

Attraktiva stadskärnor genom platsinnovation

Slutrapport

Medverkande forskare

Malin Lindberg, projektledare, professor, Luleå tekniska universitet Kristina

Johansson, lektor, Luleå tekniska universitet

Helena Karlberg, vd, Piteå Science Park

Johanna Balogh, innovationsledare, Piteå Science Park

Om forskningsprogrammet Framtidens fysiska mötesplats

Det tvååriga forskningsprogrammet Framtidens fysiska mötesplats som initierades av BFUF och Handelsrådet pågick 2017–2019. Fyra forskningsprojekt finansierades med totalt 11 miljoner kronor. Bakom BFUF och Handelsrådet står parterna Svensk Handel, Arbetsgivarförbundet KFO, Akademikerförbundet, Handelsanställdas förbund, Unionen, Visita och Hotell- och restaurangfacket.

Attraktiva stadskärnor genom platsinnovation

Malin Lindberg, professor, Luleå tekniska universitet

Helena Karlberg, vd, Piteå Science Park

Johanna Balogh, innovationsledare, Piteå Science Park

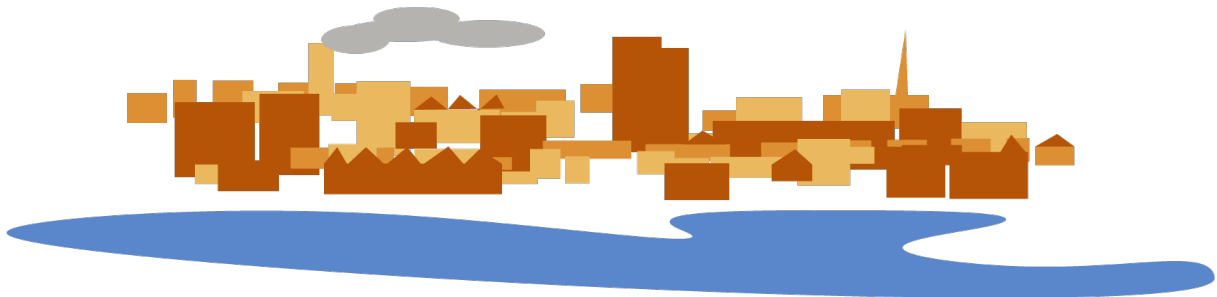
Inledning

Många stadskärnor i Sverige kämpar med att locka och behålla besökare, invånare, företagare och investerare i konkurrens med den växande e-handeln, externa handelsområden och globaliserade resmönster. I norra delen av landet tillkommer ytterligare utmaningar i form av långa avstånd, gles infrastruktur och kargt vinterklimat. För att människor ska vilja vistas, verka och bo på en viss plats har platsunika upplevelser och kvaliteter visat sig vara viktigt. De kan baseras på platsens kännetecknande atmosfär, historia, kultur, natur, geografi m.m. Genom så kallad platsinnovation kan dessa kännetecken tillvaratas som en röd tråd för att skapa synergier mellan stadskärnans olika komponenter, processer och intressenter. Det kan handla om synergier mellan stadskärnans gestaltning (t.ex. byggnader, parker, torg), innehåll (t.ex. shopping, restauranger, kultur, fritid) och marknadsföring (t.ex. profilering, kampanjer, skyltning). Det kan även handla om synergier mellan stadskärnans olika målgrupper (t.ex. invånare, besökare, företagare och investerare). Eller mellan dess olika samhällssektorer (offentlig, privat, ideell sektor), branscher (t.ex. handel, besöksnäring, kultur, industri, IT) och utvecklingsprocesser (t.ex. stadsplanering, näringslivsutveckling, destinationsdesign). Platsinnovation kan därmed hjälpa till att överbrygga de stuprör mellan och inom stadskärnans olika organisationer, professioner och verksamhetsområden som begränsar stadskärnors attraktivitet.

Projektet "Attraktiv stadskärna genom platsinnovativa synergier" har drivits av Luleå tekniska universitet och Piteå Science Park under 2017-2019. Där har forskare, företagare, företagsfrämjare, föreningar och kommuner gemensamt utforskat hur platsinnovation kan bidra till attraktiviteten i stadskärnor, med avstamp i erfarenheter från Piteå och Kiruna. Befintliga och potentiella synergier mellan handeln och besöksnäringen har särskilt fokuserats. Här summeras de delar av projektets resultat som har störst nytta för företagare inom handel och besöksnäring, fastighetsägare och kommuner. En mer utförlig presentation av resultaten finns i de publikationer som listas i slutet.

Platsinnovation i Piteås och Kirunas stadskärnor

För att förstå hur platsinnovation kan öka attraktiviteten i stadskärnor har Piteå och Kirunas stadskärnor studerats, med särskilt fokus på synergier mellan handeln och besöksnäringen. Piteå är en medelstor kuststad i södra Norrbotten, där stadskärnans konkurrens från e-handel och externa handelsområden i närliggande städer har motverkats genom en livaktig kulturhistorisk gågata, nytänkande arkitektur och design, samt placering av de största matbutikerna mitt i centrum och sällanvaruhandeln på gångavstånd från centrum. Kiruna är en medelstor inlandsstad i norra Norrbotten, där den pågående stadsomvandlingen innebär att den gamla stadskärnan avvecklas och att en ny byggs upp – med utmaningen att upprätthålla båda platsernas attraktivitet under den fleråriga övergångsfasen.



Figur 1. Piteå skyline
Illustration: Johanna Balogh

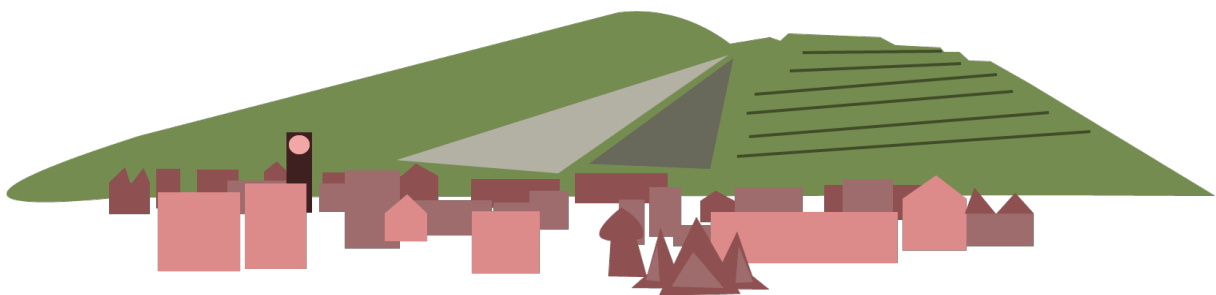
Projektets resultat visar att befintliga synergier mellan handeln och besöksnäringen i Piteås och Kirunas stadskärnor främst syns i shoppinggallerior, årliga evenemang och kulturhistoriska platser.

I **shoppinggallerior** skapas synergier mellan shopping och upplevelser genom butiksgemensamma teman, popup-butiker, kulturarrangemang, skridskobana, lekland och annat. Det är innovativt genom att sammanföra intressenter från olika branscher (t.ex. handlare, kulturutövare och fritidsaktörer) och sammanväva platsens gestaltning (t.ex. takterrass), innehåll (t.ex. skridskoåkning och kulturarrangemang), samt marknadsföring (t.ex. av temadagar och arrangemang). Städernas kännetecknande atmosfär, historia, kultur, natur och geografi tillvaratas i viss utsträckning för att skapa dessa synergier. Exempelvis genom att samarbeta med lokala kulturutövare, bland annat från Piteås musikhögskola och danslärarutbildning. En av Piteås gallerior har dessutom omformat sin logotyp och inredning utifrån ett lokalt naturtema.

Vid **årliga evenemang**, t.ex. stadsfestivalen Piteå Dansar och Ler, den internationella fotbollscupen Piteå Summer Games, Snöfestivalen i Kiruna och Kirunas Bokfestival, skapas synergier mellan handeln och besöksnäringen genom ömsesidig marknadsföring i butiker

och evenemangsområden, specialdesignade evenemangsprodukter som säljs i butikerna, samt kringevenemang som arrangeras av butiker och kultur/fritids-aktörer. Det är innovativt genom att sammanföra intressenter från olika branscher (t.ex. handlare, arrangörer och kulturutövare) och sammanväva platsens gestaltning (t.ex. scener och arenor), innehåll (t.ex. specialdesignade produkter och kringevenemang) och marknadsföring (t.ex. via annonsering och sociala medier). Städernas kännetecknande atmosfär, historia, kultur, natur, geografi m.m. tillvaratas i rätt stor utsträckning för att skapa dessa synergier. Piteå Dansar och Ler tar exempelvis avstamp i stadens musikaliska tradition och hemtrevliga atmosfär. Snöfestivalen stadens tar på motsvarande sätt avstamp i Kirunas arktiska vinterklimat för att skapa nya upplevelser av snön, kylan och mörkret.

På kulturhistoriska platser kombineras boende, shopping och aktiviteter för att skapa en helhetsupplevelse av nutid och dåtid. Det är innovativt genom att samlokalisera verksamheter som drivs av intressenter inom flera olika branscher och sektorer (t.ex. handel, besöksnäring, aktivitetsbolag, fritidsaktörer, kommun) och sammanväva platsens gestaltning (t.ex. maritim miljö), innehåll (t.ex. shopping och paddling) och marknadsföring (t.ex. logotyp och webbsida). Städernas kännetecknande atmosfär, historia, kultur, natur, geografi m.m. tillvaratas i hög utsträckning för att skapa dessa synergier. Den kulturhistoriska platsen Västra kajen tar exempelvis avstamp i Piteås historia inom marina och trärelaterade näringar och arkitektur.



Figur 2. Kiruna skyline
Illustration: Johanna Balogh

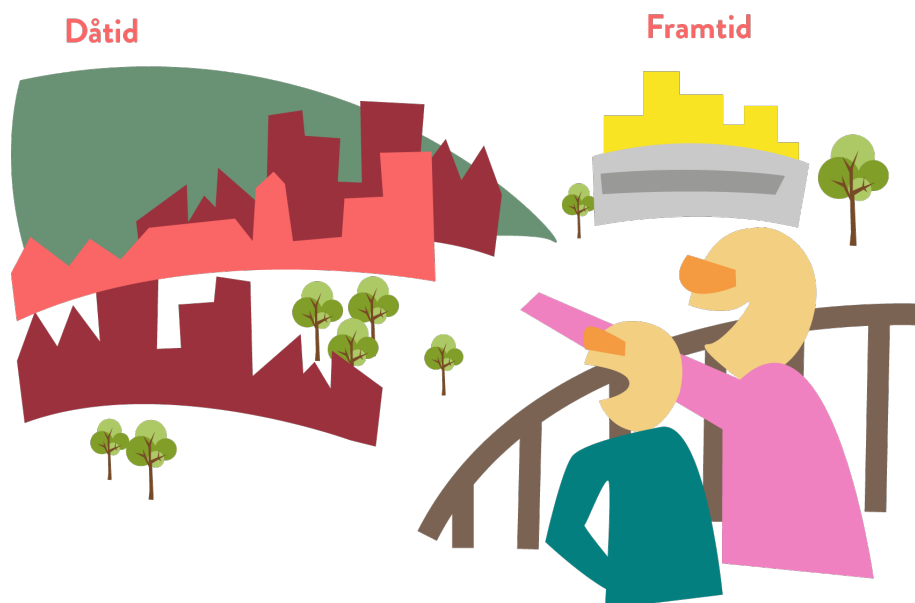
Projektets resultat visar att det finns potential till mer innovativa synergier mellan stadskärnornas olika komponenter, processer och intressenter för att skapa platsunika upplevelser och kvaliteter i Piteå och Kiruna. Inte minst när det gäller synergier mellan digitala och fysiska dimensioner, som i dagsläget ofta begränsas till marknadsföring via webbplatser och sociala medier. För att öka stadskärnornas innovativitet genomfördes workshops i projektet, där företagare, företagsfrämjare, kommunrepresentanter och forskare fick chans att utveckla nya platsinnovativa koncept för attraktiva stadskärnor. I de koncept som utvecklades tillvaratas städernas geografiska, naturmässiga och kulturella

identiteter, såsom det arktiska vinterklimatet, historiska berättelser och lokala näringslivsgrenar.

Konceptet Snökaos 2.0 tillvaratar vinterns stora snömängder för att bibehålla attraktiviteten i Kirunas gamla stadskärna under stadsomvandlingen. Ett upplevelsecentrum etableras, där invånare, besökare, föreningar, företagare och andra intressenter kan använda snön och isen för att skapa skulpturer, igloos, övernattningsrum, catwalks, projiceringsytor för filmvisning och annat. Berättelser om stadens historia och kultur tillvaratas genom temavandringar kring upplevelsecentrumet.

Konceptet Vinter i Piteå tillvaratar Piteås identitet som vinterstad, musikstad och trästad genom att den befintliga isbanan på havsfjärden breddas och förlängs, så att stadens norra och södra hamn kopplas ihop, med etablering av anslutande is- och snöcaféer. Mitt i stan skapas en ispelare som lysas upp genom led-belysning när ishackor slås i. På sommaren omvandlas pelaren till ett instrument, där musik uppstår när vattendroppar landar på den, som varierar med vindarna. Under sommaren och snöfattiga vintrar används lokalt producerade träkompositer för att imitera snö- och isskulpturer.

Konceptet Virtuella älgstorn tillvaratar Kirunas omgivande bergstoppar för utplacering av virtuella älgstorn, där besökaren kan blicka ut över staden och dess omgivning i nutid, dåtid och framtid med hjälp av Augmented Reality (AR). Genom ett reglage kan besökaren exempelvis blicka tillbaka på byggnaderna där dennes mor- och farföräldrar växte upp, ta del av historiska berättelser av olika Kirunabor och även bidra med eget innehåll, till exempel poddar, bilder, videoklipp eller texter. När reglaget vrids till framtiden kan föreslagna byggprojekt och andra framtidsplaner överblickas, med möjlighet att tycka till om olika framtidsförslag.



Figur 3. Konceptet Virtuella älgatorn
Illustration: Johanna Balogh

Koncepten sammanväver på ett innovativt sätt komponenterna gestaltning (t.ex. ispelare, isbana, igloos, catwalk) och innehåll (t.ex. berättelser, fritidsaktiviteter, ljus- och ljudupplevelser). Däremot är komponenten marknadsföring inte lika framträdande, utöver den sammanhållande konceptualiseringen i sig. Sektorsöverskridande synergier kan urskiljas genom att städernas offentliga platser fylls med nya kommersiella, ideella och offentliga verksamheter och aktiviteter, för att attrahera såväl invånare som besökare, företagare och investerare. Koncepten skapar särskilt synergier mellan kommunala verksamheter (t.ex. kultur/fritid, näringslivsutveckling och stadsplanering), besöksnäringen (t.ex. hotell och aktivitetsbolag), andra upplevelsenärings (t.ex. restauranger och kulturföretag), industriella branscher (t.ex. trä- och teknikföretag), handeln (t.ex. lokala butiker) och civilsamhället (t.ex. ideella föreningar inom kultur och fritid, samt enskilda invånare och besökare).

Lärdomar för företagare, fastighetsägare och kommuner

En gemensam lärdom för företagare inom handel och besöksnäring, fastighetsägare och kommuner är att det finns potential till ökad attraktivitet i stadskärnor genom platsunika upplevelser och kvaliteter. Med avstamp i platsens kulturella, historiska och geografiska identitet kan sådana skapas genom att väva samman platsens komponenter, processer och intressenter på nytänkande sätt. Särskilt kan synergier skapas mellan platsens gestaltning, innehåll och marknadsföring, samt mellan olika målgrupper, samhällssektorer, branscher och utvecklingsprocesser.

Företagare inom handel och besöksnäring kan särskilt dra nytta av resultaten som visar att stadens identitet kan tillvaratas för att väva samman shopping och upplevelser genom innovativ samverkan mellan olika butiker och branscher. Platsunika upplevelser kan då skapas kring både varor och tjänster genom att sammanväva platsens gestaltning, innehåll och marknadsföring. För att underlätta dessa synergier på en strategisk nivå kan företagen aktivt engagera sig i branschgemensamma destinationsbolag.

Fastighetsägare kan särskilt dra nytta av resultaten som visar att platsens kännetecknande identitet kan tillvaratas som en röd tråd i planering och underhåll av byggnader och bostadsområden. Platsunika upplevelser kan där skapas genom att sammanväva områdets gestaltning, innehåll och marknadsföring. För att underlätta dessa synergier kan intressenter inom olika målgrupper, branscher och samhällssektorer involveras från start till mål för att identifiera behov och utveckla innovativa lösningar.

Kommuner kan särskilt dra nytta av resultaten som visar att det finns behov av en koordinerande funktion för platsinnovativa synergier i stadskärnan. Genom att vidareutveckla sin roll som traditionell utförare till innovativ möjliggörare kan kommunen överbrygga de organisatoriska och samhälleliga stuprör som försvårar ett helhetsperspektiv

på stadskärnans attraktivitet. För att underlätta dessa synergier kan kommunen tillämpa nytänkande dialog- och samverkansformer med civilsamhälle, näringsliv, akademi och andra offentliga aktörer.

Projektets publikationer

Lindberg, M., Karlberg, H., Balogh, J. (2019). *Orienteringsbok: Platsinnovativa stadskärnor genom nyskapande synergier*. Luleå: Luleå tekniska universitet. Finns på www.ltu.se/platsinnovation

Lindberg, M. (2019). På spaning efter platsinnovativa stadskärnor. I Öberg, M., Thufvesson, O., Bergman, B. (red.). *Spaning om stadens utveckling*. Malmö: Svenska stadskärnor. Finns på www.svenskastadskarnor.se/content/uploads/2019/05/Forskarspaning-Pocket-2019-lr.pdf

Lindberg, M., Johansson, K., Karlberg, H., Balogh, J. (2019). Place Innovative Synergies for City Center Attractiveness: A Matter of Experiencing Retail and Retailing Experiences. *Urban Planning*. 4(1). Finns på www.cogitatiopress.com/urbanplanning/article/view/1640

Lindberg, M., Wikberg Nilsson, Å., Hidman, E., Segerstedt, E., Nilsson, K. E., Karlberg, H., Balogh, J. (kommande). Innovative Arctic Attractiveness – co-creation in Kiruna’s city center relocation. *Journal of Place Management and Development*.

Mer info

www.ltu.se/platsinnovation

www.platsinnovation.nu