



# Verksamhetsplan NYSAM 2011

## Innehållsförteckning

<b>1. Sammanfattning.....</b>	<b>3</b>
<b>2. Bakgrund till projektet.....</b>	<b>3</b>
<b>3. Vision 2012, Mål .....</b>	<b>4</b>
<b>4. Organisation och finansiering.....</b>	<b>5</b>
<b>5. SWOT-analys.....</b>	<b>7</b>
<b>6. Grupper för olika arbetsområden, så kallade <i>stråk</i>.....</b>	<b>9</b>
6.1 Stråk Stadsmiljöutveckling.....	9
6.2 Stråk Marknad, event och information .....	10
6.3 Stråk Trygghet och tillgänglighet .....	11
6.4 Stråk Fastighetsägare .....	11
6.5 Stråk Ungdomar .....	12
<b>7. NYSAM Friends .....</b>	<b>12</b>
<b>8. Händelser och aktiviteter 2010 .....</b>	<b>12</b>
<b>9. Marknadsundersökning genomförd hösten 2009.....</b>	<b>15</b>
<b>10. Utfall budget 2010 samt budget 2011 .....</b>	<b>15</b>
<b>11. Aktiviteter 2011 .....</b>	<b>17</b>
<b>12. Nyckeltal att mäta varje år .....</b>	<b>20</b>
<b>13. Kommunikationsplan .....</b>	<b>21</b>

## 1. Sammanfattning

Handeln i Nyköping blir en alltmer betydande bransch. Kommunen har idag förutom en stadskärna, fyra externhandelsområden. För att utnyttja potentialen som handelsstad i syfte att locka invånare att handla mer inom kommunen, få hit fler besökare och öka stadens attraktivitet, har projektet NYSAM (Nyköping i samverkan) startat på initiativ av Centrumföreningen 2008.

Arbetet har delats in i arbetsgrupper, s.k. "stråk". 2011 kommer det att finnas fem olika stråk samt en grupp där vem som helst kan ansluta sig; NYSAM friends/Tyck om Nyköping.

Målet är att bli Årets stadskärna 2012 och projektet förbereder också en jubileumsfest 2017 då Gästabudet firar 700 år.

Finansiärer är Nyköpings Kommun, Centrumföreningen, Svensk Handel, Fastighetsägare och näringsliv.

## 2. Bakgrund till projektet

Detaljhandeln i Nyköping blir en alltmer betydelsefull bransch. 2006 omsatte detaljhandeln i Nyköpings Kommun drygt 2,5 miljarder kronor vilket gör Nyköping till Sörmlands andra handelskommun. Försäljningen har ökat med 6 % sedan 2005.

Nyköpings Kommun hade år 2009 ett försäljningsindex på 101 respektive 96 inom dagligvaru- och sällanköpshandeln. Detta pekar på att kommunen inom dagligvaruhandeln har ett visst inflöde av konsumenter från omkringliggande kommuner samtidigt som invånarna i kommunen reser till konkurrerande marknadsplatser i omkringliggande kommuner för att göra vissa inköp av sällanköpsvaror.

### Lokalisering

Detaljhandeln i Nyköping är lokaliserad till stadskärnan samt externhandelsområden i Gumsbacken, Gustavsberg, Pål Ljungs hage och Idbäcken.

### Handla, Köpa och Shoppa

Man kan dela in konsumtion/handel i tre grupper; vi handlar när vi veckohandlar vår mat för veckan, vi köper när vi köper sällanköpsvaror t.ex. diskmaskin eller spis, vi shoppar när vi oftast inte har något bestämt mål utan där vi letar efter nyheter och vill förena vår aktivitet med upplevelser och social gemenskap.

Med detta synsätt som utgångspunkt innebär det att cityhandeln och externhandeln *kompletterar* varandra mer än de konkurrerar.

En bra kompletterande handel i kommunen gör att vi ökar våra försäljningsindex. Det innebär att fler av våra invånare gör sina inköp på hemmaplan, kunder från omkringliggande kommuner kommer gärna hit och handlar, turister och besökare ser Nyköping som en bra stad att handla/köpa/shoppa i.

#### Samverkan mellan externhandel och citykärnan

För att nå målet att öka försäljningsindex måste all handel samverka. På initiativ av kommunen har ett sådant samarbete inletts mellan externhandeln och cityhandeln. Syftet är att tillsammans visa upp kommunen som en attraktiv plats för handeln. En stor gemensam insamlingskampanj är under planering, försäljning av Rosa Band under hösten 2011 tillsammans med Cancerfonden.

#### Årets Stadsjärna år 2012

Centrumföreningen har påbörjat ett ambitiöst arbete där målet är att bli *Årets Stadsjärna år 2012*. För att erhålla denna utmärkelse måste ett flertal kriterier uppfyllas, det viktigaste kriteriet är att det finns en djup **samverkan** mellan näringslivet, centrumhandlarna och kommunen. Övriga kriterier är:

**Arbetsprocessen** (hur ser samverkanprocessen ut över tiden), **Resultat** (utförda undersökningar och resultat av uppsatta mål), **Marknadsföring, evenemang, varumärket** (hur har NYSAM arbetat i dessa frågor), **Fysiska förändringar** (utförda i samverkan eller av enskilda intressenter), **Framtid** (hur ser NYSAM på utvecklingsarbetet framöver).

För detta projekt har en projektledare rekryterats som under två års tid kommer att arbeta för att Nyköping ska få utmärkelsen. Ett antal grupper har bildats för att arbeta med olika frågor såsom tillgänglighet, marknadsföring, samverkan m.m.

#### Tillväxtpotential

Handeln är en bransch som skapar möjligheter för tillväxt. Genom en attraktiv handel får vi fler personer sysselsatta i näringen, fler invånare gör fler inköp och antalet besökare utifrån ökar.

### **3. Vision 2012, Mål**

#### NYSAM vision 2012

Nyköpings Stadsjärna är det självklara förstahandsvalet för regionens invånare gällande shopping, kultur och nöje.

Genom samverkan med alla aktörer i kommunen (en samverkan i världsklass) är upptagningsområdet hela regionen och utflyktsshopping har blivit ett begrepp att samverka kring.

Såväl långväga turister som närturister bokar mängder av paket innehållande kultur, rekreation, shopping och nöje.

Tillgängligheten för bilar är god och kollektivtrafiken får toppbetyg av invånarna som inbjuds till mängder av event och möts av en ren och spännande upplyst stad där trygghetskänslan hos invånarna är bäst i Sverige.

Fler och fler invånare "bryr sig om sin stad" och hälsar sina släktingar, affärsbekanta och vänner välkomna på vandringar med gästbudskänsla utmed våra utvecklade stråk – en vandring mot firandet av "Gästabudet 700 år" – 2017!

Vi ses i Nyköping - made in Nyköping.

### Mål

Nyköping ska bli "Årets stadskärna 2012"

Firande av Gästabudet 700 år; en stor fest för alla invånare och besökare år 2017.

Utöver dessa presenterar varje *stråk* sina egna mål som åtföljs av en aktivitetsplan för att uppnå dessa.

Målbestämda *nyckeltal* (se kapitel 12) samt uppföljning av dessa görs varje år.

## **4. Organisation och finansiering**

### Styrgruppens arbete

Styrgruppen för NYSAM har under 2010 bestått av: Bengt Jansson (projektledare), Curt Eriksson, Urban Granström, Ann-Margreth Karlsson, Lennart Larsson, Jan Thorstensson, Maria Wejås, Monika Dalhäll samt Pia Ölvestad.

Styrgruppen representerar Centrumföreningen, Näringslivet, Fastighetsägare samt kommunen.

Under 2009 ägnades en stor del av tiden åt att strukturera upp NYSAMs arbete samt få en organisation för arbetet. Beslut togs att NYSAM ska vara ett projekt under Centrumföreningen, med en särskild projektorganisation och en särskild projektredovisning som inte blandas ihop med CFs (Centrumföreningens) redovisning.

## Finansiering

Kommunstyrelsen beslutade (Dnr KK 08/578) att med tillväxtfrämjande medel avsätta vardera för åren 2009-2010: 200 kkr. till Centrumföreningen samt 300 kkr. till Näringsliv & Tillväxt.

För år 2011 beslutades att avsätta 500 kkr. till Näringsliv & Tillväxt att användas till olika projekt för att främja handelns utveckling.

Centrumföreningen bidrar också med ekonomiska resurser för personal och aktiviteter.

Svensk Handel finansierar med 100 000 kr/år 2009-2011

För genomförda aktiviteter har även näringslivet varit med och sponsrat.

Sörmlands Sparbank sponsrar med personalresurser för projektledningsarbetet samt ekonomiskt stöd.

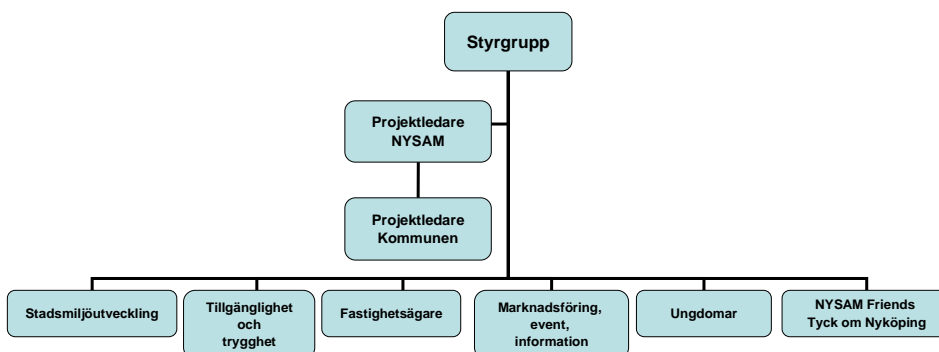
Arbetet med att stärka kommande årsbudget sker genom tecknande av partnerskap. Guld, Silver och Brons på nivåerna 25 kkr, 10 kkr, och 5 kkr under tre års tid. Redan under 2009 slöts sådana avtal om 95 kkr.

## Projektledning

Som projektledare för NYSAM projektet har Bengt Jansson ("Spider") rekryterats. Bengt har under många år arbetet med centrumutveckling och lett liknande projekt som det vi nu gör i Nyköping. Arbetstiden är en dag i veckan.

Kommunens arbete koordineras av Ann-Margreth Karlsson, Näringsliv & Tillväxt.

# Organisation NYSAM



## 5. SWOT-analys

En SWOT-analys genomfördes av styrgruppen sommaren 2009.

### HOT

- Låg vakansgrad väster (svårt att hitta lokaler för nyetableringar)
- Valet 2010 (nya personer oavsett majoritet)
- Kriminalitet
- Externhandel i andra städer
- Otrygghet för invånarna att gå på stan
- Stor skadegörelse
- Fastighetsägare vill ej hyra ut till restauranger
- Dålig tillgänglighet (öppettider)

### MÖJLIGHETER

- Hög vakansgrad Öster (möjlighet att flytta om och bli klustermotor)
- Öster – öka attraktionen
- Öster – skapa en vision för stadsdelen
- Samarbete mellan fastighetsägare för att få rätt butik/kontor på rätt ställe
- Vårt arbete i NYSAM ökar Nyköpings attraktionskraft
- Paketerbjudanden för besökare/turister
- Externhandel och Cityhandel i samverkan
- Korta beslutsvägar
- Engagerad kommun
- Bra stadsmiljö från start
- Torget

**STYRKOR**

- Största staden i vår region
- Stort utbud – konkurrens – låga priser
- Skavsta
- Närhet till Stockholm
- Livskvalitet
- Förekomst av externhandel
- Gott om näringsställen
- Hamnen och ån
- Pittoresk stadskärna
- NYSAM
- Politisk enighet

**SVAGHETER**

- Brist på bostäder och fritidshus
- Invånarantal/demografi
- Omfattning av högre utbildningar
- Stadskärnans "finish"
- Avstånd Öster – Väster
- Svårflirtade kommuninvånare
- Avsaknad av stor, lokal riskkapitalist
- Avsaknad av P-hus i centrum
- Avsaknad av "drakar" (t.ex. IKEA)
- Delad externhandel
- Centrumhandeln för koncentrerad
- Frånvaro av lokala ägare
- Dålig idrottsstad

## 6. Grupper för olika arbetsområden, så kallade *stråk*

En idé som kom upp tidigt i arbetet var att projektet skulle arbeta med TUSS, modellen som ägs av Sörmlands Sparbank (TUSS = Tusen små steg). En person i styrgruppen hade arbetat med den tidigare i olika sammanhang och föreslog att den skulle lyftas in för att på ett tydligt och enkelt sätt åskådliggöra arbetet inom NYSAM.

Sex *stråkgrupper* bildades från början men sedan 2010 ingår stråk *Hamnen* i Stadsmiljöutveckling. Stråken är NYSAM's *arbetsgrupper* och där finns representanter från näringslivet, politik och kommuntjänstemän. De fem stråken är:

1. Stadsmiljöutveckling
2. Marknad, event och information
3. Trygghet och tillgänglighet
4. Fastighetsägare
5. Ungdomsgruppen

Förutom dessa finns också en grupp som kallas NYSAM Friends/Tyck om Nyköping där vem som helst får ansluta sig. NYSAM friends har idag drygt 20 medlemmar och mängder av idéer och synpunkter har samlats in under en stor tältkampanj. Idéerna har katalogiserats och lagts in i en omfattande idébank. Glädjande är att de inkomna idéerna i mångt och mycket är i samklang med arbetsgruppernas framtagna Bra lägen/Mål.

Samtliga stråkgrupper har haft flera möten under året och gemensamt i respektive stråk tagit fram mål-lägen (s.k. Bra-lägen i TUSS modellen). Dessa mål-lägen kommer inte att vara statiska utan kan också ändras/utvecklas under projektiden. Det är också viktigt att påpeka att mål-lägen inte alltid ska vara helt nya, utan ska också utgå ifrån det arbete som både näringslivet och kommunen redan gör idag. Det innebär att ett mål-läge i NYSAM också kan vara ett redan befintligt mål för näringsliv och/eller kommunen.

### 6.1 Stråk Stadsmiljöutveckling

Stråket för stadsmiljöutveckling arbetar med stadens fysiska miljö. Detta stråk arbetar mycket nära kommunens arbete med Stadskärnans och Hamnens utveckling. Projektledare är Lars-Åke Svensson som också leder kommunens arbete med Resecentrum. Mycket av det arbete som görs inom detta projekt samverkar hela tiden med NYSAM.

### Mål-lägen (Bra-lägen) för Stadsmiljöutveckling:

- Nyköpingsborna kan bada i Stadsbad
- Det finns badplats i ån
- Stadskärnan är spännande upplyst (med miljön och tryggheten i centrum)
- Ett eller flera P-hus är byggda på ett kundvänligt avstånd från shoppingstråken
- Antalet P-platser motsvarar stadskärnans behov
- Stråken till hamnen känns trevligare, tydligare, blommande och tryggare
- Turistbåtarna vill gärna lägga till en stund i vår hamn
- Västra och Östra Storgatan finner sina egna roller
- Vårt förädlade torg är en pulserande mötesplats som hjälper till att korta avståndet
- Nya Resecentrum har öppnat och känns integrerat i stadskärnan
- Pendlarna använder stadskärnan på ett naturligt sätt såväl morgon som kväll
- Vi lyckas förena stadens bebyggelsekaraktär med den moderna handelns behov av exponering
- Vi har en stadslekpark för barnen
- Det känns spännande runt hörnet
- När mobil scen anpassad till Stadshuset finns (ny 2011)

## **6.2 Stråk Marknad, event och information**

Detta stråk arbetar med att ta fram aktiviteter, arbeta med marknadsföring samt arbeta för att ge information till invånare och besökare.

### Mål-lägen (Bra-lägen) för Marknad, event och information

- Vi har 40 event/år
- Vi genomför flera gemensamma marknads- och aktivitetsinsatser med kultur, turism, externhandel och Bo i Nyköping
- Vi genomför firandet av Gästabudet 700 år

- Vi är bäst i Sverige och omtalade på paketlösningar, kultur, nöje, rekreation och shopping
- Alla vet vad som är på gång i stan
- Alla bjuder på det lilla extra för att ta hand om besökare och turister
- Öppettiderna i restauranger och butiker är rätt anpassade för våra kunder, gäster och turister
- Minst 20 spännande installationer finns spridda längs stråken

### **6.3 Stråk Trygghet och tillgänglighet**

Trygghet och tillgänglighet arbetar med att dels skapa trygghet i stadskärnan för dem som bor och verkar här, dels arbeta för att förbättra tillgängligheten för dem som arbetar/besöker stadskärnan.

#### Mål-lägen (Bra-lägen) för trygghet och tillgänglighet

- Tillgängligheten till parkeringar för besökare i centrum är god
- Nyköping är tillgängligt (trafiken flyter på, man hittar dit man ska och inga hinder finns på vägen) för alla människor
- När man möts av en ren och spännande belyst stad där trygghetskänslan är bäst i Sverige

### **6.4 Stråk Fastighetsägare**

Stråket för fastighetsägare består av de största fastighetsägarna i stadskärnan. En viktig del i NYSAM arbetet består i att arbeta nära näringslivet och de som kan påverka olika händelser.

#### Mål-lägen (Bra-lägen) för fastighetsägare

- Östra Storgatan har stärkt sin redan unika profil
- Minst 30 butiker/restauranger har förädlat sin fasad, entré och skyltning
- Butiksomsättningen ökar med 2 % per år över riksgenomsnittet
- Vakansgraden ligger runt 2 %
- Handelsindex ökat med 10 % (2011)
- 90 % av alla kommersiella hyresgäster i stadskärnan är medlemmar i CF

## 6.5 Stråk Ungdomar

Stråket för ungdomar består av ungdomar dels från Ungdomsfullmäktige, dels ungdomar från gymnasieskolor. Gruppen har bestämt sig för att endast ha två mål och att fokusera arbetet på dessa mål.

### Mål-lägen (Bra-lägen) för stråket ungdomar

- En större Multianläggning i kommunen (skate, BMX, konsert, café, dans, kultur)
- Få ungdomars åsikter på ett enkelt sätt

## 7. NYSAM Friends

NYSAM friends består av människor som vill vara med och tycka till om Nyköpings stadskärna. Tanken är att dessa medborgare ska bilda en referensgrupp som arbetar parallellt med övriga arbetsgrupper inom NYSAM. Syftet är att fånga upp goda idéer och tankar men också att öka delaktigheten i utvecklingen från våra kommuninvånare. Målet är att få en grupp bestående av ca 50 personer. Under 2010 arrangerades två stormöten för NYSAM Friends medlemmar.

## 8. Händelser och aktiviteter 2010

### Tyck om Nyköping

Kommunen och NYSAM har vid ett flertal tillfällen haft kampanjer med temat "Tyck om Nyköping", där invånarna har fått lämna in förslag. Totalt har det kommit in ca 1500 synpunkter om Nyköping. Dominerar gör synpunkterna om trafik och infrastruktur och även till viss mån stadsbyggnad. Idéerna har kategoriserats och tagits med i arbetsprocessen. De flesta idéerna ligger i samklang med redan påbörjat arbete.

### Kommunens arbete för utveckling av stadskärnan

Kommunen har tagit fram *en vision* för Nyköpings stadskärna:

"Nyköpings stadskärna är en attraktiv, trivsamt och spännande mötesplats för alla"

- Här finns goda miljöer för näringsliv och boende
- Här är tryggt och vi har ett myllrande folkliv
- Här utvecklas den moderna staden i samklang med historien

Kommunstyrelsen har tagit flera beslut som handlar om stadskärnans utveckling:

- Utveckling av Stora torget ( 28 juni 2010)
- Investering av ny stadspark vid Borgareberget (28 juni 2010)
- Upprättande av detaljplan för parkeringshus vid Västra viadukten (28 juni 2010)
- Nytt planprogram för kvarteret Tennishallen, Domkraften och tre fastigheter på Väster (28 juni 2010)
- Göra ändringar i detaljplanen för Skeppsbron och Täckas udden vid hamnen (20 dec 2010)

#### Stråk Stadsmiljöutveckling, händelser 2010

En vision över ett stadsbad har tagits fram. Tyvärr är det besvärliga markområden vid Stadsfjärden och en sanering skulle bli alldeles för kostsam i förhållande till exploateringsvärdet. Stadsmiljögruppen har förutom Stadsbadet arbetat med fler saker (de flesta av dessa tillsammans med kommunen)

- Vattenlekpark vid Stadsfjärden, skiss framtagen
- Studiebesök i Alingsås, belysningsprojekt
- Studiebesök i Linköping två gånger, belysningsprojekt
- Lobbyarbete för Västra viadukten
- Renovering av strandskoning vid Tovastugan
- Samarbete med Fastighetsägarna, handeln och kulturen
- Sittplatser framför Nicolaikyrkan

#### Marknad, event och information, händelser 2010

Flera aktiviteter har genomförts tillsammans med andra arrangörer:

- Nyköpings Festdagar
- Hälsokampanj
- Kulturnatt
- SN-löpet
- Tryggt och säkert i Nyköpings Kommun Rosa lördag
- Synkronisering av samtliga aktivitetsplaner

- Gemensam symbol framtagen som kan användas i marknadsföring med mera (Nyckel)
- Arbetsgrupp bildad för Gästabudet 700 år (2017)
- Inventering av alla aktiviteter
- Inventering av befintliga paketlösningar för kultur, nöje, rekreation och shopping
- Inventering av alla inköpsställen för kultur och nöjen

#### Trygghet och Tillgänglighet, händelser 2010

Detta stråk arbetar mycket med frågan "Missbrukare i det offentliga rummet" och gruppen har arbetat för att förlänga öppettider där missbrukare kan vistas samt ta fram en utbildning i syfte att öka förståelsen för hur det är att vara missbrukare. Gruppen har också tittat på möjligheten att ta fram aktiviteter för vårdare och missbrukare genom samverkan med olika föreningar (Fotboll etc.) Andra projekt gruppen arbetat med:

- Översyn av vägvisningsskyltar
- Folder om smart parkering samt info på kommunens hemsida

#### Fastighetsägare, händelser 2010

Det har varit lite svårare att hitta lämpliga aktiviteter här. Dock är det många bra partners med i stråket; Klöver, Västerport, Dahlhalls, Akelius, Sörmlands Nyheter och Sörmlands Sparbank. Under hösten bjöds alla fastighetsägare i stadskärnan in till ett inspirationsmöte. Syftet var att visa på hur andra städer (Linköping, Västerås) har jobbat med sin stadskärneutveckling. Tyvärr ställdes mötet in p.g.a. för få anmälda. Andra projekt gruppen arbetat med:

- Uppföljning av statistik från HUI, branschorganisationer m.fl.
- Överenskommelse med fastighetsägare om partnersnivåer

#### Ungdomar, händelser 2010

- Möte med politiker för att diskutera möjlighet till förstudie för en Multihall
- En Facebook grupp har byggts upp; NYSAM young friends
- Rekryteringskväll för att få fler medlemmar (Taco afton)

### Övriga genomförda aktiviteter/projekt under 2010

- Nyköpings Festdagar
- Konferens Stockholm Svenska Stads kärnor
- Deltagande i nätverk Svenska Stads kärnor/Svenskhandel

## **9. Marknadsundersökning genomförd hösten 2009**

Under hösten genomfördes en marknadsundersökning i Stads kärnan. En gymnasieelev intervjuade slumpvis utvalda besökare i stads kärnan. Målgruppen var hälften kvinnor och hälften män, åldern varierade från ungdomar till äldre.

En sammanfattning av svaren följer här:

På frågan *Vad är det första du tänker på när jag säger Nyköpings Centrum* svarade de flesta shopping, att handla och nöjen. Huvudsyftet med besöket i centrum var handla, träffa vänner eller bara titta. Oftast var det fler saker som var syftet med besöket, inte bara "handla".

63 % tyckte det var lätt att hitta parkering. 64 % säger på en skala 1-5 (1= lågt värde) att utbudet av butiker ligger på skala 3-4. Här finns således en del förbättringar att göra. 79 % svarar att de känner sig trygga i centrum (skala 4-5) vilket är ett bra värde.

En ny marknadsundersökning kommer att genomföras 2011.

## **10. Utfall budget 2010 samt budget 2011**

### Utfall budget 2010

<u>Intäkter kkr:</u>	<u>Budget</u>	<u>Utfall</u>
Nyköpings kommun, projektledning	200	200
Nyköpings kommun, aktiviteter/projekt	300	56
Centrumföreningen	0	50
Svensk Handel	100	100
Klövern	25	25
Västerport AB	25	25
Dalhälls	10	10

ICA Maxi	10	10
Södermanlands Nyheter	25	25
Sörmlands Sparbank	25	25
Akelius	10	5
<b>Summa intäkter</b>	<b>730</b>	<b>531</b>

Kostnader kkr:

Projektledare	425
Projekt	106
<b>Summa kostnader</b>	<b>531</b>

Budget 2011

Intäkter kkr:

Nyköpings kommun, projektledare	200
Nyköpings kommun, projektledare	150
Nyköpings Kommun, projekt/aktiviteter	150
Svensk Handel	100
Klövern	25
Västerport AB	25
Dalhälls	10
ICA Maxi	10
Sörmlands Nyheter	25
Sörmlands Sparbank	25
Akelius	10
<b>Summa intäkter</b>	<b>730</b>

Kostnader kkr:

Projektledare, Centrumföreningen	425
Projektledare Nyköpings kommun	150
Projekt aktiviteter	155
<b>Summa kostnader</b>	<b>730</b>

## 11. Aktiviteter 2011

### Arbeten i respektive stråk 2011

#### Stadsmiljöutveckling

- Stadsnära bad i Kungshagen
- Skisserna kring "Fontänland" tas med i arbetet gällande stadsnära bad
- Badplats i ån, utredning görs gällande vattenkvalitet och placering
- Utplacering av flytbrygga
- Belysningsprogram tas fram
- Butiksbelysningsprojekt genomförs
- Ny fastighetsägarkontakt tas gällande parkering på Åhléns garaget
- P-hus Västra viadukten
- Parkeringsutredning
- Beläggningskontroll på allmänna och privata parkeringar
- Förädling av visionsprogram för stadskärnans utveckling
- Trafikutredning/parkering Öster
- Förädla Stora torget
- Stadslekpark Borgarberget
- Ta fram idékoncept gällande installationer i det offentliga rummet
- Mobil scen inköps
- Renovering av strandskoning vid Tovastugan
- Visionsprogram för hamnen
- Samarbete med fastighetsägarna och handeln för Västra och Östra Storgatan
- Detaljplanen för Resecentrum vinner laga kraft
- Samarbete med fastighetsägare, handeln och kulturen för att pendlarna använder stadskärnan såväl morgon som kväll

- Samla in goda exempel från andra städer för att få inspiration till att förena stadens bebyggelsekaraktär med den moderna handelns behov av exponering
- Upprustning av lekplatsen i hamnen
- Lekpark på Väster
- Arbeta för att de närmsta delarna på tvärgatorna i stadskärnan ska förädlas och upplevas integrerade med huvudstråken

#### Marknad, event och information

- Synkronisera alla aktivitetsplaner
- Inventera samtliga aktivitetsutbud
- Ta fram Marknadsplan 2011 och 2012 i samverkan med kommunen, turism, kultur och externhandeln
- Genomföra en första aktivitet före sommaren tillsammans med externhandeln m.fl.
- Nyköpings festdagar Aug 2011
- Hälsokampanj
- Få fler att använda den gemensamma Nyckelsymbolen
- Planering påbörjas för att fira Gästabudet 700 år (2017)
- Inventera befintliga paketlösning för kultur, nöje, rekreation och shopping
- Inventera möjliga inköpsställen för kultur, nöjen m.m.
- Förenkla och förädla kundens boknings- och betalningsmöjligheter
- Översätt aktiviteter till engelska
- Visitkort för Nyköpingsguiden på restauranger och hotell
- Genomföra marknadsundersökning bland besökare i stadskärnan
- Digitala info skärmar
- Ta fram en inspirationsfolder för personal, "Vi bjuder på det lilla extra"
- Genomför inspirationskvällar för personal som möter besökare och turister
- Menyerna på restaurangerna på flera språk

- Samverkan mellan banker och företag för att alla ska kunna handla med Euro
- Kontinuerliga mätningar för att ta reda på kunders önskemål om öppettider
- Spännande installationer genomförs

#### Trygghet och tillgänglighet

- Kontroll av belysning i stadskärnan sker en gång/månad
- Lagning av trasig belysning sker en vecka efter kontroll eller anmälan
- Information i media där allmänheten uppmanas att anmäla klotter, skadegörelse och trasig belysning
- Klotter tas bort på alla fastigheter i centrala Nyköping inom 24 timmar
- Följ utvecklingen av digitala P skyltar
- Cykeltaxi under sommaren
- Utbildning "Säker butik"
- Öka kunskapen om missbrukare i centrum
- "Träffpunkten" för missbrukare, samverkan
- Volontärarbete på "Träffpunkten"

#### Fastighetsägare

- Ta fram en Vision för Öster
- Inspirationsfolder för entréer, skyltning, dekoration, affischering, belysning m.m.
- Ta fram redovisning av butikens omsättning
- Redovisning av vakansgrad och hyresnivåer
- Uppföljning av statistik från HUI, branschorganisationer m.fl.
- Medverka till att fastighetsägarna förhandlar in medlemskap i Centrumföreningen i sina hyresavtal

#### Ungdomar

- Ansökan om ett allaktivitetshus skall göras

### NYSAM friends

- Genomföra två medlemsmöten
- Insamla ytterligare idéer till idébanken
- Kontinuerligt informera medlemmarna om arbetets framskridande

## **12. Nyckeltal att mäta varje år**

### 1. Cityutbudets utveckling vilket inkluderar

- detaljhandelsindex
- nya etableringar i stadskärnan
- utveckling av kulturutbud
- vakansgrad

### 2. Besöksfrekvens

- antalet besökare i citygallerior
- utveckling av besöksnäringen (omsättning, antalet dagbesökare)

### 3. Attitydundersökningar

- Lätt att hitta parkeringar
- Utbudet av butiker
- Servicen i centrums butiker
- Kvalitén på totalutbudet

## **Värden december 2010**

- Detaljhandelsindex: Sällanköpsvaror 91, Dagligvaror 101, totalt 96
- Omsättning: Dagligvaror 1 566 mkr, Sällanköpsvaror 1 471 mkr, totalt 3 037 mkr
- nyetableringar i stadskärnan: (inga under 2010 pga att inga lediga lokaler finns, flera kedjor väntar på lämpliga lokaler)
- utveckling av kulturutbud (flera kulturaktiviteter genomförda under 2010: Nyköpings festdagar, Kulturnatt, underhållning på Stora Torget)
- vakansgrad: ca 200 m2

#### 4. Besöksfrekvens

- antalet besökare i citygallerior: Västerport 1,95 miljoner besökare. (960 000 besökare 2009). Nyckeln börjar räkna från september 2010; 745 226 besökare.
- utveckling av besöksnäringen (omsättning, antalet dagbesökare) 1,1 mdr, 607 920 (2009)

#### 5. Attitydundersökningar (siffror från Marknadsundersökning Hösten 2009) (Ny undersökning kommer att genomföras under 2011)

- Lätt att hitta parkeringar, 63 % svarar JA
- Utbudet av butiker, 64 % svarar skala 3-4 (1= lågt värde)
- Servicen i centrums butiker, 72 % svarar skala 4-5
- Kvalitén på totalutbudet, 45 % svarar skala 4-5

### 13. Kommunikationsplan NYSAM 2010-2011

#### Bakgrund

För att kunna nå målet att bli "Årets stadskärna 2012" och firandet av en stor jubileumsfest 2017 (Gästabudet 2017) krävs en stor uppslutning av människor som på olika sätt bidrar till måluppfyllelse. Engagemang krävs av näringslivet, allmänhet, offentlighet, föreningar och andra organisationer som på olika sätt kan bidra till NYSAM's arbete. Det är också viktigt att skapa en positiv *attityd* till projektet och en förståelse för vad arbetet på sikt kommer att innebära. För att uppnå allt detta krävs en medveten och strategisk kommunikation.

#### Uppdragsbeskrivning

Handeln i Nyköping blir en alltmer betydande bransch. Kommunen har idag förutom en stadskärna, fyra externhandelsområden. För att utnyttja potentialen som handelsstad i syfte att locka invånare att handla mer inom kommunen, få hit fler besökare och öka stadens attraktivitet, har projektet NYSAM startat på initiativ av Centrumföreningen.

Arbetet har delats in i arbetsgrupper, s.k. "stråk". Idag finns fem olika stråk samt en grupp där vem som helst kan ansluta sig; NYSAM friends.

Finansiärer är Nyköpings Kommun, Centrumföreningen, Svensk Handel, Sörmlands Sparbank samt näringslivet.

## Kommunikationens syfte och strategi

Syftet med kommunikationen är att uppfylla målen och skapa kunskap och intresse kring NYSAM's arbete

- Att skapa kännedom om det arbete som NYSAM bedriver
- Att bidra till en positiv attityd och inställning till NYSAM
- Att bidra till ett större engagemang hos näringsliv, allmänhet och offentlighet
- Att öka sponsorintäkterna
- Skapa en positiv attityd till förändring och utveckling av stadskärna och externhandel

## Budskap – vad vill vi säga?

NYSAM = Nyköping i samverkan, vilket innebär att utvecklingsarbetet sker i nära samverkan med många olika aktörer

- De fem olika *stråken* (informera)
- Pågående projekt (Vad är på gång?)
- Genomförda projekt (Vad har hänt hittills?)
- Effekter och nyckeltal <sup>1</sup>
- Alla måste samverka

## Målgrupper

Handlare i stadskärnan och externhandeln  
Centrumledare  
Fastighetsägare  
Övriga företag och institutioner  
Offentlig förvaltning (ex Länsstyrelsen, Trafikverket)  
Potentiella sponsorer  
Allmänheten

## Kommunikationsmål

Målgrupperna ska KÄNNA till NYSAM

Målgrupperna ska vara POSITIVT INSTÄLLDA till NYSAM

Målgrupperna ska FÖRSTÅ det arbete som bedrivs, dess värde och vilka EFFEKTER det ger

---

<sup>1</sup> Nyckeltal; Se Verksamhetsplanen NYSAM 2010

## Kanaler

### Interna kanaler:

Styrelsen Centrumföreningen (CF), Medlemmar CF, Styrelse NYSAM, Stråkdeltagare NYSAM, Hemsida

### Externa kanaler:

Sponsorer, Tidningen NY, Pressinformation, Hemsida, Radiojinglar

## Aktiviteter och tidsplan

Aktivitetsplanen avser *kommunikation* och ej de projektaktiviteter som genomförs i varje stråk

När	Aktivitet	Målgrupp	Kanal	Syfte	Ansvarig
Kontinuerligt	Artiklar i NY om NYSAM			Visa på vad som görs och vad som gjorts	Spider, Ann-Margreth
Våren 2011	Färdigställa NYSAM's hemsida				Spider, Elisabeth Wendelstam

## Uppföljning och utvärdering

Uppföljning och utvärdering av kommunikationsplanen görs hos NYSAM's styrelse samt hos gruppen för Marknad, event och information.