

URBAN PLATSINNOVATION

En intervjustudie med centrumaktörer i Lysekil



Att utveckla Lysekils centrum tillsammans - utmaningar och möjligheter

Tobias Arvemo, Iréne Bernhard, Ulrika Lundh Snis,
Anna Karin Olsson och Ellinor Torsein, HÖGSKOLAN VÄST



Presentation i Lysekil, 21, 27 mars 2018

Syftet med studien av centrumaktörer

- Att kartlägga och analysera aktörernas uppfattning om Lysekils attraktivitet, vision, nuläge och utmaningar med samverkan samt ge rekommendationer kring centrumutveckling.
- Ge inspiration och sprida kunskap till alla projektpartners om resultaten samt möjliga arbetssätt för informationsinsamling och centrumutveckling.

Metod och genomförande

- Vi har besökt Lysekil vid flertalet tillfällen 2016-2017. Intervjuguiden togs fram tillsammans med företrädare för Lysekils kommun.
- 18 djupintervjuer med totalt 19 aktörer
- Deltagande observationer vid rundvandringar och workshops
- Kontinuerlig kontakt med representanter för Lysekils kommun 2015-2018.
- Återrapportering och diskussion av resultatet sker vid interna och externa möten samt med intervjuade aktörer under 2018.

Urval av aktörer

Datainsamlingen genomfördes februari 2017-januari 2018

- Urvalet av personer skedde från en förslagslista från Lysekils kommun som sedan kompletterades med ett snöbollsurval.
- Urvalet representerar butiksägare, hotellägare, krögare, fastighetsägare, medier, kulturaktörer och organisationer med en mix av nya och sedan länge etablerade aktörer i och kring Lysekil.
- Semi-strukturerade intervjuguide
- Inspelade djupintervjuer om totalt ca 20 timmar. Transkribering och tematisk analys av hela forskargruppen.

Intervjuteaman

NULÄGE – Aktörernas uppfattning om Lysekils centrum

SAMVERKAN – Aktörernas förväntningar på samarbete, ansvarsfördelning och roller

FRAMTIDEN – Aktörernas förslag för att skapa ett mer attraktivt centrum

TEMA 1 NULÄGE

Aktörernas uppfattningar om Lysekils centrum

Liv i centrum

- Brist på människor i centrum, nostalgisk tillbakablick på hur det var i Lysekil förr
- Tomma lokaler
- Upplevd otrygghet och ökad kriminalitet

"Jag tänker bara på det här, nu har jag haft butiken i X år, jag tänker om man går tillbaka till första sommaren vi hade så på en lördag och söndag var det alltid folk på stan. Men idag på en söndag är det nästan inget folk på stan. Det är så jäkla tråkigt".

Själ, historia, charm och autenticitet

- Livskvalité, vacker stad med omnejd
- Äldre bebyggelse med bevarad charm
- Nybyggnation – Norra hamnen

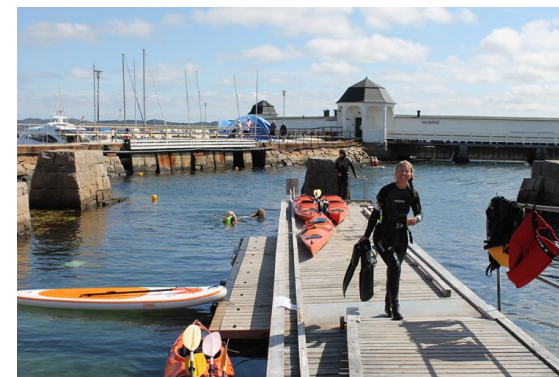


Foto Viktoria Drottz

"Sen har vi fått det jättefint med den här Norra Hamnen då. ... Smögenbryggan kan kasta sig i väggen... Den är jättefint gjord och den sträcker sig hela vägen som en gångpromenad. Nu skulle man kunna kalla det framsidan av staden istället för Södra hamnen".

TEMA 1 NULÄGE

Aktörernas uppfattningar om Lysekils centrum

Lysekilsandan

- Problemorienterad attityd
- Småstadsmentalitet – obenägen att förändra, svårt komma in som ny
- Småstadens fördelar – lätt att samverka om man vill

"Det finns engagemang men det finns också en småstadsmentalitet som lyser igenom, man finns inte med på vissa saker för att det och det har hänt i forntiden. Så jag tror att det är svårt att samla Lysekilsborna. De kanske har en lite speciell mentalitet här ute... och så kan det vara på många ställen".

Lysekil på sommaren och året runt

- Sommarsäsongen fortsatt viktig ur ett lönsamhetsperspektiv
- Förlängd säsong, nya målgrupper
- God lönsamhet

"Jag har en jättebra september-oktober också nu för tiden, min säsong varar ju mycket längre. Nu kanske jag har november som är dålig, möjligtvis, och sen kommer det igång igen, så du vet är det en fin höst är september oktober hur bra som helst också."

TEMA 1 NULÄGE

Aktörernas uppfattningar om Lysekils centrum

Torp och dess närhet – hot och möjlighet

- Orsaken till ett tomt centrum?
- Något att profilera sig emot?

"Att vara på köpcentra och internet är nödrop. Vi vill känna och ha en relation till dem vi handlar av. Generellt är du kanske mer service-minded gentemot dem du känner, att man vill väl och har en kundrelation och en handelsrelation, så har vi nog alltid haft det tillbaka i tiden. Att vi har en motpart. Det är både tryggare och trevligare".

Lysekils unga och deras behov

- Unga flyttar
- Aktiviteter för unga och familjer
- Locka återvändare

"Jag jobbar mycket med barnaktiviteter - då kommer föräldrarna också. Generellt fler aktiviteter för barn skulle vara bra. Sommartid är det inga problem men de övriga nio månader om året det är svårt".



Foto Viktoria Drottz

TEMA 2 SAMVERKAN - Aktörernas förväntningar på samarbete, ansvarsfördelning och roller

Samarbetet i centrum idag

- Stort behov men bristfälligt
- Många små nätverk
- Bristande kommunikation och ork

"Det där att vi ska samarbeta, det... nej, vi kommer inte ihop oss liksom. Det finns liksom inte".

Engagemang och tillhörighet till centrum

- Några mycket engagerade, andra mindre
- Känsla av att vara utanför

"Det är väldigt mycket Lysekil och vad som händer där och det känns som att vi har ingen riktig kontakt med turistbyrån och dessa grupper... Alltså vi har alla ganska små verksamheter så man har inte riktigt tid att sitta på dessa möten i små konstellationer, vi är ju en kommersiell verksamhet där debet och kredit ska gå ihop och då måste man fokusera på det som ger och är bra för oss."



Foto Viktoria Drott

TEMA 2 SAMVERKAN - Aktörernas förväntningar på samarbete, ansvarsfördelning och roller

Ny företagare på orten

- Svårt komma in i etablerade nätverk
- Saknar "Lysekilsandan"
- Inflöde av nya idéer

"Sådant behövs jätteväl, att det kommer någon utifrån. Som fortfarande orkar och som inte ser det här "så gjorde vi förra året och det gick inte", du vet."

Aktörernas uppfattning om kommunens insatser

- Bekymmersam politisk situation, men gott bemötande av tjänstemän
- Positivt med pågående upprustning
- Skyltning, städning, parkeringsplatser

"Vi har alltsedan starten fått mycket bra stöd i och med Lysekils satsning på soft adventure-aktiviteter... Kommunen var väldigt stöttande. De gillade oss ... alltså att vi vågade. Vi var kanske 21-22 någonting och det var ju roligt att vi vågade. Ja det måste vi säga att kommunen har alltid varit otroligt tillmötesgående. Ge och ta liksom."



Foto Anna Karin Olsson

TEMA 2 SAMVERKAN - Aktörernas förväntningar på samarbete, ansvarsfördelning och roller

Kontaktytorna mot kommunen

- Otydliga kommunikationskanaler
- Svårt att hitta rätt person
- Sociala medier – praktiskt men exkluderande

"Näringslivsenheten finns men det är ett väldigt bollande innan man får svar. Det vore bra med någon med kunskap som kan hjälpa mig att vända mig rätt, att det finns ett fönster att titta in i och inte hundra. Man kan uppleva det så, vart ska jag vända mig? Ringer man till växeln har de noll koll, det blir en chansning som oftast inte går hem".

Vikten av projekt och nätverk för utveckling av staden

- Inspiration och utveckling
- Begränsat i tid – risk att allt rinner ut i sanden
- Behov av större nätverk med många olika aktörer

"Vi får mycket inspiration från projektet. Sammansättningen av folk är så bra där alla får höras, man eller kvinna spelar ingen roll, vi är alla på samma våglängd."

TEMA 3 FRAMTIDEN - Aktörernas förslag för att skapa ett mer attraktivt centrum

Visioner och idéer för att skapa ett levande centrum

- Många individuella visioner om ett levande centrum
- Mångfald av butiker och aktiviteter
- Trygghet, service och relationer
- Attraktivt första intryck från land och hav
- Knyta samman stadsdelarna mer

Behov av långsiktiga visioner och strategier

- Avsaknad av övergripande vision
- Strategisk riktning, gemensam målbild och handlingsplan behövs.
- Förankring hos näringsliv och medborgare

” Om kommun och näringslivet vill samma sak, då blir det verkstad direkt. Då finns det resurser, och ska vi vara krassa så är det då man kommer någonstans. Det är därför det är viktigt med en bred politisk plattform, så näringslivet vet vad kommunen vill”.



Vision om Lysekil – citat

”Jag hoppas att vi har kvar en mångfald av små butiker.

Att vi lockar med service, lugn och att vi ser våra kunder och tar hand om dem. Vi har personliga relationer till våra kunder och om man är känd kan man kanske tom låna med varor hem. Allt det där som storstadsmänniskor och köpcentrum saknar...

Vi har myller av folk på gatorna. De är glada och säger hej till varandra. Om vi inte har en vara säger vi ”Nej, jag har inte det... gå dit och dit... eller vill du att jag ska ringa dem?” Vi har en ökad informations- och servicegrad gentemot kunderna men även gentemot varandra.

Folk känner trygghet i centrum. Centrum är en mötesplats och på lördagarna är det familjens dag inte nödvändigtvis handla men fika och leka i parken mm Och då har vi en bro för det gör att det blir mycket lättare för folk att komma in ... större flöde året om. Vi har ett annat samhälle idag – idag ett liv som går väldigt snabbt men **att bo i Lysekil är livskvalitet!**”

TEMA 3 FRAMTIDEN - Aktörernas förslag för att skapa ett mer attraktivt centrum

Kompetens, inspiration och aktuell fakta

- Brist på aktuell och relevant fakta
- Omvärldsbevakning och trendanalyser
- Behov av kompetensutveckling ex E-handel, Sociala medier, att marknadsföra en liten stad, kvalitetssäkring mm

"Det viktigaste för kommunen är att ta fram strategier, göra omvärldsbevakningar, analyser, ta reda på: vad finns det för förutsättningar för företagen; inom turismen är det många små aktörer som inte har resurser att ta fram fakta. Det funkar bättre om man har fakta."

Att hitta former för samverkan och koordinering

- Samverkan mellan *olika* aktörer
- Många olika grupperingar; bränner ut eldsjälarna; nätverken tappar luft
- Samverkan och koordinering – *strategisk* centrumutvecklare

"Centrumutvecklare? det beror på vad den personen har för uppdrag. Har den personen ett strategiskt uppdrag och resurser att faktiskt ta fram fakta och underlag ... en centrumutvecklare som har uppdraget att ta fram underlag och coacha människor/företagen; att våga se verkligheten; en strateg som kan se detta och törs coacha ja det tror jag på ..."

TEMA 3 FRAMTIDEN - Aktörernas förslag för att skapa ett mer attraktivt centrum

Information och kommunikation – gemensam plattform

- Måste stärkas för att få ett attraktivt centrum
- Insikt om vad som händer/aktuell information i centrum
- Utveckla och samordna den externa och gemensamma marknadsföringen av Lysekil

"Vi har två stormöten varje år och där kan vem som helst komma, gemene man, och alla berättar vad de har gjort så att folk inser att det faktiskt händer grejer ...då inser man att fasen, shit det händer ju saker i Lysekil visa de små stegen ... och att man TROR saker som man inte riktigt har kollat upp det kan ju skapa väldigt mycket negativa spiraler. Man tror att folk inte gör någonting och att man tror ju att det inte blev något med det där ..."

Stärka kulturinslagen för ökad attraktivitet samt **Önskat utbud**

- Fler kulturinslag i centrum för boende och besökare
- Önskat utbud: tonårskläder, herrkläder, underkläder, skobutik, hushållsel; uppvärmt utomhusbad
- Utbud som anpassas till en hållbar utveckling

" Det finns massor med kultur som man skulle kunna samla och presentera på ett smakfullt sätt, det hade skapat en sammanhållen stad"."

Önskemål om Lysekil inom 5 år

- Tätare samarbete
- Levande centrum – bredare utbud och aktiviteter
- Vackrare stadsmiljö
- Mer lockande infart landvägen
- Hög livskvalitet och servicenivå
- Lugn och småstadskänsla

Slutsatser - utmaningar och möjligheter

Resultatet baseras på vår tolkning av de utmaningar och möjligheter som upplevs av aktörer i Lysekil:

- Unika värden i Lysekil
- Behov av förändringar för att skapa liv i centrum
säsongsvariation; konkurrens från köpcentrum; otrygghet
- Det finns ett engagemang och en vilja att samverka i centrum
- Stabila, strategiska former för inkluderade och hållbar samverkan samt kommunikation saknas
- Behov att klargöra roller och ansvar
- Överlappande nätverk, många mindre aktörer, exkluderade aktörer
- Brist på vision och gemensam målbild, låg kännedom om varandra i centrum, självbild

Rekommendationer

- **Samordna kommunikation och information**
inkludering och aktuell information
- **Formalisera samverkan i centrum**
för en koordinerad, strategisk och hållbar samverkan, centrumutvecklare
- **Utveckla och förankra gemensamma visioner och strategier**
stärka delaktighet, identitet, framtidstro ex Living Lab aktiviteter
- **Utarbeta och sprida relevanta beslutsunderlag**
kontinuerliga studier, kartläggning, inspiration och kunskap
- **Stärk Lysekil året om**
gemensamma satsningar baserat på Lysekils unika värden för att förlänga säsongen och bredda målgrupper, inspiration från lokala och nationella exempel

Tack för oss!

Forskargruppen vid Högskolan Väst
Urban Platsinnovation

<http://www.hv.se/sv/forskning/forskningsprojekt/arbetsintegrerat-larande/urban-platsinnovation-centrumutveckling>

Kontakt anna-karin.olsson@hv.se