

BID Skellefteå Nulägesanalys 2023

SKELLEFTEÅ .

Innehåll

1. PRESENTATION AV BID-OMRÅDET & DESS ORGANISATION	4
1.1 Dåtid	4
1.1.1. Stadens historia	4
1.1.2. Älvens betydelse	5
1.1.3 Gruvnäringen	5
1.1.4. Skogen	5
1.2. Nutid	6
1.2.1. Grön omställning	6
1.2.2. Sara Kulturhus	6
1.2.3 Northvolt	6
1.4. Varumärke	7
1.4.1. Platsvarumärket	7
1.4.2. Visit Skellefteå	7
1.4.3. Skellefteås kommunvapen	8
1.5. BID Skellefteå	8
1.5.1. Tidsplan	8
1.5.2. Geografisk avgränsning av BID-området	9
1.5.3. Områdets intressenter och samverkanspartners (framtida finansiärer)	10
1.6. Samverkansorganisation	10
1.6.1. Styrgrupp	10
1.6.2. BID-manager & kommunikator	11
1.6.3. Referensgrupp politiker	11
1.6.4. Fastighetsägargruppen	11
1.6.5. Referensgrupp ungdomar	11
1.7. Fokusområden	11
2. VIKTIGA STYRDOKUMENT, FAKTA OCH ANALYSER	12
2.1. Nationella	12
2.2. Regionala	12
2.3. Kommunala	12
2.3.1. Styrdokument (strategier, planer, program, policyer, riktlinjer, avtal)	12
2.3.2. Utredningar (rapporter, inventeringar, analyser)	13
2.3.3. Statistik (nyckeltal, index)	14
2.4. Under framtagande/revidering	14
2.5. Vad saknar vi?	14
3. PLATSSTUDIE ENLIGT DE FEM FOKUSOMRÅDEN	15
3.1. Fokusområde Varumärket	16
3.2. Fokusområde Utbud	17
3.3. Fokusområde Platsen	18
3.4. Fokusområde Tillgänglighet	19
3.5. Fokusområde Tryggt	20

4. STUDIER, UNDERSÖKNINGAR & WORKSHOPS	21
4.1. Attitydundersökningar & enkäter	21
4.2. Workshops & grupparbeten	21
4.3. Studieresor	21
4.4. Erfarenhetsutbyte	21
4.5. Nätverk	21
5. SWOT-ANALYS	24
6. OMVÄRLDEN & MARKNADEN	26
6.1. Trender och utveckling	26
6.1.1. Coronapandemin	26
6.1.2. Handel	26
6.1.3. E-handel	26
6.1.4. Ekonomiska problem	27
6.1.5. Lågpristrend	27
6.1.6. Cirkulär ekonomi	28
6.1.7. Otrygghet	28
6.1.8. Hållbarhet	28
6.2. Hur är vår position på den lokala, regionala och nationella marknaden?	28
6.3. Vilken marknadspotential har vi på vår hemmamarknad?	30
6.3.1. Positiv omsättningsutveckling	30
6.3.2. Skellefteå Turistcenter	30
6.3.3. Lokalt presentkort	30
6.4. Vad sker och vad kommer att ske i vår omgivning i framtiden?	31
6.4.1. Pågående projekt	31
7. MÅLGRUPPER – INVÅNARE OCH BESÖKARE	34
7.1. Invånare	34
7.2. Besökare	35
7.2.1. Året runt destination	35
7.2.2. Resanledning	35
7.2.3. Ett gott värdskap	35
8. KONKURRENSSITUATION	36
8.1. Vilka hotbilder finns?	36
8.1.1. E-handel	36
8.1.2. Ändrade konsumtionsmönster	36
8.1.3. Avsaknaden av tågstation i centrala Skellefteå	36
8.1.3. Personalbrist	36
8.2. Vilka är våra största konkurrenter och hur har de positionerat sig?	37
8.2.1. Luleå	37
8.2.2. Umeå	37
9. SAMMANFATTNING & SLUTSATSER	38
9.1. En levande stadskärna	38
9.2. Utmaningar och samverkan	38

1. BID-OMRÅDET & DESS ORGANISATION



Torget 1936

Historiska foton: Skellefteå museums samlingar

1.1 Dåtid

All fakta om vår dåtid kommer från Skellefteå museums utställning Storsia, en utställning som tar dig med på en resa genom Skellefteå, Norsjö och Malås lokalhistoria – från 10 500 år före vår tideräkning till år 2020. [1]

1.1.1. Stadens historia

Skellefteå nämndes första gången i skrift 1327 och har historiskt sett varit en viktig mötes- och handelsplats. Stadens centrum låg tidigare 2 km västerut vid Landskyrkan, där människor från bygden samlades. Kring kyrkan fanns en kyrkstad där människor utanför staden kunde övernatta vid kyrkbesöken, men kyrkstaden var även en viktig marknadsplats, och stora marknader hölls här. Avstånden var stora och närmaste marknader fanns i Umeå och Piteå.

1845 bestämde staten att ge Skellefteå stadsrättigheter, och den nya staden började byggas direkt. Gator och hus fanns inritade i en stadsplan med kvarter i raka rader och 12 meter breda gator. I mitten av staden planerades för stadshus och torg. Skellefteås stadskärna befinner sig än idag på samma plats.



Centralhotellet vid torget 1966

Skellefteå fick under 1930-talet en stadig tillväxt såväl ekonomiskt som befolkningsmässigt tack vare den lyckade gruvnäringen i Boliden. Därför växte ambitionen att ge Skellefteå ett mer storstadsmässigt utseende. Kravet på handel, service, allmänna inrättningar och trafiken ökade i och med befolkningsökningen, och träpalatsen och handelshusen ansågs nu opraktiska. Detta var en av anledningarna till rivningsvågen under 1950-talet då den gamla småstadsidyllen ersattes av ett modernt centrum i tegel och betong.

1.1.2. Älvens betydelse

Skellefteälven flyter genom staden och har varit en viktig del i stadens historia. Stadens namn har sin grund i ordet Skeldept, ett ord som är en blandning av finska och ume-samiska och betyder "någonting som liknar en bro men som inte är det". Namnet syftar på en plats där det var lätt att ta sig över älven.

Älven har bland annat varit en viktig del i träindustrin sedan 1500-talet, och har använts som såväl transportväg som drivmedel. Träden fälldes inåt landet och fraktades via älven med hjälp av flottning till sågverken som låg längs med älvkanten. Flottning i Skellefteälven pågick ända till slutet av 1970-talet då allt fler transporter skedde med lastbilar i stället.

Längs Skellefteälven finns även ett flertal vattenkraftverk, bland annat det första vattenkraftverket som öppnade 1908. De flesta ägs av Skellefteå Kraft AB och har en årlig normalproduktion på 4 241 GWh.

1.1.3. Gruvnäringen

Att norra Västerbotten är rik på malm och mineraler har varit känt sedan 1600-talet, men det viktigaste fyndet gjordes först 1924: guldmalmen i Bjurliden. Runt om i världen

pågick vid den här tiden depression, men tack vare malmfyndet skapas ekonomisk och befolkningsmässig tillväxt i Skellefteåbygden. Runt den nya gruvan byggs samhället Boliden upp, och 5 mil bort byggs smältverket Rönnskär upp vid kusten. Än idag är Bolidenkoncernen en viktig arbetsgivare.

1.1.4. Skogen

Västerbotten är en av Sveriges största skogslän där mer än hälften av ytan är produktiv skogsmark. Skogsindustrin har alltid varit en del av livet i och kring Skellefteå, och ur träden har vi fått byggnadsmaterial, ved, träkol och andra produkter. Under de senaste århundraden har sågverksindustrin varit stor, och behovet att kunna transportera det sågade virket ut i världen ökade behovet av sjöfart. Kring 1800-talet var 35 skeppsvarv verksamma i området, och producerade närmare 150 fartyg varav majoriteten såldes till Stockholm och övriga Europa.



Gruvarbetare framför gruvlaven 1967



Northvolt Ett

1.2. Nutid

1.2.1. Grön omställning

Skellefteå är i dag en av Sveriges mest expansiva platser, där såväl inflyttning som investeringar och byggande är på framfart. Tillgången till förnybar energi och den höga industriella kompetensen är anledningen till att satsningarna sker här. Många satsningar, oavsett bransch, knyter an till något av de hållbara perspektiven. Här finns en unik satsning på elflyg och nu startas bygget av Arctic Center of Energy, en kraftfull satsning vid Campus Skellefteå med fokus på forskning och utveckling kopplat till grön energi.

Tillväxten för hela platsen är lika påtaglig som den som sker i näringslivet. Bland annat har stora projekt som byggandet av Norrbottenbanan och det 20 våningar höga Sara kulturhus helt i trä, skapat stor uppmärksamhet. Det senare har lockat besökare från hela världen och bidragit till att Skellefteå utsetts till en av världens 50 bästa platser enligt Time Magazine.

En analys av utvecklingen i kommunen visar att 14 000 nya arbetstillfällen kan skapas fram till år 2030. Det enskilt största bidraget står batteritillverkaren Northvolt för, som kommer att ha upp till 5 000 anställda när fabriken är i full drift. Ytterligare 2000 jobb beräknas skapas inom Skellefteås historiskt starka näringar, gruv-, skogs- och energinäringarna med Norra Skog, Boliden och Skellefteå Kraft som några av de ledande aktörerna.

1.2.2. Sara Kulturhus

Mitt i centrala Skellefteå står Sara Kulturhus. Byggnaden stod klar 2021 och är med sina 80 meter ett av världens största trähus. Byggnaden är producerad lokalt av hållbart skogsbruk från regionen, vilket innebär att träden som avverkas ersätts, och knyter an till Skellefteås långa tradition inom träbyggnade. Sara Kulturhus är även en klimatpositiv byggnad, och har märkningen Miljöbyggnad Guld, vilket är den högsta märkningen hos Miljöbyggnad.

Sara Kulturhus har ett unikt energisystem som drivs med förnybar kraft. Byggnaden är utrustad med solpaneler och har en AI som håller koll på byggnadens energiflöden. Systemet optimerar husets egen energianvändning och säkerställer att den mest kostnads-effektiva och miljövänliga energin används. Överflödigt energi skickas vidare till andra delar i staden. Eller lagras i batterier.

1.2.3 Northvolt

Northvolt är ett svenskt företag som bygger en av Europas största batterifabriker med tillverkning av världens grönaste litiumbatterier för elbilar och lagring av energi. Fabriken byggs ca 7 kilometer utanför Skellefteå centrum och kommer att generera 5000 arbetstillfällen när fabriken är helt färdig 2026. Redan 2022 hade företaget 2300 anställda. På området finns även Europas enda storskaliga återvinningsfabrik, Revolt Ett, som har kapacitet att återvinna material som behövs för batteritillverkningen.



Sara kulturhus

1.3. Framtid

”Mellan 2020 och 2040 har Skellefteådalens växt till en tät stad längs älven där tanken om 15-minutersstaden präglar utvecklingen tillsammans med småstadsidealets skala. Skellefteådalens är 2040 en naturlig mötesplats för hela kommunen. Många besökare, både inom och utanför Sverige, upplever att det finns goda förbindelser som gör det lätt att resa hit. Sedan Norrbottenbanan stod klar kan den som önskar snabbt och enkelt ta sig till Skellefteå från de större städerna längs kusten, inom 45 minuter. Detta har dessutom utökat arbetsmarknaden och möjliggjort att fler nu bor kvar på den bästa platsen på jorden.

Samhället har utformats i dialog med invånarna och den snabba utvecklingen har, med handen på hjärtat, inte alltid uppskattats av alla invånare. Trots de första årens enorma växtvärk har allt med tiden landat positivt, och kommunen har skapat bra balans för bevarande och utveckling. Det har gett staden intressanta årsringar och attraktiva livsmiljöer som invånarna känner stolthet över.

I hjärtat av Skellefteå stoltserar Sara kulturhus. Hon möter och välkomnar resenärer och invånare till staden med dess puls. Byggnaden tornar upp i synfältet lite här och var i staden, och blev verkligen ett kulturhus som vägar.

Skellefteådalens år 2040 har trygga och hållbara livsmiljöer för en bättre vardag. Här bor och samlas människor från jordens alla hörn och det finns gemenskap och livsglädje.”

➔ Ett utdrag från Skellefteådalens 2040 Visioner, mål och riktlinjer, skelleftea.se

1.4. Varumärke

1.4.1. Platsvarumärket

SKELLEFTEÅ .

Logotypen är Skellefteås främsta kännetecken och används av marknadsenheten på Skellefteå kommun och Visit Skellefteå för att marknadsföra platsen Skellefteå. Platsvarumärket ägs dock av alla och är fritt att använda inom ramen för den grafiska profilen. Den används aldrig utan prick och ej i andra färger än svart och vit. Punkten symboliserar den fria individen och kan placeras fritt, fyllas med valfritt innehåll och anta olika storlekar. Det är bra att det finns ett enda platsvarumärke som används av alla då platsen Skellefteå ska synas. Det ger ett samlat intryck utåt sett och visar på en gemensam stolthet för vår plats.

1.4.2. Visit Skellefteå

VISIT SKELLEFTEÅ

Visit Skellefteå använder främst platsvarumärket och dess tillhörande grafisk profil i sin externa kommunikation. Visit Skellefteås egen logotyp används främst för intern kommunikation och då alltid i kombination med platsvarumärket och dess grafiska profil.

Visit Skellefteå har inget behov av att visuellt vara skilda åt från platsvarumärket, snarare tvärtom. Det finns en trygghet och en styrka i att använda samma platsvarumärke och dess tillhörande grafiska profil som marknadsnheten och övriga aktörer när platsen Skellefteå kommuniceras.

1.4.3. Skellefteås kommunvapen



Skellefteås kommunvapen ingår i Skellefteå kommuns logotyp, som används när Skellefteå kommun är avsändare av kommunal information.

Kommunvapnet antogs av Kungliga Maj:t 1945. Då var det Skellefteå stadsvapen, men efter kommunsammanläggningarna 1967 och 1973 symboliserar det administrationen för hela det vidsträckta geografiska området Skellefteå kommun.

Kommunvapnet föreställer en blå sköld med en gyllende ginstam belagd med en blå antik blix, med en gyllene sol nedanför. Blixterna symboliserar kommunens kraftproduktion, och den gyllene solen står för guldutvinningen.

1.5. BID Skellefteå

2006 utsågs Skellefteå till Årets Stads kärna. Nu har politiken i Skellefteå och Visit Skellefteås styrelse beslutat att Skellefteå ska arbeta för att ansöka om att bli Årets stads kärna igen 2026. För att komma dit behöver samverkan mellan det privata och det offentliga utvecklas i Skellefteå, och vi måste bli bättre på att få saker att ske och utvecklas genom samverkan.

BID Skellefteå är en centrumutvecklingsprocess med utgångspunkt från BID-modellens fem fokusområden; varumärke, utbud, platsen, tillgänglighet samt rent, tryggt & säkert. Visit Skellefteå är initiativtagare till att samverkansarbetet ska utvecklas genom Svenska Stads kärnors framgångsrika process för platsutveckling BID (Business Improvement District.) Processarbetet ska pågå under 18 månader i sju steg där deltagarnas olika erfarenheter, kunskap och kompetenser tas tillvara.

I vårt arbete med BID finns ett övergripande mål och flera delmål. Det övergripande

målet med en genomförd BID-process är att utveckla Skellefteå centrum och stärka samverkan mellan det privata och offentliga. Vi vill dock även se en förbättrad samverkan på fler platser än endast Skellefteås stads kärna, och därför har vi även som delmål att lära oss den process som BID innebär. På så vis kan vi på egen hand kan arbeta vidare med nya geografiska områden i vår kommun efter denna process är avslutad. Vårt andra delmål är att ta fram en godkänd nulägesanalys samt affärsplan med tillhörande budget och en gemensam finansiering, så att vi i förlängningen kan ansöka till och få utmärkelsen Årets stads kärna 2026 av föreningen Svenska Stads kärnor.

Efter avslutad process fortsätter arbetet med att i samverkan utveckla såväl Skellefteås stads kärna som resten av Skellefteå kommun för att bli mer attraktiv för nya som nuvarande invånare, besökare och företag.

1.5.1. Tidsplan

Tidsplanen styrs av Svenska Stads kärnors BID-modell som består av 7 steg och sträcker sig över en period av 18 månader.

Steg 1, 8 veckor

Fokus: Introduktion och inspiration. Digitalt stormöte 30 januari 2023. Samtliga aktörer bjuds in till ett första möte där syftet med BID presenteras. Utöver mötet bildas en styrgrupp och BID-områdets geografiska utformning börjar tas fram.

Steg 2, 8 veckor

Fokus: Platsvandring och workshop. Fysiskt möte 21 mars 2023. Samtliga aktörer bjuds in till platsvandringar inom BID-området. Fokusgrupper bildas utifrån de fem fokusområdena i BID, där en ledare utses i varje grupp samt ett datums sätts för gruppens första egna möte.

Steg 3, 15 veckor

Fokus: Nulägesanalys och case. Digitalt möte 23 augusti 2021. Varje fokusgrupp har genomfört egna platsvandringar och tagit fram en lista på idéer på projekt att göra för att förbättra stads kärnan. Dessa presenteras på mötet. Parallellt med gruppernas arbete har BID-manager och kommunikatör börjat arbetet med nulägesanalysen. En enkät tas fram där allmänheten får svara på frågor om stads kärnan.

Steg 4, 12 veckor

Fokus: Nulägesanalys och introduktion av affärsplan. Fysiskt möte 6 november 2023. En färdig nulägesanalys visas upp för samtliga aktörer på mötet, och man går igenom hur

framtagandet av affärsplan med tillhörande handlingsplan samt uppstart av case ska gå till.

Steg 5, 12 veckor

Fokus: Affärsplan, handlingsplan och budget. Digitalt möte februari 2024. Utkast på affärsplanen samt de case som startats upp presenteras och följs upp med feedback från deltagare på mötet samt styrgruppen.

Steg 6, 12 veckor

Fokus: Resultat av affärsplan, handlingsplan och case. Fysiskt möte april 2024. Affärsplanen presenteras återigen, sammanställs och går till remiss. Fokusgrupperna fortsätter med sina case, där ett eller flera case genomförs.

Steg 7, 12 veckor

Fokus: Diplomerings, slutsatser och avsiktsförklaringar. Fysiskt möte juni 2024. Färdig affärsplan med tillhörande handlingsplan presenteras på mötet. Vi firar avslutad process med samtliga aktörer och ser det som starten på vårt fortsatta arbete. Det bestäms även vilka som tar över förvaltningen och utförandet av affärsplan med tillhörande handlingsplan efter BID-modellens slut.



1.5.2. Geografisk avgränsning av BID-området

För att få fram BID-området utgick vi i ett första skede från det ungefärliga området från Cityindex rapporten. Vi använde oss även av de naturliga barriärerna E4:an i öst, Skellefteälven i söder och järnvägen i norr. Området har sedan diskuterats i såväl fokusgrupperna som styrgruppen innan vi kom fram till det valda BID-området.

Området har krympt från det område som Cityindex använder sig av, främst för att området kändes alldeles för stort för att kunna hanteras inom BID-processens ramar. Den

huvudsakliga gågatan mellan öst och väst är med, och området sträcker sig till nuvarande busstationen intill järnvägen i norr till älven i söder. Även parkbron är med då den är en viktig infartsled till stads kärnan.

Årets Stads kärna

Utmärkelsen Årets Stads kärna har delats ut sedan 1995 till den stad som under de närmaste föregående åren gjort störst framsteg i sin förnyelse av stadens eller ortens centrum genom samarbete mellan både offentliga och privata aktörer. Med framsteg menas att det finns ett flertal mätbara resultat av stads kärnans utveckling.

Källa: svenskastadskarnor.se/

Vägen till Årets Stads kärna

1. Gör en Quality Mark-certifiering via Svenska Stads kärnor (kostnadsfri). Certifieringen är dels ett bevis på att samverkan finns och fungerar, dels ett minimikrav för att kunna få utmärkelsen Årets Stads kärna. På plats våren 2024.
2. Skicka in en intresseanmälan till Svenska Stads kärnor med vilken stad det gäller.
3. Fyll i och skicka in en ansökan, med fokus på hur stads kärnan har utvecklats. Ansökan är ett formulär, och kan kompletteras med övrigt material (presentation, film, kampanj etc). På plats december 2025
4. Juryn – bestående av Svenska Stads kärnors styrelse med representanter från både offentliga och privata aktörer – kommer på besök under 2026, träffar nyckelpersoner i respektive stads kärna för en fördjupning av det insända ansökningsmaterialet.
5. Tre städer går till final och gör en digital populärversion av sina ansökningar. Dessa sprids till Svenska Stads kärnors medlemmar. De nominerade städerna träffar även hela juryn, och presenterar även sitt utvecklingsarbete under Svenska Stads kärnors årskonferens.
6. Juryn gör en samlad bedömning av det arbete som genomförts för att skapa ett mer attraktivt centrum i staden eller på orten. Det är processen, samverkan och resultatet som bedöms, städerna jämförs inte direkt med varandra. Vinnaren utses på Svenska Stads kärnors årskonferens 2026.

Källa: svenskastadskarnor.se/

Utbud

Handeln är samlad och koncentrerad i stadskärnan, som består av bostäder, butiker, service, kontor, offentliga platser och offentliga verksamheter. Under våren 2023 genomförde Visit Skellefteå en stråk- och butiksinventering av verksamheter i bottenplan av fastigheter inom BID-området. De 192 verksamheterna domineras av restauranger och caféer, butiker med kläder/skor/sport, skönhet/hälsa/frisör och serviceföretag (t.ex. fotograf, nyckelservice, resebyrå).

- Restauranger och caféer, 18%
- Butiker med kläder/skor/sport, 15%
- Skönhet/hälsa/frisör, 11%
- Serviceföretag (t.ex. fotograf, nyckelservice, resebyrå), 6%
- Lediga lokaler, 5%

Det finns förhållandevis få lediga lokaler, vilket givetvis är bra. I skrivande stund är det totalt 9 lediga lokaler, vilket innebär 9 lediga möjligheter för nyetableringar. Det kommer input från fastighetsägarna att det finns ett bra intresse för att etablera sig i Skellefteå, och det förs dialog med potentiella nya hyresgäster till flera av de lediga lokalerna.

1.6. Samverkansorganisation

Det har funnits en viss samverkan i Skellefteå innan BID-processen påbörjades mellan olika kommunala förvaltningar, fastighetsägare, näringslivet och Visit Skellefteå. Men Skellefteå skulle ha mycket att vinna på en starkare och mer utvecklad samverkan eftersom det skulle leda till mer förändringar och snabbare resultat. Det vore även fördelaktigt att kunna dela på det ekonomiska, då inte en enda aktör skulle behöva ta hela summan för projekt. I takt med att vi har kommit i gång med BID-processen med gemensamma platsvandringar, möten och fokusgrupper har samarbetet förtätats. Det känns som vi är på gång i helt rätt riktning. Det är otroligt värdefullt att vi har något gemensamt att arbeta kring, och vi ser fram emot att fortsätta arbeta med case och påbörja arbetet med affärsplanen.

Bara under det senaste halvåret har IKEA öppnat en planeringsstudio i Skellefteå och en ny vinbar har öppnat. Det är även på gång ytterligare en restaurang och en sportbar med nattklubb.

1.5.3. Områdets intressenter och samverkanspartners (framtida finansierare)

Områdets intressenter och samverkanspartners är Skellefteå kommun, Visit Skellefteå, Region Västerbotten, fastighetsägare, handlare, representanter för besöksnäringen, politiker, polisen, näringsidkare, föreningar, banker samt Northvolt. Ambitionen är att få med alla viktiga aktörer i processen.

Inbjudningar till möten gällande BID Skellefteå har gått ut brett till stadens aktörer och alla som velat vara med har välkomnats i arbetet. Aktörerna som deltar i arbetet ombeds att fylla i en avsiktsförklaring där ett företaget eller organisationen lovar att medverka i BID-processen med engagemang och tid. I skrivande stund har vi 13 undertecknade avsiktsförklaringar, bland annat från Skellefteå kommun och ett flertal fastighetsägare.



1.6.1. Stygrupp

Stygruppen är det styrande strategiska organet för Skellefteå BID-process. Stygruppen leds av BID-manager Maria Rautio, ansvarig för handel- och stadskärnefrågor på Visit Skellefteå. Övriga deltagare i stygruppen är större fastighetsägare (privata/kommunala), förvaltningschefer (marknadsenheten, näringslivet, kultur & fritid, samhällsbyggnad), representant från Skellefteå Handel, VD för Sara Kulturhus och VD för Visit Skellefteå. Gemensamt för alla i stygruppen är att de har mandat, är strategiskt ansvariga och sakkunniga bland stadens intressenter. De är engagerade, delaktiga och goda lyssnare. Stygruppen är rådgivare till BID-managern.

1.6.2. BID-manager & kommunikatör

BID-manager Maria Rautio, ansvarig för handel- och stadskärnefrågor på Visit Skellefteå, ansvarar för BID-processen i sin helhet. I BID-arbetet jobbar även Ethel Engman, kommunikator på Visit Skellefteå. Hennes fokus ligger på att ta fram nulägesanalysen och assistera Maria Rautio i kommunikativa behov. Calle Lundqvist, vikarie för Ethel Engman, kommer ta över kommunikatörsrollen under andra halvan av BID-processen då Ethel går på föräldraledighet, och ansvarar för affärsplanen, handlingsplanen samt assisterar Maria Rautio i kommunikativa behov.

1.6.3. Referensgrupp politiker

I den här referensgruppen ingår politiker från de olika politiska partierna inom kommunen. Tack var stort engagemang från politikerna har denna referensgrupp bildats, då de inte bör sitta med i fokusgrupperna. Gruppen är främst bollplank i processen.

1.6.4. Fastighetsägargruppen

I den här referensgruppen ingår fastighetsägare som äger fastigheter i stadskärnan. Det är viktigt att ha med fastighetsägarna i samverkansarbetet, då de skapar möjligheter och förutsättningar för näringarna. Skellefteå växer idag oerhört snabbt, vilket är både spännande och utmanande. Fastighetsägarna sitter även med i fokusgrupperna.

1.6.5. Referensgrupp ungdomar

I den här referensgruppen finns ungdomar som går gymnasiet. De kommer delta i stadsvandringar och på stormöten. Ungdomarna kommer inte vara med i fokusgrupper. Just nu har vi endast kontakt med ungdomar som går ekonomi, men jobbar på att få med ytterligare inriktningar.

1.7. Fokusområden

I BID-processen finns fem fokusområden, och inom varje fokusområde skapas en fokusgrupp. I varje fokusgrupp ingår en blandad skara engagerade människor från näringsliv, föreningsliv och kommunens förvaltningar. De fem fokusområdena är varumärket, utbud, platsen, tillgänglighet och trygghet.

Varumärket

Detta fokusområde handlar om den valda platsens identitet, profil, image och positionering. Hur ska målgruppen uppleva platsen? Vilka förutsättningar finns för att platsen ska sticka ut i mängden? Ett varumärke byggs inifrån och därför är förankring oerhört viktig så att alla delar samma kärnvärden. All kommunikation ska hänga ihop, vara logisk, långsiktig och kontinuerlig. Starka varumärken

behöver starka bevis som är fyllt av löften och trovärdighet. Det förtjänas genom långt och konsekvent arbete med att leverera det som utlovas.

Utbud

Detta fokusområde handlar om butiksmixen, aktiviteter, upplevelser och kommersiell service. Fler väljer idag att besöka en plats utifrån dess utbud, och därför behöver en attraktiv destination erbjuda ett intressant utbud. Samtidigt måste man vara realistisk och bedöma vilket utbud som är relevant utifrån platsens marknadsförutsättningar. Målet är att kartlägga det totala utbudet. Finns det någonting för alla målgrupper? Är utbudet rätt lokaliserat och är det lätt att hitta dit? Hur ser platsen ut och hur är tillgängligheten till de enskilda verksamheterna? Här gäller det att vara ärlig och realistisk i sin bedömning.

Platsen

Detta fokusområde handlar om den valda platsens funktion, utseende och utformning. Är platsen trivsamt, tillräckligt inspirerande och inbjudande till spontana möten mellan människor? Finns det möjligheter att stanna upp en stund för att njuta av solen och folkvimlet på en bänk eller uteservering? Platsen ska ha en tydlig identitet och helst erbjuda en bra mix av handel, kommersiell service, kultur- och nöjesliv. Med kreativitet och samverkan kan man med små medel prova nya fysiska mötesplatser och försköna det offentliga rummet.

Tillgänglighet

Detta fokusområde handlar om den tillgängliga och inkluderande platsen, vilket är en förutsättning för att få ett ökat flöde av kunder och besökare. Hur smidigt är det att ta sig till platsen? Kan man röra sig obehindrat på ett tryggt och säkert sätt? Finns det hinder som begränsar framkomligheten för fotgängare, rörelsehindrade eller andra funktionshinder? Finns det parkeringsplatser, var finns dem, hur fungerar kollektivtrafiken och går det att orientera sig på platsen?

Trygghet

Detta fokusområde handlar om huruvida platsen upplevs som ren, trygg och säker under såväl dagtid som nattetid. Hur ser det ut med klotter, förstörelse och förgelseväckande beteende? Hur samverkar polis, räddningstjänst, krögare, affärsidkare och andra relevanta aktörer? Renhållningen på offentliga platser är viktig, men se även till att det är rent utanför den egna fastigheten. Det är även viktigt med utsmyckning i form av blommor, växter och dekorationer till olika årets storhelger och bör ha en särskild punkt i budgeten.

2. VIKTIGA STYRDOKUMENT, FAKTA & ANALYSER



Scanna QR-koden för att snabbt komma till den digitala versionen med klickbara länkar.

Eller klicka här →

Tips!

→ och blåmarkerad text = klickbar länk (i digital version)

I arbetet med att hitta viktiga dokument har vi fått hjälp av flertal nyckelpersoner, och det har framgått att det finns några större dokument som täcker in flera områden.

Utvecklingsstrategin Skellefteå 2030 är ett sådant dokument, och även den fördjupade översiktsplanen för centrala stan. Därför finns det inte alltid specifika strategidokument, exempelvis finns ingen enskild strategi för hur gestaltningen i stadskärnan ska se ut, utan det tas istället upp i den fördjupade översiktsplanen för centrala stan. Vissa dokument har vi fått via mail, och har inte kunnat hitta igen på någon hemsida. Detta kan vi anse vara problematiskt, då det innebär att gemene man inte kan komma åt dessa offentliga dokument på ett enkelt sätt. Önskvärt hade varit om kommunens offentliga dokument fanns samlade på en sida online, där man enkelt kan söka efter specifikt innehåll.

Dokumenterna är inte rangordnade.

→ [Skellefteå kommuns vision, skelleftea.se](#) Skellefteå – En hållbar plats för en bättre vardag.

2.1. Nationella

→ [Handlingsplan Agenda 2030, regeringen.se](#)

Planen fokuserar på det nationella genomförandet av Agenda 2030, men omfattar även Sveriges bidrag till det globala genomförandet av agendan.

2.2. Regionala

→ [Regional utvecklingsstrategi 2020–2030, regionvasterbotten.se](#)

Strategin är tillsammans med regionplanen det ledande styrdokument i det regionala utvecklingsarbetet, och ska vara den guide som aktörer i Västerbotten behöver när de lägger grunden för sitt egna arbete.

→ [Strategi för hållbar besöksnäring i Västerbotten 2022–2026, regionvasterbotten.se](#)

Strategin visar ramarna för samverkan mellan offentliga, privata och ideella aktörer.

2.3. Kommunala

2.3.1. Styrdokument (strategier, planer, program, policyer, riktlinjer, avtal)

→ [Skellefteå 2030 – Strategi för hållbar samhällsomvandling, skelleftea.se](#) Skellefteås lokala utvecklingsstrategi. Antagen 2015, uppdaterad 2022.

→ [Fördjupad översiktsplan för Centrala Stan, skelleftea.se](#)

Översiktsplanen är ett vägledande beslutsunderlag för att utveckla Centrala stan och ett stöd för både enskilda fastighetsägare, handlare och kommunen. Planförslagen inklusive bilagor.

→ [Budget och plan 2022-2026, skelleftea.se](#)

I detta dokument nämns även Skellefteå kommuns styrmodell på sida 3.

→ [Planer för trafik, skelleftea.se](#)

Ett steg i riktningen mot att utveckla ett mer hållbart transportsystem. Målet är att korta resor ska ske till fots, på cykel eller med kollektivtrafik.

→ [Port of Skellefteå – Utvecklingsplan, skelleftea.se](#)

Hamnen Port of Skellefteå utvecklas för att kunna ta emot fler och större transporter för att möta behovet hos Skellefteås växande näringsliv.

→ [Bostadsförsörjningsprogram 2021 – 2025, Skellefteå kommun](#)

Historiskt sett har kommunen haft en relativt svag befolkningsutveckling, men i och med stora etableringar med behov av arbetskraft har behovet av fler bostäder ökat.

→ [Kulturmiljöprogram för Skellefteå kommun, skelleftea.se](#)

Vilka kulturhistoriska miljöer finns inom kommunen, kulturhistoriska värden i dessa samt vad som krävs för att säkerställa bevarandet av dem.

→ [Skellefteå kommuns kulturplan 2020-2023, skelleftea.se](#)

→ [Evenemangsstrategi för Skellefteå 2020-2023, skelleftea.se](#)

→ [Funktionshinderspolitisk strategi för Skellefteå kommun, skelleftea.se](#)

→ [Skellefteå kommuns folkhälsopolitiska program, skelleftea.se](#)

→ [Policy för graffiti och övrig gatukonst i Skellefteå, Skellefteå kommun](#)

→ [Policy mot klotter och liknande skadegörelse i Skellefteå, Skellefteå kommun](#)

→ [Policy för inköp- och upphandling, Skellefteå kommun](#)

→ [Policy för markanvisning, skelleftea.se](#)

→ [Buller, skelleftea.se](#)

→ [Fritidsnämndens bidragsnormer, skelleftea.se](#)

→ [Kommunens krisberedskap, skelleftea.se](#)

→ [Kommunala riktlinjer för alkoholserving, skelleftea.se](#)

→ [Lokala ordningsföreskrifter för torg-handel i Skellefteå kommun, skelleftea.se](#)

→ [Luften utomhus, skelleftea.se](#)

→ [Snö, halka och renhållning, skelleftea.se](#)

→ [Aktuella offentliga upphandlingar i Skellefteå kommun, sjalvservice.skelleftea.se](#)

→ [Underlag Samverkansavtal mellan Skellefteå kommun – lokalpolisområde i Skellefteå 2021–2025, Skellefteå kommun](#)

→ [Skellefteå 2040 – Visioner, mål och riktlinjer, skelleftea.se](#)

→ [Gestaltningssprogram för Guldtorget, skelleftea.se](#)

2.3.2. Utredningar (rapporter, inventeringar, analyser)

→ [Agenda 2030 i Skellefteå kommun](#)

Med den här rapporten vill Skellefteå synliggöra sådant som kommunen har åstadkommit i sin styrning och sina verksamheter för att få utvecklingen att bli mer hållbar.

→ [Skellefteå Performance Improvement Report 2022, Global Destination Sustainability Index](#)

Skellefteås resultat som visar destinationens styrkor och svagheter utifrån ett hållbarhetsfokus.

→ [Kartläggning: Här är ungdomar trygga och otrygga, FRIS; förebyggande rådet i Skellefteå](#)

Ungdomar i Skellefteå kommun har fått kartlägga trygga och otrygga platser i olika stadsdelar.

→ [Resa i Sverige 2022, Research One](#)

Syftet är att studera och analysera svenska resenärers vanor och preferenser kring resande i Sverige generellt, och specifika attityder och nöjdhetsnivåer kopplade till särskilda städer/platser.

→ [Scenarioanalys av framtida samhällsutveckling i Skellefteå kommun, Ramboll](#) Analysen visar tre möjliga utvecklingar till 2030 och 2040 givet idag kända investeringar.

→ [SWOT-analys, Skellefteå 2023 "Samverkan i Skellefteå centrum idag", Visit Skellefteå](#)

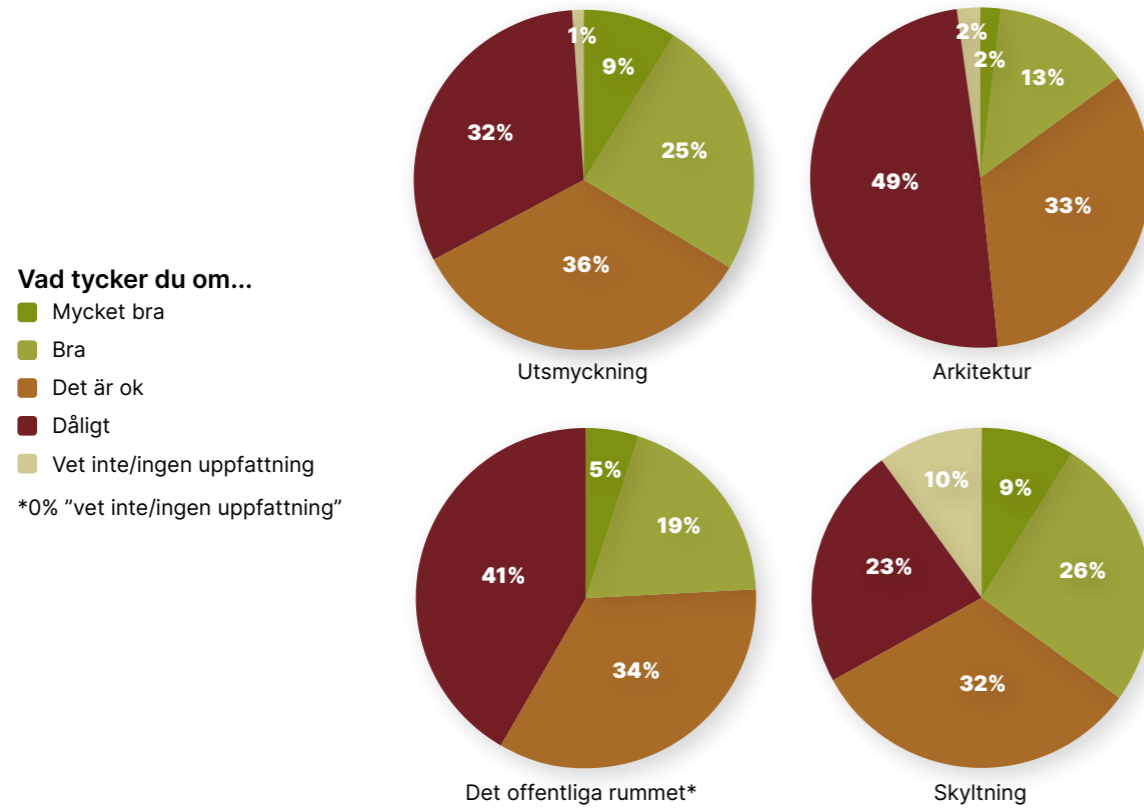
→ [Inventering av verksamheter i BID-området, Visit Skellefteå 2023](#)

→ [Koldioxidbudget 2020-2040, Skellefteå kommun](#)

→ [Luftrapport 2022, Skellefteå kommun](#)

→ [Brottsförebyggande arbete i Skellefteå centrum, Polismyndigheten](#)

3.3. Fokusområde Platsen (funktion, utseende, utformning)

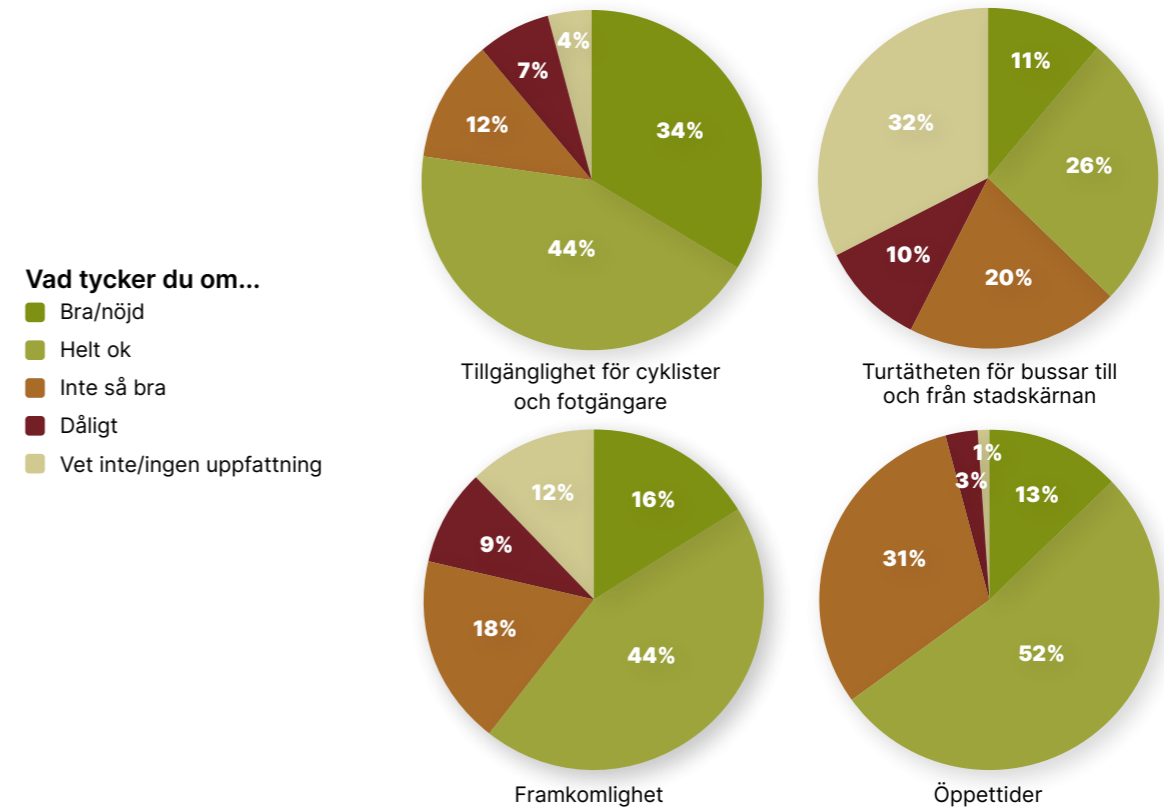


Sammanfattande kommentarer

Invånarna i Skellefteå uttrycker en tydlig längtan efter fler och förbättrade gröna ytor, och en önskan om att öka och förbättra stadens naturliga utrymmen, särskilt i stadskärnan. Torget nämns frekvent och svaren signalerar ett behov av uppräschning. "Ett mera inbjudande torg med plats för lek, upplevelser och något för ögat". Specifikt framkommer ett önskemål om fler sittplatser där invånarna kan vila och njuta av stadskärnan. Vidare finns en önskan om en mer dynamisk och pulserande stadskärna med framför allt önskemål om fler evenemang eller aktiviteter.



3.4. Fokusområde Tillgänglighet (förflyttning & framkomlighet, kommunikation)



Sammanfattande kommentarer

Invånarna i staden upplever tydliga rörlighetsutmaningar i stadskärnan. Cyklingens infrastruktur är en särskild bekymmerpunkt, med uttryckta farhågor om avsaknad eller otillräckliga cykelvägar och ställen där dessa vägar plötsligt upphör. Det finns även oro kring stadens allmänna väginfrastruktur, med problem som byggarbeten, vägvastängningar och bristfällig skyltning i stadskärnan. Centrumtillgänglighet är också en utmaning, särskilt för personer med nedsatt rörlighet. Det finns ett behov av mer frekventa bussförbindelser till och inom stadskärnan från ytterområden och specifika svårigheter runt busstationen för fotgängare nämns.

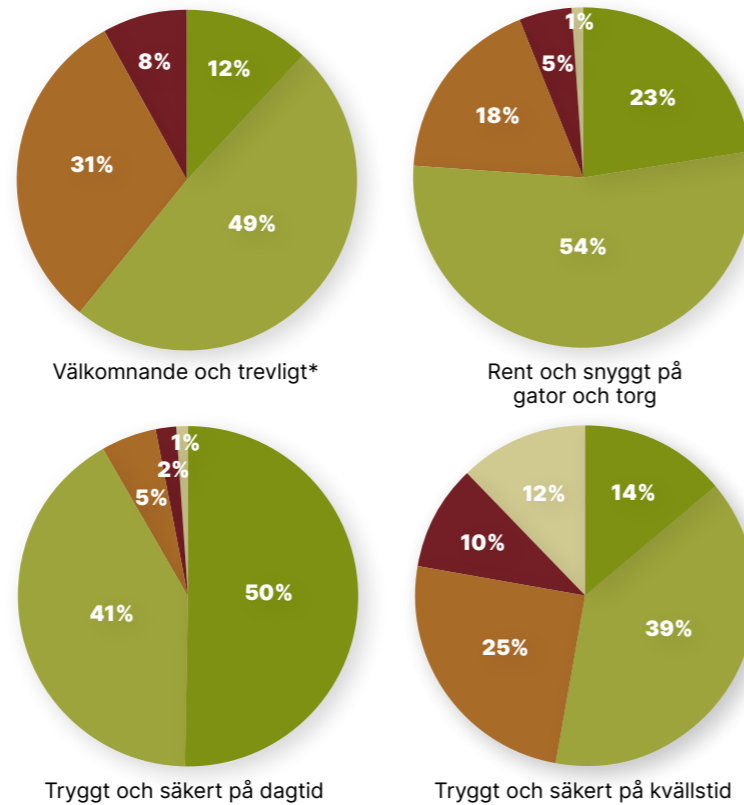


3.5. Fokusområde Tryggt (rent & snyggt, tryggt & säkert)

Tycker du att Skellefteå centrum är... ?

- Det är bra/nöjd
- Helt ok
- Inte så bra
- Dåligt
- Vet inte/ingen uppfattning

*0% "vet inte/ingen uppfattning"



Sammanfattande kommentarer

De svarande uttrycker en övervägande positiv inställning till stadskärnans renlighet och säkerhet. De rapporterar att klotter förekommer i begränsad omfattning, och att det är sällsynt med skadegörelse eller vandalisering. Dessutom noterar de att närvaron av både polis, väktare och bevakningsföretag är påtaglig och skapar en känsla av trygghet.



4. STUDIER, UNDERSÖKNINGAR & WORKSHOPS

4.1. Attitydundersökningar och enkäter

➔ **Sammanfattning av medborgardialoger**
Genomfördes av Skellefteå kommun under 2022 som en del i arbetet för att uppdatera Skellefteås utvecklingsstrategi.

➔ **Skelleftebornas synpunkter, publicerad 2016**

Flera olika genomförda dialoger som påverkat Centrala stan, fördjupad översiktsplan för Skellefteå kommun. Trots dokumentets ålder är det relevant i BID-processen, då innehållet är relevant för området och inget liknande tagits fram därefter.

➔ **Sammanfattning av dialoger och deras genomslag i Skellefteå 2030**

Genomfördes av Skellefteå kommun under 2021 och 2022.

➔ **Sammanställning av kommentarer från ungdomsfullmäktige 2022**

Dialogen fokuserades på Skellefteå 2030 och den lokala utvecklingsstrategin.

4.2. Workshops och grupparbeten

➔ **BID Steg 1, 21 mars 2023**
Workshop i fokusgrupperna.

➔ **BID Steg 2+3, 23 augusti 2023**
Presentation av fokusgruppernas stadsvandringar och arbete.

4.3. Studieresor

Studieresa till Vasa i Finland 2022

Hösten 2022 gjorde styrelse och medarbetare på Visit Skellefteå en studieresa till Vasa i Finland för att inhämta inspiration i stadsutvecklingsarbetet. Bland annat diskuterades mötesplatser i stadsmiljön med Visit Vasa och stadsförvaltningen i Vasa, där en nyligen genomförd arkitektävling för ombyggnation av torget presenterades.

Svenska Stadskärnors årskonferens i Helsingborg 2023

Maria Rautio, centrumutvecklare och BID Manager i Skellefteå, var med vid ett BID

forum på Svenska Stadskärnors årskonferens 2023 och berättade om Skellefteås pågående BID-process.

4.4. Erfarenhetsutbyte

Simrishamn kommun

Utbyte kring erfarenhet i enkätverktyget Office Forms inför framtagandet av medborgarenkäten i arbetet med nulägesanalysen.

4.5. Nätverk

Bothnian Coastal Route

Bothnian Coastal Route ska öka kännedomen om kuststrutten över Kvarken och runt Bottenviken som en attraktiv resväg för både utländska besökare och lokalbefolkning. Partnerskapet består av Kvarkenrådet EGTS (huvudansvarig och samordnande stödtagare), Kalajoki stad, Luleå Business Region AB, Uleåborgs stad/Business Oulu, Vasaregionens Utveckling Ab VASEK, Visit Skellefteå AB och Visit Umeå AB. Projektet genomförs 2023-2025.

Global Destination Sustainability Movement

Global Destination Sustainability Movement (GDSM) är ett nätverk av destinationer från hela världen med missionen att tillsammans skapa hållbara och cirkulära strategier, tanke-sätt och kompetens för en hållbar framtid. Det benchmarking- och uppföljningsverktyg som erbjuds, GDS Index, hjälper destinationerna att identifiera såväl styrkor som svagheter och gör det även möjligt att jämföra destinationer på en internationell nivå. Skellefteå har varit med sedan 2021, och arbetet leds av Visit Skellefteå i samverkan med Skellefteå kommun och besöksnäringensföretagen.

Hotellgruppen

Hotellgruppen är ett nätverk för utveckling inom besöksnäringen, med fokus på samverkan kring frågor som driver utvecklingen framåt inom branschen. Representanter för Visit Skellefteå bjuder in och planerar agendan i samråd med hotellen och campingplatser i Skellefteå.



Scanna QR-koden för att snabbt komma till den digitala versionen med klickbara länkar.

Eller klicka här ➔



Skellefteås restaurangbranschråd

Skellefteås restaurangbranschråd består av representanter för ett flertal restauranger i Skellefteå. Visit Skellefteå och representant för näringslivskontoret sammankallar gruppen som träffas några gånger per år. Ett samarbete mellan branschrådet och representanter för gymnasiet i Skellefteå har resulterat i att restaurang och livsmedelsprogrammet kommer tillbaka till Skellefteå hösten 2024.

Stadsomvandlingsforum

Mötesplats där representanter från Samhällsbyggnad Skellefteå kommun får träffa handlare och fastighetsägare för att resonera kring allt som sker i stadskärnan. Visit Skellefteå sammankallar stadsomvandlingsforumet, vi stämmer av både med näringsidkare och representanter för kommunen gällande aktuella

frågor att prata om. Visit Skellefteå sitter med vid mötena.

Svenska stadskärnor

Svenska stadskärnor är ett viktigt nätverk i arbetet med BID-processen och vägen till Årets Stadskärna. Visit Skellefteå är medlemmar hos Svenska Stadskärnor och centrumledare Maria Rautio har gått utbildningar samt deltar på möten och seminarium som Svenska Stadskärnor arrangerar.

Swedish Network of Convention Bureaus

Denna ideella förenings syfte är att Sveriges Convention Bureaus har ett gemensamt forum där man tillsammans kan driva viktiga frågor för mötesindustrin. En Convention Bureau är en icke-vinstdrivande organisation som arbetar strategiskt med destinations-



utveckling av en specifik ort genom möten. Stina Renström, Visit Skellefteå, är aktiv i föreningen och sitter med i arbetsgruppen Mötets dag.

Swedish Network of Destination Management Organisations

Ett nationellt nätverk för destinationsorganisationer och städer från Sveriges större kommuner, från Malmö i söder till Kiruna i norr. Maria Broman, VD för Visit Skellefteå, sitter i styrelsen för föreningen.

Sveriges Centrum och Platsutvecklare

Det ledande personliga branschnätverket för yrkeskåren inom centrum- och platsutveckling. Riksorganisation verkar nationellt, regionalt och lokalt i Sverige. Föreningen har en ideellt arbetande styrelse som arrangerar flera medlemsträffar per år, allt från digitala

studiebesök och webinarier till en årskonferens. Maria Rautio, Visit Skellefteå, sitter med i styrelsen.

Västerbotten Sweden

Västerbotten Sweden är ett projekt som ska arbeta för att sammanföra, kunskapshöja och exponera företag inom Västerbottens besöksnäring med inriktning på export. Projektet är ett samarbetsprojekt mellan Gold of Lapland, Visit Umeå, Visit Skellefteå och Region Västerbotten turism och genomförs 2023 till 2026.

Ett fastighetsnätverk kommer att skapas under hösten 2023 där både större som mindre fastighetsägare kommer bjudas in. Flera av de större fastighetsägarna har varit med i BID-processen sedan starten, men det blir viktigt att få med fler parter.

5. SWOT-ANALYS

En SWOT-analys är ett vanligt planeringshjälpmedel när man ska identifiera styrkor, svagheter, möjligheter och hot vid en strategisk översyn.

Styrgruppen för BID Skellefteå har genomfört en SWOT-analys som här presenteras. Fokus för analysen har varit samverkan i Skellefteå Centrum idag.

Styrkor = interna egenskaper som vi kan påverka

- Stark grundstruktur, samarbetsmässigt
- Samarbeta mellan intressenter, goda grundförutsättningar
- Delaktighet, god kännedom om vad invånarna vill ha
- Kulturen tar plats
- Mer mångfacetterade
- Bättre mig – Attraktiva centrum
- Stark tillväxt som skapar framtidstro
- BID-process
- Hänvisa mellan butiker och tar kundperspektivet inom handel
- Centrumledarfunktion för hela stadskärnan
- Visit Skellefteå viktig som facilitator mellan näringslivet och kommunen

Möjligheter = externa egenskaper som vi inte kan påverka

- Viktigt att se längre än projektet, bygga organisering med mera även längre fram
- Samordning av evenemang
- Se den större helheten
- Nyttja hela året
- Bra dialog med kommunen, men ej alltid samverkan
- Hitta nya affärsmodeller för hyressättning för att få in små quirky aktörer
- Fastighetsägarnätverk ska återuppstå
- Använd centrum som en arena för att visa upp föreningslivet

Svagheter = interna egenskaper som vi kan påverka

- Olika stora ekonomiska möjligheter att vara med
- Olika öppettider
- Kommunikation
- Samverkan över gränser/i mellanrummen blir tillfällig/punktinsatser
- Finns ingen som tar emot/samordnar önskemål om vad som ska finnas i centrum
- Samverkan blir ibland för personkopplad, eller alldeles för byråkratisk, utanför nätverk
- Lite för få resurser till samordning, för låg känsla av gemensamt ansvar

Hot = externa egenskaper som vi inte kan påverka

- Ansvar för vilka som får driva verksamheter i gatuplan
- Bristande engagemang i grupperna
- Viktigt att det finns en fungerande motor i samverkan
- Få lokala fastighetsägare (modell större)
- Omvärldsfaktorer, lågkonjunktur + e-handel
- Föreningslivet orkar inte visa upp sig/har inte resurser
- Kortsiktiga vinstintressen (vinstmaximering)
- Konkurrens
- Bakåtsträvarna under ytan, ibland världsmästare
- BID, en separat process inte integrerat med ordinarie verksamhet

6. OMVÄRLDEN & MARKNADEN



Scanna QR-koden för att snabbt komma till den digitala versionen med klickbara länkar.

Eller klicka här →

Handelns läge är under förändring, där butiker stänger och e-handeln tar större del av marknaden. Svenska befolkningen har mindre pengar att spendera i dagens ekonomiska situation, vilket visar sig i handeln. Lågprisbutikerna blir fler och andrahandsmarknaden växer.

Men trots detta går det förhållandevis bra för Skellefteå. Vår stadskärna har en stark omsättnings- och snittköpsutveckling, Skellefteå utnämns som Europas mest tillgängliga stad och det finns en positiv tillväxttro. Såväl enskilda som offentliga aktörer driver utvecklingen framåt och det byggs som aldrig förr.

6.1. Trender och utveckling

6.1.1. Coronapandemin

Pandemin har förstärkt befintliga trender hos företag, såsom digitalisering, distansarbete och ökad internetförsäljning. En undersökning från Tillväxtverket [1] 2020 visade bland annat att vartannat företag hade en minskad omsättning och lönsamhet senaste året men att antalet anställda inte hade påverkats i samma utsträckning. Störst tapp syns i hotell- och restaurangbranschen där 90% haft minskad omsättning och 53% av företagen rapporterat en minskning av antalet anställda.

6.1.2. Handel

Dagens handelsföretag utsätts för högt tryck från alla håll med en ökad e-handel, hållbar-

hetskrav, global konkurrens, krympande marginaler och högre kostnader. Fram till 2030 väntas e-handeln växa kraftigt, vilket bedöms medföra att den fysiska handelns omsättningsandel minskar från dagens 86 procent till mellan 61 och 69 procent. Butikshandeln förväntas växa starkt inom lågprissegmentet och i koncept som stärker butiksupplevelsen. Denna utveckling leder till mer spontanköp vilket är extra viktigt på platser med starka besöksflöden, många turister eller inom segment med en hög servicegrad.

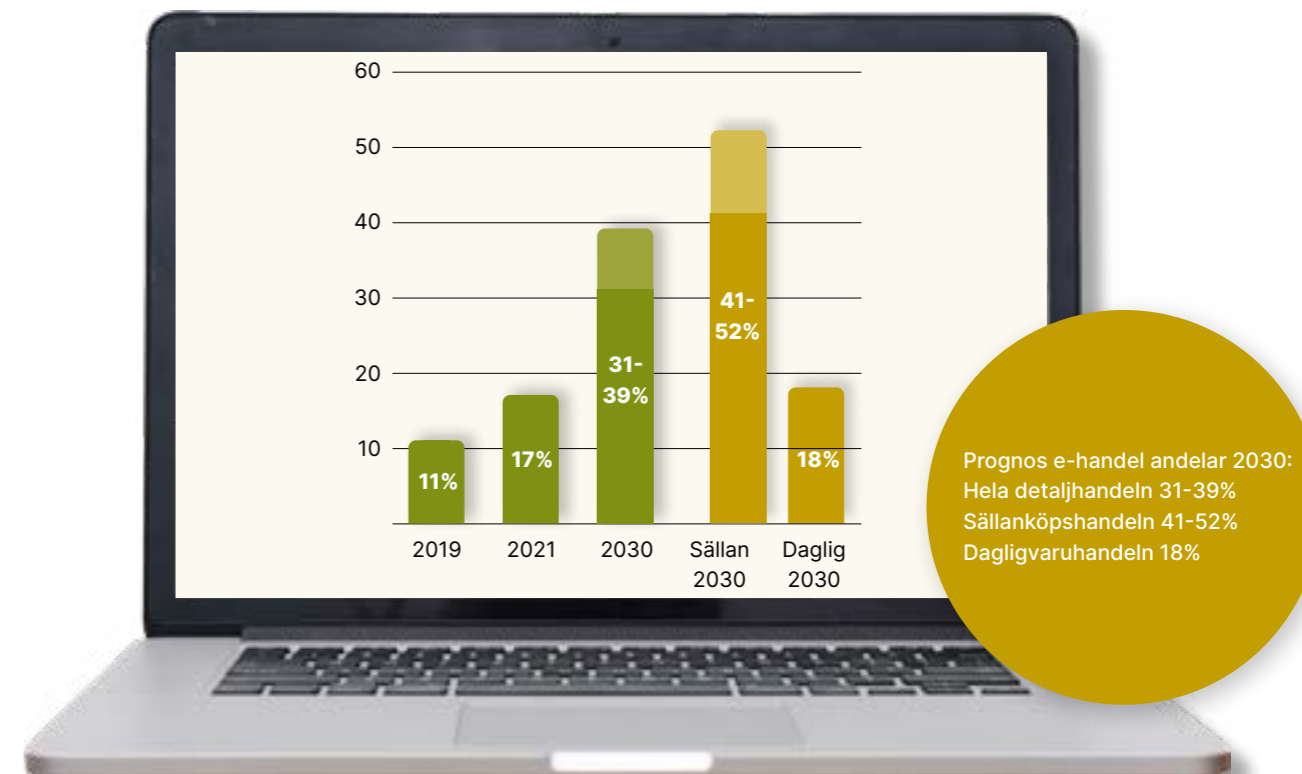
6.1.3. E-handel

E-handel är inte någon ny företeelse, men i och med coronapandemin och samhällets restriktioner har försäljningen online ökat markant. Digitaliseringen förväntas ha en omvälvande effekt på allt från konsumtionsvanor till affärsmodeller för handlare. Under de senaste åren har antalet fysiska butiker minskat betydligt. Mellan 2017 och 2021 minskade antalet butiker med nästan åtta procent, och den mest påtagliga nedgången återfinns inom sällanköpshandeln.

Samtidigt som antalet traditionella butiker minskar, har antalet företag inom detaljhandeln ökat med 12 procent mellan 2011 och 2022. Renodlad e-handel har spelat en betydande roll i denna utveckling, och antalet företag inom e-handeln har ökat med nästan 200 procent. Dessa företag stod för hela 97 procent av de nystartade företagen under samma tidsperiod. [2]



E-handelns andel av den totala detaljhandelns försäljning



Dagens handelsföretag utsätts för högt tryck från alla håll...

6.1.4. Ekonomiska problem

Den rådande situationen med geopolitiska osäkerheter, hög inflation och stigande räntor innebär en påfrestning för de svenska hushållen, vilket avspeglas i en svag framtidstro och minskad konsumtion. Bolåneräntorna ökade med omkring 3 procentenheter under 2022, vilket motsvarar 80 miljarder kronor som annars hade kunnat sparas eller spenderats. Samtidigt har handlarnas kostnader ökat och resulterat i minskade marginaler för handeln. Under 2022 minskade volymförsäljningen med 2,7 % och fjärde kvartalet var försäljningstappet det största på minst 30 år. [3]

6.1.5. Lågpristrend

Lågprishandeln har växt kraftigt under de senaste åren, och består till största delen av fysiska butiker som oftast etablerar sig i externa handelsområden. Under de senaste åren har lågprisbutiker börjat öppna även i centrala lägen. Trots en hög tillväxt under 2020 växte lågprissegmentet med 6,7% under 2021. Den ekonomiska nedgången som medfört att konsumenterna blivit mer prismedvetna tycks ha varit gynnsamt för lågprishandeln och segmentet förväntas ha god tillväxt även framöver. [4]



...en av världens 50 bästa platser 2022

Time Magazine

6.1.6. Cirkulär ekonomi

Andrahandsmarknaden har under de senaste åren växt med ökning med i snitt 11% per år under de senaste fem åren, att jämföra med i snitt 3,6% för detaljhandeln i stort. [5] Ett nytt konsumtionslandskap av cirkulära koncept har växt fram och består av allt från välgörenhetsorganisationer och kurerade kommissionsaffärer till Facebook-grupper och tjänster som säljer dina saker åt dig [6]. Allt fler detaljister inkorporerar även cirkulära koncept i sina affärsmodeller. Det finns nu alltså fler möjligheter än någonsin för de som vill handla begagnat istället för nytt.

6.1.7. Otrygghet

Otryggheten ökar i samhället, även i våra stads kärnor. Det gäller såväl den faktiska brottsligheten och den upplevda otryggheten. Detta påverkar handeln negativt, då människor drar sig för att besöka eller handla på platser där de känner sig otrygga. Andelen som känner sig otrygga i sin närmaste stads kärna har ökat från 23% till 27% nattetid, och från 5% till 7% dagtid mellan 2018 och 2021. [7]

6.1.8. Hållbarhet

I dagens samhälle tar hållbarhet stor plats i allt från grundläggande strategier på internationell nivå till privatpersoners konsumtionsmönster. Medvetenheten om hållbarhet ökar hela tiden och fler människor vill göra smarta val i sin vardag. Samtidigt följer Sverige handlingsplanen Agenda 2030 vilken sätter mål för den hållbara utvecklingen på en högre nivå.

6.2. Hur är vår position på den lokala, regionala och nationella marknaden?

Skellefteå Europas mest tillgängliga stad
Skellefteå är Europas mest tillgängliga stad, anser EU-kommissionen som tilldelar staden sitt tillgänglighetspris – i konkurrens med 42 andra städer. Priset delas ut till europeiska städer med mer än 50 000 invånare som aktivt och på olika sätt arbetar för att genomföra tillgänglighetsåtgärder för äldre och personer med funktionsnedsättning. Skellefteå fick priset 2022. [9]

Time Magazine: Worlds Greatest Places

Den amerikanska nyhetstidningen TIME har listat Skellefteå som en av världens 50 bästa platser 2022 [10], där de bland annat belyser stadens hållbarhetsarbete. "Ett fast åtagande för hållbarhet omfattar allt, från biogasdriven kollektivtrafik till den elektriska batterifabrik – en av Europas största – som ligger strax utanför staden."

Stark tillväxttro i norra Norrland

Tillväxtverkets undersökning Företagens villkor och verklighet 2023 visar att företagen i Västerbotten och Norrbottens län har en mer positiv framtidssyn än företag i övriga Sverige. Den industrialiseringsvåg som pågår just nu är en möjlig förklaring, och expansionen kan därför ha gett upphov till en optimism som gynnar det övriga regionala näringslivet. [11]

Maxa förutsättningarna för ett rikt stadsliv

Under senare år har vi sett en strukturförändring i våra städer. Utbudet har förändrats och den stora frågan kring innehållet i framtidens stads kärnor återkommer ständigt. Fastighetsägarnas rapport Cityindex Insikt 2022 [8] presenterar ett par helt nya framtidsinsikter och sex olika strategier för ett rikare stadsliv.

1. Branschbredd drar besök

En mixad stadskärna skapar fler besöksanledningar vilket driver flöden och omsättning.

2. Nischa och konceptualisera

Nischade verksamheter är framtidens handelsaktörer. Nischade koncept med en tydlig profil utgör en viktig del av det nya fysiska handelslandskapet, och spelar en stor roll för dynamiken i stadskärnan.

3. Goda grannar

En stark platssamverkan är a och o för att få ihop det allt mer varierade utbudet i stadskärnan, och för att skapa viktiga synergieffekter mellan olika aktörer.

4. Mervärden av kultur

Kultur drar inte bara flöden, det ökar även omsättningen i stadskärnan. Resultaten visar en omsättningsökning på över 4% i medelstora städer och småstäder. Dessutom bidrar kultur till liv och dynamik som skapar besöksanledningar och får besökarna att vilja stanna kvar.

5. Gör plats för utbildning

Utbildningsverksamheter i stadskärnan genererar högre omsättning och besöksflöden från såväl barn som vuxna.

6. Följ människan

Hur används platsen idag och hur upplevs den av de människor som vistas där? Att arbeta kollaborativt med de som rör sig i stadskärnan är avgörande för ett rikt stadsliv.



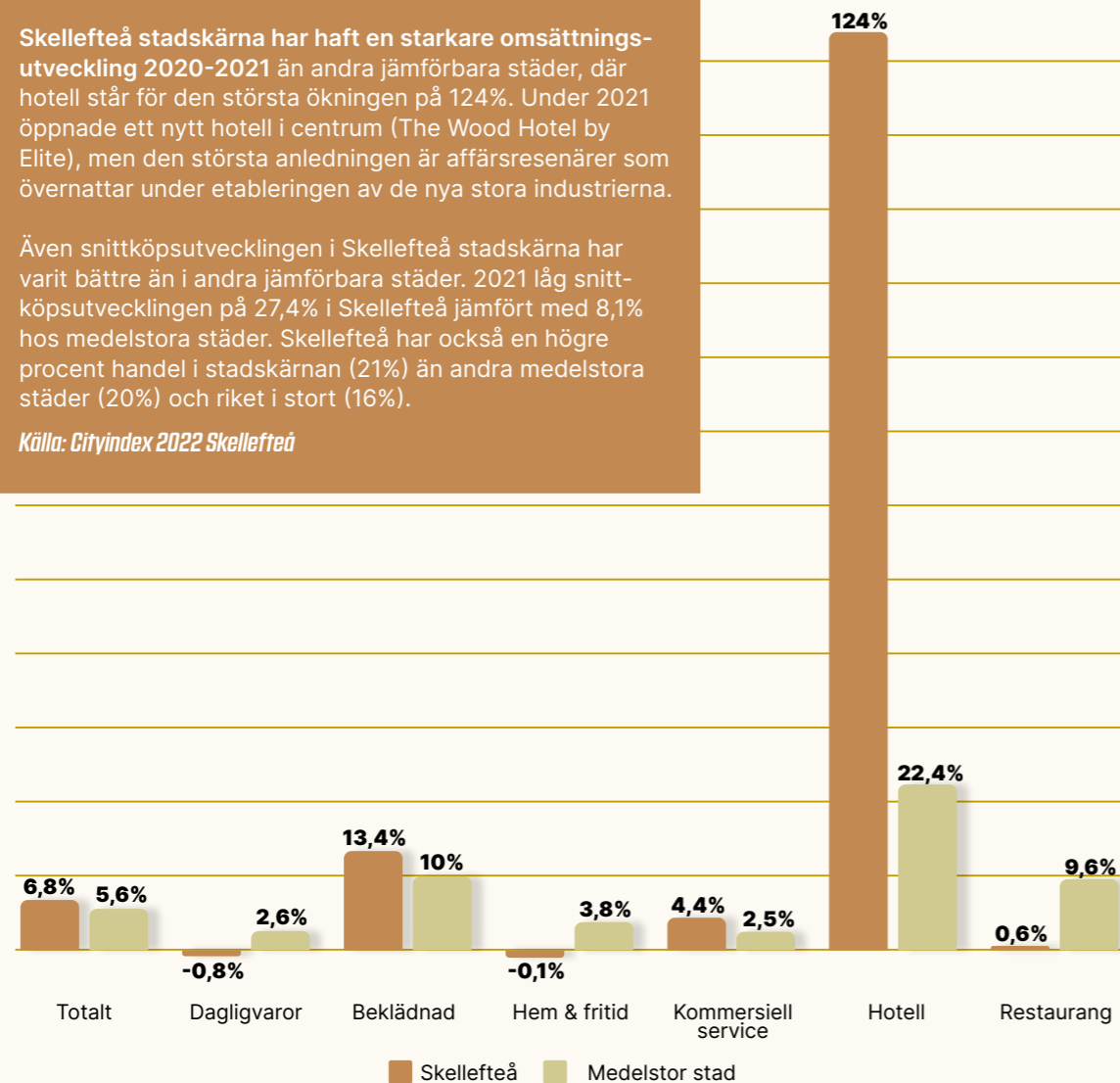
6.3. Vilken marknadspotential har vi på vår hemmamarknad?

6.3.1. Positiv omsättningsutveckling

Skellefteå stadskärna har haft en starkare omsättningsutveckling 2020-2021 än andra jämförbara städer, där hotell står för den största ökningen på 124%. Under 2021 öppnade ett nytt hotell i centrum (The Wood Hotel by Elite), men den största anledningen är affärsresenärer som övernattar under etableringen av de nya stora industrierna.

Även snittköpsutvecklingen i Skellefteå stadskärna har varit bättre än i andra jämförbara städer. 2021 låg snittköpsutvecklingen på 27,4% i Skellefteå jämfört med 8,1% hos medelstora städer. Skellefteå har också en högre procent handel i stadskärnan (21%) än andra medelstora städer (20%) och riket i stort (16%).

Källa: Cityindex 2022 Skellefteå



6.3.2. Skellefteå Turistcenter

I Sverige har många städer stängt ner sina turistbyråer. I Skellefteå har vi istället valt att växla upp och utveckla vår turistbyrå, vilken idag fyller en oerhört viktig funktion i vårt växande Skellefteå.

Skellefteå Turistcenter har en butiksdel som kontinuerligt utvecklas med produkter och souvenirer från bland annat lokala hantverkare och konstnärer. De säljer även evenemangsbiljetter och vårt lokala presentkort, och antalet kunder som handlar i butiken ökar hela tiden. Utöver detta fungerar Skellefteå Turistcenter även som en turistbyrå och har bred kunskap om hela kommunen. Skellefteå Turistcenter drivs av Visit Skellefteå, och har idag tre anställda.

6.3.3. Lokalt presentkort

Visit Skellefteå säljer sedan 2014 ett presentkort som hösten 2023 har över 100 anslutna lokala verksamheter. Presentkortet är väl omtyckt bland både Skellefteborna och anslutna verksamheter, och försäljningen har varit god sedan första början. Flera lokala företag väljer att ge bort presentkortet som sommargåva och julklapp till sina anställda.

Anslutna verksamheter är allt från butiker och restauranger till frisörer och hotell. Alla anslutna verksamheter är medlemmar hos Visit Skellefteå, och presentkortet är en stor medlemsnytta. Majoriteten av verksamheterna ligger inom Skellefteå centrum, främst för att en av anledningarna till att presentkortet skulle börja användas var att uppmuntra den lokala handeln i just centrum.



Karlgårdsbron

Under 2022 såldes presentkort för cirka 16 miljoner kronor, vilket innebär pengar som stannar kvar i vår stadskärna. Presentkortssystemet tillhandahålls av EML Payments AB.

6.4. Vad sker och vad kommer att ske i vår omgivning i framtiden?

I centrala Skellefteå byggs det som aldrig förr. En utveckling som drivs av både enskilda aktörer, näringslivet och offentliga aktörer. 2016 antog kommunen en ny fördjupad översiktsplan för stadsdelen Centrala stan med föreslagna åtgärder som gäller fram till 2030. Nu har nästan halva tiden gått och flera projekt är genomförda eller pågår – och 600 nya bostäder har hunnit byggas.^[12] Skellefteå kommun kommunicerar planerade, pågående och genomförda projekt på sin hemsida. Nedan lyfter vi några exempel på pågående och planerade projekt som är viktiga för Skellefteå stadskärna.

➔ [Projekt runt om i hela kommunen](#)

➔ [Projekt i centrala Skellefteå](#)

6.4.1. Pågående projekt

Årets Stadskärna 2026

Skellefteå ska bli Årets stadskärna 2026. Tillsammans arbetar Visit Skellefteå, Skellefteå kommun, handlare, besöksnäring, polisen,

politiker, näringsidkare och fastighetsägare för att stärka attraktiviteten i Skellefteå stadskärna.

Karlgårdsbron byggs

Karlgårdsbron ska gå över Skellefteälven vid Karlgård-Nordanå och ansluta till Södra Lasarettsvägen på norra sidan samt till Skramträskvägen via en ny väg på södra sidan. Brons placering ger ett bra flöde för bil, buss, cykel och gående vilket minskar biltrafiken genom centrumkärnan.

6.4.2. Planerade projekt

Norrbotniabanan

Norrbotniabanan omfattar en 27 mil lång kustnära järnväg mellan Umeå och Luleå. Banan ska förstärka godstrafiken på järnväg i landet samt möjliggöra persontrafik mellan norrlandskustens städer. Norrbotniabanan är viktig, inte minst för att nå målet om ett fossilfritt Sverige 2045. Det är Trafikverket som ansvarar för att planera och bygga Norrbotniabanan.

Expot SE 2026

Under 2026 kommer Skellefteå att visa upp den snabba hållbara omställningen av samhället för resten av världen i form av ett Expo, SE 26. Syftet med SE 26 är att bidra till och synliggöra Skellefteå hållbara och snabba samhällsomvandling samt utveckla kunskap och verktyg som ger avtryck i världen.



Norrbottenbanan är viktig, inte minst för att nå målet om ett fossilfritt Sverige 2045

SE 26 kommer att hjälpa oss att ge ännu större utväxling på de satsningar som görs, öka tempot i omställningen och bidra till uppfyllandet av agenda 2030. En sådan kraftsamling ger avtryck och kan bidra till att Skellefteå blir den första staden som växer hållbart på riktigt.

Utgångspunkten för SE 2026 är Skellefteå kommuns utvecklingsstrategi 2030.

Utveckling av Guldtorget

Innehållet ska bygga vidare på det vägledande beslutsunderlaget Fördjupad översiktsplan för Centrala stan där ambitionen är att torget fortsatt ska ha en flexibel utformning med plats för både större och mindre evenemang och aktiviteter året om. Fler ytor för lek med uppsikt från fler uteserveringar och offentliga sittplatser ses också som en viktig del. Även torghandeln behövs i en levande stad, och för att utveckla och förbättra förutsättningarna för den ska torghandelsstadgan ses över.

Utvecklingen av torget kan börja när omkringliggande projekt i Central stan är klara, preliminärt runt 2023-2025.

Parkbron blir bilfri

Parkbron ska bli bilfri och endast vara till för gångare och cyklister, och kommer knyta ihop norra och södra sidan av stan och göra det tryggare att gå och cykla i centrum. Vilket år arbetet drar i gång är inte klart än eftersom Karlgårdsbron behöver bli klar först. När trafiken leds om på den nya bron och Parkbron blir bilfri kommer mängden koldioxidutsläpp i stads kärnan att minska. Parkbron kommer också att få en ökad livslängd, då den inte är byggd för att klara av den ökande trafik som väntas de kommande åren.

Planer för nytt resecentrum

Skellefteå växer vilket medför ökade krav på transportinfrastruktur och logistik i kommunen. Just nu pågår planeringen för Skellefteås nya resecentrum, norr om Sara kulturhus.

Arctic Center of Energy

I Skellefteås utveckling och på väg mot målet om 90 000 invånare år 2030 har utbildning och forskning en given plats. Nu planeras det för en unik byggnad där forskare, utbildningsinstitutioner, företag och offentliga aktörer har tillgång till avancerade teknikutrymmen och framtidens energisystem. Bygget börjar 2023 och ska stå klar vid årsskiftet 2025/2026.



Resecentrum



Parkbron



Arctic Center of Energy

Fotnoter kapitel 6

- [1] → Ökad digitalisering och mer distansarbete under pandemin, tillvaxtverket.se
- [2] → Läget i handeln 2023, svenskhandel.se
- [3] → Läget i handeln 2023, svenskhandel.se
- [4] → Handeln - stadens motor, svenskhandel.se
- [5] → Läget i handeln 2023, svenskhandel.se
- [6] → Second hand tar plats i framtidens konsumtionslandskap - och skapar en ny intäktskälla för detaljister, hui.se
- [7] → Handeln - stadens motor, svenskhandel.se
- [8] → 6 tips för ett rikare stadsliv, fastighetsagarna.se
- [9] → Skellefteå Europas mest tillgängliga stad, europaportalen.se
- [10] → Skelleftea Sweden, time.com
- [11] → Stark tillväxttro i norra Norrland, tillvaxtverket.se
- [12] → Den positiva utvecklingen av Centrala stan går fort, nyhetsrum.skelleftea.se

7. MÅLGRUPPER – INVÅNARE & BESÖKARE



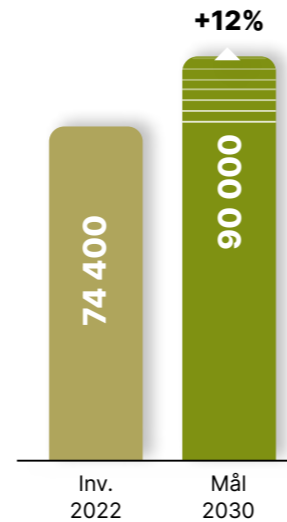
Scanna QR-koden för att snabbt komma till den digitala versionen med klickbara länkar.

Eller klicka här [→](#)

7.1. Invånare

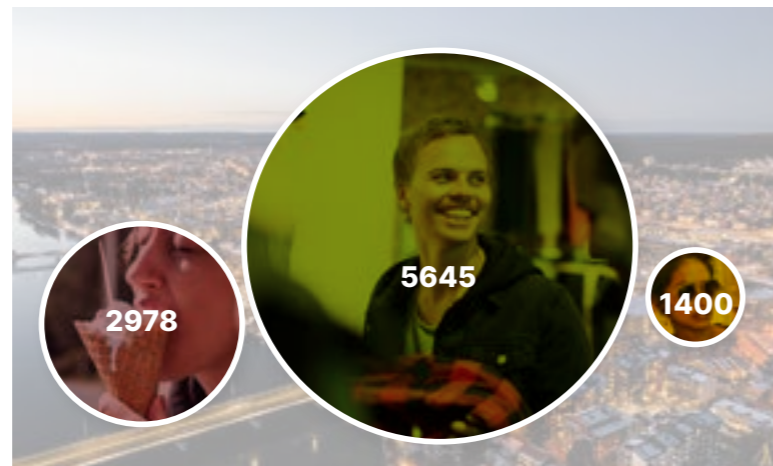
I Skellefteå kommun bor 74 400 invånare år 2022. Målet är att nå 90 000 invånare till år 2030.

Befolkningsutveckling har en central roll i stadskärnans framtida förutsättningar, särskilt för handeln. Under perioden 2005 till 2021 ökade befolkningen i Skellefteå tätort med 12%, 2% i kommunen och hela Sveriges befolkning med 16%. Skellefteå kommuns mål är att nå 90 000 invånare till år 2030, en ökning med 16 000 invånare på 8 år.

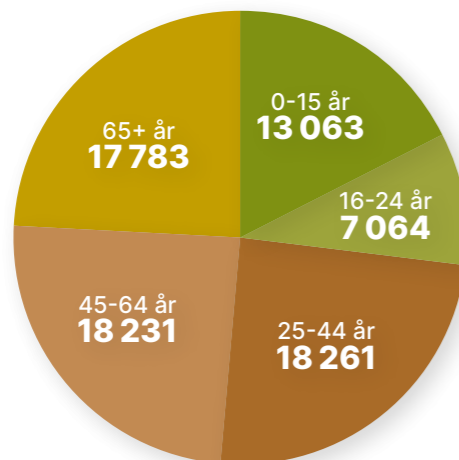


Stadskärnans befolkning

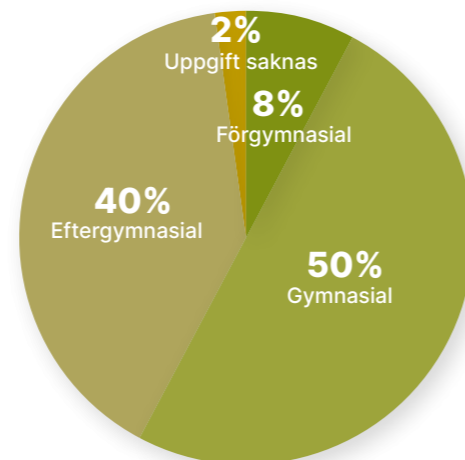
- 2978 personer bor i stadskärnan (befolkning)
- 5645 personer arbetar i stadskärnan (dagbefolkning)
- 1400 arbetande personer bor i stadskärnan (nattbefolkning)



Ålder på våra invånare (Skellefteå kommun)



Utbildningsnivå i kommunen



7.2. Besökare

Besöksnäringen i Skellefteå har haft en mycket stark utveckling de senaste åren och är en miljardindustri. 2022 landade omsättningen på nästan 1,5 miljarder kronor enligt TEM 2022 [1]. Samhällsomvandlingen och ett nytt stort hotell är starkt bidragande orsaker, men vi har sett en bra utveckling under de senaste 10 åren.

7.2.1. Året runt destination

2022 hade Skellefteå 500 000 kommersiella gästnätter enligt statistikmyndigheten SCB. Det är en ökning med hela 26% jämfört med 2019. 54% av de kommersiella övernattningsarna skedde på hotell, 43% på camping och 3% på vandrarhem eller i stugby. Utvecklingen på cityhotell har varit mycket positiv och Skellefteå har förflyttat sig från att vara en utpräglad camping- och sommardestination till att successivt bli allt mer en året runt destination.

De kommersiella gästnätterna domineras av besökare från Sverige (68%) och Norge (19%). Tyskland är tredje största marknad

med 2% av gästnätterna. Andelen internationella besökare (Norge undantaget) växer dock för varje år och vi ser en stor spridning från hela världen bland våra besökare.

7.2.2. Reseplanering

Näst efter besök hos släkt och vänner är evenemang den största reseplaneringen till Skellefteå. Evenemang är viktiga både för destinationens och stadskärnans attraktivitet. Stadskärnan behöver ett varierat utbud av evenemang, både stora och små, under hela året.

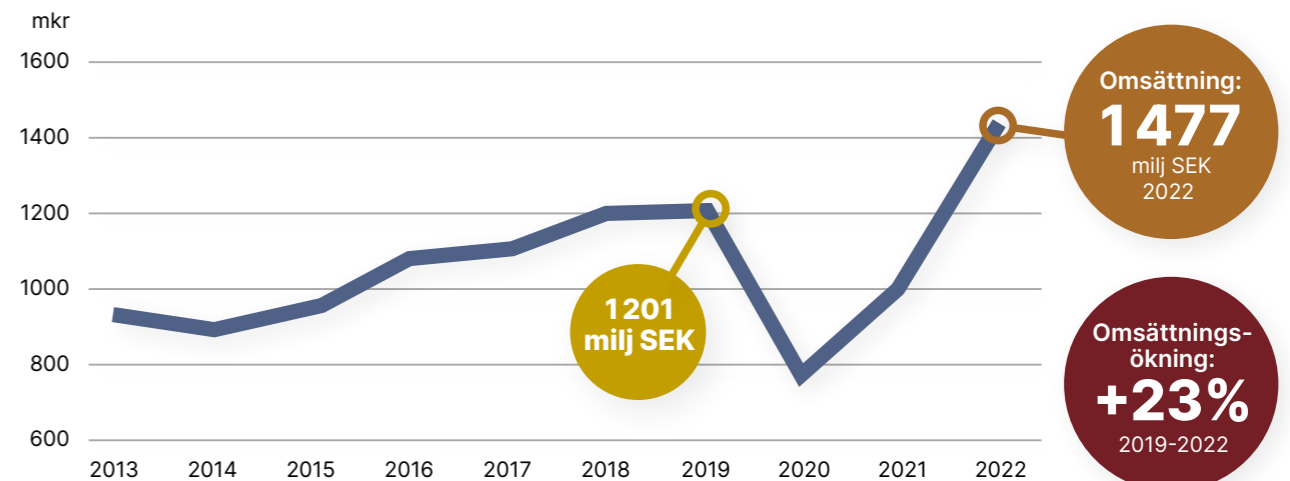
7.2.3. Ett gott värdskap

Skellefteås besöksnäring har en stor utvecklingspotential, men Skellefteå är fortfarande ett relativt okänt besöksmål, vilket Research One's undersökning Resa i Sverige visar. Undersökningen visar också att de som upptäckt Skellefteå gärna vill besöka oss igen, de upplevde en bra atmosfär, ett gott värdskap och att det var tryggt och säkert. Vidare fann man mer att önska när det gäller till exempel restaurangutbud, shopping och sevärdheter.

Besöksnäringen Skellefteå kommun 2022

525 000 kommersiella gästnätter • Totala skatteintäkter: 153 200 000 SEK

Turistekonomisk omsättning 2013-2022



Fotnot kapitel 7

[1] [→](#) Läs mer: TEM® 2022 Ekonomiska och sysselsättningsmässiga effekter av turismen i Skellefteå kommun inklusive åren 2018-2021.

8. KONKURRENSSITUATION

Det här kapitlet fokuserar på handelsindex, handeln och var besökare och invånare väljer att handla.

Konkurrenter i detta sammanhang blir därför närliggande städer som vår målgrupp kan tänkas välja istället för Skellefteå. Skellefteå centrum har generellt haft en relativt stark cityhandel, men avsaknaden av en tågstation i centrala Skellefteå märks av när det kommer till att locka inresande.

8.1. Vilka hotbilder finns?

8.1.1. E-handel

E-handeln fortsätter vara ett hot mot våra fysiska butiker. Det är enkelt att handla hemifrån, ett beteende som pandemin förstärkte. Butiker online kan även erbjuda ett större produktutbud än lokala butiker.

8.1.2. Ändrade konsumtionsmönster

Skellefteå Turistcenter har märkt att när det kommer till att boka biljetter till evenemang eller liknande planerar konsumenterna inte lika långt i förväg som de gjort förut. Biljetter säljs nu nära inpå evenemangets datum. Huruvida detta beror på att det under pandemin inte gick att tänka långt i förväg och vanan sitter kvar, eller det ökade kulturutbudet i och med öppnandet av Sara Kulturhus, kan vi inte säga. Kanske väntar konsumenten med att köpa biljetter utifall någonting bättre dyker upp.

Vi ser även ändrade konsumtionsmönster i den minskad konsumtionen som förekommer, troligtvis på grund av den ekonomiska osäkerheten som råder.

8.1.3. Avsaknaden av tågstation i centrala Skellefteå

I dagsläget är det enklast att åka bil eller buss till Skellefteå centrum om man kommer från närliggande kommuner. För de som vill resa till Skellefteå från längre avstånd är flyg det enklaste transportmedlet.

Det finns inte tåg direkt till Skellefteå, utan istället finns en tågstation i Bastuträsk och en i Jörn, bägge ungefär 50 minuters bilfärd från Skellefteå centrum. Det går bussar från Bastuträsk tågstation till Skellefteå centrum vid varje tågankomst.

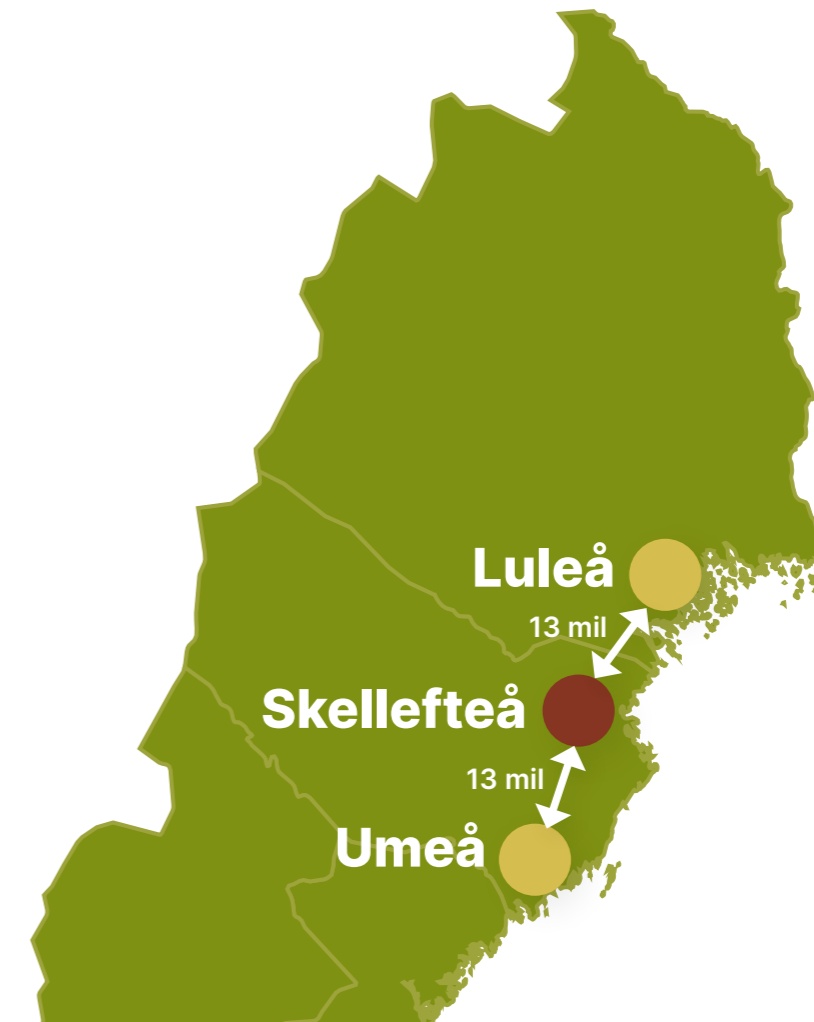
Här finns dock Västerbottens näst största flygplats, som jobbar hårt för att vara hållbar. Skellefteå kommun har, som en av de första kommunerna i landet, fattat beslutet att klimatreducera inrikes flygresor från Skellefteå Airport genom användningen av fossilfritt flygbränsle. Det finns numera också laddningsinfrastruktur för elflyg på Skellefteå Airport.

8.1.3. Personalbrist

Just nu finns det kompetensbrist i Skellefteå, vilket inte är unikt visar en rapport från Tillväxtverket [1]. 42% av små och medelstora företag i norra Norrland uppger att bristande tillgång till lämplig arbetskraft är ett stort tillväxthinder. För tillfrågande företagare i resten av Sverige är motsvarande siffra 31%.

Rapporten visar att företagen i norra Norrland uppfattat brist på rätt kompetens som ett tillväxthinder under lång tid. Utvecklingen är alltså inte ny, och kan inte heller knytas till en specifik bransch eller företagsstorlek. Visit Skellefteå har fått tydliga indikationer om kompetensbrist från restaurang, handelsföretag och besöksnäringen i stort.

Rapporten ställer sig frågan om den gröna industrialiseringen skapat undanträngningseffekter i övriga företag, men svarar sedan att det inte finns bevis på detta. Dock framgår inte om de gröna satsningarna ytterligare försvårar för små och medelstora företag. Visit Skellefteå och Skellefteå kommun har fått indikationer från flertal etableringar inom den gröna omställningen att det är svårt att hitta rätt kompetens även där.



8.2. Vilka är våra största konkurrenter och hur har de positionerat sig?

8.2.1. Luleå

Luleå ligger 13 mil norr om Skellefteå. Här finns Sveriges nordligaste tekniska universitet samt Luleå tekniska universitet. Skellefteåbor reser till Luleå för att bo på hotell och shoppa på någon av stadens tre gallerior. Det är enkelt för inresande att ta sig till Luleå, som har både en central tågstation samt flygplats.

8.2.2. Umeå

Umeå ligger 13 mil söder om Skellefteå, och är i och med Umeå universitet Sveriges femte största universitetsstad. Umeå har ett rikt kultur- och uteliv. Umeå har även ett stort utbud av shopping, inte minst med etableringen av IKEA 2016. Det är enkelt att resa till Umeå, som har både en central tågstation samt flygplats.

Fotnot kapitel 8:

[1] [Läs mer på Tillväxtverkets webbplats: "Kompetensbrist största hindret för tillväxt i norra Norrland"](#).

9. SAMMANFATTNING & SLUTSATSER

Skellefteå genomgår just nu en stor samhällsomvandling.

Nya gröna företagsetableringar leder till ett stort behov av arbetskraft, vilket i sin tur leder till ett ökat behov av inflyttare och fler bostäder. Det ökar även behovet av ett attraktivt utbud av handel, service, och fritidsaktiviteter. Skellefteå ska vara en plats dit människor vill flytta och stanna kvar, och där spelar stadskärnan en stor roll. Stadskärnan behöver vara en plats där människor vill spendera tid. Det måste vara tryggt, rent, säkert, med ett bra utbud, ett rikt kulturliv och mycket mer. Vi som bor och verkar här kan göra allt detta tillsammans, och i arbetet med BID i stadskärnan lär vi oss en ny arbetsprocess som vi kan ta vidare till andra delar av kommunen.

9.1. En levande stadskärna

En levande stadskärna är viktig för ett samhälle av flera viktiga skäl. Den är inte bara ett centrum för handel, restauranger, nattliv, upplevelser, företag och arbetsmöjligheter. Stadskärnan fungerar även som en social knutpunkt där människor från olika samhällsgrupper och bakgrunder kan mötas. Dessutom lockar en attraktiv och aktiv stadskärna turister och besökare från andra orter, vilket i sin tur gynnar stadens utveckling och välmående.

I Skellefteå behöver vår stadskärna stärkas inom alla dessa områden. Trots att vi har ett inflöde av nya invånare får vi indikationer från företag att de som flyttat hit för att arbeta inte sällan flyttar igen inom ett till två år då de saknar ett tillfredsställande liv utanför arbetsplatsen. Det är svårt att veta vad som händer, var det händer och hur man tar sig dit. Det är inte bara för nyinflyttade som detta är ett problem, utan samma sak kan sägas om ungdomar som växt upp här. Skellefteås stadskärna behöver stärka sin attraktivitet för att få människor att vilja stanna kvar på platsen.

Här är BID rätt väg att gå för Skellefteå. Vi har kommit en bit in i processen, och engagemanget är stort bland de deltagande. De sprider ordet och lockar in fler i arbetet. De

deltar i möten med stort engagemang och idéerna sprutar. I skrivande stund har några snabba case hunnit genomföras, och fler är på gång. En vilja till samverkan syns i fokusgruppernas arbete, där förslag på aktiviteter involverar ett flertal aktörer och fokusområden. Vi ser framemot det fortsatta arbetet med bruttolistor som fokusgrupperna tar fram i skrivande stund, och självklart genomförandet av dessa.

9.2. Utmaningar och samverkan

De kommande åren innebär både möjligheter och utmaningar för Skellefteå. Skellefteå har satt ambitiösa mål om att nå 90 000 invånare år 2030 och 100 000 invånare år 2040. Denna snabba tillväxt ger oss möjligheten att dra nytta av de stora möjligheter som de senaste årens satsningar inom industrin har medfört. Med hjälp av dessa möjligheter kan vi skapa en långsiktigt hållbar utveckling för staden. Hur kan staden utvecklas hållbart samtidigt som vi värnar om förtroende, trygghet och andra värden som värderas högt? Hur kan vi snabbt svara på nya behov utan att förlora fokus på människors vardagliga behov? En bred uppslutning och en gemensam bild av att förändring behövs har varit och fortsätter att vara en nyckelfaktor för Skellefteås utveckling. När politiken, näringslivet, den offentliga sektorn, föreningslivet och alla andra som bor och verkar i kommunen samarbetar, blir vi också kraftfulla i förändringen.

Det handlar till stor del om att förstå att förändring är både möjlig och nödvändig, och att ha en öppen dialog om hur vi vill att denna förändring ska se ut. Samarbete, medskapande och förändringsförmåga är våra styrkor som vi bör fortsätta att utveckla. När vi agerar tillsammans kan vi nå långt. Här är BID en kraftfull modell som vi bör ta med oss i arbetet framåt på fler orter och platser i kommunen.

Det händer mycket i Skellefteå på kort tid, och det kommer naturligtvis att påverka alla. Men det är just denna mångfald av perspektiv och kompetenser som behövs för att driva staden framåt. Alla är viktiga och har en roll att spela i denna spännande resa.



Bilagor

1. Avsiktsförklaring BID Skellefteå, Visit Skellefteå
2. Sammanställning av enkäten "Hjälp oss utveckla Skellefteå centrum", Visit Skellefteå



SKELLEFTEÅ

➔ www.visitskelleftea.se/sv/bid-skelleftea