

City i Samverkan[®]

10 punktsprogram för Stockholm City

City i Samverkans tiopunktsprogram för city

Många av de vykort som skickats från Sverige har motiv från Stockholms innerstad. Många rum där Sveriges politiska och ekonomiska framtid formas har utsikt mot en stockholmsgata. För turister, svenskar och stockholmare är city den naturliga mötesplatsen och en symbol för vårt land.

En kraftsamling för ett levande och tryggt city är av nationellt intresse och gynnar både handel, fastighetsägare och stadens befolkning. En attraktiv stadskärna, öppen för alla, är en viktig tillväxt- och konkurrensfaktor och samtidigt ett effektivt sätt att främja integration och möten. Den 1 juli 2009 övertar Sverige ordförandeklubban inom EU - ett utmärkt tillfälle att mot boende, besökare och internationella media stärka Stockholms varumärke.

City i Samverkan är en samarbetsorganisation mellan Stockholms stad, fastighetsägare, handlare och övriga aktörer verksamma i city. Vi presenterar här tre huvudmål för city - en vacker, trygg och händelserik stadskärna.

Dessa förtydligas med tio programpunkter som ger exempel på genomförda, pågående och möjliga åtgärder samt inspiration från andra städer. Vi vill med detta inlägg peka på möjligheter och diskutera en gemensam färdriktning. Genomförande och finansiering för att skapa ett attraktivt city förutsätter en bred samverkan mellan många aktörer.



Ett vackert city

Ett snyggare city

Det första intrycket av Stockholms city kan förbättras. Ett samlat program för blommor, belysning, bänkar och papperskorgar och tydliga hänvisningsskyltar till attraktioner och torg ger mycket stadsmiljö för pengarna.

Exempel:

Nedskräpning och klotter kan motarbetas positivt - med väl placerade och kostnadsfria affischeringsplatser för kulturverksamhet. Vackra och identitetsskapande paviljonger och kiosker för gatuhandel – som i exempelvis Rom – kan försköna gatubilden och stärka stadens varumärke.



Gemensam karta för city

Stadsmiljön i City kan utvecklas stegvis, med mindre samarbetsprojekt som kan genomföras med enkla medel. Börja med att skapa en gemensam "checklista" för hur City kan utvecklas med inspel från alla aktörer – från hotell och taxi till alternativ stad och banker.

Exempel:

Clarion Sign Hotel och Norra Bantorget's pågående upprustning skapar just nu en ny mötesplats i city. Vi kan ta lärdom av positiva exempel från utlandet – som Barcelonas många små stadsparker eller de väderskyddade gamla gågatorna i Bryssel.



Nolltolerans mot skräp

Stockholms city måste bli renare och snyggare. Klotter och nedskräpning skapar otrygghet och bör motverkas. Modellen där handeln "städas framför sin egen dörr" kan utvecklas vidare. Städning kan ske när och var det skräpas ned mest – på helger, sommar, jul och de folkrikaste stråken.

Exempel:

Stockholms budget för 2009 lägger 40 miljoner extra på städning. Delar av detta läggs nu på särskilda plockstädare som håller rent i city och ger hela staden ett lyft. Sommarens städprojekt, med 20 ungdomar betalda av staden, handeln och fastighetsägarna är exempel på effektiv städning under dagtid.



Ett tryggt city

Ordning på stan

Centrum i Sveriges huvudstad måste uppfattas som trygg och säker. Utveckla systemet med cityvärdar som kan informera turister, förebygga fickstölder och hålla kontakt med polisen. Inför nolltolerans mot illegalt dobbleri och utbilda handeln i säkerhetsfrågor. Samarbete för ökad trygghet kan ses som en investering – inte bara en kostnad.

Exempel:

Polisens mobila kontor vid Stureplan och Medborgarplatsen har ökat tryggheten i huvudstaden. Under sommaren 2007 har fastighetsägarna i city bekostat ordningsvakter vid Sergels Torg vilket minskade brotten med 25 procent och gjorde torget trivsammare. Andra städer arbetar med särskilda turistpoliser i gatumiljön.



Välkommen till Stockholm

En trygg och inbjudande stadsmiljö är bra för turister, affärsresenärer och konferensbesökare – och gynnar också Stockholms invånare. Utveckla skyltning, annonsering, välkomnande platser och "showrooms" där information och tips är lätta att få. Komplettera med inbjudande och attraktiva stadsmiljöer som parker, bänkar och belysning.

Exempel:

Stockholmspanelen, den digitala turistbyrån och informationsstationen med tillgång till den officiella besöksguiden www.stockholmtown.com, kommer inom tre år att finnas på 500 platser i Stockholm. Visit Skärgården, skärgårdens nya resebyrå, har just öppnat i det nyrenoverade glashuset vid Kajplats 18 på Strandvägen. 2009 öppnar också "Sweden Green Tech Building", "det gröna huset" mitt emot Åhléns där svenskt näringsliv visar upp hållbara tekniklösningar i samband med EU-ordförandeskapet.



Ett händelserikt city

Levande handel på gator och torg

En av citys konkurrensfördelar, som skapar stadsliv, är torghandel. Välordnad och reglerad torg- och gatuhandel kan komplettera det reguljära utbudet. Med flera och trygga platser och samordning av tillståndsgivning kan utbud, kvalitet och status förbättras. Oanvända och otrygga platser i city skulle kunna användas för småskalig och tillfällig handel, där Stockholms mångkulturella befolkning skulle kunna beredas plats och möjlighet att möta nya kunder.

Exempel:

Hötorgets torghandel har utvecklats med bättre torgstånd, tydligare placeringar och bättre städning. Ett intressant exempel är Borough Market i London med en öppen "bondens marknad" under en det som annars skulle vara en otrygg och bullrig knutpunkt för järnvägs- och bilbroar över Themsen



Upplevelser året om

Stockholms city ska alltid vara värt en resa. Redan idag motiveras hälften av alla citybesök av möten och upplevelser. Fler evenemang kan både stärka besöksindustrin och stockholmarnas känsla av sammanhållning.



Exempel:

Kungsträdgårdens sport- kultur- och ungdomsevenemang, kulturfestivalen i augusti, pridfestivalen och cancerfondens rosa oktober har ökat citys roll som mötesplats. Den internationella matmarknaden kring Kulturhuset under september 2008, med specialiteter från större delen av Europa, kan få efterföljare. Jämför med New Yorks folkliv under St Patricks Day och paraden under påskfirandet.

Shopping i världsklass

Svenska designers och modeföretag konkurrerar idag framgångsrikt på världsmarknaden. Låt detta sätta avtryck i stadsbilden med nya showrooms, arenor, butikskluster och medvetet designade modegator. Mer "glitter" och väl designad ljusreklam - på rätt plats och miljö - kan stödja upplevelsen av Stockholm som modemetropol. Konvertering av "döda bottenvåningar" till handel skulle förenkla för nya aktörer att etablera sig.

Exempel:

Modestråket längs Drottninggatan, med SOUK som ny stark aktör, och Gamla Brogatans förnyelse är bra exempel på hur citys dragningskraft stärkts.

I Malmö har nyligen Swedbank byggt om sitt kontors bottenvåningar vid Gustav Adolfs Torg för handel och möten. Carnaby Street i London har behållit sitt starka varumärke under lång tid, genom förändringar anpassade till tidsanda och skiftande epokers krav.



Öppet för alla

Stockholms city ska vara tillgängligt året om och erbjuda en god närmiljö. Nya externa köpcentrum i regionen kompletterar på ett bra sätt cityhandeln. City kan utveckla sin tillgänglighet med positiva erbjudanden: längre och samordnade öppettider, god kollektivtrafik, enkel parkering, fler toaletter/skötrum, förbättrade taxizoner och snabbare gatuarbeten. Ett utvecklat samarbete mellan handel och kulturinstitutioner kan ge nya handelskoncept och attraktioner.

Exempel:

SL:s nya satsning på nattöppen T-bana på helgerna gör city tillgängligt för fler. Redan idag reser 4 av 5 cityresenärer kollektivt. Med trygga hållplatser, starkt busslinjenät och effektiv spårtrafik kan vi få ökad tillgänglighet och bättre miljö. Jämför med Kista Galleria som har stärkt sin position genom att hålla öppet till 21 varje dag.



10-20



10-19



11-18



Sveriges bästa jul

Julen är inte bara paketjakt och ledighet, utan även en tid för samvaro och resor. Profilskapande julbelysning, en spektakulär julinstallation och en högklassig julmarknad runt Sergels Torg kan stärka Stockholms identitet och attraktivitet som besöksmål.

Exempel:

Lisebergs julmarknad i Göteborg och nyårsfirandet på Times Square i New York är exempel på identitetsskapande evenemang under julen. Stenbecks magnifika julgran på Skeppsbron skapar varje år rubriker. En julmarknad i ny skepnad, med bredare utbud och snyggare utformning planeras just nu – ett samarbetsprojekt mellan Stockholms stad, City i Samverkan, Geraud International Markets samt lokala handlare.



För Sverige - I Stockholm City

Stockholm är Sveriges tillväxtmotor och här sker en stor del av befolknings-tillväxten i Sverige. En stark huvudstad är en förutsättning för att hela Sverige ska leva. Stockholm konkurrerar inte med Malmö och Luleå utan snarare med Frankfurt, Dublin och de växande ekonomierna i Asien och de forna öststaterna.

Stockholm Visitors Board har på senare år storsatsat på marknadsföring och information om Stockholms utbud, attraktioner och möjligheter. Under 2007 omsatte besöksnäringen 22 miljarder i länet och 15 miljarder i Stockholms kommun. Antalet besökare ökar – vilket ger sysselsättning och intäkter. Nöjda invånare bor kvar och betalar skatt.

Investeringar i Stockholms city bör betraktas i detta perspektiv. För att gå vidare krävs politisk vilja, tydliga prioriteringar, realistiska modeller för finansiering och ett nära samarbete mellan många aktörer.

City i Samverkan vill med detta inlägg bidra till en diskussion om framtidens city. Vi välkomnar alla förslag till projekt och åtgärder. Detaljerna är inte viktiga, men väl inriktningen: Om ett knappt år är EU på plats i Stockholm. Låt oss kraftsamla för ett city i världsklass – i Capital of Scandinavia!



City i Samverkan[®]

CITY I SAMVERKAN STOCKHOLM AB

CITY I SAMVERKAN STOCKHOLM IDEELL FÖRENING

CITY I SAMVERKAN SAMLAR AKTÖRERNA FÖR ATT TILLSAMMANS SKAPA ETT VACKERT, TRYGGT OCH HÄNDELSERIKT CITY.
VI SKAPAR FÖRUTSÄTTNINGAR FÖR BÄSTA UTVECKLING AV DESTINATIONEN OCH HANDELSPLATSEN STOCKHOLM CITY.

CITY I SAMVERKAN ÄR VERKSAMMA INOM OMRÅDENA STADSMILJÖ, TRYGGHET OCH MARKNAD.
MEDLEMMARNA BESTÅR AV STOCKHOLMS STAD, FASTIGHETSÄGARNA, HANDELN OCH ANDRA AKTÖRER MED INTRESSEN I CITY.

KANSLI: CHARLOTTE AGOCS 070-985 09 28, SARA FALKEVIK 070-361 89 28, PER ERIKSSON 070-870 67 66,
JOHAN OHLSSON 070-751 86 16, JERKER SÖDERLIND 073-394 90 90, ARNE NEDSTAM 070-719 29 10

LÄS MER OM OSS PÅ VÅR HEMSIDA WWW.CITYISAMVERKAN.SE