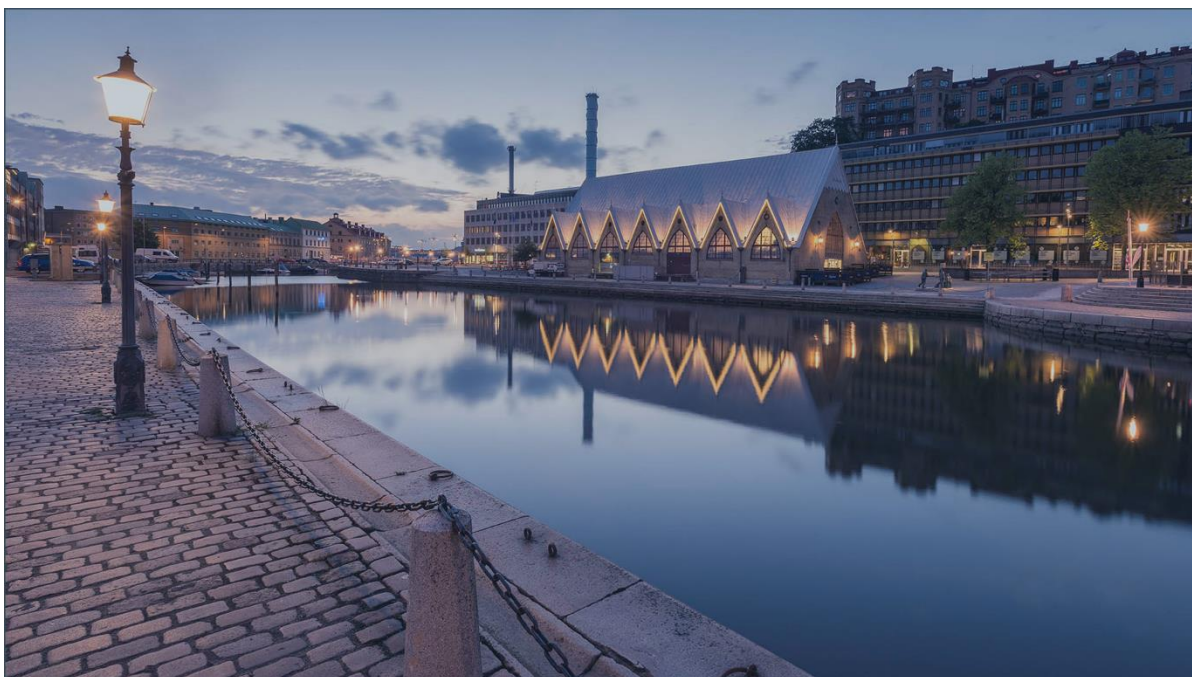




Dialogsammanställning Forum Dagligvaruhandeln Göteborg

September 2025

Rapporten är framtagen i samarbete mellan Business Region Göteborg, Göteborg stad, ICA Sverige, Coop, Axfood, Lidl och Sweco

BUSINESS REGION GÖTEBORG AB

Besöksadress: Östra Hamngatan 5, Postadress: Box 11119, 404 23 Göteborg

Telefon växel: 031-367 61 00, www.businessregiongoteborg.se

BUSINESS REGION GÖTEBORG – EN DEL AV GÖTEBORGS STAD I SAMARBETE MED REGIONEN



**BUSINESS REGION
GÖTEBORG**

Innehållsförteckning

1.	BAKGRUND OCH SYFTE.....	3
2.	AKTÖRSBESKRIVNING OCH TILLVÄGAGÅNGSSÄTT	4
2.1.	Aktörer i Forum Dagligvaruhandeln Göteborg	4
2.2.	Mötesstruktur och innehåll	5
2.3.	Värden av forumet.....	5
3.	ÖVERGRIPANDE BEHOV OCH UTMANINGAR KOPPLAT TILL DAGLIGVARUHANDELN I STADEN.....	6
3.1.	Dagligvaruhandelns roll och behov	6
3.2.	Stadens mål och inriktningar som påverkar dagligvaruhandeln	8
3.3.	Målkonflikter	10
4.	PROCESS FÖR ATT PLANERA FÖR DAGLIGVARUHANDELN I GÖTEBORG	12
4.1.	Butiksperspektivet	12
4.2.	Logistikperspektivet.....	13
4.3.	Beredskapsperspektivet.....	13
4.4.	Övriga aspekter	14
4.5.	Planeringsaspekter för bärkraftiga butiker	15
4.6.	Slutsatser från forumet.....	16
5.	MÖJLIGA FÖRDJUPNINGSOMRÅDEN OCH FORTSATT GEMENSAMT ARBETE	17

1. Bakgrund och syfte

Forum Dagligvaruhandeln Göteborg har initierats för att samla aktörer inom dagligvaruhandel och stadens förvaltningar och tillsammans diskutera och hantera gemensamma utmaningar och behov.

Syfte Forum Dagligvaruhandeln Göteborg

Ökad samförståelse i planering av staden,
med målet om hållbar livsmedelsförsörjning

Forumet har följande delsyften:

- Kunskapsutbyte mellan Göteborgs Stad och aktörer inom dagligvaruhandel kring övergripande behov och utmaningar
- Gemensam bild av stadsutveckling kopplat till dagligvaruhandel
- *För aktörer inom dagligvaruhandel:* Ökad kunskap och insyn i Göteborgs Stads förutsättningar gällande planering och markanvändning
- *För Göteborgs Stad:* Ökad kunskap och insyn i dagligvaruhandelns förutsättningar och behov

Forum Dagligvaruhandeln Göteborg har enats om följande övergripande, gemensamma utgångspunkter:

- En stad med god tillgänglighet till dagligvaror för medborgare
- God tillgänglighet till och från butik för distribution och avfall
- En stad som är anpassad efter invånares behov av dagligvaror
- Ökad robusthet för livsmedelsförsörjning i staden

Denna rapport dokumenterar arbetet i Forum Dagligvaruhandeln Göteborg. Bakgrunden är att Forum Dagligvaruhandeln Göteborg vill ta vara på kunskapen som delats i forumet och utifrån denna skapa ett underlag som kan användas i framtida planeringsprocesser. Huvudsyftet med rapporten är att fler inom Göteborgs Stad ska kunna ta del av kunskapen, med målet att rapporten ska användas som underlag vid exempelvis markplanering, trafikplanering och beredskap. På detta sätt kan rapporten leda mot forumets gemensamma utgångspunkter. Ett indirekt syfte med rapporten är att bli en inspiration och kunskapssammanställning som kan hjälpa andra städer att arbeta med samma eller liknande frågor.

Syfte Dialogsammanställning

Dela kunskap inom Göteborgs Stad ➡ Underlag vid stadsutveckling

Målgruppen för rapporten är i första hand tjänstepersoner från de stadsutvecklande förvaltningarna inom Göteborgs Stad samt ansvariga för stadsutveckling inom stadens kommunala bolag. En ytterligare målgrupp är politiker i Göteborgs Stad.

När ingen annan källa anges i rapporten kommer informationen från Forum Dagligvaruhandeln Göteborg. Rapporten återger det som presenterats och diskuterats under dialogmöten och utgår från dessa mötenas tillhörande material. Det innebär att det kan finnas ytterligare underlag, information eller aktörsspecifika inriktningar och strategier som belyser aktuella ämnesområden men som inte omfattas av denna dialogsammanställning. Rapportens innehåll har godkänts av deltagarna.

2. Aktörsbeskrivning och tillvägagångssätt

2.1. AKTÖRER I FORUM DAGLIGVARUHANDELN GÖTEBORG

2.1.1. Beskrivning av dagligvaruaktörerna i forumet

Dagligvarubranschen representeras i Forum Dagligvaruhandeln Göteborg av Coop, ICA, Lidl och Axfood. Dessa fyra aktörer står tillsammans för 95,7% av dagligvarumarknaden i Sverige. Var och en av aktörerna har flera olika butikskoncept och de erbjuder olika prisnivåer i sina butiker. Även Svensk handel och Svensk Dagligvaruhandel har deltagit på vissa möten.

Dessa aktörer benämns i rapporten *Dagligvaruaktörer*.

2.1.2. Beskrivning av stadens förvaltningar och bolag i forumet

Göteborgs Stad representeras i Forum för Dagligvaruhandeln Göteborg av Business Region Göteborg, Exploateringsförvaltningen, Miljöförvaltningen, Stadsbyggnadsförvaltningen, samt GöteborgsLokaler. Stadsmiljöförvaltningen, Stadsledningskontoret samt Inköp och upphandling har deltagit på vissa möten, beroende på tema. Alla dessa aktörer spelar roll för Göteborgs stadsplanerings- och infrastrukturarbete och bidrar till hållbar och effektiv planering för dagligvaruhandeln.

Business Region Göteborg (BRG) är Göteborgs Stads näringslivskontor och representerar 13 kommuner i regionen. BRG ska bidra till att skapa fler arbetstillfällen och därigenom åstadkomma en hållbar tillväxt i Göteborgsregionens.

Exploateringsförvaltningen ansvarar för markförsörjning, exploateringsprojekt och stora och komplexa infrastrukturinvesteringar i Göteborg.

Miljöförvaltningen arbetar miljöstrategiskt och bedriver tillsyn, driver och samordnar den ekologiska dimensionen av hållbar utveckling och ansvarar för att underställa staden styrande dokument inom den ekologiska dimensionen.

Stadsbyggnadsförvaltningen ansvarar för fysisk planering av staden, inklusive strategisk planering och bygglov.

GöteborgsLokaler förvaltar kommersiella lokaler för butik, kontor och offentlig verksamhet. En stor del av lokalerna är koncentrerade kring lokala handels- och mötesplatser.

Stadsmiljöförvaltningen ansvarar för stadens offentliga rum och samlade framkomlighet och underhåller och utvecklar stadsmiljöer och naturområden i Göteborg.

Stadsledningskontoret leder och samordnar stadens strategiska utveckling, ger stöd till politiker och förvaltningar samt säkerställer att kommunens mål och planer förverkligas.

Inköp och upphandling hanterar stadens inköp och upphandlingsprocesser.

2.1.3. Roller och individer i forumet

Vilka roller som representerar varje dagligvaruaktör i forumet har varierat från aktör till aktör, beroende på respektive företags organisation. Flera dagligvaruaktörer har varit representerade av både en roll som representerar verksamheten och en roll som representerar fastighetssidan av företaget. Dagligvaruaktörerna har representerats i första hand av nationella och regionala roller,

medan dagligvaruaktörer där varje butik är ett eget företag även har haft enskilda butiksrepresentanter som permanenta medlemmar i forumet.

Till stor del har rollerna i forumet, både från Göteborgs Stad och från dagligvaruaktörerna, representerats av samma individer under hela perioden. Detta var en målsättning från start, för att ge möjlighet för deltagarna i forumet att lära känna varandra och att ha en dialog som utvecklas över tid. Som komplement har även andra representanter med spetskompetens inom aktuellt tema deltagit i forumets möten.

2.2. MÖTESSTRUKTUR OCH INNEHÅLL

Forum Dagligvaruhandeln Göteborg, nedan förkortat *Forumet*, har träffats i tre timmar långa möten ungefär två gånger per termin sedan augusti 2023. Varje möte har kretsat kring ett eller flera teman, såsom logistik, markplanering, butikskoncept och kunders resor till och från butik. Vid flera möten har experter och sakkunniga från statliga myndigheter bidragit, med till exempel presentationer av nya utredningar från Konkurrensverket respektive Boverket samt Länsstyrelsens arbete med beredskap. Detta har haft som syfte att skapa en gemensam kunskapshöjning och att presentera perspektiv som stad och dagligvaruaktörer behöver förhålla sig till på lokal nivå.

2.3. VÄRDEN AV FORUMET

Forumet har bidragit till att skapa ett kunskapsunderlag och en röd tråd framåt i hur frågor som berör dagligvaruhandeln och staden adresseras. Genom kunskapsutbytet har det varit möjligt att identifiera kärnfrågor, målkonflikter, kunskapsluckor och samverkansbehov mellan stadens förvaltningar och dagligvaruaktörerna.

Dagligvaruaktörerna har fått ökad insyn i hur kommunen arbetar med stadsplanering och stadsutveckling samt hur andra allmänna och enskilda intressen påverkar kommunens beslut. Göteborgs Stad har fått ökad insyn i dagligvaruaktörernas förutsättningar och insikt kring både att driva olika typer av butikskoncept samt behov kopplat till etablering av livsmedelsbutiker i Göteborg.

Deltagarna i Forum Dagligvaruhandeln Göteborg ser stort värde i dialogen och vill att forumet lever vidare och fortsätter att utvecklas. Deltagarna vill i kommande steg fokusera på att fortsätta identifiera och konstruktivt hantera de målkonflikter som finns.

3. Övergripande behov och utmaningar kopplat till dagligvaruhandeln i staden

I detta kapitel presenteras behov och utmaningar kopplat till etablering av butiker först ur dagligvaruaktörernas perspektiv och därefter ur Göteborgs Stads perspektiv. Den sista delen av kapitlet behandlar de målkonflikter som finns baserat på dessa olika perspektiv.

3.1. DAGLIGVARUHANDELNS ROLL OCH BEHOV

I detta avsnitt beskrivs etablering av butiker ur dagligvaruaktörernas perspektiv.

3.1.1. Säkerställ tillgång till nödvändiga varor

Dagligvaruhandeln spelar en väsentlig roll i samhället genom att säkerställa tillgång till nödvändiga varor. Enligt Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB) är livsmedelsbutiker ett exempel på samhällsviktig verksamhet som upprätthåller den viktiga samhällsfunktionen livsmedelsdistribution.¹

3.1.2. Service- och trygghetsfunktion

Dagligvaruhandeln har en service- och trygghetsfunktion i stadsdelarna. En butik kan ge möjlighet till sociala kontakter och vara ett ankare för lokal service. De ökar också tryggheten genom att butikerna bidrar med flöden av människor, spritt under många av dygnets timmar. Samtidigt skapar detta också säkerhetsrisker för butikerna och en del aktörer har uttryckt att de är tveksamma till att etablera sig i utsatta områden². Att butiken ligger nära till andra serviceverksamheter och kollektivtrafik ökar flödet av människor och denna tillgänglighet bidrar också till en ökad trygghet i området.

En dagligvarubutik ger service och skapar flöden av människor

3.1.3. Attraktivitet

Ett rikt och varierat utbud av dagligvaror ger ett betydande bidrag till både stadens attraktivitet som helhet och kan i en lokal kontext få stor påverkan på ett närområdes attraktivitet. Detaljhandeln, inklusive dagligvarubutiker, spelar en kritisk roll i att skapa levande och dynamiska stadsmiljöer.

3.1.4. Olika funktioner för olika butikskoncept

Olika butiker tillgodoser varierande behov och funktioner, och olika lägen erbjuder skilda förutsättningar. Bland dagligvaruaktörerna har lägen kategoriserats utifrån tre typer av områden – denna indelning är inte en heltäckande beskrivning av samtliga lägen, men den ger en god grund för att förstå förutsättningarna för potentiella etableringar av dagligvarubutiker.

- **Externa lägen**, även kallade externhandelsområden, är belägna utanför den sammanhängande stadsbebyggelsen och kännetecknas ofta av volymhandel och handel med skrymmande varor. Dessa områden har stora butiksytor med omfattande parkeringsmöjligheter och god tillgänglighet för bilburna konsumenter. Några exempel på externa lägen är Bäckebo och Sisjön.

¹ Lista med viktiga samhällsfunktioner, MSB, 2023

² Konkurrensverket, Dagligvaruhandelns etablering i kommunerna, 2024

- **Bostadsnära lägen** fokuserar på att vara tillgängliga för närområdets boende och arbetande. Dessa centrum ligger ofta vid lokala torg och är knutpunkter för lokal handel och service, inkluderande dagligvarubutiker i bostadsfastigheternas bottenvåningar. Några exempel på bostadsnära lägen är Selma Lagerlöfs Torg och Backaplan.
- **Centrala lägen** refererar till butiker som ligger i stadskärnan, med stora flöden av både boende och besökare. Dessa platser har goda kollektivtrafikförbindelser och fokus på att betjäna både invånare och besökare med olika handels- och servicealternativ. Några exempel på centrala lägen är Avenyn och Vasagatan.

3.1.5. Butikskoncept

Dagligvarubutikers roller varierar beroende på deras koncept och storlek. Små butiker fokuserar ofta på att erbjuda snabb och lättillgänglig service för lokalbefolkningen, medan större butiker och köpcentrum erbjuder ett brett sortiment som kräver större kundflöden för att vara lönsamma. Dessa butikskoncept anpassar sig också efter olika geografiska områdens behov. I vissa stadsdelar kan det finnas ett behov av flera små butiker som erbjuder grundläggande varor, medan andra områden kan gynnas mer av större butiker med ett bredare utbud. Tabell 1 nedan syftar till att tydliggöra vilka lägen olika dagligvaruaktörers koncept generellt är anpassade efter.

Kedja	Koncept	Totalyta (kvm)	Transporter /vecka	Externa lägen	Bostadsnära lägen	Centrala lägen
Axfood	Willys	3 000 – 3 500	38 – 63	✓		
	Willys Hemma	1 000 – 1 500	27 – 57		✓	✓
	Eurocash	4 000 – 4 500	37 – 48	✓		
	Hemköp	600 – 4 000	26 – 62		✓	✓
	Tempo		12 – 37			
	Snabbgross	2 500 – 3 000	36 - 55	✓		
Coop	Stora Coop	3 500 – 14 000	60 – 120	✓	✓	
	Coop - Vardagshandel	1 400 – 2 600	35 – 100	✓	✓	✓
	Coop - Närhandel stad	300 – 1 100	25 – 60		✓	✓
	X:-tra	750 – 1000	25 – 35	✓	✓	
Lidl	Standardbutik	2 300	12 – 15	✓	✓	✓
	Metropolbutik	2 300	12 – 15		✓	✓
	Innerstadsbutik	1 700 – 2 300	12 – 15		✓	✓
	Handels-Köpcentrum	2 300	12 – 15	✓	✓	
	Specialbutik	2 300	12 - 15	✓	✓	✓
ICA	Nära	400 – 1 200	25 – 80		✓	✓
	Supermarket	1 200 – 2 500	35 – 100		✓	✓
	Kvantum	2 700 – 5 000	70 – 140	✓	✓	✓
	Maxi	5 500 – 10 000	105 - 170	✓	✓	

Tabell 1 Butikskoncept enligt information från dagligvaruaktörerna i forumet

3.1.6. Kundens färdssätt till butik

Tillgång till parkering är en viktig faktor som kan öka kundbesök och därmed omsättning och efterfrågan på parkering för dagligvaruhandel är större jämfört med för annan handelsverksamhet. I tabell 2 redovisas en grov skattning som dagligvaruaktörerna i forumet gjort gemensamt om hur kunder reser till butik i olika etableringslägen. Det ska poängteras att en resa till butik ofta kan ske i kombination av olika färdssätt och hur enskilda kunder tar sig till butik kan skilja sig åt mellan besöken.

Enligt dagligvaruaktörerna tenderar Göteborgs Stad att underskatta behovet av parkering vid butiker i centrala och bostadsnära lägen. En av dagligvaruhandeln befarad konsekvens av detta är förväntat minskad omsättning i centralt belägna butiker. En anledning till detta är att inköpens storlek i medeltal kan väntas minska när det blir längre avstånd till bilparkeringen och en del kunder då väljer att fylla en matkasse i stället för som normalt två. En annan anledning är risken att kunden väljer en annan butik med goda parkeringsmöjligheter.

Läge	Andel av kunder med bil	Andel av kunder med kollektivtrafik	Andel av kunder med cykel och gående
Externa lägen	98%	1%	1%
Bostadsnära lägen	75%	10%	15%
Centrala lägen	45%	22%	33%

Tabell 2 Grov skattning av kundernas färdssätt till butik i olika etableringslägen

3.2. STADENS MÅL OCH INRIKTNINGAR SOM PÅVERKAR DAGLIGVARUHANDELN

I detta avsnitt beskrivs etablering av dagligvarubutiker ur Göteborgs Stads perspektiv.

3.2.1. Handelsområden i Göteborgs Stads strategiska planering

I Göteborgs Stads översiktsplan från 2022 finns bland annat en tematisk inriktning som beskriver kommunens långsiktiga ambitioner avseende näringsliv och handel³. I översiktsplanen beskrivs att handel och service är en viktig del i stadens funktion och att det finns ett ömsesidigt samband med hur staden utformas och var handeln växer fram. I Göteborg ska invånare och besökare erbjudas god tillgång till handel och service och handelsplatser ska vidareutvecklas. Dessutom säger översiktsplanen att hållbara handelsplatser ska värnas och ges goda förutsättningar att finnas kvar och utvecklas när staden byggs ut.

Hållbara handelsplatser ska få goda förutsättningar att utvecklas när staden byggs ut

³ Översiktsplan för Göteborg, 2022

Översiktsplanen delar upp förutsättningar och möjligheter för handel och service utifrån fem olika strukturer; stadskärnan, stadsdelcentrum, bostadscentrum, externa handelsplatser och handel i bottenvåningar. Dessa kan också definieras som handels- och mötesplatser.

- **Stadskärnan** erbjuder ett unikt, brett och rikt utbud av handel och upplevelser vilket kräver god tillgänglighet för inresande konsumenter. Tillgängligheten bygger på att en stor andel reser kollektivt eller med cykel.
- **Stadsdelcentrum** är viktiga platser i en mer flerkärnig struktur, med potential till ett relativt stort handels- och serviceutbud. Exempel på dessa är Frölunda torg, Backaplan, Gamlestads torg, Angereds centrum och Amhults centrum. För hållbar handelsutveckling behöver kollektivtrafiken stärkas till vissa stadsdelcentrum.
- **Bostadscentrum** erbjuder vardagsservice till invånarna i området. Livsmedelsbutiken behöver värnas och lokaliseras i strategiskt läge inom centrumet.
- **Externa handelsplatser** är exempelvis Sisjön, Bäckebo och Alelyckan, områden lokaliserade utanför det sammanhängande bebyggelseområdet, främst tillgängliga via bil.
- **Handel i bottenvåningar** berikar stadsrummet genom att skapa identitet och bidrar till trygghet. Handeln lokaliseras längs tillgängliga huvudstråk. I de fall som handel i bottenvåningar placeras nära varandra ger det bättre kommersiella förutsättningar.

3.2.2. Transport och trafik

Staden betonar vikten av effektiv transport- och trafikplanering för att stödja dagligvaruhandelns behov och har i linje med stadens miljö- och klimatprogram satt upp mål om att minska vägtrafikarbetet med 25% till 2030 jämfört med 2019. Göteborgs Stads Sustainable Urban Logistic Plan (SULP) är stadens strategiska arbete för att möjliggöra effektiva och utsläppsfria transporter till 2030. I utvecklingsarbetet ingår verktyg som till exempel off-peak-leveranser, citylogistik, High Capacity Transport (HCT)-fordon, samordnad planering och styrning av materialflöden via till exempel distributionscentraler.⁴

Staden planerar att minska ytor för bil- och motorcykelparkering, särskilt markparkering, som ett verktyg för att förhindra subventioner och öka efterfrågan på parkering i anläggningar. Parkeringsytor för bil och motorcykel ska om disponeras till andra typer av ytor enligt den uppdatering av Göteborgs Stads parkeringspolicy som är under revidering och beräknas vara klar under 2025.⁵ Staden ser ett mindre behov av parkeringsplatser i centrala lägen jämfört med externa lägen.⁶

3.2.3. Beredskap

Det pågår från politikens håll flera parallella initiativ på riksnivå för att ta fram nya riktlinjer och krav för hur beredskapsarbete ska bedrivas. Beredskapsfrågan har blivit mer prioriterad under de senaste åren men hur ansvarsfördelningen skall se ut är inte klarlagt i alla delar. Det finns därför ännu inget fastställt mål eller krav för kommuners försörjningsförmåga vad gäller livsmedel, men kommuner väntas få ett ansvar. Dock nämns i totalförsvarspropositionen att det militära och civila försvaret ska förbereda och planera för att under minst tre månader kunna möta och hantera ett krig i Europa som

⁴ Göteborgs Stads godsplan 2024-2035

⁵ Forum för dagligvaruhandel 2024-09-23 – Nytt förslag till Göteborgs Stads policy för parkering

⁶ Stadsbyggnadskontoret, Göteborg, Riktlinjer för handel i planeringen i Göteborgs Stad, 2017

leder till allvarliga konsekvenser för samhällets funktionalitet, vilket inkluderar livsmedels- och dricksvattenförsörjning.

Göteborgs Stad har en plan för arbete med civil beredskap, där livsmedelsförsörjning utgör en viktig del, och just nu arbetar staden med ett antal prioriterade åtgärder. Ett sätt att minska sårbarheten i samhället är att öka självförsörjningsgraden i Göteborgs Stad. Detta arbete driver staden genom flera projekt och initiativ, varav ett urval presenteras här.

- Stärka livsmedelsförsörjningen såsom samhällsviktig funktion i översiktsplanen: En ändring till översiktsplanen avseende jordbruksmark och livsmedelsförsörjning syftar till att öka möjligheterna för både privat och kommersiell odling, vilket ska förbättra självförsörjningen av livsmedel och skapa ett robust matsystem.
- Fler jobb inom gröna näringar: Göteborgs Stad har gett i uppdrag till BRG och exploateringsnämnden genom sitt näringslivsstrategiska program att skapa jobb inom gröna näringsgrenar, vilket också bidrar till ökad självförsörjning.

3.3. MÅLKONFLIKTER

Vid etablering av nya områden och utveckling av befintliga områden i staden finns många olika mål och behov att ta hänsyn till. I detta avsnitt beskrivs några situationer rörande dagligvaruhandel där stadens mål och behov kan peka i olika riktning jämfört med dagligvaruhandelns mål och behov.

3.3.1. Butiker som alstrar trafik i kontrast med stadens mål om minskad trafik

Ökad trafikalstring från dagligvarubutiker står ofta i konflikt med stadens mål om att minska transporter och ytor för parkeringsplatser. Att säkerställa god tillgänglighet för både butiksbesökare och godstransporter kan vara utmanande, särskilt i områden med förtätningsmål och höga krav på minskad trafik. Många kunder uppskattar parkeringsplatser. Dagligvaruaktörerna ser att kunderna i genomsnitt köper två matkassar, vilket underlättas om man har tillgång till parkering. Detta innebär en målkonflikt med stadens ambitioner att minska transporter och parkeringsytor och identifieras av forumet som en av de främsta och mest utmanande målkonflikterna.

3.3.2. Tidsperspektiv för etablering

Generellt gäller att staden ofta har en lång tidshorisont, medan dagligvaruaktörer behöver ekonomiskt hållbara butiker inom ett kortare tidsperspektiv.

En annan utmaning kopplat till tidsperspektiv är att även om kundunderlaget för en ny butik kan finnas när ett nytt område är färdigbyggt, kan det vara utmanande att driva en lönsam butik innan ett tillräckligt stort kundunderlag har byggts upp. Detta påverkar möjligheten att etablera nya butiker i nya områden.

Olika
tidsperspektiv
hos staden och
hos näringslivet

3.3.3. Tillgängliggörande av mark vid potentialområden

Dagligvaruaktörerna upplever att den mark som skulle vara idealisk för dagligvaruhandel ofta är svår att få tillgång till eftersom andra utvecklingsprojekt, såsom bostadsbyggande, ofta prioriteras. Staden å sin sida har krav på att tillhandahålla kommunal service, men inte på att planera in livsmedelsbutiker. Detta innebär en målkonflikt mellan staden och dagligvaruaktörer, där stadens

ambition att främja dagligvaruhandel ibland kommer i andra hand till förmån för andra typer av byggnationer.

3.3.4. Dimensionering av butiker i nya områden

För att säkerställa långsiktig lönsamhet för dagligvarubutiker i nya områden är det avgörande att de ges rätt förutsättningar, vilket inkluderar en optimal yta anpassad efter aktuellt butikskoncept. Fastighetsutvecklare och kommun tenderar att prioritera yta till bostäder framför dagligvarubutiker, då bostäder ofta genererar högre intäkter. Om en butik blir för liten, försämras förutsättningarna för att driva butiken med lönsamhet.

3.3.5. Slutna fasader i lägen med önskemål om inbjudande gatumiljöer

Från stadens perspektiv finns stora fördelar med att ha levande miljöer i bottenplan i lägen med potential för stadsliv, eftersom butiker och annan kommersiell verksamhet skapar aktivitet och ökad trygghet i stadsmiljön. Dagligvaruhandel innebär dock ofta stora ytor utan fönster, vilket kan vara mindre kompatibelt med stadens mål att ha en dynamisk och inbjudande stadsmiljö. Detta skapar en ytterligare målkonflikt där stadens preferens för integrerade stadsområden krockar med dagligvaruaktörernas behov av praktiska och funktionella butikslokaler.

3.3.6. Butiker behöver allt fler transporter

Utvecklingen av logistiken inom dagligvaruhandeln i Göteborg ställer staden inför utmaningar när det gäller transporter. Stadens förtätning med mindre fysiskt utrymme genom trånga gator, mindre och färre lastzoner samt tids- och längdregleringar begränsar utrymmet för stora transportfordon, vilket ofta resulterar i att dessa ersätts med flera mindre fordon. Denna utveckling förstärker målkonflikten mellan dagligvaruhandelns behov av effektiva transporter och Göteborgs Stads ambitioner att minska trafikbelastningen och optimera stadsutrymmet. Ökad återvinning genom fler fraktioner kan också resultera i fler transporter, vilket ökar belastningen på stadens transportinfrastruktur.

4. Process för att planera för dagligvaruhandeln i Göteborg

I forumet har vikten av att tidigt involvera dagligvaruhandelns perspektiv i detaljplaneringen av nya områden diskuterats. Detta kapitel sammanställer aspekter som behöver hanteras i planeringsprocessen.

4.1. BUTIKSPERSPEKTIVET

4.1.1. Minsta butiksyta

Det är avgörande för dagligvarubutikers lönsamhet att tillgänglig yta uppnår en viss miniminivå, eftersom det möjliggör ett brett produktsortiment, effektiv varuexponering, optimalt kundvarv samt tillräcklig service och funktioner. Detta driver kundtrafik och försäljning, vilket möjliggör en ekonomiskt hållbar verksamhet. Blir ytorna för små är det svårt att uppnå en bärkraftig lönsamhet.

Tabell 1 anger olika dagligvaruaktörers ytbehov beroende på om den planerade butiken ska befinna sig i externt läge, bostadsnära läge respektive centralt läge. Generellt ger dagligvaruaktörerna som riktlinje att en butik behöver minst 1 500 kvm yta tillgänglig för att kunna bli en bärkraftig butik.

Minst 1 500 kvm
yta per butik som
tumregel

4.1.2. Antal butiker

Det samlade intrycket från dagligvaruaktörerna i forumet är att Göteborg har ett underskott av dagligvarubutiker, och att det finns underlag för fler butiker redan med befintlig befolkning. Dagligvaruaktörerna har till exempel uppmärksammat Backaplan som ett exempel där en dagligvarubutik är inplanerad, trots att det enligt dagligvaruaktörerna kommer att finnas underlag för flera butiker.

Konkurrensverket betonar i nationell granskning av dagligvaruhandelns etablering i kommunerna vikten av att det finns en möjlighet att etablera fler butiker för att uppnå en effektiv konkurrens och att planläggningsarbetet i kommunerna påverkar möjligheten. I rapporten framhålls även att frånvaro av olika aktörer och lågpriskoncept kan begränsa konkurrensen.⁷

4.1.3. Behov vid olika typer av stadsomvandling

Forumet har uppmärksammat att dagligvaruhandeln påverkas på olika sätt av olika typer av stadsomvandling.

Nya områden – Om en butik byggs tidigt i ett nytt område kan det dröja innan det finns ett tillräckligt kundunderlag. Dagligvaruaktörerna behöver uppnå lönsamhet för att kunna driva butiker. Denna aspekt behöver beaktas vid planering av nya områden.

Förtätning – Successiva förändringar kan innebära att olika butikskoncept är lämpliga under olika faser av omvandlingen. Backaplan har diskuterats i forumet som ett exempel på ett omvandlingsområde där en stor andel av kunderna idag är bilburna, men när området är färdigbyggt kommer det att vara en annan typ av område, planerat för en lägre andel bilburna kunder. Även ICA Supermarket Brunnsbo har diskuterats, där ett större ombyggnadsprojekt i butikens närhet ledde till kraftigt minskad omsättning. Staden behöver beakta detta vid planering och inleda dialog i tidigt skede med de aktörer som kommer att påverkas, för att diskutera framkomlighet under byggtid och

⁷ Konkurrensverket, Dagligvaruhandelns etablering i kommunerna, 2024

potentiella gemensamma lösningar. I de fall det behövs mer hjälp med dialog mellan staden och dagligvaruaktörer kan företagslotsar från BRG vara en kontaktväg.

4.1.4. Parkering

Stadens mål och inriktningar spelar en viktig roll för dagligvaruhandeln. Miljö- och klimatprogram samt parkeringspolicy syftar till att minska bilanvändning och främja hållbara trafikslag. Detta görs genom att minska ytan för bilparkering och öka tillgången till alternativ som gång, cykel och kollektivtrafik. Å andra sidan ger tillgång till parkering ökade förutsättningar för lönsamma butiker. Möjlighet att samutnyttja parkeringsplatser mellan olika typer av användare kan ge möjlighet att både minska parkeringsyta och samtidigt bidra till god tillgänglighet till butiker.

4.2. LOGISTIKPERSPEKTIVET

Från dagligvaruaktörernas håll ser man att det är önskvärt att redan vid planering av nya områden planera in goda förutsättningar för olika sorters trafik, dvs tillräckligt breda gator, lastzoner etc. Tillräckligt fysiskt utrymme för transporter minskar risken för trängsel, köer och stress.

Tabell 1 anger olika dagligvaruaktörers antal leveranser per vecka, beroende på om den planerade butiken ska befinna sig i externt läge, bostadsnära läge respektive centralt läge. Dagligvaruaktörerna får leveranser från många olika varugrupper, där till exempel torrvaror, frysvaror, mejerivaror, bröd, tidningar, paket och blommor ofta kommer i separata leveranser. Observera att antalen i tabellen innefattar transporter inom alla dessa typer av varor samt att de kan variera mellan dagligvaruaktörer beroende på logistikstrategi.

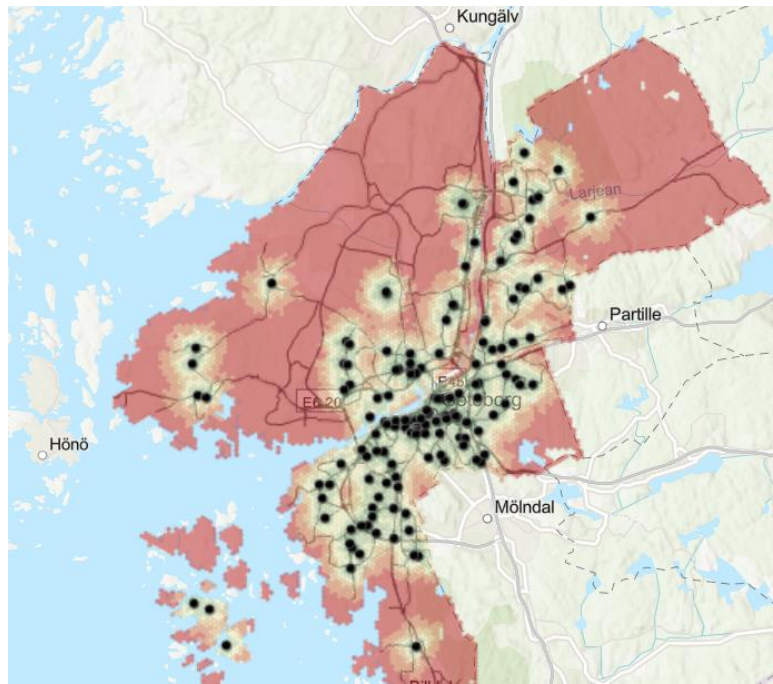
Fler butiker brukar normalt sett innebära ett ökat lagerbehov. Dagligvaruaktörerna signalerar dock inte ett ökat behov av ytterligare mark för lager i regionen vid etablering av fler butiker i Göteborgsområdet. Fokus ligger i stället just nu på att bygga vidare på de befintliga terminaler som finns.

4.3. BEREDSKAPSPERSPEKTIVET

4.3.1. Dagligvaruhandelns roll i beredskapsarbete

Dagligvaruhandeln kan spela en viktig roll i beredskapsarbetet genom att agera som en trygghetpunkt och säkerställa varuförsörjningen.

En diskussion har förts i forumet om huruvida vi har en inneboende sårbarhet ur ett beredskapsperspektiv på grund av ett lågt antal butiker i Göteborg. Färre butiker betyder färre hyllmeter med varor, vilket leder till snabbare sårbarhet vid störning. Även avståndet till närmsta butik kan ha betydelse vid en samhällsstörning och som figur 1 visar är avståndet stort i delar av staden.



Figur 1 Tillgänglighet vid gång, Göteborgs Stad

Hur dagligvaruhandelns roll avseende beredskap kommer att utvecklas i framtiden kommer att påverka ytbehovet för butikerna. För närvarande har dagligvaruhandeln låga lagernivåer, även om dagligvaruaktörerna jobbar med kontinuitetsplaner för att vara bättre förberedda för framtida kriser.

4.3.2. Samverkansområden för ökad beredskap i kris och krig

Flera potentiella samverkansområden har identifierats för att stärka krisberedskapen:

- Strategisk lokalisering av butiker: Genom att etablera nya butiker där det idag finns ett underskott, kan man förbättra beredskapen och säkerställa försörjningen under krissituationer.
- Samarbete mellan offentliga sektorn och dagligvaruaktörer: Ett möjligt område är att fokusera på en robustare struktur skapas för att hantera framtida kriser och öka tryggheten i samhället. Genom fördjupad dialog, gemensamma insatser och planer för krishantering kan beredskapen förbättras. Dialog behöver utvecklas på lokal nivå där relevanta regionala och nationella myndigheter involveras. Tydliga riktlinjer och krav från nationella myndigheter behövs för att sätta ramverket för gemensamma insatser.

4.4. ÖVRIGA ASPEKTER

4.4.1. Fastighetskoncept

Synen på att äga jämfört med att hyra fastigheter inom dagligvaruhandeln varierar beroende på affärsstrategi och aktörers individuella mål. Lidl, som tillämpar ett standardiserat koncept, föredrar att äga majoriteten av sina fastigheter i Sverige, även om de ibland hyr vissa butikslokaler, framför allt i citykärnor och etablerade bostadsområden. Axfood har däremot valt en strategi att hyra sina fastigheter i stället för att äga dem. ICA bedriver huvudsakligen sina butiker i lokaler som antingen ägs av ICA Fastigheter AB eller externa fastighetsägare som hyr ut fastigheten till ICA Sverige AB. Det

förekommer även att handlaren själv innehar förstahandshyreskontrakt eller äger fastigheten. Att äga fastigheter kan ge större kontroll och potentiella långsiktiga ekonomiska fördelar, medan att hyra kan erbjuda flexibilitet och lägre initiala kostnader. Slutsatsen är att staden inte bör förutsätta om en butiksyta ska säljas eller hyras ut under planeringsprocessen.

4.4.2. Framtida beteende- och köpmönster hos konsumenter

Framtida konsumentbeteenden och köpmönster kommer att påverka livsmedelsförsörjningen. Dagligvaruaktörerna i forumet är övertygade om att e-handelsandelen kommer att vara lägre än 12% till år 2035 och ingen tror på en stor ökning av e-handeln kopplad till livsmedel från dagens cirka 4%. Därför kommer den fysiska butiken att ha en fortsatt viktig roll inom dagligvaruhandeln. I takt med att andra produkttyper i allt högre grad säljs via e-handel blir dagligvaruhandeln i detta scenario en än viktigare typ av fysisk etablering, i form av sin funktion som service- och trygghetspunkt.

4.5. PLANERINGSASPEKTER FÖR BÄRKRAFTIGA BUTIKER

Baserat på ovan resonemang har nedan lista över aspekter att inkludera i planeringsarbetet för att möjliggöra ökad etablering av bärkraftiga butiker sammanställts.

-  Involvera dagligvaruhandelns perspektiv i ett tidigt skede i planeringsprocessen
-  Om handelsutredning genomförs, inkludera dagligvaruhandelns perspektiv
-  Dedikera yta för dagligvaruhandel vid planering av nya områden
-  Vid markanvisning: Ställ tydliga krav på fastighetsutvecklare avseende tillgängliggörande av butiksyta för dagligvaruhandel
-  Planera yta för butik för att möjliggöra bärkraftig lönsamhet (se stycke 4.1.1)
-  Säkerställ tillgänglighet för godstransporter till butiken med tillräckligt breda gator och lastzoner
-  Analysera flaskhalsar i samband med eventuell ökad biltrafik i det nya eller ombyggda området och överväg infrastrukturinvesteringar
-  Värdera nyttan med parkeringsplatser inklusive laddinfrastruktur i förhållande till stadens policies och mål och undersök möjligheter till samutnyttjade parkeringsplatser

4.6. SLUTSATSER FRÅN FORUMET

Detta stycke sammanfattar slutsatser som deltagarna i forumet lyft som speciellt intressanta.

- Det finns underlag för fler butiksetableringar i Göteborg, redan med befintlig befolkning. Lägre antal butiker innebär en ökad sårbarhet vid samhällsstörningar.
- Det finns delar av staden där tillgång till livsmedelsbutiker är sämre i dagsläget.
- Dagligvaruaktörerna uttrycker att det i nuläget inte saknas lagerytor för dagligvaror i Göteborg. Enstaka aktörer söker dock yta och situationen kan även komma att förändras baserat på behov av beredskapslagring eller framtida expansion hos dagligvaruaktörer.
- Tillgänglighet för transporter och parkeringsytor är fortsatt utmanande med målkonflikter mellan staden och dagligvaruaktörerna.
- Göteborg har en variation av aktörer och viss representation av lågprisaktörer. Medvetenhet vid planering som möjliggör en mångfald av aktörer och främjar konkurrens rekommenderas.
- Fortsatt gemensamt arbete mellan Göteborgs Stad och dagligvaruaktörerna behövs, till exempel genom att vidareutveckla planeringsaspekter för bärkraftiga butiker (stycke 4.5).

5. Möjliga fördjupningsområden och fortsatt gemensamt arbete

Forum Dagligvaruhandeln Göteborg har etablerats som en referenspunkt för framtida planeringsprocesser både inom Göteborgs Stad och för andra kommuner. Ett sätt att gå vidare från kunskap till förändrade arbetssätt skulle kunna vara att fokusera på kunskapsspridning, kommunikation och implementering. Kommunikation och spridning av slutprodukten kan innefatta webbseminarier och samordning med nationella grupper för att maximera effekten av sammanställningen. Med hjälp av en tydlig kommunikationsplan säkerställs att informationen sprids effektivt och att kunskapen från forumet används på bästa sätt både inom Göteborgs Stad och nationellt.

Spridning av kunskap ger ökad chans till utväxling av det arbete som har gjorts

Som ett nästa steg skulle Forum Dagligvaruhandeln Göteborg även kunna fokusera på att fördjupa kunskapen inom relevanta delar. Nedan presenteras några förslag på aspekter.

- **Arbeta vidare med riktlinjer för stadsplanering**
Ett förslag på stödmaterial som skulle kunna vara relevant är underlag som anger hur många butiker av respektive storlek som bör planeras in i ett nytt bostadsområde i externa, bostadsnära respektive centrala lägen, baserat på antal blivande invånare i bostadsområdet. Ett annat förslag är att arbeta fram riktlinjer för hur breda och långa lastbilar som ska planeras kunna användas för butiker i respektive läge.
- **Arbeta vidare med handelsutredningar och hur dagligvaruhandelns förutsättningar skulle kunna integreras tydligare**
Detta skulle kunna innefatta att ta fram riktlinjer för hur en handelsutredning ska se ut och vad den ska innehålla, samt att ta fram ett exempel.
- **Arbeta vidare med hur livsmedelsbutiker passar in i en levande och dynamisk stadsmiljö**
Ett möjligt fördjupningsområde är hur staden och dagligvaruhandeln ser på utformning av kvartersområden och butiker i gatuplan, till exempel att utvärdera möjligheter och begränsningar vad gäller att ha fönster i bottenvåningar kombinerat med livsmedelsbutiker.
- **Arbeta vidare med parkeringsutredningar**
En sådan fördjupning kan inkludera hur parkeringsutredningar potentiellt skulle kunna ge en mer bred bild av handelns olika parkeringsbehov.
- **Fortsätt arbeta för att knyta ihop dagligvaruhandel med livsmedelsförsörjning utifrån ett beredskapsperspektiv**
Ett angreppssätt för detta skulle kunna vara att ta fram en butiksstrategi för lokalisering av livsmedelsbutiker utifrån beredskapsperspektiv. Fortsatt arbete skulle exempelvis kunna samordnas med och dra lärdom av tidigare uppdrag om servicenoder.
- **Ta fram goda exempel**
Ett sätt att vidareutveckla samarbetet, fördjupa slutsatserna och skapa än mer intresse för dessa frågor skulle vara att arbeta fram fallstudier, till exempel om hur dagligvarubutiker kan klara omfattande stadsomvandlingar och att identifiera goda exempel för liknande processer.