

# CITYGROUP

*Ett unikt nätverk i samverkan mellan Svenska Stads kärnor och Sveriges Centrumutvecklare*



DOKUMENTATION  
FRÅN CITYGROUPTRÄFFARNA 4-5 SEPT 2018

## TEMA:

Hur ser framtidens mötesplatser,  
samverkansorganisationer och  
det framtida ledarskapet ut?

### ARRANGÖRER



SVENSKA  
STADSKÄRNOR



SVERIGES  
CENTRUM  
UTVECKLARE

### I SAMARBETE MED



FASTIGHETSÄGARNNA

SVENSK  
HANDEL VISITA

# Tack för senast!

I din hand håller du en dokumentation från Citygroupträffarna den 4 september 2018 i Gävle, Karlstad, Norrtälje, Falköping, Karlskrona och sist men inte minst Sundsvall, där träffen var förlagd från lunch till lunch den 4-5 september. Över 100 engagerade deltagare kom för att bl a diskutera kring temat framtidens mötesplatser, samverkansorganisationer och hur vi tror att det framtida ledarskapet kommer att se ut.

Förutom temadiskussionen var själva erfarenhetsutbytet och nätverkandet den stora behållningen. På agendan fanns även en stadsvandring som inspirerade och bjöd på många goda tips och idéer.

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

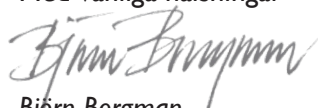
**FÖRUTOM ATT SAMLA ER ÄR MÅLET OCKSÅ ATT NI SKA NÄTVERKA**, dela erfarenheter, goda som mindre goda sådana samt tips och idéer. Tillsammans besitter ni en unik kunskap och inblick i vardagens ständiga utmaningar att leverera upplevelser som ska attrahera såväl befintliga som presumtiva invånare, besökare 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 datumet för nästa träff.

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

På återseende!

Med vänliga hälsningar

  
Björn Bergman  
vd, Svenska Stadskärnor

  
Marlene Hassel  
ordf, Sveriges Centrumutvecklare

**NOTERA!**  
**CITYGROUP**  
5 feb • 10-17  
2019

Syd: HELSINGBORG  
Väst: VARBERG  
Öst: VÄSTERVIK  
Värmland/Dalsland: SÄFFLE  
Stockholm/Mälardalen: STOCKHOLM  
Reservation för eventuella ändringar.

Dalarna/Gävleborg: SANDVIKEN  
**OBS!**  
Norr: GÄLLIVARE 4-5 feb  
kl 12-12 inkl övernattnings  
Kostnad för logi och middag tillkommer.





*Citygroupsträff i Sundsvall, på grund av lång resväg har de valt att träffas från lunch till lunch med övernattnig, vilket skapar mer tid för nätverkande och utbyte av erfarenheter. Kan vara en idé att annamma även för övriga orter.*

**V**ärdet av att träffas analogt är och kommer alltid att vara viktigt, oavsett den tekniska utvecklingen som möjliggör digitala möten via skype, webinars, e-handel med mera. Vi är människor som har behov av att träffas in real life, men behoven och förväntningarna ser annorlunda ut.

Hur bra är vi på att möta och hantera dessa förändringar idag och vad krävs av oss för att attrahera våra invånare, besökare och investerare i framtiden? Vi vet att samverkan är vägen framåt och en del i framgången är ett ledarskap som involverar och engagerar samt visar vägen framåt, för att möta de utmaningar som framtidens mötesplatser innebär. Mötesplatser som vi vill ska vara till för alla och upplevas helst dygnet runt. Det berör offentliga, privata och ideella aktörer som tillsammans behöver ta ett gemensamt grepp för att fylla sina städer, orter, centrum, mötesplatser med både funktion, estetik och upplevelser.





På stadsvandring i Gävle med Daniel Swärd från Gävle City som värd och ciceron.

## I. HUR SER DEN FRAMTIDA MÖTESPLATEN UT?

*Vad är viktigt? Säkerhet, trygghet, tillgänglighet, variation etc?*

Vi behöver tänka utifrån människan och göra oss redo för att möta de förändringar som kommer inom de närmaste åren. Vi går mer från att vara en handels- till eventstad. De som kommer ta störst stryk är de mindre butikerna. Hur ska de klara sig? Vad behöver göras? All handel handlar om logistik, vilket även innefattar att se över vilka relevanta plattformar som finns för beställning och leverans, som t ex Pizza och andra restauranger, som använder "Uberfunktion" som man kan ansluta sig till och få produkter/varor levererade. Utvecklare finns inom webbhandel för mindre leverantörer som tar reda på vad som finns och ser vilka samverkansmöjligheter som kan skapas. Hur kan vi få med fler butiker vid events som genererar ökad lönsamhet istället för events som ibland blockerar försäljningsmöjligheter. Här ställs det krav på vilka events kommunen ger tillstånd till och hur de gagnar mångfalden och majoriteten.

Centrums mötesplatser ska inte vara rädda för ny teknik utan vara först med att implementera den. Det är bra att varumärken och kedjor – men även fastighetsägare och kommun digitaliserar – sig i större utsträckning. Nya former av samverkan där flera mindre går ihop. Olika verksamheter under olika tidpunkter under dygnet, frukost/brunch/lunch/middag och nattklubb.

## SÄKERHET & TRYGGHET

- Att få igång kvällskonomin är viktigt, t ex Purple Flag-verktyget
- Nätverka kring trygghet
- Identifiera riskhelger/dagar
- Belysning och underhåll av fastigheter
- Tryggheten viktig, föreningar hjälper till i vissa orter

## VARIATION & ATTRAKTION

- Tänka nytt kring etableringar (kommunhus, fritidsgårdar, skolor, arbetsplatser)
- Inte bygga statiska miljöer, utan med plats för flexibilitet. T ex lokal i bottenvåning som kan ha en verksamhet initialt för att sedan omvandlas.
- Kortare hyreskontrakt för att möjliggöra nya koncept och även våga ha en lokal tom för att vänta på rätt hyresgäst. Flera entreprenörer som delar på samma kontrakt.
- Kombinera traditionell handel med e-handel med möjlighet att hämta och ev byta vara i butik
- Fler branschöverskridande verksamheter, t ex ostbutik/deli/café. Juice och kläder etc  
Studenter önskar t ex kunna plugga i bokhandel. Klädesbutiker och livemusik
- Byta skyltfönster med varandra
  
- Se över platsvarumärket - Vad tänker du på när man säger "Skövde", "Hjo". mfl
- Gör det till en styrka att man är en mindre stad
- Nischa sig – skapa unika platser. Hur skall man mötas digitalt, men samtidigt fysiskt
- Upplevelsebaserat och erbjuda sådant som inte internet kan
- Plats för lek, grönytor och platser att bara "hänga"
- Hållbarhet – loppis, klädbytdagar – osv cirkulär ekonomi
  
- Teatraliska och attraktiva stråk
- WiFi i stadsrummet
- Lysande stolar, mobilladdare
- Selfieplatser t (ex. Alfred Nobel-statyn i Karlskoga)
- Miljöer som tillgodoser många önsknings: Solstolar för avkoppling
- Miljöer för våra nysvenskar som använder centrum som sitt vardagsrum

## TILLGÄNGLIGHET & SERVICE

- Öppettider anpassas efter när de flesta är lediga, ta hänsyn till arbetspendling
- Tillgängligheten differentieras efter säsong och anpassas efter t ex sommar och vinter
- För småorter är parkeringen A & O
- En ansökan till Polisen för ett helt år framåt
- En lots när det gäller tillståndshandläggning
- Fastighetsägare dåliga på att marknadsföra sig när de inte har några tomma lokaler

## TIPS

- Falun testar "Surpriseshopper", t ex köp ett par byxor och du kanske kan få dem gratis
- T ex gemensamt kassasystem, fungerar bra enligt Sandviken
- Aktiviteter tappas dagtid om det är mest matställen, sSvårare att få med restauranger som medlemmar.
- Krögarträffar bjuda in Tillståndsenheten – ett tillfälle att träffa och knyta kontakter med krögarna.  
Restauranger ej vana att samarbeta, flera utlandsfödda som ej förstår.





## 2. HUR SER FRAMTIDENS SAMVERKANSORGANISATIONER UT?

*Vilka aktörer/intressenter bör ingå, ansvarsfördelning, ekonomi etc*

I framtiden blir samverkan över gränserna ännu viktigare. Det kommer att behövas en mer övergripande bild om vad man vill med sin plats/stad/ort, det vill säga en regional utvecklingsstrategi för att få med alla delar. Shopping är en reseanledning precis som att besöka en White Guide-restaurant eller besöka ett museum. Idag lever turism- och besöksnäringen sitt eget liv. Visit-bolagen jobbar med fokus på medlemsnyttan och inte besöksnäringen i stort. Platsutvecklingsfrågor inbegriper dessa olika delar och här har kommunerna en möjlighet att vara mer drivande, det s k Loket som skapar förutsättningarna för övriga aktörer. Flera kommuner lägger ner centrumföreningar för att arbeta mer BID-influerat, vilka följder får det?

Utmaningen ligger i hur man kommunicerar nyttan av att samverka och hur olika aktörer ska bidra ekonomiskt eller på annat sätt. Viktigt är också att få med medborgarna, vilket också är en kommunikationsutmaning – hur skapar vi delaktighet? Lojalitet? Hur får vi in själ och hjärta och stolthet för vår stad? Många väljer hellre att betala en slant än att själva engagera sig tidsmässigt.

## AKTÖRER & INTRESSETER

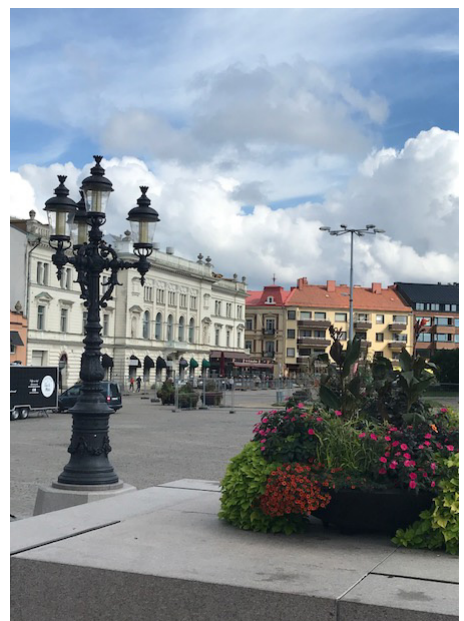
- Kommun, näringsliv, fastighetsägare är den traditionella modellen
  - Kommunen behöver ta taktpinnen och leda utvecklingen
  - Restaurangerna måste vara mer ”med på banan” och se den stora nyttan
  - Ha med andra företag, ej bara handel. T ex kyrkan har en aktiv del i många kommunen
- 
- Eldsjälar och ambassadörer
  - Tydlig organisation med tydligt mandat och resurser
  - Styrande/operativ organisation med styrgrupp, arbetsgrupp och referensgrupp med tydliga mandat i respektive grupp
  - Centrumsamordnare gör oftast allt jobb, riskfullt om personen slutar

## ANSVARSFÖRDELNING & EKONOMI

- Tydlig finansiering
  - Viktigt att ha en vision, affärsplan, handlingsplan och strategi att luta sig emot
  - Hitta nya intäktsvägar, t ex skolor som fyller större centrala lokaler
- 
- Alla är med och betalar men inte nödvändigtvis jämn fördelat utan relaterat till ansvar, gynnande eller tid/pengar. Fördelningsnyckel?
  - En mix av tremannaskapet men att de större betalar mer. Viktigt med delaktighet!
  - Gärna mer resurser från kommunen – personella och ekonomiska – för att stödja stadsutvecklingen
  - Stödmedlem, medborgarbidrag typ 100 kr eller valfri summa

## TIPS

- Satellitrestauranger i Västervik under ett cruising event
  - Centrumföreningen sökte tillfälligt tillstånd, krögaren betalade till dem annars för komplicerat om alla ska söka tillstånd
- 
- Springa i varandras korridorer men ej bygga bort sitt mandat. Åtminstone samma fikarum eller andra kontinuerliga träffar, d v s närhet och öppenhet kring gemensamma frågor
  - Evenemangslots, som vissa kommuner har, är ett sätt att få medel till centrumutveckling
  - Falkenberg söker bidrag från kommun, 2 milj kr/år för stadsmiljön





### 3. HUR SER VÅR FRAMTIDA ROLL SOM LEDARE UT?

*Vilken yrkesprofil, utbildning och vilka erfarenheter krävs?*



Arbetsuppgiften måste konkretiseras i en arbetsbeskrivning. Den kan sedan se ut på lite olika sätt. Viktigt är dock att rätt kompetens utnyttjas och på rätt plats. Kommer de strategiska inslagen landa mer hos kommunen och marknadsansvaret i cityorganisationerna (d v s mer ballongblåsare)? Vilka av oss besitter då rätt kompetens? Flera centrumutvecklare har idag en högskoleutbildning men inte alla. Oavsett vilket är det viktigt att vidareutbilda sig, t ex via Svenska Stadskärnor. Mycket stor vikt läggs på att nätverka och att hela tiden vara pålästa inom våra branschområden.

#### YRKESPROFIL

- Strategisk vs operativ. Olika roller i samma organisation, kunna ta alla – allt från politiker till handlare
- Driva frågor med tydlighet, handlingsplan och målbild, ansvar och beslut
- Att få mandat (men då krävs en gemensam handlingsplan med tillhörande budget)
  
- Även roll som kunskapsspridare. Veta vad konsumenten vill ha
- Kunnig i olika kommunikationsplattformar
- Projekt- och processledare om vartannat



## UTBILDNING

- Viss akademisk kunskap, förståelse för samhällsbyggnad och fastighetsägarship
- Ledarskap, samhällsprogram, kommunikation
- Ekonomikunskaper
- Fastighetsförvaltning
- Yrkehögskola behövs – platsutvecklare
- Handelsbakgrund en stor merit om man ska jobba med frågorna, särskilt för centrumsamordnare, eller egna företagare
- Behövs komplettera med digital marknadsföringskunskaper

## ERFARENHET & EGENSKAPER

- Kommunikativ
- Snabbfotad och lyhörd för förändringar
- Frihet under ansvar, ofta överrepresenterar vi, särskilt kvinnor
- Målinriktad, kvalitetsmedveten, driven, bra på att söka medel
- Allt-i-allo, strateg och hantera många bollar i luften, administrativ
- Livserfarenhet, vara beredd att kavla upp ärmarna
- Trollkarl

## 4. HUR GÅR VI VIDARE?

Alla tycker Citygroupträffarna är ett bra tillfälle att mötas och utbyta erfarenheter, men också att kunna prata av oss med allt vad jobbets olika delar innebär. Dessa nätverksträffar ger ny kunskap, fler samverkansmöjligheter och bekräftelse på att det vi gör är rätt.

Frågor som kom upp är hur kan man vidga gruppen och få fler att delta och engagera sig i sina respektive städer, t ex näringslivsutvecklare, destinationsutvecklare, centrumchefer. Vi bör också försöka bjuda in fler grannstäder.

- Bra att sprida träffarna i regionen, gärna inslag av vetenskap, forskning, statistik
- Ser fram emot nästa träff och eventuellt ta med politiker eller kommunal tjänsteperson.
- Facebookgrupper
- Starta YH-utbildning för platsutvecklare, skapa större erfarenhetsbank genom flera stadsbesök av Svenska Stadskärnor
- Kunskapsbank från andra städers aktiviteter och evenemang

### ÖNSKEMÅL:

- mer spetskompetens och påbyggnadsutbildning
- vill träffas fler gånger om året och ha tematräffar med erfarenhetsutbyte
- Arbetsplatspraktik via Svenska Stadskärnors medlemmar

## 5. FÖRSLAG PÅ KOMMANDE TEMAN

- Ämnen som kändes viktiga var att fortsätta titta på den framtida samverkansorganisationen.
- Digital handel kopplat till vår roll – vad står vi inför samt min funktion – vem är jag till för?
- Mer tid för reflektion och öppna frågor
- Erfarenhetsutbyte – goda exempel som redovisas. Gärna något kort från respektive deltagare  
Skicka en förfrågan till deltagarna innan så det kan förbereda sig innan.
- Etableringsstrategi
- Digitalisering ur ett marknadsföringsperspektiv
- Finansiering av centrumutveckling – exempel på hur andra har gjort, goda exempel
- Hitta en formel för nyckeltal för att få en levande stad
- Hur kommunicera medlemsnyttan för stadens utveckling i en större helhet

### PLATSENS BETYDELSE & UPPBYGGNAD

- Hur skapar vi platser för att trivas?
- Hur bevarar vi en plats för att långsiktigt kunna erbjuda en helhetsupplevelse?
- Hur skapar man en platsidentitet?
- Hur utbilda/kunskaphöja fritidspolitiker i platsutveckling, verktyg, modeller?
- Lära av goda och dåliga exempel
- Trendspaning/omvärldsbevakning
- Bjuda in kommunalråd & kommunchef som berättar om deras arbete om stadsutveckling.
- Säsongstema och evenemangserfarenhet
- Skyltning, varuexponering, gatupratare, evenemang
- Markupplåtelse, tillståndssansökan
- Medlemsnytta

*För mig var dagen fantastisk.  
Hoppas verkligen att vi ses  
mer i fortsättningen.  
Ser redan fram emot det.*

*Maria Johansson  
Tillväxtstrateg,  
Mariestad kommun*



# CITYGROUPSTRÄFFARNA I MEDIA

Torsdag 6 september 2018

## Träffar viktig del till att bli Årets stadskärna

● Karlskrona satsar på att bli nominerade till Årets stadskärna nästa år.  
● Under tisdagen besökte därför tjänstemän inom besöksnäringen från landets södra delar Karlskrona.

**KARLSKRONA.** De var där för diskutera framtidens mötesplatser, ledarskap och samverkan mellan organisationer. Färdtjänstgärens platser i landet skulle lösningsmötesplatser och för debutanterna Karlskrona fanns ett minst sagt stort intresse för Citygroup. De 24 som infann sig i Dock-så på Skeppholmen utgjorde nämligen dagens sista mötesgrupp sett över samtliga städer.

– Vi vill inspirera med vår vackra och unika stad. Denna dagen har jag verkligen sett fram emot, säger Johanna Masetti på handelsförningen Karlskrona City.

**Nätverks träffen utgjorde en betydande del i stadens samverkansorganisation, bestående av Cityfastig- hetsägarna i Karlskrona, Karlskrona City och Karlskrona kommun, och dess strövan efter att nomineras till "Årets stadskärna 2019"** – ett mål som Anneli Robertsson, centrumutvecklare Karlskrona kommun, är fast beslutet att uppnå.

– Det betyder oerhört mycket. Det handlar om attraktiviteten, tillväxten och hållbarheten för kommunen och staden. Vi vill bli så så många som möjligt ska flytta hit och att vi samtidigt ska främja offentliga intressenter. Något som Karlskrona redan erhållit.

Efter ansökan besöker en jury, bestående av representanter från både offentliga och privata aktörer, samtliga städer under kommande vinter, för att sedan välja tre nominerade. Vinnaren presenteras under efterföljande vår.

**Citygroup-träffen kan, med en nomineringsplats i sikte, potentiellt komma att bära frukt för Karlskrona.**

För dagen användades posande mig med en stadsvandring, efter vilken inspel och feedback från samtliga deltagare samlades.

Bländ annat blev Karlskrona en älskade för många men de tycker att Karlskrona behöver marknadsföra sig mycket mer. Som exempelvis att man lyfter det marina mer än idag.

**TM JOHANSSON**



Blekinge Läns Tidning, BLT

KARLSTAD "Det är inte en kamp mellan centrum och externa köpcenter"

## Handeln måste samverka

– Handeln är inte en kamp mellan centrum och externa köpcenter. Det handlar om att skapa destinationer. Både behövs, men de måste börja samverka.

Det sade Inger Alfredsson, nationellt samordnare för Svenska stadskärnor vid ett möte i Karlstad.

Kampen om kunderna hårdnar och centrumhandeln har fått det tuffare.

– Den har länge varit ett självspelande piano, men inte längre. Nu måste man skapa bättre förutsättningar för handeln. Kommunerna måste vara motorn och fastighetsägarna har också en viktig uppgift, säger Inger Alfredsson.

Hon medverkade under ett stadsutvecklingsmöte i Karlstad på tisdagen där representanter för handeln i Värmland deltog, liksom fastighetsägarna och länsstyrelsen.

– Man måste bygga fler mötesplatser som lockar folk och gör stadskärnorna mer attraktiva, säger Susanne Forsberg, ledamot i utvecklingsnämnden i Värmland/Dalaland. Samtidigt måste cen-

trumbutikerna skapa sig digitala skyltfönster för att hånga med i konkurrensen, säger hon.

Inger Alfredsson understryker vikten av samverkan för att skapa destinationer. För både behov, men de måste börja samverka. Det är något som brinner idag.

– Ja, där finns det mer att göra och vi jobbar hårt med det, säger Maria Dahlbom, cityledare för Centrum Karlstad.

– Det är viktigt att sätta sig i ett helikopterperspektiv och se helheten i centrum med handel och kultur och hela tiden utveckla Karlstad.

– I höst får vi skad tillgänglighet via det nya parkeringsledningssystemet och O'Learys storstorsing är ett bra tillskott.

**Christer Wik**  
054-93730  
christer.wik@nwt.se



Nya Wermlands-Tidningen, NWT

Se även Falköpings tidning sid 14,  
[https://issuu.com/webbhallpressen/docs/ft\\_sep\\_18?e=9155545/64769875](https://issuu.com/webbhallpressen/docs/ft_sep_18?e=9155545/64769875)

## 22 nya "centrumögon" på Karlskrona

KARLSKRONA | Tisdag 14.51, uppdaterad Tisdag 15.51



Stadsarkitekten och förvaltningschefen Hans Juhlin berättade bland annat om Höglands park under stadsvandringen.

**Under tisdagen vände de av centrumutvecklare på Trossö som var på tillfällig besök för att nätverka och inspireras av Karlskrona, men också själva tipsa om hur stadskärnan kan utvecklas.**

Då anordnades nätverks träffen Citygroup runt om på olika platser i Sverige och denna gång var Karlskrona en av värdkommunerna. 22 centrumutvecklare från hela regionen samlades för att skapa kontakter och lära av varandra.

– Det var deltagarna själva som valde att komma till Karlskrona. Det finns ett intresse för läget och här händer saker. Totalt är 100 medlemmar igång i hela landet och diskuterar samma saker, säger Marlene Hassel, ordförande i branschorganisationen Sveriges Centrumutvecklare samt representant för Svenska stadskärnor.

### ERBJUDANDE!

Från tisdag till allt på sydostran.se. Endast 1 krona första månaden.

**Hon säger att** ett av syftena med träffarna är att medlemmarna lättare ska kunna ta kontakt med varandra vid behov. I styrelsen sitter också Lotta Engvall som är centrumutvecklare i Högåns och Simrishamn.

– Nätverket är otroligt mycket värt. Man får vänner i hela Sveriges avlänga land, som man kan ringa till när man behöver råd och som man kan inspireras av. Jag är jättenöjd på Karlskrona och vad som funkar här, säger hon.

Marlene Hassel, i dag boende i Löddeköping i Skåne, berättar att hon inte varit i Karlskrona på 20 år, men tillbringade de 13 första barndomsåren i Sölvesborg.

– För mig känns det jättespännande att komma tillbaka hit. Det blir en nostalgitrip.

● **Hon ska få centrumhandeln att blomstra**

**Under tisdagen fick** hela gänget senare under dagen, efter en presentation av stadsarkitekten och förvaltningschefen Hans Juhlin, gå en stadsvandring på Trossö.

Karlskrona kommuns centrumutvecklare Anneli Robertsson hoppades även få lite nya ögon på staden under vandringen.

– När vi ändå har 22 centrumutvecklare här som vi skulle dra nytta av genom att höra deras funderingar på hur man skulle kunna utveckla och förädla stadsmiljön.

**Hon berättar att** kommunen nu kraftsamlar för att satsa på att bli utsett till Årets stadskärna 2019.

– Karlskrona var en gång i tiden ledande och världskänd och nu vill vi sätta staden på världskartan igen.

I december är det dags att skicka in en intresseanmälan. Tre städer ska till slut nomineras och i maj utses vinnaren.

Läs mer här om omgestaltningen av Stortorget i Karlskrona

MATILDA OHLSSON

LÄS MER OM DESSA ÄMNER

Byggnation Och Stadsutveckling Anneli Robertsson Karlskrona

Sydöstran