

CITYGROUP

Ett unikt nätverk i samverkan mellan Svenska Stads kärnor och Sveriges Centrum- och platsutvecklare



**TEMA: HUR UTVECKLAR VI VÅRA
PLATSER I UTMANANDE TIDER?**

DOKUMENTATION
FRÅN CITYGROUPTRÄFFARNA
2-3 OKTOBER 2023



Hur utvecklar vi våra platser i utmanande tider?

I din hand håller du dokumentationen från de fysiska Citygroupträffarna som ägde rum i början av oktober. Ett 90-tal centrumutvecklare fanns på plats i värdstäderna Sundsvall, Ludvika, Örebro, Mölnlycke, Södertälje och Kristianstad.

I utmanande tider är det särskilt viktigt att tänka nytt och smart för att få ut så mycket som möjligt av de knappa resurserna som de flesta cityorganisationer brottas med. För önskemålen och förväntningarna är både många och stora från medlemmarna. En tydlig kommunikation, strategi och beskrivning av ansvarsområden och arbetsuppgifter är nödvändig men inte alltid lätt att följa!

Samverkan finns men behöver lyftas till högre nivåer för att få med fler på ett djupare plan och mer långsiktigt. Samarbetet med till exempel med fastighetsägarna behöver förstärkas och utvecklas, men även med stadens politiker och tjänstemän för ökad förståelse om hur viktig stadskärnan är för stadens/ortens existens och tillväxt.

Kunskap är en färskvara, så kompetensutveckling finns det alltid behov av. Digitaliseringen är både en möjlighet och ett hot om man inte hänger med. Tillgången till kunskapsinhämtning är överväldigande stor, utmaningen är att få ihop tiden och resurserna.

Sammanfattningsvis kan man säga:

- att det behövs nya sätt att få till finansiering
- att få medlemmarna att förstå nyttan med att vara medlem
- att skapa möten som ingen vill missa
- att samarbeta med andra aktörer i centrum

På följande sidor finns många bra och inspirerande tips på hur olika städer arbetar och vilka deras utmaningar är.

Med vänliga hälsningar



Björn Bergman
vd, Svenska Stadskärnor



Marlene Hassel
ordf, Sveriges Centrum- och platsutvecklare

REGION NORR	4
REGION GÄVLEBORG/DALARNA	8
REGION VÄRMLAND/DALSAND	11
REGION VÄST	15
REGION ÖST	18
REGION SYD	21

Nästa träff 6 februari 2024

Region Norr lunch-till-lunch 5-6 februari 2024

Tema och värdstäder meddelas senare.

REGION NORR – SUNDSVALL



I. Agerar och tänker vi smart utifrån rådande tider?

Smarta lösningar och nya koncept tillsammans och i samverkan med andra aktörer behövs. Det är viktigt att skapa värde för de medlemmar som medverkar i föreningen och att deras engagemang och förslag tas tillvara. Man har täta träffar och ett bra engagemang men det finns en förväntan på att ”någon annan” ska utföra jobbet.

Initiativ till flera smarta lösningar och nya koncept, bland annat:

- Presentkort/shoppinghäfte som uppmuntrar lokalbor att handla lokalt stödjer den lokala handeln och föreningslivet. (både digitala och i fysisk form)
- Pop-up butiker i tomma lokaler. (Exempelvis även UF-företag)
- Deltagande i projekt som frigjort resurser till att boka lokaler och tomma skyltfönster

Utmaningar som diskuterades var:

- Rekrytering av yngre aktiva. Yngre representanter behöver bli inbjudna på diverse olika möten, men även anordna aktiviteter som är riktade till unga.
- Öppettider som inte passar alla
- Behovet av att tänka mer strategiskt och långsiktigt – inte ett år i taget

För att agera och tänka smart utifrån rådande tider är det viktigt att:

- Ta initiativ till nya lösningar och koncept
- Samarbeta med andra aktörer
- Skapa värde för de medlemmar som medverkar
- Uppmuntra lokalt engagemang

2. Har vi rätt fokus eller bör vi tänka utifrån andra perspektiv?

Det är viktigt att hålla örat mot rälisen och omvärldsbevaka, lyssna in näringslivet och vara flexibel. Dessutom är det viktigt att våga testa nytt och skapa möjligheter för kreativ interaktion.

Det är lätt att göra som man alltid har gjort, men det är inte tillräckligt för att utveckla stadskärnor. Det krävs att man vågar tänka nytt och samverkar mer kring resurser. Kommuner behöver involvera näringslivet, och alla behöver ta ett gemensamt ansvar.

När det gäller öppettider behöver vi diskutera om det går att vara smartare och möta kundernas förfrågan. Mer flexibilitet efterfrågas även från handlarna.

Samverkan mellan fastighetsägare behöver också stärkas. Det är viktigt att hitta rätt hyresgäst på rätt plats och erbjuda flexibla/nytankande hyreskontrakt (kortare avtal/upsägningstider)

Det är rätt fokus att utveckla stadskärnor genom att fokusera på de faktorer som nämns ovan. Det är dock också viktigt att tänka utifrån andra perspektiv, till exempel samverkan och flexibilitet.

3. Har vi tillräcklig kompetens för att hantera olika/nya situationer?

Nätverksträffar bidrar till kompetenshöjning, men det finns också behov av att utveckla nya kompetenser såsom:

- Hur kan vi nyttja digitaliseringen?
- AR och AE
- Kunskap om var det finns pengar att söka och vilka som kan söka
- En lathund för att söka projekt/EU-medel
- En marknadsföringsplan för sociala medier

Det finns även ett behov av kompetens inom plan- och markanvisningsfrågor, detta för att kunna samverka med kommunen och andra aktörer.

Det finns även ett behov av att utveckla nya kompetenser inom samhällsplanering för att kunna hantera olika och nya situationer. Detta kan ske genom nätverksträffar, utbildningar och samverkan med andra aktörer.

4. Hur kan vi tänka mer positivt och vara ännu mera kreativa?

För att tänka mer positivt och vara mer kreativa behöver vi fokusera på det positiva och samarbeta med andra som är positiva. Vi behöver också få energi och tips av varandra och dela med oss av vår kunskap och våra erfarenheter.

För att få med yngre generationer i vårt arbete behöver vi starta projekt som involverar skolan. Vi kan till exempel hjälpa till att fylla tomma skyltfönster eller hjälpa befintliga butiker med marknadsföring. Det är viktigt att studenter och unga vuxna får en bra relation till staden/platsen, för att de ska vilja stanna.

Här är några konkreta tips:

- Strunta i NEJ-sägarna. Fokusera på dem som är positiva och vill vara med och bidra.
- Samarbeta med andra. Dela våra idéer och få feedback från andra.
- Få energi och tips av varandra, t ex genom möten och workshops
- Få med yngre generationer i arbetet. Starta projekt som involverar skolan eller unga företagare.

5. Hur bemöter vi allas önskemål och behov?

Det kan vi inte göra, då vi måste förhålla oss till den beslutade strategin och det uppdrag vi har. Vi behöver vara tydliga med vilka förväntningar och ansvarsområden vi har. Vi behöver jobba med ömsesidig förståelse kring vem som har vilket ansvar samt det gemensamma ansvarstagandet. Det är också viktigt med ramar kring vad som ingår i jobbet, till exempel om man får en fråga som man inte på egen hand ska/kan lösa, då ska man kunna hjälpa personen vidare till rätt person/kanal.

6. Hur stöttar vi stadens olika aktörer?

I första hand finns vi till för att hjälpa våra medlemmar, öppna dörrar till rätt personer om frågan inte ligger direkt hos oss. Vi stöttar inte enskilda företag i våra egna sociala kanaler om det inte är något särskilt. Vi försöker jobba större och övergripande, t.ex. inte lyfta enskilda butikers rabatter. Även här är tydlighet viktigt. (Policy/förväntningar.)

Det hade varit bra att ha:

- en evenemangslots/arrangörsforum för att underlätta arrangemang
- ett fastighetsägarnätverk för att förbättra dialog och information
- en medlarfunktion vid dialog och kommunikation mellan kommun och näringsliv för att skapa besöksanledning och samordning kring annonsering, digital marknadsföring och utbildning för att se till att pengarna stannar i kommunen.

7. Hur kan vi utveckla den interna och externa kommunikationen för bättre förståelse och samverkan?

- Berätta i nyhetsbrev och separata mail till handeln vad vi gör och varför samt hur det är kopplat till mål och planer. Inte för ofta men med relevanta budskap.
- Använda sociala medier, FB och Insta som i sin tur styr till hemsida.
- Medlemsfrukostar, nätverksträffar och kvällsträffar för ökad förståelse från och samverkan med destinationsbolag. "Välkomstbrev efter semestern" och Drop in-medlemsmöten med mat från 17:30 har fungerat bra.
- Dialog kring hur man kommunicerar och i vilket forum/verktyg. Bra om folk VET detta, och att vi också kan ställa krav tillbaka på att mottagarna svarar.
- Från organisationernas håll önskar vi få nyhetsbrev samlade på hemsidan.

8. Förslag på teman våren och hösten 2024?

- Nya kreativa sätt och goda exempel på hur man skapar flöden
- Digital kommunikation och marknadsföring kopplat till olika målgrupper
- Samverkan

9. Förslag på värdstäder i din region 2024

Örnsköldsvik 5-6 februari 2024
Östersund/Gällivare, hösten 2024

10. Vilka orter/organisationer saknar vi i Norrland?

Sollefteå, Kiruna, Lycksele, Åsele, Haparanda, Kalix, Vindeln, Bjurholm, Åre, Hemavan, Vilhelmina, Dorotea, Strömsund, Arvidsjaur, Jokkmokk, Pajala, Älvsbyn, Haparanda, Älvsbyn (Cecilia Lindström), Kiruna (Maria), Sollefteå

11. Hur värvar vi medlemmar från dessa orter/organisationer?

Utskick till de lite större kommunerna och höra sig för hur de arbetar och berätta om vad vi gör. Berätta om Citygroup för andra orter när man stöter på varandra. Bjuda in till digital informationsträff om vad vi gör och varför mellan de fysiska träffarna.



REGION GÄVLEBORG/DALARNA



SUMMERING FRÅN LUDVIKA

I. Agerar och tänker vi smart utifrån rådande tider?

Vi behöver bli mer självsäkra och våga ta mer plats i stadsutvecklingsfrågor. De flesta centrumföreningar har för lite pengar för att kunna genomföra de åtgärder som behövs för att förbättra stadskärnorna. Därför behövs det mer projekt pengar och stöttning från kommunerna. Dessutom behövs det mer samordning mellan fastighetsägarna och kommunerna för att kunna genomföra effektiva åtgärder.

2. Har vi rätt fokus? Eller bör vi tänka utifrån andra perspektiv?

Se insatserna som investering och skatteintäkter. Få andra att förstå det. Fokus behöver ligga på det högre syftet och nyttan med det arbete som bedrivs.

3. Har vi tillräcklig kompetens för att hantera olika/nya situationer?

För att kunna argumentera för att det som görs inom centrumorganisationerna behövs mer kunskap om helheten och vilken nytta man gör i stadskärnan på flera plan. Därför behövs mer pengar för utbildning, omvärldsbevakning och samtal.

Konferenser är viktiga och vi märker att de som får med sig flera av stadens aktörer, framförallt kommunens tjänstemän till Svenska Stadskärnors årskonferenser får större förståelse för centrumutveckling och samarbeten.

Vi måste berätta mer vad vi gör, och vi måste vara ännu mer tydliga än vad vi är idag. Kunskapsöverföring via nätverksträffar och omvärldsbevakning. Fler önskar gå utbildningen UCM Basic om den även genomfördes någonstans i Sveriges mitt (Stockholm med omnejd). Många upplever att det blir för dyrt och för lång restid att ta sig till Malmö.

4. Hur kan vi tänka mer positivt och vara ännu mera kreativa?

- Kom ihåg slutkunden men fokusera inte enbart på medlemmar
- Vad vill slutkunden med sitt centrum?
- I Ludvika samlas styrelsen någon gång/år för kreativa möten
- Blanda aktörer och kompetens för bättre input vid kreativa möten

5. Hur bemöter vi allas önskemål och behov?

Återigen kunskapsöverföring men även större tydlighet över roller och ansvar hos kommunen, fastighetsägarna och centrumföreningen och inte minst medlemmarnas ansvar.

6. Hur stöttar vi stadens olika aktörer?

- Genom kompetensutveckling – erbjuda utbildningar och föreläsningar
- Sprida omvärldsbevakning
- Satsa på de boende, arbetande och besökarna – skapa stolthet och trivsel
- Dela upp aktiviteter i två delar; 1. Trivsel 2. Sälj.

I Ludvika har de en stadsmiljögrupp där de tar fram ett öppet exceldokument med vart det behövs åtgärder och vems ansvar det är. Slutförda åtgärder grönmarkeras.

Förslag: Ta fram en broschyr till alla verksamheter, framförallt till de nya.

En checklista med viktiga kontaktuppgifter på t ex var man köper gatupratare, hur man kommer i kontakt med fönsterputsare, skyltmakare, städare, entrémattor m.m.

7. Hur kan vi utveckla den interna och externa kommunikationen för bättre förståelse och samverkan?

- Skapa en hisspitch för centrumföreningen så att alla lättare förstår dess roll
- Gör som i Ludvika: Skriv krönika för en tidning
- Gör som i Ljusdal: Lunchmöte med politiken 1 gång/månad. Bjud in två nya medlemmar vid varje tillfälle. KSO, vice KSO, oppositionsråd samt kommunchef medverkar alltid. Det blir lättisam diskussion och nätverkande varje gång, vilket uppskattas av alla och det skapar förståelse för allas utmaningar.

8. Förslag på nästa tema våren och hösten 2024

- Stadens själ och varumärke
- Framtidens ägare – hur kommer generations- och ägarskiften se ut, samt möjligheten att starta nytt.

9. Förslag på värdstad i din region

Mora 6 februari 2024



REGION VÄRMLAND/DALSLAND



SUMMERING FRÅN ÖREBRO

1. Agerar och tänker vi smart utifrån rådande tider?

Det finns mycket pengar att söka, men det är inte alltid lätt att veta hur man gör. Hjälpas åt att försöka att hitta nya möjligheter att söka bidrag, till exempel från EU eller Allmänna arvsfonden.

Om vi kan visa medlemmarna hur de får nytta av att vara med, är det mer sannolikt att de stannar kvar. Till exempel fokusera på att ordna aktiviteter och tjänster som är värdefulla för medlemmarna, skapa möten som ingen vill missa. Hur kan vi göra mötena mer interaktiva och roliga?

Samarbeta med andra aktörer i centrum för att nå ut till en större publik och få mer inflytande, till exempel samarbeta med fastighetsägare, företag och kommunen kring ämnen som berör dem t ex städning, sanering, trygghetsfrågor, transportlösningar.

Utmanande tider skapar nya möjlighet att utvecklas och växa. Vi fyller en viktig roll som spindeln i nätet och vi kan göra saker som inte kräver stora resurser för att bli bra. T ex samarbeta med Riksförbundet Motor där bilhandlarna är med och finansierar bilutställning på torget med både elbilar och vanliga bilar.

2. Har vi rätt fokus? Eller bör vi tänka utifrån andra perspektiv?

- Behöver vi en stor lysande älg eller kan vi göra mindre saker som genererar liv och folk?
- Vi behöver eventen stora och små, men alla måste få med kommunerna och bjuda med politiker och chefer så de ser och förstår vad vi gör
- Ta plats! Ingen har den rollen och de kontakterna vi har
- Det mesta i kommunen kostar väldigt mycket men de som vi behöver är väldigt lite
- Bjuda in politikerna till event. Exempel; bygg en trollskog där politikerna fick stå.
- Skapa partnerskap
- Vad finns för aktörer utanför centrum som kan ingå i samverkan?

- Problematik när industrin behöver personal, men platsen/staden/orten inte lockar inte tillräckligt – då har vi en viktig roll att fylla. Samverka med de stora företagen som har kraft och många anställda. Stadskärnan är en viktig del för inflyttare.

- När något jobbigt dyker upp, hur kan vi jobba mot det och hitta styrka i det?
- Samarbetet med Peab, Närke frakt och Lambertsson för att få till bocken i Örebro.
- Örebro City projektleder
- Bra sätt att aktivera aktörer utanför city. Alternativ till julgran?
- Fokus, lobbyism – gör vi det utan att tänka på det?
- Knyta så många kontakter som möjligt på varje avdelning inom kommunen
- Ta in flera stora företag så potten blir ”liten” för varje företag
- Värva medlemmar på ”andra våningen” företagen (pågående projekt)
- Arbeta med citypartners
- Vi gör detta tillsammans, det är vår stadskärna
- Sälja platser på de stora eventen till företagen

3. Har vi tillräcklig kompetens för att hantera olika/nya situationer?

- Krävs hela tiden att vi söker ny kunskap
- Mycket kompetens finns att hämta hos kommunerna exempelvis
- Styrkan kanske är att vi är allkonstnärer och hittar sätten
- Vi behöver vara experter på lite av allt, men allt kan vi inte ta på direkten.
- Läs forskningen som finns hos Svenska stadskärnor
- Alla poddar som finns från Svenska Stadskärnor
- Nya gruppen BOA Ungdomsvåldssituationen
- Vara steget före kommunen, vara experten som de kan vända sig till. Det finns en förväntan.
- Alla har väldigt olika bakgrund – men vi jobbar med samma frågor och där är det viktigt att vi har samma grund. Mycket går att hämta från Svenska Stadskärnor. Rekommendation att gå Svenska Stadskärnors utbildningar samt att göra studiebesök för att dela problem eller bara få bra utbyte.
- Mötas över en digital kaffe
- Vad krävs av en cityledare – finns en 8-sidiga avhandling för att försöka förklara detta. Vi delar liknande framgångar och motgångar i hela världen.

4. Hur kan vi tänka mer positivt och vara ännu mera kreativa?

- Tufft ibland, men det är väldigt viktigt att vi är positiva och kreativa.
- Även om det är tufft är det en roll vi har, men vi måste hitta lösningarna och se ljuset.
- Svenska Stads kärnor finns ju alltid att höra av sig till.

5. Hur bemöter vi allas önskemål och behov?

- En av våra största utmaningar, gäller det att vara lyhörd
- Man behöver vara lite transparent i det arbetet vi gör
- Förklara varför vi gör på vissa sätt, kostnader och möjlighet varför exempelvis gör event på vissa platser men inte på andra.
- Malmö hade liknande problematik, med känsla av att inget händer utanför mig. De har delat upp city i fyra delar och gett dem möjlighet att själva påverka. Då blir inte frågan så stor varför det händer saker där men inte där.
- Fokusgrupper, geografiskt
- Vi är inte så många så vi behöver medlemmar som kan vara delaktiga i arbetet – medlemmar drar nya medlemmar
- Bilda fastighetsägarnätverk, krögar/hotellgrupp, butiksforum, medborgarråd för att bygga lojalitet och stolthet.
- Mitt Falun, vad gör mig stolt – ett eget konto som heter mitt..... (mittfalun, hej mora) sköter sig själv genom lokalbor. Sno rätt av, jättebra, Instagram
- Medborgarråd i Falun, 7-70 år, olika teman varje gång. Använder olika sätt, exempelvis Facebookforum. Kommunen är också med. Antecknar allt och allt skickas till kommunledningen. Nå ut till ungdomar genom skolan, men avsändare centrumföreningen i Falun.
- Fredagshälsningen till alla medlemmar – skickas ut varje fredag.

6. Hur stöttar vi stadens olika aktörer?

Se ovan

7. Hur kan vi utveckla den interna och externa kommunikationen för bättre förståelse och samverkan?

- Öppen grupp på Facebook
- Nyhetsbrev
- Intranätssystem, my club, Chainels (appbaserat)
- Hemsida

8. Förslag på nästa tema våren och hösten 2024

- Ungdomar i stadskärnan, kraftsamla tillsammans
- Kommunikation, medlemsvård, CRM, intranät

9. Förslag på värdestad i din region

Falun



REGION VÄST – MÖLNLYCKE



I. Agerar och tänker vi smart utifrån rådande tider?

Mindre träffar/forum för medlemmar i cityorganisation, ”Grannträffar”, med fokus på vad medlemmarna själva har för agenda. I Göteborg har dessa möten lett till konkreta åtgärder såsom bättre belysning, blommor, dekor med mera inom ett visst stråk/område.

Centrumorganisationen fungerar som en samverkansplattform som lotsar och tar det praktiska ansvaret för att medlemmarnas idéer blir till verklighet. En idé hos medlemmar förs sedan vidare för avstämning gällande finansiering hos fastighetsägare/andra parter och som slutningen samordnas.

Gemensamma och strukturerade trygghetsvandringar görs i Mölndal. En månads tid att åtgärda problem leder till snabba och konkreta resultat.

Trollhättan fick 2 mkr från kommunens för fritids- och kulturförvaltning med uppdraget att aktivera stadskärnan under sommaren. Koncept "Sommarpuls" togs fram. Utmaning efter en sådan period är att gå tillbaka till ordinarie budget. Det är en svår balans att hantera medlemmars och besökarnas förväntningar. Gruppen är överens om att det är viktigt att vara tydlig i kommunikationen internt och externt.

Laholm har en tuff period med dålig press, besparingar och politisk ovilja. Centrumföreningen spelade viktig roll i detta och har lobbats mot press och politiker.

Det är viktigt att kommunen kommunicerar med föreningslivet och näringsidkare.

Samverkansgrupp i Mölndal, planerar fyra gemensamma satsningar i centrum per år. Event och kommunikativt fokus. Gruppen har en gemensam verksamhetsplan.

2. Har vi rätt fokus? Eller bör vi tänka utifrån andra perspektiv?

Ibland upplevs det svårt att hantera förväntningar från olika målgrupper kontra sitt huvuduppdrag inom organisationen. Vad är vårt faktiska uppdrag ställt mot det vi konkret arbetar med eller lägger mycket tid på? Till exempel förväntas att det ska ske mycket event och aktiviteter, men uppdraget går inte i linje med detta. Tydlighet i den externa kommunikationen är viktigt. Viljan om riktning hos olika aktörer i city är ofta densamma, men det finns olika förutsättningar för genomförandet.

Många upplever att det finns för många olika aktörer och organisationer som arbetar inom liknande områden, det blir en rörig struktur och svårarbetat. Behövs ett samlat grepp – BID.

Utmaningen är ägardirektiv och måldokument – vilka mål ska sättas och hur följer man upp? Ett tips är att se hur andra cityorganisationer arbetar och titta på deras dokument och målsättningar.

Hur når vi ut till fler tjänsteföretag i medlemsvärvning, verksamheter "en trappa upp"? Göteborg startar referensgrupp som delar sina erfarenheter med varandra med fokus på värvning av medlemmar och marknadsföringen mot detta segment.

Är vi möjliggörare eller utövare, vilken roll ska vi ta?

3. Har vi tillräcklig kompetens för att hantera olika/nya situationer?

Gruppen upplever att det generellt finns begränsade resurser och olika förutsättning hos olika aktörer.

4. Hur kan vi tänka mer positivt och vara ännu mera kreativa?

5. Hur bemöter vi allas önskemål och behov?

Gruppen diskuterar vikten av att i tidigt skede tydligt kommunicera förväntningar till både besökare och medlemmar.

Tydliggöra organisationens roll och uppdrag för att hantera önskemål från olika håll.

6. Hur kan vi utveckla den interna och externa kommunikationen för bättre förståelse och samverkan?

Stundtals är det otydligt vem som tar ansvaret för det stora greppet kring stadskärnans marknadsföring, t.ex. destinationsbolag kontra centrumförening. Vem drar det största lasset och hur kommunicerar vi utbudet?

En del i gruppen har inlett influencersamarbeten för att lyfta city.

Se fråga 5. Tydlighet i kommunikation viktig för att hantera förväntningar och önskemål. Vad är det huvudsakliga uppdraget, och arbetar vi och kommunicerar i linje med detta?



REGION ÖST – SÖDERTÄLJE



SAMMANFATTNING FRÅN SÖDERTÄLJE

Utmaningar för stadskärnor:

Finansering: Många stadskärnor har begränsade resurser, vilket gör det svårt att genomföra de åtgärder som krävs för att stärka dem.

Samverkan: Det är viktigt att få alla aktörer i en stadskärna att samarbeta för att skapa en attraktiv miljö för besökare och företag.

Kompetens: Det behövs mer kompetens om stadskärnors utveckling för att kunna fatta rätt beslut och genomföra effektiva åtgärder.

Kundbeteende: Kundens beteende förändras, vilket ställer nya krav på stadskärnor.

Möjligheter för stadskärnor:

Digitalisering: Digitaliseringen kan användas för att förbättra tillgängligheten och servicen i stadskärnor.

Hållbarhet: Hållbarhetsarbete kan göra stadskärnor mer attraktiva för besökare och företag.

Kreativitet: Kreativitet kan användas för att skapa en unik och attraktiv stadskärna.

Här är några specifika förslag från diskussionerna:

Förbättra samarbetet med fastighetsägare. Fastighetsägare har en viktig roll att spela i utvecklingen av stadskärnor. Det är därför viktigt att hitta sätt att öka samarbetet mellan stadskärnans aktörer och fastighetsägare.

Sätt rätt förväntningar på medlemmarna i cityorganisationer. Cityorganisationer behöver vara tydliga med vad som förväntas av deras medlemmar. Om medlemmarna inte är villiga att engagera sig är det svårt att genomföra effektiva åtgärder.

Utvärdera effekterna av evenemang. Det är viktigt att utvärdera effekterna av evenemang för att se om de bidrar till att nå de uppsatta målen.

Jobba med digital kompetens och hållbarhet. Digital kompetens och hållbarhet är viktiga konkurrensfördelar för stadskärnor. Det är därför viktigt att arbeta med dessa frågor.

Ändra folks uppfattning om staden. Det är viktigt att kommunicera stadens fördelar på ett effektivt sätt. Detta kan göras genom att arbeta med kommunikationen och platsutvecklingen.

Sammanfattningsvis är det viktigt att stadskärnor är flexibla och anpassningsbara för att möta de utmaningar och möjligheter som framtiden innebär.



REGION SYD – KRISTIANSTAD



I. Agerar och tänker vi smart utifrån rådande tider?

JA! Vi pushar och äger frågan, överbevisar. Vi informerar mycket internt och externt genom att bli lyfta de verksamheter som det går bra för. Även om det är tufft visar vi i media en positiv attityd.

Vi pratar om det vi GÖR – för att behålla framtidstron. Svåra tider föder kreativitet, vi har en viss vana av att arbeta på det sättet.

När det gäller budgeten att vi utmanar oss om vi kan vi göra ännu fler event med samma budget – och kanske att vi inte använder hela budgeten? Vi tänker hållbart. Kan vi knyta till oss fler och andra partners, större företag – även de som inte är inom handel och service? Det är viktigt att skriva treårsavtal – inte ett- eller tvåårsavtal.

Att ha en bra pitch mot större företag; vid t ex nyanställning. Det är lättare att hitta bra personal om stadskärnan är aktiv och trivsam.

Tuffa tider skapar även ny samverkan, mellan nya parter. Vi behöver hjälpas åt genom att stötta verksamheterna med utbildningar och coacha dem, fortsätta med evenemang, den tredje platsen, mötesplatsen, ”må bra-grejer”. Vi ska tänka både kort- och långsiktigt och våga planera för framtiden.

2. Har vi rätt fokus? Eller bör vi tänka utifrån andra perspektiv?

- Helikopterperspektivet viktigt
- Fokus på rätt saker, skrota det gamla som inte funkar
- Våga satsa på helt nytt för att få en reaktion
- Cityföreningar har få anställda, måste prioritera, våga släppa vissa saker
- Satsa på de som vill framåt
- Vi ska vara möjliggörare
- Hålla en tät dialog med aktörerna och ännu tätare samverkan och utvärdera mycket

3. Har vi tillräcklig kompetens för att hantera olika/nya situationer?

- Alla sitter på olika kompetenser
- Vi måste vara lyhörda
- Inte alltid rätt kompetens, men vi löser det, vi chansar, vi testar, jagar folk som HAR den kompetens vi söker
- Man måste inte kunna allt – ok att fråga, be om hjälp
- Viktigt samarbeta, bredda nätverken
- Med social kompetens kommer man långt!
- Företagslotsarna har en viktig roll för att hjälpa till
- Viktigt med bemötandet, rätt väg in

4. Hur kan vi tänka mer positivt och vara ännu mera kreativa?

- Hjälpa till att inspirera, hålla huvudet kallt, sprida glädje och inspiration
- Sprida goda idéer från t ex andra städer – viktigt med nätverksträffar som denna!
- Sammanfatta alla butikernas aktiviteter, visa på kreativiteten
- Vi får inte bli bekväma
- Allt kan inte lösas på en gång
- Leta efter det positiva och lösningar
- Uppfinn inte hjulet, inspireras av andra och gör en twist på det
- Måste kliva av "hjulet" man springer i
- Att röra sig i sammanhang som är lite utanför den egna "boxen"
- Hur gör andra? Behöver inte vara exakt samma som vi, men hämta inspiration från flera olika parter
- Våga ta tiden att prata ihop sig, kläcka nya idéer, workshopa tillsammans
- Träffa nya människor

5. Hur bemöter vi allas önskemål och behov?

- Vi underlättar och kopplar samman olika verksamheter
- Vi uppmuntrar och sammanfattar
- Viktigt med dialog – kommunikation är A och O

6. Hur stöttar vi stadens olika aktörer?

- Ha dialog och vara lyhörda – ha örat mot marken
- Vi kan bistå med fakta och forskning, få ut den till stadens aktörer
- Nätverksmöten, samla staden/Områdesmöten (i lite mindre grupper)
- Låta aktörerna träffas, goda grannar, öka intäkter tillsammans, våga kroka arm
- Offentlig sektor tycker också att vi är bra att luta sig mot
- Marknadsföra varandras aktiviteter – gör mycket för synligheten
- Koppla samman de som kan dra nytta av varandra

7. Hur kan vi utveckla den interna och externa kommunikationen för bättre förståelse och samverkan?

- Variation! Inte bara samma sätt, utan hitta lite nya vägar – tidning, sms, nyhetsbrev, filmer – gärna på lite oväntade sätt
- Kommunicera även med invånare, som tror kommunen står bakom alla aktiviteter, tydlig information om vem som står bakom och ev varför det kan bli inställt
- Variera tillfällena och tiderna för våra möten och olika typer av möten
- Gå ut och prata med verksamheterna (även om det tar tid)
- Ibland dela ut lappar med info
- Det är bara att tjata, tjata, tjata!
- Använda butiker som språkrör till andra butiker, låta butiker inspirera varandra
- Det ska löna sig att vara med hos oss – ställa lite motkrav, förtydliga varför man ska vara med
- Bjuda in brett
- Vi finns här för våra medlemmar, men de har också ett ansvar
- Satsa på de som vill vara med, de andra kommer i ett senare skede

8. Förslag på nästa tema våren och hösten 2024

- Trygghet, säkerhet – hur vi kan hitta lösningar istället för problem?
- Att förstå och analysera data/statistik – så våra medlemmar kan förstå det
- Hur kan vi engagera våra medlemmar – coaching, goda exempel
- En boost till oss själva – hur prioritera, räkna till, säga nej på ett bra sätt, ledarskap/coaching
- Platsutveckling – platsförslag, hur kan vi utveckla platser, digital inspirationsföreläsare (typ Gehls Arkitekter). Arbeta med case! Hur utvecklar vi denna gata, t ex.
- Kommunikation, sociala medier, appar
- Presentkort

9. Förslag på värdstad i din region

- Ljungby, Trelleborg, Kalmar, Jönköping

