

BID ENKÖPING
NULÄGESANALYS
2020



ENKÖPINGCENTRUM
MOT ÅRETS STADSKÄRNA

Vad är BID Enköping?

Enköping Centrumsamverkan samarbetar tillsammans med Enköpings kommun för att lägga en stabil grund för att nå målet om att utveckla Enköpings centrum så att det utses till Årets Stadskärna senast 2025.

Detta sker genom Svenska Stadskärnors vedertagna och framgångsrika process för platsutveckling BID (Business Improvement District). Processen är i sju steg och pågår mellan januari 2020 och juni 2021.

Statusrapport om centrum

Denna nulägesanalys är ett resultat av de tre första stegen i processen och samlar all viktig information om vårt valda BID-område: rutnätsstaden (prioriterat område initialt), hamnen, delar av Coop-området, kulturstråket, stationsområdet, Drottninggatan och framöver eventuellt även handelsområdet Myran.

Analysen kommer sedan ligga till grund för en affärsplan med tillhörande handlingsplan och budget för området.

Syfte

BID Enköping ska skapa ett strukturerat arbetssätt, en välutvecklad samverkan mellan det offentliga, privata och föreningslivet samt strategiska dokument att jobba utifrån i det fortsatta arbetet med centrumutvecklingen.

Mål

Utveckla Enköpings centrum så att det utses till Årets Stadskärna senast 2025 av föreningen Svenska Stadskärnor.

Vision

Enköpings centrum är Mälardalens mest blomstrande småstadskärna – i dubbel bemärkelse – där handeln, kulturen, nöjena, maten och parkerna står i centrum.

Varför ska vi lyckas?

1. Idag finns en **välfungerande centrumförening**, Enköping Centrumsamverkan, som näringsliv, fastighetsägare och kommunen står bakom.
2. Arbetet med Årets Stadskärna är välförankrat och **stöds av kommunens högsta ledning**.
3. Arbetet med Årets Stadskärna **ingår i kommunfullmäktiges övergripande verksamhetsplan**, alla berörda nämnders nämndplaner och förvaltningarnas verksamhetsplaner.
4. **Bred och tung styrgrupp** för BID Enköping skapar goda förutsättningar för att långsiktigt driva arbetet framåt.
5. **Beprövad modell** för platsutveckling, BID, anpassad efter svenska förhållanden.

Viktigaste resultaten i analysen?

- Vilja, medvetenhet och engagemang finns för samverkan inom BID-området.
- Organisation för platsutvecklingen har kommit på plats.
- Behov och utvecklingsmöjligheter har identifierats.

Finns också digitalt

Nulägesanalysen finns dels som en formgiven, tryckt och något nedkorta version på 40 sidor, dels som en totalversion med allt innehåll.

Båda finns i digitalt format på:

<https://www.enkopingsentrum.se/web/arets-stadskarna/>

INNEHÅLLS- FÖRTECKNING

4	1. Presentation av BID-området & dess organisation
5	1.1 Enköpings historia
8	1.2 Varumärket Enköping
9	1.3 Bakgrund till BID Enköping
10	1.4 Syfte, mål & vision
10	1.5 BID-området
10	1.6 Vägen till Årets Stadskärna
11	1.7 Områdets intressenter & samverkanspartner
13	1.8 Enköpings stadskärna – några nedslag igår & idag
14	2. Viktiga bakgrundsdokument
14	2.1 Vilka förutsättningar finns?
15	2.2 Internationella/nationella
15	2.3 Regionala
15	2.4 Mellankommunala
15	2.5 Kommunala
17	2.6 Vilka viktiga dokument saknas idag?
18	3. Stadsvandringar enligt de fem fokusområdena
18	3.1 Utförda stadsvandringar
19	3.2 Resultat fokusområde 1 – Varumärket
20	3.3 Resultat fokusområde 2 – Utbud
21	3.4 Resultat fokusområde 3 – Platsen
22	3.5 Resultat fokusområde 4 – Tillgänglighet
23	3.6 Resultat fokusområde 5 – Trygghet
24	4. Studier, undersökningar & workshopar
24	4.1 Vad har ökat vår kunskap?
25	4.2 Attitydundersökningar & enkäter
25	4.3 Workshopar & grupparbeten
25	4.4 Goda exempel, studieresor & lära-av-varandra
25	4.5 Erfarenhetsbyte, utbildning & nätverk
26	5. SWOT-analyser med fokus på samverkan
26	5.1 Genomförda SWOT-analyser
28	6. Omvärlden & marknaden
29	6.1 Trender & utveckling
30	6.2 Enköpings position på nationell, regional & lokal marknad
31	6.3 Vad sker i vår omgivning framöver?
32	7. Målgrupper – invånare & besökare
32	7.1 Invånare i Enköping
34	7.2 Besökare i Enköping
36	8. Konkurrenssituation
36	8.1 Hur ser konkurrensen ut för Enköping?
37	8.2 Våra största konkurrenter?
38	9. Sammanfattning & slutsatser
39	9.1 Dåtid
39	9.2 Nutid
39	9.3 Framtid



1. PRESENTATION AV BID-OMRÅDET OCH DESS ORGANISATION



1.1 ENKÖPINGS HISTORIA

Anor från 1000-talet

Enköping har en färgstark och lång historia med rötter från andra halvan av 1000-talet. Första gången som Enköping nämns i skrift var på 1160-talet och kallades då Enescopinge. Vårfrukyrkan byggdes också i början av 1100-talet och är en av landets äldsta kyrkor.

Det medeltida Enköping kom att växa fram i mötet mellan kommunikationslederna på Mälaren och rullstensåsen Enköpingsåsen. Stadens långa historia medför att hela rutnätsstaden och stora delar av centrala stadsdelarna idag är fornminnesområde.

Viktig handels- och mötesplats

Enköpings marknadsplats under vikingatiden (år 700–1050) tros ha legat vid nuvarande Afzeliiplan, idag Enköpings äldsta park. Den allra första hamnen låg vid gamla Paus-parkeringsen visar arkeologiska utgrävningar från 2013–2014, för att senare ligga vid dagens Stora torg. Under århundraden har strandlinjen sedan förflyttats söderut på grund av landhöjningen.

De arkeologiska utgrävningarna under 2017–2018 av den så kallade Statt-tomten mitt i Enköping där det gamla Stads-hotellet tidigare låg, tyder på att Enköping under medeltiden (år 1050–1520) var en av de viktigaste städerna i Mälardalen som handels- och mötesplats. Där gjordes fynd av skeppsdelar från en kogg, ett handelsfartyg som användes av Hansan, och tysk keramik när arkeologerna grävde sig ned till 1200-talet.

Första franciskanerklostret

Vid nuvarande Klosterparken bildades runt 1250 Sveriges första franciskanerkloster, där delar av resterna från det syns än idag. I ett kungligt brev från 1530 uppmanade kung Gustav Vasa franciskanermunkarna att klostret skulle skötas som ett hospital för fattiga spetälska. Klosterverksamheten kan ha upphört helt omkring 1540, möjligen på grund av reformationen.

Järnet skapar blomstringstid

Under 1300-talet upplevde Enköping en blomstringsperiod. Genom sin placering vid en vik i Mälaren, var staden en viktig knutpunkt för handel och sjöfart. Stadens näringsliv baserades på handel med järn, koppar och silver mellan Bergslagen och Stockholm. Staden växte.

Under 1600-talet försämrades dock förutsättningarna för denna handel kraftigt på grund av att skeppen inte längre tog sig fram till Enköping. Landhöjningen hade minskat bredden och djupet i Stadsviken.

Agrara näringar tar över

Borgarna i staden började därför istället att utveckla agrara näringar som åkerbruk, boskapsskötsel och fiske. Under Drottning Kristinas tid (1632–1654) uppläts också tomter och ny jord till dessa borgare. Morötter, bönskidor, kålrötter, persiljerötter och pepparrötter var några av de grödor som odlades och såldes till städerna runtomkring som Stockholm, Uppsala och Västerås.

Under 1700-talet fortsatte Enköping som agrar handelsstad främst inriktad på livsmedelsmarknaden i Stockholm, genom att förse huvudstaden med spannmål och rotfrukter. Befolkningen bestod då av drygt 1 100 invånare. Hantverk, handel och rotfruktsodling var de dominerade näringarna fram till 1900-talets början och pepparroten var stadens karaktärsväxt.

Fjärde stadsbranden skapar rutnätsstad

Som alla städer drabbades Enköping av stadsbränder, den fjärde och senaste ägde rum 1799. Då brann stora delar av den gamla trästaden ned, som då såg ut som en förvuxen bondby. Efter branden togs beslut om en ny och reglerad stadsplan år 1800 – grunden till dagens rutnätsstad.

Det kom däremot att dröja nästan ett helt sekel innan staden var helt återuppbyggd igen, med ett mycket modernare utseende likt en stad. Två områden kom däremot aldrig att följa den reglerade planen: Rådhusgatan och Munksundsområdet.

Doktor Westerlund lägger grunden till Hälsostraden

I slutet av 1800-talet blir Enköping omtalat tack vare stadsläkaren Ernst Westerlund (1839–1924) som hade läkarmottagning i nuvarande Westerlundska gården. Han blev känd långt utanför Sveriges gränser för sin märkliga förmåga att hjälpa lidande människor. Ingen svensk läkare lär ha haft så många patienter och han arbetade ständigt. Ernst Westerlund kallas med rätta "arbetsterapins fader". På 1890-talet inkvarterades samtidigt runt 300 patienter till doktorn, att jämföra med stadens egen folkmängd som då var 3 500.



VISSTE DU ATT

Enköpings tågstation invigdes 1876 och ligger hela 2 kilometer från stadens stads kärna. Doktor Westerlund tyckte detta var bra, då fick de besökande med tåg en hälsosam promenad in till stan.



Rester av franciskanerkloster



Rådhusgatan



Doktor Westerlund



Klara Hall

Kapten Klara Hall startar frälsningskår

På Kyrkogatan ligger ett vackert hus från 1894, uppfört som samlingslokal för Frälsningsarméns då nybildade kår i staden. Huset döptes senare till Klara Hall, efter kaptenen i Frälsningsarmén som var drivande bakom bygget. Klara blev missionär i Kina där hon dödades under Boxarupproret 1901.

På 1990-talet var fastigheten rivningshotad men räddades 1996 när Monica Forsvik och Kajsa Lundell köpte huset och startade serveringsverksamhet. De renoverade byggnaden och sålde den vidare 2004. Under 2006 utsåg miljö- och byggnadsnämnden Klara Hall till Årets hus i Enköping.

Klara Halls scen har därefter också varit skådeplatsen för ett stort antal nationella likväl internationella artister något som tog slut 2015, då verksamheten lades ned.

Indrustaden tar form

År 1843 var muddringen klar av Stadsviken och Enköpingsån, vilket gjorde det möjligt för mindre fraktfartyg att återigen nå Enköping och lasta säd från spannmålmagasinen vid hamnen. 1876 fick så Enköping en tågstation och därmed förbättrades kommunikationerna ytterligare till och från staden.

Runt sekelskiftet 1900 växades tempot upp i Enköping till en expansiv industristad med rik mekanisk verkstadsindustri. Främst i raden stod Bahco med bland annat fläkt- och verktygstillverkning. Bolagets grundare JP Johansson (1853–1943) var en kreativ lösare av vardagsproblem. Under sitt långa liv

tog han inte mindre än 110 patent. Två av hans uppfinningar – rörtången och skiftnyckeln – gjorde honom världsberömd och de säljs än idag över hela världen. Sedan 2014 står JP staty i Enköping.

Kombinationen av industri- och serviceort, som har präglat utvecklingen i Enköping under hela 1900-talet, har periodvis inneburit jämförelsevis stark expansion.

Klassisk rivningsvåg

Precis som många andra städer gick Enköping igenom en kraftfull rivnings- och nybyggnadsvåg under 1950- och 60-talet, vilken idag starkt präglar stadskärnans karaktär. De hastiga nybyggnationerna gav dock upphov till flera goda exempel på den tidens arkitektur. Sammantaget har stadsbebyggelsen ett mycket varierat utseende.

Militären kommer till stan

I slutet av andra världskriget tar Enköping fart som profilerad militärstad då Pansarregementet P1 placerades i Enköping. Under 1980-talet ersattes det av Signalregementet S1, som sedan övergick till nuvarande Ledningsregementet.

I Enköping finns idag Försvarsmaktens spetskompetens inom ledningssystem och informationskrigföring. Enköpings garnison är arbetsplats för runt 3 000 personer, de flesta arbetar på Ledningsregementet där militär personal utvecklar och utbildar inom ledning, samband och informationskrigföring.



VISSTE DU ATT

För att visa på strandlinjens historiska och geografiska utveckling har kommunens gatukontor tillsammans med Enköpings museum låtit rista in och måla linjer över gator och trottoarer i centrala delar av staden, med årtal för den aktuella strandlinjen. I och med senare års genomförda arkeologiska undersökningar stämmer dock dessa strandlinjer inte helt, men ger ändå en idé.

Foto: Ådel Vestbö-Franzén



Strandlinje



VISSTE DU ATT

Pepparrotten har varit en trogen och folklig krydd- och medicinalväxt sedan medeltiden. Växten odlas runt om i Sverige, men skiljer sig mycket åt. Sorten "Wallen" kommer från resterna av de stora odlingarna i Enköping på 1800-talet. Namnets ursprung är okänt och om "Wallen" är en felstavning av Wallin vet vi inte. Josef Wallin var nämligen den sista pepparrotsodlaren i Enköping.



Pepparrotsodlare

Foto: Johan August Petterson, Enköpings museum



Men även civil personal arbetar där, många i stödfunktioner eller med utveckling och drift av lednings- och it-system.

Där finns även cirka 400 rekryter som gör sin värnplikt på Ledningsregementet samt kadetter som utbildar sig till taktiska officerare eller specialistofficerare. På Ledningsregementet finns även Ledningsstridsskolan som utbildar personal inom hela Försvarmakten och övriga totalförsvaret inom ledningssystem och informationssäkerhet. Regementet är också hem för Försvarmaktens meteorologiska och oceanografiska centrum som tar fram prognoser för verksamhet såväl i Sverige som internationellt. Även ledningen för armén finns sedan en tid också i Enköping.

I Bahco Ventilations före detta lokaler skapas varaktiga samarbeten mellan Försvarmakten, Försvarets materielverk och det privata näringslivet i Enköping. Enköping är unikt för Försvarmakten. Här finns ett kluster av myndigheter och företag inom försvarssektorn som arbetar nära varandra för att utveckla och förvalta viktiga system. Som medarbetare på Enköpings garnison kan man ha en livslång karriär – från rekryt till general på en och samma plats. Det här är framtidens garnison!

Parkernas stad växer fram

Enköping är välkänd för sina vackra parker och benämns ofta Parkernas stad. Enköpings parker har i sig också blivit ett varumärke och utgör idag en stor turistattraktion med besökare från hela landet och utomlands ifrån.

Grunden till detta lades under 1980- och 90-talet av den tidigare stadsträdgårdsmästaren Stefan Mattson. Han arbetade på ett banbrytande sätt med parkerna genom att använda perenner, fleråriga växter, istället för traditionella sommarblommor. Det blev mer ekonomiskt – pengarna räckte till så mycket mer.

Under hans tid kom den holländska trädgårdsarkitekten Piet Oudolf till Enköping för att designa Drömparken, Enköpings mest kända park. Sedan 2003 har också Enköping en trädgårdsmästarutbildning.

Stad i hållbar tillväxt

Kommunens geografiska läge mitt i tillväxtregionen Stockholm–Mälardalen gör Enköping till en attraktiv kommun att bo, leva och verka i, vilket visar sig gynnsamt för både etablerade företag och de som vill etablera sig i Enköping. Inte för inte är Enköping välkänt som "Sveriges Närmaste Stad" – inom en 12 mils radie finns inte mindre än en tredjedel av Sveriges befolkning. Idag befinner sig Enköping återigen i ett expansivt läge.



VISSTE DU ATT

Trädgårdsdagen är ett av Enköpings största årliga evenemang med cirka 15 000 besökare. Med en grön tråd knyts trädgård och mat ihop med ett hållbart samhälle och en hälsosam livsstil. Arrangeras första lördagen i september.

1.2 VARUMÄRKET ENKÖPING



**ENKÖPINGS
KOMMUN**

ENKÖPINGS KOMMUNVAPEN

Kommunens logotyp föreställer en blå sköld med fyra korsformigt ställda liljor av guld.

I det äldsta sigillet från 1300-talet finns dessa liljor med, vilket har att göra med att liljan är en symbol för jungfru Maria som också gett namn åt Vårfrukyrkan mitt i stan. Som vapen fastställdes det av Kungligt Majestät 1928. Trots det stora antalet äldre enheter som bildade kommunen 1971, fanns endast Enköpings eget vapen och det registrerades för den nya kommunen hos PRV 1974.



PLATSVARUMÄRKET ENKÖPING

”Vi lovar att du får ett mer personligt bemötande i Enköping. Även om kommunen växer vill vi behålla den småskaliga känslan av närhet, trygghet och gemenskap.”

För att lyfta fram mångfalden och möjligheterna i Enköping på ett enhetligt, tydligt och attraktivt sätt har kommunen tagit fram ett platsvarumärke för platsen Enköpings kommun, det geografiska läget och kommunens kärnvärden som är nära, tillsammans och engagerade. Varumärkets löfte till målgrupperna är: En närmare känsla!

Hela kommunens spännvidd avspeglas i färgerna i namnet: Gult, de öppna vidderna och fälten. Rött, vår industriella historia. Blått, närheten till Mälaren. Grönt, naturen och parkerna.



ENKÖPINGS SLOGAN

Enköping – Sveriges Närmaste Stad.

”Sveriges Närmaste Stad” går tillbaka ända till 1965, då stadens stadsfullmäktige tillsatte en turistkommitté för att ta fram en slogan för Enköping. Där ingick bland andra Bahco Verktygs reklamchef Bertil Danielsson. Han satte en passare på en karta och med ena skänkeln i Enköping och den andra ute vid Roslagskusten drog han en cirkel runt Enköping, 12 mil blev radien, och han räknade in hela 38 av Sveriges dåvarande 138 städer inom cirkeln. Ingen annan stad i landet kunde uppvisa något liknande. Där och då föddes vår slogan: Sveriges Närmaste Stad.

Idag bor en tredjedel av Sveriges befolkning inom detta avstånd. Cirkelsymbolen används inte längre i kommunikationen, men namnet finns kvar i kommunens nya platsvarumärke.

ENKÖPINGCENTRUM
MOT ÅRETS STADSKÄRNA

ENKÖPING CENTRUMS LOGOTYP

Föreningen Enköping Centrumsamverkan har tagit fram en logotyp för handelsområdet i centrala Enköping, som används i olika typer av marknadsföring.

I samband med satsningen på Årets Stadskärna har logotypen kompletterats med just denna information.

1.3 BAKGRUND TILL BID ENKÖPING

BID Enköping

Enköpings centrum behöver platsutvecklas för att få fler besökare, skapa bättre lönsamhet, hållbara etableringar, nya arbetstillfällen, upplevelser av alla de slag och en trivsam miljö.

Under hösten 2017 tog styrelsen för Enköping Centrumsamverkan beslut om målet att Enköping tar emot utmärkelsen Årets Stadskärna senast 2025. Bakom Enköping Centrumsamverkan står näringslivet, fastighetsägare och kommunen. Idén om Årets Stadskärna väcktes något år tidigare, då det kommunala bostadsbolaget Enköpings Hyresbostäder, EHB, föreslog en satsning på Årets Stadskärna eller liknande. Sedan slutet av 2017 är Enköping Centrumsamverkan medlem i Svenska Stadskärnor, som står bakom utmärkelsen Årets Stadskärna.

Från tiden som gått sedan beslutet togs om Årets Stadskärna har styrelsen för Enköping Centrumsamverkan förankrat arbetet väl med kommundirektör (även vid den tiden ordförande i Enköping Centrumsamverkan), kommunalråd och ett antal förvaltningschefer, vars verksamheter tydligt berörs av frågan om centrumutveckling, via workshop, möten och samtal. Arbetet med Årets Stadskärna har också diskuterats på olika medlemsmöten i Enköping Centrumsamverkan och lyfts inom hela den kommunala organisationen. Satsningen på Årets Stadskärna finns med i kommunfullmäktiges övergripande verksamhetsplan, alla berörda nämnders nämndplaner och förvaltningarnas verksamhetsplaner.

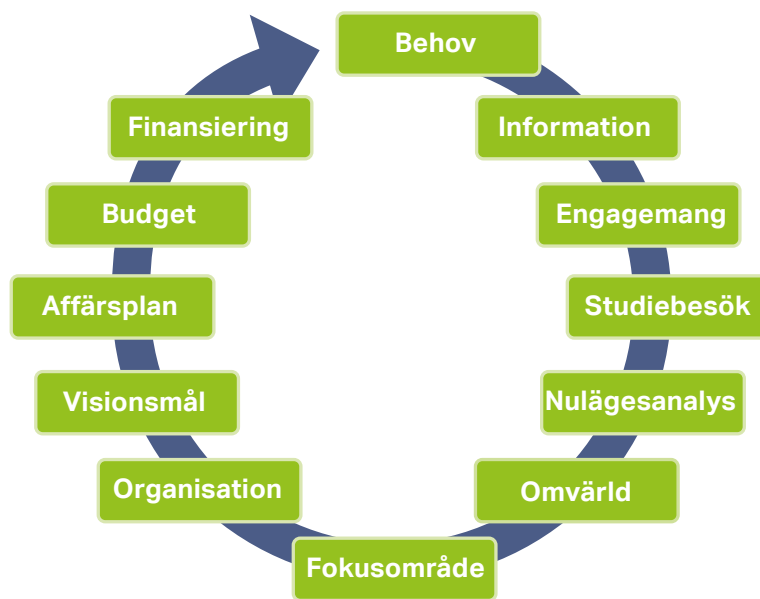
BID-modellen

Det internationella begreppet BID (Business Improvement District) är en modell för platsutveckling som bygger på förtroende mellan offentlig och privat sektor. Det vill säga aktörer som kommunen, fastighetsägare, handel, hotell, kaféer, restauranger, servicenäring, eventskapare, turism-, besöks- och rekreationsnäringar, större arbetsgivare, föreningar, boende med flera. Det som förenar dessa är ett gemensamt intresse, ansvar och förståelse för sina verksamheter inom BID-området.

BID-modellen är en av Svenska Stadskärnors utvecklingsprocesser och den som rekommenderas för Enköping. Genom samverkan mellan offentlig och privat sektor nås ett gemensamt resultat som skulle vara omöjligt att nå på egen hand. Metoden bidrar till ökad kunskap och erfarenhetsutbyte.

Svenska Stadskärnor processleder oss under 18 månader, vilket innebär workshopar, stadsvandringar, studiebesök, fallstudier och coaching. Affärsutvecklingsområden ska inventeras utifrån fem fokusområden – varumärket, utbud, platsen, tillgänglighet och trygghet – och presenteras i en nulägesanalys

(denna rapport). Vid slutet av processen ska en gemensam affärsplan med tillhörande handlingsplan och budget vara framtagen för BID-området, vilket avslutas och firas med en diplomering den 16 juni 2021.



BID-modell

Finansiering

Enköpings kommun står för den initiala finansieringen av projektet. Därefter ska även andra aktörer, som fastighetsägare och näringsidkare, komma in för att tillsammans samfinansiera platsutvecklingen i BID-området – en platsutveckling som på ett positivt sätt även kommer att spilla över på omkringliggande orter och landsbygd.

DE FEM FOKUSOMRÅDEN

Varumärket – identitet, profil, image och positionering

Utbud – aktiviteter, upplevelser, service och butiker

Platsen – funktion, utseende och utformning

Tillgänglighet – färd sätt, framkomlighet och öppettider

Trygghet – rent, tryggt och säkert

1.4 SYFTE, MÅL & VISION

SYFTE: BID Enköping ska skapa ett strukturerat arbetssätt, en välutvecklad samverkan mellan det offentliga, privata och föreningslivet samt strategiska dokument att jobba utifrån i det fortsatta arbetet med centrumutvecklingen.

MÅL: Utveckla Enköpings centrum så att det utses till Årets Stads kärna senast 2025 av föreningen Svenska Stads kärnor.

VISION: Enköpings centrum är Mälardalens mest blomstrande småstadskärna – i dubbel bemärkelse – där handeln, kulturen, nöjena, maten och parkerna står i centrum.

1.5 BID-OMRÅDET

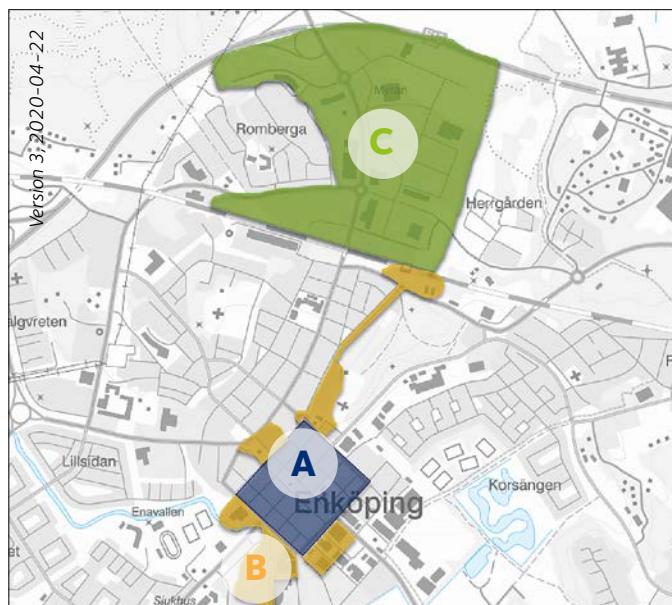
Stads kärne-BID

Enköping ska göra en stads kärne-BID med tyngdpunkt på just själva stads kärnan. Sedan tidigare har kommunen gjort ett omfattande bakgrundsarbete om centrum i samband med framtagandet av den nya fördjupade översiktsplanen för Enköpings stad 2040. Då genomfördes flera olika typer av medborgardialoger under hösten 2016 och våren 2017 samt togs

fram rapporter/studier om centrumutvecklingen under 2018. Arbetet som nu genomförs har därför en stabil grund att stå på.

Geografisk avgränsning

BID-området är framtaget efter diskussioner i styrgruppen och fokusgrupper inom ramen för BID Enköping. Området är uppdelat i tre delar, där A och B är dagens BID-område, medan område C kan tänkas komma att ingå i en framtid.



A. RUTNÄTSSTADEN

Avgränsas av **Västra Ringgatan–Tullgatan–Östra Ringgatan–Ågatan**. Prioriterat område i arbetet under de första 18 månaderna.

B. OMRÅDEN SOM STÄRKER RUTNÄTSSTADEN

- **Hamnen**, omfattar kafé/restaurang, utställning, hantverksbod, gästhamn etc
- **Delar av Coop-området**, fastigheterna mot Östra Ringgatan
- **Kulturstråket**, det vill säga Drömparken, Medborgarhuset Joar Blå, Westerlundska gården, Enköpings museum, Enköpings turistinformation, Tingshuset, gamla gymnastikhuset, Kulturskolan, Vårfrukyrkan
- **Stationsområdet och Drottninggatan**, som leder ned till centrum

C. UTÖKAT ARBETSOMRÅDE

Vid behov eller i senare fas i arbete. Hela staden behöver hållas ihop, därför kan närbelägna handelsområden till stads kärnan tas med:

- **Handelsområdet Myran**

1.6 VÄGEN TILL ÅRETS STADSKÄRNA

1. Gör en Quality Mark-certifiering via Svenska Stads kärnor (kostnadsfri). Certifieringen är dels ett bevis på att samverkan finns och fungerar, dels ett minimikrav för att kunna få utmärkelsen Årets Stads kärna.
2. Ansök om att bli nominerad.
3. Jury – bestående av Svenska Stads kärnors styrelse med representanter från både offentliga och privata aktörer – utser Årets Stads kärna.

VILKA STÄDER UTSES TILL ÅRETS STADSKÄRNA?



Utmärkelsen Årets Stads kärna delas ut till den svenska stad eller ort som visar på störst framsteg, utveckling och förnyelse av centrum. Det ska bygga på samarbete mellan både privata och offentliga aktörer.

1.7 OMRÅDETS INTRESSENTER & SAMVERKANSPARTNER

Avsiktsförklaringar

Alla parter som skrivit under avsiktsförklaringen om att delta i BID Enköping är våra intressenter och samverkanspartner. De utgörs idag av kommunens förvaltningar, politiken, fastighetsägare, handlare, hotell/konferens, föreningar, större arbetsgivare och polisen. Ambitionen är att få med alla viktiga aktörer i processen. Just nu pågår ett arbete att få fler att skriva på en avsiktsförklaring.

VAD ÄR EN AVSIKTSFÖRKLARING?

Undertecknat avtal där ett företag eller organisation lovar att medverka i BID-processen med engagemang och tid.

Nuvarande samverkansorganisation – Enköping Centrumsamverkan

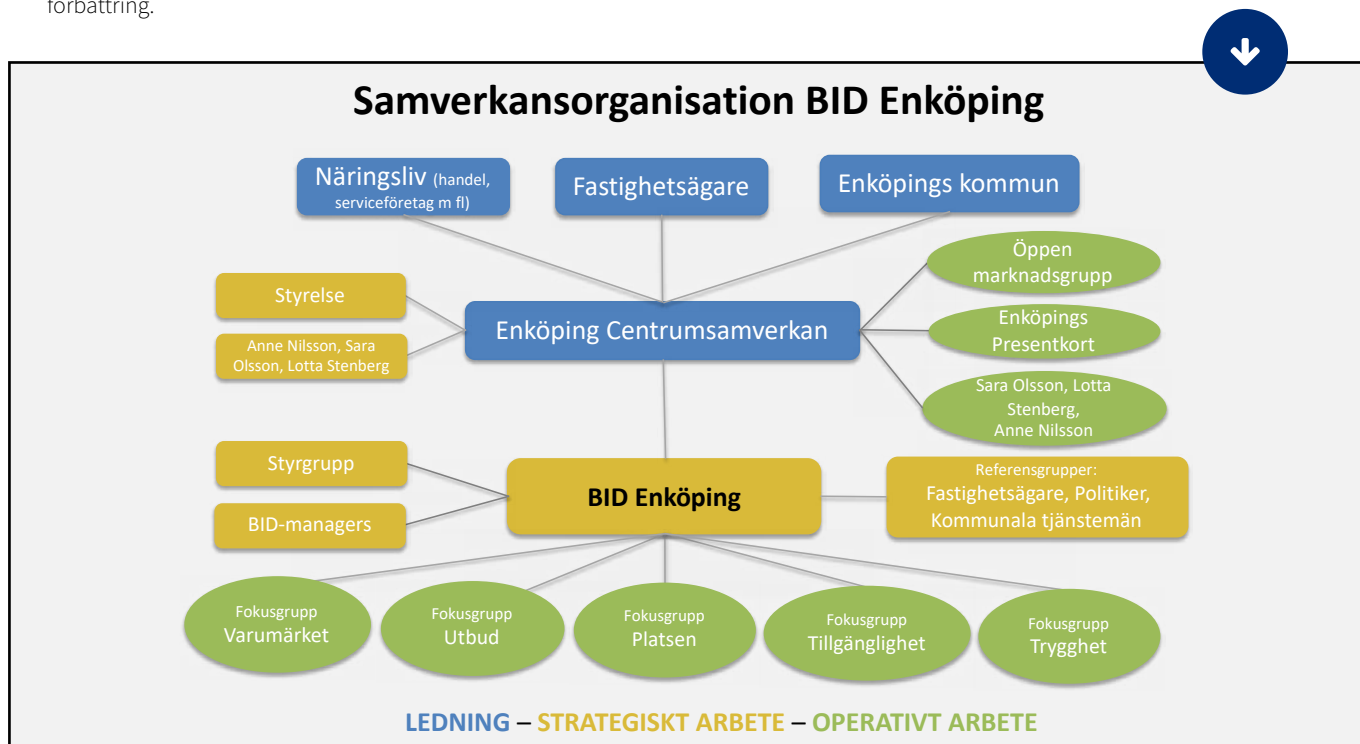
Enköping Centrumsamverkan bildades den 5 december 2012 som en ideell förening. Bakom föreningen står näringsliv, fastighetsägare och Enköpings kommun. Föreningens syfte är att förverkliga innehållet i rapporten "Enköpings nya centrum – för en växande stad" som blev klar i början av 2012. Det handlar kort sagt om att tillsammans skapa ett framgångsrikt levande och trivsamt centrum. Ledorden är samverkan, utveckling och förbättring.

Föreningens vision är densamma som för BID Enköping, se punkt 1.4. Det är allra första gången som dessa tre parter – näringsliv, fastighetsägare och kommunen – på riktigt kommer samman genom Enköping Centrumsamverkan. Tidigare har det gjorts flera försök att starta och driva en centrumförening i Enköping, men då har alltid någon av parterna saknats eller varit mindre intresserad, vilket medfört att verksamheten inte blivit så långlivad. Konstellationen som finns idag gör att det är upplagt för att lyckas!

Föreningen arbetar för ett attraktivt och sammanhållet Enköpings centrum. Tillsammans ordnas evenemang och aktiviteter som är viktiga för staden och Enköpingsborna. Föreningen är också kommunens remissinstans och bollplank i frågor kring centrum. För att gynna den lokala handeln säljer föreningen sedan 2016 ett presentkort: Enköpings Presentkort.

Samverkansorganisation för BID Enköping

Organisationen för BID Enköping utgår ifrån Enköping Centrumsamverkans befintliga organisation, som har byggts på med en styrgrupp, BID-managers, referensgrupper och fokusgrupper. Samverkansorganisationen presenteras nedan.



Styrgrupp

Styrgruppen är det styrande strategiska organet för Enköpings BID-process och även för den fortsatta satsningen på att Enköping senast 2025 utses till Årets Stadskärna. Den leds av Ulrika Ornbrant, kommunalråd och ordförande i plan-, mark- och exploateringsutskottet.

Övriga ledamöter består av ordförande för Enköping Centrumsamverkan, förvaltningschefer (samhällsbyggnad /upplevelse), större arbetsgivare (privata/statliga) och större fastighetsägare (privata/kommunala).

Gemensamt för alla i styrgruppen är att de har mandat, är strategiskt ansvariga och sakkunniga bland stadens intressenter. De är engagerade, delaktiga och goda lyssnare. Styrgruppen är rådgivare till BID-managers.

BID-managers

Enköping har tre BID-managers som kompletterar varandra väl, de är samma personer som deltar i Enköping Centrumsamverkans operativa verksamhet. Det är också dessa tre som driver det lokala arbetet med BID Enköping och satsningen på Årets Stadskärna. Ansvarsfördelningen är följande:

- **Fokus på genomförande och tidplan.** Lotta Stenberg ansvarar för att arbetet går framåt och håller tidplan, hjälper till med insamling av underlag, stödjer ansvarig för referensgrupp Fastighetsägare och är vår huvudkontakt med Svenska Stadskärnor. Lotta är näringslivs koordinatör på Enköpings kommun och uppdraget som BID-manager ingår i hennes tjänst.
- **Fokus på nulägesanalys, affärsplan, handlingsplan med mera.** Anne Nilsson ansvarar för att samla in underlag, skriva utkast till olika typer av texter, skicka ut texter för synpunkter och slutföra texter. Dokumenterar alla workshoppar. Förbereder och dokumenterar alla styrgruppsmöten. Ansvarar också för all information/kommunikation och arkiverar projektets centrala dokument. Anne är extern konsult.
- **Fokus på fokusgrupper.** Sara Olsson ansvarar för att hålla ihop fokusgrupperna och genomföra praktiskt arbete. Ser till att mötena i fokusgrupperna dokumenteras. Sara är extern konsult.

Referensgrupper

Fastighetsägare

I den här referensgruppen ingår fastighetsägare, bostadsrättsföreningar och markägare. Ansvarig för gruppen är Johan Thorwid, vd för Andersson Company Förvaltning AB. Gruppen arbetar med följande frågeställning:

- **Förbättra samverkan mellan fastighetsägare och kommunen.**

Politiker

I den här referensgruppen ingår politiker från de olika politiska partierna inom kommunen som brinner lite extra för stadsutvecklingsfrågor. Tack var stort engagemang från politikerna har denna referensgrupp bildats, då de inte bör sitta med i fokusgrupperna. Ansvarig för gruppen är Ulrika Ornbrant, kommunalråd och ordförande i plan-, mark- och exploateringsutskottet. Gruppen arbetar med följande frågeställning:

- **Vara bollplank i processen.**

Kommunala tjänstemän

I den här referensgruppen ingår tjänstemän från kommunens olika förvaltningar, som brinner lite extra för stadsutvecklingsfrågor. Ansvarig för gruppen håller på att utses. Gruppen arbetar med följande frågeställningar:

- **Samordna och effektivisera kommunens operativa BID-arbete.**
- **Vara fokusgruppernas direktkontakt med kommunen i det operativa BID-arbetet.**
- **Samordna och effektivisera kommunens operativa arbete med Årets Stadskärna efter genomförd BID-process.**

Fokusgrupper

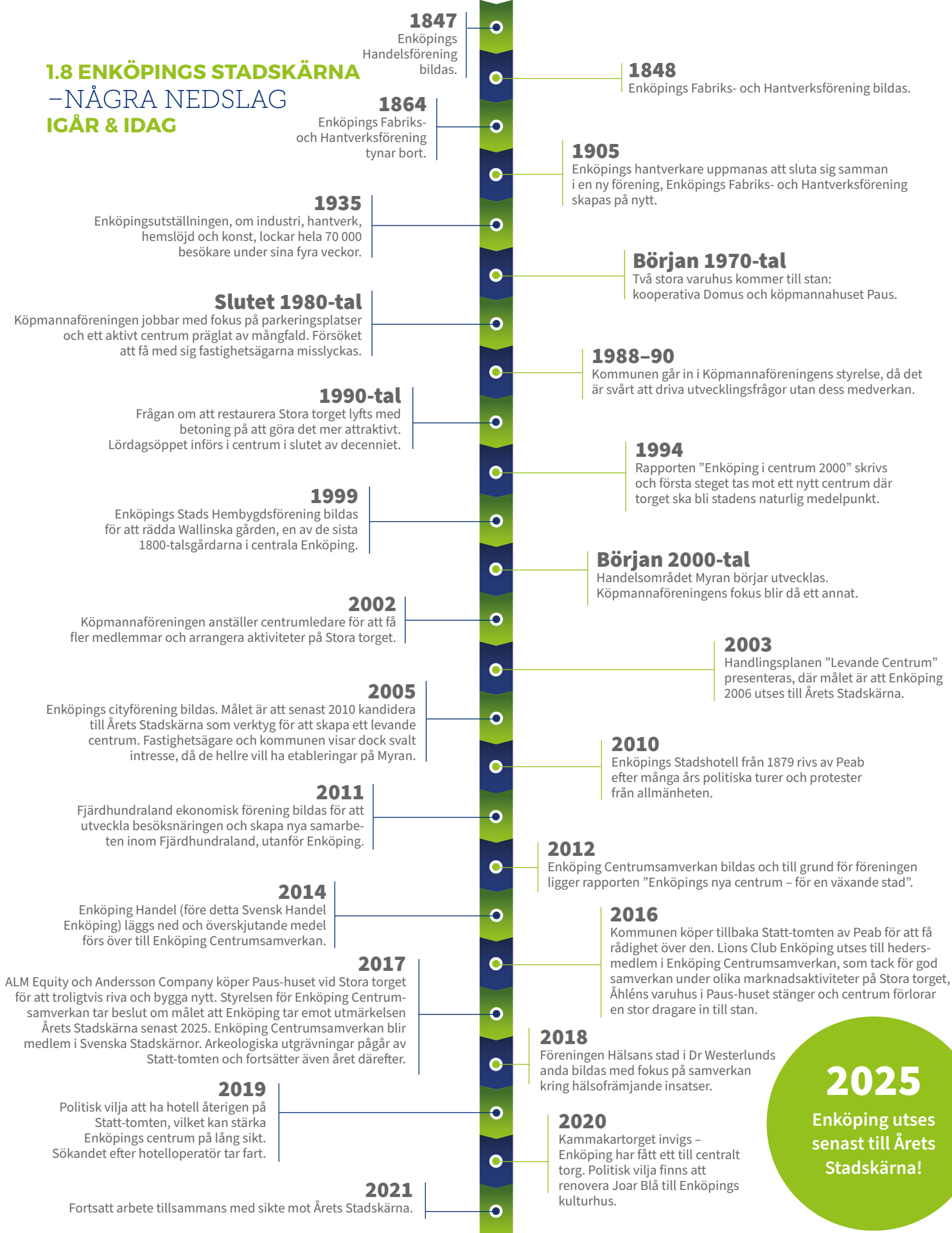
I varje fokusgrupp ingår en blandad skara engagerade människor från näringsliv, föreningsliv och kommunens förvaltningar. De fem fokusgrupperna är:

- **Varumärket** – identitet, profil, image och positionering
- **Utbud** – aktiviteter, upplevelser, service och butiker
- **Platsen** – funktion, utseende och utformning
- **Tillgänglighet** – färdighet, framkomlighet och öppettider
- **Trygghet** – rent, tryggt och säkert

OBS!

Initialt kommer fokusgrupp Varumärket och fokusgrupp Utbud att samarbeta samt fokusgrupp Tillgänglighet och fokusgrupp Trygghet att samarbeta. Anledningen är att gruppernas frågor ligger nära varandra. De exakta frågeställningarna som de olika fokusgrupperna kommer att jobba med framöver delas upp i senare steg och presenteras i affärsplanen.

1.8 ENKÖPINGS STADSKÄRNA – NÅGRA NEDSLAG IGÅR & IDAG



2025

Enköping utses
senast till Årets
Stadskärna!

2. VIKTIGA BAKGRUNDS- DOKUMENT

2.1 VILKA FÖRUTSÄTTNINGAR FINNS?

Här undersöker vi förutsättningarna för en platsutveckling av Enköpings stadskärna och dess omgivningar (BID-området).

Vilka vitala dokument finns framme idag som vi behöver förhålla oss till och vad mer behöver vi vet?

Dokumenterna är inte rangordnade.

2.2 INTERNATIONELLA/NATIONELLA

Handlingsplan Agenda 2030

<https://www.regeringen.se/rapporter/2018/06/handlingsplan-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 skydd för planeten och dess naturresurser.

Nationell turismstrategi

2.3 REGIONALA

ÖMS 2050

- samverkan kring planering i östra Mellansverige

http://www.rufs.se/globalassets/h.-publikationer/2018/rapport_oms_samverkan_webb.pdf

Regional utvecklingsstrategi för Uppsala län

<https://region uppsala.se/det-har-gor-vi/vara-verksamheter/regional-utveckling/regional-utvecklingsstrategi/remiss---regional-utvecklingsstrategi-for-uppsala-lan/>

Ute på remiss fram till 30 oktober 2020. Utvecklingsstrategin föreslås även fungera som länets Agenda 2030-strategi.

Regionala turismstrategi

2.4 MELLANKOMMUNALA

Gemensam utvecklingsplan för Fyra Mälarstäder

<https://vaxer.enkoping.se/fyra-malarstader.html>
Plan antagen våren 2020 för ett mellankommunalt samarbete som ska stärka de fyra kommunerna Enköping, Eskilstuna, Strängnäs och Västerås, skapa mervärdet och vara ekonomiskt fördelaktigt.

Nytt linjenät i Enköpings stad

<https://region uppsala.se/globalassets/samverkanswebben/kollektivtrafik/nytt-linjenat-i-enkopings-stad.pdf>

Framtagen av Trafik och samhälle, Region Uppsala, 2019.

2.5 KOMMUNALA

Styrdokument (strategier, policyer, riktlinjer, avtal)

Fördjupad översiktsplan för Enköpings stad 2040

<https://vaxer.enkoping.se/download/18.46005e3916d6204e61e-4faa5/1569587386372/fordjupad-oversiktsplan-for-enkopingsstad.pdf>
Tillägg till kommunens översiktsplan. Grund och riktning för stadens utveckling, politiskt framtagen där invånarna haft möjlighet att uttrycka synpunkter. Antagen av kommunfullmäktige 2018.

Översiktsplan 2030 för Enköpings kommun med fokus på landsbygdsutveckling

<https://vaxer.enkoping.se/download/18.46005e3916d6204e61e4f5ce/1569586775752/oversiktsplan-140513.pdf>
Övergripande styrdokument för hur kommunens fysiska planering ska se ut. Antagen i kommunfullmäktige 2014.

Ortsanalyser

<https://vaxer.enkoping.se/oversiktliga-planer/ortsanalyser.html>
Separata analyser av Örsundsbro, Skolsta, Grillby, Hummelsta, Fjärdhundra och Södra Trögd antagna av kommunstyrelsen 2015–2016.

Utvecklingsprogram för Myran

<https://vaxer.enkoping.se/download/18.8efddfc16e-7a628762e88ec/1574950065579/Utvecklingsprogram%20Myran.pdf>
Antagen av kommunstyrelsen 2016.

Enköpings Hyresbostäders Långsiktig plan 2020–2023

Kulturpolitiskt program för Enköpings kommun 2017–2026

Idrottspolitiskt program för Enköpings kommun 2017–2026

<https://vaxer.enkoping.se/download/18.3f2a1d2116dbbd66b-f64a2cb/1571060907775/Idrottspolitiskt%20program%202017-2026.pdf>

Turismstrategi 2016–2020: "Upplev Enköping"

Strategi för en hållbar besöksnäring i Enköpings kommun till år 2020.

Trafikstrategi för Enköpings stad fram till 2040

<https://vaxer.enkoping.se/download/18.3f2a1d2116dbbd66b-f6490b3/1571055878444/Trafikstrategi%20for%20Enkopings%20stad%20fram%20till%202040.pdf>

Beslutad av kommunfullmäktige. Gäller från och med 12 december 2017.

Parkeringspolicy för Enköpings stad fram till 2040

<https://vaxer.enkoping.se/download/18.7fe3122116ed-59d808216da5/1575646371004/parkeringspolicy.pdf>

Beslutad av kommunfullmäktige. Gäller från och med 12 december 2017.

Tekniska nämndens långsiktiga plan 2020–2023

<https://enkoping.se/download/18.670931e8171ac54a0df57327/1588076174090/tekniska-namnden-langsigtig-plan-2020-2023.pdf>

Halkbekämpningspolicy för gatukontoret i Enköping

<https://enkoping.se/download/18.123e038d16894c7b43777b33/1548852548035/policy-halkbekampning.pdf>

Lokala ordningsföreskrifter, Enköpings kommun

<https://foretagare.enkoping.se/download/18.6230d4a3164426b9f-b71794f/1530186798288/lokala-ordningsforeskrifter-Enkopings%20kommun.pdf>
Gäller från och med 1 juli 2018.

Lokala föreskrifter för renhållning av gångbanor inom Enköpings kommun, 2013

<https://enkoping.se/download/18.55eb935116df5d-c8242a735a/1572421238242/lokala-foreskrifter-renhallning-gangbanor.pdf>

Lokala ordningsföreskrifter för torghandeln i Enköpings kommun, 2013

<https://enkoping.se/download/18.5eff72d16e-7b27e86a47409/1574329029312/foreskrift-ordning-torghandel.pdf>

Handlingsplan mot klotter och tags

Antagen av kommunens arbetsutskott 30 augusti 2011.

Regler för grafisk profil för Enköpings kommun, 2018

<https://enkoping.se/kommun-och-politik/demokrati-och-insyn/press/pressrum.html>

Manual för platsvarumärket Enköping

<https://enkoping.se/kommun-och-politik/demokrati-och-insyn/press/platsvarumarket/manual.html>

Kommunikationsplan för platsvarumärket Enköping

Aktuella offentliga upphandlingar i Enköpings kommun

<https://foretagare.enkoping.se/kommunens-service/upphandling-och-entreprenad/offentlig-upphandling.html>

Blanketter och e-tjänster för företagare

<https://foretagare.enkoping.se/blanketter-och-e-tjanster.html>

Föreningsbidrag för föreningsliv

<https://enkoping.se/underwebbar/forening-i-enkoping/foreningsbidrag.html>

Digitala kartor för invånare, besökare och etablerare

<https://enkoping.se/kommun-och-politik/kommunfakta/kartor.html>

Besöksguide till Enköping

<https://upplevenkoping.se/upplev-och-besok/besoksguide.html>

Tips på sevärdheter, naturupplevelser och sportaktiviteter.

Evenemang i kommunen

<https://upplevenkoping.se/upplev-och-besok/evenemang.html#?query>

Utredningar (analyser, rapporter, inventeringar)

Översiktlig marknadsanalys

<https://enkoping.se/download/18.48d992416ab4c71acd8b3b1/1558072479422/>

Översiktlig%20marknadsanalys%20Enköping.pdf

Annordia har utfört en analys maj 2019 där förutsättningen för ny hotellkapacitet utretts i Enköping.

Parkeringsöversyn

<https://vaxer.enkoping.se/download/18.7fe3122116ed-59d808216da3/1575646350426/utredning-parkering.pdf>

Parkering i centrala Enköping: utredning och förslag, 2019.

Centrumutveckling. Viktiga funktioner och platser

Rapport från Enköpings kommun 2018-03-08. Även kallad "Centrumpusslet del 1".

Centrumutveckling, del 2

Rapport från Enköpings kommun 2018-04-12. Även kallad "Centrumpusslet del 2".

Centrumutveckling

Slutrapport från Enköpings kommun 2018-05-31. Även kallad "Centrumpusslet del 3".

Bilaga 2. Centrumstudie - Rutnätsstaden och Kryddgården, 2018

<https://vaxer.enkoping.se/download/18.46005e3916d6204e61e-4faa8/1569587395581/bilaga-2-centrumstudie.pdf>

Utvecklingsstudie framtagen av Enköpings kommun.

Bilaga 4. Dialog om framtidens Enköping och utlåtagande, 2018

<https://vaxer.enkoping.se/download/18.46005e3916d6204e61e-4faa4/1569587385683/bilaga-4-dialoger-och-utlatande.pdf>

Sammanställning av dialogskeden.

Den fysiska handelsplatsen i en digital värld, 2019

<https://www.svenskhandel.se/globalassets/dokument/aktuellt-och-opinion/rapporter-och-foldrar/ovriga-rapporter/den-fysiska-handelsplatsen-i-en-digital-varld.pdf>

Lediga lokaler Objektvision

<https://foretagare.enkoping.se/kommunens-service/formedling/mark-och-lokaler.html>

Platsen Enköping

<https://enkoping.se/kommun-och-politik/kommunfakta/statistik-och-jamforelser/resultat-och-analys.html#h-PlatsenEnkoping>

Undersökning av Stratvise/Novus, 2018.

Enescopinge - den medeltida staden

<https://www.upplandsmuseet.se/arkeologi/aktuella-projekt/enescopinge>
Film och information om de arkeologiska undersökningarna under 2017–2018 vid Statt-tomten av Upplandsmuseet. Projektet är en av landets största stadsarkeologiska undersökningar.

En stad växer fram - Människor och bebyggelse i kvarteret Fältskären, Enköping 1050-1350

<https://www.arkeologikonsult.se/rapportarkiv/2019/undersokningar/152-2019-2673-en-stad-vaexer-fram>

Rapport från de arkeologiska undersökningarna under 2013–2014 vid Paus-parkeringen av Arkeologikonsult 2019:2673.

Enköpings nya centrum för en växande stad, 2012-02-16

https://www.enkopingcentrum.se/_project/_private/userAssets/d16a974d-4d6d0d71b29bfbfe045f1da7/centrumrapport-120216.pdf

Rapporten som lade grunden till föreningen Enköping Centrumsamverkan.

Nyckeltal (statistik, index)

Statistik och jämförelser

<https://enkoping.se/kommun-och-politik/kommunfakta/statistik-och-jamforelser.html>

Befolkningsprognos, Enköping växer 2019-2028

<https://enkoping.se/download/18.6334f8a816e7900f-8d66d389/1574430182674/befolkningsprognos-2019-2028.pdf>

SCB Folkmängd efter ålder, kön och civilstånd, 2019

Besöksnäringstatistik Enköping

WSP-rapport, 2020.

Kommunala turismeffekter Enköpings kommun 2016

Undersökning av HUI Research maj 2017.

Den sociala kompassen - nio nyanser av Enköpings kommun

Rapport från Statisticon AB där nio socioekonomiska variabler analyseras, siffror från 2016.

Nöjd Kund Index – Företagare 2019

Undersökning av Enköpings kommun.

Cityindex 2020, Branschrapport

<https://www.fastighetsagarna.se/globalassets/rapporter/gemensamma-rapporter/cityindex-branschrapport-2020-1.pdf?bustCache=1601123512857>
Objektiv, heltäckande och mellan stadskärnor helt jämförbar kartläggning av den kommersiella utvecklingen i samtliga Sveriges stadskärnor. Samarbete mellan Fastighetsägarna och HUI.

Cityindex 2020, Cityrapport Enköping

Beskriver utvecklingen inom främst detaljhandeln inom respektive stadskärna. Samarbete mellan Fastighetsägarna och HUI.

Handeln i Sverige, 2007–2019

<https://www.handelnisverige.se>

Köpkraft och personas i Enköping

Genomförd av Bisnode AB, 2016.

Analys av näringslivet i Enköpings centrum 2009–2014

Genomförd av Bisnode AB, 2016.

Rankningar

Bäst att leva 2020

Enköping hamnade på plats 148 av 290 i tidningen Fokus årliga ranking av kommuner – försämrning jämfört med 2019.

Kommunkompassen 2018

SKL:s kvalitetsmätning om kommunernas arbete utifrån ett invånarperspektiv. Enköping får totalt 519 poäng av 800 – ökning med 85 poäng jämfört med förra mätningen 2016.

Svenskt Näringslivs ranking av företagsklimatet 2020 & 2019

Enköpings kommun kom 2020 på plats 148 och 2019 på plats 105 av 290. Kraftiga sänkningen 2020 ska analyseras ordentligt.

SKL:s Nöjd-Kund-Index 2018

Enköpings kommun får ett totalt NKI-värde på 62 – höjning jämfört med 2017. 62 motsvarar ett godkänt resultat.

Minst sårbara kommunen 2016

<https://eposten.se/nyheter/enkoping/starka-kommuner-toppar-i-ranking-unt4625167.aspx>
Rapport från Tillväxtverket. 2016 hamnar Enköping på plats 22, vilket innebär att kommunen inte anses sårbara – men tapp sedan 2011 då Enköping kom på plats 10.

Utmärkelser

Nominerad till Årets Nyföretagarkommun 2019

<https://foretagare.enkoping.se/nyheter/lista/2019-10-30-enkoping-nominerad-till-arets-nyforetagarkommun.html>
I kategorin "Långpendlingskommun nära en större stad".

Uttagna i världens största arkitekttävling, European 15

<https://foretagare.enkoping.se/nyheter/lista/2018-11-09-enkoping-i-stor-arkitektavling.html>
Enköpings kommun deltar i tävlingen där arkitekter från Europa lämnar utvecklingsförslag på handelsområdet Myran.

Fjärde bästa landsbygdskommun att bo i 2018

<https://enkoping.se/bo-trafik-och-miljo/nyheter/lista/2018-05-25-enkoping-fjarde-basta-platsen-att-bo-pa-i-sverige.html>

Enköping tar emot tidningen Fokus pris som fjärde bästa landsbygdskommun att bo i Sverige.

Sveriges fjärde bästa nästa logistikläge 2017

<https://www.lokalguiden.se/magasinet/artikel/har-finns-sveriges-basta-logistiklagen>

Intelligent Logistik listar Sveriges 25 bästa logistiklägen, där Enköping ingår i Stockholm nord.

Sveriges bästa kommunwebb 2017

<https://topp100.idg.se/2.39772/1.677714/topp-100-2017-kommuner>
Enköpings externa webb, enkoping.se, får tidningen Internetworlds utmärkelse som bästa webb i kategorin kommuner.

Bästa användbarhet 2016

<https://enkoping.se/kommun-och-politik/nyheter/lista/2016-11-15-enkopings-kommun-vann-publishingpriset.html>
Publishingpriset, en jurybedömd tävling för webb, film, print och e-publikationer ger 2016 enkoping.se pris för bästa användbarhet.

Årets Nyföretagarkommun 2010

<https://teknikfreak.se/nyheter/grattis-enkoping-arets-nyforetagarkommun-2010/>
Motivering: "Med en framgångsrik omställning från traditionell, storskalig tillverkningsindustri till en näringslivsstruktur med tydligt fokus på nya, mindre företag har Enköping skapat ett stimulerande och kreativt näringslivsklimat med ett genuint och individinriktat engagemang, som tjänar som ett gott föredöme."

2.6 VILKA VIKTIGA

DOKUMENT SAKNAS IDAG?

- Plan för BID-områdets positionering mot omvärlden.
- Målgruppsanalys: Vilka målgrupper vänder sig BID-området till? Hur tillgodoser vi olika målgruppers behov och önskemål?
- Attitydundersökning för BID-området: Hur uppfattas och upplevs platsen av målgruppen? Stämmer bilden med BID-områdets profil och identitet?
- Konkurrensanalys: Vart åker Enköpingsbon för att handla?
- Rapport från arkeologiska undersökningarna 2017–2018 av kvarteret Traktören (Statt-tomten). Med de nya arkeologiska resultaten får vi en ny, unik och bättre bild av Enköpings rika medeltidshistoria.

3. STADSVANDRINGAR ENLIGT DE FEM FOKUSOMRÅDENA

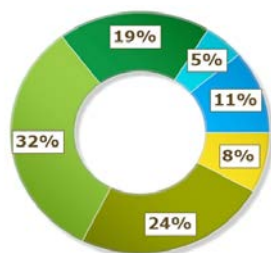
3.1 UTFÖRDA STADSVANDRINGAR

Flera stadsvandringar har genomförts i det offentliga rummet och kommersiella områden via en enkät med utgångspunkt i de fem fokusområdena under 27 augusti–29 september 2020.

Totalt har enkäten besvarats av 168 personer som främst representerar handel, serviceföretag, övrigt näringsliv, fastighetsägare, bostadsrättsföreningar, markägare, kommunala tjänstemän, politiker, organisationer och föreningar.

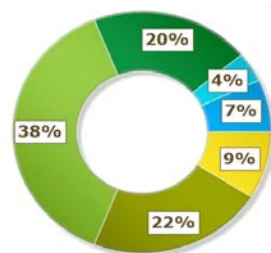
3.2 RESULTAT FOKUSOMRÅDE 1

– VARUMÄRKET



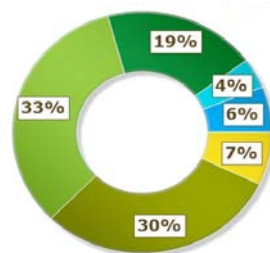
HISTORIA

Berättelsen kopplad till Enköpings historia.



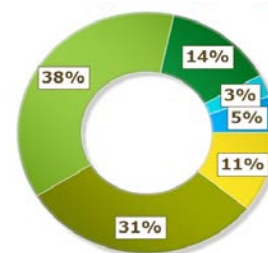
UNIKT

Utmärkande och särskiljande.



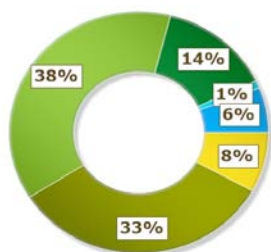
IDENTITET

Tydlighet och synlighet för det man vill framstå som.



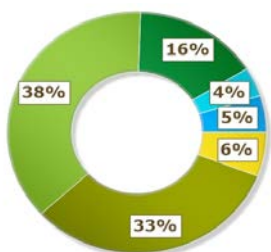
POSITIONERING

Trendigt, fina gatan, folkligt – upplevelsen hos målgruppen.



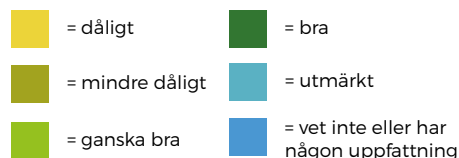
IMAGE

Status i förhållande till andra närliggande områden.



HELHETSINTRYCK

Av detta fokusområde.



SAMMANFATTANDE KOMMENTARER – VARUMÄRKET

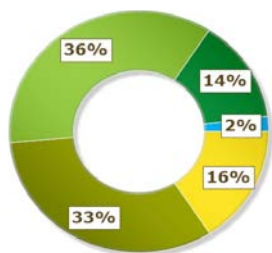
En bortglömd liten stad på väg ner trots att några butiker/kafé försöker rädda den. Splittrad stadsbild, småstad som inte vet åt vilket håll den ska utvecklas.

Måste gå att göra torget roligare och framför allt snyggare. Idag slitet, intetsägande och trist. Skyltningen behöver bli bättre och fastigheter behöver fixas till.

Finns ingen historia, röd tråd. Vad får folk att på riktigt vilja spendera tid på torget? Lekplats, utseendet och Systembolaget. Det behöver komma till bättre infrastruktur och en miljö där människor vill vara. Det går att göra mycket med små detaljer.

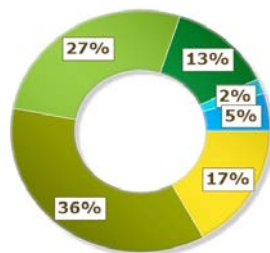
3.3 RESULTAT FOKUSOMRÅDE 2

– UTBUD



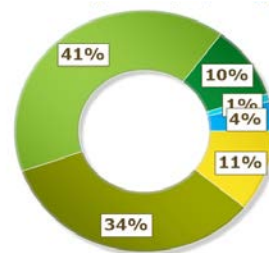
UTBUD

Handel, butiksmix, upplevelser, aktiviteter, service och tjänster torg- och torghandel. Konst, kultur, fritid.



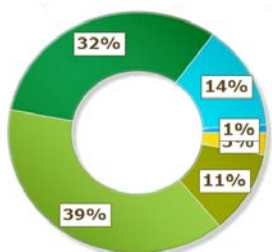
AKTIVITETER/UPPLEVELSER

Dag- och kvällstid, målgruppsanpassad.



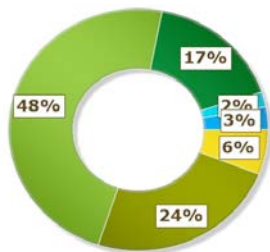
SERVICE

Öppettider, skyltning, information till turister, besökare och boende.



MÖTESPLATS

Offentliga rummet, parker, torg, bänkar etc.



HELHETSINTRYCK

Av detta fokusområde.



SAMMANFATTANDE KOMMENTARER – UTBUD

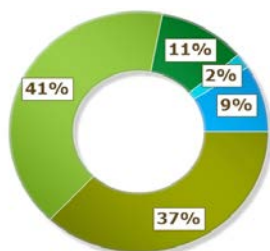
Det finns mycket att jobba på vad gäller utbud. En nyckel till detta är fler butiker i Enköping så att vi stannar kvar i vår stad och att det också ordnas aktiviteter för alla åldersgrupper ofta, inte bara några gånger per år.

Utbudet behöver också breddas med klädbutiker för yngre och fler riktigt bra restauranger. Butikerna kanske behöver ha lite mer jippon med giveaways eller erbjudanden/rabatter för att få folk att få upp ögonen för det utbud som faktiskt finns här. Idag är det för många tomma lokaler.

Bristen på aktiviteter gör att Enköping känns tråkigt. Torget är rörigt med buss och biltrafik, borde vara bilfritt.

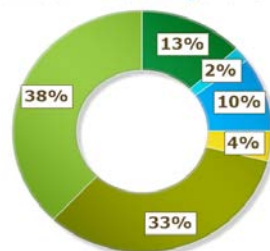
3.4 RESULTAT FOKUSOMRÅDE 3

– PLATSEN



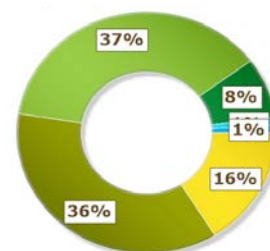
PLATSEN

Stråk, klusterbildning, kapacitet för olika typer av verksamheter.



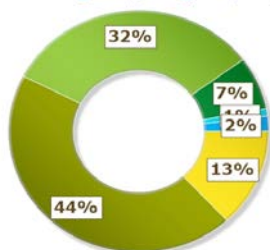
FUNKTION

Användning av offentliga rummet i kombination med befintliga verksamheter.



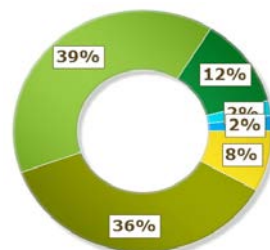
UTSEENDE

Trivsamt, trafik, bilfritt, stenläggning, lekplatser, design, arkitektur, utsmyckning.



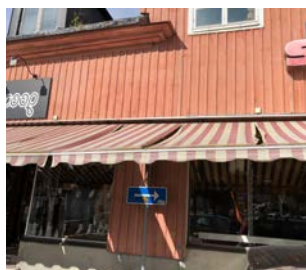
UTFORMNING

Skyltning, belysning, byggnader etc.



HELHETSINTRYCK

Av detta fokusområde.



SAMMANFATTANDE KOMMENTARER – PLATSEN

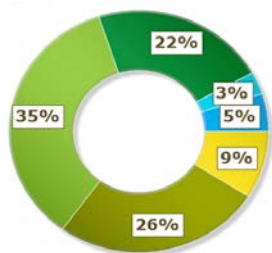
Det finns goda förutsättningar för att platsen ska bli bra, dock finns det en hel del att jobba med för att det ska kännas mer välkomnande och ge ett positivt helhetsintryck.

Tråkigt centrum med för många stängda butiker och brist på nöjen. Nedre Kungsgatan ger ett trevligare intryck! Utveckla hamnområdet också med fler matställen och butiker. Gör det väldigt förmånligt för företagare att öppna butiker i centrum med billig hyra etc.

Sköt om husfasader, ta bort klotter och klistermärken. Av det som brister går mycket att fixas till med enkla åtgärder.

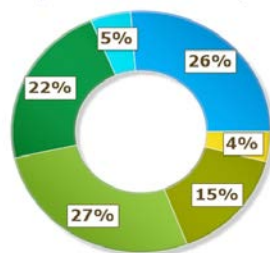
3.5 RESULTAT FOKUSOMRÅDE 4

– TILLGÄNGLIGHET



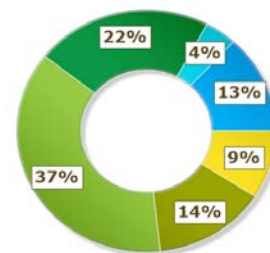
TILLGÄNGLIGHET

Infrastruktur, in- och utfarter för fordon, fotgängare och cyklister, vägskyltar etc.



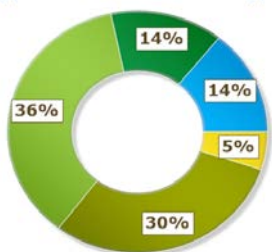
TRANSPORTER

Kollektivtrafik, frekvens/tidtabeller. Taxi/taxizoner.



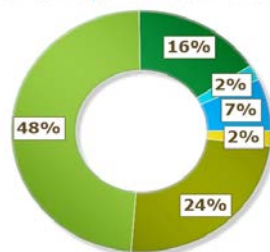
FRAMKOMLIGHET

Normalt och vid större events, tillgång till p-platser, handikapp-/familjeparkering, hinder, jämnt och plant.



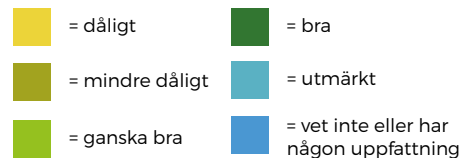
ÖPPETTIDER

Gemensamma öppettider för handel och nattklubbar, söndagsöppet etc.



HELHETSINTRYCK

Av detta fokusområde.



SAMMANFATTANDE KOMMENTARER – TILLGÄNGLIGHET

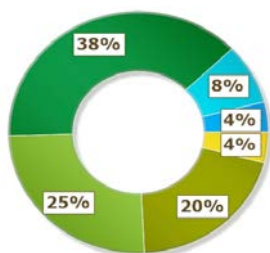
Tillgängligheten kan absolut förbättras. Vad gäller trafiksituationen behöver man tydligt kommunicera med medborgarna om vidtagna åtgärder och varför.

Parkeringen runt "citykärnan" borde vara med P-skiva.

Människor ska vara i centrum, inte bilar. Kanske ordna bilparkering nära nya badhuset och en gratisbuss till torget var tionde minut?

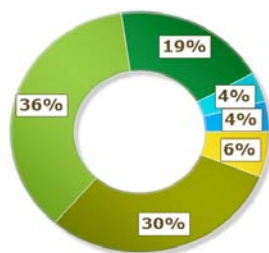
3.6 RESULTAT FOKUSOMRÅDE 5

– TRYGGHET



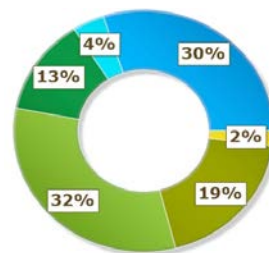
RENT

Service och underhåll. Klotterbekämpning, förstörelse, buller. Samordning och frekvens för renhållning, normalt och vid events.



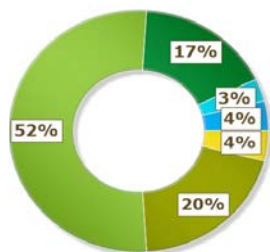
TRYGGT

Välkomnande, standard/kvalitet. Kvällsbelysning, mörka stråk?



SÄKERT

Dag-, kvälls- och nattetid. Nattvandrare, samverkan mellan polis, säkerhets-vakter och bevakningsbolag. Brottslighet, omhändertagande, förgelseväckande beteende.



HELHETSINTRYCK

Av detta fokusområde.



SAMMANFATTANDE KOMMENTARER – TRYGGHET

Ofta upplevs det rent och städat i centrum, men det finns klistermärken lite överallt och det är väldigt skräpigt runt Coop-området.

Det behövs ta en titt på belysning och mörka platser.

A och O är att få ett flöde av människor för att minska otryggheten. Parker ser man ju i dagsljus, kvällstid är staden död.

Vi behöver därför några riktiga restauranger förutom Bistrot Bombance och ett kulturhus värt namnet.

4. STUDIER, UNDERSÖKNINGAR & WORKSHOPAR

4.1 VAD HAR ÖKAT VÅR KUNSKAP?

Studier, undersökningar, workshopar och annat som gett värdefull branschkunskap, spetskompetens och ökad förståelsen för platsutvecklingen i Enköping före själva BID-processen och inom ramen för BID-processen.

4.2 ATTITYDUNDERSÖKNINGAR & ENKÄTER

Uppföljning och analys av SCB medborgarundersökning 2019

Genomförd av samhällsbyggnadsförvaltningen.

Medlemsundersökning 2019

Genomförd av Enköpings Centrumsamverkan bland medlemmarna, april-maj 2020.

4.3 WORKSHOPAR & GRUPPARBETEN

BID Steg 2+3, 27 augusti 2020

https://www.enkopingscentrum.se/_project/_media/_doc/bid/anteckningar_bid-enkoping_steg-2-3_2020-08-27_slutlig.pdf

Workshop om vad deltagarna lärt sig av dagens stadsvandringar uppdelat på de fem fokusområdena varumärket, utbud, platsen, tillgänglighet och trygghet.

BID Steg 1, 29 januari 2020 (politiker, tjänstemän)

https://www.enkopingscentrum.se/_project/_media/_doc/bid/anteckningar_bid-enkoping-steg-1_politiker_2020-01-29_slutliga.pdf

Workshop om BID-område, vem saknas, förväntningar och eget bidrag.

BID Steg 1, 29 januari 2020 (handel, fastighetsägare, föreningsliv etc)

https://www.enkopingscentrum.se/_project/_media/_doc/bid/anteckningar_bid-enkoping_steg-1_ovriga_2020-01-29_slutliga.pdf

SWOT-analyser om de fem fokusområdena varumärket, utbud, platsen, tillgänglighet och trygghet.

PULS - PlatsUtveckling, Ledning och Strategi, 17 januari 2019

Verktyg för att fastställa var samverkansorganisationer är i samarbetet och vad de vill ha ut av det. Deltog gjorde Enköpings kommuns kommunalråd, kommunala tjänstemän, fastighetsägare i centrala Enköping och Enköping Centrumsamverkans styrelse.

Centrumstudie - workshops sammanfattning, 2017

SWOT-analyser med PLEX, fastighetsföretag och Enköping Centrumsamverkan med fokus på tre olika områden: Gustav Adolfs plan och traktorparkeringen, Stora torget och Paus, samt Kryddgården och Coop.

4.4 GODA EXEMPEL, STUDIERESOR & LÄR-AV-VARANDRA

Studieresor

Studieresa till BID-kommun

Studieresa till annan BID-kommun planeras inom ramen för BID Enköping, lite försenad på grund av covid-19.

4.5 ERFARENHETSUTBYTE, UTBILDNING & NÄTVERK

Erfarenhetsutbyte

Sala kommun

Utbyte kring utvecklingen av Enköpings Presentkort.

Borlänge kommun

Utbyte kring arbetet med BID-processen.

Utbildning

UCM Basic, Stads-, plats- och centrumutveckling

BID-managers deltar i Svenska Stadskärnors utbildning 11-13 november 2020 i Malmö.

Nätverk

Fyra Mälarstäder

Samarbete mellan Enköping, Eskilstuna, Strängnäs och Västerås, som tillsammans är en framgångsrik, Mälarnära och attraktiv aktör i en expansiv tillväxtregion.

Tryggare Enköping

På uppdrag av kommundirektörens ledningsgrupp jobbar denna utvecklingsgrupp som ska samordna, utveckla och initiera lång- och kortsiktiga insatser för invånarna i Enköpings kommun inom områden som trygghet, säkerhet, skydd mot olyckor, brottsförebyggande arbete och krisberedskap.

Enköpingskontakten

Lokalt affärsnätverk i Enköpings kommun.

God morgon Enköping

Lokalt affärsnätverk i Enköpings kommun.

Relation

Lokalt affärsnätverk i Enköpings kommun.

Svenska Stadskärnor

Viktigt nätverk i arbetet med BID-processen och vägen till Årets Stadskärna.

Sveriges Centrumutvecklare

Branschnätverket för yrkeskåren inom centrum-, plats- och destinationsutveckling.



Foto: Anne Nilsson

BID Steg 1

5. SWOT-ANALYSER MED FOKUS PÅ SAMVERKAN

5.1 GENOMFÖRDA SWOT-ANALYSER

En SWOT-analys är ett vanligt planeringshjälpmedel när man ska identifiera styrkor, svagheter, möjligheter och hot vid en strategisk översyn. Flera olika grupper inom ramen för BID Enköping har genomfört egna SWOT-analys, vilka utgör underlag till denna nulägesanalys. Fokus för alla analyserna har varit: **Dagens samverkan mellan aktörer i Enköping** (framför allt inom BID-området). Dessa har sedan ställts samman i en enda analys som är godkänd av styrgruppen och presenteras här.

STYRKOR

= interna egenskaper som vi kan påverka

- Vilja, samverkan och engagemang finns hos vitala aktörer för att förbättra centrum
- Tydlig politisk satsning på centrum
- Välfungerande centrumförening
- Näringslivsintresserad kommun
- Flera större omvandlingsprojekt på gång: Statt-tomten, Paus-huset, Joar Blå
- Två stora torg att samverka kring
- Mysig stadskärna med nära till allt
- Unika butiker, kaféer och restauranger
- Nedre Kungsgatan – vår sommargata
- Lediga lokaler med potential
- Etablerad och välfungerande parkstad
- Fjärdhundralands närproducerade mat
- Historien om Enköping: en av Sveriges äldsta, kända profiler
- Vackert hamninlopp
- Stort intresse för bilfria gator
- Vinterbelysningen
- Städningen i centrum
- Intresse för trygghetsskapande åtgärder
- Många besöksanledningar: mysig shopping, småstads-känsla, parkerna
- Myran kompletterar centrumhandeln
- Attraktiv boende
- Jobbas på för högskola i Enköping

MÖJLIGHETER

= externa egenskaper som vi inte kan påverka

- Sveriges Närmaste Stad – utmärkt logistiskt läge mitt i tillväxtområdet Mälardalen
- Lätt att komma till Enköping med olika färd sätt
- Närheten till Mälaren
- Växande stad och befolkning med framåtanda – kan attrahera nya aktörer att etablera sig
- Positiv strukturomvandling av handel och fastigheter
- Covid-19 gör att fler handlar på hemmaplan och har hemester
- Trenden att stadskärnor blir ”upplevelsecentrum”

SVAGHETER

= interna egenskaper som vi kan påverka

- Saknas tydlig, långsiktig vision och planer om stadens utveckling
- Svag politisk beslutskraft, då oenigheter riskerar bromsa centrumutveckling
- Svagt genomförande av politiska beslut
- Sega kommunala processer för fastigheter, gator, torg och verksamheter
- Långa handläggningstider hos kommunen
- Halvtomma Paus-huset och Statt-tomten blockerar centrumutvecklingen
- Fastighetsägare brister i underhåll och är svåra att nå
- Ojämn arkitektur och splittrande miljöer
- Stora torget: svårt att överblicka, rörigt, för stort, felplacerad scen, dåligt underhållna träd och fontänens fundament tynger
- Otydlig parkering om var och hur länge man får stå
- Olika öppettider i centrum
- Otydlig skyltning gör svårt att hitta i centrum
- Saknas komplett utbud i centrum
- Fler stordragare till centrum behövs
- Svårt att komma in i många butiker för funktionsnedsatta
- För många smålokaler i centrum
- Dåligt med aktiviteter på Stora torget
- Få arbetsplatser i centrum som ger flöde
- Belysningen inte årstidsanpassad
- Bristande klottersanering och underhåll av soptunnor
- Dålig åldersspridning bland boende i centrum
- Negativt tyckande och tveksam inställning till centrum
- Svårt att nå ut till invånare om allt bra som görs i centrum
- Svag samverkan mellan centrum och handelsområdet Myran
- Hög investeringspuckel med många stora investeringar i kommunen

HOT

= externa egenskaper som vi inte kan påverka

- Politiska processer som tar tid kontra ivriga entreprenörer som vill få snabba besked
- Fastighetsägare som saknar lokal förankring och inte vill engagera sig
- Lätt att åka ifrån med närhet till många andra städer
- Fysiska handeln minskar med näthandeln
- Som tillväxtkommun svårt att utveckla infrastruktur i takt med demografin
- Covid-19 minskar resandet och investeringsviljan i Enköping
- Näringsidkare klarar inte digitala omställningen
- Kringkommunerna går om Enköping i utveckling
- Externa ekonomin och konjunktursvackor

6. OMVÄRLDEN & MARKNADEN



CORONAKRISEN FÖRÄNDRAR VÅRT BETEENDE

”Vi återupptäcker just nu några grundläggande mänskliga behov. När man blir ombedd att stanna hemma och inte kan krama sin familj och sina vänner, har vi alla känt hur mycket det betyder för oss att umgås och gå ut till en park.

Den grundläggande återupptäckten bör vi komma ihåg, både som människor och som beslutsfattare.”

Helle Lis Søholt, VD för internationellt verksamma Gehl som bland annat jobbar med stadsutveckling och analys av människors beteende i städer under devisen ”Making Cities For People”

Källa: Cityindex 2020, Branchrapport, Fastighetsägarna och HUI

6.1 TRENDER & UTVECKLING

Stadskärnan i ständig förändring

Framväxten av e-handeln, tillväxten av externhandeln och inte minst coronapandemin har gjort att förändringen i stadskärnor sker snabbare nu än kanske någonsin tidigare. Stadskärnans utmaningar skapar rum för nya affärsmöjligheter. Människors behov av att mötas, har i spåren av coronakrisen, blivit ännu större. Efterfrågan på det unika, småskaliga och hållbara driver stadskärnans utveckling.

Covid-19 snabbar på

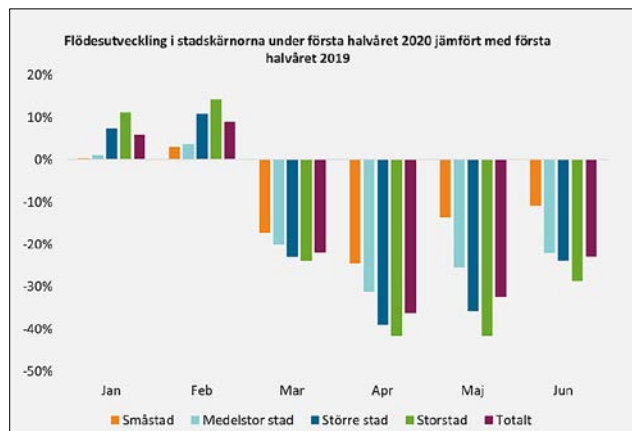
Att stadskärnorna förändras är en naturlig del av utvecklingen. Stadskärnan har alltid varit en plats där människor samlas. Nu ser vi hur det som en gång var kärnan kommer åter – småskaliga spiceributiker och serviceinrättningar får utökad utrymme. Coronakrisen har skyndat på strukturomvandlingen och skapat plats för nya verksamheter. Även om coronapandemin bidragit till att kortsiktigt kraftigt öka e-handelns omsättning, längtar människor efter att mötas igen.

Nära, personliga drar

Det nära och personliga som finns i stadskärnans identitet är det som lockar besökaren jämfört med handelsområden och köpcenter. Vårt intresse för hållbarhet fortsätter att öka och coronakrisen har gjort att allt fler valt att också stötta sin egen stadskärna. Platsens utbudsmix blir i framtiden central för att skapa god tillväxt och attrahera både boende och besökare.

Platssamverkan än viktigare

Vikten av platssamverkan har därför blivit ännu större. Stadskärnans aktörer har ett ansvar och en möjlighet att genom samverkan kunna erbjuda unika pusselbitar som skapar



Enköping betecknas som medelstor stad.

Källa: Cityindex 2020, Branchrapport, Fastighetsägarna och HUI

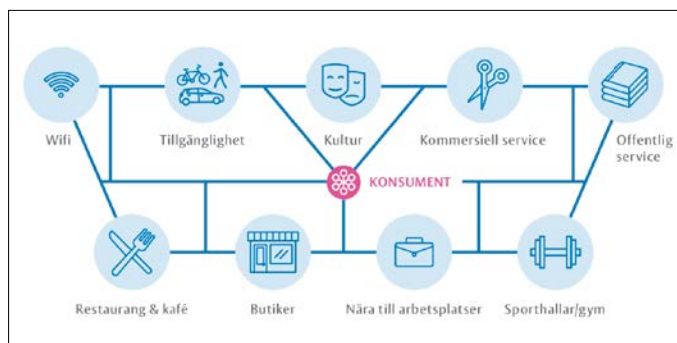
stadens helhet. Något som kräver mod att våga testa nytt, och en flexibilitet hos både fastighetsägare och kommuner.

Värt att ta sig dit

Med lyhördhet och flexibilitet för att möta efterfrågan har stadskärnan och den fysiska butiken goda förutsättningar att spela en viktig roll i framtiden. Butiksytor i stadskärnorna kommer däremot att minska på sikt, särskilt i lägen med höga hyresnivåer. E-handelns tillväxt skapar nya butiksformat, nya konsumentbeteenden och ny konkurrens, men trots det kan den fysiska butiken fortsatt vara den största försäljningskanalen. För att lyckas med detta måste den fysiska butiken hävda sin relevans gentemot kunderna. Det måste bli värt att ta sig dit.

Viktigt att driva flöden

Framtidens framgångsrika fysiska handelsplatser – såväl stadskärnor som externhandel – behöver erbjuda mer än bara handel för att locka besökare. Genom att klustra handel med nöjen och service skapas mötesplatser som erbjuder upplevelser för personer som önskar det och tidseffektivitet för andra. Dagens stadskärnebasehandel drar redan idag nytta av närhet till kontor, bostäder och kultur, men kan stärkas ytterligare av ett förbättrat utbud av offentlig och kommersiell service. Även goda kommunikationer är vitalt. Att driva flöden blir extremt viktigt framöver.



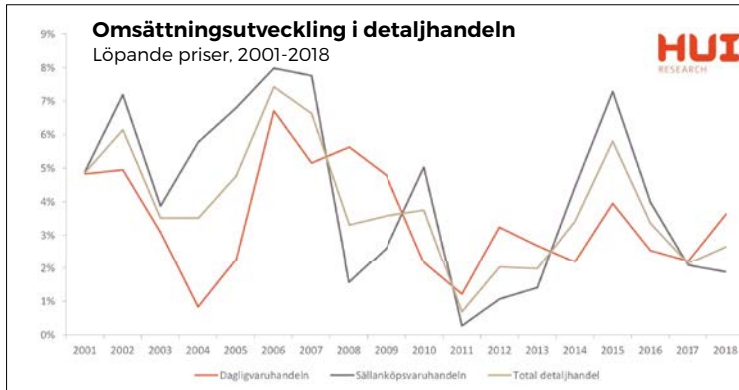
Dynamiska multiplatsen.

Källa: Den fysiska handelsplatsen i en digital värld, Svensk Handel, 2019

TIPS FÖR ATTRAKTIV STADSKÄRNA!

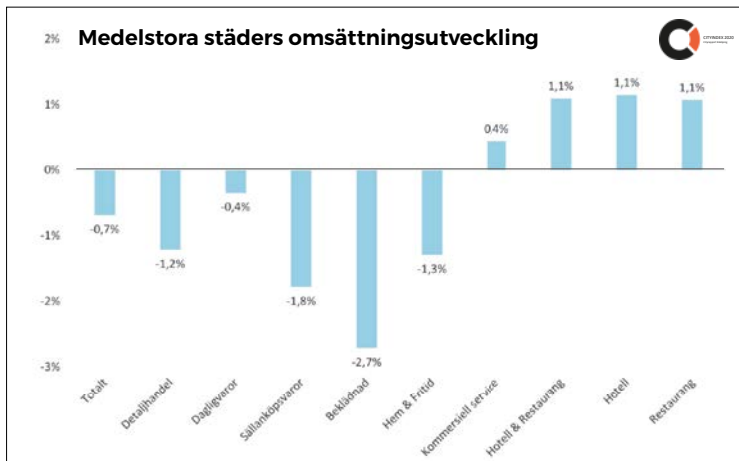
- Bred utbudsmix
- Stärk det unika
- Gör plats för grönområden och allmänna ytor
- Testa snabbt och ofta
- Långsiktig utvecklingsplan och samverkan
- Inkludera lokalbefolkningen
- Datadriven utveckling

Källa: Cityindex 2020, Fastighetsägarna och HUI



- Den svenska detaljhandeln växte med 2,7 procent under år 2018.
- Dagligvaruhandeln utvecklades starkast och växte med 3,6 procent.
- Sällanköpsvaruhandeln ökade med 1,9 procent.

Källa: Snabbfakta 2019 – Information om svensk detaljhandel, HUI Research och Handelsrådet



- De medelstora städerna utvecklas svagare än stads kärnor överlag och minskade med 0,7 procent i omsättning under 2019 jämfört med 2018.
- Störst var tappet för beklädnad, som tappade 2,7 procent av omsättningen.
- Bäst bland branscherna gick hotell och restaurang, som båda växte med 1,1 procent.

Enköping betecknas som en medelstor stad.
Källa: Cityindex 2020, Branchrapport, Fastighetsägarna och HUI

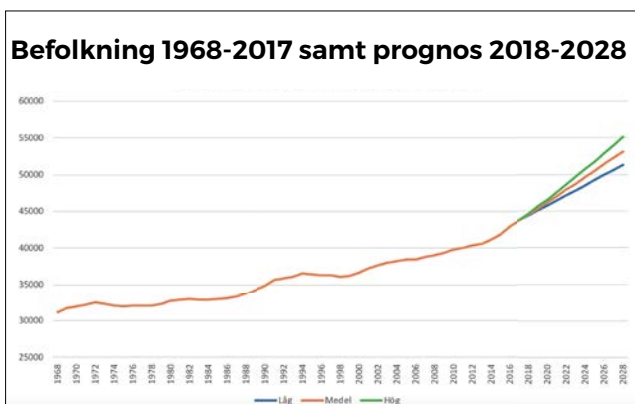
HANDELN I UPPSALA LÄN

- Detaljhandeln i Uppsala län omsatte 22,7 miljarder kronor under 2019. Jämfört med 2018 ökade omsättningen i länet med 4 procent.
- Störst omsättning i detaljhandeln i Uppsala län år 2019 hade Uppsala med 16,4 miljarder kronor, Enköping med 2,3 miljarder kronor och Östhammar med 1,1 miljarder kronor.
- Starkast utveckling i detaljhandeln i Uppsala län år 2018/2019 hade Knivsta med en tillväxt om 10 procent, vilket motsvarar en ökning med 47,6 miljoner kronor.

Källa: Databasen Handeln i Sverige, HUI Research

6.2 ENKÖPINGS POSITION PÅ NATIONELL, REGIONAL & LOKAL MARKNAD

Källa: Befolkningsprognos, Enköping våren 2019–2028



SIFFROR OM ENKÖPING

- **Rekordbyggande.** Under 2019 byggdes 347 nya bostäder i Enköpings nya stadsdelar och under rekordåret 2018 byggdes 671 nya bostäder, vilket är den högsta siffran någonsin.
- **Mälardalens Gnosjö.** Enköpings näringsliv utvecklas starkt och 2019 startade 383 nya företag i kommunen.
- **45 000 Enköpingsbor.** 2019 blev vi 45 000 Enköpingsbor. Målet är att vi ska vara 50 000 invånare senast 2030.

Expansivt Enköping

Enköping ligger mitt i den expansiva Mälardalsregionen med god tillgänglighet via tåg, bil och flyg. Inom 40 minuter nås Stockholm, Uppsala och Västerås samt de internationella flygplatserna Arlanda, Bromma och Västerås inom 20–45 minuter. Region Uppsala, där Enköping ingår, är en av landets snabbast växande regioner och är en integrerad del av Stockholm. Tillväxten förväntas fortsätta och kan enligt prognoser leda till att regionen får ytterligare 100 000 invånare till 2030.

Även Enköping växer kraftigt och 2019 passerade vi 45 000 invånare i kommunen. Mycket talar för att Enköping fortsättningsvis kommer att spela en viktig roll som bostadsort med goda pendlingsmöjligheter, lägre bostadspriser och småstadskänsla. Närheten till kompetens, växande kundunderlag och bra transportvägar är det som lockar speciellt företag med inriktning på logistik, industri, handel, tjänster och service till Enköping. Enköpings strategiska läge i Mälardalen i kombination med småstadskänsla skapar även goda förutsättningar för att besöksnäringen ska växa.

Tack vare coronapandemin kan Enköping bli attraktivare, då mindre stadskärnor föredras före större. Även tilltagande distansarbete kan komma att leda till ökat intresse för flytt från storstäder till mindre städer som Enköping.

6.3 VAD SKER I VÅR OMGIVNING FRAMÖVER?

Enköping växer och utvecklas som aldrig förr. Här är några av kommunens spännande framtidsprojekt:

- **Årets Stadskärna 2025.** Enköping ska bli Årets Stadskärna senast 2025. Tillsammans arbetar kommunen, företagare och fastighetsägare med flera för en platsutveckling och nya affärer. Projektet går hand i hand med stora centrala investeringar i nytt gymnasium, Statstomt och Paus-hus.
- **Grönt Myran.** Handelsområdet Myran behöver byggas samman med stadskärnan. Genom världens största arkitekttävling European 15 har kommunen fått in flera förslag på hur detta kan ske. Vinnarförslaget "Root citys" vill omvandla dagens Myran till ett grönt och urbant område.
- **Levande landsbygd.** Enköping utsågs 2018 till den fjärde bästa landsbygdskommunen att bo i. Utveckling av landsbygden är en given del i samhällsplaneringen. Kommunen ska inrätta ett kransråd, en landsbygdsutvecklare och ta fram en landsbygdsstrategi.
- **Stadens nya parkeringsmiljö.** Enköping ska få ett nytt parkeringssystem för att minska biltrafiken i centrum. Det ska vara billigare att parkera utanför de mest centrala kvarteren. Med mindre biltrafik görs plats för de som vill handla, flanera, umgås, gå eller cykla.
- **Grönt och hållbart Enköping.** Kommunen arbetar tillsammans med Enköpingsborna, näringslivet och fastighetsägarna för att bygga ett miljömässigt, socialt och ekonomiskt hållbart Enköping. 2030 ska hälften av transporter i staden ske genom att gå, cykla eller med kollektivtrafik.
- **Sveriges närmaste idrottskommun.** Alla ska välkomnas till ett varierat idrottsliv när vi utvecklar Lägerstaden, bygger nya anläggningar och bidrar till Hälsostaden Enköping. Det idrottspolitiska programmet visar vägen för framtidens idrottsliv. Det nya stöd- och bidragssystemet förenklar bidragsreglerna, är bättre anpassat till lokala behov och möter framtidens utmaningar.
- **Sveriges närmaste kulturkommun.** Kulturlivet ska bli lättillgängligt och vara en naturlig del när vi bygger framtidens Enköping. Kulturen och konsten ska ta plats, ifrågasätta och spegla sin samtid, framtid och dåtid. Kommunens kulturpolitiska program visar vägen för framtidens kulturliv. Det nya stöd- och bidragssystemet förenklar bidragsreglerna, är bättre anpassat till lokala behov och möter framtidens utmaningar.
- **Politisk vilja.** Bättre skolresultat, effektivare integration och fler som går från försörjningsstöd till egen försörjning är exempel på politiska prioriteringar för Enköping de kommande åren. Årets Stadskärna, digitalisering och en av landets bästa skolkommuner 2023 finns med i kommunfullmäktiges långsiktiga plan för 2020–2023.
- **Nytt linjenät för busstrafiken.** Enköping ska förbättra busstrafiken genom ett tydligare linjenät och fler avgångar. Målet att få fler att välja buss framför bil är ett led i kommunens miljö- och klimatarbete. 2022 ska det nya linjenätet vara igång.

7. MÅLGRUPPER

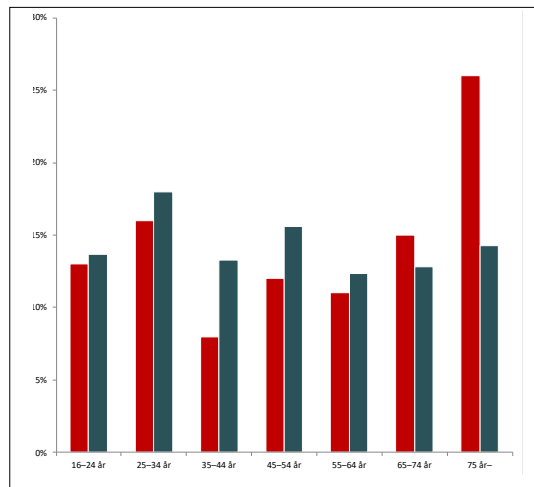
– INVÅNARE
& BESÖKARE



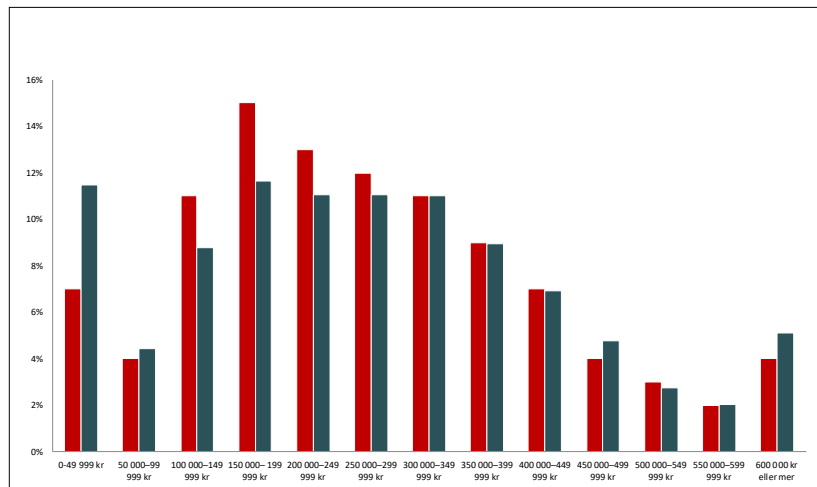
7.1 INVÅNARE I ENKÖPING

Enköpings kommun växer starkt. Idag bor över 46 000 personer i kommunen, varav cirka 25 000 bor i tätorten Enköping. Ungefär 9 000 personer pendlar ut och cirka 5 000 personer pendlar in till kommunen. Ungefär 40 procent av befolkningen bor utanför tätorten och då ofta på landet.

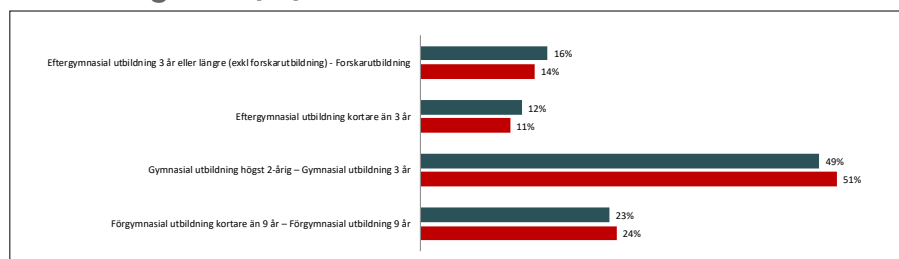
Ålder 2019 (%)



Förvärvsinkomst 2018 (%)



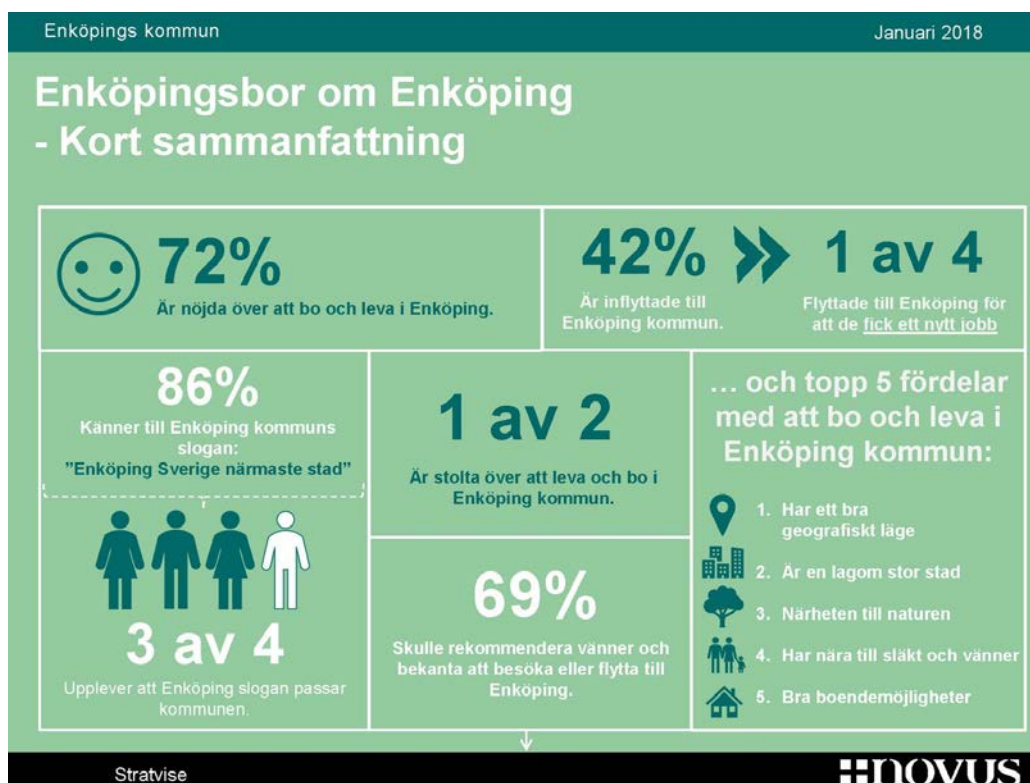
Utbildning 2019 (%)



I statistiken ingår stadsdelarna Bergvreten-Gånsta, Centrum, Galgvreten-Lillsidan, Herrgården-Fanna, Korsängen, Munksundet-Gröngårn, Romberga och S:t Ilian där knappt 20 000 av Enköpings invånare bor.

■ Centrum
■ Samtliga stadsdelar

Källa: SCB



Källa: Enköpings kommun, 2018, Stratvise/Novus

7.2 BESÖKARE I ENKÖPING

Fritids- och affärsresenärer

Våra besökare kan delas in i två olika grupper: fritidsresenärer och affärsresenärer. Affärsresenärerna utgör en stor och viktig del av omsättningen inom besöksnäringen i Enköpings kommun, inte minst när det gäller kommersiella gästnätter. De mest betydande logidrivarna i kommunen är Ledningsre-



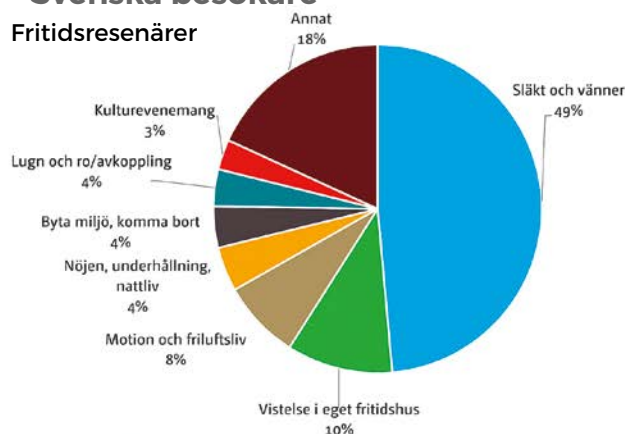
Trädgårdsdagen

gementet och dess leverantörer av bland annat it-tjänster. Antalet internationella gäster är lågt i Enköping jämfört med resten av Sverige. Det beror på att kommunens besöksdrivare, förutom Trädgårdsdagen, främst har nationella gäster som målgrupp. Tyskar, holländare och finnar är de vanligaste utländska besökarna.

Huvudsyfte med resan - Svenska besökare

HUI
RESEARCH

Fritidsresenärer



Att besöka släkt eller vänner var det vanligaste ressyftet för resenärer till Enköping kommun under 2016. Att vistas i sitt eget fritidshus var också en vanlig anledning att ta sig till Enköpings kommun.

Källa: Kommunala turismeffekter Enköpings kommun 2016, HUI Research

Var kommer besökarna ifrån? - Svenska besökare

HUI
RESEARCH



Källa: Kommunala turismeffekter Enköpings kommun 2016, HUI Research

Dagbesök

Region	Andel (%)
1 Stockholms län	61%
2 Östra Mellansverige	28%
3 Småland och öarna	2%
4 Sydsverige	1%
5 Västsverige	6%
6 Norra Mellansverige	2%
7 Mellersta och Övre Norrland	0%

Nattbesök

Region	Andel (%)
1 Stockholms län	66%
2 Östra Mellansverige	23%
3 Småland och öarna	0%
4 Sydsverige	3%
5 Västsverige	0%
6 Norra Mellansverige	4%
7 Mellersta och Övre Norrland	4%

Målgrupper 2018 (%)

Enköpings kommun



Källa: Översiktlig marknadsanalys 2019, Annordia

Beläggningsgrad 2016–2018 (%)

Enköpings kommun



Källa: Översiktlig marknadsanalys 2019, Annordia

Enköpings kommun
Januari 2018

Mälardalsbor om Enköping - Kort sammanfattning

96% från Västerås, 89% från Uppsala och 67% från Stor-Stockholm har besökt Enköping

Omkring 1 av 3
Fick ett positivt intryck av Enköping i samband med sitt besök

7 av 10 boende i Uppsala och Västerås kan peka ut Enköpings geografiska placering. Hälften kan det i Stor-Stockholm.

Kunskapen om Enköping är låg:
8% av boende i norra stor Stockholm, 15% i Uppsala och 16% i Västerås säger att de har hög kunskap om Enköping.

Enköping förknippas i hög grad med sin slogan, att vara en liten stad och sina parker

Spontana associationer:

Stratvise

Källa: Enköpings kommun, 2018. Stratvise/Novus

8. KONKURRENS- SITUATION

8.1 HUR SER KONKURRENSEN UT FÖR ENKÖPING?

Konkurrensen är relativt tuff för Enköping: det är lätt att komma till Enköping, men det är också lika lätt att ta sig ifrån Enköping för att åka till andra städer.

Enköpings utveckling 2010–2019

Utveckling av kommunens försäljningsindex över tid

Jämfört med länet och jämförbara städer

- Försäljningsindex beskriver hur handeln förmår ta tillvara den befolkningsmässiga köpkraften och attrahera kunder från områden utanför sin kommun. Index över 100 innebär att handeln drar kunder från andra områden och index under 100 innebär att handeln har ett utflöde till andra kommuner.
- Enköpings försäljningsindex är högre än jämförbara städers index, men lägre än länets genomsnitt.



Observera att typen av stad är baserad på kommunens befolkning och inte Cityindex definition av stadstyper.

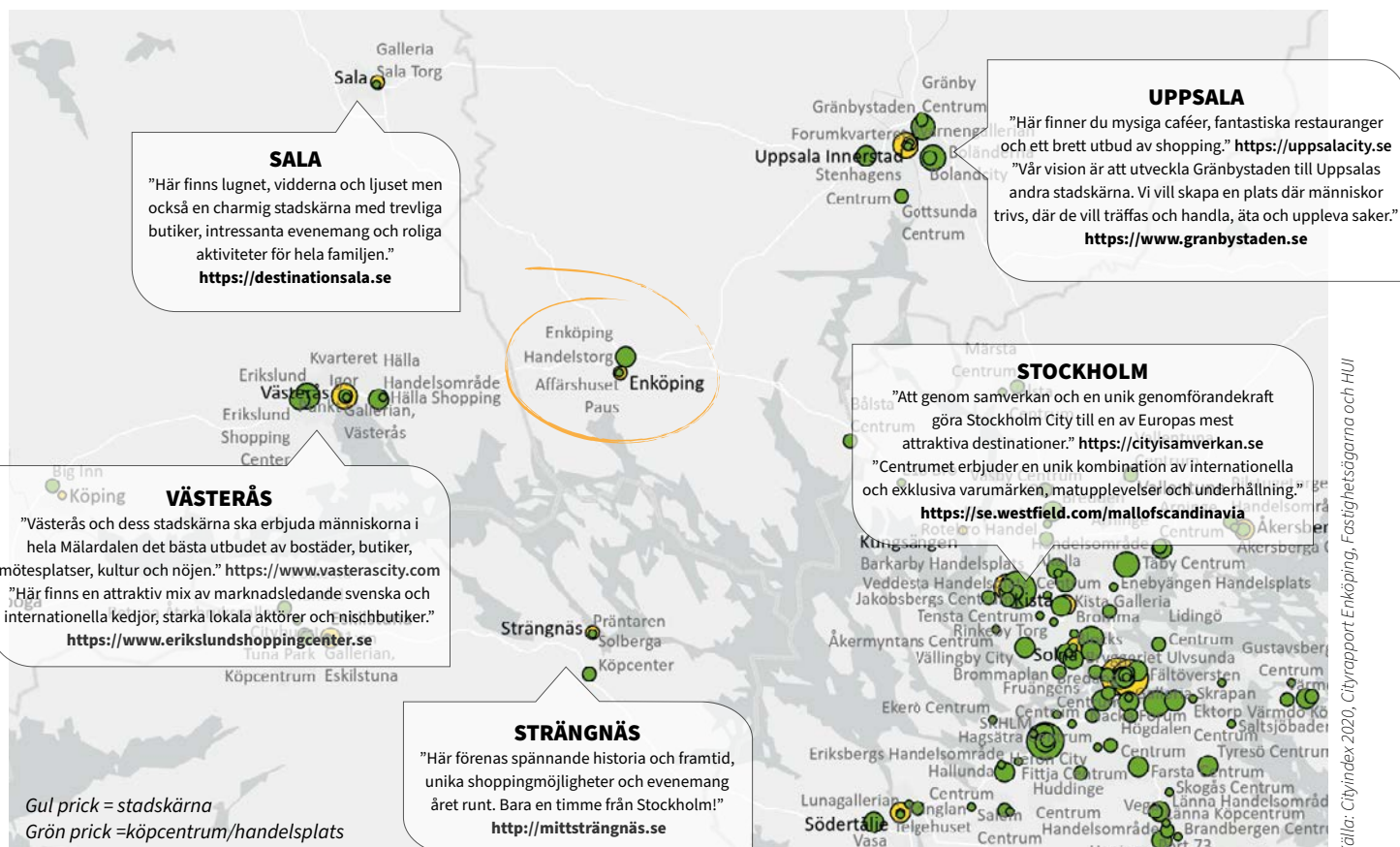
Källa: Cityindex 2020, Cityrapport-Enköping, Fastighetsägarna och HUI

8.2 VÅRA STÖRSTA KONKURRENTER?

Enköpings största konkurrenter bedöms vara Västerås, Uppsala, Stockholm, Strängnäs och Sala. Västerås, Uppsala och huvudstaden Stockholm drar med pulserande storstadsliv och stora gallerior/köpcentrum. Sala och Strängnäs lockar med mysig småstadsshopping.

Konkurrenssituation 2019

Närliggande köpcentrum och handelsområden



Gul prick = stadskärna
Grön prick = köpcentrum/handelsplats

Cirklarnas storlek indikerar utthyrningsbar yta per handelsplats.

Källa: Cityindex 2020, Cityrapport-Enköping, Fastighetsägarna och HUI

9. SAMMANFATTNING & SLUTSATSER



9.1 DÅTID

Under början av 2000-talet genomfördes två olika satsningar på Årets Stads kärna i Enköping. De föll på att fastighetsägare, men även kommunen saknade intresse. Utvecklingen av handelsområdet Myran längs E18 sågs, initialt, som en konkurrent till stadskärnans handel och blev en blockering i arbetet med centrumutvecklingen.

I stadskärnan finns sedan länge fler problemfastigheter – främst obebbyggda Statt-tomten, nedgångna Paus-huset och slitna Joar Blå – som blivit till politiska slagträn, blockerat utvecklingen och skapat mycket förtret hos Enköpingsborna under många år. Det har blivit mycket utredande och politiska förslag. Diskussionerna om parkeringarna i centrum har även de varit heta av och till.

För att ta ett helhetsgrepp om centrum genomförde kommunen ett omfattande arbete i samband med framtagandet av den nya fördjupade översiktsplanen för Enköpings stad 2040, då bland annat flera olika typer av medborgardialoger genomfördes och rapporter/studier om centrumutvecklingen togs fram.

9.2 NUTID

I januari 2020 drog Enköping Centrumsamverkan i samarbete med Enköpings kommun igång en process för platsutveckling av initialt rutnätsstaden – BID Enköping – som bygger på offentlig och privat samverkan samt samfinansiering. Målet är att utveckla Enköping så att vi senast 2025 utses till Årets Stads kärna. Arbetet är välförankrat inom politiken, kommunala förvaltningar, fastighetsägare, näringsliv och föreningsliv.

Under BID-processens första steg har vi format olika grupper för att kunna bedriva arbetet effektivt och resultatutvecklat: En bred och tung **styrgrupp** som tar alla strategiska beslut i processen. Tre olika **referensgrupper** för fastighetsägare, politiker respektive kommunala tjänstemän med olika inriktningar. Fem **fokusgrupper** som ska göra det praktiska förändringsarbetet initialt. Idag är runt 150 personer involverade på något sätt i BID-arbetet. Lite längre fram kommer även allmänheten att engageras.

Genom stadsvandringar och SWOT-analyser har området inventerats utifrån fem fokusområden: varumärket, utbud, platsen, tillgänglighet och trygghet. Det har då bland annat kommit fram följande: Enköpings både gamla och nyare historia kan lyftas fram mycket mer på olika sätt. Ett större utbud behövs i centrum som klädaffärer och aktiviteter för barn/ ungdomar. Fler gångstråk och enhetliga torgstånd önskas. Eftersatt fastighetsunderhåll förfular. Svårt att hitta i centrum, skyltningen brister. Förbättra belysningen och beskär träd, mörkt på många platser.

Under processens gång har några frågor identifierats som viktiga att ta med in i det fortsatta arbetet:

- **Samarbetet mellan fastighetsägare och kommunen behöver förbättras.**
- **Ansvar för aktiviteter på Stora torget behöver förtydligas och fördelas.**
- **Bättre samverkan med berörda parter, till exempel handel och fastighetsägare, före politiska beslut om åtgärder.**
- **Viktigt att även se värdet av små snabba förändringar, inte bara stora långsiktiga.**

Denna nulägesanalys, som är ett resultat av engagemanget och delaktigheten från alla aktörer, ger oss en gemensam bild av BID-området för att kunna identifiera behov och utvecklingsmöjligheter. Den ligger sedan till grund för en affärsplan med tillhörande handlingsplan och budget.

9.3 FRAMTID

Det börjar hända mycket i centrala Enköping. Gamla låsningar lossar och vi börjar samarbeta på riktigt – kommunen, näringslivet, fastighetsägarna och föreningslivet. Genom konkreta synliga resultat i centrum börjar också Enköpingsbornas stolthet för staden att växa. Det skapar energi, goda spiraler och framåtanda.

Coronapandemin snabbar också på strukturomvandlingen även inne i Enköpings stadskärna med butiker och fastigheter. De unika butikerna, småskaligheten, de gröna inslagens betydelse i stadsmiljön och lokal matproduktionen är sådant som gynnas och här kan Enköping bli riktigt starkt.

Arbetet mot Årets Stads kärna går hand i hand med de stora centrala investeringarna i Enköping som Statt-tomten där det planeras för hotell, nytt Paus-hus med handel och bostäder, renoveringarna av Joar Blå till Enköpings kulturhus och nytt modernt gymnasium som också ska kunna användas för kultur-, sport- och mötesaktiviteter. Nya kommunhuset som planeras ska också vara centrumstödande. Allt detta skapar mer liv och rörelse i centrum.

Handelsområdet Myran byggs också samman med stadskärnan, så att Enköpings två handelsområden ömsesidigt stödjer varandra. Vinnarförslaget "Root city" vill omvandla dagens Myran till ett grönt och urbant område.

Vi går alltså en mycket spännande tid till mötes samtidigt som Enköping växer och utvecklas som aldrig förr med nya invånare, nystartade företag och militärens storsatsningar. Vi har nu otroliga möjligheter att närma oss visionen om att ha Mälardalens mest blomstrande småstadskärna i dubbel bemärkelse.

 **Tillsammans skapar vi
Årets Stads kärna senast 2025!**

TILLSAMMANS SKAPAR VI ÅRETS STADSKÄRNA SENAST 2025!

Formgivning och tryck av
nulägesanalysen har samfinansierats av:



Sparbanken
i Enköping



FÖRSVARSMAKTEN

ENKÖPINGCENTRUM
MOT ÅRETS STADSKÄRNA

www.enkopingcentrum.se/web/arets-stadskarna

Facebook: Enköping - Årets Stadskärna