

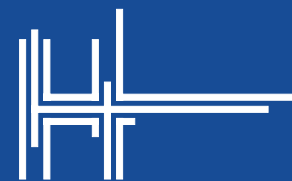
PM till fördjupning av översiktsplan, FÖP H+

Näringsliv och detaljhandel i H+

Godkänd av stadsbyggnadsnämnden 2012-02-01



HELSINGBORG



Innehåll

Bakgrund	3
Inledning	4
Näringslivet i Helsingborg	6
Verksamheter i FÖP- området	8
Näringslivet inom FÖP H+	10
Detaljhandel i Helsingborg	12
Detaljhandel och staden	16
Stadskärnan	20
Detaljhandel utanför stadskärnan	22
Citysamverkan	24
Definitioner	24
Bilder	24
Referenser	25

Process

PM *Näringsliv och detaljhandel i H+* är ett av flera fördjupnings-PM tillhörande FÖP H+ som har tagits fram av stadsbyggnadsförvaltningens avdelning för strategisk planering under ledning av Sofia Öreberg. Beställansvarig från H+ kontoret har varit Håkan Asmoarp.

Ansvarig för detta PM: Gertrud Egnell
Detta PM har tagits fram i samarbete med Eva-Lotta Bergström. Medverkande har varit Renée Mohlkert, Karin Sterte, Sofia Öreberg, Helena Ahlblom, Ann-Marie Cvitan Trelman och Christina Andersson.

Andra PM som berör närliggande frågor är PM *Kopparverkshamnen med närliggande industri*, som behandlar den sydvästra delen av planområdet med kemi-teknisk industri, och PM *Risk och miljöstörningar inom H+*.

Bakgrund

Stadsförnyelse H+

I Helsingborg pågår planering av ett stadsförnyelseprojekt i stadens centrala södra delar, H+ området, som omfattar 100 hektar. Merparten av området består av äldre hamn- och industriområden som enligt stadens mening är mogna för en stadsomvandling med sikte på en blandad stadsbebyggelse. Projektet syftar till att möta framtidens behov av attraktiv stadsmiljö genom att förtäta och utveckla de centrala delarna av staden. Stadsförnyelseprojektet ska bidra till att få en mer integrerad stad och stor vikt läggs vid kopplingar och nätverket av stadens offentliga rum och stråk.

Västkustbanan och Malmöleden utgör idag en kraftig fysisk barriär mellan Söder och H+ området. För att undanröja denna kommer Västkustbanan att förläggas i tunnel, Södertunneln, mellan Knutpunkten (Helsingborgs C) och godsbangården.

Fördjupning av översiktsplan

Fördjupning av översiktsplan för H+, FÖP H+, tar sin utgångspunkt i att centrala Helsingborg ska utvecklas till en tät och attraktiv innerstad med integrerade stadsdelar. Planförslaget föreslår en övergripande bebyggelsestruktur för hur södra Helsingborg kan utvecklas på sikt. Inriktningen är att utveckla en blandstad med bostäder, handel, kontor, service och utbildning i tidigare industriområden. Viktiga ställningstaganden för staden är att planera och disponera området yteffektivt och att utnyttja de stationsnära lägena vid Knutpunkten och Ramlösa.

FÖP H+ planområde omfattar ett sex gånger större område än stadsförnyelseprojektet H+ för att placera stadsförnyelseprojektet i sitt sammanhang och för att även fånga in pågående planering av en ny vägför-

bindelse till hamnen, Hamnleden. FÖP H+ området omfattar, förutom H+ området, de existerande bostadsområdena Planteringen och Mialtorp, Ramlösa station med intilliggande verksamhetsområden samt hamnen och industrierna kring Kopparverkshamnen.

Tematiska PM

Till FÖP H+ finns ett antal tematiska PM kopplade vilka utgör underlag inför avvägning mellan olika intressen i FÖP H+. Detta PM Näringsliv och detaljhandel i H+ utgör ett av nio tematiska PM. Genom att göra separata PM som tydligt kopplar till fördjupningen av översiktsplanen kan viktiga frågor lyftas, breddas och utredas utan att ”tynga” huvudrapporten. De tematiska PM kommer också att användas som planeringsunderlag och som utgångspunkt i kommande arbete med detaljplaner.



Bild 1.

Inledning

Helsingborg växer – den starka befolkningsökningen medför ökad detaljhandel och är en drivkraft för utveckling i näringslivet. Omvandlingsområdet H+ med omgivande stadsdelar kommer att spela en central roll i denna utveckling. Där ingår både hamnen, stora verksamhetsområden och viktiga delar av stadens infrastruktur för transporter och teknisk försörjning.

Handel och annat näringsliv är en bas för staden Helsingborgs utveckling. Men varken detaljhandel eller näringslivsutveckling kan ”planeras” fram på samma sätt som bostäder och trafiknät med mera. Initiativen tas av olika aktörer och livskraften beror på kundernas efterfrågan. Samtidigt är företagens utveckling beroende av stadens struktur, trafikflöden och bebyggelsen med bostäder och verksamheter. Det påverkar kundunderlag, möjligheter att rekrytera personal och möjligheter till samverkan med andra företag med mera. Inte minst har stadens och centrumets attraktivitet för boende, besökare och verksamma en stor betydelse.

Näringsliv och detaljhandel förändras ständigt, vilket kräver en flexibilitet i planeringen. Staden förändras också, men de grundläggande strukturerna är tröga. De bygger på enorma investeringar under lång tid av kommun, fastighetsägare och andra privata aktörer.

Bild 2. Centrala Helsingborg från norr till söder, sett från Öresund.



Helsingborgs stad behöver arbeta för en attraktiv och livskraftig stad som lockar besökare, boende och företag. Planeringen behöver arbeta både utifrån näringslivets förutsättningar och utifrån att skapa goda helhetsmiljöer för invånare, besökare och verksamma. En viktig uppgift är att ge långsiktiga visioner och spelregler för stadens parter.

För att lyfta strategiska frågor kring handel och näringsliv i FÖP H+ och inför det fortsatta arbetet med områdets utveckling har detta PM tagits fram. Det är en inledande studie kring näringsliv och handel i planområdet.

Detaljhandel och näringsliv kommer att växa successivt i takt med stadens och ekonomins utveckling. För att hantera en sådan successiv tillväxt i förhållande till H+ områdets utbyggnadsetapper behövs ett samarbete mellan staden, handlare, fastighetsägare och företagare. Gemensamma strategier och ett fortsatt arbete med frågorna under planerings- och utbyggnadstiden kommer att behövas.

Stadens inriktning

Helsingborg har visionen att göra Helsingborg till en av Sveriges mest attraktiva platser för näringsliv, besökare och boende.

Målet enligt *Översiktsplan 2010* är att stärka staden och dess näringsliv och att utveckla Helsingborg som regionalt nav. Huvudstrategierna för stadens utveckling är att främja ett dynamiskt näringsliv, stärka i stationsnära lägen, växa genom förtätning, bli ett regionalt nav och att utveckla identitet och attraktivitet. Betydelsen av ett rikt stadsliv och att stärka citys roll som stor gemensam mötesplats med brett utbud och variation betonas.

Områdena kring Ramlösa station och i framtiden även Maria station kan enligt ÖP2010 utvecklas som regionala noder vid sidan av City/Knutpunkten.

Projektet *Söder i förändring* lade grunden till dagens H+ projekt. Upprinnelsen var den mentala och fysiska uppdelningen av staden i Norr och Söder och behovet av att ”lyfta” stadens södra delar. Projektet pekade särskilt på uppdelningen av centrum vid Trädgårdsgatan och på att järnvägen och Malmöleden bildar en barriär mellan Söder och Campus. Ett huvudförslag var att gräva ned järnvägen söder om Knutpunkten så som nu planeras.

H+projektet ger nya möjligheter

En framtida stadsutveckling i H+ området förändrar förutsättningarna för handel och andra verksamheter och skapar nya möjligheter för företagande i staden. Området kommer att kunna erbjuda goda lägen för många olika slags företag.

Campusområdet knyts närmare till Söder genom nedgrävningen av järnvägen. I samband med tunnelbygget omvandlas Järnvägsgatan med omgivande bebyggelse till en stadsgata. Det ger ett unikt tillfälle att skapa en förenande länk mellan Norr och Söder och att möjliggöra framtida utvidgning och komplettering av stadens centrum.

Området kring Ramlösa station har potential att på sikt utvecklas till en viktig regional nod med arbetsplatser, service och detaljhandel. Området har en hög regional tillgänglighet både med bil och kollektivtrafik, särskilt om en effektiv omstigning mellan tåg och spårväg kan genomföras.



Näringslivet i Helsingborg

Helsingborg är en av Sveriges mest populära städer att bo och leva i. Med sina närmare 130 000 invånare är staden ett såväl ekonomiskt som kulturellt centrum i den norra delen av Öresundsregionen. Staden har alltid spelat en viktig roll som handels- och mötesplats och har länge varit ett nav för såväl person- som godstrafik. Här finns Sveriges näst största containerhamn och mellan Helsingborg och Helsingör reser årligen miljoner människor.

Helsingborg är motor i Helsingborg Business Region som omfattar de tio kommunerna i Skåne Nordväst. Inom Helsingborg Business Region sker ett samarbete med fokus på näringslivs- och destinationsutveckling.

Stadens näringsliv kännetecknas av många små- och medelstora företag. Största privata arbetsgivaren är idag IKEA med cirka 1900 anställda följt av McNeil med cirka 800. Den stora basen av små- och medelstora företag gör staden mindre sårbar än städer som är mer eller mindre beroende av ett eller flera dominerande företag. Något som också bidrar till lägre konjunkturkänslighet är en stor branschbredd bland stadens drygt 11 500 företag. Att Helsingborg är och alltid har varit en handels- och transportstad visar det faktum att cirka 27 procent av de sysselsatta arbetar inom handel och transport/logistik mot 20 procent för motsvarande grupp i riket. Men andra branscher är på stark frammarsch. Företagstjänster (business-to-business) och turist- och besöksnäringen blir allt viktigare för stadens utveckling.

Invånarantalet ökar för varje år och den snabba befolkningstillväxten bedöms fortsätta fram över. Enligt senaste prognosen växer staden från 128 000 invånare 1 januari 2010 till drygt 158 000 invånare år

2030, det vill säga med cirka 23 procent. År 2009 var cirka 62 000 personer sysselsatta i Helsingborg. Totalt pendlade över 20 000 personer till Helsingborg för att arbeta samtidigt som drygt 14 000 pendlade ut från staden. Det betyder att var tredje person som arbetar i Helsingborg bor i en annan kommun. De senaste åren har både in- och utpendling ökat kraftigt. Bruttopendlingen har ökat med 20 procent sedan år 2003 och mycket talar för en fortsatt ökning.

Campus Helsingborg utgör en viktig pusselbit i regionens utveckling. Näringslivets möjligheter till kompetensförsörjning är en viktig faktor för att regionen ska kunna växa och utvecklas. Lunds universitet har beslutat att universitetets tillväxt främst ska ske vid Campus Helsingborg. Universitetets och stadens ambition är att Campus ska växa med fler, gärna unika, utbildningar, fler studenter, fler forskare och mer samverkan med det omgivande samhället.

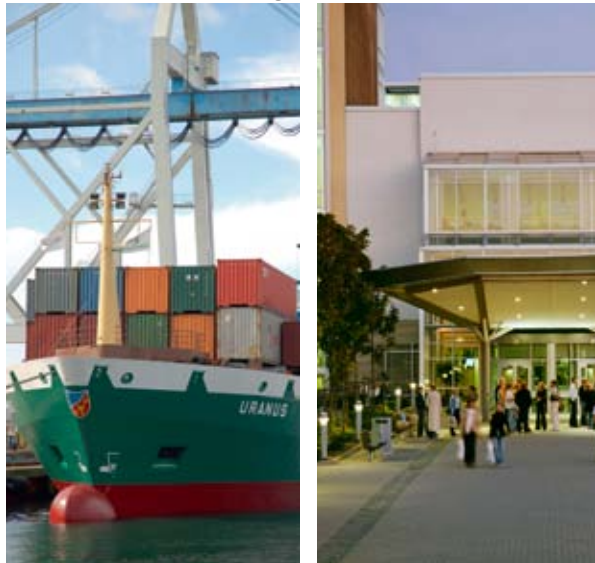


Bild 3, 4. Hamnen och Campus - viktiga för näringslivet.

Runt Campus planeras den nya stadsdelen H+ att växa fram. Namnet H+ syftar på att Helsingborg kommer att växa, förnyas och tillföras nya kvaliteter. Ett plus för fler invånare, fler arbetstillfällen och fler nya företag.

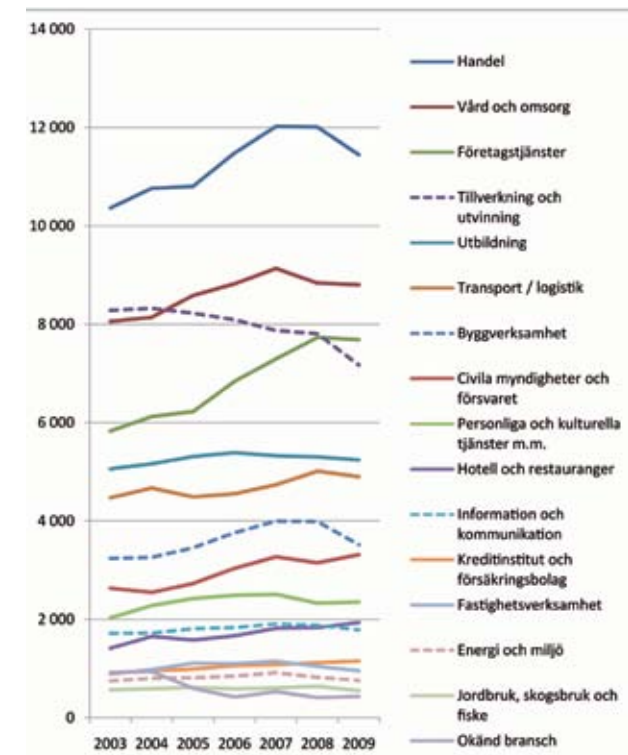


Bild 5. Sysselsatta i Helsingborg efter näringsgren, 2003-



Stadens inriktning

Stadens vision är att göra Helsingborg till en av Sveriges mest attraktiva platser för näringsliv, besökare och boende. Enligt *Näringslivsstrategi år 2009* ska stadens utveckling stärkas genom att:

- Bidra till tillväxt inom befintliga företag.
- Få företag att etablera sig i Helsingborg.
- Arbeta för att få fler människor att starta företag.
- Bidra till att varje enskilt företag utvecklas efter sina unika förutsättningar.
- Skapa en attraktiv profil för Helsingborg och stärka stadens varumärke.
- Öka antalet besökare till staden, dess sevärdheter och evenemang.
- Öka beläggningen på befintliga och nya arenor.
- Öka antalet studenter och forskare vid Campus.

Översiktsplan 2010 ger ledning för beslut om markanvändningen och anger bland annat att:

- En blandning av verksamheter/kontor, service och bostäder ska eftersträvas i befintlig stadsbebyggelse och i nya utvecklingsområden.
- Ramlösa och Maria stationer kan utvecklas som regionala noder. De bör planeras för hög exploatering med blandad bebyggelse, i första hand kontor med hög sysselsättningstäthet och olika publika verksamheter med hög besöksfrekvens.
- Verksamheter ska lokaliseras efter logistiska förutsättningar.
- Verksamhetsområden ska förtätas och differentieras och markanvändningen ska effektiviseras.

Framtida utveckling - reflektioner

Helsingborg växer – prognoserna pekar på cirka 23 procent fler invånare fram till år 2030. I den snabbt växande staden behövs ett stort tillskott av nya bostäder och service av olika slag, men staden behöver också ge utrymme för nya verksamheter och arbetsplatser. De senaste tio åren har antalet sysselsatta i Helsingborg ökat med nära 15 procent. Trots detta är arbetslösheten hög och fler jobb är en av stadens viktigaste utmaningar.

Nya typer av lägen och lokaler kommer att efterfrågas av företagen som en följd av förändringar i näringslivet och förskjutningen mellan olika branscher. Pendlingen ökar snabbt i takt med att arbetsmarknaden blir mer regional. Inpendlingen till kommunen är nu över 20 000 personer. Det medför att stationsnära lägen och kollektivtrafikknutpunkter blir alltmer intressanta för företag som vill kunna locka anställda från hela regionen.

Idag råder brist på kontorslokaler i stadens centrum. Vakansgraden där är mycket låg sett i ett nationellt perspektiv – mindre än fem procent. Önskemål finns också om moderna kontorslokaler i lite mer spektakulära lägen.

Ett konkurrenskraftigt city har stor betydelse för att attrahera både näringsliv och besökare till staden. Att stärka city och cityhandeln enligt ambitionerna i stadens översiktsplan är en central fråga, liksom att länka samman citys delar till en samlad stark citykärna. H+projektet erbjuder möjligheter att stärka citys utveckling och att erbjuda en stor variation av lägen och lokaler för företag av olika slag.

Bild 6. Helsingborgs verksamhetsområden och regionala noder.

Verksamheter i FÖP-området

Södra Helsingborg bär på ett arv från stadens tidiga industriutveckling. Här finns nedlagda industrier och gamla karaktärsfulla industribyggnader vid sidan av ett modernt, aktivt och diversifierat näringsliv och en universitetsfilial med stor betydelse för stadens utveckling.

H+utbyggnaden berör Helsingborgs mest centrala delar invid Knutpunkten och Campus Helsingborg. Den tangerar stadens handelscentrum med Norr- och Södercity. I FÖP H+ större planområde ingår också områdena kring Ramlösa station och Gåsebäck med en mängd verksamheter av olika slag. Inom planområdet finns inte minst Helsingborgs hamn, en effektiv logistikknutpunkt med anslutande vägar, järnvägsspår, omlastningsterminaler, färjhamn och andra anläggningar. I anslutning till hamnen har genom tiderna många verksamheter vuxit fram, alltifrån större industrier och logistikfirmor till mindre företag.

Omkring 10 000 personer arbetar i de 660 registrerade företagen. De fem största företagen sysselsätter cirka 2 500 personer. (Beskrivningarna refererar till situationen år 2009.)

Teckenförklaring

	Helsingborgs hamn		Verksamheter med inriktning mot handel och logistik
	Teknisk försörjning		Verksamheter med inriktning mot handel och industri
	Verksamheter med inriktning mot industri		Verksamheter med inriktning mot kontor och industri
	Verksamheter med inriktning mot logistik		
	Verksamheter med inriktning mot kontor		
	Verksamheter med inriktning mot handel		
	Utbildning, ej grundskola		
	Stationsområde		

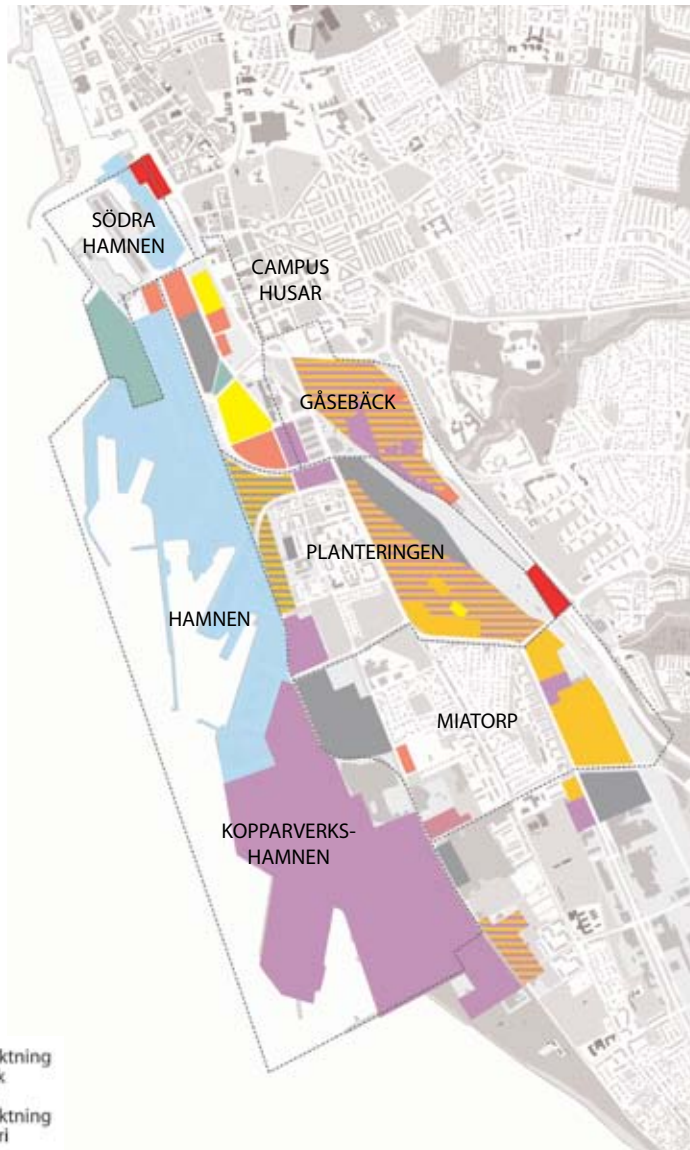


Bild 7. Befintliga verksamheter i planområdet.

Södra Hamnen

Cirka 60 företag och 1 100 sysselsatta.

Näringslivet här består till 23 procent av företag inom juridik, ekonomi, vetenskap och teknik där olika slags konsultverksamhet dominerar. Två likstora branscher är handel samt hotell och restaurang med vardera 19 procent. Många är verksamma inom transportnäringen, där färjetrafiken dominerar med cirka 25 procent av de sysselsatta i området. Omkring 64 procent av företagen är små- eller enmansföretag med upp till fyra anställda. Mellanstora företag med upp till 100 personer utgör 32 procent av alla företag. Helsingborgs stad är den klart största arbetsgivaren med cirka 300 anställda inom personalförvaltning och stadsbyggnad med mera i byggnader vid Knutpunkten.

Campus- Husarområdet

Cirka 90 företag och 3 300 sysselsatta.

Området kring Campus och Husarregementet uppvisar den största förekomsten av olika branscher. Campus, Rönnowska skolan och IKEA präglar området och sysselsätter tillsammans cirka 1 100 personer. Omkring 20 procent av företagen ägnar sig åt handel och nästan lika många sysslar med juridik, ekonomi, vetenskap och teknik, främst reklambyråer, fotografer och olika konsulter. Närmare 1 200 personer arbetar med dataprogrammering och datakonsultverksamhet. Även kommunen är en stor arbetsgivare med bland annat socialtjänst och energiförsörjning.

Gåsebäck

Cirka 120 företag och 1 700 sysselsatta.

Gåsebäck har en bred företagsmix med allt från teknisk verksamhet i form av motorverkstäder, maskinhandel och tillverkning av medicinsk utrustning till mediainriktad verksamhet med reklambyråer, tryckerier, reklamfotografer och grafiska designers. Utgivning av böcker, dataspel och ljudinspelningar förekommer också. Det är en mångfald av branscher med få företag i varje. Handel dominerar med 32 procent av företagen. Medelstora branscher är fastigheter, tjänster inom juridik, teknik eller ekonomi, tillverkning samt information och kommunikation. De flesta är småföretag och 71 procent har färre än fyra anställda. Stora företag är G4S Security Services AB, Liedholms Mekaniska AB och ÅF, som tillsammans sysselsätter drygt 200 personer. Områdets största företag Becton Dickinson Infusion Therapy med omkring 400 anställda kommer succesivt att flytta utomlands och finns inte kvar i området på sikt.

Planteringen

Cirka 130 företag och 1100 sysselsatta.

Planteringen är ett tätbefolkat bostadsområde som omgärdas av industrier och stora transportleder. Norr om Ramlösa station ligger Hästhagen med många företag. Cirka en tredjedel av företagen verkar inom handel, främst med livsmedel, frukt och grönt, hushållsvaror, virke och byggmaterial samt personbilar. Handel är också den bransch som har flest sysselsatta. Medelstora branscher sett till antalet företag är bygg och transporter, med vardera cirka 10 procent. De flesta är småföretag och 71 procent har färre än fyra anställda. Planteringen största företag är AB Ph Norderman & Co, Lernia och Effekt personal med tillsammans 30 procent av de anställda.

Miatorp

Cirka 190 företag och 1 600 sysselsatta.

Miatorp är ett bostadsområde som omges av verksamheter i väster och öster. Här finns en mångfald av branscher med relativt få företag i varje bransch. Handel med olika slags varor är den största näringsgrenen med 26 procent av alla företag. Många bedriver handel med maskiner och industriell utrustning, bygg- och järnvaror eller reparerar motorfordon. En stor del arbetar med handel via postorder. Medelstora branscher är bygg, transporter och tillverkning med vardera omkring 10 procent av företagen. Småföretag med färre än fyra anställda dominerar och utgör 75 procent av alla verksamheter. De tre största företagen är Yves Rocher Suede AB, Stroederalton AB och AB Benzlers med sammanlagt över 35 procent av de anställda i området.



Bild 8. Vy från Gåsebäck ut mot hamnområdet.

Hamnen - Kopparverkshamnen

Cirka 70 företag och 2 000 sysselsatta.

Helsingborgs hamn är en av landets största och strategiskt viktigaste hamnar med goda förutsättningar för effektiva transporter och omlastningar mellan sjö-, väg- och järnvägstransporter. Området domineras av hamnverksamheten med tillhörande logistik, men här finns också industri samt stadens tekniska försörjning i form av bland annat reningsverk, kraftvärmeverk och fjärrvärmeförsörjning. Antalet branscher i området är få och här finns den största andelen riktigt stora företag. Handel är en viktig bransch med omkring en tredjedel av företagen. Det rör sig uteslutande om partihandel, dvs. handel med stora volymer mellan företag. Processindustrin, samt tjänster inom transport och magasinering är två relativt stora branscher med vardera omkring 20 procent av företagen. I den södra delen, Kopparverkshamnen, finns även ett flertal globala industriföretag inriktade mot kemisk produktion och livsmedelstillverkning.

Småföretag med färre än fyra anställda och mellanstora företag med upp till hundra anställda representerar vardera omkring 45 procent av företagen. Omkring 40 procent av områdets arbetstillfällen finns i de stora företagen, till exempel inom Helsingborgs Hamn AB. Totalt sysselsätter Helsingborgs stads bolag omkring 500 personer inom hamnverksamhet, vatten- och avloppssystem, samt försörjning av värme och kyla. De tre största företagen sett till antal anställda är Kemira Kemi, Unilever och Bostik. Kemi- och livsmedelsindustrin sysselsätter totalt omkring 750 personer. Området behandlas vidare i *PM Kopparverkshamnen med närliggande industri.*

Näringslivet inom FÖP H+

Planområdet FÖP H+ kommer att kunna erbjuda goda lägen för olika slags företag – centralt nära Knutpunkten, invid Campus, kring Ramlösa station eller intill hamnen, järnvägen och det övergripande vägnätet. Alltifrån mindre lokaler i en småskalig miljö blandad med bostäder till mer spektakulära lägen ute på pirerna. H+projektet ger också möjligheter till nya kontorslokaler i cityläge, något som är en bristvara i staden.

Utbyggnaden inom planområdet öppnar stora möjligheter för näringslivsutveckling i Helsingborg. Centrala projekt som ligger tidigt i H+utbyggnaden är Knutpunkten, Bredgatan och Järnvägsgatan. Den tänkta stadsutvecklingen ger dock knappast utrymme för nya ytkrävande etableringar eller sådana som medför omfattande transporter eller annan miljöpåverkan.

Teckenförklaring

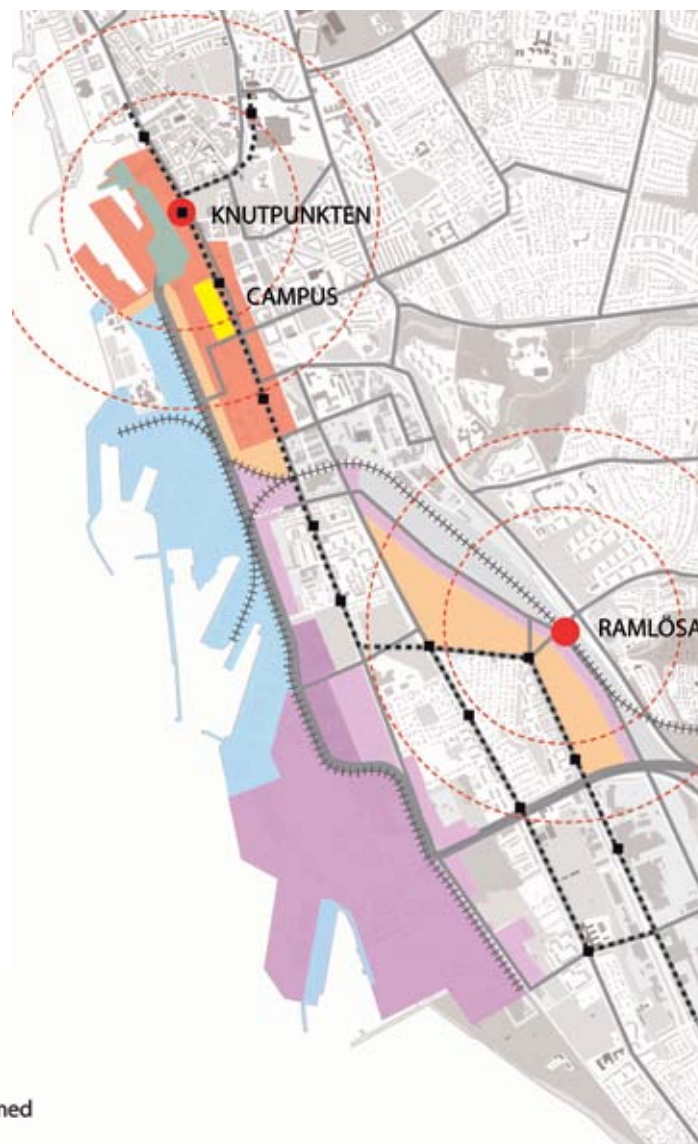
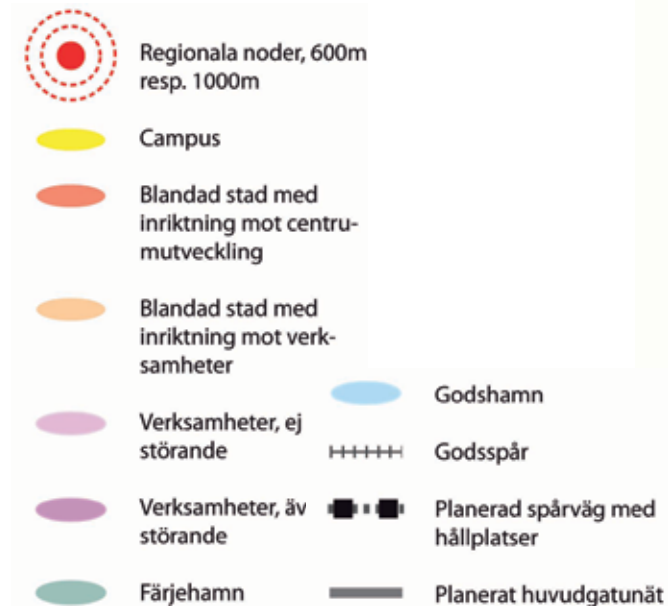


Bild 9. Näringsliv, transporter med mera i planområdet.

Campus – en motor i stadens utveckling

Campus Helsingborg har en nyckelroll i stadens omvandling. Campus är en del av Lunds universitet med 3 000 studenter och närmare 150 anställda idag. I området finns också kvalificerad yrkesutbildning och Rönnowska gymnasiet. Campus nyttjar och stödjer näringslivets och regionens utveckling genom utbildning och forskning inom logistik, handel, hotell-, restaurang- och turistnäring och man använder stadsutvecklingen inom H+området som studieområde. Att bidra till en högre utbildningsnivå i regionen är en viktig uppgift.

Att öppna upp universitet för att öka samspelet mellan studenter och verksamma och den omgivande staden är angeläget. Planeringen i H+området bör möjliggöra en fortsatt expansion till cirka 10 000 studenter i framtiden och ge goda förutsättningar för företagsutveckling med anknypning till universitetet.

En mix av företag

En mix av företag av olika typer är önskvärt. Olika delområden bör ges olika karaktärer och förutsättningar för att locka företag i olika tillväxtfaser och med olika inriktning. Flexibla lösningar som går att anpassa efter olika verksamheter bör eftersträvas.

Stationsnära lägen

I planområdet finns Helsingborgs två regionalt mest tillgängliga platser – Knutpunkten och Ramlösa station. Knutpunkten är stadens absoluta centrum och ett nav i kollektivtrafiken, medan Ramlösa station lätt nås med både bil och kollektivtrafik. Båda bör vara attraktiva för företag som vill locka anställda regionalt. Andelen kollektivresande är betydligt högre för arbetsplatser inom 600 meter från stationer. Stationsnära lägen bör därför främst användas för personal-

och besöksintensiva verksamheter, service och detaljhandel i enlighet med Helsingborgs översiktsplan, ÖP2010. Samtidigt måste deras funktion som väl fungerande bytespunkter i trafiksystemet prioriteras.

Ramlösa station – en framtida regional nod

Ramlösa station är väl tillgänglig med både tåg, bil och lokaltrafik med en framtida spårväg. Den regionala potentialen lyftes fram av grannkommunerna i samrådsskedet. Området är ganska glest utnyttjat idag. Möjligheterna att utveckla en regional nod på sikt bör tas tillvara och personal- och besöksintensiva verksamheter som kan dra nytta av ett sådant kommunikationsläge bör prioriteras. Här kan skapas plats för större etableringar än i den centrala staden. En attraktiv regional nod bör också innehålla en varierad detaljhandel och annan service. En sådan utveckling av Ramlösa skulle samtidigt stärka Planteringen och Miatorp.

Kulturmiljöer

Äldre byggnader är viktiga för identiteten i det nya området och har i vissa fall höga kulturvärden. Gamla industrilokaler och kulturmiljöer kan vara en tillgång för företag som önskar lokaler med stark identitet.



Bild 10. Ideskiss över utbyggnad kring Ramlösa station.

Övergångszoner och blandning

H+området ska erbjuda attraktiva stadsmiljöer för både boende och verksamheter samtidigt som hamnverksamhet och transporter kan utvecklas. I vissa fall krävs övergångszoner för att hantera störningar av olika slag. På andra håll är utmaningen att hitta former för en blandad stad med en mosaik av verksamheter och boende, som både kan ge goda förutsättningar att driva företag och ge trygga boendemiljöer med hög kvalitet. Gåsebäck är ett område som idag har en mix av olika företag. Att behålla en rik företagsamhet samtidigt med en utveckling av bostadsmiljöer är angeläget.

Successiv utbyggnad kräver strategier

En planering som gör att staden kan erbjuda intressanta lägen och miljöer för olika typer av företag är viktig. Näringsliv kan inte planeras fram utan utvecklingen är beroende av olika aktörers initiativ och vilja till investering. Campus och nya verksamheter kommer att växa ut under lång tid framöver. Det behövs strategier för en successiv utveckling och för hur staden ska kunna erbjuda attraktiva tomter och lokaler för olika företagstyper under en lång tidsperiod. Profilering av delområden och etappindelning av utbyggnaden för verksamheter behöver studeras vidare.



Bild 11. Ikaas kontor i sockerbruket, kulturmiljö som tillgång för näringslivet.

Övergripande ställningstaganden i FÖP H+

Stationsnära lägen inom 600 meter från Knutpunkten och Ramlösa station ska främst utnyttjas för personal- och besöksintensiva verksamheter, service och handel.

Mål och strategier

Campus ska ges möjlighet att växa med fler studenter och mer forskning. Goda förutsättningar att etablera verksamheter med nära anknytning till Campus ska skapas.

Området ska erbjuda lägen och lokaler för företag i olika tillväxtfaser.

En regional nod och bytespunkt med arbetsplatser, service och detaljhandel som stärker noden ska utvecklas kring Ramlösa station.

Strategier för successiv utveckling av både handel och näringsliv behöver tas fram i det fortsatta arbetet.

Detaljhandel i Helsingborg

Helsingborg är ett starkt handelscentrum i nordvästra Skåne med två regionala marknadsplatser – centrum och Väla. Utbudet av butiker, service och varor har stor betydelse både för hur vardagslivet fungerar och för stadens möjligheter att locka besökare. Att stadskärnan är attraktiv och innehållsrik är en viktig del i varumärket Helsingborg och nödvändigt för att staden ska fungera som ett regionalt nav.

Helsingborgs gamla traditioner som stark handelsstad står sig också i dag. Styrkan i stadens handelsutbud framgår av att omsättningen på 8,6 miljarder år 2008 var nära 40 procent högre än helsingborgarnas egen köpkraft. Av stadens 62 000 sysselsatta fanns nära 11 500 personer inom handelssektorn år 2009. Av dem arbetade drygt 5 100 personer med försäljning av varor till enskilda konsumenter – detaljhandel. Nästan lika många, cirka 5 000, arbetade inom partihandeln, som säljer varor till företag och storkonsumenter. Resten sysslade med bland annat fordonshandel. Partihandeln finns vanligen i verksamhetsområdena bland andra företag. Detaljhandelns butiker behöver vara lätta att nå. De ligger ofta i centrum, i köpcentra eller ute i stadsdelar och behöver samplaneras med kommunikationer, bostäder och annan bebyggelse.

Starka, tillgängliga handelsplatser och ett allsidigt och varierat utbud har stor betydelse för att locka besökare till Helsingborg. Staden har två regionala marknadsplatser med olika karaktär – centrum och Väla. En stor utbyggnad av Väla har genomförts under åren 2010 och 2011.

Stadskärnorna får större betydelse för städernas tillväxt och attraktivitet för boende, besökare och näringsliv. H+-projektet med Södertunneln, nya utbyggnader och förändringar av trafiken i centrala staden ger nya förutsättningar för centrumets framtida utveckling.

Detaljhandeln spelar en viktig roll för det dagliga livet i staden – både i det praktiska vardagslivet och genom att skapa möjligheter till möten och bidra till liv och rörelse på gator och torg. Handeln är i sin tur starkt beroende av staden. Strukturen av bebyggelse, gatunät och kollektivtrafik mm avgör kundunderlag och lokalutbud. Möjligheter till samlokalisering med annan handel, service, fritids- och kulturutbud stärker dragningskraften.

Kunskap om handelns villkor och om samspelet med stadsplaneringen är viktigt för att skapa goda och långsiktiga förutsättningar för handelns utveckling i staden. Detta PM behandlar detaljhandel med fokus på FÖP H+ och sambanden mellan H+ området och centrumets utveckling, men en utblick mot detaljhandeln i ett större perspektiv behövs som bakgrund.



Bild 12, 13. Torghandel på Gustav Adolfs torg och detaljhandel i shoppingcentrum på Väla.

Stadens inriktning

En central ambition för Helsingborg är att stärka centrumets attraktivitet och att eftersträva balans i utvecklingen av centrum och Väla. Behovet av att länka samman norra och södra delen av centrum lyfts också ofta fram. Översiktsplan 2010 talar om att stärka Helsingborgs centrumets roll, bland annat genom att stärka stadskärnans handelsprofil med större variation i handelns utbud och storlek, att verka för ett serviceutbud för fungerande vardagsliv och om en medveten handelslokalisering som innebär att:

- Gynna centrumandeln och utvecklingen av stadskärnan genom att fokusera på att utveckla och öka attraktionskraften där. Genom H+området skapas förutsättningar för att komplettera handeln med bland annat nya större lokaler och att samtidigt knyta samman Norr och Söder.
- En förbättrad kollektivtrafik med spårväg möjliggör hållbar utveckling av Väla och motiverar utveckling av detaljhandel där.
- Etablering av spårväg genom H+området skapar nya möjligheter för utveckling av handeln längs detta stråk.
- Stadsdelscentras möjligheter till handel behöver stärkas, främst med livsmedel och dagligvaror.
- Dagligvaruhandel ska lokaliseras där det utöver god tillgänglighet till kollektivtrafik även finns lokalt upptagningsområde.

Enligt Helsingborgs handelspolicy (2004) ska: ”Helsingborgs kommuninvånare erbjudas ett tillräckligt stort, allsidigt och varierat samt konkurrenskraftigt utbud av starka och attraktiva handelsplatser med god estetisk utformning i centrala och halvcentrala lägen. Handeln ska vara lättillgänglig för alla kommuninvånare, oavsett kön, ålder och mobilitet.

Dagens detaljhandel

Helsingborg har två etablerade regionala marknadsplatser – centrum och Väla. En stor utbyggnad av Väla har genomförts under åren 2010-2011. Andra marknadsplatser och stormarknader är främst koncentrerade utmed de stora infarterna från norr och söder. Volymhandel och storbutiker har vuxit fram i flera av stadens verksamhetsområden. Områdena har efter hand fått olika profil, vilket bidrar till en relativt samlad och överblickbar struktur som främjar både handlare och konsumenter. Ängelholmsvägen och Landskronavägen har likartade utbud inriktade på varor för hem och bygg, medan Berga domineras av bilhandel och annan fordonshandel. Hästhagen norr om Ramlösa station präglas av lågprishandel. Bygghandel finns i Hästhagen, på Berga och snart också på södra Väla. Stattena och Råå är två större stadsdelscentrum. I staden finns också ett antal mindre centra i bostads-



Bild 14, 15. Handel med god tillgänglighet med cykel och kollektivtrafik längs Planteringsvägen och Södra Storgatan.

områden och vissa gatustråk med ansamlingar av butiker. De är främst inriktade på bostadsnära service och för i många fall en tuff kamp om kunderna.

Kartan till höger ger en bild av handeln i Helsingborg år 2010.

En större analys över handelns utveckling i staden gjordes senast av Handels utredningsinstitut år 2002. Befintlig kunskap ställdes samman av Ida de Wit Sandström år 2008. Stora etableringar har tillkommit och planerats sedan dess, bland annat har en större utbyggnad av IKEA och Väla genomförts, och Citygross, Ica Maxi och Coop har tillkommit i stadens södra delar. En ny analys av detaljhandelsituationen görs lämpligen när effekterna av Välas utbyggnad kan avläsas.

Teckenförklaring

-  Regional handelsplats
-  Regional kollektivtrafiknod befintlig / planerad, 600m / 1000m
-  Stadsdelscentrum
-  Bostadsområdescentrum
-  Stormarknad / större livsmedels-handel
-  Verksamhetsområde med volymhandel, olika inriktning

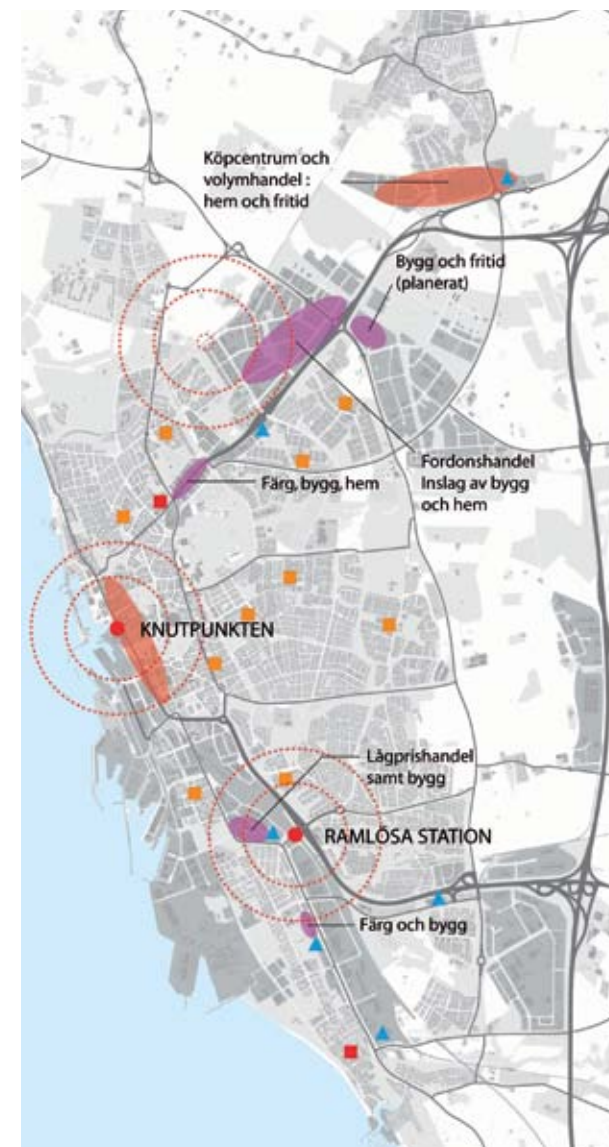


Bild 16. Detaljhandelns struktur i Helsingborg.

Fler inköpsresor med bil

En stor del av bilresandet – nära en fjärdedel – är idag inköpsresor. Av inköpsresorna i Helsingborg har bilandelen ökat starkt – från 49 till 61 procent – under perioden 1994 till 2007. Ökningen har skett på bekostnad av andelen ”gångresor”. Bilandelen för samtliga resor har däremot hållit sig nästan konstant, 56 respektive 55 procent, under samma period.

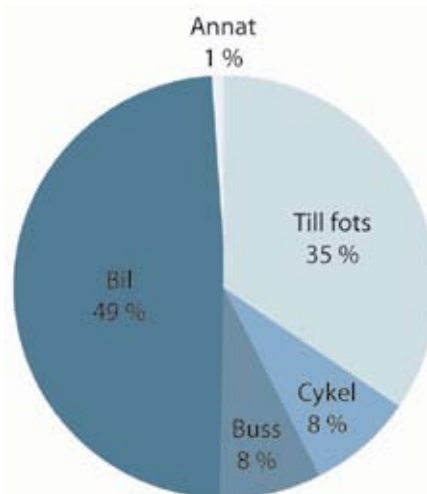
För att undvika onödigt bilresande är det angeläget att handeln är belägen så att den lätt kan nås med kollektivtrafik. Den blir då också tillgänglig för alla medborgare. 15 procent av helsingborgarna mellan 19 och 84 år saknade körkort och 15 procent av hushållen saknade tillgång till bil. (Resvaneundersökning 1994 respektive 2007)

Trender

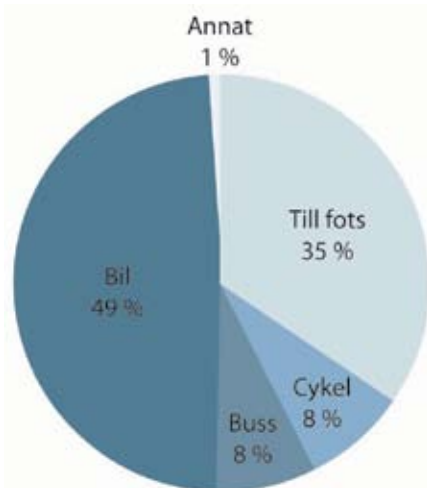
Detaljhandeln förändras i snabb takt. Tillväxten har varit stark under tjugo år och bedöms fortsätta i takt med ökad befolkning och stigande köpkraft. Sällanköpsvaror – särskilt hemutrustning och fritidsvaror – förväntas öka starkt, medan baskonsumtionen i form av dagligvaror ökar mer måttligt. Utvecklingen påverkas av många trender och morgondagens handel kommer att skilja sig från vad vi idag kan föreställa oss.

Koncentrationen av detaljhandeln ökar – både geografiskt och på företags- och butiksnivå. Handeln samlas alltmer till landets stora regioner och dessutom till några marknadsplatser i dessa. En övergång från små till stora och mer rationella butiker har redan skett inom livsmedelshandeln och strukturomvandlingen väntas fortsätta inom sällanköpsvaruhandeln. Små och fristående butiker tappas marknadsandelar jämfört med kedjornas storskaliga koncept och en

1994



2007



allt större del av detaljhandeln sker i stora företag och butiker.

Den framtida kunden antas vara kunnig och servicekrävande och ha ett varierat konsumtionsbeteende. Människors brist på tid och energi påverkar köpbeteendet och medför behov av utökade öppettider. Vardagsinköpen av basvaror sker rationellt och på rutin, medan de mer unika inköpen ställer större krav på upplevelser och shoppingmiljö. Pensionärer och invandrare är kundgrupper som växer och får ökad betydelse och ensamhushållen blir allt fler.

Inköpsresandet och lokaliseringen av handeln kan påverkas på flera sätt. Dyrare drivmedel och ökad miljömedvetenhet minskar sannolikt på sikt intresset för långa inköpsresor med bil. En ökande andel ensamhushåll har också begränsad vilja och möjlighet att lägga tid på inköpsresor. Fler pendlare och fler kollektivtrafikresor kan göra att handel i kollektivtrafiktillgängliga lägen och särskilt i bytespunkter efterfrågas mer. E-handeln, som idag bara har 4 procent av detaljhandeln, antas växa och så kallade ”showrooms” där varorna förevisas kan bli en del av morgondagens handel.

Trenderna är inte entydiga – samtidigt som handeln koncentreras i stora enheter och tidsbristen kräver rationella inköp stiger efterfrågan på unik och upplevelserik konsumtion. Stadskärnan med sin höga tillgänglighet och sitt blandade utbud av butiker, tjänster, mat och dryck, aktiviteter och upplevelser av olika slag kan därför ha mycket att erbjuda också i framtiden.

Bild 17. Inköpsresor med olika färdslag. Resvaneundersökning 1994 respektive 2007.

Framtida köpkraft och ytbehov i Helsingborg

Helsingborg är ett regionalt centrum och en av de större städer där handeln vuxit starkt sedan 90-talet. Bedömningar pekar på en fortsatt stor tillväxt av handeln och att ett betydande tillskott av handelslokaler skulle behövas. Samtidigt byggs och planeras redan för ny handel i stor omfattning. Någon större utbyggnad av handelslokaler i centrum har däremot inte skett. Trycket på att etablera fler storbutiker och volymhandel av olika slag är fortsatt stort.

Hur detaljhandeln förändras på lång sikt beror på befolkningsökningen, köpkraftens utveckling, hur köpvanor och konsumtion förändras och hur handelns aktörer agerar. Detaljhandeln i Helsingborg har bedömts kunna öka med cirka 50 procent från år 2009 till år 2025, utifrån prognoser för befolkningsutveckling och köpkraften i staden. Sällanköpsvaruhandel – som beklädnad, fritid, elektronik och husgeråd – växer betydligt snabbare än dagligvaruhandel – som livsmedel, tidningar och blommor. Enbart helsingborgarnas ökade detaljhandelsköp bedömdes generera ett behov av nya detaljhandelslokaler på 90 000 kvadratmeter till år 2025. (*Bedömning av Kraft Konsult AB, se Tengdalen 2009*).

Till detta kommer att också annan kommersiell service växer och att besökare ökar sina inköp i staden. Detaljhandeln i Helsingborg omsätter idag drygt 40 procent mer än den egna befolkningens köpkraft, eftersom besökare från främst nordvästskåne lägger en del av sin handel i staden. Om det fortsätter så kan behovet av nya lokaler öka till uppskattningsvis ca 125 000 kvadratmeter.

Många andra verksamheter än de som ingår i begreppet detaljhandel använder samma lokaltyper. I centra-

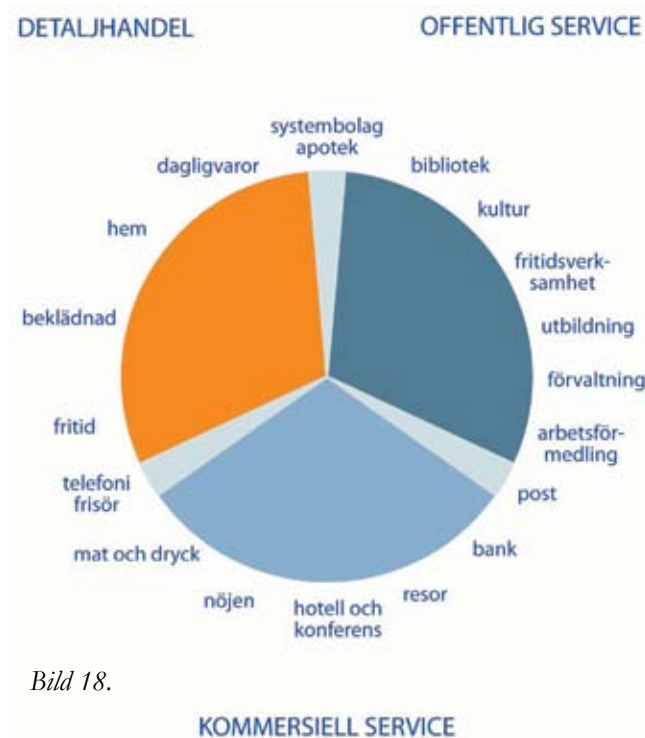


Bild 18.

la lägen kan ofta runt hälften av lokalerna användas för olika former av service som resebyråer, banker, mäklare, restauranger, kaféer, gym, frisörer och annan personlig och offentlig service. Också dessa verksamheter lär växa på grund av befolkningstillväxten, köpkraftstillväxten och ändrade konsumtionsvanor. Om de ökar lika starkt som detaljhandeln kan det samlade lokalbehovet för åren 2009 - 2025 komma att bli betydligt större än det uppskattade behovet för detaljhandel på 125 000 kvadratmeter, kanske upp mot det dubbla.

Samtidigt har nya möjligheter för detaljhandel tillkommit efter bedömningen. Coop Forum och IKEA

har invigts (10 000 respektive över 22 000 kvadratmeter) och utbyggnaden av Väla köpcentrum och Väla volym är nästan klara (tillsammans 22 000 kvadratmeter). Nya detaljplaner för Väla Norra och Väla Södra kan tillsammans innebära cirka 45 - 50 000 kvadratmeter nya handelsytor.

Framtida utveckling – reflektioner

Några entydiga slutsatser kring utrymmet för ytterligare detaljhandel i Helsingborg kan inte dras utifrån de studier som gjorts. En bedömning visade på stort tillväxtutrymme från år 2009 till 2025, men nya och planerade utbyggnader har samtidigt redan in-tecknat en stor del. Eftersom bara en viss del har tagits i bruk, kan effekterna ännu inte avläsas. En möjlig slutsats är att lokalbehovet i ett kortare tidsperspektiv kan vara begränsat, men att behovet på längre sikt bör vara betydande. I praktiken handlar det också om i fall lokalerna är av rätt typ och storlek och om de finns i rätt lägen.

Tillskottet av lokaler i staden behöver ske stegvis, eftersom handelstillväxten kommer att ske successivt i takt med den övriga utvecklingen i staden. Efterfrågan lär öka för olika typer av lokaler – både för stora och riktigt stora lokaler och för små lokaler lämpliga för butiker med specialutbud. Trenden mot större företag och butiker talar för ett behov av stora lokaler.

En annan reflektion handlar om citys utvecklingsbehov. De stora projekten – Knutpunkten, Järnväsgatan och Bredgatan – som inrymmer merparten av centrumets utbyggnad för lång tid framåt sker alla i samband med Södertunnelns färdigställande. En strategi för att hantera en successiv och balanserad handelsutbyggnad i centrum och staden kan därför behövas.

Detaljhandeln och staden

Handel kan inte planeras fram. Beslut om etablering och förändringar fattas av en aktör och livskraften avgörs av oss som enskilda konsumenter. Staden kan genom planering skapa möjligheter för handel och staden har också en kunskap om den långsiktiga utvecklingen som enskilda aktörer, särskilt de mindre, saknar.

Stadens struktur påverkar möjligheterna att driva handel. Bebyggelsens täthet, läget i staden och de rörelsestråk som uppstår ger basen för kundunderlaget. Storlek på bottenvåningar och kvarter mm avgör vilka butikstyper som ryms. Handeln är också beroende av samlokalisering och samverkan med andra. Tillsammans skapar de ett utbud som attraherar kunderna.

Möjligheten att skapa liv genom en hög bebyggelse-täthet överskattas lätt när vi betraktar stadens centrum med sin mångfald. I själva verket är det främst läget – bytespunkten för kollektivtrafik, utbudet av kultur, fritid, nöjen och verksamheter samt mängden butiker och serviceställen som tillsammans skapar dragningskraften. Centrums utbud bygger på ett stort omland, men också i centrum finns många stilla bakgator. Även tätbebyggda områden som Skarpnäck och Hammarby sjöstad i Stockholmsområdet har ett mycket begränsat butiksutbud. Att koncentrera handeln i de bästa lägena och samlokalisera den med offentlig och kommersiell service är nödvändigt för att lyckas när vi befinner oss utanför centrum.

Handeln behöver rationella lokaler med fungerande lösningar för varutransporter och angöring. I centrumlägen med omfattande handel och större butiker behöver kvarter, byggnader och gatumiljöer utformas med hänsyn till handelns behov av lokalstorlekar, varuhantering och angöring samtidigt som trivsamma gatumiljöer skapas.

Också i mindre centrala lägen behöver planeringen grundas på god kännedom om handelns behov och villkor. De minsta butikerna kan rymmas i bottenvåningar i vanliga bostadshus, men många butikstyper, speciellt livsmedel, behöver mer plats för att rymma rimliga sortiment. Särskilda lösningar för byggnader och kvarter krävs därför för att möjliggöra den handel och verksamheter som önskas i en blandad stad. Lokaler för framtida handel behöver ordnas vid utbyggnaden men måste kanske fyllas med annan verksamhet till en början.

Den regionala konkurrensen om kunderna hårdnar. En konkurrensfaktor är hur väl utbyggd och strukturerad detaljhandeln är. Även lokaliseringen inom kommunen spelar roll. En utbyggd externhandel tillsammans med en fungerande cityhandel har visat sig vara en konkurrensfördel, till exempel i Helsingborg. En alltför utspridd handel minskar konsumenternas överblick och ger mindre effektiva inköpsresor. När utbudet är likartat har ofta kommunen med den mest samlade handeln störst attraktionskraft och konkurrensförmåga. Även handeln önskar ofta koncentrera sig för att uppnå klustereffekter. (*Handelns utredningsinstitut 2002*)

För medborgarna är det viktigt att handelsutbudet är:

- Tillräckligt stort.
- Allsidigt och varierat – med olika branscher och ett varierat butiksutbud inom dessa.
- Konkurrenskraftigt.
- Tillgängligt för alla – vara sig man rör sig med bil, kollektivtrafik, cykel eller till fots.

Planeringens roll

Handeln styrs i stort av kundernas efterfrågan och av det utbud som serveras. Syftet med planering är att ge handeln utrymme för utveckling och konkurrens och att skapa långsiktiga förutsättningar för handelns utveckling. Ett syfte är också att uppnå en handelsstruktur med god tillgänglighet för medborgarna. Andra skäl är att medverka till ett hållbart resande för att nå övergripande miljömål.

Genom att skapa möjligheter för handel och presentera långsiktiga visioner påverkar staden i hög grad utvecklingen, förutsatt att det stämmer med aktörernas och konsumenternas intressen. Särskilt medelstora och mindre aktörer har stort intresse av stadens långsiktiga kunskaper och visioner för att lokalisera sig på rätt plats tillsammans med andra.



Bild 19. Många butikskedjor efterfrågar stora och flexibla lokaler med god angöring.



Bild 20. Variation av lokaler på Söder.



Bild 21. Julhandel och stadsliv på Kullagatan.

Alternativa utvecklingar

Hur kommer detaljhandeln att lokaliseras i Helsingborg i framtiden? Trycket på nya detaljhandelsetableringar har varit starkt under 2000-talet och det ser ut att fortsätta så. Staden kan välja att ha en strategi eller att hantera etableringarna när frågan kommer. Tillväxten tar olika form och får olika konsekvenser för handel, konsumenter och miljö.

Valen kring handelns utveckling får betydelse för stadens och nordvästskånes image och attraktivitet och för hur andra näringar kommer att välja att lokalisera sig. Den kommer också att påverka invånarnas vardagsliv.

Stadens strategi behöver vara känd för detaljhandelns aktörer. När en aktör vill investera är det som regel för sent att göra strategiska val - då finns sällan valmöjligheter. Även med en strategi kommer det att finnas etableringar som har särskilda förutsättningar och därför faller ur mönstret.

Detta PM har fokus på FÖP H+ och på sambanden mellan H+ området och centrumets utveckling. De många frågorna kring balansen mellan centrum och Väla, utvecklingen av centra i bostadsområden, trycket på storbutiker och volymhandel och om handeln ska samlas i större områden eller få sprida sig i verksamhetsområdena diskuteras därför inte närmare här. Men för att illustrera hur centrumets utveckling samspelar med annan detaljhandelsutveckling och påverkar konsumenter och handelns aktörer har några scenarier över möjliga utvecklingar i staden tagits fram. (Tengdalen, 2010)

Scenarier

Hur kommer detaljhandeln att lokaliseras i Helsingborg i framtiden?

Det ena valet är att skapa möjlighet för en stor (1) eller en liten (2) utveckling i centrum. Eftersom tillväxtmöjligheterna i centrum idag är begränsade, kommer ramarna för utvecklingen av handel och andra näringar till stor del att sättas genom planeringen för H+-områdets centrala delar.

Det andra valet är om staden ska låta utvecklingen av handeln ske spritt i hela staden (B) eller om den främst ska samlas i ett begränsat antal områden (A).

Vägvalens konsekvenser

En stor detaljhandelsutveckling i centrum stärker stadens image och attraktivitet och är bra för staden som knutpunkt och centrum i nordvästra Skåne. Det ger en stark dragkraft för näringslivets utveckling.

Ett större centrum ger plats för ett brett utbud av handel och av olika lokaltyper vilket ger goda förutsättningar för specialiserad och udda handel. Ett ökat utbud av större lokaler är en förutsättning för att öka mångfalden och behövs för centrumets attraktivitet. Sambanden mellan handel, annan service, fritid och nöjen blir goda. En stor centrumutveckling kan också göra det möjligt att knyta samman Norr och Söder.

Handeln får god tillgänglighet med kollektivtrafik, medan tillgängligheten med bil blir beroende av parkeringsmöjligheterna.

En liten utveckling i centrum leder till ökad konkurrens om lokalerna. Det lär medföra att handeln utvecklas mer mot specialhandel och sådan handel

som ryms i små lokaler och som klarar en hög hyresnivå. Annan handel kommer att söka sig från centrum. Ökad konkurrens om lokaler får också följder för andra verksamheter, till exempel service, fritid och nöjen, där de som inte klarar högre hyror får söka andra lägen. Tillgängligheten till handeln i centrum blir god.

En omfattande spridd handel utanför centrum kan fungera bra för stora detaljhandelsenheter som inte är så beroende av andra för att dra kunder. En spridd lokalisering ger möjligheter till billiga lokaler, särskilt för dem som kan äga sina egna lokaler. Tillgängligheten med bil blir god och det bör vara lätt att ordna mycket och billig parkering. Trafiksituationen riskerar att bli besvärlig med dålig framkomlighet i områden som inte från början planerats för handel.

En omfattande koncentrerad handel utanför centrum ger goda samlade utbud och en överskådlig handel. Små och medelstora aktörer kan få draghjälp av stora aktörer och förutsättningar skapas för samverkan kring marknadsföring, infrastruktur med mera. Möjligheterna till samlokalisering med viss annan service blir god. De samlade koncentrationerna möjliggör en god tillgänglighet både med kollektivtrafik och med bil.

Genom att kombinera de två valen framträder fyra scenarier för stadens handelsutveckling.

Utvecklingen av Väla och stadsdelscentra har lämnats till en kommande handelsstudie för staden, eftersom detta PM har fokus på FÖP H+ och sambanden mellan H+området och centrumets utveckling. Stadsdelscentra har antagits få en viss ökning med främst dagligvaror i alla scenariealternativen.

Fyra scenarier - antaganden

Scenario A – stor utveckling i centrum och stor utveckling i koncentrerade handelsplatser

30 procent av detaljhandelstillväxten antas ske i centrum och 55 procent i andra samlade handelsområden, där utvecklingen av regionala centra vid Maria och Ramlösa stationer kan få en stor roll. Av de resterande 15 procenten hamnar en del, främst dagligvaror, i stadsdelscentra och resten som spridda enheter.

Scenario B – stor utveckling i centrum och spridd lokalisering i övriga staden

30 procent av detaljhandeln antas tillkomma i centrum och resten hamnar spridd i övriga staden. Delar av den tillväxten kan ske i befintliga handelskoncentrationer, medan en stor del av handeln kommer att söka plats där det finns mark. De spridda enheterna kommer sannolikt att fördelas bland stadens verksamhetsområden.

Scenario C – liten utveckling i centrum och stor utveckling i koncentrerade handelsplatser

I detta scenario antas att 10 procent av detaljhandeln tillkommer i centrum och 75 procent i koncentrerade handelsområden. Resterade 15 procent tillkommer i stadsdelscentra och spridd i staden.

Scenario D – liten utveckling i centrum och spridd utveckling i övriga staden

10 procent av detaljhandelstillväxten sker i centrum och resten kommer till spridd i staden främst i verksamhetsområden.



1A: Stor tillväxt i centrum - 30 procent - och i koncentrerade handelsplatser

Detta scenario stärker stadens image mest genom ett samlat och överskådligt handelsutbud. Det ger också den största attraktiviteten för annan näringslivsutveckling. Särskilt för kontorsverksamheter blir såväl centrumlägen som de större handelsplatserna intressanta.

Samband mellan detaljhandel, annan service, fritid, kultur och nöjen är möjliga. Olika typer av handel och verksamheter ger draghjälp åt varandra genom sin närhet. Konsumenterna får goda möjligheter till kombinationsbesök.

Goda möjligheter finns att ordna en god tillgänglighet till stora delar av utbudet med såväl bil som kollektivtrafik.

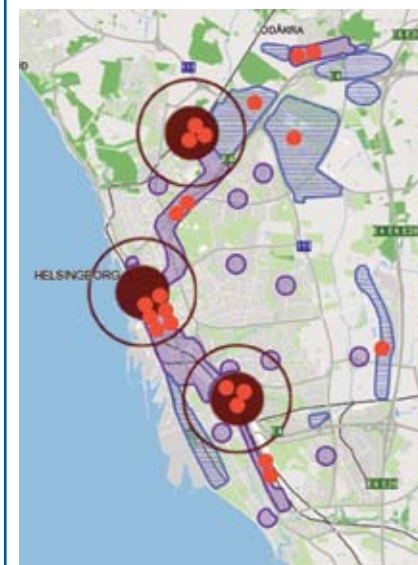


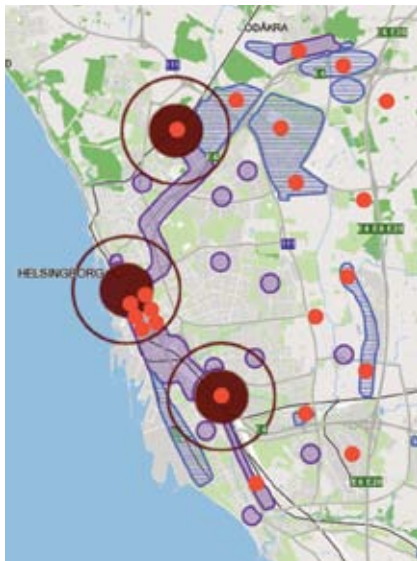
Bild 22. Scenario 1A. Stor centrumutveckling och samlad utveckling i övriga tätorten.

1B: Stor tillväxt i centrum - 30 procent - och spridd lokalisering i övrigt

Scenariot ger goda möjligheter till ett varierat utbud av detaljhandel och service, fritid, kultur och nöjen i centrum, vilket stärker stadens image.

I resten av staden bör större detaljhandelsenheter kunna klara sig bra. Spridningen försvårar för små enheter och verksamheter som fritid, kultur och nöjen att stödja varandra och att få draghjälp av stora enheter. För besökare blir staden otydligare, man kan inte spontant söka en vara på en plats utan förkunskaper om var olika varor finns.

Biltillgängligheten blir god, men en viss trängsel kan uppstå i centrum. Det blir svårare att ordna god kollektivtrafik till de spridda butiksenheterna.



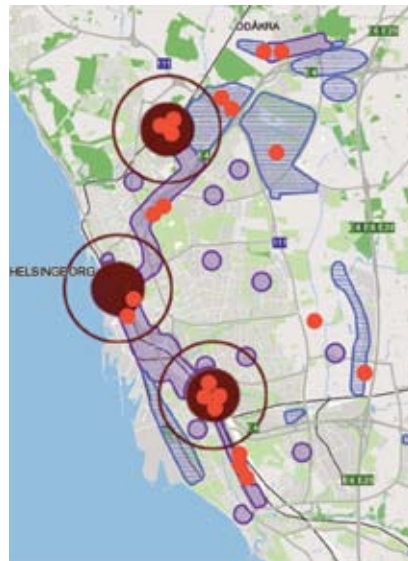
*Bild 23.
Scenario 1B. Stor centrumutveckling och spridd utveckling i övriga tätorten.*

2A: Liten tillväxt i centrum - 10 procent - och stor i koncentrerade handelsplatser

Scenariot ger inte den stärkta image för staden och regionen som en stor centrumtillväxt ger.

I centrum hårdnar konkurrensen om lokalerna. Det brukar leda till att de delas upp i mindre enheter. Butiker och verksamheter som fungerar i små lokaler och som tål högre hyror klarar detta, medan övriga söker andra lägen. Utbudet i centrum blir smalare och kombinationerna färre.

Möjligheter för en mångfald av utbud ges genom en koncentrerad handel på andra platser i staden. För detaljhandel kan detta sannolikt fungera bra, medan det blir lite svårare för fritid, kultur och nöjen. Möjligheterna till tillgänglighet med bil och kollektivtrafik blir goda.

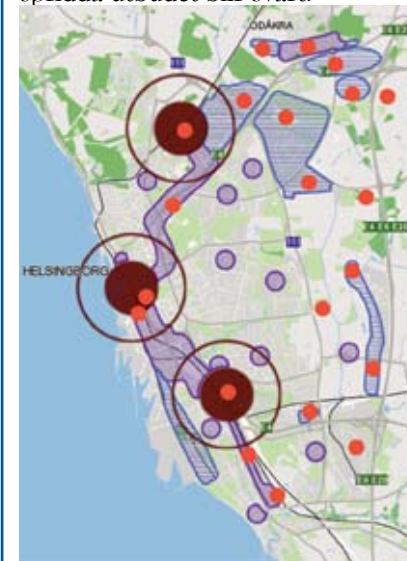


*Bild 24.
Scenario 2A. Liten centrumutveckling och samlad utveckling i övriga tätorten.*

2B: Liten utveckling i centrum - 10 procent - och spridd lokalisering i övrigt

Scenariot ger inte den stärkta image för staden och regionen som en stor centrumtillväxt ger. Även här ökar konkurrensen om centrumlokaler vilket påverkar utbud och bredd. För stora butiksenheter kan den spridda tillväxten fungera bra. De kan hitta billiga, stora lokaler med gott om parkering. Mindre butiker får svårare att hitta bra lägen, eftersom de är mer beroende av samlokalisering med andra aktörer för att dra kunder.

Kunderna måste ha god lokalkunskap för att finna varor och butiker i det spridda utbudet. För verksamheter som kultur, fritid och nöjen blir det ännu svårare. De behöver ofta en centrumbildning för att kunna fungera. Biltillgängligheten blir god, men det finns risk för rörig trafiksituation i områden som inte planeras för handel. Att ordna kollektivtrafik till det spridda utbudet blir svårt.



*Bild 25.
Scenario 2B. Liten centrumutveckling och spridd utveckling i övriga tätorten.*

Stadskärnan

Centrum – med Norr och Söder – behöver utvecklas i takt med att staden växer och köpkraften ökar, så att Helsingborg kan fortsätta vara ett starkt regionalt centrum med en intressant stadskärna som lockar besökare och verksamheter till staden. H+projektet är ett unikt tillfälle att skapa nya möjligheter för handel, service, fritid, kultur och nöjen och sätter ramar för citys utveckling för lång tid framåt.

Stadskärnornas roll för städernas tillväxt och utveckling betonas alltmer. Ett attraktivt och innehållsrikt centrum är viktigt både för stadens invånare och för stadens dragningskraft på besökare och näringsliv. Att stärka stadskärnan, öka kontakten med havet och binda samman Norr och Söder till ett enat centrum är kärnfrågor för Helsingborg. Ett samlat resecentrum i Knutpunkten, byggandet av Norra hamnen och H+projektet är alla led i den strävan.

Helsingborgs centrum har vuxit mellan havet i väster och landborgen i öster. Resultatet har blivit ett långsträckt och tudelat centrum. Den delvis medeltida stadsstrukturen har höga kvaliteter, men begränsar också förändringsmöjligheterna. Helsingborgs stadskärna har liksom andra i landet förnyats i olika faser – med nya varuhus och gågator på 1960-70-talen, med successiv upprustning av stadsmiljön och genom stärkt samverkan mellan stadskärnans aktörer under 1990-2000-talen. Idag tar större städer som Uppsala och Jönköping nya grepp med upprustning och expansion av sina stadskärnor.

Många skäl talar för att stadskärnan kommer att locka också i framtiden - stigande efterfrågan på upplevelsehandel, mer pendling, ökat kollektivtrafikresande och sannolikt dyrare bilresor. Centrum är den marknadsplats i Helsingborg som är lätt tillgänglig för alla – också med kollektivtrafik.



Bild 26. Centrumutvidgning med sammankopplande handelsstråk.

Teckenförklaring

-  Handelsstråk som sammanlänkar Norr- och Södercity
-  Cityområde
-  Viktiga handels- och fotgängarstråk
-  Planerad spårväg med hållplatser
-  Landborgen

Utrymme för långsiktig tillväxt

Helsingborgs centrum behöver kunna utvidgas och kompletteras med nytt innehåll och nya funktioner för att utvecklas i balans med Väla och svara mot framtidens behov. Stadskärnan har idag svårt att möta efterfrågan på lokaler. Särskilt bristen på stora lokaler har påtalats. Vilka lokalstorlekar och lokaltyper behövs och hur stor del av handelns tillväxt bör på sikt kunna tas emot i centrum?

Räkneexempel

Detaljhandeln i Helsingborg har grovt bedömts kunna växa med cirka 50 procent från år 2009 till år 2025, vilket uppskattats motsvara runt 125 000 kvadratmeter nya handelsytor under 16-årsperioden. Om 30 procent av dessa förläggs i centrum innebär det 37 500 kvadratmeter handel medan mer blygsamma 10 procent skulle innebära 12 500 nya kvadratmeter handel under samma period.

Stadskärnan har ett rikt innehåll utöver handel och erbjuder en bredd av upplevelser. Runt hälften av lokalerna i centrala lägen används ofta för restauranger, resebyråer, banker, gym och frisörer och andra verksamheter som inte är handel. Ytorna ovan kan därför behöva dubblas för att rymma en motsvarande tillväxt av sådana verksamheter.

Sammanbindning Norr - Söder

Att skapa en stark länk mellan Norr och Söder kan bli möjligt när Helsingborgs centralstation får en ny sydlig entré och Järnvägsgatan omdanas i samband med bygget av Södertunneln. För detta krävs att gatan och kvarteren bildar ett sammanhängande och attraktivt handelsstråk med tillräckligt starka attraktioner för att överbrygga avståndet mellan Norr och Söder. Passagen förbi Stadsparken är särskilt kritisk eftersom Järnvägsgatan är den enda möjligheten att skapa en stark länk i detta snitt. Kvarteren längs gatan kan ge ett komplement av nya, större och rationella lokaler, som det idag råder brist på. Utbyggnaden av handeln behöver ske successivt i balans med dagens centrum, men byggnaderna måste redan från början ges en utformning som senare kan fyllas med handel och annan service i takt med centrumets tillväxt- och utvecklingsbehov.

Kvarter och byggnader förbereds för handel

För att hantera en successiv tillväxt av handeln måste kvarter och byggnader förberedas för handel och andra centrumfunktioner även om de inledningsvis används till annat. De två nedre våningarna behöver ges tillräckliga takhöjder och utformas för öppna och flexibla ytor som kan medge stora lokaler. Kvarter och byggnader måste utformas för en god varuhantering och ha lösningar för angöringstrafik med mera. Krav på detta behöver ställas i kommande detaljplaner.

Långsiktig centrumutveckling

Nedgrävningen av järnvägen öppnar möjligheter för centrum att växa västerut. Samtidigt ska en effektiv bytespunkt i kollektivtrafiken, torg och andra funktioner rymmas i de nya kvarteren. Knutpunkten, Järnvägsgatan och Bredgatan är nyckelprojekt som behöver rymma stora delar av centrumets framtida ut-



Bild 27. Utveckling av ett A-stråk längs med Järnvägsgatan.

Teckenförklaring

-  Starkt handels- och servicestråk
-  A-stråk
-  Plats / stråk med rikt folkliv
-  Nytt handels- och servicestråk som binder samman Norr- och Södercity
-  Lokaler för handel och service som stärker stråket bör tillskapas

veckling och skapa en stark länk mellan Norr och Söder. En fördjupad analys av centrumets långsiktiga behov av tillväxt, komplettering och lokaltyper behövs som stöd i det fortsatta arbetet. Ett fortsatt strategiskt arbete kring en helhetssyn på centrumets innehåll och utveckling på sikt är angeläget. Ett viktigt steg togs när bolaget Citysamverkan bildades år 2010 med Cityföreningen, Fastighetsägarna och staden som parter. Visionen är att "bidra till att Helsingborg City blir en av norra Europas vitalaste, modernaste och mest attraktiva stadskärnor att leva, verka och konsumera i".

Övergripande ställningstaganden i FÖP H+

Centrumets attraktivitet och konkurrenskraft ska stärkas. En långsiktig och successiv tillväxt och komplettering av Helsingborgs centrum ska möjliggöras genom Södertunneln och H+projektet.

Norr och Söder ska bindas samman med ett sammanhängande, tryggt och levande A-stråk längs hela Järnvägsgatan (*A-stråk är bästa kommersiella läget med starka företag och stora flöden av människor*). För att möjliggöra flexibilitet och successiv utveckling av centrum ska byggnader och kvarter förberedas för handel och service. Längs huvudstråk förbereds de två nedre våningarna och i övriga centrumlägen förbereds bottenvåningen.

Mål och strategier

Knutpunkten, Bredgatan och Järnvägsgatan är nyckelprojekt som behöver rymma centrumets framtida utvecklingsbehov.

Strategier för att hantera centrumets utveckling och en successiv utveckling av handeln behövs.

Detaljhandel utanför stadskärnan

Visionen är att H+området ska bli en blandad stad med levande stadsmiljöer. Handeln är en del i detta, men en stad innehåller också ett brett utbud av kommersiell och offentlig service, nöjen, fritidsaktiviteter och kultur av olika slag som samspelar med handeln. Utanför centrum måste handel och andra målpunkter samlas i stråk vid knutpunkter och hållplatser för att locka kunder. Osäkerhet om framtida underlag och utbyggnadsetapper gör att frågorna kring handel och annan service behöver utvecklas vidare efter hand.

Utanför centrum, med sitt stora utbud av målpunkter och arbetsplatser ändras förutsättningarna för att bedriva handel påtagligt. Även med en hög bebyggelsestäthet blir underlaget för lokal handel begränsat. Möjligheterna beror främst på mängden boende och arbetande samt rörelseströmmar längs olika stråk. Handel och service behöver därför samlas i kluster vid hållplatser och knutpunkter så att verksamheterna kan stödja varandra.

Detaljhandeln inom planområdet är idag begränsad, men flera stora etableringar har tillkommit i kringområdet under senare år. Handel är en stor bransch i flera delområden, men det rör sig till stor del om partihandel.

Planteringen har ett litet centrum med en mindre livsmedelsbutik och visst annat utbud. I verksamhetsområdet Hästhagen norr om Ramlösa station finns viss lågpris- eller volymhandel och en stor livsmedelshandel. I övrigt finns spridda mindre etableringar i bottenvåningar längs större vägar. Centrum med sitt breda utbud och två större matbutiker på Söder tangerar planområdet i norr. Direkt i söder finns matbutik och viss volymhandel med hem- och byggvaror vid Landskronavägen. Intill ligger en stormarknad. Läng-

re söderut vid Råå finns en ny centrumbildning med stormarknad och andra butiker. Öster om järnvägen ligger Elinebergs centrum.

Ramlösa stationsområde

Ramlösa station ska på sikt utvecklas till en regional nod med personal- och besöksintensiva verksamheter, service och detaljhandel. Området kan då också fungera som ett stadsdelscentrum för kringliggande områden. En attraktiv regional nod behöver ett utbud av varierad detaljhandel med bland annat livsmedel och service nära stationen.

Eftersom området är lättillgängligt med både bil och kollektivtrafik kan även mer utrymmeskrävande och skrymmande handel övervägas i Hästhagen en bit från stationen där det redan idag finns några sådana butiker. Detta behöver studeras vidare i en handelsstrategi för staden.

Teckenförklaring

-  Sammanbindande handelsstråk
-  Läge för livsmedelshandel
-  Stationsnära område - utvecklas för arbetsplatser, service och handel
-  Bostadsnära centrum
-  Större livsmedelshandel, befintlig
-  Cityområde, befintligt
-  Volymhandel, befintlig
-  Regional nod
-  Planerad spårväg med hållplatser
-  Planerat huvudgatanät



Bild 28. Handel i planområdet.

Samla i knutpunkter och stråk

Utanför centrum behöver handel och service samlas i de bästa lägena vid spårväghållplatser och knutpunkter så att verksamheterna stödjer varandra och dagliga ärenden underlättas. Samlokalisering med offentlig service kan hjälpa till att stärka underlaget till exempel genom föräldrar som lämnar och hämtar barn.

Alla typer av verksamheter som kan berika gatumiljön med fler besökare och aktiviteter bör prövas längs viktiga stråk – även öppet utformade kontor, föreningslokaler, offentlig service och olika slags bostadskomplement.

Flexibla lokaler

För att kunna rymma olika typer av verksamheter och för att klara förändringar över tid behöver bottenvåningarna längs frekventerade stråk utformas flexibelt. Små butiker, serveringar, verksamheter och serviceinrättningar kan då lättare inrymmas i kvarter och byggnader i framtiden.

Planterings centrum

Planterings centrum behöver stärkas och ges nya funktioner för att kunna fylla sin roll som mötesplats och servicepunkt i området.

Livsmedelshandel

Underlaget för livsmedelsbutiker i området är beroende av hur utbyggnaden av bostäder sker och av dess etapper.

Välsorterade livsmedelsbutiker är stora och ryms inte i vanliga bottenvåningar. Lämpliga lägen behöver därför pekats ut tidigt i planeringen för att kunna lösa frågor kring lokalstorlekar, parkering och varutransporter. Samlokalisering med annan service bör stu-

deras för att öka kundunderlaget. Som exempel kan nämnas att en dagligvarubutik på 1000 kvadratmeter idag motsvarar en liten ICA Supermarket eller en liten Coop Konsum. Den behöver ett kundunderlag på cirka 5 000 närboende om en hög köptrohet på 40 procent kan uppnås. (*Funktionsblandade stads kvarter, Trafikverket, 2010*).

Från H+områdets norra del når man livsmedelsbutiker på Söder, men från Gåsebäck är avståndet längre. Ett läge för ny livsmedelshandel intill Sandgatan bör kunna locka både boende från Gåsebäck och Husarområdet och dra nytta av närheten till spårvägen och trafiken längs Industrigatan.

Möjligheten att etablera en mindre livsmedelsbutik för boende i Södra hamnen och på Oceanpiren behöver studeras vidare. Det lokala kundunderlaget av boende och arbetande i området blir avgörande och ett bra läge i delområdet är nödvändigt.

Fortsatta studier

Fortsatta analyser av marknad, etapper och kundunderlag krävs för att skapa goda förutsättningar för handel och annan service i området.

Mål och strategier

Ramlösa stationsområde bör på sikt rymma centrumfunktioner som kan stärka den regionala noden och bidra till ett attraktivt och varierat handelsutbud i söder. I Hästhagen kan även mer utrymmeskrävande och skrymmande handel övervägas.

Ett läge för livsmedelshandel kring Sandgatan bör eftersträvas. Även möjligheterna för en mindre livsmedelsbutik i Södra hamnen bör studeras i fortsatt planering.

Utanför centrum bör handel och olika slags service samlokaliseras och koncentreras vid knutpunkter och spårväghållplatser.

Bottenvåningar vid knutpunkter, hållplatser och längs frekventerade stråk utformas flexibelt för att möjliggöra olika användning.

Citysamverkan

Näringslivet i form av fastighetsägare, handeln, restauranger och hotell verksamma i city samverkar sedan våren 2010 med Helsingborgs stad inom ramen för Citysamverkan AB. De parter som gått samman är fastighetsägare anslutna till den så kallade *Kommersiella gruppen*, Cityföreningen med cirka 150 medlemmar och staden. Bolagets ändamål är att genom utveckling och marknadsföring av city samt projekt och konsultverksamhet verka för att öka attraktiviteten i Helsingborgs stadskärna.

Visionen är att ”Citysamverkan ska bidra till att Helsingborgs City blir en av Europas vitalaste, modernaste och mest attraktiva stadskärnor att leva, verka och konsumera i”.

Definitioner

Detaljhandel och partihandel

Med detaljhandel menas återförsäljning av varor till enskilda personer och hushåll, inte bara i butiker utan också via postorder och e-handel. Med partihandel menas återförsäljning till företag, juridiska enheter, organisationer, hantverkare och myndigheter.

Dagligvaror och sällanköpsvaror

Man skiljer på dagligvaruhandel och specialvaror även kallade sällanköpsvaror. Dagligvaror är förbrukningsvaror som ingår i den dagliga hushållsrutinen, till exempel livsmedel, kemisk-tekniska produkter, tidningar, tobak, blommor med mera. I specialvaror ingår varugrupperna beklädnad, fritid och hem.

Bilder

- Bild 1. SBF, Helsingborgs stad
- Bild 2. SBF, Helsingborgs stad
- Bild 3. Helsingborgs hamn
- Bild 4. Ole Jais, KSF, Helsingborgs stad
- Bild 5. Helsingborgs stad, SNI kod 2007
- Bild 6. Gertrud Egnell, Christina Andersson, SBF, Helsingborgs stad
- Bild 7. Gertrud Egnell, Helena Ahlblom, SBF, Helsingborgs stad
- Bild 8. SBF, Helsingborgs stad
- Bild 9. Gertrud Egnell, Helena Ahlblom, SBF, Helsingborgs stad
- Bild 10. Atkins Sverige AB
- Bild 11. SBF, Helsingborgs stad
- Bild 12. Måns Fornander, KSF, Helsingborgs stad
- Bild 13. SBF, Helsingborgs stad
- Bild 14. SBF, Helsingborgs stad
- Bild 15. Anders Ebefeldt, Foto:studio-e.se
- Bild 16. Gertrud Egnell, Helena Ahlblom, SBF, Helsingborgs stad
- Bild 17. Resvaneundersökning 1994, respektive 2007, SBF, Helsingborgs stad
- Bild 18. Gertrud Egnell, Helena Ahlblom, SBF, Helsingborgs stad
- Bild 19. Helena Ahlblom, SBF, Helsingborgs stad
- Bild 20. Helena Ahlblom, SBF, Helsingborgs stad
- Bild 21. Ole Jais, KSF, Helsingborgs stad
- Bild 22. Gertrud Egnell, Christina Andersson, SBF, Helsingborgs stad
- Bild 23. Gertrud Egnell, Christina Andersson, SBF, Helsingborgs stad
- Bild 24. Gertrud Egnell, Christina Andersson, SBF, Helsingborgs stad
- Bild 25. Gertrud Egnell, Christina Andersson, SBF, Helsingborgs stad
- Bild 26. SBF, Helsingborgs stad
- Bild 27. Gertrud Egnell, Helena Ahlblom, SBF, Helsingborgs stad
- Bild 28. Gertrud Egnell, Helena Ahlblom, SBF, Helsingborgs stad

Referenser

Handelns utredningsinstitut, AB, (2002).

Underlag och förslag till handelspolicy för Helsingborgs stad. Stadsbyggnadskontoret, Helsingborgs stad.

Handelns utredningsinstitut, AB, (2010).

Rämme, U. Etablering av detaljhandel på Grustäkten. (opubl). Stadsbyggnadsförvaltningen, april 2010 Helsingborgs stad.

Handelns utredningsinstitut, AB, (2006).

Waldenström, J. Konsekvensanalys av utökad handelsyta i Välaområdet.

Tengdalen, (2009)

R. von Malmborg, Detaljhandel i H+, seminarierapport 14 dec 2009.

Workshop om framtidens detaljhandel, medv. Hult I, Bergström F, Krafft O, von Malmborg R. Helsingborgs stad.

Malmö Stadsbyggnadskontor. (2008).

Detaljhandeln i Malmö, 2006 års undersökning. Malmö stadsbyggnadskontor, sep 2008, Pr 3086.

Malmö Stadsbyggnadskontor. (2010).

Diskussionsunderlag inför Markprogram för näringslivet. Malmö stadsbyggnadskontor, maj 2010, Pr 3088.

Rämme, Ulf, m fl.(2010)

Häriifrån till framtiden - detaljhandeln i Sverige 2025.

AB Handelns Utredningsinstitut, HUI.

Rapport Handelns Utvecklingsråd (HUR).

http://www.bur.nu/MediaBinaryLoader.axd?MediaArchive_FileID=4b0d2a62-14ae-4bd6-897d-

953f02e13e40&MediaArchive_ForceDownload=true

Sandahl, J, Bergholm, C, Rudling C. (2010)

Funktionsblandade stads kvarter. En idébank för politiker, planerare, fastighetsägare och byggare. Projekt "Den goda staden", Trafikverket, publ 2010:087.

de Wit Sandström, Ida, Fredriksson, Cecilia. (2010).

Handelsplats Helsingborg. Plattformen, Helsingborg stad m fl.

de Wit Sandström, Ida. (2008).

Handelsplats Helsingborg, en kunskapsinventering av handeln i Helsingborgs centralort. (opubl.) Helsingborgs stad.

Resvaneundersökning 1994, respektive 2007,

Helsingborgs stad, Stadsbyggnadsförvaltningen, IBM

SBSS

Planer och måldokument

ÖP 2010 – en strategisk översiktsplan för Helsingborgs utveckling.

Kommunfullmäktige 2010.

Handelspolicy för Helsingborgs stad,

Byggnadsnämnden, 2004.

Näringslivsstrategi för Helsingborgs stad,

Kommunfullmäktige, 2009.

Översiktsplan 2010 FÖP H+,

Utställningshandling fördjupning av översiktsplan för H+, Helsingborgs stad, 2011.

FÖP H+,

Program för fördjupning av översiktsplan, Helsingborgs stad, 2009.

Tänk Helsingborg,

Program för projekttävling för H+, Strukturerande förutsättningar, Helsingborgs stad, 2008.

Kopparverkshamnen med närliggande industri,

PM till fördjupning av översiktsplan, FÖP H+



HELSINGBORG

Stadsbyggnadsförvaltningen
Järnväggsgatan 22, 251 89 Helsingborg
Besök vår utställning på SHIP Bredgatan 11, Helsingborg
042-106060