

Handelsstrategi Ljusdal



Projekt deltagare:

Carina Janars, Ljusdal i Centrum

Peter Svender, Fastighetsägare

Kristin Bruveris, Butiksägare

Emma Nordebo Snygg, Ljusdals kommun

Fredrik Wallby, Ljusdals kommun

Stefan Wennerstrand, NärLjus

Datum 2016-04-21

Innehåll

1	Varför en handelsstrategi	2
2	Bakgrund.....	3
3	Handeln i Ljusdal idag	4
4	Handelns utveckling i vårt samhälle	9
5	Målgrupp	10
6	Inriktningsmål	11
7	Höjd handelsomsättning/handelsindex- riktlinjer	11
8	Förtätning av centrum- riktlinjer	12
9	En levande attraktiv stadskärna- riktlinjer	15
10	Tillgänglighet/Öppenhet- riktlinjer.....	17
11	Hållbar utveckling- riktlinjer	17
12	Ljusdals handelsidentitet	18
13	Handel & Besöksnäring.....	19
14	Roller och ansvar	20
15	Definitioner.....	22

Bilagor till detta dokument:

Bilaga: Köpkraftsanalys Hälsingland okt 2015

Bilaga: Analys av detaljhandeln i Ljusdals Kommun

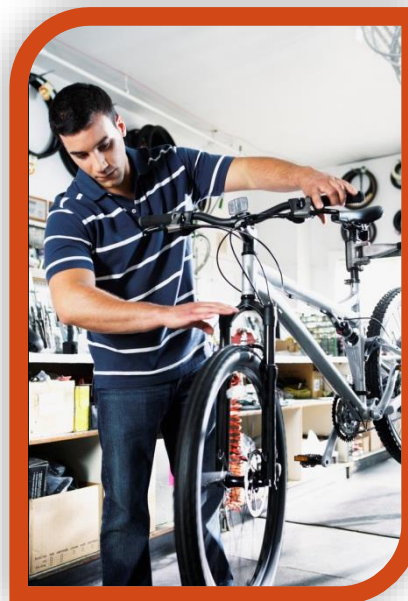
1 Varför en handelsstrategi

Tiden är sedan länge förbi när man kunde låta fastighetsägare och branscher själv styra över hur och var man skulle etablera handel. För kommunen är det viktigt med en strategi som stöd till detalj- och översiktsplan men också hur samhället ska utformas på rätt sätt. Handeln är ur ett tillväxtperspektiv viktig och utger bland annat en väsentlig del av turistkronan och ses som en reseanledning. Ur ett kund- och konkurrensperspektiv är det viktigt hur handeln är lokaliserad och strukturerad. Därmed påverkas utfallet av gjorda investeringar till nytta för alla inblandade parter.

För att bli konkurrenskraftiga krävs att vi drar åt samma håll, med gemensamt mål i sikten. Arbetet med att ta fram denna strategi har varit en process där olika intressenter mötts och fått förståelse för varandra. Denna process har varit minst lika viktigt som produkten.

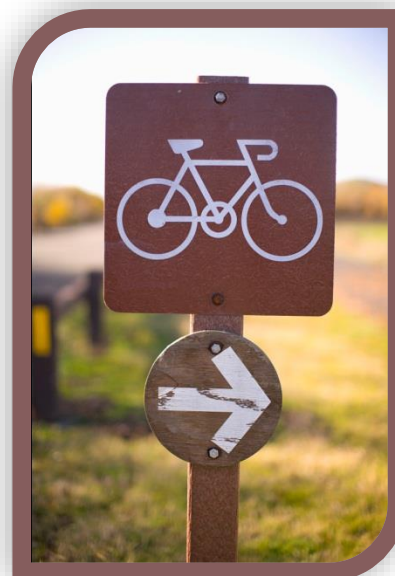
Handelsstrategin analyserar dagsläget, ser trenderna och formulerar målen. Här finner du även receptet på hur ny handel ska skapas och dagens handel ska utvecklas.

Detta arbete är gjorts i samarbete mellan Ljusdals kommun, Fastighetsägare, Ljusdal i Centrum samt NärLjus.



2 Bakgrund

”I det vackraste av landskap, där Ljusnan forsar och sjöar ger ro, där skogen och jorden i alla tider givit arbete åt strävsamma, öppna och generösa människor, här ligger Ljusdals kommun. Sjöarnas malm och bergets mineraler gav oss grunden för skickligt hantverk och tidiga kontakter med en större värld. Handelsplatser och besökare skänkte nya intryck och näringar. Här har människor av olika ursprung mötts och formats. Liksom i alla samhällen är utveckling beroende av bildning, arbete, god infrastruktur och omvärldskontakter. För denna behöver vi såväl kunskap som resurser. Våra barn och ungdomar måste ha det allra bästa stöd för att nå framgång i sina liv. Våra näringar, de förutsättningar som krävs för att skapa sysselsättning och rikedom. På denna gedigna grund skall framtiden byggas. Ett samhälle genomsyrat av mångfald, jämlikhet och jämställdhet, en kommun där hållbarhet och ekologiskt tänkande är fundamentalt. Nya generationer skall ha sina möjligheter. Till dessa vill vi nu bidra”



Metod för arbetet med en handelsstrategi

I detta arbete har vi tagit utgångspunkt från mängder av information såsom undersökningar i form av:

- Köpkraftsutredningen gjord oktober 2015
- Ortsanalysen
- Handelsutredningen, april 2011
- E-barometern Sverige
- Hälsingland HUI Detaljhandel i Hälsingland
- Analys av detaljhandeln i Ljusdals Kommun

Vi har även tagit i beaktande kommunens vision och mål, den besöksstrategi som är gjord 2013, tidigare arbeten vad gäller bla. idéer och förslag vad gäller postplanen, analyser som gjorts efter grupparbeten från flera stormöten med bla fastighetsägare, kommunen och Ljusdal i Centrum.

Det som även ligger till grund för strategin är beaktandet av Ljusdals samlade köpkraft och handelsflöden, flöden av fotgängare/besökare, den regionala konkurrensen och positioneringen, marknadspotential och upptagningsområdets storlek samt butiksytor och antal enheter.

Avgränsningar

Handelsstrategigruppen har valt att titta på Ljusdals tätort och inte andra närliggande tätorter. Vi har inriktat oss på Ljusdals tätort ur ett regionalt perspektiv (se sid 10). Vi kommer inte göra en tryckt produkt.

3 Handeln i Ljusdal idag

Ljusdal ska vara ett handelscentrum i kommunen enligt kommunens tätortstriangel. Regionalt fungerar Ljusdal som en alternativ handelsplats för befolkningen i Sveg, Bollnäs, Delsbo och Hudiksvall. Samtidigt positionerar sig Ljusdal även nationellt genom att fånga upp viss del av passerande fjälltrafik, locka turisterna i Järvsö till handel och vid vissa arrangemang dra besökare från andra delar av Sverige.



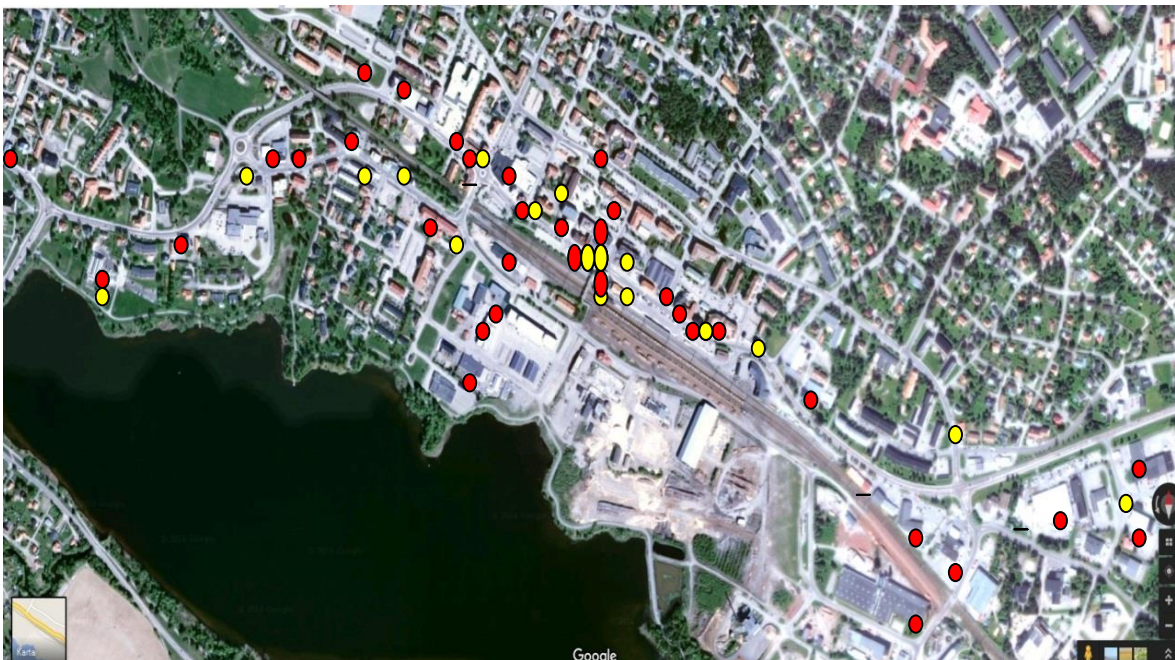
Ljusdal saknar dock ett tydligt avgränsat centrum. Av tradition har hela området från kyrkan i öster till Kläppa i väster betraktas som centrumområde. Ambitionen har varit att hela sträckan ska vara livfull och ha aktiviteter vilket är helt orealistiskt. Norra Järnvägsgatan är köpingens alltför långa handelsstråk (ca 1 km). Då Norra järnvägsgatan även ligger nära järnvägen så har det medfört att etableringar endast finns på ena sidan gatan. Postplanen är idag ett centrum endast för ärendehandel. Utformningen med stora nivåskillnader skapar problem. Flera planer på nybyggnation av postplan har funnits men det har varit tveksamheter kring de ekonomiska förutsättningarna. Detta med tanke att det krävs en stor förändring för att postplan ska bli attraktivare och mer tillgänglig.

Ljusdals utbud

Ljusdal i dag har i förhållande till ortens storlek ett förhållandevis stort butiksbestånd. Handeln är väl utbyggd och vilar på gamla traditioner. Butikerna är till största del privatägda och i vissa fall anslutna till fackkedjor. Ljusdal har som sagt i dag en skapligt bra mix av branscher och den rika variationerna på affärerna har varit utmärkande för Ljusdal alltsedan stationssamhället växte fram för mer än hundra år sedan. Enligt Ljusdal i Centrums marknadsundersökningar och den handelsutredning som gjorts så saknas även bra möbelaffär, belysning, textilier och större utbud av skor, någon dragare för ungdomar - något känt varumärke samt spelbutik och hobbyshop, ungdomskläder, uteservering, helgöppna fik, sportbar samt bowling. Gällande det mångkulturella utbudet så finns bra utbud av livsmedel från andra länder men obefintligt utbud av kläder.

Flöden

Centrum är långsträckt och den mesta bebyggelsen är på ena sidan av riksvägen. Det största flödet finns idag runt Coop, runt Centrumhuset och vid systembolaget. En hel del trafik rör sig även runt Sportringen och Dollarstor som ligger utefter Hudiksvallsvägen men där handlar det i stort sett om bilburen trafik. I Gamla Stan har det även etablerats några nya butiker och där har trafikflödet ökat på senare tid, kanske framförallt för att Lidl har etablerat sig på den sidan järnvägen.



● Handel

● Restaurang,



Avstånd Statoil till Kläppa

Tillgänglighet

Tillgängligheten blir allt viktigare. Parkeringsplatser finns det gott om i centrum, totalt ca 500 st, enligt handelsutredningen som gjordes i april 2011, men vissa används idag av arbetande i centrum och inte av besökande i den utsträckning som det skulle behövas. Bilen används i första hand för att förflytta sig inom centrum. Lättillgängligheten för personer med nedsatt rörelseförmåga har mer att önska. För konsumenterna är öppettider mycket väsentliga och de ska då framförallt vara enhetlig vilket de idag inte fullt ut är.

Lite fakta rörande Ljusdals handel samt näringsliv

Inledningsvis är det värt att notera att det går det bra Ljusdals handel samt näringsliv.

För att beskriva styrkorna med vårt näringsliv är det värt att notera att vår profil som en modern storstads kommun, ej en avfolkningsbyggd eller glesbyggd. Ett sätt att analysera samt beskriva detta är hur många företag som finns inom följande segment, nämligen:

- Branscher som är basen för näringslivet (Producerande/tillverkande)
- Branscher som bland annat stödjer basen för näringslivet (tjänster)
- Branscher som är beroende på hur många som bor eller vistas på orten (service/butiker)

Det finns ett samband mellan tjänster och tillverkning som ger utrymme för en kommuns tjänstenäring att "växa med industrin". Det bör även noteras att det finns tjänsteverksamheter som inte riktar sig till tillverkande sektor och/eller har verksamhet utanför kommungräns. Här är syftet att spegla balansen mellan olika näringar för att finna utrymme för tillväxt.

I Ljusdals Kommun är fördelningen mellan dessa branscher ca 1/3 var vilket innebär att näringslivet i Ljusdals kommun har goda möjligheter för tillväxt och kan beskrivas som konkurrenskraftigt. Vad som kan vara intressant att notera i detta sammanhang är att våra grannkommuner ej kan uppvisa en lika konkurrenskraftig näringslivsprofilprofil enligt detta resonemang.

Vad som även kan vara värt att notera rörande näringslivet i Ljusdals Kommun 2008-14 följande:

- Antal anställda växer med 2,39%
- Antal företag växer med 34%
- Förädlingsvärdet har ökat med 19,54%
- Omsättningen har ökat med 18,50%

Vad som även kan vara värt att notera rörande handeln i Ljusdals Kommun är följande:

- Antal anställda växer med -9,06%
- Antal företag växer med 29,07%
- Förädlingsvärdet har ökat med 8,87%
- Omsättningen har ökat med 1,11%

Befolkningsutvecklingen i Ljusdals kommun

Befolkningsutvecklingen är en mycket central aspekt rörande förutsättningarna för handelns utveckling i kombination med köpkraftsutvecklingen vilken beskrivs i stycket nedan. I tidigare stycke har vi beskrivit näringslivet i Ljusdals kommun där handeln är inom ”branschen som är beroende på hur många som bor eller vistas på orten.”

Beträffande befolkningsutvecklingen 2014 kan följande noteras, nämligen:

Under 2014 ökade folkmängden i Ljusdals kommun med 18 personer, från 18 931 till 18 949 invånare. Orsaken till den ökade befolkningen var ett flyttnetto på 129 personer och ett födelsenetto på - 113 personer.

Under året flyttade 976 personer till Ljusdal, vilket var fler än 2013. Antalet personer som flyttade från kommunen ökade med 114 personer jämfört med året innan, från 733 till 847. Flyttnettot (antalet inflyttade minus utflyttade) under 2014 var således 129 personer.

Det föddes 161 barn under 2014, 5 färre än 2013. Antalet personer som avled var 274 vilket är 53 fler än året innan. Sammantaget ger detta ett födelsenetto (antalet födda minus döda) under året på - 113 personer.

Beträffande befolkningsprognosen 2015-2024 kan följande noteras, nämligen:

Under prognosperioden 2014 (2024 kommer folkmängden i Ljusdals kommun att öka med 379 invånare, från 18 949 till 19 328 personer. Flyttnettot förväntas bli i genomsnitt 112 personer per år och födelsenettet 73 personer per år. Totalt ger detta en förändring med 39 pers per år.

Antalet inflyttade beräknas bli i genomsnitt 892 personer per år medan antalet utflyttade skattas till 780 personer. Detta ger ett årligt flyttnetto på 112 personer för varje år under prognosperioden.

Antalet barn som föds förväntas vara 180 per år i genomsnitt under prognosperioden medan antalet avlidna skattas till 253 personer. Detta medför en befolkningsförändring med (73 personer per år.

Köpkraftutvecklingen i Ljusdals kommun

Köpkraften anger marknadens teoretiska storlek från efterfrågesidan och är det belopp som invånarna spenderar på inköp av detaljhandelsvaror. Inköpen kan ske i den egna kommunen, i andra kommuner, via internet/postorder etc.

Köpkraftsanalysen grundar sig på tre olika delar:

- Analys/prognos för utvecklingen av hushållens konsumtion per capita i riket.
- Kunskap om hur skillnader i inkomstnivåer i kommuner påverkar konsumtionen av detaljhandelsvaror.
- Analys/prognoser för befolkningsutvecklingen år 2015-2028. Detta baseras på respektive kommuns befolknings prognos.

Baserat på dessa ovan nämnda resonemang kan följande prognostiseras för perioden 2015-2028

- Under prognos perioden beräknas köpkraften i Hälsingland öka med 27 procent vilket kan jämföras med Gävleborgs läns om beräknas öka med 34 procent. Utvecklingen i riket i stort beräknas vara cirka 43 procent under perioden.
- Dagligvaruhandeln uppgick 2015 till 557 Mkr . Beträffande köpkraftsutveckling dagligvaror kan noteras att samtliga kommuner i Hälsingland har en positiv köpkraftsutveckling för dagligvaror år 2014-2028 i snitt 10,2%. Ljusdals kommun prognostiseras en utveckling på 11% samt per år 0,8%
- Sällanköpshandeln uppgick 2015 till 559 Mkr Beträffande köpkraftsutveckling sällanköpsvaror kan noteras att samtliga kommuner i Hälsingland har en positiv köpkrafts tillväxt för sällanköpsvaror år 2014-2028 i snitt 46% Ljusdals kommun prognostiseras en utveckling på 47,1% samt per år 2,8%.
- Starkast tillväxt återfinns i Hudiksvall och Bollnäs både inom dagligvaror samt sällanköpshandeln.

Vad som är värt att notera rörande Ljusdals kommuns köpkraft är att kommunen har en stark position inom besöksnäringen som håller på att utvecklas på ett fantastiskt sätt i Järvsö.

Således har Ljusdals kommun en teoretisk möjlighet att utveckla köpkraften med hjälp av besöksnäringens framgångar i Järvsö.

För mer information se bilaga: Köpkraftsanalys Hälsingland okt 2015

Konkurrens från andra handelsplatser

När det gäller den regionala målgruppen och självklart den lokala har vi framförallt konkurrens från orter utifrån såsom;

Bollnäs

Bollnäs har ett något större utbud än Ljusdal, men påminner i mycket om Ljusdal med undantag från ett och annat kedjebolag. De har bussar som går till centrum/norr. De förknippas mycket med kultur och musik och detta kan vara en reseanledning.

Hudiksvall

Hudiksvall är egentligen primärhandelsorten gentemot Ljusdal. De har många kedjebutiker och gallerior som uppfyller Ljusdalsbornas primära behov av alternativ handel. I Hudiksvall finns även en reseanledning och det är sjukhuset.

Sundsvall

Sundsvall/stenstaden finns det kasino, de anordnar många konserter och de har även SM-veckan men förutom det så är Birsta den absolut största anledning till att vi reser dit. Det är idag ett av Sveriges största externhandelsområden och här finns det mesta att handla.

Gävle

Gävle har också ett stort utbud men kan uppfattas som splittrat då de har olika etableringsplatser. Restiden dit är längre men åker man x-tåget så är det mer tillgängligt att ta sig dit. Annat som kan vara en reseanledning till Gävle är havet, bocken, hamnen, skola och sjukhus.

4 Handelns utveckling i vårt samhälle

Marknadsföring – Digitaliseringen ökar och för att vara konkurrenskraftiga bör samtliga butiker finnas tillgängliga på nätet i någon form. Sociala medier, hemsidor m.m.

Pris - Trenden säger att mellanprisnivån kommer att försvinna mer och mer. Antingen lågprisbutiker eller mer prisvärda butiker med satsning på kvalitet.

Kompetens - I dagens samhälle när kunden läser om produkten på nätet, innan de gör sitt köp, så krävs att butikssäljarna har stor kunskap om sina produkter. Kompetensutveckling är viktigt och något som LiC kan samordna för smidigare och billigare lösningar.

Tjänster – En butik är inte längre bara en butik. Målet är att kunden ska få ökad service med hjälp av butikens tjänster. En modebutik syr upp och ändrar kläder, ger stilutbildningar m.m. En resebyrå kan samarbeta med sportbutik om snorklar, badbyxor, dykarskola. En livsmedelsbutik har matlagningskurser och drive-in lucka, köp elektronik och gå en utbildning om nya funktioner m.m.

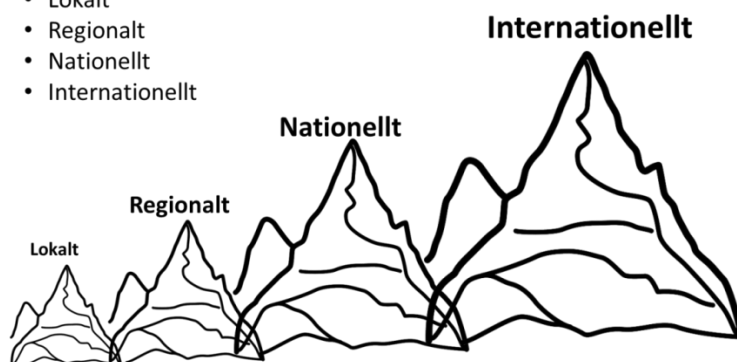
Handel och besöksnäring – Besökaren spenderar 30% av sin reskassa på shopping. Samarbete med besöksnäringen. Sälj skjortor på hotell, erbjud besökaren frakt till hemorten för att slippa släpa, utnyttja evenen för erbjudanden, marknadsföring i bussar och tåg samt resetidningar. Samarbeta med hotellbokarna om välkomstpaket på rummen m.m.

E-handel – se inte E-handel som konkurrent utan som komplement. Målet är att varje butik även har en webshop som komplement. Se över möjlighet till gemensam E-Galleria. Ställ ut läsplattor, datorer i butiken så att kunden kan leta bland produkter de kan beställa från butiken och dess leverantörer.

5 Målgrupp

Hur högt skall vi sikta....

- Lokalt
- Regionalt
- Nationellt
- Internationellt



Lokalt (Ljusdal)

Lokalt – förtätning, attraktivitet

Begränsning rörande köpkraft samt population (Grund för affären)

Regionalt (Ljusdal, Bollnäs, Hudiksvall, Sveg)

Regionalt - ökad service & tillgänglighet, locka Järvsöbesökare, tågtrafikanter

Begränsningen blir den regionala köpkraften

Utmaningen blir att motivera konsumenter/besökare att handla i Ljusdal

Nationellt (Ljusdal, Bollnäs, Hudiksvall, Sveg samt besökare & genomfartsresenärer)

Nationellt – Stavsäter ett skyltfönster

Begränsningen blir den lokala, regionala samt den nationella köpkraften

Utmaningen blir att skapa reseanledningar eller stopp för att motivera konsumenter/besökare att handla i Ljusdal

Internationellt (Reseanledningar)

Internationellt- Kulturell/större event

Utmaningen blir att skapa reseanledningar för konsumenter/besökare att handla i Ljusdal

Våra fokusområden/målgrupper

I denna handelsstrategi har vi lagt fokus på den regionala målgruppen och den nationella målgruppen enbart i form av genomfartsresenärer. Vi hänvisar i övrigt till den besöksstrategi som finns för Ljusdals kommun.

För mer information se bilaga: Analys av detaljhandeln i Ljusdals Kommun

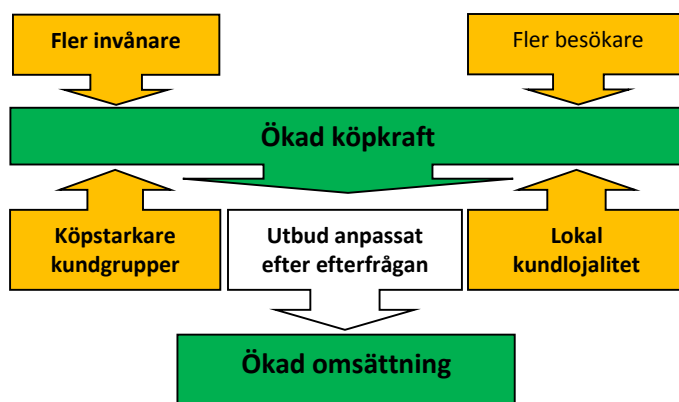
6 Inriktningsmål

- Höjd handelsomsättning/handelsindex
- En levande attraktiv stadskärna
- Förtätning av centrum
- Tillgänglighet/Öppenhet
- Hållbar utveckling

7 Höjd handelsomsättning/handelsindex- riktlinjer

En livskraftig, lönsam handel är viktig, kanske den viktigaste faktorn i en stark kärna. Arbeta därför för att säkra och öka handelns omsättning i kärnan. Ljusdal är en ort med relativt få invånare och liten köpkraft. För att lyckas krävs att det finns ett väl anpassat utbud men också att köpkraften ökas. Köpkraften ökar vi på dessa sätt:

1. **Fler invånare** - Köpkraften ökas genom att öka antalet invånare i kommunen och upptagningsområdet. Vi behöver bredda utbudet för att matcha efterfrågan från många kundgrupper. Vi ökar det även när det gäller stadskärnans utveckling, genom en förtätning med bostäder och arbetsplatser i centrala lägen med gångavstånd till stadskärnan.
2. **Fler besökare** - Genom att locka fler besökare till orten ökar antalet människor och därmed potentiella kunder. Med ett starkt utbud och tillgänglighet locka nya kunder.
3. **Köpstarkare kundgrupper** - Köpstarkare kundgrupper ger större intäkter per capita. Med köpstarkare invånare och besökare så ökar ortens köpkraft. Ljusdal har ett inkomstindex på 83 totalt (101 dagligvaruhandel, 64 sällanköpshandel) så det indikerar att vår egen befolkning inte är en speciellt köpstark kundgrupp.
4. **Lokal Kundlojalitet** - Det finns ett stort utflöde av köpkraft då ortens invånare väljer att handla, mestadels sällanköpsvaror, på andra platser. Vi behöver minska utflödet och få fler invånare att göra en större andel av sina inköp lokalt så ökar köpkraften. Kommunen bör ansvara för varuförsörjningen till våra invånare i Ljusdals tätort.



Höj handelsomsättning/ handelsindex fås även genom nedan inriktningsmål.

8 Förtätning av centrum- riktlinjer

Grunden för detta inriktningsmål är de analyser vi gjort genom studerande av bland annat flöden och med detta menar vi hur människor rör sig på köpingen idag, hur de betar sig, om de går eller åker bil etc, tillgänglighet i form av bla parkeringar samt varför personer från andra orter väljer att åka till Ljusdal för att handla.

Varuhuset/gallerian Ljusdal

Vi föreställer oss att Ljusdal är ett varuhus eller en galleria. När du kommer fram till en galleria så vill du ha möjlighet att parkera säkert nära huset och är du funktionshindrad så ska möjlighet till närmaste parkeringen finnas. När du kommer in i gallerian så är det skönt att du känner att här finns det mesta att köpa som du behöver men kanske och saker du inte visste att du behövde. Du kommer in i affärerna och möts av trevligt bemötande och där du som kund är i fokus. Det är inte långt till nästa affär så allt känns överkomligt i avstånd.

Efter en stund så behövs det fyllas på med kaffe och kanske något sött. Barnen har sprungit iväg till ett mindre café där de ska träffa sina kompisar. Vi träffar några bekanta som varit på en konstutställning på en lokal runt hörnet som vi måste gå och titta på. Vi tillbringar sedan dagen här just för att allt är tillgängligt, det finns mat och dryck, utbudet är givande, barnen får sina behov tillfredställda och atmosfären är trevlig och hjälpsam.

Egentligen är det inte svårare än så.

Ljusdals centrumkärna

Då Ljusdal idag är som det nämnts tidigare ett alltför långdraget centrum vilket gör att kunderna inte kan tillgodose sig hela Ljusdals utbud vilket i sin tur leder till minskad handel. Vi behöver därför

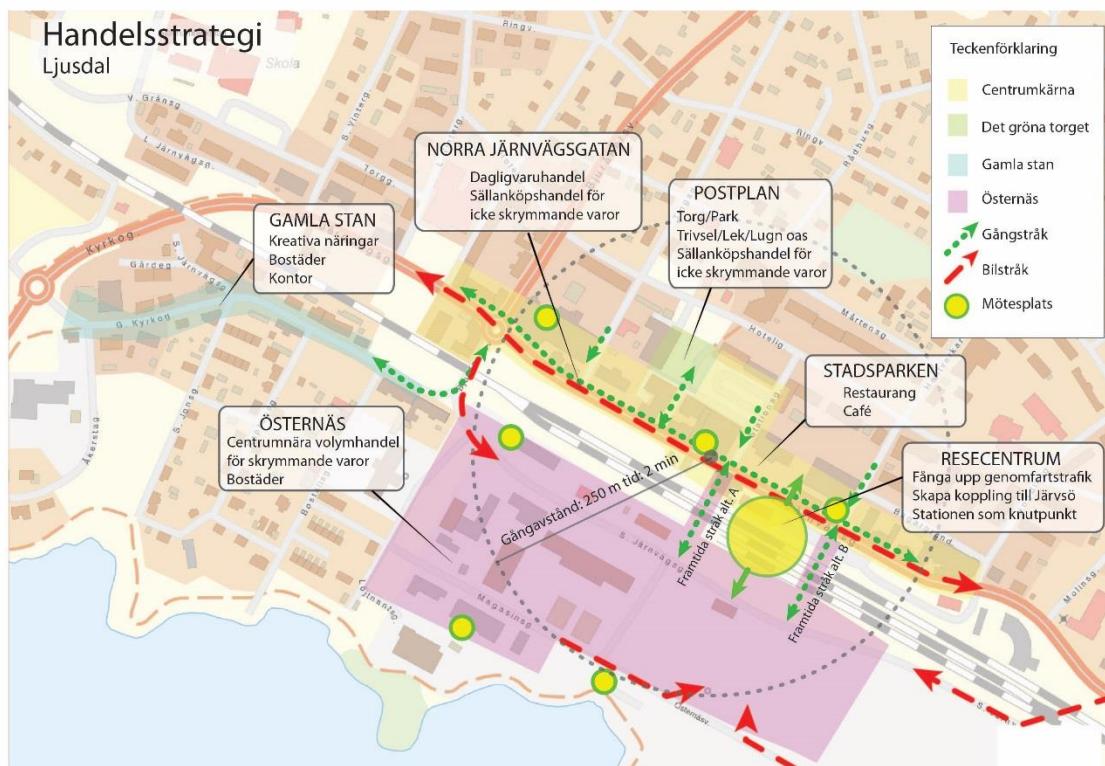
- skapa en tydlig, avgränsad, koncentrerad och förtätad kärna där "mellanrummen" fylls
- Etablera först och främst handel i lägen som är centrala och där avståndet till parkeringsytor är rimligt.

Handeln bör i första hand begränsas till en radie på 200-250 meter runt resecentrum. Detta tar ungefär 2 minuter för en person att gå åt de olika hållen och det anses rimligt av vad en person kommer att gå när de vill spendera tid att handla. Kan vi förtäta handeln inom denna radie så kommer det att leda till ökad köpkraft och merförsäljning. Området sträcker sig då från rondellen vid Coop till Hogdinsgatan, samt från Östernäsområdet ungefär upp till Hotellgatan.

Kommunen bör arbeta aktivt med att skapa attraktiva handelslägen i detta område. Kommunen bör även etablera en tydlig samverkan med fastighetsägare för att lyckas med detta.

Inom kärnans gränser och framförallt efter Norra Järnvägsgatan bör det vara en mix mellan dagligvaruhandel och sällanköpshandel där du inte behöver bilen i så stor utsträckning.

Vi vill ha ett levande centrum där vi mixar centralt med olika branscher och skapar trivsel. Utbudet bör matcha efterfrågan och vara en mix mellan unika butiker och kedjor för att attrahera den yngre generationen som idag ofta handlar på nätet eller i större städer.



Utveckla resecentrum

Att utveckla resecentrum är en primär funktion som kommer att utgöra navet för utvecklingen av Ljusdal som handelsplats.

Ett resecentrum utgör en central förutsättning för människor att förflytta sig på enkelt och miljövänligt sätt

- Destination med naturliga flöden
- Ökar tillgängligheten
- Öppna upp åt bägge håll
- Miljö och Hållbarhet
- Konkurrensfördel

Planfri korsning för gång/cykel/bil under resecentrum nämns i Översiktplanen och det bör efterlevas. Resecentrum blir navet med en byggnad med lokaler för ny handel, kontor, turistinfo och ev. de resebolag som finns i kommunen

Ljusdals centrumkärna- Postplan

Postplan har varit omskrivit i många år och många förslag har tagits fram för den ytan. Idag passar postplan bäst för ärendehandel men kan även anpassas för rekreation, lek och musik. Skulle finansiärer hittas för att utveckla postplan till en mer handelsanpassad plats så är det välkommet. Där skulle det lämpa sig bäst med sällanköpshandel för ej skrymmande varor.

Ljusdals centrumkärna- Östernäs

Den primära ambitionen torde vara att utveckla östernäs som en levande del av Ljusdals centrum. Anledning till detta resonemang är att Ljusdal har möjligheten att börja från "ett vitt papper" och skapa ett område som skulle kunna fungera som en katalysator för utvecklingen av Ljusdal.

Potentialen/ambitionen med Östernäs:

- Attraktivt boende
- Mötesplatser
- En levande statsdel
- Skapa ett nytt komplement till Ljusdals handel

På Östernäs bör det finnas större lokaler för dagligvaruhandel samt sällanköpshandel för skrymmande varor.

Mötesplatser inom Ljusdals centrumkärna

För att vi ska uppnå "känslan" av ett förtätat centrum så krävs det att vi hittar och utvecklar fler mötesplatser. Nedan är mötesplatser som kan utvecklas.

Stadsparken

Stadsparken ligger mitt i centrum och tillgängligt för hitkommande resenärer. Det ligger också synligt för färdande genom centrum och med mer liv och rörelse här så skulle känslan bli att det är "mycket folk ute". Förlag är att arbeta med att ta fram uteservering eller dyl.



Centrumhuset

Centrumhuset är vår enda galleria med några butiker. Entréer finns från både järnväggsgatan och postplan och här samlas många under framförallt helger.

Norra Järnväggsgatan

Efter Norra Järnväggsgatan finns idag några ställen som kunde utvecklas med till naturliga mötesplatser. Utanför tingshuset finns det möjlighet att sätta upp torghandel på båda sidor av vägen och därigenom "få liv i "luckan".

Riatorget – känns idag som en öppen yta, en tråkig "transportsträcka" när man ska passera förbi. Har fin konst idag men här finns möjlighet att utveckla kulturen med montrar för konstutställningar. Placeras nere mot gångvägen för attraktivt gångstråk. Stadsparken ligger också utmed Norra Järnväggsgatan och som vi beskrev ovan kan bli en naturlig mötesplats.

Gamla stan

Gamla Stan idag är en vacker del av Ljusdal. Tyvärr ligger den lite långt bort ifrån kärnan och kan därför inte räknas in i den nära centrumkärnan. För att ta sig till Gamla stan så används idag i första hand bilen och är idag ett B-läge. Vi anser att Gamla stan ska få utvecklas som endel för second-handbutiker, salonger, loppisar, kreativa näringar samt bostäder och kontor. De lokaler som finns idag är ofta av mindre karaktär och lämpar sig bäst för just kontor. Ljusdal är idag för litet för att ha flera områden för handel, det skapar det utdragna centrumet och då kan vi inte få till den förtätning som idag såväl behövs.

Kläppa industriområdet

Till området i Kläppa tar sig endast bilburen trafik. Detta område lämpar sig därför bäst för sällanköpshandel för skrymmande varor såsom bilhandlare och verkstäder. Lokaler och mark ska endast upplåtas till den typen av verksamhet.

En bättre rastplats bör göras här med informationsskyltar.

Övriga områden

Inga detaljplaner för handel skapas för externa etableringar.

9 En levande attraktiv stadskärna- riktlinjer

För en levande stadskärna krävs det att flöden förstärks i centrum med starka handelsstråk för gångtrafikanter. Det är viktigt att det finns attraktiva affärslägen och intressanta kluster av butiker. Det finns naturliga mötesplatser och det ska vara en trevlig miljö att vistas i där det är rent och snyggt.

Det behöver finnas en mix av kultur, rekreation, nöjen, service, boende och arbetsplatser i centrumkärnan.

Handel och besöksnäringen gynnas av en genomtänkt gestaltning som format platser där besökaren trivs och gärna uppehåller sig. Ju längre kunden vill uppehålla sig på en plats, desto fler blir tillfällena att handla. Att förknippa en ort med vackra platser gör även viljan att återvända större.

Behovet av torg/sociala utrymmen

Ett centralt beläget torg eller ett andra sociala utrymmen, som kan få betydelse som tätortens tyngdpunkt och fungera som naturliga mötesplatser för människor, bör tillskapas. Det skulle gynna samhället och affärsverksamheten i centrum. Exakt läge och avgränsning av de olika mötesplatserna eller torg får studeras noga. Utformningen bör ske med omsorg, så att det blir ett vackert torg, som också upplevs tryggt, säkert och tillgängligt för alla människor. Belysning, möblering, markbehandling, planteringar m.m. bör uppfylla högt ställda kvalitetskrav så att torget blir en god symbol för det framtida Ljusdal. Torget bör få en utformning som svarar mot dess läge och funktion som ortens viktigaste och mest centralt belägna stadsrum/offentliga rum.

Karaktärsfulla infarter

Infarterna till Ljusdal bör visa upp Ljusdals karaktär och upplevas som välkomnande. Övergången från landsbygd till tätort bör markeras. Det kan göras genom en välkomnande skylt och en plats där man kan stanna upp och få information om samhället. Men det kan också göras genom att byta miljö. Landsvägen bör övergå till att upplevas som gata, exempelvis genom att plantera alléträd så att ett gaturum skapas.

Ny bebyggelse

Fortsatt centrumutveckling bör ske på ett sätt, så att de gamla strukturerna tillvaratas och med hänsyn till områdets kulturhistoriska värden. Om- och tillbyggnader bör göras varsamt och nya byggnader bör tillkomma med hänsyn tagen till befintliga hus. Det betyder inte att nya hus måste efterlikna gamla intilliggande hus. Vackra, moderna byggnader kan gärna byggas blandat med den äldre bebyggelsen för att på så vis fortsätta att utveckla "Ljusdals-identiteten". För att stärka en "vi-känsla" och stimulera till möten mellan människor önskas någon form av samlingsplats i centrala Ljusdal.

Liv och rörelse

Översiktsplanen betonar att det i Ljusdal saknas centrala mötesplatser som stimulerar till möten och stärker samhörigheten. Vidare nämns att målet är att skapa förutsättningar för ett rikt kulturliv, ökad kulturturism och bredda kulturutbudet för barn och unga på deras fritid.

Ljusdalsbyggdens museum anses ha en central roll i kulturarvsarbetet som mötesplats och som kunskapsförmedlare. Målet är att verksamheten skall bedrivas i mer ändamålsenliga lokaler. I övrigt nämns att ett allaktivitetshus ska finnas i centrala Ljusdal för att tillgodose ungdomars behov av mötesplatser.

Folk drar folk och därför är mötesplatser är viktiga. Sittplatser av alla slag är bra. Mer kultur utomhus, utställningar och musik. WiFi bör finnas på några centrala samlingsplatser.

Genom att skapa liv och rörelse i centrum så upplevs Ljusdal som en ort som blomstrar. Den viktiga genomfartstrafiken av turister lockas att stanna samt att de som bor här känner en stolthet för orten. Genomfartstrafiken är idag viktig för butikerna då turister lockas stanna vilket ökar omsättningen för butiker och restauranger.

Passa på att fira varje liten seger, utmärkelse osv. Detta för att visa stolthet och för att berätta att det händer mycket på orten.

Tomrum i stråk kan fyllas med konst eller annan upplevelse.

I samhället ska man känna sig trygg oavsett vilken tid man är ute. Samarbete mellan Polis, Gata/park, BRÅ, centrumförening m.m. Se över belysning och skumma buskage. Ha kontakt med skolor angående snatterier och genomför trygghetsvandringar.

Samordning görs kring evenemang som drar folk. Koppla erbjudanden till evenemangen och utnyttja arrangörer som finns i kommunen. Även Färila och Järvsö anordnar evenemang vars gäster kan lockas till handelscentrumet Ljusdal med rätt marknadsföring

Översiktsplanen betonar att det i Ljusdal saknas centrala mötesplatser som stimulerar till möten och stärker samhörigheten. Vidare nämns att målet är att skapa förutsättningar för ett rikt kulturliv, ökad kulturturism och bredda kulturutbudet för barn och unga på deras fritid. Ljusdalsbyggdagens museum anses ha en central roll i kulturarvsarbetet som mötesplats och som kunskapsförmedlare. Målet är att verksamheten skall bedrivas i mer ändamålsenliga lokaler. I övrigt nämns att ett allaktivitetshus ska finnas i centrala Ljusdal för att tillgodose ungdomars behov av mötesplatser.

10 Tillgänglighet/Öppenhet- riktlinjer

Centrum är idag splittrat med järnvägen som en stor barriär genom centrum. Kommunen bör arbeta för ökad tillgänglighet mellan de olika delarna Kärnan, Östernäs och i viss mån Gamla stan. Det ska vara lätt att ta sig genom centrum både för gående, cyklister och bilburna.

Järnvägen är en viktig del av vår identitet och historia men verkar även som en barriär. Kommunen ska arbeta för en tunnel under järnvägen i centralt läge för ökad närhet till Östernäs.

Ljusdal är långsträckt och bilen är för många ett måste. Kommunen bör se till att det finns väl belägna parkeringar och att dessa skyltas upp väl. Idag används bilen i stor utsträckning i Ljusdals centrum vilket inte är bra för miljön och för de unga och andra som inte har tillgång till bil. Med en förtätat centrumkärna där det finns möjlighet att ta sig gående mellan de butiker som man vill besöka så minskas bilåkandet. Trygga gång- och cykelvägar bör därför byggas innanför området för handel inklusive området på Östernäs.

Öppettider

Helgöppet och långa öppettider är av central betydelse. Det är också viktigt att alla aktörer har samma öppettider, annars finns det en risk för att handelsplatsen inte framstår som tillräckligt attraktiv. Vi behöver både öka och standardisera öppethållandet främst på veckoslut.

Tillgänglighet i butik för funktionshindrade ska i framtiden vara en självklarhet. Sträva i den mån det är praktiskt och ekonomiskt genomförbart för att skapa en miljö där det är god tillgänglighet för funktionshindrade. Kommunen bör underlätta för fastighetsägare att försiktigt modernisera samt att öka tillgängligheten till butikerna genom t.ex ramper.

11 Hållbar utveckling- riktlinjer

Samlade centrumkärnor kan bidra till minskade utsläpp inom kommunen eftersom ett bra lokalt utbud minskar behovet av bilresor såväl inom som utom kommunen. Miljövänliga alternativ skall premieras. Transportbehovet måste minska för ett långsiktigt hållbart samhälle. De flesta bilresor är kortare än 3 km och dessa resor orsakar de största utsläppen räknat per km.

Externhandeln går i motsatt riktning, dvs den ökar transportbehovet.

Översiktsplanen säger att biltrafiken inte får dominera tätorten. Den pekar på Norra järnvägsgränd som hårt trafikerad och en besvärande barriär. Genomfartstrafiken ökar olycksrisken med farligt gods, begränsar rörelsefriheten ger upphov till avgaser och buller och sämre boendemiljö. En omfördelning av trafiken kan leda till minskade buller och avgasutsläpp.

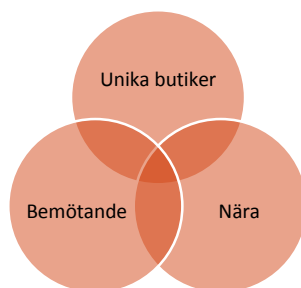
12 Ljusdals handelsidentitet

En fråga som återkommit när vi diskuterat Ljusdal är "Varför Ljusdal?", dvs varför ska besökarna/invånarna välja Ljusdal att handla i.

Vår profil ska stärka vår position gentemot våra besökare, lägga grunden för den attraktivitet vi vill skapa och den utveckling vi behöver och tror på att realisera. Vår profil bygger på våra viktigaste kärnvärden, de styrkor och konkurrensfördelar vårt område kännetecknas av. Det är nedanstående tre kärnvärden som vår fortsatta utveckling ska bygga på och kombinationen av dessa tre är vad som gör oss unika.

Vi vet att många av våra befintliga besökare uppskattar oss för vårt **bemötande** och den äkthet vi visar i mötet med besökaren. Vi vet också att vi upplevs som "nära" både fysiskt och mentalt av dem som redan idag väljer att besöka oss. För att besökarnas upplevelse ska bestå och stärkas är vi medvetna om att vi behöver fortsätta att stärka och utveckla dessa värden.

Vi har valt dessa kärnvärden eftersom vi vill att vårt område förknippas med dessa också i framtiden. Vi vill att våra besökare ska tycka, tänka och prata om oss med dessa ord i fokus. Vi vill att det också fortsättningsvis är följande som sticker ut: Unika butiker – Bemötande – Nära. Det är kombinationen av dessa tre som utgör vår profil och som gör oss unika. I utvecklingen framåt ska vi arbeta för att säkerställa vår unikit.



- **Vårt första kärnvärde** *Unika butiker bygger på vår historia, våra traditioner och våra medborgare i form av den äkthet och genuinitet vi står för. Vårt område upplevs naturligt, oförstört, personligt och välkomnande. Vi har riktig matkultur, traditioner, hantverk och slöjd som fortfarande lever bland oss.*
- **Vårt andra kärnvärde** *bygger på det positiva bemötande och den trivsel som våra besökare upplever i vårt område. Detta är något vi redan har i form av en naturlig tillgång, men också något som vi i alla möten och lägen behöver säkerställa som den framgångsfaktor det är.*
- **Vårt tredje kärnvärde** *bygger på närheten till och inom vårt område, vilket är en av våra viktigaste konkurrensfördelar. Det ska vara enkelt att ta sig hit, enkelt att röra sig inom området och enkelt att uppleva olika saker inom området oavsett tid på året som besökaren är här.*

13 Handel & Besöksnäring

Kommunen skall arbeta för ökad samverkan mellan handel och besöksnäringen. Kommunen skall se till så att strategin för besöksnäringen och handelsstrategin stödjer varandra vid olika åtgärder.

Kommunen bör ha bra och lättillgängliga informationsskyltar vid infarterna mot centrum och bör arbeta för att underlätta för de naturliga stoppen som den ökade genomfartstrafiken har behov av och som gynnar centrums näringsverksamheter.

Kommunen skall öka tillgängligheten och informationen om allmänna toaletter, turistinformation, hänvisning till parkeringsplatser för bil samt husvagn/husbil samt se över skyltningar till besöksplatser som tex badstränder mm.

Närheten mellan Järvsö och Ljusdal måste tydliggöras för besökarna genom marknadsföring av tåg- och bussförbindelser men även närheten med bil. En gång- och cykelförbindelse mellan orterna bör skapas.

En tydlig plats för turistinformation bör finnas i centrala Ljusdal.



14 Roller och ansvar



Kommunens ansvar

- Kommunen äger denna handelsstrategi och ska se till att den efterlevs.
- Proaktivt arbete för att skapa förutsättningar för konkret utveckling:
- Infrastruktur så som exempelvis vägar, kollektivtrafik, renhållning med flera
- Myndighetsutövning så som exempelvis bygglov, alkoholtillstånd, livsmedel
- Marknadsföring utifrån besökarens perspektiv
- Att driva de kommunalägda anläggningarna på ett kvalitetsmässigt och långsiktigt hållbart sätt
- Inom den kommunala organisationen behöver samtliga involverade säkerställa en effektiv samverkan samt intern samordning
- Revidera övriga strategidokument
- Kontakter med övriga myndigheter, regionala och nationella organ
- Sprida kunskap om strategin inom kommunens enheter och avdelningar och säkerställa att alla agerar i linje med strategins kärnvärden och ambition
- Arbeta med tydlig skyltning i centrum och handelsområden, utbud, parkering och gång- och cykelvägar.
- Ta fram ett stadsmiljöprogram
- Snabbt hantera ärenden om planläggning av handel i områden som utpekats för handel i strategin.
- Sträva efter att lokalisera besöks- och personalintensiva kommunala verksamheter så centralt som möjligt och i linje med strategins ambition.
- Se till att det finns god kollektivtrafiksörjning, bygga cykel- och gångvägar till handelsområden. Cykelparkeringar.
- I samhällsplanering etc verka för att skapa så attraktiva affärslägen som möjligt i de områden där handel ska lokaliseras enligt strategin
- Ha en aktiv drivkraft och ta ansvar för helheten
- Fortsätta engagemanget i Ljusdal i Centrum för en levande stadskärna.

Närkljus ansvar

- Var behjälplig i att koordinera och driva strategin "från strategi till handling" (tillsammans med intressenterna)
- Samordna möten och information kring strategiarbetet
- Tillhandahålla mötesplatser/möten för intressenterna över tid
- Synka den lokala utvecklingen med regionala och nationella initiativ (hitta synergier och samverkansformer)
- Vara proaktiv i att få hit etableringar som kompletterar och stärker utbudet

Fastighetsägarnas ansvar

- Sträva efter att fylla egna lokaler med hyresgäster i enlighet med strategins kärnvärden och ambition
- Samverka med andra fastighetsägare och kommun för att gruppera besöksintensiva verksamheter centralt och skapa kluster, starka handelsstråk, byta hyresgäster i lokalerna när tillfälle ges mm i enlighet med strategin.
- Utnyttja "tidsfönster" när kontrakt går ut och ny verksamhet ska in i lokaler.
- Förädling av befintliga ytor och förtätning för att skapa nya ytor i centrala lägen.
- Sträva efter att utveckla stadsmässigheten av fastigheter lokaliserade längs handelsstråken och i stadskärnan samt att det skapas effektiva lokaler för handel och annan centrumverksamhet i markplan.
- Undvik tomma skyltfönster i stadskärnan. Arbeta med skyltning i tomma lokaler.
- Se till att fastigheterna är tillgängliga, att det är rent och fräscht, sandat och sopat.
- Arbeta för ökad trygghet genom t.ex. belysning av fasader och mörka ytor.
- Tillsammans med HSG vara proaktiv i att få hit etableringar som kompletterar och stärker utbudet
- Ha en aktiv drivkraft och ta ansvar för helheten.
- Ha en kontinuerlig kontakt med Ljusdal i Centrum för att säkerställa att rätt verksamhet kommer i rätt lokaler enligt denna handelsstrategi.

Handlarnas ansvar

- Driva sin verksamhet kvalitativt, professionellt och långsiktigt
- Marknadsföring (både egen och gemensam)
- Samarbeta och komplettera varandra för att stärka attraktionskraften gemensamt och maximera utvecklingen
- Ansvarar för egen kompetens genom att investera samt anställa och utbilda personal
- Ansvar för kundundersökningar/analyser (kundkontakt och kundmöte)
- Tillgänglighet: språk, skyltning, information, symboler etc (för egna företag)
- Sträva efter generösa och gemensamma öppettider
- Sträva att lokalisera sin verksamhet i enlighet med strategin
- Arbeta aktivt med att behålla Ljusdals goda rykte när det gäller bemötande i butiker
- Rapportera omsättning- och besöksstatistik till HSG
- Sträva efter att erbjuda det utbud som efterfrågas.
- Ta ansvar och bidra i arbetet med implementering av strategi
- Möta upp E-handeln. T.ex ge möjlighet att beställa i butiken och hämta där eller få hemskickat.
- Stärka och tydliggöra utbudet i Ljusdal för att kunna behålla en större andel av den lokala köpkraften samt öka den regionala köpkraften
- Fortsätta engagemanget i Ljusdal i Centrum för en levande stadskärna.

Allas ansvar

- Delta i de årliga möten som syftar till att samla grupperingarna och prioritera samt revidera strategi och handlingsplan framåt
- Förhålla sig till strategin med fokus på vad den betyder för vår verksamhet och för oss, samt på vilket sätt vi ska arbeta med de frågor som vi har ansvar för och/eller berör oss (fatta beslut med utgångspunkt i strategin)
- Delta i det gemensamma konkreta utvecklingsarbete som berör mig och min verksamhet (exempelvis produktutveckling inom tema)
- Samverka samt ta ansvar över eget ambassadörskap, värdskap och bemötande
- Bidra till utveckling och utbud som ligger i linje med strategins kärnvärden och ambition, vilket omfattar att ge varandra feedback både när det fungerar och när det inte gör det
- Bidra till ökad stolthet hos medborgare, till nöjdare gäster och ökad tillväxt (måluppfyllnad)
- Med utgångspunkt från besökarens perspektiv gemensamt ansvara att driva processen "Gemensam marknadsföring"
- Arbeta för ökad trygghet genom t.ex. belysning av fasader och mörka ytor.

15 Definitioner

Dagligvaruhandel:

Varor som fyller konsumentens dagliga behov, till exempel livsmedel, drycker, tobak, hygienartiklar, sjukvårdsartiklar och tidningar.

Sällanköpsvaruhandel:

Sällanköpshandeln kan delas in i icke-skrymmande och skrymmande handel.

Till den *icke-skrymmande* handeln räknas till exempel kläder och skor, ur, guld och optik och fritidsvaror.

Med *skrymmande varor* menas till exempel möbler och byggvaror. Varor som inte kan tas med på cykeln eller bussen och som har stort ytkrav per försald enhet, till exempel bilar, båtar, möbler, maskiner, byggvaror, järn, vitvaror, färg, radio/TV.

Volymhandel:

Denna typ av handel kan ligga i externt eller halvexternt läge, d.v.s. med anknytning till staden och dess kommunikationer, men ändå med utrymme för de stora ytor som krävs för denna handel.

Handelsindex:

Relationen mellan verklig omsättning och köpkraft. Ett värde över 100 innebär att handeln i regionen omsätter mer än vad som motiveras av den egna befolkningen och ett värde som understiger 100 betyder att handel som skulle kunna ske i kommunen sker någon annanstans.

Jämförelseindex:

Ett genomsnittsindex för respektive kommungrupp. Dessa index kan ställas mot kommunens försäljningsindex så att det går att jämföra den egna kommunens index med andra jämförbara kommuners index.

Extern handel:

Områden utanför stadsdels- eller tätortscentrum som inte klassas som bostadsnära handel.