rum också erbjuda något som inte går att ersätta online: autenticitet, gemenskap och mänsklig närvaro.

Stadskärnans framtida värde

Framtidens stadskärna behöver erbjuda miljöer där människor vill vara. När kontor och handel inte längre är de enda motorerna i stadskärnan behöver vi tänka bredare kring vad stadskärnans värde kan vara. **Stadskärnans värde ligger fortsatt i dess förmåga att skapa levande urbana miljöer, men från och med nu behövs ännu starkare inslag av kultur, möten och autentiska upplevelser.** Vi får troligen se allt fler kurerade kulturupplevelser – barer för musiknördar (s.k. Listening bars) eller små mobila diskotek/dansställen är exempel som finns idag om än i liten skala.



Några råd

Utifrån forskningen finns några principer som kan vara särskilt viktiga i arbetet med stadskärnor:

- **Stärk stadens identitet** – Platser som människor känner stolthet över och tillhörighet till blir mer långsiktigt attraktiva.
- **Ge mer plats för kultur** – Småskaliga kulturinitiativ och kreativa verksamheter kan bidra till att fylla tomma lokaler och skapa liv.
- **Tillåt experiment** – Pop-up-verksamheter, temporära installationer och evenemang kan snabbt ge nytt liv åt stadsmiljön.
- **Skapa fler mötesplatser** – Offentliga rum där människor kan stanna, mötas och delta i aktiviteter är avgörande för stadens sociala liv.
- **Fortsätt arbeta med flöden** – En levande stadskärna behöver människor under olika tider på dygnet. Blanda verksamheter och boende, samutnyttja (om möjligt) fastigheter.

Stadskärnans värde har alltid förändrats i takt med samhällets utveckling. I en tid när allt fler aktiviteter kan ske digitalt blir den fysiska stadens största styrka något som inte kan digitaliseras: mänskliga möten, gemenskap och upplevelser. Det är i dessa möten som stadens själ uppstår – och där framtidens stadskärnor hittar sitt värde.



MIA WAHLSTRÖM

Tekn Dr Urbana och regionala studier, Sign of Times AB
harsman.wahlstrom@gmail.com

REFERENSER OCH LÄNKAR

Böcker:

Jane Jacobs, The Death and Life of Great American Cities (1961)

Åke E Andersson, Kreativitet - Storstadens framtid (1985)

Saskia Sassen, The Global City (1991)

Richard Florida, The Rise of the Creative Class (2002)

Edward Glaeser, Triumph of the City (2011)

Artiklar:

Florida R, Mellander C & Stolarick K (2010); Beautiful Places: The Role of Perceived Aesthetic Beauty in Community Satisfaction; Regional Studies, 45(1).

Florida R, Mellander C & Rentfrow P J. (2011); The Happiness of Cities; Regional Studies, 47(4), pp 613-627.

Wahlström M H. (2017) What about the soul of the city? Applying a resident perspective in four Swedish cities. Romanian Journal of Regional Science, 11:01.

Wahlström M H., Kourtit K, & Nijkamp P. (2020), Planning Cities 4 People □ A Body and Soul Analysis of Urban Neighbourhoods, Public Management Review, 22:5.

Kourtit K, Nijkamp P, Türk U & Wahlström M H. (2022), City love and neighbourhood resilience in the urban fabric: A microcosmic urbanometric analysis of Rotterdam, Journal of Urban Management.

Kourtit K & Nijkamp P (2022), Urban cultural vanguards why culture matters for urban success, Journal of Urban Management 11(4)

Kourtit K, Neuts B, Nijkamp P & Wahlström M H. (2024), Cityphilia and cityphobia: A multi-scalar search for city love in Flanders. Journal of Urban Management, 13.

Websidor:

<https://www.cbre.se/en-gb/insights/books/nl-real-estate-market-outlook-2024/retail-objektsvision.se>

<https://www.fastighetsvarlden.se/notiser/rapport-lage-och-moderna-kontor-lockar-allt-mer>

<https://www.elledcoration.co.uk/design/a68014414/best-design-listening-bars-globe/>

<https://www.trendwatching.com/innovation-of-the-day/fandango-discoteca-invites-people-to-shake-out-their-grief>



Det delade värdet:
om stadskärnans
potential som
inkluderande
rum



"Samtida städer, även de svenska, blir alltmer segregerade. Platser där människor från olika områden, bakgrunder, samhällsskikt och åldrar möts, minskar"

KARIN BOOK

Fil.dr. i kulturgeografi

Docent och lektor i idrottsvetenskap

Förra veckan var jag i Kapstaden. Det var mitt andra besök i staden; det första gjorde jag för 28 år sedan. Som de flesta turister hamnade jag vid båda tillfällena i Victoria & Alfred Waterfront (V&A Waterfront), som i praktiken fungerar som centrum för många besökare. V&A Waterfront är ett stort omvandlat hamnområde utvecklat för kapitalstarka invånare och inte minst internationella turister. Här finns bostäder, kommersiella fastigheter, hotell, shoppingområden, ett brett utbud av restauranger, aktiviteter och underhållning. Det är fint, tryggt och erbjuder rikligt med upplevelser. *Med utsikt över havet åt ena hållet och Taffelberget åt det andra är läget spektakulärt. Likväl är det något som skaver – om du har varit där kanske du förstår vad jag menar.*

Startskottet för utvecklingen av V&A Waterfront gick 1988, och därefter byggdes området ut i flera etapper under 1990-talet och framåt. I linje med dåtidens globala stadsbyggnadstrender låg fokus på konsumtion, turism, upplevelseindustri och varumärkesbyggande riktat mot internationellt kapital. Platsen formades som en spektakulär konsumtionsmiljö – ett flott paketerat koncept – riktat mot investeringar och globala flöden snarare än mot stadens egen befolkning. Här skapas självklart stora ekonomiska värden. V&A Waterfront genererar mycket stora intäkter och är en av Sydafrikas mest lönsamma fastighets- och turistmiljöer. Den bygger på så kallad högvärdesturism, där enskilda besökare förväntas generera hög avkastning snarare än att man fokuserar på stora volymer. Det är med andra ord en plats för den lukrativa



kunden, medan majoriteten av stadens invånare i praktiken betraktas som ekonomiskt ointressanta i relation till området.

Även om V&A Waterfront är ett extremt exempel i en postkolonial kontext återfinns samma tendens på många håll i världen. Under samma tid drevs liknande ambitioner även i Sverige, d v s att skapa attraktiva konsumtionsmiljöer, stärka stadens varumärke och locka kapitalstarka besökare och företag. Denna dröm lever i viss mån kvar, om än i mer nyanserade former idag.

Men vad är det egentligen som skaver i V&A Waterfront och liknande områden? Det finns flera svar. **Platserna känns inte genuina eller äkta. De framstår som kulisser, avskilda från stadens vardag och invånarnas liv. De är inte centrum för alla.** Ur vissa perspektiv är de värdefulla, men för en



stor
majoritet
av befolkningen
saknar de värde. Eftersom dessa platser
främst formas av kommersiella intressen, snarare än
av demokratisk offentlighet, försvagas den typ av kollektiva
rättigheter som exempelvis Lefebvre betonar som nödvändiga för en
inkluderande stad.

Man kan invända att en mysig historisk stadskärna med caféer, butiker och torg skulle ge ett annat utfall. Men även en sådan miljö kan, trots sin attraktionskraft, upplevas som otillgänglig för delar av befolkningen.

Och om någon del av staden bör vara inkluderande – då är det stadskärnan. Samtida städer, även de svenska, blir alltmer segregerade. **Platser där människor från olika områden, bakgrunder, samhällsskikt och åldrar möts, minskar. Idrottsföreningar och skolor, som tidigare fungerade som sociala broar, är idag mer segregerade.** En betydande andel av invånarna lever främst sina liv i sin stadsdel och tar inte del av utbudet utanför den. Studier visar att geografisk rörlighet är starkt kopplad till socioekonomisk status; personer med lägre status, och ofta med utländsk bakgrund, rör sig mindre i staden (se bl a Book, 2024). Förklaringar finns både i konkreta faktorer som transportmöjligheter och ekonomi, och i mer abstrakta faktorer som brist på information, nätverk och stöd samt känslor av kulturell och social exkludering. Tillsammans gör detta att många upplever till exempel stadens centrala delar som otillgängliga.

I det perspektivet blir lokala mötesplatser i grannskapet centrala. De skapar tillhörighet och gemenskap, det vill säga "bonding", för att använda ett begrepp som har sitt ursprung inom socialkapitalforskningen, särskilt kopplad till Robert Putnam, och beskriver olika former av sociala relationer och nätverk. Bonding syftar på starka band inom grupper som liknar varandra, såsom familj, vänner, etniska grupper, och skapar trygghet, men kan också förstärka

gränser mot andra. "Bridging" är den mer utmanande processen: att bygga relationer mellan grupper som skiljer sig åt socioekonomiskt, kulturellt eller geografiskt. Bridging främjar social sammanhållning och idéutbyte och skapar socialt värde och i förlängningen även möjliga ekonomiska värden. För detta krävs både organisatoriska och rumsliga förutsättningar.

Stadskärnan är kanske den enda plats där alla invånare potentiellt kan mötas – den plats där olika grupper kan se och interagera med varandra. Här kan bridging uppstå. Även om friktion i sådana möten är naturligt, är det just dessa interaktioner som på sikt minskar okunskap, avstånd och polarisering. I en tid av lokala och globala konflikter, segregation, polarisering, utanförskap, alienation och minskad tillit till demokratin är detta viktigare än någonsin.

Självklart kan inte varje yta i centrum vara attraktiv för alla. Men stadskärnan som helhet kan utformas som ett ekosystem där alla invånare känner att de har en plats.

Christer Ljungberg har nyligen publicerat en bok om Tredje platsen, ett begrepp myntat av Ray Oldenburg (1989). Tredje platser är informella, neutrala och tillgängliga mötesplatser, platser där människor kan hänga, samtala och vistas utan större kostnad. De kan vara pubar, caféer, bibliotek, fritidsgårdar eller parker. Ljungberg (2025) lyfter att bra tredje platser minskar ensamhet, ökar trygghet, stärker demokratin, bygger nätverk och ökar kreativiteten hos dem som vistas där. Stadskärnan är i sig ingen tredje plats, men bör rymma många sådana och i sin helhet eftersträva liknande egenskaper.

En gång om året blir Malmös innerstad en fysisk manifestation av såväl bonding som bridging: Malmöfestivalen. Då möts människor från hela staden, från olika sociala grupper, kulturer, föreningar, företagare och besökare. För många invånare är detta enda tillfället då de besöker innerstaden. Jag förespråkar naturligtvis inte kontinuerlig festival – ve och fasa – men vi bör fråga oss vad vi kan lära av den och överföra till vardagen. Vad är det i stämningen som gör att människor som annars inte vistas i stadskärnan känner sig välkomna?

De som arbetar med stadskärneutveckling bör därför ställa sig frågor som:

- **Hur kan stadskärnan bli relevant, tillgänglig, trygg och värdefull för hela befolkningen?**
- **Hur öppnar vi för nya perspektiv, aktörer och intressen?**
- **Hur når vi de invånare som inte känner sig sedda eller inkluderade?**
- **Hur kan vi tänka bredare kring värde och värdeskapande i relation till dagens samhällsutmaningar?**

Ingenting av detta är nytt för Svenska Stadskärnor. Arbetet har länge rört sig åt detta håll. Utmärkelser som Årets stadskärna och Årets BID-område betonar liknande tankesätt. När Södertälje vann Årets stadskärna 2025 beskrev juryn den som "en stadskärna i toppklass som är en självklar mötesplats för alla". När Delsbo utsågs till Årets BID-område samma år löd motiveringen: "Genom BID-processen har bybornas engagemang samlats under parollen 'Kom som du är' – en inkluderande och modig inbjudan till gemenskap och delaktighet."

I tanke och retorik strävar svenska stadskärnor mot att bli värdefulla för fler, men i praktiken återstår arbete.

KARIN BOOK

Fil.dr. i kulturgeografi

Docent och lektor i idrottsvetenskap

karin.book@mau.se

RELEVANTA REFERENSER:

Book, K. (2024). Physical activity and accessibility in an unequal city. EASM 2024 Abstracts Book, pp. 617-618. 32nd European Sport Management Conference. Paris: Université Gustave Eiffel.

Lefebvre, H. (1996). Writings on Cities. Oxford: Blackwell.

Ljungberg, C. (2025). Så kan tredje platsen utveckla våra städer. Falkenberg: Whip Media.

Mitchell, D. (2003). The Right to the City: Social Justice and the Fight for Public Space. New York: Guilford Press.

Oldenburg, Ray (1989). The Great Good Place: Cafés, Coffee Shops, Community Centers, Beauty Parlors, General Stores, Bars, Hangouts, and How They Get You Through the Day. New York: Paragon House.

Putnam, Robert D. (2000). Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community. New York: Simon & Schuster.

Zukin, Sharon (1995). The Cultures of Cities. Cambridge, MA: Blackwell.

Livskvalitet och
klimatfotavtryck
som värdemätare
för framtidens
stadskärnor

PASSION LED US HERE



"En central poäng här är att olika aspekter av livskvalitet långt ifrån alltid går hand i hand och ibland snarare står i motsättning till varandra."

STEFAN MOLNAR
Fil Dr, forskare vid RISE

De snabba teknologiska, ekonomiska, ekologiska och kulturella förändringar som präglar vår värld just nu ställer mycket av det vi i dag tar för givet om hur städer bör organiseras på sin spets. När framtiden känns osäker kan det ibland vara klokt att ta ett steg tillbaka, lyfta blicken och ställa den mer grundläggande frågan om vad som faktiskt är viktigt: vad som är av verkligt värde. Det är det jag vill försöka mig på i den här texten. Jag gör det genom att utgå från ett begreppsspar som är centralt i min forskning, nämligen *livskvalitet* och *klimatfotavtryck*, och pröva om dessa kan fungera som värdemätare när vi reflekterar över hur framtidens stadskärnor ska organiseras.

Begreppsparet livskvalitet och klimatfotavtryck

Begreppet *livskvalitet* handlar om den grad i vilken en persons liv kännetecknas av olika kvaliteter som kan anses vara värdefulla i sin egen rätt; som har ett egenvärde. Detta jämfört med det närliggande – och i stadsplanering mer vanligt förekommande – begreppet *livsvillkor*, vilket ofta får beskriva de relativt varaktiga yttre omständigheter som sätter villkoren för individens livskvalitet, saker som livsmiljö och socio-ekonomisk situation.

Det är vanligt att tänka sig att det finns en eller flera olika typer av livskvalitet. En är *subjektivt välmående* och handlar om huruvida ens liv karaktäriseras av positiva känslor såsom glädje, eufori, njutning, tacksamhet, stolthet och lugn. Den andra, *livstillfredsställelse*, berör den grad i vilken individen är nöjd och tillfreds med sitt liv, saker som arbete, familjebildning, inkomst och bostad.

Enligt den tredje varianten, *objektiv livskvalitet*, är ett gott liv ett som lever upp till egenskaper som är värdefulla oberoende av hur individen själv mår eller utvärderar sitt liv; kvaliteter så som fysisk hälsa, vänskapsband, meningsfull sysselsättning, bildning, samhällelig delaktighet och frihet.

En central poäng här är att olika aspekter av livskvalitet långt ifrån alltid går hand i hand och ibland snarare står i motsättning till varandra. Exempelvis visar årtionden av forskning att livstillfredsställelse bara i viss utsträckning har ett positivt samband med subjektivt välmående. Detsamma med sambandet mellan fysisk hälsa och välmående.

Den andra halvan av den här textens begreppsspar är *klimatfotavtryck*, vilket beskriver den samlade klimatpåverkan från vår konsumtion och användning av tjänster och produkter, oavsett var i världen utsläppen sker. Begreppet rymmer allt från transporter och mat till boende, prylar och fritid. Klimatfotavtrycket säger därmed något om konsekvenserna av våra vardagsval och livsstilmönster; och om vilka möjligheter vi lämnar till framtida generationer.





Exemplet Avesta

Hur kan då detta begreppspar hjälpa oss att tänka kring vilka värden som bör stå i centrum i framtidens stadskärnor? För att illustrera det vill jag ge tre exempel från ett pågående forskningsprojekt där jag och mina forskarkollegor tillsammans med Avesta kommun utforskar hur en kommun kan stötta sina invånare i att både minska sitt klimatfotavtryck och stärka sin livskvalitet.

Det första exemplet gäller kläder och prylar. Många svenskar lägger betydande delar av sin tid på konsumtion av varor såsom kläder, accessoarer, heminredning och teknik. För många av oss har konsumtion blivit ett uttryck för det goda livet: den skapar mening, identitet, tillfredsställelse, sysselsättning och social samvaro. Samtidigt står prylkonsumtionen för en betydande del av privatpersoners konsumtionsbaserade utsläpp, något som gäller i såväl Avesta som Sverige som helhet. Däremot har konsumtion av second hand, liksom lånande och bytande av prylar, potential att minska människors konsumtionsbaserade utsläpp utan att generera försämrad livskvalitet.

Det andra exemplet rör kultur och fritid. Både i Avesta och i tidigare studier framgår att många fritidsaktiviteter, såsom att röra sig i naturen, ägna sig åt kultur och delta i mindre materialkrävande idrott och träning, har låg klimatpåverkan samtidigt som de kan bädda för flera viktiga aspekter av ett

gott liv, så som gemenskap, hälsa och känslan av mening. Aktivt skapande och gemensamma upplevelser är dessutom ofta mer positiva för vårt välbefinnande än vad passiv konsumtion är.

Det tredje exemplet handlar om transporter. Bilresor står för en stor del av privatpersoners klimatpåverkan, samtidigt som privatbilism tenderar att ha negativa effekter på människors hälsorelaterade livskvalitet genom stillasittande, luftföroreningar, buller och trafikrelaterade risker. Samtidigt är bilen för många människor en förutsättning för ett gott liv: för arbete, utbildning, personlig autonomi, deltagande i samhällslivet och upprätthållande av vänskapsrelationer. Detta gäller inte minst för personer med nedsatt rörelseförmåga, barnfamiljer och boende i glesare områden. Jämfört med bilen innebär dock mer aktiva transportslag, såsom gång, cykel och kollektivtrafik, betydligt lägre utsläpp, detta samtidigt som de gynnar såväl hälsa som emotionellt välmående på ett sätt som inte privatbilismen gör.



En tankemodell för framtidens stadskärnor

De tre exemplen antyder att om vi organiserar våra livsmiljöer så att fler får tillgång till aktiviteter och funktioner som både stärker livskvaliteten och minskar klimatfotavtrycket, kan detta bli en viktig väg framåt. En stadskärna som underlättar alternativa sätt att konsumera, så som att köpa second hand, låna eller byta prylar, kan bidra till minskade utsläpp samtidigt som den bevarar de delar av konsumtionen som ofta bidrar till ett gott liv. Stadskärnor som ger fler möjlighet att ta del av kultur, natur och mindre resurskrävande fritidsaktiviteter skapar liknande dubbelvinster. Och om gång, cykel och kollektivtrafik blir möjliga för fler, samtidigt som bilen fungerar för dem som behöver den, kan även transportområdet förena minskade utsläpp med stärkt livskvalitet.

Mot denna bakgrund tror jag att begreppsparet livskvalitet och klimatfotavtryck kan fungera som en tankemodell för att resonera om värde i framtidens stadskärnor. Den kan förhoppningsvis ge oss ett sätt att föra mer nyanserade samtal om vad som är av verkligt värde, inte genom att erbjuda en fullständig lista över alla möjliga värden som våra stadskärnor kan inhysa; den fångar exempelvis inte kulturarv, konst, arkitektur och biologisk mångfald. Inte heller genom att en gång för alla slå fast vilka specifika funktioner och stadsbyggnadsideal som bör gälla på varje plats. Utan genom att systematiskt hjälpa oss att ställa frågor i stil med: Hur påverkar detta olika gruppers möjlighet att leva goda liv här och nu? Hur påverkar det privatpersoners ekologiska fotavtryck över tid och rum?

Mycket av det som uppfattas som självklart i dagens stadsplanering – handelslogiker, trafikflöden, funktionsuppdelningar och konsumtionscentrerade miljöer – är produkter av sin tid och under snabb förändring. Däremot förändras många av de mer grundläggande och eviga värdena – saker som gemenskap, lycka, visdom och inte minst mänsklig överlevnad – betydligt långsammare. Varför inte låta dessa vara en utgångspunkt när vi formar framtidens stadskärnor?

STEFAN MOLNAR

Forskare (PhD) vid RISE med fokus på planering och utformning av miljöer som främjar livskvalitet och hållbara beteenden
stefan.molnar@ri.se



Värde bortom pris

— om levande handel
och stadskärnans valbarhet



"Forskning inom konsumentbeteende visar att konsumtion sällan enbart handlar om funktion eller pris, utan i hög grad om upplevelse, känsla och socialt sammanhang."

ELIN NILSSON
Docent Handelshögskolan vid
Umeå Universitet

Konsumenter handlar mer än någonsin men allt mindre av det som faktiskt ger staden liv. När nästan allt kan köpas billigare, snabbare och med minimal ansträngning online är frågan inte varför stadskärnan tappar mark, utan varför människor ändå väljer att vara där. Svaret står inte att finna i pris eller sortiment, utan i värden som bara uppstår när människor delar tid, plats och vardag. Stadskärnans framtid avgörs därför inte av vad som säljs, utan av om platsen upplevs som värd att välja.

Ur ett konsumentbeteendeperspektiv har konkurrenssituationen förändrats i grunden. Internationella lågprisplattformar sätter i dag ribban för pris, tempo och bekvämlighet på ett sätt som fysisk handel sällan kan eller bör matcha. När pris blir den dominerande konkurrensfaktorn vinner alltid den aktör som kan skala globalt och reducera friktion. Det innebär att stadskärnans värde inte längre kan motiveras genom ekonomisk rationalitet. I stället förflyttas konkurrensen till andra dimensioner så som relation, sammanhang och upplevd mening.

Forskning inom konsumentbeteende visar att konsumtion sällan enbart handlar om funktion eller pris, utan i hög grad om upplevelse, känsla och socialt sammanhang. Konsumtion skapar mening genom vardagspraktiker och gemenskap, snarare än genom enskilda transaktioner (Holbrook, 1999). I en urban kontext innebär detta att stadskärnor och handelsplatser fungerar som mer än inköpsmiljöer – de blir arenor för social närvaro, tillhörighet och lågtröskliga möten.



Begreppet *low effort socialising* fångar just denna utveckling. Konsumenter söker i allt högre grad social samvaro som inte kräver planering, prestation eller tydliga åtaganden. Att ses spontant, sitta ner en stund eller bara vara tillsammans utan program blir värdefullt i en vardag präglad av högt tempo och många krav. Handel, kaféer och stadsmiljöer fungerar här som det Ray Oldenburg (1989, 2023) beskriver som "*Third places*" – platser mellan hem och arbete där människor kan vara tillsammans på ett informellt och kravlöst sätt. I linje med Jane Jacobs klassiska resonemang om stadslivets vardagliga flöden (1961) är det just dessa spontana möten och vardagsbesök som skapar levande stadskärnor.

Fenomen som *vänflation* förstärker denna utveckling. När restaurangbesök, evenemang och upplevelser upplevs som ekonomiskt belastande, efterfrågas platser som möjliggör gemenskap utan höga ekonomiska trösklar. Stadskärnan kan i detta sammanhang fungera som en social utjämnare och vara en plats där människor kan mötas, vistas och delta utan att konsumtionen står i centrum. Paradoxalt nog gynnar detta också handeln på sikt, eftersom närvaro bygger relationer, lojalitet och återkommande val.

Samtidigt syns nya konsumtionsmönster och trender såsom *LUS* (lunch utan slut) där gränserna mellan måltid, arbete och social tid suddas ut. För konsumenten är värdet inte själva lunchen, utan värdet skapas i tiden, platsen och den sociala situationen. Stadskärnor som tillåter detta och som erbjuder miljöer där människor får ta tid i anspråk skapar ett värde som är svårt att återskapa digitalt. Stadskärnor som erbjuder informella mötesplatser såsom kaféer, torg, små butiker och miljöer där det är legitimt att dröja kvar blir platser de återvänder till. När människor väljer att stanna uppstår också konsumtion, men som en följd av närvaro snarare än som ett krav.

I kontrast till lågprisplattformarnas logik blir stadskärnan värdefull när den erbjuder något långsammare, mer mänskligt och mer platsbundet. Handel som erbjuder rådgivning snarare än kampanj, och som är tydligt förankrad i lokal kontext skapar ett värde som inte kan reduceras till pris. Den fysiska handeln fungerar som social infrastruktur och som en del av stadens vardagsliv – en plats för igenkänning, relationer och tillhörighet. Stadskärnans värde formas därmed av dess förmåga att stödja nya vardagsmönster och förändrade



konsumtionslogiker. När platsen tillåter LUS, lågintensiva möten, upplevelser och gemenskap utan höga trösklar, blir den valbar. Misslyckas den med detta riskerar den inte nödvändigtvis att bli tom, men att bli utbytbar.

Samtidigt är det viktigt att påminna sig om att detta i grunden inte handlar om något nytt. Snarare rör det sig om ett återvändande till de värden som alltid varit stadskärnans och den fysiska handelns styrka. Utmaningen i dag är därför inte att konkurrera med e handel på dess villkor, utan att sluta göra det. När stadskärnor försöker efterlikna lågprisplattformarnas logik riskerar de att förlora det som gör dem unika.

I en tid när prispressade plattformar fortsätter att dominera transaktioner online ligger stadskärnans verkliga styrka i det som inte går att skala globalt. Relationer, närvaro och tid är de värden som är svåra att effektivisera men lätta att förlora. När människor får tid att stanna, mötas och bara vara, uppstår värde som inte kan kopieras av algoritmer eller pressas av kampanjer. Den levande stadskärnan byggs inte genom att konkurrera på pris, utan genom att konsekvent lyfta och förädla sina egna kärnvärden. Det är först när stadskärnan upplevs som meningsfull i människors vardag som den också blir värd att välja.

ELIN NILSSON

Docent Handelshögskolan vid Umeå Universitet
elin.nilsson@umu.se

REFERENSER

Holbrook, M. (1999) Consumer Value: A Framework for Analysis and Research. Routledge, New York. <http://dx.doi.org/10.4324/9780203010679>

Jacobs, Jane (1961). The death and life of great american cities. Random House. ISBN: 0-679-74195-x

Oldenburg, R. (1989) The great good place - Cafes, Coffee Shops, Community Centers, General Stores, Bars, Hangouts, and How They Get You through the Day, Berkshire Publishing Group.

Oldenburg, Ray (2023). The great good place: cafes, coffee shops, bookstores, bars, hair salons, and other hangouts at the heart of a community (2nd ed.). Great Barrington, Massachusetts: Berkshire Publishing Group LLC. ISBN 978-1-61472-097-3.





De värdelösa
invandrarbutikernas
värde



”Sådana här butiker är onekligen ett tecken på ett nytt Sverige – och stora politiska krafter byggs upp om huruvida detta är bra, dåligt – eller något vi helst inte ser.”

OLA THUFVESSON

Fil dr Kulturgeografi, Tjänstvetenskap, Lunds universitet

Invandrarbutikernas roll i våra handelsmiljöer är både spännande och omdebatterat. Ja redan namnet invandrarbutiker är kontroversiellt i många sammanhang. Kanske kan man säga nysvenskt, spännande, exotiskt, myllrande, lågmarginalverksamhet, andra sortens detaljhandel... Om ni provar runt lite så märker ni att människor reagerar rätt olika på det här. **Olika sorters utländskt får liksom olika status.** Alla tycker att italienska butiker där kändisar säljer sin egen olivolja eller sin farmors pastarecept är suveränt. Engelska pubar och franska ostaffärer landar fint. Asiatiska smaker som sushi och thai går bra.



Men när målgrupperna för verksamheten inte riktigt är medelklassvenskar händer något annat. När skyltar, sortiment och personal främst vänder sig till sina egna etniska grupper blir det knepigare. Kan vi säga arabisk eller somalisk utan att det blir besvärligt? Sådana här butiker är onekligen ett tecken på ett nytt Sverige – och stora politiska krafter byggs upp om huruvida detta är bra, dåligt – eller något vi helst inte ser.

En invandrarbutik kan diskuteras utifrån flera aspekter. En sådan är kulturkrockarna vad gäller hur det ska se ut och hur verksamheter ska bedrivas.



Många fastighetsägare och centrumchefer ondgör sig konstant över hur skyltfönster hela tiden täcks för med reklammaterial. Dagsljuset ska liksom inte komma in och ingen ska kunna se ut. Starka lysrör arbetar i taket. På kvällarna vill innehavarna helst dra ner metalljalusier. Sedan dyker hälso- och vårdsmyndigheterna upp och har massa idéer om både det ena och det andra. Öppettiderna är flexibla liksom tankar om skräp och kringflygande plastpåsar. Man vill gärna ha svenska kunder men säger sig ofta inte riktigt veta hur. Svenskar tycks inte ännu vara mogna för den totala exotiska kulturupplevelsen utan ser gärna att det spännande utbudet visas upp som på ICA Kvantum.

En annan aspekt är hur exotisk det exotiska är. **En gång i tiden kom de första sydeuropeiska arbetskraftsinvandrarerna till ett svenskt folkhem där maten var brun och sköljdes ner med mjölk. Panik.** Ganska snart inleddes en import för eget bruk av sådant som vitlök, oliver, paprika och krossade tomater. Med nya invandrargrupper förs sedan gradvis nya råvaror och maträtter in över gränserna och tas upp i folkhemmets kokböcker. Fast sedan händer något som gör att migrationsmönster inte längre blir den främsta spridaren av impulser. Plötsligt blir hela världen tillgänglig. Svenskar som knappt har varit i Danmark hamnar i Thailand. EU och Lidl ger oss ett



europiskt vardagssortiment. Med flyg transporteras grönsaker från Afrika till Coop i Luleå. Nyheter, musik och recept från hela världen finns i allas mobiltelefoner. Endast de mest hängivna fortsätter prata om mångkultur och att invandrarna byggde landet, valloner då – syrier i dag. Invandringen som fenomen drunknar i all annan samhällsutveckling och globalisering. Och vad är en invandrare? Räknar vi in utlandsfödda föräldrar och farföräldrar så kan uppemot

40 % av alla som bor i Sverige sägas ha invandrarbakgrund.

En del av dessa bor fysiskt i Sverige men lever mentalt kvar i sina hemländer. Parallelsamhälle och en ständig ström av Tv-nyheter från hemlandet. För andra är föräldrarnas ursprung lika relevant som torparlivet i Västergötland på 1890-talet är för "ursvenskar". Ja någon maträtt till den där högtiden ska det visst vara.

En tredje aspekt är att invandrarbutiker ofta används som ett snabbt visuellt mått på hur stadskärnan mår. När kedjebutikerna lämnar till förmån för köpcentrum och nätet så blir lokaler tomma och tas över av sådana här butiker tillsammans med frisörer och annan kroppsvård.

Men utan invandrarverksamheter hade många stadskärnor idag varit riktigt döda och butikslokalerna ombyggda till barnvagnsgarage eller i bästa fall mäklarkontor.

Det här slår olika i olika delar av Sverige. I nedslitna bruksorter, övergivna mellankommuner och kontinentala skånska städer finns det i, eller kloss, på stadskärnan. I rikare residensstäder och välmående trästäder är det mindre tydligt. I Stockholm, kan man för 10 miljoner kronor helt undgå invandrare genom att bo långt ifrån deras förorter. Stockholms län har 25 % av landets befolkning men samtidigt 45 % av landets utsatta områden. Segregation och skygglappar, men också här som rikspolitiken inte tycker att frågor om stadskärnor är något att bry sig om. Ja längre ut är det annorlunda. Kommuner som Botkyrka får ofta agera nationalsymboler för allt som gått fel med massinvandring, segregation och kriminalitet. Höghusraden i Fittja blir en bra bakgrund i Tv-studion.

Vi kan även välja att inte alls se invandrarbutiker som något etniskt, kulturellt eller särskilt annorlunda. Fenomenet med små familjebutiker med låga marginaler är inget nytt. Det var typiskt så det såg ut i de snabbt växande svenska städerna i början av 1900-talet. En butik var ett sätt att vara sin egen och påbörja en klassresa från arbetarklass till lägre medelklass. Den egna fliten, påhittigheten, servicen och sociala förmågan kunde omsättas till ett bättre liv i stället för att hamna i fickorna på fabriksägaren. **För invandrarna idag är det inte lågavlönade industrijobb som är alternativet utan rätt ofta inga jobb alls. Arbetslösheten i många grupper av första och andra generationens invandrare är mycket högre än för genomsnittet i landet.** Det handlar om dålig matchning, svag svenska, fel utbildning men också om fördomar hos arbetsgivare.

Avslutningsvis så är inget statistiskt i stadskärnan. Om vi tar en gata med invandrarbutiker som vi kan följa under 1–2 decennier så ser vi att de flesta börjar lite ostrukturerat med den slagkraftiga kombinationen av tvättmedel, energidryck och solrosfrön. Men efter tio år så har många samlat kapital och erfarenhet och börjar specialisera sig på sådant som husgeråd, kryddor, osttillverkning, damkonfektion eller reparation av mobiltelefoner. De hittar sina nischer och sakta börjar gränserna mellan oss och dom suddas ut. Inte minst för att de fyller på där stadskärnans ekosystem slagits ut av kedjelogik, externhandel och e-handel. Den enda som kan byta ett klockbatteri i stadskärnan har en bild från Libanon på väggen bakom disken. I bilverkstaden – som ger fan i märkeslojaliteter utan fixar allt – pratar man albanska med varandra. **Skomakaren har en svag kurdisk brytning och skraddaren är nog från nedre Donau.**

OLA THUFVESSON
Fil dr Kulturgeografi, Tjänstevetenskap,
Lunds universitet
ola.thufvesson@ses.lu.se



Stadskärnan

som gör dig
frisk





"Genom att minska antalet bilar i staden strävar vi efter att förbättra luftkvaliteten, minska buller och göra våra gator tryggare för alla."

ALEXANDER STÅHLE

Tekn dr stadsbyggnad, Vd Spacescape och grundare av Placetoplan

"De underjordiska systemen är ett organ i den stora staden, som fungerar som ett organ i människokroppen, utan att se dagens ljus; rent och friskt vatten cirkulerar som olika vätskor vars rörelse och underhåll tjänar kroppens liv." Så lär stadsplaneraren och politikern Baron Haussmann ha argumenterat för omvandlingen av Paris i mitten av 1800-talet.

"Paris behöver ljus, luft, rent vatten och bra sanitet", och det innebar ett omfattande system av nya avloppsledningar som skulle minska spridningen av sjukdomar, nya gröna boulevarder som löste trafikinfarkten och nya parker som skulle fungera som stadens "lungor". Stadsbyggnadsreceptet, som även innehöll hög bebyggelsestäthet, blandning av funktioner, öppna bottenvåningar och mänsklig skala finns beskrivet i en mängd litteratur, senast i boken 'Koden för en bra stad' av den svenska arkitekten Robert Lavelid (2020). Haussmanns planeringsfilosofi, där infrastrukturen var medlet för stadsbornas hälsa, fick snabbt stort inflytande världen över. Barcelona, Bryssel, Wien, Buenos Aires och Washington, D.C. är städer där boulevardssystem och parker gjort stort avtryck. Stockholm fick Lindhagenplanen 1866, döpt efter stadsplanejuristen Albert Lindhagen, som också sa "det behövs ljus och luft för att skapa en hälsosam stad".

"Det är miljön som gör dig frisk och gör att du lever längre", konstaterar journalisten Dan Buettner i boken The Blue Zones Secrets for Living Longer och Netflix-serien Live to 100 (2023). Han har besökt och undersökt de fem



platser på jorden där människor lever längst och menar att det, utöver kost och socialt liv, är den byggda miljön som gör oss friska, framför allt genom att den ger oss fysisk aktivitet helt naturligt. En stad där gående och cyklande är förstahandsval, och inte bilen, har i forskningen visat sig vara en nyckel till bättre hälsa. I en grön gång- och cykelstad behövs egentligen inga gymkort eller motionsspår, där räcker det med att leva för att få tillräcklig fysisk aktivitet.

Den erkända medicinska tidskriften The Lancet publicerade 2022 en serie artiklar på temat 'Urban design, transport, and health' som visar hur täthet, gatunät, kollektivtrafik och grönområden, som i grunden var Haussmanns recept, tillsammans skapar den hälsosamma staden. Framför allt genom att den får oss att röra oss och gå i vardagen. Det stämmer såväl i Sverige som i världen. I det täta Tokyo görs 12 % av alla resor med bil och där är livslängden 85 år. I den utglesade bilstaden Detroit är andelen 92 % och livslängden 69 år. Dan Buettner pekar på Singapore som framtidens sjätte blå zon, med sin täta gröna stadsmiljö optimerad för gående och cyklande.

Vi på Spacescape prövade, på uppdrag av HSB, Lancets analysmodell på svenska stadsdelar och fann signifikanta samband mellan gående, cyklande, övervikt, livslängd och ohälsotal. Modellen fungerade uppenbarligen även i Sveriges städer. Analysen visade att Sveriges mest hälsosamma stadsdelar, även med hänsyn tagen till luftkvalitet, låg i stadskärnorna: Södermalm i Stockholm, Majorna i Göteborg och Möllenvången i Malmö. Stadsdelar som tydligt är resultatet av Haussmanns stadsplanerecept: tätt, grönt, bilfritt.

År 1925 lade modernismens stjärnarkitekt Le Corbusier fram en plan för centrala Paris med 18 skyskrapor i ett park- och motorvägslandskap som helt skulle utplåna den befintliga bebyggelsen, som han då ansåg vara ohygienisk. Planen "Plan Voisin", döpt efter bilföretaget med samma namn, byggde på idén att bilen var lösningen på framtidens stad. Vi kan i dag vara tacksamma att den aldrig genomfördes, men tyvärr spreds den modernistiska bilstads-ideologin världen över, även till Sveriges stadskärnor, med parkeringshus och motorvägar. Lägg till den amerikanska bilstadsmodellen med villamattor och externa köpcentrum, som växte sig stark under senare delen av 1900-talet. Så har svenska stadskärnor haft det tufft, också efter att e-handel och distansarbete har eskalerat under 2000-talet.

Men det finns hopp. Och det illustreras bäst, återigen, i Paris. Här pågår en ny urban hälsorevolution. Paris har under de senaste åren åter blivit en förebild för stadsutvecklingen, inte bara med begreppet "15-minutersstaden", utan genom att återuppfinna sin egen infrastruktur. Nu är det dock inte fekalier som är utmaningen, utan bilismen.





"Bilar är det verkliga hotet mot trygghet, hälsa, affärer, klimat, allt. Genom att minska antalet bilar i staden strävar vi efter att förbättra luftkvaliteten, minska buller och göra våra gator tryggare för alla. Detta gör det också möjligt för oss att återta det offentliga rummet för fotgängare, cyklister och grönområden, vilket främjar en hälsosammare och mer levande stadsmiljö", menar Anne Hidalgo, Paris omvalda borgmästare. Arbetet accelererades i samband med klimatkonferensen COP21 2015 och sedan inför de olympiska spelen 2024. Halvering av antalet parkeringsplatser. Tre gånger högre parkeringsavgifter för SUVar. Dubblering av cykelnätet. En miljözon utan genomfartstrafik i centrum. 30 km/h på alla gator. 500 nya gånggator och 300 nya bilfria skolgator. Champs-Élysées ska byggas om till en trädgårdsboulevard. 145 000 nya träd och 100 hektar ny park. Resultat börjar redan synas: luftföroreningarna har gått ned 40 %, och det är nu fler cykelresor än bilresor i centrala Paris.

Redan 2002 lanserades Paris Plages, där delar av motorlederna längs Seine tillfälligt förvandlades till en populär "sandstrand". Under 2010-talet tog staden nästa steg och gjorde vissa sträckor längs Seine mer permanent bilfria, något som mötte motstånd från bilistorganisationer och också prövades juridiskt i domstol där staden till slut vann. Parallellt har arbetet med att göra Seine badbar accelererat i samband med Olympiska sommarspelen 2024, genom en omfattande renings- och infrastrukturinsats för bättre vattenkvalitet.

I ljuset av Haussmanns boulevardplan för Paris framstår OS-invigningen på Seine och Anne Hidalgos dop i stadsfloden som ett slutligt bevis för att staden nu också revolutionerat de "överjordiska systemen". Haussmann skapade en stad där människor inte blev sjuka, Hidalgo en stad som gör människor friska. Och så har Paris återigen blivit en global förebild för den hälsosamma staden.

Hälsa var – och kommer nog alltid att vara – en av städernas starkaste drivkrafter.

ALEXANDER STÅHLE

Tekn dr stadsbyggnad, Vd Spacescape och grundare av Placetoplan
alexander.stahle@spacescape.se





Utan riktning och
mobilitetsstrategi
riskerar staden
att bli värdelös



"Staden är, ytterst, ett framtids-löfte om liv. Dess värde ligger inte i vad den är, utan i vad den tillåter oss att bli."

LENA SMIDFELT ROSQVIST
Tekn Dr, vd Trivector Mobility

Staden är inte en bild. Inte en fasad, inte en skyline, inte ens en stadskärna som kan "stärkas" med rätt sorts möblering eller ett varumärkesprogram. Staden är snarare en vardaglig överenskommelse: om vilka liv som får ta plats nära varandra, vilka rörelser som räknas, vilka liv och framtider som görs möjliga. Stadens värde ligger därför inte bara i dess byggnader eller dess funktioner, utan i dess förmåga att bära mänsklig närvaro. Den uppstår i stegen över torget, i fikat i solen, i väntan vid hållplatsen, på arbetsplatsen med kollegorna, i cykeln som glider förbi en uteservering, i hemmets samtal, i barnet som kan gå själv. Det är där staden blir verklig genom människors vara.

Mobilitet är i den meningen aldrig bara transport. Den är stadens nervsystem. Den avgör vilka möten som kan ske, vilka vardagar som kan levas, vilka avstånd som blir barriärer och vilka som blir förbindelser. Länge har mobilitet behandlats som en teknisk fråga – något som ska lösas med kapacitet, framkomlighet och investeringar och som beskrivs i beräkningar och kalkyler. I själva verket är mobilitet stadspolitik i sin mest konkreta form. Den handlar om vem som ges tillgång till staden och på vilka villkor. Och det handlar om vilka liv som görs möjliga.

Samtidigt står vi nu i en tid där framtiden för urban mobilitet ofta beskrivs i termer av innovation: smarta städer, digitala system, självkörande fordon och avancerade mobilitetstjänster. Det finns en lockelse i dessa visioner – en idé om att teknik och effektiv styrning kan skapa hållbara urbana framtider.



Men om mobilitetens utveckling tappar sin utgångspunkt i människors behov riskerar den att missa hela poängen. Mobilitet som inte stärker stadens värde, utan bara dess genomströmning, riskerar att utarma staden till värdelös förbifart. Den smarta staden blir då inte en stad att leva i, utan en stad att passera igenom eller förvara fordon i.

I Svenska stadskärnors Nationell Agenda för attraktiva stadskärnor beskrivs stadskärnan som stadens hjärta, som identitet och gemensam arena. Ett hjärta lever inte på symbolik. Det lever på rörelse och cirkulation. Och här blir mobiliteten avgörande: vilka flöden tillåts dominera staden? Vilka rörelser prioriteras? Vems drömmar ges möjlighet att förverkligas? **Under efterkrigstiden byggdes städer där bilen blev framtidens självklara språk, och mycket av vår planeringskultur bär fortfarande på denna ideologi som i stora stycken blivit till en norm.** Bilen beskrivs ofta fortfarande som ett inslag som tillåts dominera mobilitetens narrativ. Resultatet är att stadens rum alltför ofta formas för genomfart snarare än vistelse, för hastighet snarare än närhet, för fordon snarare än människor.

Det är lätt att tro att stadskärnans utmaningar främst kommer utifrån: e-handel, förändrade konsumtionsmönster, nya ekonomier. Men problemet är lika mycket internt och stadskärnan inte sällan felprioriterad. Städer har under lång tid gjorts svåra att vara i utan bil, svårt att stanna, svårt att röra sig långsamt och mänskligt. Städer har byggts som om stadsliv vore en bonus man kan lägga till när framkomligheten är säkrad. Men stadsliv är inte en dekorativ restprodukt. Det är hela poängen.

Här finns också en tidsdimension som ofta glöms bort. Det rådande paradigmet om prognosstyrningens logik håller oss kvar i det förflutna genom att skriva fram nuläget som framtid. **Framtiden räknas på som om bilnormen vore naturlag. Som om trafiken bara "är" och "blir". Som att det som är speglar det vi vill. Som om stadens transporter inte vore ett val utan ett facit. Det är naivt och nonchalant.** Det som designas idag kommer att bära konsekvenser långt bortom vår egen tid. Det är bara att titta i backspegeln. Mobilitetssystem har alltid förändrats och att vi skulle stå på optimum av det eftersträvarsvärda just nu är en märklig förståelse av utveckling.

Utan en utveckling med ständigt utvecklat innehåll och omfördelat utrymme riskerar staden att bli värdelös för annat än trafikflöden och uppställning av fordon. Utvecklingen för mobiliteten handlar därför inte bara om teknik. Transportsektorns och stadens utveckling kräver inte enbart nya drivmedel, utan en breddad och utvecklad mobilitet som ger människor en bättre framtid. Elektrifiering är en självklarhet, men bidrar inte till den valfrihet och utveckling de flesta längtar efter. Den ökar endast marginellt människors livskvalitet. Och det finns något radikalt hoppfullt i visionen om en annan mindre bilberoende framtid. Yngre generationer kör mindre än tidigare. De bär redan andra vanor, andra attityder, andra värderingar. Den utveckling som redan

skett i många städer med ökat utbud av kollektivtrafik, bättre cykelmöjligheter och attraktiva vistelsemiljöer betyder att fler vill vistas i staden och kan göra det utan att ledas in i bilberoende. Scenario som inkluderar denna utveckling är särskilt intressant eftersom de visar att förändringen kan ske genom att nya generationers beteenden får stöd snarare än att pressas in i gamla normer. Frågan är om vi vill det, eller om vi kommer att designa staden och våra transportsystem så att även de unga till slut tvingas in i samma ohållbara beroende som äldre generationer.

Det är här utveckling av stadens värde blir en fråga om mod. Hållbar mobilitet framställs ofta som något alla vill ha. I praktiken innebär det en omfördelning av utrymme och bekvämlighet. En stad där bilen får mindre plats är en stad där något annat får mer plats: barn, äldre, kollektivtrafik, cyklar, mötesplatser, träd, liv. Det är inte en teknisk optimering. Det är en prioritering av närvaro och livsmiljöer.

När tätorter står inför ökade krav på mobilitet och växande miljöutmaningar kommer strategiska implementeringar av framtida mobilitetslösningar att vara avgörande. Men deras värde mäts inte i hur avancerade systemen är, utan i om de bidrar till mer rättvisa, motståndskraftiga och mänskliga stadsmiljöer. Tekniken kan vara en möjliggörare – men bara om den leds av stadens sociala och demokratiska uppdrag.

Stadens framtid avgörs därför inte i visionsdokument, utan i gatans tvärsnitt. Hur många meter är rörelse? Hur många meter är vistelse? Hur många meter är bil? Hur mycket går till lek? Till vila? Till rekreation? Handel? Kultur? Sport? Och för vem? Det är där stadens värde blir konkret. I fördelningen av stadens utrymme.

Staden är, ytterst, ett framtidslöfte om liv. Dess värde ligger inte i vad den är, utan i vad den tillåter oss att bli. **En stad där fler kan röra sig utan bil är en stad där fler kan delta.** Mobilitet är inte stadens transportfråga. Mobilitet är stadens demokratifråga. Och stadens värde är inte en kuliss att bevara, utan en riktning att välja.

LENA SMIDFELT ROSQVIST
Tekn Dr, vd Trivector Mobility
lena.smidfelt@trivector.se



SPANINGARNAS GEMENSAMMA NÄMNARE

När ni nu som läsare haft möjlighet att möta de olika bidragen från forskningsrådets medlemmar om stadens värde så kan ni säkert konstatera att det presenteras ett flertal olika tankar. Antalet frågor som ställs och som i vissa fall besvaras är många. Att betrakta och beskriva stadens värde är komplext och värde för en av stadens aktörer är inte nödvändigtvis samma som för en annan. Det handlar inte längre om att se staden som den en gång var utan tillsammans söka komma fram till vad staden i framtiden skall bli. För att detta skall lyckas krävs ett öppet sinne. Nya tider kräver nya verksamheter men också en ny syn på stadens värde, hur skall vi kunna skapa stadens mervärde i den konkurrens som idag råder mellan platser, utbudskanaler osv. Det gäller att bygga den stad som naturligt blir ett val för besökare, konsumenter och verksamheter.

En del tankar går tillbaka till tidigare års spaningar. De "gamla hjulspåren" är inte framtiden och det gäller att tillsammans finna de lösningar som ger oss morgondagens stad.

En stad behöver därför ett engagemang och ett stöd från ett stort antal aktörer – politiker, stadsplanerare, fastighetsägare, verksamhetsidkare och andra aktörer. Ingen är mindre betydelsefull än den andra i dessa sammanhang. Politiker och stadsplanerare skapar förutsättningar, övriga aktörer bidrar med att skapa liv och rörelse. En utmaning är och kan vara att staden som plats ständigt är i rörelse. Det som är rätt idag kan vara mindre rätt i morgon. Utfall kan vi bara bedöma i efterhand men stadens utvecklingsprocesser pågår över lång tid.

Ett sätt att runda av årets olika spaningarna i någon form är att söka lista några av de ny(gamla) orden som kan fångas upp i de olika bidragen.

- Nödvändigt med finurliga idéer
- Mod (att våga)
- Footfall/Stayfall
- Besöksdrivande mot besöksberoende – Kluster
- Bonding/Bridging
- Livskvalitet / Klimatfotavtryck
- Vänflation
- Exotiska influenser
- Den smarta staden

Men låt oss som alltid komma överens om en sak – vi ger inte upp staden. Den behövs!

För att till sist citera Michael E. Porter, professor vid Harvard Business School. Författare till 17 böcker och fler än 125 artiklar och annat byggt upp modellerna *Porters fem krafter*, *Porter-diamanten*, *Porters tre generiska affärsstrategier* och värdekedjan;

***Strategi är inte att göra något någon gör fast lite bättre.
Strategi är att söka det unika!***

FORSKNINGSRÅDETS MEDLEMMAR

LENA SMIDFELT ROSQVIST

Tekn Dr, vd Trivector Mobility
lena.smidfelt@trivector.se

OLA THUFVESSON

Fil dr Kulturgeografi, Tjänstevetenskap,
Lunds universitet
ola.thufvesson@ses.lu.se

ALEXANDER STÅHLE

Tekn Dr stadsbyggnad,
PhD Urban Design
alexander.stahle@spacescape.se

MIA WAHLSTRÖM

Tekn Dr Urbana och regionala studier,
Sign of Times AB
harsman.wahlstrom@gmail.com

MALIN SUNDSTRÖM

professor Högskolan Väst
docent Lunds universitet
malin.sundstrom@hv.se
malin.sundstrom@ses.lu.se

STEFAN MOLNAR

Fil Dr, forskare vid RISE
stefan.molnar@ri.se

ELIN NILSSON

Docent Handelshögskolan vid
Umeå Universitet
elin.nilsson@umu.se

KARIN BOOK

Fil.dr. i kulturgeografi
Docent och lektor i idrottsvetenskap
karin.book@mau.se

OANA MIHAESCU

Fil Dr i urban och regional utveckling
och planering, forskare Handels
forskningsinstitut
oana.mihaescu@hfi.se

JOAKIM WERNBERG

Fil.dr. i ekonomisk geografi och
forskare vid Ratio
joakim.wernberg@ratio.se

JOHAN HAGBERG

Professor i företagsekonomi, Handels-
högskolan vid Göteborgs universitet
johan.hagberg@gu.se

FREDRIK BERGSTRÖM

Ek Dr Nationalekonomi
fredrik.bergstrom@wikinarium.se

JOHAN ANSELMSSON

Associate Professor
Ekonomihögskolan Lund
johan.anselmsson@fek.lu.se

MARTIN ÖBERG

Fil Dr företagsekonomi,
Universitetslektor Handelshögskolan
vid Göteborgs universitet
martin.oberg@handels.gu.se

REDAKTIONSRÅD

Denna skrift är sammanställd och processad av ett redaktionsråd
bestående av Martin Öberg, Felicia Jacobsen och Philip Sandberg.

Grafisk form och original: Åsa Tordenmalm, Whippet Form & Design

Copyright 2026 Svenska Stadskärnor samt respektive författare

Bilder: Flickr: News Oresund, Albert Straub, Maria Eklind | Unsplash: Abi Schreider, Aditya Ali, Alain Rouiller, Anderson Rian, Bailey Mahon, Bernard Hermant, charlesdeluvio, Danny Greenberg, Edward Howell, Fabian Blank, freestocks, Ha Dong, Ian Schneider, Jacek Dylag, Jansen Yang, Jon Tyson, Josef Stepanek, Justyna Zielinska, K8, Kouji Tsuru, Kristina Kutlesa, Kyle Hinkson, Marek Studzinski, Maria Lupan, Marianne Bos, Matthew LeJune, Max Tcvetkov, Maxine Yang, Minh Tran, Naomi Tamar, National Gallery of Art, NordWood Themes, Oleksandr Sushko, Paolo Gregotti, Priscilla du Preez, Rafik Wahba, Red John, Ruben Hanssen, Ryoji Iwata, shche_ team, Simona Marinkova, Sobolev Maksim, Su San Lee, Tanya Barrow, Tem Rysh, Thom Masat, Tim Mossholder, Tushar Mahajan, visuals, Vladimir Fedotov, WeLoveBarcelona.de | AdobeStock: U2M Brand | iStock: Suchat longthara | Porträtt: Niclas Sundström



LÅT STADEN BLOMMA