



CHALMERS



Från sinande pulsåder till flödande stadsliv

En stråkanalys av Kungsgatan i Göteborg

Examensarbete inom kandidatprogrammet

Affärsutveckling och entreprenörskap inom samhällsbyggnadsteknik [AE]

GUSTAV EDLING
JAKOB HÄGG

**INSTITUTIONEN FÖR ARKITEKTUR OCH SAMHÄLLSBYGGNADSTEKNIK
AVDELNINGEN FÖR BYGGNADSDSIGN**

CHALMERS TEKNISKA HÖGSKOLA
Göteborg, Sverige 2021
www.chalmers.se

EXAMENSARBETE ACEX20

Från sinande pulsåder till flödande stadsliv

En stråkanalys av Kungsgatan i Göteborg

Examensarbete inom kandidatprogrammet

Affärsutveckling och entreprenörskap inom samhällsbyggnadsteknik

GUSTAV EDLING

JAKOB HÄGG

Institutionen för arkitektur och samhällsbyggnadsteknik

Avdelningen för byggnadsdesign

CHALMERS TEKNISKA HÖGSKOLA

Göteborg, 2021

Från sinande pulsåder till flödande stadsliv

En stråkanalys av Kungsgatan i Göteborg

Examensarbete inom kandidatprogrammet

Affärsutveckling och entreprenörskap inom samhällsbyggnadsteknik

GUSTAV EDLING

JAKOB HÄGG

© GUSTAV EDLING, JAKOB HÄGG, 2021

Alla bilder i rapporten är författarnas egna, omarbetade efter original eller publiceras med tillstånd från bildens ägare.

Examensarbete ACEX20

Institutionen för arkitektur och samhällsbyggnadsteknik

Chalmers tekniska högskola 2021

Institutionen för arkitektur och samhällsbyggnadsteknik

Avdelningen för byggnadsdesign

Chalmers tekniska högskola

412 96 Göteborg

Telefon: 031-772 10 00

Omslag: Sträckningsbild med Kungsgatan mot öster vid korsning med Korsgatan.

Bildkälla: Göteborgs stadsmuseum, foto taget av Stadsingenjörskontoret Göteborg (1934)

Institutionen för arkitektur och samhällsbyggnadsteknik

Göteborg 2021

Från sinande pulsåder till flödande stadsliv
En stråkanalys av Kungsgatan i Göteborg

Examensarbete inom kandidatprogrammet

Affärsutveckling och entreprenörskap inom samhällsbyggnadsteknik

GUSTAV EDLING
JAKOB HÄGG

Institutionen för arkitektur och samhällsbyggnadsteknik
Avdelningen för byggnadsdesign
Chalmers tekniska högskola

SAMMANFATTNING

Under de senaste fem åren har e-handelns uppgång haft en betydande inverkan på den fysiska handeln i innerstäderna. Göteborgs stadskärna likaså, effekterna av en pågående pandemi, som i sin tur lett till att antalet besökare i stadskärnan minskat drastiskt, har varit spiken i kistan för flertal verksamheter. Kungsgatan har, som en av de mest framträdande handelsstråk i Göteborgs innerstad, sett en drastisk ökning av vakanta lokaler i kommersiella fastigheter som en konsekvens av människors ändrade köpbeteenden. Vad är en eftersträvarvärd verksamhetsmix för en del av Kungsgatan i förhållande till dess roll som ett av Sveriges mest framträdande handelsstråk? Genom en flermetodsundersökning, syftar denna fallstudie att identifiera utvecklingsmöjligheter för ett stråk på Kungsgatan. Genom att analysera nyckelfaktorer för framgångsrika verksamheter och handelsstråk, efterföljt av tolv semistrukturerade intervjuer med dels ämnesexperter från olika bakgrund inom ämnesområdet, dels personer med god insyn i Kungsgatan, förväntas studien bidra till en ökad förståelse och förhoppningsvis verka som riktlinje i framtida stråkutveckling. Av resultatet framgår ett antal nyckelfaktorer, däribland samverkan i linje med en gemensam strategi och vikten av att framhäva identitet i staden för att skapa, ett i framtiden, socialt hållbart stråk som de mest framträdande faktorerna.

Nyckelord: stråkutveckling, innerstadshandel, fastighetsförvaltningsstrategi, etableringsstrategi, centrumsamverkan, stadens återbyggnad, stadsplanering, fastighet

From a Deteriorating Artery to a Living City
A High Street Analysis of Kungsgatan in Gothenburg
*Degree Project in the Bachelor's Programme
Business Development and Entrepreneurship*

GUSTAV EDLING
JAKOB HÄGG

Department of Architecture and Civil Engineering
Division of Building Design
Chalmers University of Technology

ABSTRACT

For the past five years the rise of e-commerce has significantly impacted the growth of physical stores in inner cities. The Central Business District (CBD) of Gothenburg is no different, the effects of an ongoing pandemic, which has led to a major decrease of visitors in the city center, has been the nail in the coffin for some businesses. Kungsgatan, as one of the major retail streets in the Gothenburg CBD, has seen a major increase in the vacancy rates for commercial properties as a consequence of a change in customer behavior. What is the optimal tenant selection mix for a part of Kungsgatan, in regard to its former role as one of Sweden's most prominent high streets? With a multimethodological approach, this case study aims to identify areas of improvement for landlords in a section of Kungsgatan. Primarily by analyzing key factors for business and high street performance, succeeded by conducting twelve semi-structured interviews with professionals on the subject, the study is expected to generate a greater understanding and hope to serve as a guideline for landlords in future high street development. The result shows that key factors like cooperation toward a united strategy and the importance to bring forth place identity in cities to build a socially sustainable high street as some of the most prominent factors.

Key words: high street development, central business district, landlord strategy, retail management, city center coordination, urban revitalization, urban planning, property management

Begreppsdefinition

I detta arbete används nedan listade begrepp utifrån följande benämningar.

Strukturomvandlingen

I detta arbete syftar begreppet strukturomvandling på den förändring som sker hos den fysiska handeln. Denna förändring har till stor del uppkommit på grund av e-handeln samt digitalisering och därmed förändrat konsumenternas köpbeteenden vilket lett till att den fysiska handeln i stadskärnan har minskat.

Genhet

Betweeness centrality som översätts till genhet på svenska, är ett mått på hur hög grad ett stråk fungerar som en förbindelse mellan ett valt radiellt avstånds start och målpunkter. Alltså får ett stråk med ett högt antal förbindelser också en hög genhet (Spacescape, u.å.). I detta arbete används ett radiellt avstånd på en kilometer. Genhetsanalysen syftar i detta arbete är att teoretiskt visa stråkets förutsättningar för gångflöden. Parametern används för att visa hur pass gångvänligt stråket är utifrån dess kopplingar med övriga gator.

Gångflöde

Syftar på antalet människor som till fots passerar stråket. Denna parameter är viktig för att jämföra Kungsgatan i Göteborg med övriga gator i både Göteborg och övriga Sverige.

Entrétäthet

Ett nyckeltal som indikerar på hur tätt det är mellan butiksentréer. I detta examensarbete består nyckeltalet av antal entréer inom en radie av 25 meter.

Spillover-effekt

Ett begrepp som används i nationalekonomiska sammanhang för att beskriva hur en till synes orelaterad händelse i ett land även kan ha konsekvenser hos andra länders ekonomi, en kedjereaktion. I detta arbete kommer spillover-effekter refereras till som en positiv effekt av att verksamheter gynnar varandra genom att generera kundflöden, butiker emellan.

Handelskluster

En samling av verksamheter som etablerat sig intill varandra av antingen inre eller yttre påverkansfaktorer. Där inre faktorer syftar på relationer butiker emellan och en yttre påverkansfaktor kan exempelvis vara att området har höga gångflöden. Kluster kan bestå av kompletterande såväl som konkurrerande verksamheter. Konkurrerande kluster kan ofta ses i form av branschkluster.

Ankarbutik

Ofta en större kedjebutik som lockar stora besöksflöden och medför att mindre butiker vill etablera sig i dess närhet. En butik som är betydelsefull för omgivningen ur olika aspekter.

Varumärkesbutik

En butik med ett kraftfullt och betydande varumärke.

Kedjebutik

En butik som tillhör en butikskedja, ofta är det samma ägare som driver butikerna och sortimentet är snarlikt. Motsatsen till en kedjebutik är en lokal butik.

Butikskoncept

Ett butikskoncept förväntas bidra med en spännande upplevelse och anses vara uppseendeväckande. Ordet kan förklaras som besökarens upplevelse när den går in i butiken.

Konfektion

Butikstyp som erbjuder fabriksmässigt tillverkade kläder som är färdigsydda.

Mass- & mid market

Förklarar en butiks inriktning, *mass market* är en inriktning mot alla slags människor. En inriktning mot mid market anses handla med något dyrare varor än mass market.

Premiuminriktning

En butik med inriktning på dyrare och mer exklusiva varor än *mid market*.

Ärendebaserad handel

Begreppet inkluderar optiker och apotek. Begreppet förutsätter att dessa verksamheters försäljning främst kommer från tidsbokade besök.

Shoppinghandel

Handel vars syfte snarare är upplevelsebaserat än den mer praktiska ärendehandeln. Verksamheter som inkluderas i shoppinghandel är butiker med försäljning av kläder, skor, kosmetika och mindre heminredning. Hit klassas även restaurang och caféverksamhet.

Fleretableringar

Syftar till butiker som finns på flera platser i stadskärnan. De stora butikskedjorna har ofta dubbel- eller trippletableringar i större städernas stadskärnor.

Vakansgrad

En vakans är en lokal utan hyresgäst. Vakansgrad är den andel av lokalerna som står utan hyresgäst.

Innehållsförteckning

1	INLEDNING	1
1.1	BAKGRUND	1
1.1.1	Kungsgatans historia	2
1.1.2	Covid-19-pandemin	2
1.2	SYFTE	3
1.3	FRÅGESTÄLLNING	4
1.4	TÄNKBARA RESULTAT	4
1.5	MÅLGRUPP FÖR RESULTAT	5
1.6	AVGRÄNSNINGAR	5
1.6.1	Val av stråk	6
2	KUNSKAPSÖVERSIKT	7
2.1	E-HANDELNS UTVECKLING	7
2.2	BUTIKSHANDELNS UTVECKLING	7
2.3	CITYKÄRNANS ATTRAKTIVITET	8
2.4	EFFEKTER FRÅN KLUSTERING AV VERKSAMHETER	8
2.4.1	Kompletterande och konkurrerande verksamhetsmix	9
2.5	ENTRÉTÄTHET	9
2.6	GEOGRAFISKA INFORMATIONSSYSTEM (GIS)	11
2.6.1	Betweenness Centrality & Genhet	11
2.7	MODELLER FÖR UTVÄRDERING AV STADSMILJÖ	12
2.7.1	Twelve Quality Criteria	12
2.7.2	Placemaking	13
3	METOD	14
3.1	FÖRSTUDIE	14
3.2	UNDERSÖKNINGSSTRATEGI	14
3.3	UNDERSÖKNINGSDESIGN	14
3.4	UNDERSÖKNINGSMETOD	15
3.5	DATAINSAMLING FÖR DEN KVANTITATIVA STUDIEN	15
3.5.1	Datscha	15
3.5.2	Urban Calculator	16
3.5.3	QGIS	16
3.5.4	Inventering av entréer	16
3.5.5	Inventering av stadsmiljö	16
3.5.6	Verksamhetsmix	17
3.6	KVALITATIV DATAINSAMLING	18
3.6.1	Semi-strukturerade intervjuer	18
3.7	KVALITATIV DATAANALYS	19
4	RESULTAT	20
4.1	STRUKTUROMVANDLING INOM HANDELN	20
4.1.1	Summering	22
4.2	STADSMILJÖ	22
4.2.1	Kungsgatan som pulsåder	25
4.2.2	Ett trångt stråk	25
4.2.3	Skyddsbarriärer som tillför identitet	27
4.2.4	Summering	28
4.3	ENTRÉTÄTHET	29
4.3.1	Summering	30
4.4	LOKALER	31
4.4.1	Summering	34
4.5	HYRESKONTRAKT	34
4.5.1	Fastighetsbranschen behöver bli mer flexibel	34
4.5.2	Är hyresnivån för hög?	36

4.5.3	Summering.....	37
4.6	VERKSAMHETSMIX	37
4.6.1	Stråkets styrkor och svagheter ur verksamhetsperspektiv	39
4.6.2	Låt verksamheterna växa ut	41
4.6.3	Etableringsstrategi.....	43
4.6.4	En granne är alltid bättre än vad en konkurrent är farlig	46
4.6.5	Vilken verksamhet vill du se på stråket?.....	47
4.6.6	Kungsgatan är som Nordstan utan tak	48
4.6.7	Avsaknaden av lokala verksamheter.....	49
4.6.8	Bjud på lite kultur	50
4.6.9	Summering.....	51
4.7	IDENTITETSSKAPANDE	51
4.7.1	Kungsgatans brist på identitet idag	51
4.7.2	En av stadens mest historiska handelsgator	53
4.7.3	Summering.....	55
4.8	SAMVERKAN.....	55
4.8.1	Hur uppnås samverkan mellan stråkets olika intressenter?	55
4.8.2	Masterplan	57
4.8.3	Business Improvement Districts	58
4.8.4	Summering.....	59
4.9	GÅNGFLÖDE & GENHET	60
5	DISKUSSION OCH ANALYS.....	61
5.1	DET STORA PERSPEKTIVET - FÖRÄNDRING I STADSKÄRNAN.....	61
5.2	LOKALERNAS FÖRÄNDRING	62
5.3	GÅNGFLÖDET - KUNGSGATANS FRÄMSTA STYRKA.....	63
5.4	STADSMILJÖ	64
5.5	UTBUDETS FÖRÄNDRING.....	66
5.6	SAMVERKAN.....	68
6	SLUTSATS.....	70
6.1	REKOMMENDERAD VIDAREFORSKNING.....	70
7	LITTERATURFÖRTECKNING	72
8	APPENDIX A.....	74
9	APPENDIX B.....	75
10	APPENDIX C.....	76
11	APPENDIX D.....	77

FÖRORD

Examensarbetet omfattar 15 högskolepoäng och genomförts som en del av det avslutande arbetet på programmet *Affärsutveckling och Entreprenörskap inom samhällsbyggnadsteknik* vid Chalmers tekniska högskola.

Stort tack till Pontus Edman som tidigt vägledde oss och gav oss kontakt med Anders Forsling som sedan gav oss ovärderlig handledning och agerade som bollplank åt oss. Vi riktar en stor eloge till Anders, och Wallenstam som med ekonomiskt bidrag möjliggjorde vår medverkan i en konferensdag, för att vidare botanisera oss inom ämnet

Vi vill tacka alla som har ingått i förstudien för er tid och hjälpsamhet. Förstudien innefattade många möten på distans men trots det har ni gladeligen ställt upp, särskilt tack till Christina Heikel, Meta Berghauser Pont, Christer Harling och Karin Eriksson.

Ett stort tack vill vi rikta till alla er som har tagit er tid att medverka i intervjuer för arbetet, Lena Dalerup, Jesper Örtengren, Dag Agård, Per Andersson, Henrik Olsson, Lisa Lagerén, Mia Wahlström, Ulrika Åkerlind, Eva Thulin, Thomas Wernersson och Sofia Andersson

Vidare vill vi även tacka våra engagerade opponenter Linnéa Gustavsson och Samuel Lundberg för deras konstruktiva feedback och korrekturläsning av arbetet.

Ett stort tack till Nina Ryd, vår handledare från Chalmers som engagerat sig under hela arbetets gång och som blivit en förebild för oss inför vårt framtida yrkesliv.

Göteborg, juni 2021
Gustav Edling & Jakob Hägg

1 Inledning

Inom stråkutveckling används metoden stråkanalys som en slags nulägesanalys för stråk. Syftet är att på ett objektivt sätt identifiera förutsättningar, möjligheter och marknadspositionering för ett valt stråk. Stråkanalysen kan i sin tur ligga till grund för en framtida vision eller strategi för stråket.

1.1 Bakgrund

Sedan urminnes tider har sättet vi handlat på förändrats. Det började redan när vi människor levde i bysamhällen och livnärde oss på tjänster och gentjänster samt byteshandel (Harari, 2014). Byarna var till en början små och det var svårt att på heltid sysselsätta sig med det man var duktig på. I takt med att städerna blev större med förbättrad infrastruktur skapades möjligheten att specialisera sig och att på heltid sysselsätta sig med sin yrkeskunskap. När byarna blev större blev även handel med tjänster och gentjänster ohållbart (Harari, 2014). Därefter var det inte längre bara släkt som bodde tillsammans utan nu fanns fler främlingar. Detta skapade en osäkerhet om du skulle få tillbaka din utförda tjänst i form av en gentjänst.

I en bytesekonomi måste handlarna varje morgon lära sig det relativa bytesförhållandet mellan sina, och andras varor (Harari, 2014). I takt med att samhället blev större blev också ekonomin mer komplicerad, speciellt när trepartsbyten var tvunget att tillämpas. Byteshandel kan inte bära en komplex ekonomi, detta problem löstes med pengar. Pengar kan vara vad som helst som människor är villiga att använda för att symboliskt representera andra tings, eller tjänsters värde. Genom detta hade sättet vi handlade på förändrats och en av handelns första strukturomvandlingar hade nått oss, för cirka 5000 år sedan.

År 2007 såg världen en förändring komma. Detta år släpptes iPhone och möjligheten att ständigt vara uppkopplad var ett faktum. Digitaliseringen tog ett stort kliv in i detaljhandeln och vårt köpbeteende (Dag Agård, Personlig kommunikation, 9 mars). Denna utveckling resulterade i att konkurrensen blev alltmer tuffare inom detaljhandeln och ytterligare en strukturomvandling startade.

Handeln är under ständig förändring vilket märks tydligt nu när e-handeln tar upp större andel av den totala handeln (Fastighetsägarna, 2020). Sedan 2015 har e-handelns tillväxt i sällanköpsvaruhandeln kraftigt ökat och 2018 skedde all tillväxt till e-handelns fördel. Den fysiska beklädnadsbranschen har klassats som den mest utsatta branschen inom sällanköpsvaruhandeln mot den växande e-handeln. Ett paradigmskifte sker nu i form av förändrade kundbeteenden och förutsättningar för stadskärnan (Fastighetsägarna, 2020), vilket ofta refereras till som handelns strukturomvandling. Detta är något som uttrycks ännu tydligare sedan coronapandemin drabbat Sverige, vilket lett till att besöksflödet till stadskärnan minskat kraftigt.

Beklädnadshandeln skapar idag en stor dragningskraft mot stadskärnan. Den stora utmaning som finns i beklädnadsbranschen väntas minska stadskärnans

attraktivitet genom besök och således även påverka andra branscher som redan idag har små marginaler och svag lönsamhet.

1.1.1 Kungsgatans historia

Kungsgatan i Göteborg är en av stadens äldsta shoppinggator. Enligt en arkitekturteori från 1400-talet namngavs den mest betydelsefulla gatan med namnet Kungsgatan (Innerstaden Göteborg, u.å.). År 2011 slutfördes en totalrenovering av Kungsgatans beläggning där Göteborgs Stad och berörda fastighetsägare delade på kostnaden enligt Jesper Örtengren (personlig kommunikation, 2 februari 2021). Enligt Vasakronan är Kungsgatan även Sveriges längsta gågata med sina 600 meter (u.å.).

År 1922 skapades en samverkansgrupp på Kungsgatan som då hade det primära syftet att asfaltsbelägga gatan. Nedan citeras C. W. Persson, ur boken, *Kungsgatans årsbok 1932* (1932) utgiven av *Föreningen Kungsgatan*, där han lyfter fram förslaget om att skapa en förening för gatan.

“Kungsgatan är och kan fortfarande förbli en av vår stads förnämsta affärsgator. Det gäller dock att fastighets- och affärsinnehavare på allt sätt bemöda sig om att giva gatan den prägel den berättigar.”

Föreningen Kungsgatan bildades år 1922 med följande som huvudsakliga syfte.

“[...] ha till uppgift att genom särskild styrelse inrikta sin verksamhet på att höja Kungsgatans estetiska utseende och värde, exempelvis genom att verka för åstadkommandet av att stilfulla skyltar, skyltningar, dekorationer och reklamer anordnas, mäss- och marknadsdagar (event. realisationsdagar), anbefalla värdig flaggning vid högtidsdagar etc. samt söka verka för att fastighetsägare hålla sina fastighetsfacader väl vårdade och bistå med råd och dåd vid alla de tillfällen, där intresserades gemensamma intressen kan ifrågakomma för att dessa skola få den största vinning av sammanslutningen och denna nå sitt mål.”

Idag finns samverkansföreningar likt denna med fokus på Göteborg och stadskärnan, men ingen med enbart Kungsgatan i fokus.

1.1.2 Covid-19-pandemin

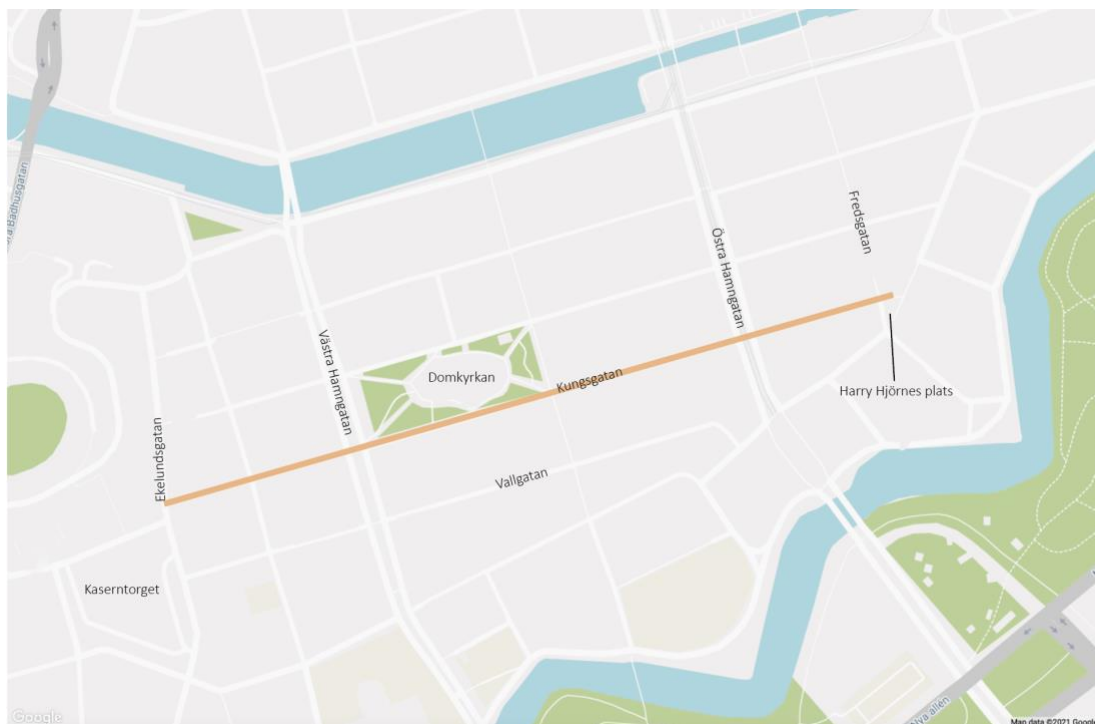
Pandemin har medfört ett minskat gångflöde på Kungsgatan med 52 procent enligt inhämtad gångflödesstatistik mellan åren 2019 och 2020 från databasen Datscha (2021). Det minskade gångflödet har även påverkat butikernas omsättning negativt. En kedjebutik inom beklädnad på Kungsgatan uppger att de minskat sin omsättning med 30–40 procent räknat på 12 månader som en effekt av pandemin (A. Reinesdotter, personlig kommunikation, 26 mars). Samma kedja har även en butik i köpcentret Nordstan där minskningen under motsvarande period varit 45–50 procent. I detta fall har butiken i gatuplan klarat sig bäst i pandemin där minskningen inte varit lika stor som i närliggande köpcentrum.

Pandemin har medfört ett ökat distansarbete hemifrån. Detta har påverkat inflödet av dagbefolkningen till Göteborgs stadskärna betydande (Fastighetsägarna, 2020). Dagbefolkningen i stadskärnan räknas ut genom hur många personer som har sitt arbetsställes geografiska belägenhet inom stadskärnan. I Göteborg ökar dagbefolkningen 257 procent jämfört med det antalet som bor, och benämns som områdets nattbefolkning. Detta är en stor skillnad mot övriga storstäders stadskärnor i landet där genomsnittet är en ökning på 99 procent. Nattbefolkningen baseras på folkbokföringsadressen och är i Göteborgs stadskärna endast 2 procent av kommunens totala befolkning (Fastighetsägarna, 2020). Detta benämns som relativt lågt jämfört med genomsnittet för storstäders stadskärnor i Sverige som är 8 procent. Den låga nattbefolkningen och den uteblivna dagbefolkningen kan ses som en bidragande faktor till det minskade gångflödet på Kungsgatan under pandemin.

Vikten av boende i stadskärnan belyses i rapporten *Den hållbara stadskärnans behov av bostäder* som är framtagen av *HUI Research (2021)*. Boende bidrar med bland annat köpkraft och trygghet, men minskar även stadskärnans sårbarhet mot förändringar. Köpkraften kommer från att boende gärna handlar i närheten av sin bostad, och trygghet då boende ofta vistas i närområdet under kvällar och helger.

1.2 Syfte

Syftet med undersökningen är att analysera och identifiera förbättringsåtgärder för fastighetsägare, näringsidkare och Göteborgs Stad på Kungsgatan i Göteborg, med fokus på den del som sträcker sig mellan Västra- och Östra Hamngatan, se Figur 1. Utifrån förbättringsåtgärderna kan sedan riktlinjer identifieras som förhoppningsvis kan hänvisas till i framtida stråkutvecklingsprojekt.



Figur 1. Kartillustration över Kungsgatan där stråket syns markerad i orange. Även intilliggande gator och landmärken är markerade. Kartbild omarbetad från original som hämtats från *Snazzy Maps* med kartdata från *Google*.

1.3 Frågeställning

För att kunna identifiera förbättringsåtgärder för stråket måste de påverkande faktorerna identifieras. Arbetet syftar till att besvara följande frågor:

- Vad är en eftersträvansvärd verksamhetsmix på Kungsgatan utifrån dagens förutsättningar?
- Skapar ett samarbete och en medveten strategi mellan fastighetsägare och Staden, ett mer attraktivt stråk för platsens besökare?
- Hur kan man skapa bättre förutsättningar för att människor ska vilja vistas på stråket?
- Hur bör fastighetsägare arbeta med lokalernas förutsättningar i form av entrétäthet, lokalstorlek och hyresnivå för att hänga med i den strukturella förändringen som sker inom handeln?

1.4 Tänkbara resultat

Examensarbetet förväntas utreda hur fastighetsägare, Staden och verksamheterna bör arbeta för att skapa så bra förutsättningar som möjligt för att besökare ska vilja vistas på Kungsgatan. Det förväntas även generera förslag på platsutvecklande åtgärder.

Baserat på en tidigare studie för köpcentrum, utreder arbetet om samverkan i kombination med en bred verksamhetsmix även ska kunna gynna stråk med

positiva spillover-effekter verksamheter emellan, där planerade köp i sin tur leder till spontanköp (Sevtsuk, 2020).

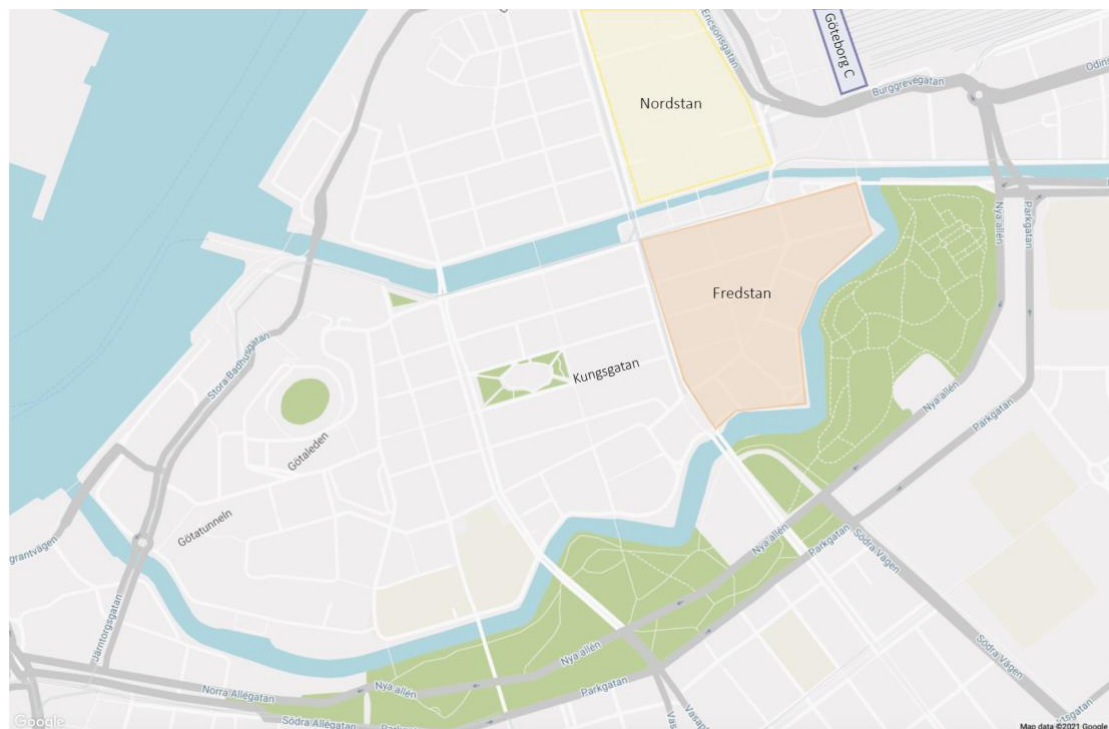
Examensarbetet förväntas även utreda vikten av samverkan i en kommersiell gatumiljö.

1.5 Målgrupp för resultat

Målet är att generera en bättre förståelse på förbättringsmöjligheter och åtgärder för fastighetsägare, verksamma i det givna området, i framtida centrumutvecklingsprojekt. Således är fastighetsägare, Göteborgs Stad och företagsorganisationer i Göteborgs innerstad den primära målgruppen för arbetets resultat.

1.6 Avgränsningar

Studien fokuserar på Kungsgatans kommersiella lokaler i bottenplan och kommer således inte att undersöka kontor eller bostäder. Vidare kommer pågående renoveringsprojekt att bortses ifrån vid bedömningar av stråket. En geografisk avgränsning för arbetet är att det primärt kommer behandla den del av Kungsgatan som kan ses i Figur 2.



Figur 2. Övergripande kartbild över Göteborgs innerstad. Kungsgatan kan ses i relation till två andra handelsområden i innerstaden, Nordstan och Fredstan samt Göteborgs Centralstation. Kartbild omarbetad från original som hämtats från Snazzy Maps med kartdata från Google.

1.6.1 Val av stråk

Detta arbete inriktar sig på en vald del av Kungsgatan i Göteborg som sträcker sig mellan Ekelundsgatan och Harry Hjärnes plats, den delen av stråket som klassas som gågata. En djupgående analys görs på det stråk som sträcker sig mellan Västra- och Östra Hamngatan, se Figur 1. För att contextualisera den djupgående analysen kommer resterande delar av Kungsgatans gågata, mellan Ekelundsgatan och Harry Hjärnes plats, att tas i beaktning vid analys av stråkets gångflöden, genhet, stadsmiljö samt entrétäthet. Vid rådfrågning med universitetslektorn inom stadsbyggnad Meta Berghauser Pont (Personlig kommunikation, 4 februari 2021) poängterades vikten av att en stråkanalys behöver baseras på en större nätverksanalys för att notera förändringar och därmed förstå stråkets relation till stadens helhet.

2 Kunskapsöversikt

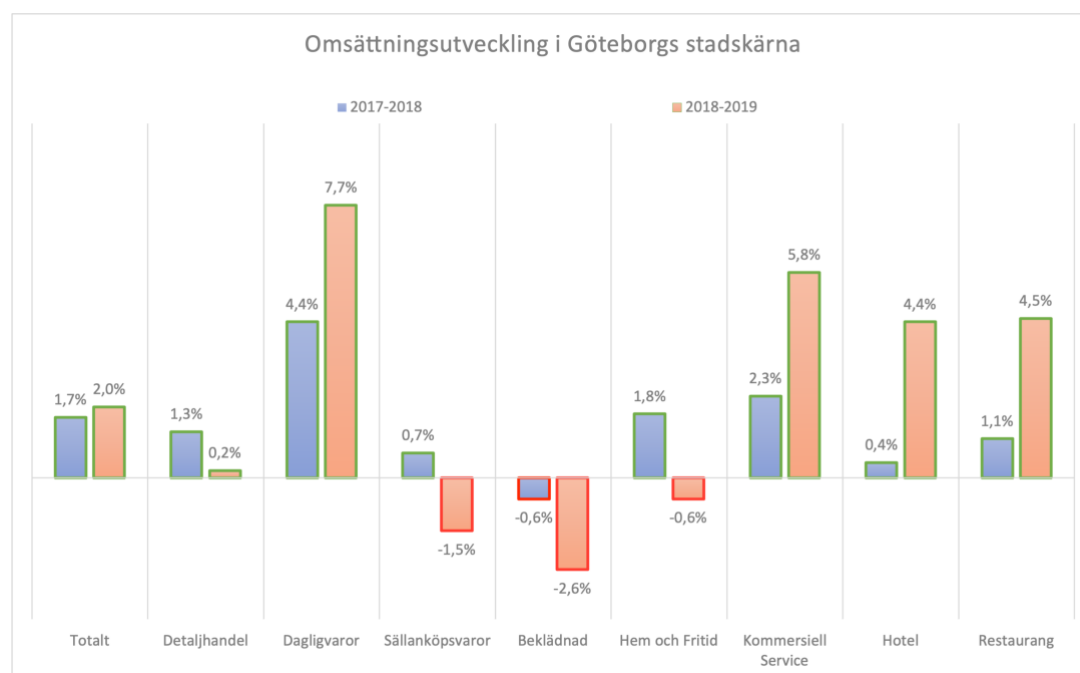
I detta avsnitt presenteras en insamling av befintliga studier och rapporter som ligger till grund för examensarbetets frågeställning. Analysverktyg presenteras tillsammans med både äldre, mer beprövade teorier samt nyare forskning.

2.1 E-handelns utveckling

Postnord gav i början av 2021 ut sin rapport *E-barometern årsrapport 2020* (Postnord, 2021) som grundar sig i ett samarbete med Svensk Digital Handel och HUI Research. Av rapporten framgår att år 2020 ökade e-handelns tillväxt med 40 procent, till den sammanlagda försäljningen av totalt 122 miljarder kronor. Denna stora ökning härleds till coronapandemin då myndighetsrestriktioner fått människor att stanna hemma. Tidigare har e-handelns tillväxt stabilt ökat med 8–17 procent varje år mellan åren 2020 och 2008.

2.2 Butikshandelns utveckling

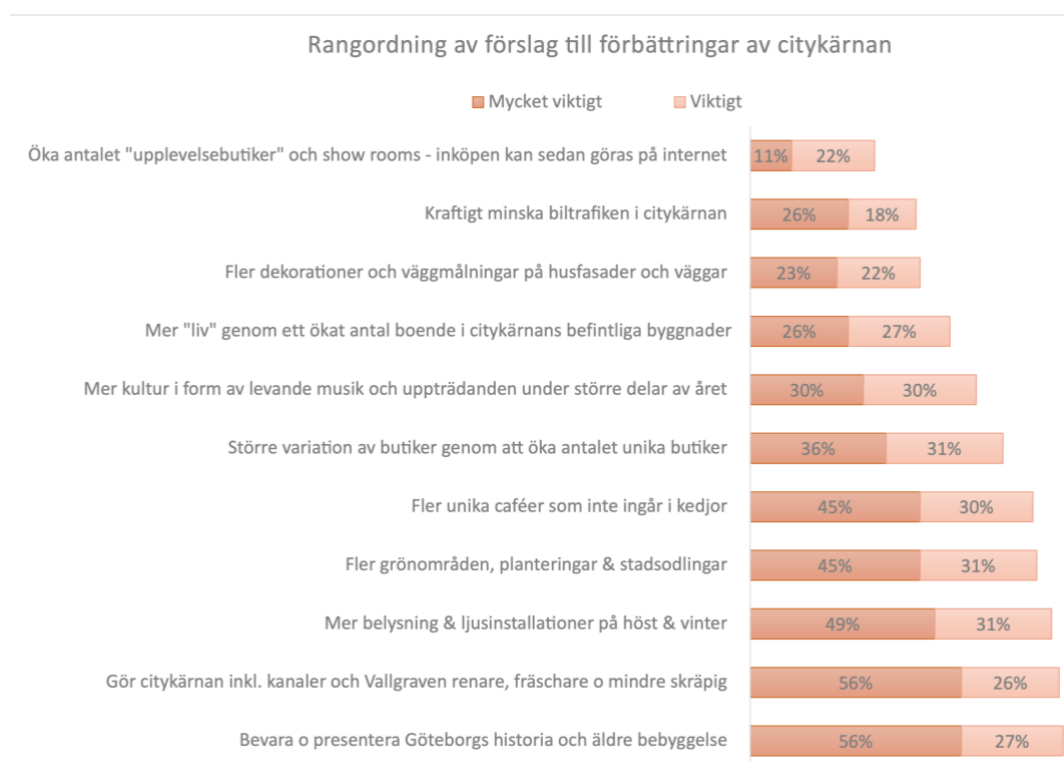
I rapporten Cityindex (2020) med *Fastighetsägarna* som uppdragsgivare presenteras butikshandelns utveckling i Göteborg. I rapporten presenteras omsättningsutvecklingen för detaljhandelns olika branscher i stadskärnan. Mellan 2017 och 2018 såg beklädnadsbranschen en negativ omsättningstillväxt på 0,6 procent (Fastighetsägarna, 2019). Denna negativa omsättningstillväxt fortsatte ytterligare mellan 2018–2019 där en minskning syns av 2,6 procent från föregående års nivå (2020). Statistiken visar att beklädnadsbranschen har det tufft i den fysiska handeln. Dessa förändringar illustreras nedan i Figur 3.



Figur 3. Diagram över omsättningsutveckling i Göteborgs stadskärna indelat efter bransch mellan åren 2017-2018 och 2018-2019. Diagram baserat på siffror från rapporterna Cityindex 2019 (Fastighetsägarna, 2019) och Cityindex 2020 (Fastighetsägarna, 2020).

2.3 Citykärnans attraktivitet

På uppdrag av *Göteborgs Stad* har *Göteborg & Co* (GBG&Co) och *Business Region Göteborg* (BRG) gjort en undersökning (GBG&Co, BRG, 2021) bland boende i Göteborgsregionen om deras attityd och upplevelse av citykärnan. Detta för att få en förståelse för vad som faktiskt efterfrågas av besökarna för att stadskärnan ska bli mer attraktiv. Kungsgatan ingår i området som benämns som "Området mellan Östra- och Västra Hamngatan" och dess image benämns som svag och otydlig. Hur rapportens respondenter har rangordnat olika förslag illustreras i figur 4, där enbart svarsalternativen mycket viktigt och viktigt har redovisats. Svarsalternativen "varken eller", "vet ej", "oviktigt" och "mycket oviktigt" redovisas inte i detta diagram.



Figur 4. Diagrammet visar olika förbättringsförslags rangordning, av boende i Göteborgsregionen, för området mellan Hamngatorna baserat på siffror från intervjuer på svenska från Göteborg & Co samt Business Region Göteborgs undersökning (2021).

2.4 Effekter från klustring av verksamheter

I sin bok *Street Commerce: Creating Vibrant Urban Sidewalks* (2020) behandlar Sevtsuk kompletterande verksamhetskluster som benämns som en ansamling av varierande verksamhetstyper som tillsammans breddar utbudet av produkter och service på platsen. Författaren påstår att dessa kluster bildas av två anledningar, dels att kundens transportkostnader minskar, dels att spillover-effekter genereras mellan de olika verksamheterna i form av spontanköp. I

köpcentrum arbetar man aktivt med att positionera verksamheter för att maximera spillover-effekter.

Sevtsuk presenterar även hur handelskluster kan forma *business improvement districts* (BIDs) för att öka sin konkurrenskraft gentemot köpcentrum (2020). Sevtsuk menar på att det är vanligt att både BIDs och köpcentrum arbetar aktivt med att söka upp önskvärda verksamheter genom riktad marknadsföring istället för att låta verksamheterna söka sig dit. Däremot lyfter författaren även svårigheten för ett BID att erbjuda kraftiga hyresrabatter på samma sätt som köpcentrum, vilket han menar kan bero på svårigheten att identifiera individuella fastighetsägares ekonomiska vinning av en viss verksamhet bidrag till klustret.

2.4.1 Kompletterande och konkurrerande verksamhetsmix

Sevtsuk (2020) menar att för att kluster skall skapas krävs det åtminstone 25 verksamheter men att dynamik kan skapas redan när två verksamheter ligger bredvid varandra. Klassisk etableringslitteratur definierar kluster som erbjuder ett brett urval av verksamheter till kompletterande verksamhetskluster. Ett exempel på kompletterande verksamheter är att placera en slaktare bredvid en grönsakshandlare, en glasskiosk bredvid en teater eller en restaurang bredvid en klädbutik. Men verksamheter som syftar till att lösa ärenden, som skönhetssalonger, frisörer är också nödvändigt vid ett kompletterande kluster. En drivkraft bakom kompletterande kluster är att minska människors tid- och transportkostnader. Människor vill helst lösa så många ärenden på så kort tid som möjligt. Ett bra kompletterande kluster täcker in ett stort behov av människors ärenden och minskar deras transportkostnader. Detta är en av drivkrafterna bakom köpcentrum. Författaren nämner att empiriska studier visar att människor kan välja bort närliggande mindre köpcentrum om det finns möjlighet att transportera sig till ett större köpcentrum, med större valmöjligheter (2020).

En annan drivkraft bakom kompletterande kluster är dess skapande av spillover-effekter. Sevtsuk (2020) nämner att kunder som dras till eftertraktade och dyra butiker skapar merförsäljning i form av spontanköp hos mindre eftertraktade och billigare butiker. En person som köper ett par byxor på en storgata köper säkerligen en kaffe på samma gata, men detta spontanköp hade kanske inte skett om personen skulle transportera sig till en bokaffär i ett annat kluster.¹

2.5 Entrétäthet

Jan Gehl förklarar i sin bok *Städer för människor* (2019) vikten av ett stråks entrétäthet. Psykologiska studier har visat att människors sinnen behöver stimulans i korta intervaller om fyra till fem sekunder. På de allra mest attraktiva och lyckade shoppingstråk i världen menar författaren att skyltfönster har en längd av fem till sex meter. Denna entrétäthet genererar 15 till 20 butiker per

¹ Författaren syftar på konceptet bokcafé som är vanligt i andra länder. Det är ett koncept med café och bokhandel i en kombinerad verksamhet.

100 meter för ett stråk. Med en gånghastighet på 80 sekunder per 100 meter sker det nya aktiviteter var femte sekund för den passerande. Korta lokalfasader med en hög detaljrikedom och entrétäthet med ett intressant innehåll anses positivt. Kan en interaktion mellan insidan och utsidan av fasaden skapas är även detta väldigt positivt för stadslivet.

Gehl har med undersökningar från boken *How to study public life* (2013), kommit fram till att de tidigare nämnda kriterierna bidrar till en stor aktivitet utanför fasaderna. Människor går långsammare, vänder huvudet mot fasaden eller stannar upp utanför de aktiva bottenvåningarna. Bedömningen av lokalfasader utifrån ett flertal olika egenskaper som kan ses i Figur 5.



Figur 5. Modell över olika typer av fasadutformningars egenskaper (Gehl, 2019).

2.6 Geografiska informationssystem (GIS)

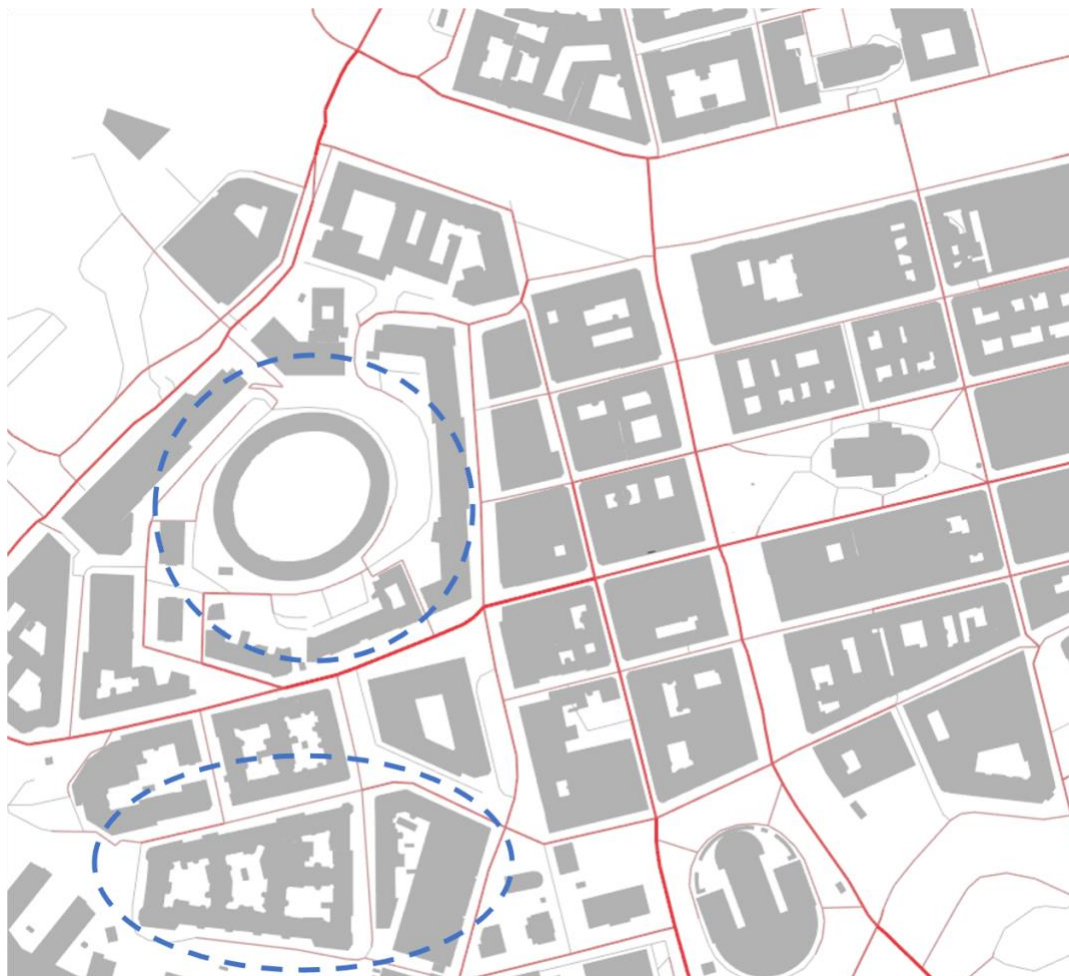
GIS är ett användbart analysverktyg för att visa den rumsliga utformningen av ett område (Boverket, 2019). Platsers geografiska läge kan kompletteras med statistik för att tydligare illustrera olika påverkansfaktorer. Ett exempel på en GIS-metod är en *Space syntax*-analys. Det är en rumsintegrationsanalys där relationen mellan miljö och människors rörelser kan illustreras i kartor. Det finns ett flertal olika mått som går att analysera, detta gör att användningsområdet för denna typ av analyser är brett (Spacescape, u.å.). En typ av Space syntax-analys är genhetsanalys.

För att förstå hur en plats fungerar måste kunskap om platsens flöden erhållas. Genom att analysera den byggda miljön och den rumsliga struktur som platsen har, kan man bättre förstå platsens flöden (Berghauser Pont, Stavroulaki, & Marcus, 2020). Det som styr en plats är kopplingen till andra platser och vad som sker på dem.

2.6.1 Betweenness Centrality & Genhet

I boken *Street Commerce* av Andres Sevtsuk (2020) nämns begreppet *betweenness centrality* som en viktig parameter inom rumslig analys för att bedöma en potential för stråkets gångflöde, detta benämns som genhet på svenska.

I figur 6 illustreras två områden med låg genhet, markerade med blå markering. Trots att områdena ligger precis bredvid Kungsgatan som är en central gata, är det en väldigt låg genhet på gatorna. Detta beror på att gatorna enbart leder vidare till ett fåtal andra gator och på så sätt blir återvändsgränder (Berghauser Pont, Stavroulaki, & Marcus, 2020).



Figur 6. Illustration över två centrala områden som visas i blå markering med en låg genhet. Ju tjockare den röda linjen är, desto högre är genheten. Bilden är omarbetad från en genhetsanalys gjord med Urban Calculator.

2.7 Modeller för utvärdering av stadsmiljö

För att bedöma och utvärdera hur en miljö upplevs finns det ett flertal olika metoder att använda. De följande modellerna vägleder för en kvalitativ bedömning och syftar till att kartlägga människornas beteenden på platsen.

2.7.1 Twelve Quality Criteria

Twelve Quality Criteria är en modell som används för att bedöma stadsliv (Gehl, 2019). Bedömningsmatrisen är framtagen av *Gehl Architects* baserat på Jan Gehls expertis. Modellen är ett hjälpmedel för att kartlägga hur platsen upplevs av dess besökare. Modellen utgår huvudsakligen från tre kriterier, skydd, komfort och härlighetsvärden. Bra platser uppfyller alla kriterier.

För att en plats, enligt modellen ska anses vara skyddad bör den vara fri från trafik och man ska som gående känna sig trygg, dels tack vare belysning och dels tack vare aktiva verksamheter (Gehl, 2019). För att uppnå ett högt betyg bör man även vara skyddad från brottslighet under dygnets alla timmar. Platsens

komfort analyseras utifrån gångvänligheten och tillgängligheten, stå- och sittmöjligheter, siktbarhet, möjlighet för samtal eller aktiviteter. Slutligen analyseras njutbarheten för platsen med hjälp härlighetsvärden.

Skydd	<p>SKYDD MOT TRAFIK OCH OLYCKOR</p> <ul style="list-style-type: none"> • Upplevelse av trygghet i förhållande till trafiken 	<p>SKYDD MOT KRIMINALITET OCH VÅLD</p> <ul style="list-style-type: none"> • Upplevelse av trygghet • Levande stadsrum • Överlappande funktioner dag/natt • Bra belysning 	<p>SKYDD MOT OBEHAGLIG SINNESPÅVERKAN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vind/drag • Regn/snö • Kyla/värme • Föroreningar • Damm, bländning och buller
	Komfort	<p>MÖJLIGHETER ATT GÅ TILL FOTS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plats för fotgängare • Respekt för gånglinjer • Intressanta fasader • Tillträde för alla • Bra ytor 	<p>MÖJLIGHETER ATT STÅ/UPPEHÅLLA SIG</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uppehållszoner/kanteffekt • Stödpunkter att stå intill • Fasader som känns inbjudande att uppehålla sig vid
Härlighetsvärden		<p>MÖJLIGHETER ATT SE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rimliga synavstånd • Obrutna siktlinjer • Intressanta vyer • Belysning (kväll/natt) 	<p>MÖJLIGHETER ATT SAMTALA OCH HÖRA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Låg bullernivå • Samtalsvänliga sittarrangemang
	<p>SKALA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dimensionering av byggnader och rum i en mänsklig skala relaterad till sinnen, rörelsemöjligheter och beteende 	<p>MÖJLIGHETER ATT NJUTA AV POSITIVA KLIMATASPEKTER</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sol/skugga • Värme/kyla • Lå/bris (vilken vikt som läggs vid de olika aspekterna varierar från region till region och beroende på årstid) 	<p>ESTETISKA KVALITETER OCH POSITIVA SINNESINTRICK</p> <ul style="list-style-type: none"> • God design och vackra detaljer • Vackra vyer • Bra material • Träd, växter och vatten

Figur 7. Bedömningsmatris för modellen Twelve Quality Criteria (Gehl, 2019)

2.7.2 Placemaking

Project for Public Spaces (PPS) är en icke vinstdrivande organisation som syftar till att skapa platser med bra gemenskap. Deras arbete grundar sig i forskning från William H. Whyte (Project for Public Spaces, u.å.a). En modell utvecklad av PPS är *The Power of 10+*, som syftar på att en bra stad har minst tio destinationer, där varje destination har minst tio platser varpå varje plats har minst tio aktiviteter eller anledningar att besöka platsen. Modellen utgår från att det är det mänskliga perspektivet, eller platsen som är den avgörande faktorn (Project for Public Spaces, u.å.b).

3 Metod

Detta avsnitt behandlar undersökningens strategi, design samt metoder i detalj. Vidare beskrivs den empiriska kartläggningen av stråket ingående i kapitlet.

3.1 Förstudie

Arbetet påbörjades med en förstudie för att få ökad kännedom om hur en stråkanalys bör genomföras av Kungsgatan. Förstudien grundades i möten med personer som har en nyckelroll hos fastighetsägare på Kungsgatan, organisationen Fastighetsägarna, centrumorganisationen *Innerstaden*, *Trafikkontoret*, *Handelns Utredningsinstitut* (HUI), etableringskonsulter, konsult inom samhällsanalys samt GIS-expert. Alla möten i förstudien genomfördes via telefon eller videosamtal på grund av den pågående covid-19-pandemin.

En bred representation i urvalet var nödvändig för att säkerhetsställa att vår stråkanalys innehöll de nödvändiga faktorerna för en stråkanalys. Stråkanalyser är ofta komplexa och kan genomföras på många sätt. Förstudien bidrog därför till att öka arbetets validitet och även bredda författarnas kontaktnät inom ämnet. Vikten av att göra en databaserad analys poängterades av en majoritet. De parametrarna som förstudien resulterade i var följande: genhet, gångflöde, entrétäthet, verksamhetsmix, lokalstorlek, hyresnivå, stadsmiljö.

Något som tydliggjordes under förstudien var Kungsgatans självklara plats som en av Sveriges främsta handelsgator. Per Andersson, detaljhandelsanalytiker på HUI benämner Kungsgatan som ett av Sveriges fem mest attraktiva stråk (Personlig kommunikation, 21 januari 2021). Vid ett möte med Lena Dalerup (Personlig kommunikation, 3 februari 2021), VD på Innerstaden, poängterades vikten av att ha ett gemensamt mål för stråkets identitet.

3.2 Undersökningsstrategi

Undersökningen grundar sig i en flermetodforskning där kvantitativa data ges prioritet och utgör grunden för arbetet. Kvalitativa data bidrar till att förklara och öka den kvantitativa undersöknings validitet. Den kvantitativa studien består av primärdata i form av stråkets lokalstorlekar, hyresnivåer, entrétäthet, samt en kartläggning av verksamhetsmixen och en bedömning av stadsmiljön. Vidare kompletteras studien av sekundärdata bestående av stråkets gångflöden och genhet. Ett tolkande och induktivt arbetssätt präglar hela arbetets process.

3.3 Undersökningsdesign

En fallstudie anses lämplig för att resultera i en fördjupad undersökning och djupgående förståelse av stråkets komplexitet och utvecklingsmöjligheter (Bryman & Bell, 2017).

3.4 Undersökningsmetod

Den kvantitativa studien grundar sig i statistik från informationsverktyget *Datscha*, fastighetsägare samt en egen genomförd inventering. Hyresnivåer, omsättning, lokalstorlek, branschfördelning sammanställs. På samma sätt sammanställs stråkets genhet, gångflöde, entrétäthet och upplevd stadsmiljö.

Resultatet presenteras sedan i form av en stråkanalys som syftar till att visualisera de olika faktorernas påverkan på varandra och synliggöra trender. Semi-strukturerade intervjuer utgör underlaget för den kvalitativa studien och intervjupersonerna väljs genom ett målstyrt urval. Intervjupersonerna är representanter från fastighetsbolag, företagsorganisationer, handelsexpert, butiksetablerare, arkitekt, utvecklare av offentlig plats samt konsult inom samhällsanalys. Respondenterna låts i intervjuerna kommentera resultatet av den föreliggande kvantitativa studien och komma med förbättringsförslag för stråket. Slutligen genomförs en respondentvalidering för att ytterligare öka studiens validitet.

3.5 Datainsamling för den kvantitativa studien

- Statistik i form av hyresnivåer och lokalstorlek inhämtas dels via respektive fastighetsägare samt dels via *Datscha*.
- Gångflödesstatistik inhämtas från *Datscha*. Statistik om stråkets genhet inhämtas med en space syntax-analys via *Urban Calculator*. Information om stråkets genhet ligger till grund för att sätta gångflödesstatistiken i en teoretisk kontext.
- Information om lokalernas ytor och hyresnivåer inhämtas via kontakt med fastighetsägare.
- En inventering och bedömning av stadsmiljön sker på plats med Jan Gehls modell *Twelve Quality Criteria* (se kapitel 2.7.1).
- En inventering av entrétätheten sker på plats med mätjul. Dessa avstånd förs sedan in i QGIS för att kartläggas och beräknas. Sammanställningen grundas i teorier om entrétäthet från Jan Gehls bok *Städer för människor* (2019).

3.5.1 *Datscha*

Från fastighetsanalysverktyget *Datscha*, hämtades data från footfall-statistik som sedan sammanställdes till gångflödesdata för respektive delar av stråket. Flödesdata sammanställdes för åren 2019 samt 2020 för att ge en representativ bild av stråkets flöden, då 2020 års gångflöden påverkats drastiskt av covid-19-pandemin. För 2019 var enbart information tillgänglig för månaderna mars till december, i sammanställningen skapades därför ett snitt för 2019 på tio månader respektive tolv månader för 2020.

3.5.2 Urban Calculator

Urban Calculator är ett kartverktyg som med sin användarvänlighet minskar trösklarna för att utföra rumsliga analyser (Berghauser Pont, Stavroulaki, & Marcus, 2020). Programvaran är framtagen i forskningsprojektet Fusion Point Gothenburg som är ett samarbete mellan *Älvstranden Utveckling* och *Chalmers tekniska högskola* för att minska barriärerna mellan forskning och praktik (Älvstranden Utveckling, u.å.).

En genhetsanalys gjordes med det radiella avståndet på en kilometer då analysen kräver en tillräckligt stor radie och samtidigt bör representera ett gångvänligt avstånd, som sällan överstiger en kilometer för majoriteten av befolkningen (Gehl, 2019).

3.5.3 QGIS

QGIS användes för att sammanställa och behandla geografiska data från inventeringar av stadsmiljö och entrétäthet, samt för att skapa presentationsmaterial för stråkanalysen. När inventeringarna sammanställts används programmets analysverktyg för att mäta distanser samt beräkna entrétäthet. Underlag för fastighetsgränser hämtas från *Sveriges lantbruksuniversitet (SLU)*.

3.5.4 Inventering av entréer

För varje butiksentré inventerades antalet entréer som ligger inom en radie av 25 meter. Inventeringen genomfördes med mätthjul för att bestämma distanser mellan stråkets olika entréer. De olika entréeavstånden avrundades till närmsta decimeter och dess avstånd kan därför skilja sig något från befintliga kartmaterial. Mätningen reserveras därför en felmarginal på totalt en meter för stråket. Inventeringen genomfördes av en person som mätte distanser med mätthjul och en som antecknade respektive distans. Alla distanser sammanställdes och fördes därefter in i QGIS tillsammans med kartmaterial över stråkets fastighetsindelning från *Sveriges lantbruksuniversitet (SLU, 2021)*.

3.5.5 Inventering av stadsmiljö

Det utökade stråket, från Ekelundsgatan till Harry Hjörnes plats delades i QGIS upp i tolv zoner lika stora med 25 meters radie. Storleksindelningen baserades på en undersökning av Jan Gehl (2013) om vilka distanser människor kan uppleva detalj på. I studien framgår två distanser som används inom stadsplanering, inom 100 meter, även kallat det sociala synfältet går att uppfatta överblickande intryck. På 25 meter ges däremot intryck på en detaljerad nivå. Varje polygon fick därför en diameter på 50 meter för att en betraktare, från zonen mitt skulle ha möjlighet att uppleva hela zonen på detaljerad nivå. Inventeringen genomfördes med Jan Gehls modell *Twelve Quality Criteria*, se Figur 7.

3.5.6 Verksamhetsmix

Stråkets verksamhetsmix benämndes som en av de främsta åtgärderna för fastighetsägare att på egen hand skapa en destination och dragningskraft till stråket.

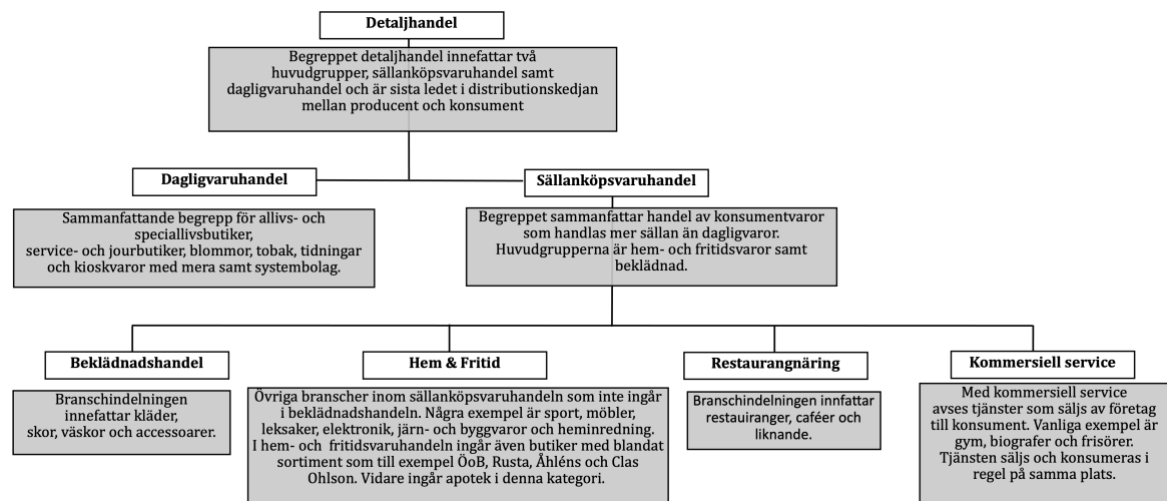
Bedömningen av parametern verksamhetsmix utgick från RSDs modell, "Prime Pitch" där faktorerna "Goda grannar" samt "Konkurrens" kombinerats. Faktorerna valdes i samråd med Lisa Lagerén, chefsanalytiker på RSD (Personlig kommunikation, 5 mars 2021). Verksamheterna har kategoriserats utifrån shopping och ärendebaserad handel. För varje verksamhet summeras antalet verksamhetslokaler inom en radie av 25 meter, samt hur stor del av fasaden de utgör. Avdrag har gjorts för entréuppgångar.

Poäng till parametern "goda grannar" beräknas genom andelen verksamheter i samma kategori (shopping eller ärendehandel) som finns inom en radie av 25 meter samt om de anses vara i gott skick. Vakanta lokaler anses ej vara i gott skick. Därefter beräknas antalet konkurrenter. Konkurrenter klassas som verksamheter som verkar inom samma bransch och riktar sig till en liknande målgrupp. Antalet konkurrenter resulterar i ett poängavdrag om max 8 poäng.

Maxpoängen utgår från det som modellen benämner som en "citybutik" som verkar i storstad, vilket medför en maxpoäng om totalt 32 poäng (max 24 poäng för goda grannar respektive max 8 poängs avdrag för konkurrenter). Med andra ord genererar en "god granne" mer poäng än en konkurrent. Kategorierna shopping och ärendebaserad handel genererar individuella poäng som sedan sammanställs till en totalpoäng för respektive del av stråket.

Utöver bedömningen av verksamhetsmixen görs även en kartläggning av stråkets branschfördelning. Branschfördelningen presenteras i form av en karta som visar verksamheternas geografiska placering samt bransch och i form av ett cirkeldiagram som visar verksamheternas inriktning utifrån bransch, utbud och målgrupp.

Följande förklaringsmodell är baserad på definitioner från Fastighetsägarnas senaste rapport Cityindex. Detta möjliggör jämförelser mellan examensarbetets resultat och Cityindex-rapporter (Fastighetsägarna, 2020).



Figur 8. En förklaringsmodell över kategorier som ingår i detaljhandel. Bilden är författarnas egen.

3.6 Kvalitativ datainsamling

Den kvalitativa datainsamlingen består av semistrukturerade intervjuer och analyseras med tematisk analys.

3.6.1 Semi-strukturerade intervjuer

Förstudien resulterade i kontakt med ett flertal tongivande intressenter på området. Utifrån denna kontakt har viktiga parametrar för stråkutveckling kartlagts. Urvalet för intervjuerna har skett med ett målstyrt urval. Ett snöbollsurval (Bryman & Bell, 2017) har tillämpats vid förstudien, där de mest tongivande intressenterna inom sina respektive ämnesområden blivit kallade till intervju. De som intervjuats är följande:

Dag Agård, Handelsstrateg, *Wallenstam*

Per Andersson, Senior detaljhandelsanalytiker, *HUI*

Sofia Andersson, Arkitekt, *Rstudio for Architecture*

Bengt Axelsson, Head of Retail, *CBRE*

Lena Dalerup, VD, *Innerstaden Göteborg*

Lisa Lagerén, Chefsanalytiker, *RSD*

Henrik Olsson, Cityledare, *Citysamverkan Göteborg*

Eva Thulin, Fastighetschef, *Vasakronan*

Mia Wahlström, Konsult samhällsplanering, *Tyréns*

Thomas Wernersson, Retail Planner, *Rstudio for Architecture*

Ulrika Åkerlind, Utvecklare offentlig plats, *Göteborgs Stad Trafikkontoret*

Jesper Örtengren, Affärsutvecklingschef handel, *Vasakronan*

Intervjufrågorna har baserats på arbetets parametrar stadsmiljö, entrétäthet, lokalstorlek, hyresnivåer, verksamhetsmix och utgår ifrån den kvantitativa datainsamlingen. Detta material har alla intervjupersoner fått ta del av inför, men också under intervjutillfällena. Datamaterialets tydlighet har kontinuerligt förbättrats efter återkoppling från respondenterna.

Efter varje intervjutillfälle har en transkribering gjorts med hjälp av transkriberings-funktionen i programmet *Microsoft Word online*. Därefter har varje enskild intervju lyssnats igenom och transkribering samt eventuella upprepningsord korrigerats.

Respondenternas citat har sedan korrigerats för att öka läsbarheten och förståelsen. I samtliga fall har respondenterna getts möjlighet att revidera citaten som används i arbetet, utan att innebörden modifierats.

3.7 Kvalitativ dataanalys

Vid analys av kvalitativa data har tematisk analys tillämpats (Bryman & Bell, 2017). Kategorisering av respondenternas svar har skett i teman där, utöver intervjufrågornas parametrar, samverkan och identitet tillkommit. Kärnfulla citat från varje intervjus transkribering har sammanställts i ett dokument och sorterats efter återkommande teman.

4 Resultat

I detta kapitel presenteras resultatet från intervjuerna och den kvantitativa datainsamlingen i form av grafer. Syftet med intervjuerna är att utreda förbättringsåtgärder för Kungsgatan och kommentera resultatet från den kvantitativa studien. För att förtydliga graferna och skapa en geografisk anknytning till specifika punkter i graferna ligger kartillustration som stöd för läsaren. Graferna presenteras därmed i direkt skala till kartillustrationerna, där horisontalaxeln representerar antalet meter från stråkets västra ända vid Ekelundsgatan.

4.1 Strukturomvandling inom handeln

Sättet människor väljer att handla på har förändrats i grunden. Den stadsnära handeln är utsatt i allmänhet, Kungsgatan i synnerhet. Beklädnadshandeln har tidigare lämpat sig väldigt bra för handel i just stadskärnan. De senaste åren har e-handeln successivt tagit marknadsandelar från de fysiska butikerna, särskilt drabbad är beklädnadsbranschen. Detta skapar då en stor utmaning för de fysiska butikerna verksamma inom beklädnadsbranschen.

”Det som har hänt de senaste åren är ett detaljhandelsskifte. Man har fått en väldigt stor ökad konkurrens från i första hand e-handeln. Det har genererat en ganska stor utslagning av beklädnadshandeln och det påverkar ju Kungsgatan i ganska hög grad då som har varit ganska butikstung.

[...]

Nästan i alla stadskärnor har man en överrepresentation på beklädnadshandel. Men om man då också har den exponeringen och branschen har en negativ utveckling på 20 procent i försäljning så skapar det stora, stora utmaningar. Det är inte kopplat bara till Kungsgatan, utan det är ett branschproblem egentligen.”

- Per Andersson, Senior detaljhandelsanalytiker

Den snabba tekniska utvecklingen av e-handel har slagit hårt mot den trögrörliga fastighetsbranschen. Flera respondenter menar därför att fastighetsägare måste våga hänga med i utvecklingen då det som varit självklart tidigare inte är det idag.

”[...] De [fastighetsutvecklare hos de stora fastighetsbolagen] är duktiga på detta och det har ju varit bra. Allt som har gjorts fram till 2012–2015 någonstans där har ju varit helt rätt. Rätt butiker och rätt mixer men det man inte såg komma då, det är ju den här ganska explosionsartade utvecklingen av e-handeln.”

- Per Andersson, Senior detaljhandelsanalytiker

”Man måste våga vara nyfiken på det här som kommer komma, annars bygger man nog in framtida problem. Fastighetsbranschen är ju inte den snabbaste när det kommer till förändringar.”

- *Eva Thulin, Fastighetschef*

Digitaliseringen skapar möjlighet för e-handel men den skapar även en transparens och prispress.

”Det finns ganska många trender som är stora och omvälvande. Den som alla pratar om är ju digitaliseringen. Med det menar man att e-handel tar över marknadsandelar från fysiska butiker. Den största förändringen som digitaliseringen har medfört på handel, enligt mitt sätt att se det är att man får en enorm pristransparens och produktenstransparens, men framför allt pristransparens. Du kan hitta ett par nya sneakers ifrån *Nike* var som helst i världen och du kan välja samma sneakers ifrån den återförsäljare som ger dig som konsument det bästa erbjudandet. Det är inte alltid bara pris, men det är väldigt mycket pris, och det tror jag är det som skapar en väldigt stor marginalpress när man är återförsäljare utav andras varumärken.”

- *Thomas Wernersson, Retail Planner*

E-handeln kan även skapa möjligheter för småskaliga butiker, då intäkter kan tillkomma som annars inte hade varit möjliga.

”I såna här sammanhang [för småskaliga butiker] så kan e-handeln vara en kompis. Då kan det vara så att jag även bedriver e-handel från den här butiken, vilket betyder att jag får in andra pengar som inte har att göra med Kungsgatan. Vilket gör att jag kan överleva där trots att jag egentligen betalar lite för hög hyra för den omsättning jag får av folk som kommer in i min butik.”

- *Lisa Lagerén, Chefsanalytiker*

Handel i externhandelsområden går i dagsläget bra.

”Tittar man på handeln generellt så har det varit en otrolig expansion ute på de externa handelsområdena så där har det ju gjorts mer affärer än någonsin. Jag vill påstå att alla de här aktörerna har haft rekordår de sista åren, så där syns ingen dipp. Man pratar om retaildöden och alltihop men grejen är att det är skor och mode som tappar [i försäljning]. Sen tappar ju all handel i city men i övrigt så går det ju som tåget för allt från dagligvaror, trädgård, bygg. Alla de här externhandelsaktörerna går jättebra, de flesta segmenten går fantastiskt bra.”

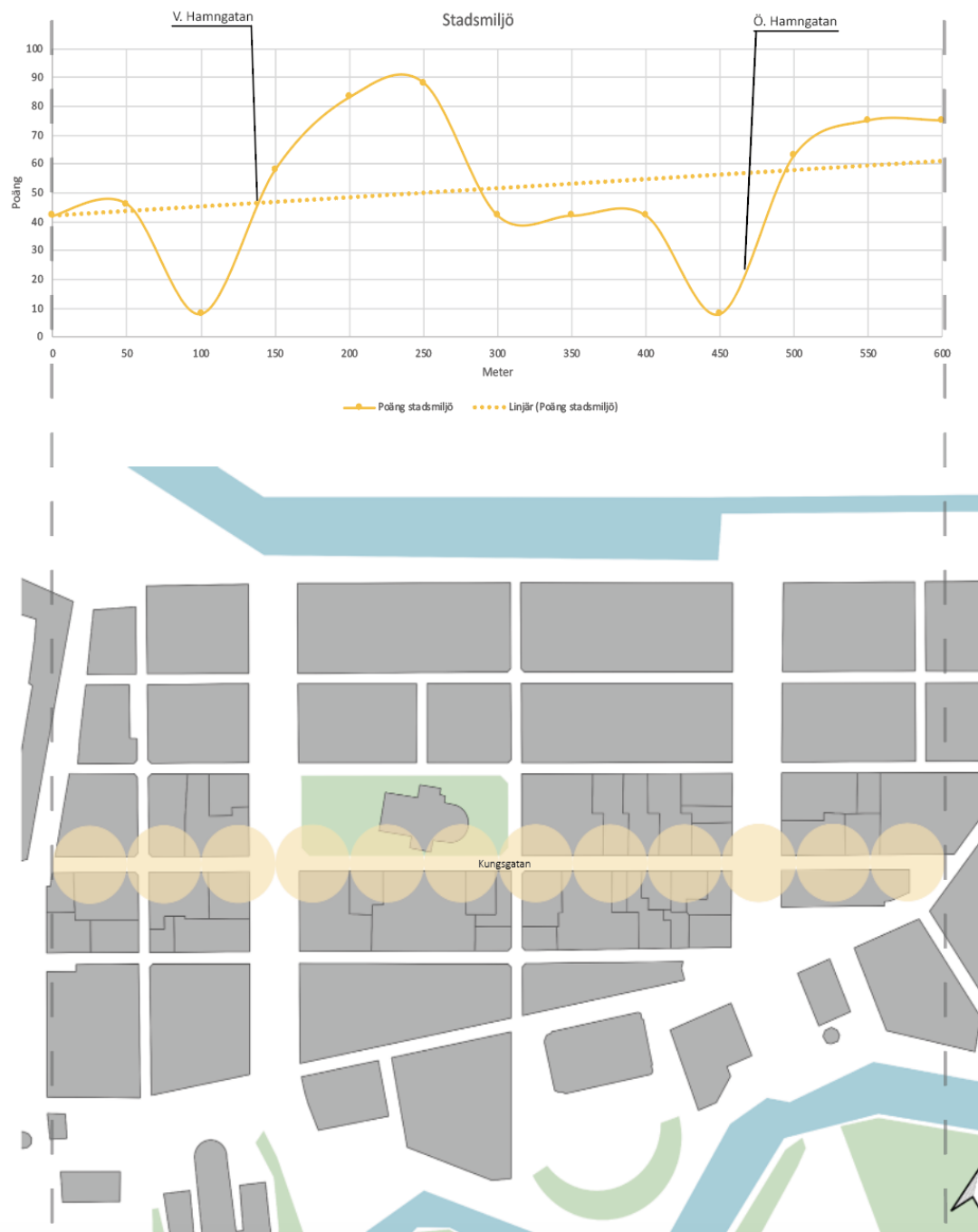
- *Bengt Axelsson, Head of Retail*

4.1.1 Summering

- Digitaliseringen förflyttar marknadsandelar från den fysiska butiken till e-handel. Den medför även en ökad konkurrens i form av pris och produkttransparens.
 - Kungsgatan som har en stor andel butiker inom beklädning och har därmed drabbats hårt av den minskade försäljningen för kläder och skor.
 - Externhandel går bra just nu.
 - E-handel kan för småskaliga butiker vara ett gynnsamt komplement för att kunna hantera en högre lokalhyra.
-

4.2 Stadsmiljö

Inventeringen av stadsmiljön visar ett varierande utslag i bedömningsmodellen, se Figur 9. De tydligaste påverkansfaktorerna visar sig vara de högt trafikerade gatorna, Västra- och Östra Hamngatan som ger ett lägre betyg främst beroende på ljudnivåer och trygghetsfaktorer. I stråkets mellersta samt östra delar syns däremot ett högre betyg, där observerades vid inventeringen bland annat grönska, fler sittplatser och ökad belysning som gav positiva effekter för poängbedömningen.



Figur 9. Bedömning av stadsmiljö samt kartbild över zonindelning.

Delen av Kungsgatan som tillhör Fredstan, mellan Östra Hamngatan och Harry Hjärnes plats (se Figur 2) anses vara mer premiumriktad än resterande delar av stråket. På denna stäcka har även vidtagits extra trevnadsåtgärder för att förbättra stadsmiljön och öka tryggheten.

“Man har ju till exempel satt upp ett tak i form av effektbelysning ovanför gatan [delen mellan Östra Hamngatan och Harry Hjärnes plats]. Man har satt dit blomsterrunor i cortenstål så att man försöker piffa upp den så att den är lite, lite lyxigare. Man har även lite mer städning på den gatan än vad man har på andra gator. [...] Det är trafikkontoret på kommunen som sköter det. De har ju redan idag ganska mycket städning beroende på att

det är väldigt många som använder platsen. Men fastighetsägaren ansvarar för extra-städningen och finansierar den här grädden på moset så att säga.”

- *Henrik Olsson, Cityledare*

Även området kring domkyrkan lyfts som en del av stråket där stadsmiljön upplevs som särskilt bra.

“Platsen runt domkyrkan skulle kunna vara väldigt bra, och är upplever jag. Det är enklare att gå på Kungsgatan, Korsgatan, och så vidare än att gå på den biten som är väster om Domkyrkan, den tycker jag är den svagaste. Sen biten direkt till höger om Domkyrkan [mellan Korsgatan och Östra Hamngatan] är ändå ett stråk, en passage, så den kan jag acceptera. Biten som går från Östra Hamngatan och öster ut mot Harry Hjärnes plats, den är helt ointressant.”

- *Dag Agård, Handelsstrateg*

Att området kring domkyrkan upplevs vara bättre kan dock vara på bekostnad av platsens kommersiella förutsättningar, då det enbart är butiksfasader på stråkets ena sida.

“Sen är det lite tråkigt att det är så pass långt [enkelsidigt handelsstråk]. [...] Det är lite på bekostnad av de övriga kommersiella värdena som ni har höga poäng [intill domkyrkan], tack vare att ni har den här gröna kyrkogården och kyrkan.”

- *Lisa Lagerén, Chefsanalytiker*

För att dra nytta av den goda och unika miljön som finns utmed kyrkan skulle en mer öppen miljö skapa känslan av en stadspark där människor vill stanna. Flera respondenter uttrycker att staketet runt parken (se Appendix B) försämrar möjligheterna att ta tillvara på parkens fulla potential. En respondent föreslår bland annat att en mer öppen park och mer upplyst kyrka är åtgärder som hade lyft miljön kring kyrkan. En respondent upplever Harry Hjärnes plats som en hård miljö (se Appendix D).

“Hade kyrkan öppnat upp sig och tagit bort exempelvis staketet runt och buskarna, så att det blir mer gräs. Då hade det blivit en domkyrkopark, som kunde möbleras och vara ett andningshål i stan. Vi har inte många sådana ställen som är mjuka om vi kallar det så. Harry Hjärnes plats har vi ju, men det är en extremt hård miljö.”

- *Dag Agård, Handelsstrateg*

4.2.1 Kungsgatan som pulsåder

Kungsgatan beskrivs som en pulsåder som sammanbinder olika områden i stadskärnan. Spårvagnstrafiken utmed Östra och Västra Hamngatan skapar en barriär i gångflödet, på bekostnad av pulsåderns funktion.

“Kungsgatan är en transportsträcka också, om man vill gå ner till från Centralen ner till Järntorget så är det här en förbindningsgata som förbinder. Det är, jag skulle säga alla kategorier människor, unga, gamla alla socioekonomiska klasser. Det är en gata där man går och sen sprider man ut sig i områdena som man passerar. Så den förbinder två olika pooler men den är också en förbindelse mellan olika områden i stadskärnan. Jag brukar kalla den för pulsådern.

[...]

Om du utgår ifrån att det ska vara en pulsåder så måste ju folk kunna gå över de här trafikerade gatorna på ett enkelt sätt och ha företräde också. Där du kommer fram till Östra Hamngatan då är det spårvagnarna som har företräde och inte gångtrafikanten.”

- *Lena Dalerup, VD*

På frågan hur man ska få gatans besökare att stanna upp på Kungsgatan lyfts sittplatser av flera respondenter som ett förslag, även informationsskyltar beskrivs av en respondent som ett mer engagerande förslag. För att Kungsgatan ska bli en mötesplats måste det finnas anledningar att stanna upp och stanna kvar. Statyer eller informationsskyltar skulle kunna bidra med just detta.

“Sittplatser är ju ett sätt eller att ha något att samlas kring som kan bli en mötesplats. Det kan vara en staty eller en informationsskylt eller någonting som kan få folk att stanna upp för att det finns ett ändamål, inte bara för att det är härligt att sitta där.”

- *Mia Wahlström, Konsult samhällsplanering*

“Att skapa platser som är där för vila eller för mötesplatser och som inte bara handlar om konsumtion. Det tror jag är en ensam framgångsfaktor för en känsla av ett stråk. Staden kommer inte bara handla om konsumtion i framtiden, utan vi måste hitta andra sätt. Staden måste vara attraktiv på fler sätt, det tror jag är en nyckelfaktor.”

- *Sofia Andersson, Arkitekt*

4.2.2 Ett trångt stråk

Något som lyfts av flera respondenter är att stråket är smalt mellan husfasaderna och att detta påverkar förutsättningarna för hur besökare och verksamheterna upplever stadsmiljön. En respondent upplever att det känns instängt mellan husen och önskar att skapa en känsla av rymlighet trots den trånga strukturen.

“Miljön får ganska lågt betyg. Jag har varit på Kungsgatan med retailers som vill etablera sig i Göteborg och Kungsgatan gillar dem inte. De tycker att det är för trångt mellan fasaderna, de gillar Avenyn men Kungsgatan är alltså för smal.”

- *Per Andersson, Senior detaljhandelsanalytiker*

“Man pratar ju om den här gamla vanliga rent, snyggt och tryggt. Man ska inte vara osäker när man går där, det ska vara städat och det ska vara schyssta fasader och sånt där, så att vi ser att det här är ett bra område och vara i. Det är ju rena hygienfaktorerna. Jag tror att vi har ett litet strukturellt problem på Kungsgatan, det är svårt att göra någonting med själva gatumiljön för att det är så pass trångt.”

- *Lisa Lagerén, Chefsanalytiker*

Genom att tillföra konstinstallationer eller belysning ovanför stråket, likt belysningen på delen mellan Östra Hamngatan och Harry Hjärnes plats, kan man stärka stråkets identitet och få en känsla av rumslighet. Även grönska behövs för att ge liv åt den annars väldigt grå miljön.

“Delen som är inne i Fredstan den får gärna ha en egen identitet och karaktär. Om man tar ljus som tema så kan man ju ta med sig temat till området mellan Östra och Västra Hamngatan men kanske hitta ett annat uttryck på ljuset där.”

- *Lena Dalerup, VD*

“Alla aktiviteter som gör det mjukare hade det varit av godo. Belysning, självklart för att få det här fiktiva taket, eller hur man nu ska uttrycka det. Går man på Viktoriagården mellan Södra Larmgatan och Vallgatan så sitter det kanske 30 armaturer som lyser. Det känns som ett tak och det är det ju inte, det regnar ju där med, men man får känslan av rumsligheten.

[...]

Belysning är självklart och sen får man göra något åt fasaderna. Växtväggar på två sidor [av stråket] hade blivit rätt spännande [...] Men växtlighet och belysning måste in för att mjuka upp det här gråa.”

- *Dag Agård, Handelsstrateg*

“Det är jätteviktigt att jobba med ljus under de mörka årstiderna, men det kan man ju absolut fundera på om det är någonting man ska jobba mer med året runt, på olika sätt. Det finns ju roliga sätt att göra det på och det behöver ju inte bara vara ljus heller. Det kan ju vara att man jobbar med taket, alltså taket i stadsrummet. Det finns ju exempel där man har jobbat med mer konstnärliga inslag. I Stockholm så har man hängt upp paraplyer, på någon central shoppinggata som en kul installation. Man har även, i samma vajrar som man hänger upp vinterbelysning, hängt upp stora flygande svanar som är målade i någon klatschig färg. På så sätt går

det att skapa attraktion och att inte bara jobba med väggar och golv utan även med taket.”

- *Ulrika Åkerlind, Utvecklare offentlig plats*

4.2.3 Skyddsbarriärer som tillför identitet

Terrorskydden som är placerade utmed stråket får kritik för deras tråkiga utseende (se Appendix C), men lyfts även fram som att de tillför möjligheter att framhäva stadens identitet genom bland annat konst. Stockholms terrorskydd i form av lejon och Visbys baggar, används som exempel där man lyckats med att skapa identitet i något som annars kan upplevas som tråkigt och till och med skrämmande.

“En skyddsbarriär, är ju toppen om den inte bara signalerar att det är en skyddsbarriär. Det är ju inte så trevligt, om det inte är så att folk ständigt är rädda då och därför känner sig väldigt trygga. Men det utgår jag inte ifrån, utan jag utgår ifrån att staden behöver signalera något annat.”

- *Sofia Andersson, Arkitekt*

“[...] det jag tycker verkar funka är just det som vi har i Stockholm [lejon] och i Visby. Där har man skydd som ser ut som får, baggar, som är Visbys och Gotlands signum och varumärke. De är ju otroligt omtyckta, både av barn att sitta, klättra upp på de och gulliga och mysiga och lina. Sen är de också ett konstverk som är intressant att titta på. [...] Det är ju en del av varumärket som man kan lyfta fram i staden, som hamnar på en massa *Instagram*-bilder från turister.

[...] den här utställningen med de här konstnärs-korna [CowParade] som man såg i Europa för jättelänge sedan. Det var en konstnärsparad i olika länder och städer [runt om i världen]. [...] så såg man sådana här stora statyer av kor som var målade, och själva grunden var precis likadan. Sen hade olika konstnärer fått måla dem på olika sätt.”

- *Mia Wahlström, Konsult samhällsplanering*

“[vid Lilla Bommen i Göteborg] har de en likadan skyddsbarriär, men det sitter en jättestor gris på. Ett konstverk där det står någonting [‘grymt bra läge’] (se Appendix A). Det tyckte vi var en kul idé. Tänk om varje terrorskydd skulle ha någonting unikt på. Man kanske ändå får acceptera att det måste vara den här modellen.”

- *Ulrika Åkerlind, Utvecklare offentlig plats*

Kungsgatan upplevs ha ett flertal olika kluster av verksamheter som bidrar med ett varierat uttryck längs med stråket vilket flera respondenter tycker bör tydliggöras ytterligare. Den sekvens av Kungsgatan som ligger i Fredstan har en verksamhetsmix som är något mer premiumriktad, medan den del som ligger

mellan Hamngatorna är mer mass market-inriktad. Mellan Västra Hamngatan och Kaserntorget (Ekelundsgatan) finns små unika hantverkare med en känsla av ett mer lokalt utbud.

“Så som jag ser Kungsgatan så är den tredelad och den ena är mellan Harry Hjörnes-plats och Östra Hamngatan. Den tycker jag har en tydlig profil det finns ett konsortium där under Fredstan. Den delen tycker jag är relativt välutvecklad. [...] Sen har vi delen mellan Östra och Västra Hamngatan där byggs det just nu, det är den delen som är störst behov av byte utav verksamhetsmix. Det har varit traditionell detaljhandel, mycket sällanköpshandel, kläder och skor. Den behövs utvecklas för att kunna överleva och för att vara attraktivt. Men den är just nu under en byggnation, så man kan inte bedöma den för vad den är idag. Sen är det den tredje delen, från Västra Hamngatan upp till Kaserntorget. På den finns små unika hantverkare, mycket lokalkänsla. Det är den delen jag kanske tycker är mest intressant egentligen, som man skulle kunna utveckla och konceptualisera. Så det är tre delar som behöver tre olika strategier.”

- *Henrik Olsson, Cityledare*

“Jag tror man måste jobba med många olika samverkande faktorer för att få en effekt annars så kan det nog kanske bara upplevas som plottrigt. [...] Här skulle man ju kunna egentligen se det som fyra stråk om man delar in gatan i kvarter. [...] Jag tror det är viktigt att man tar sig an hela stråk så att när man går där så upplever man ändå en helhet.”

- *Ulrika Åkerlind, Utvecklare offentlig plats*

“Kungsgatan är i och för sig ett stråk som man kan se som ett enhetligt stråk men den har ju olika delar det inte går att bortse ifrån. Så jag tror att man ska försöka hitta ett sätt att ta tillvara de här olika delarna.”

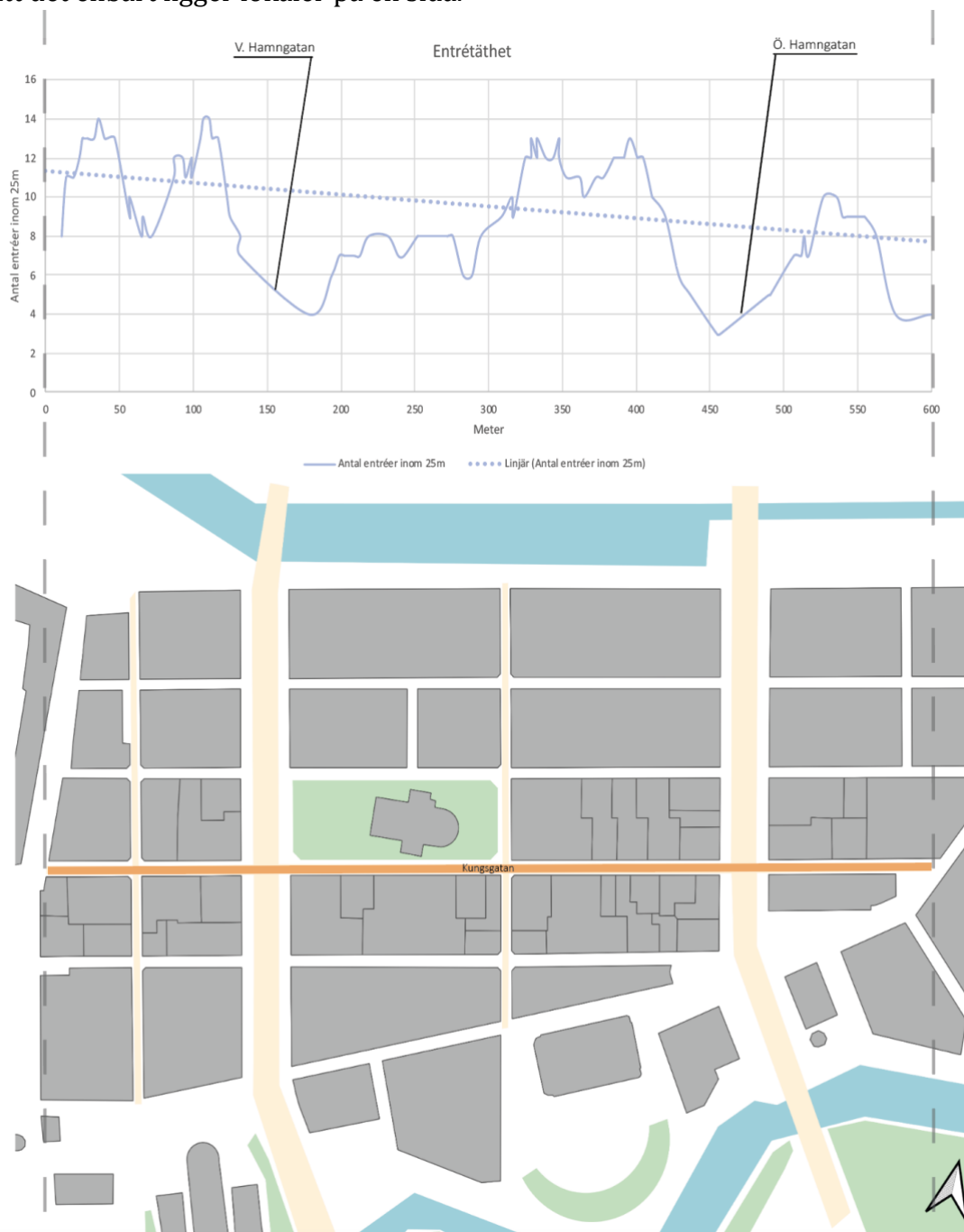
- *Lena Dalerup, VD*

4.2.4 Summering

- Grönområdet kring domkyrkan upplevs vara den mest trevliga miljön på stråket men skulle kunna öppnas upp för att bli ännu mer av en mötesplats.
- Konst och kultur kan framhävas i den befintliga miljön för att skapa aktiviteter som gör att människor vill stanna upp och stanna kvar.
- De olika uttrycken som stadsmiljön har längs med stråket bör tas till vara på och framhävas.

4.3 Entrétäthet

Bedömningen av entrétätheten kan ses i grafen i Figur 10. Stråket har ett snittvärde som rör sig mellan elva och åtta entréer inom 25 meters avstånd i en nedåtgående trend mot stråkets östra delar. Den högsta entrétätheten uppgår till 14 entréer per 25 meter och lokaliserar på delen mellan Ekelundsgatan och Västra Hamngatan. Utmed domkyrkan syns däremot lägre värden på grund av att det enbart ligger lokaler på en sida.



Figur 10. Grafen visar stråkets entrétäthet som tillsammans med kartbilden visar respektive entrés position på stråket.

I Figur 10 visas stråkets entrétäthet och en tydlig minskning av antal entréer syns utmed de östra delarna av stråket, i synnerhet kring Östra Hamngatan. En hög entrétäthet är fördelaktigt men den får gärna variera, ungefär tio meter mellan varje ny händelse benämns som bra. Butiker vill helst inte ha fler än en entré då det medför en ökad mängd svinn till följd av stölder.

“[...] Jag tror det är positivt med mycket entréer och att det inte är mycket mer än 10 meter mellan varje ny händelse så att säga. Vissa förespråkar ännu mindre något på sju meter, och vissa rekommenderar tolv meter.”

- *Jesper Örtengren, Affärsutvecklingschef handel*

“Det här är ju stadsmiljö, så att det är roligt att det är lite olika. Men det vill säga entrétätheten blir ju för låg när vi är där nere vid intill Östra Hamngatan. Där skulle man i den bästa av världar vilja bryta upp på något vis så att det kan hända lite mer, lite oftare.”

[...]

“Det här är tyvärr ganska svårt att göra någonting åt, för vi vet ju också att en butik som är så här stor vill helst inte ha för många entréer för det blir problem med svinn. Det är lätt för oss att sitta och säga att vi ska ha många entréer, men hur vi sen löser det rent praktiskt är en annan femma. Man kan stycka upp en lokal och göra till två butiker eller att skjuta in en butik i framkant till exempel.”

- *Lisa Lagerén, Chefsanalytiker*

Det är viktigt att de stora ankarbutikerna får ta ett stort utrymme på stråket trots att det blir på bekostnad av entrétätheten. Däremot bör det vara en hög entrétäthet mellan ankarbutikerna.

“Får du in en stor ankarbutik, som kanske tar 40 löpmeter skyltfönster ut mot Kungsgatan. Det skulle ju då kunna vara negativt med anledning att den tar så bred fasad. [...] Men det är ju de här ankarbutikerna som man måste ha in också, så jag tror att det är en kombination. De stora drakarna måste vara där och däremellan ska det hända mycket så att säga.”

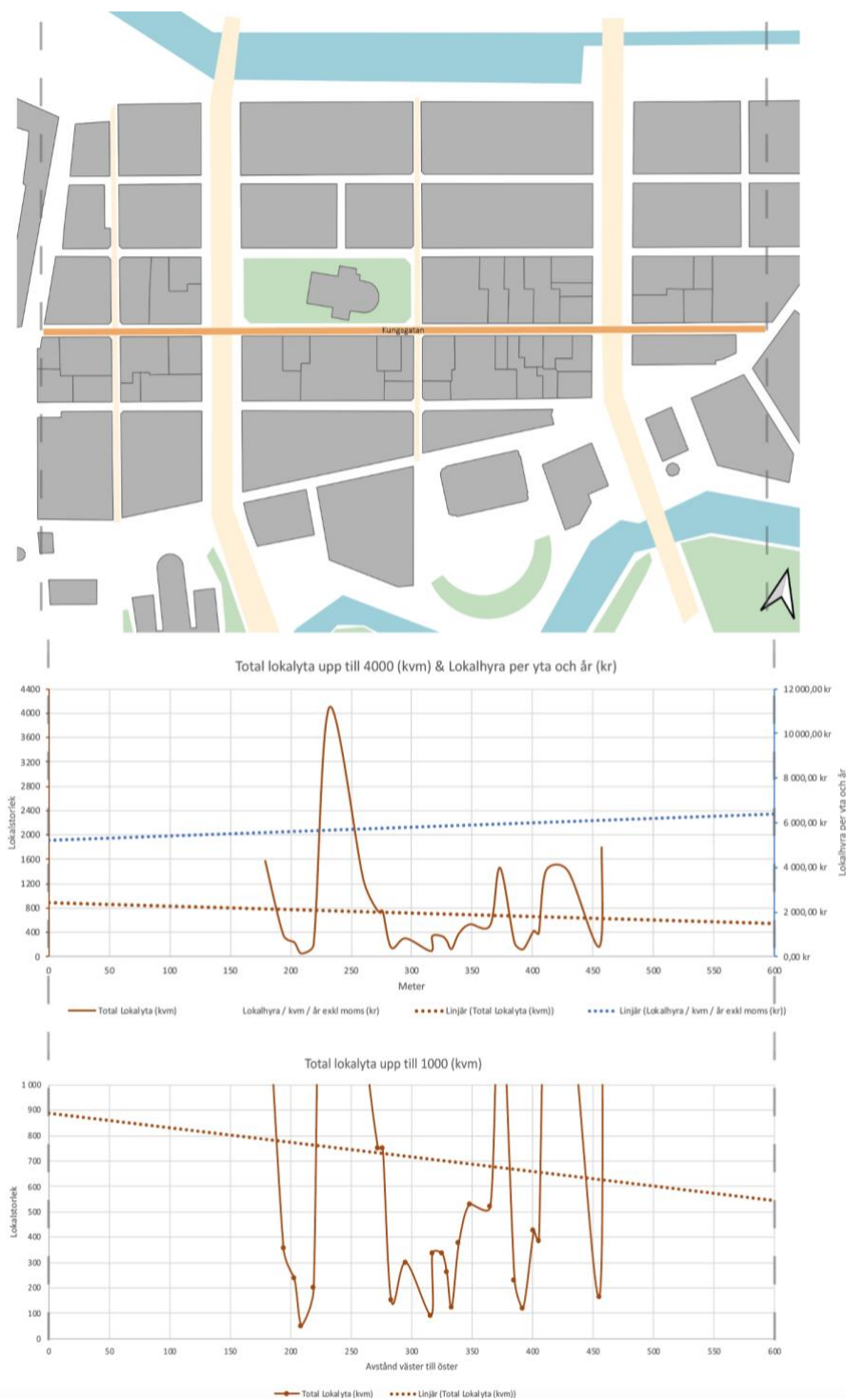
- *Bengt Axelsson, Head of Retail*

4.3.1 Summering

- En hög entrétäthet är viktigt, det bör inte vara längre än tio meter mellan varje ny händelse.
- Variation är uppskattat i stadsmiljöer vilket även gäller för entrétätheten.
- Ankarbutiker är viktiga trots att de tar upp en stor yta och sänker entrétätheten.
- Man bör kombinera ankarbutiker med stora skyltfönster tillsammans med mindre butiker för att uppnå en god variation i entrétätheten.

4.4 Lokaler

Figuren nedan (se figur 11) visar lokalstorlekarna på Kungsgatan mellan Östra och Västra Hamngatan. Det övre diagrammet visar lokalyta upp till 4400 kvadratmeter där den största lokalen är på drygt 4000 kvadratmeter. Det nedre diagrammet visar lokalyta upp till 1000 kvadratmeter där lokalstorlekar mellan 100–350 kvadratmeter är vanligt förekommande.



Figur 11. I graferna syns lokalstorlekar samt medelvärde på hyresnivå för lokaler mellan Hamngatorna samt dess placering på stråket

Lokalerna på Kungsgatan är generellt sett djupa och ofta i flera plan avsedda för varuhus. Nu är efterfrågan på stora lokaler inte lika stor längre men lokalerna kan vara svåra att dela upp. Gatuplanet lämpar sig för handel men övervåningar kan bli kontor eller bostäder.

“Generellt tror jag att vi kommer få mindre lokaler, alltså färre kvadrat per lokal och fler dörrar framöver. Ska det ske så är det väl bra att det finns några stora som man kan dela upp. Men sen är lokalerna ofta djupa och i flera plan. Så hur man delar upp dem, det är lite svårt att säga. Men på Kungsgatan fanns ju väldigt många varuhus historiskt så det är klart att då blir det stora ytor med en liten entré. Så är det byggt och planerat från start.

[...]

De flesta tvåplanslösningar gör vi om. Gatuplan blir fortfarande handel ur något perspektiv eller restaurang. Övervåningar blir antingen kontor eller så blir det bostäder. “

- *Dag Agård, Handelsstrateg*

På frågan hur stor minskningen av ytbehovet är, gav respondenterna svar som varierade mellan att ytbehovet minskat med 20–50 procent. Idag är det vanligt att butiker har tätt mellan leveranser vilket gör att utrymmen för lagerhållning kan minskas. De menar att det även ställs högre krav på lokalens effektivitet idag.

“[...] nu är det istället så att de som frågade efter 500–600 kvadrat förr frågar efter 300 kvadrat idag. Man klarar av att trycka ner koncepten på mindre yta. Man jobbar med tätare leveranser idag så man kan fylla på butiken oftare och kan minska sin lagerhållning.”

- *Jesper Örtengren, Affärsutvecklingschef handel*

“Man vill sänka sina ytbehov med 20–30%, det är jag ganska övertygad om när det gäller alla koncept, man vill komma ner i yta och vara mer effektiv.”

- *Bengt Axelsson, Head of Retail*

Som svar på vad som styr lokalens effektivitet och vad butiksetablerarna efterfrågar är det flera parametrar som är viktiga. Däribland skyltfönsteryta, likaså inlastning och varuflöde. För vissa butiker är det extra viktigt med att få till ett bra kundvarv. Enligt en respondent är butikens entréplan viktigt, säljeffektiviteten sänks markant om butiken har övervåning eller källarplan.

“Det är många parametrar som butiksetablerarna söker. De vill ha ett bra skyltfönster ut mot Kungsgatan, en bra inlastning och varuflöde, rätt takhöjd. För en del aktörer är det allra viktigaste att ha ett bra kundvarv, alltså hur du kan röra dig som kund i butiken.”

- *Bengt Axelsson, Head of Retail*

För att skapa än mer effektiva lokaler skulle gemensamma bakutrymmen för upppackning av varor eller personalrum vara en möjlighet.

“Det är ju ett sätt att få ner kostnaderna. Har vi så pass små lokaler att vi bara har en person som bemannar den så kan det finnas många fördelar med att ha ett gemensamt bakutrymme. [...] Om det är tre enheter som hänger ihop så kan man hålla koll på varandras butik under lunchraster. Lite varuhustanke, men ändå separata butiker.”

- *Lisa Lagerén, Chefsanalytiker*

Respondenterna är överens om att man bör försöka få bort de tunga transporterna som kör på gatan för att minska slitaget på gatubeläggningen. Att möjliggöra varuleveranser på baksidan är eftersträvarsvärt. Man borde även anlägga en gemensam plats för varulosning vid sidan av Kungsgatan för att slippa den tunga trafiken. Det är främst när den tunga trafiken svänger med hjulen som gatubeläggningen slits. Göteborg Stads logistiklösning, *Stadsleveransen* lyfts fram som en bra lösning.

“Gatubeläggningen har blivit skadad på grund av de här bilarna som kör på Kungsgatan. De plattorna som ligger där nu tål ju inte den här tunga trafiken för plattorna är inte gjutna, utan de sitter löst. När bilarna framför allt svänger gör ju hjulen att plattorna förskjuts vilket är väldigt synd för det är stor investering som har gjorts här i gatan.

[...]

Kan man få till en gång för varuleveranser på baksidan så kan man öppna upp någon annanstans och då kan man stänga av gatan för de här tunga transporterna som vi pratade om innan.”

- *Lena Dalerup, VD*

“Man borde anlägga en lastplats och så får man dra varorna den sista biten. Så gör man ju i köpcentrum, där har man en gemensam plats för varulosning där sen varorna distribueras.”

- *Jesper Örtengren, Affärsutvecklingschef handel*

“Göteborg har varit kreativa med den här lilla vagnen som åker runt som ett tåg med varor, så att det jobbas väl rätt så mycket på att få till att slippa ta in stora tunga lastbilar.”

- *Bengt Axelsson, Head of Retail*

4.4.1 Summering

- Butikerna har sänkt sitt ytbehov med mellan 20–50% jämfört med tidigare.
 - Lokaler i flera plan byggs om till kontor i de övre planen.
 - Det ställs större krav på lokalernas effektivitet och förutsättningar.
 - De tunga transporterna på Kungsgatan bör minskas för att inte skada beläggningen mer.
 - Logistiklösningen Stadsleveransen lyfts fram som ett bra exempel.
-

4.5 Hyreskontrakt

I figur 11 över stråkets lokalstorlekar och hyresnivån visas en snitthyresnivå mellan 5000–6000 kronor per kvadratmeter, med en stigande trend mot Östra Hamngatan. Denna nivå kan verka låg, men då lokalstorlekarna på Kungsgatan är generellt sett stora är denna snitthyresnivå representativ enligt en respondent.

4.5.1 Fastighetsbranschen behöver bli mer flexibel

Långa hyreskontrakt och en hård hyreslagstiftning benämns som bidragande faktorer till trögheten som utveckling av stråk står inför. För att flytta en verksamhet till en annan lokal krävs ofta fler komplexa byten som skapar en kostnadskrävande kedjereaktion.

“Som jag tänker har vi en utav Europas hårdaste hyreslagstiftningar, till hyresgästens fördel. Det gör att när man ska kommersiellt utveckla så går det ju väldigt trögt. Alla vet att den här verksamheten skulle ligga där borta, och inte här, men vi har inga liksom juridiska påtryckningsmedel att få dem att flytta om de inte själva förstår det.

[...]

Men rörligheten hade varit intressant att försöka hitta en annan modell för men det kommer kanske lite i positioneringar.

Det är ju också branschen som är trögrörlig. ‘Jag har 500 kvadrat, jag behöver 200, hjälp mig att hitta.’ Då blir det ofta en kedja där tre, fyra ska byta plats och det är ju ingen som är intresserad utav det för det kostar bara pengar. Men det kanske är det man skulle göra, för i slutändan är det ju yteffektiviteten som är det väsentliga.”

- *Dag Agård, Handelsstrateg*

Förändringar sker snabbt och flexibilitet anses positivt, koncept som främjar detta och 'växlar på ett snabbare sätt' kommer gå ut som vinnare. Hyresgäster kan vilja prova sin idé på marknaden och då är det inte aktuellt att binda upp sig på ett långt kontrakt, utan man vill prova gensvaret först.

"Vårt nya koncept *Beyond Us* har växt fram utifrån detta, och är inte en lokal utan en tjänst. Vi hjälper helt enkelt nya och även gamla varumärken att exponeras och marknadsföras i en fysisk miljö där 'allt ingår'. Som företagskund får du mycket för pengarna när du delar butik med andra koncept och varumärken, jämfört med om du skulle satsa på en egen butikslokal. [...] Som besökare möter du alltid 20 till 25 aktuella varumärken i en föränderlig miljö där du kan köpa på plats eller beställa och hämta senare. [...] Här bygger vi platsen och upplevelsen och hyresgästen står för sin produkt och idé.

[...]

Det kommer vara mycket snabbare förändringar. Det är ju ingen som vill sätta sig i tre år, man vill prova. Man kanske har en prototyp och vill testa den och se vad man får för gensvar och så ändrar man den och så hyr man kanske en ännu större yta. Fastighetsägare kommer behöva växla på ett snabbare sätt."

- *Eva Thulin, Fastighetschef*

Pop-up-koncept lyfts fram som en bra lösning för att dels skapa liv i vakanta lokaler men även för att skapa en kontinuerlig förändring. Att utbudet förändras är bra för att få konsumenten att vilja återbesöka platsen. Den löpande förändringen är viktig för att behålla och öka attraktiviteten. Jämfört med 2015 tar en etablering idag längre tid att genomföra. Detta har sin grund i att handeln de senaste åren utsatts för många stora förändringar. Enligt Anders Forsling på Wallenstam (personlig kommunikation, 11 maj 2021) finns fortfarande etableringsviljan hos butikerna kvar, men de är tvungna att utvärdera deras etableringsstrategi när allt mer försäljning sker digitalt istället för i en fysisk butik. Detta medför en ökad försiktighet inför att etablera nya butiker. Många butiker lägger även mer resurser på att omförhandla befintliga hyresavtal idag än att fokusera på nyetablering.

Förändringen hos aktörernas etableringsstrategi har även medfört att det den senaste tiden kommit nya verksamhetstyper som är intresserade av att etablera sina verksamheter i butikslägen. Dessa verksamheter kan vara mäklare, arkitekter och skönhetskliniker, branscher som tidigare har haft svårt att etablera i dessa lägen.

"Pop-up kommer att finnas överallt på grund av att vi tar lite längre tid att göra etableringar idag än 2015. Då kommer ytorna att stå vakanta även ifall vi är nära att skriva avtal men det är 6 månader innan de flyttar in. Så vi kommer behöva pop-up överallt, ur perspektivet att inte ha tomma lokaler i gatuplan.

[...]

Men sen också för att skapa rörelse och förändring. Det är lätt att det blir likstelhet om jag ska vara riktigt brutal, för att det är för långa avtal. Om jag är där en gång per år så ser jag ingen skillnad. Det är inte bra då konsumenten drivs av förändring. Där det sker förändring det gillar man, man gillar inte förändringar, man gillar att det förändras. Det gör någonstans att pop-up är en kanon-idé, för att skapa den löpande förändringen.”

- *Dag Agård, Handelsstrateg*

4.5.2 Är hyresnivån för hög?

Respondenternas åsikt angående hyresnivån varierar, flera anser att hyran är för hög medan några anser att den höga hyran är rättfärdig. I slutändan råder marknadsekonomi på hyresmarknaden, alltså är det efterfrågan som styr hyresnivåerna.

“Hyresnivån blir det som aktörerna vill betala. Så man kan vända på det och säga att det här är det de är villiga att betala, och då blir det så. Några är säkert dyrare, några är lägre. Men marknadshyran är det som aktörerna vill betala.”

- *Dag Agård, Handelsstrateg*

Med förändrade köpbeteenden bör fastighetsägare också tänka om kring hyressättningen. Hyran för kontoren kan behöva höjas för att skapa ekonomiskt utrymme för verksamheter i bottenplan som tillför värde till platsen. Vilka typer av verksamheter som finns i bottenplan har en stor inverkan på kontorshyror.

“Vi och många andra fastighetsägare har ju bidragit till att hyrorna gått upp till vad de är idag. Men det har också varit görbart då verksamheterna har kunnat omsätta och betala de hyrorna. [...] Så någonstans har det ju varit en sund affär, men efter ett sånt här år och köpbeteenden som ändrats. Fastighetsbranschen måste också ställa om för att kunna möta ett nytt beteende och en ny efterfrågan på något sätt. Jag tror att många ligger väldigt fel i hyresnivån och snarare att kontoren kommer att vara det som drar upp en snitthyra om du tänker ett hus totalt sett.”

- *Eva Thulin, Fastighetschef*

“Istället för att ha massa tomma butikslokaler bör man tänka mer hur kan man kan nyttja detta på bästa sätt nu och kanske även utifrån fastighetsägareperspektivet även om jag inte vet hur nivåerna på hyror är här. Alltså om man tänker utifrån destination, då får man kanske jobba med differentierade hyror på grund av det värdet som någon typ av verksamhet tillför till hela gatan.”

- *Ulrika Åkerlind, Utvecklare offentlig plats*

“Kontoren vill ha en attraktiv plats att vara på, för sin personal och kunder och allting. Då är gatuplan det som avgör, det är ju inte vem som sitter på plan fyra, fem eller sex på samma sätt. Men är gatuplanet intressant, då vill man vara i området. Så gatuplan har enormt stor påverkan på kontorshyrorna. Och då måste vi skapa en plats som jag vill gå till, vara på, att stanna på, att mötas på och så vidare. Att återkomma till och prata gott om.”

- Dag Agård, Handelsstrateg

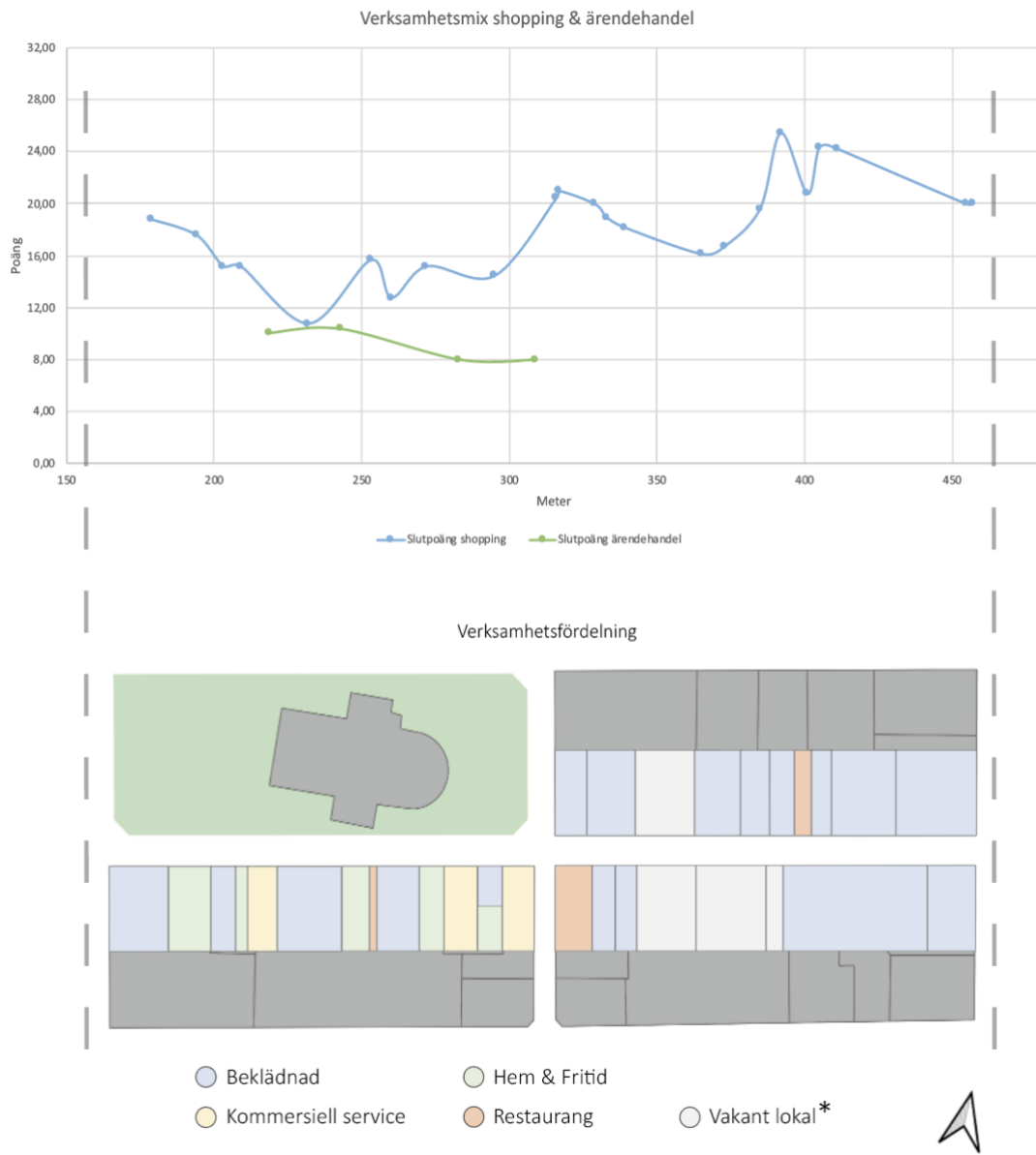
Under intervjuerna uttrycktes en generell uppskattning att hyresnivåerna har minskat mellan tjugofem och trettiofem procent på Kungsgatan sedan toppen 2018. Innan pandemin sågs en nedåtgående trend som med pandemins intåg deskalerat.

4.5.3 Summering

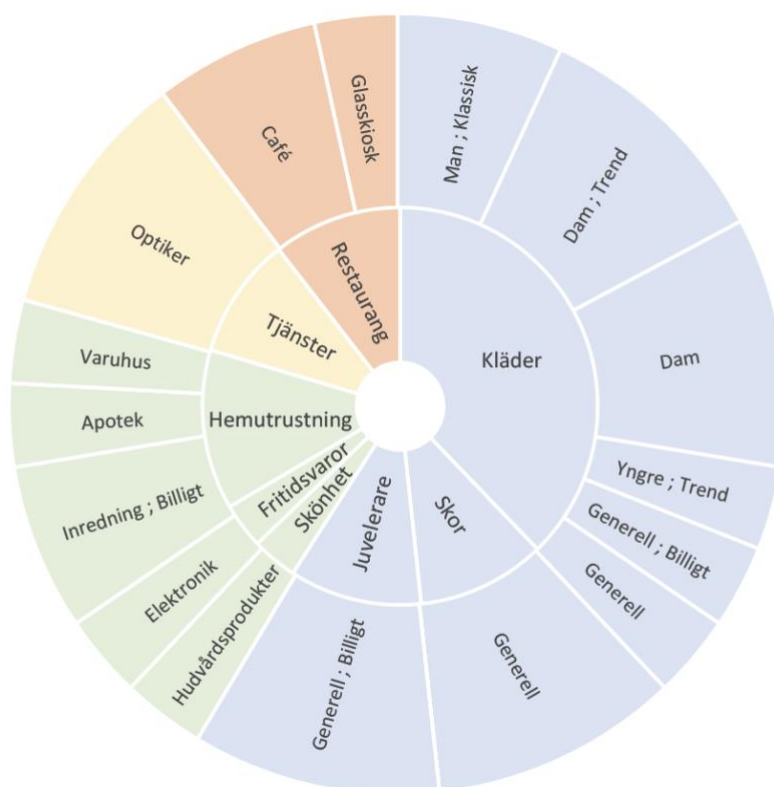
- Hyreskontrakten inom branschen är ofta långa och medför en trögrörlighet.
- Flexibla hyreskoncept och popup-koncept lyfts fram som positivt för hyresgästen för att prova sin idé på marknaden.
- Pop-up-koncept skapar en attraktivitet för besökaren.
- Hyresnivåerna på Kungsgatan har minskat tjugofem till trettiofem procent sedan 2018.
- Bottenplanets verksamheter spelar en stor roll vid hyresnivån hos kontoren.

4.6 Verksamhetsmix

I detta kapitel behandlas verksamhetsmixen indelat i underkategorier baserat på teman som bör beaktas vid en analys av ett stråks verksamhetsmix. I grafen nedan (se figur 12) syns bedömningen av verksamhetsmixen indelat i shopping och ärendehandel samt en illustration över verksamhetsfördelningen sett utifrån bransch. I figur 13 syns stråkets verksamhetsfördelning sett till antal verksamheter i respektive bransch. Utöver bransch är verksamheterna även indelade efter inriktning och målgrupp. Av figurerna nedan framgår att stråket är kraftigt dominerat av shoppinghandel och framförallt beklädnadsbranschen som motsvarar drygt 60 procent av stråkets utbud.



Figur 12. Bedömning av stråkets verksamhetsmix samt en illustration av verksamhetsfördelning sett utifrån bransch.



Figur 13. Stråkets verksamhetsfördelning sett till antal verksamheter sorterat efter bransch, inriktning och målgrupp. Bearbetad efter original av David Stavegård, www.stavegard.se

4.6.1 Stråkets styrkor och svagheter ur verksamhetsperspektiv

Utbudet är ensidigt och koncentrerat mot butiker som stänger runt klockan 18–19. Efter denna tid är stråket livlöst, och kan upplevas otryggt. De restaurangtätaste delarna av staden finns i området kring Kungsporsavenyn och Linnégatan.

“Jag tycker egentligen att man har varit väldigt ensidig och överkoncentrerad på just butiker på Kungsgatan. Det innebär att efter klockan 18 eller 19 så är Kungsgatan helt död. Det händer inte mycket där efter klockan sju och det beror på att man inte har lyckats blanda verksamheterna med till exempel restaurangstråk och så vidare.”

- Per Andersson, Senior detaljhandelsanalytiker

En av stråkets styrkor är de stora flödena, som lockar kedjorna. Stråket har ett flertal butiker med dubbel- och trippletableringar i staden vilket gör utbudet mindre intressant. Om det ska fungera är det viktigt att butikerna har olika profilinriktningar. Kungsgatan borde med sina höga flöden vara en marknadsplats för nya häftiga koncept.

“Man har sålt hela den delen [mellan Korsgatan och Östra Hamngatan] väldigt mycket att det är väldigt stora flöden. ‘När man då säljer gatan på stora flöden, vart hamnar man då?’ Då hamnar man på de här kedjorna som kommer in, nästan lite tråkiga kedjor som etableras, och då blir det ganska ointressant. Istället för att ta in de här nya aktörerna och erbjuda dem och kanske fastighetsutvecklaren lite långsiktighet i att ‘ja, jag kan erbjuda goda flöden’, de tar upp ett nytt spännande koncept som kanske funkade mycket, mycket starkare här än etablering nummer tre gör.

[...]

Leasingansvariga på fastighetsbolagen tycker att det är mindre risk att etablera en kedja som har ganska goda ekonomiska förhållanden jämfört med att öppna upp något nytt okänt som vi inte riktigt känner till. Alltså någon *one-off*-butik eller en butik som får chansen att starta här. I de bästa av världarna skulle jag jättegärna vilja se att Kungsgatan var en marknadsplats för nya häftiga koncept.

[...]

Man har oftast dubbele exponering och tripple exponeringar i stadsbilder. Det finns ju lagen om avtagande marginalnytta. Butik ett är jätteintressant, butik två är ganska intressant men om de etablerar butik nummer tre på det här stråket så ger inte det så mycket.

[...]

Tripple etableringen fungerar om man, låt säga att man i Nordstan kör bara skor och i Fredstan kör man bara kläder och på Kungsgatan kör man bara skidor “

- Per Andersson, Senior detaljhandelsanalytiker

Utbudet och butiken måste skapa en dragningskraft för att besöka stadskärnan. Restaurang och caféverksamhet som får lov att växa ut hade skapat ett trevligare stråk.

“[...] och sen också skapa händelser. Det måste finnas en anledning att du ska ta dig in till stan. Mötesplatser är viktiga, att träffas och mötas sitter i människan det kommer alltid att bestå. Ses och synas ingår men tröskeln är kanske lite högre då du hemifrån soffan kan handla, titta och ses. Mötesplatsen måste erbjuda något extra.”

- Lena Dalerup, VD

“Det är en relativt smal gata med relativt höga fasader. Det är inte de här ‘artonhundratals-bakelserna’ i allmänhet och gatustråket och fasaderna är rätt platta och gråa. Då skulle man ju för att göra den trevligare så är det ju garanterat att man måste ha in restaurangverksamhet eller *food and beverage* ska jag säga för det kan vara barer eller kaféer och det spelar mig ingen roll vad det är, som får lov att växa ut.”

- Dag Agård, Handelsstrateg

Man bör ta vara på innerstadens styrkor genom att ta tillvara på de upplevelser och platser som redan finns i stadsmiljön. En respondent menar att etablering av funktionell och rationell handel i innerstaden kan urvattna innerstadens emotionella värden. Lågpris- och externhandelsaktörer som symboliserar funktionell handel hör inte hemma i innerstadsmiljön enligt respondenten.

“Staden är originalet och externhandeln försöker kopiera staden. Nu är vi på en 50–60 årsperiod. De försöker få in grönska, de försöker sätta ut tak på det vi inte har och försöker skapa upplevelser. Vi ska inte kopiera kopian. De kämpar med näbbar och klor för att vi är emotionella, men de är rationell handel. Innerstan ska försöka vara originalet och emotionellt.
[...]

Vi måste ju vara något annat än externhandeln, och det kallar jag ju kärlek och passion. Men vi kan inte vara funktionella bara, vi måste ju vara det också såklart, men vi måste också vara emotionella.”

- *Dag Agård, Handelsstrateg*

Vi upplever staden utifrån vad som sker på gatunivå. Verksamheternas innehåll och det värde de genererar spelar en stor roll i upplevelsen och attraktionen i att vistas på platsen. Det är viktigt att olika hyresgäster bidrar med olika kvalitéer för området. Stadens centrala delar kommer inte längre mestadels husera butiker, mer service kommer att adderas.

“Uppfattningen av vad det här blir för stadsdel, vad det här blir för del av staden kommer handla om det man faktiskt upplever på gatunivå. Det är så man upplever, det är så man ser staden. Frågar du någon, ‘hur ser det huset ut? Hur många våningar är det egentligen?’ Så det är väldigt få som svarar, ‘men det har jag koll på’. Utan det man upplever är det här man ser i ögonhöjd.
[...]

Ju mer krut vi lägger på det här, alltså på miljön, bottenvåningarna och utemiljön där emellan, kommer sätta standarden och känslan för hela området. Det är där vi behöver få in hyresgäster med olika kvaliteter. Jag tänker att i framtiden så kanske man behöver se mer utav dem delarna, service till exempel lite mer insprängt i de här centrala delarna också.”

- *Sofia Andersson, Arkitekt*

4.6.2 Låt verksamheterna växa ut

Flera respondenter har påpekat att stråket känns livlöst utmed Korsgatan och Östra Hamngatan. Att öppna upp verksamheterna mer mot gatan kan göras genom att anlägga mer grönska, sittmöjligheter och belysning, förslagsvis kan detta anläggas i mitten och bilda en slags avdelare. Det är viktigt att verksamheten känns öppen och inte stängd. Ett enhetligt entréuttryck skapar en helhet så att det inte känns spretigt. Uteserveringar är ett bra sätt att lyfta ut verksamheten på gatan.

“Tittar man på innehållet i butikerna, alltså det här med bottenvåningarna. Man får fråga sig vad det är för typ verksamheter och hur man kan jobba med att öppna upp entréer och fasader så att man känner att det som är inne i huset spiller ut på gatan. Det kan man göra på olika sätt så att det inte känns stängt. Man kan jobba med grönska, med sittmöjligheter och med belysning. Alla de där faktorerna är viktiga och det hjälper inte att bara pynta lite eller ställa ut en bänk. Det måste bli en helhet som man upplever rummet.”

- *Ulrika Åkerlind, Utvecklare offentlig plats*

“Man kan jobba med ett mer enhetligt entréuttryck. Att designen av skyltar och entréer hänger ihop på något sätt, att man får ett lugnare intryck av gatan och att man tycker det är trevligare av den anledningen. Man kan ju också jobba mer med att entréerna kommer ut på gatan på olika sätt. Inte att det är så här snurrstånd då med kläder, för det är inte så trevligt, men om det är caféer så kan ju de ha uteserveringar, att man liksom lyfter ut entréerna lite mer. Sen kan man jobba i mitten av gatorna också, med kanske främst med sittplatser då.”

- *Mia Wahlström, Konsult samhällsplanering*

Att anlägga sittplatser i mitten av stråket lyfts ur flera aspekter, dels för att skapa en rumskänsla, dels för att öka stråkets miljömässiga kvalitéer. Ett flertal respondenter har påpekat att gatan är smal, men med sina tio meter i bredd finns potential för en smal lösning enligt en respondent. Man kan även utnyttja utrymmet i mitten för konst på olika sätt, bland annat poesi.

“[...] Utan att veta exakt så tror jag då att man skulle kunna ha en liten avdelare som erbjuder sittmöjligheter. Man kan ha sittbänkar som är så smala [cirka en halv meters sittyta] så att man bara sitter åt ena eller andra hållet, växelvis, om man vill erbjuda ryggstöd. I mitten av den här bänksektionen så har man en blomsterplats. Antingen har man vintergröna växter som är växta hela året runt eller så har man lite lågväxande blomsterarrangemang, men utan att det blir allt för avancerat, det ska ju skötas också. I samband med det kan man då ha papperskorgar och sådant som står i anslutning, då bygger man in och bygger bort dem, men ändå finns där och syns.”

- *Jesper Örtengren, Affärsutvecklingschef handel*

“Man kan också jobba med konst på olika sätt, konstverk, statyer eller jag vet på en gata i Stockholm så har man poesi- eller lyrik-inskrifter i mitten av gatan som du kan läsa. Man utnyttjar hela rummet med belysning och olika typer av estetiska intryck.”

- *Mia Wahlström, Konsult samhällsplanering*

Andra exempel än att anlägga en uteservering är att ta inspiration från biografier som ofta har dessa kvalitéer. Man strävar efter att skapa en gråzon mellan uterummet och insidan, detta kan man förstärka med belysning. På detta sätt låter man verksamheten ta mer plats i gatan.

“[...] Istället för att entrén till butiken kommer ut på gatan, så kan du gå in i entrén utan att gå in i butiken. Antingen kan man lyfta ut delar av innehållet på gatan, som en uteservering, eller så tänker man som en biograf där en del av entrén är gatan. Tänk dig att det blir som en inbuktning i gatan och där har ett område som är lite gråzon då jag är i butiken eller i biografen, fast du är ändå utanför. Där kan man jobba med belysning på ett annat sätt, takbelysning.”

- Mia Wahlström, Konsult samhällsplanering

4.6.3 Etableringsstrategi

Flera respondenter har nämnt att det tidigare funnits ett flertal biografier på stråket som på senare år fått lämna plats till handel. Utbudet har gått från upplevelsebaserat till mer handel, detta är ett skifte som har skett inom i princip alla stadskärnor.

Handel inom beklädnad har det tufft och det är inte längre säkert att det är i butiken som en transaktion genomförs. Trenden visar nu på att utbudet går tillbaka mot mer upplevelsebaserat igen och allt mer fokus riktas från den traditionella transaktionscentrerade butiken. Segmentet mat och dryck bör öka lite på stråket.

“[...] För många år sedan, jag tror 20 år sen så fanns det två stycken biografier på stråket och då var utbudet upplevelsebaserat, sen har det blivit mer *retail*. Jag tror att man kommer återgå till att det blir upplevelsebaserat igen.”

- Henrik Olsson, Cityledare

“Det är ju de här kläder, skor, alltså de här generella, kommer ju ha det svårt i framtiden. Det kommer ske en omställning i alla fall. Visst kan man fundera på om det inte är på sin plats eller att det hör till att man ökar mat och dryck-delen lite. Så ser trenderna ut i övrigt.”

- Mia Wahlström, Konsult samhällsplanering

“Att en butik kanske inte alltid längre är där en transaktion genomförs, alltså där man köper den [varan]. Det kan lika gärna vara ett *showroom* eller ja, någon annan typ. Butiken håller på att ändras.”

- Ulrika Åkerlind, Utvecklare offentlig plats

På frågan om en mer ärendebaserad handel hade varit fördelaktigt på stråket tack vare stråkets höga gångflöden, svarade respondenterna att man bör fokusera utbudet mot handel och shopping. 'Handel föder handel' är ett känt uttryck, när man vistas på stråket för att shoppa vill man ha ett så stort utbud som möjligt, men också tillräckligt genomtänkt så att inriktningen är tydlig.

"Jag tycker att bästa för Kungsgatan är att få in så mycket shopping det går. Ju mer densitet av shopping du har, desto starkare blir den som shoppinggata. 'Varför vill man ha den som shoppinggata?' därför att de betalar bra, enkelt uttryckt. Det andra rör bara till det egentligen."

- *Thomas Wernersson, Retail Planner*

Området kring Östra Hamngatan har en stark inriktning mot shopping vilket är gynnsamt då hela området skapar en destination för shopping. Dock kan en allt för homogen inriktning bli exkluderande för den som inte är intresserad av den inriktningen. En respondent menar även att inredning som är en kompletterande bransch till beklädnadsbranschen skulle vara fördelaktigt att blanda in. Likaså hade en ökad andel restaurang och caféverksamhet som inte är kedjestyrd varit positivt för stråket.

"[...] det är å ena sidan om man fokuserar både i de två kvarteren till höger mot Östra Hamngatan, så finns det en större relevans för att den som vill handla kläder söker sig till det området. Så det är det ena perspektivet, alltså skulle man sträva efter att radera alla andra färger [syftar på färgindelningen i figur 13] och bara göra konfektion där.

"[...] Man kanske ute och flanerar, man är absolut shoppingsugen, men det är ingen speciellt man tänker på. Då kanske man undviker en gata som bara är enkelriktad liksom. 'Det är bara klockor i hela kvarteret och jag ska inte ha någon klocka', då blir det då exkluderande när jag väljer på det. Så man kan väl säga att i grund och botten är det ju inget fel att det är konfektion och skor. [...] Men man kanske skulle blanda upp det med mer *food and beverage* och inte bara kedjor."

- *Dag Agård, Handelsstrateg*

Att verksamheten tillför något värde är viktigt. Såvida du inte vill skapa ett kluster av just den verksamhetstypen, för om det bildas ett tydligt kluster med just den verksamhetstypen blir det en styrka i sig. En tydligare klustring mot en gemensam demografisk målgrupp anses positivt. Kan man attrahera samma målgrupp som verksamheten bredvid, upplevs utbudet som homogent och genomtänkt, detta kan i sin tur resultera i en destination för just den målgruppen. Det är viktigt att väga etableringen från de olika perspektiv och intressenter som finns. Frågor man som fastighetsägare får ställa sig är om etableringen tillför värde eller om den skadar, beroende på de olika perspektiven. En bra etablering skapar synergier för verksamheterna bredvid.

“Helst ska verksamheten man tar in tillföra någonting, har du redan en frisör så är det ju olämpligt att ta in en till, såvida du inte ska skapa ett kluster av frisörer. Gör du det av den anledningen kan du skapa ett frisörstråk med fyra stycken, ‘här ligger dem’. Då hjälper de varandra, det kan ju också vara en strategi.

[...]

Jag tror att man bör fokusera lite mer på livsstil-område eller livsstil-gata. ‘Hur skapar man ett utbud som homogent eller genomtänkt?’ Förmodligen genom att resonera utifrån ‘om man ska gå dit så går man dit också.’”

- *Jesper Örtengren, Affärsutvecklingschef handel*

“Om jag har en butik som vars målgrupp är 20–25-åringar och den är jätteprefererad bland dem så kanske det är smart av mig att kunna tillhandahålla något erbjudande därvidlag också, för just den målgruppen. [...] Det man borde göra här är ju att klustra efter demografi mer.”

- *Per Andersson, Senior detaljhandelsanalytiker*

“Man får fråga sig ‘tillför det eller äter det bort? Skadar det eller bidrar det? Det bidrar inte, skadar det? Ja, det finns annat som är roligare’, så får man se vad man kommer fram till. En externhandelsaktör och ett premiumriktat varuhus ligger ju grannar i Stockholm. Då är det ju en diskussion liksom, ‘är det bra? Ja, från vems perspektiv?’. Från varuhusets perspektiv, kasst. Från externhandelsaktörens perspektiv, lysande. De har ju tagit sig in som en katt bland hermelinerna. För konsumenten är spretighet aldrig bra, man vill fatta var man går någonstans.”

- *Dag Agård, Handelsstrateg*

Rätt etablering kan öka försäljningen hos verksamheterna bredvid. Detta kan skapas både genom att erbjuda kunden ett större utbud inom samma varugrupp men synergier kan även skapas genom att erbjuda kunden ytterligare en varugrupp.

“[...] till exempel *Kjell & Co* som ligger vid *Ströms*, där kan man tycka ‘Varför ligger *Kjell & Co* där, det borde väl vara en modebutik till?’ Det visar sig att väldigt många kunder till *Ströms* är även kunder till *Kjell & Co*. Så när de ska gå och tittar på kläder så passar de på att gå in till *Kjell & Co* för att köpa en sladd eller batterier.”

- *Jesper Örtengren, Affärsutvecklingschef handel*

“[...] när *& Other Stories* etablerades, som ju är ett HM-koncept, ändrades sig målgruppen på gatan något. Det märktes bland annat hos *Gina Tricot* som inte ligger långt därifrån. De tänkte om, ändrade sitt sortiment mer mot ‘äldre och klädd kvinna’, vilket resulterade i en positiv effekt på

snittköpen. Så man ser ju andra effekter av när man placerar rätt aktörer på stan.”

- *Eva Thulin, Fastighetschef*

Vad för verksamhet som finns i bottenplan spelar stor roll för området som helhet, men även för dragningskraften hos kontorshyresgästerna. Det kan vara komplext att tillfredsställa både kontorshyresgästernas och de boendes behov. Det handlar inte heller enbart om verksamhetstypen, utan det ska även vara en bra verksamhet. Ett handelsstråk av denna karaktär som Kungsgatan besitter bör innehålla framförallt branscherna beklädnad och hem & fritid.

“En aktör eller verksamhet som finns i entréplan kanske inte egentligen är på hyreskontraktet en bra affär, men är bra för helheten i området och huset. Den kanske hjälper oss att attrahera ‘rätt’ folk till gatan och området eller hjälper oss att få in ‘rätt’ typ av kontorshyresgäster. Så det handlar mycket om att förstå vad man vill skapa, inte bara för fastigheten, utan också runtomkring platsen och i området.”

- *Eva Thulin, Fastighetschef*

“[...] när man har tittat på kontor på Avenyn. Så vill kontoren ha premium och lite mindre butiker, mer unicitet. Bostäderna runt Avenyn, de vill ha mer mainstream och större butiker. Så det finns ju en komplexitet i att få ihop kontorens krav och bostädernas krav. Men det går inte att föda restauranger och butiker med [enbart] de som bor och jobbar, utan det måste ju komma dit andra människor.”

- *Dag Agård, Handelsstrateg*

“I ett sånt här läge ska vi ha beklädnad och hem och fritid, framför allt. Sen handlar ju mixen inte bara om verksamhetstyperna, utan det handlar om den generella verksamheten. Bara för att det är en beklädnadsbutik så betyder ju inte det att det är en bra beklädnadsbutik.”

- *Lisa Lagerén, Chefsanalytiker*

4.6.4 En granne är alltid bättre än vad en konkurrent är farlig

På frågan om en konkurrerande verksamhetsmix är fördelaktigt är svaret instämmande. En granne är alltid bättre än vad en konkurrent är farlig. Vid en bra klustring av restauranger i ett område kan synergier skapas och det sammanlagda flödet av människor blir större än om restaurangerna hade legat separerat från varandra. En respondent menar att begreppet konkurrent knappt används, utan att klustring även är en fördel för relativt snarlika butiker, då det resulterar i ett bredare utbud för kunden. Om det bara ligger en skobutik på platsen finns en risk att utbudet inte räcker till för kunden denna gång och det inte blir någon affär.

“Målet med kommersiell utveckling det är ju att man går i första blåa övre rutan [hänvisar till illustrationen över verksamheternas placering] så går man in i andra, tredje, fjärde, femte, sjätte och så har jag sex påsar med mig. Då har man ju liksom lyckats hjälpa åt att attrahera en konsument. [...] Men det vet man ju, ligger det tre restauranger i ett område så är det mer än tre gånger flödet. Om det bara finns en restaurang i ett område, ja då är det en gång flödet. Så ett plus ett blir tre om man bygger det starkt.”

- Dag Agård, *Handelsstrateg*

4.6.5 Vilken verksamhet vill du se på stråket?

När respondenterna fick frågan vilka verksamheter de skulle vilja se på stråket, förslagsvis i de vakanta lokalerna mellan Korsgatan och Östra Hamngatan, är svaret varierat. Ett starkt varumärkeskoncept som gärna får vara av nationell karaktär är mest återkommande. Likaså lyfts bristen av café- och restaurangverksamheter på stråket från många respondenter. I övrigt nämndes *outdoor*-koncept, inredning, kosmetika och sport som eftersträvansvärda verksamhetstyper. Service lyfts även som en bra bransch att etablera mer av på stråket, däribland vård och hälsa men även koncept inom co-working. Någon form av upplevelse som inte kräver konsumtion lyfts även fram av flera respondenter. Flertal respondenter poängterade att det är väldigt svårt läge att förutsäga om framtiden då det pågår stora förändringar inom detaljhandel just nu.

“Tittar man i Stockholm nu så är det en gren som har gått ganska bra den sista tiden, det är ju *outdoor*, och då skulle det ju vara lite spännande att få in ett uppgraderat koncept från *outdoor* här på stråket.”

- Bengt Axelsson, *Head of Retail*

“Jag hade velat ha in starka aktörer som är lite uppgraderade. Jag hade velat ha in fler kategorier än traditionella modebutiker, mer än bara klädbutiker. Alltså heminredning, kosmetika och sport, alltså lite fler kategorier men som ändå är mode-nära, som genererar fler kategorier till målgruppen.

[...]

Varumärkesbutiker inom andra segment. Jag tror också att man kommer att se fler kapitalvaruaktörer [*Gaggenaus, Tesla, Polestar* m.fl.] som ger sig in med försäljning i den här typen utav traditionellt liksom shoppingstråk.

- Thomas Wernersson, *Retail Planner*

“Jag hade nog velat ha något Internationellt starkt varumärke som inte finns på annat ställe i stan för det man ser här nu är mycket som du också hittar i Nordstan.”

- Lena Dalerup, *VD*

“Om man ändå vill att Kungsgatan ska vara ett huvudstråk, så måste man fundera på vad innehåller ett huvudstråk med dagens mått mätt. Så tror jag det behövs mer service. Det kan va någon form av vård, hälsa, det kan vara åt skrädderi-hållet. [...] Jag tror att det är lite mycket mode nu, lite mycket kvar av det gamla. Att det dyker upp vakanser är bara sunt, det tar lite tid för de nya verksamheterna att flytta dit.

[...]

Alltså någon form av upplevelse i alla fall som kanske inte bara innebär att man ska köpa någonting. Det är jättesvårt att säga egentligen, det är ett extremt svårt läge just nu. Ett brett starkt varumärkeskoncept, det skulle fungera också.”

- *Jesper Örtengren, Affärsutvecklingschef handel*

Vissa respondenter har visat sig kritiska mot att det enbart är kedjor, men att försöka blanda in mer unika, passionerade verksamheter, i synnerhet inom café och restaurang har lyfts av flera. Idag finns det ingen kvällsaktivitet på denna del av Kungsgatan. Att etablera kvällsaktiviteter på stråket är något som hade skapat ett mer diversifierat utbud. Detta skapar ett flöde av människor även kvällstid, som i sin tur kan generera en ökad trygghet på stråket.

“Jag skulle försöka få in något mer café, restaurang eller något sånt som inte bara har öppet dagtid, utan på kvällen också. Jag tror man ska tänka kring att blanda upp det, så att det finns lite mer intressant innehåll. Inte bara de här stora kedjorna, utan göra den lite mer unik.

[...]

Men det finns ju en svängning där i handeln nu, det är ju inte de här stora kedjorna som är mest intressanta. De kan du hitta överallt och då behöver du kanske inte åka till en stadskärna för att få det utbudet utan då åker man ju mer till externhandel tänker jag.”

- *Ulrika Åkerlind, Utvecklare offentlig plats*

4.6.6 Kungsgatan är som Nordstan utan tak

En internationell kedjebutik som inte finns i Nordstan är eftersträvansvärd. Nordstan har ett väldigt brett utbud och är således förstahandsvalet många gånger ärenden behöver utträttas, tack vare möjligheterna att ta sig till köpcentrumet med bil kan det liknas med ett externhandelscenter, fast i stadskärnan. Kungsgatan behöver differentiera sig mer och benämns av respondenterna som en svag kopia av Nordstan. Nordstan är som ett externhandelscenter, fast i centrala Göteborg.

“Vissa brukar säga att Kungsgatan är Nordstan men utan tak. Här finns också ett *Åhléns* och så vidare. Ett internationellt märke som drar kunder, som inte finns någon annan stans [i stan] och då får det gärna vara en internationell kedjebutik.”

- *Lena Dalerup, VD*

“Jag tror att många går till Nordstan när de ska uträtta ärenden för där finns allting under ett tak. Kungsgatan är ju ingen gata som man kanske uppehåller sig så länge på eller strosar runt på, till exempel går och sätter sig en stund, tar en kaffe och sen så går man vidare till nästa butik.”

- *Ulrika Åkerlind, Utvecklare offentlig plats*

4.6.7 Avsaknaden av lokala verksamheter

Intervjuerna behandlade även Kungsgatans avsaknad av lokalt utbud. Det tydliggörs att ett mer lokalt utbud är eftersträvansvärt bland kunderna, dock söker sig idag lokala verksamheter gärna till en sido- eller parallellgata till ett huvudstråk. I området kring Kungsgatan har till exempel Vallgatan lockat ett stort antal lokala verksamheter, dels som en del i deras placeringsstrategi och dels för att hyresnivåerna är betydligt lägre på Vallgatan än Kungsgatan. Det framgår av majoriteten av respondenterna att de som kan hantera hyresnivåerna på Kungsgatan främst är kedjorna då stråket även är en bra etablering ur ett marknadsföringsperspektiv. Utöver de höga hyrorna menar en respondent att lokala verksamheter har svårt att hålla liknande öppettider som stora kedjebutiker, vilket också spelar en betydande roll i varför det inte är ett mer lokalt utbud på stråket.

“Konsumenterna älskar det lokala utbudet. Men de handlar inte tillräckligt mycket för att det ska bli lönsamt att driva butiken. Det är ju det paradoxala i det.”

- *Thomas Wernersson, Retail Planner*

“[...] Det bästa är ju alltid om det finns en blandning av både det ena och det andra. Små lokaler, stora lokaler, nationella-, internationella märken blandat med lokala märken eller butiker med lokal förankring. Det är väl det som är mest eftersträvansvärt, men sen så kanske inte det är möjligt i och med nivån på lokalhyrorna.”

- *Lena Dalerup, VD*

“Det brukar vara så att huvudgatan är dyr att vara på, de som har råd att ligga där och skylta är de som är stora och starka. Så det blir ganska naturligt, men ofta brukar lokala aktörer ligga på lite mer sekundära gator, så är det även i Göteborg. På Vallgatan ligger det lite mer lokala verksamheter, det gäller även Magasinsgatan. Det har med

betalningsförmågan att göra, det lokala utbudet betalar egentligen sämre än vad kedjorna gör.“

- *Dag Agård, Handelsstrateg*

När trenden pekar mot mindre och mer effektiva lokaler, samtidigt som hyresnivåerna indikerar på en negativ utveckling, kanske ett mer lokalt utbud är möjligt även på Kungsgatan.

“Det är ju en fastighetsekonomi som man får fundera över. Ska man gå på kort sikt så ska vi gå på kedjor och stora ytor. Vill vi ha lång sikt, då kanske vi måste bryta ner det och anpassa oss under en period när vi bygger upp igen.“

- *Dag Agård, Handelsstrateg*

[...] det kanske är som så att nu, med anledning av att hyrorna går ner, så kanske vi kan få lite nya lokala handlare som vågar köra igång. Det hade ju varit jätteroligt.”

- *Bengt Axelsson, Head of Retail*

4.6.8 Bjud på lite kultur

Flera respondenter lyfter att Kungsgatan hade ökat sin attraktionskraft för besökare genom att erbjuda besökaren ett ökat utbud inom kultur och nöje, då det idag nästintill endast finns butiker på stråket. En respondent menar att fastighetsägarna borde subventionera de kulturella verksamheterna då det kan vara tufft ekonomiskt för dem, detta hade fastighetsägarna tjänat på långsiktigt. Då Kungsgatan är ett starkt turiststråk borde en filial till konstmuseet vara av intresse här.

“Men för att öka attraktionskraften, så borde en liten filial till konstmuseet skapas här tillfälligt. Då är det ju svårt med intäkter, ‘ska det va en fastighetsägare som ska hyra ut något halvt gratis här?’, men det hade stråket tjänat på tror jag. Det här är ju Göteborgs mest historiska och centrala plats. Bjud på lite sånt här! Lite kultur, det tror jag hade stärkt [stråket], det är ju ett starkt turiststråk.“

- *Sofia Andersson, Arkitekt*

“Kulturutbud är också bra, även om det är svårt när alla går i konkurs. Det kan vara någon typ av hantverksbod, med konst, eller någon slags kombo av konst och hantverk, konsthantverk. Men det kan ju också vara gallerier eller någonting sånt också.”

- *Mia Wahlström, Konsult samhällsplanering*

4.6.9 Summering

- Kungsgatan är koncentrerad mot butiker och då främst mot den utsatta beklädnadsbranschen.
 - Kungsgatans styrka är dess höga gångflöden.
 - Låt verksamheterna ta mer plats ut på stråket.
 - Ett koncept från ett internationellt varumärke inom, friluft, café & restaurang, inredning, kosmetika och sport lyfts fram som eftersträvansvärda.
 - Differentieringen av verksamheterna mot Nordstan är viktig.
 - Ett ökat kulturutbud hade skapat en ökad attraktivitet för besökaren.
-

4.7 Identitetsskapande

En plats identitet är något som, vad framgår från intervjuerna, ofta kan kopplas till människors upplevelse av platsen samt dess historia. Ett flertal respondenter nämner identitet som en essentiell del i skapandet av en vision för Kungsgatan. Respondenterna menar att först bör platsens identitet bestämmas och tydliggöras för att stråket ska kunna särskilja sig från resterande delar av staden samt konkurrerande handelsplatser. Detta kapitel behandlar kvalitativa data från intervjuerna som rör Kungsgatans identitet och förslag på identitetsfrämjande åtgärder.

4.7.1 Kungsgatans brist på identitet idag

Flera upplever att Kungsgatan saknar en identitet, vilket i dagsläget förstärks av ett brett utbud och en hög vakansgrad.

“[...] här [på Kungsgatan] finns det breda utbudet vilket är positivt men det saknas identitet. Om vi kikar på stråket så minskar attraktiviteten allteftersom du lämnar Fredstan och kommer upp mot Ekelundsgatan. Det har ju mycket att göra med hur det ser ut i dagsläget också med många vakanser på andra sidan Västra Hamngatan.”

- *Lena Dalerup, VD*

Stråkets relativt höga besöksflöden, jämfört med intilliggande gator, lämpar sig för etablering av kedjebutiker. Varumärkesbutiker lockas istället till parallellgatan, Vallgatan.

“Skillnaden här mellan att ha en kedjebutik då någon utav de stora kedjorna på Kungsgatan, respektive att ha en varumärkesbutik. [...] 'Vill de [varumärkesbutikerna] vara på Kungsgatan eller Vallgatan?' Vallgatan tveklöst. De vill vara där, trots för att det är mer flöden på Kungsgatan, för att det blir mer imagemässigt rätt för dem. Omvänt då, finns det många kedjor som absolut inte kan tänka sig ha en butik på Vallgatan för att det är för dåliga flöden. Men Kungsgatan vill de va på. Det tror jag är en dimension som man behöver ha med sig.”

- *Thomas Wernersson, Retail Planner*

På frågan hur närliggande områden som Vallgatan, Södra Larmgatan och Magasinsgatan differentierat sig, till skillnad från Kungsgatan, för att ge ett lyxigare uttryck, lyfts Kungsgatan som att spela en viktig roll i att sammanbinda dessa områden.

“[...] men i alla fall på något sätt något uppgraderat då. Det är ju inte premium på något sätt utan det är mycket mer någon sorts stadsorienterad trend på svensk nivå. Mindre butiker och mindre varumärken och restauranger. Det skapar en typ utav destinationsområde. Om man tittar på det som är mid market, som finns väldigt mycket i Nordstan och på Fredsgatan, till trots för att ett premiumriktat varuhus ligger där, så är det ändå mid market som dominerar området. Det har ju sin position då. Det är väldigt annorlunda på Magasinsgatan och i det området [Nordstan och Fredstan] men som sagt var Kungsgatan binder ihop de här två.”

- *Thomas Wernersson, Retail Planner*

Teatergatan i Göteborg lyfts som ett praktexempel på hur en gata kan anamma sin identitet och leva ut den till fullo.

“[på Teatergatan] jobbar man med teaterkonceptet när man utvecklar sin gata. Julbelysningen är teaterridåer och så vidare. Man försöker även sommartid jobba med innehåll tillfälligt, med en pop-up-scen, alltså en *speakers corner*. Så att man tänker hela tiden utifrån att det är en teatergata och att man vill utveckla det konceptet. I Kungsgatans fall kanske man ska tänka utifrån det, då att det är en stor, pampig gata och ‘hur kan vi jobba med den?’”

- *Ulrika Åkerlind, Utvecklare offentlig plats*

På frågan hur man kan skapa identitet för en plats lyfts platsens historia som en viktig del att inhämta inspiration från men också platsens olika användningsområden, nu som förr.

“[...] man kan leta historiskt. Man kan också titta på hur det används och om det här är en plats där man träffar kompisar, uträttar ärenden eller arbetar på. Då kan man utgå från funktionerna också. Vad är den här platsen till för och hur nyttjar man den? [...] Det blir konstigt är om man tillskriver den här platsen någonting som ingen känner att den har. För då är det ju en image som man bara sätter på.

Vill man jobba med identitet måste man utgå från något som är sant och som är där. Det är ju annorlunda om man hittar en ödemark i skogen och ska börja jobba med identitet, det kan vara svårare. Men i en stad så finns det ju t.ex. byggnader som domkyrkan, det är något att utgå från.

Äldre människor sitter ofta på otroliga historier och berättelser. 'Ja, men jag minns när hästarna körde här'. I t.ex. Slakthusområdet i södra Stockholm, där såg man att stråken i den stadsdelen var anpassade efter att det var ett slakteri i ena änden, förr i tiden. Så alla stråken var anpassade så att de här djuren som slaktades var tvungna att forslas, på olika sätt, i olika sekvenser för att inte möta friska djur. Det finns oftast jättemycket att ta av men man ska inte klistra på det utifrån, utan man måste göra research först."

- Mia Wahlström, Konsult samhällsplanering

4.7.2 En av stadens mest historiska handelsgator

Kungsgatan är en gammal handelsgata och bör identifiera sig därefter.

"Det är ett utav Göteborgs äldsta handelsstråk och det ligger ju ett gäng riktigt fina fastigheter där om man tittar på fasader och så och domkyrkan ligger precis inpå. Så det är den gamla innanför-muren-staden som på något sätt rent uttrycksmässigt borde förstärkas."

- Sofia Andersson, Arkitekt

De olika profileringar som redan idag finns längs med stråket bör förtydligas i utbudet men även i vilken målgrupp som den riktar sig åt. Att Kungsgatan idag har en inriktning mot mass market blir allt tydligare, något som kan vara nära kopplat till stråkets höga besöksflöden. Samtidigt kan dessa flöden skapa bra förutsättningar för ett mer unikt utbud eller en tydligare positionering.

Kungsgatan behöver en gemensam strategi för hur området ska utvecklas framöver. Denna strategi behöver vara tydlig för fastighetsägarna, kommunen och verksamheterna likaväl som besökarna.

"En tydligare profil, en tydligare gemensam målgrupp och då tror jag att, den ena [delen mellan Fredsgatan och Östra Hamngatan] är en premiumprofil. Den andra [mellan Östra- och Västra Hamngatan] är mer än en kedjeprofil och den tredje [mellan Västra Hamngatan och Esperantoplatsen] är en unik profil. Sen får ju fastighetsägarna då framför allt utbudsmässigt uppvakta. Det är en ständig uppvaktning och ett relationsbyggande. Man får sälja sina lokaler helt enkelt, genom en etableringsstrategi."

[...]

Om jag ska starta ett urmakeri eller om jag är etableringschef för en beklädnadskedja. Vet jag att 'ja men här är det jättetydligt', då kommer jag etablera mig. [...] Så tydlighet, alla vill ha tydlighet för att för att minimera riskerna."

- Henrik Olsson, Cityledare

“[...] i vår värld är det alltid en styrka att kunna vara tydliga i erbjudandet. Men sen gäller det att erbjudandet är på rätt plats med rätt förutsättningar och att flödena finns.”

- *Sofia Andersson, Arkitekt*

“[...] Jag tror att man behöver ha in ett tänk kring målgrupp. Alltså om det tar det finns ju två parallella gator här som innehåller en del shopping, alltså Kungsgatan och Vallgatan. [...] där finns det en ganska cementerad skillnad i vem som, inte nödvändigtvis den som går för det kan vara vem som helst, men vem som shoppar på Kungsgatan respektive på Vallgatan. Det är svårt att säga om att det är mer mass market på Kungsgatan och lite trendigare, inte nödvändigtvis yngre, men mer uppdaterat i någon mening med lite andra preferenser på Vallgatan. Det tror jag man behöver definiera för att förstå.”

- *Thomas Wernersson, Retail Planner*

“Det enkla svaret är att Kungsgatan behöver ta fram sin position, sitt existensberättigande. ‘Vad finns Kungsgatan till för?’ Och i det positioneringsarbetet så funderar man ju också på om det är en unik position. Stockholms central har ju mer unika butiker, den går rätt bra ändå, för där finns det ju ett inbyggt flöde. Och finns det ett inbyggt flöde på Kungsgatan, så kan man ju ta en annan position. Positionsarbetet och sitt existensberättigande, det är vad man behöver göra på Kungsgatan. ‘Vad ska vi vara om 5 år eller tre år eller, 2025?’ Och så får man enas om det i fastighetsvärlden, så när det blir en tom lokal då är vi överens om att ‘vi ska dit och inte dit, vi ska åt det hållet’. Jag tycker inte Kungsgatan har någon identitet idag som är tydlig.”

- *Dag Agård, Handelsstrateg*

I slutändan är det stråkets besökare som styr hur gatan kommer att upplevas och det är upp till fastighetsägare och kommunen att agera som en del av varumärket.

“Vad är det som framför allt kännetecknar Kungsgatan i Göteborg då? Vad är det som vi ska förstärka och lyfta som man kanske har varit lite hemmablind på när det bara har tutat och gått, när hyrorna har gått upp och handeln går jättebra? Vad är det som vi inte får glömma bort även om vi ska tänka lite nytt?”. Vi fastighetsägare och kommunen kan planera våra områden så att rätt aktörer och människor hittar hit. Det är människorna och dess beteenden som i stor utsträckning påverkar hur gatan kommer att upplevas. Man kan inte lura i människor känslor men med rätt aktörer, rätt flöden av folk har vi alla bra förutsättningar för att få en ännu mer attraktiv stad. [...] Det spelar ingen roll vad vi fastighetsägare eller vad kommunen sitter och har för dokument. Om inte det är *living the brand* på gatan och på platsen, då är de bara skrivbordsdokument.

Göteborg är en liten storstad och kulturen beskrivs därmed som folklig, något som Kungsgatan med sin breda målgrupp och inriktning bör anamma. För att öka tydligheten måste alla parter vara medvetna om vilken plats Kungsgatan har i staden, inte bara fastighetsägare, kommunen och besökarna utan även verksamheterna som etablerar sig där.

Målgruppen är ju ganska bred på Kungsgatan och det är väl en jättebra utgångsposition att ha en bred kundgrupp. [...] där är Göteborg bra, vi är ju lite folkliga, staden är ju mindre än Stockholm. Vi är ju en pytteliten stad egentligen så alla är lite folkligare någonstans. [...] Kungsgatan är ju en plats för ganska många och det tror jag är jättebra. Men man måste våga va tydlig mot de koncepten man tar in så att de också förstår att det här är en sån gata. Inte bara som många kedjor som har hamnat där idag, att man ska ha en butik där och sen 300 meter ska man ha nästa. [...] att man är tydlig med vad stråket faktiskt står för och att de verksamheterna ska hjälpa till att förstärka den tydligheten.”

- *Eva Thulin, Fastighetschef*

4.7.3 Summering

- Kungsgatan saknar idag en tydlig identitet och är i behov av en utvecklingsstrategi.
- Stråket har höga gångflöden vilket lämpar sig för ett kedjeutbud.
- Det finns exempel på hur andra stråk anammat en tydlig identitet genom platsens historia, något som bör tas tillvara på för Kungsgatan som en av Sveriges äldsta handelsgator.
- Det finns idag olika profilinriktningar längs med stråket som alla bör tas tillvara på och förstärkas.
- Att erbjuda ett brett utbud kan passa en folklig storstad som Göteborg.

4.8 Samverkan

I komplexa utvecklingsprojekt med flertal intressenter som arbetar för sina egna intressen beskrivs samverkan av flera respondenter som en nyckelfaktor och ett måste. I detta kapitel presenteras enbart kvalitativa data från intervjuerna.

4.8.1 Hur uppnås samverkan mellan stråkets olika intressenter?

Samverkan kan vara komplext och gäller mellan fastighetsägare, Göteborgs Stad och hyresgäster. Det är viktigt att ett samarbete finns, dels fastighetsägare emellan, dels med hyresgäster och Staden. Det är hyresgästen som i slutändan skapar mötet mot besökaren. Det mest effektiva samarbetet med Staden uppnås när man kan presentera en färdig, genomtänkt idé.

“Samarbete i ett område, det är på så många olika perspektiv. Vi måste enas fastighetsägarna emellan, för hyresgästen vill veta vart området

skall. Så fastighetsägarna är en grupp, sen ska man samverka med de hyresgäster vi har inne så att vi strävar åt samma håll där. Sen måste vi ha en connection till Staden.

[...]

Så att samverkan är en stor punkt, en av samverkansformerna det är fastighetsägare emellan, för att i slutändan så är det fastighetsägaren som skriver nästa hyresavtal. Men den är inte viktigare än samarbetet med Staden eller samarbetet med hyresgästerna som verkar i området för det är de som levererar magin. Vi kan ju bara tillhandahålla lokal. Det är hyresgästen som är magin.”

- *Dag Agård, Handelsstrateg*

“[...] vi ser ett stort problem när man pratar samverkan och samarbeten och det är ju att man säger att någon annan ska göra det. Då går det inte framåt om fastighetsägaren säger ‘kommunen borde göra det här’. Då säger kommunen vice versa, ‘men fastighetsägaren borde göra det där’. Samverkan är som mest framgångsrik när man säger att ‘det här vill jag göra, det här betalar jag för. Möter ni upp det här?’”

- *Henrik Olsson, Cityledare*

Fredstan lyfts fram som ett bra exempel på lyckade samverkansprojekt. Där har fastighetsägarna presenterat en väl genomarbetad idé för Staden och genom god samverkan kommit fram till den bästa lösningen för alla parter.

“[...] [i Fredstan] är det ju ett antal fastighetsägare som har gått ihop och tagit fram en idé, ett koncept hur man skulle vilja göra med de sträckorna och sen egentligen bara ställt frågan till Staden, ‘skulle vi kunna göra så här? Vad krävs då?’. Detta gjordes redan på ett tidigt idé-stadie innan de ens hade ett ja, och sen i samverkan så har de kommit fram till, ‘men det kan funka om ni gör så här och så här’, där fick dem synpunkter från *park och natur*² till exempel.”

- *Dag Agård, Handelsstrateg*

Större fastighetsägare har större muskler att vara ansvarstagande och image-skapande. Det krävs ett stort och ödmjukt samarbete fastighetsägare emellan. Att enas kring en strategi där både hyresgäst och fastighetsägare kan gynnas krävs för att lyckas.

² Park- och naturförvaltningen en avdelning inom Göteborgs kommun

“En liten fastighetsägare som har en fastighet så är det svårt att ta ansvar för hela gatan. Å andra sidan kan en större fastighetsägare, som har många fastigheter i stan, välja att vara ansvarstagande eller image-skapande på några ställen och ta igen det genom att få bra betalt av dem som vill vara i närheten.”

- *Thomas Wernersson, Retail Planner*

“Jag tror att man aldrig kan komma ifrån att på Kungsgatan, som är en så pass stor gata, så måste fastighetsägare tillsammans jobba för en gemensam strategi för vad vi ska ha på den här gatan. Det är den bästa dealen om båda parter vinner, då är det en sund affär som kan utvecklas. Det är viktigt att vi har gemensamma mål, vi som jobbar för stråket och gatan, trots att man har olika intressen eller olika perspektiv.”

- *Eva Thulin, Fastighetschef*

Det är viktigt att skapa en vision, och att hålla fast vid den, trots att det kan vara svårt att hitta rätt hyresgäst.

“Det är inte alltid lätt med fastighetsägare att få dem att säga, ‘det här är visionen och den håller vi fast vid’. Framförallt i såna här tider där det är svårt med uthyrning. Då kanske man vill hyra ut till den som vill ta lokalen helt enkelt, som kanske den inte riktigt passar in i mixen. Det bästa är om man kan enas om en vision och tillsammans hålla fast vid den visionen. Även om det kommer en intressant etablering, men som inte passar in i just den visionen man har kommit överens om, att man låter den passera, även om det inte är lätt.”

- *Lena Dalerup, VD*

4.8.2 Masterplan

En tydlig masterplan är viktig där man utgår från, dels de fysiska förutsättningarna, men även där man redogör vilka typer av verksamheter man vill ha. Till exempel vart ankarbutikerna ska placeras för att styra flödet på stråket. Likaså bör den eftersträvarvärda målgruppen identifieras och bestämmas. Som tidigare nämnt är skyltningen och hur skyltfönstren ser ut en viktig faktor för att skapa ett lugnare sinnesintryck, denna gemensamma strategi tas fram i en samverkansprocess.

“På Masthuggskajen har vi suttit tillsammans och pratat om just vikten av hur man gemensamt organiserar och planerar för innehållet i alla bottenvåningar. Då är det inte bara uttrycket, utan snarare hur man organiserar det tillsammans.

‘Vart ska de olika hyresgästerna? Okej, vi kan ha ett *Systembolag* i det här området.’ Då ska inte den ena fastighetsägaren och den andra fastighetsägaren börja bråka om det. Utan rimligtvis så borde Systembolaget med de fysiska förutsättningarna som platsen har ligga precis här, för då blir det en dragare. Då får vi ett flöde in på den här gatan, för att maximera nyttan. Så att sätta sig gemensamt är ju A och O för att maximera nytta och i slutändan handlar det faktiskt om fastighetsägaren och de maximerar hyran skulle jag väl säga.”

- *Sofia Andersson, Arkitekt*

“Man behöver ha en tydligare och bättre masterplan. ‘Vilka verksamheter saknas på stråket, vilka verksamheter ska in?’ Så att man kan agera på det när möjligheten uppstår, man kanske borde etablera en permanent pop-up som hela tiden kan förändras. Om man vill bygga in förändring och man tror på det så behövs det. Men också att fungera mycket kring målgrupp, ‘vem är målgruppen, vem är gatan för? Det kommer vara flera, kanske fyra, fem målgrupper. Hur gör man bäst för dem?’”

- *Jesper Örtengren, Affärsutvecklingschef handel*

[...] [Inom samverkansprocesser] jobbar vi ofta med frågorna ‘hur ser alla skyltfönster ut? Hur ser alla skyltar ut? Hur hittar man en gemensam linje där?’ En sådan sak är ju superviktig anser vi.”

- *Sofia Andersson, Arkitekt*

4.8.3 Business Improvement Districts

BID-organisationer är ett internationellt förekommande fenomen, där Staden inte har lika stort ansvar juridiskt som i Sverige. Detta är ett effektivt sätt att lyfta områden men bygger på att det finns engagerade intressenter. I Sverige blir det därför komplext att driva dessa samverkansprocesser när det är väldigt många olika intressenter involverade, för att lyckas bör intressenterna tidigt skapa samverkansgrupper. Har grupperna bristande kunskap inom något område får man köpa in extern kompetens. Flera respondenter har uttryckt att tjänstemän på kommunens olika förvaltningar många gånger kan vara svåra att övertyga och saknar uppfattningen om att staden drivs och utvecklas av det kommersiella.

“BID-organisationens utgångspunkt är att förenkla samordningen, konceptet kommer från USA och England där Staden inte har samma ansvar. Ansvar sträcker sig inte lika långt som det gör i Sverige. Där har man mycket tidigare agerat på de här frågorna, ‘städningen sköts inte

riktigt, det ser riktigt illa ut', 'men vi har inga pengar' säger Staden då. 'Okej, men då kanske vi ska ta fram pengar och göra någonting åt det här, men då vill vi äga hela frågan' säger BID-organisationen. Det har varit en väldigt framgångsrik modell för att lyfta områden. Men det bygger på att det finns intresserade intressenter.

[...]

[Om det ska ske en förändring på stråket] så måste ju alla vara överens om det, även Staden. Så det är Staden som har uppdraget och ta hand om gatan. De är ofta ganska svåra att övertyga och det är tjänstemän som inte är vana att jobba med frågan. Min uppfattning är väl att det finns en bristande förståelse för staden som kommersiell varelse.”

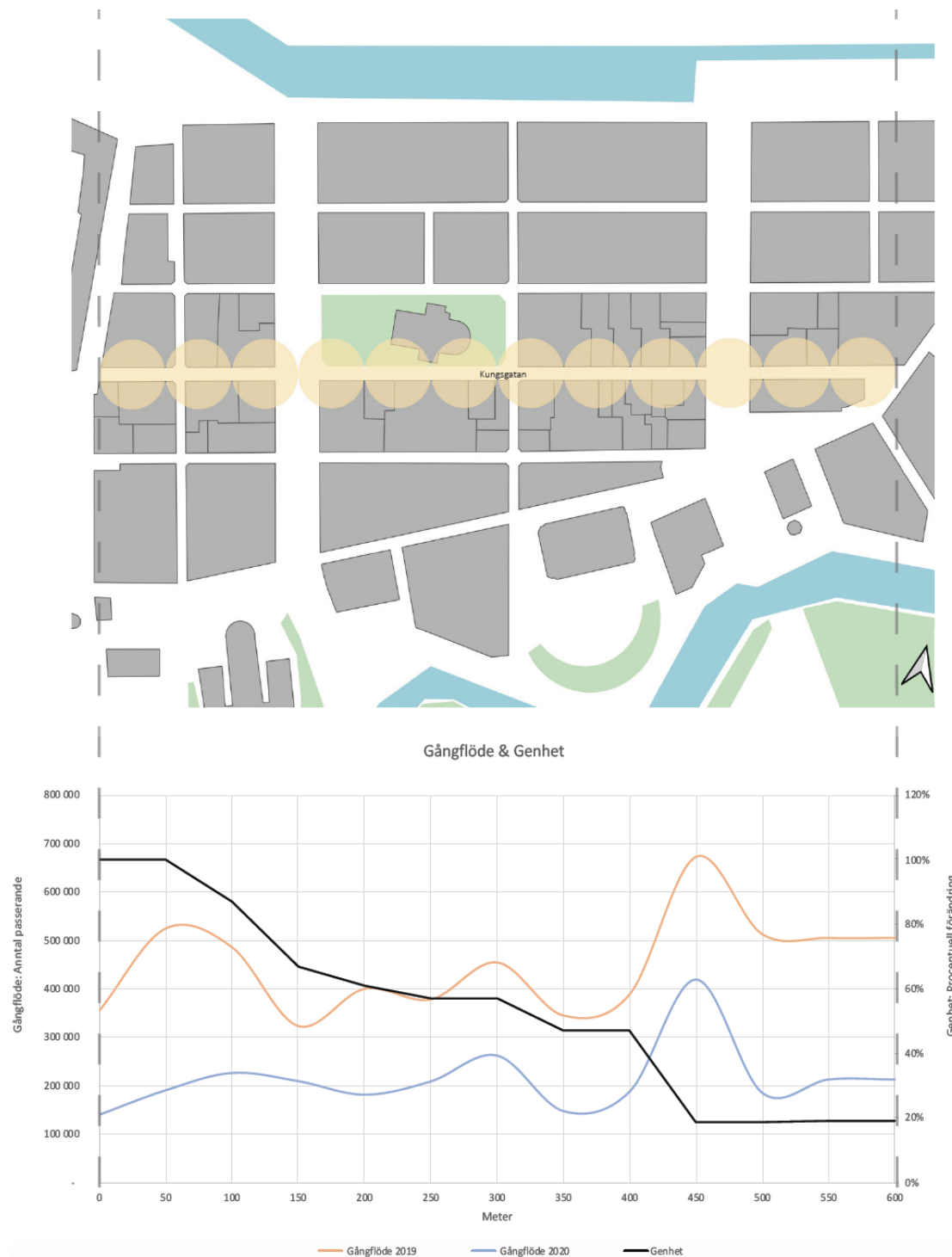
- *Jesper Örtengren, Affärsutvecklingschef handel*

4.8.4 Summering

- Samverkan är viktigt och gäller såväl mellan fastighetsägare, hyresgäster och Staden.
 - Fredstan lyfts fram av ett flertal respondenter som ett lyckat samverkansprojekt.
 - Att enas om en masterplan är viktigt i ett tidigt skede.
 - Man bör skapa samverkansgrupper med de olika intressenterna och även inkludera Staden.
-

4.9 Gångflöde & genhet

Diagrammet i figur 14 visar gångflödet för både 2019 och 2020 på den vänstra axlen. Genhetens procentuella förändring illustreras på diagrammets högra axel där stråkets högsta värde på genhet visas som 100 procent. Genheten minskar utmed stråkets östra delar och det syns högre gångflöden intill Östra Hamngatan. Anmärkningsvärt är en kraftig minskning av gångflödet mellan åren 2019 och 2020, en minskning som uppgår till 52 procent mellan åren.



Figur 14. Diagram över antal passerande längsmed Kungsgatan kopplat till kartillustration av stråket.

5 Diskussion och analys

I detta kapitel analyseras och bearbetas den empiriska data som tidigare kapitel genererat. Vidare reflekteras det också kring dagens läge på Kungsgatan, vilket har påverkats av pandemin.

Kungsgatan har drabbats hårt av den förändring som sker inom detaljhandeln med ett flertal vakanser dels på stråket, dels på omkringliggande gator. Detta kan verka negativt, men vakanserna innebär ett tecken på förändring och vakanserna ger också en möjlighet för förändring på stråket.

Stråket valdes på grund av dess goda förutsättningar gällande läge och besöksflöden men också för att vi såg den utmaning som stråket stod inför med ökade vakanser i bottenplan. Vår hypotes bekräftades särskilt genom förstudien, se Kapitel 3.1.

Under studiens gång genomgick ett flertal fastigheter omfattande renoveringsarbeten med bland annat förändrad utformning av lokaler. För vissa renoveringsprojekt har inte tillräcklig information kring lokalernas utformning tillhandahållits för att kunna inkludera dess data i det kvantitativa resultatet för lokalstorlekar eller hyresnivåer. Det bör tas till beaktning då det kan ha inverkat på studiens övriga resultat, i synnerhet för gångflöden och bedömningen av stadsmiljön.

Vid inventering av lokalstorlekar och hyresnivåer erhöles inte data för samtliga objekt trots att alla berörda fastighetsägare och näringsidkare blivit tillfrågade. Resultat för dessa parametrar har därmed presenterats i egenskap av riktlinjer snarare än att de ingått i mer djupgående analys. Vidare innefattas hyresnivåerna delvis av data på aggregerad nivå med hänsyn till sekretess gällande lokalernas respektive hyresavtal.

5.1 Det stora perspektivet - förändring i stadskärnan

Strukturomvandlingen Digitaliseringen har påverkat den fysiska handeln i form av ökad prispress mellan aktörer, men den har även flyttat marknadsandelar från den fysiska handeln till e-handel. Sättet människor väljer att handla på har förändrats i grunden. Denna utveckling har pågått under flera år men förstärktes markant år 2020 då smarta mobiltelefoner blev allt mer vanliga. I avsnittet om kunskapsöversikt, se Kapitel 2.1, redogörs e-handels stadiga omsättningstillväxt sedan 2007. År 2020 skedde en tillväxt för e-handel på 40 procent, detta till stor del på grund av myndighetsrekommendationer för coronapandemin, vilka ledde till att människor i större utsträckning genomförde sina köp på internet.

Minskad omsättningstillväxt I Kapitel 2.2 om butikshandelns utveckling redogörs för beklädnadsbranschens svåra tider med en minskad omsättningstillväxt i den fysiska handeln sedan 2017 i Göteborgs stadskärna. Detta är något som har drabbat Kungsgatan hårt då gatan har ett stort verksamhetsbestånd inom just beklädnad. Hur mycket den generella

omsättningstillväxten har sjunkit i beklädnadsbranschen under år 2020 på grund av pandemin är svårt att säga, men enligt en aktör inom branschen på Kungsgatan har pandemin medfört en minskning av omsättningen på 30–40 procent.

5.2 Lokalernas förändring

De senaste åren har flera anrika verksamheter på Kungsgatan gå i graven, detta kan bero på att verksamheten har en åldrande kundgrupp som inte handlar lika frekvent längre eller att utbudet inte är lika attraktivt. Det kan även bero på långa hyreskontrakt där hyran stigit kontinuerligt till nu ohållbara nivåer för butikerna med minskad omsättningstillväxt. Under intervjuerna uttrycktes att hyresnivån på Kungsgatan har sjunkit mellan 25–35 procent från 2018 till idag. Dock ska det nämnas att detta är baserat på dagens läge där pandemin fortfarande skapar en viss osäkerhet inför framtiden. Marknadshyran efter pandemin bör därmed inte gå ner till en så låg nivå.

Långa hyreskontrakt Sveriges hyreslagstiftning benämns som en av Europas hårdaste, till hyresgästens fördel. Det medför svårigheter med att kommersiellt utveckla en plats och flytta hyresgästerna till rätt lokal, med rätt grannar. Hyreskontrakten i branschen benämns också av flertalet respondenter som alldeles för långa. För att öka möjligheterna att kommersiellt utveckla en plats och öka dragningskraften för besökaren att besöka stadskärnan bör kortare hyreskontrakt och pop-up-koncept tillämpas som komplement i större omfattning än idag. Konsumenterna drivs av att platsen och utbudet förändras och pop-up-koncept är ett bra exempel för att uppnå detta.

Kontinuerlig uppdatering av utbudet Förändringar sker snabbt och flexibilitet anses som positivt, det som är aktuellt idag är inte alltid lika populärt imorgon. Sociala medier och möjligheten att vara uppkopplad till hela världen har gjort människan mer medveten kring globala trender. Innan digitaliseringen och globaliseringen kretsade trender mer kring staden och dess närområden. Nu konkurrerar staden mot hela världen. Hyresgäster kan ha en prototyp de vill prova på marknaden för att se ett gensvar innan de binder upp sig på ett långt hyreskontrakt. Att stadskärnan förnyar sitt utbud kontinuerligt ökar även attraktiviteten för besökaren att återkomma till stadskärnan.

Pop-up-koncept Längre hyreskontrakt anses av respondenterna som viktigt och måste fortfarande finnas då de bidrar med finansiell trygghet för fastighetsbolag. Däremot att fastighetsägare binder sig allt för länge med en hyresgäst, tills utbudet inte längre är intressant, kan å andra sidan bli en ekonomisk risk. Pop-up-koncept är inte lösningen på alla problem men det kan bidra med en extra krydda till verksamhetsutbudet på stråket, utplacerade mellan de stora etablerade aktörerna med längre hyreskontrakt. Dock krävs det mycket resurser av fastighetsbolagen för att organisera detta, och det kan vara svårt att få ekonomisk lönsamhet.

Ökad yteffektivitet Verksamheterna efterfrågar idag mindre och mer effektiva lokaler än tidigare. Ytbehovet har de senaste åren fram till idag sjunkit med 20–

50 procent. Lokaler i flera plan har redan börjat byggas om till kontor i de övre planen. Detta betyder att stråkets yta för handel minskar, vilket vi anser är synd. Dock skapar kontoren ett bättre kundunderlag för verksamheterna. Detta är en åtgärd från fastighetsägarnas sida för att hantera detaljhandels strukturomvandling.

Entrétäthet På samma sätt som pop-up-koncept kan skapa dragningskraft och kontinuerlig förändring i en specifik lokal är det viktigt att det sker variation och förändring när man vandrar utmed stråket. Enligt Gehl (2019) vill människor se nya intryck var fjärde till femte sekund, på lyckade shoppingstråk medför detta att det finns ungefär 15 till 20 verksamheter med tillhörande entréer per 100 meter. Detta uppnås på Kungsgatan med god marginal enligt den kvantitativa undersökningen, detta bekräftas även av intervjuerna i den kvalitativa undersökningen. Det kan dock vara lätt att stirra sig blint på entrétätheten, ett högt värde behöver inte betyda att stråket är händelserikt. Det handlar också om att verksamheterna ska skapa intressanta skyltfönster och att fasaduttrycken är vackra och varierar.

Värt att nämna är att entrétätheten i anslutning till Östra Hamngatan är låg. Detta kan medföra att det inte är så lockande att äntra Kungsgatan från Östra Hamngatan. Tyvärr pågår det stora renoveringar i anslutning till detta område som kan påverka undersökningen. Förslagsvis bör man i renoveringsprojektet ta hänsyn till den låga entrétäthet som råder för platsen och fokusera på att skapa fler entréer med intressanta skyltfönster utmed denna del av stråket.

Ankarbutiker Av resultatet framkom även vikten att man inte enbart strävar efter en hög entrétäthet, utan att man mixar med större ankarhyresgäster som upptar ett större skyltfönster än vad riktlinjerna för entrétätheten uppmanar till. Det är ofta ankarbutikerna som lockar besökare till stråket. Man bör med fördel komplettera upp entrétätheten med mindre verksamheter med ett intressant skyltfönster mellan dessa ankarbutiker. Detta skapar även en variation i sig som efterfrågas.

Framtiden Som en effekt av strukturomvandlingen kan den ökade efterfrågan på mindre lokaler medföra att fastighetsägare framöver får stycka upp lokaler till mindre. Detta kommer således medföra en ökad entrétäthet, vilket anses som positivt, såvida skyltfönstret är intressant och händelserikt. Ur ett hållbarhetsperspektiv är det även mer ekonomiskt hållbart att de stora lokalerna delas upp i mindre, mer yteffektiva lokaler.

5.3 Gångflödet - Kungsgatans främsta styrka

En av Kungsgatans främsta styrkor är dess höga naturliga gångflöden. Stråket kan liknas vid en pulsåder för gångtrafikanter som ska från centrala delar av stadskärnan mot området kring Järntorget. Stråkets besöksflöden har sjunkit drastiskt som en effekt av pandemin vilket drabbat stråket negativt och är en bidragande faktor till den idag ökade vakansgraden.

Figur 14 visar en kulm utmed 450 meter på den horisontella axeln vilket troligtvis beror på att Kungsgatan korsar Östra Hamngatan som är vältrafikerad, av dels gångtrafikanter, dels bilar och spårvagnstrafik. Denna kulm syns inte lika tydligt på Västra Hamngatan, då den gatan inte är lika vältrafikerad. Genheten är som lägst mot Östra Hamngatan och området Fredstan, men diagrammet visar trots det ett relativt högt gångflöde för denna plats även under år 2019. Detta kan bero på att Fredstan är en stark destination för främst shopping, men även att många kontor finns på platsen. Trots att genheten ändras kraftigt behålls ändå ett flöde, även under pandemin. Detta visar på att stråket har ett starkt "inbyggt" flöde som flera respondenter refererar till och därmed benämner stråket som en pulsåder. Kungsgatan är ett centralt stråk som sammanbinder olika stadsdelar där många passerar.

Nattbefolkningen Ett samband mellan det reducerande gångflödet och Göteborgs stadskärnas låga nattbefolkning syns. I Kapitel 1.1.2 redovisas stadskärnans låga nattbefolkning och det stora inflödet av dagbefolkning, som under pandemin till viss del uteblivit på grund av myndigheternas rekommendationer till följd av pandemin. En blandstad benämns som en framgångsfaktor för bra stadsplanering, för att kunna skapa detta även i stadskärnan krävs en större nattbefolkning. En ökad nattbefolkning skulle kunna addera ett kundunderlag för nya branschter, exempelvis dagligvaruhandel eller mer kvällsaktiva verksamhetstyper.

Barriärer Både Västra- och Östra Hamngatan agerar som noder för kollektivtrafik med hållplatserna Kungssportsplatsen, Domkyrkan och Brunnsparken. Dessa noder förser stråket med naturligt höga gångflöden men fungerar också som barriärer som bromsar gångflöden till- och från Kungsgatan. Detta förtydligas ytterligare av att besökare på Kungsgatan, inte har företräde för korsande spårvagnstrafik när stråket korsar Hamngatorna, något som kanske inte klingar väl med epitetet "Sveriges längsta gågata" (Vasakronan, u.å.).

Pulsåder För att ge Kungsgatan chans att agera som stadskärnans pulsåder borde därför gångtrafikanter ha företräde mot korsande spårvagnstrafik på Västra- och Östra Hamngatan, förslagsvis med trafikljus. Vi tror att nivåskillnader i form av trottoarer även skapar psykologiska barriäreffekter för gångtrafikanterna och även medför en otrygghet att korsa hamngatorna. Att låta övriga gator anpassa marknivån till Kungsgatans nivå borde vara bra för gångflödet. Värt att notera är att detta kan resultera i sämre tillgänglighet för synskadade. Genom att tydliggöra för trafik, såväl personbilar som kollektiv, men även för gångtrafikanterna, att en korsning uppkommer kan stora delar av problemet undvikas. Därför tror vi också att idén om att anlägga ett större område som övergångsställe med stora, tydliga markeringar i gångbanan kan öka tryggheten att vistas intill korsningarna.

5.4 Stadsmiljö

Åtgärds möjligheter Stadsmiljön är den av alla parametrar som kanske är den tydligaste för stråkets besökare, eftersom stadsmiljön är det första man lägger märke till när man kommer till en ny plats. Likaså är stadsmiljön

förmodligen den parametern med de mest konkreta åtgärdsalternativen. Upplevelsen av en plats kan förbättras om tillgängligheten till exempelvis sittplatser, belysning kvällstid eller växtlighet ökar, något som speglas i både teorin och praktiken. Med andra ord kan man uppnå stora resultat med ganska små åtgärder, vilket gör att resultatet kontra investeringskostnaden, även kallat *return on investment* (ROI) blir relativt högt. I Jan Gehls *Twelve Criteria Model*, se Kapitel 2.7.1, uppgår hälften av kriterierna till det som klassas in i kategorin komfort, vilken också innefattar ovan nämnda åtgärder. Detta medför att åtgärder inom komfortkategorin också har stor potential att generera en hög poäng i modellen. Dessa åtgärder är också de främst förekommande förslagen hos respondenterna där bland annat belysning över stråket kan vara ett bra förslag för att öka tryggheten kvällstid men också bidra till stadsmiljöns trevnad.

Gatan upplevs som smal Något som lyfts som ett strukturellt problem för stråket, av respondenterna är att den ungefär tio meter breda gågatan upplevs som smal. Flera respondenter menar att detta sätter käppar i hjulet för utveckling av stråket då gatuutrymmet är begränsat. På grund av detta begränsade utrymme menar respondenterna att det är svårt att låta verksamheterna växa ut i gatan. Ett stråk som liknas med Kungsgatan är Ströget, Köpenhamns mest framträdande gå- och shoppinggata, vars gaturum är ungefär lika brett. Trots detta får verksamheterna möjlighet att ta mer gaturum i anspråk. Ströget är med andra ord ett bevis på att detta förmodligen hade varit möjligt att genomföra även på Kungsgatan.

Tung trafik Anmärkningsvärt är att Kungsgatan, trots att den benämns som Sveriges längsta gågata fortfarande tillåter tung trafik. I arbetet med främjandet av Kungsgatan, tror vi ett alternativ kan vara att lastbilsleveranser hanteras från en gemensam central plats i innerstaden. En sådan plats skulle kunna vara intill Kungstorget, där leveranser kan vidare distribueras med mindre transportmedel, exempelvis med handtruck, cykelleverans eller med stadens logistiklösning Stadsleveransen. Hade den tunga trafiken minskat på Kungsgatan hade verksamheterna förmodligen också kunnat växa ut och ta mer av gaturummet i anspråk. Däremot kommer det alltid finnas begränsningar då det finns krav på framkomlighet för räddningstjänst.

Gatubeläggningen I dagens läge påverkar en sliten gatubeläggning på delar av stråket bland annat framkomligheten med rullator och rullstol. Detta skulle kunna leda till att folk undviker dessa delar av stråket eller i värsta fall skadar sig. Ett förbud mot tung trafik på stråket skulle kunna avlasta den idag slitna gatubeläggningen och leda till en förbättring av stråkets tillgänglighet och säkerhet. Ur ett ekonomiskt hållbarhetsperspektiv bör beläggningen vårdas för att kunna hålla över en längre tid och värna om den ekonomiska investering som gjorts. Utöver den ekonomiska hållbarhetsaspekten bidrar en lättframkomlig beläggning även till sociala hållbarhetsvärden, ur ett inkluderande perspektiv.

Aktiviteter För att skapa en trevlig miljö att vistas i krävs aktiviteter som får besökarna att stanna upp. Då Kungsgatan är en relativt sluten miljö och saknar öppna torg, utöver Harry Hjärnes plats och grönområdet kring domkyrkan, som båda dock saknar större öppna ytor. Alternativ som att integrera

konstinstallationer i redan befintliga element som i gatstenen, på terrasskydd, på fasader eller i tomma lokaler är exempel på hur det går att framhäva stadslivets emotionella värden. Ur en ekonomisk hållbarhetssynpunkt medför dessa åtgärder en mindre ekonomisk belastning om befintliga ytor kan tas till vara på, men även klokt ur ett ekologiskt perspektiv med återanvändning. Konst, kultur och historia är även alla viktiga aspekter inom social hållbarhet och i arbetet att framhäva platsens identitet.

Landmärken En större konstinstallation i form av en fontän, likt den på Ströget och Amagertory, är något som vi anser hade kunnat bli ytterligare ett landmärke för Kungsgatan utöver domkyrkan. Genom att skapa landmärken längs stråket skulle man tydligare kunna sammanbinda den östliga delen av Kungsgatan, inom Fredstan, med delen kring domkyrkan och resterande delar av stråket. Detta knyter an till Jan Gehls studier (2019) om hur människor upplever aktiviteter i stadsmiljö.

Platsens attraktivitet Av resultatet framgår även att mer konkreta komplement till stadsmiljön som sittplatser och grönska hade kunnat öka stråkets trevnad. Däribland uppmärksammades domkyrkan med omkringliggande park som stråkets stora tillgång och som bidragande faktor till dess unicitet. Det framgår av resultatet att en mer öppen park hade ytterligare kunna bidra till platsens attraktivitet vilket även styrks av teorin bakom modellen *The Power of 10+* (Project for Public Spaces, u.å.b).

Aktiviteter Tillfälliga utvecklingsåtgärder likt de man infört på Teatergatan i Göteborg är också sätt att skapa rum för aktivitet och framhäva platsens identitet. På Teatergatan lät man placera ut en scen för att knyta an, dels till namnet, men också för att tillföra en ytterligare aktivitet till platsen. Likt detta skulle en mer öppen park kring domkyrkan, som efterfrågades av ett flertal respondenter, kunna fyllas med aktiviteter som lockar besökare av andra skäl än enbart konsumtion. Det skulle även kunna innefatta upplevelser som inte nödvändigtvis kräver en lokal, på så sätt skulle stråket kunna dra nytta av aktiviteter som inte alltid är ekonomiskt gångbart i lokaler av Kungsgatans hyresnivå. Exempelvis kan kulturupplevelser likt utomhusbio, arrangeras för att knyta an till stråkets historia som ett biografkluster. Att anordna arrangemang under kvällstid skulle kunna bidra till att öka platsens attraktivitet även efter klockan 19. En mer öppen domkyrkopark tror vi även hade lämpat sig för yogaklasser eller utomhusträning av olika slag. Möjligheterna är många, huvudsaken tror vi är att man behöver skapa möjligheter för folk att vistas på platsen, som flera tycker om, men idag upplever som stängd och begränsande. En ökad mängd aktiviteter i området kring Kungsgatan hade stärkt stråkets sociala hållbarhet.

5.5 Utbudets förändring

Utbudet Enligt ett flertal respondenter lämpar sig Kungsgatans utbud för kedjebutiker och en mass market-inriktning på grund av det centrala läget och de höga gångflödena. Det bör därför vara eftersträvarsvärt att fortsätta med denna inriktning, åtminstone på Kungsgatans östliga delar. Detta går även hand i

hand med Göteborgs identitet, som benämns som en "folkelig storstad", helt enkelt att det ska vara en plats för alla. På så vis kan gatans utbud leva upp till det som förväntas av en storstad, något som vi även tror kan passa stråket ur dess roll som turiststråk, som en respondent benämner det som. Som komplement till stråkets utbud i dagsläget, tror vi att en kombination av större internationella varumärkesbutiker och kulturverksamhet skulle passa till det idag beklädnadsdominerade utbudet. Ett argument som lyfts av en respondent och stärker tesen är att det är svårt att tillskriva en plats en ny identitet, utan den bör grundas ur antingen historia eller personers upplevelse av platsen. Då Kungsgatan kommer från en lång historik som ett av stadens mest framstående handelsstråk bör även det speglas i utbudet framöver. I Kapitel 2.3 redogörs att bevarandet och presentationen av Göteborgs historia är det som rangordnas som viktigast för stadskärnans besökare.

Kungsgatans differentiering För att särskilja Kungsgatan från det som benämns ha ett likvärdigt utbud, i det likaså mass market-dominerade och närliggande köpcentret Nordstan, kan ett alternativ vara att uppmuntra unicitet och lokala anpassningar hos verksamheterna, även för de större kedjebutikerna. Exempelvis skulle flaggskeppsbutiker kunna vara en inkörsport för de större kedjorna att sätta särprägel hos Kungsgatan som shoppingdestination. Genom att testa nya koncept eller ett mer säreget utbud, kan butiken erbjuda unicitet även om det skulle vara en kedjebutik eller fleretablering. Vi anser att Kungsgatan lämpar sig bra mot flaggskeppsbutiker tack vare de emotionella värden som kan skapas i en stadskärna med vackra fasader, lokal historia och sociala mötesplatser.

Kulturaktiviteter Att kultur är viktigt för staden och dess människor råder det inget tvivel om, detta bör därför även speglas innanför byggnadernas fasader. Verksamheter som erbjuder konst och kulturupplevelser är en av de främst förekommande förslagen som tillskott till den befintliga verksamhetsmixen. Exempelvis föreslår en respondent att en filial till konstmuseet hade varit gångbart i någon av de idag vakanta lokalerna på stråket. Dock lyfts svårigheten att få ekonomisk bärighet i en sådan verksamhet, speciellt om verksamheten inte huvudsakligen kretsar kring konsumtion av varor. En lösning där två verksamheter inom olika branschriktningar delar lokal, alternativt en verksamhet med flera inriktningar tror vi därför skulle kunna vara framgångsrikt för att skapa bättre ekonomi i kulturverksamhet på stråket. Exempelvis skulle ett café eller en restaurang kunna fungera som komplement till en museifilial eller konstgalleri.

Verksamhetsmixen i framtiden Studiens resultat visar att Kungsgatan har en stor vikt mot beklädnad som kan anses något föråldrat. För att öka dragningskraften till Kungsgatan bör verksamhetsmixen kompletteras med dels butikskoncept inom friluftskläder och sport, men även inredning, som är en kompletterande bransch till beklädnad. Likaså har avsaknaden av café och restaurangverksamhet lyfts, gärna med längre öppettider än vad nuvarande butiker har. Under denna studie har upplevelsen att Kungsgatan känns livlös återkommit ett flertal gånger. Detta kan bero på att avsaknaden av grönska, men även brist på sittplatser på vissa delar. Café och restaurangverksamhet är bra

exempel på verksamheter som med hjälp av uteserveringar kan spilla ut i stråket och skapa liv. Vi tror att uteserveringar med sittplatser kan främja social delaktighet mellan individer och bidra till att stråkets sociala hållbarhet förbättras. I Kapitel 2.3 redogörs det för att stadskärnans besökare efterfrågar fler unika caféer som inte ingår i kedjor.

5.6 Samverkan

Under arbetets gång har vikten av att man som fastighetsägare samverkar med dels andra fastighetsägare, men även tillsammans med hyresgäster och Göteborgs Stad återkommit ett flertal gånger som tre grundpelare för att skapa ett attraktivt stråk för platsens besökare.

Masterplan En av grundpelarna är att man gemensamt i samarbetet mellan fastighetsägare emellan tar fram en *masterplan* där man tydligt redogör för stråkets vision. I detta arbete kartlägger man vilka verksamhetstyper man saknar och vart de bör placeras, detta blir underlaget för etableringsstrategin. En gemensam strategi är viktig för att området upplevs genomtänkt. För konsumenten är det viktigt att området inte är spretigt, utan att området har en tydlig inriktning. Om det blir ett genomtänkt kluster av verksamheter kan detta i sin tur leda till att det blir en destination för konsumenten.

Hyresgästerna bidrar med "magin" Att fastighetsägare och hyresgäster har en god och tät dialog nämns i intervjuerna som viktigt. I slutändan är det hyresgästerna och verksamheterna som möter konsumenterna och kunderna, och skapar "magin" som en respondent uttryckte sig. Det är fastighetsägarnas uppgift att tillfredsställa hyresgästernas behov, men det åligger också fastighetsägarna att vara tydliga i sin kommunikation och styra visionen för området i en uttalad riktning.

Lyckat projekt Samverkansprojektet i Fredstan belyses av många som ett framgångsrikt samarbete mellan fastighetsägare och Göteborgs Stad. I detta projekt har ett mindre antal fastighetsägare gått ihop och arbetat i en samverkansgrupp för att ta fram en gemensam idé på hur utformningen av papperskorgar och blomkrukor bör ske. Samverkansgruppen inkluderade, och presenterade sedan sin idé för Göteborgs Stad, som kom med synpunkter. Att inkludera kommunen i ett tidigt skede anses som en framgångsfaktor för samverkansgrupper. Att visa sitt missnöje för Göteborgs Stad och skylla på att ansvarsområden inte sköts ordentligt lyfts som resultatlöst och oproduktivt. Att istället visa för Staden att man är villig att lägga engagemang och investera i projekt skapar goda resultat. Dessa resultat påvisar att en konstruktiv dialog är eftersträvanvärt för att uppnå lyckade samverkansprojekt.

Strukturella problem Det framgår av intervjuerna att om samarbetet med Göteborgs Stad sker, likt ovanstående, på rätt sätt kan det gå smidigt. Dock lyfts också att samarbetet kan vara komplext och omständligt. I en intervju upplever respondenten att förvaltningarna i kommunen enbart ser till sitt eget syfte och endast strävar efter att bocka av sin "to-do-lista". En respondent menar att terrorskydden på stråket blev utplacerade, som en prick i förvaltningens "to-do-

lista", men att det nu inte är någon ansvarig som underhåller dessa i form av klottersanering, städning eller hur de står placerade. En annan respondent lyfter att Göteborgs Stad saknar förståelse av staden som en kommersiell varelse och man då saknar incitament att utveckla vissa platser bättre, för "det är okej som det är". Vår reflektion av denna upplevelse är att det ibland kan saknas ett helhetstänk bland kommunens förvaltningar. I Stadsarkitekten Björn Siesjös krönika på Bostadspolitik (2020) redogör han för sina åsikter kring kommunens förvaltningar. Stadsarkitekten menar att det finns en bristande kompetens för helheten hos beslutsfattarna. Politiker och tjänstepersoner på de olika förvaltningarna ser bara till sitt enskilda ansvarsområde och saknar en holistisk syn. Vi anser, precis som Björn, att denna organisationsstruktur kan försämra Göteborgs möjligheter att bli en robust och hållbar stad för framtiden.

"Domkyrkostan" I allmänhet upplevs Kungsgatan sakna en helhetsbild gällande platsens varumärke. Även om gatan eller stråket i sig inte behöver gå under ett gemensamt varumärke, utan skulle likväl kunna delas in i de delar som några respondenter idag upplever som självklara. Området har idag inget etablerat namn utan benämns antingen som "Inom vallgraven" eller "mellan Västra- och Östra Hamngatan, likt i GBG&Co samt BRGs undersökning som presenteras i Kapitel 2.3. Flera andra stadsdelar i området inom vallgraven, har likt Fredstan starkt etablerade varumärken. Att gatan idag saknar ett starkt varumärke skulle dock kunna härledas till att Kungsgatan i sig är ett starkt gatunamn som återfinns i de allra flesta städer. Vi föreslår däremot att den mellersta delen av stråket, mellan Hamngatorna skulle kunna förstärka sin identitet med en tydlig koppling till platsen. Ett förslag skulle kunna vara att denna del härnäst benämns som "Domkyrkostan".

Föreningen Kungsgatan För snart 100 år sedan skapades en samverkansförening för Kungsgatan. Vi anser att en liknande samverkansgrupp likt Föreningen Kungsgatan bör skapas idag, inte med huvudsyfte att asfaltsbelägga gatan som år 1922, utan för att enas kring en gemensam strategi och vision framgent.

6 Slutsats

I detta examensarbete har en kartläggning av Kungsgatan förutsättningar gjorts i form av en stråkanalys. För att analysera dessa förutsättningar har intervjuer gjorts. Syftet med arbetet har varit att finna förbättringsåtgärder för fastighetsägarna på stråket, och även identifiera riktlinjer. Följande punkter anser vi är viktigt att ta hänsyn till för att "giva gatan den prägel den berättigar" som C. W. Persson uttryckte sig redan år 1932.

- **Samverkan**

För Kungsgatan i framtiden krävs det att samverkansgruppen inkluderar alla tre grundpelare, hyresgäster, fastighetsägare och Göteborgs Stad. I samverkansgrupperna är det viktigt att alla parter är överens om en gemensam strategi och vision för stråket och arbetar utifrån en konstruktiv dialog. Ytterligare en viktig punkt för denna samverkansgrupp är att ta fram en gemensam etableringsstrategi för att fastställa den främsta verksamhetsmixen för stråket.

- **Identitet**

Ett gemensamt arbete med att ta fram platsens identitet bör startas, identiteten bör knytas an till platsens historia och lokala kultur gärna med inspiration från äldre personer. En bra början för identitetsarbetet skulle exempelvis vara att benämna området mellan Hamngatorna som Domkyrkostan.

- **Flexibla lokaler**

För att öka stadskärnans attraktivitet hos besökarna krävs att utbudet uppdateras kontinuerligt. Konsumenterna efterfrågar idag snabba förändringar och ett utbud som är aktuellt. Vi föreslår en större andel korta hyreskontrakt och pop-up-lösningar på Kungsgatan.

- **Minskade barriärer**

En minskning av de fysiska- såväl som de bildliga, sociala barriärerna kan medföra att Kungsgatan blir en plats för alla som den förtjänar och bör vara. Genom att öka tillgängligheten och säkerheten kommer alla människor **kunna** vistas på platsen. Genom att tillföra inkluderande händelser och sociala mötesplatser kommer fler människor **vilja** vara på stråket. På så sätt kan Kungsgatan bli en socialt hållbar pulsåder i framtiden.

6.1 Rekommenderad vidareforskning

Vår förhoppning är att vårt examensarbete kan fylla en vägledande roll för liknande studier och stråkanalys. Framtida forskning inom ämnet skulle kunna vara att jämföra Kungsgatan mer ingående med både Ströget i Köpenhamn, och Drottninggatan i Stockholm, andra stråk med liknande förutsättningar som Kungsgatan.

Under examensarbetets utförande presenterade regeringen i februari 2021 ett beslut om att Boverket ska undersöka förutsättningarna för samverkan mellan

fastighetsägare och näringsidkare i Sverige idag. Något som skulle kunna leda till nya möjligheter för samverkan likt BID-lagstiftningar i exempelvis USA eller England. En ny lagstiftning skulle innebära nya möjligheter för framtida platsutveckling i Sverige. Det hade därför varit av intresse att göra en uppföljning på detta arbete med fokus på samverkan och undersöka hur en ny lagstiftning hade påverkat resultatet.

7 Litteraturförteckning

- Berghauer Pont, M., Stavroulaki, I., & Marcus, L. (2020). *Urban Calculator*. Älvstranden utveckling.
- Boverket. (den 4 december 2019). *Boverket*. Hämtat från <https://www.boverket.se/sv/samhallsplanering/stadsutveckling/brottsforebyggande-och-trygghetsskapande-atgarder/metoder/kunskapsinhamtning/gis/>
- Bryman, A., & Bell, E. (2017). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. Oxford Univeristy Press.
- Datscha. (2021). *Foot Fall*. [Dataset]
- Föreningen Kungsgatan. (1932). *Kungsgatans Årsbok 1932*. Göteborg: Föreningen Kungsgatan.
- Fastighetsägarna. (2019). *Cityindex - Branschrappport 2019*. Fastighetsägarna.
- Fastighetsägarna. (2020). *Cityindex - Branschrappport 2020*. Göteborg: Fastighetsägare.
- Fastighetsägarna. (2020). *Göteborgs framtida handel*. Göteborg: Fastighetsägarna.
- Älvstranden Utveckling. (u.å.). *Om Fusion Point*. Hämtat från Fusion Point Gothenburg: <https://alvstranden.com/hallbar-stadsutveckling/sa-bygger-vi-hallbar-stad/forskning-och-innovation/fusion-point-gothenburg/>
- GBG&Co, BRG. (2021). *Ett bättre city - Attitydundersökning*. Göteborg.
- Gehl, J. (2013). *How to Study Public Life*. Island Press.
- Gehl, J. (2019). *Städer för människor*. Svensk Byggtjänst.
- Harari, Y. N. (2014). *Sapiens : En kort översikt över mänskligheten*. Natur Kultur Allmänlitteratur.
- HUI Research. (2021). *Den hållbara stadskärnans behov av bostäder*.
- Innerstaden Göteborg. (u.å.). *Historia*. Hämtat från <https://innerstadengbg.se/sv/single-hotspot/kungsgatan>
- Postnord. (2021). *E-barometern årsrapport 2020*. Postnord.
- Project for Public Spaces. (u.å.a). *pps.org*. Hämtat från <https://www.pps.org/about>
- Project for Public Spaces. (u.å.b). *The Power of 10+*. Hämtat från <https://www.pps.org/article/the-power-of-10>
- Sevtsuk, A. (2020). *Street Commerce: Creating Vibrant Urban Sidewalks*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Siesjö, B. (2020). *Välkommen till Göteborg här spelar vi strutfotboll*. Hämtat från <https://www.bostadspolitik.se/2020/09/17/valkommen-till-goteborg-har-spelar-vi-strutfotboll/>
- SLU. (2021). Hämtat från <https://www.slu.se/site/bibliotek/anvanda-biblioteket/soka/digitala-kartor/>

Spacescape. (u.å.). *Analysverktyg*. Hämtat från <http://www.spacescape.se/teori/sa-mater-vi-stad/> Januari 2020

Spacescape. (u.å.). *Nätanalyser*. Hämtat från <https://www.spacescape.se/teori/sa-mater-vi-stad/natanalyser/>

Vasakronan. (u.å.). *Kungsgatan Göteborg*. Hämtat från <https://vasakronan.se/om-vasakronan/vi-utvecklar-stader/shopping-handel/goteborg/kungsgatan/>

8 Appendix A

Bilden visar ett konstverk på en skyddsbarriär vid Lilla bommen i Göteborg. På den tillhörande skylten står det "Grymt bra läge".



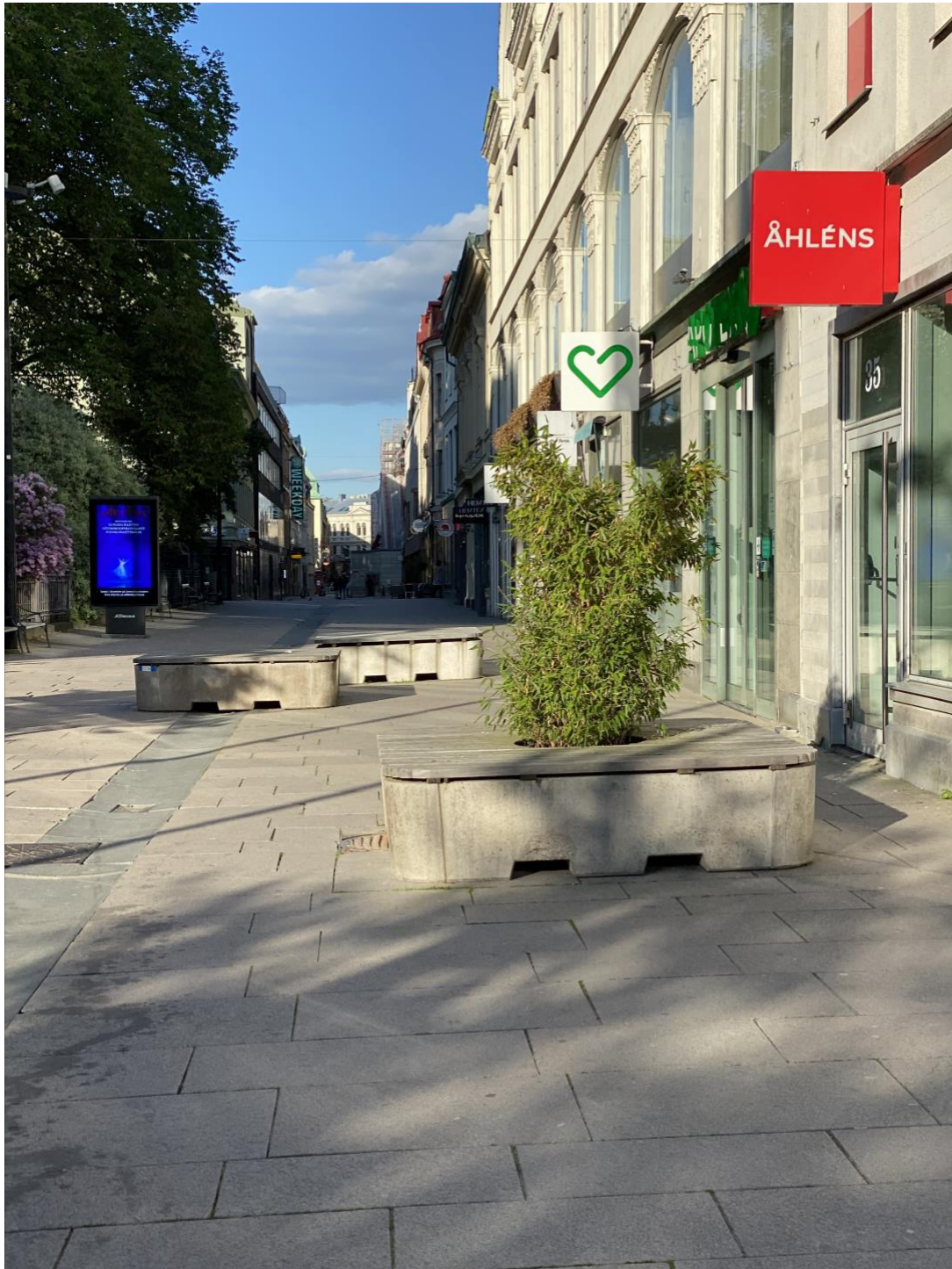
9 Appendix B

Bilden visar det staket som omringar domkyrkans park.



10 Appendix C

På bilden syns en del av de skyddsbarriärer som är utplacerade på Kungsgatan. Som bilden visar finns det både skyddsbarriärer med växtlighet i mitten samt skyddsbarriärer med enbart sittytta.



11 Appendix D

På bilden syns Harry Hjörnes plats i stråkets östra ände.



INSTITUTIONEN FÖR ARKITEKTUR OCH SAMHÄLLSBYGGNADSTEKNIK
AVDELNINGEN FÖR BYGGNADSDESIGN
CHALMERS TEKNISKA HÖGSKOLA

Göteborg, Sverige 2021
www.chalmers.se



CHALMERS