

Nulägesanalys

BID Hässleholm 2021/2022



Detta är BID Hässleholm

Centrumföreningen Hesslecity och Hässleholms kommun samarbetar för att utveckla Hässleholms stadskärna att bli en attraktiv handels- och mötesplats. Detta arbete sker inom ramarna för Leaderprojekt HUS – Hässleholms Utveckling via Samverkansmodell, där Svenska Stadskärnors process för platsutveckling BID (Business Improvement District) ingår. Processen pågår under 18 månader i sju steg.

BID Hässleholm har en styrgrupp som består av representanter från kommun, fastighetsägare samt näringslivet via medlemmar från Hesslecity. Deras uppgift är att ta strategiska beslut under processen gällande bl a utvecklingsinsatser.

Denna nulägesanalys är resultatet av de tre första stegen i Svenska Stadskärnors BID-process. Nulägesanalysen är framtagen för att få en gemensam bild av hur vårt valda BID-område ser ut just nu, vilken potential och vilka utmaningar som finns, för att kunna ta nästa steg och prioritera områden som behöver utvecklas.

Nulägesanalysen är godkänd av Svenska Stadskärnor, BID Hässleholms styrgrupp och kommundirektör. Den kommer ligga som grund för vår framtida gemensamma väl förankrade affärsplan med tillhörande handlingsplan och budget för det vi nämner BID-området i Hässleholm stad.

INNEHÅLL

| | | | |
|--|-----------|---|-----------|
| 1. Bakgrund | 4 | 8. Studier, undersökningar och workshops | 18 |
| 2. Syfte och mål | 4 | 8.1 Enkäter för medborgare | 18 |
| 3. Hässleholms historia | 5 | 8.2 Workshops | 18 |
| 4. BID- området | 6 | 8.3 Studieresor och erfarenhetsutbyten | 18 |
| 4.1 Områdets intressenter och samverkanspartners | 7 | 8.4 Utbildningar och webinar | 19 |
| 4.2 Utbud i BID-området | 7 | 8.5 Nätverk | 19 |
| 5. Samverkansorganisation | 8 | 9. Swotanalys | 21 |
| 5.1 Hesslecity | 8 | 9.1 Sammanställning av resultat | 21 |
| 5.2 Samverkan idag | 8 | 9.2 SWOT- matris | 21 |
| 5.3 Samverkan i framtiden | 9 | 10. Omvärld och marknad | 22 |
| 6. Viktiga styrdokument, fakta och analyser | 9 | 10.1 Trender | 22 |
| 6.1 Internationella och regionala strategier | 9 | 11. Målgrupper - Invånare och besökare | 24 |
| 6.2 Hässleholms kommuns vision | 9 | 11.1 Befolkningsutveckling | 24 |
| 6.3 Kommunala strategier | 9 | 11.2 Näringsliv | 25 |
| 6.4 Arbeten under framtagande men inte antagna | 10 | 11.3 Turism och besöksnäring | 25 |
| 6.5 Utredningar (analyser, rapporter och inventeringar) | 10 | 12. Konkurrensituation | 26 |
| 6.6 Nyckeltal (statistik, index, rankningar) | 10 | 12.1 Våra konkurrenter | 26 |
| 7. Stadsvandringar enligt de fem fokusområdena | 11 | 12.2 Konsumtionsmönster för invånare och besökare i Hässleholm | 27 |
| 7.1 Fokusområden | 11 | 12.3 E-handel | 27 |
| 7.2 Fokusgrupper | 11 | 12.4 Upptagningsområden | 28 |
| 7.3 Fastighetsägarnätverk | 11 | 12.5 Handel i kommunen | 29 |
| 7.4 Genomförda stadsvandringar och stadsvandringensenkät | 11 | 13. Sammanfattning och slutsatser | 30 |
| 7.5 Resultat Fokusområde 1 - Platsvarumärket | 12 | | |
| 7.6 Resultat Fokusområde 2 - Utbud | 13 | | |
| 7.7 Resultat Fokusområde 3 - Platsen | 14 | | |
| 7.8 Resultat Fokusområde 4 - Tillgänglighet | 15 | | |
| 7.9 Resultat Fokusområde 5 - Rent, tryggt & säkert | 16 | | |

1. BAKGRUND

Hässleholms stad ska vara en plats full av liv och rörelse för invånare, företag, organisationer, och besökare. För att utveckla Hässleholm och skapa en attraktiv stadskärna behöver kommun, fastighetsägare, närings- och föreningsliv som är verksamma i staden samarbeta med varandra. Att samarbeta är en utmaning och ett nytt arbetssätt behöver tillämpas och detta nya arbetssätt sker genom Svenska Stadskärnors BID-process.

Målet med genomförd BID-process är att ha en fungerande samverkansorganisation, en godkänd nulägesanalys samt en affärsplan med tillhörande budget och en gemensam finansiering.

Processarbetet pågår under 18 månader i sju steg där intressenternas olika erfarenheter, kunskap och kompetenser tas tillvara. Efter avslutad process fortsätter arbetet att utveckla Hässleholms stad med utgångspunkt i handlingsplanen.

BID-processen (Business Improvement District) ingår i projekt HUS - Hässleholms Utveckling via Samverkansmodell som finansieras av Jordbruksverket och Leader Lag PH. Projektet är ett samverkansprojekt mellan Hässleholms kommun och centrumföreningen Hesslecity och syftar till att utveckla Hässleholms stadskärna till att bli mer attraktiv och aktiv för boende, besökare och företag.



2. SYFTE OCH MÅL

För att utveckla Hässleholms stadskärna krävs ett starkt samarbete, korta beslutsvägar samt flexibilitet och lyhördhet i kommunikationen mellan kommun, det lokala näringslivet, föreningslivet och invånare.

Syftet med BID Hässleholm är att genom samverkan mellan privata och offentliga aktörer utveckla miljöer och stadsnära boende, med målet att skapa en attraktiv plats för fler besökare, bättre lönsamhet, hållbara etableringar, nya arbetstillfällen och en trivsamt miljö att verka och bo i.

Syftet med att utveckla BID-området är också att förstärka den lokala konsumtionen av dess varor, tjänster, upplevelser och kultur inom det geografiska området.

Målet är att tillsammans ta fram en gemensam samverkansorganisation, en gemensam väl förankrad affärsplan med tillhörande handlingsplan samt en medfinansieringsmodell som är hållbar över tid. Affärsplanen beskriver BID-områdets utvecklingsmöjligheter på kort och lång sikt. Affärsplanen ska vara ledande i det gemensamma arbetet och ska vara färdigställd augusti 2022.



Foto: Västra Göinge Hembygdsförening

Hässleholms kommun har näst flest stationsorter i Skåne och Hässleholm stad är en av södra Sveriges viktigaste knutpunkter, här sammanstrålar järnvägar från fem riktningar. Staden har vuxit fram kring järnvägen och järnvägen har även idag en stor betydelse för stadens identitet och utveckling. Staden Hässleholm är relativt ung, stadsplaneringen är från sent 1800-tal och Hässleholm fick stadsprivilegier 1914.

Innan järnvägen kom till Hässleholm var detta ett för skånska förhållanden relativt glest befolkat och kargt område. Landskapet var betydligt mer öppet än idag med hedmarker, åkrar och ängar. I området fanns mindre bondbyar samt några mindre herrgårdar och ett större gods, Hovdala. Väster om staden, vid Mölleröds kungsgård, har lämningar efter landets äldsta kända boplatser från jägarstenålder hittats. I och runt om Hässleholm finns fornlämningar från brons- och järnålder som tyder på att området haft en för sin tid stor befolkning. Under historisk tid har Skåne i allmänhet, och Göinge i synnerhet, utgjort ett gränsområde mellan Sverige och Danmark. Detta drabbade områdena runt Hässleholm hårt ända in på 1700-talet med ödeläggelse, plundring och avfolkning på grund av återkommande krigshandlingar.

1974 bildades Hässleholms kommun genom sammanslagning av tätorterna Bjärnum, Hästveda, Sösdala, Tyringe, Vinslöv och Vittsjö. Idag är Hässleholms kommun till ytan Skånes största kommun och befolkningsmässigt den femte största. Utöver järnvägen präglades Hässleholm under ca 100 år av militär verksamhet med två stora regementsområden inom staden. Under de senaste två decennierna har Hässleholm fått se militären och stora delar av tillverkningsindustrin lämna staden för att ersättas med tjänster, service och upplevelser. Staden har gått från att vara centrum i ett eget omland till att vara en del av det dansk-svenska storstadsområdet Greater Copenhagen. I juni 2016 stod överenskommelsen om höghastighetståg med station vid Hässleholm C klar.

Visste du att...

...Hässleholms kommun, Region Skåne, Trafikverket och Jernhusen arbetar tillsammans för att utveckla Hässleholm C, så att stationen bättre kan möta det beräknat ökade resandet. Detta innebär bättre tillgänglighet för både resenärer och hässleholmare.

Visste du att...

...Amelies plats är uppkallad efter Amelie Ehrenborg som skänkte marken där Första Avenyen ligger idag. Familjen Ehrenborg har haft stor betydelse för Hässleholm och stadens namn är uppkallad efter Hässleholmsgården där de bodde.

Visste du att...

...Hässleholms Kulturhus har ett normalår ca 450 000 besökare per år och har en lokalyta på 12 000 kvadratmeter. Förutom att stadsbiblioteket ligger i bygganden arrangeras utställningar, föreläsningar, konferenser och teaterföreställningar samt evenemanget Europa Forum Hässleholm, som är Sveriges ledande årliga mötesplats för europapolitiska frågor.

4. BID- OMRÅDET

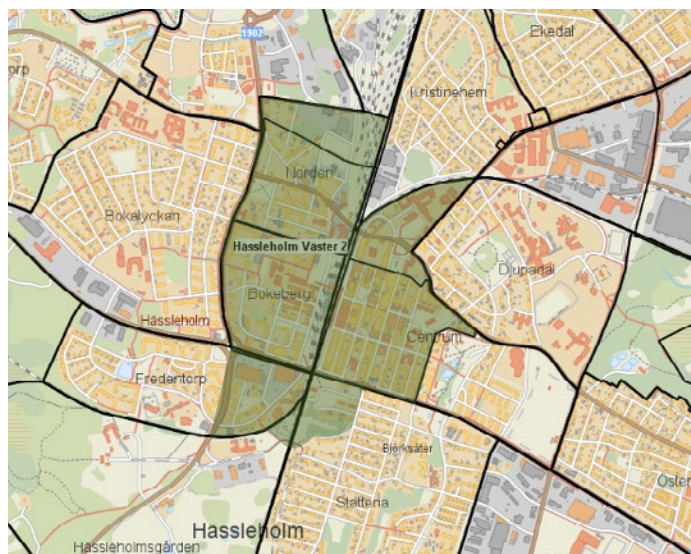


Hässleholm genomför en stadskärne-BID med utgångspunkt från BID-modellens fem fokusområden; platsvarumärket, utbud, platsen, tillgänglighet samt rent, snyggt & säkert.

Insatser i BID-området ska ske med utgångspunkt i redan antagna detaljplaner och Fördjupad Översiktsplan - Framtidsplan Hässleholm stad (FÖP). BID-området utgår från Hässleholms stadskärna vid stortorget och inkluderar både den västra och östra sidan om Hässleholm Centralstation, samt Första Avenyen upp till kyrkan, Nytorget, Tingshuset samt Fisketorget. Till större delen speglas BID-området av hur den geografiska avgränsningen ser ut i den nationella rapporten Cityindex, där man ser

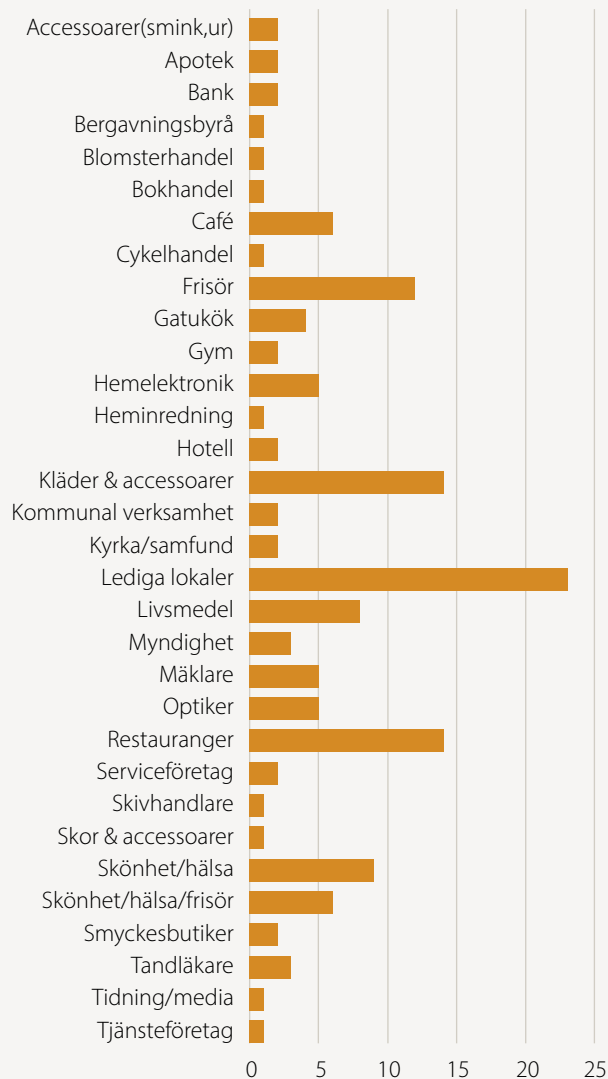
till tätheten av bostäder och kommersiella verksamheter. Om man ser till den inre och snävare zon som finns i FÖP: en är BID-området mindre än det område som benämns som Centrala staden. Centrala staden omfattar Centrum och Paradiset öster om järnvägen, samt Norden, Bokeberg och Sonetorp väster om järnvägen.

Utanför BID-området ligger fyra handelshubbar som är avgörande för handel; Österås centrum, Lärada handelsområde inkl Ljundala centrum, T4 området och Grönängsplansområdet/ CityGross. Hubbarna växer och förändras över tid, och ska inte ses som statiska områden, utan är viktiga att ha med i utvecklingsarbetet.



■ Centrala staden

Stråk- och butiksinventering Hassleholm stadskärna (BID-området) november 2021



4.1 Områdets intressenter och samverkanspartners

Områdets intressenter och samverkanspartners är fastighetsägare, näringsidkare, organisationer och föreningar samt kommunala intressenter genom politiker och tjänstepersoner. Inbjudningar till möten gällande BID Hassleholm har gått ut brett till stadens aktörer och alla som velat vara med har välkomnats i arbetet.

4.2 Utbud i BID-området

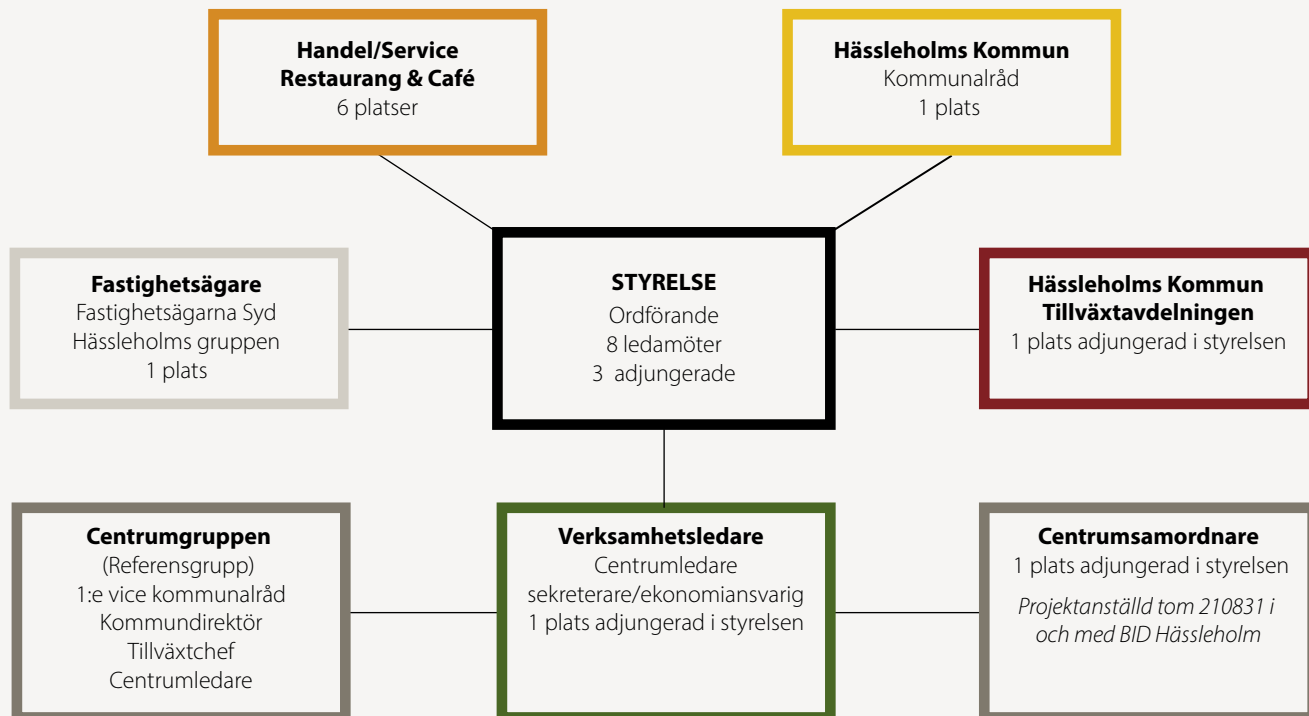
Detaljhandeln är samlad och koncentrerad i stadskärnan, som utgör BID-området, och består av bostäder, butiker, service, tjänster och kommersiell service, offentliga verksamheter och offentliga platser. Under november 2021 genomförde Hesslecity en stråk- och butiksinventering av verksamheter i bottenplan av fastigheter inom BID-området. Av de 144 verksamheterna domineras utbudet av restauranger och caféer, följt av butiker och frisörer/hälsa/skönhet, samt av lediga lokaler.



5. SAMVERKANSORGANISATION



Matris över Centrumföreningen Hesslecity 2021



5.1 Hesslecity

Centrumföreningen Hesslecity bildades år 2000 som en ny gemensam organisation. Detta var en sammanslagning av dåvarande köpmannaföreningen och en utvecklingsgrupp vid namn centrumgruppen. Arbetet leds av en centrumledare, fram till 2017 var detta en halvtidstjänst men är idag en heltidstjänst tack vare ett kommunalt verksamhetsstöd.

Föreningens ändamål är att arbeta för att öka attraktionskraften och besöksfrekvensen i Hässleholm, värdeorden är "För en levande stad".

Föreningen består av medlemmar från handel, service, tjänsteföretag, fastighetsägare samt representanter från Hässleholms kommun. Styrelsen består av medlemmar från de olika branscherna.

5.2 Samverkan idag

Hässleholms kommun arbetar strategiskt sedan tidigare med centrumutveckling genom många olika förvaltningar, tex verksamhetsplaner och Fördjupad Översiktsplan, samt har mandat gällande myndighetsut-

övning (olika tillstånd). Kommunen finansierar årligen ett verksamhetsstöd till centrumföreningen Hesslecity, vars syfte är att utveckla centrum genom att skapa relationer mellan stadens aktörer och arrangera mindre evenemang. Verksamhetsstödet från kommunen täcker personalkostnader för centrumutvecklare på en heltidstjänst och till viss del för att genomföra aktiviteter. Vid större event som tex att arrangera Stadsfesten krävs tillkommande finansiering för genomförande, genom sponsring och externa bidrag. Hesslecity får även in service- och medlemsavgift från dess medlemmar. Under BID-processen har en centrumsamordnare tillfälligt anställts på 30% för att genomföra operativa insatser, då centrumledaren arbetar i BID-processen.

Hesslecitys fokus ligger idag på operativa insatser som evenemang, för att locka besökare till staden. Sammansättningen i Hesslecitys medlemsfördelning speglar inte vilka aktörer som är verksamma i staden (kommun, handel/ service, fastighetsägare). Av 89 verksamma företag i staden är endast 41 medlemmar. För arbete med utvecklingsinsatser i stadskärnan saknar Hesslecity idag strukturen för en samverkansorganisation. Det

saknas vidare en långsiktig utvecklingsplan för området, som inkluderar finansiering samt tydliga roller och mandat att driva olika insatser kopplat till bland annat myndighetsutövning.

Efter en dialog mellan kommun, näringsliv och Hesslecity, om behovet av att arbeta mer gemensamt och handlingsorienterat med centrumutveckling, bildades i januari 2020 den provisoriska centrumgruppen. Centrumgruppen bestod av kommundirektör, kommunstyrelsens förste vice ordförande, tillväxtchef samt centrumledare från Hesslecity. Gruppens uppdrag var att identifiera behov av åtgärder samt finna lösning på dessa. Centrumgruppen har inte varit verksam sedan hösten 2020, och kan sägas ha fyllt ett interimistiskt behov i väntan på det arbete som inleddes inom BID-processen.

5.3 Samverkan i framtiden

Under våren 2021 kommer en workshop att genomföras med de olika intressenterna för att komma fram till hur man kan utveckla och ta ett omtag av den befintliga samverkansorganisationen som finns idag. Resultatet kommer att presenteras i affärsplanen. Se avsnitt 8.2.

6. VIKTIGA STYRDOKUMENT, FAKTA OCH ANALYSER

I detta kapitel finns en sammanställning av strategier, rapporter och övergripande mål som vi behöver förhålla oss till gällande Hässleholms stadsutveckling. Den synliggör även det som saknas. Många av dokumenten finns som länkar, där man kan läsa mer om innehållet, dessa är inte rangordnade.

6.1 Internationella och regionala strategier

Hässleholms kommun arbetar efter nationella, regionala, delregionala samt lokala strategier och handlingsplaner. Dessa är övergripande dokument och de mest väsentliga finns samlade i Översiktsplan för Hässleholm 2022- 2040, beslut om antagande sker av kommunfullmäktige under våren 2022.

[Översiktsplan - Hässleholms kommun \(hassleholm.se\)](https://www.hassleholm.se/oversiktsplan)

6.2 Hässleholms kommuns vision

”Hässleholms kommun är en viktig knutpunkt i Sverige. Här möts människor för att leva, uppleva, arbeta och lära i en kommun präglad av förändring och med ambition att utvecklas.”

6.3 Kommunala strategier

Fördjupad Översiktsplan - Framtidsplan Hässleholm stad 2030 (FÖP)
Den fördjupade översiktsplanen för Hässleholms stad anger mål, strategier och inriktning för den fysiska utvecklingen av staden. Planen ska skapa en långsiktigt hållbar utveckling av bebyggelsen i området. Den ska vara vägledande och ett underlag för dialog mellan olika intressenter



Foto: Fotograf Daniel

i staden. Planen ska också vara ett verktyg i kommunens arbete med detaljplaner och bygglov. FÖP: en utgår från olika strategiska dokument och underlag som berör Hässleholms utveckling fram till 2030.

Vidare läsning angående strategier och detaljplaner finns på kommunens hemsida.

[Fördjupad översiktsplan för Hässleholms stad \(hassleholm.se\)](#)
[Översiktsplan och detaljplaner - Hässleholms kommun \(hassleholm.se\)](#)

Kommunikationspolicy - ramar och förhållningssätt för kommunikationen i Hässleholms kommun

[Kommunikationspolicy för Hässleholms kommun \(hassleholm.se\)](#)

Resursoptimeringsplan Del 2 – "Hässleholm 2020 är Skånes Vintagecentrum"

[\(DEL 2 Resursoptimeringsplan A4 slutversion.pdf \(hassleholmmiljo.se\)\)](#)

6.4 Arbeten under framtagande men inte antagna

Resursoptimeringsplan

[Resursoptimeringsplan remissförslag.PDF \(hassleholmmiljo.se\)](#)

Näringslivsprogram 2022-2024

Ett nytt näringslivsprogram är under framtagande. Kommer att färdigställas under första halvåret 2022.

Parkeringsstrategi

Hässleholm har i dagsläget ingen strategi över frågor kopplade till parkering men under vintern 2021-22 kommer ett arbete startas upp gällande framtagande av parkeringsstrategi.

Trafikplan för Hässleholms stad

Trafikplanen för Hässleholms stad (remissversion 2017-03-14) ska visa hur trafiken i staden kan och bör utvecklas fram till år 2030. Båda har inriktning mot ett mer hållbart transportsystem.

Hässleholms kommuns styrmodell

Innehåller vision och mål som kan härledas till Hässleholms kommuns riktning framåt. Beslut i början av 2022.

Gestaltninguppdraget för centrumutveckling, etapp 2

Har inte förts fram till godkännande men ett färdigt förslag från 2020 finns. Det omfattar Första Avenyen upp till kyrkan och angöring till Hässleholm Centralstation från Magasinsgatan.

Strukturplan Västra centrum

Pågående arbete som berör Centralstationen och Magasinsgatan på västra sidan. Förväntas bli klar under våren 2022.

6.5 Utredningar (analyser, rapporter och inventeringar)

- Stadslivsundersökning – räkning av fotgängare 2011
- Citylyftet 2015
- Reteam centrumanalys, Retail mapping 2015 (uppdaterad 2019)
- Strategi för detaljhandeln i Hässleholm stadskärna
- Problem och åtgärdslista, Trygghetsvandring Norra Station 2017-11-30
- Trygghetsvandring, Kulturhuset och Resecentrum 2019-09-25
- Fastighetsägarna SYD, Enkät fastighetsägare 2019.
- Enkät uppföljning av handlingsprogram kopplat till corona-insatser, 2020 samt 2021
- Enkät platsvandring BID 2021, se avsnitt 7.4

- Analyser från besöksräknare i Hässleholms centrum, löpande från mars 2020
- Be Here then – App: Digital historisk platsvandring i Hässleholm stad - 2021
- Fastighetsägarkarta med tillhörande fastighetsägarregister 2021
- Stråk- och butiksinventering Hässleholm stadskärna november 2021, se avsnitt 4.2
- Marknadsanalys Hässleholms kommun – Hotell- och mötesindustri, HOPE Rapport januari 2019
- Näringslivsfakta Hässleholms kommun
[Näringslivsfakta Hässleholms kommun \(hassleholm.se\)](#)

6.6 Nyckeltal (statistik, index, rankingar)

- Cityindex 2020, Branschrapport
- Cityindex 2020, Cityrapport Hässleholm, se avsnitt 6.4
- Cityindex 2021, Branschrapport, se avsnitt 10.1, 11.1 samt 12.5
- SCB/Tillväxtverket kommersiella gästnätter/ inkvarteringsstatistik, uppdateras månadsvis
[Statistik för gästnätter | Tourism in Skåne \(tourisminskane.com\)](#)

- Kolada
<https://www.kolada.se/>

Öppen och kostnadsfri databas för kommuner och regioner. Databasen innehåller 5 000 nyckeltal, dvs mått som är lämpade för jämförelser och analys i kommunektorn.

Fastighetsägarenkät

Fastighetsägarna Syd genomförde en enkät för fastighetsägare verksamma i Hässleholms stad i samband med Cityindex 2020, 18 svar inkom.

45%

tycker att kommunen är engagerad i utveckling av centrum

6%

upplever i stor utsträckning att det finns en god samverkan mellan fastighetsägare, kommun och handlare gällande arbetet med stadskärnan (39% lagom, 33% ej svarat, 23% inte alls).

39%

anser att en stråkstrategi för stadskärnan i stor utsträckning hade underlättat fastighetsföretagandet (28% lagom, 28% vet ej, 6% inte alls).

"Sluta etablera handelscentrum utanför centrum. Gratis parkering med p-skiva. Se Hässleholms möjligheter. Försök inte skapa en storstad för det blir vi aldrig. Trafiksituationen har påverkat attraktionskraften negativt och försvårat kundtillströmningen."

7. STADSVANDRINGAR ENLIGT DE FEM FOKUSOMRÅDENA

7.1 Fokusområden

BID-modellen arbetar efter sju steg och inom följande fem fokusområden:

Fokusområde – 1 Platsvarumärket (identitet, profil, image, positionering)

Fokusområde – 2 Utbud (aktiviteter & upplevelser, service)

Fokusområde – 3 Platsen (funktion, utseende, utformning)

Fokusområde – 4 Tillgänglighet (förflyttning & framkomlighet, kommunikation)

Fokusområde – 5 Rent, tryggt & säkert (rent & snyggt, tryggt & säkert)

7.2 Fokusgrupper

I början av BID-processen bildades fem fokusgrupper, ett inom varje fokusområde. Dessa grupper har bestått av tjänstepersoner och representanter från handel, näringsliv, föreningar och andra organisationer. Varje fokusgrupp har träffats separat vid ett flertal tillfällen under BID-processen och diskuterat förbättringsåtgärder utifrån respektive fokusområde. Dessa förbättringsåtgärder har sammanställts i en bruttolista per fokusområde, där man sedan gjort prioriteringar gällande kort- och långsiktiga åtgärder, vilka som ska genomföra samt finansiering insatsen. Syftet med att fylla i förbättringsåtgärder i en bruttolista är för att få ett användbart beslutsunderlag för de val av åtgärder som ska göras i kommande affärsplan med handlingsplan.

Varje fokusgrupp har valt ut ett eller ett fåtal förbättringsåtgärder, så

kallade ”case”, som de presenterade för övriga grupper under steg 4 i processen. Utöver detta har man inom grupperna haft erfarenhetsutbyte med andra BID-orter samt genomfört stadsvandringar.

7.3 Fastighetsägarnätverk

Ett lokalt fastighetsägarnätverk har bildats under BID Hässleholm. Syftet är för att främja stadens utveckling genom erfarenhets och kunskapsutbyte mellan fastighetsägare, vilket även gynnar den egna verksamheten. Inom fastighetsägarnätverket har man tagit fram en lista med sakfrågor att gemensamt arbeta vidare med. Man har även arrangerat studiebesök och bjudit in andra kommuner att berätta hur det gjort i sina processer.

7.4 Genomförda stadsvandringar och stadsvandringsenkät

Flera stadsvandringar har genomförts i det offentliga rummet och kommersiella områden med utgångspunkt i de fem fokusområdena. I samband med stadsvandringarna har en enkät skickats ut till deltagarna under perioden 20 april – 20 november 2021.

Totalt har enkäten besvarats av 100 personer som främst representerar handel, serviceföretag, övrigt näringsliv, fastighetsägare, kommunala tjänstepersoner, politiker, organisationer och föreningar.

Resultat från stadsvandringsenkät

Frågorna har besvarats efter en femgradig skala, där siffran 1 är dålig och siffran 5 utmärkt, 0 har angivits om man saknar uppfattning om frågan. Slutsatserna kommer synkas med kommande medborgarenkät samt tas med i kommande affärsplan.

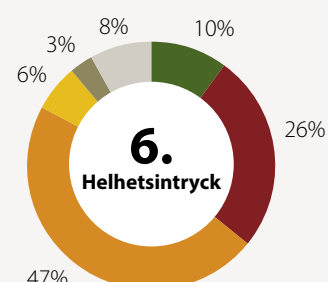
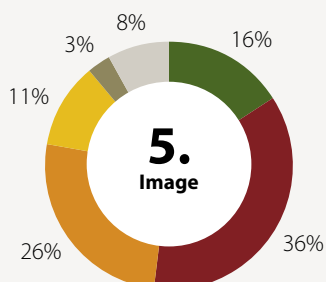
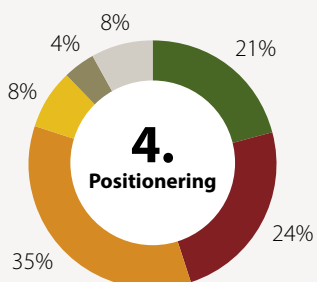
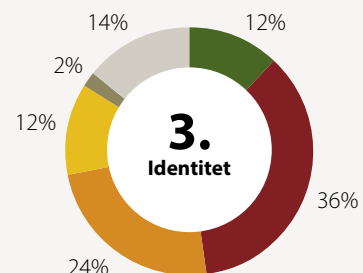
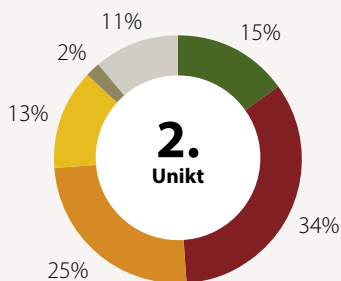
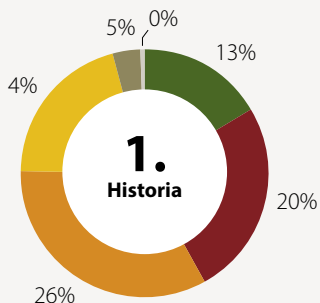
Foto: Hesslecity



7.5 Resultat Fokusområde 1 - Platsvarumärket



1=dåligt/inte alls och 5=utmärkt, om du inte har någon uppfattning, ange 0 (noll).



Sammanfattande kommentarer enkät - platsvarumärket

Hässleholm har en stark koppling till järnvägen och centralstationen samt har stadsprivilegier. Det finns vackra äldre byggnader i delar av staden. Första Avenyen har jättefin vy upp mot kyrkan/ ner mot centralstationen. Unikt med närheten till vandringsleder/ vandringscentrum, men detta kan förstärkas.

Imagen av hela Hässleholms stad och kommun behöver lyftas för att imagen av centrum ska kunna lyftas. Det behövs mycket nytänkande och satsningar för att få staden att lyfta, inte minst gällande ljussättning och muralmålningar, handel, caféer, mat, lek och utställningar.

Bra att få kännedom om hur Hässleholm stad uppstod, och utveckla storytelling kring detta.

Foto: Sven Persson



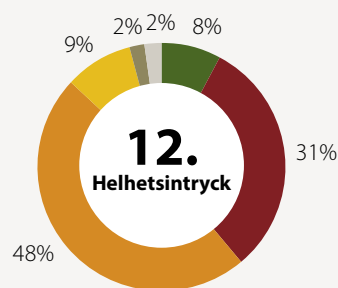
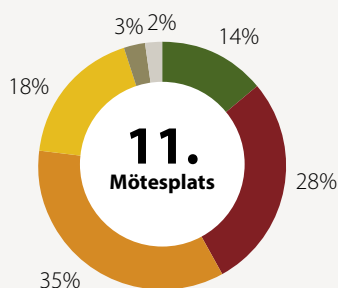
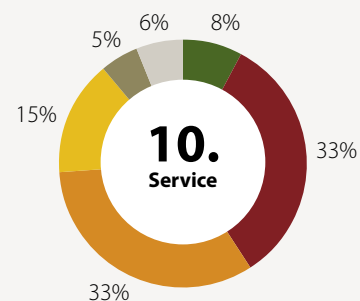
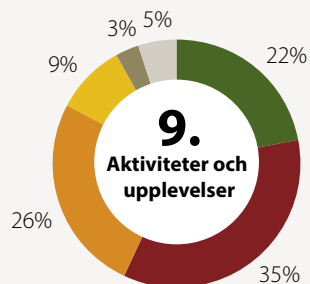
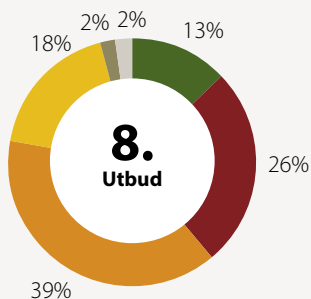
Foto: Thomas Johnsson



7.6 Resultat Fokusområde 2 - Utbud



1=dåligt/inte alls och 5=utmärkt, om du inte har någon uppfattning, ange 0 (noll).



Sammanfattande kommentarer enkät - Utbud

Stimmigt första intryck mot Stortorget, finns ingen självklar plats att äta lunch ute vid skönt väder. Vad händer i Hässleholm på kvällen, när det ej är pandemi? Västra Centrum/ Norra Station har förvirrande namn och avståndet upplevs längre än vad det är.

Önskvärt med större variation av butiker som tilltalar en bredare målgrupp, samt ett större utbud under kvällstid.

Vi ser fler och fler lediga lokaler, vi måste vända denna trend.

Foto: Hesslecity



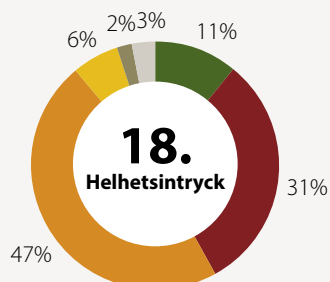
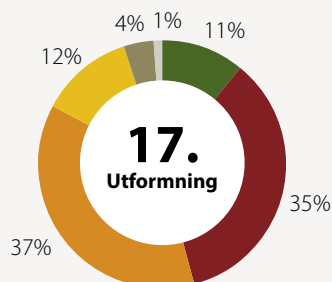
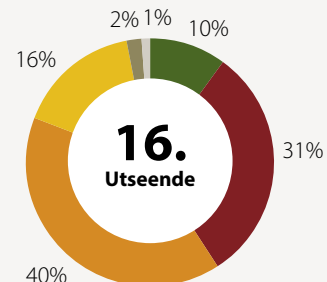
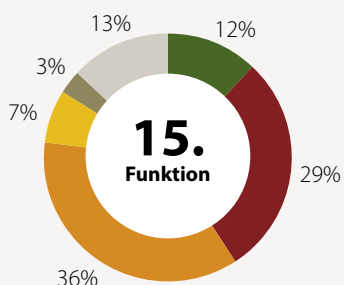
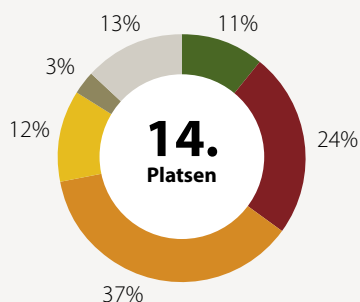
Foto: Sanna Rossell



7.7 Resultat Fokusområde 3 - Platsen



1=dåligt/inte alls och 5=utmärkt, om du inte har någon uppfattning, ange 0 (noll).



Sammanfattande kommentarer enkät Platsen

Hässleholm upplevs som smutsigt och dystert. Det finns potential men det behövs ett krafttag kring stadens utseende, specifikt fasader och skyltfönster.

Utformningen på den nybyggda delen av Första Avenyen har gestaltats så att det finns 5m breda "aktivitetsytor" på var sida om mittenstråket, här bör det finnas spännande aktiviteter. Jättebra yta för serveringar men att parkera cyklar här känns mer tveksamt.

Foto: Johan Funke



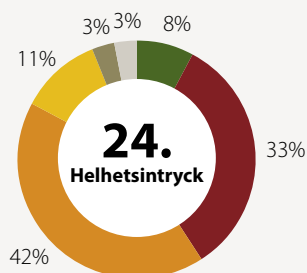
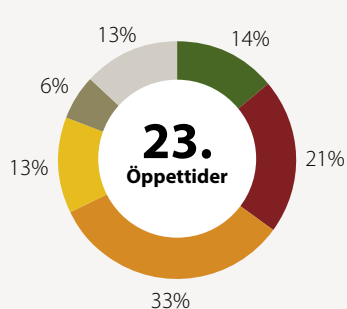
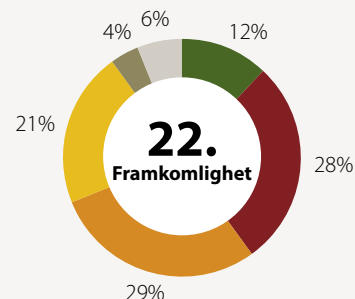
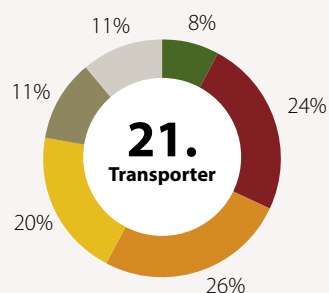
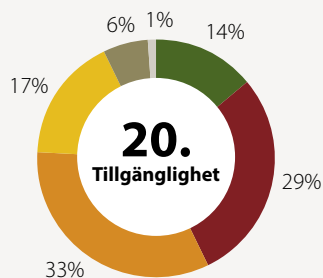
Foto: Fotograf Daniel



7.8 Resultat Fokusområde 4 - Tillgänglighet



1=dåligt/inte alls och 5=utmärkt, om du inte har någon uppfattning, ange 0 (noll).



Sammanfattande kommentarer enkät – Tillgänglighet

Förbättra tillgänglighet i staden genom att kommunicera var man får lov att köra och var det finns lediga p-platser.

Foto: Thomas Johnsson



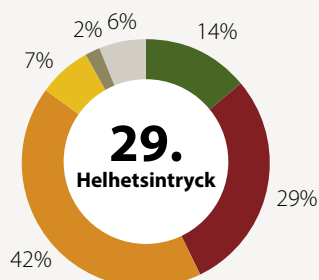
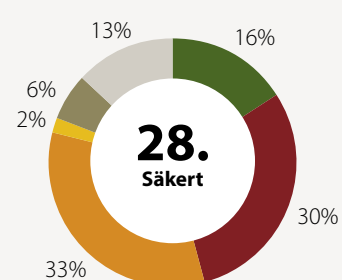
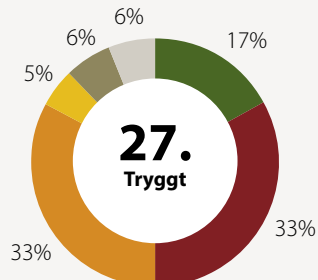
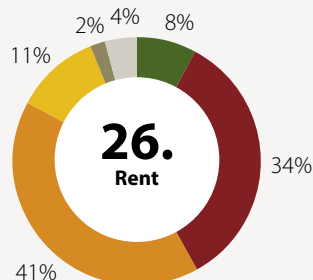
Foto: Hesslecity



7.9 Resultat Fokusområde 5 - Rent, tryggt & säkert



1=dåligt/inte alls och 5=utmärkt, om du inte har någon uppfattning, ange 0 (noll).



Sammanfattande kommentarer enkät – Rent, tryggt & säkert

Centralstationen och centrum upplevs otrygg kvällstid på grund av att staden inte är tillräckligt upplyst. Ganska smutsigt och stökigt på gatorna, samt ganska tråkiga gator över lag. Finns potential att åtgärda med olika insatser.

Rent, tryggt och säkert, hänger samman med att utformning och gestaltning är ett rum i staden. Om dess golv, väggar och tak är dåligt gestaltade uppmuntrar det till klotter, nedskräpning etc.

Foto: Hesslecity



Foto: Hesslecity





Foto: Thomas Johnsson

8. STUDIER, UNDERSÖKNINGAR OCH WORKSHOPS

Nedan är ett urval av studier, undersökningar och workshops listade, dessa har givit värdefull branschkunskap, spetskompetens och ökad förståelse för stadsutveckling för de inblandade i processen.

8.1 Enkäter för medborgare

SCB medborgarundersökning för Hässleholms kommun

Statistikmyndigheten SCB genomför årligen en medborgarundersökning i Sveriges kommuner. Undersökningen fångar medborgarnas attityder och åsikter om bland annat den kommunala servicen, förtroendet för politiken och möjligheterna till inflytande.

Resultatet från undersökningen analyseras och används som en del i utvecklingsarbetet för att kunna förbättra den service och de tjänster som Hässleholms kommun levererar till medborgarna.

Medborgarenkät

Enkät om hur invånaren upplever Hässleholms stad utifrån de fem fokusområdena (platsvarumärke, utbud, platsen, tillgänglighet och rent, snyggt & tryggt) kommer att genomföras under första kvartalet 2022.

8.2 Workshops

Workshops/arbetsmöten

Under våren 2021 har BID Hässleholms styrgrupp tagit fram en SWOT-analys av Hesslecity som organisation samt en SWOT-analys av Hässleholm stad. SWOT-analys Hässleholms stad har varit på remiss via fastighetsägarnätverk och inom fokusgrupperna under november 2021. Se avsnitt 9.

Workshop om framtida samverkansorganisation är beställd av Hesslecity under ledning av Svenska Stads kärnor, den kommer genomföras under januari 2022. Inbjudna är Hesslecitys styrelse, kommundirektör, kommunalråden samt de fastighetsägare som sitter i styrgruppen och Hesslecity valberedning.

Workshop - Nya skyltfönster

Tre olika koncept för staden är framtagna under en workshop i oktober 2020 på initiativ av Magna Fastighetsförvaltning.

[NYA SKYLTFÖNSTER – Magna](#)

8.3 Studieresor och erfarenhetsutbyten

Inför och under BID Hässleholm har erfarenhetsutbyte skett med olika BID- städer/orter samt genomfört inspirationsbesök till andra städer. Hässleholm har både fått ta del av hur andra städer löst lokala utmaningar och vi har delat med oss till andra om vårt arbete i BID-processen. Från de olika träffarna har vi tagit med oss viktiga insikter som;

- Hur man samlar och inkluderar stadens intressenter i uppstart av en BID-process.
- Uppstart av ett fastighetsägarnätverk.
- Utmaningar och möjligheter efter avslutad BID-process.

BID Ängelholm

Digitalt erfarenhetsutbyte kring arbete med deras BID-process, våren 2020. Vi tog lärdom av hur Ängelholm gjort upplägget i sin BID-process, hur de arbetat med att få ihop alla stadens aktörer på ett bra sätt men också hur arbetet fortskridit efter processen. Hur de arbetat med att få ihop alla stadens aktörer på ett bra sätt men också hur arbetet fortskridit efter processen.

BID Simrishamn & BID Kävlinge

Digitalt erfarenhetsutbyte kring arbete med deras BID-processer, våren 2020. Lärdomar vi tog med oss härifrån var hur de byggt upp sin organisation samt dess för- och nackdelar. Vi fick råd om hur Simrishamn finansierat sin BID-process via ansökan till Leader och Jordbruksverket, Hässleholm gjorde sedan en liknade ansökan som blev beviljad.

BID Ronneby

Digitalt erfarenhetsutbyte vid tre olika tillfällen under 2021, gällande uppstart av BID-process, fastighetsägarnätverk och fokusgrupp platsvarumärket. Här fick vi med oss värdefull information om hur deras resa varit i uppstarten samt hur de jobbat fram ett fastighetsägarnätverk i sin process. Vår fokusgrupp platsvarumärket fick bra fakta hur de skulle kunna lägga upp sitt arbete framöver.

Landskrona och Helsingborg

Plats- och inspirationsbesök i båda städerna, fokus på hur städernas utformning, utsmyckning och upplägg av event, juni 2021. Här fick de närvarande inspiration till framtida sommarevent samt hur de jobbar med mindre aktiviteter på olika platser i staden, och vikten med att jobba med platsens historia.

BID Hässleholm

Det finns ett intresse av att få kännedom om BID Hässleholm, både lokalt, regionalt och nationellt via Svenska Stads kärnors kontaktnät. Vi har efter förfrågningar hållit föredrag och presenterat vårt arbete och de lärdomar som vi fått genom processen.

Skåne nordost beredningsgrupp våren 2021

Perstorps kommun, våren 2021

Skurups kommun, våren 2021

BID Forum – hur man startar BID, webinar arrangerat av Svenska Stads kärnor, 30 augusti 2021

Snapphanen Rotary klubb, Hösten 2021

Lions Club Hässleholm, hösten 2021

8.4 Utbildningar och webinar

Under BID-processen har deltagare i arbetet tagit del av olika utbildningar och webinar för att vidareutvecklas och få fördjupad kunskap kopplad till stadsutveckling.

- UCM BID-managerutbildning (Urban Centre Management), maj 2021
- UCM Basic (Urban Centre Management) Stads- och platsutvecklingsutbildning, november 2021
- Sweden Urban Arena - Recover, Restart, Rebuild – Moving Forward, november 2021
- Sveriges Kommuner och Regioner, Besöksnäring på agendan 2021 – nationell dialog om samhällets roll för utveckling, november 2021
- Dialogmöte: Brottslighet mot företag. Arrangerades av Business Class den 1 december 2021

8.5 Nätverk

Hesslecity

Centrumförening som arbetar för att Hässleholm ska vara en levande och attraktiv stad.

HessleCity förening har som ändamål att arbeta för att öka attraktionskraften och besöksantalet i staden. Detta skall göras genom olika aktiviteter som är öppna för alla. Utformning och utbud av dessa skall variera för att främja alla verksamheter.

<https://www.hesslecity.se/>

Business Class

Lokal samlingsplats på Norra Station i Hässleholm för företagare och studenter, med event och föreläsningar som gynnar näringslivet. Business Class är ett EU-projekt som drivs med stöd av Europeiska regionala utvecklingsfonden och Leader LAG PH. Projektid augusti 2018 t o m december 2021.

Fastighetsägarna SYD

Branschorganisation som arbetar för en hållbar och fungerande fastighetsmarknad. I Hässleholm finns en lokalgrupp av fastighetsägare som ingår i fastighetsägarna Syd. Gruppen bevakar det lokala fastighetsföretagarklimatet och arrangerar medlemsaktiviteter kring aktuella ämnen.

Sveriges Centrumutvecklare

Branschnätverket för yrkeskåren inom centrum-, plats- och destinationsutveckling. Medlemmar är centrumutvecklare, stadskärneledare, centrumchefer, platsutvecklare, destinationsutvecklare. I Hässleholm är centrumledare, centrumsamordnare samt ordförande i Hesslecity medlemmar i nätverket.

<http://sverigescentrumutvecklare.se>

Svenska Stadskärnor

Svenska Stadskärnor är en icke vinstdrivande medlemsorganisation med ett branschöverskridande nätverk som erbjuder kunskap, kompetens och erfarenheter i frågor som rör utveckling av stadskärnor, centrum och eller motsvarande offentliga platser och stråk. Medlemmar är kommuner, fastighetsägare, handel och övrigt näringsliv. I Hässleholm är Hesslecity medlemmar.

<https://www.svenskastadskarnor.se>

Foto: Hesslecity



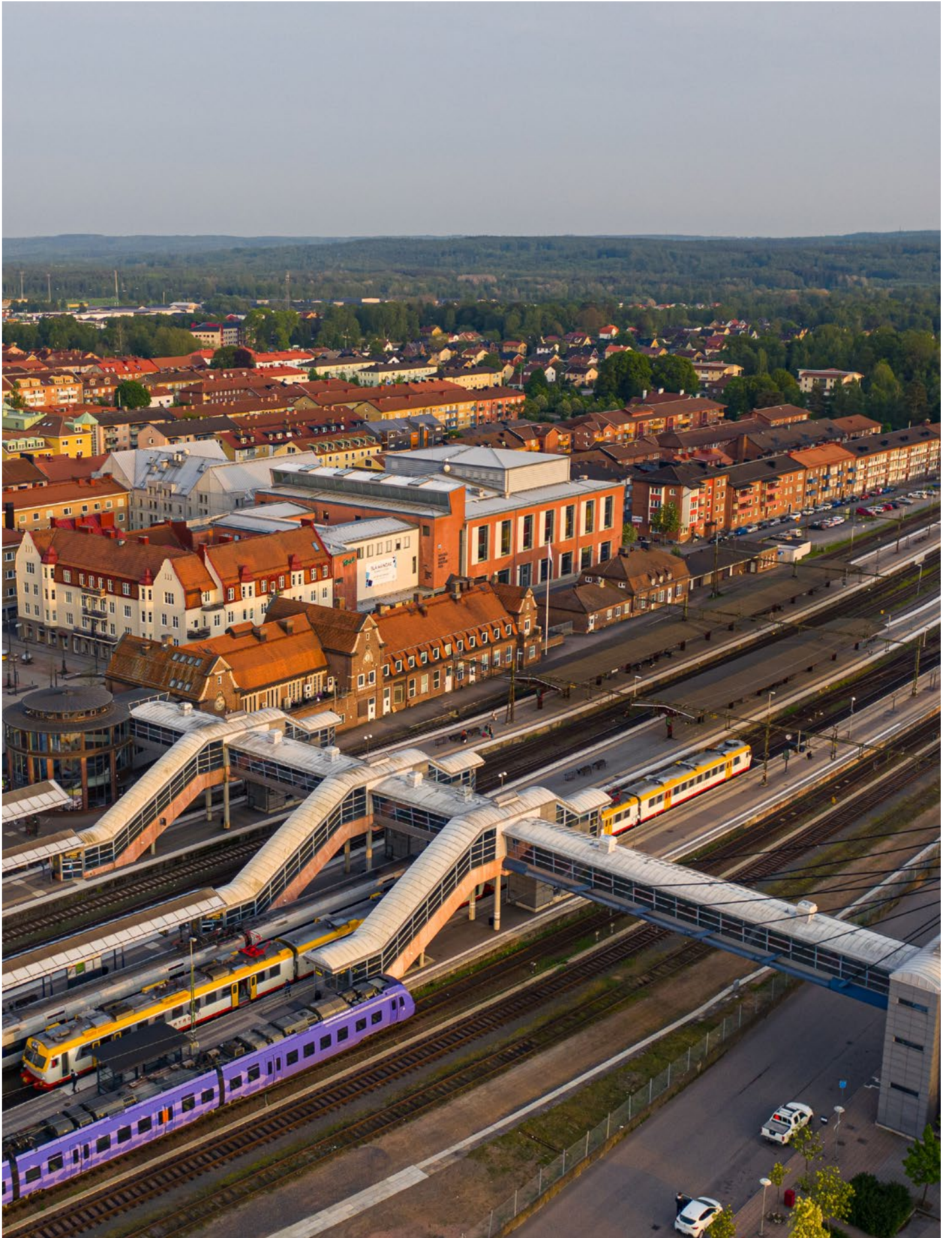


Foto: Fotograf Daniel

9. SWOTANALYS

Genomförande av SWOT-analys

Under våren 2021 har BID Hässleholms styrgrupp tagit fram en SWOT-analys av Hässleholm stad, denna har sedan varit på remiss via fastighetsägarnätverket samt inom fokusgrupperna under november 2021.

9.1 Sammanställning av resultat

Hässleholms stad är en knutpunkt med goda kommunikationsmöjligheter till och från centrum. Detta är både styrkor och hot för att behålla handel, då konkurrens är tuff från andra städer och köpcentrum, men även e-handel. Det finns ett bra basutbud av butiker och caféer där några är av unik lokal karaktär. Hässleholm har en unik stadskaraktär, med ursprunglig gatustruktur, och ett torg anslutet till paradgatan Första Avenyen. Det finns ett stort utbud av offentlig konst, detta är unikt för Hässleholm.

Även om kommunikationsmöjligheterna är goda med kollektivtrafik upplevs tillgängligheten ha brister för cyklister och funktionsnedsatta. Information kring stadens utbud är anonymt och information kring parkeringsmöjligheter kan förbättras.

Hässleholms stadskärna upplevs inte som välkomnade, utan är svag på att tillgodose behovet av social interaktion och unika upplevelser men har en stor utvecklingspotential. Det är det som skapar konkurrenskraft idag - känsla, atmosfär, möjligheter till social interaktion och unika och värdeskapande upplevelser.

9.2 SWOT- matris

| Styrkor | Svagheter | Möjligheter | Hot |
|--|--|---|---|
|  <ul style="list-style-type: none">● Staden är en knutpunkt● Utmärkta kommunikationer in till centrum● Bra med parkeringsplatser i närhet till kärnan● Liten stadskärna med närhet till allt● Unik stadskaraktär med ursprunglig gatustruktur● Varierat utbud av affärer, några lokala varumärken!● Kaféer med generösa öppettider● Har stadsprivilegier● Offentlig konst |  <ul style="list-style-type: none">● Dålig skyltning till centrum och parkeringar● Skötsel av allmänna ytor och fastigheter● Mer välkomnade med till exempel skyltar● Belysning kan förbättras med fler fasadbelysningar● Svårt att cykla till och i centrum● För mycket plats avsedd för bilar● Tillgängligheten för funktionsnedsatta behöver förbättras● Stortorget är ett "gå igenom torg" inte ett "stanna kvar torg"● Gestaltningen i centrum är inte sammanhållen och genomtänkt● Otydlig identitet och bristande stolthet för staden |  <ul style="list-style-type: none">● Arrangera aktiviteter för alla åldrar● Estetiskt tilltalande lekmiljöer för barn i alla åldrar● Uteserveringar året runt● Saluhall● Lokal förankring● I Hässleholm finns natur, närproducerat och befolkningstillväxt● Tågförbindelser● Stärkt besöksnäring● Ökad trygghet● Attrahera unika butiker |  <ul style="list-style-type: none">● Konkurrens från näthandeln● För lite varierat utbud, både vad gäller handel och restauranger● Fortsatt minskad efterfrågan på lokaler● Att det nya stationsläget hamnar utanför centrum● Tågförbindelser● Saknas anledningar att stanna kvar och uppleva staden● Staden av tradition ingen turist/sommarstad● Otrygghet att vistas i centrum |

10. OMVÄRLD OCH MARKNAD



Foto: Fotograf Daniel

10.1 Trender

Handeln står inför flera utmaningar, branschen har genomgått en betydande strukturomvandling, som påskyndades under corona-pandemin. Detta gäller inte minst e-handel, digitalisering, globalisering och förändrade konsumtionsmönster.

Konsumenten idag har en bredare referensram då man är mer berest, och konsumerar upplevelser i högre omfattning än tidigare. Hållbarhet är och kommer bli en ännu större hygienfaktor med fokus på lokala producenter och produkter samt återbruk och cirkulär ekonomi. Detta gör att det finns en utmaning i hur man presenterar platsens utbud, då konsumenten ställer högre krav på denna samt sätter den i förhållande till andra städer och länders utbud och upplevelser.

Dessa förändringar ställer nya krav på både företag och anställda som behöver utveckla och anpassa sig för att möta framtida utmaningar men även ta vara på strukturomvandlingens möjligheter.

Fem trender Fastighetsägarna spår i framtidens stadskärnor

1. Den hållbara staden

En byggnad behöver inte bara ha en funktion. Vi kommer att se hur platser och byggnader samnyttjas och används under en längre period över dygnet, veckan etc.

2. En mindre ensam stad

Stadskärnan bär en viktig funktion som mötesplats. Vi vill ha tillgängliga städer för alla åldrar med t ex väderskyddade sittplatser, grönytor och aktiviteter som skapar generations-överskridande stadsrum.

3. Levande gröna ytor

Pandemin har fått många att återupptäcka naturen och umgås i stadens parker och grönytor. Stråken till dessa platser behöver aktiveras och utrymmena mellan husen i stadskärnan kan kompletteras med grönska.

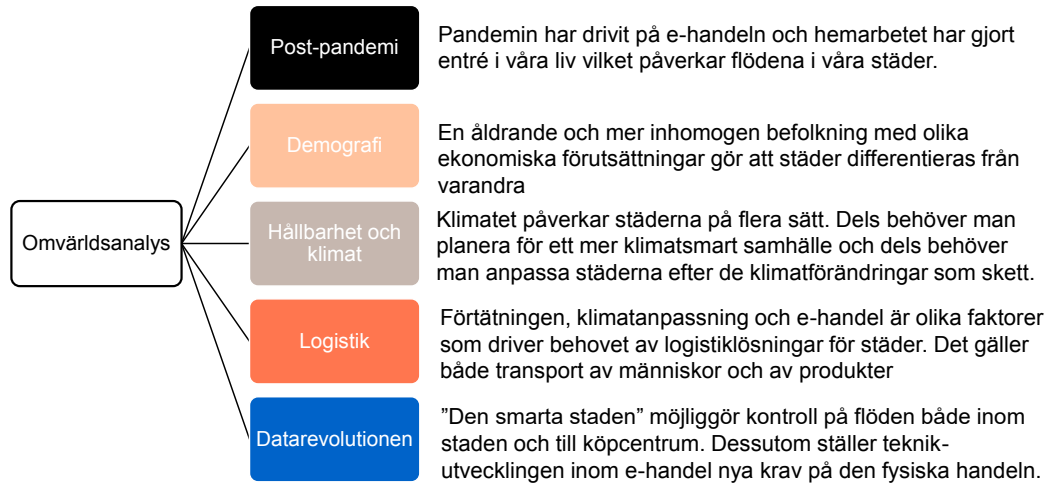
4. Framtidens urbana kontor

Utbudet i närområdet är en viktig del i vad som gör kontoren attraktiva. I framtiden behöver stadens olika funktioner samverka och dra nytta av varandra.

5. Stadskärnans unika identitet

Stadens historia, miljö och kultur skapar unika stadskärnor som inte kan återskapas någon annanstans. Kultur, nöjen och fritidsliv blir en aktiv del av stadskärnans utbud.

källa: Cityindex 2021, Fastighetsägarna och HUI

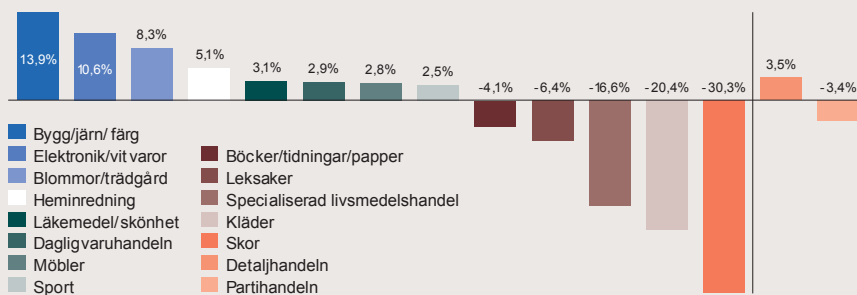


Källa: E. Elmsäter, Svensk Handel, 2021-11-02

Pandemiåret 2020 skapade en tudelad handel

Handelns utveckling 2020 per delbransch, löpande priser

Källa: SCB, Omsättningsutveckling inom tjänstesektorn, Detaljhandelsindex



Hur och var vi handlar har aldrig förändrats så fort som under 2020.

- E-handeln har ökat extremt snabbt i omsättning, medan många fysiska butiker fått det tuffare.
- Utvecklingen i både parti- och detaljhandeln är kraftigt tudelad mellan delbranscher.
- Tudelningen också geografisk, där city- och gränshandeln gått dåligt, medan extern- och bostadsnära handel gått bättre.
- Krisdrabbade företag har inte hunnit tjäna ikapp för att täcka tidigare förluster och lån eller skatteansånd.

Källa: E. Elmsäter, Svensk Handel, 2021-11-02

11. MÅLGRUPPER

- INVÅNARE OCH BESÖKARE

11.1 Befolkningsutveckling

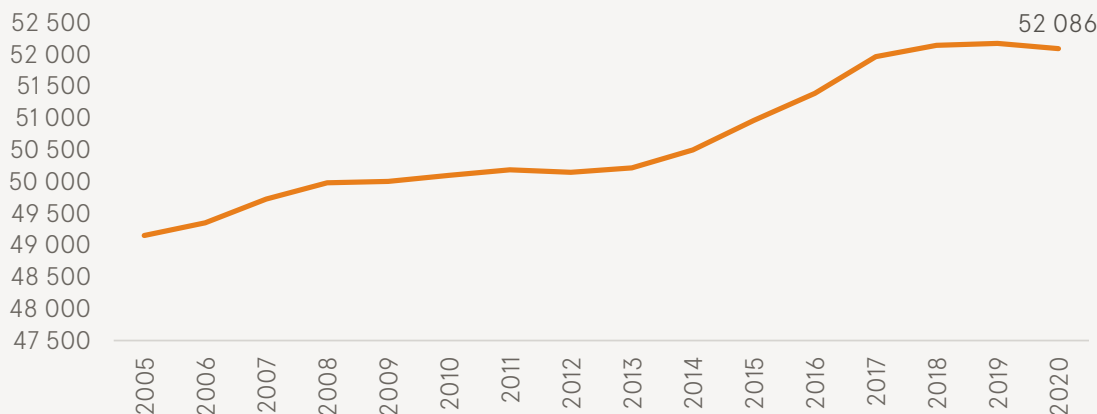
Under de senaste två decennierna har Hässleholms kommuns befolkning ökat med 3 480 personer, motsvarande en befolkningstillväxt på 7,1 procent, från 48 580 personer till 52 285 personer. Befolkningsutvecklingen i Hässleholm har varit svagare jämfört med utvecklingen i Skåne och i landet som helhet under denna period. Skånes befolkning har under denna period ökat med 259 912 personer (motsvarande 23 procent) till dagens 1 389 336 personer. Av kommunens 52 285 invånare bor 19 435 personer (år 2020) i centralorten. År 2030 väntas invånarantalet vara 55 970.

15%
i riket

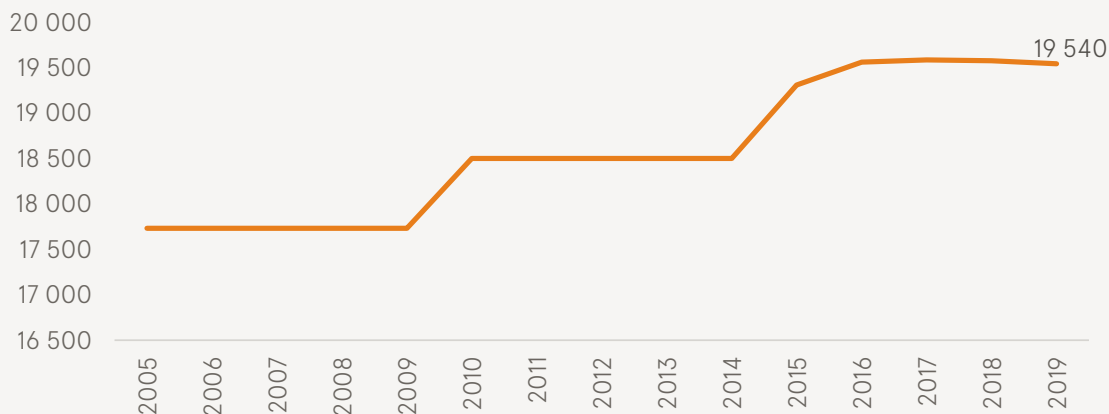
10%
i tätorten

6%
i kommunen

Befolkning i kommunen



Befolkning i tätorten



Källa: Cityindex 2021, Fastighetsägarna, HUI och SCB

Den procentuella utvecklingen avser befolkningsutvecklingen sedan år 2005 och är beräknad för 2020 års befolkning för kommuner och 2019 års befolkning för tätorter. Observera att tätortens befolkningen inte uppdateras 2006-2009 samt 2011-2014 eller 2020.

Befolkning i stadskärnan

I Hässleholm bor 5 procent av kommunens befolkning i stadskärnan.

Detta kan jämföras med genomsnittet för medelstora städers stadskärnor, där 5 procent av kommunens befolkning bor i stadskärnan. Med befolkning menas mängden människor som är skrivna i området.

I Hässleholm uppgår dagbefolkningen till 99 procent av befolkningen, vilket innebär att 1 procent färre arbetar i stadskärnan jämfört med antalet som bor här.

Detta är högre än den genomsnittliga stadskärnan för medelstora städer, där 3 procent färre arbetar jämfört med antalet som är folkbokförda i området.

- 2 366 personer bor i stadskärnan (befolkning)
- 2 238 personer arbetar i stadskärnan (dagbefolkning)
- 1 163 personer bor i stadskärnan (nattbefolkning)

Källa: SCB och Cityindex 2020/ 21. Befolkning avser alla som är skrivna i stadskärnan, oavsett ålder och sysselsättning. Dagbefolkning avser alla som arbetar i stadskärnan oavsett var de bor. Nattbefolkning avser de som bor i stadskärnan och arbetar. Nattbefolkning exkluderar därför barn, pensionärer och andra som inte arbetar, men inkluderar personer som bor i stadskärnan men arbetar på annan ort.

Inpendling/ utpendling

Kommunens strategiska geografiska läge och de mycket goda kommunikationsförutsättningarna kommer på sikt medföra att kommunen alltmer kommer att bli ett etableringsalternativ för verksamheter som söker nya eller utvecklade verksamhetsförutsättningar.

Det strategiska läget möjliggör en hög in- och utpendling av arbetskraft och kompetens. Sedan år 2000 har både in- och utpendling till och från Hässleholms kommun ökat med ungefär 50 procent, med 1 943 personer respektive 2 557 personer. 2019 pendlade 5 861 personer in till kommunen och 7 621 ut från kommunen dagligen.

I samverkansarbetet med Jernhusen, Region Skåne och Trafikverket har antalet resenärer som passerar Hässleholm C dagligen, uppskattats till ca 15 000, vilket avser avstigande eller påstigande på regionaltåg eller fjärrtåg. Dessa uppgifter kommer från Skånetrafikens prognos framtagen 2017-2018, där man ser en utveckling mot en fördubbling till 2030, med 30 000 dagliga resenärer – utan några större infrastrukturella förändringar, men med längre tåg och eventuellt tåg med två våningar. Prognosen bygger på det årligen ökande resandet.

11.2 Näringsliv

Hässleholms näringsliv består till stor del av småföretagare, drygt 70 procent av kommunens cirka 5 571 företag består av ensamföretag, utan anställda.

Största privata arbetsgivaren (arbetsställe i kommunen) är Bergendahl Food AB, Ballingslöv AB, Backer AB, Stoby Måleri, Bombardier Transportation Sweden AB samt K- Prefab.

Kommunen har flera större och medelstora företag med nationellt och internationellt väletablerade varumärken och som funnits i flera decennier

i kommunen. Utöver ovan nämnda, så kan bland andra Emmaljunga barnvagnsfabrik, Vida, Silver Weibull, Wiwood, Sven Jinert AB, Dux, Kron International, Konsthantverk AB, Rubn med flera nämnas i detta sammanhang.

De goda kommunikationsmöjligheterna och det strategiska geografiska läget har bidragit till att Hässleholm har flera företag inom transport- och logistik. Den under år 2020 invigda Hässleholmsdepån, för service och underhåll av Öresundstågen, har goda förutsättningar att generera tillväxt och etableringar av företag inom logistik och transportsektorn framgent.

11.3 Turism och besöksnäring

Hässleholms kommun har flera natursköna och lättillgängliga naturmiljöer och strövområden, dessa kan man lätt nå från Hässleholms Centralstation samt från flera av stationsorterna. Efterfrågan på utomhusupplevelser växer starkt både nationellt och internationellt och det finns goda möjligheter till en fortsatt positiv utveckling av besöksnäringen i Hässleholm.

Utmaningen ligger i att säkerställa och utveckla sommarsäsongen på ett hållbart sätt, samt utveckla nya reseanledningar för att öka intresset att besöka Hässleholm året runt. Detta ställer krav på att möta både invånare och besökare med ett brett utbud av upplevelser utan att det skapar trängsel och påfrestningar för boende och besökare på platsen.

I samband med coronapandemin fick hemester- och svemestertrenden ett uppsving, där många svenskar valde att stanna och uppleva Sverige och sitt närområde i större utsträckning än tidigare, något som också märktes av i Hässleholm. En annan effekt av pandemin var att fler svenskar valde att arbeta på distans från sin sommarstuga, enligt en undersökning av Invest in Halland och Kantar Sifo (april 2021) planerade 8 procent av svenskarna att arbeta på distans från sommarstuga eller annan semesterort. Detta kan ställas i relation till att det finns ca 600 000 fritidshus i Sverige, i Hässleholm finns 2 536 registrerade fritidshus i kommunen år 2020 enligt Regionfakta. Hässleholms kommun är en av de kommunerna i Skåne med högst andel utlandsägda fritidshus.

Foto: Jens Christian



12. KONKURRENSSITUATION

Så här ser konkurrensen ut för Hässleholm.

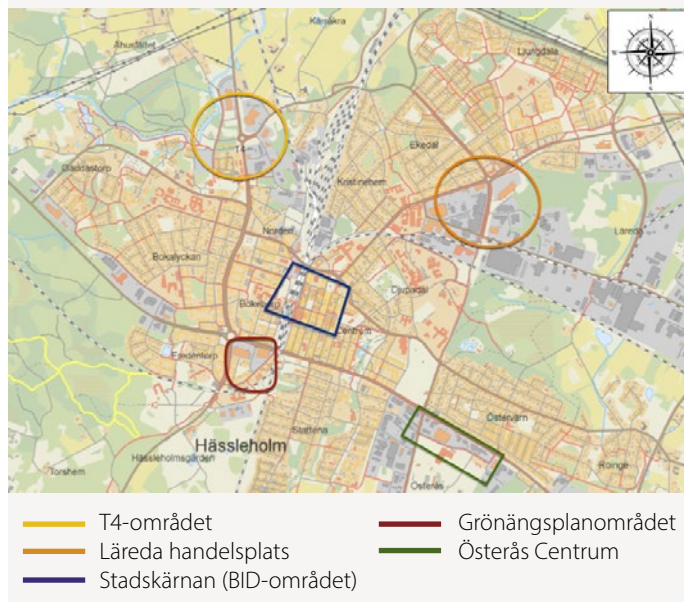
12.1 Våra konkurrenter

Det är lätt att ta sig till Hässleholm, men det är lika lätt att ta sig från Hässleholm till andra städer och shoppingcenter som erbjuder ett större utbud av butiker och aktiviteter. Utbudet i Hässleholm täcker de grundläggande behoven hos invånaren men är ingen nöjesshoppingdestination. För att kunna möta konkurrensen hos andra städer och köpcentrum behöver Hässleholm utveckla unika upplevelser och skapa en trivsam miljö och atmosfär. Detta i sin tur kan generera spontanshopping i centrum, om det görs i kombination med att utbudet exponeras på ett inspirerande och säljande vis, som fångar upp kunderna.

De fyra externa handelshubbarna, som nämns i avsnitt 4, är ett komplement men utgör även en viss konkurrens till stadskärnan. Det finns en skillnad mellan typ av shopping mellan stadskärnan och handelsområdena. Spontanshopping sker i regel inte vid handelshubbar, utan här har konsumenten planerat inköp efter sina behov.

En naturlig utmaning gällande konkurrens är avstånd inom kommunen och till närliggande kommuner. Hässleholm har ett handelsindex under

Karta över satelliter/Hubbar inkl. stadskärnan



Reteam ställde följande fråga till deltagarna:

1. Om du inte shoppar i Hässleholm City, var shoppar du då?
2. Vad är bra där?
3. Vad är mindre bra där?

34% nämnde Kristianstad, 21% Malmö och 10% Helsingborg. Köpcenters som nämndes var Väla (9%) och Emporia (4%). I Hässleholms nulägesanalys från 2003 shoppade också 34% i Kristianstad, Helsingborg/Väla 22% och Malmö 20%.

Bra:

Det som nämndes som bra på de andra platserna var framförallt Utbudet, Miljön/Atmosfären och Lättillgängligheten. Utbudet på Väla, Miljön/Atmosfären i Kristianstad och Helsingborg och lätt att ta sig till Emporia.

Mindre bra:

Mindre bra saker var Avståndet och Storleken. Många av de andra marknadsplatserna tycktes vara för stora, stressiga och för mycket folk. De ansågs även vara för långt borta.

| Hur ofta kommer du till Hässleholm Centrum? | mind16 | 2003 |
|---|--------|------|
| Varje dag | 29% | 46% |
| Flera gånger i veckan | 26% | 25% |
| En gång per vecka | 17% | 11% |
| Någon gång per månad | 20% | 15% |
| Någon gång per år | 7% | 3% |
| Detta är första besöket | 1% | 0% |
| Annat | 1% | 0% |

| Var shoppar du? | Nämnt av*: | | Utbudet | Miljö/Atmosfär | Lätt tillgängligt | | Avståndet | Storleken |
|-----------------|------------|-----------------|---------|----------------|-------------------|------------------------|-----------|-----------|
| Kristianstad | 34% | Vad är bra där? | 62% | 14% | 4,6% | Vad är mindre bra där? | 17% | 12% |
| Malmö | 21% | | 61% | 8% | 6% | | 18% | 30% |
| Helsingborg | 10% | | 52% | 14% | 9% | | 28% | 16% |
| Väla | 9% | | 65% | 3,5% | 21% | | 12% | 44% |
| Emporia | 4% | | 59% | 7% | 27% | | 8% | 28% |

*Vissa deltagare nämnde mer än 1 plats och mer än en bra och mindre bra ting, vilket gör att totalen blir mer än 100%. Dessa 3frågor är kvalitativ och deltagaren kan säga precis vad de vill.



Foto: Thomas Johnsson

12.4 Upptagningsområden

- Primärt upptagningsområdet i stadskärnan är de som bor i Hässleholms stad, ca 19 000 invånare.
- Sekundärt upptagningsområde är de som bor i kommunens 16 tätorter, exklusive Hässleholm.
- Tertiärt upptagningsområde vissa kranskommuner (Höör, Perstorp, Östra Göinge, Osby - inte Kristianstad, Örkelljunga, Klippan och Hörby).



- Gula färger avser stadskärnor
- Gröna avser köpcentrum och handelsområden

På bilden visas de köpcentrum, handelsplatser och stadskärnor som ligger i närheten av Hässleholms stad.

Hässleholms placering i landet och stadens position som tågknutpunkt gör det enkelt att ta sig runt i och utanför länet. Många tågdestinationer går genom Hässleholm, vilket gör Hässleholm väldigt lätt att ta sig till och från.

Från Hässleholm till Helsingborg tar det 70 min att köra och 60 min med tåg.

Hässleholm till Malmö tar 75 min på E22 med bil och 45 min med tåg.

Älmhults handelsplats och IKEA tar 45 min med bil och 60 min med tåg

Från Hässleholm till Kristianstad tar det 30 min på väg 21 med bil och 18 min med tåg.

12.5 Handel i kommunen

Försäljningsindex beskriver handels förmåga att ta vara på den befolkningsmässiga köpkraften och attrahera kunder från områden utanför sin kommun. Försäljningsindex över 100 innebär att handeln drar kunder från andra områden.

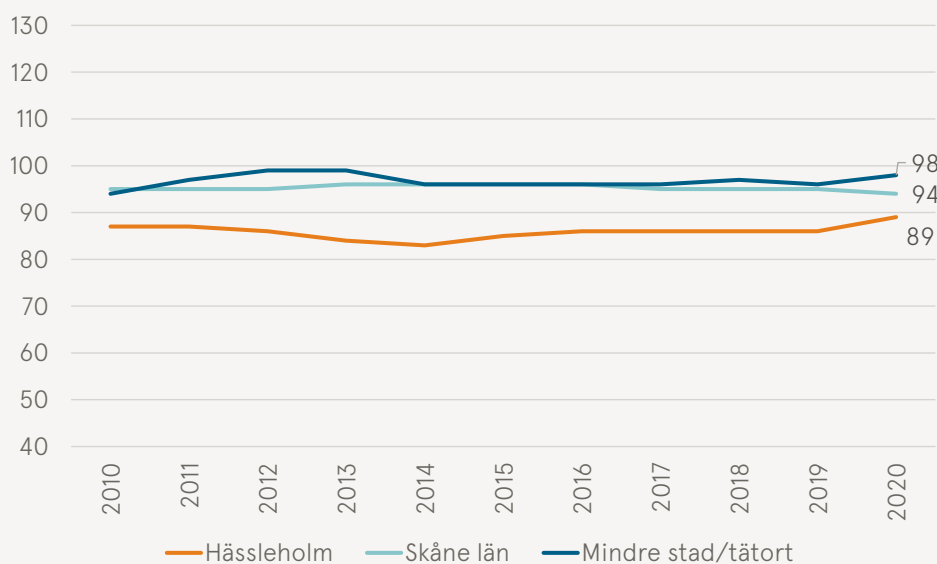
Under 2020 hade Hässleholm ett negativt försäljningsindex under 100, vilket innebär att kommunen hade ett utflöde av köpkraft till andra kommuner.

Källa: Cityindex 2021



UTVECKLING AV KOMMUNENS FÖRSÄLJNINGSDINDEX ÖVER TID

Jämfört med länet och jämförbara stadskärnor



Källa: Handeln i Sverige

Observera att typen av stad är baserad på SCB:s indelning av kommuner och inte Cityindex definition av stadstyper. SCB uppdaterade stadskategorierna 2017 och därför är det möjligt att datan för jämförbara städer inte är jämförbara innan 2018 och efter 2017.

Källa: Cityindex 2021



13. SAMMANFATTNING OCH SLUTSATSER

Staden som mötesplats

Städer, handel och marknader har historiskt sett inte bara handlat om utbyte av varor och tjänster, utan har varit en mötesplats för människor och kunders upplevelser. Handeln befinner sig i en tillväxtfas, men ökningen sker inte i centrum utan är omfördelad till bland annat e-handel och externhandel.

Handeln har genomgått en betydande strukturomvandling som påskynats under corona-pandemin, där vi sett hur viktigt det är att gynna den lokala handeln och vara rädd om vår stadskärna. Det är viktigt att tala väl om platsen, att ha ett engagemang och vara en god ambassadör för Hässleholm. Medborgaren behöver vara medveten om att deras konsumtion påverkar platsen och dess utbud, både i staden och orterna.

Efterfrågan och betalningsviljan för kultur, nöjen och fritid i centrum har stadigt ökat sedan 1990-talet. Ett rikt kultur- och nöjesliv ger förutsättningar för kompletterande verksamheter, skapar flöde av människor under olika tider på dygnet och olika veckodagar. Detta främjar handel och bidrar till ett levande centrum och ökar stadens attraktionskraft.

Stadens uppgift behöver inte vara att lösa handel, utan dess uppgift kan vara att skapa förutsättningar för att ta hand om människan genom att bli en inspirerande och kreativ mötesplats.

Hässleholm nästa

För att kunna ta nästa steg i att utveckla Hässleholms stad behövs nya idéer, visioner och ett gemensamt mål, dessa måste vara anpassat efter de lokala förutsättningarna. Detta arbete har möjliggjorts och påbörjats via projekt HUS - Hässleholms Utveckling via Samverkansmodell genom Svenska Stadskärnors BID-process.

Kommunens roll handlar om långsiktig planering och att göra staden tillgänglig men ansvarar även för myndighetsutövning och service till medborgaren. Fastighetsägare, föreningar och övrigt näringsliv har också en viktig roll i att utveckla Hässleholm. Det måste finnas en förståelse och ett samarbete, både strategiskt och operativt, kring helheten mellan stadens aktörer. Platsens utveckling är allas ansvar oavsett vem som äger eller ansvarar för området.



Foto: Exakta Creative

Framtida möjligheter, utmaningar och frågeställningar att ta med sig från nulägesanalysen in i kommande gemensamma affärsplan är följande, ej rangordnade:

- Hässleholms stad har ett svagt kundunderlag från de som bor i staden, spontan konsumtion sker i regel när man rör sig i en stadskärna, medan inköp vid handelshubbar ofta är planerade och av karaktären dagligvaror. Hur kan vi tillsammans utveckla detta?
- Viktigt att få invånare i Hässleholms kommun att stanna och konsumera där de bor. Kvardröjande miljöer, en tydligare identitet, att sänka tempot och upptäcka mera på plats är saker att arbeta vidare med, om invånaren är nöjd med platsen är behovet lågt att åka bort under ledighet. Hur kan vi tillsammans utveckla detta?
- Vi måste veta hur behoven ser ut för de olika målgrupperna som finns i Hässleholms centrum. Matchar utbudet efterfrågan? Vilka rör sig i stadskärnan under dagtid, äldre, föräldralösa, arbetslösa och nyanlända? Dessa målgrupper syns inte i Cityindex underlag för dag- och nattbefolkning. Vi kommer bl.a. att utgå från Reteams undersökning av Hässleholm City 2016, samt uppföljande inventering från 2019.
- Det finns en utmaning i att definiera vad som avser stadskärna, centrum, centrumnära- och externhandel i Hässleholm. Detta måste vi diskutera och bestämma oss för vad vi skall använda för definition och i vilket sammanhang.
- I det fortsatta utvecklingsarbetet behöver en gemensam utvecklad samverkansorganisation formuleras samt tydliggöra vem som är uppdragsgivaren. Uppdraget är tydligt formulerat från uppdragsgivaren och en tydlig målsättning för arbete under kommande år bör antas. Till uppdraget behöver ansvars- och uppgiftsfördelning fastställas för att ha rätt bemanning och resurser för att nå målbilden.
- Det behövs ett helhetstänk gällande detaljhandel, service och tjänster i kommunen, allt från utbudet i stadskärnan och centrum, till externhandeln och logistik kopplat e-handel, allt hänger ihop och påverkar varandra. Det finns möjlighet att utöka Cityindex rapporter till att inkludera handelsområden utanför centrum.

Foto: Thomas Johnsson

Tack!

Nulägesanalysen är resultatet av engagemang mellan stadens aktörer, där vi tillsammans tagit fram en gemensam nulägesbild över BID-området och dess utvecklingsmöjligheter.

Nulägesanalysen är godkänd av Svenska Stadskärnor, BID Hässleholms styrgrupp och kommundirektör. Den kommer ligga som grund för kommande affärsplan med tillhörande handlingsplan och budget för området.

Stort tack till alla som bidragit till nulägesanalysen, för inlämning av material, granskning, korrektur, engagemang och uppmuntran längs med vägen!



