



# OMVÄRLDS- OCH TRENDSPANING: FRAMTIDENS STADSKÄRNA

## ***MEDVERKANDE KONSULTER***

**Klara Bäckström**

+46 70 245 92 55

[kb@futureplaceleadership.com](mailto:kb@futureplaceleadership.com)

**Marcus Andersson**

+46 70 867 36 34

[ma@futureplaceleadership.com](mailto:ma@futureplaceleadership.com)

**Future Place  
Leadership™**

C/O Norrsken House  
Birger Jarlsgatan 57 C  
113 56 Stockholm  
Sweden

[www.futureplaceleadership.com](http://www.futureplaceleadership.com)

# INNEHÅLLSFÖRTECKNING

## **UTGÅNGSPUNKT..... 4**

- Stadskärnans historiska utveckling och roll 5
- Malmös stadsutveckling – en tillbakablick 8
- Malmös förutsättningar 12
- Malmös utmaningar 15
- Viktiga strukturer för en levande stadskärna 16

## **FALLSTUDIER ..... 23**

- Utrecht, Nederländerna 24
- Manchester, England 26
- Rotterdam, Nederländerna 28
- Ljubljana, Slovenien 30
- Linköping, Sverige 32
- Köpenhamn, Danmark 34
- Helsingborg, Sverige 36
- Lärdomar och medskick 39

## **FRAMTIDSSPANING..... 40**

- Samhällsförändringar 41
- Stadskärnan i framtiden – vad kommer vara viktigt? 43

## **REFLEKTION..... 51**

- Hur påverkas Malmös stadskärna? 52

## **REFERENSER..... 54**

# UTGÅNGSPUNKT

---

En övergripande historisk beskrivning av stadskärnans utveckling och roll generellt, och specifikt i Malmö.



# STADSKÄRNANS HISTORISKA UTVECKLING OCH ROLL

## **1800-1850**

Under 1800-talet hade städerna inte mer än några tusen invånare och bebyggelsen sträckte sig oftast bara några kvarter bort från torget och huvudgatan. Efter sista huset började den landsbygd där mer än 95 % av landets befolkning bodde, medan städerna tillhandahöll bl.a. exportvaror, finare hantverk, sjukvård och statlig administration. Den förindustriella staden utgjorde en viktig samlingspunkt för människor inom och i dess omgivning. Utvecklingen av staden och stadslivet skedde genom handelsplatsen som även fungerade som mötesplats. Det var även en plats för rättskipning och rådslag, samt sociala och kulturella aktiviteter som ceremonier, fester och ritualer. Staden var en offentlig miljö, där människor kunde röra sig relativt fritt – därmed kom handelsplatsen med tillhörande aktiviteter att få karaktären av en social och fri arena i staden och kom att utgöra den centrala mötesplatsen för människor.

## **1850-1950**

Industriestaden karaktäriseras främst av en stor urbanisering med inflyttning från landsbygden till staden för arbete. I och med industrialiseringen ökade antalet fasta försäljningsställen, och bodar och hus blev till butiker. Handel och därmed stadsliv ägde rum på både gata och torg, samt inom den befintliga bebyggelsen runtomkring. Entréer till butiker, med

trappor och skyltfönster, kom att utgöra sociala träffpunkter och fungerade även som nyhets- och skvallerplatser. Det tillkom även nya mötesplatser i centrum under denna tid som var avsedda för konsumtion: framväxten av varuhuset var positivt ur den aspekt att det möjliggjorde för kvinnor att själva besöka en offentlig plats, utan mannen som sällskap. Men i takt med att varuhuset blev centralpunkten i staden började de små omkringliggande butikerna få det tufft.

## **1950 - 1970**

Under hundra år av industrialisering och urbanisering var stadskärnorna stadens mittpunkt, men i samband med modernism och massbilism på 1960-talet ändrades idealen och förutsättningarna. Stora delar av stadskärnan (ibland upp emot 80% av bebyggelsen) revs till förmån för motorleder, parkeringshus, varuhus, kontorskomplex och moderna bostadshus. Mer lättillgängliga handelsområden efterfrågades när bilismen och invånarantalet ökade och städerna blev trängre. Förorter som byggdes som satellitstäder fick egna mindre centrum med enklare service. Under 1950-talet fanns det en ansenlig mängd närbutiker i Sverige men i takt med att snabbköp och stora varuhus började dyka upp under 1960-talet stängde många av dessa igen. Varuhusens nya konsumtionsmiljöer med t ex självbetjäning innebar en social och kulturell förändring i form av frihet för

konsumenten, och varuhuset blev en förlängning av det offentliga rummet. Att gå i butiker blev en självklar aspekt utav att gå i staden. Samtidigt gav ökningen av bilanvändandet upphov till en ny distribution av varor och innebar en förändrad struktur för många stadskärnor med bredare gator och större butiksvolymer, och kommersiella grundprinciper följdes till förmån för de sociala.

## **1970**

På 1970-talet ändrade trafikplaneringen inriktning. Trafiken började dras runt stadskärnorna istället för genom dem och gågator anlades i flera städer. Samtidigt fylldes städernas gator och torg av ungdomar som utövade sin demokratiska rätt att demonstrera, mötas och organisera sig i samhällsfrågor. Det stora engagemanget resulterade i ett mer levande stadsrum med tillfälliga aktiviteter, fester och senare även festivaler. Det offentliga rummet blev alltså i större utsträckning alla medborgares vardagsrum.

I städernas utkanter var tillgången till mark relativt god och markpriserna låga. Tillsammans med det ökande bilresandet bidrog detta sammantaget till etableringen av externa handelsplatser utanför stadskärnorna. Detta resulterade i att handeln i centrum började stagnera, och att dess roll som central mötes- och handelsplats minskade i betydelse. Strukturerna i de nya shoppingmiljöerna

påverkade människors uppförande och möjlighet till möte, då de blev mer slumpartade, kortvariga och mindre rituella. I staden togs centrum i bruk på annat sätt än tidigare, människor lämnade samhörigheten i bostadskvarter mot centrum som mötesplats.

## 1980

I takt med att detaljhandeln minskade i stadskärnorna (medan den totala försäljningen ökade genom externhandeln) väcktes under 1980-talet en oro kring stadskärnornas framtida handel. Denna visade sig vara befogad när cityhandelns omsättning i flera städer minskade med 10–20 %. Detta ledde till en ny profilering för stadskärnans handel som riktade sig mer till shopping- och livsstilsvaror, medan externhandeln mer fokuserade på daglig- och lågprisvaror. På grund av den hårda konkurrensen började aktörer i stadskärnan starta initiativ för att göra miljön mer attraktiv för att locka kunder, vilket har kommit att kallas det "stora lyftet" med bland annat gallerior.

## 1990

De centralt belägna varuhusen minskade i antal med cirka två tredjedelar under 1980- och 90-talen, medan gallerierna ökade i antal. Utöver den växande konkurrensen från externa köpcentrum innebar den finansiella krisen i början av 1990-talet ett hårt slag mot de svenska stadskärnorna och utvecklingen har sedan dess i ökad utsträckning kommit att drivas genom medvetna strategier i samverkan mellan stadskärnornas aktörer.

## 2000–

Mellan åren 2011-2017 minskade antalet fysiska butiker i Sverige med 5000, vilket motsvarar nästan var tionde butik. Samtidigt utvecklades e-handeln kraftigt, till en början främst sällanköpsvaruhandel men även dagligvaruhandel började ta fart under slutet av 2010-talet, och sköt i höjden under pandemin. Från 2010 till 2018 ökade e-handelns omsättning med mer än 300 procent, och år 2018 var butiksförsäljningens tillväxt inom sällanköpsvaruhandeln för första gången negativ.

På grund av Covid-19-pandemin dalade besöksflödena i stadskärnorna. Mellan mars och december 2020 låg besöksnivån i snitt på 62 % jämfört med motsvarande period 2019. Restriktionerna ledde till nya vanor och en förändrad livsstil. Statistik för 2022 visade att stadskärnorna hade lockat tillbaka många besökare men att drygt var femte ännu saknas. För att kunna bevara det sociala livet i städerna och behålla dess funktion som mötesplats har fokus på att arbeta med faktorer som stärker städernas attraktivitet och motståndskraft ökat.

### KÄLLOR:

- Bergman, B. (2003) *Handelsplats, Shopping, Stadsliv: En historik om butiksformer, säljritualer och det moderna stadslivets trivialisering*
- Wahlström, A. (2018) *Den nya kärnan i en levande stad – En studie kring stadslivets utmaningar och framtidsutsikter i relation till detaljhandelns utveckling*
- Andersson, J. (2012) *Möjligheter att mötas*
- Vägverket (2007) *Den goda staden: Stadskärneutveckling – processer och arbetssätt*
- Svensk handel (2022) *Handeln – Stadens motor*
- Postnord (2022) *E-barometern*
- HUI (2022) *Bokslut över pandemin*

1864-1869.

J. ALTHÉN'S  
SKRÄDDERI - AFFÄR  
Östergatan 12

GRAND RESTAURANT HIPPODROMEN  
ELEGANT, FÖRSTKLASSIGT.  
ATSALAR & BILLARDER



GUST. WOLKE  
VIN- &  
SPIRITUOSA AFFÄR  
Rekommenderas D.C.L.  
WOLKES CALORIC  
BOUTELLEAU COGNAC

BOUTELLEAU  
COGNAC



CHRISTENSON & CO. SKYLTFABRIK  
DJEKNEGATAN 4  
TELEFON 1307

ANNONSERA GENOM GUMELLI ANNONSSBYRA

KÖP  
ELMOVIST'S  
HANDSKAR  
SKOMAKAREGATAN 16.

REIJMYRE  
GLAS  
ÄR FINAST

Ö HAMNGATAN 2 MALMÖ

MALMÖ BILLIGASTE  
MANUFATUR- &  
KAPP-AFFÄR  
Florentin Steneberg  
HÖRNET AF SÖDER- &  
SKOMAKAREGATORNA

ÉTAGE

# MALMÖS STADSUTVECKLING – EN TILLBAKABLICK

## **1400-1600**

Malmö hade sin storhetstid som betydande köpmansstad och handelscentrum i Öresundsområdet och fortsatte att växa sig stark fram till 1600-talet då staden genomgick en stor nedgång.

## **1600**

Vid Roskildefreden år 1658 blev Skåne svenskt och Malmös position försvagades drastiskt. Öresund verkade inte längre som en viktig länk, utan som en skarp gräns mellan Sverige och Danmark. Malmö tappade sin position som handelscentrum och förvandlades till en garnisonsstad med förstärkta fästningar, murar och vallgravar.

## **1700**

Tobaksindustrin har varit avgörande för Malmös industriella historia. Under 1700-talet tjänade Frans Suell d.ä. stora pengar på att producera tobak och finansierade stora delar av arbetet med den nya hamnen. Västra hamnens historia börjar med utbyggnaden av den befintliga hamnen år 1775, vilket lade grunden för omvandlingen från handelsstad till industristad.

## **1800**

Vid slutet av 1700-talet startade de första industrierna i Malmö, där textilindustrin var en av de största, och där nu även kvinnor kunde arbeta från mitten av seklet. Människor från landsbygden sökte sig in till städerna för arbete och stadens befolkning ökade. Nya industrier krävde fler arbetare vilket i sin tur ökade behovet av bostäder i nära anslutning till arbetsplatsen och arbetarstadsdelar växte fram på Kirseberg, vid Lugnet och på Möllevången.

Kockums Mekaniska Verkstad grundades 1840 och utvecklades till ett av världens främsta skeppsvarv. Expansionen fortsatte i över hundra år och vid mitten på 1900-talet var Kockums Malmös största industri.

## **1900-1920**

Malmö fortsatte växa och blev Sveriges tredje största stad – en industristad med fokus på hamnen och handeln. Axeln för Malmös redan då långsträckta stadskärna vreds från att gå i öst-västlig riktning till en nord-sydlig i samband med järnvägen.

Under den Baltiska utställningen 1914 visade de dåvarande Östersjöstaterna det främsta inom nya industriprodukter. Konstavdelningen var den största som anordnats i Norden.

## **1930**

Depressionen och den ekonomiska krisen som drabbade världen påverkade även Malmö och dess industrier, vilket ledde till hög arbetslöshet.

## **1940-1950**

Efter andra världskriget fick industrierna ett rejält uppsving och Malmö gick in i en guldålder. Arbetskraftsbristen som nu rådde löstes med import av arbetskraft från södra Europa samtidigt som allt fler kvinnor började arbeta på heltid.

Centrums förflyttning söderut förstärktes genom tillkomsten av Triangeln. Gustav Adolfs torg som tidigare varit "busstorg" blev allt viktigare som mötesplats, medan Möllevångstorget fick en ökad betydelse och ersatte Stortorget som handelstorg för lokala produkter.



## 1960

På 1960-talet nådde Malmö sin peak: befolkningen ökade och industrin blomstrade i staden som sågs som ett ledande tillväxtcentrum. Industrin kännetecknades av storskalig produktion av konsumtionsvaror och ett antal storföretag som staden var starkt beroende av. Kockums mekaniska verkstad var stadens stolthet och var den största arbetsgivaren med ett av världens största varv.

I generalplanen 1966 fastslogs att Malmö skulle vara en flerkärnig stad för att avlasta centrum. I planen föreslogs totalt fem centrum, som utöver stadskärnan inkluderade Limhamn, Hyllie, Rosengård och Burlöv.

Under denna tid ökade bilismen och Malmös första externa handelscentrum öppnade 1968.

## 1970

Industrin i staden fortsatte att utvecklas fram till den världsomfattande oljekrisen på 1970-talet, då ett stort antal industrier tvingades läggas ner och många arbetstillfällen försvann. Med detta förändrades också befolkningsstrukturerna drastiskt.

Flera externa handelsområden byggdes i utkanten av Malmö under 1970-talet och började utarma centrum. Även de grannskapsenheter som hade fått lokala handelstorg som redan från början hade svårt att överleva fick det nu ännu svårare. Bilismen började ses som ett problem och 1978 gjordes Södergatan, Baltzarsgatan och Skomakaregatan om till gågata.

## 1980

Avindustrialiseringen nådde sin kulm 1986. Som följd av oljekrisen gick västvärlden in i en lågkonjunktur. Avindustrialiseringen och ökade kostnader på grund av hög arbetslöshet medförde att kommunens ekonomi började dala. Kommunens skattekraft minskade dessutom successivt, delvis på grund av en förändrad befolkningssammansättning: Malmö hade förlorat cirka 30 000 av stadens mest välbeställda invånare till nybyggda villaområden i kranskommunerna under 70-talets "gröna vågen", samtidigt som kommunens flyktigmottagande nu började öka.

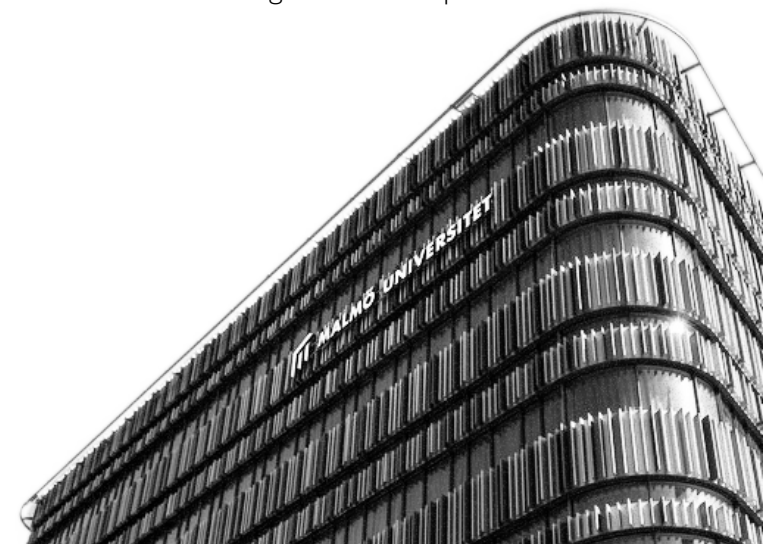
## 1990

Under tidigt 1990-tal kom människor från alla världens hörn till Malmö och möttes av en arbetsmarknad och ekonomi på nedgång. Det var svårt för nyanlända att ta sin in på arbetsmarknaden och ett utanförskap och boendesegregation formades. Staden delades upp mellan de västra delarna som behöll sin etniska och klassmässiga enhetlighet, och de södra och östra delarna som utvecklades till att bli mer mångkulturella.

I valet 1994 tog socialdemokraterna åter makten i Malmö och stod nu inför ett flertal viktiga och strategiska beslut, och var fast beslutna om att ta staden ur den svåra kris man befann sig i. Kockumsområdet i hamnen hade legat öde sedan 1991 och planer började läggas för byggande av bostäder och en högskola i hamnområdet. 1995 tog Kommunstyrelsen initiativ till ett omfattande visionsarbete som kallades "Malmö 2000" som skapades för att inge hopp om en ljus framtid för

staden. Särskilt viktiga frågor i visionsarbetet och den efterföljande översiktsplanen var att skapa goda expansionsmöjligheter för näringslivet, att slå vakt om och utveckla Malmös stadskvaliteter, att förbereda Malmös nya roll i Öresundsregionen samt att ta ett steg på vägen mot ett långsiktigt hållbart samhälle. I visionen väcktes även idén om "kunskapsstaden Malmö" där den planerade nya högskolan och området i Västra hamnen sågs som viktiga flaggskepp i skapandet av den "nya staden". Visionerna och planerna i översiktsplanen för Malmö 2000 var tydliga: staden skulle byggas upp på nytt efter krisen, detta genom nya bostadsområden, mötesplatser och verksamheter samt spektakulär arkitektur – och på så sätt binda samman stadens alla delar och människor. Det fanns även en vilja att stärka centrum igen och 1995 bildades Malmö Citysamverkan.

Föreställningen om Malmö som industristad var djupt rotad bland många, men det fanns inte längre några realistiska möjligheter för staden att konkurrera på marknaden för arbetsintensiv industri. Malmö högskola invigdes i september 1998 med orden "Här tar vi steget in i kunskapssamhället".





## **2000**

Öresundsbron började byggas 1995 och stod klar för att tas i bruk år 2000.

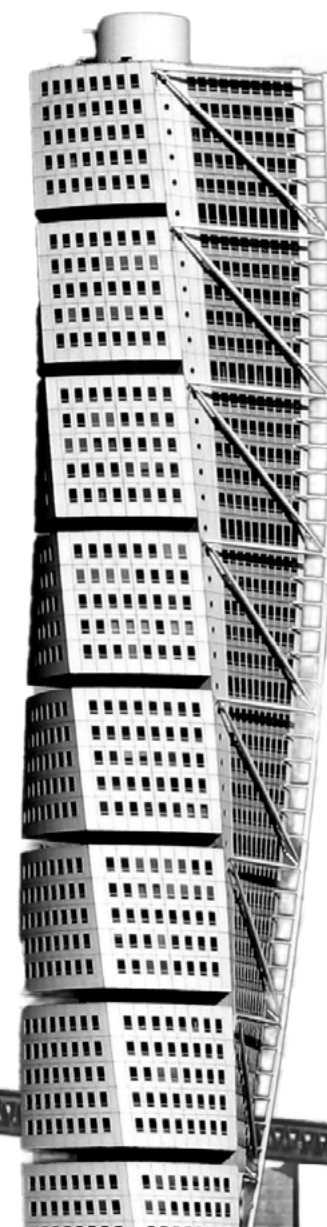
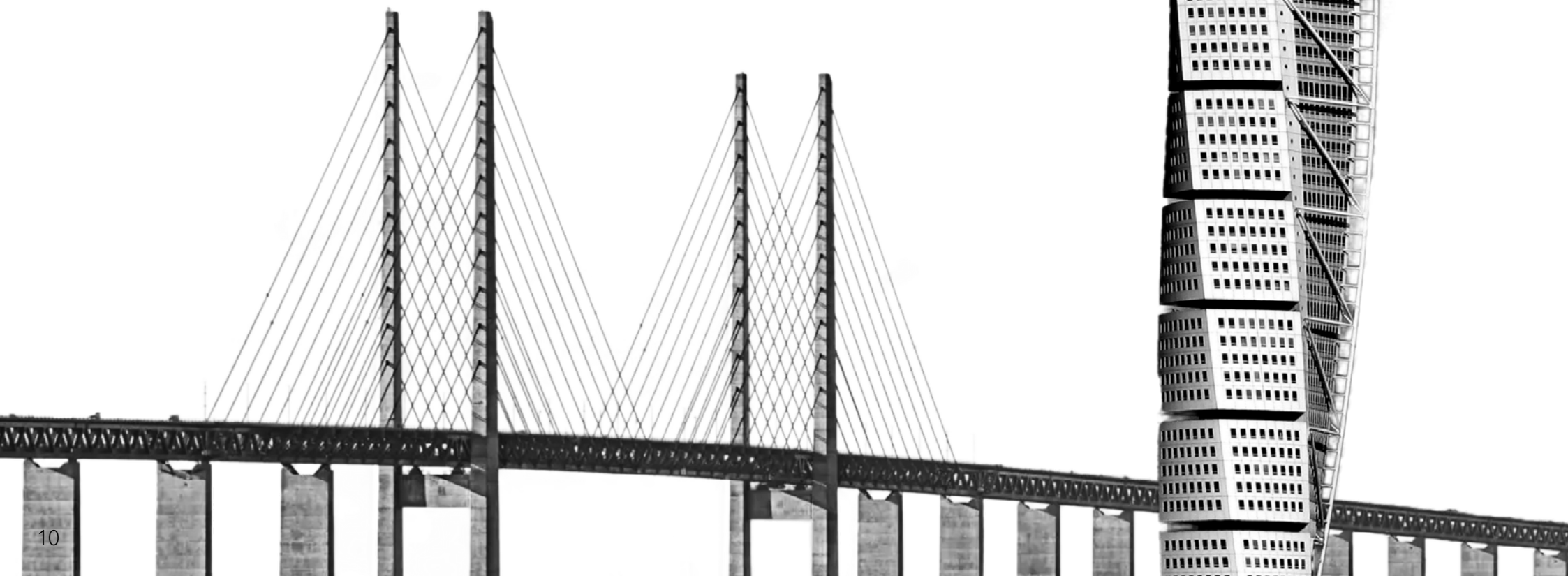
Under 2001 påbörjas byggandet av stadsdelen Västra hamnen i och med bomässan "Bo01" som skulle visa på Malmös omorientering från industristad till miljö- och kunskapsekonomi genom ett internationellt ledande exempel på miljöanpassning av tät stadsbebyggelse. Bara några månader innan mässan öppnade togs det första spadtaget för Turning Torso.

Kockumskranen, som hade ett stort symbolvärde för staden, och berättade om en storslagen industrihistoria, monterades ner 2002 och fick lämna plats för nya identitetsmarkörer och berättelser om Malmö, såsom Öresundsbron och Turning Torso.

## **2010**

År 2008 invigdes Malmö Arena i Hyllie och fyra år senare, år 2012, slog även det nybyggda köpcentret Emporia upp dörrarna precis intill.

Även köphuset Entré vid norra motorvägsinfarten till Malmö hade invigts 2009 och detta, tillsammans med Emporias etablering och den utbyggnaden av Mobilia 2013, innebar att handelskostymen blev för stor för staden.



Citytunneln öppnade för trafik i december 2010 och vid Triangeln byggdes en helt ny station med uppgång åt två håll. Innerstaden som redan innan varit långsträckt drogs ännu längre söderut.

År 2012 påbörjades bygget av Malmö Live – ett nytt stadskvarter och kulturhub på Universitetsholmen – med hotell, kongress och ett nytt konserthus. Malmö Live har sedan invigningen 2015 blivit en viktig mötesplats och attraherar många besökare.

I januari 2018 blev Malmö Högskola universitet.

## 2020

Pandemin hade stor påverkan på arbetsmarknaden i Malmö under 2020. Varsel, uppsägningar och konkurser kombinerat med färre nya jobb medförde att grupper som redan tidigare stod långt från arbetsmarknaden fick det svårare. Arbetslösheten i Malmö ökade och unga vuxna och utrikesfödda drabbades hårdast.

Under 2020 har Malmö stad arbetat för att få till stånd en framtida Öresundsmetro mellan Malmö och Köpenhamn. Alla förutsättningar för tunnelbygget Fehmarn Belt (mellan Danmark och Tyskland) blev också klara under hösten 2020.

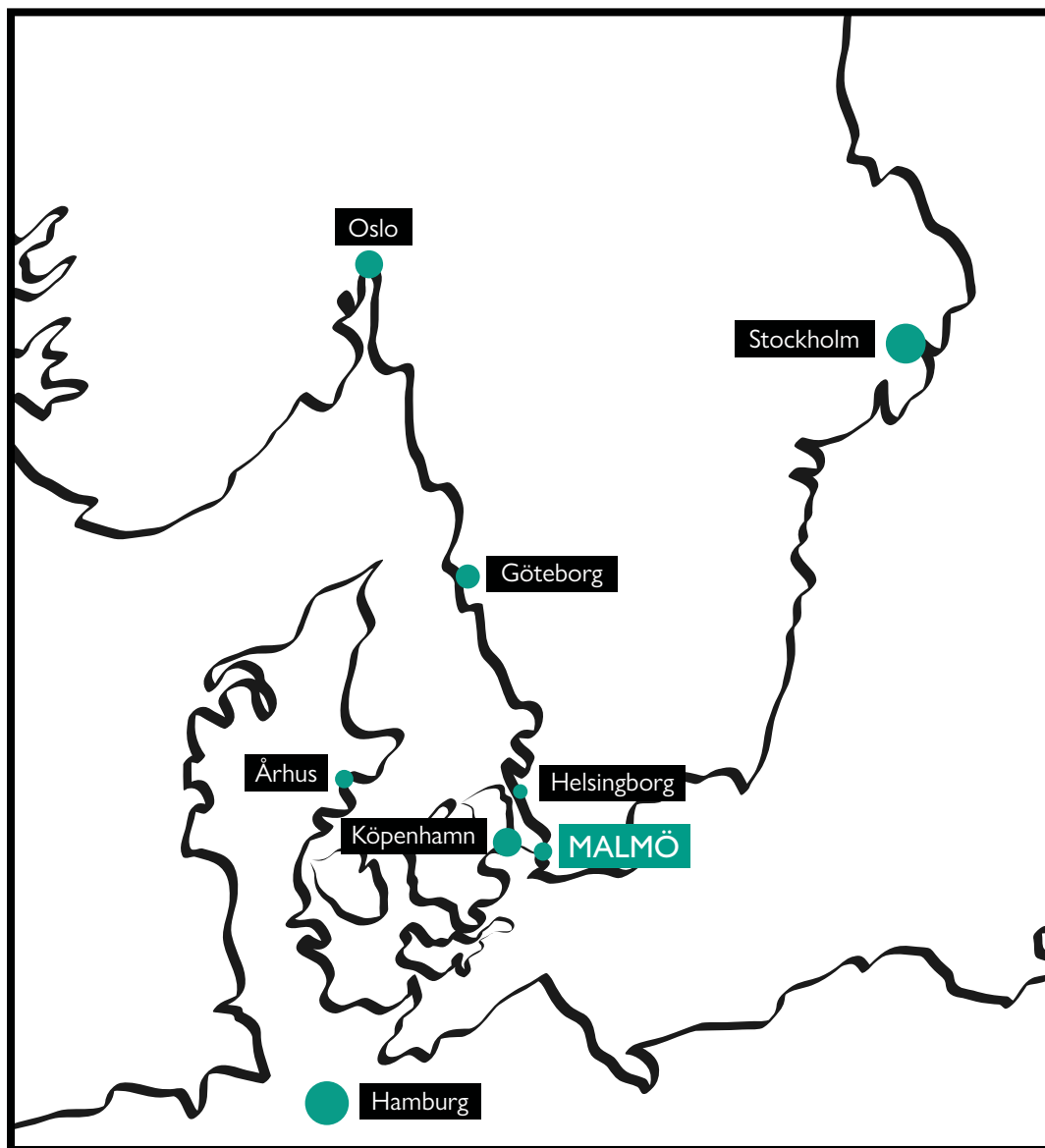
Arbetet med en ny översiktsplan har fortsatt och fokus har bland annat legat på planer och planprogram såsom Amiralstaden, Station Persborg, Culture Casbah och Nyhamnen. Beslut har också fattats om en ny stadsdelspark i Hyllie med 64 000 kvm grönska och vattenupplevelser, samt om ett nytt kollektivtrafikstråk från söder till norr.

### KÄLLOR:

- Intervju med Tyke Tykesson 2023-01-05
- Malmö stad (1996) *Vision: "Malmö 2000"*
- Malmö stad (2022) *Översiktsplan som styrinstrument i Malmö 1950-2000.*
- Greiff, M. (2008) *Från sillmarknad till kommunikation och högskola: Omvandling och förnyelse i Malmö under 700 år.*
- Lisberg Jensen, E. & Ouis, P. (2008) *Inne och ute i Malmö: studier av urbana förändringsprocesser.*
- Nilsson, J. (2016) *Malmös stadsomvandling från industristad till kunskapsstad – Arkitekturens roll i förändringsprocessen.*
- Korkiakoski, J. (2011) *MALMÖS NYA IDENTITETSMARKÖR – En analys av stadsdelen Västra hamnen.*
- Malmö Stad (2012) *Malmös historia - Textilindustri och mode*
- Malmö Universitet (2020) *Nytt bokverk ger historien om Malmö från 1990 till 2020*
- Malmö stad (2021) *Högsta bostadsbyggandet på 50 år*
- Malmö stad (2022) *Så gick det för Malmö stad 2020*



# MALMÖS FÖRUTSÄTTNINGAR



## STADENS LÄGE

- Malmös läge i Öresundsregionen innebär att mycket kan nås inom en timme, såväl arbetstillfällen som nöjen.
- År 2020 hade 16 500 personer i regionen ett jobb på andra sidan landsgränsen. 15 076 av dem bor i Sverige och arbetar i Danmark och 1 424 bor i Danmark och arbetar i Sverige.
- År 2022 arbetspendlade 74 087 personer från andra kommuner in till Malmö, medan 36 910 personer arbetspendlade till andra kommuner i Sverige från Malmö.
- Som kuststad finns goda möjligheter till både bad och rekreation, vilket också skapar goda förutsättningar för besöksnäringen. Malmös havsområde utgör också, tillsammans med resten av Öresund, ett unikt område med många olika ekosystem och naturtyper, vilket är en grundläggande förutsättning för fungerande ekosystemtjänster, såväl på land som i vatten.

## UNIVERSITETSSTADEN

- Malmö universitet ligger i centrala Malmö (vilket var ett viktigt strategiskt beslut under 1990-talet) och har idag 130 program och 400 kurser. Universitetet har totalt 24 000 studenter, 260 doktorander och 2190 anställda, varav ett 90-tal är professorer.
- I Malmö finns även World Maritime University sedan 1983 – en enhet som organisatoriskt sorterar under Förenta Nationerna (FN), samt konsthögskola, musikhögskola och teaterhögskola.
- 35 % av Malmös befolkning (25-64 år) har minst 3-årig eftergymnasial utbildning. Motsvarande siffra för hela Sverige är 30 %. (SCB, 2021).
- I Malmö finns det totalt cirka 26 000 universitets- och högskolestudenter.
- I närområdet ligger ytterligare tre lärosäten – Lunds universitet, Kristianstad högskola och Sveriges lantbruksuniversitet Alnarp – som tillsammans bildar en stark kunskapsnod i Skåne.

## ETT STARKT NÄRINGS LIV

- Malmö har ett blomstrande näringsliv med starka kluster kopplat till bland annat life science, avancerad materialteknik och inte minst tech- och spelindustrin.
- Spelindustrin booster staden som en kreativ och innovativ stad och bland annat klusterorganisationen Game Habitat har främjat uppkomsten av en stor "community" inom tech och spel, med många internationella talanger som flyttar till Malmö.
- Innovationsklustret Media Evolution främjar tillväxt inom digitala och kreativa branscher i Öresundsregionen.
- Sedan millennieskiftet har över 70 stora och medelstora företag öppnat huvudkontor, specialistkontor och regionala huvudkontor i Malmö.
- Under 2021 startades 3 382 nya företag i Malmö, vilket är en ökning med 8,7 % jämfört med året innan. Detta speglar den förändring som staden har genomgått – från en struktur med ett antal stora företag till en struktur med många mindre företag.

## DEN UNGA STADEN

- Malmöborna är unga jämfört med majoriteten av svenska kommuners befolkning och nästan hälften av Malmöborna är under 35 år. 21 % är under 18 år och 19 % är mellan 25-34 år.
- Den största inflyttningen sker av unga i åldrarna 20-25 år.

## BESÖKSSTADEN

- Besöksnäringen i Malmö har under flera år visat en positiv utveckling. Utbudet har vuxit när nya anläggningar, attraktioner och hotell etablerats, och sedan 2010 har antal hotellrum ökat med 46 %.
- Enligt Tourism in Skåne (2022) halverades de kommersiella gästnätterna i Malmö mellan 2019 och 2020, men en återhämtning skedde under 2021 med +22,6 % (+244 465 gästnätter) jämfört med 2020. Av dessa var 22 % utländska gästnätter och 78 % svenska gästnätter.

## SAMVERKANFORMER

- Det finns en stark samverkan kring centrumfrågan i Malmö, på olika ledder och nivåer.
- Genom Citysamverkan samarbetar Malmö stad, handeln och fastighetsägarna tillsammans i centrumfrågorna.
- I Malmö finns även ett flertal "Business Improvement Districts" (BIDs) vars fokus framför allt ligger på att öka den sociala hållbarheten, genom t ex trygghetsarbete, i ett särskilt område.
- För att stimulera, stötta och samordna samverkansprocesser har Malmö Stad även tagit fram en "modell för samverkansstöd", genom vilken aktörer kan söka ekonomiskt stöd för utvecklingen av ett särskilt geografiskt område.

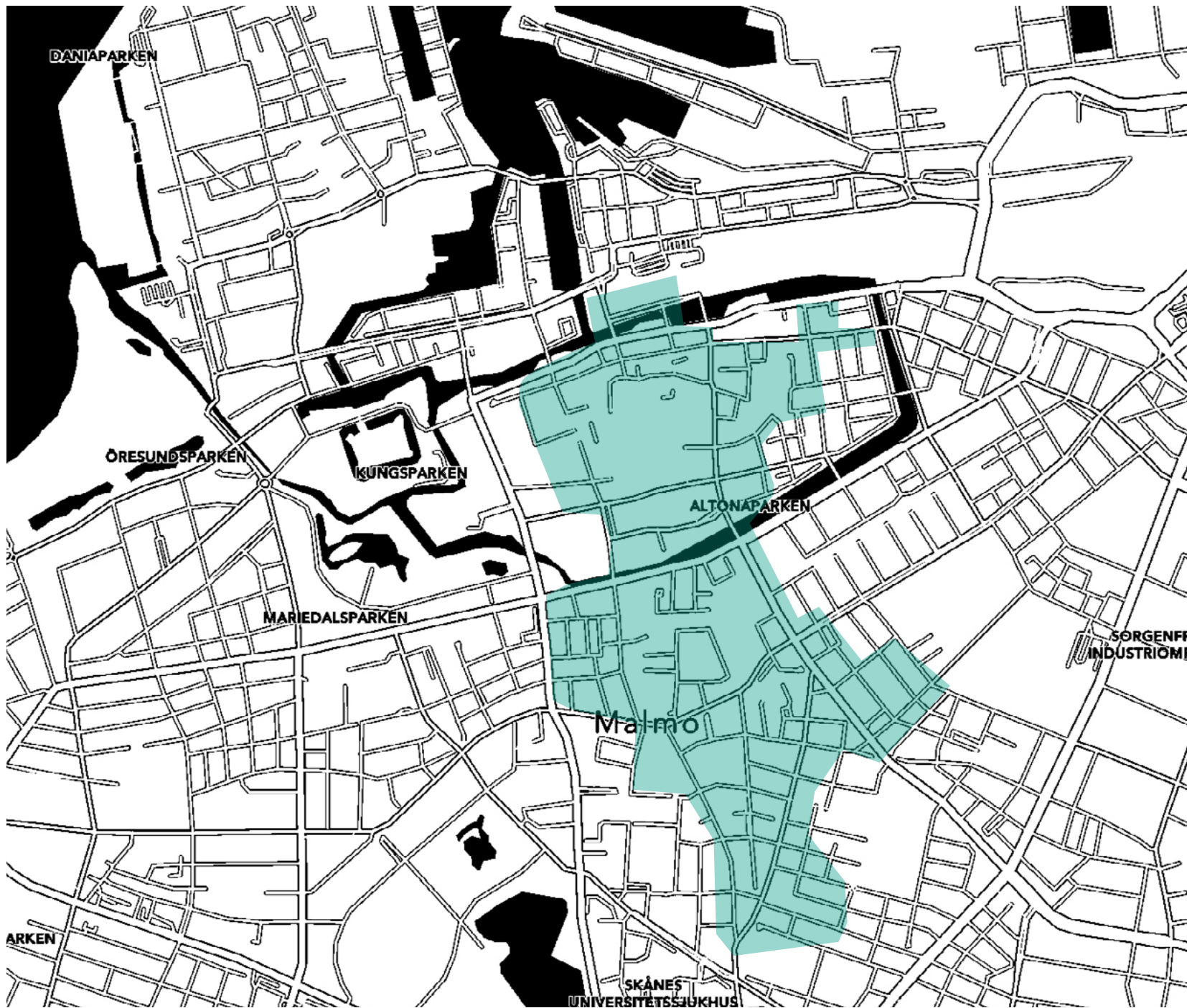
## DEN MULTIKULTURELLA STADEN

- År 2022 har fler malmöbor någon form av migrationsbakgrund än som inte har det.
- I Malmö bor människor från 183 olika länder och i staden talas idag 180 olika språk.
- En stor invandring har gett Malmö en karaktär av en "smältdeg" som bl a hjälpt attrahera företag, och som allt oftare kommit att beskrivas som en "cool" stad, bland annat på grund av denna dynamik.

## MALMÖS KULTURELLA & KREATIVA NÄRINGAR

- I centrala Malmö finns ett flertal stora kulturinstitutioner, såsom Malmö konsthall, Malmö konstmuseum och Malmö opera.
- Utöver detta stöttar Stadens kulturförvaltning Malmös fria kulturliv med ca 80 miljoner om året, vilket möjliggör ett stort och varierat kulturutbud i staden.
- Ett flertal kreativa bolag har etablerat sig i Malmö – bland andra Sveriges största dataspelsbolag Massive Entertainment och filmproduktionsbolaget Anagram.
- 2021 genomförde Malmös kulturförvaltning en kulturintresseundersökning som visade att 91 %, av Malmöborna tar del av stadens kulturutbud, runt 80 % tycker också att kulturen bidrar till ett meningsfullt liv och en attraktiv livsmiljö i Malmö, och 60-70 % angav att kulturen skapar gemenskap och ökar känslan av trygghet.





Malmö innerstad utifrån HUI Researchs definition.



# MALMÖS UTMANINGAR

## SOCIOEKONOMISKA OJÄMLIKHETER

- 18,7 % av Malmös invånare mellan 20-64 år försörjs med sociala ersättningar och bidrag (i jämförelse med riket 13,9 %, Stockholm 11,1 % och Göteborg 14,3 %).
- Enligt Segregationsbarometern (2022) bor 29 % av befolkningen i Malmö i områden med socioekonomiska utmaningar.
- Malmös ojämlikhetsindex är 53,9. Det betyder att 53,9 % av Malmöborna i den ekonomiskt svagaste gruppen måste flytta till ett annat (rikare) bostadsområde för att staden ska bli jämlik. Ett indextal över 30 innebär en hög grad av segregation och siffran för riket som helhet är 41.
- Enligt Malmö Stad (2022) har arbetslösheten i Malmö minskat, men i jämförelse med riket ligger den på en fortsatt hög nivå. I juli 2022 är arbetslösheten 12,8 %, bland män och 12,3 % bland kvinnor. Arbetslösheten är högre bland utrikes födda ungdomar och särskilt hög bland unga utrikes födda män mellan 18–24 år.
- Att Malmöbor i vissa delar av staden lever nästan sju år längre än i andra delar har varit känt i decennier. Orsakerna till dessa stora skillnader i hälsa är att många saknar de viktigaste förutsättningarna för god hälsa, som arbete, bra utbildning, acceptabelt boende och ekonomiska och sociala resurser.

## HÅLLBARHET

- Malmö är en tillväxtstad och en ekonomisk motor i regionen. Enligt Samhällsbarometern (2020) har Malmö haft en befolkningstillväxt på 15 % sedan 2010. Att växa snabbt men samtidigt hållbart innebär stora utmaningar och ställer höga krav på snabb tillväxt av allt från välfärdstjänster till bostadsbyggande.
- Som kuststad står Malmö i frontlinjen för konsekvenserna av klimatförändringarna. Under 2010-talet har Skåne och Malmö drabbats av översvämningar både från kraftiga regn och från havet. År 2013 orsakade stormen Sven översvämningar på flera platser i Malmö och vattnet var nära att ta sig in i en av nedgångarna till Citytunneln. Limhamns hamn, Västra hamnen och centrala Malmö riskerar alla att drabbas av översvämningar när havsnivåerna stiger till följd av ett förändrat klimat. På sikt kommer hela Malmös kustremsa behöva förses med olika typer av skydd för höga vattenstånd i samband med stormar och extremväder.

## UPPLEVD OTRYGGHET

- I polisens trygghetsundersökning från 2020 uppgav sju av tio Malmöbor att de är oroliga över att utsättas för brott.
- Många Malmöbor upplever en problematik med öppen droghandel, framför allt i centrala Malmö och runt Möllevången, även om andelen minskat något sedan föregående års mätning.
- Enligt polisområdeschefen i polisområde Malmö har de allvarligaste brotten generellt sett blivit mer hänsynslösa, vilket gör att fler känner oro. Det faktum att Malmö är en relativt liten stad geografiskt innebär också att invånarna kommer nära brotten, vilket påverkar upplevelsen.
- Mediebilderna av Malmö (i synnerhet under perioden 2014-2017 när skjutningarna och sprängningarna ökade i staden) har sannolikt också haft en påverkan på både boende och besökares upplevda trygghet.

# VIKTIGA STRUKTURER FÖR EN LEVANDE STADSKÄRNA

De utvalda strukturerna nedan är baserade på analys och slutsatser från vad städer historiskt gjort och gör för att skapa levande och attraktiva stadskärnor.

## FYSISK PLANERING

- Funktionsblandning
- Levande bottenvåningar
- Flexibla ytor
- En estetiskt tilltalande stadsmiljö
- Täthet skapar närhet

## STADSLIVS- KVALITETER

- Mötesplatser
- Trygghet
- Tillgänglighet
- Grönstruktur och rekreation
- Kultur och upplevelser

## POLITIK OCH STYRNING

- Samverkan
- En gemensam vision

## HANDEL OCH NÄRINGSLIV

- Ett varierat utbud
- Besöksnäring

# FYSISK PLANERING

## **FUNKTIONSBLANDNING**

En grundläggande princip för en levande stad är att den har en god förmåga att på lång och kort sikt ta tillvara olika typer av intressen. Dessa intressen kan uttryckas i en variation av funktioner – som i sin tur skapar upplevelser och möten mellan människor. Att skapa en större mix av bostäder, kontor, hotell och kaféer som gör det möjligt för lokalbefolkningen att bo, arbeta, koppla av och umgås inom samma område beskrivs i många rapporter, i synnerhet mot bakgrund av pandemin, som nyckeln till att skapa resilienta städer. Funktionsblandning ger dessutom upphov till en attraktiv dynamik, med levande gaturum, eftersom olika funktioner skapar blandade flöden av trafik (gående, bilar, cyklister, etc) över en stor del av dygnets timmar.

## **LEVANDE BOTTENVÅNINGAR**

Levande och attraktiva stråk och platser fylls med liv genom framförallt innehållet i bottenvåningarna, som gör platsen intressant att besöka och spendera både pengar och tid på. Hur detalj- och upplevelserika bottenvåningarna är – det vill säga om det finns restauranger, kaféer, butiker, kultur etc – har en stor påverkan på hur mycket vi uppskattar en plats. En studie genomförd av Spacescape (2019) visade att platser som har ett flertal av dessa kvaliteter är de som invånare och besökare i stadskärnan uppskattar mest. De platser som fick flest röster i deras enkätundersökning var torg (Stureplan i Stockholm, Kungssportsplatsen i Göteborg och Lilla torg i Malmö), följt av gågator (Biblioteksgatan i Stockholm och Södergatan i Malmö).

## **FLEXIBLA YTOR**

Ytor som rymmer möten mellan människor och generationer och som inte är låsta till en särskild funktion, utan som kan rymma olika typer av evenemang eller händelser, är viktiga inslag i en levande stadskärna. Flexibla offentliga rum för att kunna anordna olika typer av aktiviteter, bland annat genom pilot-testing, pop-up evenemang eller placemakinginitiativ återkommer som en viktig ingrediens i att skapa en levande stad i ett flertal studier. De beskrivs som ett sätt att behålla kulturell, kommersiell och kreativ aktivitet i stadskärnan, och ofta på outnyttjade platser eller i tomma lokaler. Detta spås komma att bli särskilt viktigt för framtidens stadskärna, läs mer om det under kapitlet *Framtidsspaning*.

## **EN ESTETISKT TILLTALANDE STADSMILJÖ**

En variationsrik och estetiskt tilltalande stadsmiljö bidrar positivt till platsens attraktivitet. En plats estetiska kvaliteter, såsom vacker eller spännande arkitektur, bidrar också till att lyfta fram platsens själ, historia och identitet, vilket ökar attraktiviteten ytterligare. Att stadsmiljön är hel och ren (genom drift, underhåll och renhållning), att det finns möblering som t ex sittplatser, samt att den utsmyckas med hjälp av exempelvis blommor, statyer eller vattenspel ökar också vistelsekvaliteterna och därmed även tryggheten på en plats.

## TÄTHET SKAPAR NÄRHET

En smart stad är en kompakt stad, där viktiga funktioner och kvalitéer finns inom ett kort avstånd och har en infrastruktur som maximerar och möjliggör interaktioner som bidrar till mer samspel.

En hög täthet ger större underlag för restauranger, service, handel och minskar behovet av resor i vardagen och fler ges möjlighet att göra hållbara resval när vi kan nå det vi behöver inom gång- eller cykelavstånd. En tät stad är därmed bra dels för klimatet, men ger också bättre förutsättningar för liv och rörelse, och kan även motverka ofrivillig ensamhet. Ju mer sammankopplad staden är desto lättare är det att röra sig mellan stadsdelar, vilket också leder till minskad upplevd segregation. En studie från The Lancet (2022) visar även att täta stadsmiljöer bidrar till att fler rör sig mer och därför skapar fysisk aktivitet i vardagen (i kombination med god tillgång till kollektivtrafik och grönområden samt att det är lätt att röra sig i gatunätet).

Redan 2016 myntade Sorbonne-professorn Carlos Moreno "15-minutersstaden" – en idé som sedan dess slagit rot både i Sverige och internationellt. Essensen av konceptet är att det ska ta endast 15 minuter att med cykel ta sig från hemmet till de viktigaste platserna; jobbet, skolan, matbutiken, kultur, idrott och grönområden. Basbehov som att känna sig trygg, ha möjlighet till sociala relationer, och att kunna röra sig fysiskt är gemensamma för alla åldrar, men kanske särskilt viktiga att ta hänsyn till när det gäller de allra yngsta och de allra äldsta invånarna i en stad. I och med pandemin har konceptet nu rotat sig ordentligt som en möjlighet

att komma till rätta med många av städernas trafikproblem, och har börjat realiseras i delar av flera storstäder världen över, såsom Paris, London och Rotterdam. Konceptet kommer vara fortsatt viktigt i framtiden, men har nu lett till diskussioner kring "1-minutstaden", med mikromobilitet som en av de dominerande trenderna. Läs mer om detta under kapitlet *Framtidsspaning*.

### KÄLLOR:

Svensk handel (2019) *Levande gatuplan*  
Fastighetsägarna (2021) *Stadsliv med människan i centrum*  
Vvingårdhs & Svenska Handelsfastigheter (2022) *Framtidens stadskärna 2050*  
Spacescape (2019) *Levande stadsmiljöer*  
The Lancet (2022) *Urban design, transport, and health*  
Stähle, A. (2022) *Framtidens nya städer – så når vi dit*  
Dagens Industri (2021) *Paris leder revolutionen – blir första 15-minutersstaden*

## MÖTESPLATSER

Att kunna mötas, umgås och vara runt andra människor är en grundpelare i att skapa levande och attraktiva stadskärnor. Att skapa välutformade och trivsamma platser som främjar möten mellan människor och sociala interaktioner är därmed av största vikt för att utveckla en förståelse, respekt och tilltro till andra människor, och ligger dessutom till grund för en känsla av tillhörighet till staden. Vi tycker också om att vistas på platser där det vistas andra människor: folk lockar folk, eller som stadslivsexperten William H Whyte uttryckte det redan 1980: "What attracts people most, it would appear, is other people". För att en stadskärna ska kunna vara en plats för alla, oavsett socioekonomisk bakgrund, är det viktigt att det även finns icke-kommersiella platser i stadsmiljön, t ex parker, torg, fritidsgårdar, bibliotek, föreningslokaler. Även lekplatser fyller en viktig roll för integrationen, såväl som att utgöra de ytor för generationsöverskridande möten som är så viktiga för att minska ensamhet och isolering.

Under pandemin har parker, vatten, grönytor och allmänna ytor blivit en uppskattad tillflykt för många. Dessa områden har mer än någonsin tidigare fungerat som städernas lungor där invånarna kunnat inhämta frisk luft och fått uppleva trygghet och gemenskap. Detta spelar en fortsatt viktig roll i framtidens stadskärna. Läs mer om det under kapitlet *Framtidsspaning*.

## TRYGGHET

Upplevelsen av trygghet är avgörande för var personer väljer att röra sig och vilka aktiviteter de väljer att delta i, och är därmed en förutsättning för en levande och attraktiv stadskärna. Det påverkar i sin tur möjligheten till sociala möten och därigenom en ökad känsla av sammanhållning.

Trygghet är en individuell upplevelse som kan påverkas av en mängd olika aspekter, exempelvis dålig belysning, nedskräpning, trafik, buller eller personer vars beteende på olika sätt bryter mot sociala normer. Stråk med god överblickbarhet, belysning, skyltning och ögon i form av andra förbipasserande eller lokaler i bottenvåningar ökar upplevelsen av trygghet. Skötsel är också en fråga som påverkar upplevd trygghet och där krävs snabba åtgärder mot vandalisering och nedskräpning för att signalera att miljön är omhändertagen. Trygghet skapas också genom närvaron av positiva, inkluderande och trygga sociala aktiviteter.



## **TILLGÅNGLIGHET**

En god tillgänglighet innebär att det är lätt för alla att ta sig fram och tillbaka mellan olika målpunkter i staden. Starka och trygga stråk, ett gatunät med hög integration, genhet och orienterbarhet är medel för att skapa en sammankopplad och tillgänglig stadsstruktur, och möjliggör att boende, verksamma och besökare i större utsträckning använder olika delar av staden, vilket förlängningen kan bidra till att motverka fördomar och geografisk segregation. En ökad tillgänglighet bidrar också till att uppnå framkomlighet för olika åldrar och funktionsvariationer, vilket ger goda förutsättningar för en genomströmning av boende, verksamma och besökare till stadskärnans olika funktioner.

## **GRÖNSTRUKTUR & REKREATION**

Att det finns grönytor och andra gröna inslag i och nära staden bidrar till attraktiva stads- och livsmiljöer. Omfattande forskning har visat på korrelationen mellan tillgång till grönska och dess inverkan på människors livskvalitet, välbefinnande samt fysiska, psykologiska och sociala hälsa. För att en grönyta ska berika staden och dess invånare krävs dock att den är av god kvalitet – det vill säga att den är tillgänglig, har goda ljud- och ljusförhållanden, samt att den upplevs trygg. Större grönytor har dessutom rik biologisk mångfald och viktiga hälsofrämjande ekosystemtjänster såsom vattenrening, temperaturreglering, luftrening och naturupplevelser. Att även förse torg, innergårdar, tak eller hela gator med växtlighet är inte bara åtgärder som är bra för miljön, utan skapar också levande platser som folk vill vistas på.

## **KULTUR OCH UPPLEVELSER**

En mångfald av upplevelser inklusive kulturupplevelser är viktigt för att attrahera besökare till en stadskärna, och genererar dessutom intäkter genom multiplikatoreffekter (såsom hotellnätter, restaurangbesök etc.). Ett starkt kulturellt utbud stärker också det lokala kulturlivet och skapar delaktighet för lokalbefolkningen. God tillgång till kultur kan handla både om antal kulturinstitutioner per invånare i ett visst område, men det har även mjuka värden, såsom meningsskapande eller upplevelse- och minnesdimensioner av kulturen.

Att platsens historia berättas genom exempelvis inslag av konst på offentliga platser, statyer, skyltar eller andra symboler som starkt förknippas med staden bidrar också till en ökad attraktivitet.

### **KÄLLOR:**

Berg, L (2010) *Möten i det offentliga rummet*  
Stål, F. et al (2022) *Systemet bakom attraktiva kommersiella stadsrum*  
Svensk handel (2019) *Levande gatuplan*  
Svensk handel (2022) *Handeln – Stadens Motor*  
Stål, F. et al (2022) *Systemet bakom attraktiva kommersiella stadsrum*  
Fastighetsägarna (2022) *Stadsliv med människan i centrum*

# HANDEL & NÄRINGSLIV

## ETT VARIERAT UTBUDD

En levande stad, plats, stråk eller bottenvåning handlar om en mix av verksamheter inom upplevelser, kultur, handel och näringsliv som stärker varandra och tillsammans skapar ett utbud som drar människor till platsen. En undersökning i rapporten *Våra drömmars stad* (Fastighetsägarna, 2020) visade att ärenden är det vi gör i högst utsträckning när vi är i stan. Att besökare kan lösa flera ärenden samtidigt är, och har varit, en av stadens största styrkor.

Handeln har historiskt sett spelat en särskilt stor roll i städernas utbud och dragkraft. Men i takt med förändringar i omvärlden, på marknaden och hos konsumenter, har handeln skiftat form och varit i ständig utveckling – och vår tid är inget undantag. Just nu samverkar flera megatrender, vilket ökar förändringshastigheten och innebär att handeln tar en ny form. Läs mer om hur stadskärnan går från en plats att handla och uträtta ärenden till en plats att vara och mötas under kapitlet *Framtidsspaning*.

## BESÖKSNÄRING

Turistattraktioner och besöksmål som lockar människor till staden är en viktig del i att skapa en levande stadskärna. Ju fler besöksanledningar en stad har, desto bredare grupp av besökare kan man attrahera och få att stanna längre.

Besöksnäringen är fortsatt viktig i framtiden då staden mer och mer går från en plats att handla till en plats att uppleva. Den kommer sannolikt även påverkas av digitaliseringen och nya verktyg som möjliggör t ex virtuella besök. Läs mer om detta under kapitlet *Framtidsspaning*.

### KÄLLOR:

Svensk handel (2022) *Handeln – Stadens Motor*

Handelsrådet (2021) *Forskningsrapport: Butiken som mötesplats i en digital ålder*

Stål, F. et al (2022) *Systemet bakom attraktiva kommersiella stadsrum*

Fastighetsägarna (2022) *Levande bottenvåningar – dröm och realitet*

Fastighetsägarna (2020) *Våra drömmars stad*

## SAMVERKAN

Partnerskap, tvärspektoriell samverkan, integrerade, multisektoriella insatser och tydliga ramverk är grundläggande i att skapa dynamiska, innovativa och motståndskraftiga stadskärnor. För att omvandla och diversifiera stadskärnornas användningsområden och funktioner är det nödvändigt att ingripa på ett brett spektrum av politikområden, såsom stadsplanering, kultur, sport och fritid, besöksnäring, digital innovation och hållbarhet. En öppenhet och ett gemensamt engagemang mellan kommun, fastighetsägare, näringsidkare, lärosäten och medborgare är av stor vikt för att på bästa sätt arbeta för resilienta städer. Det beskrivs ofta som ett iterativt arbete, där staden behöver "återuppfinnas" genom kvantitativ analys och reflektion.

## EN GEMENSAM VISION

En gemensam vision fungerar som motor i att samla och engagera ett stort antal aktörer i arbetet med stadskärnans utveckling. För att uppnå stadskärnans målbild är det viktigt att aktörerna förstår och är villiga att arbeta mot framtidsbilden. Visionen bör också vara en utgångspunkt vad gäller val av strategier för genomförandet av utvecklingsarbetet samt för arbetets måluppsättning. För att skapa samhörighet mellan aktörerna i utvecklingsarbetet, är det viktigt att vissa av målen är kortsiktiga, då detta ofta stärker både engagemanget och entusiasmen. Utfallen av de kortsiktiga målen behöver inte nödvändigtvis vara ekonomiska utan kan också visas genom nöjda besök, som i sin tur kan bidra med att besökare återvänder till stadskärnan, stannar längre etc.

### KÄLLOR:

Local Government Association (2022) *Public-Private Partnerships: Driving Growth, Building Resilience*  
Garcia Chueca, E. (2021) *Towards a just urban transition in Europe: The case of post-pandemic city centre recovery*  
OECD (2020) *The territorial impact of COVID-19: Managing the crisis across levels of government*  
Caruso, A. & Reddy, J. (2020) *Smart City Solutions for a Riskier World: a look into the impact of the COVID-19 pandemic and future city trends.*  
PropertyInvestorToday (2021) *Development – How to overcome the death of the city centre.*  
Öberg, M. (2008). *Stadskärnehandbok för morgondagen: om konsten att utveckla attraktiva stadskärnor.*  
Svensk handel (2019) *Levande gatuplan*

# FALLSTUDIER

---

Hur har andra städer arbetat aktivt och framgångsrikt för att skapa en positiv utveckling av stadskärnan?

# UTRECHT, NEDERLÄNDERNA

## **BAKGRUND**

Utrecht är den snabbast växande staden i Nederländerna och har sedan 2011 ökat med över 100 000 invånare. Utrechts medeltida stadskärna är rik på arkitektur, museer, butiker och restauranger. Oudegrachtkanalen är en av stadens främsta attraktioner – den sträcker sig genom Gamla stan och kantas av restauranger, barer och omtyckta offentliga rum. I Utrecht ligger även flera stora universitet, som varit en viktig tillväxtfaktor för staden och spelar fortfarande stor roll för dess attraktionskraft.

Citysamverkansorganisationen “Centrum Management Utrecht” (CMU) arbetar i nära samverkan med fastighetsägare, handeln och det lokala kulturlivet (t ex stadens museum). CMUs fokusområden inkluderar tillgänglighet, offentliga rum, marknadsföring, forskning samt att stötta och utveckla entreprenörer. CMU är även involverade i kommunens planeringsarbete för att tillsammans komma fram till vilka funktioner som behövs eller efterfrågas i staden för att göra den mer attraktiv.

## **UTMANINGAR, STRATEGIER & FRAMGÅNGSFAKTORER**

**FYSISK PLANERING.** I samband med pandemin och att handeln drabbades hårt blev behovet av en flexibilitet i användningen av stadskärnan tydligt. Centrum Management Utrecht gjorde därför stora satsningar på att främja ökad funktionsblandning i en och samma byggnad, bland annat genom att övertyga fastighetsägare att inte bara “fylla gapen”, utan tänka bredare när en butik flyttar ut genom att t ex erbjuda mer flexibla kontrakt till småföretagare. Genom programmet “Morgen Mooier Maken” stöttar CMU även fastighetsägare som har planer på att omvandla ytor ovanför sin butiksfastighet till bostäder, eller som vill ställa sin fastighet till förfogande för tillfälligt bruk. Under 2021 startade tio sådana projekt och effekten av dessa har ännu inte utvärderats, men förhoppningen är att stadskärnan kan återhämta sig efter pandemin genom att de tomma lokalerna fylls med bl a kulturfunktioner och arbetsplatser. Om satsningen inte blir tillräckligt framgångsrik har kommunen även öppnat upp för diskussioner om att klustra butikerna, det vill säga flytta dem för att skapa ett mer kompakt shoppingområde (eller flera mindre) för att undvika sektioner med tomma lokaler och otrygghet som följd.

**STADSLIVSKVALITETER.** Utrecht kommun arbetar aktivt för att få bort biltrafiken från stadskärnan. Redan 1999 påbörjade man arbetet med att återskapa kanalen som rinner genom staden (som under 1970-talet gjordes om till motorled), vilket gav upphov till populära offentliga rum för stadens invånare. På senare år har kommunen bland annat minskat andelen parkeringsyta i stadskärnan och istället gjort plats för grönska, samtidigt som stora satsningar görs på att förbättra cykelstråk och cykelparkering. Och satsningarna verkar ge effekt: t ex har de “nya” bilparkeringsplatserna i en galleria i staden inte använts i den utsträckning man hade trott, och ägarna vill nu därför omvandla delar av denna till cykelparkering. I kommunens “Environmental Vision” för de kommande 20 åren ligger ett fortsatt stort fokus på att skapa en levande stadskärna genom grönområden, men även prioritering av fotgängare och cykeltrafik samt funktionsblandning. Kommunen har också haft som ambition att renodla karaktären och identiteten hos olika områden, genom tex flexibilitet i översiktsplaneringen.



**HANDEL & NÄRINGS LIV.** Under pandemin blev det särskilt tydligt att stadskärnan inte kunde bäras av en typ av verksamhet, utan får sin resiliens från synergier mellan olika verksamheter och det varierade utbudet som finns i stadskärnan. Genom "Morgen Mooier Maken" har tomma lokaler i centrum kunnat nyttjas, genom att bl.a. kanalisera stöd till entreprenörer som vill etablera sig där. Rent praktiskt innebär "City Center Subsidy Scheme" att entreprenörer kan ansöka om att få upp till 75% av sina utgifter täckta under ett helt år. Under 2021 inkom omkring 60 initiativ och 20 av dessa fick hjälp med att hitta en tillfällig lokal (för bl.a. pop up-shops, en temporär bio, konstnärer som visade sina alster) och antalet tomma lokaler sjönk från 40 till 25 stycken.

**POLITIK & STYRNING.** CMU arbetar aktivt med att stärka stadens attraktivitet genom frågor som rör framför allt tillgänglighet, utveckling av offentliga rum, marknadsföring, forskning och att stötta lokalt entreprenörskap. Detta görs tillsammans med entreprenörer och boende i centrum, Utrechts kommun, företagsföreningar, Utrecht Marketing, kultursektorn och universitetet. Denna samverkansform har varit avgörande för de insatser och program som implementerats för att skapa en attraktiv och levande stadskärna.





# MANCHESTER, ENGLAND

## **BAKGRUND**

Efter avindustrialiseringen på 1970-talet var Manchester i ett dåligt skick; stadskärnan hade nästan helt tömts på boende, med bara några hundratals invånare kvar. Under mitten av 1980-talet påbörjades en transformation av staden genom bland annat etableringen av Central Manchester Development Corporation – ett partnerskap mellan Manchester City Council och privata fastighetsutvecklare – som mellan 1988 och 1996 arbetade med konvertera gamla industribyggnader till lägenheter, vilket ledde till att befolkningen i stadskärnan återigen började öka. Sommaren 1996 exploderade en IRA-bomb och förstörde stora delar av stadskärnan. Detta blev startskottet för moderniseringen av stadsbilden, och uppstarten av centrumledningsorganisationen CityCo – en medlemsorganisation som sedan dess arbetar aktivt med att (framför allt) koordinera aktörer.

Bland annat Manchesters musikscen och fotboll – två världsberömda topplag huserar i staden – har haft en betydande roll för både inflyttning, turism och varumärke. Staden har även tre universitet som drar en ung befolkning och akademiker. Manchester är därutöver en multikulturell stad – efter London har staden det näst högsta antalet talade språk i Europa.

## **UTMANINGAR, STRATEGIER & FRAMGÅNGSFAKTORER**

**FYSISK PLANERING.** Handeln som tidigare förlitat sig på att internationella besökare kommer till staden och spenderar pengar byttes under pandemin ut mot boende – och visade sig vara avgörande för dess överlevnad. Att skapa en tät och “livable” stadskärna för att öka stadens resiliens ytterligare är nu därför ett långsiktigt mål som Manchester City Council arbetar med.

**STADSLIVSKVALITETER.** Manchesters stadskärna har idag omkring 100 000 invånare, varav ungefär 80 % är så kallade “young professionals”. Det finns dock en stor brist på bland annat förskolor, grönområden och välutformade offentliga rum i stadskärnan, vilket har lett till att många väljer att flytta ut när de når trettioårsåldern. Detta har inneburit en hög omsättning på boende i stadskärnan, vilket i sin tur inneburit utmaningar i att skapa ett starkt engagemang och få invånarna att känna en platstillhörighet. Stora satsningar har därför gjorts på att skapa goda levnadsmiljöer genom bland annat fler offentliga rum och ökad tillgänglighet, genom bl a bredare trottoarer, för att behålla befolkningen i stadskärnan. Ökad

promenadvänlighet, eller “walkability”, är något som politikerna länge haft på agendan men som tagits på allt större allvar i samband med pandemin.

**HANDEL & NÄRINGSLEV.** Det finns en stark entreprenörsanda i Manchester och det en vilja att satsa på “coola”, mindre företag för att skapa en intressant mix och en tydligare identitet. Man har t ex infört stödmodeller för att främja mer flexibel användning av lokaler, och för att småföretagare ska kunna växa till sig och bli mer produktiva.

**POLITIK OCH STYRNING.** Återuppbyggnaden av stadskärnan efter IRA-bomben 1996 ledde till nya sätt att samverka inom stadskärneutveckling, genom bl a uppstart av centrumledning-organisationen CityCo som började etablera en dialog med företagen i staden. Under CityCo ligger även Manchester BID som verkar främst inom stadens handelsområde. Det täta samarbete som etablerats mellan Manchester City Council, CityCo och fastighetsutvecklarna i staden har varit avgörande för dess positiva utveckling. Likaså partnerskap med den privata sektorn har varit viktigt – att lyssna på deras behov och insikter, och att arbeta för att stärka självförtroendet hos dem, och ge plats åt att skapa grupper där privata företag arbetar tillsammans.



Staden har haft samma politiska ledarskap under en väldigt lång tid, som (i stort sett) drivit samma politik. Detta konsekventa ledarskap har varit en framgångsfaktor då det bland annat inneburit en långsiktighet i planeringen och ett stort stöd för de stora investeringar som behövts göras.

Det stora fokus som riktats mot centrumutveckling och framför allt ekonomisk tillväxt har inneburit att sociala frågor och områden strax utanför stadskärnan har hamnat i skymundan. En kort promenad stadens centrum finns några av de mest eftersatta stadsdelarna i Storbritannien. De ekonomiska fördelarna med att koncentrera investeringarna har således varit bra för stadskärnan och regionen som helhet, medan hela samhällen strax utanför har åsidosatts och missgynnats av hur insatserna har fördelats. District Center Strategies syftar nu till att stödja utveckling utanför stadskärnan, och balansera upp stadsutvecklingen geografiskt. Stadens lokalcentrum har generellt återhämtat sig helt (eller till och med sett tillväxt) efter pandemin, mycket på grund av god samordning. Målet är nu att replikera denna modell på fler områden i centrala Manchester för att öka även deras återhämtningsförmåga, men även för att öka förståelsen för potentialen i dessa områden bland privata investerare.





# ROTTERDAM, NEDERLÄNDERNA

## BAKGRUND

Efter andra världskriget och den återuppbyggnad som krävdes efter förödelsen utformades Rotterdam som modern stad med breda boulevarder och funktionsseparering. Detta planeringsideal präglade utvecklingen av innerstaden fram till 1985 vilket resulterade i att den uppfattades som en betongdjungel med stor avsaknad av kultur och evenemang, och hade därför relativt få boende i stadskärnan.

År 2008 lanserades "City Lounge Strategy", med målet att göra Rotterdams innerstad livlig och välkomnande. Till skillnad från Rotterdams tidigare stadsplan låg fokus framför allt på arbetet med mjuka värden. Ambitionen var att stadskärnan skulle bli en plats för möten och underhållning, och där människor ville bo, inte bara passera igenom.

År 2015 belönades Rotterdam med pris för bästa stadskärna i Nederländerna för sin konsekventa stadsutveckling med fokus på utformning av välfungerande offentliga rum. Man lyfte även stadens innovativa entreprenörsklimat, det starka samarbetet mellan olika intressenter i stadskärnan, samt den lyckade marknadsföringen av stadskärnan som "stadens vardagsrum" som motivering till priset.

## UTMANINGAR, STRATEGIER & FRAMGÅNGSFAKTORER

**FYSISK PLANERING.** Arbetet med "City Lounge Strategy" innebar bland annat förtätning av innerstaden med fler bostäder. Ambitionen sattes till 45 000 nya bostäder för att få en mer balanserad befolkning i stadskärnan. och man riktade då in sig på att skapaboende för medel- och höginkomsttagare.

**STADSLIVSKVALITETER.** En del i arbetet med "City Lounge Strategy" var att skapa profiler av de vanligaste besökarna, utifrån ett antal frågor som "var kommer personen ifrån?", "vilka delar av staden besöker personen och när?" och så vidare. Detta resulterade i totalt sju "arketyper" som sedan har använts för bl a att kartlägga sannolika rörelsemönster och flöden i stadskärnan. Exempelvis "barnfamiljen" står för 14 % av alla besök i stadskärnan: de vistas där främst under dagen i syfte att shoppa och delta i familjeevenemang, och lockas av bra parkering och aktiviteter med gruppriser. Att känna till användaren av staden på bortom kvantitativ statistik har varit till stor hjälp för att anpassa utvecklingen av stadskärnan.

Innan startskottet för "City Lounge Strategy" spenderade genomsnittsbesökaren mindre än två

timmar i stadskärnan. I samband med den nya strategin satte kommunen därför ett mål om att förlänga vistelsetiden. För att lyckas med detta införde de bland annat en sk "flödesövervakning" som mätte antal besökare, tiden som de vistades i innerstaden, vilka rutter och platser som användes mest, och så vidare. Denna information, i kombination med de olika besöksprofilerna möjliggjorde bl.a. "Connected city" – ett program som innebar stora investeringar i det offentliga rummet, genom t ex fler sittplatser, mer grönska och minskad biltrafik, i syfte att skapa attraktiva livsmiljöer för invånare och besökare. En viktig del i detta arbete var att experimentera sig fram – att först testa och sedan utvärdera om en viss implementering gett önskad effekt. Staden har gjort flertal olika, ofta små, experiment och bl a tagit hjälp av övervakningssystemet för att utvärdera resultatet. I de fall man kunde fastställa att en insats hade haft positiv effekt påbörjades arbetet med att göra omvandlingen permanent (genom den traditionella stadsplaneringsprocessen), men om det inte gav någon synbar, eller t.o.m. negativ, effekt gick man tillbaka till ritbordet för att hitta nya sätt.

Precis som i många andra städer innebär klimatförändringarna både varmare temperaturer och kraftigare regn i Rotterdams stadskärna. Det görs därför även stora investeringar på bl.a.



gröna tak och fler parker och grönska i stadens offentliga rum för att minska effekterna av klimatförändringarna.

Återuppbyggnaden av Rotterdam som en modern stad centrerad kring bilismen har inneburit en stor utmaning för staden, som nu arbetar aktivt för att minska biltrafiken och andelen parkeringsyta, för att ge plats åt fotgängare och cyklister. Bland annat har kommunen under senare år byggt ett flertal parkeringshus i utkanten av staden, sk "Park and walk", och tagit bort motsvarande antal parkeringsplatser i stadskärnan.

**POLITIK & STYRNING.** Att bygga upp ett starkt samarbete mellan alla intressenter i innerstaden (t ex kultur- och hälsoinstitutioner, entreprenörer och bostadsföreningar) har ökat viljan och handlingskraften bland involverade intressenter. Omfattande medborgardialog har varit avgörande i Rotterdams omvandling, där man tagit boendes farhågor på allvar och sedan undersökt om "hotet" är verkligt eller upplevt, och anpassat sitt tillvägagångssätt för att bemöta detta på ett respektfullt sätt.





# LJUBLJANA, SLOVENIEN

## **BAKGRUND**

Under andra världskriget ockuperades Ljubljana och blev 1941 huvudstad i den italienska provinsen "Provincia di Lubiana". År 1943 tog Nazityskland kontroll över Ljubljana, tills dess att de jugoslaviska kommunisterna över kontrollen 1945, i det som blev socialistiska republiken Slovenien med Ljubljana som huvudstad. Efter andra världskrigets slut vidtog ett omfattande återuppbyggnadsarbete i staden och blev snart en av Jugoslaviens rikaste städer per capita. 1991 förklarade sig Slovenien självständigt, vilket den jugoslaviska federala armén svarade på genom flygbombningar mot Ljubljana. Efter tio dagar gav armén upp och Slovenien blev fritt, och Ljubljana förblev Sloveniens huvudstad och är idag en av Europas minsta huvudstäder.

Ljubljana var innan 2007 en biltät stad med dålig luftkvalitet. På den vid tidpunkten nyvalde borgmästarens initiativ fastslog Ljubljana år 2007 sin nya strategi "Vision 2025", vars mål var att göra den då biltunga stadskärnan mer promenadvänlig och samtidigt förstärka och lyfta fram stadens historiska arv. Staden vände upp och ned på transportpyramiden och började prioritera fotgängare genom gradvisa gatuomvandlingar.

## **UTMANINGAR, STRATEGIER & FRAMGÅNGSFAKTORER**

**FYSISK PLANERING.** Sedan 2007 har staden sett en ökning på 620 % av fotgängarområden (som nu är totalt 18 ha stort och därmed Europas största sammanhängande bilfria zon), samtidigt som koldioxidutsläppen har reducerats med 70 %. De flesta gatorna stängdes av mellan 2007-2012, sedan dess har man arbetat mer successivt och omvandlat 1-2 gator per år. Visionen om en bilfri stadskärna mötte till en början starkt motstånd och ett flertal protester, men numera råder en hög acceptans: 97 % av stadens invånare ställer sig positiva omvandlingen. De positiva effekterna har varit så pass tydliga att kommunen nu får påtryckningar om att utöka den bilfria zonen, och införa dessa restriktioner även i lokala centrumområden utanför stadskärnan.

Ljubljana är en av få stadskärnor i Europa där det varit relativt billigt att bo, vilket resulterat i att det finns en stor mix i vilka som vistas där. Bostadspriserna har dock börjat stiga något sedan omvandlingen eftersom det gjort det mer attraktivt att bo i stadskärnan.

**STADSLIVSKVALITETER.** En stor del i arbetet med omvandlingen var att testa funktionaliteten för cyklister och fotgängare för att säkerställa att den ledde till en ökad tillgänglighet. Man införde även gratis transport inom stadskärnan genom eldrivna golfbilar för att säkerställa tillgängligheten för äldre och funktionsnedsatta.

**HANDEL & NÄRINGS LIV.** Till skillnad från många stadskärnor som kämpar med att fylla tomma lokaler upplever Ljubljana motsatt problem: kötiden för en lokal i centrum är runt två år.

I samband med att stadskärnan blivit bilfri har staden sett en ökning i besökare, vilket i perioder lett till överturism. Efter en turistfri period under pandemin upplever boende nu en skarp kontrast när turismen kommit igång igen, och kommunen har fått in fler och fler klagomål kring höga ljudnivåer och buller. För att stävja detta har man bland annat infört en särskild turistskatt för de som inte spenderar natten i staden.

**POLITIK & STYRNING.** Ett starkt politiskt ledarskap och stöd har varit fundamentalt för Ljubljanas omvandling. Kommunikation med medborgare och intressenter har varit en ytterligare nyckelfaktor i att få visionen att bli verklighet. Medborgardialog har också varit en viktig metod



för att definiera problemet, tydliggöra utmaningarna och fastställa prioriteringarna. Att borgmästaren tog sig tid att lyssna på den oro som invånarna initialt upplevde, och bemötte detta på ett sätt som gjorde att de kände sig hörda, var avgörande för attitydförändringen och har gett honom ett fortsatt starkt stöd (han har precis blivit omvald för femte gången med klar majoritet). Kommunikationen främjades bland annat genom en interaktiv plattform för medborgarinitiativ och borgmästarens "öppen dörr"-policy.

Att få människor att långsamt vänja sig vid förändringarna har också varit en framgångsrik strategi för att öka acceptansen för omvandlingen. På grund av de arkeologiska utgrävningarna som först behövde göras stängdes gatorna av under en relativt lång period innan omvandlingen kunde ske. När dessa sedan var genomförda hade invånarna vant sig vid att inte kunde köra där, samtidigt som det gav kommunen möjlighet att testa potentialen för en viss gatuomvandling. Att sedan få människor att använda det de bilfria gatorna (och för att på så sätt visa på nyttan av omvandlingen och undvika ifrågasättande av initiativet) genom att bl.a. arrangera evenemang där har varit en ytterligare framgångsfaktor.





# LINKÖPING, SVERIGE

## **BAKGRUND**

Sedan början av 1900 har Linköping varit en av Sveriges mest expansiva städer och är idag den åttonde största tätorten. Universitetet och universitetssjukhuset har betytt mycket för Linköpings tillväxt, som under de senaste 20 åren har vuxit med över 30 000 invånare.

Att Linköping växer ställer krav på stadskärnans utveckling vad gäller t ex utbud och innehåll för att vara attraktiv för alla. I Linköping, som tre gånger prisats för "Årets Stadskärna" (1997, 2009 och 2018), har man samlat näringsliv, fastighetsägare och kulturliv i ett initiativ för att ta fram en storskalig framtidsplan genom den gemensamma visionen "Framtidens Stadskärna". Inom ramen för detta projekt togs en avsiktsförklaring fram under 2021-2022, i samverkan mellan Linköpings kommun, Citysamverkan, Cityfastighetsägarna, samt fastighetsägare och andra nyckelaktörer i stadskärnan.

## **UTMANINGAR, STRATEGIER & FRAMGÅNGSFAKTORER**

**FYSISK PLANERING.** Inom ramen för projektet Framtidens stadskärna vill centrumaktörerna satsa på fastighetsutvecklingsprojekt som bidrar till en bredd i utbudet och hållbar utveckling över tid – och som även stärker platsens identitet, kvaliteter och utbud (t ex genom platsbildningar). De arbetar även aktivt för att effektivisera användandet av kommunalt ägda lokaler i stadskärnan och möjliggöra nyttjande över olika åldrar för att medverka till att levandegöra olika stråk i stadskärnan. Akörerna avser också verka för levande bottenvåningar som samspelar med platsen/gatan och hitta lösningar för synergier, kreativitet och samnyttjande. Exempelvis genom att möjliggöra för verksamheter att under vissa förutsättningar tillfälligt ta i anspråk en del av torg/gaturum för olika typer av ändamål (som kulturaktiviteter, försäljning mm).

Kommunen och fastighetsägarna arbetar också tillsammans i detaljplanearbetet för en mer flexibel markanvändning och flexibla innovativa lokaler – så att de enkelt kan utvecklas och förändras över tid. Man arbetar även med att skapa möjligheter med tillfälliga aktiviteter, insatser och tillfällig gestaltning (tex placemaking/testbeds) som en del i utvecklingen av stadskärnans stråk och platser när det är möjligt och lämpligt.

**STADSLIVSKVALITETER.** Precis som i många andra städer har parkeringsfrågan varit en stor utmaning i Linköping. Både invånare och näringsidkare anser att det finns för få parkeringsplatser i anslutning till butikerna, samtidigt som kommunens framtagna trafikstrategi slagit fast att antalet bilar i innerstaden ska minska, och satsningar istället ska göras på att och bygga ut kollektivtrafiken.

Centrumaktörerna har arbetat med ett flertal kortsiktiga insatser, i synnerhet under pandemin, för att skapa en levande stadskärna. En isbana på torget, gemensamma presentkort och fri markupplåtelse för att lättare möjliggöra uteserveringar är exempel på lyckade insatser som hjälp till att locka besökare, marknadsföra verksamheter och innebar dessutom ett viktigt tillskott för verksamheterna. Centrumaktörerna arbetar också tätt tillsammans med Visit Linköping för att främja evenemang. Kommunen har dessutom fortsatt investera i både evenemang, och i kultur generellt, både under och efter pandemin, vilket har varit viktigt för stadskärnan som sett tydliga spill-over-effekter från detta. Tillsammans med kulturaktörerna vill centrumutvecklarna ta fram nya samverkansmodeller som tillskapar och möjliggör för mer upplevelser och kultur i stadskärnan, och verka för att erbjuda fler ytor för dessa ändamål (exempelvis genom ett utbud av små och medelstora scener samt lokaler

för olika kreativa verksamheter, kulturutövning mm). För att åstadkomma detta avser centrumaktörerna utveckla särskilda affärs- och samverkansmodeller för att möjliggöra ett ökat utbud av småskaliga verksamheter och kultur som skapar fler upplevelser i stadskärnan.

**HANDEL & NÄRINGS LIV.** Centrumaktörerna arbetar för att bland annat Linköpings näringsliv, innovationsmiljöer och universitetsverksamheter ska ta mer plats i stadskärnan och bidra till nya mötesplatser, attraktionskraft och talangattraktion.

**POLITIK & STYRNING.** Det har länge funnits en vilja och förmåga att jobba för en levande innerstad, att se den gemensamma "problembilden" och vilka möjliga lösningar som finns. Enligt Citysamverkan har det aldrig funnits någon konflikt i detta, utan alla aktörer ser sin del i att bidra till en levande innerstad. Det finns dessutom en politik som prioriterar centrumutvecklingsfrågan. När aktörerna ser samma bild skapas en möjlighet att lyfta sina olika perspektiv på ett konstruktivt och öppet sätt, vilket har lett till en välfungerande dialog och ett starkt samverkansklimat.





# KÖPENHAMN, DANMARK

## **BAKGRUND**

Under 1980-talet var Köpenhamn en stad med hög arbetslöshet, stora budgetunderskott och hög utflyttning från stadskärnan. År 1990 bildades därför en allians över partigränserna, där de olika parterna kom överens om att förvandla staden genom att katalysera investeringar inom bostäder och toppmodern infrastruktur, och på så sätt göra staden attraktiv för nya medborgare. Man skapade ett flertal offentligt ägda men privat styrda företag med ett uttalat mål om att förnya delar inom stadskärnan, maximera värdet av underutnyttjad allmän mark och använda genererade intäkter för att finansiera kollektivtrafik och annan infrastruktur. Idag karakteriseras Köpenhamn av breda cykelbanor och ett nätverk av gågator, stora parker och grönområden, ett väl bibehållet historiskt byggnadsbestånd och badvänligt hamnvatten. Staden är ett levande bevis på att hållbar stadsplanering i hög grad är synonymt med "livability". Danska arkitekter och stadsplanerare är kända för att kombinera hållbara lösningar med estetik och humanistiska kvaliteter för att skapa attraktiva stadsdelar. Köpenhamn är också en föregångare när det gäller hållbar stadsutveckling och samarbetar med företag, universitet och institutioner för att nå det ambitiösa målet om att bli världens första koldioxidneutrala huvudstad år 2025.

## **UTMANINGAR, STRATEGIER & FRAMGÅNGSFAKTORER**

**STADSLIVSKVALITETER.** Köpenhamns stadsplanering har sedan flera decennier utgått ifrån tanken om "människan i centrum", med världskände stadsplaneringsprofessorn Jan Gehl i spetsen – som varit både en föregångare och stark förespråkare av detta planeringsideal. Han var bland annat initiativtagare till omvandlingen av Strøget från bilgata till gågata. Köpenhamn har ofta betraktats som ett urbant laboratorium där initiativ och strategier till stor del fokuserats på utvecklingen av det offentliga rummet. En av framgångsfaktorerna i Köpenhamn är den politiska ambitionen som syftar till att främja ett större lokalt engagemang och demokratiska processer, men också att uppnå ett större medborgaransvar i utvecklingen av stadens offentliga rum, t ex på kvartersnivå. Dessutom finns en samarbetsstruktur där lokala aktörer går samman för att finansiera och underlätta program för offentliga rum i syfte att uppfylla dessa gemensamma mål.

**HANDEL & NÄRINGS LIV.** Antalet årliga övernattningar i Köpenhamn har ökat kraftigt sedan början av 2000-talet. År 2019 var de sammanlagda övernattningarna rekordmånga 9,6 miljoner. Under pandemin sjönk siffran kraftigt, men var efter första halvan av 2022 redan uppe i 4,3 miljoner igen. Det råder en ökad rädsla för överturism och att staden blir till ett upplevelsecentrum som bli mindre och mindre ointressant för invånarna. För att undvika detta har Köpenhamn bland annat byggt upp ett aktivt näringsliv i stadskärnan för att skapa liv och rörelse bland invånare. Genom att skapa en bra miljö för nya företagare och investerare (genom t ex flexibla "hiring and firing"-processer och bra work/life balance) fylls näringslivet på med nya perspektiv och ny innovation. Många utländska företag har etablerat sig i staden och haft stor inverkan inom bland annat Smart City-koncept.

Köpenhamn har också ett antal statligt finansierade klusterorganisationer för att främja innovativa partnerskap mellan det offentliga, privata och den akademiska världen. Exempelvis Bloxhub i Köpenhamn där man byggt ett starkt ekosystem kring utveckling av stadskärnor mellan flera olika intressenter.



**POLITIK & STYRNING.** By & Havn är ett lyckat samarbete mellan nationell och lokal styrning. En enhetlig vision av urban tillväxt mellan viktiga offentliga, privata och medborgerliga aktörer har skapat möjligheter och kraft att experimentera med nya modeller och samarbetsformer. Långsiktigt tänkande och förvaltning eftersträvas av både By & Havn och många av deras privata finans- och utvecklingspartners, vilket innebär att man kan undvika att använda offentliga tillgångar för att fylla kortsiktiga budgetunderskott.

Köpenhamn är ständigt i färd med att mäta, utvärdera sig själva och de insatser som görs, och skapa nya mål utifrån människans perspektiv och värderingar. Denna process har gjort Köpenhamn till en inkluderande stad som involverar medborgarna för att svara på deras behov på ett intelligent och öppet sätt, och som samtidigt främjat en stark deltagarkultur.

Köpenhamn är också kända för att sätta ambitiösa mål. T ex har staden ambitionen att vara CO2-neutral redan år 2025 – genom bland annat förbättrad cykelinfrastruktur, promenadvänlighet, smarta trafikljus, fjärrvärme, energieffektiva byggnader mm.





# HELSINGBORG, SVERIGE

## **BAKGRUND**

Efter flera stora politiska konflikter och krig lyckades Helsingborg återhämta sig ordentligt under 1800-talet genom att bli en av Sveriges snabbast växande städer och en viktig hamn- och industristad. Under andra delen av 1800-talet byggdes järnvägen ut vilket ökade stadens attraktivitet ytterligare och fram till början på 1900-talet hade antalet industrier i Helsingborg ökat drastiskt. Ur stadens kraftiga expansion tillkom även stadsdelen Söder. Etableringen av hamnen och järnvägen söderut gjorde att många industrier etablerade sig här och i anknytning till dessa byggdes flera arbetarbostäder. Detta hade som konsekvens att Helsingborg blev väldigt segregerat mellan arbetardelarna i söder och de mer välbemedlade delarna i norr, en klyfta som är tydlig än idag.

I Helsingborg har man sedan flera år tillbaka arbetat aktivt för en levande stadskärna och för att stärka samverkan mellan olika aktörer. Arbetet drivs av Helsingborg City, en organisation som ägs av Helsingborgs stad, Fastighetsägarna City och Cityföreningen. Redan 2003 vann Helsingborg "Årets stadskärna", och 2022 tilldelades de priset igen för sitt tydliga, strukturerade och långsiktiga arbete, sin innovationsförmåga och för att man vågar testa nya projekt.

## **UTMANINGAR, STRATEGIER & FRAMGÅNGSFAKTORER**

**STADSLIVSKVALITETER.** Som flera andra städer har den upplevda bristen på parkeringar varit en särskilt stor utmaning i Helsingborg. Efter att en av de största parkeringsplatserna i stadskärnan togs bort, till förmån för hotell/kongress-anläggningen SeaU, blev frågan ännu mer omdiskuterad och den upplevda tillgängligheten påverkades negativt. När stadens paradgata stängdes av i två år för upprustning förstärktes detta ytterligare. Nu avser Staden, fastighetsägarna och handlarna tillsammans ta ett helhetsgrepp kring parkeringsfrågan för att tillsammans hitta nya lösningar. Det finns även en vilja att satsa på laddinfrastruktur och fortsätta främja en klimatsmart citylogistik i stadskärnan, samt en ambition att identifiera platser och stråk som på sikt kan bli bilfria, för att möjliggöra för flera att strosa och uppleva staden på ett säkert, hållbart och bullerfritt sätt.

Skjutningar och uppgörelser på öppen gata har påverkat den upplevda tryggheten negativt de senaste åren, såväl som en generellt dalande trygghetskänsla i stadskärnan (där t ex bristande integration mellan norr och söder pekas ut som en grundorsak). Man har sedan länge arbetat med insatser för att i samverkan aktivera och

programmera attraktiva och trygga platser, i synnerhet i området Söder där behovet ansetts vara särskilt stort. Fysisk närvaro (värdar, cityledare och ordningsvakter) har varit avgörande för att öka den upplevda tryggheten. Helsingborgs stad har även arbetat mycket med platssamverkan för att stärka identiteten för vissa utvalda områden och stråk i stadskärnan.

Utbudet av aktiviteter för barn, barnfamiljer och unga i stadskärnan anses av många vara för litet. Som del av den nya centrumstrategin har man satt upp som mål att öka barn- och familjevänligheten, men även arbeta för att skapa ett utbud för de ungdomar som rör sig i stadskärnan, inte minst kring de många gymnasieskolor som finns där. Aktörerna har även tagit fram en evenemangsstrategi som bland annat handlar om vikten att arbeta med överraskande inslag i stadskärnan, dels genom den typ evenemang som lockar dit folk, men även sk "mikroevenemang" för att skapa en god känsla för de som råkar befinna sig där. Det finns nu också en ambition att tillskapa en kultur- och evenemangsgrupp för samverkan inom ramen för Helsingborg City och att inrätta en kulturlots, i syfte att stimulera och locka mer kultur och kulturupplevelser till stadskärnan. Staden avser också se över finansieringsmekanismer som kan stödja det fria kulturlivet att etablera sig i stadskärnan, samt stödformer som inkubatorlokaler.





**Dagens 98:**  
WEEKEND FRIES  
PULLED BEEF FRIES  
PULSED CHICKEN FRIES  
HOMemade POLY SAUCE  
4 FRIES  
VEGO - VEGAN CHICKEN FRIES  
FREAKIN' DUAL FRIES  
KL. 11-14



**HANDEL & NÄRINGS LIV.** Nya konsumentbeteenden, e-handel och externa handelsplatser har t ex lett till att flera större kedjor har lämnat Helsingborgs stadskärna och att nyetableringar ofta tillfaller det externa handelsområdet Väla. När externa handelsområden nu även vill ge sig in i att skapa en mer "upplevelsebaserad" finns en risk att konkurrensen blir ännu större. För att kunna konkurrera med både extern- och näthandel avser centrumaktörerna därför arbeta med att främja en större funktionsmix. T ex finns en stark ambition att utveckla en tydlig nisch inom det genuina och småskaliga, genom att bland annat främja nyetableringar från småskalig handel, restaurang, kultur, kreativa näringar, och småskalig tillverkning med stödprogram och sk inkubatorsprogram. Det finns även ett behov av ökad flexibilitet för mindre aktörer genom att samverka med fastighetsägarna för att se över aspekter som hyresnivåer- och modeller och avtal, för att möjliggöra testverksamhet, delning av butiks- och andra ytor samt pop-up-lösningar. Det finns även planer på att satsa ännu mer på en "goda grannar"-strategi för att hitta kultur och evenemang som skapar synergier mellan olika kommersiella verksamheter och som framhäver kvarterets eller stråkets identitet.

**POLITIK & STYRNING.** Helsingborgs stad har tagit stort ansvar i cityutvecklingen, dels genom att vara drivande i stadsbyggnadsprojekt men också att prioritera och driva frågan kring samverkan, vilket har varit grundläggande för Helsingborgs centrumutveckling. Helsingborg City fått mandatet av Staden att driva "mellanrumsfrågorna" vilket varit viktigt och nödvändigt för att få aktörerna att gå i samma riktning, och har även resulterat i att fler att anslutit (bland annat genom platssamverkansarbetet genom tex Purple Flag). Helsingborg City har också en samordnande resurs som arbetar på heltid med att samordna etableringar, lediga lokaler, stråkstrategier, klustring etc i samarbete med fastighetsägarna, vilket har varit viktigt.

# LÄRDOMAR OCH MEDSKICK

## **SAMVERKAN ÄR NYCKELN**

För att skapa levande och attraktiva stadskärnor krävs gemensamma, inkluderande innovationsprocesser med människor från olika organisationer, områden och sektorer. Även kulturen har en viktig roll att fylla i samverkansarbetet, liksom utbildningsinstitutioner och större arbetsplatser som kan ha en stor påverkan på upplevelsen av stadskärnan. Separerande stuprör mellan och inom olika myndigheter, branscher och sektorer är dock en tydlig utmaning för många städer. Det är lätt hänt att ansvar och genomförande hamnar på olika politiska ansvarsområden och förvaltningar, ofta även med skilda prioriteringar, synsätt och budgetar eller helt enkelt hamnar "mellan stolarna". Detta hindrar det helhetsgrepp som krävs för att en plats ska upplevas som attraktiv av såväl invånare och besökare som företagare och investerare. För att göra centrumutvecklingen en viktig och prioriterad fråga är det därför viktigt att ge mandat till någon för att hålla ihop denna.

Det är även viktigt att centrumutvecklingsfrågan lyfts in i det i det kommunala arbetet, då den offentliga sektorn har en viktig roll som säkerställare av att infrastruktur, service och offentliga rum bidrar till en positiv helhetsupplevelse av en plats. Kommunen kommer även vara viktiga framåt i att förstå värdet av en levande stadskärna och våga prioritera bort

privata och kommersiella intressen och behöver gå tillbaka till idén om stadskärnan som den demokratiska platsen i staden.

För skapa en attraktiv och motståndskraftig stadskärna krävs en lyhördhet gentemot stadens invånare och en förståelse för deras behov och syn på vad som gör stadskärnan attraktiv för dem. Detta främjar även känslan av tillhörighet och en omsorg för platsens utveckling. Stadskärneutveckling handlar mycket om klok kommunikation med allmänheten och berörda aktörer – framför allt genom att lyssna och försöka förstå t ex farhågor och hur man bäst bemöter detta på ett respektfullt sätt.

## **FLEXIBELT ÄR HÅLLBART**

Idag sker förändringar allt fortare och förmågan till omställning, flexibilitet, lyhördhet och innovation blir därför avgörande. Flera av städerna arbetar t ex med att främja en större funktionsblandning i en och samma byggnad (eller t.o.m. lokal) för att underlätta synergieffekter mellan olika verksamheter.

## **FRÄMHÄV OCH FÖRÄDLA UNIKA VÄRDEN**

Alla städer har ett unikt DNA. Utgå alltid från platsens unika tillgångar och våga renodla karaktären och identiteten hos olika områden, men även avseende utbud i stadskärnan.

## **TESTA, TESTA, TESTA**

Våga experimentera och arbeta med pilotprojekt. I dagsläget finns inte något helt färdigt recept för framgångsrik stadskärneutveckling, utan det kommer att behövas ett stort inslag av experimenterande. Vilken typ av handelskoncept kan komma att fungera? vilken typ av aktörer kan bidra till att göra staden attraktiv? vilka insatser behövs för att locka fler arbetsplatser till staden? och så vidare.

Samtidigt som det är bra att våga och kunna testa saker är det också viktigt att tänka på "vad händer när pilotprojektet är över?". När det väl ska skalas upp finns inte alltid finansieringen för det, vilket ibland leder till en känsla av besvikelse.

# FRAMTIDSSPANING

---

Vilka förändringar och tendenser ser vi och hur kan de komma att påverka stadskärnan i framtiden?



# SAMHÄLLSFÖRÄNDRINGAR

## **FORTSATT URBANISERING**

Enligt The World Bank (2022) bor 55 % av världens befolkning i städer, en siffra som förväntas öka till 68 % år 2050.

## **DEMOGRAFISKA FÖRÄNDRINGAR & SOCIAL OJÄMLIKHET**

Den åldrande befolkningen i Sverige (andelen 85+) väntas öka med ca 55 % till 2031. Samtidigt väntas befolkningen inom den "yrkesaktiva" kategorin 20-64 år öka med 3 %, vilket medför att den redan höga försörjningskvoten (andelen personer i "icke-arbetsför" ålder) ökar.

Andelen av Sveriges befolkning som lever på relativt låga inkomster ökar. Denna trend drivs till stor del av att utrikes födda, som utgör en allt större del av befolkningen, har lägre inkomster.

En åldrande och mer heterogen befolkning med olika ekonomiska förutsättningar innebär även förändringar i besökares och konsumenters beteende och efterfrågan. Koncept som tidigare har fungerat på de flesta ställen kan därför komma att behöva lokalanpassas.

## **HÅLLBARHET OCH KLIMAT**

Klimatkrisen är en av de största utmaningarna som framtidens städer står inför, och något vi måste förhålla oss till och arbeta med på olika ledder. Ett häftigt skyfall kan få förödande konsekvenser i en asfalterad stad där vattnet har små möjligheter att rinna undan. En värmebölja kan skapa värmestress hos sårbara grupper i städer där byggnader lagrar och utstrålar värme. I kustnära samhällen kommer havsnivåhöjningen innebära att stora områden läggs under vatten.

## **ÖKAD KÄNSLA AV OTRYGGHET**

Enligt en rapport från UNDP (2022) känner sig sex av sju människor i världen otrygga. Värst är läget i fattiga länder, men även i rika länder har oron ökat de senaste tio åren. I Brottsförebyggande rådets nationella trygghetsmätning från 2022 uppger 27 % av befolkningen (16–84 år) att de känner sig mycket eller ganska otrygga eller att de, till följd av otrygghet, undviker att gå ut ensamma under sena kvällar i sitt bostadsområde. Efter en svag minskning 2009 var andelen otrygga relativt oförändrad fram till och med 2015, följt av en påtaglig ökning året därpå. Sedan 2016 har nivån varit stabil med någon enstaka variation.

## **DIGITALISERINGEN ÖKAR**

Digitaliseringen ökar och innebär möjligheter att möta ett flertal av de utmaningar som städerna står inför genom sk "Smart City"-lösningar. Att samordna och "koppla upp" samhällsfunktioner, företag och individer i ett gemensamt system kan ge stora samhällsfördelar; t ex kan trafiksituationen förbättras och transporter kan ske mer effektivt. Även tillgången på exempelvis solenergi eller lagringsmöjligheter kan utnyttjas bättre genom att koppla samman byggnader och system.

Digitaliseringen innebär också att mängden virtuella platser för spel, lek, upplevelser och shopping ökar i antal och variationer. Digitala världar som t ex Metaverse bildar nya sorters städer och platser för möten och utbyten, men utan de begränsningar som fysiska mötesplatser innebär.

Digitaliseringen ställer även nya krav på den fysiska handeln, när ärenden som tidigare utfördes fysiskt nu enkelt kan skötas genom mobiltelefonen.

## **EFFEKTER AV PANDEMIN**

E-handel och distansarbete har ökat vilket påverkar flödet i städerna. Trots att många valt att gå tillbaka till sina kontor uppger de flesta att man kommer att jobba hemifrån minst en dag i veckan. I Malmö hade en av fem ännu inte återvänt till kontoret 2022.

Under pandemin har befintliga flyttströmmarna förstärkts. Enligt Dagens Nyheter (2021) nådde alla Nordens huvudstäder utflyttningsrekord 2020, men två tredjedelar av de svenskar som flyttade från kommunen stannade kvar i länet. Ett minskat flyttnetto kan på sikt leda till minskad befolkning och därmed minskade flöden i städerna.

## **ÖKAT BEHOV AV SOCIAL INTERAKTION OCH SAMMANHANG**

I en allt mer fragmenterad och hektisk värld där samhällsförändringar och nya trender sker i allt snabbare takt ökar behovet av att ha kontakt med människor, och tillhörighet, tradition och beständighet blir mer åtråvärt.

## **ÖKADE LEVNADSKOSTNADER**

Levnadskostnaderna ökar genom högre energi- och drivmedelspriser, räntehöjningar och inflation som syns bland annat på matpriserna. Den ryska invasionen av Ukraina har medfört stor geopolitisk osäkerhet som kan få långtgående konsekvenser för den ekonomiska utvecklingen.

### **KÄLLOR:**

Wingårdhs & Svenska Handelsfastigheter (2022) *Framtidens stadskärna 2050*  
Fastighetsägarna & HUI (2022) *Cityindex Insikt: Strategi för rikare stadsliv*  
The World Bank (2022) *Urban Development*  
IT Hållbarhet (2022) *Framtidens stadskärna måste vara digital – och analog*  
Turism i Skåne (2022) *Framtidens attraktivitet*  
RISE (2022) *Klimatanpassning nödvändig för att klara framtidens utmaningar*  
UN Habitat (2022) *World Cities Report – Envisaging the Future of Cities*  
Dagens Nyheter (2021) *Flykten från storstäderna under pandemin – global förändring eller kortvarig trend?*  
UNDP (2022) *New Threats to Human Security in the Anthropocene*  
BRÅ (2022) *Nationella trygghetsundersökningen 2022*  
Svefa (2022) *Svensk fastighetsmarknad VT2022*

# STADSKÄRNAN I FRAMTIDEN – VAD KOMMER VARA VIKTIGT?

Denna del tar upp trender som sannolikt kommer påverka framtidens stadskärna och vad som kommer vara viktigt. Trenderna baseras på fallstudierna ovan samt aktuella (nationella och internationella) artiklar, trendanalyser och forskningsrapporter kring städer och stadskärnor. Majoriteten av dessa (som publicerats sedan 2020) har ett handels- eller mobilitetsperspektiv. Av den anledningen tar dessa perspektiv något större plats även i denna rapport.

I trendspaningen har följande teman identifierats:

- Kulturlivet som dragkraft
- Platsunika upplevelser och kvaliteter
- En ny typ av handel
- Hälsa och välbefinnande
- Flexibla offentliga rum
- Promenadvänlighet ("Walkability")
- Närhet
- Hållbarhet i fokus
- Hållbar (mikro)mobilitet
- Smart city
- Framtidens kontor

## **KULTURLIVET SOM DRAGKRAFT**

När både distansarbete och e-handel ökar kan mötesplatser i form av ett rikt och lockande kulturutbud vara en viktig del av det som drar

människor tillbaka till städerna. Kultur och kulturella upplevelser skapar mening, hjälper oss att hantera känslor, och ger en viktig upplevelsedimension i tillvaron. Kultur möjliggör möten och delade upplevelser mellan människor, vilket varit särskilt viktigt i tider av social isolering. Kultur är också identitetsskapande för en plats och bygger känsla av sammanhang. En stadskärna som kan erbjuda ett rikt kulturutbud är en plats där människor vill vistas och mötas, inte bara för att ta del av kultur utan också för att få utlopp för sin egen kreativitet.

Cityindex Insikt från 2022 visar att kultur har ett tydligt och konkret värde för stadskärnan både när det gäller flöden och ökad omsättning. När en ny typ av kulturverksamhet etablerar sig i en medelstor stad eller småstad ökar omsättningen med i genomsnitt med 4,3 %. Kulturverksamheter bedriver också ofta verksamhet på andra tider än många andra branscher, vilket förlänger stadskärnans öppettider och medför att människor är i rörelse under större del av dygnet. Kultursektorn har därmed stora sociala värden genom att den är en viktig del i att tillföra liv och öka den upplevda tryggheten, och till att skapa trivsamma platser där folk vill stanna kvar. Inslag av kultur i det offentliga rummet ger de som redan befinner sig på platsen en anledning att stanna upp och dröja sig kvar, något man sett på t ex nya Sergelgatan i Stockholm där

gaturummen aktiverats med hjälp av konst.

Utöver det faktum att kulturverksamheter drar besökare till stadskärnan finns också stor potential till synergieffekter mellan kulturella och kommersiella verksamheter. I exempelvis Umeå kopplar kulturhuset Väven samman bibliotek, museum, skaparverkstäder och bio med hotell, saluhall och restaurangverksamhet. Det leder till nya typer av flöden där de olika verksamheterna drar nytta av varandras besökare.

Ett diversifierat och levande kulturliv går också hand i hand med en fungerande demokrati. Enligt Linda K Nordfors, grundare av organisationen Punks är det – i synnerhet i oroliga tider – enormt viktigt att vi har ett starkt och diversifierat kulturliv för att undvika att bli idémässigt likriktade.

### KÄLLOR:

Fastighetsägarna & HUI (2022) *Cityindex Insikt: Strategi för rikare stadsliv*  
Fastighetsägarna (2022) *Stadsliv med människan i centrum*  
Contentway (2022) *Intervju med Helena Olsson, Fastighetsägarna*  
Dagens Industri (2022) *Så frodas stadskärnan när e-handeln skördar butiksoffer*  
High Streets Task Force (2019) *Frameworks for high street and town centre action and renewal*  
Forbes (2020) *5 Retail Trends That Will Shape 2020 And Beyond.*  
Insider Trends (2021) *How does The Lionese Group create pop-ups that connect?*  
Fastighetsägarna (2022) *Levande bottenvåningar – dröm och realitet*  
Intervju med Jeroen Roose-van Leijden, Centre Management Utrecht (2022-02-04)  
Intervju med Emma James, PlacesMade Manchester (2022-02-11)

## PLATSUNIKA UPPLEVELSER OCH KVALITETER

Stadskärnan kommer allt mer få rollen som en plats där vi inte “måste” vara på grund av jobb, ärenden eller konsumtion – utan en plats för upplevelser och inspiration. Stadskärnans attraktivitet stärks genom att gränserna mellan stadskärnans olika branscher suddas ut och möjliggör synergier mellan t ex handel och besöks- och upplevelsenäring, såsom restauranger, hotell, kultur, evenemang och fritidsaktiviteter. Detta skapar en särskild atmosfär och ett unikt utbud.

Platsunika upplevelser och kvaliteter har visat sig vara centralt för att människor ska vilja vistas, verka och bo på en viss plats. För städerna blir det därför viktigare än någonsin att positionera sig med sin unika identitet som formas av platsens historiska identitet, specifika natur, lokala traditioner, med mera. Dagens efterfrågan på unika upplevelser kan uppfyllas just genom att tillvarata på och förstärka dessa komponenter genom synergier och samspelet mellan platsens gestaltning, innehåll och marknadsföring.

### KÄLLOR:

Forbes (2021) *The 8 Biggest Retail Trends Every Retailer Needs To Be Ready For*  
Stål, F. et al (2022) *Systemet bakom attraktiva kommersiella stadsrum*  
Wingårdhs & Svenska Handelsfastigheter (2022) *Framtidens stadskärna 2050*  
Fastighetsägarna & HUI (2022) *Cityindex Insikt: Strategi för rikare stadsliv*  
Fastighetsägarna (2022) *Stadsliv med människan i centrum*  
Karlberg, H. & Lindberg, M. (2020) *Orienteringsbok: Platsinnovation för ett attraktivt samhälle*  
Lindberg, M. et al. (2020) *Platsinnovativa stadsmiljöer genom nyskapande synergier*  
Wingårdhs & Svenska Handelsfastigheter (2022) *Framtidens stadskärna 2050*  
Fastighetstidningen (2022) *Flödesförmåre*  
Intervju med Mattijs van Ruijven, Gemeente Rotterdam (2022-12-21)

## EN NY TYP AV HANDEL

Enligt Svensk Handel (2022) väntas 20-30 % av butikerna i Sveriges städer försvinna till år 2030. Handelns strukturomvandling är i sig inget nytt, men skillnaden från tidigare omvandlingar är att konkurrensen kommer från framför allt extern- och näthandel. Men då butiken inte bara fyller en funktion som handelsplats, utan även som en social mötesplats, är den ett fortsatt viktigt inslag i stadskärnan. Många rapporter pekar därför på behovet av ett nytänkande i hur handeln ska utvecklas och överleva.

### HANDELN SOM UPPLEVELSE

Redan idag ser handeln tecken på nya konsumtionsmönster där disponibel inkomst till större del läggs på upplevelser (såsom mat, dryck, kultur) och service (frisör, hudvård etc) på bekostnad av sällanköp. För att skapa attraktiva och konkurrenskraftiga stadskärnor ökar behovet av att skapa ett mervärde för kunden i den fysiska handeln, dvs något som inte kan erbjudas genom den digitala handeln. I en artikel från Forbes Magazine beskrivs att vi numera lever i en “upplevelseekonomi”, där det inte längre är valfritt att skapa minnesvärda upplevelser – det kommer att vara avgörande för återförsäljare som vill frodas i en post-pandemisk värld. I en studie från Westfield (2020) förutspås mer än hälften av all handelsyta upplåtas till upplevelser för kunden. Enligt rapporten uppger 75% av respondenterna att de förväntar sig att majoriteten av butiksytan (inom detaljhandeln) är dedikerad till att erbjuda upplevelser år 2027. Det har redan blivit tydligt att konsumenter är villiga att betala mer om butiker erbjuder en starkare

upplevelse kopplad till köpet, vilket har lett till ett ökat antal “hybridbutiker”, såsom bokhandel/café och klädbutik/nagelsalong.

### DET NISCHADE OCH UNIKA

Det faktum att e-handeln tar över stora delar av den handel som tidigare lockat människor till köpcentrum öppnar också nya möjligheter för handeln i staden. Enligt Christer Ljungberg, VD på Trivector, är nischbutiker, restauranger, caféer och grönska receptet för att skapa en attraktiv stadskärna. Även Erik Fagerlind, grundare av Sneakersnstuff, tror att framtiden blir lättast att hantera om man är nischad. Det som tidigare gick att vinna på tillgänglighet är inte längre en konkurrensfördel, då tillgången numera är oändlig. Flera forskare, liksom Handelns utredningsinstitut och Svensk Handel, menar mot bakgrund av detta att e-handeln inte behöver påverka stadens handel negativt, utan tvärtom.

### KONCEPTBUTIKER OCH SERVICEINSLAG

Unika koncept som också fungerar som mötesplatser har stor potential att återuppliva stadskärnan och dra nya typer av flöden till platsen. Exempelvis butikskoncept Arkivet som skapat en ny typ av second hand-butikskoncept baserat på ledorden ljus, luftigt, modernt och inspirerande – det vill säga motsatsen till var det traditionellt sett varit – har visat sig vara ett mycket framgångsrikt koncept. Allt oftare är det de mest unika konceptinnehållerna som nu konkurrerar om de fysiska attraktiva lägena, snarare än kedjorna. Fler och fler butiker erbjuder nu även olika former av service, såsom laga och fixa (t ex NetOnNet, H&M, Clas Ohlson).



## KONVERGENS MELLAN FYSISK & DIGITAL HANDEL

Vi kommer vi sannolikt se en fortsatt ökning av omnichannel-modeller, som innebär att fysiska butiker etablerar sig online (så att man fortfarande kan nå sina kunder vid eventuella framtida nedstängningar), samtidigt som de butiker som i dagsläget enbart finns online också öppnar en fysisk butik, där kunden kan interagera och uppleva produkten eller tjänsten. Den fysiska butiken blir på så sätt mer en plats att visa upp sitt koncept än renodlad köp och sälj. Exempelvis har fler och fler skandinaviska kedjor anslutit sig till internationella tredjepartsplattformar som Zalando och ASOS, medan postorderföretaget Ellos öppnat två centrala heminredningsbutiker. Det sker alltså en växelverkan mellan varumärkens fysiska och digitala marknader. Även lokala insatser ha gjorts i bland annat Borås för att öka butikernas online-närvaro, där stadens centrumförening investerat i en digital plattform för e-handel ur butiker i den egna stadskärnan. På så sätt kan boråsarna e-handla från lokala butiker i stadskärnan, betala online och sen få en gemensam leverans av beställningarna hem till dörren samma dag, dessutom med hållbara transporter.

## DIGITALISERINGENS PÅVERKAN

Digitaliseringen innebär bland annat nya handelsinnovationer, vilket ger fysiska butiker möjlighet att rationalisera sin försäljning och minska kostnader. Detta kan exempelvis innebära att helt nya, obemannade butiker öppnas, och att butiker är öppna och obemannade efter ordinarie stängningstid – eller under dygnets alla timmar. Betalmedel som Swish och kortterminaler som iZettle möjliggjort

för enklare köp vilket gör att butiker inte behöver investera i ett fullskaligt kassasystem. Trenden är tydlig i Kina där i regel alla köp sker med mobilen och digitala transaktioner dominerar.

Ett fenomen som börjar testas på marknaden just nu är virtuella butiker och kläder. Bland annat lyxmärket Gucci har släppt ett par virtuella sneakers som bara kan bäras genom augmented reality. Även H&M har börjat testa denna marknad. För t ex de som lever på att publicera bilder på sina kläder på sociala medier kan detta vara ett både snabbare och mer hållbart val än att köpa nya fysiska plagg.

## VAD VILL FRAMTIDENS KUND KÖPA?

Många städer ser redan nu ett ökat utbud av second hand, vintage och återbruk i stadskärnan, och med lägre disponibel inkomst och ökade bostadskostnader kommer begagnathandel sannolikt fortsätta öka. Att handla second hand är särskilt populärt bland målgruppen "Generation Z" (dvs födda mellan ca 1996-2010) som i allt högre grad värderar icke-monetära värden och sådant som upplevs som meningsfullt och intressant. Bland annat Svensk Handel konstaterar i en rapport att handla begagnat har "gått från skam till glam" och att det blir allt vanligare, inte minst bland unga.

En mer heterogen befolkning innebär också att städer sannolikt kommer färre "one size fits all"-koncept, när det kommer till butiker och handelsplatser. Enligt Westfields undersökning i How We Shop (2020) vill 70 % av respondenterna att morgondagens butiksytor speglar människorna som bor i området, och 51 % uppger att de föredrar lokala varumärken framför välkända.

## ÖPPETTIDER

När våra liv fylls med jobb, fritidsaktiviteter, familj och vänner gör dagens reellt begränsade öppettider att vi ibland väljer bort staden på grund av tidsbrist. Begränsade öppettider spelar också stor roll för tryggheten på gatorna och möjligheten till ett kulturliv under längre tid på dygnet. När glappet mellan stängning av butiker och öppning av t ex bio- eller teaterföreställningar är för stor är sannolikheten för att invånaren eller besökaren ska slå "två flugor i en smäll" mindre, och risken är därmed hög att en av dem väljs bort. Längre öppettider för handlare som kan befolka staden under större delen av dygnet skapar en kedja av verksamheter och aktiviteter som tar vid efter varandra över dygnet utan avbrott.

## ÖKAD FLEXIBILITET I AVTAL

Att företag blir mer flexibla i sin försäljning, kombinerat med att vi lever i en alltmer föränderlig värld, påverkar även hur hyresvärdar utformar sina avtal, något som bland andra Emma James från Places Made i Manchester kunde konstatera i sin forskning. Craig Macnab, VD på National Retail Properties, anser att hyresgäster behöver bli mer flexibla, inte bara avseende hyresnivåer, utan också hur lokalerna används. Macnab tror också att det kommer behöva göras investeringar i för att rekonfigurera fastigheter så att de kan anpassas efter rådande efterfrågan. Vi kommer sannolikt därför se kortare hyreskontrakt för ökad flexibilitet, fler mindre butikslokaler, delade ytor och mer småskalighet. Skyltfönster och lokaler i anslutning mot gaturummet delas av fler och ger ett intryck av ett tätare och mer varierat utbud. Därför blir

också "goda grannar"-strategier särskilt viktiga för att främja synergieffekter mellan olika verksamheter.

### **STÖD & SAMVERKAN FÖR MÖJLIGGÖRANDE**

Att större kedjor försvinner från flera stadskärnor innebär ett frigörande av lokaler, och att småföretagare kan flytta in. I bland annat Utrecht och Manchester finns stödmodeller för att göra det ekonomiskt möjligt för småföretagare att etablera sig i den fysiska handeln. Genom att stötta utvecklingen av mer flexibla och billigare lokaler hjälper man inhemska och oberoende företag att växa och bli mer produktiva. Ett flertal städer har börjat arbeta med inkubatorslokaler, där entreprenörer får chans att etablera sig i en fysisk butik, ofta för en lägre hyra eller i ett sämre läge, för att sedan skala upp och flytta till ett bättre läge när de blivit mer finansiellt stabila och ett kundunderlag har etablerats. Fler och fler företag – ibland kallade "pop-up architects" eller "retail strategists" – specialiserar sig särskilt på att hitta lösningar för startups och entreprenörer i form av lokaler och utformning av dessa. I bland annat New Jersey och Philadelphia i USA har lokaler i köpcentrum använts i syfte att ge entreprenörer en möjlighet att visa upp sina produkter utan långsiktiga åtaganden eller höga kapitalutgifter. Det innebär dels en lägre tröskel för entreprenörerna att komma in på den fysiska försäljningsmarknaden, och skapar även en möjlighet för dem att få feedback från sina kunder. I projektet "The Gathering Shops" har särskilt stor fokus legat på att inkubera designers, som ofta vill få respons från kunder, så att de sedan kan justera sina produkter utefter det. Det är även en bra affär för hyresvärderna, i synnerhet för de många köpcentrum som i regel har haft svårt att dra till sig "millennial shoppers" då de gör majoriteten av sina inköp online. Genom detta koncept kan

hyresvärdarna vinna tillbaka denna köpstarka kundgrupp. Framgångsfaktorn i fallet med The Gathering Shops var att hålla konceptet nytt och fräscht: man tog in nya designers varje månad och anordnade ett flertal evenemang i samband med detta, vilket lockade många kunder.

I Borås har fastighetsbolaget Kanico varit med och utvecklat "Borås vackraste hus" som inrymmer både second handbutik, galleri, frisersalong och inredningsbutik. Fokus har legat på att hitta hyresgäster som utgör en bra mix och som kan bidra med estetiska värden till det historiska huset, snarare än att maxa de kortsiktiga hyresintäkterna. Kanico har behövt gå in och stötta en del av hyresgästerna i perioder, men ser ett stort värde i att de tillför något vackert till huset, och att det är en blandning av service, kommersiell verksamhet och mindre, nischade butiker som i kombination bidrar med olika saker till stadskärnan.

#### **KÄLLOR:**

- Fastighetsägarna & HUI (2022) *Cityindex Insikt: Strategi för rikare stadsliv*
- Handelsrådet (2019) *Handel, stad och hållbarhet i en digital tid*
- European Economic and Social Committee (2019) *The future of retail in city-centres*
- Adyen (2022) *Retailbarometern*
- Newst (2023) *Framtidens butiker - Vad säger experterna?*
- Gonzales, M. (2020) *Rethinking the Fibers of Store Design.*
- Forbes (2020) *The Surprising Way Retailers Are Creating Shopping Experiences.*
- Svensk handel (2022) *Framtidens handel*
- Svensk handel (2022) *Handeln – Stadens Motor*
- Forbes (2021) *The 8 Biggest Retail Trends Every Retailer Needs To Be Ready For*
- Stål, F. et al (2022) *Systemet bakom attraktiva kommersiella stadstrum*
- Unibail-Rodamco-Westfield (2020) *Westfield – How we shop the next decade*
- Handelsrådet (2021) *Forskningsrapport: Butiken som mötesplats i en digital ålder*
- Intervju med Jeroen Roose-van Leijden, Centre Management Utrecht (2022-02-04)
- Intervju med Vaughan Allen, Cityco Manchester (2022-02-07)
- Intervju med Emma James, PlacesMade Manchester (2022-02-11)

## **HÄLSA & VÄLBEFINNANDE**

Hälsa har tagit en allt större plats i debatten om framtidens städer. Under de senaste 20 åren har en mängd forskningsrapporter visat på de gynnsamma hälsoeffekterna av ökad tillgång till grönytor och grönområden för vila och återhämtning. Närhet till grönska främjar människors hälsa och välbefinnande och boende som har nära till grönytor använder dessa både oftare och längre, och uppvisar färre stressrelaterade besvär som resultat av detta. I synnerhet barn har visat sig vara friskare om de bor närmare grönområden.

Under pandemin med lockdowns och social distansering ökade medvetenheten om vikten av tillgång till natur och grönska ytterligare. Det i sin tur har inneburit att dessa värden återigen betonas i flera städers "återhämtningsstrategier", för att skapa hälsosammare städer i framtiden. Exempelvis i Barcelona har ledningen i staden beslutat att expandera deras gröna och promenadvänliga Superblocks i stadskärnan som ett steg i ledet mot att skapa en mer hälsosam stad.

Grönytor som utformas för att möta både de allra yngsta såväl som de allra äldstas behov möjliggör möten mellan generationer som får alla åldrar att känna sig sedda och viktiga. Exempelvis i en rapport från UN Habitats (2021) beskrivs hur städer kan minska effekterna av framtida pandemier och bli mer rättvisa, hälsosamma och miljövänliga. Rapportens rekommendationer inkluderar ett ökat fokus på lokal nivå på att planera stadsdelar och samhällen som är multifunktionella och inkluderande.

#### KÄLLOR:

Grahn, P., Stigsdotter, U. (2003) *Landscape planning and stress. Urban Forestry and Urban Greening*  
Healthy Cities, Malmö stad (2013) *Hälsöfrämjande stadsplanering*  
Savills. (2021) *One year on: five emerging trends that will shape post-pandemic cities*  
Cities Forum (2021) *Superblock (Superilla) Barcelona—a city redefined.*  
UN HABITAT (2021) *Cities and Pandemics: Towards a More Just, Green and Healthy Future*  
Fastighetsägarna (2022) *Tre röster om framtidens stadskärna*  
Fastighetsägarna & HUI (2022) *Cityindex Insikt: Strategi för rikare stadsliv*  
Fastighetsägarna (2022) *Stadsliv med människan i centrum*

## FLEXIBLA OFFENTLIGA RUM

Ett flertal studier konstaterar att en levande stadskärna måste kunna erbjuda tillgänglighet till gröna, öppna platser som tillåter olika typer av aktiviteter och att temporära lösningar. Denna typ av "oprogrammerade" platser går sedan att fylla med olika typer av innehåll – allt från matmarknader till konstutställningar och dans. Enligt en rapport från Gehl Architects (2021) har tillgång till denna typ av ytor varit vital för många städer att hantera kriser och kan leda till positiva radikala förändringar i stadsrummet. I Dublins utvecklingsstrategi för stadskärnan understryks också vikten av placemaking och attraktiva offentliga rum för dess förmåga att stötta handeln i centrum, öka gångflöden och att utveckla stadskärnan som nyckeldestination.

Pandemin har inneburit att ensamheten och isoleringen bland äldre svenskar skjutit i höjden. Enligt pensionärsorganisationen PROs undersökning känner sig nästan hälften av medlemmarna mer ensamma nu än före pandemin. För att skapa ytor som rymmer möten mellan människor och generationer är det viktigt att det finns neutrala och flexibla ytor i staden som inte är låsta till en

särskild funktion, utan som kan rymma olika typer av evenemang eller händelser. Det ger möjlighet för människor i olika åldrar och från olika delar av staden att dela gemensamma upplevelser.

#### KÄLLOR:

Gehl Architects (2020) *Public Space, Public Life, and COVID 19 In the first phases of the reopening in Denmark*  
Dublin City Council (2021) *Dublin City Development Plan 2022-2028*  
Berg, L (2010) *Möten i det offentliga rummet*  
Fastighetsägarna (2022) *Stadsliv med människan i centrum*  
Wingårdhs & Svenska Handelsfastigheter (2022) *Framtidens stadskärna 2050*  
Fastighetsägarna (2022) *Levande bostadsområden – dröm och realitet*  
Stål, F. et al (2022) *Systemet bakom attraktiva kommersiella stadsrum*  
Svenska Dagbladet (2020) *Varannan pensionär mer ensam under pandemin*

## PROMENADVÄNLIGHET ("WALKABILITY")

Promenadvänlighet, eller "walkability", skapar positiva synergier för både hälsa, hållbarhet och "livability". Att lätt kunna ta sig till fots till, från eller inom en stad eller stadsdel, bidrar till rörelsegädje och ökad fysisk aktivitet och var under pandemin särskilt viktigt för att kunna undvika kollektivtrafik till och från bland annat arbetsplatsen. Men det påverkar även saker som hur anslutna vi känner oss till naturen eller hur engagerade och involverade vi känner oss i andra människors liv.

Med bakgrund av pandemin uppger många experter att walkability är nyckeln till att skapa hälsosamma städer i framtiden. Fler och fler städer gör plats för nya gågator, bredare trottoarer, och sänkta bilhastigheter, bland annat i projekten "Slow streets" i San Francisco och "Open streets" i New York City. Behovet av att kunna ta sig mellan platser till fots blev särskilt tydligt under pandemin: i en studie utförd av Gehl Architects 2020 kunde man förvisso

se att bilåkandet har ökat i Danmark, men att antalet fotgängare och cyklister hade ökat desto mer. En stor trend i England under våren och sommaren 2020 var den utbredda uppkomsten av tillfälliga cykelvägar och gågator, vilket många stadsbor ansåg gjorde stadsmiljöerna mer attraktiva, hälsosammare och bättre sammankopplade.

Visionen om bilfria stadskärnor – för att öka säkerheten, minska luftföroreningar och skapa ett myllrande stadsliv – har sedan många år tillbaka varit en omdiskuterad fråga i debatten om hållbar stadsplanering. I takt med att städer sätter ambitiösa klimatmål och tar del av studier som visar på tydliga korrelationer mellan levande stadsliv och bilfria områden växer den sig allt starkare. I Oslo arbetar man nu aktivt efter visionen om att bli världens största bilfria centrum.

#### KÄLLOR:

Gehl Architects (2020) *Public Space, Public Life, and COVID 19 In the first phases of the reopening in Denmark*  
Savills (2021) *One year on: five emerging trends that will shape post-pandemic cities*  
Burden, D (2022) *Built Environment Impact on Public Health*  
Choi, K. (2022) *Inclusion, walkability will be key to rebuilding cities after the COVID-19 pandemic*  
Intervju med Vaughan Allen, Cityco Manchester (2022-02-07)  
Intervju med Matic Sopotnik, City of Ljubljana (2023-01-10)



## NÄRHET

Ett flertal studier visar att lokala förorts- och handelscentrum har klarat sig bättre under pandemin, på grund av att de har all nödvändig service för att lösa invånarnas livspussel samlat på ett ställe. I en studie av Gehl Architects (2020) såg man bland annat att "lokala grannskap" i Svendborg och Horsens i Danmark som hade bättre tillgång till en variation av bekvämligheter och nödvändig service behöll sitt stadsliv i större grad än andra städer. Analyser utförda av brittiska High Street Task Force visar samma resultat för ett flertal engelska städer. I dessa studier såg man dels att dessa lokalcentrum eller "grannskap" verkade mer populära även efter pandemin, och något som flera städer ser ett behov av att tillämpa även i stadskärnorna.

Att bygga en stadskärna som är trygg, säker och tillgänglig för alla har kommit att bli en brännande fråga, där koncept som kvartersstaden (där invånarna kan lösa de flesta av sina behov inom promenad- eller cykelavstånd) leder vägen framåt. Efter Barcelonas Superblocks har Paris gått i bräschen för att förverkliga konceptet om 15-minutersstaden, genom att omorganisera stadsstrukturen så att invånarna kan tillgodose de flesta av sina dagliga behov inom en kort promenad eller cykeltur från sitt hem, vilket eliminerar behovet av bilbaserad transport. Nu diskuteras även konceptet "1-minutsstaden", som fokuserar på det mest omedelbara grannskapet (och kanske inte nödvändigtvis exakt 60 sekunder från ytterdörren) och relationerna man har med och i den miljön: här känner man kanske ägaren till baren på hörnet, lärarna på förskolan, man kan namnen på sina

grannar eller till och med träden. Det är en stad där gränsen mellan bostad och gata suddas ut och innebär i sin tur en ökad känsla av ansvar och omsorg för vår närmiljö.

**KÄLLOR:**  
*High Streets Task Force (2019) Frameworks for high street and town centre action and renewal*  
*Helsingborgs Dagblad (2022) Stadskärnan bör bli en kommunal valfråga*  
*Gehl Architects (2020) Public Space, Public Life, and COVID 19 In the first phases of the reopening in Denmark*  
*Anselmsson, J. (2021) Ut ur pandemin – rakt in i den digitala transformationen*  
*Fastighetsägarna (2022) Stadsliv med människan i centrum*  
*Dagens Industri (2022) De vill skapa 1-minutsstaden – ny rörelse tar kampen till gatan*

## HÅLLBARHET I FOKUS

Städer tar upp ungefär 3 % av jordens yta, men står för cirka 70 % av alla utsläpp av växthusgaser. De växer också i i rask takt – i Europa förväntas nästan 85 % av befolkningen bo i städer år 2050; i Sverige är siffran 93 %. Av den anledningen spelar städer en avgörande roll i att tackla klimatkrisen. Detta avspeglas bland annat i EU:s Green Deal for Europe, som syftar till att göra hela Europa klimatneutralt till 2050, och med detta bli den första klimatneutrala kontinenten. Ambitiösa mål har satts runt om i världen, och satsningar med eldrivna fordon, solpaneler, ökad lokalproduktion, förnybar energi och gratis kollektivtrafik initieras allt oftare i städer som Vancouver, Reykjavik, Helsingfors, Berlin, Amsterdam, Stockholm och Kapstaden, och inte minst Köpenhamn – som har som mål att bli den första CO<sub>2</sub>-neutrala staden redan 2025.

Hållbarhetsfrågan påverkar även handeln i allt större utsträckning. Enligt en undersökning av Westfield (2020) uppger 76 % av de europeiska respondenterna att de vill att återförsäljare ska

engagera sig mer i klimatfrågan, de vill t ex se att butiker förbjuder engångsplast eller skapar produkter som håller länge. De förväntar sig även att framtidens butik prioriterar att vara självförsörjande: hela 71 % vill se att produkterna som säljs i butiken också tillverkas där i framtiden. Så kallade "fabriksbutiker" spås därmed bli vanligare i framtiden. Att hyra istället för att äga antas också öka och ske mer på löpande basis, det vill säga att det blir mer som en livsstil, istället för enbart tillfälliga val.

**KÄLLOR:**  
*Viable Cities (2020) Klimatneutrala städer 2030*  
*RISE (2022) Framtidens hållbara livsmiljöer*  
*Unibail-Rodamco-Westfield (2020) Westfield – How we shop the next decade*  
*AFRY (2022) Future Cities Survey*

## HÅLLBAR (MIKRO)MOBILITET

Bilen har kommit att utmanas både ur miljöperspektiv och ökad konkurrens om stadens ytor, där gång- och cykeltrafik fått allt högre prioritet i stadsplaneringen. Dagens infrastrukturensatsningar har stort fokus på en utbyggd kollektivtrafik med utbyggnad av bostäder intill kollektivtrafiknoder. Dessutom tar färre unga körkort, och konsumenter uttrycker en vilja att bli mindre bilberoende.

International Transport Forum släppte 2021 rapporten "Micromobility, Equity and Sustainability", som konstaterar en stark tillväxt och innovationsgrad inom mikromobilitetssektorn. Rapporten visar att det finns ett starkt konsensus bland styrande aktörer inom stadsutveckling att mikromobilitet berikar städer ur ett rörelseperspektiv och har god potential att ändra beteenden och övergången till en mer koldioxidsnålt sätt att ta sig till, från och inom städer. Bättre transportmöjligheter både

inom och mellan städer för att möta behoven hos växande befolkningar gör dem till attraktiva platser att bo och arbeta på. Att förbättra anslutningsmöjligheterna öppnar också upp fler möjligheter för lokala samhällen och ekonomier och säkerställer att städerna fortsätter att blomstra. Även om buss- och järnvägstjänster kan täcka huvuddelen av en resa, måste människor först gå, köra bil eller använda en annan metod för att ta sig till och från närmaste station eller hållplats. Resans första och sista etapp kallas för "first mile" respektive "last mile". Att utforska dessa alternativ, som exempelvis kan användas för att komplettera resor med kollektivtrafiken, kan hjälpa till att skapa en förändring genom att öka attraktiviteten och effektiviteten hållbara transportsätt. Tekniska innovationer såväl som nya affärsmodeller förändrar landskapet för first/last mile-alternativ. För passagerartransporter leder detta till ett brett utbud av alternativ, allt från mer traditionella till banbrytande transporttjänster. Några av dessa alternativ, som att gå och cykla, är inte nya men har fortfarande potential att växa. Många av alternativen är fortfarande i ett relativt tidigt skede i utvecklingsfasen och deras framtid genomslag är fortfarande osäker, exempelvis lättare elfordon (såsom elsparkcykel, låne-elcyklar, segways mm) och inte minst autonoma fordon. Flera städer i världen har sett vad många kallar en "invasion" av elsparkcyklar, vilket delvis skapat olika problem på grund av brist på adekvat reglering. Men för många har de inneburit ett bra, ibland bättre, färdmedelsalternativ och främjat mer hållbara resevanor. Bland annat i en engelsk studie från 2021 såg man 39 % av Voi-användarna uppgav att de har ersatt kortare bilresor med elsparkcykel. I

ett flertal städer, bland annat i Köpenhamn, Berlin och Birmingham, har projekt genomförts med elsparkcyklar för att få folk att lämna bilen hemma.

#### KÄLLOR:

Svensk handel (2022) *Handeln – Stadens Motor*

International Transport Forum (2021) *Micromobility, Equity and Sustainability*

European Environmental Agency (2020) *The first and last mile — the key to sustainable urban transport*

GöteborgsPosten (2021-07-29) *Bara bakåtråvare kan vara emot elsparkcykel*

Voi (2022-10-02) *Voi partners with UK climate charity, Possible, on Going Car Free initiative*

Svensk handel (2022) *Handeln – Stadens Motor*

RISE (2022) *Framtidens hållbara livsmiljöer*

## SMART CITY

År 2050 kommer 68 % av världens befolkning att bo i stadsområden. Denna snabba tillväxt kan ha en negativ inverkan på en hållbar utveckling med betydande problem med social integration, luftföroreningar, avfallshantering och energiförbrukning som konsekvens. Städer förbrukar cirka 75 % av de globala resurserna och bidrar till 70 % av utsläppen av växthusgaser, och spelar därmed en betydande roll i sociala, ekonomiska och miljömässiga aspekter världen över – och Smart City har dykt upp som ett ledande tillvägagångssätt för att ta itu med dessa problem. Smarta, innovativa städer bidrar till mer hållbara städer och kan genom effektiviserade system underlätta livspusslet för dess invånare. Från år 2021 och framåt kommer den grundläggande tekniken fortfarande att vara en del av denna omvandling, samtidigt kommer de senaste trenderna och teknikerna som 5G, artificiell intelligens, dataanalys att utvecklas och stå i centrum för denna transformation. Enligt Statista kommer det att finnas cirka 1,9 miljarder abonnemang för 5G-nätet år 2024. Detta innebär stora möjligheter bland annat för städernas kollektivtrafiksystem, då

det innebär snabbare signaler mellan maskiner som exempelvis kan kommunicera passagerarlast eller avstånd mellan varandra på en sträcka, eller mellan transport och parkeringssensorer, trafikljus mm., vilket skapar ett enda automatiserat nätverk.

Artificiell intelligens har redan tillämpats inom ett flertal affärsområden, till exempel för att förebygga bedrägerier. Under de senaste åren har det introducerats till offentliga tjänster inom områden som trafikledning, automatiserade biljettsystem för kollektivtrafiknätverk och parkeringsautomation. Biometrisk identifiering (identifiering av människor genom att verifiera deras fysiska eller beteendemässiga egenskaper) är bara ett exempel på AI inom passerkontrollteknik som kommer att fortsätta att utvecklas. På Shanghais tunnelbana gör tal- och ansiktsgenkänningsteknik biljettköpet snabbt och kontaktlöst. Även inom handeln ser man en ökad användning av AI-tjänster. Kunderna förväntar sig i högre grad en köpupplevelse anpassat efter deras behov och rekommendationstjänster blir därmed allt mer populära. Amazon Go, Amazons fysiska butiker, använder sig av "machine vision" för att följa vad en kund kollar på, vad de lägger i sina korgar, och betalar sedan automatiskt utifrån denna information, och kan gå ut genom dörren när de shoppat klart istället för att stå i kö till en kassa.

Insamling och analys av data är också ett verktyg för att förstå hur hälsosamma, hållbara och livskraftiga städer ska utformas. Rotterdam har framgångsrikt använt sig av "flödesövervakning" och i Gävle har Forskningsprojektet BIG startat i syfte att förstå invånarnas och besökarnas behov. Insamlingen av data sker genom digitala kartor över Gävle

(som samlar information om t ex luftföroreningar, buller och cykelvänlighet), appen “MyGävle” (som kartlägger hur invånarna i staden rör sig och där användarna dessutom kan rapportera in positiva såväl som negativa upplevelser av staden och stadsmiljön) samt biometrisk data från aktivitetsarmband, t ex användarnas stressnivåer och hjärtfrekvens.

#### KÄLLOR:

De Marco, A (2021) *Evolutionary trends in smart city initiatives*  
OCity (2021) *From Cash to value stored cards: What's next for mass transport contactless payments?*  
Caruso, A. & Reddy, J. (2020) *Smart City Solutions for a Riskier World: a look into the impact of the COVID-19 pandemic and future city trends.*  
Savills. (2021) *One year on: five emerging trends that will shape post-pandemic cities*  
Mobil (2016) *Reportage: Halvvägs till 5G*  
Forbes (2021) *The 8 Biggest Retail Trends Every Retailer Needs To Be Ready For.*  
O-City (2021) *Top Smart City Trends.*  
Fastighetsägarna & HUI (2022) *Cityindex Insikt: Strategi för rikare stadsliv*  
Intervju med Anders Sloth Nielsen, Copenhagen Capacity (2022-02-04)

## FRAMTIDENS KONTOR

Det påtvingade hemarbetet som pandemin inneburit har gett upphov till två läger: de som trivs med att arbeta hemifrån – som i många fall bor större med plats för avskilda kontor eller som av olika anledningar inte har samma behov av social kontakt på en daglig basis för att må bra. Det andra lägret består av de som ofta är yngre, bor ensamma, eller delar på en liten lägenhet utan utrymme för att kunna ”fly undan,” och som frodas av att ha ett socialt liv. En studie från Lunds universitet och Europeiska Institutet för Vetenskaplig Analys (2021), visade att svenskarna är mer positivt inställda än väntat till hemarbete: två av tre uppgav att de trivdes bra att jobba hemifrån. Även rapporten “Framtidens arbetsliv”(Castellum, 2021) visade att behovet av

ökad flexibilitet har skjutit i höjden, med 54 % som svarade att de vill kunna växla mellan kontor och distansarbete. Undersökningen visade även att det traditionella kontorslandskapet ser ut att vara på väg att dö ut, med att coworking (ett form av “kontorskollektiv”) har aldrig varit hetare: 2/3 kan tänka sig att helt eller delvis arbeta i en coworking-miljö. Undersökningen visade dock på en tydlig generationsklyfta, där framför allt Generation Z (dvs födda mellan ca 1996-2010) kan tänka sig arbeta i en coworking-miljö.

Det som nu anges som viktigt för att göra en arbetsplats attraktiv är framför allt närvaron av kollegor och social interaktion. Därpå följer flexibla arbetstider. Ett mer flexibelt sätt att arbeta innebär samtidigt ett behov av en mer dynamisk marknad avseende både ytor och kontraktsform. Hyresgäster efterfrågar t ex större utrymme för smidigare uppsägning, kortare avtalstid och ytjusteringsmöjligheter.

När många anser att hemarbete underlättar livspusslet får kontoret istället rollen som mötesplats för sociala och kreativa möten och upplevelser. Även kontorets utformning och dess läge har visat sig påverka i vilken grad anställda vill återvända till och arbeta från kontoret. I Manchester ser man t ex en ökad efterfrågan på kontorsytor i viktorianska byggnader i de äldre delarna av staden – som utöver tilltalande arkitektur också kan erbjuda stadslivspuls och ett stort utbud av lunchrestauranger.

#### KÄLLOR:

Bloomberg (2021) *Fed-Up Young Workers Fear They Need Offices to Save Their Careers*  
Lokalguiden (2021) *Förändrad efterfrågan på kontor*  
Dagens Nyheter (2021) *Efter pandemin: Fler kontorsjobbare sugna på "coworking"*

WeForum (2021) *Home or office? Survey shows opinions about work after COVID-19*

Fastighetsägarna (2022) *Stadsliv med människan i centrum*

Castellum (2021) *Framtidens arbetsliv*

Västsvenska Handelskammaren (2020) *Distansarbete – det nya normala?*

Intervju med Vaughan Allen, Cityco Manchester (2022-02-07)

Intervju med Marjo de Kraker, Gemeente Utrecht (2022-02-07)



*REFLEKTION*

---

# HUR PÅVERKAS MALMÖS STADSKÄRNA?

Här ges en sammanfattande reflektion av hur Malmö kan komma att påverkas av de utpekade framtidstrenderna, utifrån stadens förutsättningar och utmaningar.

## **ETT UTBUD SOM TILLMÖTESGÅR EN ALLT YNGRE BEFOLKNING**

Malmö växer så det knakar och år 2050 beräknas stadens befolkning ha ökat från 350 000 till en halv miljon. Enligt SCB (2022) är gymnasieungdomar en av de åldersgrupper som kommer att öka mest inom de kommande tio åren. En ung befolkning betyder bland annat att en mer miljömedveten generation tar plats i staden i framtiden. Med fler som lägger större vikt vid miljövänliga alternativ - från produkter till boende - kommer Malmö stadskärnans framtida utbud sannolikt spegla denna efterfrågan i allt större grad, genom t ex ett större fokus på icke-monetära upplevelser, delningstjänster och second hand-butiker (vilket kan komma att förstärkas ytterligare av att andelen invånare som lever på relativt låga inkomster ökar). En yngre befolkning kommer också innebära en ökad efterfrågan på aktiviteter för unga i stadskärnan.

## **HANDELS OMSTÄLLNING SKAPAR NYA MÖJLIGHETER**

Andelen inköp som görs i de svenska stadskärnorna har minskat över tid, vilket varit extra påtagligt under

pandemin. Det har synts tydligt i bl a Malmö där många butiker har tvingats att slå igen. Det finns nu lediga lokaler på centrala adresser och har i vissa fall lett till att hela kvarter helt saknar butiker och andra verksamheter. Detta ger möjligheter för nya verksamheter att utvecklas, för att skapa fler kontaktytor mellan stadens invånare. Pandemin har dock visat att det krävs en viss flexibilitet i framtiden, för att snabbt kunna växla om och anpassa utbudet efter efterfrågan. Det kommer också krävas en lyhördhet för olika intressenters behov och kunskap för att hitta lösningar som matchar den lokala efterfrågan. Det är av stor vikt att utgå ifrån de vardagsvillkor som människor lever i när stadskärnan utvecklas, med tanke på bland annat det stora antal hushåll som lever med en begränsad ekonomi. Genom att engagera och involvera invånare, fastighetsägare, handeln, näringslivet, besöksnäringen, föreningsverksamheter, lärosäten, polisen, med flera kring utvecklingen av stadskärnans och dess innehåll underlättas arbetet med att skapa en mer jämlik och socialt hållbar stad för alla.

## **MALMÖS MÅNGFALD & KULTUR SKAPAR EN DYNAMIK SOM LOCKAR**

Malmö mångfald och kreativa atmosfär bildar en dynamisk helhet som hela tiden växer, förändras och inspirerar. Malmö har historiskt sett haft en öppenhet för nya idéer, vilket tar sig uttryck i både

innovation och till stadens kulturella utbud. Det skapar unika förutsättningar för utveckling genom att det t ex lockar till sig unga människor från såväl Skåne som resten av landet, vilket i sin tur bidrar till ett ännu rikare kultur- och uteliv. Detta, tillsammans med dess hållbarhets- och kunskapsprofilering, lockar i sin tur fler besökare, investeringar och näringsliv. När stadskärnan största dragare i framtiden är kultur och upplevelser finns därmed en stor potential för centrala Malmö att bli en levande och attraktiv stadskärna.

## **ATT TILLSAMMANS STÄRKA STADENS IDENTITET(ER)**

Flera rapporter pekar på att de stadskärnor som lyckas attrahera med en atmosfär och ett utbud som knyter an till det lokala, genuina och unika har särskilt goda utvecklingsmöjligheter. Att arbeta med att stärka de olika områdenas unika identitet ytterligare baserat på deras specifika karaktär, genom bland annat invånardialoger, hjälper till att skapa en attraktiv stadskärna. Detta kan enligt forskare ge känslan av att staden krymper och gör att fler vill besöka och uppleva stadskärnan. I Malmö fall, som redan har ett flertal områden med olika karaktär, skulle förstärkningen av sådan struktur vara positiv för att länka ihop flera "stadssubkulturer" till en spännande helhet.

För att skapa en sammanhållning där de människor som bor i staden känner en koppling till platsens identitet är det viktigt att involvera såväl malmöborna, som kommunen, handeln, näringslivet och stadens lärosäten – genom t ex platssamverkan – för att samlas kring och förstärka denna. Detta kan också få effekten att fler vågar ta plats i stadskärnan och uttrycka sina tankar kring dess uppbyggnad och fortsatta förändring.

### **ÖKAD NÄRHET GENOM EN MER SAMMANHÅLLEN STAD**

Malmö är en, geografiskt sett, kompakt och sammanhållen stad men har relativt lite kontakt mellan stadsdelarna. Att fortsätta bygga tätt är en viktig strategi i att länka samman stadsdelar och bryta upp barriärerna, liksom att fokusera på inkludering, mötesplatser och god kommunikation. Det faktum att det bor många unga människor i Malmö kommer sannolikt skapa en ökad rörelse i staden, både fysiskt och socialt, vilket också är positivt för den sociala sammanhållningen.

### **MÖTESPLATSER SOM FRÄMJAR MÖTEN MELLAN STADENS INVÅNARE**

Att skapa en stadskärna för alla som integrerar och främjar möten kommer vara avgörande i framtiden, vilket betyder att utbudet i Malmös framtida stadskärna måste spegla stadens mångkulturella prägel, och trösklar måste sänkas för fler etableringar från dem som har minst resurser. När Malmös stadskärna inte längre fyller funktionen som (primärt) en plats att handla spelar dess offentliga rum och mötesplatser allt större roll. God tillgång till exempelvis torg, bibliotek, badplatser och parker, bidrar till social hållbarhet och en mer jämlik stad.

Dessutom behövs fler mötesplatser som är gratis och billiga, samt platser där t ex gymnasieungdomar tillåts “hänga”. Även “oprogrammerade” platser är en viktig del i detta, för att möjliggöra för tillfälliga lösningar, pop up-initiativ eller evenemang (som med fördel inte kostar för mycket att ta del av).

### **EN STAD I FRAMKANT**

Malmö har sett en god tillväxt de senaste åren. Bland annat stadens läge, med närhet till Danmark och övriga Europa, fortsätter locka både människor, investeringar och företag. Malmö har sedan många år tillbaka positionerat sig som en hållbar, innovativ och nytänkande stad, och de växande klustren inom IT, life science och gaming främjar detta ytterligare. Dessa nya jobb och branscher som växer till sig med fotfäste i Malmö, i kombination med ökad digitalisering, ökar även behovet av internationell kompetens, vilket sannolikt kommer ha en allt större påverkan på Malmö och dess stadskärna avseende både utbud men även när det kommer till mötesplatser. Redan idag finns många mötesplatser inom en relativt liten radie, exempelvis DevHub (Game Habitat), där internationella talanger inom spelindustrin samlas och har skapat en stark “community”. Även Media Evolution är en viktig mötesplats som samlar personer inom olika branscher, och hjälper inflyttade med att tillgänglig- och synliggöra aktiviteter och sociala sammanhang i stadskärnan.

Malmö är också en stad med en stor andel universitetsutbildade, vilket visar på goda möjligheter för stadens framtida näringsliv, i synnerhet med tanke på den kompetensbrist som råder inom bl a tech-sektorn (i både Malmö och världen generellt)

och spelbranschen. Det kommer dock vara viktigt att säkerställa att man inte enbart formar framtiden efter de människor som passar in i tanken om ett kreativt, högutbildat och tekniskt avancerat Malmö.

Malmös starka näringsliv och ett ökat antal talanger som flyttar in från andra delar av Sverige och världen kan tänkas öka efterfrågan på coworking-ytor. Med tanke på att en stor andel av stadens invånare har begränsade ekonomiska förutsättningar kan i synnerhet etableringen av coworking-ytor som är “billiga” och inkluderande sänka trösklarna för unga och invånare med begränsad ekonomi.

### **TRYGGHET**

Trots att det gängrelaterade våldet i Malmö har varit på stadig nedgång sedan 2017 uppger många malmöiter fortfarande att de känner sig otrygga. Det är därför positivt om fastighetsägare kan erbjuda lokaler till kvällsöppna verksamheter som bidrar med positiva rörelser i staden som kulturutövare eller restauranger. Gratis verksamheter är också av stor vikt för att tillmötesgå även de med begränsad ekonomi.



*REFERENSER*

---

Adademic Living (2020) Framtidens delade boende - En rapport om hållbarhet i livsstil och bostad. Tillgänglig via: [https://www.akademiskahus.se/globalassets/dokument/tekniska-publikationer--bilder/framtidens\\_delade\\_boende\\_2020-webb\\_enkelsidig.pdf](https://www.akademiskahus.se/globalassets/dokument/tekniska-publikationer--bilder/framtidens_delade_boende_2020-webb_enkelsidig.pdf)

Adyen (2022) Retailbarometern. Tillgänglig via: [https://www.adyen.com/en\\_GB/reports/retail-report-2022](https://www.adyen.com/en_GB/reports/retail-report-2022)

Anselmsson, J. (2021) Ut ur pandemin – rakt in i den digitala transformationen. Tillgänglig via: <https://portal.research.lu.se/en/publications/ut-ur-pandemin-rakt-in-i-den-digitala-transformationen-ska-stadsk>

Bergman, B. (2003). Handelsplats, Shopping, Stadsliv: En historik om butikformer, säljritualer och det moderna stadslivets trivialisering.

Bloomberg (2021) Fed-Up Young Workers Fear They Need Offices to Save Their Careers. Tillgänglig via: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-06-14/return-to-office-young-people-seek-wellbeing-at-home-purpose-at-work>

Boverket (2021) Förutsättningar för stärkt platsamverkan. Tillgänglig via: [https://www.boverket.se/contentassets/93a19f14611b4d7d8568abe41f499025/starkt\\_platssamverkan](https://www.boverket.se/contentassets/93a19f14611b4d7d8568abe41f499025/starkt_platssamverkan)

BRÅ (2022) Nationella trygghetsundersökningen 2022. Tillgänglig via: <https://bra.se/publikationer/arkiv/publikationer/2022-10-11-nationella-trygghetsundersokningen-2022.html>

Burden, D (2022) Built Environment Impact on Public Health. Tillgänglig via: <https://www.bluezones.com/services/built-environment-impact-public-health/>

Caruso, A. & Reddy, J. (2020) Smart City Solutions for a Riskier World: a look into the impact of the COVID-19 pandemic and future city trends. Tillgänglig via: <https://www.hatch.com/About-Us/Publications/Blogs/2020/12/Smart-City-Solutions-for-a-Riskier-World>

Castellum (2021) Framtidens arbetsliv. Tillgänglig via: <https://www.castellum.se/om-castellum/framtidens-arbetsliv/rapport-2022/>

Choi, K. (2022) Inclusion, walkability will be key to rebuilding cities after the COVID-19 pandemic. Tillgänglig via: <https://phys.org/news/2022-01-inclusion-walkability-key-rebuilding-cities.html>

Cities Forum (2021) Superblock (Superilla) Barcelona—a city redefined. Tillgänglig via: <https://www.citiesforum.org/news/superblock-superilla-barcelona-a-city-redefined/>

Contentway (2022) Insikter om framtidens stadskärna. Tillgänglig via: <https://contentway.eu/se/articles/11223/insikter-om-framtidens-stadskarna>

Dagens Industri (2021) Paris leder revolutionen – blir första 15-minutersstaden. Tillgänglig via: <https://www.di.se/halbart-naringsliv/paris-leder-revolutionen-blir-forsta-15-minutersstaden/>

Dagens Industri (2022) De vill skapa 1-minutersstaden – ny rörelse tar kampen till gatan. Tillgänglig via: <https://www.di.se/nyheter/de-vill-skapa-1-minutersstaden-ny-rorelse-tar-kampen-till-gatan/>

Dagens Industri (2022) Med nya grepp bevarar vi stadskärnan som mötesplats. Tillgänglig via: <https://www.dagensamhalle.se/opinion/perspektiv/med-nya-grepp-bevarar-vi-stadskarnan-som-motesplats>

Dagens Industri (2022) Så frodas stadskärnan när e-handeln skördar butiksoffer. <https://www.di.se/nyheter/sa-frodas-stadskarnan-nar-e-handeln-skordar-butiksoffer/>

Dagens Nyheter (2021-05-03) Flykten från storstäderna under pandemin – global förändring eller kortvarig trend? Tillgänglig via: <https://www.dn.se/ekonomi/flykten-fran-storstaderna-under-pandemin-global-forandring-eller-kortvarig-trend/>

Dagens Nyheter (2021) Efter pandemin: Fler kontorsjobbare sugna på "coworking". Tillgänglig via: <https://www.dn.se/ekonomi/efter-pandemin-fler-kontorsjobbare-sugna-pa-coworking/>

European Environmental Agency (2020) The first and last mile — the key to sustainable urban transport. expert inom stadsutveckling hos Fastighetsägarna. Tillgänglig via: <https://contentway.eu/se/articles/11223/insikter-om-framtidens-stadskarna>

Fastighetsägarna (2020) Våra drömmars stad. Tillgänglig via: <https://www.fastighetsagarna.se/aktuellt/rapporter/stockholms-rapporter/vara-drommars-stad/>

Fastighetsägarna (2021) Levande bottenvåningar– dröm och realitet. Tillgänglig via: [https://www.fastighetsagarna.se/globalassets/bilder/nyheter/stockholm/levande\\_bottenvaningar\\_2021.pdf?bustCache=1621323422818](https://www.fastighetsagarna.se/globalassets/bilder/nyheter/stockholm/levande_bottenvaningar_2021.pdf?bustCache=1621323422818)

Fastighetsägarna (2022) Levande bottenvåningar – dröm och realitet. Tillgänglig via: [https://www.fastighetsagarna.se/globalassets/bilder/nyheter/stockholm/levande\\_bottenvaningar\\_2021.pdf?bustCache=1621323422818](https://www.fastighetsagarna.se/globalassets/bilder/nyheter/stockholm/levande_bottenvaningar_2021.pdf?bustCache=1621323422818)

Fastighetsägarna (2022) Tre röser om framtidens stadskärna. Tillgänglig via: <https://www.fastighetsagarna.se/aktuellt/rapporter/cityindex/tre-roser-om-framtidens-stadskarna/>

Fastighetsägarna & HUI (2022) Cityindex Insikt: Strategi för rikare stadsliv. Tillgänglig via: <https://www.fastighetsagarna.se/globalassets/rapporter/2022/cityindex-insikt-2022.pdf?bustCache=1669883223962>

Fastighetstidningen (2022) Flödesförnyare. Tillgänglig via: <https://fastighetstidningen.se/flodesfornyare/>

Forbes (2020) 5 Retail Trends That Will Shape 2020 And Beyond. Tillgänglig via: <https://www.forbes.com/sites/karineldor/2020/02/04/planning-a-pop-up-5-retail-trends-that-will-shape-2020-and-beyond/?sh=1a72ad3f1a81>

Forbes (2020) The Surprising Way Retailers Are Creating Shopping Experiences. Tillgänglig via: <https://www.forbes.com/sites/benjaminlaker/2020/11/25/the-surprising-way-retailers-are-creating-shopping-experiences/?sh=71f320646be0>

Forbes (2021) The 8 Biggest Retail Trends Every Retailer Needs To Be Ready For. Tillgänglig via: <https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2021/09/20/the-8-biggest-retail-trends-every-retailer-needs-to-be-ready-for/?sh=6f0285ae5d67>

Garcia Chueca, E. (2021) Towards a just urban transition in Europe: The case of post-pandemic city centre recovery. Tillgänglig via: [https://www.cidob.org/en/publications/publication\\_series/cidob\\_policy\\_brief/towards\\_a\\_just\\_urban\\_transition\\_in\\_europe\\_the\\_case\\_of\\_post\\_pandemic\\_city\\_centre\\_recovery](https://www.cidob.org/en/publications/publication_series/cidob_policy_brief/towards_a_just_urban_transition_in_europe_the_case_of_post_pandemic_city_centre_recovery)

Gonzales, M. (2020) Rethinking the Fibers of Store Design. Tillgänglig via: <https://mg2.com/latest/rethinking-the-fibers-of-store-design/>

GöteborgsPosten (2021-07-29) Bara bakåtsträvare kan vara emot elsparkcykel. Tillgänglig via: <https://www.gp.se/kultur/kultur/bara-bak%C3%A5str%C3%A4vare-kan-vara-emot-elsparkcykel-1.51961095>

Grahn, P., Stigsdotter, U. (2003) Landscape planning and stress. Urban Forestry and Urban Greening. Tillgänglig via: <https://www.scrip.org/%28S%28351jmbntvnsjt1aadkposzje%29%29/reference/referencespapers.aspx?referenceid=2632312>

Greiff, M. (2008) Från sillmarknad till kommunikation och högskola: Omvandling och förnyelse i Malmö under 700år. Tillgänglig via: <http://mau.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A1406841&dsid=-8159>

Handelsrådet (2021) Forskningsrapport: Butiken som mötesplats i en digital ålder. Tillgänglig via: [https://handelsradet.se/app/uploads/2021/06/Sammanfattning-2021\\_22.pdf](https://handelsradet.se/app/uploads/2021/06/Sammanfattning-2021_22.pdf)

Handelsrådet (2022) Butiken som mötesplats i en digital ålder. Tillgänglig via: <https://handelsradet.se/forskning-och-utveckling/forskningsprojekt/butiken-som-motesplats-en-central-konkurrensfordel-i-en-digitaliserad-varld/>

Healthy Cities, Malmö stad (2013) Hälsöfrämjande stadsplanering. Tillgänglig via: [https://healthycities.se/wp-content/uploads/2014/10/Halsöframjande\\_stadsplanering.pdf](https://healthycities.se/wp-content/uploads/2014/10/Halsöframjande_stadsplanering.pdf)

Helsingborgs Dagblad (2022) Stadskärnan bör bli en kommunal valfråga. Tillgänglig via: <https://www.hd.se/2022-01-05/stadskarnan-bor-bli-en-kommunal-valfraga>

High Streets Task Force (2019) Frameworks for high street and town centre action and renewal. Tillgänglig via: <https://www.highstreetstaskforce.org.uk/news/high-streets-task-force-frameworks-for-high-street-and-town-centre-action-and-renewal/>

HUI (2022) Bokslut över pandemin. Tillgänglig via: <https://hui.se/bokslut-over-pandemin/>

Insider Trends (2021) How does The Lionese Group create pop-ups that connect? Tillgänglig via: <https://www.insider-trends.com/how-does-the-lionese-group-create-pop-ups-that-connect/>

International Transport Forum (2021) Micromobility, Equity and Sustainability. Tillgänglig via: <https://www.itf-oecd.org/sites/default/files/docs/micromobility-equity-sustainability.pdf>

IT Hållbarhet (2022) Framtidens stadskärna måste vara digital – och analog. Tillgänglig via: <https://it-hallbarhet.se/framtidens-stadskarna-maste/>

Karlberg, H. & Lindberg, M. (2020) Orienteringsbok: Platsinnovation för ett attraktivt samhälle. Tillgänglig via: [https://www.ltu.se/cms\\_fs/1.124613/file/Orienteringsbok%20platsinnovation.pdf](https://www.ltu.se/cms_fs/1.124613/file/Orienteringsbok%20platsinnovation.pdf)

Korkiakoski, J. (2011) MALMÖS NYA IDENTITETSMARKÖR – En analys av stadsdelen Västra hamnen. Tillgänglig via: <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:617847/FULLTEXT01.pdf>

Lindberg, M. et al. (2020) Platsinnovativa stadsmiljöer genom nyskapande synergier. Tillgänglig via: [https://www.ltu.se/cms\\_fs/1.164879/file/Platsinnovativa%20stadskärnor.pdf](https://www.ltu.se/cms_fs/1.164879/file/Platsinnovativa%20stadskärnor.pdf)

Lisberg Jensen, E. & Ouis, P. (2008) Inne och ute i Malmö: studier av urbana förändringsprocesser.

Local Government Association (2022) Public-Private Partnerships: Driving Growth, Building Resilience. Tillgänglig via: <https://www.local.gov.uk/publications/public-private-partnerships-driving-growth-building-resilience>

Lokalguiden (2021) Förändrad efterfrågan på kontor. Tillgänglig via: <https://www.lokalguiden.se/magasinet/artikel/f%C3%B6r%C3%A4ndrad-efterfr%C3%A5gan-p%C3%A5-kontor>

Malmö stad (2020) Handlingsplan för arbetet 2019-2023 med att stärka Malmös roll som framtidens kuststad.

Malmö Stad (2020) Resultat av trygghetsmätningen 2020. Tillgänglig via: <https://malmo.se/Aktuellt/Artiklar-Malmo-stad/2020-12-10-Resultat-av-trygghetsmatningen-2020.html>

Malmö Stad (2021) Högsta bostadsbyggnadet på 50 år. Tillgänglig via: <https://malmo.se/Aktuellt/Artiklar-Malmo-stad/2021-03-31-Hogsta-bostadsbyggandet-pa-50-ar.html>

Malmö Stad (2022) Malmös historia: Textilindustri och mode. Tillgänglig via: <https://malmo.se/Uppleva-och-gora/Arkitektur-och-kulturav/Malmos-historia/Foretag-och-organisationer/Textilindustri-och-mode.html>

Malmö Stad (2022) Översiktsplan som styrinstrument i Malmö 1950-2000. Tillgänglig via: <https://malmo.se/Stadsutveckling/Tema/Oversiktsplanering/Historiska-oversiktsplaner/Oversiktsplanen-som-styrinstrument-1950-2000.html>

Malmö stad (2022) Så gick det för Malmö stad 2020. Tillgänglig via: <https://malmo.se/Aktuellt/Artiklar-Malmo-stad/2021-05-24-Sa-gick-det-for-Malmo-stad-2020>

Malmö Stad (2022) Social hållbarhet. Tillgänglig via: [https://malmo.se/download/18.2b036a\\_e717c5447e582a249/1638350075104/%C3%96versiktplanen%20som%20styrinstrument%201950-2000.pdf](https://malmo.se/download/18.2b036a_e717c5447e582a249/1638350075104/%C3%96versiktplanen%20som%20styrinstrument%201950-2000.pdf)  
<https://malmo.se/Om-Malmo-stad/Studiebesok/Tema-Hallbar-stad/Social-hallbarhet.html>

Malmö Stad (2023) Fakta och statistik - Befolkning. Tillgänglig via: <https://malmo.se/Fakta-och-statistik/Befolkning.html#:~:text=%20Malm%C3%B6%20bor%20351%20749,f%C3%B6r%20st%C3%B6rre%20delen%20av%20%C3%B6knigen>

Malmö Stad (2023) Malmöläget. Tillgänglig via: <https://malmo.se/Naringsliv/MalmoLaget.html>

Malmö Stad (2023) Näringsliv - Besöksnäring och möten - Destinationssamverkan. Tillgänglig via: <https://malmo.se/Naringsliv/Besoksnaring-och-moten/Destinationssamverkan.html>

Malmö Universitet (2022) Nytt bokverk get historien om Malmö från 1990 till 2020. Tillgänglig via: <https://mau.se/nyheter/nytt-bokverk-ger-historien-om-malmo-fran-1990-till-2020/>

Mobil (2016) Reportage: Halvvägs till 5G. Tillgänglig via: <https://www.mobil.se/nyheter/reportage/reportage-halv-gs-till-5g>

New York Times (2020) Manhattan Faces a Reckoning if Working From Home Becomes the Norm. Tillgänglig via: <https://www.nytimes.com/2020/05/12/nyregion/coronavirus-work-from-home.html>

Newst (2023) Framtidens butiker - Vad säger experterna? Tillgänglig via: <https://www.newst.se/blog/posts/framtidens-butiker-vad-sager-experterna>

Nilsson, J. (2016) Malmös stadsomvandling från industristad till kunskapsstad – Arkitektens roll i förändringsprocessen. Tillgänglig via: <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1069958/FULLTEXT01.pdf>

Nordic Council of Ministers (2018) IN THE SHADOW OF HAPPINESS. Tillgänglig via: <https://norden.diva-portal.org/smash/get/diva2:1236906/FULLTEXT02.pdf>

O-City (2021) Top Smart City Trends. Tillgänglig via: <https://www.o-city.com/blog/top-smart-city-trends-2021>

OCity (2021) From Cash to value stored cards: What's next for mass transport contactless payments? Tillgänglig via: <https://www.o-city.com/blog/from-cash-to-value-stored-cards-whats-next-for-mass-transport-contactless-payments?hsLang=en>

OECD (2020) The territorial impact of COVID-19: Managing the crisis across levels of government. Tillgänglig via: <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/the-territorial-impact-of-covid-19-managing-the-crisis-across-levels-of-government-d3e314e1/>

Oslo kommune (2023) Bilfritt byliv. Tillgänglig via: <https://www.oslo.kommune.no/byutvikling/bilfritt-byliv/>

PE Teknik och Arkitektur (2020) Samhällsbarometern. Tillgänglig via: <https://samhallsbarometern2022.pe.se/>

PropertyInvestorToday (2021) Development – How to overcome the death of the city centre. Tillgänglig via: <https://www.propertyinvestortoday.co.uk/breaking-news/2021/7/development-how-to-overcome-the-death-of-the-city-centre>

RISE (2021) RUNT HÖRNET 2021 — EN TRENDSPANING OM Framtidens hållbara livsmiljöer. Tillgänglig via: [https://www.ri.se/sites/default/files/2021-06/RISE\\_Trendspaning\\_Hallbara\\_Livsmiljoer\\_210602.pdf](https://www.ri.se/sites/default/files/2021-06/RISE_Trendspaning_Hallbara_Livsmiljoer_210602.pdf)

RISE (2022) Klimatanpassning nödvändig för att klara framtidens utmaningar. Tillgänglig via: <https://www.ri.se/sv/vad-vi-gor/klimatanpassning>

Savills (2021). One year on: five emerging trends that will shape post-pandemic cities. Tillgänglig via: <https://www.savills.com.au/blog/article/312077-1/residential-property/one-year-on--five-emerging-trends-that-will-shape-post-pandemic-cities.aspx>

Segregationsbarometern (2022) Malmö. Tillgänglig via: <https://segregationsbarometern.boverket.se/kommun/malmo>

Spacescape (2019) Levande stadsmiljöer. Tillgänglig via: <https://www.spacescape.se/project/levande-stadsmiljoer/>

Ståhl, F., Windh, C., Olsson, H., Griffith-Jones, D. (2022) Systemet bakom attraktiva kommersiella stadsrum EN INSPIRATIONSHANDBOK FULL AV SJÄLVKLARHETER & AHA-UPPLEVELSER. Tillgänglig via: [https://www.lbfstiftelse.se/\\_files/ugd/f1209c\\_e53a8f2bc81247dc8219732afb309600.pdf](https://www.lbfstiftelse.se/_files/ugd/f1209c_e53a8f2bc81247dc8219732afb309600.pdf)

Ståhle, A. (2022) Framtidens nya städer – så når vi dit. Tillgänglig via: <https://www.youtube.com/watch?v=bUETfykDsxY>

Svefa (2022) Svensk fastighetsmarknad VT 2022. Tillgänglig via: <https://www.svefa.se/kunskapsbank/nu-ar-varens-upplaga-av-svensk-fastighetsmarknad-2022-har>

Svensk handel (2019) DEN FYSISKA HANDELSPLATSEN I EN DIGITAL VÄRLD. Tillgänglig via: <https://www.svenskhandel.se/globalassets/dokument/aktuellt-och-opinion/vara-fragor/stads--och-platsutveckling/den-fysiska-handelsplatsen-i-en-digital-varld.pdf>

Svensk handel (2022) Handeln – Stadens motor. Tillgänglig via: <https://www.svenskhandel.se/globalassets/dokument/aktuellt-och-opinion/rapporter-och-foldrar/ovriga-rapporter/handeln---stadens-motor.pdf>



Svenska Dagbladet (2020) Varannan pensionär mer ensam under pandemin. Tillgänglig via: <https://www.svd.se/a/aw69z2/varannan-pensionar-mer-ensam-under-pandemin>

Svenska stadskärnor (2019) Tänk om... – FORSKNINGSRÅDETS SPANING 2020 SVENSKA STADSKÄRNOR. Tillgänglig via: <https://www.svenskastadskarnor.se/content/uploads/2020/12/Forskarspaning-2020-web.pdf>

The World Bank (2022) Urban Development. Tillgänglig via: <https://www.worldbank.org/en/topic/urbandevelopment/overview#:~:text=Today%2C%20some%2056%25%20of%20the,people%20will%20live%20in%20cities.>

Turism i Skåne (2022) Framtidens attraktivitet. Tillgänglig via: <https://tourisminskane.com/sv/verktygslada/omvarldsanalys-och-trender/trender-mot-2030/framtidens-attraktivitet>

UN HABITAT (2021) Cities and Pandemics: Towards a More Just, Green and Healthy Future. Tillgänglig via: <https://unhabitat.org/cities-and-pandemics-towards-a-more-just-green-and-healthy-future-0#:~:text=The%20UN%2DHabitat's%20Report%20on,lasting%20and%20sustainable%20recovery%20from>

UN Habitat (2022) World Cities Report – Envisaging the Future of Cities. Tillgänglig via: [https://unhabitat.org/sites/default/files/2022/06/wcr\\_2022.pdf](https://unhabitat.org/sites/default/files/2022/06/wcr_2022.pdf)

Unibail-Rodamco-Westfield (2020) Westfield – How we shop the next decade. Tillgänglig via: [https://www.unibail-rodamco-westfield.de/wp-content/uploads/2020/01/Report\\_Westfield\\_How-We-Shop\\_EN.pdf?x23983](https://www.unibail-rodamco-westfield.de/wp-content/uploads/2020/01/Report_Westfield_How-We-Shop_EN.pdf?x23983)

Vägverket (2007) Den goda staden: Stads kärneutveckling – processer och arbetssätt. Tillgänglig via: [https://trafikverket.ineko.se/Files/sv-SE/11042/RelatedFiles/2007\\_33\\_stadskarneutveckling\\_processer\\_och\\_arbetsatt.pdf](https://trafikverket.ineko.se/Files/sv-SE/11042/RelatedFiles/2007_33_stadskarneutveckling_processer_och_arbetsatt.pdf)

Västsvenska Handelskammaren (2020) Distansarbete – det nya normala? Tillgänglig via: <https://www.vastsvenskahandelskammaren.se/artiklar/distansarbete-det-nya-normala/>

Viable Cities (2020) Klimatneutrala städer 2030. Tillgänglig via: <https://en.viablecities.se/klimatneutrala-stader-2030>

Voi (2022-10-02) Voi partners with UK climate charity, Possible, on Going Car Free initiative. Tillgänglig via: <https://www.voi.com/blog/voi-partners-with-uk-climate-charity-possible/#:~:text=Possible's%20latest%20initiative%2C%20Going%20Car;their%20experience%20of%20doing%20so.>

VOLUNTARY LOCAL REVIEW & Malmö Stad (2021) Malmö stads styrning mot de globala målen. Tillgänglig via: [https://gold.uclg.org/sites/default/files/malmo\\_2021.pdf](https://gold.uclg.org/sites/default/files/malmo_2021.pdf)

VOUGE Business (2022) Burberry's digital clienteling tools. Tillgänglig via: <https://www.voguebusiness.com/technology/episode-2-burberrys-digital-clienteling-tools>

Wahlström, A. (2018) Den nya kärnan i en levande stad – En studie kring stadslivets utmaningar och framtidsutsikter i relation till detaljhandelns utveckling. Tillgänglig via: <http://oru.diva-portal.org/smash/get/diva2:1280351/FULLTEXT02.pdf>

WeForum (2021) Home or office? Survey shows opinions about work after COVID-19. Tillgänglig via: <https://www.weforum.org/agenda/2021/07/back-to-office-or-work-from-home-survey/>

Westfield (2020) How we shop. Tillgänglig via: [https://www.unibail-rodamco-westfield.de/wp-content/uploads/2020/01/Report\\_Westfield\\_How-We-Shop\\_EN.pdf?x23983](https://www.unibail-rodamco-westfield.de/wp-content/uploads/2020/01/Report_Westfield_How-We-Shop_EN.pdf?x23983)

Wingårdhs & Svenska Handelsfastigheter (2022) Framtidens stadskärna 2050. Tillgänglig via: [https://framtidensstadskarna.se/wp-content/uploads/2022/04/Rapport\\_Framtidens-stadskarna-2050.pdf](https://framtidensstadskarna.se/wp-content/uploads/2022/04/Rapport_Framtidens-stadskarna-2050.pdf)

## INTERVJUER

Intervju med Anders Sloth Nielsen, Copenhagen Capacity (2022-02-04)

Intervju med Jeroen Roose-van Leijden, Centre Management Utrecht (2022-02-04)

Intervju med Marjo de Kraker, Gemeente Utrecht (2022-02-07)

Intervju med Vaughan Allen, Cityco Manchester (2022-02-07)

Intervju med Dr Steve Millington, Institute of Place Management, Manchester (2022-02-10)

Intervju med Emma James, PlacesMade Manchester (2022-02-11)

Intervju med Jessica Stille Törnqvist, Linköping City Samverkan (2022-12-13)

Intervju med Mattijs van Ruijven, Gemeente Rotterdam (2022-12-21)

Intervju med Hanna Candell, Helsingborgs City (2023-01-05)

Intervju med Tyke Tykesson, Malmö Stad (2023-01-05)

Intervju med Matic Sopotnik, City of Ljubljana (2023-01-10)

**Klara Bäckström**

+46 70 245 92 55

kb@futureplaceleadership.com

**Marcus Andersson**

+46 70 867 36 34

ma@futureplaceleadership.com

**Future Place  
Leadership™**

C/O Norrsken House  
Birger Jarlsgatan 57 C  
113 56 Stockholm  
Sweden

[www.futureplaceleadership.com](http://www.futureplaceleadership.com)