

Frida Rojjer  
Näringslivskontoret  
Eslövs kommun  
2001-03-26

# Konsumentenkät i Eslöv 2001

*en attitydundersökning av kommuninvånarnas inställning till Eslövs centrum*

<b>1 INTRODUKTION .....</b>	<b>5</b>
1.1 BAKGRUND OCH SYFTE.....	5
1.2 FRÅGESTÄLLNINGAR .....	5
1.3 METOD OCH URVAL.....	6
1.4 DISPOSITION	6
<b>2 BORTFALLSANALYS .....</b>	<b>8</b>
<b>3 ÅSIKTER OM VARUUTBUDET .....</b>	<b>9</b>
3.1 OFTARE NÖJD ÄN MISSNÖJD.....	9
3.2 YNGRE MER MISSNÖJDA ÄN ÄLDRE.....	11
3.3 MISSNÖJE I STEHAG OCH OINTRESSE I ÖRTOFTA.....	12
<b>4 ÖPPETTIDER .....</b>	<b>14</b>
<b>5 PARKERING I CENTRUM .....</b>	<b>16</b>
<b>6 KVALITÉER OCH BRISTER I CENTRUM .....</b>	<b>19</b>
6.1 AFFÄRER	19
6.2 TRÄFFPUNKTER	21
6.3 TRAFIKEN I CENTRUM .....	23
6.4 DEN YTTRE MILJÖN.....	24
6.5 HELHETS BETYG	25
6.6 VAD HAR HÄNT PÅ TIO ÅR?.....	26
<b>7 KÖPSTRÖMMAR OCH EXTERNHANDEL .....</b>	<b>27</b>
7.1 BESÖKSFREKVENSER .....	27
7.2 BÄTTRE UTBUD LOCKAR TILL UTFLYKT.....	29
7.3 INKÖPSSTÄLLE	30
<b>8 AVSLUTNINGSVIS.....</b>	<b>33</b>
<b>BILAGA 1 .....</b>	<b>34</b>
<b>BILAGA 2 .....</b>	<b>36</b>

# Diagramförteckning

DIAGRAM 3.1	UTBUD UNGDOMSKLÄDER. FÖRDELAT PÅ ÅLDER.....	11
DIAGRAM 3.2	UTBUD SKOR. FÖRDELAT PÅ ÅLDER.....	11
DIAGRAM 3.3	UTBUD BASMATVAROR. FÖRDELAT PÅ ÅLDER.....	12
DIAGRAM 3.4	UTBUD ARMATUR/BELYSNING. FÖRDELAT PÅ ÅLDER.....	12
DIAGRAM 4.1	ÖPPET LÖRDAG FÖRE KL 11. FÖRDELAT PÅ ÅLDER.....	14
DIAGRAM 4.2	ÖPPET LÖRDAG EFTER KL 14. FÖRDELAT PÅ ÅLDER.....	14
DIAGRAM 5.1	FÄRDMEDEL TILL CENTRUM. FÖRDELAT PÅ ESLÖVS CENTRUM, ESLÖVS TÄTORT OCH ÖVRIGA.....	16
DIAGRAM 5.2	PARKERINGSMÖJLIGHETER .....	17
DIAGRAM 5.3	GÅNGAVSTÅND TILL OCH FRÅN PARKERINGSPLATS.....	18
DIAGRAM 6.1	”DET BORDE FINNAS FLER STORA KLÄDKEDJOR, SOM T EX H&M, JC OCH KAPPAHL.” FÖRDELAT PÅ ÅLDER.....	19
DIAGRAM 6.2	”DET BORDE FINNAS FLER BUTIKSGALLERIOR”.....	20
DIAGRAM 6.3	”DET BORDE FINNAS FLER BUTIKSGALLERIOR”. FÖRDELAT PÅ ÅLDER. ....	20
DIAGRAM 6.4	”DET FINNS FÖR FÅ STORA MATMARKNADER”.....	21
DIAGRAM 6.5	”DET FINNS FÖR FÅ SMÅ SERVICELIVS” .....	21
DIAGRAM 6.6	”FLER RESTAURANGER BORDE HA KVÄLLSÖPPET”.....	22
DIAGRAM 6.7	”FLER CAFÉER BORDE HA KVÄLLSÖPPET” .....	22
DIAGRAM 6.8	”DET BORDE FINNAS FLER SNABBMATRESTAURANGER SOM T EX BURGER KING OCH MC DONALD ´S” .....	22
DIAGRAM 6.9	”MER AKTIVITETER/UNDERHÅLLNING PÅ TORGET VORE TREVLTG” .....	23
DIAGRAM 6.10	”DET BORDE VARA FÄRRE PARKERINGSPLATSER PÅ TORGET” .....	24
DIAGRAM 6.11	HELHETS BETYG PÅ ESLÖVS CENTRUM .....	25
DIAGRAM 7.1	BESÖK I ESLÖVS CENTRUM .....	27

# Tabellförteckning

TABELL 3.1	BETYGSÄTTNING PÅ VARUUTBUDET I ESLÖVS CENTRUM .....	9
TABELL 4.1	ÖPPETTIDER I CENTRUMAFFÄRERNA.....	14
TABELL 5.1	TILLGÅNG TILL BIL.....	16
TABELL 5.2	SVÅRASTE TIDEN ATT HITTA PARKERINGSPLATS.....	18
TABELL 7.1	FREKVENSTABELL. HANDEL UTANFÖR ESLÖVS KOMMUN.....	28
TABELL 7.2	FREKVENSTABELL. DE TVÅ FRÄMSTA SKÄLEN TILL EXTERNHANDEL.....	29
TABELL 7.3	INKÖPSSTÄLLE FÖR OLIKA VAROR. ....	30
TABELL 7.4	INKÖPSSTÄLLE FÖR OLIKA VAROR. ”KÖPER ALDRIG VARAN” EJ MEDRÄKNADE.....	31

# 1 Introduktion

## 1.1 Bakgrund och syfte

För drygt tio år sedan gjordes en undersökning på uppdrag av Eslövs kommun, med syfte att ta reda på hur kommunens invånare tyckte att Eslövs tätort fungerar som handelscentrum. En enkät skickades ut till 1000 kommuninvånare, där de ombads fylla i frågor om köpvanor och inställning till en rad faktorer i Eslövs centrum. Man undersökte vilka kvalitéer som fanns respektive saknades i centrum och i centrumaffärernas varuutbud; man studerade kommuninvånarnas attityder till centrum och man försökte kartlägga de utåtriktade köpströmmarna från Eslövs kommun.

Därefter har man från kommunens håll, med undersökningen som grund, försökt förbättra centrummiljön på olika sätt och utveckla Eslövs tätort som handelscentrum i kommunen. Sedan undersökningen gjordes för tio år sedan har affärerna i Eslövs tätort sett en ökad konkurrens framför allt från köpcentret Center Syd i Löddeköpinge. Center Syd ligger förhållandevis nära och lättillgängligt, i synnerhet för dem som bor i de västra kommundelarna. Här hittar man många affärer som inte finns i Eslöv och dessutom är priserna i många fall lägre.

För att stärka Eslövs roll som kommunens egentliga handelscentrum och för att få kommunens invånare att välja Eslövs centrum istället för angränsande kommuner eller stora köpcentra, har det satsats mycket på den yttre miljön. Kommunen har velat skapa en trevlig och mysig atmosfär; ett centrum att lugnt strosa runt i ska förhoppningsvis locka mer än att stressa omkring bland köpcentrets knökfulla butiker. Det har bland annat anlagts planteringar med blommor för att ge ett behagligt intryck och man har placerat ut parkbänkar. Gatorna kring torget har gjorts smalare, för att dämpa biltrafiken i själva centrum. Fri parkering (med P-skiva) har införts, vilket väl knappast har bidragit till att minska mängden bilar i centrum, däremot kanske att fler väljer att köra och handla i Eslöv hellre än i andra kommuner.

För att höra kommuninvånarnas åsikter om de förändringar som har gjorts sedan den förra enkäten, och för att få en uppfattning om vad invånarna är nöjda respektive missnöjda med i centrum idag, har en ny enkät utformats och skickats ut till 1000 kommuninvånare. Ytterligare syftet med undersökningen är att få fram åsikter om varuutbudet i centrum, att kartlägga köpströmmarna inom och från kommunen – det vill säga *var* kommunens invånare gör sina inköp av olika varor – samt få svar på frågan varför man eventuellt väljer att handla utanför kommunen.

## 1.2 Frågeställningar

För att det ska vara möjligt att göra en jämförelse mellan denna nya undersökning och den som gjordes för tio år sedan, har jag valt att utgå från de frågeställningar som formulerades till den förra undersökningen. Vissa förändringar har dock gjorts, liksom några tillägg om öppettider och parkeringsmöjligheter. De frågeställningar som den här undersökningen förväntas belysa är:

1. Vad anser Eslövs kommuninvånare om varuutbudet i affärerna i Eslövs centrum?
2. Hurdan är kommuninvånarens inställning till centrumaffärernas öppettider?
3. Hurdan är kommuninvånarens inställning till parkeringsmöjligheterna i centrum?
4. Vilka kvalitéer har respektive saknar Eslövs centrum, enligt kommuninvånarna själva?
5. Hur ser köpströmmarna ut inom och från Eslövs kommun?
6. Varför väljer Eslövs kommuninvånare att åka och handla utanför kommunen?

## 1.3 Metod och urval

Som redan nämnts baseras undersökningen på en postenkät. Med denna metod kan man nå många kommuninvånare till en förhållandevis låg kostnad och bedömdes i det här fallet vara den mest lämpliga för att ge svar på frågeställningarna. En nackdel med denna metod är att man inte kan vara säker på att det är rätt person som fyller i enkäten. Det kan vara mamma, pappa, syster, svärfar eller kanske en kompis som har besvarat frågorna istället för den person som enkäten är skickad till, det kan vi aldrig veta och det kan leda till mer eller mindre svåra urvalsfel.

Annat som man måste vara uppmärksam på när man använder enkätmetoden är själva bortfallet, de personer av någon anledning inte fyller i enkäten. En noggrann bortfallsanalys minskar risken för felbedömningar av de svar man väl får in. En sådan görs i kapitel två.

Till den här undersökningen har 1000 personer bosatta i Eslövs kommun i åldern 16–80 år slumpmässigt valts ut. Urvalet motsvarar kommunens befolkning med avseende på ålder, kön och bostadsort. Med bostadsort menas de 12 orter i kommunen som används i kommunens årliga befolkningsstatistik, nämligen Eslöv (med en uppdelning på centrum och tätort), Billinge, Flyinge, Harlösa, Hurva, Gårdstånga, Kungshult, Löberöd, Marieholm, Stehag, Stockamöllan och Öртоfta.

Enkäten skickades ut i slutet av vecka 1 med önskemålet att den skulle fyllas i och skickas tillbaka inom två veckor. I början av vecka 4 hade 632 svar kommit in och 200 påminnelser skickades ut. De som fick påminnelser valdes ut så, att de åldersgrupper som var underrepresenterade bland de inkomna svaren fick flest påminnelser, för att på så sätt få ett så representativt urval som möjligt. Anledningen till att det inte skickades ut påminnelser till samtliga som inte besvarat enkäten, var att svarsfrekvensen bedömdes som mycket hög redan efter två veckor. En förklaring till det höga deltagandet är att enkäten skickades ut vid en bra tidpunkt, nämligen mellan nyår och trettonhelgen när många var lediga från skola och jobb och tog det lugnt efter allt julfirande. En annan förklaring pekar på engagerade kommuninvånare, som fann frågorna angelägna och som såg sin möjlighet att påverka.

Fältarbetet avslutades i vecka 6. Då hade 713 svar kommit in, vilket får anses vara en mycket hög svarsfrekvens.

## 1.4 Disposition

I *kapitel två* jämförs undersökningens urval med den egentliga befolkningen i Eslövs kommun, med tanke på urvalskriterierna ålder, kön och bostadsort. Här görs en bortfallsanalys för att se om de tillfrågade kan anses representera befolkningen i stort.

*Kapitel tre* avser att ge svar på frågeställning 1, vad kommuninvånarna anser om varuutbudet i centrum och *kapitel fyra* handlar om affärernas öppettider, vilket var frågeställning 2.

I *kapitel fem* tar vi upp frågeställning 3 och parkeringsmöjligheterna i centrum.

För att få svar på frågeställning 4 har de som svarat på enkäten fått ta ställning till ett trettiotal olika påståenden om Eslövs centrum, om allt ifrån torghandel och blomsterplanteringar till diskotek och offentliga toaletter. I *kapitel sex* får vi således en uppfattning om vad befolkningen i kommunen är nöjda respektive missnöjda med i centrum.

I *kapitel sju* görs en kartläggning av köpströmmarna inom och från Eslövs kommun. Vi får här svar på frågan om vilka varor man köper i Eslöv och vilka man oftast köper någon annanstans. Vi tar också reda på vart Eslövs kommuns invånare åker och handlar när de inte åker till Eslövs centrum och varför man eventuellt väljer att åka och handla utanför kommunen.

I *kapitel åtta* slutligen sammanfattas resultaten.

## 2 Bortfallsanalys

Svarsfrekvensen blev 71% (713 svar), vilket får bedömas som ett mycket bra resultat. För 2% (22 personer) har ett skäl uppgivits till varför de inte kunnat svara; de har exempelvis varit bortresta, har flyttat eller inte velat svara. De övriga 27 procenten får räknas till normalt bortfall vid den här typen av undersökningar. Urvalet gjordes så, att den grupp som fick enkäten hemskickad motsvarar befolkningen i Eslövs kommun med hänseende på ålder, kön och bostadsort. Då inte alla svarade är det viktigt att jämföra det faktiska urvalet med verkligheten, för att se om de svar som kom in verkligen kan anses vara representativa för hela befolkningen.

Då inga exakta siffror fanns att tillgå över hur många män respektive kvinnor som bor i kommunen, utgick vi från att fördelningen är ungefär 50% män och 50% kvinnor, möjligen något fler kvinnor eftersom kvinnor i medeltal lever längre än män. Det är också fler kvinnor än män som har svarat på enkäten; 54% av de inkomna svaren kommer från kvinnor och 46% från män. Då kön inte förväntas spela någon avgörande roll i det här fallet – åsikter om exempelvis parkering och öppettider är förmodligen oberoende av könstillhörighet – är övervikten av kvinnliga svar av mindre betydelse.

När det gäller andelen svar från de olika kommundelarna, är urvalet mycket representativt. 62% av svaren kommer från personer som är bosatta i Eslövs tätort och resterande 38% bor i byarna runt omkring. Även andelen svar från de olika byarna överensstämmer väl med verkligheten. Ända ska man vara försiktig med att dra alltför långtgående slutsatser angående bostadsortseffekter i de små byarna. Här kan ett tiotal enkäter ibland få representera en hel ortsbefolkning, vilket kan ge mätresultat som inte alls stämmer med den gängse uppfattningen i byn.

Det sista urvalskriteriet gällde åldersfördelningen och vi konstaterar att den totalt sett stämmer förhållandevis väl med åldersstrukturen i Eslövs kommun. I urvalet är de unga i åldern 16–24 år något underrepresenterade och gruppen 40–64 år är tvärtom något överrepresenterad.

Studerar man åldersgrupperna inom respektive bostadsort får man ett lite annorlunda resultat. Först och främst kan vi konstatera att åldersstrukturen inte ser likadan ut i de olika kommundelarna. Stehag och Örtofta har en förhållandevis ung befolkning jämfört med kommungenomsnittet. Här bor inte så många pensionärer, men desto fler i åldrarna 25-40 år. I Billinge är situationen den omvända; här är andelen äldre högre än kommungenomsnittet och andelen unga och medelålders lägre.

Ser man till urvalet och andelen enkätsvar inom varje åldersgrupp, är vissa åldrar bättre representerade i vissa kommundelar än andra. De unga i Billinge, som alltså redan är färre än den genomsnittliga andelen unga i kommun, har inte svarat på enkäten i någon vidare utsträckning. Samma gäller för de unga i Harlösa och Kungshult. Svaren från Kungshult kommer främst från personer som är 40 år och äldre, vilket också gäller Stockamöllan.

Vi återkommer till åldersfördelningens betydelse längre fram, i analysen av enkätsvaren och i redovisningen av resultaten.



## 3 Åsikter om varuutbudet

En av avsikterna med enkäten, var att ta reda på vad kommuninvånarna tycker om utbudet i centrumaffärerna. I enkäten togs 36 olika typer av varor upp och vi bad konsumenterna att markera om de var ”mycket nöjda”, ”ganska nöjda”, ”inte speciellt nöjda” eller ”missnöjda” med utbudet av respektive vara. ”Ingen åsikt” fanns också med som alternativ.

### 3.1 Oftare nöjd än missnöjd

I uppställningen nedan har kategorierna ”mycket nöjd” och ”ganska nöjd” slagits ihop till enbart ”nöjd”, liksom ”inte speciellt nöjd” och ”missnöjd” blivit ”inte nöjd”. Tabellen visar en fallande skala, från de varor som kommuninvånarna är mest nöjda med till de varor som man är minst nöjda med. Placeringen är baserad på ett medelvärde utifrån antalet svar för varje vara. Tar man inte hänsyn till att nästan alla köper mat medan bara några köper barnkläder, kan man få en felaktig bild av procentsatserna nedan. Var alltså uppmärksam på variationerna i kolumnen ”ingen åsikt” och jämför hellre ”nöjd” och ”inte nöjd” för varje vara snarare än mellan de olika varorna.

	Vara	Nöjd	Inte nöjd	Ingen åsikt	Totalt (%)
1	Basmatvaror	91	3	6	100
2	Frukt och grönsaker	89	6	5	100
3	Blommor	82	6	12	100
4	Glasögon	69	7	24	100
5	Guld, silver, smycken	73	8	19	100
6	Delikatessvaror	82	9	9	100
7	Färg, tapeter	67	11	22	100
8	Hälsokost	53	9	38	100
9	Fotoartiklar	64	11	25	100
10	Leksaker	55	10	35	100
11	Byggvaror	61	11	28	100
12	Kosmetika, parfym	51	12	37	100
13	Järnvaror, verktyg	58	14	28	100
14	Bilar	51	14	35	100
15	Möbler	64	18	18	100
16	Sport- och fritidsartiklar	59	17	24	100
17	Cyklar	50	15	35	100
18	TV, video, stereo	60	18	22	100
19	Klockor	53	18	29	100

20	Exotiska matvaror	<b>47</b>	17	36	100
21	Herrkläder	<b>56</b>	23	21	100
22	Väskor	<b>46</b>	20	34	100
23	Torghandeln	<b>50</b>	22	28	100
24	Sybehör	<b>37</b>	18	45	100
25	Hemtextilier, tyger	<b>41</b>	20	39	100
26	Datorer	<b>32</b>	17	51	100
27	Vitvaror	<b>45</b>	25	30	100
28	Böcker, kontorsmaterial	<b>50</b>	27	33	100
29	Skivor, kassettband	<b>45</b>	29	26	100
30	Dataspel	<b>24</b>	16	60	100
31	Damkläder	<b>40</b>	28	32	100
32	Glas, porslin, husgeråd	<b>41</b>	32	27	100
33	Barnkläder	20	<b>27</b>	53	100
34	Skor	33	<b>53</b>	14	100
35	Armatyr, belysning	26	<b>46</b>	28	100
36	Ungdomskläder	17	<b>34</b>	49	100

Tabell 3.1 Betygsättning på varuutbudet i Eslövs centrum

Eslövs kommuninvånare verkar generellt sett vara mer nöjda än missnöjda med utbudet i centrumaffärerna. Liksom i undersökningen för tio år sedan ligger matvarorna i topp, även om man inte är lika nöjd med utbudet av exotiska matvaror och hälsokost som med basvaror, delikatessvaror, frukt och grönt. 80% av kommuninvånarna är också nöjda med utbudet av blommor.

Anmärkningsvärt är att man är betydligt mer nöjd med utbudet av klockor och glasögon än för tio år sedan. Då låg kategorin ur och optik på fjärde plats från slutet; idag hittar vi kategorin glasögon istället på fjärde plats uppifrån. Även kategorin klockor har förbättrat sin ställning, om än inte lika mycket.

För flera varugrupper har andelen nöjda minskat, utan att andelen missnöjda för den skull har förändrats nämnvärt. Det gäller exempelvis fotoartiklar, leksaker och kosmetika/parfym. Två varugrupper vars utbud drastiskt har försämrats, är armatur/belysning samt glas/porslin/husgeråd. Här kan vi se ett tydligt missnöje som inte fanns för tio år sedan.

Mest missnöjd är man – fortfarande – med utbudet av kläder, även om missnöjet har minskat betydligt. Man är mer nöjd med herrkläderna än med damkläderna; 56% är nöjda med utbudet av herrkläder jämfört med 40% för damkläder. Den största bristen gäller affärer med ungdomskläder; längre fram ska vi se att det man saknar mest är stora klädkedjor som H&M och JC. Även barnkläder och skor är svåra att hitta i Eslöv. Över 50% är missnöjda med utbudet av skor i Eslövs centrum.

## 3.2 Yngre mer missnöjda än äldre

Frågorna om utbudet är även intressanta ur ett åldersperspektiv. Dels därför att få pensionärer köper exempelvis ungdomskläder och att ungdomarnas åsikter därför bör lyftas fram extra i det fallet, och dels för att se om det finns några övergripande skillnader i åsikter mellan kommunens yngre och äldre invånare. Materialet har därför studerats utifrån fem åldersgrupper: 16–24, 25–34, 35–44, 45–64 och 65–80 år. Hänsyn har tagits till att intervallen mellan grupperna är inte lika stora.

De äldre är generellt sett mer nöjda med utbudet av olika varor än de yngre. Det gäller exempelvis varugrupper som möbler, vitvaror, TV/video/stereo, färg och tapeter. De äldre är också betydligt mer positivt inställda till torghandeln än de yngre. Omkring 60% av 45–80-åringarna är nöjda med torghandeln, mot knappt 40% bland dem som är mellan 16 och 44 år.

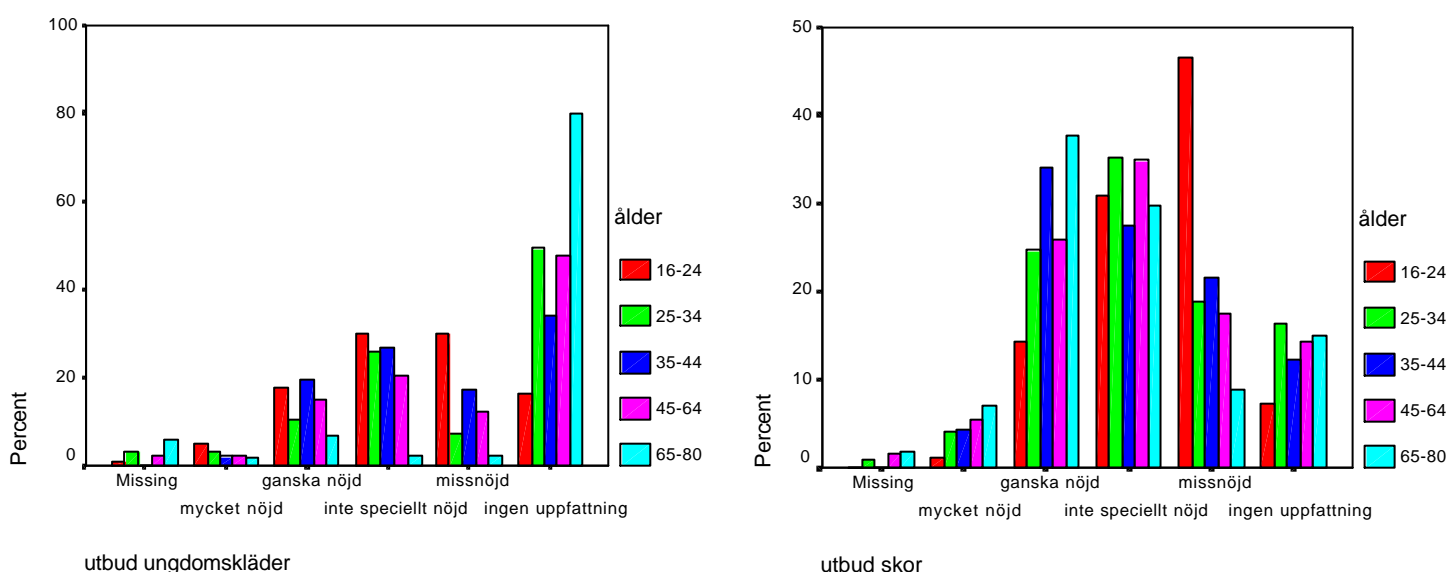


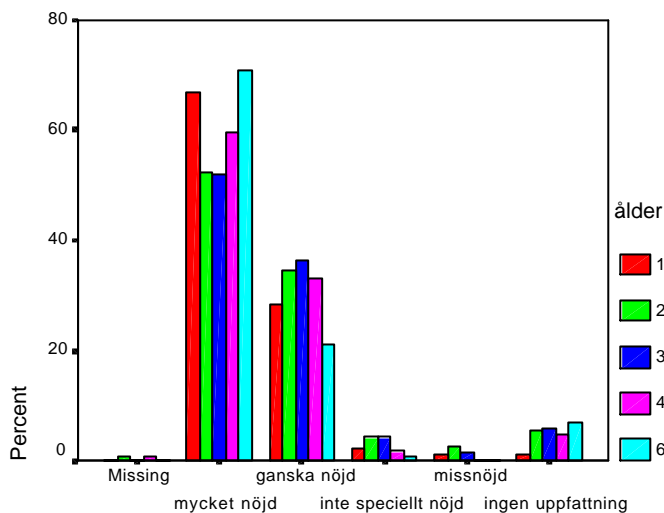
Diagram 3.1 Utbud ungdomskläder. Fördelat på ålder.

Diagram 3.2 Utbud skor. Fördelat på ålder.

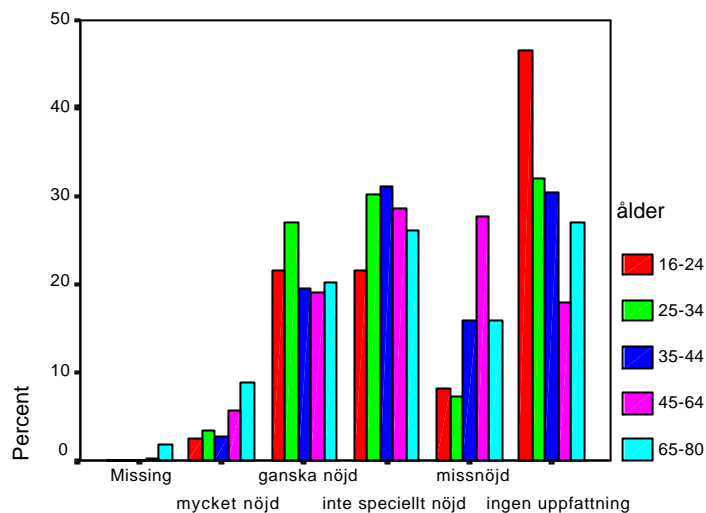
I synnerhet när det gäller utbudet av herr-, dam- och ungdomskläder gäller regeln att ju yngre, desto mer kritisk. Ungefär 60% av de unga i åldrarna 16–24 är inte speciellt nöjda eller missnöjda med utbudet av ungdomskläder och bara 20% är nöjda eller ganska nöjda. Denna grupp är också ojämförligt mest missnöjd med skor. 75% är inte nöjda med skoutbudet och bara 15% är nöjda. Bara i gruppen 65–80 år är fler nöjda än missnöjda med skoutbudet, även om andelen missnöjda ändå är hela 40%. Unga är också något mer missnöjda än äldre med skivutbudet.

De som mest saknar barnklädesaffärer är, naturligt nog, personer i åldrarna 25–44 år. Uppemot 40% i denna grupp är inte nöjda med utbudet av barnkläder.

För vissa varor märks ingen större skillnad vad gäller de yngres åsikter och de äldres. Detta gäller exempelvis glasögon, guld/silver/smycken, fotoartiklar, blommor samt matvaror. Mellan 80 och 90% i alla åldrar är nöjda med utbudet av matvaror. Ett undantag är exotiska matvaror, där missnöjet ligger på omkring 25% för alla åldrar utom dem över 65 år, där bara 5% säger sig vara missnöjda. Många är missnöjda med utbudet av klockor och böcker, men det skiljer bara lite mellan åldrarna.



utbud basmatvaror



utbud armatur belysning

Diagram 3.3 Utbud basmatvaror. Fördelat på ålder.

Diagram 3.4 Utbud armatur/belysning. Fördelat på ålder.

En varugrupp som faktiskt de äldre är mer missnöjda med än de yngre är armatur/belysning. Minst nöjda är 35–64-åringarna på mellan 45 och 55%. En stor andel av den yngsta åldersgruppen uppger istället att de inte har någon åsikt vad gäller utbudet av armatur och belysning. Samma mönster syns för hemtextilier/tyger, glas/porslin/husgeråd och sybehör.

### 3.3 Missnöje i Stehag och ointresse i Örtofta

Är Eslövsborna mer nöjda med utbudet i centrum än vad Marieholmsborna är? Har de som bor i Stehag en annan uppfattning än de som bor i Billinge?

Vid analysen har orterna slagits samman till sex olika grupper, baserade på geografisk närhet. Grupperna är Eslövs tätort; Billinge och Stockamöllan i norr; Marieholm i väster; Kungshult och Stehag i nordost; Örtofta, Gårdstånga, Flyinge och Harlösa i söder samt Hurva och Löberöd i sydost.

De enkätsvar som inkommit från Billinge, Stockamöllan och Eslövs tätort är de mest positiva till utbudet i centrum. Att Eslövsborna är mer positiva till centrum, än de som bor utanför stan och som mer sällan vistas där, är kanske inte så förvånande. Att man i Billinge och Stockamöllan är mycket mer nöjda med utbudet än på andra ställen, beror säkert till stor del på att det i Billinge bor fler äldre än kommungenomsnittet och dessutom var svarsfrekvensen från de unga i Billinge väldigt låg. Som vi såg i det förra avsnittet är ålder av stor betydelse för vad man anser om varuutbudet.

Jämfört med de andra orterna är man ofta mest missnöjd i Stehag och Kungshult. Därmed är det inte sagt att man på dessa orter generellt är mer missnöjd än nöjd med utbudet oavsett vara. Det är främst i förhållande till övriga orter som Stehag och Kungshult utmärker sig. Missnöjet kan delvis förklaras med den unga befolkningen; här bor många i åldrarna 25 till 40 år.

Bland dem som bor i de södra delarna av kommunen, i Hurva, Löberöd, Örtofta, Gårdstånga, Flyinge och Harlösa, är det många som inte har någon bestämd uppfattning om varuutbudet i Eslöv. Orterna ligger ganska långt från Eslövs tätort och, vilket förmodligen är avgörande, nära Lund och Malmö. Det är lika lätt att ta sig dit som till Eslöv. Många pendlar

dessutom till arbeten i Lund och Malmö, framför allt från Gårdstånga och Örtofta, vilket gör det naturligt att man vistas mer där än i Eslövs centrum.

Det finns inget statistiskt samband mellan åsikter om varuutbudet och hur länge man har bott i kommunen. Av dem som har svarat på enkäten har omkring 80% bott i Eslövs kommun i mer än 10 år. Siffran är något lägre för de södra orterna.

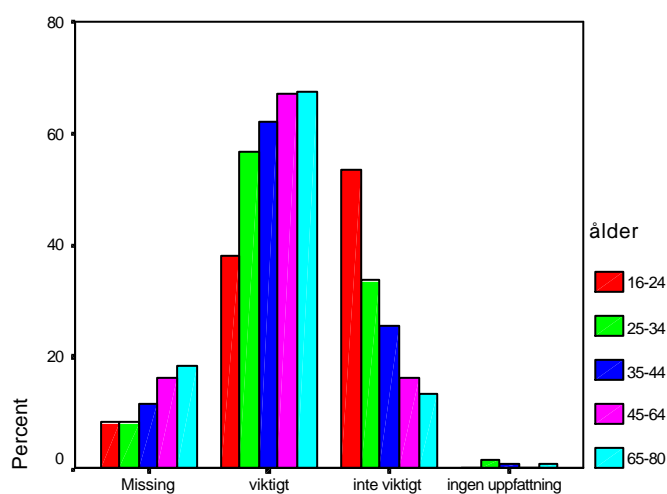
# 4 Öppettider

I enkäten ställdes några olika frågor om centrumaffärernas öppettider, av formen ”Är det viktigt att butikerna i centrum är öppna på lördagar?”. Vi har här slagit ihop svarsalternativen ”mycket viktigt” och ”ganska viktigt” till kort och gott ”viktigt”, och likadant med ”inte speciellt viktigt” och ”oviktigt”, som här istället kallas ”inte viktigt”.

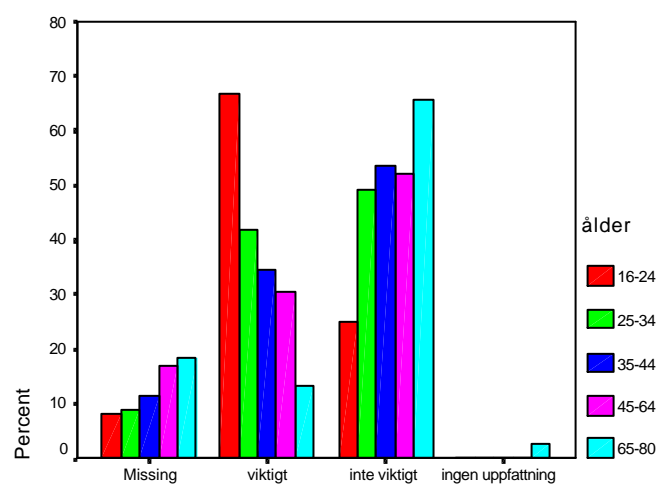
	Viktigt (%)	Inte viktigt (%)
Öppet på lördagar	86	10
Öppet på lördag före kl 11	61	25
Öppet på lördag efter kl 14	35	51
Öppet på söndagar	19	77
Öppet på måndagar	89	9
Öppet på måndagar före kl 11	67	21

Tabell 4.1 Öppettider i centrumaffärerna

Föga förvånande är det många, 86%, som anser att det är viktigt att affärerna i centrum har öppet på lördagar. Däremot är det inte lika viktigt att det är öppet före klockan 11; 61% menar att det är viktigt. Här märks emellertid en tydlig skillnad mellan åldrarna, där de äldre är mer morgonpigga än de yngre.



öppet på lördag före kl 11



öppet på lördag efter kl 14

Diagram 4.1 Öppet lördag före kl 11. Fördelat på ålder.

Diagram 4.2 Öppet lördag efter kl 14. Fördelat på ålder.

*Notera: Den relativt höga andelen saknade svar ("missing") beror på att bara de som svarade att det var viktigt (egentligen mycket viktigt eller ganska viktigt) att affärerna över huvud taget hade öppet på lördagar, svarade på frågorna om tiderna för lördagsöppet.*

70% av 45–80-åringarna anser att affärerna bör ha öppet före klockan 11, jämfört med omkring 60% av 25–44-åringarna och bara 40% av 16–24-åringarna. På frågan om det är viktigt att affärerna har öppet efter klockan 14 på lördagarna är det precis tvärtom. Betydligt fler yngre än äldre anser att det är viktigt; 65% av 16–24-åringarna vill kunna gå i affärer efter klockan 14 medan bara 15% av 65–80-åringarna bryr sig om det. Omkring 35% av dem i åldrarna däremellan tycker att det är viktigt.

Endast 19% tycker att affärerna ska vara öppna på söndagar. Det är främst 16–24-åringarna som önskar det, 45% av dem tycker att det är viktigt, men något fler (ca 50%) anser å andra sidan att det inte är särskilt viktigt. Bland övriga har omkring 75% inget emot söndagsstängda affärer. Däremot är det viktigt för alla att det är öppet på måndagar. Runt 90% oavsett ålder tycker så. De flesta menar också att det är viktigt att affärerna öppnar före klockan 11 (ca 70%).

Uppfattningen om öppettider i centrum tycks inte skilja nämnvärt åt oavsett om man bor i Marieholm, Billinge eller Hurva. De som bor i Eslövs tätort anser det generellt vara något viktigare att affärerna i centrum har öppet, än de som bor i andra delar av kommunen.

## 5 Parkering i centrum

För att centrum ska vara tillgängligt även för dem som bor utanför själva Eslöv, är det viktigt att det finns fungerande kollektivtrafik och att det är lätt att ta sig in till stan med bil. Det är också viktigt att det inte är alltför svårt att hitta parkeringsplatser och att dessa finns inom rimliga avstånd. I det här kapitlet ska vi undersöka kommuninvånarnas synpunkter på parkeringsmöjligheterna i centrum.

Först ska vi emellertid försöka få en uppfattning om biltrafikens betydelse för Eslövs centrum, främst i förhållande till kollektivtrafiken. I tabellen nedan ser vi att 85% av invånarna i Eslövs kommun alltid eller oftast har tillgång till bil.

Alltid	65 %
Oftast	20 %
Sällan	5 %
Aldrig	9 %
Saknas	1 %

Tabell 5.1 Tillgång till bil

Invånarna i Eslövs kommun använder i stor utsträckning bilen för att ta sig in till stan. Det gäller oavsett var i kommunen man bor; även de som bor i själva Eslöv tar ofta bilen in till centrum.

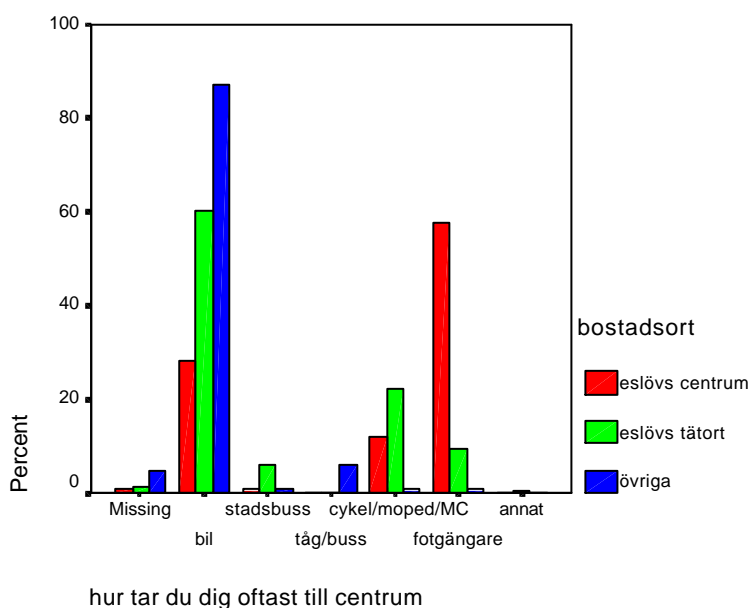


Diagram 5.1 Färdmedel till centrum. Fördelat på Eslövs centrum, Eslövs tätort och övriga.



Av dem som bor i Eslövs centrum tar hela 30% bilen när de ska någonstans i själva centrum. Naturligt nog är det också många som går (60%) och somliga cyklar (15%). 60% av dem som bor i Eslövs tätort, utanför centrum, tar bilen in till centrum liksom 90% av dem som bor utanför tätorten. Bortsett från de 5% Eslövsbor som tar stadsbussen är det i princip bara Stehagsborna som använder sig av kollektivtrafik när de ska besöka centrum; ungefär 20% av dem tar då pågatåget.

Eftersom omkring 90% av dem som inte bor i själva centrum tar bilen när de ska in till stan, finns det ett stort behov av parkeringsplatser. Vi ska därför gå vidare med att studera parkeringsmöjligheterna i centrum.

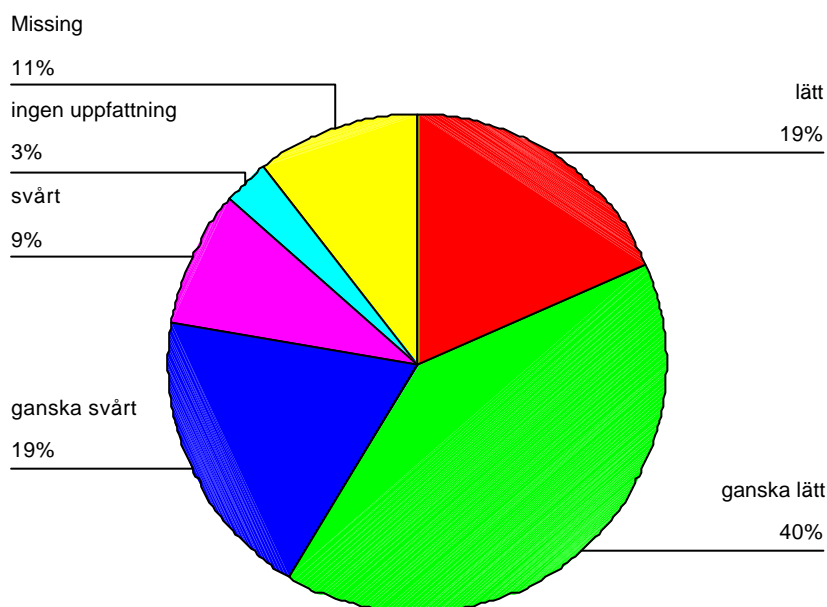


Diagram 5.2 Parkeringsmöjligheter

*Notera: De som aldrig har tillgång till bil har inte besvarat frågorna om parkering och syns därför som "missing" i diagrammet.*

60% tycker att det är lätt eller ganska lätt att hitta parkeringsplats. 30% anser att det är svårt eller ganska svårt. Här märks ingen skillnad på om man kommer från Eslöv eller utifrån byarna. Däremot är de som bor utanför tätorten mer toleranta med parkeringsplatser som ligger långt bort.

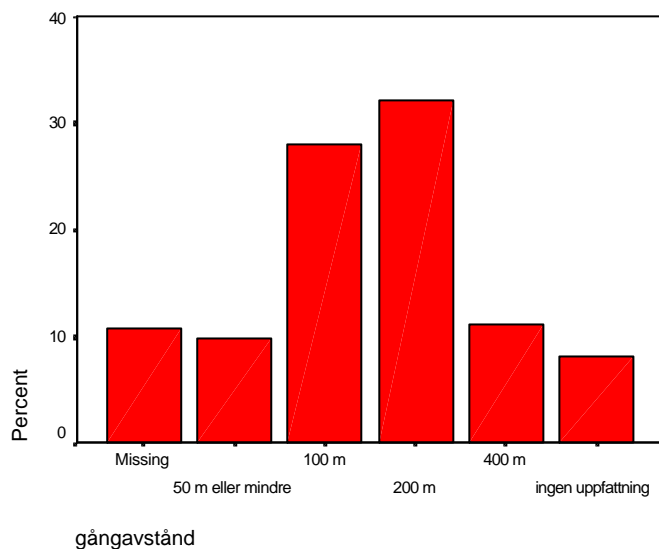


Diagram 5.3 Gångavstånd till och från parkeringsplats

De som bor inne i centrum kan inte tänka sig att gå mer än 50 eller på sin höjd 100 meter, medan fler bland dem som kommer längre ifrån anser att det fungerar bra med en parkeringsplats 200 meter bort. Nästan 70% totalt (vi bortser i uträkningen från de som inte har bil och som därför inte svarat på frågan) tycker dock att 100–200 meter är ett rimligt avstånd mellan parkeringsplatsen och centrum.

De som tyckte att det var svårt eller ganska svårt att hitta parkeringsplats fick frågan när det var som mest besvärligt. De kunde välja två tidpunkter av sex möjliga och de alternativ som fick flest ”röster” var vardagar klockan 16–19 samt lördagar klockan 10–18.

	Antal	%
Vardagar kl 8–11	10	3
Vardagar kl 11–14	43	12
Vardagar kl 14–16	57	16
Vardagar kl 16–19	107	30
Lördagar kl 10–18	115	33
Söndagar kl 10–18	2	1
Ingen uppfattning	19	5
<b>Totalt</b>	<b>353</b>	<b>100</b>

Tabell 5.2 Svåraste tiden att hitta parkeringsplats

Alla (med tillgång till bil) fick också svara på frågor om det är bra eller dåligt att kunna parkera gratis med p-skiva, samt om de kan tänka sig att mot en avgift parkera i ett centralt beläget parkeringshus. I princip alla är väldigt nöjda med systemet med p-skiva, som innebär att man får parkera gratis i centrum, olika lång tid på olika platser. 97% tycker att det är mycket bra eller ganska bra och bara 1% tycker inte att det är bra. Endast 16% skulle parkera i ett avgiftsbelagt parkeringshus om ett sådant fanns, vilket är föga förvånande med tanke på att de flesta tycker att parkeringssituationen i centrum fungerar bra idag.

## 6 Kvalitéer och brister i centrum

För att få svar på frågan om vad kommunens invånare tycker är bra respektive dåligt med centrum, fick de ta ställning till ett trettiotal påståenden av typen ”Fler restauranger borde ha kvällsöppet” och ”Det finns bra möjligheter att gå på bio” (se bilaga 1). De tillfrågade ombads bedöma om de instämde ”helt”, ”i stort sett”, ”delvis” eller ”inte alls”. Även ”ingen åsikt” fanns som alternativ. Påståendena går att indelas i fyra kategorier, nämligen

1. Affärer,
2. Träffpunkter,
3. Trafik,
4. Yttre miljö.

Det är inte alltid möjligt att hänföra ett påstående till enbart en kategori; till exempel handlar gågator både om trafik och den yttre miljön och måste således diskuteras ur båda synvinklarna. Så långt det är möjligt kommer vi dock att hålla oss inom respektive kategori.

### 6.1 Affärer

Då utbudet av varor i centrumaffärerna behandlades i ett separat avsnitt i enkäten, kom bara några av påståendena att handla om affärer och utbud. Tre påståenden berörde klädesaffärer och tre handlade om matvaruaffärer.

Vad som tydligt framkommer i påståendena, liksom i avsnittet om utbudet, är att det är en skriande brist på klädaaffärer i Eslövs centrum. I synnerhet saknar kommuninvånarna stora klädkedjor som Hennes & Mauritz, JC och KappAhl.

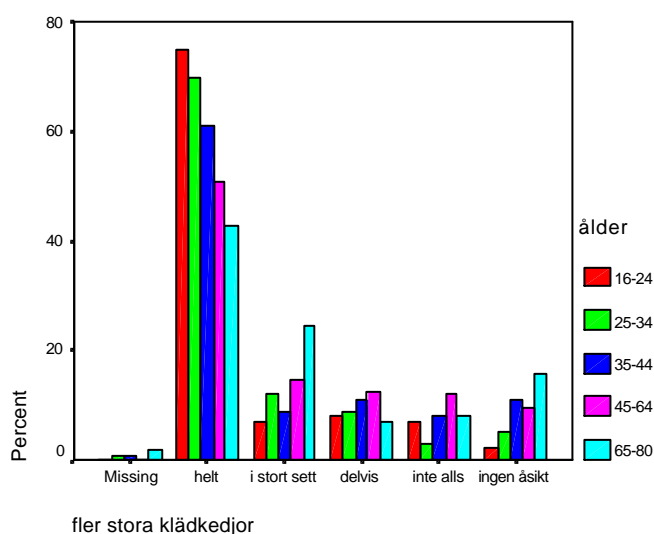
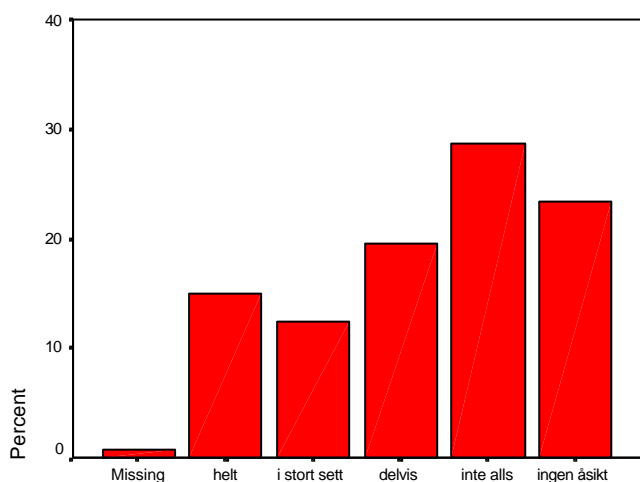


Diagram 6.1 ”Det borde finnas fler stora klädkedjor, som t ex H&M, JC och KappAhl.”  
Fördelat på ålder.

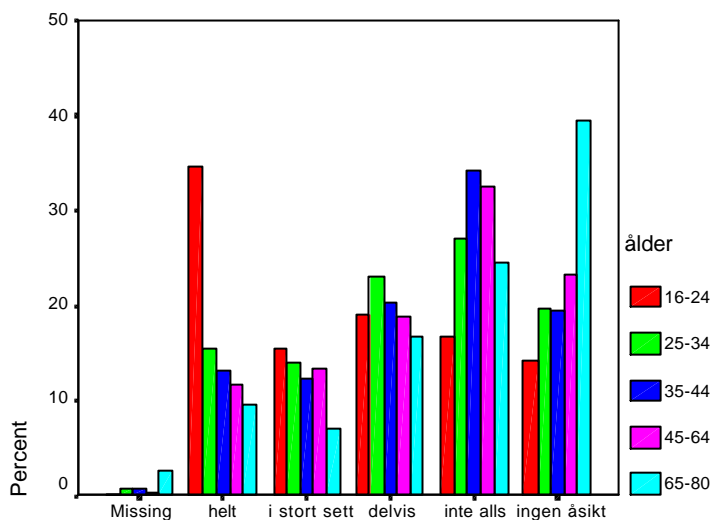
Det finns ingen egentlig skillnad mellan åldrarna bland dem som saknar klädkedjor i Eslövs centrum. De yngre efterfrågar klädkedjorna mest, men lägger man samman svarsalternativen för ”instämmer helt” och ”instämmer i stort sett” hamnar alla åldersgrupper omkring 70–80%. Det kan inte tolkas på något annat sätt än ett betydande missnöje med dagens situation.

Att det är framför allt klädkedjor man saknar bekräftas av påståendet om små klädbutiker. 44% instämmer helt eller i stort sett i påståendet att det behövs fler små klädaffärer. 21% instämmer bara delvis, medan 13 % inte alls håller med. 22% har ingen åsikt i det här fallet, jämfört med 9% när det gällde klädkedjor. Här är det framför allt de i åldern 16–24 år som tycker att det även behövs fler små klädbutiker, omkring 65% instämmer helt eller i stort sett.

Kommuninvånarna fick också ta ställning ifall det borde finnas fler butiksgallerior eller ej:



fler butiksgallerior



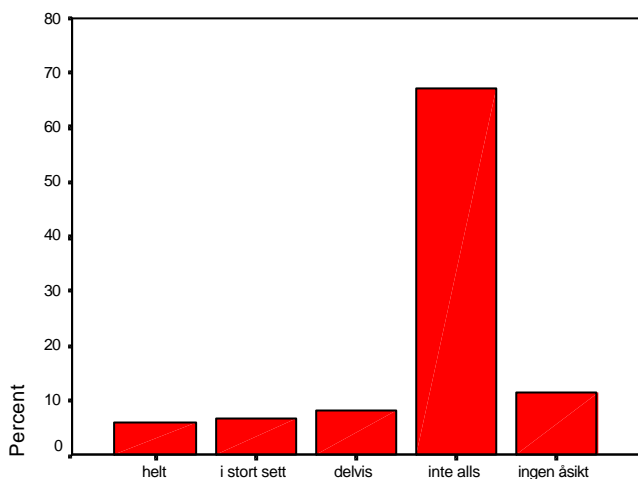
fler butiksgallerior

Diagram 6.2 ”Det borde finnas fler butiksgallerior”

Diagram 6.3 ”Det borde finnas fler butiksgallerior”. Fördelat på ålder.

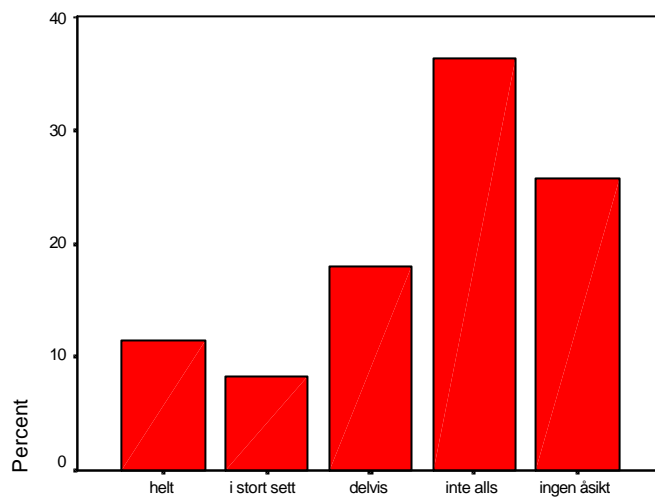
De flesta verkar tycka att det räcker med en butiksgalleria i centrum. 29% instämmer inte alls i påståendet att det borde finnas fler sådana, vilket är en förhållandevis tydlig markering. Det är princip bara 16–24-åringarna som tycker att fler gallerior behövs. ”Mellanåldrarna” 25–64 år är de mest negativa, medan många pensionärer inte har någon direkt åsikt.

Går vi vidare till påståendena om matvaruaffärerna blir bilden en helt annan. Redan i kapitel tre om utbudet, visade att kommunens invånare är väldigt nöjda med utbudet av olika sorters matvaror. Mycket riktigt är det också få som anser att det behövs fler mataffärer.



för få matmarknader

Diagram 6.4 "Det finns för få stora matmarknader"



för få servicelivs

Diagram 6.5 "Det finns för få små servicelivs"

Hela 67% instämmer inte alls i påståendet att det finns för få matmarknader i centrum, jämfört med de 13% som instämmer helt eller i stort sett. Något fler tycker däremot att det vore bra med ytterligare något eller några mindre servicelivs. Här finns en viss åldersskillnad; bland dem som önskar sig fler livsmedelsbutiker är gruppen 16–24-åringar klart störst, medan 25–64-åringarna dominerar bland dem som menar att sådana inte alls behövs.

På påståendet att det är svårt att hitta exotiska matvaror svarar nästan hälften att de inte har någon åsikt. Bara 12% instämmer helt eller i stort sett. Återigen är det den yngsta åldersgruppen som utmärker sig: nästan 40% av dem som ändå menar att det är svårt att hitta exotiska matvaror (som instämmer "helt" i påståendet) är i åldern 16–24 år.

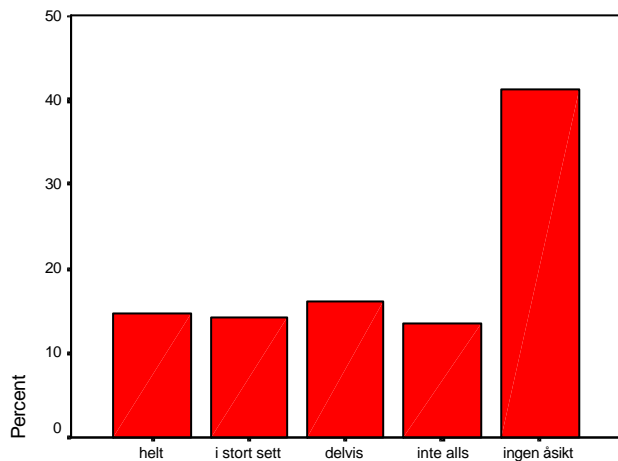
Vad gäller servicen i de olika affärerna i centrum är de allra flesta nöjda. Bara 3% är direkt missnöjda. Här märks ingen stor skillnad mellan åldrarna; de äldsta är något mer nöjda än övriga. Annonser och annan marknadsföring ger tillräcklig information om affärernas utbud och erbjudanden, menar de flesta. Här finns dock en viss skillnad mellan åldrarna. Ungefär 35% av alla åldersgrupperna håller i stort sett med om påståendet. Däremot håller 45% av 65–80-åringarna helt med om påståendet, medan de övriga inte är fullt så entusiastiska. Omkring 20% i åldrarna 16–64 instämmer helt men lika många instämmer bara delvis. 10% av 16–24-åringarna är inte alls nöjda.

## 6.2 Träffpunkter

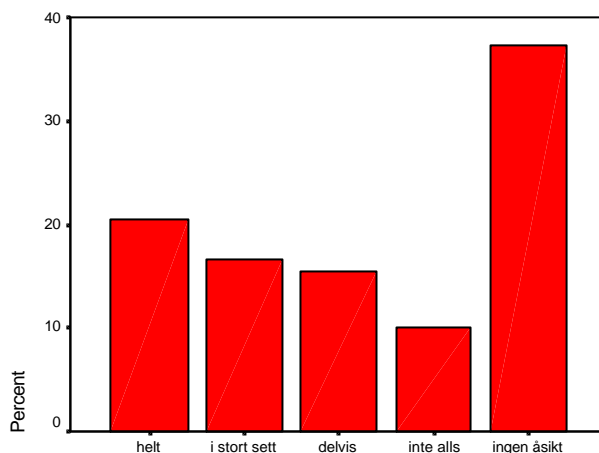
Till kategorin "träffpunkter" härrör påståendena om caféer, restauranger, bio och underhållning. Vi har velat ta reda på om kommuninvånarna är nöjda med utbudet av ställen att träffas, umgås och roa sig på.

Något som många saknar är fler uteserveringar om somrarna. Drygt 60% instämmer helt eller i stort sett i påståendet att fler caféer borde ha uteserveringar om somrarna. 35% anser att det behövs fler caféer totalt sett – 50% av 16–24-åringarna – medan 18% menar tvärtom att det behövs det inte alls.

Fler kvällsöppna restauranger finns det inte någon vidare efterfrågan på; något fler önskar att det fanns kvällsöppna caféer.



fler kvällsöppna restauranger



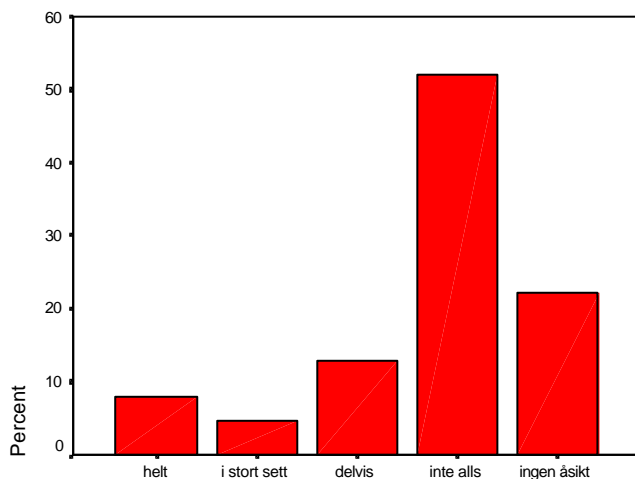
fler kvällsöppna caféer

Diagram 6.6 ”Fler restauranger borde ha kvällsöppet”

Diagram 6.7 ”Fler caféer borde ha kvällsöppet”

Återigen är det främst de unga som är mest missnöjda med utbudet i centrum. Omkring 50% av 16–24-åringarna tycker att det borde finnas fler kvällsöppna caféer och 40% menar att det finns för få kvällsöppna restauranger. Det är också hela 70% i den här åldersgruppen som instämmer helt eller i stort sett i påståendet att det finns för få pubar, klubbar och diskotek i Eslövs centrum. 25–34-åringarna är den näst största gruppen, med motsvarande 40%.

Ett annat påstående i enkäten gäller snabbmatställen. Uppenbarligen finns det inget intresse för ytterligare restauranger av typen Burger King och Mc Donald’s i Eslöv. I princip de enda som är lite intresserade är 16–24-åringarna, och kanske räcker det med ett McDonald’s?



fler snabbmatställen

Diagram 6.8 ”Det borde finnas fler snabbmatrestauranger som t ex Burger King och Mc Donald’s”

45% instämmer helt eller i stort sätt i påståendet att det finns bra möjligheter att gå på bio i Eslöv. 25% instämmer delvis och 11% inte alls. 16–24-åringarna är de som är mest missnöjda med bioutbudet; 60% är inte speciellt nöjda, jämfört med 35% som är ganska eller mycket nöjda.

Många skulle gärna se att det var mer aktiviteter och underhållning på torget. Här är det ingen större skillnad mellan åldrarna, vilket kanske beror på att ”aktiviteter” och ”underhållning” inte specificerades närmare. Att döma av enkätsvaren finns det alltså intresse bland befolkningen för alla möjliga slags evenemang på torget. Bara 6% tycker inte alls om idén.

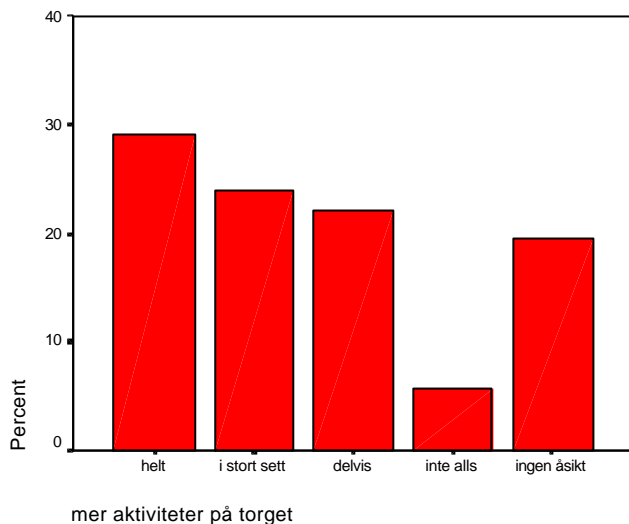


Diagram 6.9 ”Mer aktiviteter/underhållning på torget vore trevligt”

### 6.3 Trafiken i centrum

Sedan den förra undersökningen gjordes för tio år sedan har en del påtagliga förändringar gjorts i centrum; exempelvis har gatorna runt torget gjorts smalare för att minska biltrafiken. Det är dock tveksamt om det uppskattades bland kommuninvånarna. I en öppen fråga fick de som svarade på enkäten ange ifall det vara något speciellt som de saknade i centrum, och flera påpekade då att de tyckte att trafikförhållandena blivit sämre sedan ombyggnaden. För smala gator och problem med varuavlastningen till affärerna är de främsta problemen. Några efterlyser ett bilfritt centrum, medan andra anser att gatorna borde breddas igen så att trafiken flyter bättre. Att det har blivit trångt att cykla menar omkring 50% av dem som bor i Eslövs tätort, vilka förmodligen är de som cyklar mest i stan. I den öppna frågan var det också flera som efterlyste cykelbanor (se bilaga 2).

Som vi har konstaterat tidigare är det väldigt många som tar bilen när de ska in till centrum; 90% av dem som bor utanför Eslövs tätort, 60% av dem som bor i Eslöv men utanför centrum och hela 30% av dem som bor i själva centrum tar bilen till stan. Att det skulle vara för mycket trafik i centrum finns det delade åsikter om. Knappt 40% instämmer helt eller i stort sett i det påståendet, 30% instämmer delvis medan 20% menar att det inte alls stämmer.

Många tycker att det är viktigt att kunna köra bil överallt i centrum. Det är i synnerhet de äldre som vill kunna köra överallt; 55% av 65–80-åringarna tycker att det är viktigt, medan motsvarande siffra för de andra åldersgrupperna ligger omkring 35%.

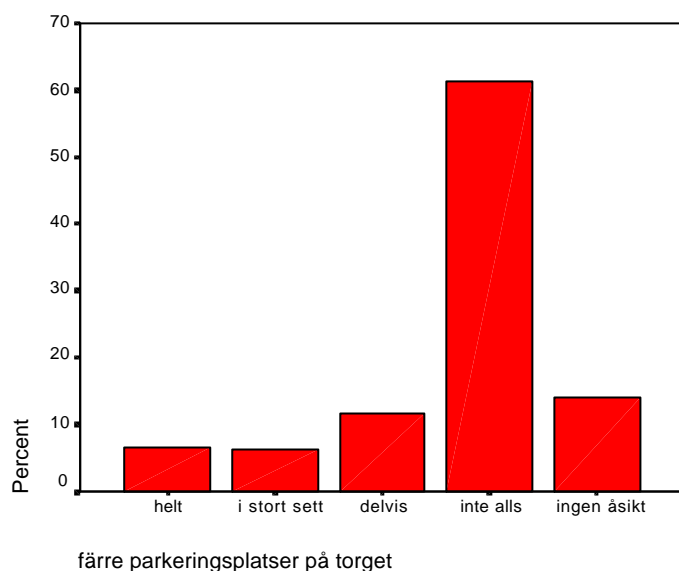


Diagram 6.10 ”Det borde vara färre parkeringsplatser på torget”

Att minska antalet parkeringsplatser på torget finns det inget stöd för hos kommunens invånare. 60% tycker att det är bra som det är nu medan 25% är mindre nöjda. De som bor i Eslöv är lika angelägna som de som kommer utifrån, att ha kvar parkeringsplatserna på torget.

De som inte bryr sig om att kunna köra bil överallt ser gärna fler gågator i stan. 45% av dem som besvarat enkäten instämmer helt eller i stort sett i påståendet att fler gågator vore bra, 20% instämmer delvis och 25% inte alls. De unga är mest positivt inställda till gågator och de medelålders (35–64) är de minst intresserade.

Eftersom de flesta använder bilen för att ta sig till centrum är det inte många som har någon åsikt angående kollektivtrafiken. Vissa skillnader finns det dock mellan de olika kommundelarna. Mest nöjd är man i Stehag, där pågatåget stannar. 65% instämmer helt eller i stort sett i påståendet att det är lätt att ta sig in till centrum med tåg eller buss. I Örtofta, där pågatåget också gör uppehåll, är 55% nöjda med kollektivtrafiken. I Stockamöllan däremot är missnöjet väldigt stort. Hela 90% menar att buss- och tågförbindelserna är dåliga. I Billinge, Flyinge, Gårdstånga och Kungshult är man också ganska missnöjd med de allmänna kommunikationerna, fast inte i lika stor utsträckning som i Stockamöllan. Omkring 40% anser att förbindelserna kunde varit bättre.

När det gäller stadsbussarna är det få som är direkt missnöjda, bara cirka 5%. De allra flesta har ingen direkt åsikt, inte ens de som bor i Eslövs tätort har mycket att säga om bussarna i stan. Den yngsta och den äldsta åldersgruppen är de som är mest nöjda. Möjligen är det också de som använder stadstrafiken flitigast.

## 6.4 Den yttre miljön

De senaste årens satsning på att göra centrum trevligare och mer trivsamt har förutom trafikomläggningen även inneburit fler blomsterplanteringar, fler träd och fler bänkar. Ansträngningarna har i det här fallet inte varit förgäves: 65% instämmer helt eller i stort sett i påståendet att det är trevligare i centrum nu än för några år sedan. Bara 10% håller inte alls med om det. De flesta menar att det är trevligt att strosa runt i centrum och att det i stort sett är rent och snyggt. Många tycker emellertid att det vore ännu trevligare om det fanns mer grönska, mer blommor och fler träd i stan. Inte lika många, men i alla fall 30%, anser att det



behövs fler parkbänkar. Torghandeln hjälper till att sprida en trevlig stämning, det tycker hela 80% av kommuninvånarna.

Vad som saknas är offentliga toaletter; 60% av dem som har någon åsikt i ämnet (315 av 509 personer) menar att det inte finns tillräckligt med sådana. Vad flera kommuninvånare önskar sig i övrigt, är som tidigare nämnts, mer aktiviteter och underhållning på torget. I den öppna frågan om vad man saknar i centrum ges några exempel på vad man kan använda torget till. Någon tycker att det är synd att Mikaeli marknad och vårmarknaden har flyttat till Föreningstorget och skulle gärna se marknaderna i centrum igen. En annan saknar den traditionella julinblåsningen med dans kring granen. En tredje vill se och höra fler gatumusikanter och en fjärde tycker att torget lämpar sig bra för bilmarknad eller bilauktion (bilaga 2).

## 6.5 Helhetsbetyg

Kommuninvånarna ombads sätta ett helhetsbetyg på centrum, där alla tänkbara faktorer räknades in, såsom affärernas utbud, trivsel, parkeringsmöjligheter, trafiksituationen etcetera. Skalan är 1-10, där 1 är mycket dåligt och 10 är mycket bra.

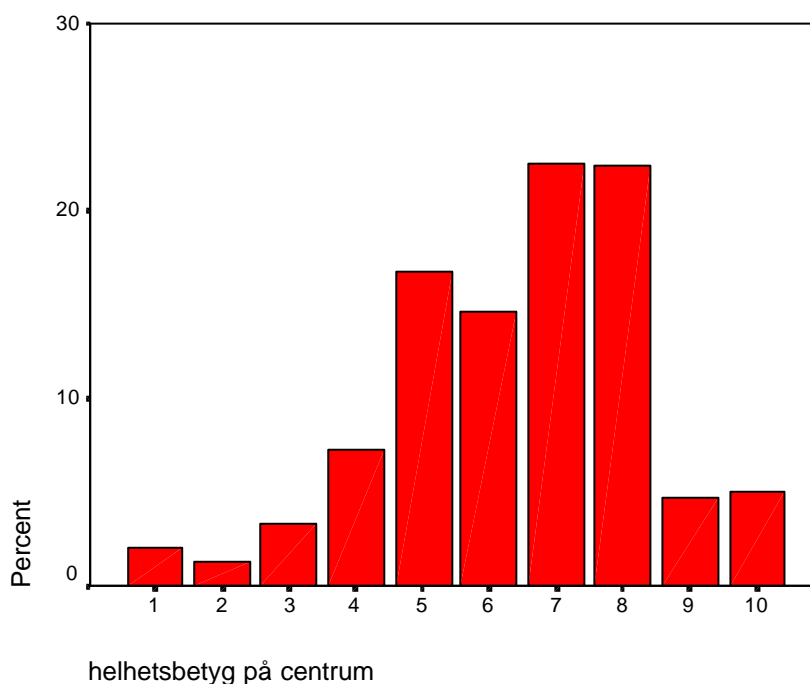


Diagram 6.11 Helhetsbetyg på Eslövs centrum

Tyngdpunkten ligger i intervallet 5-8, där 77% av svaren återfinns. Hela 45% har angett betyget 7 eller 8. Medelbetyget är 6,5. De äldre är något mer nöjda än de yngre, vilket stämmer väl med vad vi har sett hittills i utredningen. Ingen större skillnad i betygsättningen finns mellan invånarna i de olika kommundelarna.

## 6.6 Vad har hänt på tio år?

Har det då skett någon förändring sedan den förra undersökningen gjordes 1990? Är kommuninvånarna nöjda respektive missnöjda med samma saker nu som för tio år sedan? I undersökningen från 1990 konstaterades att vad som främst uppfattades som bristfälligt då, var utbudet av kläder och skor samt vad man kallade sociala kontaktytor, vilket motsvarar det som här kallas träffpunkter.

Mycket är sig faktiskt likt. Det är fortfarande på konfektionssidan som de största bristerna finns och nu liksom då är det framför allt större klädkedjor som H&M och JC som saknas. Fortfarande är det många, framför allt bland de unga, som gärna hade sett fler kvällsöppna restauranger, caféer, klubbar och diskotek och fortfarande önskar alla åldrar fler uteserveringar om somrarna. Inte heller verkar bristen på offentliga toaletter ha avhjälpits; ”fler toaletter” kom på andra plats i 1990 års rankinglista över vad som saknades mest i centrum och fortfarande är det något som många efterlyser.

Mer blommor och grönt finns kvar på önskelistan, även om många tycker att det har blivit trevligare i centrum de senaste åren. Den värsta bristen på parkbänkar tycks vara åtgärdad, fast fortfarande är det många som gärna hade sett att det fanns ännu fler. Ett önskemål som inte var lika framträdande vid 1990 års undersökning, är mer underhållning och aktiviteter på torget. Över 50% instämmer helt eller i stort sett i påståendet att det vore trevligt, medan bara 6% ogillar idén.

En ”förbättring av trafiksystemet” hamnade på 14:e plats av 23 möjliga i den förra undersökningen. Ombyggnader har gjorts sedan dess, men det är osäkert om kommuninvånarna egentligen är så förtjusta i de nya smalare gatorna. Flera påpekar att varuavlastningen till affärerna fungerar dåligt, men lösningarna ser olika ut. Åsikterna går isär; de som vill ha fler gågator är ungefär lika många som de som vill kunna köra bil överallt. Vad som faktiskt har förbättrats sedan sist är parkeringsmöjligheterna. För tio år sedan tyckte 43% att det var svårt eller ganska svårt att hitta en parkeringsplats inom bekvämt avstånd. Nu är motsvarande siffra 30%.

# 7 Köpströmmar och externhandel

I det här kapitlet undersöks köpströmmarna inom och från Eslövs kommun, för att se vart kommuninvånarna åker för att handla när man inte åker till Eslövs centrum. Vi försöker ta reda på i vilken utsträckning man åker och handlar utanför kommunen, vilka varor man oftast köper där och varför man väljer att handla utanför kommunen.

## 7.1 Besöksfrekvenser

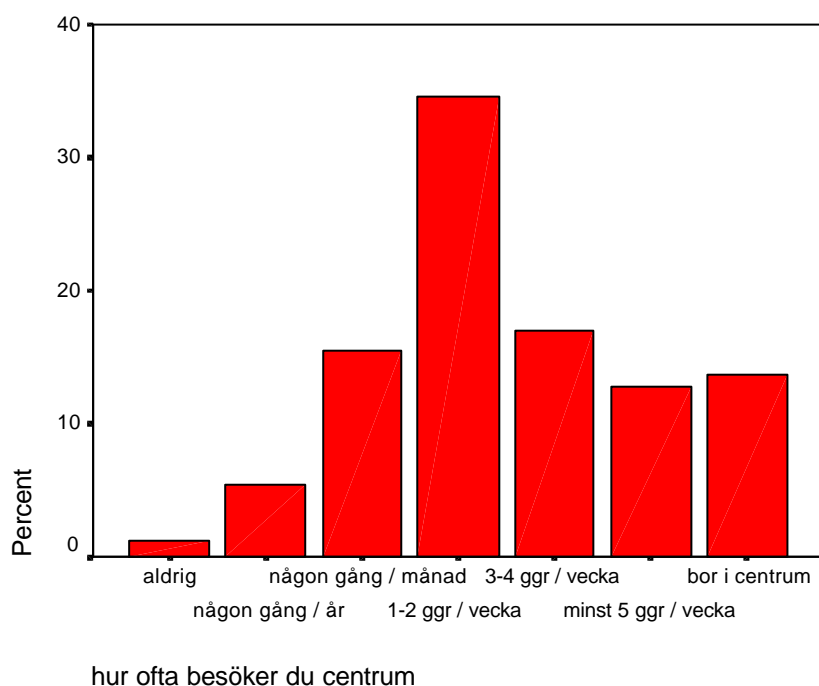


Diagram 7.1 Besök i Eslövs centrum

Diagrammet visar hur kommuninvånarna har svarat på frågan ”Hur ofta besöker Du Eslövs centrum?”. Tyngdpunkten ligger på omkring 1–2 gånger i veckan; 35% av kommunens befolkning besöker centrum så ofta. Ser man på hur ofta invånare från olika orter i kommunen besöker centrum, märker man inte någon stor skillnad. Över 60% av dem som bor utanför tätorten ligger mellan 1–2 besök/vecka och någon gång i månaden, medan de som bor inne i Eslöv föga förvånande har en högre besöksfrekvens. Värt att notera är att 65% av de Harlösa som svarade på frågan aldrig eller endast någon gång om året besöker Eslövs centrum (11 personer av 17).

Var handlar man då, när man inte åker till Eslövs centrum? I nedanstående tabell visas hur ofta kommunens invånare åker till andra orter eller platser just för att handla. Svartalternativen i enkäten var ”aldrig”, ”någon gång i halvåret eller mer sällan”, ”någon gång i månaden” och ”minst en gång i veckan”. Här har vi dock för enkelhetens och tydlighetens skull slagit samman de två första alternativen till ”sällan” och de två sista till ”ofta”.

	Ofta (%)	Sällan (%)
Lund	36	64
Center Syd	33	67
Malmö	23	77
Obs! i Burlöv	15	85
Höör	10	90
Danmark	5	95
Landskrona	5	95
Hörby	5	95
Väla	3	97
Helsingborg	2	98
Kristianstad	1	99

Tabell 7.1 Frekvenstabell. Handel utanför Eslövs kommun.

Det finns dock en risk för att siffrorna i tabellen är något i underkant. Frågan som ställdes var hur ofta respektive ort besöktes *för att* handla. Det finns naturligtvis andra anledningar att åka utanför kommungränserna, än just för att handla. Det är dock inte intressant för den här framställningen. Däremot kan det huvudsakliga skälet att åka iväg vara att arbeta eller hälsa på vänner, men att man på samma gång passar på att göra en del inköp. Dessa tillfällen syns inte i tabellen ovan.

Inte helt oväntat finns en del skillnader i vart man åker och handlar, beroende på var i kommunen man bor. De som bor i de södra kommundelarna – Örtofta, Gårdstånga, Flyinge, Hurva och Harlösa – åker oftare till Lund, Malmö och Obs! i Burlöv än vad övriga kommuninvånare gör. De som åker från Eslövs kommun till Höör för att handla kommer med stor sannolikt från Billinge, även om några även kan tänkas vara från Stehag eller Löberöd. Det är främst Löberödsbor som åker till Hörby, liksom det är störst andel Marieholmsbor som tar sig till Landskrona. Mer än 50% av Marieholmsborna åker emellertid till Center Syd minst en gång i månaden. Hit åker även många som bor i Eslöv, Stehag, Örtofta, Gårdstånga och Flyinge; ungefär 30–40% åker till Center Syd någon gång i månaden eller oftare.

## 7.2 Bättre utbud lockar till utflykt

Det är framför allt ett bättre utbud som lockar kommuninvånarna till andra orter för att handla. Ytterligare två skäl som ofta anges är lägre priser och för att göra en utflykt. De som svarade på enkäten fick ange de två främsta skälen till att de handlar utanför kommunen. Fördelningen mellan de olika svarsalternativen visas i tabellen nedan:

	Antal	%
Bättre utbud	447	38
Bättre öppettider	84	7
Bättre service	22	2
Lägre priser	257	22
För att göra en utflykt	213	18
Enklare ur trafik- och parkeringssynpunkt	31	3
På väg till eller från jobbet	103	8
Annat	26	2
Totalt	1183	100

Tabell 7.2 Frekvenstabell. De två främsta skälen till externhandel.

Den ojämförligt största anledningen att handla utanför Eslövs centrum är att utbudet är bättre på andra ställen. Många tycker också att de lägre priserna är en god anledning att bege sig utanför kommunen, liksom att många låter shoppingturen bli en utflykt i sig. För de yngre är utbudet något viktigare än för de äldre, vilka i större utsträckning låter prislappen avgöra inköpsstället. Men för de flesta är det större sortimentet den främsta anledningen att handla utanför kommunen. Det är bara i den äldsta åldersgruppen som lägre priser och att göra en utflykt spelar en viktigare roll än utbudet.

Öppettider och service verkar vara av mindre betydelse. Vi har tidigare sett att detta är något som kommunens invånare är relativt nöjda med när det gäller affärerna i Eslövs centrum. Några, främst de som arbetar i Malmö eller Lund, handlar på vägen till eller från jobbet.

## 7.3 Inköpsställe

Nedanstående tabeller visar *var* invånarna i Eslövs kommun oftast köper olika sorters varor. Här visas hur stor andel av befolkningen som handlar respektive vara i Eslövs centrum/tätort, i Eslövs kommun utanför tätorten, utanför kommunen, på internet, på postorder eller inte alls.

		Eslöv	Utanför Eslöv	Utanför kommunen	Internet	Postorder	Köper aldrig varan	Totalt (%)
1	Damkläder	26	1	39	-	5	29	100
2	Herrkläder	32	3	48	-	3	14	100
3	Ungdomskläder	5	2	33	-	2	58	100
4	Barnkläder	13	2	26	-	3	56	100
5	Skor	24	10	63	-	-	3	100
6	Klockor	36	2	29	-	1	32	100
7	Glasögon	56	1	20	-	-	23	100
8	Väskor	30	2	38	-	1	30	100
9	Leksaker	38	3	19	-	-	40	100
10	Sport- och fritidskläder	41	2	45	-	1	21	100
11	Datorer	19	2	28	1	-	50	100
12	Dataspel	12	1	21	2	1	63	100
13	Hemtextilier/tyger	34	4	25	-	5	32	100
14	Sybehör	38	4	16	-	1	41	100
15	Glas/porslin/husgeråd	32	5	45	-	1	17	100
16	Kosmetika/parfym	41	2	29	-	3	25	100
17	Guld/silver/smycken	55	1	24	-	-	20	100
18	Fotoartiklar	54	2	21	1	5	17	100
19	Skivor/kassetband	39	2	35	3	4	17	100
20	Böcker/kontorsmaterial	39	3	36	1	3	18	100
21	Basmatvaror	75	11	12	-	-	2	100
22	Frukt och grönsaker	76	11	12	-	-	1	100
23	Delikatessvaror	72	6	16	-	-	6	100
24	Exotiska matvaror	38	3	20	-	-	39	100
25	Hälsokost	42	2	11	-	-	45	100
26	Blommor	65	18	13	-	-	4	100
27	TV/video/stereo	37	4	46	-	-	13	100
28	Möbler	40	2	48	-	-	10	100
29	Armatyr/belysning	19	15	52	-	-	14	100
30	Färg/tapeter	60	7	18	-	-	15	100
31	Byggvaror	47	12	18	-	-	23	100
32	Vitvaror	37	8	33	-	-	22	100
33	Järnvaror/verktyg	46	7	25	-	-	22	100
34	Cyklar	38	8	24	-	-	30	100
35	Bilar	31	4	43	-	-	22	100

Tabell 7.3 Inköpsställe för olika varor.

De varor som i stor utsträckning inhandlas utanför Eslövs kommun, är skor, armatur och belysning, herrkläder, sport- och fritidsartiklar, möbler, glas, porslin och husgeråd. Varor som å andra sidan främst köps inom kommunens gränser – och inte enbart i Eslövs centrum – är blommor och matvaror. Varor som ibland inhandlas i kommunen men utanför centrum är armatur, belysning, byggvaror, vitvaror, järnvaror, verktyg och cyklar.

De som bor i Hurva och i Löberöd köper i högre utsträckning än andra kommuninvånare varor inom kommunen men utanför tätorten, förmodligen då i sin hemort. Det gäller varor som skor, hemtextilier/tyger, sybehör, glas/porslin/husgeråd, byggvaror, färg, tapeter, järnvaror, verktyg, armatur och belysning.

Den åldersmässiga strukturen är tydlig. De yngre handlar i betydligt större utsträckning utanför kommungränserna än vad äldre gör, nästan oavsett vara. Det är i princip bara när det handlar om matvaror och blommor som det inte märks någon större skillnad. Möjligen att personer mellan 25 och 65 år handlar mat i annan kommun i något större utsträckning än vad den yngsta och den äldsta åldersgruppen gör. En trolig förklaring är att fler personer i dessa åldrar arbetar och rör sig i andra kommuner och därför gör sina matinköp där.

En annan tendens är att ju större hushåll, desto oftare görs inköpen utanför kommunen. Resultatet är inte sensationellt eftersom hushållstorleken till stor del samvarierar med åldersvariabeln. Flerpersonershushåll har ofta en lägre medelålder än hushåll med en eller två personer, vilket även stämmer i Eslövs kommun.

Internethandeln är inte vidare utbredd bland kommunens invånare och det är tveksamt om den sortens handel kommer att öka dramatiskt de närmaste åren. På en fråga i enkäten om man tror sig använda internet i större utsträckning om tre år, svarar 64% nej, 17% ja och 19% vet inte. Något fler använder sig av postorder för att köpa kläder, skivor, fotoartiklar och hemtextilier.

Eftersom långt ifrån alla kommuninvånare köper barnkläder, ungdomkläder eller datorer kan det vara intressant att se var de *faktiska* konsumenterna köper de olika varorna. I nedanstående tabell har siffrorna från tabell 6.3 renrats, så att det tydligare framgår i vilken utsträckning inköpen görs i eller utanför kommunen. Här bortser vi från dem som aldrig handlar varan, utan koncentrerar oss på de egentliga köparna. För enkelhetens skull slår vi samman internet och postorder. Varorna är rangordnade så att de varor som i störst utsträckning köps inom kommunen står överst.

		Eslövs centrum	Eslövs tätort (utanför centrum)	Utanför kommunen	Postorder /internet	Totalt (%)
1	Basmatvaror	77	11	12	-	100
2	Frukt och grönsaker	77	11	12	-	100
3	Blommor	67	19	14		100
4	Delikatessvaror	77	6	17	-	100
5	Hälsokost	77	3	19	1	100
6	Färg/tapeter	70	9	21	-	100
7	Byggvaror	62	15	23	-	100
8	Glasögon	72	2	26	-	100
9	Fotoartiklar	65	2	26	7	100
10	Sybehör	64	7	27	2	100
11	Guld/silver/smycken	68	2	30	-	100
12	Leksaker	63	6	31	-	100

13	Järnvaror/verktyg	<b>59</b>	9	32	-	100
14	Exotiska matvaror	<b>62</b>	5	33	-	100
15	Cyklar	<b>54</b>	11	35	-	100
16	Hemtextilier/tyger	<b>50</b>	5	37	8	100
17	Kosmetika/parfym	<b>55</b>	3	38	4	100
18	Vitvaror	<b>47</b>	11	42	-	100
19	Skivor	<b>47</b>	3	42	8	100
20	Klockor	<b>53</b>	3	43	1	100
21	Sport- /fritidsartiklar	<b>52</b>	3	44	1	100
22	Böcker/kontorsmaterial	<b>47</b>	4	44	5	100
23	TV/video/stereo	43	5	<b>52</b>	-	100
24	Möbler	45	2	<b>53</b>	-	100
25	Väskor	42	3	<b>54</b>	1	100
26	Glas/porslin/husgeråd	39	6	<b>54</b>	1	100
27	Datorer	38	5	<b>55</b>	2	100
28	Damkläder	36	2	<b>55</b>	7	100
29	Bilar	39	5	<b>56</b>	-	100
30	Herrkläder	37	3	<b>56</b>	4	100
31	Dataspel	32	3	<b>58</b>	7	100
32	Armatyr	22	17	<b>61</b>	-	100
33	Barnkläder	29	4	<b>61</b>	6	100
34	Skor	25	10	<b>65</b>	-	100
35	Ungdomskläder	13	4	<b>78</b>	5	100

Tabell 7.4 Inköpsställe för olika varor. "Köper aldrig varan" ej medräknade.

Här syns missnöjet med ungdomskläder och barnkläder tydligt. Hela 78% av de kommuninvånare som handlar ungdomskläder gör det någon annanstans än i Eslöv. Även när det gäller datorer och dataspel har siffrorna för externhandel stigit markant, även om internhandeln också har ökat. För leksaker och glasögon är det tvärtom, här har internhandeln ökat mer än externhandeln efter omräkningen.

För 22 av 35 varugrupper, knappt två tredjedelar, sker majoriteten av handeln inom kommunen.



## 8 Avslutningsvis

Syftet med enkäten var att undersöka hur Eslövs kommuns invånare uppfattar Eslövs tätort som handelscentrum. Vi har studerat faktorer som utbud i affärerna, öppettider, den yttre miljön, parkeringsmöjligheter, trafiksituationen, köpströmmar och externhandel.

Sammanfattningsvis kan sägas att kommuninvånarna är relativt nöjda med den yttre miljön; det är trevligt att strosa runt i centrum, även om lite mer grönska och ytterligare några parkbänkar inte hade skadat. Man är också nöjd med affärernas öppettider och med parkeringsmöjligheterna. Något parkeringshus är man inte särdeles intresserad av, men inte heller att dra ner på parkeringsplatserna på torget. Det fungerar bra som det är.

Däremot tycker många att trafiksituationen har blivit sämre sedan ombyggnaden. De smala gatorna orsakar trafikproppar och avlastningsproblem till affärerna. De som förordar fler gågator som en lösning på problemet, är ungefär lika många som de som vill bredda gatorna igen.

Det ojämförbart största missnöjet gäller utbudet i affärerna, i synnerhet kläder och skor. Det man främst saknar är större klädkedjor och många åker någon annanstans för att inhandla kläder. Många beger sig då till Lund, Malmö eller Center Syd, för att utbudet är större där och priserna i många fall lägre. I de flesta fall är säger sig fler vara nöjda med utbudet av en viss vara än de som verkligen handlar varan i Eslövs kommun. Jämför vi utbudstabellen (3.1) med tabellen för inköpsställe (7.3) ser vi att andelen nöjda är högre än andelen som också handlar i kommunen. Exempelvis är 56% nöjda med utbudet av herrkläder i centrumaffärerna, medan bara 32% faktiskt gör merparten av sina inköp av herrkläder i Eslövs centrum. För damkläder gäller att 40% är nöjda, men bara 26% handlar damkläder i centrum.

En förklaring kan vara att kommunens invånare är nöjda med det utbud som finns i förhållande till stadens storlek. Eslöv är mindre än Lund och Malmö och det vore orimligt att förvänta sig samma utbud som där. En annan förklaring kan vara att den uppenbara bristen på skoaffärer och barn- och ungdomsklädesaffärer i centrum – även med hänsyn tagen till stadens storlek – medför att även andra varor köps utanför kommunen. Eftersom man ändå tvingas åka till Center Syd för att köpa barnkläder, passar man på att samtidigt inhandla varor som kanske egentligen finns i Eslövs centrum, som dam- och herrkläder. Fler skoaffärer och barnklädesaffärer skulle alltså medföra att även andra varor i större utsträckning köptes i centrum, snarare än utanför kommunen.

För att centrum ska bli mer levande är det många som önskar att det ordnades fler evenemang på torget. Torghandeln är visserligen uppskattad, men platsen borde kunna användas ännu mer. Fler kvällsaktiviteter i stan är ett önskemål framför allt från den yngsta gruppen av de tillfrågade, 16–24 år. Många av dem anser att det borde finnas fler kvällsöppna restauranger och caféer samt fler pubar, klubbar och diskotek. Flera av de medelålders och äldre som svarat på enkäten, uppger att de gärna skulle se något ställe för ungdomar i åldrarna 13–16 år. Denna åldersgrupp har inte fått komma till tals i den här enkätundersökningen, men att det saknas ställen för ungdomar att träffas på bekräftas i en annan undersökning, som gjordes av Ungdomsrådet hösten 2000 (*Ung i Eslöv 2000*).

Avslutningsvis kan sägas att kommunens ansträngningar att skapa ett trevligt och mysigt handelscentrum har slagit väl ut i vissa hänseenden, men blivit mindre lyckat i andra. Med denna utredning som grund blir det förhoppningsvis lättare att åtgärda de områden där kommuninvånarna är missnöjda, för att skapa ett centrum som de flesta är nöjda med.

## Bilaga 1: Utdrag ur enkäten

	Påstående:	Stämmer det?				
		Helt	I stort sett	Delvis	Inte alls	Inger åsikt
(2.8)	1 Det behövs fler parkbänkar i centrum.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(2.9)	2 Fler planteringar med blommor skulle öka trivseln.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(2.10)	3 Det är rent och snyggt i centrum.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(2.11)	4 Det är trevligare i Eslövs centrum nu än för några år sedan.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(2.12)	5 Torghandeln är ett trevligt inslag i stadsmiljön	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(2.13)	6 Det behövs fler caféer.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(2.14)	7 Fler caféer borde ha uteserveringar om somrarna.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(2.15)	8 Det finns tillräckligt många offentliga toaletter.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(2.16)	9 De offentliga toaletterna är rena och fräscha.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(2.17)	10 Det är för mycket trafik i centrum.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(2.18)	11 Det borde vara färre parkeringsplatser på torget.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(2.19)	12 Det är svårt att cykla i centrum bland alla bilar och bussar.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(2.20)	13 Det är trevligt att promenera i centrum.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(2.21)	14 Fler gågator vore bra.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(2.22)	15 Det behövs fler cykelställ.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(2.23)	16 Det är lätt att ta sig in till centrum med tåg eller buss från andra delar av kommunen.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(2.24)	17 Stadstrafiken fungerar bra.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(2.25)	18 Det är viktigt att kunna köra bil i hela centrum.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(2.26)	19 Det borde finnas fler små klädbutiker.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(2.27)	20 Det borde finnas fler stora klädkedjor, som t ex H&M, JC och KappAhl.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(2.28)	21 Det borde finnas fler butiksgallerior.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(2.29)	22 Det finns för få små servicelivs.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(2.30)	23 Det finns för få stora matmarknader.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(2.31)	24 Det är svårt att få tag i exotiska matvaror.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

Fortsättning från föregående sida

**Påstående:**

**Stämmer det?**

	Helt	I stort sett	Delvis	Inte alls	Ingen åsikt
(2.32) 25 Fler restauranger borde ha kvällsöppet.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(2.33) 26 Fler caféer borde ha kvällsöppet.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(2.34) 27 Det finns för få pubar / klubbar / diskotek.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(2.35) 28 Det borde finnas fler snabbmatrestauranger, som t ex Burger King och Mc Donald´s.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(2.36) 29 Det finns bra möjligheter att gå på bio.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(2.37) 30 Mer aktiviteter/ underhållning på torget vore trevligt.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(2.38) 31 Det är bra service i affärerna i centrum.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(2.39) 32 Annonser och annan marknadsföring ger tillräcklig information om affärernas utbud.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

Bilaga 2: Svaren på enkätens öppna fråga ”Är det något speciellt som Du saknar i centrum?”

<b>Affärer</b>	<b>Antal svar</b>	<b>Trafik</b>	<b>Antal svar</b>
Klädesaffärer (i synnerhet kedjor)	66	Cykelbanor/bättre plats för cyklister	10
Skor	15	För många trafik hinder/vägbulor	3
Second hand-affärer	2	För smala gator	14
Mer torghandel	5	Varuavlastningsproblem	5
Teliabutik	2	Bilfritt centrum	10
Inredningsbutik	3	Fler gågator	3
Shoppingcentra, typ Obs!	2	Fler parkeringsplatser	5
Skivaffär	7	Översiktskarta	1
Musikaffär	3		
El-affär	2	<b>Träffpunkter och miljö</b>	
Poliser	6		
Duka	5	Caféer (gärna kvällsöppna)	12
Sportfiskeaffär	3	Uteserveringar	8
Burger King	2	Musikunderhållning på somrarna	2
Servicebutik som har öppet länge	3	Ungdomsaktiviteter/ungdomsställe	6
Klocka	2	Diskotek för ungdomar 15-18 år	7
Lägre priser	6	Pub	4
		Aktiviteter på torget	3
		Blommor och grönt	8
		Konst	2
		Offentliga toaletter	6

## Enstaka svar

Datoraffär	Enkelriktade gator
Dataspelsaffär	Bussar från Flyinge till Eslöv
AG:s favör	Bättre bussförbindelser mellan centrum och eslövs ytterområden
Videouthyrning	Att stadsbussarna kör längre om kvällarna. Fram till kl 24 hade varit bra.
Lampaffär	Stadsbussarna bör inte köra runt torget
VVS-butik	Någon som kontrollerar cykellåskandet på trottoarerna
Leksaksaffär	Mer övervakning mot inbrott i bilar
On-off eller SIBA	Ordningvakter på stationen så att ”vanliga människor kan vistats där kvällstid”
Stoppförbud längs torgets västra sida	Att bussarna inte var försenade så ofta
Bokhandel med café	En trevlig parkeringsvakt
Myrorna/Erikshjälpen/Kupan	Grönsaks- och fruktaffär
Jerrys klädaffär	Musikföreningar
Fastfood, t ex sallad, bakad potatis	Postlåda
Bättre utbud på speciallivsmedel	Termometer
Saluhall	Bio
Större utbud av kravmärkta grönsaker och frukter	Glasskiosken öppen längre på helger
Vegetarisk restaurang	Nattklubb
Moped- och MC-affär	Dansställe för äldre
Skinnkläder	Klotterfria byggnader
Gratis P-hus	Vackra hus
Lådor där man kan hämta P-skivor och kartor över Eslövs kommun	Den traditionella julinblåsningen med dans kring granen
Hundrastgård	Fler bänkar
Hundlatriner	Vackrare på torget
Bilmarknad på torget, eller kanske bilauktion	Onsjöparken görs om till skateboardpark

Kommunen borde flagga på allmänna  
flaggdagar

Synd att Mikaeli marknad och  
vårmarknaden har flyttats från centrum  
till Föreningstorget

Gör något åt Föreningstorget, så man  
slipper skämmas

Frisk luft