



KOMMERSEN SOM FORMAT VÅRA OFFENTLIGA RUM

2018-11-14

Av: Urbio

Städernas torg uppstod oftast ur behovet av öppna ytor för handel. Med modernismen har dock torgens kommersiella betydelse eroderats. Men hur ser framtidens handel ut och vad kan det innebära för innehållet på och kring morgondagens torgplatser?

Det ömsom skogiga, ömsom vattensjuka landskapet i vår del av Europa innebar att forntidens människor gärna nyttjade isälvsåsarnas höjdryggar jämte vattendragen till att förflytta sig själva och sina varor. Stadsbildningar uppstod i lättförsvrade lägen där viktiga handelsvägar hade sina korsningspunkter. På platser där varorna var tvungna att lastas om uppstod kommers, vilket inte minst Stockholms ursprung är ett bra exempel på.

I takt med att städerna växte, räckte inte alltid de öppna stadsrummen till ytmässigt för allt affärsidkande. För att få plats för marknader behövdes även större, öppna torgplatser. Ofta hade varje torg en speciell inriktning för typen av saluförda varor och konkurrensen mellan de många detaljhandlarna var knivskarp. Men den här ordningen skulle omkullkastats under mitten av 1900-talet.

År 1955 öppnade 'Shopping', ritat av Erskine och beläget i den arktiska kuststaden Luleå. Gallerian var tänkt att fungera som en stad i staden – allt inhyst innanför ett klimatkontrollerat skal. 'Shopping' i Luleå lär vara världens första köpcenter. Det är något av ödets ironi att den innovativa idén om att ducka den norrländska iskylan fungerade lika fint i tropiska länder, men med skillnaden att det är den artificiella kylan som lockar folk istället. Men resultatet är det samma: Torget utomhus har vrängts ut-och-in och mycket av stadslivet kommit att flyttats inomhus.



Shopping av Erskine. Foto: Sune Sundahl. Ur ArkDes samlingar.

Samtidigt försköts tyngdpunkten för handeln ut ur de historiska stadskärnorna i och med massbilismens ohejdbara intåg. Torgfunktionen hade plötsligt förflyttats ut till motorvägslandskapet. I samma veva intogs de perifera köpladorna av stora handelskedjor, vars dominans snart också spillde över på innerstäderna, vilket förstås skedde på de små detaljhandlarnas bekostnad. Tyvärr upplever de flesta idag att den resulterande miljön är både trist, steril och blodtryckshöjande att befinna sig i.

Framtidens handel

Men nu hägrar nästa kommersiella paradigmskifte, i och med e-handelns annalkande genomslag. Högst troligt innebär den nätbaserade kommersen slutet för både den externa shopping-gallerian och de storskaliga kedjehandlarna. Istället väntar en renässans för det småskaliga köp-och-sälj-aktiviteter på städernas torg. Anledningarna till detta är flerfaldiga. Allt färre människor anser att bilen är en statusmarkör och att bilköer innebär kvalitetstid. Samtidigt kommer skrymmande och tunga gods kunna levereras hem enkelt med drönartransport på avtalad tid, vilket minimerar behovet av egen bil. I takt med ett ökande näthandlande tilltar suget efter hållbarhetslösningar, personliga möten och kvalitativa inköpsupplevelser.

Därför kommer en hel massa showrooms poppa upp inne vid städernas torg där folk får möjlighet att kvalitetsäkra sina nätköp genom att prova, känna och klämma på varorna samt prata med kompetent personal. Inte minst färska och lokalproducerade livsmedel vill folk handla själva. Intresset för vällagad mat och dryck kommer också öka, att finna både i form av varor och tjänster. Med torghandelns mer dynamiska prissättning minimeras svinnet på livsmedel med kort datum.

”Högst troligt innebär den nätbaserade kommersen slutet för både den externa shopping-gallerian och de storskaliga kedjehandlarna. Istället väntar en renässans för det småskaliga köp-och-sälj-aktiviteter på städernas torg.”

Samtidigt tenderar återbrukande och låneekonomiska modeller att bli viktigare för allt fler, vilket kommer att fylla både lokaler och marknadsstånd på och kring torgen med verksamheter. Betydelsen av det hantverksmässiga och lagningsbara kommer öka likaså, vilket leder till fler fasta och mobila repareringsateljéer. Även det unika kommer värdesättas än mer framöver, och innebär mer verksamheter av pop-up-karaktär med begränsade upplagor och kollektioner.

Vad gör vi då med alla plåtlador runt städerna? Tja, att åternyttja dem är förstås bättre än att riva... En klockren lösning vore att omvandla köpcentrena och dess asfaltsgården till hydroponiska stadsjordbruk som säkerställer den lokala matproduktionen. Låt oss statuera exempel och börja med 'Mall of Scandinavia' genom att konvertera det till ett tempel för grönsaksodling – med leverans in till städernas riktiga torg!