



Årsberättelse

Helsingborg City 2018



Inledning

Evenemangsåret 2018 är slut. Ett år som har präglats av en fantastisk sommar, ombyggnad av Drottninggatan/Järnvägsgatan, ökade besökssiffror och förändrade köpbeteenden. Drömljus drog runt 315 000 besökare till stadskärnan i ett kallt och blåsigt februari och sommaren överträffade våra förväntningar med strålände sol och evenemang som avlöste varandra.

När året inleddes var både etapp ett och två igång samtidigt av ombyggnaden för Drottninggatan/Järnvägsgatan och påverkan för verksamheterna längs gatan var stor. Det i kombination med förändrade köpbeteenden har inneburit ett utmanande år för verksamheterna i city. Samtidigt visar besökssiffrorna på en ökning på 9 % under året och flera av verksamheterna redovisar sina bästa resultat någonsin. Ytterligare ett kvitto på att konsumenten idag betar sig annorlunda jämfört med för fem år sen. Vi har sett verksamheter stänga och nya har öppnat upp. Handelsstråken blir tydligare när butiker flyttar från C-lägen till A-lägen för att maximera sin exponering. Service och tjänster tar större plats medan raden av prisade restauranger i Helsingborg blir allt längre.

Samtidigt investeras det i stadskärnan som aldrig förr och på bästa läge växer en ny kongressanläggning med hotell, bostäder och en park fram. SÖDER öppnade efter fyra års renovering och stora satsningar på infrastruktur varvades med lyft av torg, stråk och belysning. Vi har arbetat aktivt med kvällsekonomi och fick ett kvitto på att vi är på rätt väg när vi vann utmärkelsen Årets Purple flag-stad 2018.

Internt i bolaget har vi arbetat med att omorganisera, effektivisera och utveckla bland annat vår kommunikationsstrategi. Vi fick i mars ett kvitto på att vi arbetar på rätt sätt när vi fick vårt QM-certifikat från Svenska stadskärnor. Vi har sett ett stort engagemang bland våra ägare och viljan att satsa i en utmanande period har varit stor. Det pratas om stadskärnans revansch och begrepp som butiksdöd byts ut med butiksrenässans. Vi vet att det kommer se annorlunda ut framöver – nu måste vi arbeta strategiskt för att anpassa oss efter de nya förutsättningarna. Det finns mycket kvar att göra men när vi summerar 2018 gör vi det med stolthet.

Hanna Candell
VD Helsingborg City



Om Helsingborg Citysamverkan AB

Helsingborg Citysamverkan AB är ett bolag som ägs av den ideella föreningen Citysamverkan i Helsingborg. Föreningen har bildats av Helsingborgs Cityförening, Helsingborgs stad samt de kommersiella fastighetsägarna i city.

Bolagets uppdrag är att levandegöra city och arbeta med att skapa samverkansförutsättningar för de som verkar i staden eller har ett intresse av att vara med och bidra till ett mer levande och pulserande city. I bolaget finns två anställda. Hanna Candell som VD i bolaget och Malin Thörnwall anställd som Cityutvecklare. Frida Velin hyrs in som koordinator på halvtid och sedan mars hyrs även Emma Salomonsson in på 25% för att arbeta som marknads- och säljassistent. Under året har även två olika praktikanter arbetat i bolaget. Vid ett extrainsatt styrelsemöte i februari valdes Kristina Magnusson in som ordförande.



Styrelsen

Kristina Magnusson (ordf)
Stadsbyggnadsdirektör
Helsingborgs stad

Folke Straube
Quadriga AB
Cityföreningen

Ulf Nilsson
Castellum AB
Kommersiella gruppen

Annette Melander Berg
Näringslivsdirektör
Helsingborgs stad

Marie-Louise Berghult
Abstracta AB
Cityföreningen

Jan-Erik Johansson
Wihlborgs Fastigheter AB
Kommersiella gruppen

Emma Håkansson
Turistchef
Helsingborgs stad

Louise Axelsson
Carl Hoff AB
Cityföreningen

Agneta Carling
AB Helsingborgshem
Kommersiella gruppen

Quality Mark



I mars blev vi i Helsingborg City certifierade enligt kvalitetsmärkningen QM. Ett Quality Mark delas ut av Svenska stads kärnor efter ett gediget genomlysningsarbete. Att bli QM-certifierad innefattar bland annat fungerande samverkansarbete mellan privat och offentlig sektor, strategisk kommunikation samt att det finns en ekonomisk hållbarhet. Certifieringen säkerställer en långsiktig och hållbar samverkan genom att fokusera på struktur och styrning. Genom att vi får ett QM blir vi också kvalificerade att ansöka om att bli årets stads kärna.

Vision och strategier

Vår vision och våra strategier har fungerat som viktiga verktyg för verksamheten och genomsyrar det arbete som drivs, inte minst i våra arbetsgrupper.

Vision

Fler människor ska välja att besöka stan oftare, stanna längre och uppleva något som är värt att berätta vidare.

Strategier

- Det ska vara enkelt för kunden att komma till och vistas i Helsingborg city.
- Skapa tydliga mikroidentiteter med attraktiva stråk som binder samman de olika delarna.
- Kontinuerlig förändring som ger besökarna nya upplevelser, något nytt att se eller göra.
- Ett bemötande som överträffar förväntningarna och ger upplevelsen av Helsingborg som Sveriges trevligaste stad.

Stråk och platser

Tillsammans med staden och fastighetsägarna arbetar vi med utveckling av våra stråk och platser. Vi är involverade i allt från stora ombyggnadsprojekt till små förändringar.



Mikroidentiteter

Sedan 2014 arbetar vi med olika platsbildningar och stråk för att tydliggöra för besökarna hur de ska röra sig. Arbetet med mikroidentiteter är också ett verktyg för att samordna arbetet med etableringar hos fastighetsägarna. Vi har fem prioriterade mikroidentiteter som vi arbetar med. Under 2018 har vi samarbetat med Kullagatans ekonomiska förening för att tillföra aktiviteter i city. Vi har också i dialog med Helsingborgs stad inlett ett projekt för att foliera om elskåpen längs våra viktiga stråk.

- Maria Torg
- Bruksgatan
- Rådhusorget
- Mäster Palms plats
- Kullagatan

Drottninggatan/Järnvägsgatan

I början av året inleddes etapp två av Drottninggatan/Järnvägsgatan samtidigt som det sista arbetet av etapp ett avslutades. Representanter från Helsingborg City sitter med i styrgrupp, referensgrupp och kommunikationsgrupp för ombyggnadsprojektet. Vi har spridit information via vårt nyhetsbrev, på frukostmöten och direkt ut till verksamheterna längs gatan genom fysiska besök. Vi har samlat in logotyper för att sätta upp skyltar längs byggstaketet. Vi har även tillsammans med Cityföreningen bjudit in "andravåningen"-företag till lunch med efterföljande kaffepromenad och guidad tur tillsammans längs bygget.

I slutet av året färdigställdes delar av etapp två och etapp tre inleddes. Våra fantastiska belysningsstolpar kom på plats och färgades röda i december som en del i julbelysningen.



SöDER

Ombyggnaden av SöDER var i full gång under året och i slutet av oktober invigdes Mäster Palms plats och stadsdelscentrat under en välbesökt invigningshelg. Vi deltog vid båda invigningarna och berättade om Helsingborg City från scenen vid invigningen av Mäster Palms plats. Tillsammans med fastighetsägarna och verksamheterna har vi även försökt hitta samarbeten kring evenemang och marknadsföring.



Instagramvänliga platser

Vi fick in en idé om en hoppbage och en månad senare har vi en hoppbage på plats på Kungstorget. Ibland är det de små sakerna som bidrar till utvecklingen av Helsingborg city. Tillsammans med Kullagatans ekonomiska förening gör vi en plan för vilka datum Kullagatans hjärtan är på plats. Helsingborgs stad smyckar city i vinterljus och i år fick vi fyra glada snögubbar på Kungstorget där du kunde ta en fin gruppbild. Vi deltog vid de guidade turerna under december och visade stolt runt besökare i en vinterklädd stadskärna.

Isbana på Sundstorget

Säger man isbana tillräckligt många gånger så kommer det en isbana.. I december var det premiär för isbanan på Sundstorget. Fritid Helsingborg stod som arrangör i samarbete med stadsbyggnadsförvaltningen. En fantastisk satsning och en ny målpunkt i city.



Evenemang 2018

Vi ändrade vår evenemangsstrategi under 2018 till att arbeta med att förstärka och paketera andras evenemang ur ett cityperspektiv och inte bara fokusera på att genomföra egna evenemang. Vi tog fram en samlad bild av alla evenemang under året och sen såg vi var det fanns luckor och där tillförde vi aktiviteter. Vi samarbetade därigenom med olika aktörer och förstärkte deras insatser men arrangerade fortfarande ett antal egna evenemang där vi såg att det saknades aktiviteter alternativt att det fanns en finansiering som möjliggjorde nya evenemang.

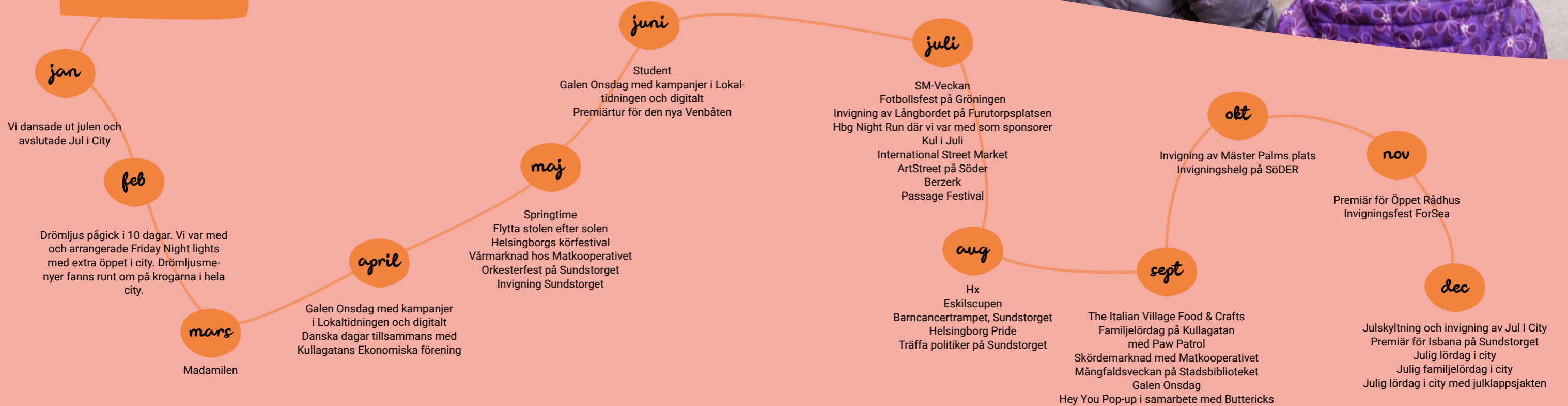
Under 2018 genomförde vi tre Galen Onsdag och en Black Friday. Vi stod även som arrangör för Jul i City i samarbete med HASAB. Tillsammans med Kullagatans ekonomiska förening arrangerade vi Familje-

lördag och Danska Dagar. Utöver det ingick vi i olika grupper för att tydligare koppla stora evenemang till näringslivet i city såsom SM-veckan, Drömljus och Hx. Tillsammans med SM-veckan tog vi exempelvis fram ett kit som vi delade ut till alla verksamheter i city. Vi träffade även Springtime tillsammans med handlare på Kullagatan för att utveckla evenemanget och förbättra tillgängligheten längs gatan vilket gav ett positivt resultat.

För att höja stämningen i city och samtidigt knyta ihop de olika delarna inledde vi 2018 ett samarbete med Helsingborg Drumcorps. Vid åtta tillfällen marscherade Drumcorps i city och Marimbabandet bjöd på konsert vid Stortorget. Ett uppskattat evenemang som lockade mycket besökare.



Kalender





Interna arrangemang

Under 2018 bjöd vi in till fyra frukostmöten med olika teman. Vi arrangerade dessutom en inspirationsdag på temat Sveriges Trevligaste Stad.

24 januari

Vi bjöd in till årets första frukostmöte tillsammans med Campus Vänner. Jens Hultman, docent i företagsekonomi och verksam vid Centrum för handelsforskning berättade om handelns digitalisering.

21 mars

Vi arrangerade en inspirationsdag på temat Sveriges Trevligaste stad. På kvällen bjöd vi in till mingel och After work och utsåg årets ambassadör för Sveriges Trevligaste stad. Finalister var Chocolate, Åhléns, Matkooperativet, Zgander och Store. Vinnaren 2018 blev Chocolate som hyllades i både sociala medier och via de lokala tidningarna.

15 maj

Peter Danielsson inledde ett fullsatt frukostmöte med en presentation av allt som är på gång i Helsingborg. Vi pratade sommaren och alla kommande evenemang samt samarbetet med Visit Helsingborg och WKND-kampanjen.

11 september

Frukostmötet inleddes med en summering av sommarens alla evenemang och aktiviteter. Alexandra Werder Hallonkvist berättade om SÖDER inför invigningen i oktober. Vi diskuterade också handelns omvandling tillsammans med Marie Enhörning från Svensk handel och Andreas Roth från avdelningen för näringsliv- och destinationsutveckling i Helsingborgs stad. Mötet avslutades med att vi lanserade vår nya app.

6 november

Morgonen handlade framförallt om Jul i City och Vinterljus. Elisabet Lindberg och Pamela Sjöstrand berättade om Disneygranen på Konsul Olsson plats och andra nyheter medan Malin Thörnwall och Josefina Wingren presenterade alla aktiviteter under december. Martin Hadmyr visade visionsbilder för framtidens city och berättade mer om olika cityprojekt som är på gång.



Omvärldsbevakning och utbildning

På våren deltog vi på Svenska stadskärnors årskonferens i Västervik. Vi var en stor grupp på åtta personer som representerade Helsingborg. Vi var även representerade på Sveriges Centrumutvecklarens årliga träff i Jönköping. Under hösten deltog vi på Sweden Urban Arena i Stockholm där vi tog emot priset som Årets Purple Flag stad.

Eftersom Helsingborg är en av Sveriges största stadskärna blir vi också inbjudna till Key City Group (KCG) som är ett nätverk för Sveriges 14 största stadskärnor. Under 2018 deltog vi vid fyra träffar med KCG där vi diskuterade allt från framtidens

stadskärna till konsumtionsmönster och trygghetsfrågor. Vi var även med på KCG Marknad under hösten där fokus var på evenemang och utveckling av kommunikationskanaler. Det arrangerades även två City Groups, regionala träffar där vi besökte Älmhult och Karlskrona på tema samverkan med olika aktörer.

Nätverket genom Svenska stadskärnor och Sveriges Centrumutvecklare är ovärderligt. Vi ges möjlighet att ta del av andras arbete, inspireras men också dela med oss om hur vi arbetar i Helsingborg.

Utbildningar och tematräffar

- **Workshop med Welcome by Hbg** i februari tillsammans med Visit Helsingborg.
- **Tre olika stadsvandringar** genomfördes tillsammans med Visit Helsingborg och Welcome by HBG. Två av dem i Helsingborg och den tredje i Helsingör. Allt för att utbilda så bra ambassadörer som möjligt.
- **Maximera din verksamhets synlighet för besökare.** Den 22 maj genomförde vi en workshop och utbildning i tripadvisor och Google.
- **GDPR** Tillsammans med Wesslau Söderqvist Advokatbyrå gick vi igenom vad du måste känna till och förändra i din verksamhet när nya förordningen om hantering av personuppgifter (GDPR) träder i kraft.
- **Att lyckas i sociala medier.** Den 4 oktober bjöd vi in till utbildning och workshop med praktiska tips på hur du kan utveckla ditt arbete med sociala medier som försäljningskanal.
- **Fokusdagen** 13 november. En temadag anordnad av Helsingborgs stad om att utveckla lokalt brottsförebyggande.



Business Academy med Familjen Helsingborg

Tillsammans med Familjen Helsingborg bjöd vi in våra medlemmar till ett antal utbildningar under 2018. Film i Sociala medier, Ledarskap, LinkedIn, E-handel, TripAdvisor, Facebook samt Google my business.



Marknadsföring och kommunikation

Ny grafisk profil och logga

Den 21 mars lanserade vi vår nya logga. Vi tog fram en ny grafisk profil för Helsingborg City och under hösten arbetade vi fram en utökad profil som även innefattade citypresentkortet. Under våren såg vi över våra kommunikationskanaler och tog bland annat fram en strategi för sociala medier.



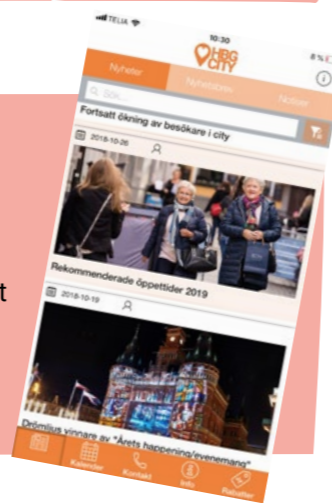
Ny hemsida

Den 13 juni lanserade vi en ny hemsida i samarbete med Visit Helsingborg. Syftet var att under 2018 synka arbetet med kommunikation mellan Visit Helsingborg och Helsingborg City. En av åtgärderna var att koppla samman våra hemsidor. Under året har vi istället för att konkurrera lett besökarna in på en gemensam portal för information om aktiviteter i Helsingborg.



Medlemsapp

Den 11 september lanserade vi en ny medlemsapp och digitaliserade därmed personalkortet för Cityföreningens medlemmar. Appen blev ett nytt verktyg att nå ut direkt till personalen i city med vårt nyhetsbrev och inbjudningar till våra olika evenemang. Appen laddades ner 613 gånger under 2018.



Etableringsguide

Under hösten uppdaterade vi retailguiden tillsammans med Helsingborg stad och fastighetsägarna. En guide för potentiella etablerare att ta del av. Den har efterfrågats i olika sammanhang av bland annat Invest in Skåne och har även översatts till engelska.



Hemester

Vi gjorde två samfinansierade kampanjer tillsammans med Kommunikationsavdelningen Helsingborgs stad och Visit Helsingborg. Hemesterkampanjen syftade till att locka helsingborgarna att semestera på hemmaplan. Vi tog fram en tidning som lanserades den 13 juni och skickades ut till CA 70 000 hushåll tillsammans med tidningen Hallå! Tidningen följdes sedan av digitala kampanjer, inlägg på sociala medier, nativeannonser och intervjuer i bland annat HD och Hallå. Vi tog även fram en sommarkalender som var med i Lokaltidningen under hela sommaren.



Några kampanjer och samarbeten under året

- Påsktävling med Lokaltidningen
- Fotbollsmeny till Eskilscupen
- Säkerhetsveckan tillsammans med Svensk Handel
- Öppettider under helgdagar
- HBG Roadshow
- Samarbete Stilsnack och Visit Helsingborg med livepodd, besök i citybutiker och blogginslag
- Sommarkampanj
- Höstlovskampanj
- Citypresentkortskampanj
- Jul i City




Lite siffror:

840 

nya gillamarkeringar på Facebook.
Vi gick från 12 973 till 13 813.

51

nyhetsbrev har skickats ut.

1 325 

nya följare på Instagram.
Vi gick från 1 655 till 2 980.

10

tillfällen med Cityshopping och kalendarium i tidningen Hallå.



Samarbeten och arbetsgrupper

Kommersiella gruppen

Tillsammans med fastighetsägarnas representanter, organisationen Fastighetsägarna och deltagare från Näringsliv och destination har vi under året bjudit in till fyra träffar med olika teman. Mötena har utgått från fyra punkter; trendspaning, på gång i Helsingborg, erfarenhetsutbyten samt information från Helsingborg city. I slutet av året skickade vi ut en enkät för att få in underlag till nästa års planering.

Cityföreningen

Vi har under året deltagit vid Cityföreningen styrelsemöten för att lyfta deras prioriterade frågor i city. Vi har även haft löpande avstämningar för att stämma av aktiviteter, kommunikation, önskemål och projekt. Vi har även stöttat upp med medlemsvärvning under 2018 för att för att snabbt kunna besöka nyöppnade verksamheter och bjuda in dem till vår samverkan. I slutet av året skickade vi ut en enkät för att samla in deras medlemmars prioriterade frågor inför 2019. Antal medlemmar har under året gått från 249 till 244.

Samverkansgrupper

Vi driver olika samverkansgrupper inom bolaget där vi löpande följer upp vad som är på gång i city. Här sitter representanter från Helsingborgs stad, Cityföreningen och kommersiella gruppen.

- Trygg och säkergruppen
- Stadsmiljögruppen
- Marknadsgruppen
- Retailgruppen

Vi träffas 4-6 gånger om året i grupperna och syftet är att dels lyfta aktuella frågor men också diskutera hur vi utifrån våra strategier fortsätter att utveckla city tillsammans.

Swish for a wish

Under julen 2018 tog Svenska kyrkan Helsingborg emot bidrag till julgåvor genom swish. Pengarna användes till citypresentkort som förmedlas via diakonin till barnfamiljer i Helsingborg. I ett samarbete marknadsförde vi Swish for a wish och drog gemensamt in 71 300 kronor till 197 barn.

Externa grupper

Några av de arbetsgrupper/nätverk vi ingår i:

- Svenska Stads kärnor
- Sveriges Centrumutvecklare
- City group – södra regionen
- Key City group – 14 största städerna i Sverige
- Referensgrupp och styrgrupp Drottninggatan/Järnvägsgatan
- Referensgrupp för Plats- och eventdatabas
- Guide Helsingborg
- Förberedande gruppen Evenemangsfonden



Årets Purple Flag-stad 2018!



I oktober 2018 fick vi utmärkelsen Årets Purple Flag-stad av Svenska stads kärnor.

Under året blev vi certifierade för vårt arbete med Purple flag runt Helsingborg C. Vi träffades i arbetsgrupperna för att ta fram den handlingsplan som låg som underlag vid certifieringen. Vi träffade verksamheterna runt Maria Torg två gånger under våren för att diskutera uteserveringar och hur vi tillsammans kan skapa aktiviteter runt kyrkan. Till det har vi gjort vandringar och haft uppföljning med berörda utifrån handlingsplanerna.



Motivering

Helsingborg har på ett genomgripande sätt tagit med erfarenheterna från Purple Flag i sina politiska och kommersiella beslut. Staden har genomfört stora fysiska förändringar i stadsbilden och samlat viktiga intressenter bakom insatserna. I sin självanalys har man varit ärlig och transparent med sina styrkor och svagheter, vilket gett kraft och energi till förbättring och utveckling. Med visionen om att fler människor ska välja stan oftare, stanna längre och uppleva något som är värt att berätta vidare, har Purple Flag blivit ett vedertaget arbetssätt med avsikt att utveckla arbetet vidare i fler områden för att göra staden tryggare och bättre dag som kvälls- och nattetid.

Helsingborg är ett mycket gott exempel på hur Purple Flag förenar och förbättrar möjligheterna att skapa en attraktiv kvällsekonomi och de kan med stolthet hålla den lila fanan högt!

Citypresentkortet

Arbetet med citypresentkortet fortsatte under 2018 och vi gjorde under hösten ett antal kampanjer inför julförsäljningen. Vi strukturerade arbetet och påbörjade genomgångar för uppföljning med testköp ute hos verksamheterna.

- Vi sålde presentkort för totalt 685 000 kronor vilket är en liten minskning jämfört med 2017.
- Våra besökare handlade för 522 000 kr med sina presentkort vilket också är en minskning jämfört med 2017.



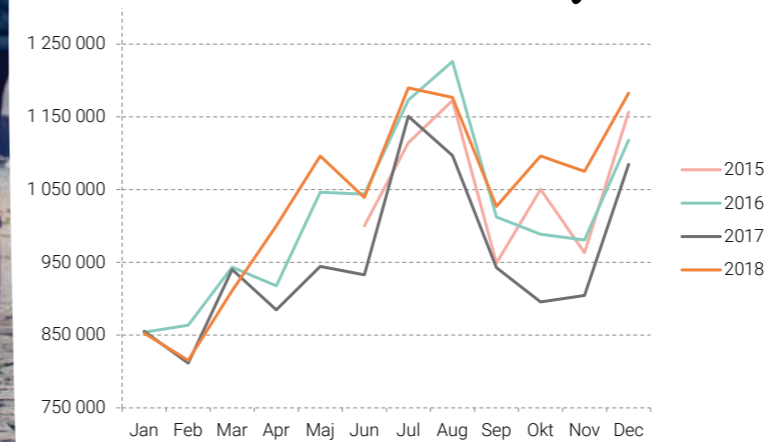
PRESENTEN SOM BLIR VAD DU VILL
shopping • nöje • mat • kul

Fantastiska besöksiffror i city

Sedan 2015 mäter vi besöksflöden på fem punkter runt om i stadskärnan. Under 2018 ökade besöken i city på alla punkter. Delvis beror ökningen på förändrade rörelsemönster på grund av ombyggnaden av Drottninggatan/Järnvägsgatan men framförallt var

det ett gynnsamt väder under hela våren, sommaren och långt in på hösten. Dessutom hade vi fler stora evenemang i city där helsingborgarna gick man ur huse.

Antal besökare i city



Jämförelse besöksiffror 2017-2018

Kullagatan 8 (highstreet)	+1,4%
Kullagatan 57	+20%
S Storgatan	+13%
Bruksgatan	+7%
Södergatan	+16%
Totalt i city på hela året	+9%

