

HÖRBY



- en modern handelsort (med gamla anor)

Innehåll

Bakgrund

- ToY – Hörby
- Vår utmaning
 - Centrum
 - Användare
 - Vad får oss att bli användare av centrum?
 - Modell för engagemang

Metod

- ToY – modellen
 - ToY – Hörby
 - Insiktsarbete
 - Struktur

Utvecklingsområden

- Kommunen
 - Nivå i kommunen
 - Utmaningar
 - Insikter
 - Konkreta förslag
 - Otrygghet
 - Utmaningar
 - Insikter
 - Konkreta förslag
 - Intressenter
 - Skola och Unga
 - Utmaningar
 - Insikter
 - Pendling och Kommunikation
 - Utmaningar
 - Insikter
 - Konkreta förslag
 - Intressenter
 - Effekt
- Upplevelsen av centrum
 - Den fysiska miljön
 - Utmaningar
 - Insikter
 - Konkreta förslag

- Tomma lokaler
 - Utmaningar
 - Insikter
 - Konkreta förslag
- Tomma lokaler
 - Utmaningar
 - Insikter
 - Konkreta förslag
- Vägen dit
 - Utmaningar
 - Insikter
 - Konkreta förslag
- Intressenter
- Effekt
- Lokalt näringsliv
 - Stora företag
 - Utmaningar
 - Insikter
 - Konkreta förslag
 - Små och nya företag
 - Utmaningar
 - Insikter
 - Konkreta förslag
 - Intressenter
 - Effekt
- En modern handelsort
 - Framtidens marknad
 - Utmaningar
 - Insikter
 - Konkreta förslag
 - Tillstånd
 - Utmaningar
 - Insikter
 - Konkreta förslag
 - Intressenter
 - Effekt
- Innovation inom personlig transport
 - Utmaningar
 - Insikter
 - Konkreta förslag
 - Intressenter
 - Effekt

- Marknadsföring
 - Bakgrund
 - Utmaningar
 - Insikter
 - Konkreta förslag
 - Intressenter
 - Effekt

Implementering

- Struktur
 - Styrgruppens ansvar
- Effekt

Sammanfattning

- Bilagor
 - Sammanställning, enkätundersökning privatpersoner
 - Sammanställning, enkätundersökning Hörby centrum

BAKGRUND

ToY-Hörby

ToY-Hörby är ett konceptutvecklingsuppdrag kring framtidens småstadscentrum som tagits fram i diskussioner mellan Hörby Kommun och Krinova Incubator & Science Park. Enligt offerten hade projektet två syften:

- Stärka attraktionskraften och lönsamheten i småstadscentrum. En hållbar framtid genom utveckling, för handel och de människor som bor, verkar eller besöker kommunen och dess centrum. Hörby kommun och handelsföreningen vill skapa en mer livskraftig, attraktiv, levande och tillgänglig mötesplats. En framtidstro som ska ge tillväxt inom handel, service och tjänsteföretag.
- Skapa ett attraktivt alternativ till urbaniseringen.

Arbetet med projektet har följt ToY-modellen (se bakgrund) och som ett steg i processen har dessa ursprungliga syften kokats ihop till en utmaning som i sin tur legat till grund för arbetet med projektet.

Vår utmaning

Den slutgiltiga formuleringen av vår utmaningen lyder:

“Hur kan vi inspirera och skapa ett sätt för de olika aktörerna att engagera sig enskilt och gemensamt för att göra uppfattningen av Hörby centrum så stark och positiv som möjligt?”

Utmaningen kan sammanfattas i en vilja att *möjliggöra att värde kan skapas för användare av Hörby centrum*. Utifrån detta ställdes tre centrala frågor som stått till grund för stora delar av arbetet kring projektet.

- Vad är centrum?
- Vilka är användare?
- Vad får oss att bli användare av centrum?

Centrum

Centrum är definitionsmässigt en medelpunkt (ne.se) och ses som kärnan i en stad. Centrum består av olika delar som tillsammans utgör en helhet. Denna helhet består av människor, den fysiska miljön och all service. Alla tre delar spelar en väsentlig roll för uppfattningen av centrum. Finns det brister i någon av delarna så drar det ner helheten och kan skapa ett dåligt intryck.

Centrum i detta fall är centrum av Hörby tätort som i sin tur är centrum i Hörby kommun. Uppfattningen av kommunen och tätorten kommer således påverka uppfattningen av centrum. Likaväl kommer centrum påverka uppfattningen av tätorten och kommunen. Detta visar tydligt vikten av att ta vara på helheten. Eftersom centrum ofta är det första man ser och det som tolkas som mest centrala, kärnan av en ort blir centrum symboliskt mycket viktigt.

Användare

Användarna av centrum är de människor som rör sig, verkar i eller utnyttjar centrum på något vis. De brukar generellt delas upp i tre huvudkategorier som är *invånare*, *besökare* och *företag*. Alla grupper har olika syften men gemensamt är att de alla är en del av och kan ta del av centrum.

Invånare använder centrum i sin vardag, där kan de köpa sina dagligvaror, träffa bekanta, strosa omkring eller bara cykla igenom. Man kan se invånarna som permanenta användare av centrum, så länge de bor kvar i orten kommer de också utnyttja centrum.

Besökare är till skillnad från invånare tillfälliga användare av centrum. De dyker upp för att titta på/göra något speciellt. Detta kan vara att gå på museum, köpa en speciell vara, gå på restaurang eller turista.

Slutligen har vi företagen som är verksamma i centrum. De kan etablera sig om det finns ett gott företagsklimat, det finns underlag för att starta den specifika typen av tänkt företag och om det finns arbetskraft. Företagen är mer eller mindre permanenta och förser orten med folk som jobbar och därmed också utnyttjar centrum.

I detta projekt ligger fokus i att titta på de permanenta användarna av centrum, då detta anses ha störst påverkan för helheten av centrum. Dessutom är de permanenta användarna de som har möjlighet att utföra någon slags förändring, vilket gör dem viktiga för detta projekt. Däremot kommer upplevelsen av centrum påverkas även för besökarna, som är en del av och upplever helheten. Dessutom jobbar Destination MittSkåne med denna grupp av användare, och detta projekt kompletterar därmed genom att fokusera på invånare och företag.

I systemet kring olika användare av centrum gömmer sig ett komplext system kring hur centrum uppfattas. Alla som utnyttjar centrum är en del de andra användarnas uppfattning av centrum. T.ex. bidrar de som rör sig i centrum till att öka känslan av liv och rörelse. Utan användare hade alltså uppfattningen helt ändrats för den enskilde användaren. Man kan säga att alla användare är både mottagare *och* medskapare av centrum.

Att användarna är både medskapare och mottagare tillsammans med vetskapen att centrum är en helhet också bestående av den fysiska miljön och service ger ett komplext system där det kan vara svårt att säga vem som är ansvarig. Vem ska ta de övergripande besluten kring helheten? Vem är ansvarig för hela centrum? Detta är ingen lätt nöt att knäcka och att lösa detta är en stor utmaning.

Vad får oss att bli användare av centrum?

Denna fråga besvaras lättast genom att titta på beslutsprocesser. Frågan 'Vad får mig att vilja använda Hörby centrum?' kan liknas med 'Vad får mig att vilja köpa en laktosfri-vaniljglass?', detta är två helt olika beslut som dock bygger på samma fem beslutssteg (John Fahy, Foundations of Marketing). Nedan visar vi på dessa steg och på likheten mellan exemplen.

Steg 1: Behov

Första steget är behovsinsikt. Något väcker uppmärksamhet – något går sönder eller tar slut, man får ett tips, man ser något man vill ha eller är sugen på etc. Man har ett behov.

I fallet med Hörby centrum kan behovet vara att man har en ledig helg och vill åka på utflykt, och i fallet med glassen kan behovet vara att man är sugen på något svalkande.

Steg 2: Informationssökning

I detta steg börjar man leta information, både internt och externt, och detta kommer så småningom påverka det slutgiltiga beslutet. Detta innebär att man först tar till vara på minnen och upplevelser – den uppfattning man själv har t.ex. 'glass brukar vara ett bra alternativ när jag är sugen på något svalkande'. Sen om det finns ett behov drar man det ett steg längre och frågar vänner, bekanta, tittar på reklam eller frågar säljare – man drar nytta av andras uppfattning och erfarenheter t.ex. att din granne tycker att vaniljglass är den absolut godaste glassen.

I fallet med Hörby centrum kan detta innebära t.ex. att man vet att Hörby ligger bra till nära Ringsjön och att man hört det inte tar så lång tid att ta sig dit.

Steg 3: Utvärdering av informationen

Nu börjar man jämföra olika alternativ. Man jämför dem objektivt – vilket alternativ ger mest för pengarna, vilket alternativ kommer göra mig mest nöjd etc. Här lägger man också in sina värderingar och preferenser t.ex. 'jag är laktosintolerant, jag borde välja en laktosfri glass' eller 'alla mina vänner köper glass på det nya italienska glascaféet i stan, jag vill också prova detta'.

I fallet med Hörby kan resonemanget röra 'jag har ingen bil, jag måste kunna ta bussen' eller 'Mina vänner har börjat köpa lokalproducerat, det finns det jättemycket av i Hörby'.

Steg 4: Action

Här tas ett beslut, allt är utvärderat och ett alternativ kvarstår som det som ger mest värde. Man köper sin laktosfria vaniljglass eller man bestämmer sig för att ja, dagens utflyktsmål blir Hörby.

Steg 5: Utvärdering av beslutet

I sista steget utvärderar man sitt beslut och ställer sig frågor som 'blev jag nöjd?' 'hade det andra alternativet varit bättre?' eller 'fick jag värde för pengarna?'. Man skapar sig en ny uppfattning som i sin tur påverkar framtida beslut både för en själv eller för andra om man berättar om sin upplevelse. T.ex. tyckte man den laktosfria vaniljglassen var så god att man rekommenderar den vidare, eller så tyckte man att Hörby var perfekt för att köpa lokalproducerat och man åker gärna dit igen.

För att komma till beslut går man genom alla de ovanstående stegen, men i varje steg kan man stöta på hinder som gör att man inte kommer till beslut. Man kan sakna behov, ha en dålig uppfattning, inte hitta den information man söker eller känna att det är en för stor risk att ta beslutet – då struntar man i det. Man måste vara medveten om när man försöker sälja en produkt eller tjänst men också när man försöker locka till sig folk eller har något att erbjuda.

Skalar man ner och granskar beslutsprocessen ser man att uppfattningen (den egna och andras) och informationsspridningen är två oerhört viktiga aspekter. Under projektets gång har detta tagits vara på och ligger delvis till grund för den utmaning som formulerats.

Modell för engagemang

I projektets utmaning står formulerat att man vill ”inspirera och skapa ett sätt för de olika aktörerna att engagera sig enskilt och gemensamt...”. Då måste man kunna svara på vad engagemang är och hur det uppstår.

Två typer av engagerade personligheter identifierades – de engagemangstagande och de engagemangsföljande. Båda två typerna bidrar till att initiativ följs upp och att saker och ting händer. Man ser resultat.

Engagemangstagande

Engagemangstagande personer är orädda, vågar chansa och ser möjligheter. Det är dessa personer som själv tar initiativ och drar i projekt. Till exempel är det en sådan person som kommer med förslaget att Hörby ska ha ett Kulturkalas och sen ser till att det blir av.

Engagemangsföljande

Engagemangsföljande personer är mer avvaktande och har tilltro till andras idéer, men när väl idéerna ligger på bordet är de villiga att haka på. Dessa personer är till exempel de som hör att det ska finnas ett Kulturkalas och så säger de ”Kul! Jag ser till att det finns en scen!”.

Vill man uppnå mer liv och rörelse och se att saker och ting händer, måste man ta tillvara på båda typerna av engagemang. För de engagemangstagande måste man vara lyhörd och se till att idéer följs upp. Man måste kunna se att de idéer man har och förslag man ger sätter igång en process som kan leda till resultat. Ser man aldrig att processen kommer igång eller att resultat uppnås så kvävs engagemanget och färre initiativ kommer tas.

För de engagemangsföljande är det viktigt att det finns en engagemangsscout som lyssnar på vad folk är intresserade av och brinner för. Denna scout ska sedan komma med välgrundade förslag som sedan många självmant hakar på.

Lyckas man ta tillvara på båda dessa typer av personligheter så får man maximalt engagemang. Även om inte alla förslag leder till det resultat man hade väntat sig så ser man att det finns potential, att initiativ tas omhand och att det är något positivt att vara engagerad vilket ger att man ger luft åt nytt engagemang och en positiv stämning kring initiativtagande skapas.

METOD

ToY-modellen

ToY-modellen är skapad av Krinova Incubator & Science Park och står för Team of Young Professionals. Den grundar sig i teorin kring *Value Proposition Design* och är en process i fyra steg som kortfattat beskrivs nedan.

Identifiering och behovsanalys

Först av allt identifieras en utmaning som grundar sig i och kring uppdragsgivaren. Man kartlägger ett behov som kan röra en förbättring av en produkt, en effektivisering eller att ta fram en ny tjänst. Man identifierar de behov som är relevanta och kartlägger förutsättningarna för behovet. Man tittar också på om behovet är tillräckligt stort för att arbeta med och om det finns ett användningsområde för behovet.

Insikt/förståelse

I nästa fas skapar man sig en förståelse kring utmaningens kontext. Man tittar på intressenter, branschen, marknaden, omvärlden och olika målgrupper.

Idégenerering

Här skapas utmanande idéer i massor som testas mot målgrupper, intressenter, kunder och användare. Här kan man använda sig av olika metoder så som brainstorming etc. Idéerna kategoriseras, man gör ett urval och man tar fram koncept.

Design

I denna sista fas fortsätter man tänka utanför ramarna och utmana status quo. Man förbättrar och putsar på koncepten som sedan paketeras på ett förståeligt vis för att kunna leverera resultat.

ToY-Hörby

Insiktsarbete

I första fasen av ToY-modellen är informationssamling nyckeln. Under projektets gång tillbringades mycket tid i Hörby med att prata med och intervjua boende, handlare, kommunala tjänstemän, storföretagare, fastighetsägare etc. Frågor som ställdes rörde hur användare av Hörby centrum ser på centrum idag, vad som är bra, vad som saknas och vad som kan bli bättre. Detta för att skapa en så bred uppfattning som möjligt av Hörby. Både positiva och negativa krafter identifierades.

Utöver intervjuarbetet sammanställdes två enkäter. En rörande preferenser när man väljer boende eller arbets-/utbildningsort samt handelsvanor och en rörande klimatet för verksamhetsutövare i Hörby centrum samt Hörby Köpmannaförening. Även enkätsvaren användes för att stödja resonemang och hitta trender som kunde vara nödvändiga för konceptutvecklingen av Hörby småstadscentrum.

En omfattande omvärldsanalys har också gjorts. Olika trender och beteenden har studerats så som att unga flyttar från små orter till städer, hur externa köpcentrum påverkar handeln, hur framtidens marknader ser ut, köpbeteenden, storstadsnormen etc. Allt detta för att styrka resonemang och ge uppslag och nya insikter på olika områden.

Struktur

För att sortera och strukturera all information som samlats användes en vågmodell där positiva och negativa insikter vägdes emot varandra. I fallet med Hörby visade det sig att de negativa aspekterna vägde tyngre än de positiva. För att öka tyngden i den positiva vågskålen identifierades olika områden med utvecklingspotential, där olika funktioner antingen kunde ge mer tyngd åt existerande positiva värden, minska/plocka bort de negativa värdena eller lägga till nya positiva värden. De områden som man fann var t.ex. otrygghet, bilhandeln och pendling.

Ur all information och de utvecklingsområden som man tittat på identifierades tre ledord som genomsyrade arbetet med projektet.

Förenkla

Levandegöra

Stärka centrumhandel

Där förenkla var en funktion som var möjlig att applicera på alla de identifierade utvecklingsområdena. Levandegöra blev en direkt konsekvens som i sin tur kunde ge värde i form av stärkt centrumhandel och ökad attraktivitet.

UTVECKLINGSOMRÅDEN

För att få den positiva vågskålen i Hörby att väga tyngre än den negativa har vi har identifierat och definierat sex områden:

1. Kommunen
2. Upplevelsen av centrum
3. Lokalt näringsliv
4. En modern handelsort
5. Innovation inom personlig transport
6. Marknadsföring

Dessa områden anser vi vara strategiskt viktiga för en hållbar utveckling av Hörby centrum. Varje område beskrivs först med en kortare bakgrund där vi vill måla upp en bild av hur det ser ut idag. Därefter beskriver vi kortfattat de utmaningar vi sett följt av insikter och konkreta förslag där vi vill peka på förenklingar som kan levandegöra och stärka centrumhandeln. Vi har även en lista med förslag på intressenter som vi anser vara viktiga att inkludera när det gäller att skapa en struktur kring hur man kan samverka. Sist i varje område redogör vi kortfattat för vilken effekt våra förslag förväntas ha.

1. KOMMUNEN

Kommunen har ett ansvar för att Hörby är en fungerande helhet. Det finns grundläggande behov som måste uppfyllas för att både behålla och attrahera invånare, besökare och företag. Nivån på kommunens verksamheter påverkar invånarna. Hörby är en helhet där alla delar påverkar uppfattningen.

Hur bra är äldreomsorgen? Hur fungerar skolan? Kan jag jobba i Hörby? Kan jag starta ett företag? Vilken service finns? Kan jag bo i Hörby? Hur ser kommunen på miljöfrågor? Hur sköts gator och torg? Vad händer med mina skattepengar? Engagerar kommunen sig i utsmyckning och skötsel eller gör man bara vad man måste? Vad vill kommunen? Sopas gångbanan på väg till bussen? Finns det belysning längs cykelbanan på väg till jobbet?

Dessa frågor synliggör hur kommunens daglig verksamhet påverkar invånarna, besökare, företag och således också centrum.

För kommunen har vi sett följande områden som särskilt viktiga att fokusera på. De utgör grunden för ett fungerande centrum.

NIVÅN I KOMMUNEN

UTMANINGAR

- För dålig standard på Lågehallarna. Inomhusmiljö och skötsel är eftersatt. Påverkar den dagliga verksamheten för aktiva och hindrar verksamheter från att expandera. Dåligt rykte bland aktiva i Skåne, inte attraktivt och komma för att spela match i Hörby.
- För några år sedan renoverades Nya Torg till hur det ser ut idag. I folkmun kallas torget ömsom skämtsamt och ömsom på allvar en ”stenöken”. Med sitt kala och stela uttryck förstår vi varför. Alla ser och hör det, alla pratar om det. Trots detta händer inget.

Insikter

- Som en aktör med både ansvar och resurser krävs att kommunen anammar en ledarroll. Att komma med initiativ och lyssna på användarna av **både** kommunen och centrum är nyckelaktiviteter. Att Hörby är en liten kommun kan här endast ses som en tillgång. Det ger möjligheter till snabba beslut och kortare tid från ord till handling. Vi vill belysa att kommunen måste ta en ledarroll och initiativ. Om invånare pratar negativt om sitt eget centrum är de bevisligen inte nöjda med hur det ser ut, hur det fungerar och hur kommunen hanterar deras insikter och förslag.

Konkreta förslag

En kommun är ej bättre än den svagaste länken. Hur kommunens verksamheter fungerar är fundamentalt för hur nöjda invånare och företagare är. Med sitt breda uppdrag blir kommunen väldigt sårbar. Centrum är inte en isolerad från resten Hörby och kommunen. Centrum är hjärtat som både

påverkar och påverkas av omgivningen. Vi föreslår att kommunen ska fortsätta att arbeta med de utmaningar en kommun ständigt står inför när det gäller att hålla en bra nivå på vård, skola, omsorg, miljö, inflytande och bemötande.

Otrygghet

Utmaningar

- Ungdomsgäng rör sig i centrala delar av Hörby. Gängens blotta närvaro på det öde Nya Torg leder till otrygghet. Invånare vågar inte röra sig ute kvällstid. Aktörer i centrum har uppmärksammat polisen och kommunen på detta. Trots detta upplevs det som att varken polisen eller kommunen tar tag i problemet och gör något.
- Enligt Polisen statistik finns i Hörby en generell rädsla för inbrott och stöld.

Insikter

Polisen i Hörby är väl medveten om problematiken med ungdomsgäng i centrum. Enligt deras statistik kan otryggheten tolkas som en upplevd rädsla snarare än att man faktiskt blivit utsatt för våld.

Enligt Maslows behovshierarki är behovet av trygghet ett av människans mest grundläggande behov efter att äta och ha tak över huvudet. Med detta vill vi visa att när en användare av centrum känner otrygghet blir den direkta responsen att undvika detta, inte utsätta sig för otryggheten och i detta fall ungdomsgäng i centrala Hörby, vilket leder till att man undviker centrum. (Nationalencyklopedin, behovshierarki. <http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/behovshierarki> (hämtad 2016-06-15))

Konkreta förslag

- Synliggöra polisens arbete. Visa vad polisen gör och offentliggör den statistik vi sett gällande anmälda brott i Hörby.
- Arrangera trygghetsvandringar. Detta för att vända den negativa spiral som finns och visa att centrum tillhör alla och att gängen i själva verket kanske inte finns eller gör något olagligt.
- Återanställ fältassistenter i Hörby. Personal med uppgift att vara ute på gatan och lyssna på gängen. Se till att det finns något annat att göra, någon plats att vara på något att engagera sig i. Utnyttja det positiva flödet som finns i aktivitetshuset.
- Omarbeta den fysiska miljön på Nya Torg. När man använder torget upplever man att man är iakttagen vilket även bidrar till en känsla av otrygghet.

Intressenter

Invånare

Kommunen

Polisen

Stora företag

Handlare

Restauranger

Fastighetsägare

Skola & unga

Utmaningar

I Lärarförbundets mätningar (2015) ligger Hörby på plats 245 av 290. Elever som går ur nian saknar fullständig betyg.

Insikter

Att skolan står inför stora utmaningar blir tydligt. Dessa siffror är inte attraktiv statistik. Varken för befintliga invånare eller om Hörby vill profilera sig som en boende ort och locka nya invånare.

Vi vill understryka att detta inte går att beskylla elever för. Kommunens och skolans uppdrag och ansvar är att ge eleverna bästa möjliga förutsättningar och inspirera dem.

Bostäder

Utmaningar

- Idag är det svårt att attrahera nya invånare då det saknas boendemöjligheter i Hörby. Detta när det gäller både lägenheter, hus och tomter.
- Finns en uppfattning och tro att ingen vill flytta till Hörby. Detta speglas även i en osäkerhet att investera i ett hus, tomtmark eller verksamhet i Hörby.

Insikter

För att flytta någonstans krävs först och främst någon stans att bo. Endast i undantagsfall flyttar människor utan att ha veta var de ska bo. I Hörbys fall gäller det att satsa på att erbjuda boendemöjligheter i form av tomter att bebygga, hus, centrala lägenheter. Utan detta första steg kommer inte Hörby kunna locka nya invånare. Skåne är en expansiv del av Sverige och med närheten till Lund, Malmö och hela Öresundsregionen skulle Hörby kunna vara ett mycket attraktivt boendialternativ.

Pendling och kommunikation

Oavsett om man som kommun vill profilera sig som boendekommun (majoritet frånpendlare) eller arbetskommun (majoritet tillpendlare) är pendlingsmöjligheterna väsentliga. När man ska välja boendeort eller arbetsort är möjligheten att förflytta sig en faktor som starkt påverkar ens beslut. Detta gör pendling till en viktig punkt för kommunen att ta hänsyn till.

I Hörby idag finns en stark tilltro till att man ligger mitt i Skåne och har nära till allt. Pendlingsmöjligheterna med buss till Lund, Malmö och Kristianstad är goda men man har sett att orter med tågstationer som Höör har fått ett större uppsving än Hörby. Region Skåne är långt fram i planerna för att dra olika så kallade Superbusslinjer genom Skåne varav en kommer gå igenom Hörby. Superbuss konceptet har mottot ”Åk buss, tänk tåg”. Man vill sammanlänka orter på samma sätt som med tåg och öka statusen för bussen. Detta kräver dock vissa uppoffringar och att bussen prioriteras i trafiken.

Inom Hörby kommun och mellan Höör och Hörby är pendlings- och cykelmöjligheterna begränsade, och i många fall är man bunden till att ha bil för att röra sig runt i kommunen. Talande för detta är att under vissa tider på helgerna är det tvunget att åka via Lund om man ska ta sig mellan Höör och Hörby. Idag finns inte heller möjlighet att ladda Skånetrafiken Jojo-kort i anslutning till bussarna vilket minskar smidigheten för pendlarna och de tillfälliga besökarna.

På många ställen i Hörby kommun finns det bra cykelbanor, men de är inte alltid belysta vilket gör att man blir tvungen att cykla ute på större vägar under vinterhalvåret, något som drastiskt minskar säkerheten. Det är också i dagsläget svårt att hitta cykelbanorna som inte är så bra utmärkta.

Hörby är profilerat som en bilstad och det finns en stark bilmentalitet. Dock ser man andra trender om man tittar på kommunens underlag till samhällsbyggnadsvisionen. Där har olika påståenden ställts mot varandra och visar på att man vill ha bättre pendlings-, cykel- och gångmöjligheter framför att prioritera biltrafiken.

- Förbättrad busshållplats i C 93%, (poolbilar 7%)
- Fler gång- & cykelvägar/cykelparkering 89%, (förbättrad framkomlighet för biltrafik 11%)
- Fler gågator & gångfartsområden 87%, (ökad genomfartstrafik 13%)

Utmaningar

- Pendlingsmöjligheterna i Hörby idag är begränsade, framförallt när det gäller pendling inom kommunen och till Höör.
- Möjligheterna att pendla försvåras då laddningsautomat för jojokort saknas centralt.
- Det finns en stark bilmentalitet och rädsla för att förändring innebär att man försvårar för framkomligheten för bil.

Insikter

Enligt vår egen enkätundersökning är just pendling och kommunikation en av de viktigaste frågorna när det gäller att välja boende och arbetsort. När det gäller pendling med kollektivtrafik är just tiden en viktig faktor, hur lång tid resan tar, hur mycket snabbare det går än att köra själv. Med detta i åtanke och även en fungerande utveckling av Hörby centrum är det en nödvändighet att en superbuss linje dras igenom centrala Hörby och inte utanför stan längs E22. Hur många gånger ligger tågstationen utanför stan? Detta är något även Region Skåne varit tydliga med.

Konkreta förslag

- För att anta bästa läget för pendlingsmöjligheterna under de närmsta åren i Hörby bör man anamma superbuss konceptet fullt ut. Detta står redan med i kommunens samhällsbyggnadsvision och är underbyggt av flertalet undersökningar både bland företag, kommunen och invånare.
- Utöver detta bör man satsa på pendlingsmöjligheterna, både med buss och cykel, till de närmaste omgivningarna. Konkret kan detta ta sig form av möjligheter att ladda Jojo-kort vid busshållplatserna, liveuppdaterad trafikinformation vid de större busshållplatserna och att titta på var medborgarna önskar utökade bussförbindelser. På cykelfronten innebär konkreta förslag att se till att alla cykelleder är ordentligt belysta så man kan hålla sig borta från de större vägarna, men också att se till att man hittar cykelbanorna dvs. att de är ordentligt markerade och skyltade till.
- Att ta in fler cykelkoncept och visa på fördelarna med cykel kan ge Hörby en push mot en mindre bilberoende befolkning. Ett sådant koncept skulle kunna vara att ta in hyrcyklar och ha dem stående invid busshållplatsen på Gamla Torg. Det skulle finnas kartor att ta med sig, med markerade säkra cykelleder med olika teman, t.ex. en naturrunda som leder ner till Ringsjön och ut till Fulltofta, och en matrunda som leder en runt mellan olika lanthandlare, gårdsbutiker etc. eller att man kan hyra en cykelkorg med lite picknick och olika utflyktsattraktioner. Detta skulle potentiellt kunna locka besökare men tillsammans med ytterligare koncept som cykelbud (Luckan), mobila cykelparkeringar (fysiska miljön) och lådcyklar till alla nyinflyttade barnfamiljer också visa på cykelns potential och förhoppningsvis minska bilberoendet i Hörby.

Intressenter

- Invånare
- Besökare
- Arbetande
- Region Skåne
- Kommunen
- Destination MittSkåne

EFFEKT

Kommunen måste fortsätta att utvärdera sitt eget arbete, synliggöra sitt arbete och ständigt sträva efter en hög nivå i sina verksamheter. Man är inte bättre än den svagaste länken. En hög nivå och en god relation kommer leda till nöjda invånare och företag vilket i sin tur kommer gynna centrum och då även centrumhandeln.

När det gäller förändring och utveckling av centrum och hela kommunen är det viktigt att poängtera att kommunen, som organisation, både är en nyckelspelare och stor intressent i Hörby centrum. Som vi redogör för i vår bakgrund är det ett komplext system när det gäller ansvar. Detta leder i många fall till ett slags moment 22 där resultatet blir att alla ser problemet men ingen gör något (se exempelvis under Tomma lokaler). Här måste kommunen tillsammans med andra intressenter vara drivande.

Ett levande centrum är inte en isolerad företeelse utan påverkas i allra högsta grad kommunens arbete och nivå. Pendling, bostäder och skola & unga är väsentliga byggstenar i grunden för ett fungerande centrum.

2. Upplevelsen av centrum

Centrum utgörs av en helhet som rör den fysiska miljön, all service och människorna som rör sig där. Centrum är till för och formas av människorna som rör sig i centrum. Det innebär individerna agerar både medskapare och mottagare av centrum. Människorna och deras attityder spelar således en viktig roll för upplevelsen av centrum lika väl som tomma lokaler och biltrafiken.

Upplevelsen av Hörby centrum idag dras ner av ett par faktorer. Dessa faktorer rör biltrafik, en känsla av otrygghet, tomma lokaler, stora ytor med något oklara syften och en känsla av att inget händer. Andra områden har visat sig positiva och bidragande till en positiv helhet, t.ex. småstadscharmen, det breda utbudet av olika handlare och evenemang som Kulturkalaset och Hörby Marknad. Idag ses tyvärr de negativa områdena i många fall väga tyngre än de positiva.

Nedan följer beskrivningar av ett par av huvudområdena som i dagsläget har en negativ effekt på helheten i Hörby centrum och förslag på hur man kan vända dessa till områden med positiv effekt.

Vi har identifierat tre viktiga områden: den fysiska miljön, vägen dit och tomma lokaler.

Den fysiska miljön

Som en del av helheten i centrum kommer den fysiska miljön dvs. den faktiska planeringen av centrum, lokaler, utsmyckningar etc. Det finns en rad olika talande exempel på hur den fysiska miljön i Hörby upplevs och sköts idag.

I folkmun brukar Nya Torg kallas för Stenöken. Man upplever att man blir uttittad om man går över torget och att det inte händer något där. Trots detta ser man att många människor rör sig kring torget och att det faktiskt är folk som stannar till och utnyttjar de offentliga platserna om man aktivt observerar vad som händer.

Utmaningar

- Råbygatan är en av de äldsta delarna av Hörby centrum. Idag är denna del av centrum avskärmd från resten av centrum på grund av Ringsjövägen-Storgatan som är en tätt trafikerad väg som går rakt igenom Hörby.
- Nya Torg kallas för "Stenöken" - ett tecken på att det inte är en så positiv plats.
- Det finns inte så mycket utsmyckningar som kan ge centrum ett trevligare intryck.
- Ingen visuell helhet som binder ihop centrum.

Insikter

I utkanten av Hörby ligger Nolato. Ett världsledande företag i sin bransch. Utanför möts vi av en välklippt gräsmatta. Rabatterna är rensade och gruset bortsopat vid entré och parkering. För deras verksamhet är

besök av både leverantörer och kunder viktigt och de tar emot besökare från när och fjärran varje vecka. Det första intrycket är av yttersta vikt. Därför är Nolato måna om att entréer och utomhus miljön sköts perfekt då allt väger påverkar en helhetsintrycket. Nolato hyr lokalerna av kommunen.

För en hörbybo eller besökare i centrum är det lika viktigt. Skulle Hörby kommun kunna se alla aktörer och fastigheter i centrum som hyresgäster likt Nolato? Skulle det se likadant ut?

Primärt måste centrum och dess offentliga ytor ses som uthyrda till handlare och serviceföretag i centrum. På samma vis som att kunder till företag möts av en fint skött fastighet och tomt måste besökare och kunder i centrum mötas av samma känsla. Om den yttre miljön är trevlig och snyggt skött kommer den positiva känslan av att röra sig i centrum att öka. Ses alla små intressenter i stadskärnan som en hyrestagare av centrum och behandlas därefter kommer detta ske automatiskt. I kommunens samhällsbyggnadsvision finns ett mål att man ska knyta samman grönområden med gröna stråk, vilket ligger helt i linje med ovanstående resonemang. Ett välskött och utsmyckat centrum ger en positiv effekt åt den fysiska miljön och en del av upplevelsen av centrum. Här har man också möjlighet att knyta an till handlare, företag, skolor etc. och låta dem göra reklam för/visa upp sig genom att vara ansvarig för olika utsmyckningar och företeelser i centrum som ljusinstallationer, juls skyltning och blomsterplanteringar (ex. Årets blomsterarrangemang är sponsrade av Hörbys blomsterhandlare).

Det som idag händer på torget händer framförallt längs kanterna. Det man vill uppnå är en känsla av liv och rörelse. Ett bra exempel att sikta på är hur torget ser ut under Kulturkalaset. Där involveras flera aktörer, man har möjlighet till att handla, köpa mat, sitta ner, leka etc. Detta skulle ge mer spontana besökare och kunder som stannar under en längre tid eftersom det finns möjlighet att sitta och äta, men också tvärtom – om butiker och handlare på torget har öppet under lunchen när det rör sig gäster på torget kanske kunder lockas till köp. Utöver detta kunde man möjliggöra för att strosa och bara röra sig i centrum för upplevelsens skull.

Konkreta förslag

- För att omvandla Nya Torg från den så kallade stenöken som ligger där idag kan man jobba med att skapa nya rum och avdelningar.
- Öppna upp för torghandel under fler dagar.
- Bjud in till att ha fler foodtrucks (finns idag jättesmidiga anslutningar till el och vatten på torget som borde utnyttjas mer) och på så vis skapa en hel foodcourt med tillhörande sittplatser.
- Möjliggöra och hjälpa restauranger att kunna ha uteserveringar.
- Strategiskt utplacerade solbänkar och värmebänkar som lockar folk att sitta på torget och bidra till känslan av att det är folk i centrum
- För att underlätta för intressenter som vill verka på torget skulle man kunna ha en torglokal i en av fastigheterna i anslutning till torget. Här skulle det kunna finnas tillgång till toalett och pentry. Man skulle kunna använda lokalen för att göra reklam för lokala evenemang och företag. Här skulle finnas en ”vaktmästare” som hjälper de som utnyttjar torget med bland annat att visa hur el och vatten fungerar.
- Ett konkret förslag för att knyta ihop centrum bättre är att anlägga ett övergångsställe över Storgatan för att knyta samman Gamla Torg med Råbygatan. Detta övergångsställe skulle ligga på Storgatan precis norr om Råbygatan. Man skulle då underlätta för bussresenärer att ta sig över till torget och besökare och kunder att ta sig över till de butiker som finns på Råbygatan. Man skulle också uppnå en ökad trygghet genom att förenkla för gående i trafiken.
- En utökad lekpark (gärna med tema i anknutet till Hörby som lantbruk eller Victoria Benedictsson) som skulle locka barnfamiljer.

- Jobba med utsmyckning – ta till vara på företag, teknikgymnasien, föreningar m.fl.
- Ha en mobil cykelparkering (eller flera) som kan flyttas runt för olika evenemang och göra det enklare för cyklister att parkera i centrum. Själva cykelstället skulle kunna vara specialdesignat för att passa in i Hörby.
- Ha en bokbuss på torget under vissa dagar.

Tomma lokaler

I centrala delar av Hörby finns idag flera lokaler som står tomma. Några av dem ligger på vad som borde vara Hörbys mest attraktiva adresser. Precis i centrum, med skyltfönster och exponering mot förbipasserande som rör sig genom Hörby.

Detta är faktorer som påverkar Hörby negativt. Det ser tråkigt ut. Det bidrar till en känsla av förfall, att Hörby inte mår särskilt bra.

Utmaningar

- Lokaler på centrala och symboliskt viktiga adresser står tomma. Påverkar upplevelsen av centrum mycket negativt och ses som ett tecken på att det går dåligt, att staden och centrum dör.
- Ödetomter och stråk i centrala delar av Hörby leder till en känsla av otrygghet.
- Nya aktörer avvaktar att etablera sig i centrum, skräms av tomma lokaler som signalerar att det är svårt att bedriva handel.
- Fastighetsägare låter lokaler stå tomma vilket påverkar hela centrum
- Svårt att göra någonting åt de tomma lokalerna då många av fastigheterna ägs privat
- Alla är överens om att tomma lokaler är tråkigt. Trots detta händer inget.
- Saknas helhetsansvar för centrum ur ett användarperspektiv.

Insikter

Centrum är som sagt en helhet, därför bör både kommunen, fastighetsägare och butiksägare dra åt samma håll. Istället för att tänka på konkurrensen bör man fokusera på hur man får ett centrum som är så bra som möjligt för *alla*.

Dagligvaruhandeln, i synnerhet de stora matbutikerna som ICA och Coop drar dagligen många kunder. Inse hur vikten av att dessa är strategiskt placerade i centrum. Överväga att flytta in matbutiker ännu mer centralt. Mångdubblar exponering och strökunder för andra verksamheter i närheten.

Konkreta förslag

- Använd de tomma lokalerna till något under tiden de saknar hyresgäster.
- PopUp koncept med tillfälliga gästspel, begränsade erbjudanden, försäljning. Under Kulturkalaset besökte vi Sandahls bakficka, en liten tillfällig lokal längs Nygatan där kläder och skor såldes till rabatterade priser. Detta koncept tror vi skulle funka utmärkt i de lokaler som står tomma idag. Behöver inte bara vara något som rör handel utan kan vara en utställningslokal eller ett skyltfönster.
- Titta på hur stora köpcentrum tänker kring tomma lokaler i jakten på nya hyresgäster. Låt andra butiker hyra in sig tillfälligt för t.ex. utförsäljningar.
- Bygg om stadshotellet till saluhall med anknytning till lokalt lantbruk och mathantverk, skapa en restaurang för representation i anknytning.

- Förenkla för hyresgäster att se var/när/hur lediga lokaler finns. En centraliserade tjänst hos kommunen/styrgruppen för centrum.
- Ge stöd, ekonomiskt för tillfälliga arrangemang i lokalerna, subventionera hyror, förkorta kontrakt. Kanske genom att Hörby kommun hyr tomma lokaler för att sin tur hyra ut dem eller använda till sin verksamhet. Detta för att ta initiativ.
- Ställa krav. Låt det bara stå tomt i 2 månader - sen måste man upplåta lokalen för pop-up.
- Bättre samarbete kring lokaler för att dra ner kostnader, dela på administration och hyra.

Vägen dit

Genom Hörby centrum löper Ringsjövägen-Storgatan som är en relativt stor trafikerad väg. Den delar på ett ganska aktivt sätt upp centrum och skiljer Råbygatan från torgen och övriga centrum. Gamla torg är i dagsläget parkeringstorg och inne i centrum finns möjlighet att parkera gratis längs de flesta gatorna och torgen. Möjligheterna att köra och parkera i centrum är stora. Utöver detta (eller till följd av detta) finns en stark mentalitet att köra ända fram till butiken, vilket gör att man upplever Hörby centrum som väldigt trafikerat. Biltrafiken är ständig och ger konstant rörelse i centrum, samtidigt upplever man att det saknas liv och rörelse i centrum. Bevisligen är trafik inget man syftar på när man talar om liv och rörelse, utan man åsyftar att människor rör sig till fot eller på cykel.

Det finns två huvudtyper av sätt att röra sig på. Det första sättet ses om man har ett bestämt mål att röra sig mot. Då blir vägen väldigt rak, man vill vara effektiv och nå sitt mål så snabbt som möjligt – man vill köra ända fram till butiken. Det andra sättet ses om vägen är en del av målet, man är ute efter en upplevelse och effektivitet är inte högt prioriterat. I Hörby centrum är avstånden väldigt små med en gång-radie på ca 5 minuter. Även utan bil kan man effektivt ta sig in i centrum och utföra sina ärenden, men detta är inte ett beteende som man ser i Hörby. Det som saknas är incitament för att gå till fots (eller cykla) men kan man skapa detta kan man bidra till att minska biltrafiken och öka känslan av liv och rörelse i centrum.

Utmaningar

- Skapa mer liv och rörelse i centrum.
- Få bilister att ändra sitt beteende till att vilja gå längre sträckor istället för att köra ända fram till butiken.
- Se till att hela centrum hänger ihop och att man kan ta sig överallt.

Insikter

Incitament för att gå i/till centrum kan skapas på olika sätt, med morot eller piska. Mycket bilar och trafik i centrum är ju uppenbarligen inte var man syftar på när man efterfrågar liv och rörelse.

Konkreta förslag

- Flytta ut parkeringarna från centrum till parktorget – finns det inte möjlighet att parkera ända inne vid butiken blir man tvingad att gå. Görs parktorget om till parkeringstorg kan man flytta stora delar av parkeringarna på Gamla Torg (en del borde vara kvar för pendlares skull), och även parkeringarna kring Nya Torg samtidigt som man behåller samma kapacitet.
- Ersätta några av bilparkeringarna med välplacerade och lättillgängliga cykelparkeringar för att underlätta för cykeltrafik.
- Göra utrymme för Pop-up butiker/foodtrucks som bidrar till att locka folk in i centrum.

- Se till att vägen blir en positiv del av upplevelsen. En bra grund kan uppnås genom att först se till att gatorna är utsmyckade, väl belysta, kantade av välskötta fastigheter och har fyllda lokaler – man skapar en positiv helhet.
- Ha ljud- och/eller ljusinstallationer längs vägen.
- Skapa historievandringar där man kan följa en berättelse eller lära sig en bit av Hörbys historia på vägen.
- Ett annat sätt att skapa incitament kan vara att locka med olika rabatter inne i centrum t.ex. parkerar du på parktorget får du rabatt på promenadskor, eller rabatt i hälsokostbutiken.
- Placera ett övergångsställe vid Råbygatan så att den binds ihop med Gamla Torg.
- Sätt upp digitala parkeringsskyltar som kan leda om bilister, ifall parkeringarna tillfälligt används för någon annan aktivitet, och därigenom skapa mer flexibilitet.

Intressenter

- Invånare
- Kommunen
- Fastighetsägare
- Hyresgästföreningen
- Handlare
- Restauranger och caféer
- Föreningar

Effekt

I ett centrum där man samarbetar gör det enklare att skapa en helhet kring miljön och göra att upplevelsen blir bättre för alla. Det är lättare att komma in i en positiv spiral som gynnar alla och där man trivs att verka i centrum.

Genom att öka incitamenten för att gå kommer man få en direkt effekt av att biltrafiken inne i centrum minskar. Att ersätta bilister med fotgängare bidrar till en ökad känsla av liv och rörelse i centrum, vilket i sin tur också ger en ökad känsla av trygghet. Befolkningen kommer dessutom med tiden bli hälsosammare när incitamenten för att gå och cykla ökar.

Ett mer välplanerat och bättre utsmyckat centrum lockar fler att vistas där och minskar på så sätt känslan av otrygghet.

3. Lokalt näringsliv

I Hörby kommun startas många företag. Andelen företagare i kommunen är 4,7% högre än Sverigemedel. Även nyföretagande ligger högt på 12,1 %. (ekonomifakta.se, hämtad 2016-06-07).

I ett garage i Lyby några kilometer utanför Hörby lades grunden till vad som idag är ett av världens mest ansedda företag inom formsprutning av silikon för medicinteknisk utrustning. De har vuxit till Hörbys största privata arbetsgivare och har kunder från hela världen på besök flera gånger i veckan. Närheten till E22 och i sin tur Malmö, Lund, Köpenhamn och Kastrup samt ett globalt verksamhetsområde gör de stora företagen i synnerhet till en del av Öresundsregionen.

Detta visar att företagande, både storskaligt och småskaligt, är viktigt i Hörby och det finns en positiv företagstradition i kommunen.

Stora företag

En viktig del av det lokala näringslivet är de stora företagen. De utgör en livsnerv för kommunen - de drar in skattepengar, lockar arbetskraft, potentiella invånare och lägger grunden för ett bra företagsklimat i kommunen. Det är de stora företagen som är det största ansiktet ut mot världen.

Utmaningar

- Stora företag visar sällan upp Hörby. Det saknas representations- och övernattningsmöjlighet i centrala Hörby. Besökare placeras i Malmö/Lund med högre kvalitet på utbudet av hotell, restauranger och aktiviteter.
- För få industritomter. Priset kan vara fem gånger billigare än i Malmö. Kommunen borde ta tillvara på denna potential.
- Svårt att hitta och locka arbetskraft på alla nivåer. Praon har plockats bort och nivån i kommunen drar ner på andelen arbetskraft som flyttar till Hörby.
- Få gehör hos kommunen.

Insikter

På dagens arbetsmarknad behöver man inte längre bo och arbeta på samma ort. Distansarbete via internet och de korta avstånden att pendla i Skåne möjliggör för små orter som Hörby att knyta sig till större regioner.

Många av företagen befinner sig i Hörby av en anledning och inte av en slump. Om andra platser hade varit bättre gångbara hade företagen flyttat till andra platser i Europa, Asien eller världen. De utmaningar och brister som kommunen står inför gällande att hålla en bra nivå i sina verksamheter påverkar i allra högsta grad de stora företag som verkar på orten.

Konkreta förslag

- Återigen bör kommunen eftersträva en hög nivå i sina verksamheter.

- Näringslivsrådet är ett bra exempel på ett forum där kommunens och ortens viktiga frågor diskuteras. Ta tillvara på insikter och önskemål från de stora företagen.
- Se de stora företagen som ambassadörer. Med kunder och kontaktnät från när och fjärran finns allt att vinna på att skapa en positiv bild av Hörby att stå bakom, vara stolta över och förmedla.
- Ett högt siktat förslag skulle kunna vara att utnyttja Stora Hotellet till dess fulla potential. Man skulle kunna ha en saluhall i bottenvåningen där man representerade lanthandlare och företag från Hörby, där kunde finnas möjlighet att ha lunchservering men även en finare restaurang i huset, samt att ha några hotellrum allt med hög kvalitet så att representation vore möjligt.

Små och nya företag

Företagsandan i Hörby är god och det finns flera små företag och handlare i centrum. De är en stark aktör i centrum och oerhört beroende av helheten och att liv och rörelse hålls konstant på en hög nivå.

Tyvärr ses inte de små handlarna som den viktiga resurs de är. Till exempel så startade en handlare butik för ett antal år sedan. De hörde talas om Hörby Köpmannaförening och bad om information vid ett antal tillfällen utan svar. Först efter några år blev de hälsade välkomna som företagare i kommunen men saknar fortfarande information kring vad de kan få ut av att gå med i köpmannaföreningen.

Utmaningar

- Nya köpbeteenden och konkurrens med stora externa köpcentrum och e-handel. Framtida köpbeteenden.
- Sårbara.
- För mindre företag är bristen på tid och engagemang utöver den egna verksamheten en utmaning när det kommer till att hålla ihop centrum.
- Undersöka hur/varför små företag går dåligt.

Insikter

Handeln i centrum sker till stor del hos mindre företag. Dessa är sårbara ekonomiskt och all tid och engagemang läggs på den egna verksamheten. Att underlätta för de mindre handlarna blir därför viktigt för att gynna ett levande centrum.

För handlare innebär detta att se varandra som medskapare av ett levande centrum och inte konkurrenter. Att lyfta blicken och se centrum som en helhet som alla aktörer bidrar till gör att en positiv stämning skapas. Samarbete och samverkan kring administration och evenemang underlättar för alla parter. För vissa aktörer skulle förlängda öppettider inte direkt ge mer inkomst utan bidra till ett mer levande centrum som på längre sikt skulle generera mer inkomst.

Konkreta förslag

- Öka samarbetet mellan handlare, t.ex. genom rabattsystem där ett köp hos en handlare kan ge rabatt på en passande kompletterande vara hos en annan handlare.
- Erbjud ett bra stöd för utveckling av nya företag. Dels genom att behålla den befintliga företagslotsen, dels genom ett fördjupat samarbete med t.ex. Krinova där nya företag och personer som är intresserade av att starta företag får ett bra bollplank för att göra sina idéer ännu starkare

och därmed har en större chans att överleva och kanske till och med växa. För att ytterligare utveckla företagslotsen kan man jobba med ett co-create och co-learn system där man utbyter erfarenheter och lär av varandra.

- Erbjud hjälp kring administration av företag, t.ex. bokföring m.m. då detta kan vara ganska krångligt och ligga långt från den företagsidé man har.
- Uppmärksamma företagarna t.ex. genom någon form av lokal företagargala, där alla är välkomna att delta oavsett typ av företag eller medlemsstatus i någon förening, och visa upp alla positiva krafter som verkar i Hörby.
- Hälsa alla nya välkomna, så de känner att de är en del av en gemenskap. Grundläggande för att känna gemenskap och stolthet vilket leder till en vilja att engagera sig.

Intressenter

- Företag
- Kommunen
- Region Skåne
- Fastighetsägare
- Arbetsförmedlingen
- Krinova
- Nyföretagarcentrum Öresund
- Öresundsregionen

Effekt

De kortsiktiga effekterna av att genomföra ett eller flera av dessa förslag, och givetvis andra som kan komma från kommunen eller lokala näringsidkare, kan komma att bli att folk får en bättre och mer positiv uppfattning kring hur det är att handla och ha ett företag i Hörby.

De mer långsiktiga effekterna kan komma att bli att fler företag startas och en större andel av dem klarar sig ifrån konkurser, i och med att alla hjälps åt.

Ett förbättrat stöd för företagande, där samarbete mellan företag är en viktig del, kan komma att ge positiva effekter i form av fler företag som går bättre och mer liv i och kring centrum. Detta kan också förstärkas genom bättre företagsstöd i form av både bidrag och tillhandahållande av bollplank för att vidareutveckla affärsidéer (t.ex. genom Krinova).

Från kommunens sida är det viktigt att ha koll på alla företag och även se till att de nya känner sig välkomnade in i en gemenskap bland företagare i Hörby.

Ser man till att ha goda representationsmöjligheter kan stora företag visa upp Hörby för kunder och samarbetspartners vilket skulle knyta Hörby ytterligare till Öresundsregionen och världen. Goda representationsmöjligheter som t.ex. Bra restauranger eller en saluhall i Stora Hotellet skulle dessutom ge mervärde åt de som bor i Hörby och eventuellt locka besökare.

4. En modern handelsort

När man kör in i Hörby möts man av skyltar där det står “En modern handelsort med gamla anor”. Undersöker man vad det egentligen står och vad skylten syftar på så ser man snabbt att detta är en slogan - ett paraply för att skapa sammanhang och engagemang. Forskning idag visar att det är svårt att skapa sammanhang uppifrån, detta måste komma underifrån och ur något som man brinner för. Samverkan istället för slogans. Ett exempel på detta är hur handlare, näringsidkare, fastighetsägare etc i Kristianstad har slutit upp kring “Den orangea staden” som en hyllning till det lokala handbollslaget.

Hörby en god företagsanda med många engagerade företagare som satsar på ungdomar, visar på näringslivets viktiga roll i samhället och vad som finns att erbjuda i Hörby. Hörby är dessutom en historisk marknadsort med en lång tradition av handel och man kan stoltsera med Skånes äldsta aktiva marknad. Hörby Marknad som startade 1748 hålls varje år inne i centrum och lockar årligen ca 100 000 besökare (<http://www.horby.se/bibliotekochkultur/horbymarknad/sidor/default.aspx>, hämtat 2016-06-15). Det finns tre marknadstorg som från början syftade till marknad för olika typer av djur. Hörby är alltså uppbyggt och planerat kring marknaden. Tyvärr håller den starka marknadstraditionen på att dö ut då man kväver engagemang och initiativtagande genom krångliga tillståndsprocesser och oskrivna regler kring allmänna ytor i centrum.

Med detta i åtanke, hur kan man då se till att den slogan man har “En modern handelsort med gamla anor” kan levast upp till?

Framtidens marknad

Nya trender och förändringar av köpbeteenden gör att den traditionella handeln upplever konkurrens från t.ex externa köpcentrum och e-handel. Man kan hitta all den information man behöver på internet och kunderna kan ha extremt bra koll på utbud och prisbilder. Dessa nya förutsättningar sätter press på handlare och för att kunna konkurrera på framtidens marknad måste man se till dessa nya trender och beteendeförändringar.

Utmaningar

- Dålig förnyring i torghandeln, hos både säljare och köpare.
- Hålla kvar vid torghandeln och marknadstraditionen som är symboliskt viktigt för centrum och för Hörby.
- Ta sig an nya trender och köpbeteenden.

Insikter

För att kunna konkurrera på framtidens marknad måste man hålla sig a jour och se till nya trender och beteenden. Som centrum och handlare måste man se vilka nya värden som kunderna letar efter. När handlar kunderna? Varför prioriterar man småstadscharm framför köpcentrum? Vad vill man uppleva när man handlar vid olika tillfällen? Är det den fysiska varan eller allt runt omkring som är det väsentliga? Man måste inse att handeln tjänar på att förenkla för kunderna och ge dem det de vill ha. Kanske är det upplevelsen kring köpet som är viktigt, events, happenings eller leverans ända fram till dörren.

En nyckelfaktor kring handel är också att se till att folk är i rörelse i centrum - hela detta projekt syftar till att levandegöra och detta är ett komplext system utan en konkret och enkel lösning. Dock kommer mer liv och rörelse utan tvekan ge ett uppsving för centrumhandeln.

För att värna om handeln i centrum kan man samarbeta kring erbjudanden, rabatter, event och uppföljning av köp, allt för att locka kunder att stanna kvar och handla i Hörby. Man kan skapa ett lojalitetssystem som bygger på att gynna varandra i centrum t.ex. köper du skor vid Nya Torg bjuder caféet på kaffe, eller om du köper en diskmaskin i centrum får du en gratis tillsyn om två månader. Allt detta stärker kvalitén och servicen av att handla i centrum vilket är faktorer som ett småstadscentrum kan konkurrera med i förhållande till köpcentrum och e-handel. Utöver detta måste man se att man är en småstad och att det finns många positiva värden som man kan ta tillvara på t.ex. smidighet, korta avstånd, slippa parkera, man kan strosa och slippa gå omkring i gigantiska köplador utan charm.

Konkreta förslag

- Öka proaktiviteten genom att koppla an till modern forskning inom handelsområdet, t.ex. genom utbildningskvällar.
- Se till vad kunderna i Hörby vill och haka på funna trender.
- Anamma nya köpbeteenden och bli en del av e-handeln. Se den inte som konkurrens utan som potential. Detta kan göras t.ex genom *appar* som Luckan. Via Luckan kan handlare lägga upp varor som man kan handla direkt i appen. Dessa kan man sedan hämta ut i butiken eller få hemlevererade samma dag med cykelbud. Ytterligare steg på denna idé hade varit att knyta an till lokala företag - t.ex ha en budvagn från Hörby Bruk som medel vid leverans. Fler av *e-handelns fördelar* som man kan dra nytta av är möjligheten att betala med faktura.
- Titta på nya affärsmodeller för torghandel, marknad och loppisar. Kan man göra upplevelsen till huvudsyftet? T.ex. kan man ta inträde för att gå på loppisen och göra hela eventet till den produkt man ämnar sälja? Eller kan man ha temamarknader som knyter an till Hörby t.ex. Bilmarknad, gårdsbutiksmarknad eller konstmarknad?
- Bejaka traditionen och arvet av torghandeln. Anställ unga via kommunen för engagemang under helger, kvällar och sommarlov för att förnya torghandeln, arbeta med nya affärsmodeller och leva upp till ”en modern handelsort”.
- Samarbeta kring lokaler och administration och att använda sig av internet kan minska på tyngden av att driva sin egen handel. På så sätt kan man lägga mer tid på att hitta nya trender, ordna evenemang och engagera sig för centrumhandeln i stort.

Tillstånd

Idag måste man söka tillstånd för diverse aktiviteter. Det kan röra allt från att sätta ut gatupratere utanför sin butik till att samla folk vid större evenemang som konserter eller demonstrationer. Att hitta rätt bland ansökningar, veta om det är värt att ansöka eller om man bara kommer få avslag och att veta vem man ska kontakta är inte alltid lätt – att förenkla processen hade gynnat både engagemang och initiativtagande.

I Hörby idag ses inkonsekvens kring hanteringen av tillstånd och oskrivna regler som kväver initiativtagande och har negativ effekt på evenemang som redan finns i centrum. Tre tydliga exempel på detta kan ses nedan.

Gamla överenskommelser kan ligga kvar som inte följer nya regleringar vilket skapar orättvisor bland intressenter i centrum och motsättningar mellan vad kommunen säger är tillåtet och vad polisen säger är tillåtet.

Efter ombyggnationen av Nya Torg uppkom en oskriven regel om att evenemang som skulle hållas i centrum skulle hållas på Nya Torg istället för Gamla Torg. Flera evenemangsarrangörer och torghandlarna upplever att denna flytt har inneburit en försämring eftersom Nya Torg inte har den atmosfär evenemanget kräver och att man inte längre är lika exponerad vilket minskar dragkraften, antalet spontanbesökare och antalet strökunder.

Tillstånd ges för att möjliggöra att man kan sitta och äta på Nya Torg, efter ett par dagar dras tillståndet tillbaka för att stök och känsla av otrygghet skapats kring serveringen. Initiativet att bidra till liv och rörelse på torget slås ner istället för att ta tag i problemet med stök och otrygghet.

Utmaningar

- Förenkling av tillståndsprocesser
- Flexibel användning av de allmänna ytorna i centrum

Insikter

Utöver detta bör den ansvariga personen också föra fram tillståndsansvärdarens önskemål till berörda myndigheter och se till att tillståndsprocessen inte är ett hinder för verksamheten eller en företeelse som kväver engagemang och initiativtagande.

Konkreta förslag

- Förenkla processen för tillståndsansökningar. För att uppnå detta krävs en nära dialog mellan tillståndsutfärdaren och tillståndsansvärdaren, och detta uppnår man om ansvaret för tillstånden sköts av *en* person. Denna person ska veta precis vilka regleringar det finns för olika tillstånd, vilka tillstånd som ska sökas för det specifika ändamålet och kunna visa precis hur man går till väga för att genomföra en ansökan.
- Standardtillstånd för uteserveringar och gatupratere som är företeelser som årligen dyker upp och ansökningarna ser alltid likadana ut.
- Öka flexibiliteten för användning av de offentliga ytorna. Med skyltar skulle parkeringarna på Gamla Torg kunna flyttas upp till Nya Torg eller Parktorget då evenemang som vinner på att vara på Gamla Torg ska hållas. För långsiktigt smidigare hantering av detta kunde man investera i digitala skyltar för att enkelt leda om och hänvisa bilister till andra parkeringsplatser.
- Möjliggöra för torghandel då kunderna vill ha den t.ex på kvällar eller framförallt helger.
- Webbaserad bokning av torgplatser där man med BankID kunde legitimera sig när man bokade en plats – på så vis kan man följa skatteverkets krav på att person eller firma måste registreras när man hyr ut torgplatser, *utan* krångel med tillståndsprocesser för den enskilde användaren. Webbaserad bokning hade också möjliggjort för smidig betalning.
- Betalning av bokade torgplatser i de P-automater som finns på torgen (se exempel Malmö och Lund).
- Möjliggör för flexibilitet över året, där man kan välja om man vill ha års-, månads-, eller dagstillgång till en torgplats.
- Erbjud samma flexibla system med el och vatten på Gamla Torg som på Nya Torg.

Intressenter

- Kommunen: Näringslivsförvaltningen och Samhällsbyggnadsförvaltningen
- Polisen/Räddningstjänsten
- Butiker
- Restauranger och caféer
- Dagligvaruhandeln
- Fastighetsägare
- Invånare
- Föreningar, Kulturrevenemanghandlarna
- Kommunen
- Lunds Universitet
- Högskolan Kristianstad
- Krinova
- Luckan (exempel på app)
- Esperssons Åkeri (cykelbud)
- Hörby Bruk (cykel)
- Torghandlare (befintliga/nya)
- Polis
- Räddningstjänst
- Kunder/invånare
- Stora företag

Effekter

Men smidigare och enklare tillståndsprocesser och flexibel användning av de offentliga ytorna blir steget från idé och initiativ till handling mycket kortare. Handlare som utnyttjar ytan utanför sin butik, restauranger och caféer med uteserveringar, foodtrucks, offentliga sittplatser etc. allt detta bidrar till ett mer utsmyckat och visuellt levande centrum. Detta är företeelser som lockar fler strökunder och spontanbesökare och man får ökad liv och rörelse vilket ger en stärkt centrumhandel.

Att snabbare hänga på trender och vara uppdaterad på nya beteenden och köpmönster stärker handeln och kan locka fler kunder. Man blir en ort som ger kunderna vad de vill ha och man blir den moderna handelsort som man säger sig vara.

5. Innovation inom personlig transport

I Hörby har bilen en speciell plats i mångas hjärtan. Bilhandeln har ett starkt fäste i Hörby och lockar kunder långväga ifrån. Samtidigt är frågan kring kollektivtrafik alltid aktuell och det kan ibland uppstå konflikter kring hur man ska prioritera de olika transportslagen. Hur kan man då kombinera Hörbybornas förkärlek till bilen med kommunens nya samhällsbyggnadsvision ”Vårt Hörby – En nära och naturskön kommun med unika livsmiljöer driven av kreativitet, gemenskap och framtidstro”?

Utmaningar

- Bilen är viktig i Hörby. Kunder vill köra så nära butikerna det går och genomfartsleden ses som en pulsåder.
- Hörby Kommun är en småortskommun där bilen är viktig för att kunna ta sig fram. Mycket trafik leder till en osäker miljö för gående och cyklister.
- Buskörning där parkeringar och industritomter blir sladdbanor bidrar till en känsla av osäkerhet.
- Biltrafik är inte synonymt med ett levande centrum med liv och rörelse.

Insikter

Bilen är inte lika med liv och rörelse. Ett levande centrum är en plats som först och främst ska användas av och vara utformat för människor. Det vi ser som liv och rörelse är människor som går, cyklar, fikar, äter, leker, sitter ner eller rör sig genom centrum. Bilen och bilhandeln är viktiga för Hörby. Anamma detta och se hur kan vi ta nästa steg - vara en plats för innovation inom personlig transport - ett centrum i Skåne, Sverige, Norden, för erfarenheter och kunskap kring just personlig transport.

Konkreta förslag

- Förenkla för att gå och cykla i centrum genom bättre framkomlighet med hjälp fler och bättre övergångsställen. Trots en stark bilmentalitet finns det folkligt och brett stöd för dessa förändringar i underlaget till samhällsbyggnadsvisionen.
- Inspireras av och samarbeta med bilhandlarna. Istället för att dela upp centrum i olika öar, fundera på hur centrum kan bli en del av bilhandeln? Bilhandlarna är stora aktörer det går bra för, hur kan vi lär av deras engagemang och arrangemang som leder till liv och rörelse? Samverka och se dem som en naturlig del av Hörby centrum.
- Bli en ort som fokuserar på innovation inom personliga transporter, våga ligga i framkant när det gäller t.ex. superbussar och andra former av kollektiva resmedel.
- Bygg en testbana för bilar med fokus på innovation. Där skulle företag kunna bjudas in för att testa nya tekniker för saker som vägbeläggningar och relaterade tekniker, t.ex. solcellsvägar eller induktion för elbilar. Även företag som utvecklar olika former av ljudisolering/bullerhämmning skulle kunna bjudas in för att testa sina produkter i en skarp miljö. Ytterligare användningsområden för en bana skulle kunna vara att bilhandlarna kan nyttja den för att låta sina kunder provköra bilarna och testa gränserna för dem mer än vad som är praktiskt möjligt på en allmän väg. Man skulle även kunna erbjuda förarutbildningar och halkbanekörning för att få ett

mervärde kring bilköpet, t.ex. ”Köp din bil i Hörby och få en avancerad förarutbildning för halva priset!”. Detta skulle i sin tur kunna locka fler biltillverkare till Hörby. Hur häftigt vore det inte med en dedikerad Ferraributik i lilla Hörby där kunderna verkligen får testa sina bilar utan att bryta mot eventuella lagar?

- Fokusera gärna på att det ska vara en innovationsarena. Kanske blir elbilsracing (t.ex. Formula E, Electric GT) – som ju nästan automatiskt är tystare än racing med förbränningsmotorer – stort inom en snar framtid. Hur häftigt vore det inte om Hörby var en ledstjärna för hållbar motorsport och ett givet stopp på en framtida racingserie?
- Om banan görs tillgänglig för allmänheten, via ett tydligt avtal där användarna är bundna att följa regler och själva vara ansvariga för banan samt ha genomgått någon form av utbildning, skulle troligtvis mängden ”buskörning” i byn minska. Får dessutom dessa ”buskörare” bra kontakt med ”riktig” motorsport kanske de väljer att satsa på det istället.
- Bredda gymnasieskolans fordonsinriktning för att innefatta mer kring nya former av motorer m.m. Kanske kan man ha en gemensam utbildning med teknik-, industri- och fordonsprogrammen med fokus på transportmedel i Hörby?
- Var en föregångare för möjligheten att använda sig av moderna och mer miljövänliga drivmedel: närproducerad biogas, snabbbladdning för elbilar med el från lokala sol- och vindkraftverk eller vad som nu blir nästa stora genombrott inom drivmedel. Möjliggör för att enkelt kunna introducera nya slag av drivmedel, genom att ha en tomt med ett modultänk där man snabbt kan byta ut tankar och pumputrustning utan stora ombyggnationer.
- Ge hantverket kring bilar mer fokus. Arrangera bilutställningar där lokala förmågor får visa upp sina verk, erbjud garage för uthyrning där likasinnade kan meka med sina bilar tillsammans och bilda en bra gemenskap. Detta kan även tillåta möten över generationsgränserna och mellan folk av olika ursprung – huvudsaken är ju inte hur gammal man är eller var man kommer ifrån, det är det gemensamma intresset för hantverket runt bilar.

Intressenter

- Kommunen
- Region Skåne
- Lunds Universitet/Tekniska Högskola
- Högskolan Kristianstad
- Stora företag
- Bilhandlare
- Bilserviceföretag
- Rallyklubben
- Motorcykelklubben
- Gymnasieskolan

Effekt

En satsning på innovation kring transport kan göra att fler får upp ögonen för Hörby. Det kan stärka bilhandeln och locka fler varumärken att etablera sig där, vilket i sin tur kan stärka den övriga handeln. Utbildningar kan locka fler unga till Hörby. I sin tur kan detta locka intressanta nya företag till byn.

En satsning på både kollektivtrafik och moderna innovationer inom personliga transporter som t.ex. bilar kan hjälpa till att ”sätta Hörby på kartan”.

6. Innovation inom personlig transport

Bakgrund

I våra intervjuer och undersökningar har vi märkt att Hörby har ett dåligt rykte. Bilden är att det är en ort i nedgång, en sömnig småort i Skåne där inte så mycket positivt händer. Enligt vår egen enkätundersökning skulle många kunna tänka sig att bo i en tätort av Hörbys storlek, men inte i Hörby.

Efter vårt projekt tycker vi detta är oförtjänt. Sanningen är ju att det händer mycket positivt i Hörby. Det går bra för många företag, det finns gott om positiva krafter som verkar.

Utmaningar

- Hörby har dåligt rykte. En anledning till detta dåliga rykte är att de positiva historier glöms bort. De hittar helt enkelt inte ut till folket. I många fall har vi sett att inte ens kommuninnevånarna, som vi tidigare påpekat är viktiga ambassadörer, inte vet om positiva saker som faktiskt händer – och därmed inte kan berätta det för sina vänner och bekanta. Enligt undersökningen Samhällsbarometern 2016 anser bara var tredje Svensk att de får tillräckligt med information kring projekt i samhället, och många vill gärna veta mer.

Insikter

Både uppfattningen om Hörby och den information som finns att tillgå är viktiga beståndsdelar i beslutsprocesser (läs vidare i Bakgrund: Vad får oss att bli användare?) Både när det gäller att sträva efter nöjda invånare, attrahera nya eller få människor att handla i centrum. Att kommunicera och visa vad som händer, att visa både process och resultat förmedlar en tydligare bild av att här finns det både engagemang och initiativ. Att marknadsföra och kommunicera Hörby, både internt och externt.

Konkreta förslag

- Sammanställ allt som händer och sprid information kring det exempelvis via nyhetsbrev och Lokaltidningen. Under vårt undersökningsarbete sammanställde vi en lista om de evenemang och händelser som kommunen valt att ta upp i sitt nyhetsbrev ”Kultur i Hörby”, då visade det sig att det händer något ungefär var tredje dag i Hörby kommun. Under våra följande intervjuer kom det fram att det händer ännu mer i Hörby, t.ex. sportevenemang eller att någon/några av handlarna arrangerar något. Att sammanställa detta på ett visuellt och överskådligt sätt kan vara ett enkelt medel att få bort stämpeln att ”inget händer i Hörby”.
- Välkomna invånare och besökare med något mer uppdaterat än en skylt där det har börjat växa mossor. Var också gärna mer personliga, vad är det man blir välkomnad till förutom ”En ’modern’ handelsort med gamla anor”? Visa upp vad Hörby och dess invånare är stolta över och kan samlas kring. Kristianstad har blivit ”den orangea staden”, eftersom de flesta invånarna kunde sluta upp kring handbollslaget, finns det några liknande krafter i Hörby som kan skapa gemenskap?
- Visa tydligare var Hörby ligger längs E22 och hur nära det faktiskt är till både Lund, Malmö och Kristianstad. Flera svarande i vår undersökning ansåg att Hörby låg för långt bort, även fast det kan ta lika lång tid att köra från Hörby till Malmö som från ena sidan av stan till andra i vissa fall. Detta kan göras på flera sätt. Man skulle kunna ha någon form av annonskampanj kring budskapet. Man skulle också kunna göra Hörby mindre anonymt för de som passerar på E22, kanske genom någon form av extravagant konstverk? I Hörby har ju bilarna ganska stor plats i

folks hjärtan, så man kanske kan skriva ”HÖRBY” med hjälp av bilar? Ett enklare och kanske billigare alternativ kan vara att helt enkelt bara sätta upp skyltar som visar de styrkor som Hörby har och vilka möjligheter som finns för förbipasserande.

- Många i vår undersökning har angett att närhet till naturen är viktigt när de letar bostad. Hörby skulle kunna visa hur nära naturen är och hur lätt det är att ta sig dit med hjälp av både skyltar och i annonser.

Intressenter

Kommunen

Stora företag, t.ex. bilhandlarna

Föreningar

Lokaltidningen + regionala tidningar

MittSkåne

Forskare inom området

Muséet

Biblioteket

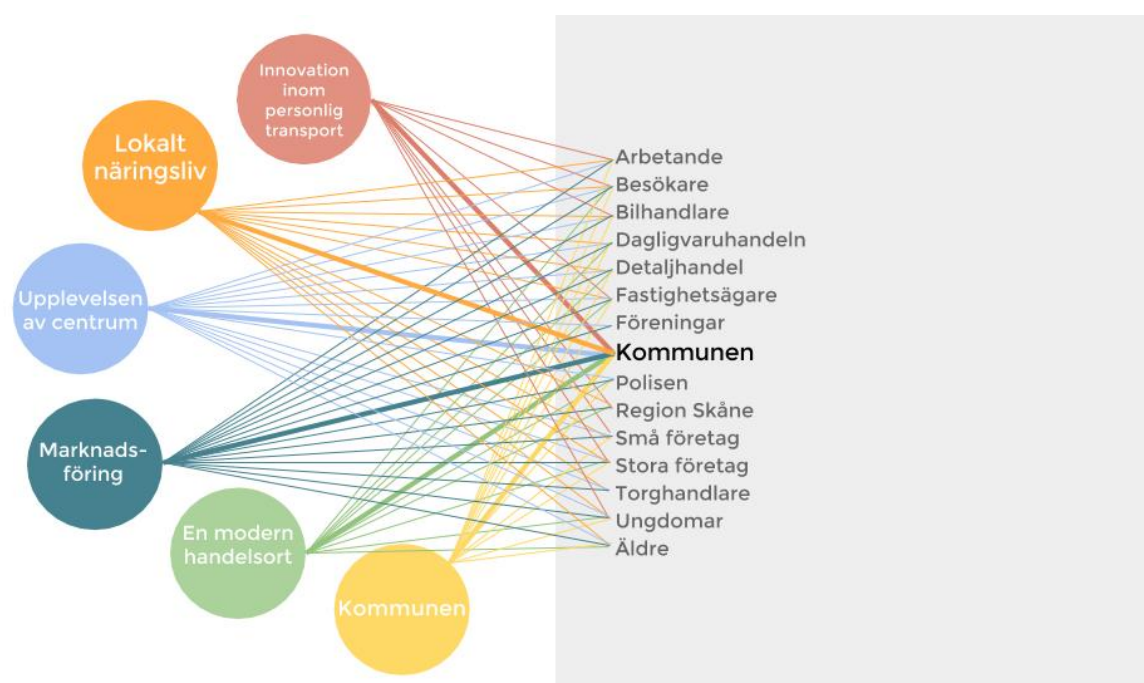
Effekt

Effekten av en mer effektiv och aktuell information och marknadsföring av Hörby skulle resultera i att flera vill engagera sig i Hörby och ett levande centrum. Det skulle även underlätta i beslutsprocesser där just uppfattning och information är nyckelkomponenter. Kommunen och företagen behöver bli bättre på att marknadsföra Hörby. Att hitta något som alla kan enas kring kommer troligtvis att göra det arbetet enklare.

Implementering

För att kunna få ut det värde man önskar ur varje utvecklingsområde krävs det att man ser till att implementera de funktioner man hittat. Frågan är dock hur man ska göra detta och vad som krävs för att nå resultat.

För alla sex utvecklingsområden finns det en rad olika intressenter som är involverade. I många fall är dessutom den enskilde intressenten inte bara intressent i ett område utan i flera och man ser snabbt att det bildas ett komplext system när man tittar på det (figur).

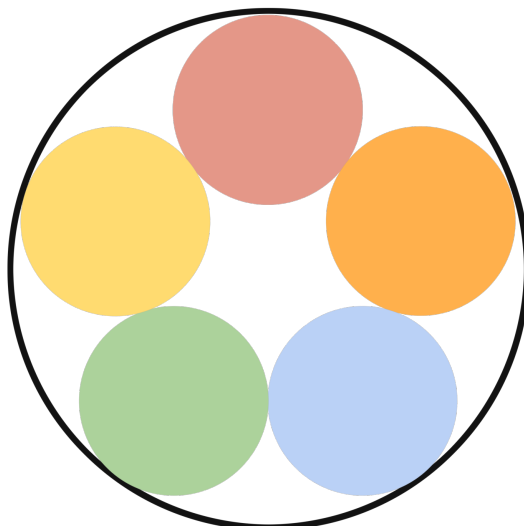


I detta komplexa system är det inte självklart vem som är ansvarig för helheten och i många fall kan moment 22 situationer uppstå. Man ser dock tydligt att en nyckelspelare är kommunen, som är intressent i *alla* de identifierade utvecklingsområdena. Kommunen kommer således också vara den som drar nytta av värdeskapande på alla områden.

Struktur

För att kunna hantera ansvaret för helheten så krävs det en struktur att arbeta efter. Vårt förslag är att denna struktur utgörs av en **styrgrupp** som har *övergripande ansvar* och både *mandat* och *resurser* att genomföra en förändring.

För att styrgruppen ska kunna ta väl grundade beslut som har god genomslagskraft och ha ett brett perspektiv krävs det att intressenter från alla utvecklingsområden är representerade i styrgruppen se (figur). Kommunikation mellan intressentgrupperna är här en nyckel till framgång.



Som spindeln i nätet kommer kommunen behöva ta en ledande roll och visa på initiativ och engagemang. För varje enskild intressent så kommer det vara viktigt att kunna se process och resultat. Bollen måste sättas i rullning så att man visar på att här händer det något, att man gör framsteg och att det lönar sig att vara engagerad. Här kommunen är extra viktig. Dock kan inte kommunen ro projektet i land på egen hand utan *måste* se till att knyta sig till starka intressenter som t.ex fastighetsägare, bilhandlare, köpmannaföreningen, företag och föreningar. När man väl ser resultat kommer fler känna engagemang och en vilja att jobba för centrum som helhet kommer gro.

När man sedan tittar på resurser måste de komma från alla de som kan dra nytta av värdeskapandet - inte minst kommunen som är intressent på alla områden. Åter igen är det dock så att ingen kan ansvara för helheten själv utan alla intressenter måste involveras och bidra mer eller mindre.

Styrgruppens ansvar

Varför behövs då en styrgrupp? Jo, på samma vis som en orkester behöver en dirigent behöver alla intressenter för centrum någon som håller i taktpinnen. Utan dirigenten kan de olika instrumenten spela på vars ett håll, men dirigenten kan se till att alla kan spela tillsammans och i takt för att få fram hela stycket.

Huvudansvaret för styrgruppen är att värna om centrum både visuellt, ekonomiskt och upplevelsemässigt men också att jobba proaktivt och hela tiden ligga steget före. Gruppen ska jobba för att sammanföra krafter som finns i kommunen, ta tillvara på och hjälpa till att genomföra förslag och idéer som gynnar helheten av centrum. Det många positiva krafter och mycket engagemang i kommunen idag. Kulturkalaset är ett bra exempel på detta där många intressenter samlas kring ett event oavsett storlek (Ica vs Fukt och Livs). Det är sådana initiativ och engagemang som styrgruppen ska värna om. Här är det viktigt att se till båda typer av engagemangstyper (se bakgrund) och använda sig av båda grupper potential.

Utöver detta måste gruppen vara välutbildad och ha väldigt god insikt i kommande trender, köpbeteende, marknadsföring etc. Detta kan uppnås genom att aktivt delta i utbildningar, kurser och workshops och genom att vara engagerad och själv hålla sig a jour.

Effekt

Effekten av att ha en styrgrupp som har mandat och resurser att ta beslut för helheten är att man kommer ifrån moment 22 situationer där engagemang dödas eftersom man inte kan ta sig framåt. Detta kommer ge ett mer levande centrum som är visuellt, ekonomiskt och upplevelsemässigt hållbart och levande.

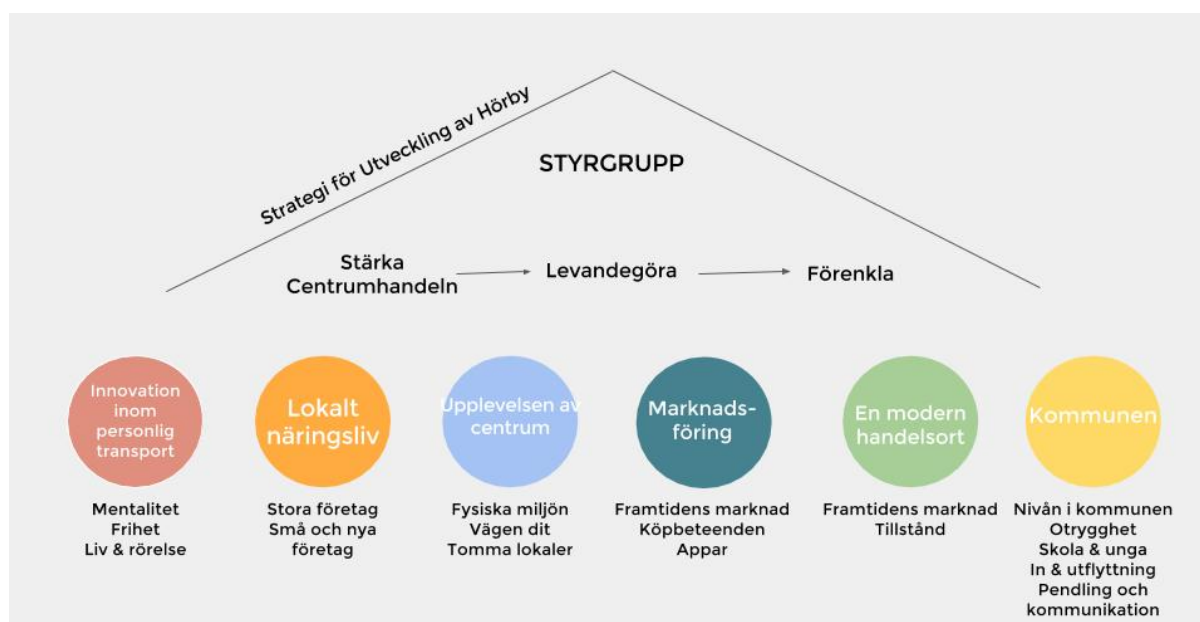
Sammanfattning

Når vi mål?

Arbetet med projektet ToY-Hörby ämnade att "Inspirera och skapa ett sätt för de olika aktörerna att engagera sig enskilt och gemensamt för att göra uppfattningen av Hörby centrum så stark och positiv som möjligt." Detta genom att arbeta med ledorden förenkla, levandegöra och stärka centrumhandeln.

Sex olika utvecklingsområden identifierades och genom förenklingar inom alla dessa områden kan man levandegöra centrum och stärka centrumhandeln. För att se till att dessa förenklingar skulle kunna genomföras sattes en struktur ihop utifrån vilken man kan jobba vidare med projektet.

Strukturen bygger på en styrgrupp med övergripande ansvar för helheten och som har resurser och mandat att genomföra en förändring. I denna styrgrupp måste intressenter från alla de olika utvecklingsområdena ingå för att kunna få ett så bra resultat som möjligt. I figuren ses en strukturell bild på hela projektet.



Vi är övertygade om att om dessa steg implementeras så kommer man kunna nå det resultat man vill ha för Hörby centrum.

Bilagor

Sammanställning, enkätundersökning privatpersoner

Sammanställning enkätundersökning, Hörby centrum