

”Vår stadskärna som motor för handel och växande näringsliv”



Guide till utveckling av vår stadskärna

Innehållsförteckning

Inledning	3
Bakgrund	4
Vision	5
Omvärldsbevakning	5
Målgrupper	6
Handel och service	8
Mat och dryck	10
Evenemang och upplevelser	14
Mötesplatser	15
Arbetsplatser och kontor	16
Tillgänglighet	18



Inledning

Delarna bildar helheten, en stadskärna med människan i centrum och handeln som motor. För att stadskärnan även i framtiden ska vara den självklara noden för möten är samspelet mellan den byggda miljöns funktioner och offentliga stråk, platser och handel viktiga. Offentliga platser ska vara mötesplatser med ett rikt innehåll för stadens alla besökare/medborgare/invånare.

Stråk och platsutveckling bidrar till att öka livfullheten i de centrala delarna av staden och utvecklar stadens attraktivitet. Staden där människan möts och interagerar är grunden till en livfull stad där möjligheter ges för det mänskliga mötet.

Målbilden med guide till utveckling av vår stadskärna är att skapa en levande stadskärna och attraktiv handel med ett varierat och blandat innehåll över tid. Att skapa synergieffekter och möjligheter i vår stadskärna som ger mervärden till hela näringslivet i Lidköping och utveckla staden i en fortsatt positiv utveckling som motorn i Skaraborg.



Bakgrund

Lidköping genomgår en spännande strukturmövandling. Stadskärnan utvidgas och på bara några år ökar befolkningmängden till ca 50.000 invånare år 2045. Fler invånare ger större underlag för att utöka handel, service, restauranger, kollektivtrafik och offentliga miljöer – mer livfullhet i stadskärnan ger en ökad handel och tillväxt i näringslivet.

Utvecklingen går snabbt och många platser konkurrerar om besökare och konsumenter. Förändrade beteendemönster förstärker vikten av god samverkan mellan stadskärnans aktörer. Att vi gemensamt utvecklar och arbetar med vårt stadsrum är den säkraste vägen till en livfull och framgångsrik stadskärna.

Under hösten 2024 initierade Lidköpings kommun en dialog kring etableringar och utveckling av stadskärnan med tjänstepersoner inom Sektor samhälle och inbjudna representanter

från stadskärnans fastighetsbolag samt Näringslivet i Lidköping (NiL) i form av workshop. Syfte med dialogen är att skapa samsyn, ett gemensamt och ett långsiktigt strategiskt förhållningssätt för hela stadskärnan.

Utvecklingen av innehållet i stadskärnan utgår från en långsiktig övergripande guide vars mål är att komplettera, bredda och stärka attraktiviteten i stadskärnans utbud samt att bygga samverkan mellan stadens nyckelaktörer. Genom detta skapar vi en stadskärna i toppklass som erbjuder spännande upplevelser, inspirerande och kommersiella miljöer och en naturlig mötesplats som överträffar medborgarnas och besökarnas förväntan.



För de
riktigt rika

Vision

Lidköping en välkomnande och hållbar kommun

Lidköping ska vara en öppen, trygg och hållbar plats där alla är välkomna. Med kvalitet, miljö, ekonomi och säkerhet i fokus arbetar vi för hållbarhet med långsiktig planering och sund tillväxt.

Vi ska skapa ett robust Lidköping där människors behov i dag står i samklang med kommande generationers möjligheter till goda livsvillkor.

Våra barns förutsättningar till ett aktivt och delaktigt lärande i en öppen och trygg miljö är en grundförutsättning för utveckling. Därför ska våra förskolor, skolor och lärande tillhöra sverigetoppen. Lika självklart är det att våra äldre har möjlighet att åldras med värdighet i en omsorgsfull och livsbejakande tillvaro.

I Lidköping finns möjligheter till ett rikt liv på många sätt. Med gott värdskap och vårt fantastiska läge vid Vänerens strand är staden en mötesplats med ett stort utbud av kultur, upplevelser och platser för rekreation som skapar stolta invånare och lockar fler besökare till Lidköping. Med en bredd av varierande boendemöjligheter är vi 50 000 invånare år 2045.

Vi ska vara en av Sveriges mest attraktiva platser för etablering och med ett starkt näringsliv som skapar arbetstillfällen för alla som väljer att bo i Lidköping samt säkra att det finns goda kommunikationsmöjligheter till och från arbete och utbildning i vår region.

Värdegrunden består av tre olika värderingar

- Vi förbättrar och vågar testa nytt
- Vi utvecklas tillsammans
- Vi drivs av engagemang

Omvärldsbevakning

Våra beteende- och konsumtionsmönster förändras ständigt och stadskärnans innehåll behöver anpassas till dessa. De relevanta beteende och värderingar som vi ser idag, är bland annat:

- Man vill uppleva stadskärnan - inte bara besöka.
- Det konsumeras mer upplevelser, kultur, service och tjänster.
- En trevlig och omfamnad miljö där gator och torg samverkar med handel, kultur, aktivitet och mat i olika format, blir alltmer viktigare i framtiden.
- En E-handel som stöttar de fysiska butikerna med flöden och den fysiska butiken som fungerar som skyltfönster för E-handeln. Lönsam 24/7 handel.
- Stadskärnan blir en mötesplats snarare än en handelsplats.
- Behovsstyrd vardagsshopping där tillgängligheten är en framgångsfaktor.
- Upplevelsebaserad handel. Stort och brett utbud skapar flöden.
- Levande bottenvåningar blir viktigare. De ökar tryggheten och skapar attraktiva gator och stråk.
- Externhandeln med volym och lågprishandel fortsätter att växa.
- Hållbarhet och överkonsumtion är allt viktigare faktorer att ta hänsyn till.
- Värderingsstyrd shopping blir allt viktigare i framtiden.



Målgrupper

För att fylla stadskärnan med rätt innehåll behöver kommunen och näringslivet ha en god kännedom om hur stadens demografi ser ut, samt de olika målgruppernas värderingar.

Generella undersökningar visar bland annat att,

- Unga under 25 år besöker staden främst för att umgås med vänner, shopping, äta och fika.
- Barnfamiljer önskar aktiviteter, barnvänlig mat, tillgång till toaletter och en trygg miljö.
- Arbetskollegor och affärsbesök vill mötas, göra affärer, utföra praktiska ärenden, äta en god snabb lunch eller tidig middag och träffas på AW.
- Studenter önskar lugna mötesplatser för att t.ex. studera, interagera och fika.
- 65+arna kommer till stadskärnan främst för shopping och sköta sina vardagssysslor.
- Tidigare undersökningar visar att kvinnor generellt sett spenderar mer än män och man spenderar mer ju äldre man är.
- Gemensamt för alla målgrupper är att man önskar en levande stadskärna med ett rikt utbud för möten, shopping, mat och upplevelser.

Med en attraktiv stadskärna och ett rikt näringsliv med ett utbud som attraherar fler, skapar det en mer gynnsam inpendling till vår stad och mer möjligheter för en positiv utveckling för detaljhandeln och näringslivet.



Handel och service

Vision

Handeln i vår omfamnade och inspirerande stadskärna erbjuder attraktiva och aktuella varumärken som trängs med mindre lokala och unika butiker, showrooms och popup-verksamheter. Servicen är högklassig och bemötandet varmt och välkomnande. Flertalet verksamheter har öppettider anpassade efter konsumenternas behov och beteende. Fastighetsägarna har stor efterfrågan på lokaler.

Vad behöver vi för att stärka och utveckla handeln i stadskärnan

- Aktuella och populära varumärken.
- Lokala kommersiella aktörer.
- Entreprenörer som ligger i framkant.
- Klustring av de olika handelssegmenten för att stärka utbudet i stadskärnan.
- Goda grannar, skapa förutsättningar för samverkan.
- Bredare utbud av butiker i stadskärna.
- Större utbud av beklädnad och modeaktörer.
- En stark och uppdaterad livsmedelsaktör.
- Ett stort serviceutbud som löser medborgarnas vardagliga behov.
- Starkt utbud av second hand och återbruk.
- Tillgängligheten för alla som skall besöka stadskärnan.
- God kännedom om stadskärnans "heta och kalla stråk".
- Att miljön upplevs hel, ren och trygg
- Aktivt arbeta med trafikskapande evenemang, aktiviteter, utställningar mm.

Ett bra utbud av butiker är det som skapar den primära dragningskraften till handeln i stadskärnan. Ett brett utbud som kan lösa det vardagliga behovet samt skapa och leva upp till mera emotionella upplevelser som förväntas av besökarna.

Ett bra utbud skapas och upplevs som stort genom att många butiker samlas på ett ställe i kombination med klustring av dom olika segmenten. Heminrednings och modebutiker med flera bör samlas i nära anslutning till varandra för att skapa ett större upplevt utbud.

Alla stadskärnor behöver ankarbutiker som är strategisk utplacerade på gator och stråk med bra tillgänglighet som i sin tur skapar flöden till stadskärnan och förutsättningar till övriga kommersiella näringsidkare.

Trendiga varumärken och företeelser som är och kan bli en snackis, är extremt betydelsefulla för framför allt den yngre målgruppen som också är mycket avgörande för caféer med mera, för att skapa en livfull stadskärna.

Ett stort och brett utbud av hälsa och service i stadskärnan är avgörande. Det ger en levande stadskärna under dagens alla timmar med människor.



Mat och dryck

Vision

Lidköpings stadskärna är välkomnande och en attraktiv plats som sjuder av liv både dagtid och kvällstid. Utbudet av restauranger och caféer med kvällsöppet är stort och varierande. Här finns allt inom mat och dryckesupplevelser med de lokala producenterna representerade. Lidköping är känt för sitt stora utbud av attraktiva mötesplatser med mat från hela regionen.

Vad behöver vi för att stärka och utveckla mat och dryckesutbudet i stadskärnan,

- Foodcourt i en uppdaterad tappning med mer lokala producenter
- Grab & go utbud
- Säsongsbaserat mat & dryckesutbud, i samverkan med stadens lokala aktörer. (Foodtrucks, containerpark).
- Uppdaterat caféutbud, som ligger rätt i tiden
- Att öka det upplevda utbudet
- Ökade öppettider anpassat efter beteendeförändringar
- Afterwork, anpassat efter säsong, näringsliv och det lokala utbudet
- Stärk Lidköpings stadskärna som en matdestination i vår region







-scenen

Evenemang och upplevelser

Vision

I stadskärnan finns gott om synliga kulturella inslag. Här ordnar föreningar aktiviteter och det finns offentlig konst, evenemang, utställningar och upplevelser året om. Besökare finner stadskärnan spännande och väl värd en resa. Information om stadens utbud är lättillgängligt, både digitalt och på plats i staden. Lidköping är en händelserik och trevlig plats att vistas på.

Vad behöver vi stärka och utveckla.

- Ett levande torg över året med upplevelser på flera dagar i veckan.
- Proaktiv handel som arbetar med erbjudande och aktiviteter.
- Ett kommersiellt center för kultur och evenemang.
- En symbolisk och kraftfull festival som blir Lidköpings signum/avtryck
- Rikt och aktivt kulturutbud.
- Nyttja fler platser i stadskärnan vid evenemang, stråk och torg
- Arbeta med utsmyckning på gator och torg i samverkan med fastighetsägare, handel och restauratörer för att stärka besöksupplevelsen



Mötesplatser

Vision

Stadskärnan är en plats med inspirerande stråk och inslag av innovativa gröna platser för umgänge, avkoppling och lek. Det är praktiskt och enkelt att ta sig runt och uppleva platserna där de ständigt utvecklas och förändras över tid. Attraktiva och uppkopplade mötesplatser med spännande utbud av aktiviteter och kultur i stadskärnan. Här finns gott om plats för det mänskliga mötet för en livfullare stad. Stadskärnan är vårt gemensamma vardagsrum med livfullhet och rätt sak på rätt plats.

”Stadskärnan är platsen där vi träffar familj och vänner på café, går på restaurang, kulturevenemang, shoppar och umgås.”

Vad behöver vi för att stärka och utveckla mötesplatser i stadskärnan,

- Skalbara platser efter behov och efterfrågan (exempel, p-ruta/or)
- Symboler och konstverk som stärker och vägleder besökare
- Gröna platser
- Mötesplatser för barn och unga
- Uppkopplade mötesplatser
- Mötesplatser för arbete
- Kulturella mötesplatser
- Ett uppdaterat och livfullt torg som berikar under alla årstider
- Utveckla mötesplatser i anslutning i eller vid vattnet



Arbetsplatser och kontor

Vision

En stadskärna med kontor och arbetsplatser med sina entréer och trevliga anslag mot gator och torg ger en livfull och levande stadskärna. Sociala möten bidrar till rationella och emotionella behov som stärker och utvecklar handeln. Vi skapar ett mervärde i att arbeta i stadskärnan där utbudet och service gör att fastighetsägare och näringsliv har ett erbjudande för etableringar. Kompetens och attraktivitet efter tillgång på arbetsplatser i de centrala delarna av staden ökar.

Stadskärnan har en nyckelroll för etableringen av nya arbetsplatser. Det är det enda området i Lidköpings kommun där arbetsplatsen kan hamna nära all tänkbar service och med riktigt goda förutsättningar för kollektivt resande till och från jobbet, oavsett om man bor i staden, övriga kommunen eller längre bort.

Vad behöver stadskärnan för att göra den än mer livfull och levande under fler av dygnets timmar

- Flera arbetsplatser är viktiga för en levande stadskärna
- Bättre flöden och handelsutbud skapar bättre ekonomiska förutsättningar för restauranger
- Att arbetsplatser och kontor vänder sig utåt med en inbjudande gestaltning och belysning
- Kontorsentréer skall stärka gatumiljön med en välkomnande gestaltning som bidrar till stadskärnans stråk
- Fastighetsägare beaktar och bidrar till stadskärnans utveckling samt samverkar med platsen byggnaden står på



Tillgänglighet

Vision

Det är stadskärna som är enkel och smidig att ta sig till. Här finns det genomtänkta parkeringsplatserna som ligger i anslutning till handel som säljer skrymmande och tunga varor. Här finns det livfulla och gågator och stråk som naturligt binder samman stadskärna. Dom stora ljusa fasaderna med sina inspirerande skyltfönster, upplysta kontorslokaler och välkomnade kontorsentréer. En stadskärna som känns öppen och välkommande för alla, alltid.

För att upprätthålla stadskärnas attraktionskraft är det viktigt att kommunen i samverkan med fastighetsägare och näringsliv som bidrar med sina respektive delar för att skapa flöden och därmed kommersiella förutsättningar för en levande stadskärna

- Tydligare handelsstråk.
- Säsongsstråk, sommargator med stort utbud av caféer och restauranger.
- Tydliga och upplysta stråk, utåtvänd handel.
- Rätt antal parkeringar i anslutning till stadskärnan.
- Broar mellan olika kommersiella stråk.
- Naturliga stråk mellan olika kulturella och kommersiella delar av staden.
- Ett naturligt kommersiellt kundvarv i stadskärnan.
- Anpassade och gemensamma öppettider för handeln i stadskärnan efter marknadens behov och beteende.
- God kunskap om rörelsemönster i stadskärnan, (heta och kalla ytor).



Illustration från RSD rapporten 2019

TILLGÄNGLIGHETEN – EN AV DE VIKTIGASTE FRAMTIDSFRÅGORNA FÖR HANDEL I STADS- KÄRNAN

Referenser

Strategiska dokument, STUP, Hållbarhetsprogram etc

HUI Marknadsanalys 2023

Cityindex 2023

Workshop med tjänstepersoner

Workshop med fastighetsägare samt NiL

