



# Urban Platsinnovation

## Stadsutveckling över gränserna

Urban Platsinnovation var ett projekt som arbetade för att få mer kunskap om hur centralorter kan utvecklas för att bli mer attraktiva för både invånare och besökare. Syftet var att öka konkurrenskraften och innovationsförmågan hos handeln och upplevelsenäringen för att skapa mer levande centrum. Projektet omfattade Högskolan Väst, Lysekils kommun, Strömstads kommun, Trollhättans Stad, Uddevalla kommun, Åmåls kommun och Fredrikstad kommune som är projektets norska partner. Urban Platsinnovation delfinansierades av EU-medel via Interreg Sverige-Norge som är en del av Europeiska regionala utvecklingsfonden. Projektet pågick 2015–2018.

**Interreg**  
**Sverige-Norge**  
Europeiska regionala utvecklingsfonden



EUROPEISKA UNIONEN

# Innehållsförteckning

1. SAMMANFATTNING .....	4
2. PROJEKTSTRUKTUR .....	5
Styrgrupp .....	5
Projektledare .....	5
Finansiering.....	5
Aktionsforskning.....	6
3. HUVUDMÅL OCH DELMÅL .....	6
Huvudmål.....	6
Delmål .....	6
4. PROJEKTBAKGRUND OCH CENTRALA BEGREPP .....	7
Fokus på centrum .....	7
Innovation .....	8
Gränsöverskridande.....	8
Living labs – inkluderande och medskapande .....	9
Tillit och tillväxt.....	10
5. DEN GLOBALA UTMANINGEN.....	11
Den levande staden .....	11
En värdegrund för stadskvalitet.....	11
Samverkan utvecklar stadskvaliteten .....	12
Urban Platsinnovation möter den globala utmaningen.....	12
6. FÖRUTSÄTTNINGAR OCH FRÅGOR I KOMMUNERNA .....	13
Fredrikstad .....	13
Lysekil.....	14
Strömstad .....	15
Trollhättan.....	16
Uddevalla .....	17
Åmål.....	17
Den gemensamma hotbilden .....	18



7. NYCKELAKTIVITETER.....	19
Stormöten.....	19
Politiska program.....	20
Bylaboratorium.....	21
Besöksräknare.....	22
Samarbete med akademien.....	23
Stöd i processen och studentsamverkan.....	23
Trygghet och tillgänglighet.....	24
Mötesplatser och attraktivitet.....	24
Händelser i stadsrummet.....	25
Studieresor.....	26
Kommunikation av projektet.....	27
Evenemang.....	27
Kunskapsprogram.....	28
8. MÅL OCH MÅLUPPFYLLELSE.....	29
Huvudmål.....	29
Delmål.....	29
9. UTVÄRDERINGAR.....	32
Bedömningar.....	32
SWOT-analys.....	33
Slutsats.....	34
10. AVSLUT OCH FRAMTID.....	35



# 1. SAMMANFATTNING

Urban Platsinnovation var ett treårigt projekt som arbetade för att få mer kunskap om hur centralorter kan utvecklas för att bli mer attraktiva för både invånare och besökare. Syftet var att öka konkurrenskraften och innovationsförmågan hos små och medelstora företag inom handeln och upplevelsenäringsen för att skapa ett mer levande centrum.

Projektet omfattade Högskolan Väst, Lysekils kommun, Strömstads kommun, Trollhättans Stad, Uddevalla kommun, Åmåls kommun samt Fredrikstad kommune som var projektets norska partner. Fredrikstad arbetade med de tre stadsdelarna Centrum, Gamlebyen och Isegran. Lysekil var svensk projektägare och samordnare för projektet på övergripande nivå.

Att skapa gränsöverskridande mervärden och stärka små och medelstora företag var centralt i projektet. Urban Platsinnovation har haft två externa utvärderare som samverkat gränsöverskridande och haft löpande kontakt under projektperioden. På den svenska sidan har Kontigo skött utvärderingen och på den norska sidan konsulten André Opsahl. Utvärderarna har uppfattningen att projektet i stor utsträckning levt upp till det som formulerades i ansökan.



## 2. PROJEKTSTRUKTUR

Urban Platsinnovation var organiserat med en styrgrupp om fyra personer med ansvaret för projektets genomförande, ekonomistyrning, koordinering av aktiviteter samt extern och intern kommunikation.

Projektägarna, på både norsk och svensk sida, har mångårig erfarenhet av projektstyrning och ledning samt ekonomistyrning och kommunikation inom en rad EU-projekt både i enskilda projekt och i samverkan med varandra.

Projektägarna hade ansvar för att utse nationella projektledare, varav en huvudprojektledare. Styrgruppen hade ett uttalat ansvar för att följa upp de gränsöverskridande aktiviteterna.

Processen har ramats in av möten med vandrande värdskap där de olika parterna varit värddar för olika möten:

- Fyra stormöten fokuserade på kunskapsspridning.
- Fyra partnerskapsmöten om året, uppbyggda runt tematiserade arbetsområden.
- Löpande lokala arbetsmöten mellan och i kommunerna.

### Styrgrupp

Bjørge Johnsrud Western, ansvarig för kulturbaserat näringsliv, Fredrikstad kommune

Knut R. Hansen, VD Glommafestivalen

Marie-Louise Bergqvist, chef för samhällsbyggnadsförvaltningen, Lysekils kommun, ersattes under projekttiden av Torbjörn Sjögren, näringspolitisk chef på Fastighetsägarna.

Michael Johansson, näringslivschef, Lysekils kommun

### Projektledare

Cia Säll, besöksnäringsansvarig, Lysekils kommun

Ingar Guttormsen, egenföretagare, engagerad genom Fredrikstad Näringsförening. Gick vidare till nya uppdrag under 2017 och ersattes då av Knut R. Hansen.

### Finansiering

Urban Platsinnovation delfinansierades av EU-medel via Interreg Sverige-Norge som är en del av Europeiska regionala utvecklingsfonden. 50 procent medfinansiering. Norsk total budget: ca 6,7 miljoner NOK. Svensk total budget: ca 25,1 miljoner SEK.



## Aktionsforskning

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

*Fredrikstad har alltid haft en 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 att utveckla centrum, återupprätta gatulivet och vitalisera de kreativa krafterna i staden. Viktiga saker händer på transport- och infrastrukturområdet, men stor vikt läggs också på att utveckla urbana kvaliteter och attraktivt innehåll i stadsrummet och på de historiska arenorna. I det sammanhanget har Urban Platsinnovation varit en viktig injektion.*

**Jon-Ivar Nygård, kommunalråd Fredrikstad kommun**

*Urban Platsinnovation har varit ett mycket lyckat projekt. De frågor man arbetat med och den kompetens som projektet bidragit till är viktiga faktorer för Lysekils fortsatta utveckling. Kommunens attraktivitet, boendemiljö samt kunskap om handel och besöksnäring är områden som vi behöver arbeta med kontinuerligt för att utvecklas och vara framgångsrika. Det samarbete vi haft inom Urban Platsinnovation kommer att kunna fungera som en plattform för samarbete med andra som varit framgångsrika och kommer att vara en språngbräda in i framtiden.*

**Jan-Olof Johansson, kommunalråd Lysekils kommun**

## 3. HUVUDMÅL OCH DELMÅL

### Huvudmål

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

### 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.



## 4. PROJEKTBAKGRUND OCH CENTRALA BEGREPP

Det treåriga projektet Urban Platsinnovation syftade till att sprida kunskap om hur centralorter kan bli mer attraktiva för invånare och besökare. Fokus låg på att öka konkurrenskraften och innovationsförmågan hos små och medelstora företag, enligt insatsområde 2 i Interreg-programmet, inom handel och upplevelse-/besöksnäringen genom bransch-, kommun- och landsöverskridande samverkan.

I förlängningen ska projektet bidra till långsiktigt hållbara strategiska val vad gäller städernas platsutveckling. De svenska kommunerna arbetade med stadskärnorna som helhet, medan Fredrikstad definierade tre stadsdelar/arenor som viktiga i projektet (Centrum, Gamlebyn och Isegran) och har arbetat med samtliga dessa.

En viktig förutsättning för Urban Platsinnovation var bakgrunden i tidigare samverkansprojekt (IKON 2009-2012 och B2H 2012-2014) som bland annat Lysekil och Fredrikstad, tillsammans med Fyrbodals kommunalförbund, deltagit i. Det nya projektet var mer inriktat på kommersiell företagsutveckling än de tidigare, men metoder, relationer och delningskulturen som skapades har man nu kunnat bygga vidare på.

En viktig del i projektet var att utveckla arbetssätt som skapar gränsöverskridande mervärden. Det skedde inledningsvis främst genom stärkta relationer, men mot slutet av projekttiden även genom konkreta gemensamma aktiviteter. En genomgående ambition har varit att bygga projektet så att det får en långsiktig och fortsatt strukturförändring på städerna även efter projekttidens slut. Både genom att bygga plattformar för samarbete och skapa aktiviteter som kan bli kontinuerliga.

*Många av våra handlare är enmansföretag och behöver få nätverk och kunskap för att kunna hantera utmaningar som e-handel, externa köpcenter med mera. Inspiration och att ingå i ett sammanhang där man känner en positiv framtidstro, kan vara avgörande för fortsatt verksamhet. Småstäderna behöver ha de små unika butikerna, de är oftast de som präglar staden som den pittoreska miljön som lockar turister och som gör att boende känner stolthet.*

### Ur ansökan

### Fokus på centrum

Namnet Urban Platsinnovation vittnar både om projektets mål och metod. Syftet är att skapa aktivitet och attraktivitet i stadskärnorna och/eller utvalda platser i den centrala staden (i Fredrikstads fall tre områden med likvärdig prioritering). Eller med andra ord – höja den urbana kvaliteten. En förutsättning är den gemensamma synen på behovet av att skapa attraktiva stadskärnor, bland annat som en motvikt till externa köpcentrum, genom att stärka och vidareutveckla existerande näringsverksamhet och skapa förutsättningar för nyetableringar.



## Innovation

Begreppet innovation ska här framför allt förstås som en vilja till nytänkande. Att våga testa nya idéer och kompetenser med ett undersökande, tillåtande och experimentellt förhållningssätt för att bidra till miljömässig, social och ekonomisk hållbarhet. Det har handlat mer om produkter och tjänster som är nya för platsen, aktören eller sammanhanget, snarare än att det skulle vara nyheter för världen. Kontigo, den externa utvärderaren på svenska sidan, använder begreppen användardriven, tjänste- och social innovation för att visa att nytänkandet kan ske på olika områden. Urban Platsinnovation har verkat på samtliga nivåer.

- Användardriven innovation – utgångspunkt i användarnas behov och erfarenheter, till exempel att sammanföra företagare och affärscoacher eller att utveckla metoder för medborgardialog.
- Tjänsteinnovation – utveckling av nya tjänster och upplevelser, till exempel appar för stadspromenader och temalekplatser.
- Social innovation – åtgärder för att öka trygghet och tillgänglighet i stadsrummet, till exempel belysning och upprustning av gator.

## Gränsöverskridande

Centralt i projektet var idén om gränsöverskridande arbete, eftersom stuprörstänkande är hämmande inom stadsutveckling. Den kräver ett tydligt helhetsgrepp kring sådant som fysisk planering, estetisk gestaltning, kommersiella drivkrafter och kulturdriven utveckling.

Stuprörstänkandet har Urban Platsinnovation brutit med genom ett gränsöverskridande arbetssätt. Tydligast genom samverkan mellan projektets svenska kommuner och norska Fredrikstad, men det gränsöverskridande var också något som genomsyrade hela projektet i form av nya och stärkta samarbeten mellan kommuner, förvaltningar, fastighetsbolag, företag, näringsföreningar och ideella aktörer.

Exempel på gränsöverskridande aktiviteter har varit:

- Living labs, workshops och stormöten.
- Kommunikation och information via gemensam plattform.
- Studieresor och besök, till kommuner inom och utanför projektet.





Kontigo har utarbetat en analysmodell för gränsöverskridande mervärden. Den utgår från begreppen Relationsbyggande, Ömsesidig kunskapsöverföring och Gemensamt arbete.

- Relationsbyggande – Den centrala framgångsfaktorn i projektet. Möjliggjorts genom tydliga kommunikationskanaler, studiebesök, stormöten och partnerskapsmöten.
- Ömsesidig kunskapsöverföring – Stark delningskultur som kommer fram tydligt från besöket i Fredrikstad som inspirerade flera aktörer att utveckla liknande produkter/tjänster som de såg i Fredrikstad. Till exempel besöksräknare, färja, öppna innergårdar och living labs.
- Gemensamt arbete – Stark vilja och goda förutsättningar att utveckla detta efter projektets avslutande.

*Den välkända innovationshämmanen att bli "hemmablind" är en av anledningarna till att EU satsar stora summor på just gränsregionala projekt, och en av anledningarna till att samarbetet mellan kommuner på svensk och norsk sida vinner på att arbeta med utvecklingsfrågor tillsammans. Alla nivåer i samhällsstrukturen i en kommun vinner på det gränsregionala samarbetet; politiker och tjänstemän i den kommunala organisationen, näringslivet, organisationer och samhällsinvånarna. Erfarenheten visar att man vågar tänka nytt och tänka större när man får tillfälle att lämna den invanda hemmiljön och vardagen. Slutligen leder ett långvarigt och förtroendefullt samarbete mellan kommuner även till nära relationer och ökat samarbete mellan företag, föreningar och mellan människor, vilket ökar det gränsregionala utbytet.*

## Ur ansökan

### Living labs – inkluderande och medskapande

Projektet har haft ett processbaserat arbetssätt där ett stort antal av aktiviteterna hölls öppna vid ansökan, eftersom projektledningen ville lyssna in behoven hos deltagarna och låta aktiviteterna växa fram som en effekt av projektet. Redan i ansökan betonades att processen måste vara undersökande och inkluderande. Arbetssättet är influerat av Living labs-metodikerna som kan beskrivas just som en öppen och inkluderande process där aktörerna är delaktiga i att skapa projektet under arbetets gång.

För att lyckas har man bjudit in så många människor och verksamheter som möjligt att engagera sig i projektet, bland annat via öppna möten som annonserats i bland annat lokal media, och man har delat erfarenheter och idéer med varandra, med övertygelsen att samverkan snarare än konkurrens är vägen framåt. Dialog, deltagare från skilda verksamheter och möten på olika nivåer har gett processen energi. Detta främjar också lika möjligheter, icke-diskriminering och jämställdhet.



Projektet byggde också på tanken att en bra idé på en plats ofta är en bra idé även på en annan, men samtidigt som deltagarnas gemensamma frågeställningar har lyfts upp, har man inte haft ambitionen att skapa identiska aktiviteter för alla. Man kan säga att metodiken har varit generell, men innehållet specifikt och lokalt. På det sättet har projektet skapat standardiseringar och ändå gett utrymme för platsbundna variationer, förutsättningar och identiteter.

*Living labs kan generellt beskrivas som en användarcentrerad innovationsprocess eller innovationsmiljö där experimenterande, samverkan och medskapande är utgångspunkt [...] ett utforskande förhållningssätt, gränsöverskridande samarbeten och medskapande processer. Utifrån litteraturöversikten baseras living labs på en experimentell ansats, utfall och resultat påverkar hur processen förs vidare. Upplägget är därmed adaptivt och justeras efter behov. Projektledaren styr inte utan leder en iterativ medskapandeprocess som baseras på att användarna/brukarna är aktiva medskapare av produkter, tjänster och processer. Olika typer av kunskap och förmågor integreras efter behov för att bidra till samskapandet.*

### **Vinnova Rapport VR 2018:03**

## Tillit och tillväxt

Ett antal grundläggande principer har utkristalliserats i projektet: vikten av att öppet dela kunskap och idéer, att arbeta med inkluderande och undersökande processer och att bygga förtroende och relationer mellan aktörer. Sammanfattningsvis har man talat om att tillit skapar tillväxt.

Den här ansatsen knyter an till en växande forskning om det sociala kapitalets betydelse för ekonomisk utveckling. I grund och botten handlar det om att ta vara på orsakssambandet mellan tillit och tillväxt för att skapa långsiktigt hållbar utveckling både för företag och kommuner i sin helhet.



## 5. DEN GLOBALA UTMANINGEN

Den upplevda urbana kvalitet en stad kan erbjuda är avgörande för en långsiktig positiv utveckling. För det krävs en sammanhållen bild av platsen som skapas genom tvärsektorielt samarbete, stark delningskultur och metoder som tar vara på både gemensamma och unika kvaliteter.

Många hävdar att kunskap och kreativitet i dag är den mest grundläggande ekonomiska resursen för ett samhälle, på samma sätt som naturresurser var förr. Det gör att den främsta resursen idag är välutbildade, engagerade och kreativa människor. Det här är också personer som ofta är mycket rörliga. Trivs de inte på en plats, väljer de en annan.

En attraktiv stadsmiljö är därför viktigare än tidigare. I en globaliserad värld talas det paradoxalt nog allt mer om den lokala platsens betydelse som framgångsfaktor. För att fullt ut inse värdet av Urban Platsinnovation behöver man också förstå varför stadsutveckling är en kärnverksamhet och en central strategisk fråga för kommuner i dag.

### Den levande staden

Många av dagens tänkare inom stadsutveckling är influerade av Jane Jacobs. Hon var kritisk mot det funktionalistiska 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, till förmån för externa köpcenter och bilbaserade städer. Det är en utmaning vi fortfarande lever med. Jacobs tankar har därför fått förnyad aktualitet, i till exempel en rörelse som New Urbanism som förespråkar att en levande stadskärna måste innehålla olika typer av närings- och serviceverksamheter, byggnader, boenden, kulturer och upplevelser.

### En värdegrund för stadskvalitet

Genom begreppet "urban kvalitet" kan man skapa en grund för att diskutera stadsutveckling som tar fasta på Jacobs insikter och ligger i linje med Urbans Platsinnovations syften. Ett försök att ringa in vilka värden en stad bör 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.
- Gestaltningsvärden – den byggda och naturliga miljön som ger staden identitet och själ och gör den vacker, spännande och överraskande.
- Kulturvärden – i antropologisk mening, det mänskliga och kommersiella livet i staden, den "känsla" eller "själ" som staden har, livsstilarna, rörelserna, mötena och händelserna i staden.



## Samverkan utvecklar stadskvaliteten

Dessa olika värden ska inte uppfattas som separata enheter, eller något som kan leva för sig själva, utan som en integrerad helhet. Det betyder att olika kompetenser och resurser måste samverka för att utveckla stadskvaliteten. Lite som att se staden som ett ekosystem.

Tvärsektoriellt och gränsöverskridande samarbete så som den sett ut i Urban Platsinnovation är det naturliga och mest effektiva sättet att skapa stadsutveckling. Det är inte funktionen, gestaltningen eller händelserna och rörelserna var för sig som ger staden dess värde, utan allt detta tillsammans.

Små och mellanstora städer har en stor utmaning framför sig om de ska utvecklas. Människor vill ha upplevelser och stimulans i stadsmiljön, även om de bor i en mindre stad. På det sättet är vi alla urbana. Köpcentrum ser ungefär likadana ut överallt, medan allt fler av oss söker det särpräglade.

## Urban Platsinnovation möter den globala utmaningen

Urban Platsinnovation har skapat en metod som bidrar till att de deltagande kommunerna kan utveckla sina specifika värden. Projektet har också tagit fram en rad innovativa tjänster, produkter och upplevelser som gett positiva förbättringar i stadsmiljöerna. Uppfattningen bland de medverkande är att idéer, metoder och aktiviteter som skapats är robusta och långsiktigt hållbara och förankringen är stark hos näringsliv, tjänstemän och politiker.



## 6. FÖRUTSÄTTNINGAR OCH FRÅGOR I KOMMUNERNA

På det första stormötet i Lysekil (april 2016) gjorde alla de deltagande kommunerna presentationer av sin plats, sina utmaningar och sina möjligheter. Det var dels ett sätt att informera om förutsättningarna för respektive kommun och vilka diskussioner som förs där, dels ett sätt att hitta områden att arbeta med gemensamt.

### Fredrikstad

Fredrikstad ligger vid älven Glommas utlopp i Oslofjorden. Staden grundades 1567 och har välkända och välbesökta kulturhistoriska områden som Gamlebyen och Isegran och ett centrum där man redan arbetade med utvecklingsfrågor. Kommunen har närmare 80 000 invånare.

Fredrikstad har på senare år deltagit i flera nordiska utvecklingsprojekt, till exempel IKON som var ett samarbete mellan 48 parter, inklusive Lysekil, och Business to Heritage (B2H) som var ett samarbete med Lysekil. Samtliga dessa projekt har på sätt och viss lett fram till det nu aktuella arbetet inom Urban Platsinnovation. Fredrikstads syfte med att delta i projektet var:

- Samarbeta om att utveckla nya metoder.
- Dela goda exempel – erfarenhetsutbyte.
- Öka kunskap.
- Uppnå synergieffekter.
- Öka profilering och synliggöra Fredrikstad.
- Finansiering.

### Aktuella områden

Inom Urban Platsinnovation var det tre områden som Fredrikstad ville arbeta med.

- Isegran – en levande maritimhistorisk miljö med båtvarv och hantverksutbildning. Det är också ett rekreativsområde för invånarna med kafé och olika evenemang.
- Gamlebyen – en välbevarad fästningsstad och viktigt varumärke i Fredrikstad med både stark besöksnäring och boendattraktivitet.
- Centrum – med en hel del samordnade aktiviteter och åtgärder, bland annat med besöksräknare.

En utmaning för Fredrikstad var att hitta metoder för styrning, drift och utveckling av samtliga dessa tre zoner – var för sig och tillsammans.



## Lysekil

Lysekil ligger vid Gullmarsfjorden och är sedan mitten av 1800-talet en populär badort. Förutom den viktiga besöksnäringen finns här fiskindustri, marin forskning och petrokemisk industri. Lysekil har cirka 14 000 åretruntboende.

I det tidigare projektet B2H samarbetade Lysekil med Fredrikstad för att utveckla Havsbadsområdet. En utmaning för Lysekil är att centrum i dag upplevs som litet och avskilt från andra turistzoner i staden. Målet är att utvidga centrum, göra det mer attraktivt och fysiskt tillgängligt, samt binda ihop det med upplevelseområdet kring Havsbadsområdet och södra respektive norra hamnen.

Det fanns redan vid projektstart en insikt om att arbetet måste göras i dialog mellan näringsidkare, fastighetsägare och kommun. En attraktiv miljö skapar förutsättningar för att utveckla nya innovativa produkter, tjänster och evenemang som kan erbjudas boende och besökare.

### Styrkor:

- Läget vid havet.
- Livsmiljön och åretruntservice.
- Besöksnäringstraditionen.

### Svagheter:

- Brist på helhetssyn.
- Eftersatt underhåll.
- Svag vi-känsla.

Konsekvensen av svagheter ovan är att attraktionskraften riskerar att minska.

Genom projektet Urban Platsinnovation ville Lysekil ta del av den samlade kunskapen och erfarenheten samt forskningsresultat hos de samverkande partnererna i projektet, för att skapa en plattform för utveckling.



## Strömstad

För Strömstad är besöksnäringen den överlägset viktigaste näringen med hundratusentals besökare varje år. Strömstad har cirka 13 000 invånare.

Majoriteten av Strömstads besökare är norrmän som kommer med egen båt eller gör endagsbesök för att shoppa matvaror, alkohol och tobak i köpcentrumen utanför stadskärnan.

En utmaning är att få den växande gränshandeln och turismen att utvecklas tillsammans och att utveckla stadskärnan.

### Nuläget:

- Stark utveckling av besöksnäring och handel. Årets turistkommun flera år i rad.
- Tuffa tider för centrala Strömstad och flera butiker är till salu. Detta är ett uppvaknande för många.
- Utbudet i centrum behöver ses över – stämmer utbud och efterfrågan? Stärka centrumföreningen.
- Bristfälligt samarbete kring centrum och knappa resurser för utveckling.
- Strömstad som evenemangsstad. Haft en del arrangemang, men inte haft strategi för detta.

### Möjligheter:

- Öka flödena inom Strömstad. Till exempel få in gränshandel i centrum.
- Skapa stråk. Bygga ihop olika delar av staden.
- Lyfta staden och dess kulturvärden. Bli bättre på att berätta Strömstads story.
- Skapa fler reseanledningar till centrum – kommunikation och evenemang.
- Staden som nav.

### Behov/önskemål om åtgärder:

- Skapa lokal arbetsgrupp. Börjar från noll. Har mycket besök, men saknar analyser och strategier.
- Nulägesanalys som visar utbudet kopplat till efterfrågan.
- Organisations/samarbetsformer – platsutveckling. Sitter inte fast i gamla former, bara möjligheter.
- Utveckla/skapa evenemangsstrategi.

## Trollhättan

Vattenfallen var viktiga för att locka industrier till Trollhättan i slutet av 1800-talet. I dag är visionen att vara en stolt och innovativ stad med plats för framtiden. Det bor cirka 56 000 personer i Trollhättan.

Under de senaste decennierna har flera industrier i Trollhättan lagts ner, bland annat biltillverkaren Saab, och staden är under stark omvandling.

En utmaning är att inte enbart locka företag, utan också göra staden attraktiv för boende. För att lyckas krävs ett aktivt och handlingskraftigt utvecklingsarbete. Ett aktuellt exempel vid projektstarten var Purple Flag som drevs tillsammans med bland annat centrumföreningen och syftade till att skapa en trygg och samtidigt levande stad, inte bara dagtid utan även efter klockan sju.

Viktiga delar i att stärka varumärket Trollhättan är det prisade miljöarbetet, högskolan och den betydande filmproduktionen. Det görs också åtgärder i stadsmiljön. Uppsnyggade promenadstråk, temalekparker och strandpromenaden är exempel. Strategin är att göra stora och små åtgärder på lång och kort sikt: ska man lyckas med de långsiktiga sakerna behöver det hända saker som syns under tiden.

### Några viktiga framtidspunkter är:

- 70 000 invånare 2030.
- Bredda näringslivet: fordon – flyg – kreativ näring – e-handel.
- Utbyggnad bostäder.
- Högskolan.
- Närheten till Göteborg, infrastruktur.





## Uddevalla

Konfektion, båtvarv och bilar har varit viktiga industrier för Uddevalla. I dag är det handel som dominerar, bland annat på grund av köpcentrumet Torp utanför centrum. Staden har cirka 31 000 invånare.

För att göra Uddevalla mer attraktivt vill man utveckla centrum med bland annat fler aktiviteter och få stadskärnan och köpcentrumen utanför staden att dra besökare åt varandra. En kartläggning av centrum har gjorts med bland annat enkäter till 700 personer och 90 företag. Med grund i detta har en handlingsplan gjorts med åtta åtgärdsområden.

### Åtgärdsområden:

- Tryggt och säkert.
- Rent och snyggt.
- Utbud och etablering.
- Hållbar utveckling.
- Stadsmiljö.
- Medlemsvård och vi-anda.
- Trafik och tillgänglighet.
- Marknadsföring, evenemang och information.

## Åmål

Åmål ligger i Dalsland där Vänern sträcker sig ända in i stadens centrum och gästhamnen ligger ett stenkast från torget. Här bor cirka 12 300 personer.

Åmål har blivit belönad som Årets stadskärna 2002 och är också "Världens näst bästa stad" enligt den internationella tävlingen Livcom Awards 2005. Näringslivet är differentierat med industri, service och handel. Åmål har en centrumutvecklare anställd på 100 procent som arbetar på tillväxtenheten. Under rubriken Rent, snyggt och tryggt hade man vid projektstarten formulerat tre åtgärdsområden:

- Belysning.
- Trivsel och trygghet.
- Kungsberget.



## Trygghet och estetik

Inom området belysning handlar det om att ta ett helhetsgrepp, inventera hela stadskärnan och stärka både tryggheten och det estetiska intrycket. För att skapa ökad trivsel genomförs ett arbete med värdskap och att sätta upp historiska foton på husfasader.

Fisketorget är ett område som rustats upp med utgångspunkt i platsens historia och i samarbete med ungdomar i kommunen. I dag är det en mötesplats, med sittplatser och bodar som sommarföretagare kan hyra. Under projekttiden startades ett liknande arbete med utsiktsplatsen Kungsberget. I samband med detta har också en symbol för utvecklings- och samverkansprojekten tagits fram.

## Den gemensamma hotbilden

De inledande presentationerna visade att de medverkande kommunerna har gemensamma utmaningar och hot mot centrummiljön, bland annat genom externa köpcentrum och e-handel. De medverkande företagen är små och har ont om tid och resurser för sådant som produkt- och tjänstutveckling, kunskapsinhämtning och internationalisering. Här har Urban Platsinnovation kunnat fungera som en resurs och katalysator.

Till det ovanstående kommer den globala trend där platsers attraktivitet blir allt viktigare för var människor väljer att bosätta sig. En fråga som återkommit är vad i denna utveckling som projektet kan påverka och vad som ligger utanför projektets räckvidd.

Gestaltning av stadsrummet med trevliga, trygga och fungerande miljöer, aktiviteter, upplevelser och kulturutbud, restauranger, kaféer och bra shopping är en hårdvaluta. Den kunskap som Urban Platsinnovation vill utveckla och sprida är därför en självklar framgångsfaktor i alla de medverkande kommunernas strategiska utvecklingsarbete. Arbetet med ett attraktivt centrum är en del av det totala utvecklingsarbetet, så här har Urban Platsinnovation kunnat docka på befintliga verksamheter inom turismutveckling, kultur- och fritidsutveckling och stadsplanering.

*Levande stadskärnor med ett brett kultur-, aktivitets- och handelsutbud som baseras på social, ekonomisk och miljömässig hållbarhet är en nyckelfaktor för attraktiviteten i en kommun.*

## Ur ansökan



## 7. NYCKELAKTIVITETER

### Stormöten

Urban Platsinnovation har haft mötet som en bärande metod – över gränser och mellan kommuner, näringsliv och föreningar – för att skapa utveckling. Det har genererat en mängd formella och informella möten, inramade av de fyra stormöten som hållits i projektet.

Stormötena fungerade som sammanfattande avstämningar, inspirations- och kunskapstillfällen och avstamp för konkreta, kommande aktiviteter. Mellan stormötena hölls fyra partnerskapsmöten om året. Dessa var uppbyggda runt tematiserade arbetsområden som framkommit i processen. Till detta kom alla löpande lokala arbetsmöten, mellan och i kommunerna, där mer konkreta frågor och aktiviteter behandlades.

#### Stormöte 1 i Lysekil

I april 2016 träffades parterna i projektet Urban Platsinnovation i Lysekil för ett första stormöte. Fokus för dagarna var att planera projektet på övergripande nivå och sätta riktlinjerna för det fortsatta arbetet. Alla deltagare fick möjlighet att presentera sina kommuner och vilka förutsättningar, aktiviteter och utmaningar som fanns på respektive plats. Högskolan Väst redogjorde för sina tankar inför arbetet. Projektets kommunikationsstrategi presenterades.

#### Stormöte 2 i Fredrikstad

Projektets andra stormöte hölls i Fredrikstad i 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 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.

#### Stormöte 3 i Uddevalla

Projektets tredje stormöte hölls i Uddevalla i maj 2017. Teman för de två dagarna var samarbete och erfarenhetsutbyte, bland annat med utgångspunkt i metoden Living labs, samt fastighetsägares roll och event som attraktivitetshöjare i centrum.

Under dagarna fick deltagarna lyssna på konkreta exempel på stadsutvecklingsprojekt från fastighetsbolag, entreprenörer och ideella krafter och följa med på en stadsvandring. De fick också prova på att initiera och planera en Living lab-aktivitet i form av en workshop.



## Stormöte 4 i Åmål

Projektets fjärde och sista stormöte hölls i Åmål i maj 2018. Temat för de två dagarna var Vatten i staden. Under dagarna lyssnade deltagarna bland annat på hur Åmål jobbar långsiktigt med stadsutveckling, det aktuella 375-årsjubileet, om samarbetet kring Vänern och vad vattnet betyder för stadens attraktivitet.

De fick även konkreta upplevelser genom guidade turer både i staden och på Vänern och ett besök på kulturcentrumet Not Quite. Andra dagens workshop ägnades åt att sammanställa aktiviteter och resultat vad gäller bland annat gränsöverskridande samarbeten och innovationer inom projektet.

*Tidigare erfarenhet från samarbete med Fredrikstad kommun har visat att det gränsöverskridande perspektivet är ytterligare en positiv dimension som ger positiv energi in i ett utvecklingsarbete. Fler och fler av de som besöker Lysekils stad kommer från Norge, inte minst från gränsregionen Östfold, och därför är deras behov och önskemål viktiga att få med sig i utvecklingsarbetet. Det är tids- och kostnadskrävande att utveckla bra upplevelseaktiviteter, därför är det kostnadseffektivt att kunna bygga gemensamma aktiviteter baserat på gemensamma teman. Det är mångfald mer som binder oss samman över gränsen än som skiljer oss åt, inte minst vår gemensamma historia.*

**Ur ansökan**

## Politiska program

Flera av kommunerna som deltagit i Urban Platsinnovation har tagit fram program och strategier under projektiden.

Strömstad har tagit fram och beslutat om en varumärkesplattform. Den första delen av arbetet var att formulera ett varumärkeslöfte genom inspirations- och kunskapsföreläsningar och workshops med ett brett urval målgrupper. Varumärkeslöfte har presenterats och antagits i kommunfullmäktige. Arbetet fortsatte med att ta fram en varumärkesstrategi och en kommunikationsplan.

Trollhättan, Strömstad och Åmål har formulerat och antagit centrumstrategier respektive stadsmiljöprogram med syfte att stärka arbetet med stadens attraktivitet. Trollhättans och Åmåls initiativ har också inspirerat Lysekil till ett utvecklingsprogram för stadskärnan och en destinationsstrategi.

Fredrikstad Näringsförening har utvecklat en strategiplan och upprättat en grupp för handels-, service- och serveringsnäringen.



Med politiska program får arbetet med stadsutveckling en tydlig riktning som underlättar beslutsfattande, prioriteringar och genomförande. De stärker och effektiviserar processen och ger, inte minst, demokratisk legitimitet åt arbetet.

*För oss har det betytt flera konkreta saker, vi har bland annat tagit fram ett stadsmiljöprogram nu i vår, något vi aldrig hade kunnat göra utan Urban Platsinnovation. Vi har också kommit igång med flera projekt, bland annat att utveckla Kungsberget. Även Tryggt Åmål är ett resultat av projektet. Men det handlar också om sådant som kunskaps- och erfarenhetsutbyte, innovationskraft, mod och inspiration – vi kommer snabbare framåt genom att samarbeta!*

### **Deltagare om vad projektet betytt**

#### **Bylaboratorium**

Fredrikstad inspirerade Lysekil att arbeta med en fysisk arena för Living lab-metodiken. Att skapa en öppen plats där medborgarna kunde medverka i projektet och involveras i stadsutvecklingen.

Living lab-metodiken genomsyrade Urban Platsinnovation. Det är en verklighets- och vardagsnära metodik där människor med olika kompetenser, perspektiv och erfarenheter möts. Men det är inte bara en metodik utan också en praktik som kan ta gestalt i en fysisk plats.

Fredrikstad kallade sin version för Bylaboratorium, ett informationscenter på en av gågatorna stadskärnan, med målet att erbjuda nya kontaktytor med medborgarna. Här ville man skapa möten med människor som kanske annars inte tar kontakt med kommunen eller engagerar sig i frågor som rör Fredrikstads utveckling.

Bylaboratoriet var en levande och öppen miljö på det sättet att det också var arbetsplats för personalen som arbetar operativt med stadsutvecklingsprojekt i kommunen. Ett av målen var att utveckla nya metoder för planarbete och fysisk planering.

Metoden har fortsatt i Hub 42 som etablerats av Visit Fredrikstad och Hvaler och etablerat sig i Gamlebyen. Här är fokus på turism och innovation och målet är att skapa ett kompetenscentrum för kulturbaserad destinationsutveckling.

Även ett samarbete med Högskolan i Östfold har spelat central roll genom bland annat studentsamverkan. Fokus ligger på turism och innovation och målet är att skapa ett kompetenscentrum för kulturbaserad destinationsutveckling.



Fredrikstads arbete inspirerade Lysekil att starta Lysekil Centrum Lab. Det har nu utvecklats till en vision om en öppen innovationsarena för affärsutveckling inriktad på handel och besöksnäring.

Genom kontakter som uppstått i projektet samverkar kommunen med Maritim utveckling i Bohuslän. Tillväxt Norra Bohuslän är projektägare och Göteborgs universitets Turistcenter är partner för innovationsarenan.

## Besöksräknare

Besöksräknare är ett strategiskt verktyg för beslut kring bland annat öppettider, bemanning och aktiviteter i stadskärnan, och ett sätt att mäta projektets mål om fler besökare i stadskärnan. Under projektiden har flera kommuner samarbetat kring räknare.

I Fredrikstad installerades besöksräknare i centrum under 2015 och senare i Gamlebyen för att skapa ett bättre faktaunderlag. Räknarna var ett led i arbetet med att ta fram en urbaniseringsstrategi, stärka varumärket "Handel i Fredrikstads centrum", koordinera aktiviteter, skapa nätverk, samt planlägga och genomföra marknadskampanjer. Detta bidrog bland annat till att Fredrikstad fick utmärkelsen Årets centrum i Norge och Norges mest attraktive by 2017.

Initiativet presenterades tidigt i Urban Platsinnovation och flera av de medverkande aktörerna blev intresserade. Med stöd av Fredrikstads erfarenheter installerades besöksräknare i Uddevalla och Trollhättan under projektiden. I Trollhättan genomfördes också en cykelregistrering.

Lysekil utredde frågan, men kom fram till att kostnaden skulle bli för hög. Kommunen valde istället att installera ett publikt Wi-Fi-nät, en lösning som arbetades fram inom ramen för Urban Platsinnovation och används för att samla in statistik som kommunen nu jobbar vidare med.

Oavsett teknisk lösning är nyttan för det fortsatta strategiska arbetet det samma: att kunna ta fram faktabaserade strategier och skapa utveckling baserat på statistiska underlag.



## Samarbete med akademien

Högskolan Västs övergripande profil för lärande, kunskapsutbyte och kunskapsutveckling är så kallat arbetsintegrerat lärande (AIL), vilket gör ett deltagande i Urban Platsinnovation naturligt.

Tanken är att genom AIL åstadkomma lärande genom aktivt kunskapsutbyte, reflekterad handling och engagerat deltagande. Övertygelsen är att utveckling bäst skapas i mötet mellan akademi och omvärld.

Högskolan Väst har haft en dubbel roll i projektet, både som aktiv deltagare och kunskapsresurs. Genom studentsamverkan har projektet varit till nytta för kommunerna, Högskolan Väst och de enskilda studenterna.

Under projektet har Högskolan Väst bland annat tagit fram rapporten ”Samverkan och utveckling i Gamlebyen”, som är en stadsdel i Fredrikstad, och genomfört aktörsintervjuer och en boende- och besökarundersökning i Lysekil, uppdrag som formulerades redan i ansökan.

Rapporten har bland annat resulterat i att det har etablerats en samarbetsgrupp i Gamlebyen, ett arbete som fortsätter efter projekt slutet. Undersökningen i Lysekil ställde frågor om färdväg, boende, anledning till besöket, vad man gjort under besöket, vilken information man tagit del av inför resan och hur utbud och service upplevts.

Förutom att resultatet kommit till konkret nytta i de två aktuella kommunerna, har de också kunnat användas av övriga som referens och kunskapsunderlag. De har också resulterat i en intervju- och metodguide.

## Stöd i processen och studentsamverkan

I projektet har Högskolan Väst fungerat som leverantör av kunskap, processtöd och bland annat lett workshops. Ett av de mer framgångsrika inslagen har varit samverkan med studenter. Samarbetet har stärkt nätverk utanför projektet och gjort att det uppmärksammats både i den akademiska sfären och hos allmänheten.

Det klassiska när det gäller studentsamverkan är att studenter gör examensarbeten på en frågeställning som rör den aktuella samarbetspartnern. I det här fallet har Högskolan Väst istället valt att lägga in arbete kring Urban Platsinnovation i de ordinarie kurserna på olika sätt.

Inom marknadsföring har studenterna till exempel arbetat med Trollhättan och temat Studentstaden. Det har också utvecklats ett nytt arbetssätt tillsammans med Lysekil där kommunen först gjort besök på högskolan och studenterna sedan kommit till Lysekil och samlat information, haft rundabordsamtal och gjort stadsvandring.



En av styrkorna med arbetssättet är att studenterna fått möjlighet att göra en konkret forskningsuppgift och presentera den för människor som arbetar med frågeställningarna. Studenternas arbete har varit oerhört värdefullt och gav flera nya perspektiv och resultat som kommunen nu jobbar vidare med, bland annat i en aktuell destinationsstrategi.

## Trygghet och tillgänglighet

Staden ska kännas trygg och tillgänglig för alla för att vara attraktiv. Under projekttiden har flera platser rustats upp på olika sätt. Dåligt underhållna platser skapar en negativ spiral av stök och skadegörelse, medan platser som underhålls väl skapar en positiv spiral som bidrar till en säker och trevlig miljö.

En av de strategiska platser som Åmål jobbat med för att förbättra upplevelsen av stadsmiljön är Kungsberget, ett grönområde i centrum med utsikt över stad och vatten. En vacker plats som med åren förfallit och upplevts otrygg av många.

Området har nu fräschats upp för att det ska kännas attraktivt och säkert. Planen är att renovera och belysa trapporna upp till platsen, och placera ut bänkar och skyltar. Uppe på berget testar man stadsodling som en förskola sköter om.

Andra exempel är den tillgänglighetsinventering som genomförts i Uddevalla och lett fram till ett åtgärdsprogram. I Lysekil har Urban Platsinnovation fungerat som en brygga mellan kommun, polis och handlare när det gäller trygghetsfrågor.

Trollhättan har arbetat med Purple Flag, en certifiering som Svenska Stadskärnor gör och handlar om att skapa en trygg och samtidigt levande stad både dag- och kvällstid. På Isegran i Fredrikstad har man satt upp skyltar och startat ett galleri för att göra det enklare för besökarna att följa renoweringen av fartyget Urda.

## Mötesplatser och attraktivitet

Ju fler naturliga mötesplatser, desto fler möten och samtal mellan människor. Ibland behövs det inte så stora saker för att göra stadsrummet mer attraktivt. Fisketorget i Åmål var länge övervuxet, bortglömt och illa behandlat. Urban Platsinnovation har bidragit till att kommunen tagit fram ett stadsmiljöprogram och i samband med det har det lilla torget i centrala Åmål rustats upp.

Buskar som skymde torget har tagits bort. Platsbyggda bänkar och belysning har installerats, samt försäljningsbodas som bland annat används av ungdomar engagerade i Ung företagsamhet. Genom de här åtgärderna har platsen fått en ny roll i staden – den är fin, trygg och levande på samma gång.





I Strömstad har stadsvandringar utvecklats under temat "Staden berättar". Kommunen har också satsat på skyltkoncept för historiska byggnader och offentlig konst. Som ett led i stråkutvecklingsarbetet har Strömstad även installerat solsoffor för att inspirera till att sitta ned och njuta av närheten till havet i centrala staden.

I Uddevalla har man jobbat med att öppna innergårdar som tidigare varit stängda för allmänheten. Det gör staden mer tillgänglig och skapar också attraktivitet. Och i Fredrikstad har man öppnat upp det gamla fängelset i Gamlebyen för besökare, bland annat med ett innovativt "Escape room" med stöd av projektet. Att bjuda in medborgarna till tidigare slutna platser på det här sättet ligger i linje med projektets Living lab-metodik.

## Händelser i stadsrummet

I Lysekil har man jobbat med enkla, tillfälliga men kreativa överraskningar i stadsrummet under namnet "Månadens bus". En gång hängdes till exempel blommor upp i ett träd för att få det blomma trots att säsongen var fel. Här har man också skapat minimötesplatser genom att färgsätta platser och jobbat mer med konst i stadsmiljön, inspirerade av Trollhättan och Fredrikstad.

I Trollhättan har mycket fokus lagts på Strandgatan genom att låta uteserveringar och evenemang som livemusik ta mer plats, under namnet "Häng på Strandgatan". Här har man också arbetat med att utveckla temalekplatser, och startat en båtlinje under sommartid mellan centrala strandpromenaden och Spikön där bland annat Skrotrnisses lekplats finns. Initiativet har namnet Tio över Älva och har en historisk förankring i de transporter som förr var vanliga över älven.

I dessa aktiviteter och åtgärder kan man säga att projektets idé om öppenhet och medskapande fått en fysisk gestaltning i stadsmiljön. Genom att uppmuntra till fler möten mellan människor, men också genom att medborgardialog och inkomna förslag fungerat som underlag när kommunerna valt aktiviteter.



## Studieresor

Urban Platsinnovation bygger på tanken med samarbete, kunskapsutbyte och dialog. Besök hos varandra, konferenser och resor till olika platser har varit självklara inslag i lärandet och skapat gränsöverskridande mervärden.

Centralt har projektet arrangerat en resa till Edinburgh för att studera BID-modellen och till Västervik för att ta del av hur man där arbetat framgångsrikt med samverkan inom centrumutveckling och evenemang.

BID – Business Improvement District – är en internationellt etablerad metod för samverkan mellan privat och offentlig sektor för att skapa attraktiva stadskärnor. Fredrikstad hade erfarenhet av modellen och i början av projekttiden reste en grupp deltagare från flera av de medverkande kommunerna till Edinburgh för att lära mer.

En av de positiva lärdomarna var att metoden kan fungera både i stora och mindre städer. Deltagarna fick också med sig mycket konkret kunskap om hur man kan gå tillväga för att skapa BID-områden och insikt i att det är viktigt att definiera vad ett BID-område ska jobba med och vad man inte ska jobba med.

Syftet med studieresorna till Västervik och Trondheim var bland annat att se hur städerna lyckats så väl med samverkan mellan kommun, näringsliv och ideell sektor kring stadsutveckling. Kommunen har också varit framgångsrik när det gäller att använda evenemang som strategiskt instrument för utveckling. Till sist ville man lära mer om hur Västervik arbetat för att få utmärkelsen Årets stadskärna 2017.

Under projekttiden har deltagarna varit med på flera konferenser och seminarier för att få mer kunskap, bland annat Svenska Stadskärnors årskonferenser i Varberg 2017 och Västervik 2018. Flera partners har under projektperioden också blivit medlemmar i Svenska Stadskärnor.

*Att man lyssnar på varandra, men att man också kommer fram till konkreta gemensamma beslut och genomför dessa. Annars blir det lätt som ett samtal kring fikabordet med bra funderingar, men utan att de leder någonstans alls. Urban Platsinnovation visar att det verkligen genomförs bra saker på olika håll och att vi har många bra saker som vi kan lära av varandra och även genomföra på fler platser. Istället för att var och en uppfinner hjulet, så kan vi inspirera varandra till att utveckla oss var och en.*

### **Deltagare om hur utvecklande samarbeten skapas**



## Kommunikation av projektet

Urban Platsinnovation har arbetat strategiskt med att kommunicera projektet som ett sätt att sprida kunskap, väcka engagemang och skapa legitimitet, internt och externt. Högskolan Väst har presenterat arbetet på flera akademiska konferenser.

Strategisk, planerad och konsekvent kommunikation var en viktig del av Urban Platsinnovation. Eftersom flera parter var med i projektet var det extra viktigt med en tydlig kommunikationsstrategi för att skapa en gemensam och konsekvent bild av projektets arbete.

För att skapa en tydlig avsändare på både övergripande och lokal nivå togs ett gemensamt grundmaterial fram. På lokal nivå har deltagarna bland annat utsett en kommunikationsansvarig och tagit fram en kommunikationsplan.

Centralt har projektledarna presenterat projektet i olika sammanhang, bland annat på en nätverksträff för näringslivs- och landsbygdsutvecklare som arrangerades av Västra Götalandsregionen och Länsstyrelsen. Ett mervärde har skapats av att Högskolan Väst presenterat Urban Platsinnovation på konferenser både nationellt och internationellt.

## Evenemang

”Ord i grenseland” är namnet på Fredrikstads litteraturfestival som hålls varje år i september. Under projekttiden har den norska festivalen och Åmåls litteraturfestival påbörjat ett intensivare samarbete och delat med sig till varandra av både kunskap och kontakter.

Fredrikstad har bland annat presenterat projektet Skrivkurs för nyanlända som genomförts i Åmål. Det här menar man är både ett socialt och konstnärligt intressant arbete med tydliga gränsöverskridande mervärden. Det knyter samman två festivaler på varsin sida av en nationsgräns, det tillför erfarenheter av integrationsarbete och det lyfter fram nya författarröster med unika berättelser.

Gränsöverskridande var också evenemanget Världens Fest i Lysekil som byggdes kring mat och kultur från olika delar av världen. Även här finns ett intresse att samarbeta över gränsen med Fredrikstad. Planer finns bland annat på att den årliga drakfestivalen i Fredrikstad ska besöka matfesten i Lysekil och att Fredrikstad gör sin egen version av Världens Fest.



## Kunskapsprogram

En av tankarna med Urban Platsinnovation var att bidra med kunskap till de medverkande företagen. Inte genom att projektet definierade teman, utan genom att låta aktörerna själva vara med och bestämma.

Redan i ansökan slog projektet fast att metoden måste vara att lyssna på de som är mottagarna av den nya kunskapen och därefter lägga förslag på programinnehåll. De föreläsningar, workshops och andra kunskapsaktiviteter som genomförts med företagare i de medverkande kommunerna har därför svarat på ett verkligt och konkret behov.

Exempel på aktiviteter är:

- Centrumutveckling i teorin och praktiken.
- Evenemangsutveckling.
- Sociala medier och e-handel.
- Möten med fastighetsägare.
- Värdskap och attraktiva skyltfönster.
- Mötesmetodik.
- Speed-dating mellan coacher och företagare.

*Det har nog alltid varit viktigt, men är ännu viktigare i dag på grund av att beteenden, konsumtion och värderingar förändras. Idag ser vi ett uppsving för det småskaliga, nära, genuina och autentiska och då är positiva upplevelser i en stadskärna en avgörande faktor för attraktivitet. Köpcentrumen är på väg att dö, eftersom människor faktiskt har alla de stora butikerna hemma i vardagsrummet via internet. Däremot finns det fortfarande ett behov av mötesplatser och att handla i personliga butiker, och där ser jag en renässans för småstaden. I grund och botten är det en strategisk fråga om överlevnad och utveckling, till exempel genom att skapa större resurser för välfärd genom att vara en attraktiv stad.*

**Deltagare om behovet att arbeta med stadsutveckling**



## 8. MÅL OCH MÅLUPPFYLLELSE

Urban Platsinnovation hade ett huvudmål och fem delmål. För varje delmål utvecklade projektet ett antal aktiviteter som skulle förverkliga delmålen och leda till uppfyllelse av huvudmålet. Målen är formulerade för att möta utmaningen med nedåtgående trend inom handel och besöksnäring. Formuleringarna om måluppfyllelsen bygger på de externa utvärderarnas resultat. Sammanfattningsvis är uppfattningen att måluppfyllelsen är god, men att konkreta mätetal saknas, något som i huvudsak beror på hur målen är formulerade.

### Huvudmål

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

*Måluppfyllelse:* Uppfattningen bland de medverkande är att målet nåtts eller har goda förutsättningar att nås. Dock är det svårsmätbart, bland annat därför att begreppen "konkurrenskraft" och "innovationsförmåga" är oklart definierade.

### Delmål

1. Stoppa nedåtgående trend med nedläggningar av verksamheter i centrum.

Aktiviteter:

- Engagera fastighetsägare.
- Etablera metoder och modeller.
- Utveckla kunskap om centrumutveckling.
- Politiska program och dokument.

*Måluppfyllelse:* Uppfattningen bland de medverkande är att projektet kommer att bidra till att målet nås, men att det är svårt att se tydliga resultat i dag. Målet är också beroende av faktorer som projektet inte kan påverka, som globala trender och konjunkturer.

## 2. Skapa nya innovativa produkter, tjänster och upplevelser.

- Digitala skyltar.
- Wi-Fi-zoner.
- Öppna innergårdar.
- Temalekplatser.
- Living labs.
- Purple flag.
- Audio guider.
- QR-koder.

*Måluppfyllelse:* Uppfattningen bland de medverkande är att projektet skapat möjligheter att nå målet. Den korta projekttiden är dock en begränsande faktor.

## 3. Öka antalet besökare och kunder.

- Besöksräknare.
- Boende- och besökarundersökning.
- Festivaler.
- Värdskap/Mystery shopper.
- Tillgänglighetsdatabas.

*Måluppfyllelse:* Uppfattningen bland de medverkande är att det blivit mer liv och rörelse i centrum under projekttiden, men det är svårt att avgöra om det är ett direkt resultat av projektet.

## 4. Öka kompetensen hos deltagande projektaktörer genom deltagande vid kompetenshöjande möten och aktiviteter.

- Speed-dating näringsliv/affärscoacher.
- Studiebesök.
- Stormöten.
- Partnerskapsmöten.
- Workshops.
- Konferens.

*Måluppfyllelse:* Uppfattningen bland de medverkande är att detta varit centralt i projektet och genomsyrat helheten. Någon mätning av kompetens före och efter projektet finns dock inte.

Även här är tid och resurser en hämmande faktor.

## 5. Öka antalet näringsaktörer knutna till ett formaliserat samarbetsforum.

- Stormöten.
- Kundklubbar.
- Branschsamarbeten.
- Informella/formella grupperingar.
- BID-grupperingar.
- Drivande eldsjälär.

Måluppfyllelse: Uppfattningen bland de medverkande är att projektet skapat möjligheter och en positiv inställning till nätverkande och en fördjupning av befintliga samarbeten, men det saknas konkreta mätresultat.

*Att skapa ett förtroendefullt samarbete mellan kommunen, näringsidkare och fastighetsägare. Sätta upp mål som man gemensamt arbetar mot. Få med alla aktörer i centrum. Och ta fram statistik på hur besökarna faktiskt upplever centrum.*

**Deltagare om vad som är viktigt för att skapa attraktiva och levande stadskärnor**



## 9. UTVÄRDERINGAR

Urban Platsinnovation har haft två externa utvärderare som samverkat gränsöverskridande och haft löpande kontakt under projektperioden. På den svenska sidan har Kontigo varit huvudansvariga för utvärderingen och på den norska sidan har konsulten André Opsahl haft samma roll. Båda utvärderarna kommer fram till att projektet levt upp till det som formulerades i ansökningen.

### Bedömningar

Kontigo bedömer att det funnits en tydlig och sammanhängande projektlogik med aktiviteter som är nödvändiga för att nå projektets del- och huvudmål. Man pekar på att projektledning och styrgrupp lett och drivit på arbetet på ett både tydligt och inkluderande sätt. De intervjuade företagen ser positivt på projektet och menar att det är en viktig plattform för gränsöverskridande samarbeten och kunskapsutbyte. En ömsesidig ökad förståelse mellan näringsliv och kommun är en av vinsterna.

Projektets förhistoria med framgångsrika samarbeten som lagt en grund vad gäller erfarenheter, kunskap, personliga relationer och tillit lyfts upp. En samsyn kring hot- och målbild och en gemensam idé om hur arbetet ska bedrivas är centrala framgångsfaktorer. I den samsynen finns också insikten att man måste ta hänsyn till kommunernas egna förutsättningar, snarare än att utveckla en "samma modell för alla"-princip.

I intervjuer som Kontigo genomfört framgår det att deltagarna menar att projektet kommer att leda till att huvudmålet om ökad innovationsförmåga och konkurrenskraft hos handels- och upplevelsenäringen för att skapa ökad aktivitet och attraktivitet i centrum nås. Kontigo konstaterar samtidigt målet är relativt allmänt formulerat och kan vara svårt att mäta. Hotbilden är också en del av en global trend som inte fullt ut kan hanteras lokalt eller regionalt. Den plattform som projektet skapat ses dock som livskraftig och med stora möjligheter till långsiktig positiv påverkan.





## SWOT-analys

I en SWOT-analys tar Kontigo upp:

### **Styrkor**

Innovativ ansats, starkt engagemang, stark samverkan, stor öppenhet, tillit, kvalificerade analyser.

### **Svagheter**

Svag motivation från fastighetsägare och stora kedjor, svagt utvecklad kulturdriven utveckling.

### **Möjligheter**

Etablerade nätverk och samverkan, integrera metoder i löpande verksamhet, akademisk koppling.

### **Hot**

Tiden knapp för egenföretagare att engagera sig. Globala trender.

Utvärderaren André Opsahl menar att Urban Platsinnovation levt upp till att öka konkurrenskraften och innovationsförmågan hos handels- och upplevelsenäringen. Samtliga tre områden i Fredrikstad som varit aktuella i projektet – Centrum, Gamlebyen och Isegran – visar under perioden en positiv utveckling, till exempel vad gäller nyetableringar, antal besökare och uthyrda lokaler.

- Centrum – Besöksräknare visar på ökade flöden av människor, få eller inga lediga lokaler.
- Gamlebyen – En rad nyetableringar av näringsverksamheter, stadigt färre lediga lokaler, ökad trafik på byfärjan indikerar fler besökare.
- Isegran – nyetablering av kafé och övernattningsmöjligheter, fler arrangemang, ökad trafik på byfärjan indikerar fler besökare.

Utvärderaren konstaterar också att både projektets och målens karaktär gör att de verkliga effekterna inte går att observera förrän efter en tid. Urban Platsinnovation hade en främjande roll så utmaningen kan även vara att i efterhand koppla effekter till projektet. Centrumutveckling är en komplex process så många olika faktorer spelar in.

Vad gäller gränsöverskridande mervärden så är det naturligt att de till en början rör sig om relationsbyggande och kunskapsöverföring, och att formella samarbeten kring konkreta aktiviteter kommer senare.

## Slutsats

Utvärderarna menar att det finns svårigheter med att konkret mäta måluppfyllelsen, eftersom projektets och målens karaktär gör att de verkliga effekterna inte går att observera förrän efter en tid. De konstaterar samtidigt att deltagarna uppger att de känt stort förtroende för och haft stor nytta av projektet. I mångt och mycket har Urban Platsinnovation en främjande roll och kan ses som ett arbete för att skaffa kunskap för fortsatt utveckling. En insikt är därför att målen kunde ha formulerats annorlunda.

Ett strukturellt problem som blivit tydligt är att små och medelstora företag har svårt att ha tid och råd att medverka i den här typen av samverkansprojekt. Ett förslag som kommit fram i projektet, och som skulle kunna lösa frågan, är att erbjuda företagen ersättning för förlorad arbetsinkomst. Samarbete kräver tillit och tillit tar tid. Och menar man allvar med att inkludera småföretagare i utvecklingsprojekt måste de ha rimliga möjligheter att lägga den tiden.



## 10. AVSLUT OCH FRAMTID

I projektet har möten och nya konstellationer skapats inte bara över nationsgränsen, utan också mellan och i de deltagande kommunerna. Norska Fredrikstad har samarbetat med svenska Åmål, Lysekil fått inspiration av Trollhättan, entreprenörer från olika områden hittat gemensamma projekt och olika förvaltningar inom kommunerna pratat med varandra.

Projektet har bidragit till ökad kunskap och kompetensutveckling, förfinat ett arbetssätt som grundlagts i tidigare projekt, tagit fram en rad innovativa tjänster och produkter och bidragit till många positiva förbättringar i stadsmiljöerna. Gränsöverskridande mervärden har skapats på flera nivåer – nätverk och relationer, kunskaps- och erfarenhetspridning, samt konkreta samarbeten.

Projektet har även skapat en plattform för fortsatt utveckling och verklig strukturpåverkan.

Platsutveckling är ett ständigt pågående arbete och Urban Platsinnovation har skapat förutsättningarna för de deltagande kommunerna att fortsätta utvecklas, var och en och tillsammans, genom både formella arbetssätt och de starka nätverk som byggts. Uppfattningen bland de medverkande är att idéer, metoder och aktiviteter som skapats är robusta och långsiktigt hållbara. Förankringen är stark hos näringsliv, tjänstemän och politiker.

*Majoriteten av företagen ser projektet som en viktig plattform för att etablera kontaktnät och samverkan och bas för en viktig kunskapsutveckling och förmedling. Det handlar om att projektet ger möjlighet till att lära och ta del av erfarenheter från städer som ligger före i utvecklingen. Projektet har bidragit till att mer av gemensamt synsätt och även mer av en kultur där samverkan betonas snarare än rivalitet och konkurrens.*

**Ur Extern utvärdering, Kontigo, Stockholm 2018**





Text: Björklund & Co • Layout och grafisk produktion: Urbanas • Illustrationer: Netron