



GLADARE HUDIK

NULÄGESANALYS



BID HUDIKSVALL

Vilka möjligheter har vi?

Fastställd 2022-05-05

**FASTIGHETS AB
GLYSIS**



Hudiksvalls
kommun





Innehåll

1. Bakgrund	6
1.1 BID för ett Gladare Hudik	6
1.2 BID-modellen	6
2. Syfte och mål.....	7
3. Projektfinansiering.....	8
4. Vår Historia	9
4.1 Hudiksvall grundas.....	9
4.2 Hudiksvall och havet.....	9
4.3 Møljen – ett landmärke i Hudiksvall.....	10
4.4 Hudiksvall blir Glada Hudik.....	11
4.5 Galleriorna byggs	11
5. BID-området 2022.....	13
5.1 Geografisk avgränsning	13
5.2 Områdets intressenter och samverkanspartners.....	14
6. Samverkansorganisation.....	15
6.1 Hudik City.....	15
6.2 Framtida samverkansorganisation	15
6.3 Referensgrupp Politiker	15
6.4 Fastighetsägargruppen	16
6.5 Matris över projektets samverkansorganisation.....	16
6.6 PULS – ett samverkansverktyg	17
6.7 Utbildning och erfarenhetsutbyte	17
6.8 SWOT-analys.....	18
7. Viktiga styrdokument, fakta och analyser	20
7.1 Internationella / Nationella	20
7.2 Regionala	20
7.3 Kommunala.....	21
7.4 Trafikmätning.....	24
7.4 Sammanfattande nulägesbeskrivning av utmaningar gällande den sociala hållbarheten i Hudiksvalls kommun.....	24
7.5 Dialog inför översiktsplanen – Genomförd 2018	25

7.6 Sökandet efter en småstadsidentitet - En fallstudie om Hudiksvalls stadskärna och dess relation till identitet och marknadsföring - Ett examensarbete av RASMUS NÄSMAN (2021)	28
8. Stadsvandringar i BID området	29
8.1 Utförda stadsvandringar och platsstudier	30
8.2 Fokusområdena och fokusgruppernas roll och åtgärder	30
8.3 Resultat Fokusområde 1 – Varumärke	30
8.3.2 Representerade Logotyper	31
8.4 Resultat Fokusområde 2 – Utbud	32
8.4.1 Utbud och målgrupper	33
8.4.2 Styrkor och svagheter i utbudet	34
8.5 Resultat Fokusområde 3 – Platsen	35
8.5.1 Viktiga platser i staden	35
8.5.2 Funktion	36
8.5.3 Resecentrum	36
8.5.4 Utmärkande byggnader i området	37
8.6 Resultat Fokusområde 4 – Tillgänglighet	38
8.6.1 Skyltar	38
8.6.2 Tillgänglighet för personer med funktionsnedsättning	38
8.6.3 Tillgänglighet för alla	39
8.6.4 Taxi och kollektivtrafik	39
8.6.5 Parkering för bilar	39
8.6.6 Gång-och cykelvägar samt cykelparkeringar	40
8.6.7 Öppettider	41
8.6.8 WiFi	41
8.7 Resultat Fokusområde 5 - Rent tryggt och säkert	41
8.7.1 Belysning	42
8.7.2 Fåglar	42
8.7.3 Klotter	42
8.7.4	43
8.8 Resultat fastighetsägargruppen	44
9. CASE	45
9.1 Gemensam insats för en renare stadskärna	45

9.2	Gemensamt projekt - Sommargatan på Västra Tullgatan	46
9.3	Marknadsgatan	47
9.4	Utbudsgruppens pilotprojekt - Vinterparken på Möljen.....	47
9.5	Gemensamt projekt - Bussterminalen.....	48
10.	Omvärlden och marknaden.....	50
10.1	Trender och utveckling	50
10.2	Sätt människan i centrum.....	50
10.3	Hitta platsens identitet, historia, själ och nya drivkrafter	50
10.4	Satsa på platsens kvalitet	51
10.5	Skapa nya och tidiga samarbeten och testbäddar	51
10.6	Digitalisering i staden	51
11.	Målgrupper, kunder, invånare och besökare.....	52
11.1	HUI Handelsindex för Hudiksvall	52
11.2	Konkurrenssituationen	53
11.2.1	Konkurrenssituation inom och i direkt närhet till staden.....	53
11.2.2	Konkurrenssituation mellan städer	54
11.2.3	E-handel	55
12.	Sammanfattning & slutsatser	57
12.1	Dåtid.....	57
12.2	Nutid – under processen i BID	57
12.3	Framtid.....	57

1. Bakgrund

1.1 BID för ett Gladare Hudik

Under hösten 2018 startades en förstudie i Hudiksvall. Syftet med förstudien var att undersöka möjligheterna till en bättre samverkan i stadsutveckling i Hudiksvalls stad mellan kommun, fastighetsägare och övrig privat sektor. Ett led i förstudien var att intervjua berörda parter i Hudiksvall. För att lära av andra gjordes också studiebesök till Örnsköldsvik, Malmö, Ronneby och Västervik för att lära sig av hur andra har arbetat med och arbetar med samverkan. Kontakter knöts med Svenska Stads kärnor som introducerade BID-modellen, som är en beprövad och väl fungerande modell för stadsutveckling.

En workshop i mars 2020 i Hudiksvall avslutade förstudien. Svenska stads kärnor var processledare i workshopen med den huvudsakliga frågeställningen; *Var står vi i samverkan i Hudiksvall idag?* Resultatet från de ca 35 deltagarna från både offentlig och privat sektor visade att "det finns vagnar men inget lok".

Det blev startskottet till BID-projektet "Gladare Hudik" som startade i maj 2021. Projektets huvudsyfte är att fördjupa samverkan kring stadsutveckling, bland annat genom samfinansierade utvecklingsinsatser i stads kärnan. För att avgränsa projektområdet är stads kärnan utvald till ett geografiskt "BID-område". Fokus ligger även på att arbeta långsiktigt genom att hitta en modell för att skapa en samverkansorganisation mellan offentliga och privata sektorn. Projektet ska också ta fram en nulägesanalys och en affärs- och handlingsplan.

1.2 BID-modellen

BID står för Business Improvement District och är en affärsutvecklingsmodell inom ett avgränsat område med samverkan mellan offentlig och privat sektor som en viktig hörnsten. Det är en professionell och strukturerad samverkansmodell som är framtagen av och processleds av branschorganisationen Svenska Stads kärnor. Processen pågår under 18 månader i 7 steg samtidigt som man har BID managers (projektledare) lokalt på plats. Modellen är anpassad för Sverige och den är både väl beprövad och fungerar. Idag är det ett 30 tal städer som gjort denna process med framgång vilket har gett möjlighet till ny kunskap, nya kontakter och erfarenheter.

Den svenska BID-modellen - tidsplan 18 mån



Processen är uppdelad i en tidslinje om sju steg där man får perspektiv på olika utmaningar och framtids tankar. I modellen arbetar man med fem fokusområden. Dessa beskrivs under punkt 8:1

- Steg 1** Introduktion och inspiration
- Steg 2** Kickstart och workshop, stadsvandring i staden
- Steg 3** Studiebesök & coaching av nulägesanalys
- Steg 4** Introduktion Affärsplan, praktiskt "case"/aktivitet
- Steg 5** Coaching av affärsplan
- Steg 6** Resultat av affärsplan, "case"
- Steg 7** Diplomerings och slutrapport av resultatet

2. Syfte och mål

Syftet med BID processen är att skapa en attraktiv miljö i Hudiksvalls stadskärna där invånare och besökare trivs och känner sig trygga. Vi ska verka för en ännu gladare, vackrare, attraktivare, tillgängligare och tryggare stadskärna än vad vi har idag. För våra invånare, besökare och företag.

BID-processens mål 2022–2023

- Att ta fram en gemensam nulägesanalys och affärsplan med tillhörande handlingsplan som upprättats i samverkan.
- Att man i samverkan förverkligar och samfinansierar ett antal konkreta insatser ("Case") i stadskärnan som skapar sköna fysiska miljöer i det offentliga rummet.
- Att man gemensamt bildar en samverkansorganisation som får ett tydligt uppdrag för driften både operativt och strategiskt.
- Att skapa en samfinansieringsmodell med 3-åriga finansieringsavtal mellan samarbetsparterna för driftorganisationen och budgetar för utvecklingsprojekt.
- Att samverkansorganisationen lämnat in ansökan om *QM (Quality MARK) hos Svenska Stadskärnor.
*QM-certifieringen är en standardiserad kvalitetsmärkning. Certifieringen säkerställer en långsiktig och hållbar samverkan genom att fokusera på struktur och styrning.

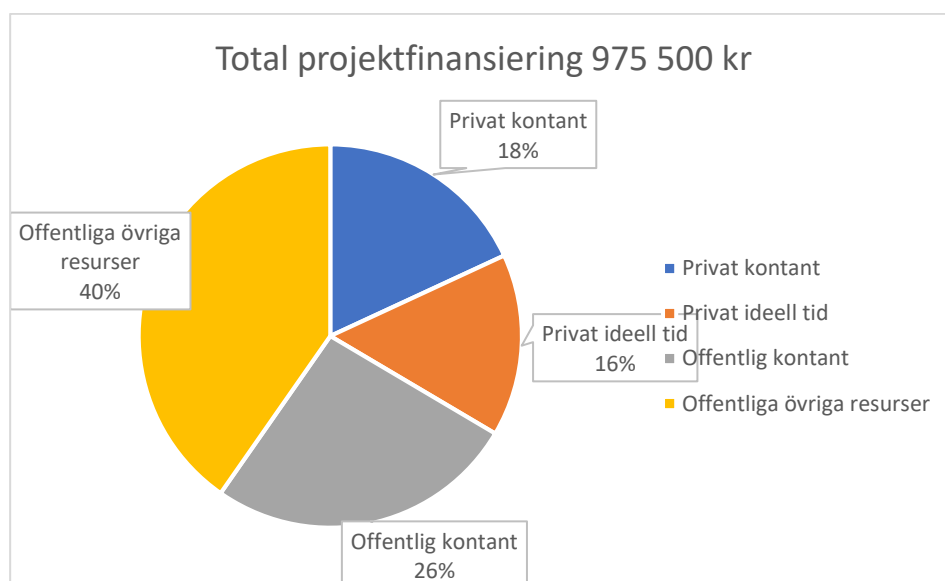
3. Projektfinansiering

För att genomföra en utvecklingsprocess som BID behövs projektmedel. Genom kontanta insatser från både offentliga och privata aktörer har man lyckats samla ihop ett gemensamt kapital till att satsa på genomförande av ett BID-projekt i Hudiksvall.

Kostnaderna för att finansiera BID för ett glädare Hudik utgörs främst av kostnaden för 18 månaders coachning med Svenska stadskärnor, där projektledarna fått en BID-manager-utbildning för att på bästa möjliga vis kunna leda processen och inspirera alla aktörer.

I projektet har två kommunalt anställda personal avsatt 20% vardera av sin ordinarie arbetstid för att driva projektet framåt.

En hemsida för projektet där man kan följa arbetet och den utveckling vi lyckas åstadkomma i projektet har designats och används för att sprida nyheter och samla in åsikter från medborgarna. www.gladarehudik.se



4. Vår Historia

4.1 Hudiksvall grundas

Gustav Wasas son Johan III grundade staden 1582. Det gör Hudiksvall till Norrlands äldsta stad norr om Gävle. Platsen var bra vald. Med ett vackert läge vid Hudiksvallsfjärden inklusive det som idag är insjön Lillfjärden, med bra hamn och pilgrimsleden till Norge inpå knutarna.



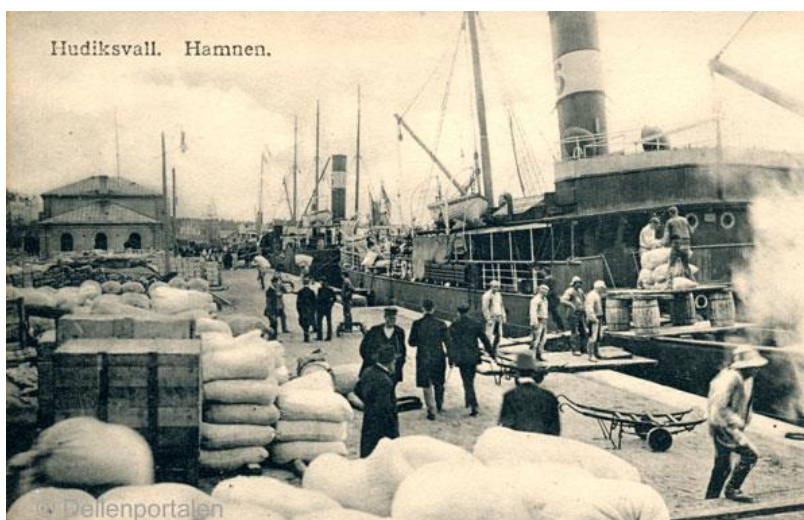
Båt uppdragen i Lillfjärden. I bakgrunden ser vi idag riven bebyggelse vid Kålhagsgatan och ett flerbostadshus med putsad fasad som fortfarande finns kvar på Trädgårdsgatan. Lillfjärden knyts ihop med havet av en kanal som mynnar ut vid Möljen.

4.2 Hudiksvall och havet

Genom sin koppling till havet har Hudiksvall alltid haft en stark båtlivstradition. Till en början var småbåtarna mestadels byggda för yrkes- eller fritidsfiske, men så småningom började de mer och mer gå över till att bli fritidsbåtar. Idag hittas både småbåtshamn och segelsällskapet som fortfarande är aktiva i borte delen av Hudiksvalls hamn. Ibland angör också mindre fartyg som till exempel isbrytare och forskningsfartyg vid kajen utanför tullhuset, som byggdes på 1880-talet.

Det är många som stått vid småbåtshamnen och Tullhuset och spanat ut mot Kastellholmen, en liten ö i Hudiksvallsfjärden.

Från början var Kastellholmen ett skär, men det växte med både människans och naturens hjälp. Ön växte under 1800-talet som en följd av att segelfartyg



Hamnsjåare arbetar i hamnen vid tullhuset

från världen lossade sin barlast på platsen. Den lummiga grönskan kan kopplas till den jord som lossades där, då flera av fartygen kom från fjärran länder. Där finns bland annat orkidéer från Australien och Nya Zeeland. Ön ägs av Hudiksvalls kommun och på vintern går många över isen för att använda grillplatsen som finns på Kastellholmen.

4.3 Møljen – ett landmärke i Hudiksvall

Møljen med sina röda sjöbodar är ett av Hudiksvall stads mest välkända områden och ett landmärke i staden.

Møljen är ett ord som brukar väcka nyfikenhet, men vad betyder det egentligen? Jo, dialektordet 'mölja' betyder 'sörja', eller 'röra' och stämmer bra med 1800-talets plats som var både lerig och sumpig. Den hade ju varit havsbotten en gång. Det finns också ett låneord 'møljen' i andra dialekter som betyder 'kaj' eller 'landningsplats' (för båtar). Med både sörja och landningsplats eller kaj är det kanske inte så konstigt att man började kalla platsen Møljen, uttalat med runt och tjockt l.



Sjöbodarna vid Møljen. Källa Digitalt museum

Møljen var en gång centrum för strömmingsfisket i Hudiksvall. Strömmingstrappan låg där och laster lossades och såldes vid strömmingssundet. Ibland stod marknadsstånd längs

Hamngatan och på den smalspåriga järnvägen slamrade loket Bergsjökoa fram. Vid järnvägsövergången vid Möljen finns en liten skulptur som visar hur Bergsjökoa såg ut.

Möljen var ett fascinerande ställe, fullt av överraskningar, skeppshandel, den berömda korkiosken Graveleijs och strax intill låg den gamla brandstationen. Dofter av strömming, stenkol och vanliga avgaser. En bit bort låg porten till världen nämligen hamnen där de sågade brädorna for ut på export. Allt detta ligger i minnesboxen idag. Taxistugan blev sommarstuga, busstationen restaurang och strömmingen får du själv dra upp idag. Allt förändras, men Möljen fortsätter att vara en viktig samlingsplats för både Hudiksvallsbor och besökare.

4.4 Hudiksvall blir Glada Hudik

Talesättet "Glada Hudik" är så välkänt och spritt att det kanske är stadens främsta varumärke. Varhelst en hudiksvallsbo kommer blir man definierad med "Glada Hudik". Men var kommer själva uttrycket ifrån?

Glada Hudik är ett begrepp som antagligen byggdes upp under lång tid. Ingen vet egentligen säkert när uttrycket började användas och inte varifrån det kom heller. Idag tänker många på träpatronerna och deras punschfester på Stadshotellet i slutet av 1800-talet som starten på Glada Hudik. Men det började mycket tidigare än så.

Redan i början av 1800-talet fanns flera musik- och teatersällskap i staden. I brunnshuset där teatern senare byggdes spelade man små teaterstycken och damer och herrar promenerade runt Lillfjärden. Åtminstone på sommaren. Herrar samlades och spelade kortspelet priffe medan damerna hade egna bjudningar. Säkert bidrog det livliga sällskapslivet i Hudiksvall till spridningen av uttrycket glada Hudik som vi vet användes då.

Det fanns också på den här tiden ett gammalt uttryck, en glad hudik, om någon som var en trevlig prick, en glad figur. Det var troligen ett tyskt uttryck från början. Att det fastnade i Hudiksvall för gott när 1800-talet var glatt åtminstone för några, det är inte att undra på.

4.5 Gallerierna byggs

År 1980 invigdes gallerian Guldsmeden. Då ansågs den vara så stor att det behövdes ljus-lådor med kartor i entréerna för att Hudiksvalls borna skulle kunna hitta i lokalerna.



Till vänster bygge av gallerian Guldsmeden. Till höger gallerian Fyren.

Domusvaruhuset avvecklades med stort motstånd från kunderna. Kooperativet Konsum hade funnits i lokalerna sedan 1962 men fastigheten byggdes om till en handelsgalleria. 2001 Invigdes Fyren gallerian med 6000 kvm shopping. Idag finns allt från hemelektronik, leksaker, hus och hem, hälsa och skönhet, kläder, skor till sport o fritid.

Tidigare har Hudiksvalls olika organisationer arbetat för stadens utveckling på varsitt håll. Har man hittat samarbete mellan varandra så har det varit under tidsbegränsade projekt som efter projekttidens slut inte lett till fortsatt samverkan.

2018 inledde Gallerian Guldsmeden och gallerian Fyren ett samarbetsavtal att tillsammans arbeta för att stärka den lokala centrumhandeln. De två gallerierna har en varsin företagarförening där styrelserna beslutade att man genom samarbete kring marknadsföring, event och centrumledning ska se till att Hudiksvall fortsätter vara en stark handelsstad.

År 2021 lanserade gallerierna ett nytt gemensamt varumärke och går nu under namnet **Hudikgallerierna**.



Inne i gallerian Guldsmeden

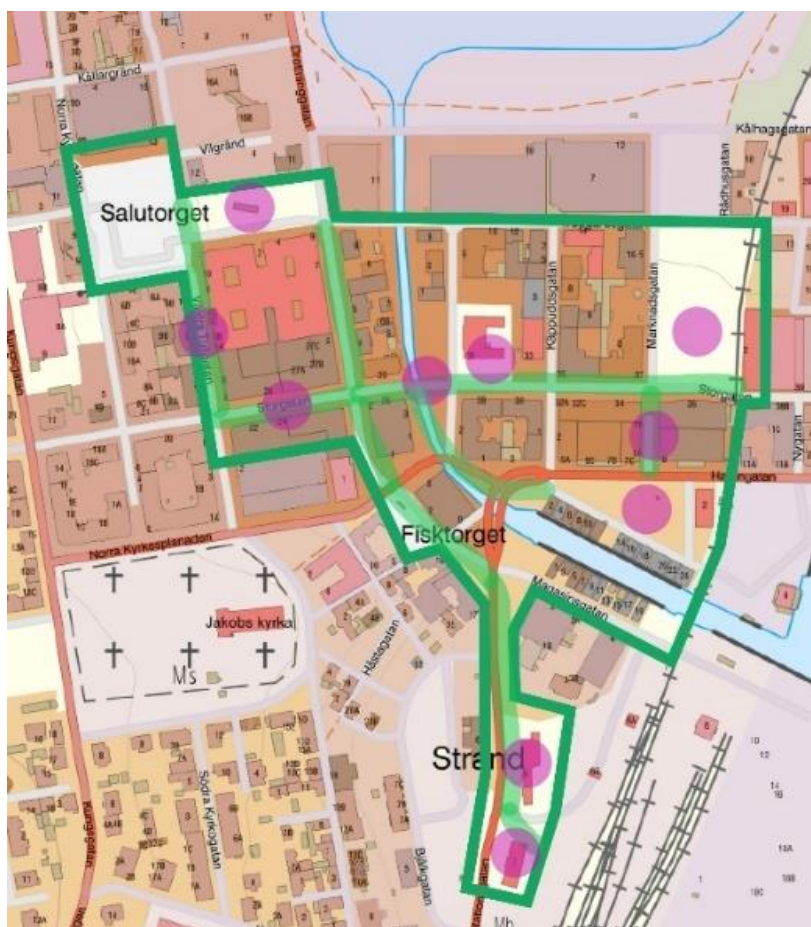
5. BID-området 2022

Det utsedda BID-området är den del av staden som man i projektet kommit fram till endera hör till stadskärnan eller är viktiga för stadskärnans funktion och framtida utveckling. Det är området som projektet fokuserar på för stadsutveckling. Gränserna för BID-området är inte statiska och kan komma att ändras om behovet finns.

5.1 Geografisk avgränsning

I processens två första steg pekades ett område i Hudiksvalls centrum ut för arbetet med BID. Området är framtaget gemensamt efter diskussioner i styrgrupp och fokusgrupper. I kärnan ligger gågatan mellan Hudikgallerierna (Guldsmeden och Fyren) där de flesta upplever att centrum ligger.

Utöver det ingår stråket mot Bryggeriet inklusive parkeringen på Salutorget och Bergmanparken mot norr. Mot öster sträcker sig området fram till Kulturhuset och mot söder ingår Møljen och stråket fram till järnvägsstationen. I kartan har flera platser pekats ut med lila markeringar. De platserna har pekats ut som särskilt viktiga under stadsvandringarna och i många fall anses de även vara i stort behov av utveckling. De grönmarkerade gatorna har pekats ut som särskilt viktiga stråk.

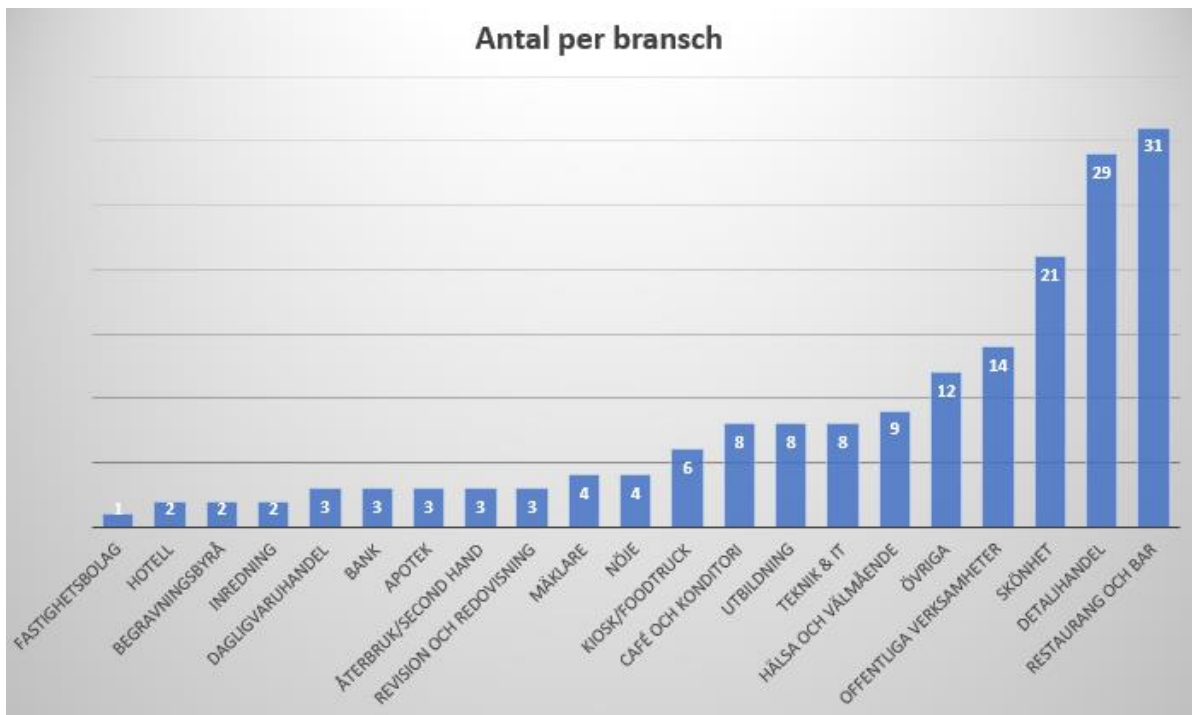


Karta över BID-områdets geografiska avgränsning med viktiga stråk och platser markerade.

5.2 Områdets intressenter och samverkanspartners

I Hudiksvalls stadskärna finns en mängd företag inom många olika branscher. Allt från butiker till revisionsfirmor.

I en branschanalys och inventering av BID-områdets företag och verksamheter identifierades 176 privata verksamheter som kunde delas in i 21 olika branscher. Det finns alltså en stor mångfald. I stadskärnan finns också Hudiksvalls kommuns kommunhus med servicecenter och stadsbiblioteket.



Privata verksamheter och vilka branscher som finns representerade inom BID-området. Källa BID-projektet

6. Samverkansorganisation

Genom åren har samverkan skett på olika sätt i Hudiksvalls stadskärna. Samverkan har dock ofta skett i samband med enskilda projekt eller evenemang och har som regel avslutats efter projekten avslutats. Men det finns också några exempel på där samverkan funnits under längre tid. I samband med BID-projektet har också en samverkan inletts mellan stadens olika aktörer.

6.1 Hudik City

Hudik City är en ekonomisk förening för företagssamverkan som sedan 2004 aktivt arbetar för ett levande, trivsamt och tryggt Hudiksvall. Med ökad handel som mål arrangerar de aktiviteter och marknadsför Hudiksvall som en trevlig shopping och nöjesstad. De tillhandahåller även presentkortet Glada Hudik kortet för att gynna den lokala handeln.

Föreningen har ett hundratal aktörer som investerar i stadskärnan genom att betala medlemsavgift och serviceavgift, vilket möjliggör för föreningen att bland annat anlita personal som arbetar med administration, event och marknadsföring. Under en tid fanns ingen person anställd p.g.a. av att föreningen ansåg att kostnaden var för hög. Det operativa arbetet sköttes under den tiden av styrelsen. Tiden räckte inte till för styrelsen eftersom de även drev sina företag. Därför blev arbetet mer passivt än innan. 2021 satsade Hudik City föreningen därför igen på att ha en operativt ansvarig personal för att växla upp och stärka föreningens inflytande.

Hudik City och Hudikgallerierna har en överenskommelse att samarbeta med gemensamma event som gynnar handeln i stadskärnan. Omorganisationer och otydlig struktur har dock gjort att samarbetet inte varit optimalt och inte gett det utfall man önskat.

6.2 Framtida samverkansorganisation

Målet med BID-processen är att forma en fungerande permanent samarbetsorganisation där alla är med och bidrar. En långsiktig samverkan där vi kan effektivisera vår stadsutvecklingsvision och solidariskt dela upp kostnader för våra framtida projekt.

Team Staden bildades i maj år 2019, som en styrgrupp med syfte att leda BID-projektet framåt. Där har man samlat representanter från olika verksamheter som arbetar med stadsutvecklingsfrågor.

Representanterna är chef för tekniska förvaltningen, kommunanställd planarkitekt, kommunanställd stads- och landsbygds strateg, centrumutvecklare för Hudik City-föreningen, ordförande i Hudik City-föreningen, Destinationsutvecklare från Visit Glada Hudik, VD för Hudiksvalls näringslivs AB och VD för Fastighets Gylis AB (ett kommunalt fastighetsbolag som svarar för fastighetsägarna som är ansluten till projektet.)

6.3 Referensgrupp Politiker

Referensgruppen startade hösten 2021 och representeras av kommunens Plan -och utvecklingsutskott där alla politiska partier är representerade och samlade.

Syftet med referensgruppen är att politikerna blir informerade och inspirerade för att känna sig delaktiga i BID projektet och den pågående processen. Projektledaren har en direkt kontakt och dialog med politikerna som skapar och tillför både delaktighet och engagemang. Dialogmöten är ett bra sätt att diskutera och förankra olika sakfrågor som dyker upp. Rapportering och avstämning om BID projektets nuläge sker en gång i månaden genom direkt medverkan för projektledaren som föredragande på Plan – och utvecklingsutskottets sammanträden.

6.4 Fastighetsägargruppen

Lokala fastighetsägare arbetar dagligen med etableringsfrågor så som information om lediga lokaler, fastigheter och mark. Man arbetar med nyetableringsfrågor från företag som vill expandera eller etablera sin verksamhet i vår stad.

I samband med BID processen startade 2021 även en fastighetsägargrupp. Gruppen har i uppgift att ta fram en fastighetsägarkarta samt ett fördjupat register för BID-området. Fastighetsägargruppen arbetar även med samma uppgifter som fokusgrupperna, så som SWOT-analys, platsvandringar, handlingsplan och "case". Syftet med gruppen är att stärka samarbetet mellan fastighetsägare för att gemensamt utveckla BID-området.

6.5 Matris över projektets samverkansorganisation

Nedan beskrivs den nuvarande samverkansorganisationen som formats inför projektets uppstart. Denna modell kommer att utvecklas under processens gång i dialog mellan projektets aktörer för att tillsammans skapa en samverkansmodell som fungerar effektivt och är anpassad efter våra förutsättningar och visioner.

Processledning ges från svenska stadskärnor som regelbundet coachar och hjälper projektledarna att föra arbetat framåt. Fokusgruppernas arbete redovisas regelbundet i styrgruppen som tar information och arbetsuppgifter vidare till relevanta beslutsfattare eller försöker hjälpa till att lösa frågeställningar som kommer upp.



Organisationsbild samverkansorganisation. Källa BID-projektet

Arbetet redovisas regelbundet inför plan och utvecklingsutskottet som även tar beslut om fortsatt projektfinansiering från kommunen.

6.6 PULS – ett samverkansverktyg

PULS är ett verktyg som används för att sammanställa var man står i samverkan i stadsutvecklingsarbetet. PULS står för Platsutveckling, Ledning och Strategi och kan användas för att driva stadens utvecklingsarbete framåt

Det är ett verktyg framtaget av Svenska Stadskärnor och fungerar som en checklista som kan fastställa var man som styrelse eller ledningsgrupp står och analyserar vad man vill ha av en samverkanskonstellation.

I mars 2020 gjorde man en PULS Workshop i Hudiksvall. Workshopen visade ett tydligt och starkt engagemang bland deltagarna. De flesta önskade en gemensam målbild, tydlig struktur och strategi för arbetet framåt med en engagerad och kompetent styrgrupp som leder arbetet framåt.

Verktygen finns, men samverkan önskas bli mer effektiv. Idag upplevs en känsla av att det spretar. Det var deltagarna överens om. Men här behövs det att alla är med och bidrar med kunskap, idéer och tid.

Att tänka långsiktigt är viktigt, med en plan som sträcker sig i flera år framåt för att bygga varumärket och uppnå visionen. Men det är också lika viktigt att visa att något är på gång och att det händer något. Med en sammanhållen struktur och definierade ansvarsområden kan man göra både och.

Efter det som kom fram under PULS-workshopen blev det aktuellt att inleda ett BID-projekt i Hudiksvall.

6.7 Utbildning och erfarenhetsutbyte

Det är viktigt att utvecklas, utbilda sig och få erfarenhetsutbyte. Projektledarna har gått en specialutbildning till BID- Manager. Förutom BID-modellens sju steg och fem fokusområden, som ska resultera i en samverkansorganisation och affärsplan med tillhörande budget, har de lärt sig grunderna för att framgångsrikt utveckla platser genom samverkan. Förutom teori med praktiska exempel, fysiska och digitala föreläsningar, platsvandringar och workshops fick de möjlighet att nätverka och utbyta tankar, idéer och erfarenheter med övriga deltagare från andra städer och orter.

Våra BID-managers har även genomgått en grundutbildning i stadsutveckling. Urban Centre Management är en branschpassad utbildning framtagen av Svenska Stadskärnor, i samarbete med Sveriges Centrumutvecklare, Fastighetsägarna, Svensk Handel, Visita och Sveriges Stadsbyggare. Utbildningen leds av aktiva yrkespersoner och föreläsare med en lång erfarenhet av att arbeta med stads-, plats- och centrumutveckling.

6.8 SWOT-analys

SWOT-analysen är ett verktyg som man använder för att identifiera styrkor och svagheter i en organisation. Här har styrgruppen "Team Staden" gemensamt arbetat med specifika frågeställningar kring samverkan mellan kommun, fastighetsägare och näringsliv utifrån var vi står idag. Genom intern dialog har vi hittat många positiva styrkor att värna om och ser många möjligheter att utforska och verkställa. Framtidstron är stor och svagheter och hot finns bara om vi inte bevarar och fortsätter utveckla de relationer och samarbeten som vi hittat mellan varandra under projektstarten. Nedan finns summeringen av SWOT analysen.

Styrkor

- Bra dialog lokalt och regionalt, internt och externt
- Starkt engagemang
- Framtidstro och framåtanda
- Samarbete framför intern konkurrens
- Samlade ekonomiska resurser
- Befintlig samverkan att bygga på
- Samsyn i många frågor
- Det finns en ödmjukhet
- Vi känner varandra nu
- Bra på att bolla idéer
- Korta vägar till beslut
- Rätt kompetens
- Bra på det operativa arbetet
- Medvetenhet om vad som krävs

Svagheter

- Många olika organisationer och personer utan samverkan
- VI och DOM-tänk
- Saknad vilja till utveckling
- Talar inte gott om varandra
- Avsaknad av strategiskt arbete, strategiska styrdokument och strategisk samordnare
- Arbetar bara operativt
- Otydliga uppdrag
- För lite medfinansiering
- Resurserna inte hållbara
- Felaktigt fokus
- För dålig information och kommunikation internt och externt

Möjligheter

- Många olika organisationer
- Ge Hudik City ett helhetsansvar
- Samsyn
- Alla vill samma – det bästa för Hudik
- Vara goda ambassadörer för varandra
- Gemensam hållbar samverkansorganisation
- Forum för strategiska frågor
- BID Processen
- Utveckla kommunikationsplan
- Samverka kring fler sakfrågor
- Gemensamma målbilder
- Engagera invånarna

Hot

- VI och DOM utvecklas
- Ingen hållbar samverkansorganisation finns
- Ingen samordnarfunktion finns
- Ingen samsyn mellan parterna
- Inte rätt engagemang
- Inte rätt kompetens
- Lata/nöjda
- Inte tala gott om varandra
- Intern konkurrens
- Ingen kommunikation
- Inga resurser
- Fel fördelade resurser
- Ingen kontakt med invånarna

7. Viktiga styrdokument, fakta och analyser

Styrdokumenterna lägger ut färdriktningen för hur Hudiksvalls kommun ska agera för att uppnå ett visst resultat och som talar om hur organisationer ska förhålla sig och möta givna situationer.

Detta stycke innehåller dokument och analyser som är viktiga för oss att känna till och sträva efter i vårt stadsutvecklingsarbete.

Varje dokument har fått en kort innehållsbeskrivning, men genom att klicka på länkarna under sammanfattningarna kan man fördjupa sig i dokumenten.

7.1 Internationella / Nationella

Agenda 2030

Agenda 2030 med 17 globala mål för hållbar utveckling syftar till att utrota fattigdom och hunger, förverkliga de mänskliga rättigheterna för alla, uppnå jämställdhet och egenmakt för alla kvinnor och flickor samt säkerställa ett varaktigt för planeten och dess naturresurser.

[Läs om Agenda 2023](#)



Politik för gestaltad livsmiljö

Begreppet gestaltad livsmiljö - kärnan i politiken - är såväl ett synsätt som den fysiska miljön i sig. Begreppet utgår från en helhetssyn på formandet av våra livsmiljöer, där arkitektur, form, design, konst och kulturmiljö är ett sammanhållet område med människan som utgångspunkt. Utveckling och förvaltning av livsmiljön ska ske med hänsyn till människans möjligheter, behov och önskemål – i dag och i framtiden.

[Läs mer om Politik för gestaltad miljö](#)

7.2 Regionala

Besöksnärringsstrategin

”Vi ska vara Sveriges mest efterfrågade region när det gäller att paketera och leverera skandinaviska upplevelser under alla årstider”

[Läs mer om besöksnärrings strategin](#)

Direktiv om statliga medel för regionala tillväxtåtgärder

Medel för regionala utvecklingsprojekt enligt förordning (2003:596) om bidrag för projektverksamhet inom den regionala tillväxtpolitiken kan sökas av landstingets styrelse och nämnder. Beslut fattas av regionstyrelsen.

[Läs mer om direktiv om statliga medel för regionala tillväxtåtgärder](#)

Folkhälsoprogram – jämställd och jämlik hälsa för ett hållbart Gävleborg

Folkhälsa är ett mått på hur väl vi lyckas med hållbar utveckling i Gävleborg.

[Läs mer om Folkhälsoprogram \(2015-2020\)](#)

Direktiv för Regionalt investeringsstöd och företagsutvecklingsbidrag

Syftet är att främja en hållbar tillväxt och ökad konkurrenskraft i företag och därmed en hållbar regional tillväxt.

[Läs mer om regionalt investeringsstöd och företagsutvecklingsbidrag](#)

Regional innovationsstrategi för smart specialisering i Gävleborg

Forskning och innovation är viktigt för en hållbar tillväxt och utveckling i Gävleborg.

[Läs mer om regional innovationsstrategi](#)

Regional utvecklingsstrategi

Den regionala utvecklingsstrategin (RUS) pekar ut riktningen för Gävleborgs regionala tillväxt- och utvecklingsarbete.

[Läs mer om regional utvecklingsstrategi](#)

Infrastrukturprogram

Det övergripande målet för transportpolitiken är att säkerställa en samhällsekonomiskt effektiv och långsiktigt hållbar transportförsörjning för medborgarna och näringslivet i hela landet.

[Läs mer om Infrastrukturprogram](#)

7.3 Kommunala

Allmänna lokala ordningsföreskrifter för Hudiksvalls kommun

Lokala ordningsföreskrifter med ytterligare bestämmelser om hur den allmänna ordningen i Hudiksvalls kommun ska upprätthållas på alla platser inom kommunen som är offentlig plats

[Läs mer om allmänna lokala ordningsföreskrifter](#)

Hudiksvalls kommuns cykelpolicy

Syftet med cykelpolicyn är att Hudiksvalls kommun ska få ett aktuellt planeringsunderlag för cykeltrafiken, både för översiktlig och detaljerad planering. Cykelpolicyn ska vara ett hjälpmedel för framtida prioriteringar.

[Läs mer om cykelpolicy](#)

Hudiksvalls kommuns handikappolitiska program

Syftet med det handikappolitiska programmet är att, utifrån personer med funktionsnedsättning, göra Hudiksvalls och Nordanstigs kommuner tillgängliga för alla.

[Läs mer om handikappolitiskt program](#)

Hållbarhet i Hudiksvalls kommun

Kommunens övergripande mål genomsyras av hållbarhet. Ett av kommunfullmäktiges verksamhetsmål är att bidra till ekologisk, ekonomisk och social hållbarhet.

[Läs mer om kommunens arbete med hållbarhet](#)

Kretsloppsplan 2021 - 2025 sammanfattning

Kretsloppsplanen handlar om hur vi upphandlar material och tjänster, engångsmaterial vi förbrukar, att vi återanvänder, lagar, lånar, hyr, äger tillsammans, köper och säljer återbruk. Det handlar om att förebygga avfall och minska nedskräpning.

[Läs mer om kretsloppsplan](#)

Riktlinjer för livsmedelsförsäljning från mobila vagnar på offentlig plats

Reglerar hur livsmedelsförsäljning från mobila vagnar får göras

[Läs mer om riktlinjer för livsmedelsförsäljning från mobila vagnar](#)

Kvalitetspolicy i Hudiksvalls kommun

Med hög produktivitet och god kvalitet utföra den myndighetsutövning som riksdag och regering ålagt kommunen. Erbjudna kommunala tjänster och service utifrån medborgarnas och andras behov och bidra till samhällsbyggnad som attraherar fler boende och fler näringsidkare.

[Läs mer om kvalitetspolicy](#)

Hudiksvalls miljömålsarbete och åtgärdsprogram (2015)

Hudiksvalls kommun har valt att koncentrera miljöarbetet i tre fokusområden. Dessa områden utgör några av de största miljöutmaningarna mänskligheten står inför.

[Läs mer om Hudiksvalls miljömålsarbete](#)

Riktlinjer för uteserveringar i Hudiksvalls kommun

Ger riktlinjer för utformning av uteserveringar, placering, vilka tillstånd som behöver sökas m.m.

[Läs mer om riktlinjer för uteserveringar](#)

Varumärkesplattformen

När vi talar om Glada Hudiks varumärke menar vi vad man känner när man tänker på Hudiksvall. Varumärket är ett verktyg för att utveckla och marknadsföra Glada Hudik samt stärka Hudiksvalls attraktions- och konkurrenskraft.

[Glada Hudik - Varumärkesplattform \(hudiksvall.se\)](https://hudiksvall.se)

Grundläggande värderingar för Hudiksvalls kommun

Styrdokument för att främja mänskliga rättigheter och förhindra diskriminering
Grundläggande värdering för Hudiksvalls kommun.

[Grundläggande värderingar för Hudiksvalls Kommun](#)

Hållbar landsbygdsstrategi för Hudiksvalls kommun 2022

Det kommunala arbetet utgå från ett långsiktigt hållbart perspektiv för ekonomisk, social och ekologisk utveckling genom SAMVERKAN mellan aktörer inom ideell, privat och offentlig sektor i hela kommunen.

[Hållbar landsbygdsstrategi för Hudiksvalls kommun 2022](#)

Handelsstrategin

Målet är att Hudiksvall ska vara Hälsinglands ledande handelscentrum. Handeln är ett viktigt fokusområde för att nå kommunens vision. I strategin pekas det ut hur kommunen ska arbeta för att stärka handeln.

[Handelsstrategin](#)

Översiktsplan

Översiktsplanen innehåller långsiktiga riktlinjer för hur man vill utveckla hela kommunen.

[Översiktsplan](#)

Detaljplan

Detaljplanen bestämmer bland annat vad marken får användas till och hur hög bebyggelsen får vara inom ett begränsat område.

[Detaljplan](#)

Bygglov

Information om bygglovsprocessens olika delar samt vad som gäller för olika typer av projekt.

[Bygglov](#)

Hudiksvalls besöksnäringstrategi

Besöksnäringstrategin arbetades fram i samverkan mellan politiker, kommunen, näringslivet och föreningslivet. Besöksnäringstrategin ligger till grund för Visit Glada

Hudiks dagliga arbete tillsammans med kommunens aktörer inom besöksnäringen. Besöksnäringens strategins vision är att skapa känslan ”Det är ju här jag egentligen vill bo!”

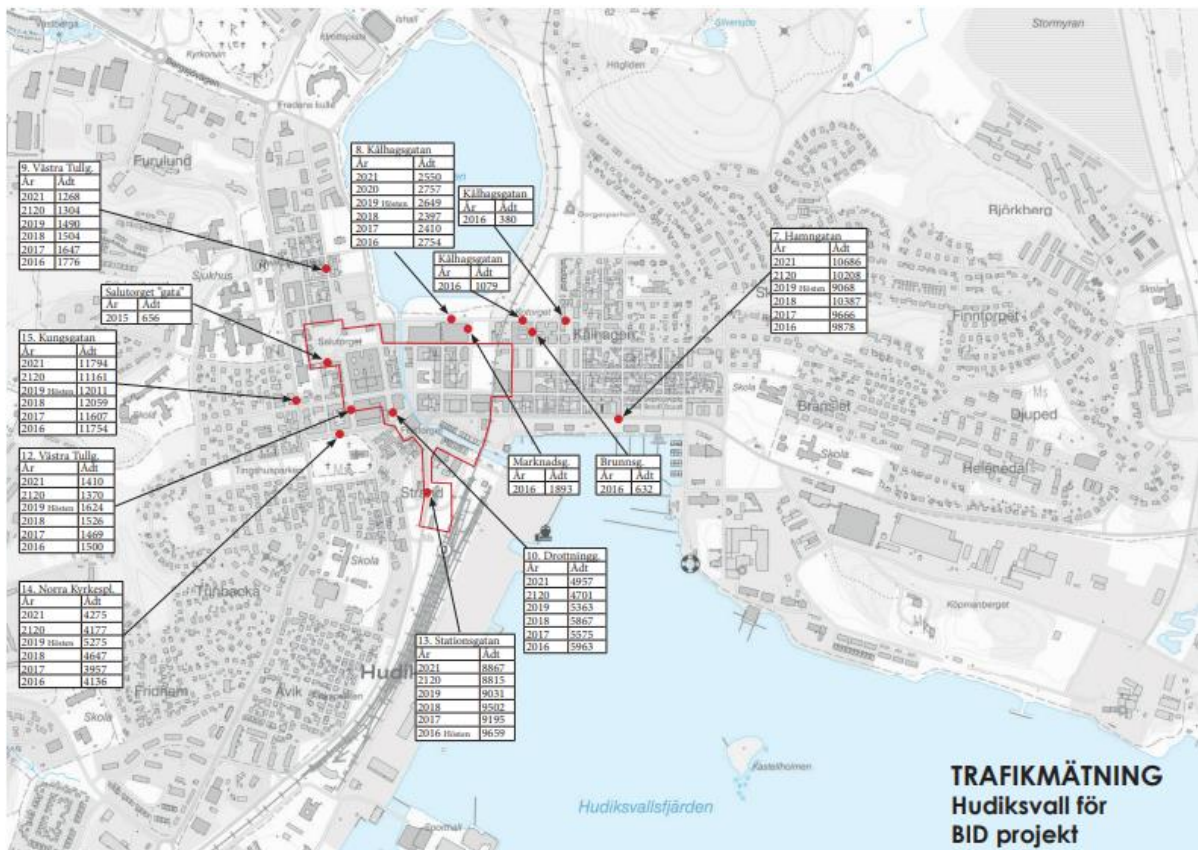
[Besöksnäringensstrategin](#)

7.4 Trafikmätning

Kommunen gör regelbundna trafikmätningar, bland annat för att få underlag till beslut om trafiksäkerhethöjande åtgärder och för att effektivisera och förbättra trafiksituationen för privata fordon såväl som stadens kollektivtrafik.

Mätningarna görs årligen samt vid behov av information som kan ge en överblick om trafikflödets brister och möjligheter.

Nedan ser ni mätningar från stadskärnan och BID-området som visar årligen vilken genomsnittlig daglig trafik som passerar på den specifika gatan.



Kartbild trafikmätning. Källa Hudiksvalls kommun

7.4 Sammanfattande nulägesbeskrivning av utmaningar gällande den sociala hållbarheten i Hudiksvalls kommun

Sammantaget har ett antal utmaningar identifierats när det gäller social hållbarhet i Hudiksvalls kommun. Den aktuella nulägesbilden visar att Hudiksvalls kommun har utmaningar när det gäller ojämlikhet på olika nivåer, till exempel gällande inkomst,

levnadsstandard, utbildning, stad och land samt kön. Det finns en omfattande ohälsa samt lågt och ojämnt deltagande i demokratiska institutioner, processer och aktiviteter. Dessutom syns utmaningar när det gäller integration, bristande framtidstro och en känsla av att inte ha en plats i samhället.

Hudiksvalls kommun har också en lägre medianinkomst jämfört med riket och en lägre andel med eftergymnasial utbildning i befolkningen jämfört med riket. Däremot är det en större andel som förvärvsarbetar och långtidsarbetslösheten är något lägre bland kvinnor.

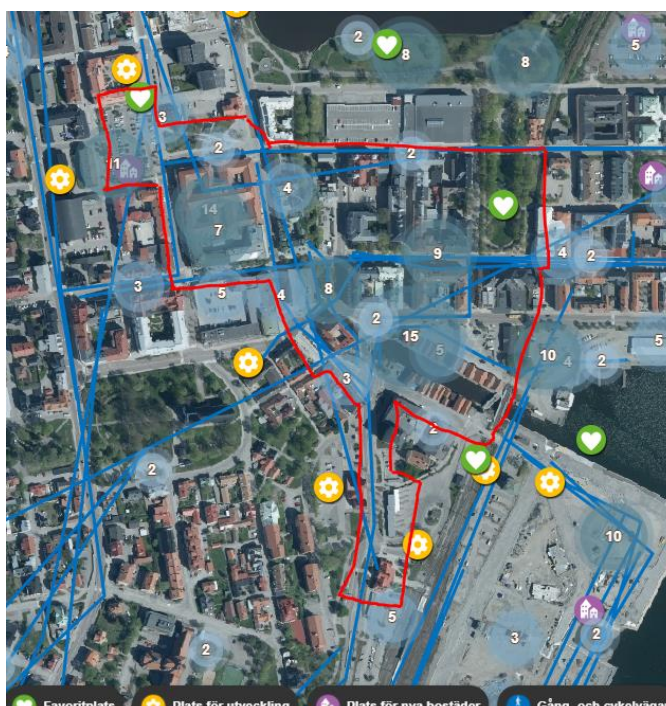
Mycket tyder på att covid-19-pandemin har förstärkt den ojämlikhet i livsvillkor och hälsa som fanns innan pandemin. Under pandemin har det blivit tydligt att social hållbarhet är en skyddsfaktor vid kriser och att den sociala hållbarheten påverkats negativt av pandemin och dess restriktioner.

HÄLSA	INFLYTANDE	KOMPETENS	OPARTISKHET	MENINGSSKAPANDE
<ul style="list-style-type: none"> • Överviktsproblematik • Psykisk ohälsa • Brist på bostäder • Ekonomisk otrygghet • Brott • Droganvändning • Bristande stöd och omsorg • Våld 	<ul style="list-style-type: none"> • Lågt (+ ojämnt) deltagande i demokratiska institutioner, processer och aktiviteter 	<ul style="list-style-type: none"> • Brist på likvärdig + bra skolutbildning • Kompetensbrist - Svag vilja för universitetsstudier - Dåligt tillvaratagande av kompetens - Svårt att rekrytera + behålla studerande på sikt 	<ul style="list-style-type: none"> • Ojämlighet på olika nivåer (inkomst, levnadsstandard, utbildning, stad och land) 	<ul style="list-style-type: none"> • Utanförskap/känsla av ingen plats/värde i samhället • Förlust av förmågan att skapa social samhörighet • Tufft socialt klimat • Brist på ideellt engagemang • Bristande integration • Brist på framtidstro
ÖVERGRIPANDE/UTMANINGAR I KOMMUNENS STYRNING SOM PÅVERKAR ALLA ANDRA PROBLEM				

7.5 Dialog inför översiktsplanen – Genomförd 2018

Mellan 1 november 2018 och 15 februari kunde man tycka till om olika platser i kommunen via en dialogkarta.

Kartan visar vilka platser som pekats ut som favoritplatser och platser som kan utvecklas, ju högre siffra desto fler har tyckt till om platsen. De blå linjerna markerar de gång- och cykelstråk som används och/eller önskas.



Satellitbild över BID-området från kartdialogen. Källa hudiksvall.se

Möljen

På Möljen har många sin favoritplats främst som mötesplats och för folkliv, restaurangbesök. Den utveckling förslagsställarna ville se var lugnare trafiksituation, mer bänkar att sitta på samt uteserveringar året om. Även kanalbåtar mellan Möljen och Lillfjärden önskades. Dialogen berättar även att tryggheten behöver bli bättre liksom städning.



Satellitbild över Möljen från kartdialog. Källa hudiksvall.se

Favoritplatser i Hudiksvalls stad

Många tycker att:

- ♥ Möljen är en favoritplats som mötesplats och för folkliv, restauranger och caféer. Också Solbryggorna uppskattas som mötesplats, för lugn och ro och naturupplevelse.

”



SOLDÄCKET

*Kvinna 16-19 år,
Njutånger, 2018-08-29*

Vad gillar du med platsen?

Naturupplevelse; Lugn och ro; Det är väldigt mysigt att sitta vid soldäcket och sitta och prata med sina kompisar. Det är även väldigt fint tidigt på morgonen, om man sitter på soldäcket och tittar ut över hamnen

Västra Tullgatan / Storgatans gågata/ Drottninggatan

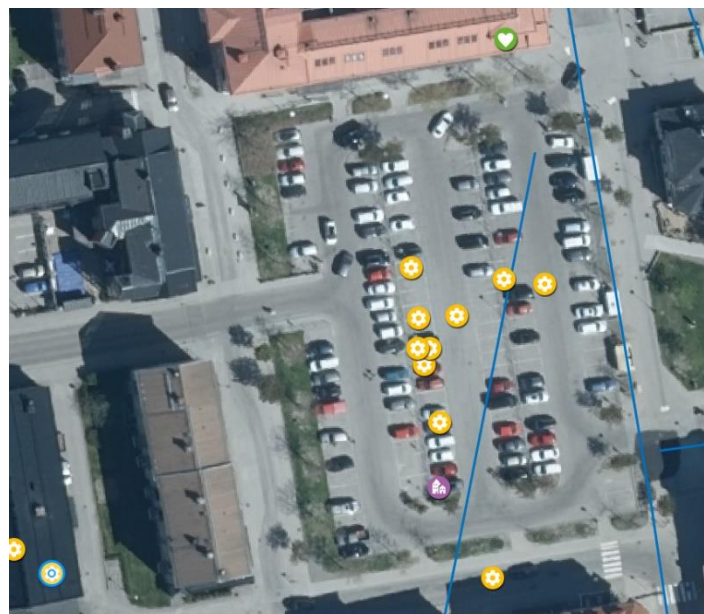


Satellitkartbild från kartdialogen. Källa hudiksvall.se

På Västra Tullgatan vill förslagsställarna ha bättre tillgänglighet med ramper till lokalerna, mer butiker och entréer från Guldsmedjan, gågata med grönska. I gallerierna önskas utveckling av butiker och service och många pekar ut Guldsmeden som en av sin favoritplats i staden. Där erbjuds butiker och shopping, mötesplats och folkliv, restaurang och caféer samt nöjen. På Drottninggatan önskas bättre tillgänglighet till butikerna.

Salutorget

Många hade förslag på utveckling av Salutorget. En del ville se parkering i två plan, dels för att göra fler p-platser dels för att ge rum till grönska också. Andra ville ta bort de mesta av parkeringen och istället utveckla som park, butiker och caféer. Även bostadsbyggande föreslogs, och simhall/idrottshall beskrevs som utvecklingsbara.



Satellitkartbild Salutorgen från kartdialogen. Källa hudiksvall.se

De som deltog i dialogen var fördelade på detta sätt när det gäller ålder och kön

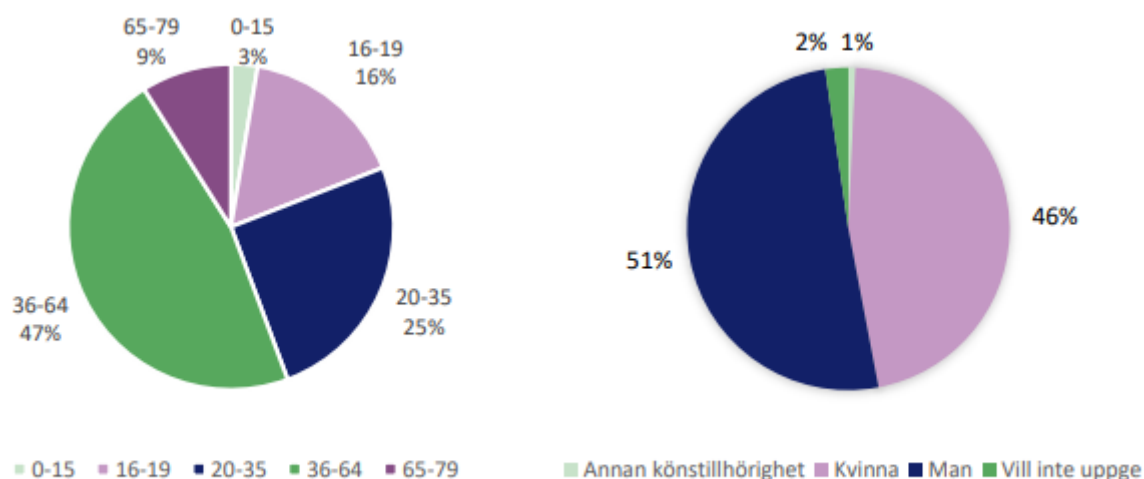


Diagram med fördelning kön och ålder från dialog översiktsplanen. Källa Hudiksvall.se

7.6 Sökandet efter en småstadsidentitet - En fallstudie om Hudiksvalls stadskärna och dess relation till identitet och marknadsföring - Ett examensarbete av RASMUS NÄSMAN (2021)

En fallstudie genomfördes 2021 över Hudiksvalls stadskärna vilket var uppdelat i flera metoder; en dokumentstudie utfördes för att samla kunskap kring Hudiksvall och dess BID-process, en enkätstudie följt av intervjuer riktade mot projektets styrgrupp samt en enkätstudie riktad mot stadskärnans invånare och besökare. Enkäten visade att ett större serviceutbud med fler butiker, restauranger och caféer önskas av många. En motsättning som kan iaktas är att trots att boende värdesätter levande centrum högt så ser vi tendenser på att service och utbud i våra centrum minskar.

Rapportens undersökningsprocess kan sammanfattas till att det finns Tre "hot spots" och tre dissonans områden som behöver bearbetas för att uppnå en känsla av stadskärna. Platser där flest befinner sig skiljer sig åt mellan dag- och kvällstid. Känslan av stadskärnan är kopplat till handel och restaurangnäring men den försvinner med de tomma platserna på kvällen.

Stadskärnan upplevs som vacker men smutsigt, tråkigt men trevlig. Formandet av identiteten kan och bör grunda sig i användarnas uppfattning och en förbättring av det negativa. Møljen är en favoritplats som mötesplats och för folkliv, restauranger och caféer. Också Solbryggorna uppskattas som mötesplats, för lugn och ro och naturupplevelse.

Slutsatser i examensarbetet

Ett huvudsakligen samförstånd finns mellan Team Staden och stadskärnans invånare och besökare över det område som detta inbegriper samt över dess viktigaste funktioner. De områden som inte stämmer överens inbegriper Kanalparken, Storgatan öster om gågatan samt stationsområdet. För dessa föreslås att vidta specifika åtgärder för att de ska kännas som en naturligare del av stadskärnan. Hudiksvalls stadskärna upplevs generellt som vacker men smutsig, tråkig men trevlig, aspekter från vilket framtida planering kan grunda sig i. Vidare bör åtgärder riktas speciellt till ekonomiskt svaga sociala grupper i samhället som är underrepresenterade eller marginaliserade i syfte att bygga en mer inkluderande stadskärna i vilka fler av dess användare känner en anknytning och identifikation med.



Kartan visar vilka platser som hade flest besökare av de 204 personer som besvarade enkäten. Källa Rasmus Näsman

8. Stadsvandringar i BID området

I ett blåsigt och blött Hudiksvall vandrade projektets aktörer genom BID-området i augusti 2021. Paraplyerna stod ut och in, alla frös, men tillsammans gick över 80 deltagare runt i stadskärnan och lyfte den hemmablinda blicken och noterade hur det faktiskt ser ut. Stadsvandringarna leddes av svenska stadskärnor som gav olika frågeställningar och berättade om sitt intryck av staden utifrån besökarens perspektiv. Det var en chockerande ögonöppnare kring många områden. Var finns skyltarna som talat om vart man ska och vad som finns? Hur arbetar man med sanering, klotter och nedskräpning? Hos vem ligger ansvaret för olika problem?

Den dagen startades diskussioner om både problematik och lösningar. Deltagarna byggde relationer till varandra för framtida samarbeten och fick förståelse för varandras utmaningar. En minst sagt viktig dag för Hudiksvalls framtida stadsutveckling.



Marlene Hassel och Inger Alfredsson från Svenska stadskärnor under stadsvandringarna i augusti 2021. Källa BID-projektet

8.1 Utförda stadsvandringar och platsstudier

Flera plats- och trygghetsvandringar har genomförts av fokusgrupperna både dag och kvällstid i det offentliga och kommersiella rummet med utgångspunkt i de fem fokusområdena Varumärke, Utbud, Platsen, Tillgänglighet och Trygghet. I samband med stadsvandringarna har enkäter besvarats av BID-processens aktörer som nu ligger till grund för nulägesanalysens resultat från de respektive fokusgrupperna.

8.2 Fokusområdena och fokusgruppernas roll och åtgärder

Det finns fem vedertagna fokusområden i BID där medverkande aktörer från både den offentliga och privata sektorn samverkar. De aktörer som medverkar har själva få välja vilket fokusområde man brinner mest för och vill sitta med i och jobba. Fokusgrupperna utses i samband med första steget.

Fokusgrupperna jobbar med följande frågor:

1. **VARUMÄRKE** – identitet, profil, image och positionering
2. **UTBUD** – aktiviteter, upplevelser och service
3. **PLATSEN** – funktion, utseende och utformning
4. **TILLGÄNGLIGHET** – förflyttning & framkomlighet, kommunikation
5. **TRYGGHET** – rent & snyggt, tryggt & säkert

8.3 Resultat Fokusområde 1 – Varumärke

Fokusgruppen har under hösten undersökt nuläget kring varumärket med frågeställningen "Vad finns idag och gör vi det bättre?" Gruppen har identifierat tre viktiga faktorer som utmärker Hudiksvall och som är viktiga för att bygga varumärket: Glada Hudik, havet och "till Hudiksvall återvänder man".

Det finns sedan tidigare en varumärkesplattform, med namnet *Glada Hudik*, framtagen. Den togs fram av kommunen i samverkan med andra aktörer för flera år sedan. Varumärkesgruppen anser att den skapar en bra grund, men den behöver vidareutvecklas och implementeras på ett bättre sätt. Den har dessvärre inte använts i den utsträckning som hade varit önskvärt.



Symboler från Glada Hudik varumärketsplattform. Källa hudiksvall.se

Glada Hudik som varumärke lägger stort fokus på vad man *känner* när man tänker på Hudiksvall och Glada Hudik och de *människor* som bor och verkar här. Varumärket är ett verktyg för att utveckla och marknadsföra Hudiksvalls attraktions- och konkurrenskraft. Glada Hudik är det övergripande varumärket inte bara för staden utan för hela kommunen.

Varumärkesgruppen har valt ut några områden för att påbörja en utveckling av varumärket och stärka dess närvaro i staden.

Hur lyfta fram stadens historia och identitet?

- Undersöka på vilken/vilka platser i staden där historisk information skulle passa. T.ex. genom QR-koder, men även digitala och fysiska guidningar.
- Skapa berättelser kopplat till stadens historia.
- Ta fram passande bilder/motiv med koppling till både dåtid och nutid. För foliering på tex elskåp, papperskorgar samt konstverk på fasader. Detta är en samverkan med fokusgruppen Rent/Tryggt/Säkert.
- Hur välkomnar vi besökare bäst till staden? Skyltar, ambassadörer, mm.

8.3.2 Representerade Logotyper

Vi har flera olika utmärkande logotyper som var för sig representerar Hudiksvall fast de vänder sig mot olika målgrupper.

Hudiksvalls kommunvapen

Hudiksvalls kommunvapen har gamla anor. De tre bockarna, som troligen härstammar från landskapsvapnet med hälsingebocken, har använts sedan 1582.

Vapnet i sin nuvarande utformning används sedan 1976. Sedan den 1 januari 2007 gäller nuvarande grafiska profil med text och kommunvapnet.



Hudiksvalls
kommun

Visit Glada Hudik

Visit Glada Hudiks logotyp använder en utformning och ett typsnitt som beskriver det övergripande målsättningen för verksamheten. För att kommunikation mellan olika modersmål ska fungera uppmanar den på engelska till att besöka oss.



Den har en symbol med tre vågformer som är inspirerade av naturen i Hälsinglands landskap. Blånande berg, böljande landskap och svallande havsvågor satta i en asymmetrisk form för en känsla av rörelse och flöde. Antalet vågor har också en koppling till tre prioriterade fokusområden - staden, havet och landet.

Hudik City

Hudik Citys logotyp förmedlar sitt varumärke med hjälp av kulturarvet på Møljen. Tre röda sjöbodar som representerar vad den centrala stadsdelen är mest känd för. Varumärket vänder sig främst till kunder som köper Glada Hudik kortet och i intern kommunikation. Föreningen har inte lagt något fokus på varumärkeskännetecken för besökare utan ska marknadsföra sina medlemmar i första hand.



8.4 Resultat Fokusområde 2 – Utbud

Uttrycket Glada Hudik är till följd av Hudiksvallsbornas rykte om sig att vara glada och gästfria och ett intensivt sällskapsliv under 1800-talet. Än idag är Hudiksvall känt för att ha ett aktivt uteliv och det speglar sig i utbudet. Här finns mat och dryck från många av världens olika hörn. Sommartid ökar utbudet ännu mer och man hittar serveringar som bjuder på kulinariska överraskningar.



Exempel på verksamheter i BID-området. Bildkälla BID-Projektet

Hudiksvall har ett bra utbud med en mix av butiker. Här finns konst, kultur, museum, handel, restaurang, café, salong och mycket mer. Men fokusgruppen har flera gånger mött ett önskemål om ett bredare utbud av skor. Det saknas också aktiviteter och evenemang i stadskärnan.

Utbudsguppen vill att det blir fler återkommande evenemang så att man kan bygga upp en längtan och nyfikenhet hos besökaren för nästa evenemang. Det behövs en standardhöjning generellt kring evenemang och vi behöver bli bättre på att bejaka exempelvis nationella evenemang och händelser.

Det saknas aktiviteter kvällstid, speciellt för ungdomar. Men i allmänhet så behövs det mer, stort som smått och för alla målgrupper.

Utbudsguppen ser också gärna att det finns en reparations service eller en återbruksgalleria där man kan lämna in och få sina saker lagade för ett mer hållbart konsumerande och att vi grundar vårt utbudsarbete och planering efter vad en hållbar utveckling innebär.

8.4.1 Utbud och målgrupper

Majoriteten av utbudet i centrum är butiker och handel. Utbudet bör locka barnfamiljer till stadskärnan, därför är det viktigt att erbjuda möjlighet till lek och rekreation. Idag finns det mycket lite för barn och deras familjer i stadskärnan.

Primär målgrupp är kommunens egna invånare oavsett ålder. Sekundär målgrupp utgör besökare från andra delar av Gävleborgs län. Tredje målgruppen är besökare från övriga delar av Sverige och världen.

8.4.2 Styrkor och svagheter i utbudet

Det finns en del verksamheter som kvalificerar sig som unika butiker. Många uppskattar att det finns ett mer varierat utbud i dessa butiker och möjlighet för en mer personlig butik då man kan anpassa utbudet mot efterfrågan hos kunderna.

Handelskedjorna har en tendens att inte engagera sig i staden på samma sätt som en fristående enskild näringsidkare oftast vill. Vid gemensamma aktiviteter upplevs det som svårare att motivera en butikskedja att vara med och bidra medan den enskilde i regel ser fördelarna att engagera sig både ekonomiskt och med sin ideella tid.

Hälsinglands muséum är ett regionalt museum som undersöker och förvaltar kulturarvet med ett övergripande omvärldsperspektiv i utställningar, publikationer, pedagogik och arkivverksamhet. Det är en kulturell samlingsplats där kulturarvet bryts ner i utställningar, samtal, konserter och visningar. Museet har stora samlingar av medeltida kyrkokonst och praktföremål ur hälsingsk bondekultur. Utställningar och arrangemang lyfter fram olika berättelser om människans historiska, samhällliga och existentiella frågor. Museet arbetar generationsöverskridande och tvärvetenskapligt.

Bredvid museet finns populära Mulle Meck. Ett lekställe för kreativitet och skapande för de mindre barnen mitt i centrum av stan. Barnboksfiguren Mulle Meck berättar om bilar, båtar, flygplan, hus och mycket mer. Böckerna har glatt många barn runt om i världen.

I Mulle Mecks verkstad mekar och pysslar barnen med riktiga mojänger och molijoxer, som Mulle Meck kallar det. Han säger: "det finns inget skrot, bara gamla grejer som går att använda på nya sätt".

Här får barnen snickra, bygga, fixa och leka med Muller fina gula bil eller ta en tur till månen med raketerna och utforska mångrottan. Flygplanet står redo för er att ta luft under vingarna med. Hälsa på i Sam Scribblers tidningsverkstad och måla en fin bild. Du kan också hälsa på Buffa, meka i verkstaden eller ta en tur ut på havet.



Mulle Meck och hunden Buffa. Källa Mulle Meck i Hudiksvall

8.5 Resultat Fokusområde 3 – Platsen



Sjöbodarna vid Møljen. Källa Hudiksvalls kommun

8.5.1 Viktiga platser i staden

Hudiksvalls stad har flera trevliga platser och områden, men det finns utvecklingspotential. Staden behöver omtanke och nytänkande för att nå sin fulla potential och utvecklas för framtiden. Det saknas t.ex. sammanbindande stråk som kopplar ihop och håller ihop stadens olika delar.

Några utmärkande platser är Møljen och Kanalparken. Møljen är en favoritplats för många. Platsen fungerar som mötesplats med restauranger, caféer och flanörer. Framför allt sommartid. Møljen behöver dock utvecklas för att bli en modern mötesplats och yta för umgänge och glädje. Fler sittplatser behövs och ett utökat utbud av butiker och andra verksamheter. Området behöver även städas och göras mer trivsamt för att få det att kännas säkert och trevligt att visats i.

Guldsmeden är det handelskvarter i staden som är mest populärt för butiker och shopping, mötesplats och folkliv, restauranger och caféer samt nöjen.

Kanalparken är en trevlig yta och oas i staden, med närhet till kanalen o grönska och dess grönska samt nära till gågatan. Perfekt för en paus på shoppingturen. Hållplatserna för stadsbussarna ligger precis intill, vilket gör att många människor rör sig i området. Parken har dock blivit lite av ett tillhåll, vilket skapat otrygghet. Det gör att det finns behov av att

förbättra området i form av belysning och sittplatser som bjuder in till mer vilsam tillvaro. Så människor trivs och vill vara här. Inte bara skynda förbi.

Västra Tullgatan är en gata som upplevs som väldigt tråkig och signalerar att staden tar slut, trots att det finns flera verksamheter på gatan och den leder vidare i staden till kvarteret Bryggeriet. Här finns mycket att göra för att skapa ett bättre flöde och bjuda in till fortsatt upptäckande av staden.

Marknadsgatan, den gata/gränd som leder från Møljen och upp till Rådhusparken, stadshotellet och vidare in till stan, har även identifierats som en gata som hamnat i glömska. Men Marknadsgatan skulle kunna ha en viktig roll i flödet mellan de olika delarna av staden.

Stadskärnan upplevs även generellt som tråkig och smutsig.

8.5.2 Funktion

Stadskärnan har flera platser som möjliggör för handel, restauranger, kontor samt aktiviteter och annat utbud. Det går lätt att ta sig till staden. Inom området är det dock inte lika tydligt hur du tar dig mellan de olika platserna. Det saknas sammanbindande, attraktiva stråk och vägvisning. Idag är det mest transportsträckor.

Møljen, Kanalparken och Bergmanparken är exempel på välbesökta platser med potential till att bli ännu bättre och mer trivsamma. De skulle behöva kreativa inslag som bjuder in till samvaro.

Det är flera områden i staden som är slitna och saknar omtanke. Resecentrum och Västra Tullgatan lyfts särskilt fram.

Det finns dock många fina blomplanteringar i stadskärnan, som uppskattas av många. I övrigt är utsmyckning en bristvara. Flera centrala platser har även mycket trafik (särskilt Hamngatan), vilket förtar mycket av det trivsamma. Även ytor för lek och möjlighet till aktivitet för barn och unga är en bristvara.



Lekställning Bergmanparken på Trädgårdsgatan. Fotograf Elisabeth Nilsson

8.5.3 Resecentrum

Resecentrum med tågstation och busstation ligger väldigt centralt i staden. Mer centralt kan det inte ligga.

Här passerar all tågtrafik efter Ostkustbanan mellan norra och södra Sverige, så avgångarna är många. Alla tåg stannar på Arlanda. Resan från Arlanda med tåg tar ca 2 timmar och 20 minuter.

Gävle och Sundsvall ligger inom 1 timmes restid till Hudiksvall. Mellan dessa orter finns det förutom snabbtågen dessutom det regionala X-tåget, med ytterligare avgångar.

Med bussar åker du enkelt både inom staden och till de närliggande tätorterna och byarna.

Att komma som besökare med tåg eller buss är dessvärre ingen vacker syn. Det första intrycket är smutsigt, mörkt, tråkigt och osäkert. Området har blivit ett tillhåll för stök och kriminalitet.

Hur du tar dig vidare till stadskärnan är också väldigt otydligt, eftersom skyltning och tydligt stråk saknas. Själva tågstationsbyggnaden är en vacker byggnad, men kommer i skymundan på grund av områdets brister.

Möjligheter till trivsam väntan på transport saknas tillsammans med övrigt utbud som hör ett resecentrum till.



Bussomstigningen Bankgränd. Fotograf Elisabeth Nilsson

8.5.4 Utmärkande byggnader i området

Stadskärnan har många vackra och ståtliga byggnader, i olika stil, som vittnar om stadens historia. Exempelvis Sparbankshuset, Stadshotellet, Brunskagården samt sjöbodarna och magasinerna vid Møljen. Precis utanför stadskärnan finns även Hudiksvalls äldre kvarter, Fiskarstaden, med många utmärkande och vackra byggnader.

Byggnaderna skulle dock behöva belysas bättre och lyftas fram mer än vad som görs idag. De



Till vänster: korsningen Bankgränd- Stationsgatan. Överst till höger: stadshotellet sett från Rådhusparken, Längst ner till höger: gamla Sundsvallsbanken med kyrkan och Bankgränd i bakgrunden.

är en tillgång i stadskärnan.

8.6 Resultat Fokusområde 4 – Tillgänglighet

Fokusområdet tillgänglighet omfattar många olika aspekter av tillgänglighet. Hur kan man ta fram i staden på olika sätt, öppettider, tillgänglighet för personer med funktionsnedsättning m.m. Gruppen har genomfört stadsvandringar tillsammans och på egen hand för att dokumentera alla aspekter. Data har samlats in för varje aspekt som ligger inom fokusgruppens ansvarsområde.

8.6.1 Skyltar

Gatuskyltar har två olika utformningar och det är inte helt konsekventa placeringar. Några gatuhörn saknar gatuskyltar och på Marknadsgatan finns ingen gatuskylt alls. Det kan göra det svårt att veta var du befinner dig.



Exempel på gatuskyltar. Källa BID-projektet

8.6.2 Tillgänglighet för personer med funktionsnedsättning

Ytor främst på gågator används som uppställningsyta utanför butiker och det finns även många trottoarpratrar. Detta blir hinder för synsvaga. Ledstråk finns på flera platser men flera är slitna, särskilt s.k. kupolplattor som behöver bytas ut på flera platser.

42 butiker och verksamheter utanför gallerian har trappa in. Personer med rörelsehinder (tillfälliga eller permanenta) kan inte ta sig in alls om de behöver hjälpmedel. Det är också svårt för t.ex. personer med barnvagn att ta sig in. Ytterligare 13 verksamheter saknar dörröppnare.

Det betyder missade potentiella kunder för verksamheter och dålig inkludering för personer med funktionsnedsättningar och andra som drar nytta av tillgänglighet.



Exempel på lokaler med och utan tillgänglighet för personer med rörelsehinder

8.6.3 Tillgänglighet för alla

Stadskärnan kan nås med olika kommunikationsmedel t.ex. bil, cykel och buss. Delar av stadskärnan har gjorts till gågator, vilka ger en bra framkomlighet för gående och gör centrum trevligare att vistas i. Men staden är mycket präglad av trafikbuller, var gruppen än stod under stadsvandringen överröstades vi hela tiden av trafik. Särskilt bussarna låter mycket högt. Det minskar trivseln.

8.6.4 Taxi och kollektivtrafik

Bussar går flera gånger i timmen dagtid. Tidtabeller finns men bara en av två hållplatser för stadstrafiken har en digital information. Det borde finnas på båda eftersom den även har information om hur lång tid som är kvar till nästa avgång. Hållplatser för stadstrafiken och landsortstrafiken ligger i nära anslutning till varandra, båda i centralt läge i stadskärnan.

En upphämtningsplats för taxi finns på Västra Tullgatan utanför Guldsmeden.

8.6.5 Parkering för bilar

Kartan redovisar totalt 1500 parkeringar i centrala Hudiksvall varav ca 300 kantstensparkeringar. Alla ligger dock inte i BID-området.



Exempel olika typer av parkeringsplatser i BID-området. Källa BID-projektet

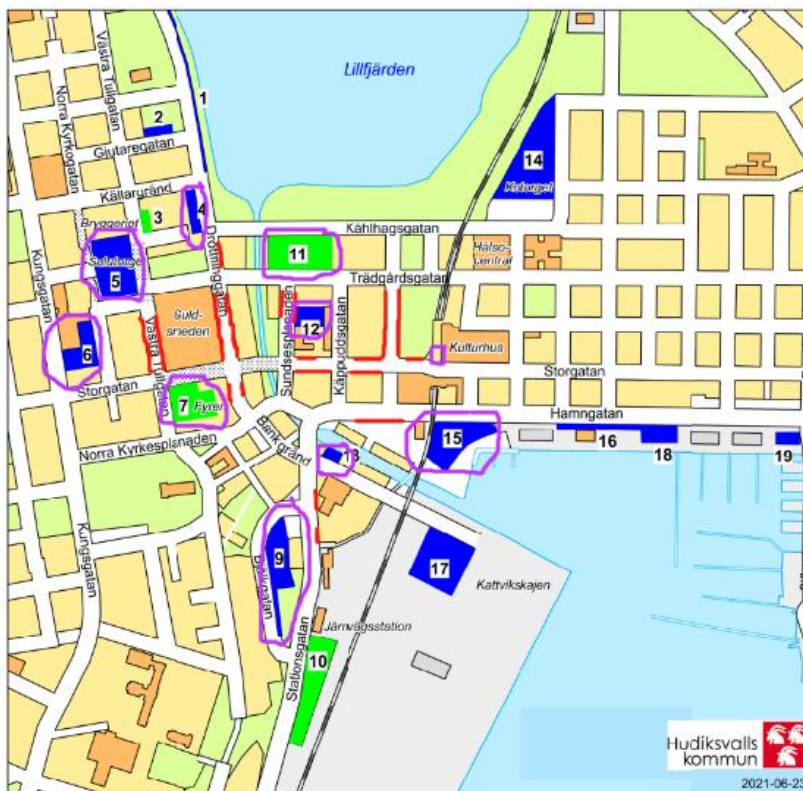
I BID-området eller i direkt anslutning till BID-området finns ca 720 platser på parkeringar (markerade med lila).

Det finns även ca 140 kantstensparkeringar inom BID-området (markerade med röda streck).

Utöver det finns också ca 20 handikapparkeringar och 2 parkeringar med laddstolpar (på parkering Milstolpen, se karta). Totalt blir det ca 882 bilparkeringar inom eller i direkt anslutning till BID-området (markerade på kartan). Utöver det finns ytterligare platser i närområdet utanför BID-området. Fem parkeringar ligger i nära anslutning till gallerierna. Det finns även kantstensparkeringar på alla gator runt om gallerierna samt en rad med parkeringar på Trädgårdsgatan utanför kommunens huvudentré.

Offentliga parkeringsplatser i centrala HUDIKSVALL

1. P-skiva Drottninggatan
 2. P-skiva Gjutaregatan
 3. Avgift Kv. Färgaren (Privat)
 4. Avgift Garvaren
 5. Avgift Salutorget
 6. Avgift Milstolpen
 7. Avgift Fyren (Privat)
 9. P-skiva Järnvägsparken
 10. Avgift Järnvägsstation (Privat)
 11. Avgift Kv. Rådmannen (Privat)
 12. Avgift Museet
 13. P-skiva Fisktorget
 14. Kotorget
Fordon får parkeras under högst 24 tim. i följd.
 15. P-skiva Tvärkajen
 16. Tullhuset
Fordon får inte parkeras under längre tid än 24 tim. i följd på vardagar, utom vardag före sön- och helgdag.
 17. Kattvikskajen (Pendlarparkering)
 18. Stenkajen
Fordon får inte parkeras under längre tid än 24 tim. i följd på vardagar, utom vardag före sön- och helgdag.
 19. Hamnmagasinen
Fordon får inte parkeras under längre tid än 24 tim. i följd på vardagar, utom vardag före sön- och helgdag.
- Kantstensparkering ca 300
Parkeringsplatser i centrala Hudiksvall ca 1500
 Gågata/Gångfartsområde



Parkeringskarta centrala Hudiksvall. De parkeringsplatser som är räknade är markerade med lila ring. Gator med räknade kantstensparkeringar är markerade med röda linjer. Källa Hudiksvalls kommun

8.6.6 Gång- och cykelvägar samt cykelparkeringar

Totalt finns plats för 445 cyklar inom eller i direkt anslutning till BID-området. Många cykelställ är i dåligt skick.

Gång och cykelvägar är inte uppdelade mellan gång och cykeltrafikanter. Det kan t.ex. göras genom att måla cykel- och gångtrafikanter-pictogram direkt på cykelvägarna. Vissa cykelvägar göms bakom murar, grönska, hus. Tydligare skyltning mot dessa behövs. Helst bör GC-vägar delas upp med ett fält för gående och ett för cyklister

Det är ofta otydligt hur cykelstråk hänger ihop och det saknas snuttar för att länka ihop cykelstråk.



Gång- och cykelväg i korsningen mitt emot bion. Källa BID-projektet

Karta cykelparkeringar i BID-området



- A Trädgårdsgatan 4 parken 76 platser med tak
- B Västra Tullgatan Salutorget gågata 20 platser utan tak
- C Milstolpen 18 platser varav 9 med tak
- D Salutorget Bryggeriet 20 platser utan tak
- E Storgatan gågatan 36 platser utan tak
- F Kanalen DK/Tatueringstudio 20 platser utan tak
- G Kanalen Apa/Esspressohouse 16 platser med tak
- H Kanalen hållplats A 15 platser utan tak
- I Biblioteket/Kulturhuset 52 platser utan tak
- J Möljen Torget 15 platser utan tak
- K Stationsgatan 1A 10 platser utan tak

Parkeringskarta källa Hudiksvalls kommun

8.6.7 Öppettider

Utanför gallerierna saknas helt samordning av öppettiderna. Bara på gågatan ligger exempelvis tre butiker bredvid varandra som har öppet olika länge på dagarna och skiljer sig åt om huruvida de har öppet lördag-söndag.

8.6.8 WiFi

”Glada Hudik” är ett öppet nätverk som täcker området kring gågatan, museet och ner mot Möljen. Under det senaste året har kommunen tillsammans med RISE, Fiberstaden och Hexatronic byggt ut detta nät med hjälp av EU-medel, så det nu täcker upp hela Gylis-området (inne och ute) och promenadstråket mellan Gylis och centrum längs Lillfjärden där Hexatronic har fått möjlighet att skapa en testbädd för sin InOne-teknik som möjliggör 5G.

8.7 Resultat Fokusområde 5 - Rent tryggt och säkert

Platsvandringen skedde på morgonen när det var väldigt lugnt på stan. Platser kan upplevas på ett helt andra sätt vid andra tider under dagen, rusningstid, kvällstid efter att affärerna har stängt och nattetid då restauranger har stängt. Upplevelsen kan också skilja sig under andra årstider, ex hur påverkar snö och halka?

Platser som upplevs otrygga är Marknadsgatan även kallad ”Dackås-gränden” och vid Hudiksvalls station samt kiosken vid busstationen. Det har även skett ett antal våldsbrott i området som påverkar.

8.7.1 Belysning

Belysningen inom området behöver generellt ses över och förbättras. Det finns bland annat många mörka platser som skapar otrygghet.

Belysning är en viktig del utifrån ett trygghetsperspektiv. Många fasader saknar helt belysning eller har trasiga lampor. Detta gör att många platser inom området blir väldigt mörka på eftermiddagen och kvällen under vinterhalvåret.

Några byggnader och områden är väl upplysta vilket vi tar med oss som goda exempel.

En annan problematik är att existerande belysning kan behöva rengöras och lagas.



Skulptur utanför Gallerian Guldsmeden på Storgatan Källa BID-projektet

8.7.2 Fåglar

Ett stort problem som diskuterades i alla fokusgrupper är avföring från fåglar. Vi har många fåglar som vistas inom området vilket medför att gator och bänkar blir täckta av avföring, speciellt på vissa specifika platser där man planterat träd med bär.

Gator och bänkar rengörs säsongsvis, men det finns ingen som underhåller perioderna emellan.

8.7.3 Klotter

En kartläggning av klotter har utförts. Klottret har fotograferats och dokumenterats tillsammans med tillhörande adress. Kartläggningen är också inlagd i kommunens GIS-system vilket innebär att varje klottrad plats som är inlagd på kartan även är kopplad till bild av vilket klotter som förekommer. Det kommer att ge goda möjligheter till uppföljning.

Efter en kortare analys går det att utläsa att några signaturer, så kallade taggar, förekommer oftare än andra, det går även att identifiera områden och gator som är särskilt utsatta. Några av dessa områden är resecentrum, bussterminalen, Möljen samt Käppuddsgatan. Parkeringar och för allmänheten mer dolda platser är även de attraktiva för klottrare och graffitimålare.



Varje gul prick på kartbilden motsvarar en klottrad fasad, skulptur, ett elskåp eller annan yta. Kartläggningen har gjorts inom och vid BID-områdets gräns. I kommunens GIS-karta är bild kopplad till varje punkt i kartan. Källa Hudiksvalls kommun.



Exempel på typiskt klotter inom BID-området. Bildkälla kartläggning klotter Hudiksvalls kommun

8.8 Resultat fastighetsägargruppen

Styrgruppen inom fastighetsägarrådet har bjudit in samtliga fastighetsägare som har fastigheter i stadskärnan till att vara med i gruppen. Det gäller både de som har kommersiella fastigheter och de som har lägenheter.

Uppfattningen bland fastighetsägarna är att dialogen med olika delar av kommunen inte fungerar tillfredsställande och att ett dialogarbete för att förbättra det bör påbörjas omgående.

Enkäterna bland fastighetsägarna visar på att man tycker att stadskärnan har potential men att det finns förbättringspotential för bland annat belysning, klotterbekämpning, outnyttjade ytor etc.



Advent Lillfjärden. Källa Hudiksvalls kommun

9. CASE

Efter att ha format 5 fokusgrupper där man diskuterat och analyserat vilket behov av utveckling olika områden har, blev det tillfälle att starta upp gemensamma pilotprojekt. Kortsiktiga så kallade "case" för ta pulsen på hur samverkan fungerar i de olika arbetsgrupperna och för att lära oss vad som fungerar och vad vi måste förbättra i förhållande till varandra.

För ett Gladare Hudik



Case inom BID området

- 1 Västra Tullgatan
- 2 Marknadsgatan
- 3 Möljen
- 4 Bussterminalen

Bild över BID-området med fyra identifierade platser som grupperna särskilt har nämnt som platser i behov av utveckling.

9.1 Gemensam insats för en renare stadskärna

Lördagen den 18 september 2021 skedde en nationell kraftsamling för att städa offentliga platser i Sverige. Det kan vara allt ifrån badstränder, en vägren eller gatorna i ett centrum. Den här dagen kallas "Håll Sverige rent" och arrangeras över hela landet årligen. I Hudiksvall tog Bodil Nylander som deltar i BID-processen stafettpinnen och samlade engagerade människor för att städa Glada Hudiks stadskärna. En nästan 20 personer stark styrka städade tillsammans i ledning av Bodil.



Bild från skräpplockardagen den 18 september. Källa BID-projektet

Bodil Nylander jobbar som hållbarhetskonsult inom MIKA Gruppen till vardags och brinner för frågor som rör hållbarhet och miljö. Hon har valt att engagera sig i Hudiksvalls BID-process som kallas "Gladare Hudik" då hon vill hjälpa till att göra Hudiksvall till en stad som är ren, hållbar och trevlig för de som besöker den. Ett stort beröm kom ifrån Svenska stadskärnor för att Hudiksvall tjuvstartade och genomförde ett projekt innan steg 3 i processen när det egentligen är dags att starta gemensamma case. Roligt att projektet direkt mynnade ut i engagemang och aktioner för ett gladare Hudik.

9.2 Gemensamt projekt - Sommargatan på Västra Tullgatan

För att främja trivsel och öka handel har en idé till ett första samfinansierat delprojekt inletts. Samtliga parter och fokusgrupper inom projektet har enats om ett delprojekt med fokus på att utveckla en "Sommargata" på Västra Tullgatan med en testperiod under sommaren 2022. Västra Tullgatan är en plats med stor potential, men gatan upplevs som en bakgata trots att den binder samman två gågator med central handel.

Huvudmålet är att skapa och forma Västra Tullgatan till en attraktiv plats med skön känsla i en fysisk trygg miljö, för både lokalinnevanare och besökare. En plats som binder samman två viktiga målpunkter där det idag upplevs ett glapp.

Projekt sommargata siktar på att skapa en plats där människor vill stanna kvar. Det ska vara en plats att bli glad av med mycket färg, grönska och med lekfulla inslag för att tilltala alla åldrar. Det kommer att finnas sittplatser och uteserveringar som ger möjlighet att vila och mötas på, för att sedan vilja uppleva staden mer.

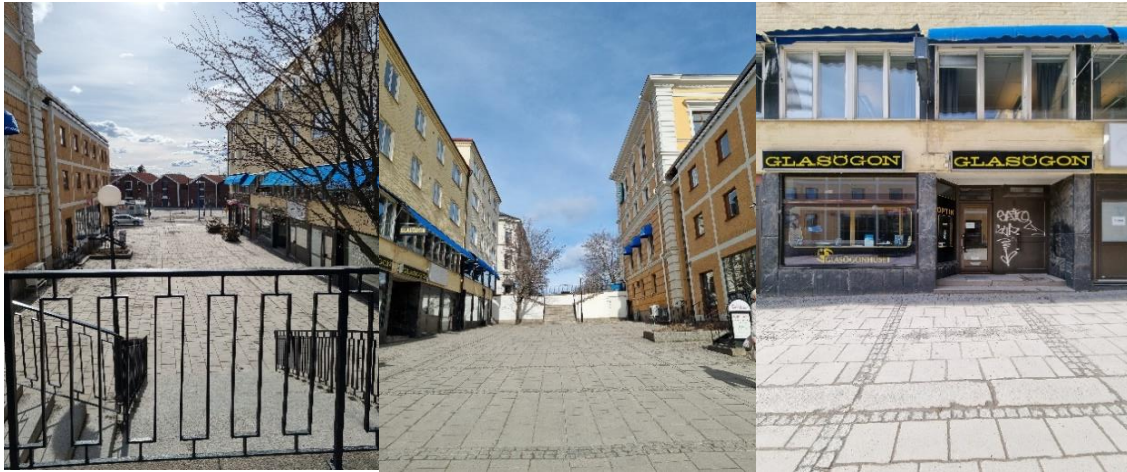


Vila och harmoni möter glädje och gemenskap. Ett vardagsrum mitt i staden. Illustration : Kenneth Englund 2022.

Fastighetsägargruppen var också positiva till att göra om Västra Tullgatan till sommargata i sommar. Deras önskemål var att projektet skulle vända sig brett bland restaurangägarna i stan och fråga vilka som var intresserade av att driva en mobil restaurang.

9.3 Marknadsgatan

”Gränden vid Dackås”, en gata och gräns som alla fokusgrupper haft synpunkter på. Marknadsgatan har en trappa upp till Storgatan där man möts av Rådhusparken och Stadshotellet. Storgatan följer sedan hela vägen ner till centrum, förbi muséet och kanalbron till Hudikgallerierna.



Marknadsgatan – gränden mitt emot Möljen Källa BID-projektet

Gatan känns övergiven men har stor potential att fungera som en länk mellan Möljen och centrum, om den görs inbjudande och attraktiv med sittplatser och grönska. Att fylla upp tomma lokaler är också viktigt här tillsammans med en etableringsstrategi för att skapa ett ledande stråk mellan platserna.

Denna gata arbetar fokusgrupp ”Platsen” vidare med.

9.4 Utbudsgruppens pilotprojekt - Vinterparken på Möljen

Under mars genomförde utbudsgruppen ett pilotprojekt och arrangerade vinterpark på Möljen. Gruppen valde projektet vinterpark eftersom Hudiksvall saknar aktiviteter under vinterhalvåret. Inspiration hämtades från Östersunds Vinterpark och namnet på evenemanget blev ”Vinterpark på Möljen”.

Vinterparken hölls fyra lördagar i mars och genomfördes i strålande väder de tre första lördagarna. Sista lördagen var vädret tyvärr inte riktigt på vinterparkens sida, men kunde genomföras ändå. Varje lördag hade ett tema. I tur och ordning:

Snö & Lek

Djur & Natur

Kultur

Träning & Rörelse

I vinterparken skapades en mötesplats där man träffade andra människor och deltog i friluftaktiviteter. Man kunde grilla korv på grillar som hölls igång av utbudsgruppen, barnen kunde åka skidor och åka pulka i den särskilt uppbyggda pulkabacken. Familjer åt god mat, lekte och njöt av det fina vädret tillsammans. Samtidigt höll föreningar och verksamheter i aktiviteter runtom pulkabacken.

Evenemanget blev en framgång och var mycket välbesökt. Vinterparken blev den träffpunkt och mötesplats som utbudsgruppen hoppats på och den gav även positiva effekter för främst restauranger och kaféer runtom Møljen. Planen är att vinterparken ska bli ett återkommande event.



Bilder från Vinterparken på Møljen med välkomstportal, grillar, pulkabacke och skidspår. Hudikgalleriornas maskot var också populär bland barnen. Källa BID-projektet och Hudikgalleriorna

9.5 Gemensamt projekt - Bussterminalen

I arbetet med BID har järnvägsstationen, bussterminalen och stråket mellan resecentrum och handels centrum pekats ut som viktiga att arbeta med. Eftersom centrumhållplatsen har förändrat busstrafiken finns inte längre samma behov av en bussterminal vid järnvägen. Kommunen har sedan tidigare initierat en omvandling av bussterminalen för att kunna nyttja de stora asfalterade ytorna för cykel- och bilparkering, göra hållplatslägen längs gatan och

skapa trivsamma ytor för människor som väntar eller passerar. Finansieringen är i stort sett är på plats, och nu kan samverkan kring utformningen ske genom BID-processens kanaler. Även konstnärlig utsmyckning kommer att rymmas i projektet och dialogen med ungdomar är viktig.



Bussarnas yta i Hudiksvall kan användas av cyklar, bilar och gående. Källa: BID-projektet

10. Omvärlden och marknaden

10.1 Trender och utveckling

En idé från Frankrike som har blivit alltmer populär på senare år är den om 15-minuterstaden. Den innebär att man ska ha 15 minuters promenad- eller cykelavstånd till allt man behöver i vardagen, såsom grundläggande service, en liten matbutik, gemensamma utomhusytor och kollektivtrafik. I konceptet ingår oftast också att begränsa biltrafiken, för att göra plats för fotgängare och cyklister.

Genom att skapa en kvartersstad läggs grunden för att tillhandahålla en attraktiv stadsmiljö som stadens befolkning uppskattar att bo, arbeta och leva i. I en tid då människor upplever ett uppdämt behov av att umgås och socialisera fyller kvartersstaden funktionen som brygga mellan stad och en mindre gemenskap där individer tillåts samverka i sociala sammanhang. Detta leder i sin tur till ökad social hållbarhet och ett ökat välmående.

Många vittnar om både ett ökat utbud och en ökad efterfrågan på kommersiell kultur och andra identitetsskapande verksamheter i stadskärnan.

Hudiksvalls relativt lilla och täta centrum möjliggör för 15-minutersstadens kvaliteter. På 15 minuter hinner besökaren från ena sidan av det stadens yttre centrumring till den andra. Med förstärkning av stråk skulle viljan att promenera genom staden främjas.

Det finns varken sanningar eller enkla svar på hur och vad framtidens fysiska mötesplatser kommer att vara. Men, det finns viktiga förutsättningar att ta hänsyn till för att vi ska kunna skapa attraktiva mötesplatser.

10.2 Sätt människan i centrum

Vi människor skapar platserna genom att bo och arbeta där och konsumera dem som både invånare och besökare. Vi attraheras av platser där våra sinnen får intryck, där allt inte är färdigt, där vi kan upptäcka nytt och som har plats för möten. Framtidens attraktiva plaster är de där man som människa, modig entreprenör, medarbetare och besökare vill satsa och investera sin värdefulla tid, sitt kapital och sin kreativitet. Medarbetare på företag inom handel och besöksnäring bidrar till att göra en plats mer attraktiv genom professionella servicemöten. Bra möten ger oss människor positiva upplevelser som stannar kvar.

10.3 Hitta platsens identitet, historia, själ och nya drivkrafter

I många av dagens platsutvecklingsprojekt finns en tendens att göra likadant som någon annan har gjort. Vi kopierar gärna framgångsrika koncept och låter samma café- eller butikskedja ta plats i lokalerna eftersom det fungerat bra på en annan plats.

Detta kommer inte att fungera. Platser behöver hitta sin egen, tydliga identitet och utgå från den som en röd tråd i all planering. Det gäller för både utveckling och underhåll av destinationer, platser, mötesplatser och för bostadsområden. Vi behöver vara mer pålästa

och kunniga om våra platser och bli bättre på att förmedla deras unicitet för att skapa platsunika upplevelser.

10.4 Satsa på platsens kvalitet

Framtidens attraktiva mötesplatser är så kompletta och innehållsrika att de som bor där inte känner sig tvungna att resa iväg och lockar långväga besökare. Staden kan ses som en underhållningsmaskin. Det är viktigt att komma ihåg att platser för konsumtion, upplevelser och konstnärlig kreativitet förutsätter en flexibel användning av stadsområdet och regelverk som främjar detta. Den attraktiva staden eller mötesplatsen erbjuder effektiva möten, är trivsamt, tillgänglig och flexibel. Den är välkomponerad vad gäller topografi, vatten, natur och siktlinje. Den har även en blandning av funktioner som handel, hotell och restaurang, nöje, kontor och bostäder.

10.5 Skapa nya och tidiga samarbeten och testbäddar

En viktig framgångsfaktor för att skapa en attraktiv plats är att i ett tidigt skede av planering och utveckling sammanföra intressenter från olika sektorer; stadsplanerare, fastighetsägare tillsammans med kunniga entreprenörer och innovatörer inom mat, dryck, handel, kreativa näringar, nöjen, ideella verksamheter samt forskare. Hela stadsdelar, destinationer eller evenemang kan med fördel användas som testbäddar för att ge information om hur framtidens platser och miljöer bäst kan skapas.

10.6 Digitalisering i staden

Digitalisering och användning av ny teknik skapar stora möjligheter att skapa nytt utbud och förstärka upplevelsen av staden. I dagsläget har digitala verktyg och ny teknik ett relativt litet utrymme i Hudiksvalls stad. Det senaste året har dock ett nytt utbud kunnat identifieras i form av ett "co-working space", alltså en ny typ av kontorslokal för satellitkontor och distansarbete. Tillsammans med hotellen som börjat erbjuda sina lokaler för distansarbete och ett flexibla arbetssätt. Möjligheterna är oändliga, även inom flera områden, vilket gör att det finns stor potential till utveckling av stadskärnan med hjälp av digitalisering.

11. Målgrupper, kunder, invånare och besökare

Kommunen växer och vill fortsätta att växa. Visionen är att nå 50.000 invånare år 2050 där hälften, 25.000 invånare, är bosatta i staden. Befolkningen ökar ganska måttligt över tid. För att nå de mål som följer av visionen behöver befolkningsutvecklingen ta en större fart. Hudiksvalls stad har i dagsläget ca 16.500 invånare och i BID-området är ca 330 personer bosatta.

Staden utvecklas och nya stadsdelar tar form, Kattvikskajen och Västra Hamnen är två områden där det just nu sker stora nybyggnationer. Där ett nytt utbud av bostäder, kontor, hotell, restauranger, med mera växer fram.

Den målgrupp som lockas till staden är framför allt kommunens egna invånare, men stadens utbud lockar även människor från övriga Hälsingland och Gävleborg eftersom Hudiksvall är den största staden i Hälsingland. Fler och fler tillresta besökare från övriga Sverige hittar också hit, framför allt på grund av evenemang och närheten till naturupplevelser och världsarvet Hälsingegårdar. Även Hälsinglands museum, sjöbodarna och Mulle Meck är attraktioner i staden som lockar till besök.

Besökarna tillhör framför allt den äldre målgruppen, 60 +, som gillar att njuta av livet och upptäcka kultur och nya platser. Men målgruppen "aktiva familjer" ökar och har fått upp intresset för Glada Hudik, framför allt tack vare den bredd av upplevelser som finns runt om kring staden.

Hudiksvall har även en stor målgrupp av förbipasserande besökare som är på väg till fjällen och Höga Kusten. De flesta tar sig dock inte hela vägen in till staden, utan stannar på externhandelsområdet Medskog. Här finns alltså en stor potential till att locka in resenärerna att upptäcka Hudiksvalls stad och dess växande utbud.

11.1 HUI Handelsindex för Hudiksvall

Dagbefolkningen i stadskärnan uppgår till 376 % av nattbefolkningen, vilket innebär ett nettoinflöde av arbetskraft till stadskärnan. Detta är betydligt högre än för jämförbara städer.

3 % av kommunens befolkning bor i stadskärnan. Detta är en lägre andel än jämförbara städer.

Omsättningen i Hudiksvalls stadskärna minskade med 7,1 % 2020, vilket är ett mindre tapp än andra jämförbara städer. Den bransch som gick bäst var dagligvaror, medan kommersiell service och hotell tappade mest.

Hudiksvalls kommun har ett försäljningsindex under hundra, vilket tyder på att kommunen har ett nettoutflöde av köpkraft. Detaljhandelsförsäljningen har minskat mer i stadskärnan jämfört med kommunen i helhet. Stadskärnan står för 28 % av kommunens totala detaljhandelsomsättning. Det är en större andel än jämförbara städer.

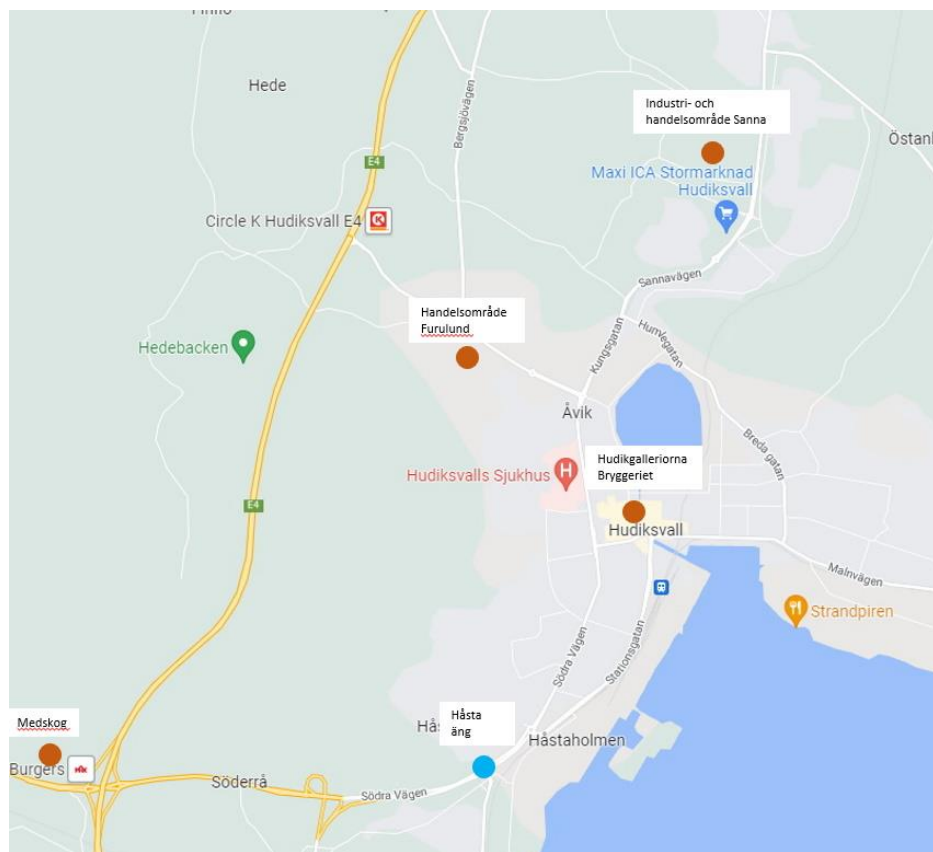
När man tittar på detaljhandelns omsättning per capita ligger Hudiksvall på andra plats i länet efter Gävle med 63 900 kr per capita. Det är strax under riksgenomsnittet på 65 850 kr per capita.

11.2 Konkurrenssituationen

Hudiksvall är Hälsinglands största handelsstad och får besökare från hela länet. Kringliggande kommuner och städer som konkurrerar med handel och andra besöksanledningar är Delsbo, Ljusdal, Söderhamn, Bollnäs, Gävle och Sundsvall.

11.2.1 Konkurrenssituation inom och i direkt närhet till staden

I Hudiksvalls stad finns fyra tydliga områden som samlar handel på samma plats. Utöver stadskärnan även Medskog strax utan för staden vid E4, handelsområdet vid Furulund och Sanna industri och handelsområde där Medskog ligger längst ifrån stadskärnan. Medskog har främst större varuhus och domineras av kedjor som i stor utsträckning erbjuder sällanköpsvaror t.ex. möbler, maskiner, verktyg och elektronik. Ofta i kombination med varor i andra kategorier exempelvis hushållsartiklar, heminredning och biltillbehör.



På bilden visas huvudsakliga platser där handel samlats inom staden. Blå prick med Håsta äng är ett område som börjat samla handel och där en detaljplan för en stor livsmedelsbutik planeras.

Utöver de tre platser som har beskrivits finns även ett till blandat industri- och handelsområde i norra Hudiksvall vid Sanna som främst präglas av småindustrier och tjänsteföretag, men som även har en viss handel.

Medskog har varit omdiskuterat och diskussioner har förts om det konkurrerar med stadskärnans handel eller inte. Vissa ser det som ett hot medan andra ser möjligheter. Medskog ger förbipasserande en anledning att stanna till och om man jobbar med att marknadsföra stadskärnan därifrån så kan man på sikt leda handel till staden. Medskog kan också innebära att det totala utbudet i Hudiksvall är så stort att våra invånare inte behöver åka till andra handelsplatser. På så vis kan Medskog kanske stärka kundunderlaget även i centrum.

Handelsområdet Furulund liknar till viss del området på Medskog vad gäller utbudet om området öster om Furulund inkluderas men har exempelvis även matbutik, leksaker, byggvaror och second-hand på eller i närhet av området. Området strax ovanför Furulund är ett blandat industri- och handelsområde med en mix av möbler, byggvaror och matbutik och serviceverksamheter. Handelsområdet Furulund ligger inom promenadavstånd från stadskärnan.

Håstaäng är ett område där viss handel har börjat samlas under senare år. Det finns även planer för en ny detaljplan för en stor livsmedelsbutik i området.

11.2.2 Konkurrenssituation mellan städer

En stor konkurrent till den fysiska handeln i Hudiksvall anses vara handelsområdet Birsta strax norr om Sundsvall. En stor dragare på Birsta är IKEA som även finns i köpområdet Valbo väster om Gävle. Men Birsta ligger på närmare avstånd och har fler butiker i alla storlekar. Där finns gallerian Birsta City under ett tak med över 90 butiker där exempelvis de största kläd- och skokedjorna finns representerade. För de som är märkesmedvetna finns det även för dem ett relativt stort antal butiker i gallerian. Utöver kläder finns restauranger, heminredning, pyssel, sportbutiker och mycket mer. Området



På bilden visas de köpcentrum och handelsplatser som är konkurrenter om handeln inom nära besöksavstånd.

utanför domineras av större varuhus inom alla tänkbara handelskategorier exempelvis elektronik, byggvaror, sportartiklar, lågprisvaruhus o.s.v. Utbudet är mycket stort på Birsta och området är omfattande. Handelsområdet Valbo utanför Gävle har till stor del samma utbud, men har ca 60 butiker i gallerian.

Konkurrensen mellan orterna i närområdet bedöms vara mindre än mellan Hudiksvall och Birsta. Utbudet är liknande eller mindre både inom respektive Orts centrum och externa handelsområden. Det är främst de som är bosatta i kommunens yttre delar med ungefär samma avstånd mellan Hudiksvall och andra närmaste ort som besöker Ljusdal och Söderhamn. Bollnäs är en mindre konkurrent. Dock kan dessa orter dra kunder till nischbutiker eller butiker som vi saknar.

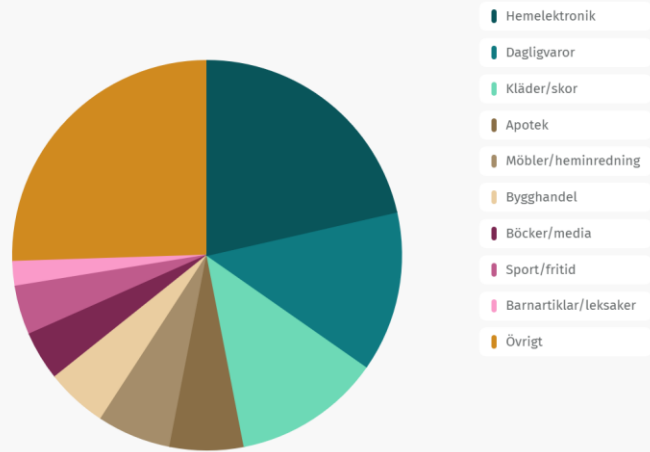
11.2.3 E-handel

När Corona-pandemin bröt ut under våren 2020 accelererade konsumenternas e-handlande kraftigt, och branschen växte med 40 procent när en stor del av konsumtionen förflyttades från de fysiska butikerna till e-handeln. Trots dessa extremt starka jämförelsetal lyckades e-handeln växa med ytterligare 20 procent under helåret 2021, enligt Postnords E-barometer.

En delförklaring är en utdragning av pandemin och fortsatta restriktioner, men utvecklingen kan även ses som ett bevis på att många svenskar vant sig vid att handla på nätet och kommer fortsätta göra det i viss utsträckning i framtiden. Under 2021 stod e-handeln för 45 procent av tillväxten i hela detaljhandeln, och e-handelns andel av den totala försäljningen i detaljhandeln uppgick till 16 procent.

Både den digitala och den fysiska varukorgens största kategorier är dagligvaror och övrigt. Även i Hudiksvall visar handelsindex att en stor andel av inköpen är dagligvaror. Det finns inga uppgifter om sammansättningen av den fysiska varukorgen i Hudiksvall, men med en högre andel av handel i stadskärnan än i motsvarande städer kanske det också påverkar sammansättningen något. Vi har exempelvis flera apotek och en butik som säljer barnartiklar och leksaker i stadskärnan. Men det är sannolikt att sammansättningen ser ganska lika ut även i Hudiksvall.

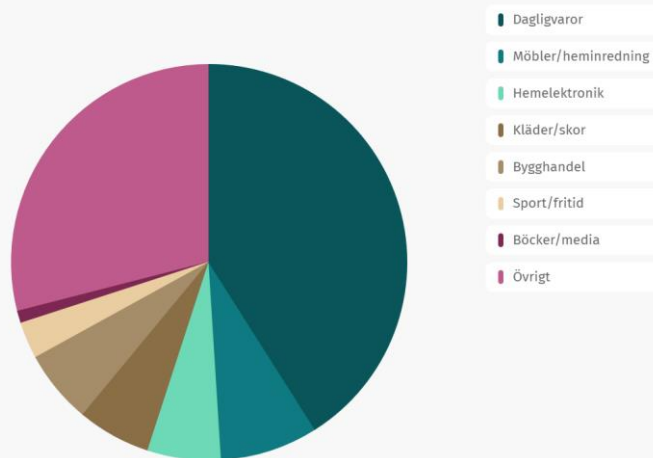
Den digitala varukorgen 2021



Källa: E-barometern, PostNord

Sammansättning digital varukorg 2021 nationellt. Källa: E-barometern, PostNord

Den fysiska varukorgen 2021



Källa: SCB

Sammansättning den fysiska varukorgen 2021 nationellt. Källa: SCB

12. Sammanfattning & slutsatser

12.1 Dåtid

Hudiksvalls olika organisationer har historiskt sett arbetat för stadens utveckling på varsitt håll. Har man hittat samarbete mellan varandra så har det varit under tidsbegränsade projekt som efter projekttidens slut inte lett till fortsatt samverkan.

I PULS-workshopen som genomfördes innan BID-projektet startades upp fann man att det fanns många olika krafter och organisationer i Hudiksvall som alla ville utveckla staden och som arbetade på varsitt håll, men det saknades samverkan och gemensamma mål. Det behövdes en gemensam riktning för insatserna. Det saknades också kontaktytor. De olika parterna och intressenterna träffade inte varandra, vilket bäddade för missförstånd och gjorde att det blev svårt att driva utveckling i större frågor.

Det finns också en köpmannaförening/företagsförening för näringsidkare i Hudiksvalls stadskärna sedan 2004. Hudik City är en ekonomisk förening för företagssamverkan som arbetar för ett levande, trivsamt och tryggt Hudiksvall. Hudik City hade en samverkan mellan handlarna, men arbetade enbart operativt, inte strategiskt.

12.2 Nutid – under processen i BID

Att genomföra stadsvandringar har hjälpt alla aktörer som deltar i projektet att lyfta blicken både för att få syn på det unika och vackra med vår stad och att lägga märke till bristerna. Det finns mycket att åtgärda och utveckla, men även mycket att vara stolta över.

Under tiden i BID-processen har det bildats en politisk referensgrupp där arbetssätt, projekt och åtgärder förankras.

Genom att skapa ett BID-projekt har Hudiksvall fått en bra start för att kunna hitta en samverkansorganisation och ett gemensamt mål för alla aktörer att arbeta mot tillsammans. BID-projektet har redan lett till flera aktiviteter och åtgärder som genomförts eller håller på att genomföras. En vinterpark skapades på Møljen under mars, skräpplockardag genomfördes i september och en sommargata kommer att invigas i maj. Inget av det skulle ha varit möjligt utan samverkan både i form av gemensam vision, gemensam finansiering och gemensamma arbetsinsatser. Genom det gemensamma arbetet har stadens olika intressenter från näringsliv, kommun, politik och föreningar kunnat närma sig varandra.

Under två månader har en nulägesanalys skapats där alla aktörer genom styrgrupp, fokusgruppen och fastighetsägargruppen gett sina bidrag till hur Hudiksvalls nuläge ser ut. I nulägesanalysen samlas också många undersökningar och styrdokument som finns i Hudiksvall.

12.3 Framtid

Att ta fram en nulägesanalys, få djupdyka i vår gemensamma bakgrund, hur våra samarbeten sett ut och utvecklats över tid samt vilka case vi redan nu hunnit lyfta fram, har gett

mersmak inför framtiden. Med allt detta engagemang, alla samlade kompetenser och en gemensam målbild kan stadsutvecklingen i Hudiksvall nå mycket långt. Det som krävs nu är viss disciplin och en tydlig affärsplan för att få arbetet att rulla vidare. Med BID-processen har ett nytt arbetssätt kommit på plats genom styrgruppen och fokusgruppernas gemensamma arbete.

Efter Nulägesanalysen ska en Affärsplan med tillhörande handlingsplan skapas som ska berätta hur idéer/visioner/mål förverkligas. Samtidigt behöver en ny samverkansorganisation komma på plats med ett tydligt uppdrag både operativt och strategiskt. Denna samverkansorganisation blir den som ska arbeta enligt den framtagna affärsplanen och handlingsplanen i vår stadsutveckling. Även finansieringen av det framtida arbetet behöver bli tydlig. Medfinansieringen av såväl samverkansorganisationen som projekten är en avgörande pusselbit för det framtida arbetet med utveckling av stadskärnan.

I den vårt gemensamma styrdokument, den kommande affärsplanen, är det tydligt att ett av målen är att Hudiksvall år 2024 ska utses till Årets Stadskärna.

