

Urban Platsinnovation

- samverkan för attraktivare centralorter

Dokumentation stormöte i Fredrikstad
26-27 okt 2016

Om Urban Platsinnovation

Urban Platsinnovation är ett projekt som arbetar för att få mer kunskap om hur centralorter ska utvecklas för att bli mer attraktiva för både invånare och besökare. Syftet är att öka konkurrenskraften och innovationsförmågan hos handeln och upplevelsenäringen för att skapa ett mer levande centrum.

Projektet omfattar Högskolan Väst, Lysekils kommun, Strömstads kommun, Trollhättans stad, Uddevalla kommun, Åmåls kommun samt Fredrikstad kommune som är projektets norska partner.

Urban Platsinnovation delfinansieras av EU-medel via Interreg Sverige-Norge som är en del av Europeiska regionala utvecklingsfonden samt av Fyrbodals kommunalförbund. Projektet pågår till och med september 2018.

Foto: Griff Fredrikstad



LYSEKILS
KOMMUN

Fyrbodal

Interreg
Sverige-Norge
Europeiska regionala utvecklingsfonden



EUROPEISKA UNIONEN



FREDRIKSTAD KOMMUNE

<http://www.interreg-sverige-norge.com/>

URBAN PLATSINNOVATION

Samverkan för attraktivare centralorter

Dokumentation stormöte 2, 26-27 oktober 2016

Urban Platsinnovation är ett projekt som arbetar för att få mer kunskap om hur centralorter kan utvecklas för att bli mer attraktiva för både invånare och besökare. Syftet är att öka konkurrenskraften och innovationsförmågan hos handeln och upplevelsenäringen för att skapa ett mer levande centrum. Projektet omfattar Högskolan Väst, Lysekils kommun, Strömstads kommun, Trollhättans stad, Uddevalla kommun, Åmåls kommun samt Fredrikstad kommune som är projektets norska partner. Urban Platsinnovation delfinansieras av EU-medel via Interreg Sverige-Norge som är en del av Europeiska regionala utvecklingsfonden. Projektet pågår till och med september 2018.

STORMÖTE FREDRIKSTAD 26-27 oktober 2016

Projektets andra stormöte hölls i Fredrikstad 26-27 oktober 2016. Under dag 1 vistades deltagarna i huvudsak ute i stadsrummet. De promenerade mellan olika platser, mötte aktörer som på olika sätt arbetar med stadsutveckling och fick höra om de många processer som pågår.

Om den första dagen var konkret och praktiskt, bjöd dag 2 på reflektioner, teori och presentationer. Mötet avslutades med en workshop då kunskaperna och insikterna från de två dagarna knöts ihop.

Projektet Urban Platsinnovation hör samman med en diskussion kring stadsutveckling som förs på många platser och i olika sammanhang. Dokumentationen börjar därför med ett försök att sätta in projektet i ett sammanhang.

BAKGRUND – VARFÖR STADSUTVECKLING?

Kommunal och regional utveckling är en komplex process, men både praktiker och teoretiker på området är idag överens om att den upplevda urbana kvalitet en stad eller en plats kan erbjuda är avgörande för stadens långsiktiga positiva utveckling.

I spåren av globaliseringen har konkurrensen mellan nationer, regioner och kommuner hårdnat. Många hävdar att kunskap och kreativitet i dag är den mest grundläggande ekonomiska resursen för ett samhälle, på samma sätt som platsbundna resurser som läge eller och/eller naturresurser var det förr.

Om detta stämmer är den främsta resursen idag välutbildade och kreativa människor, en grupp som också är mycket rörlig och i stor utsträckning "röstar med fötterna". Trivs de inte på en plats, väljer de en annan. En viktig dimension av ekonomisk konkurrenskraft är därför förmågan att attrahera dessa människor.

Det skiftet får konsekvenser för vilka områden som utvecklas och varför de utvecklas. En attraktiv stadsmiljö är viktigare än tidigare. Traditionellt mjuka faktorer – gestaltning av stadsrummet, kulturutbud, restauranger och kaféer, bra shopping – har blivit hårdvaluta.

I en globaliserad värld talas det därför paradoxalt nog allt mer om den lokala platsens betydelse som framgångsfaktor. Stadsutveckling är en kärnverksamhet och en central strategisk fråga för kommuner. En fråga om överlevnad.

Den kreativa staden

Inte minst handlar det om att locka det som kallas den kreativa klassen, ett uttryck som främst kopplas ihop med den amerikanske forskaren Richard Florida. Det är en betydande del av befolkningen, i vissa sammanhang talar man om trettio procent, och den är växande.

Florida skriver:

De fysiska attribut som många städer lägger ner stor möda på – sportarenor, motorvägar, shoppingcentrum och turist- och evenemangsstråk som mest liknar nöjesparker – är ointressanta, otillräckliga eller helt enkelt oattraktiva i många kreativa människors ögon. De värdesätter istället högkvalitativa bekvämligheter och upplevelser, öppenhet gentemot alla sorters mångfald och framför allt möjligheten att få bekräftelse för sin identitet som kreativ människa.
Richard Florida, Den kreativa klassens framväxt

Richard Florida är i sin tur influerad av Jane Jacobs och hennes standardverk på området *The Death and Life of Great American Cities* från 1961. Jacobs var kritisk mot det funktionella ideal som var förhärskande inom stadsplaneringen under 1950- och 60-talen och som bland annat innebar att man rev blandkvarter med vitalt gatuliv och separerade handel, boenden och kontor, bland annat till förmån för externa köpcenter och bilbaserade städer. I dag har hennes tankar också fått förnyad aktualitet i en rörelse som New Urbanism.

En värdegrund för stadskvalitet

När man talar om att utveckla stadsmiljöer måste man först bestämma vad man menar med "stad". I Urban Platsinnovation är det stadskärnan och andra miljöer som ger staden dess identitet och attraktivitet som är huvudsakligt fokus. I första hand prioriteras stråk, platser och områden där möten mellan människor sker. Man kan säga att skalan är mänsklig och utgår från människan som fotgängare snarare än bilist. Det är stadsutveckling på gatunivå.

Genom att definiera begreppen "stadskvalitet" och "urban kvalitet" kan man skapa en grund för att diskutera stadsutveckling. Ett försök att ringa in vilka värden en stad bör ha och utveckla kan se ut som nedan:

- Funktionsvärden – de materiella och organisatoriska egenskaper som gör att livet i staden fungerar på ett tryggt, praktiskt, effektivt och hållbart sätt.
- Gestaltningvärden – den byggda och naturliga miljön som ger staden identitet och själ och gör den vacker, spännande, överraskande.
- Kulturvärden – i antropologisk mening, det mänskliga livet i staden, den "känsla" eller "själ" som staden har, livsstilarna, rörelserna, mötena, händelserna i staden.

Dessa olika värden ska inte ses som separata enheter utan som en helhet. Det betyder att olika kompetenser och resurser måste samverka för att utveckla stadskvaliteten. Med ett uttryck inspirerat av Jane Jacobs kan man se staden som ett eget ekosystem.

Det innebär att ett övergripande helhetsperspektiv blir det naturliga sättet att arbeta med stadsutveckling. Det är inte funktionen, gestaltningen eller händelserna och rörelserna var för sig som ger staden dess värde, utan allt detta i samverkan.

Små och mellanstora städer har en stor utmaning framför sig om de ska utvecklas och överleva. Människor vill ha upplevelser och stimuli i stadsmiljön, även om de bor i en mindre stad. Ett krav är man förmår ta vara på det som är unikt och utveckla det särpräglade.

Köpcentrum ser ungefär likadant ut i världens alla länder. Vad är det som är unikt för de städer som är med i Urban Platsinnovation? Och hur kan de kvaliteterna stärkas och utvecklas ytterligare?

BAKGRUND FREDRIKSTAD

Fredrikstad ligger vid älven Glommas utlopp i Oslofjorden och grundades 1567. Välkända och välbesökta områden är Gamlebyen och Isegran. Sedan några år sker också en intensiv utveckling av centrum och den centrumnära stadsdelen Værste.

Dagens kommun är en sammanslagning av de tidigare mindre kommunerna Fredrikstad, Borge, Kråkerøy, Onsøy och Rolvsøy. Fredrikstad är den 6:e största kommunen i Norge med cirka 80 000.

Fredrikstad är den största handelsstaden i Østfold med en omsättning på 6,4 miljarder NOK 2014. Köpcentrumen utanför stadskärnan har varit de stora vinnarna, men en viss förändring är på gång då fler kedjor nu också väljer att etablera sig i centrum.

Fredrikstad har deltagit i flera nordiska utvecklingsprojekt, till exempel IKON som var ett samarbete mellan 48 parter, och Business to Heritage (B2H) som båda var ett samarbete med Lysekil. Dessa projekt ligger till grund för arbetet inom Urban Platsinnovation.

I det aktuella projektet är det tre områden som Fredrikstad arbetar med:

- Centrum där det nu sker en snabb utveckling för att vitalisera stadslivet med restaurering av fastigheter, nyetableringar och samarbeten mellan kommun, näring och kulturliv.
- Gamlebyen som är en Nordens mest välbevarade fästningsstad och ett viktigt varumärke i Fredrikstad med både stark besöksnäring och boendeattraktivitet.
- Isegran som är en levande maritimhistorisk miljö med båtvarv och hantverksutbildning, samt ett rekreationsområde för invånarna med kafé och olika evenemang.



Samtalskollage från stormöte Urban Platsinnovation i Fredrikstad.

STORMÖTE, DAG 1

Välkommen till Fredrikstad

Jon-Ivar Nygård, ordförande Fredrikstads kommun

Jon-Ivar Nygård inledde med att hänvisa till den franske filosofen Simone Weil. Hon har sagt att den som inte känner sin historia förstår inte sin samtid och ägnar sig inte åt att forma sin framtid. Nygård inledde därför med en snabb exposé över Fredrikstads 450-åriga historia.

Det mest grundläggande för staden är läget vid älven Glomma. De första 100 åren låg Fredrikstad på tryggt avstånd från gränsen till Sverige, men när Bohuslän blev svenskt 1658 fick staden en försvarsstrategisk betydelse som kom att prägla utvecklingen under lång tid, tillsammans med positionen som handelsstad. Fästningsstaden Gamlebyen och det maritima centrumet Isegran är resultat av den här tiden.

I mitten av 1800-talet började det område som idag är stadskärnan i Fredrikstad att utvecklas. Rollen som centrum för skeppsbyggande stärktes och efter hand blev Fredrikstad också en betydande industristad. Från 1960-talet och framåt utsattes industrin, som på många andra platser, för en kraftig internationell konkurrens som ledde till att vissa verksamheter lades ner, samtidigt som transformationen drev på en utveckling av andra näringar. Det gamla industriområdet FMV är till exempel i dag ett centrum för högteknologisk industri, utbildning, boende och rekreation.

Jon-Ivar Nygård pekade på Fredrikstads förmåga att transformera sig och anpassa sig till nya tider, med historien som utgångspunkt. Bakgrunden som garnisonsstad, skeppsbyggerstad, handelsstad och industristad präglar också dagens Fredrikstad, men på nya och uppdaterade sätt. I dag finns en stark drivkraft för att utveckla centrum, återupprätta gatulivet och vitalisera de kreativa krafterna i staden. Viktiga saker händer nu på transport- och infrastrukturuområdet, men stor vikt läggs också på att utveckla urbana kvaliteter och attraktivt innehåll i stadsrummet.

Stadsvandring

Marianne Aune, stadsarkitekt

Inför rundvandringen i Fredrikstad gav stadsarkitekten Marianne Aune en kort översikt av stadens fysiska planering och dess identitetsbärare. Gamlebyen – det viktigaste marknadsföringskortet. FMV/Værste – det gamla industriområdet som nu utvecklas till en innovativ och centrumnära stadsdel. Grønli – som ska bli en ny trafikknutpunkt. Det gamla sjukhusområdet – där det nu byggs boenden och service efter att sjukhuset flyttat. Och älven – som både är transportled och stadsrum. Hon berättade också att de mål som anges i aktuella styrdokument för dessa områden talar om att stärka centrums attraktivitet och roll som social arena.

Fredrikstad Bylab, Hanne Nordli

Det första stoppet på stadsvandringen var Fredrikstad Bylab. På en av stadens gågator har kommunen öppnat ett informationscenter för att skapa nya kontaktytor med medborgarna. Hanne Nordli, stads- och näringsutvecklare i Fredrikstad kommun, berättade att tanken är att det ska skapa nya möten, med människor som kanske annars inte tar kontakt med kommunen eller engagerar sig i frågor som rör Fredrikstads utveckling. Det är en levande och öppen miljö på det sättet att det också är arbetsplats för personalen som arbetar operativt med stadsutvecklingsprojekt i kommunen. Ett av målen är utveckla nya metoder för planarbete och fysisk planering.



Stadsvandring och presentation av By Laboratoriet.

Nygaardsplassen, Sander Grundvig

En av de entreprenörer som brinner för att utveckla Fredrikstads stadskärna är fastighetsägaren Sandor Grundvig. Sedan 2013 bedriver han ett intensivt utvecklingsarbete med syftet att öka attraktiviteten, handeln och folklivet i centrum.

Ett av projekten är Nygaardsplassen som ska gå från att vara en identitetslös yta utan tydlig funktion till en plats med restauranger, butiker, rörelse och stark urban kvalitet. Sandvig har jobbat utifrån en tydlig och genomtänkt idé kring både utseende och innehåll i de etableringar han lyckats dra till sig och pratade bland annat om att våga ställa krav på kvalitet och mångfald i utbudet. Det betyder i det här fallet en blandning av karaktärsstarka lokala aktörer och profilerade större kedjor.

Den fysiska uppsnyggningen är det ena, karaktärsstarka och spännande verksamheter är det andra. Tillsammans handlar det om att öka gångtrafiken och återvinna gångatorna i centrum.

Han påpekade också att det är gator och torg som ger en stad dess identitet och gör den attraktiv att visas i, både för boende och besökare. Det är bara att titta på vilka platser det är som människor väljer att resa till när de är lediga.

Diskussionen har tidigare handlat mest om parkeringsplatser, menade Sandvig. Men det är inte avgörande. Lyckas man skapa en urban känsla, då kommer folk att besöka centrum. Statistiken ger honom rätt så tillvida att besökstalen ökar kraftigt i Fredrikstad centrum, från 1,9 miljoner 2015 till förväntade 3 miljoner 2016.



Inspirerande presentation av Sander Grundvig.

Glommafestivalen, Knut R. Hansen

Glommafestivalen har arrangerats sedan 1989 och lockar cirka 100 000-150 000 besökare under fem dagar varje sommar. Den drivs av en grupp på 16 aktörer från näringsliv och kulturliv. Finansieringen sker genom sponsorskap, uthyrning av marknadsplatser, försäljning av biljetter, mat och dryck, samt tillskott från kommunen. Festivalen utnyttjar stadsrummet och innehåller ett brett utbud som ska passa hela familjen. Från starten har festivalen tagit fasta på det lokala, inte minst det maritima, och har också fått sitt namn från älven som rinner genom staden. På det sättet finns det ömsesidigt och stärkande utbyte mellan staden, festivalen och deras gemensamma värden och identitet.

FMV/Værste, Trond Delbekk

Værste är ett gammalt industriområde i Fredrikstad som sedan ett antal år är en viktig arena för stadsutveckling. Här byggs nu en ny stadsdel som innebär att Fredrikstads centrum växer över älven och får nya förutsättningar för tillväxt. I stadsdelen kommer det att finnas plats för högteknologisk industri, utbildning och campus, boende och rekreation.

Fredrikstad Mekaniske Verksted etablerade sig på området under 1870-talet. I många år präglades platsen av blomstrande verksamheter och den utvecklades till en av Norges ledande industrilokaliseringar. I slutet av 1980-talet var tillverkningsindustrin borta och 1998 köptes området av Værste AS, en grupp lokala investerare, med målet att revitalisera området.

Trond Delbekk berättade om arbetet med att skapa en modern och hållbar stadsdel genom att utveckla urbana kvaliteter. Det område som utvecklas först är det som ligger närmast det befintliga centrumet, vid brofästet, för att de två stadsdelarna enkelt ska kunna integreras med varandra.

Pengar att investera är förstås en förutsättning, men Delbekk ville ändå lyfta fram vikten av att ha kompetens, en tydlig "masterplan" och modet att styra åt det önskade hållet – och att bristen på riktning snarare än finansieringen ofta är det som ställer till problem i stadsutvecklingsprojekt.

I de avtal som Værste AS finns kravet att bygga urbant. Det kan handla om att bygga varierat för att skapa en blandstad och prioritera gångtrafik snarare än biltrafik (till exempel genom att bygga parkering under jord). Delbekk konstaterade att det blir dyrare på kort sikt, men lönar sig i längden.

Litteraturhuset, Merete Lie

Fredrikstads litteraturhus bidrar både till den fysiska gestaltningen av staden med sin arkitektur och sitt läge vid älven och det fördjupade innehållet i vad staden är och kan erbjuda. Utöver program som är knutet till litteratur rymmer lokalerna också aktörer inom journalistik och kommunikation, kafé och restaurang.

På tomten där huset nu står fanns tidigare en byggnad som brann ner 2008. De som ägde tomten besökte litteraturhuset i Oslo, blev inspirerade och ville göra något liknande i Fredrikstad. Merete Lie menade att huset bidrar till att vitalisera det offentliga samtalet och göra fler och nya röster hörda i samhället.

Gamlebyen, Hanne Nordli

Gamlebyen, Nordens äldsta fästningsstad grundlagd 1567, är en av Norges mest populära attraktioner och mycket viktig för Fredrikstad som besöksort. Här finns bland annat många småbutiker med design, hantverk och konst. Hanne Nordli, stads- och näringsutvecklare, berättade att den stora utmaningen för Gamlebyen är att förlänga säsongen. Området är mycket välbesökt under sommarmånaderna, men har svårare att locka besökare andra tider på året. Det försvårar för dem som driver butiker och restauranger att få långsiktigt lönsamhet. En satsning för att skapa besöksflöden på vintern är Jul i Gamlebyen med traditionell julmarknad, hantverksaktiviteter och underhållning. Gamlebyen har också fått mycket uppmärksamhet i Norge genom deltagandet i tv-serien Anno där NRK uppsöker historiska miljöer. Under januari till mars 2016 sändes programmen från Fredrikstad under 10 veckor och lockade närmare 900 000 tittare varje vecka.

Isegran – Najaden, Tim Morris

Isegran har en 750 år lång maritim historia. Ön har alltid präglats av sitt strategiskt intressanta läge och ända sedan 1200-talet har sjömän, soldater, båtbyggare och kungar satt sina avtryck på här. Det skapar stora möjligheter att utveckla bärkraftiga verksamheter i gränssnittet mellan kulturarv och näring. I dag finns en rad verksamheter, så som Fredrikstad museum, Maritime Center Fredrikstad AS, Cafe Isegran, Plus-skolens Trebåtbyggerlinje och Østfold Music Production AS. Här finns också sedan 2014 fullriggaren HMS Najaden som tidigare låg i Halmstad och nu återställs enligt antikvariska principer. Tim Morris som leder arbetet berättade att tanken var att Isegran som ett center för maritim historia behöver ett riktigt ikonprojekt och att Najaden vitaliserat hela området.

STORMÖTE, DAG 2

Fredrikstads näringsförening, Kjell Arne Graesdal

Kjell Arne Graesdal, chef för Fredrikstads näringsförening, berättade om hur föreningen bidragit till att samarbetet kring centrumutvecklingen utvecklats och hur man använt samarbetsmodellen BID. För ungefär tre år sedan förändrade föreningen sitt sätt att arbeta. Man upplevde att verksamheten inte riktigt var relevant och att staden tappade attraktionskraft. Genom att gå tillbaka till grundfrågan kring vad det är för en stad Fredrikstadsborna vill ha och behöver lyckades man utveckla en gemensam näringsplan tillsammans med näringslivet, kommunen och politiken.

En viktig del har varit att man arbetat enligt BID - Business Improvement District – som är en internationellt etablerad metod för samverkan mellan privat och offentlig sektor för att skapa attraktiva stadskärnor. (Under hösten 2016 var en också grupp från Urban Platsinnovation och studerade modellen i Edinburgh.) En annan att anställa en centrumledare med tydliga direktiv och mandat. En tanke var att lära av köpcentrumen och skapa en tydligare faktabaserad styrning av verksamheterna i stadskärnan, med syftet att skapa mer urbanitet i stadsrummet.

Marknadsundersökningar

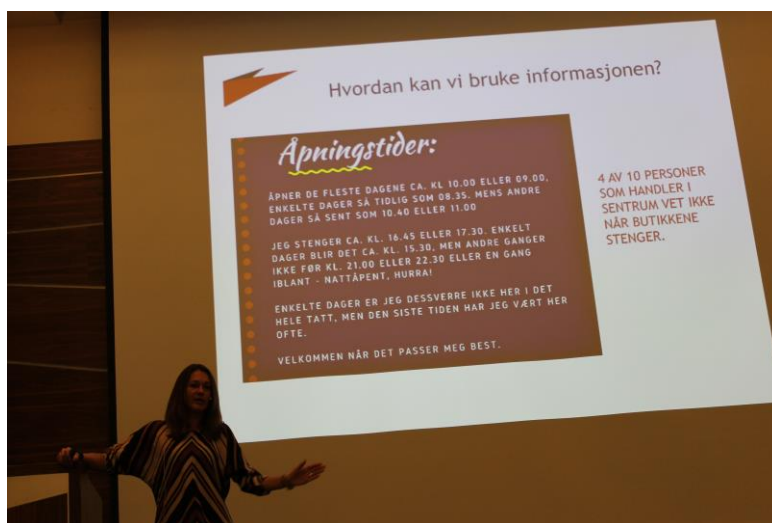
Gamlebyen, Hanne Nordli

För att få fram faktabaserade beslutsunderlag har Fredrikstad genomfört olika typer av marknads- och besöksundersökningar. I början av 2016 genomfördes en frågeenkät på Facebook om Gamlebyen. Under en månad fick man in cirka 1200 svar. Hanne Nordli, stads- och näringsutvecklare, berättade att nästan alla, 97 procent, svarade att de varit i Gamlebyen senaste året. Evenemang och specialbutiker är en viktig orsak till besöken. Det finns dock en osäkerhet kring öppettider, något som kan och bör styras upp och kommuniceras bättre.

Fredrikstad centrum, Stine Ferguson

Stine Ferguson, centrumledare för Fredrikstads näringsforening, presenterade en marknadsundersökning som genomförts i Fredrikstads centrum. Syftet var att dels undersöka vilka faktorer som påverkar hur stadskärnans används, dels kartlägga medborgarnas emotionella uppfattningar om Fredrikstad. I centrum genomförs också kontinuerliga flödesmätningar för att kunna ta fram faktabaserade beslutsunderlag och strategier. Stine Ferguson påpekade att man tidigare gissat och trott i de här frågorna, men inte haft så mycket faktisk kunskap.

I marknadsundersökningen ställdes frågor om bland annat shopping, parkering, öppettider, information, känsla av trygghet och hur ofta man deltog i kulturaktiviteter i centrum. Undersökningen visar bland annat att hälften av de tillfrågade (totalt cirka 600 personer) föredrar att kombinera shopping i stadskärnan och köpcentrum, medan endast 13 procent föredrar centrum. De grupper som handlar mest i stadskärnan är skolelever och unga under 30 år. 61 procent är nöjda med Fredrikstad centrum som handelsplats, medan siffrorna för respektive butiker är cirka 10 procentenheter högre. Ett problem är att osäkerheten kring öppettider är stor, så många som 4 av tio vet inte när butikerna öppnar och stänger.



Presentation av genomförd marknadsundersökning i Fredrikstad av centrumutvecklare Stine Ferguson.

De som föredrar köpcentrum nämner parkering och andra transportmöjligheter som orsak. Stine Ferguson pratade också om det stora läckage som gränshandeln innebär för Fredrikstads handel. I genomsnitt lägger varje familj 17000 NOK per år i Sverige.

De uppgifter som samlats in ska, tillsammans med fakta från bland annat flödesmätningarna, under hösten 2016 sammanställas i en rapport i samarbete med studenter från Högskolan i Østfold. Rapporten ska sedan fungera som underlag för att skapa en strategi – byggd på kunskap och fakta – för utveckling av Fredrikstads centrum.

Lysekil, Tobias Arvemo

Tobias Arvemo på Högskolan i Väst presenterade de första resultaten i en besöksundersökning med cirka 270 personer som genomfördes i Lysekil sommaren 2016. I undersökningen ställdes frågor om färdssätt, boende, orsak till besöket, vad man gör under besöket, vilken information man tagit del av inför resan och hur utbud och service upplevs. Undersökningen ska presenteras i sin helhet i början 2017 och följas av flera.

Workshop

Stormötet avslutades med en workshop, planerad och genomförd av Högskolan Väst, där näringsidkare och kommunala representanter fick möjlighet att diskutera och byta erfarenheter. Arbetet var uppdelat i två avsnitt som båda tog avstamp i de frågeställningar som varit centrala under de två dagarna i Fredrikstad.

Undersökningar som beslutsunderlag.

- Hur får du information om dina kunder/besökare/medborgare? Gör du/ni egna undersökningar? När? Var? Hur?
- Vilka tankar och uppfattningar har du kring de presenterade studierna?
- Vilket beslutsunderlag anser du behövs för att stödja utvecklingen av stadens centrum?

Delaktighet och samverkan

- Hur samverkar du idag kring centrumutvecklande aktiviteter?
- Utifrån resultaten av de genomförda studierna, vilka konkreta aktiviteter skulle du vilja se för en positiv utveckling av stadens centrum?
- Hur kommer du konkret att bidra till att skapa kunskap och aktiviteter för en positiv utveckling av centrum?

Resultaten från workshopen redovisas separat av Högskolan i Väst.



Engagerat deltagande och bra presentationer i samband med workshop.

Intervjuer

Hallå Lars Andersson, ansvarig näringspolitik på Fastighetsägarna GFR, vad tar du med dig från stormötet? Vad var viktigast för dig?

”Det fina arbetet som görs med Fredrikstads stadskärna. Dessutom att få se en sådan intressant stad och att få lyssna till inspirerande föredrag.”

Vad är viktigast att göra för att skapa en levande stadskärna? Vad måste man lyckas med? ”Ett förtroendefullt samarbete mellan kommunen, näringsidkare och fastighetsägare. Sätta upp mål som man gemensamt arbetar mot.”

Vad vill du diskutera mera? Vilken kunskap är viktigast?

”Hur ska man få med alla aktörer i centrum? Och statistik på hur kunderna/besökarna upplever centrum.”

Hallå Knut R. Hansen, ansvarig för Glommafestivalen, vad tar du med dig från stormötet? Vad var viktigast för dig?

”Meget nyttig å høre hva de andre partnerskaps byene gjør for å skape økt attraktivitet overfor handel- og besøksnæringen. I tillegg er slike samlinger alltid nyttig med tanke på erfaringsutveksling, samt øke kompetansenivået hos deltagerne.”

Vad är viktigast att göra för att skapa en levande stadskärna? Vad måste man lyckas med?

”Samhandling, struktur, langsiktighet og kreativt arbeid. I tillegg er det viktig med målbare verktøy som undersøkelser og målinger (handlende, omsetning, besøkende etc.) .”

Vad vill du diskutera mera? Vilken kunskap är viktigast?

”Konkrete forslag til aktiviteter og tiltak. Kunnskap opp mot dette med undersøkelser og målinger, samt gjennomføring av aktiviteter og tiltak.”

BILAGOR

Bilaga1

PRESENTATION AV PROJEKTET

Huvudmål och delmål

Urban Platsinnovation ska leda till mer kunskap om hur centralorter kan utvecklas för att skapa ett mer levande centrum. Huvudmålet formuleras:

Att stärka konkurrenskraften och öka innovationsförmågan hos handels- och upplevelsenäringen för att skapa ökad aktivitet och attraktivitet i centrum.

Huvudmålet kompletteras med ett antal delmål:

- Stoppa nedåtgående trend med nedläggningar av verksamheter i centrum
- Skapa nya innovativa produkter, tjänster och upplevelser.
- Öka antalet besökare och kunder.
- Öka kompetensen hos deltagande projektaktörer genom deltagande vid kompetenshöjande möten och aktiviteter.
- Öka antalet näringsaktörer knutna till ett formaliserat samarbetsforum.

Organisation och aktiviteter

Urban Platsinnovation leds av en styrgrupp samt en norsk och svensk projektledare. Det kommer att hållas partnerskapsmöten fyra gånger per år och stormöten fyra gånger under projektperioden.

Administration och kommunikation löper som en röd tråd genom hela projektet, medan forskning, kartläggningar, marknadsanalyser, centrumutvecklande aktiviteter, utvecklande av samarbetsmodell och planering för fortsatt verksamhet görs mer intensivt under vissa perioder. Vad gäller konkreta aktiviteter kommer de i första hand att initieras och genomföras lokalt.

Bakgrund

Urban Platsinnovation har sin bakgrund i de tidigare Interregprojekten Interregionalt KulturOplevelses Netværk (IKON) och Business to Heritage (B2H). Det senare var ett samverkansprojekt mellan Lysekils kommun, Fredrikstad kommune, Havets Hus, Innovatum och Fyrbodals kommunalförbund med syftet att stärka natur- och kulturarvets roll som resurs för attraktionskraft, näringslivsutveckling och god livsmiljö.

Fakta

Styrgrupp

Bjørge Johnsrud Western, ansvarig för kulturbaserat näringsliv vid Fredrikstad kommune

Knut R. Hansen, vd Glommafestivalen

Marie-Louise Bergqvist, chef för samhällsbyggnadsförvaltningen Lysekils kommun

Michael Johansson, näringslivschef Lysekils kommun

Projektledare

Cia Säll, besöksnäringsansvarig Lysekils kommun

Ingar Guttormsen, egenföretagare, engagerad genom Fredrikstad Näringsförening

Finansiering

Urban platsinnovation delfinansieras av EU-medel via Interreg Sverige-Norge som är en del av Europeiska regionala utvecklingsfonden. Även Fyrbodals kommunalförbund medverkar som finansiär. 50 procent medfinansiering.

Norsk total budget: ca 6,7 miljoner NOK.

Svensk total budget: ca 25,1 miljoner SEK.

Aktionsforskning

Högskolan Väst kommer att finnas med som en forskningsresurs i projektet och bidra med kunskap inom bland annat regional utveckling, kreativa näringar, besöksnäring och marknadsföring.

Bilaga2

TIPS PÅ VIDARE LÄSNING

Norsk Sentrumsutvikling

<http://www.norsk-sentrumsutvikling.no/>

Svenska Stads kärnor

<http://www.svenskastadskarnor.se/>

Charlotta Mellander

<http://vertikals.se/charlotta/bloggare/charlotta/>

Evelina Wahlqvist

<http://www.athenas.se/foerelaesare/evelina-wahlqvist>

Catharina Thörn

<https://www.youtube.com/watch?v=CkZyeB1W43Q>

Städer som sticker ut - - en förstudie om kultur, stadsrum och hållbar utveckling

<http://www.kulturivast.se/konst/stader-som-sticker-ut>