

# *Insändare. Stoppa Apples butik i Kungsträdgården*



Publicerad 2018-06-29



Ritningarna på Apples planerade butik gjordes om i föl efter stora protester när projektet lanserades 2016. Illustration: Apple/Foster + Partner

**Elektronikjätten Apples planerade butik i Kungsträdgården måste stoppas. Politikerna i Stockholm agerar lika okänsligt för folkopinionen som under striden om almarna i samma park på 70-talet.**

Inte ett knyst har hörts sedan i höstas om elektronikjätten Apples planerade butik i Kungsträdgården i Stockholm. Nu är hög tid att börja diskutera frågan inför det samråd stockholmarna inom kort bjuds in till. Det har av oklara skäl blivit starkt försenat och kommer igång först i början av juli. Det är synd eftersom semestertider knappast gynnar ett folkligt engagemang. Bättre blir det inte av att organisationslivet går på sparlåga under sommaren.

Möjligen är politikerna mindre besvärade av förseningen. De kan ju i valrörelsen hänvisa till att samrådet måste utvärderas innan de tar ställning. Det påminner om valet 1970 där frågan

om nedsågningen av Kungsträdgårdens almar behändigt försvann.

Det finns en viss parallell mellan striden om almarna och Apples planer. De 13 hundraåriga träden skulle sågas ner för att det skulle bli plats i parken för en T-banehall med väl tilltagna kommersiella utrymmen. Men stockholmarna, med stadsmiljögruppen Alternativ stad i spetsen, var kallsinniga till nyttan med hallen och sågade hela planen. Och såg till att träden räddades.

Nu är det andra änden av parken som hotas av ett kommersiellt intrång. Amerikanska Apple har köpt tomträtten som nuvarande restaurang "Friday's" vilar på för att bygga en butik med väl tilltagna ytor.

När projektet presenterades i början av 2016 i Kulturhuset blev kritiken inte nådig. Parkens funktion som en oas i den omgivande kompakta kommersialismen skulle gå förlorad om det första besökaren möter är detsamma som i övriga city. Parkens karaktär skulle ändras drastiskt av den dominerande byggnaden och dess verksamhet. Det i sammanhanget betydelsefulla Skönhetsrådet skickade snabbt in en remiss till kommunfullmäktige om att inte tillåta en ny byggnad utan passa på att "ge platsen tillbaka till stockholmarna".

Varför den rödgrönrosa majoriteten i Stockholms stadshus i stället gick med på att starta en planprocess för att möjliggöra en nybyggnation trots den starka kritiken lär vi väl aldrig få veta. Kanske var skälet så banalt som att politikerna kände sig smickrade på både egna och stans vägnar. Apples influgna europachefer som presenterade planerna i Kulturhuset gav inte bara en bild av allt det fina företaget ville ge stockholmarna vid sidan av att sälja och serva företagets produkter. De gav också uttryck för hur nöjda de var med att kunna förlägga sin nya flaggskeppsbutik, större och modernare än den i London och New York, just i en så innovativ och kreativ stad som Stockholm. Då var det inte lätt för stans mäktiga att stå emot en så oblyg omfamning. Eller som finansborgarrådet Karin Wanngård (S) uttryckte det: "Det visar på vår attraktivitet, att globala aktörer vill förknippas med Stockholm".

Nu är det inte vilken aktör som helst det gäller, utan ett av världens mest framgångsrika börsbolag med en omsättning sisådär 50 gånger större än hela kommunbudgeten, om vi räknat rätt. En bjässe man inte vill stöta sig med i första taget – och det är nog där skon klämmer som värst. Det råder heller inget tvivel om att Apple vet sin styrka och drar nytta av den. På samma sätt som företaget kräver en egen framträdande plats i återförsäljarbutikerna för att markera sin särställning bland världens elektronikföretag kräver man exklusiva platser för sina flaggskeppsbutiker runt om i världen för att poängtera att man inte bara är ett företag bland tusen andra. Då är bara det bästa gott nog. Och vad kan vara en bättre plats än stadens mest omhuldade park som häromåret av stockholmarna

korades till "Bästa platsen" i city – en goodwill som Apple vill snylta på.

Denna odlade image av exklusivitet bidrar till att Apple är ett av världens mest lönsamma företag. Och då får det också kosta. 129 miljoner har Apple betalat för tomträten till Stockholms Handelskammare som fick den gratis för att bygga den restaurang som ligger där. Det är mer än kommunen hittills varit beredd att lägga ut för att återta de 400 kvadratmeter parkmark det handlar om. Det är snålt med tanke på att man har en osedvanligt stark ekonomi just nu efter stora markförsäljningar i samband med senare års byggrusch. Och dumsnålt med tanke på att det säkerligen blir mångdubbelt dyrare att köpa tillbaka någon gång i framtiden.

Kan det stundande samrådet få en majoritet av politikerna att tänka om? Ett rungande nej till hela projektet från stockholmarna borde vara svårt för politikerna att komma förbi, vilken majoritet som än sitter i Stadshuset efter valet. Det kunde kanske också få Apple att bita i det sura äpplet och tacka ja till en annan plats för sin flaggskeppsbutik, vilket de hittills vägrat. För de inser förmodligen att en utdragen värdekonflikt med stora delar av befolkningen varken vore bra för varumärket eller affärerna.

Det mesta tyder på att det finns en bred majoritet emot denna kommersialisering av parken. När SVT i anslutning till ett program om Apples planer bad om tittarnas reaktioner svarade 85 procent att det var en dålig idé. Det är en fingervisning om de svarande inte nödvändigtvis var representativa för hela befolkningen.

Sedan kan det sägas att Apple har en smula otur med timingen. Slussen, tv-eken, Nobelhuset, Förbifarten och en rad rivningar och spektakulära påbyggnader i city har skapat opinioner som knappast låter Kungälv invaderas av ett multinationellt företag utan strid. Apple kan rentav som almarna på sin tid bli en symbol för en okänslig stadsplanering.

**Text**

**Göran Folin**

Alternativ stad.