

CITYGROUP

Ett oslagbart nätverk för alla samhällsbyggare i city och centrum

DOKUMENTATION
FRÅN CITYGROUP TRÄFF
4-5 SEPTEMBER 2017

TEMA:
MORGONDAGENS TORG
OCH HANDELSPLATSER



ARRANGÖRER



SVENSKA
STADSKÄRNOR



I SAMARBETE MED



FASTIGHETSÄGARNÄ



Tack för senast,

I din hand håller du en dokumentation från Citygroupträffen 5 september 2017 i Höganäs, Kungälv, Södertälje, Åmål och Ljusdal. Över 100 samhällsbyggare, stads- och centrumutvecklare var på plats för att diskutera temat för träffen – morgondagens torg och handelsplatser.

SYFTET MED CITYGROUP är att samla yrkeskåren som på olika sätt arbetar med att utveckla våra städer och orter runt om i landet. Yrkesrollen har många nyanser, allt från att vara den värsta strategen, ambassadören, diplomaten, förhandlaren och brobyggaren mellan tjänstemän, politiker, handlare, fastighetsägare till tusenkonstnären som fixar kampanjer, events och mycket, mycket mera! Oftast väldigt begränsade budgetar. Så all respekt till er som lägger ner er själ i detta omväxlande, fantastiska och tuffa utvecklingsarbete!

FÖRUTOM ATT SAMLA ER ÄR MÅLET ATT NÄTVERKA, dela erfarenheter – goda som mindre goda, tips och idéer. Tillsammans besitter ni en unik kunskap och inblick i vardagens ständiga utmaningar att leverera upplevelser som ska attrahera såväl befintliga som presumtiva invånare, besökare och näringsidkare.

DESSA TRÄFFAR ARRANGERAS av Sveriges Centrumutvecklare och Svenska Stadskärnor med stöd av Fastighetsägarna, Svensk Handel och Visita. Träffarna arrangeras två gånger om året. Se nedan datumen för nästa års träffar.

Slutligen tack till er alla som medverkat, diskuterat och delat era insikter och erfarenheter samt tips. Vi hoppas att det kommer att ge dig nya infallsvinklar när du hamnar i situationer som beskrivs här.

På återseende!

Med vänliga hälsningar

Björn Bergman
vd
Svenska Stadskärnor

Marlene Hassel
ordförande
Sveriges Centrumutvecklare

NOTERA! CITYGROUP 2018

- 5 febr
- 4 sept

- Dalarna/Gävelborg – **Falun**
- Stockholm/Mälardalen – **Sundbyberg**
- Syd/Sydöst/Öst/Småland – **Älmhult**
- Norr – **Skellefteå** 5-6/2 och 3-4/9 från lunch till lunch*
- Värmland/Dalsland – **Torsby**
- Väst – **Kungsbacka**

Reservation för eventuella ändringar.

I. HUR SER MORGONDAGENS TORG OCH HANDELSPLATSER UT?

Exempelvis placeringen, frekvens, tema, hot, möjligheter etc. Spåna fritt och visionärt.

Generellt finns ett stort frågetecken kring framtidens torghandel och dess existens som den ser ut idag och om det finns behov av torghandel i framtiden. Samma sak gäller handelsplatser vars roll påverkas av den ökade e-handeln och digitaliseringen. Då som nu är samverkan mellan olika parter viktig.

Med det sagt, så har det ändå kommit fram många intressanta och bra förslag samt önskemål för att möta morgondagens torg- och handelsplatsbesökare. En del handlar om rent organisatoriska och administrativa förbättringar och administrativa förenklingar och andra om dess olika funktioner, servicen och tillgängligheten. Detta ställer högre krav på handlare, som redan idag dåligthinner med sin kompetensutveckling, uppdatering av den senaste tekniken, lönsamheten etc. Det gäller särskilt de mindre fristående handlarna. För att underlätta för dem föreslogs det att man skulle kunna hitta samarbetsformer kring administration, genom t ex hubbar, ny teknik och sociala medier. Man skulle även kunna turas om att ha söndagsöppet och extra kvällsöppet enligt ett schema för att skapa liv och rörelse i staden. Fastighetsägare och banker förfogar idag över lokaler med A-lägen, detta borde ses över för att öka besöksflödet i de centrala delarna genom att erbjuda ett bredare utbud av aktiviteter och upplevelser för olika målgrupper över dagen, kvällen, natten och året.

Vardagsrummet flyttar ut på stan

Framtidens kunder vill uppleva mer och inte bara shoppa, d v s man vill mätta själen – inte bara lösa de fysiska behoven! Hur kan man tillgodose detta? Förslag som kom upp var att skapa fler sittplatser, bänkar, små gröna oaser för paus, pick-nick, vila, lek, fika, samtal etc. Mötesplatser med mer grönska skapar trivsel och ”vardagsrumskänsla” vilket också bidrar till en tryggare upplevelse.

Bygg till och bygg ut

För att skapa en levande torghandel är det viktigt att kommunen är ”med på tåget”, vilket blir en utmaning i framtiden. De kan till exempel ta bort markhyran, skapa möjligheter för fler att vara på torget genom enklare regler, t ex med hjälp av Nyföretagarcentrum och andra organisationer. De kan även skapa mer bekvämligheter för dem som säljer på torget med tillgång till parkering, värme, lager och fasta torgplatser/bodar. Bygg in funktioner såsom scen, teleskopsstolar, gröna platser och isslingor så att torget får fler funktioner året om. Låt butiker, caféer och restauranger flytta ut om det är möjligt. Satsa på när- och häroddat. Tänk tema och koncept och dela upp torgets yta utifrån de möjligheter som platsen har.

Variation och särprägel

Människan är av naturen nyfiken på det nya och avlägsna, men har även behov av förankring i det nära, lokala och unika. Här finns en potential för alla att lyfta fram sin historia och sina traditioner genom storytelling och därmed stärka platsens identitet och attraktionskraft. Handelsplatser och torg kan locka kunder med ett varierat utbud genom t ex pop-up-butiker/ caféer, showrooms och foodtrucks. Även här kan man tänka tema och koncept, t ex mer nischade event/marknader efter intressen/ålder såsom Dreamhack och disco för de som är över 50 år, där de permanenta handlarna och tillfälliga aktörerna hjälps åt att attrahera besökare.

GODA EXEMPEL:

- Malmöfestivalen i Malmö
- Larmtorget i Kalmar
- Hantverksmässan i Båstad
- Sweden rock
- Roth på Öland
- Magasin 36, Höganäs
- Kulturrum Partille som har skola, nyföretagarcentrum mm

Exempel på lyckade kombinationskoncept: <http://bianchi.cafe/om-bianchi/>

TIPS PÅ ATT UTVECKLA DIN HANDELSPLATS

- Ta in spetskompetens när ni ska utveckla era torg/handelsplatser, anlita bra arkitekter och utvecklingskonsulter.
- Använd någon som har utifrånperspektiv, invånarna i alla åra, men de är lekmän.
- Få till "lås-upp-modeller" inte inifrånperspektiv.
- Gör en tävling.
- Tänk långsiktigt – inte bara korta puckar.

Definition: Med torgmarknad menas ett tema på utbudet som finns där just den dagen. Marknad är t ex Kiviks marknad etc. Torghandel är återkommande för fasta och tillfälliga handlare under de veckodagar, som gäller i respektive kommun.

2. HUR SER DAGENS TORG OCH HANDELSPLATSER UT?

Torghandeln som den är i dag är utdöende. Systemen för att boka plats är ofta krångliga och tidskrävande. I många fall gäller turordning på torget. Platserna fördelas av torgvärd. Torghandeln verkar fungera bäst i de mindre städerna och dess överlevnad bygger på småskalighet och närodat. För att den ska fungera krävs en organisation. Hur bra den fungerar, om det finns en sådan varierar från ort till ort.

I Eskilstuna finns en organisation som hanterar detta. I Södertälje bekostar kommunen för själva stånden, medan övervakningen sker av P-bolaget på samma sätt som andra kommuner gör. I Ulricehamn finns färdiga torgbord med tak. Plats bokas via Cityföreningen. Kostnaden är 200 kr per tillfälle och gäller enbart lördagar. Många småstäder har torghandel en eller ett par dagar i veckan. I Tidaholm har man torghandel på onsdagar, där en torgfogde tar emot. Kunderna består mest av den äldre generationen, vilket är en utmaning inför framtiden.

I Göteborg finns salutorg med torghandel måndag-lördag. Generellt utnyttjas inte torgplatserna optimalt, tydliga koncept saknas och aktiviteterna är få. Utvecklingspotentialen är med andra ord god.

Placeringen för de flesta torg är traditionella med placering nära centrum, kyrka eller krog. Borlänge har ett restaurangtorg som ligger i ena änden av torget, vilket ger ett flöde via restaurangerna, annars inget direkt flöde. I Falun finns flera torg, varav vissa är rätt öde. I Ljusdal är flödet litet, en del av förklaringen är många banker kring torget och tandläkarpraktik mitt i centrum med tomma skyltfönster.

3. HUR HANTERAR VI TORGHANDEL OCH MARKNADER IDAG?

Att hantera torghandel och marknader är förenat med en hel del svårigheter och hinder. Å ena sidan har vi besökarna som önskar en levande torghandel med bra, gärna närproducerade produkter, med ett varierat utbud av upplevelser och aktiviteter för rimliga pengar.

Å andra sidan har vi de olika aktörerna, handlarna själv och den administrativa delen, logistiken, renhållning, bevakning etc som oftast hanteras av kommunen. Dialogen mellan dessa parter saknas eller fungerar ofta inte som den borde. Regelverket upplevs som krångligt och tvister mellan parterna förekommer. Riktlinjer följs inte upp och man upplever torghandeln som ostrukturerad. Flera av handlarna är nysvenskar och de kämpar både med språket och för att överleva som småföretagare. Kunskapsglappet är också stor mellan parterna och man upplever att de utländska företagen/utställarna behandlas olika, vilket ger en osund konkurrens. Man anser att de konkurrerar med, istället för att komplettera de permanenta torghyresgästerna.

Flera orter har med gott resultat upplåtit plats till just internationella så kallade Street Markets, som lockar både ortens invånare som externa besökare. Andra har svårt att få attraktiva handlare. Många handlare har blivit mer bekväma och vill stå inomhus. Kommunen får ibland klagomål på att man hyr ut till torghandlare som dumpar priser, samtidigt är det inte kommunens roll att hantera konkurrens. Torghandel finns och fungerar bäst i samband vid event.

För att torghandeln ska fungera bra är placeringen viktig och en enhetlig utsmyckning är att rekommendera. Det behövs även tillgång till el, toaletter, utökad renhållning och man vill gärna ha torgvärdar som tar emot på morgonen.

GODA EXEMPEL är Matmarknad i Kristinehamn. Street market i Växjö.

DÅLIGA EXEMPEL finns det många, speciellt när det inte är enhetligt. För mer information om det finns föreningen TOMAS (Torg och marknadsföreningen), kontaktperson Agne Johansson.

TIPS

- Torghandel kan skapa arbetstillfällen för nyanlända!
- Samverka mer med andra aktörer för bättre effekt.
- Stöd för knallarna kan fås av organisationen Småföretagarna.

4. HUR FUNGERAR DE LOKALA REGLERNA PÅ ALLMÄN PLATSMARK?

Den allmänna uppfattningen är att kommunerna måste börja inse att de behöver en dedikerad person som arbetar med platsutveckling med erfarenhet av handel, centrumutveckling, kommunala processer och näringslivet. Viktigt att det också finns en back-up så att inte arbetet stannar av, då det ofta är personbundet. Man efterlyser tydliga regler om vad som gäller och vart man ska vända sig för att söka plats och tillstånd. Det är skillnad mellan platsmark och kvartersmark vilket upplevs otydligt. Flera städer har fungerande taxor, men det framgår inte vem som är ansvarig. I Falkenberg och flera andra städer är t ex offentlig plats gratis om man har stadsförhöjande arrangemang. Några har ett generellt tillstånd för hela marknaden och gratis tillstånd för uteserveringar.

Samarbetet och hanteringen mellan handläggare och ansökande varierar från kommun till kommun. Kommunen har taktpinnen här med sina torgstadgar och riktlinjer, som i sin tur ska komma ur SKL:s ordningsregler för torghandel. Länsstyrelsen står för ordningslagen. Det krockar oftast mellan kommunen, centrumföreningar och utställarna.

Kontaktpersonen varierar från kommun till kommun. Allt från tillståndshandläggarna i kommunen till SKL, TOMAS, småföretagarna, trafikövervakaren, tekniska avdelningen och Polisen till företagslotsen.

5. HUR REDO ÄR VI SAMT KOMMUNEN FÖR ATT MÖTA MORGONDAGENS KRAV OCH FÖRVÄNTNINGAR NÄR DET GÄLLER TORGHANDEL OCH HANDELSPLATSER?

Egentligen inte alls är svaret, då vi inte vet vad kunden vill ha och om det behövs en torghandel i framtiden. Utvecklingsarbete för torghandel och marknadsplatser gör sig inte självt. Det behövs en arbetsgrupp med engagerade allmänplatsupplåtare, centrumutvecklare, fastighetsägare, butiker och gärna en visionär. Drömmen vore fasta ställningar som ger struktur och enkelhet, där man får in det gröna och lummiga i torghandeln och man utgår från historiska rötter. Det är frågor som bör finnas med tidigt i stadens och ortens planarbete och som bör botten i en politisk vilja och intresse. Målet ska vara att underlätta och inte försvåra.

För att skapa morgondagens torghandel och handelsplatser behöver vi tänka om och tänka nytt. Fler funktioner som uppfyller dagens och morgondagens medborgare och besökare. Regelverket behöver ses över och det är viktigt att ha koll på Plan- och byggnadsplanerna så man vet de långsiktiga planerna i kommunen. Hitta eldsjälarna och förbättra samverkan mellan parterna. Viktigt också att ta lärdom från andra, t ex föreningen TOMAS med sina 300 medlemmar. Det behövs spetskompetens från sakkunniga, centrumutvecklare, stadsarkitekter m fl.

6. VAD KRÄVS FÖR ATT VI TILLSAMMANS SKA KUNNA FORTSÄTTA DRIVA OCH PÅVERKA UTVECKLINGEN AV TORGHANDEL OCH MARKNADSPLATSER?

Här finns en rad möjligheter och utvecklingspotential. Önskemålen som kom fram är att SKL blir tydligare med information/kunskap och gärna skapar tydliga informationsforum. Samla sakkunniga tjänstemän och även politiken för en bra driftorganisation, där bl a kommunen blir konsumentvägledare. För att lära av erfarenheterna utvärdera olika events, marknader och mässor.

Bilda en projektgrupp/referensgrupp bestående av representanter och personer såsom centrumledare/projektledare, näringslivsavdelning/företagslots, miljö och hälsa, tillståndshandläggare (allmän platsmark), alkoholhandläggare, räddningstjänsten, Polisen, representanter från utställare/knalle och elfirma.

GODA EXEMPEL:

Helsingborg och Ängelholm

7. HUR GÅR VIVIDARE?

Här kom det upp många förbättrings- och utvecklingsförslag. Vi måste bli tydliggöra vår yrkesroll och våra olika roller i samverkan. Vi behöver utveckla våra handelsstråk och skapa tydligare platser och kluster med olika tema. Vi måste vara mer flexibla i vårt framtida tänk så att vi t ex förlänger säsongsförsäljning, förstärker sommarstäderna och jobba mer med A-, B- och C-lägen på platsen. Butikernas framtid handlar till stor del om av hur väl vi lyckas conceptualisera vårt utbud och att vi vågar ge plats för nya prova-på, testplatser och pop-up-stylebutiker. Ta reda på vem framtidens kunder är, deras behov och önskemål och inte vara rädda för att möta e-handels utveckling. Viktigt att förstå att varje kommun är unik och behovet av torghandel är olika i de olika kommunerna.

GODA EXEMPEL:

- Helsingborg jobbar med "micro-identiteter" i staden, olika platsvarumärken under huvudvarumärket, där de olika microområdena har olika arbetsgrupper.
- Visby säsongsförlängning, kontaktperson Magnus Olsson.
- Luleå har framgångsrikt utvecklat sitt centrum med en stark ledare i KSO – Niklas Nordström, samarbetet med Svensk Handel och ny utvecklingsstrategi.

8. FÖRSLAG PÅ TEMA

- Ideella föreningar, Engagemang, Fastighetsägare
- Event som driver handel
- Trygghet/säkerhet
- Samordnade transporter
- Hur möter vi digitaliseringen i framtiden? Teknik?
- Hur kommunicerar vi till handlarna för att nå fram?
- Kompetensutveckling av handlarna
- Varför handla på hemmaplan? Hur stärker man sin lokala handel via handlaren själv?
- BID
- Digitalisering
- Vår yrkesroll
- Dialog – Hur får vi till en bra dialog mellan våra olika parter i staden? Vilka styrmedel behöver vi?
- Stråkarbete – Hur får man till ett bra stråk?

9. FÖRSLAG PÅ DATUM FÖR TRÄFFAR 2018

Genomgående önskar man två träffar per år, helst i februari och september. Förslag på datum är 5 februari och 4 september 2018.