



BID Köping Nulägesanalys 2024



KÖPINGS
KOMMUN

© Köpings kommun
Nulägesanalysen sammanställd av
Richard Folkebrant, 2024-06-10

Förord

Det är med glädje vi presenterar den här nulägesrapporten för BID-projektet i Köping. Det känns som ett spännande steg för vår stadskärna!

I den här rapporten tar vi en närmare titt på de förutsättningar som finns för utveckling av Köpings centrum som plats – vad som fungerar, vad som utmanar oss och vilka möjligheter vi har framför oss. Vi lyfter fram delar av de rapporter som finns tillgängliga med bäring på projektet. Även ett antal intressanta omvärldsspaningar och rapporter sammanfattas för att öka kunskapen om de utmaningar vi står inför. Målet med projektet är att vi tillsammans ska sträva efter att göra Köping ännu mer levande och attraktivt för både invånare och besökare.

Ett stort tack till alla som har bidragit till rapporten! Det är tack vare ert engagemang och era idéer som vi kan driva projektet framåt. Nästa steg blir att gå vidare i BID-projektet och tillsammans arbeta fram en handlingsplan. Ser fram emot att fortsätta denna resa tillsammans med er och göra Köping till en ännu härligare plats att vara på.

Tack för allt ni gör!

Theres Botold
Projektledare BID

Richard Folkebrant
Näringslivschef

Innehåll

Bakgrund och syfte	1
Syfte.....	1
Mål	1
BID processens sju steg.....	1
Nulägesanalysens syfte.....	2
BID området i Köping och dess geografiska avgränsning.....	2
Samverkansorganisationer och deltagare	4
Styrgrupp	5
En stad växer fram.....	6
Från tidig handelsplats till stad.....	6
Det moderna Köping	6
Den framtida staden.....	6
Kommunala planer, program och analyser	7
Stadsrumsanalys	7
Gestaltningprogrammet utifrån BID-projektet.....	8
Gestaltningssidé – Vision & Riktlinjer.....	9
Fördjupad översiktsplan Köpings tätort bäring på BID projektet	10
Omvärldsanalys	11
Frågan om trygghet och säkerhet.....	11
Lokal trygghetsundersökning	11
Säkerhet och trygghet inom detaljhandeln.....	12
Utvecklingen inom stadskärnorna enligt fastighetsägarperspektivet	13
Cityindex från Fastighetsägarna	13
Stora flytt- och boendestudien nationellt samt fokus på Västra Mälardalen med bäring på Köping	15
Nationell Sammanfattning	15
Konsekvenser av flytt- och boendestudien.....	15
Handelsindex för Köping och fem jämförbara kommuner i Mälardalen.....	16
Analys och förklaring.....	16
Korta fakta om BID-området och målgrupper	18
Näringslivets fördelning inom BID-området	19
Målgruppsanalys.....	20
Konsumentbeteenden och Köpvanor i Västra Mälardalen	20
Sammanfattande analys av köpvaneundersökningen.....	22
Fokusgrupper	23
SWOT - analys	24
Invånarenkät	26
Enkätsvaren.....	26
Fritextsvar	27
Fördelar med Köpings centrum som vi gärna lyfter fram.....	27
Utbud och aktiviteter	28
En balansakt mellan charm och utmaningar	29
Sammanfattning av enkätresultaten.....	30
Sammanfattning av nulägesanalysen.....	32
Process och Metodik.....	32
Nulägesanalys	32
Sammanfattning och rekommendationer	33
Hot:	33
Förslag och rekommendationer utifrån nulägesanalysen:.....	33
Slutsatser	34

En utblick mot framtiden.....	35
Köpings Centrum 2035 – en levande och trygg stadskärna	35
Trygghet och Säkerhet.....	35
Platsvarumärke och Identitet.....	35
Utbud och Upplevelser.....	35
Tillgänglighet och Mobilitet	36
Sociala Mötesplatser	36
Hållbar Utveckling	36
Engagerade Invånare.....	36

Bakgrund och syfte

Under våren 2023 beslutades det att genomföra en så kallad BID process (Business Improvement District) i Köpings centrum. Köpings centrum har under flera år stått inför utmaningar dels på grund av färre besökare vilket lett till att fler aktörer tvingats stänga ned dels av den allmänna trenden av öka näthandel. Som alla stadskärnor drabbades även Köping av minskade besök i samband med Covidkrisen vilket också bidragit till minskade besök i centrum.

BID processen är en beprövad utvecklingsprocess, där man tack vare ett strukturerat arbetssätt gör det möjligt att genom ökad kunskap, erfarenhetsutbyte och förståelse för varandra, lyckas nå resultat som inte kan nås på egen hand. Arbetet fortgår under 18 månader och under kontinuerlig coachning av Svenska Stadskärnor. I Köping ansvarar kommunens näringslivsmyndighet för att projektleda processen med stöd av Svenska Stadskärnor. Projektet sker i samverkan med handlare, fastighetsägare och övriga kommunens verksamheter. BID processen kan ses som en utökad förstudie inför ett långsiktigt arbete för att utveckla Köpings centrum som plats.

Syfte

Syftet är att på sikt skapa en attraktiv och levande stadskärna, att bibehålla de företag som finns inom såväl handel, service och tjänsteverksamheter, men även att locka nya etableringar till Köpings centrum och skapa nya mötesplatser där människor vill umgås och träffas.

Att vara levande och attraktiv handlar även om stadens varumärke, utbud, platsernas olika offentliga miljöer och tillgänglighet och inte minst – tryggheten och säkerheten i staden.

Mål

Målet är att fortsätta stärka Köpings som naturlig handels- och mötesplats i Västra Mälardalen genom att utveckla och bevara en levande, attraktiv och aktiv stadskärna året runt.

BID processens sju steg

BID-processens sju steg inleds med att engagera olika aktörer. Det startar med en introduktion och inspiration följt av stadsvandring och en Kick-off med workshop. Arbetsgrupper har diskuterat och rapporterat inom fem fokusområden: Platsvarumärke, Utbud, Platsen, Tillgänglighet och Trygghet.

Platsvarumärke: Fokuserar på identitet, profil och positionering genom att använda historien för storytelling och regional samverkan.

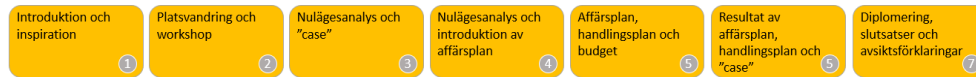
Utbud: Handlar om aktiviteter, handel, service och kultur i stadskärnan samt behovet av förstärkning.

Platsen: Berör platsens funktion, utseende och upplevelse för att göra den mer välkomnande och attraktiv.

Tillgänglighet: Handlar om att underlätta för besökare med parkering, kollektivtrafik, information och laddstationer, samt att göra området tillgängligt för alla, inklusive funktionsnedsatta.

Trygghet: Fokuserar på att skapa en känsla av trygghet genom välbelysta områden och förebyggande åtgärder mot brottslighet och skadegörelse.

Genom dessa steg och fokusområden strävar projektet efter att göra BID-området mer attraktivt och levande för både invånare och besökare.



Fokusområdena i processen inkluderar:

Platsvarumärke: Utforskar identitet, profil och positionering genom historieberättande och regional samverkan för att differentiera sig från andra orter.

Utbud: Framhäver aktiviteter, service och handel i stadskärnan och undersöker hur det harmonierar med områdets identitet samt behovet av förstärkning.

Platsen: Fokuserar på platsens attraktivitet, inklusive utseende och funktion för att göra den mer välkomnande och engagerande för besökare.

Tillgänglighet: Betonar enkel åtkomst till och från området med parkeringsmöjligheter, kollektivtrafik, laddstationer och tillgänglighet för olika grupper som funktionshindrade.

Trygghet: Läger fokus på att skapa en känsla av trygghet genom välbelysta områden, förebyggande åtgärder mot brottslighet och tydliga ordningsregler som följs upp av kommunen och andra aktörer.

Nulägesanalysens syfte

Inom ramen för BID-processen genomförs en nulägesanalys. Den syftar till att ge en gemensam bild av hur Köping utvecklats till den plats det är i dag samt vilka förutsättningar som gäller för det aktuella området idag. Nulägesanalysen lyfte in befintliga kommunala dokument, nationella, regionala samt lokala utredningar och rapporter med bäring på näringar och förutsättningar för det aktuella området.

I processen genomförs även platsvandringar, workshops, arbetsgruppsträffar. Resultatet av dessa samlade insatser återfinns också i denna nulägesanalys tillsammans med resultat av den invånarenkät som tillgängliggjorts på kommunens hemsida samt spridits via sociala medier.

Den slutliga nulägesanalysen sammanställs i en rapport som kommer godkännas av projektet styrgrupp och därefter presenteras för projektets deltagare och även allmänheten i och med att det blir en offentlig handling. Rapporten kommer sedan ligga till grund för den handlingsplan samt affärsplan som utformas inom ramen för projektet och som kommer presenteras i slutet av projektet, under senhösten 2024.

BID området i Köping och dess geografiska avgränsning

För att lyckas med en BID-process i Köping har vi fokuserat på att tydligt definiera områdena. Vi har särskilt lagt vikt på några huvudgator och passager: Stora gatan, Glasgatan från Hökartorget till Torgatan, samt Östra och Västra Långgatan mellan Stora Torget och Stora gatan.

Stadskärnans kopplingar till Entréer

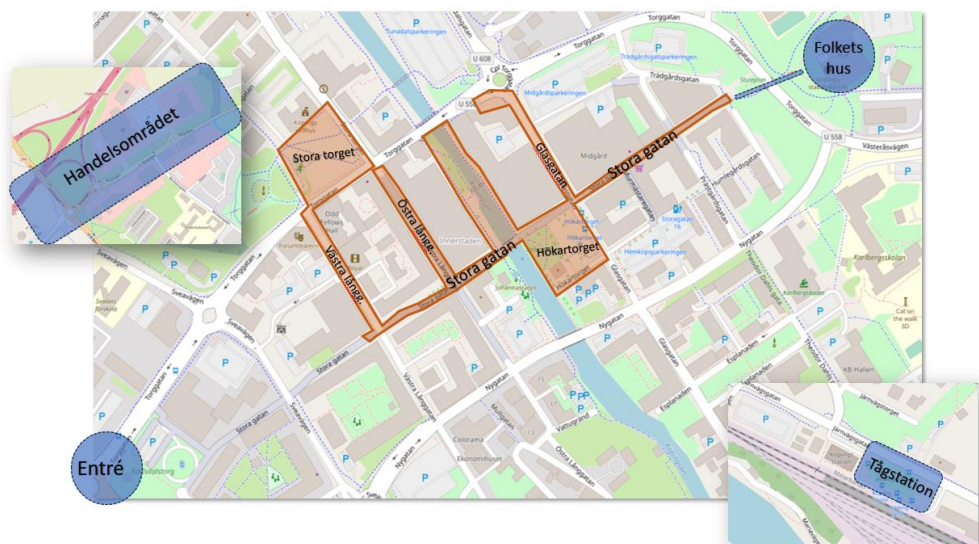
Inom ramen för BID-projektet identifierar vi viktiga platser som fungerar som ingångar till det aktuella området. Dessa platser är avgörande för att locka besökare

och kan vara trafiknoder, kollektivtrafikknutpunkter eller andra viktiga handelsområden som bidrar till stadens handel. Vi måste ta hänsyn till och dra nytta av dessa platser för att locka och behålla besökare i stadskärnan.

I Köping finns stora parkeringsområden nära centrum, vilket underlättar för bilburna besökare att parkera nära stadskärnan och BID-området. Detta skapar möjligheter för ett bilfritt stråk med stadskärnans karaktär. Stora gatan leder till en tunnel under Torggatan som förbinder BID-området med Folkets Hus. Hökartorget är en central plats med god anslutning till stadens centrum.

Köpings Stora torg ligger nära centrum och kan användas för stora evenemang och marknader som kan bidra till aktiviteter inom BID-området. Strax utanför centrum, vid den östra infarten, möts Stora gatan och Arbogavägen/Bergslagsvägen i en rondell med en stor symbol som var en del av Köpings förra grafiska profil.

Den sista ingången till BID-området är det handelsområde som växt upp kring trafikplatsen vid Ströbohög. Området inkluderar butiker som Stadium Outlet och Rusta. Avståndet till detta område är cirka 25 minuters promenad från Hökartorget och drygt 5 minuter med bil. Området utgör en sista utpost för handeln i Köping gentemot Erikslund och Västerås som nås drygt 3 mil eller en halvtimme från Köping. I och med utbyggnaden av E18 till motorväg kommer tiden mellan Köping och Erikslund förkortas med ett antal minuter vilket bidrar till att konkurrensen från handelsområdet väster om Västerås riskerar att öka. Det externa handelsområdet är en möjliggörare för att locka in besökare till stadskärnan men även en viktig del i ambitionen till att göra Köping till den naturliga handelsplatsen i Västra Mälardalen. Tillsammans bygger vi en större kaka som vi därefter delar och på så sätt blir vi mer framgångsrika och når bättre lönsamhet. Sammanfattningsvis, genom att dra nytta av olika ingångar och samarbeta skapar vi en mer framgångsrik och lönsam handelsmiljö i Köping.



Samverkansorganisationer och deltagare

Ansvarig för BID-processen i Köping är Näringslivsenheten i Köpings kommun. En projektledare arbetar halvtid för att driva och samordna projektet.

Köpings centrumförening

En organisation som samlar företagare, fastighetsägare och andra intressenter för att utveckla stadskärnan. Föreningen arrangerar marknader, evenemang och kampanjer för att öka stadens attraktivitet. Projektledaren för BID-projektet representerar kommunen i föreningens styrelse.

Västra Mälardalen i Samverkan

En samarbetsorganisation som främjar utvecklingen i Västra Mälardalen genom att sammanföra kommuner, näringsliv, akademi och andra aktörer. Organisationen driver projekt för regional tillväxt och hållbarhet.

VM Handel

En organisation som stödjer handeln i Västra Mälardalen. VM Handel arrangerar marknadsföring, kampanjer och evenemang för att stärka handeln och fungerar som en plattform för samarbete mellan handelsaktörer.

Fastighetsägare

Inom BID-området finns cirka 20 fastighetsägare. Ett fastighetsägarnätverk har startats för att främja samverkan och utveckling av stadskärnan. Nätverket inkluderar även fastighetsägare utanför BID-området och branschorganisationen Fastighetsägarna.

Företagarna i Västra Mälardalen

En lokal avdelning som representerar och stödjer företagare. Organisationen erbjuder nätverk, rådgivning och utbildning för att främja företagsamhet och stärka näringslivet i regionen.

Köpings kommun

Förvaltningsorganisation: Deltagare från kommunens sex förvaltningar och tre kommunala bolag har varit med i platsvandringar, workshops och fokusgrupper.

Politisk organisation: Politiker har bjudits in att medverka i olika steg för att säkerställa förankring och genomförande av projektets handlingsplan.

Övriga Intressenter

Näringsidkare och invånare som inte tillhör någon av de ovanstående grupperna har också deltagit i platsvandringar, workshops och fokusgrupper.

Styrgrupp

I BID-projektet finns en så kallad styrgrupp som mer kan jämföras med en referensgrupp. I styrgruppen finns representanter från flera olika intressenter samt representanter för Svenska Stads kärnor som är adjungerade. Följande personer sitter med i styrgruppen:

Köpings kommun:

Thomas Hoffmann, Säkerhetschef
Anita Iversen, Planchef
Maria Gustafsson, Verksamhetschef Kultur & fritid
Joshua Bender, Gatu- och parkchef VME

Fastighetsägare:

Lena Ekman, Köpings Bostads AB
Josefina Holmström, Viktoria hem
Catrin Eriksson, Fastigheten: Köping Edda 10

Centrumföreningen:

Daniel Aronsson, Ordförande Köpings centrumförening

Näringslivet:

Emma Dahlberg, Elgiganten/Phonehouse
Fatbardh/Viktoria Miftari, ICA Maxi
Patrik Björs-Strand, Restaurang Två Smaker

Ordförande i styrgruppen

Theres Botold, BID- manager och sammankallande

Adjungerande

Marie Hassel, Svenska Stads kärnor
Lotta Engvall, Svenska Stads kärnor

En stad växer fram

Från tidig handelsplats till stad

Köping har en lång historia, med bosättningar från 2000 f.Kr. Hällristningar vid Häljesta från bronsåldern visar tidig sjöfart. Fynd från järnåldern finns vid Norså, Åsby, Raglunda och Holmsmalma. En viktig boplats fanns vid Malma och kungshögen Ströbohög från yngre järnåldern.

Köping kristnas

Under 1000-talet kristnades trakten och kyrksocknar etablerades under 1100- och 1200-talen. Köping blev en missionscentral för Bergslagen, med viktiga kyrkor som Davidskyrkan i Munktorp och Köpings kyrka.

Köping blir stad

Köping nämns 1257 som Laglösaköping, en handelsplats utan stadsstatus. Stadsfunktioner utvecklades från 1400-talet. 1474 fick Köping utökade handelsrättigheter av Sten Sture den äldre, vilket bekräftade stadens status.

Scheele och begynnande industri

Handel och tillverkning blev viktiga för Köping. År 1548 grundades den första hammaren i Kolsva och järn skeppades från Köpings hamn. Apotekaren Carl Wilhelm Scheele publicerade 1775 sin bok om syrets upptäckt. Köpings Mekaniska Verkstad grundades på 1800-talet och staden utvecklades efter en stor brand 1889.

De stora företagen etableras

Volvo köpte Köpings Mekaniska Verkstad 1942. Andra företag som Hästens, Skånska Cement, numera Nordkalk och Yara etablerades. Hallbergs guld startade 1944.

Det moderna Köping

Köping blev en del av Västra Mälardalen, strategiskt placerad vid viktiga vägar och hamnar, med en balans mellan stadsliv och natur. Näringslivet är varierat men domineras av tillverkningsföretag. Handel spelar också en viktig roll, trots konkurrens från e-handel och större städer.

Den framtida staden

Framtiden för stadens utveckling innebär ökad fokus på hållbarhet och stadsplanering, med fler gångstråk, cykelvägar och bilfria zoner för ett aktivt liv. Stadens centrum måste anpassas till nya konsumtionsmönster och arbetsliv, med sociala och kulturella mötesplatser. Tjänstesektorn väntas ersätta handel när ytor minskar, vilket ger nya affärsmöjligheter i centrala lägen.

Faktorer som bidrar till attraktivitet är gångavstånd till citykärnan, närhet till vatten, kultur, service samt tillgång till kollektivtrafik. Färre butiker och restauranger i city kräver alternativa användningar. Coworking-platser och nya mötesplatser för mat och socialt umgänge förväntas öka, med citykärnor som fokuserar mer på social interaktion än handel.

Med minskad handelsyta tar tjänstesektorn över. Fler distansarbetare ökar relevansen för stadsdelscentrum, som erbjuder mer prisvärda lokaler för tjänsteföretag. Fastighetsmäklare, gym, tatueringstudios, barberare och skönhetsalonger har redan etablerat sig centralt.

15-minuters staden

Carlos Moreno förespråkar en stad där alla nödvändiga tjänster finns inom 15 minuters gång- eller cykelavstånd. Detta inkluderar hållbarhet, närhetsprincip, gemensamhetsytor och delaktighet. 15 minuter staden kännetecknas av ett levande stadsområde där alla väsentliga tjänster och bekvämligheter är tillgängliga inom 15 minuters promenad eller cykeltur. Det inkluderar bostäder, lokala butiker, skolor, vårdinrättningar, parker och kollektivtrafikstopp. Området har välplanerade offentliga platser med rikligt med grönområden, lekplatser och samhällscentra. Gatorna är säkra med cykelbanor, övergångsställen och minimal biltrafik. Stadens bebyggelse har blandade användningar med butiker och tjänster på bottenvåningen och bostäder ovanför. Hållbarhetsaspekter som solpaneler och gröna tak syns också. Köping har potential att utvecklas till en 15-minuters stad med sina korta avstånd till viktiga platser.

Kommunala planer, program och analyser

Under 2022 antogs ett Gestaltungsprogram för Köpings centrum av Kommunfullmäktige. Programmet utarbetades av Köpings kommun och VME med medverkan av konstulfföretagen MAF Arkitektkontor och White Arkitekter, samt genom värdefulla åsikter från medborgare, företagare och fastighetsägare

Stadsrumsanalys

Köpings inre stråk, särskilt Stora gatan, har potential att bli ett levande stadsrum som knyter samman stadskärnan. Trots detta upplevs den västra delen av Stora gatan som avskuren och obefolkad. En enhetlig gatubeläggning och utveckling av gång- och cykelzoner, tillsammans med grönska och möblering, kan främja stadens omvandling och skapa sociala rum med solmöjligheter.

Stadsgrönska

Köping har en relativt grön stadskärna med offentliga parker och gröna kvarter, men det finns potential för förbättring av de gröna ytorna runt omkring. Brister i grönska på vissa gator och stora parkeringsytor bidrar till en övervägande hårdgjord yta i stadskärnan.

Åsikter från allmänheten

Enkät svar genomförda i samband med arbetet med stadsrumsanalysen visar att Stora gatan är en viktig mötesplats, men vissa platser, som Hökartorget, upplevs som otrygga och mindre attraktiva. Stadsborna föredrar att bo i Gamla stan och anser att viktiga mötesplatser är kring Stora gatan, Stora torget och Karlbergsskolan.

Slutsats av stadsrumsanalysen

Köping har en sammanhållen stadskärna med utmaningar kring trafikarrangemang och tillgänglighet. Attraktiva element som Hökartorget och å-rummet lyfts fram, medan Stora torget behöver utvecklas för att bli mer populärt. Fokus på gång- och cykelvägar längs Nygatan och Torggatan kan förbättra stadskärnans attraktivitet och skapa utrymme för sociala möten på Stora gatan.

Gestaltningens program utifrån BID-projektet

Gestaltningens program nylägesbeskrivning är av stor betydelse i BID-processens nylägesanalys för att förstå och förbättra Köpings centrum. En väsentlig del av detta är att förstå och definiera de olika delarna av centrum, vilket görs genom att dela in det i fem distinkta områden med varierande karaktär och funktion. Genom att tydliggöra dessa områden genom gestaltning kan en enhetlig men samtidigt varierad stadsmiljö skapas.



Karta över centrum med fem gestaltungsindelningar markerade i färg.

I grundläggande principer för gestaltning framhålls vikten av att bevara Stora gatan som den primära handlegsgatan med historisk betydelse. För att uppnå detta föreslås olika tillvägagångssätt för att integrera moderna element i den kulturhistoriska miljön. Vidare poängteras betydelsen av att bevara och restaurera äldre fasader, entréer och fönsterpartier för att bibehålla stadens historiska karaktär.

Sociala platser och miljöer spelar en avgörande roll för att göra centrum levande och välkomnande för dess invånare och besökare. Det noteras att det finns brister i de befintliga sociala platserna som behöver åtgärdas för att locka människor till centrum och skapa en mer dynamisk och inkluderande stadsmiljö. Dessutom framhålls vikten av att skapa trygga och stimulerande miljöer för barn och ungdomar.

Konst och tillgänglighet är också viktiga aspekter att beakta i utformningen av stadsmiljön. Konst bidrar till stadens identitet och kan förhöja miljön genom att skapa intresse och engagemang. Samtidigt måste tillgänglighetsaspekter beaktas för att säkerställa att alla invånare och besökare kan använda och njuta av centrum på lika villkor.

Nylägesbeskrivningen pekar på flera utmaningar som behöver hanteras för att förbättra Köpings centrum. Det inkluderar aspekter som tillgänglighet, hantering av dagvatten, och effektivisering av trafikflöden. Vidare diskuteras parkeringarnas roll och påverkan på stadsmiljön, med förslag på att effektivisera parkeringsutnyttjandet och skapa fler sociala platser.

Genom att ta hänsyn till och adressera dessa olika aspekter kan Köpings centrum utvecklas på ett hållbart sätt som bevarar dess historiska arv samtidigt som det skapas en levande, attraktiv och inkluderande stadsmiljö för alla.

Gestaltningssidé – Vision & Riktlinjer

Vision

Centrum är en attraktiv del av Köping som invånare och besökare gärna åker till. Miljöerna i centrum är inbjudande och tillför värden till de som vistas där. Det finns en tydlighet i hur fotgängare, cyklister och trafik rör sig; gaturummet är förutsägbart och säkert. Centrum har en enhetlig gestaltning med viss variation som ger de olika stadsrummen en identitet. Miljöerna i centrum och framför allt längs Stora gatan är flexibla så att den offentliga miljön kan möta förändringar som sker i de intilliggande fastigheterna.

Övergripande riktlinjer i gestaltningen

- Tydliggör offentliga stråk och platser genom ljussättning, växtval och materialval
- Låt den offentliga miljön möjliggöra så att ny och befintlig bebyggelse öppnas upp mot åstråket med entréer, uteserveringar, öppna fasader och fönster mot årummet
- Enhetlig stil för möbler och utrustning ska användas i centrum
- Det offentliga rummet ska samspela med bebyggelsen utifrån tidstypisk gestaltning
- Bind samman centrum tydligare för oskyddade trafikanter, framför allt i nordväst-sydöstlig riktning



Illustration över Stora gatan i Köpings centrum.

Fördjupad översiktsplan Köpings tätort bäring på BID projektet

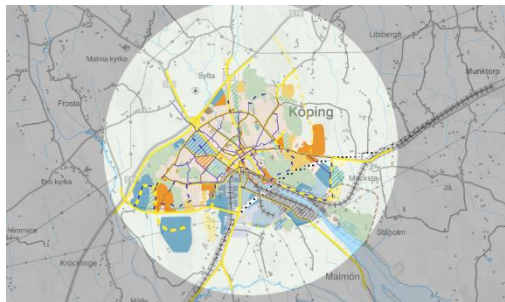
Stadsförnyelse och förtätning är en central del av den fördjupade översiktsplanen för Köpings tätort. Planen betonar vikten av att förtäta centrala områden för att skapa en mer levande och dynamisk stadskärna. Genom att utveckla nya bostäder och kommersiella ytor inom gångavstånd till centrum, strävar kommunen efter att öka attraktiviteten och tillgängligheten i stadskärnan. Detta innebär att nya byggnader och verksamheter kommer att integreras på ett sätt som främjar ett aktivt och engagerande stadsrum, vilket i sin tur bidrar till en ökad närvaro och rörelse i centrum.

Förbättrade trafiklösningar är prioriterade för att underlätta tillgängligheten till och inom stadskärnan. Planen fokuserar på att skapa en smidigare och mer effektiv trafikmiljö, vilket inkluderar utveckling av cykelvägar och gångstråk. Dessa förbättringar syftar till att göra det lättare för invånare och besökare att röra sig till fots eller med cykel, vilket inte bara främjar en mer hållbar livsstil utan också ökar tillgängligheten och bekvämligheten i stadskärnan.

Planen lägger också stor vikt vid bevarandet och utvecklingen av grönområden och offentliga platser för att skapa attraktiva miljöer för både boende och besökare. Genom att anlägga fler parker, torg och andra samlingsplatser, skapar man platser där människor kan mötas och delta i sociala och kulturella aktiviteter. Dessa offentliga utrymmen fungerar som viktiga nav för samhället, där evenemang och rekreation kan äga rum, vilket i sin tur bidrar till en ökad gemenskap och trivsel bland invånarna.

Stärkandet av Köpings kulturella identitet är en annan viktig aspekt av översiktsplanen. Genom att bevara historiska byggnader och stödja lokala kulturella initiativ, arbetar kommunen för att skapa en stadskärna som är rik på kultur och historia. Detta bidrar till att skapa en unik och attraktiv miljö som inte bara lockar besökare utan också stärker invånarnas känsla av tillhörighet och stolthet över sin stad. Kulturella aktiviteter och historiska element ger stadskärnan en distinkt karaktär och charm som är svår att hitta på andra platser.

Den fördjupade översiktsplanen finns tillgänglig på Köpings kommuns hemsida i en klickbar version där det går att se hur olika områden beskrivs. För att komma rätt är det enklast att söka på [”Översiktsplan för Köpings tätort”](#).



Omvärldsanalys

Frågan om trygghet och säkerhet

Upplevd trygghet är en viktig indikator på att stads kärnan mår bra och uppskattas av sina besökare. Genom att skapa en trygg plats bygger vi en plattform för att utveckla näringslivet i stads kärnan. Välmående företagare bidrar i sin tur till ökad upplevd trygghet då fler kunder och besökare skapar en positiv upplevelse av liv och rörelse.

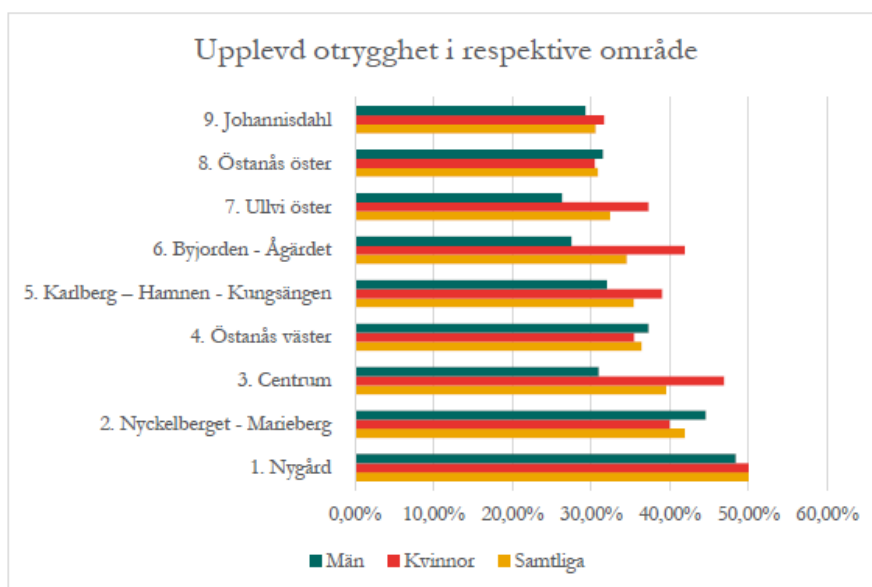
Genom att gemensamt skapa ytor för aktiviteter, konserter och andra kulturarrangemang kan fler attraheras av att vistas i stads kärnan och därmed bidra till att öka upplevelsen av ett livfullt centrum. Tydliga regler kring tillfällig handel och matvagnar, så kallade food trucks, samt centralt placerade uppställningsplatser kan bidra till att göra Köping mer attraktivt för tillfällig verksamhet. Vi vet att mängd driver mängd, vilket innebär att det skulle bidra till ökade flöden i centrum och därmed ökad attraktivitet och förutsättningar för handeln.

Lokal trygghetsundersökning

Under hösten 2023 genomförde Köpings kommun en lokal trygghetsundersökning för att förstå medborgarnas upplevda trygghet, brottsutsatthet och orsakerna bakom trygghet eller otrygghet. Enkäten frågade om tryggheten i bostadsområden dag- och kvällstid samt om specifika platser som anses otrygga och varför.

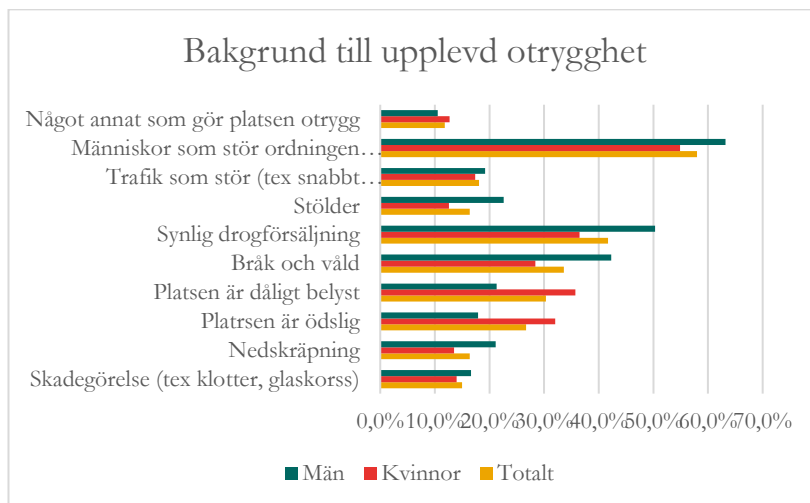
Totalt tillfrågades 6636 slumpmässigt utvalda personer mellan 16 och 84 år med mobilabonnemang, och 39,2 % svarade, vilket är något högre än den nationella trygghetsundersökningen (NTU 2023) som hade 36,0 % svarsfrekvens.

En majoritet (93,3 %) av de svarande känner sig trygga ensamma ute dagtid i sina bostadsområden, medan endast 6,3 % känner sig otrygga dagtid. Kvällstid känner sig 60,4 % trygga ensamma ute, medan 27,3 % känner sig otrygga. Jämfört med den nationella statistiken (NTU 2023) är fler i Köping som känner sig otrygga kvällstid (27,3 % jämfört med 21 % nationellt).



Det finns inga stora skillnader mellan kön och åldersgrupper vad gäller trygghet dagtid, men kvällstid finns vissa skillnader. En större andel kvinnor än män känner sig otrygga kvällstid, och även skillnader mellan åldersgrupper. De områden som anses mest otrygga har nästan dubbelt så hög andel otrygga jämfört med hela kommunen.

De vanligaste anledningarna till att platser anses otrygga inkluderar människor som stör ordningen, synlig drogförsäljning, bråk och våld, dålig belysning och ödslighet. Kvinnor och män har olika uppfattningar om varför platser är otrygga, där kvinnor oftare nämner dålig belysning och ödslighet medan män nämner bråk, våld och drogförsäljning som orsaker till otrygghet.



Säkerhet och trygghet inom detaljhandeln

Säkerhet och trygghet inom detaljhandeln är en växande fråga. Enligt en rapport från Svensk Näringsliv 2023 kostar brottsligheten näringslivet nära 100 miljarder kronor årligen, där handeln och fastighetsbranschen är mest drabbade. Stölder utgör en betydande del av problematiken, och hot och våld mot anställda ökar i samband med detta. Livsmedelshandlarna är särskilt utsatta, där nästan alla har utsatts för stöld det senaste året.

Trots att antalet anmälda butiksstölder har minskat under de senaste åren, finns en oroande låg anmälningsbenägenhet bland handlarna på grund av upplevd ineffektivitet och bristande förtroende för rättsväsendet. Hot och våld mot butikspersonal är också en växande oro, där 41 procent av butikerna har utsatts för brott eller hotfullt beteende enligt Svensk Handels Säkerhetsindex för det tredje kvartalet 2023.

Dessutom utgör digitala säkerhetsshot en allt större risk för företag. En ökad digitalisering öppnar möjligheter för kriminell verksamhet, där små lokala handlare blir indirekta måltavlor för cyberattacker och yttre påverkanskampanjer från olika grupperingar. GDPR-lagstiftningen från 2018 ställer hårdare krav på hantering av personuppgifter, vilket ökar hotet om dataintrång och stöld av kundinformation.

För att förebygga digitala attacker bör företag investera i säkerhetsprogramvara, genomföra regelbundna säkerhetskopieringar av data och utbilda personalen om hur man känner igen och undviker skadlig kod. Genom att regelbundet uppdatera mjukvara och system samt ha en uppdaterad antivirusprogramvara och brandvägg kan företag minska sårbarheten mot digitala säkerhetsshot och skydda sig, sina kunder och sin verksamhet från potentiella skador och förluster.

Utvecklingen inom stads kärnorna enligt fastighetsägarperspektivet

Enligt Atrium & Ljungberg består handel i svenska köpcentrum för ca 90 % av ytan, vilket går att jämföra med Asien där handeln står för 60 % av ytan och USA där handeln står för 75 %. Resterande andel yta hyrs ut till nöjen, service, upplevelser och restauranger. För att kunna växa måste köpcentrum utvecklas till att bli mer av en mötesplats även för nöjen, samt kunna erbjuda ett bra serviceutbud. Hur kan vi lyfta in detta resonemang i utvecklingen av stadskärnan även om det inte är ett traditionellt köpcenter där allt finns inomhus?

En viktig framgångsfaktor för utvecklingen av en stadskärna är att fastighetsägare och hyresgäster samarbetar för att skapa en "gemensam affär".



Cityindex från Fastighetsägarna

Cityindex från Fastighetsägarna ger en omfattande bild av den fysiska detaljhandels utveckling under 2022. Trots att den fysiska detaljhandeln uppvisade en tillväxt på 6,1 procent under detta år, var denna tillväxt huvudsakligen drivet av prisökningar. Om man justerar för inflationen blir det tydligt att volymutvecklingen var negativ, vilket markerar första gången sedan början av 90-talet som detaljhandeln möter en sådan situation, enligt statistik från SCB. Orsakerna till denna negativa trend kan delvis härledas till ökande räntor, stigande elpriser och inflation, vilket successivt urholkar hushållens köpkraft. Detta återspeglas i konsumentbeteendet, där individer tenderar att antingen köpa färre varor eller övergå till produkter i lägre prisklasser när plånboken känns tunnare.

Den ökande efterfrågan på kampanj- och lågprisvaror återspeglar konsumenternas strävan efter att maximera värdet av sina pengar. Detta fenomen har även drivit tillväxten av lågprishandeln, vilket återspeglas i att fler lågprisbutiker öppnades under 2022 än de som stängdes. Särskilt intressant är att detaljhandeln i kommuner med ett större utbud av lågprisbutiker än genomsnittet upplevde en högre tillväxt jämfört med de med mindre utbud. Detta indikerar på ett starkt samband mellan utbudet av lågprisbutiker och detaljhandelstillväxten i en given region.

När det kommer till e-handelns del av den totala detaljhandeln minskade denna andel när konsumenterna valde att återgå till fysisk handel. Mellan 2021 och 2022 minskade branschens andel av den totala försäljningen från 17 till 15 procent. Samtidigt ökade andelen av detaljhandelns omsättning som spenderades i stadskärnan, vilket indikerar på en ökad fysisk närvaro av konsumenterna i stadsmiljön. Övrig fysisk handel, som inkluderar köpcentrum och handelsområden utanför stadskärnan, fortsatte också att dominera med en andel på 71 procent av detaljhandelsförsäljningen.

Resultatet med bäring på Köping

I Köping, som räknas till en av de medelstora städerna, såg man en omsättningsökning på 6,7 procent mellan 2021 och 2022. Detta är en starkare utveckling jämfört med småstäderna, även om den är lägre än de större stadstyperna. I synnerhet har hotellens omsättning ökat, vilket indikeras av en ökning av antalet gästnätter per invånare från 1,4 till 1,87. Det finns också specifika utmaningar och möjligheter för landsbygdsstäder som Köping, vilket en rapport från Fastighetsägarna betonar. Rapporten understryker vikten av att behålla och attrahera unga människor, differentiera stadskärnan från externhandeln, och stärka stadskärnan som en nod för kärnservice.

Det är viktigt att förstå att den övergripande framgången för stadskärnor i landsbygdsstäder som Köping, ligger i att möta människors behov och komplettera dagligvaruhandeln som en dragare för staden. Genom att involvera medborgarna i stadskärnans utveckling och erbjuda olika aktiviteter som främjar det sociala sammanhanget kan stadskärnan stärkas och göra det mer attraktivt för invånare och besökare

Stora flytt- och boendestudien nationellt samt fokus på Västra Mälardalen med bärning på Köping

År 2023 genomförde Kairos Future en nationell studie om svenskarnas flyttmönster och boendepreferenser. Västra Mälardalen i Samverkan beställde en fördjupning för Köping, Kungsör och Arboga. Resultaten presenterades för tjänstepersoner och politiker. Statistiken bygger på inrikes flyttning från SCB, bearbetad av Kairos Future.

Nationell Sammanfattning

Flyttmönster påverkas av megatrender som distansarbete och grön omställning, vilket öppnar möjligheter utanför storstäder. Livskvalitet och klimatsäkerhet är viktiga flyttfaktorer. Kommuner måste anpassa sig för att vara attraktiva, med fokus på trygghet och hållbarhet.

Bostadsprioriteringar och klimatanpassning

Mysiga och prisvärda bostäder prioriteras. Klimatförändringar påverkar flyttmönster, och kommuner måste erbjuda trygghet, infrastruktur och social gemenskap för att vara attraktiva.

Turism och bostadsmarknad

Kortare vintersäsonger påverkar turistorter. Bostadsmarknaden påverkas av ekonomiska faktorer, med minskad rörlighet och ökade möjligheter för nya köpare.

Byggbransch och bostadsattraktion

Byggstopp innebär att färre bostäder byggs, vilket ökar konkurrensen om befintliga. Högre elkostnader och hållbarhetskrav påverkar bostadsval och gör vissa områden mer attraktiva.

Industriella förändringar och bostadsval

Industriförändringar kan gynna mindre städer. Hybridarbete ökar intresset för landsbygden, vilket ställer krav på kollektivtrafik och infrastruktur.

Framtida visioner

För att förbättra livskvaliteten måste bostäder och samhällen anpassas till förändringar. Klimatanpassning och hållbarhet är avgörande för framtidens boendemiljöer.

Konsekvenser av flytt- och boendestudien

Klimatförändringar leder till högre kostnader för anpassning och försäkring. Detta påverkar flyttmönster och gör vissa platser mer eller mindre attraktiva. Kommuner måste investera i hållbar infrastruktur och sociala gemenskaper för att locka invånare.

Ökad efterfrågan

Efterfrågan på hållbara och energieffektiva bostäder ökar. Gröna områden och utomhusaktiviteter blir viktigare för invånare. Små städer kan växa när fler flyttar från storstäder. Hybridarbete och distansstudier förändrar boendepreferenser.

Kommunernas roll

Kommuner måste erbjuda trygghet, infrastruktur och gemenskap för att attrahera invånare långsiktigt. Elektrifiering av transporter och miljövänliga incitament påverkar platsvalet.

Handelsindex för Köping och fem jämförbara kommuner i Mälardalen

I analysen har vi valt att jämföra med fem kommuner som är relevanta att jämföra med Köping utifrån faktorer som befolkning, geografisk placering, näringslivsstruktur och handelsindex. Utifrån dessa kriterier har Arboga, Hallstahammar, Strängnäs, Sala och Enköping valts ut.

Kommun	Handelsindex	Tillväxt (%)	Butikstäthet	Jämförelseindex (besöksindex)
Enköping	1434	4%	83	92
Strängnäs	1250	3%	90	79
Hallstahammar	439	6%	73	79
Sala	781	3%	94	92
Köping	1147	17%	122	92
Arboga	543	10%	107	83

Jämförelse av Handelsindex för Köping och Liknande Kommuner 2022 baserat på uppgifter från Handelsfakta

Analys och förklaring

Handelsindex är högst i Enköping med 1434 följt av Strängnäs på 1250 och Köping 1147, lägst har Hallstahammar med 439.

Försäljningsindex här benämnt som tillväxt är ett mått på den totala försäljningen inom en kommun, ofta justerat för befolkningens storlek. Ett högre försäljningsindex indikerar högre försäljning per capita, vilket kan bero på ett starkt lokalt näringsliv, högre besöksfrekvens eller att kommunen attraherar köpkraft från närliggande områden. Ser vi till *tillväxt* har Köping den högsta tillväxttakten på 17%, vilket är betydligt högre än de andra kommunerna medan Strängnäs och Sala har den lägsta tillväxttakten på 3%.

Butikstäthet är ett mått på antalet butiker i förhållande till befolkningen i en kommun. Hög butikstäthet tyder på ett välutvecklat butiksnätverk där invånarna har god tillgång till detaljhandel. Butikstäthet kan påverka försäljningsindex eftersom fler butiker kan bidra till högre total försäljning genom ökad tillgänglighet och variation i utbudet. Även när det gäller *butikstäthet* har Köping den högsta butikstätheten 122 vilket tyder på ett tätt butiksnätverk medan Hallstahammar har den lägsta butikstätheten av jämförbara kommuner med 73.

Jämförelseindex och besöksindex Besöksindex kan vara en del av jämförelseindexet, där högre besöksfrekvens indikerar att kommunen attraherar fler människor som handlar, vilket i sin tur kan öka försäljningsindex. Besöksindex mäter hur attraktiv kommunen är för shoppingbesök, vilket kan kopplas till den totala handelsaktiviteten och visar att Köping är attraktivt för besökare som kommer för att handla, vilket ytterligare stärker kommunens handelssektor. När det gäller *besöksindex* delas av toppen av tre kommuner; Enköping, Sala och Köping med besöksindexet på 92. Lägst har Strängnäs och Hallstahammar med ett besöksindex på 79 vardera.

Slutsatser

Köping har en stark tillväxt på 17%, vilket är betydligt högre än de andra jämförbara kommunerna. Handelsindexet för Köping (1147) ligger också relativt högt, endast överträffat av Enköping och Strängnäs. Köping har den högsta butikstätheten, vilket tyder på ett starkt lokalt handelsnätverk och besöksindexet för Köping (92) är i linje med Enköping och Sala, vilket tyder på en god besöksfrekvens.

Genom att fortsätta att utvecklas i takt med den höga tillväxttakten genom att stödja lokala företag och butiker kan Köping fortsätta att utvecklas positivt. Här behövs det sättas strategier för att ytterligare öka besöksfrekvensen, exempelvis genom evenemang och marknadsföring. Köpings kommun och dess intressenter behöver även arbeta med att förbättra handelsindexet ytterligare för att på sätt utvecklas och kunna överträffa konkurrerande kommuner i regionen som Enköping och Strängnäs.

Denna analys ger en bra grund för att förstå hur Köping står sig i jämförelse med liknande kommuner och vad som kan göras för att förbättra den lokala handelssektorns utveckling.

Korta fakta om BID-området och målgrupper

Invånare i Köpings kommun 25 978

Folkmängd i tätorten 18 711 (2020)

Folkmängd nattbefolkning 11 892 (2021)

Folkmängd dagbefolkning 12 276 (2021)

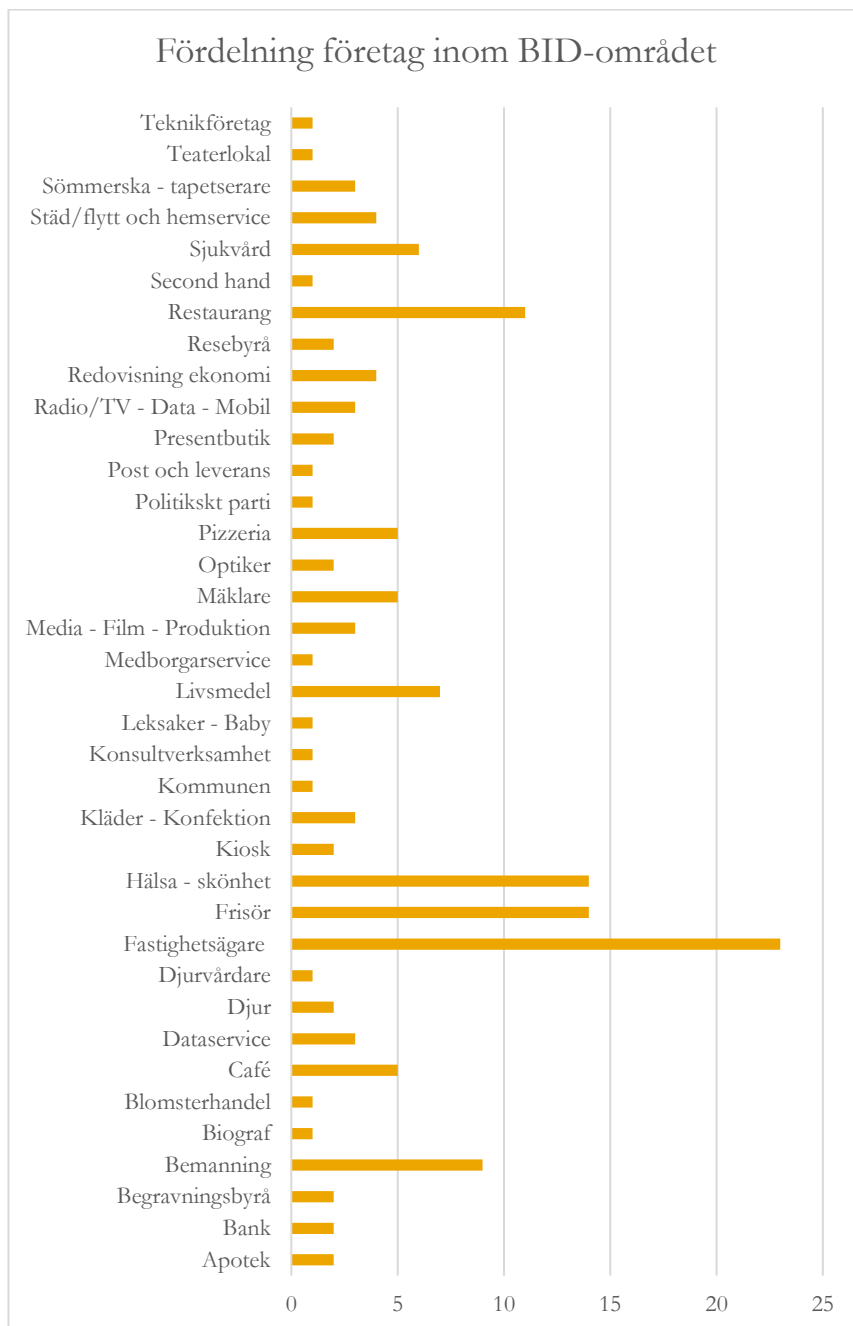
Antal hushåll i kommunen 12 800 (2020)

Antal företag i kommunen 2225

Antal arbetsställen i kommunen 1500 (2020)

Näringslivets fördelning inom BID-området

Inom ramen för projektet har det gjorts en inventering av vilken typ av företag som är etablerade inom BID-området. Nedanstående diagram visar fördelningen mellan de olika företagstyper som vi identifierat.



Målgruppsanalys

För att identifiera och analysera aktuella målgrupper har BID-projektet använt sig av den marknadsundersökning som Västra Mälardalen i Samverkan genomfört under hösten 2023. Vi har bedömt att den är ett kostnadseffektivt sätt att arbeta och att den är mest aktuell och på ett bra sätt ringar in de frågor vi söker svar på i nulägesanalysen. Nedan visas endast resultaten för de tre kommunerna i Västra Mälardalen men vi har även haft tillgång till det totala resultatet där även de stora kommunerna Västerås, Eskilstuna och Örebro ställs i relation till Västra Mälardalen. Nedan presenteras även senast tillgängliga statistik på länsnivå från Handelns Utredningsinstitutets (HUI) vilket är ifrån 2021. Vi har hämtat den från en sammanställning som presenterats i Svensk Handels undersökning ”Handelns betydelse” (Mars 2023).

Enligt statistik från HUI omsätter detaljhandeln i Köping cirka 63 900 kr per invånare, jämfört med 84 400 kr i Västerås och det nationella genomsnittet på 66 250 kr. I övriga delar av Västra Mälardalen är siffrorna lägre, med 55 750 kr i Arboga och 16 950 kr i Kungsör.

Andelen sysselsatta inom handeln är 9 % i både Köping och Arboga, medan den är något lägre i Kungsör med 7 %. I Västerås är andelen högre, med 12 %, vilket överensstämmer med deras högre omsättning per capita.

När det kommer till nystartade företag inom handelssektorn, är Västmanland ett av de län som ligger i topp med 18 %, tillsammans med Jönköpings- och Blekinge län. Det nationella genomsnittet är 15 %. Totalt har det skett en ökning av nya företag inom branschen i länet, med 319 nya företag, där 192 är inom detaljhandel, 51 inom partihandel och 76 inom handel med motorfordon m.m. Det har varit en markant ökning inom detaljhandel de senaste åren, medan handel med motorfordon har haft en stabil utveckling och partihandeln har minskat något.

Ser vi till den totala marknaden i Västra Mälardalen motsvarar den till invånarantalet Enköpings kommun så när på några hundra. Med omkring 15 minuter mellan huvudorterna kan vi se på området som en funktionell region som delar bostads-, arbets-, utbildning- och näringslivsmarknad. Det innebär att även med så korta avstånd blir den gemensamma handelsvolymen intressant för respektive handlare att förhålla sig till. Genom att gemensamt bygga en stark regional handel ökar konkurrenskraften gentemot de tre större städerna inom fem mils radie Eskilstuna, Örebro och Västerås.

Konsumentbeteenden och Köpvanor i Västra Mälardalen

Under perioden september till oktober 2023 genomfördes en marknadsundersökning av konsumentbeteende och köpvanor i Köping, Kungsör och Arboga. Studien initierades av Västra Mälardalen i Samverkan. Här analyseras vilka målgrupper och typ av varor som dominerar i respektive kommun. Resultaten visar att majoriteten av inköpen av dagligvaror sker lokalt i Västra Mälardalen. För kläder och skor samt sällanköpsvaror genomförs en betydande del av inköpen också i regionen. Analyser visar att bekvämlighet och tillgänglighet är avgörande för dagligvaruinköp, medan kläder och skor ofta köps lokalt men även via näthandel. Kommunerna i Västra Mälardalen står inför utmaningar att behålla lokal handel gentemot externa köpcentrum och näthandel, och samarbete mellan olika aktörer betonas som en väg framåt. Genom att stärka lokala erbjudanden och samverka kan man öka attraktiviteten för lokal handel och minska beroendet av regionstädernas utbud.

Resultatet visar att närmare 9 av 10 inköp av dagligvaror genomfördes i Västra Mälardalen. När det gäller kläder och skor genomfördes 36 % av inköpen i Västra Mälardalen och 27 % av sällanköpen. Bryter vi ner dessa siffror utifrån ålderskategorier med fokus på de tre kommunerna respektive på näthandel kan vi notera följande. Frågan har ställts så att ”vad gjorde du ditt senaste inköp av Dagligvaror/Kläder & skor/Sällanköpsvaror för minst 250 kr

Dagligvaror fördelat på kommunerna i Västra Mälardalen respektive näthandel

Dagligvaror	Köping	Kungsör	Arboga	Näthandel
18-29 år	45%	13%	25%	6%
30-49 år	59%	10%	21%	5%
50-64 år	53%	11%	24%	3%
65-74 år	53%	11%	23%	3%

* I resultatet ovan har inte Västerås, Örebro, Eskilstuna respektive ”Annat” redovisats.

Kläder och skor fördelat på kommunerna i Västra Mälardalen respektive näthandel

Kläder & skor	Köping	Kungsör	Arboga	Näthandel
18-29 år	14%	0%	2%	32%
30-49 år	25%	0%	4%	32%
50-64 år	34%	0%	9%	28%
65-74 år	37%	0%	19%	13%

* I resultatet ovan har inte Västerås, Örebro, Eskilstuna respektive ”Annat” redovisats.

Sällanköpsvaror fördelat på kommunerna i Västra Mälardalen respektive näthandel

Sällanköpsvaror	Köping	Kungsör	Arboga	Näthandel
18-29 år	5%	0%	5%	30%
30-49 år	11%	0%	5%	39%
50-64 år	19%	0%	12%	20%
65-74 år	37%	0%	23%	13%

* I resultatet ovan har inte Västerås, Örebro, Eskilstuna respektive ”Annat” redovisats.

Handel lokalt i Köping respektive Näthandel fördelat på Kön

Väljer vi att bryta ned de olika köpbeteenden på kön fördelat på inköp lokalt i Köping respektive via näthandel ser vi följande:

Varugrupp	Köping		Näthandel	
	Kvinnor	Män	Kvinnor	Män
Dagligvaror	57%	50%	2%	5%
Kläder & skor	33%	23%	28%	26%
Sällanköpsvaror	20%	14%	28%	26%

Sammanfattande analys av köpvaneundersökningen

För dagligvaror är bekvämlighet och tillgänglighet avgörande för lokala småstäder, vilket minskar påverkan av extern konkurrens. Online-handel med matvaror har svårt att konkurrera på grund av korta avstånd och begränsade tidsbesparingar. Storstäderna har inte heller lyckats med en lönsam affärsmodell för livsmedelsleverans. Detta visar på utmaningar för småstäder när det gäller att anpassa sig till den digitala handeln.

I mindre städer som Köping och Arboga handlar fortfarande en tredjedel av invånarna kläder och skor lokalt, medan näthandel också är populärt. Det behövs stärkt konkurrenskraft för lokala handlare för att stå emot näthandel och större regionala köpcentrum. En möjlig strategi för att motverka denna konkurrens kan vara att erbjuda unika produkter och en personlig shoppingupplevelse.

Analysen visar att unga flyttar från kommunerna medan barnfamiljer och medelålders till äldre flyttar in. Detta innebär att det finns en marknad för dagligvaruhandel och andra tjänster inom dessa områden. För att överleva konkurrensen från näthandel och externa köpcentrum krävs samarbete mellan handlare, fastighetsägare och kommuner. Genom att erbjuda lokala evenemang och aktiviteter kan man locka fler invånare att handla lokalt.

För att öka handeln i stadskärnor och mindre orter bör samarbete mellan olika aktörer prioriteras. Genom att marknadsföra BID-området online och erbjuda coworkingplatser kan centrumkärnan bli mer attraktiv och locka fler besökare. Detta kan också gynna andra affärer och restauranger i området. För att göra detta möjligt krävs det investeringar och samarbete mellan privata och offentliga aktörer.

Att skapa en levande stadskärna handlar inte bara om att locka kunder till affärer utan också om att erbjuda en attraktiv miljö där människor vill tillbringa tid. Genom att investera i offentliga platser och grönområden kan man skapa en trevligare och mer inbjudande stadsmiljö. Detta kan också bidra till att öka trivselen och välbefinnandet hos invånarna.

Sammanfattningsvis visar analyserna att det finns utmaningar för handeln i mindre städer och orter, men också möjligheter att öka attraktiviteten och konkurrenskraften genom samarbete och investeringar i stadskärnan. Genom att erbjuda unika produkter, personlig service och en trevlig miljö kan man locka fler kunder och stärka den lokala handeln.

Fokusgrupper

Under hösten 2023 samt våren 2024 har ett antal gemensamma platsvandringar genomförts för att uppleva stadskärnan och identifiera förbättringspunkter. Dessa har sedan legat still grund för det fortsatta arbetet i workshops och sedan i fem separata fokusgrupper. Dessa grupper har träffats för att diskutera hur de ser på Köpings centrum utifrån respektive grupps fokusområde. Fokusgrupper inom BID-projektet har varit indelade i följande fem områden:

- Tillgänglighet
- Trygghet, rent och snyggt
- Utbud
- Tillgänglighet
- Platsen

Grupperna har framhåvt flera områden för förbättring av stadens tillgänglighet och attraktivitet. Dessa inkluderar önskemål om parkbänkar som är anpassade för rullstolar och barnvagnar, med enklare tillgång till borden. Förslagen innefattar även skapande av sittplatser runt blomlådor för att förbättra stadsmiljön samt önskemål om en offentlig toalett som underhålls och är lättillgänglig för alla.

Ytterligare åtgärder som föreslogs är installation av ramper vid butiker med trappsteg, närvaro av ordningsvakt för att förbättra säkerheten, och införande av interaktiva tavlor för att engagera invånare och besökare.



Bild: Stadsvandringar som genomfördes hösten 2023

Det har även framförts förslag på att flytta stadsbiblioteket för att skapa mer aktivitet i centrum samt förbättra belysningen på mörka platser för ökad trygghet. För att främja gemenskapen föreslogs skapande av arenor för föreningsaktiviteter och dekorering av elskåp och tomma skyltfönster med konst och bilder för att försköna stadsmiljön. Andra förslag inkluderar möjligheten till permanent eller regelbunden torghandel, marknadsföring av Köping som en industristad, och lyftande av kända personligheter.

Vidare föreslogs förbättrad tillgänglighet till lekplatser, skapande av muralmålningar för att förbättra stadens estetik och förslag på en "snurra" på torget för att ge information om stadens historia och arkitektur. Även behovet av förbättrad skyltning på fasader och bättre riktning mot stadsbiblioteket lyftes fram. För att göra stadsmiljön trevligare föreslogs även försköning av tunneln från biblioteket mot centrum. Slutligen diskuterades idén att göra Stora torget till en året runt-samlingsplats med aktiviteter som konstgjord isbana på vintern och att se över gatumiljön på Östra Långgatan för att tydliggöra olika trafikflöden.

SWOT - analys

Inom ramen för BID-processen genomförs en klassisk SWOT analys där projektets analyseras utifrån styrkor, svagheter, möjligheter och hot. En sammanfattning av den analysen som genomförts i projektet presenteras kort nedan.

<p><i>Styrkor</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Att ViS finns • Att VM handel finns • Kommer från flera olika verksamheter och organisationer vilket bidrar till mer kunskap • Centrumföreningen ordnar uppskattade aktiviteter • En aktiv Centrumförening 	<p><i>Svagheter</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • BRÅ saknar näringslivet och fastighetsägare • Fastighetsägarnätverket är ihopdragen från kommunen (Starkare utan kommunen) • Många som äger fastigheter i BID område är hemmahörande i Sthlm. • Utanför BID träffas dessa organisationer inte varandra, Hur kan man göra för att det ska fungera i framtiden?
<p><i>Möjligheter</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Organisationen fastighetsägarna är involverade i fastighetsägarnätverket • Kommunen drar igång detta med BID • Bättre samverkansorganisation inom BID som håller i längden • Tydliggöra vilka samverkans forum som finns • Ökad samverkan mellan näringsliv, handlare och fastighetsägare – som i andra städer 	<p><i>Hot</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Svårt att kroka arm när det är många olika organisationer • Väldigt personberoende då samma namn dyker upp i flera organisationer • Svårnavigerat för näringslivet när det är många olika organisationer att delta i • BID finansieras helt av kommunen vilket riskerar sämre engagemang på längre sikt

Styrkor

Att det finns en stark regional samverkan genom Västra Mälardalen i Samverkan (ViS) ses som en styrka. Inom ViS finns även VM handel som hanterar det digitala presentkortet som gäller i många affärer i främst Köping och Arboga. Samverkar bygg ihop regionen vilket är en styrka och möjlighet för Köpings centrum att ta en tydlig plats som handelscentrum.

Inom BID-projektet finns deltagare från många olika verksamheter och kunskaper, men med det gemensamma målet att de önskar utveckla centrumkärnan och göra det mer positivt för Köping och dess invånare. En aktiv Centrumförening bidrar till att ordna uppskattade aktiviteter inom BID-området.

Svagheter

En bred samverkan kring trygghet och säkerhet skapar bättre förutsättningar. Hittills har det lokala Brottsförebyggande rådet haft dålig representation av företag i centrum men det pågår ett arbete med att få fler engagerade. För att få utveckling blir oftast resultatet starkare och mer långvarigt om initiativet kommer från annat håll än kommunen så även när det gäller BID.

Fastighetsägarnätverket har inte funnits utan att det skapas på initiativ av kommunens ses som en svaghet. Samtidigt är det även en svaghet att flera fastighetsägare inte har sin bas i Köping eller regionen utan vissa finns lokaliserade i Stockholm eller andra orter långt ifrån vilket riskerar att minska engagemanget på plats.

För att få till en långsiktig förändring behöver medverkande organisationer även träffas utanför BID-processen. Frågan är hur man får till det?

Möjligheter

Att branschorganisationen Fastighetsägarna är involverade i fastighetsägarnätverket ses som en möjlighet för att nå en långsiktighet. Det ses även som en möjlighet att kommunen drog i gång BID-projektet då det kan innebära att något gott kommer ut av detta som exempelvis ökad samverkan även utan kommunen för att få en bättre och attraktivare stadskärna.

Det behövs bättre samverkansorganisationer för att få ett långsiktigt resultat och då behöver det tydliggöras vilka forum som finns för det. En möjlighet i det är att nå en gemensam plattform för samverkan mellan näringslivet, handlare och fastighetsägare. Det är något som är vanligt i flera andra städer, där dessa samverkansorganisationer är med och tar större ansvar för att driva frågorna tillsammans med övriga intressenter som till exempel kommunen. Exempelvis sker detta i Enköping och Västerås i vår närhet.

Hot

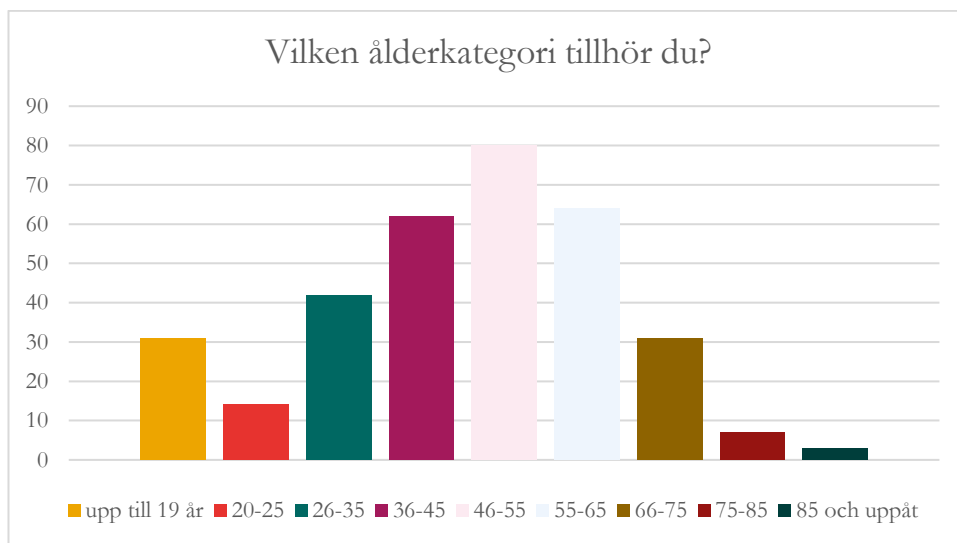
Det upplevs som ett hot att det blir svårt att kroka arm när det är många olika organisationer som deltar. Det blir väldigt personberoende då samma namn dyker upp i flera olika organisationer. De upplevs även svårnavigerat för näringslivet när det blir flera olika forum och organisationer de ska medverka i, vore enklare om det skedde en tydligare samordning. Att kommunen ensamt finansierar BID-processen är ett hot mot att få ett långsiktigt engagemang som bidrar till en positiv förändring över tid. När alla parter är med och finansierar projekt ökar oftast engagemanget.

Invånarenkät

Under april och maj 2024 genomfördes en öppen webbenkät för att samla in invånarnas åsikter kring olika aspekter av stadsutvecklingen enligt BID-modellen. Enkäten riktade sig till olika ålders- och intressentkategorier för att få en bred bild av hur Köpings stadsutveckling uppfattas. Denna rapport sammanfattar de viktigaste resultaten från enkäten. Inledningsvis redovisas analysen av de frågor som besvarats på en statistisk skala från 1–5 därefter redogörs för fritextsvaren och slutligen en sammanfattande analys av resultatet av de två delarna en öppen enkät som vänder sig till invånare i Köpings kommun. Fritextsvaren har analyserats och sammanställts och presenteras nedan. Dessa ger en tydlig bild av vad de som svarat föredrar och önskar av en framtida platsutveckling av Köpings centrala delar.

Enkätsvaren

Enkäten innehöll 21 frågor som täckte olika aspekter av stadens uttryck, varumärke, identitet, trygghet, service och tillgänglighet. Respondenterna delades in i olika ålderskategorier och intressentkategorier som inkluderade invånare, kultursektorn, fastighetsägare, handel/service, och flera andra. Totalt svarade 338 personer på enkäten som publicerades på Köpings kommuns hemsida och marknadsfördes i sociala medier.



Analys av enkätsvaren – statistiska del

Analysen visade att det finns tydliga skillnader i hur olika åldersgrupper uppfattar Köpings stadsutveckling. Till exempel:

När det gäller frågan "Tycker du Köpings centrum är välkomnande?" tenderade de äldre åldersgrupperna (56–65 och 66+) att ge högre betyg jämfört med yngre åldersgrupper. Detta kan tyda på att äldre invånare känner sig mer positiva till centrumets atmosfär.

Frågor som rörde tryggheten i Köpings centrum visade att det finns vissa bekymmer bland invånarna, särskilt på kvälls- och nattetid. När det gäller frågan "Känns Köping centrum säkert på kvälls- och nattetid?" visade respondenterna en varierande grad av oro, med vissa åldersgrupper som upplevde större osäkerhet än andra. Detta indikerar att det finns ett behov av att förbättra tryggheten under dessa tider.

I enkäten har ställdes även en fråga gällande i vilken egenskap man svarar det vill säga vilken form av intressentkoppling som den svarande har. Enkäten visade att olika intressentgrupper har olika prioriteringar och uppfattningar:

Kultursektorn och Invånare var de grupper som var mest representerade i enkäten, vilket visar att det finns ett stort intresse och engagemang från dessa sektorer.

Fastighetsägare och Handel/Service hade specifika synpunkter på frågor som rör stadens varumärke och det offentliga rummet. Deras feedback är viktig för att förstå kommersiella aspekter av stadsutvecklingen.

Analysen visade att vissa frågor har starkare samband än andra, vilket kan peka på områden där förbättringar kan ha breda positiva effekter. Bland annat visade det sig finnas ett starkt samband mellan hur tryggt invånarna känner sig och hur välkomnande de uppfattar stadens centrum. Att förbättra tryggheten kan därmed också förbättra den allmänna upplevelsen av centrum.

Fritextsvar

Efter varje specifik fråga har det givits möjlighet att tillföra fritext där respondenten kunna tillföra egna kommentarer. Dessa kommentarer har analyserat nedan utan särskild analys av ålder eller intressentkategori. Analysen presenteras utifrån ett antal områden som lyfts fram i fritextsvaren.

Fördelar med Köpings centrum som vi gärna lyfter fram

Köpings utgör en strategiskt fördelaktig plats för både transporter och pendling. Med sin närhet till E18 och goda kommunikationsmöjligheter, både med bil och kollektivtrafik, har Köping en stark position för att dra nytta av sin geografiska belägenhet. Detta gör det enkelt för invånare att pendla till större städer som Stockholm, Västerås, Örebro och Eskilstuna, vilket ytterligare stärker Köpings attraktionskraft som boendeort och affärsplats.

Stadens industriella styrka är en annan betydande faktor. Köping har en robust industriell bas med stora företag som Volvo och Yara, vilket skapar en stabil arbetsmarknad och säkerställer ekonomisk stabilitet. Den rika industrihistorien fortsätter att påverka stadens ekonomi positivt, och bidrar till en trygg sysselsättningsnivå.

Naturen och historiska miljöer i Köping är ytterligare tillgångar som kommunen kan stoltsera med. Närheten till Mälaren och vattendrag som Köpingsån, samt tillgången till skogar och grönytor, erbjuder många möjligheter till rekreation och friluftsliv. Gamla stan med sina pittoreska byggnader och historiska miljöer, tillsammans med sevärdheter som Bil- & Teknikmuseet och Theodor Dahl-husen, ger staden en unik charm och stort kulturellt värde.

Köping erbjuder även en låg levnadskostnad jämfört med större städer. Det finns tillgängliga och billigare boendialternativ vilket kan vara attraktivt både för invånare och företag. Dessutom är tillgången till nödvändig service och butiker god, och staden erbjuder gott om gratis parkering, vilket förbättrar vardagslivet för invånarna. Samhällslivet i Köping präglas av ett starkt föreningsliv och många möjligheter för invånarna att engagera sig i olika aktiviteter och evenemang. Stadens småstadscharm och vänliga atmosfär bidrar till en trivsamt miljö för både boende och besökare. Den starka gemenskapen är en viktig aspekt som gör Köping till en attraktiv plats att bo och verka i.

Köpings kulturella rikedom och dess kända personligheter bidrar ytterligare till stadens unika identitet. Kända personligheter som Carl Wilhelm Scheele och de medieproduktioner som "En annan del av Köping" och "Tärtgeneralen" har satt staden på kartan och lyfter fram dess historia och kulturarv. Dessa kulturella element förstärker Köpings attraktionskraft och bidrar till dess speciella karaktär.

Utbud och aktiviteter

I Köping finns mycket men flera av de som svarat på enkäten har lyft fram nedanstående punkter.

Butiksutbud och Handel

Många av Köpings invånare känner ett behov av ett mer varierat och omfattande utbud av butiker. Framför allt efterfrågas skobutiker i centrum, liksom fler klädbutiker som inkluderar välkända kedjor som H&M, Gina Tricot, och Lager 157. Dessutom finns en stark önskan om etablering av en bokhandel i staden.

Butiker som säljer heminredning och porslin är också högt på önskelistan, tillsammans med specialbutiker såsom presentbutiker, hälsokostbutiker, elektronikaffärer, sportaffärer och en tygaffär. För att ytterligare stärka det lokala utbudet finns det förslag om att etablera större kedjebutiker som Clas Ohlson, Bauhaus, Jula, Biltema och Normal.

Restauranger och Caféer

Invånarna i Köping önskar en större mångfald i restaurangutbudet, med fler alternativ som erbjuder olika typer av mat inklusive vegetariskt, indiskt, vietnamesiskt och salladsbarer. Det finns även en efterfrågan på restauranger som erbjuder hög kvalitet och unika matupplevelser. När det gäller caféer finns förslag om att introducera kedjor som Espresso House, samt caféer med längre öppettider och uteserveringar. Matmarknader och food truck-evenemang, som Bondens marknad och food truck-dagar, är också efterfrågade och kan bidra till en livligare stadsmiljö.

Aktiviteter och Evenemang

För barn och familjer finns det ett tydligt behov av större och bättre lekplatser, inomhuslekplatser och fler aktivitetsmöjligheter. Invånarna vill också se fler marknader, konserter och kulturella evenemang på stadens torg. Ett allaktivitetshus, där olika generationer kan mötas och delta i aktiviteter, är också något som många ser som ett positivt tillskott till stadens utbud.

Stadsmiljö och Infrastruktur

En levande och attraktiv stadskärna är av stor vikt för Köpings invånare. För att uppnå detta föreslås fler butiker, uteserveringar och attraktiva områden i centrum. Utnyttjande av hamnområdet och skapandet av fler gröna parker och promenadstråk vid vattnet kan bidra till en mer inbjudande stadsmiljö. Det finns också ett behov av att omvandla tomma butikslokaler till bostäder eller användbara verksamheter för att öka aktiviteten i centrum. Förbättrad säkerhet och bättre kollektivtrafik, inklusive elsparkcyklar och bättre skyltning i centrum, nämns också som viktiga åtgärder.

Invånarnas favoritplats i Köping

Köpings centrum framstår som en rik och varierad plats som speglar stadens unika karaktär och charm. Resultaten från den genomförda webbenkäten ger en tydlig inblick i allmänhetens favoritplatser och uppskattade områden i staden. Bland de mest framträdande platserna finner vi:

Stora Torget, med sina vackra byggnader och historiska atmosfär, utgör en central mötesplats som lockar både invånare och besökare. Trots dess charm uttrycker många en önskan om att se mer liv och aktiviteter för att göra torget ännu mer levande.

Hökartorget är en annan populär plats som ofta nämns tillsammans med Stora torget.

Den historiska Gamla stan charmar med sina pittoreska gator och gamla byggnader. Det är en plats där besökare kan fördjupa sig i stadens kulturella och historiska arv på nära håll. Dess atmosfär och omgivande miljö lockar besökare till dess samlingspunkter.

Östra Långgatan bjuder på en livlig atmosfär med sina trevliga butiker och charmiga byggnader. Det är en plats där stadens puls kan kännas på ett tydligt sätt.

Längs Åpromenaden, vid Köpingsån, finner vi en naturskön oas som erbjuder en fridfull miljö för promenader och avkoppling. Dess vackra stråk är omtyckta av många som söker sig till naturen mitt i stadens centrum. Johannaparken, vid ån, erbjuder en avslappnande och grönskande miljö mitt i stadens hjärta. Många besökare njuter av dess fridfullhet och naturliga skönhet.

Bishop och O'Learys är två populära pubar som fungerar som trevliga mötesplatser, särskilt under sommarmånaderna när deras uteserveringar är öppna. Sjömans Konditori är ett omtyckt café där många söker sig för en stunds avkoppling och fikapaus, speciellt under sommarhalvåret.



Gammalgården, med sin historiska betydelse och vackra omgivning, är en favoritplats för många under sommartid. Floraparken och Bivurparken erbjuder vackra planteringar och gröna ytor, vilket gör dem till attraktiva platser för avkoppling och promenader.

En balansakt mellan charm och utmaningar

I vår undersökning om hur Köpings centrum utmärker sig har vi fått en mängd varierande svar från allmänheten. Här är en sammanfattning av de teman som återkommer flest gånger.

Köping erbjuder en kombination av geografisk fördel, industriell styrka, natursköna och historiska miljöer, låg levnadskostnad, starkt samhällsliv och rik kultur. Dessa konkurrensfördelar positionerar staden väl för framtida utvecklingsprojekt inom BID-initiativet och utgör en solid grund för att skapa en ännu mer levande och attraktiv stadskärna.

Köpings centrum bär på en unik karaktär som lockar både besökare och invånare med sin fina arkitektur och historiska atmosfär. Många uppskattar de charmiga byggnaderna från sekelskiftet och de äldre stadsdelarnas vackra estetik. Under sommarhalvåret flödar centrum över av en mysig och välkomnande atmosfär, särskilt

när blomsterarrangemangen blomstrar och skapar en inbjudande miljö. Den folkliga atmosfären bidrar till att centrum känns levande och öppet för alla.

Dock är bilden inte enbart positiv. Trots dess charm kämpar Köpings centrum med flera utmaningar som påverkar dess attraktivitet och trivsel. Ett återkommande klagomål är upplevelsen av intetsägande och tristess. Detta förstärks av synliga tomma lokaler och bristen på liv och rörelse, vilket skapar en känsla av ödslighet och minskar attraktiviteten för både besökare och företag. Dessutom uttrycker en del invånare en känsla av otrygghet, särskilt kvällstid, till följd av kriminell aktivitet och missbruk. Trots dessa utmaningar finns det en stark tro på centrumets potential för förbättring.

Många är övertygade om att genom ökad aktivitet, förbättrat underhåll och skapandet av fler mötesplatser för alla åldrar kan centrumet återigen blomstra. Förslag om fler evenemang och en utveckling av befintliga torg och gator framhävs som vägen framåt.

Enkäten samlade också in demografiska uppgifter, och majoriteten av respondenterna tillhörde ålderskategorierna 36-45 och 56-65 år. Detta ger en indikation på att perspektiven som uttrycks kan vara färgade av dessa åldersgruppers erfarenheter och behov.

Det är också intressant att notera att en bredd av intressenter deltog i undersökningen, inklusive representanter från kultursektorn, fastighetsägare, handel/service och invånare, vilket ger en mångfacetterad bild av stadens uppfattning.

Invånarundersökningen visar en stark önskan om att utöka och diversifiera butiksutbudet samt att öka antalet restauranger, caféer och evenemang i staden. För att möta dessa behov föreslås utveckling av stadsmiljön och infrastrukturen, med fokus på förbättrad säkerhet och tillgänglighet. Genom att skapa en mer attraktiv och levande stadskärna kan Köping stärka sin position som en lockande destination att bo, arbeta i och besöka. Invånarnas medvetenhet om områden som kan upplevas som nedgångna eller otrygga utgör en utmärkt utgångspunkt för att prioritera åtgärder som syftar till att öka trivseln och säkerheten i staden.

För att möta dessa utmaningar och förverkliga potentialen hos Köpings centrum är det avgörande att genomföra åtgärder som fokuserar på att förbättra säkerheten, minska antalet tomma lokaler och skapa en mer levande och inkluderande atmosfär. Genom att arbeta tillsammans som en gemenskap kan Köpings centrum återfå sin plats som en levande och attraktiv knutpunkt för både invånare och besökare.

Sammanfattning av enkätresultaten

Enkäten ger oss värdefulla insikter om invånarnas uppfattningar och prioriteringar för Köpings stadsutveckling samt pekar på flera förbättringsområden. Genom att adressera dessa behov kan Köpings kommun skapa en mer attraktiv och välkomnande stadsmiljö för både invånare och besökare.

Stadens historiska profil och varumärke

Resultaten visar att Köpings historiska profil inte är tillräckligt framträdande och att varumärket inte uppfattas som särskiljande gentemot andra platser. Många som svarade gav låga betyg på dessa områden, vilket indikerar ett behov av att stärka både det historiska arvet och varumärkesidentiteten för att göra staden mer unik och igenkännbar.

Köpings centrums attraktivitet

Köpings centrum upplevs av många som intetsägande, även om stadens arkitektur och blomsterarrangemang uppskattas. För att öka centrumets attraktivitet och levande

känsla behöver dess unika arkitektoniska drag lyftas fram mer och att det behövs fler aktiviteter och upplevelser, särskilt på kvällstid.

Utifrån analysens kan följande åtgärder rekommenderas

Genom att fokusera på säkerhet, engagera olika åldersgrupper, fortsätta dialogen med intressenter, samt förbättra kommunikation och storytelling, kan Köping utvecklas till en mer levande och attraktiv stad som bättre möter invånarnas och besökarnas förväntningar och behov. Följande områden lyftes fram:

1. **Fokus på trygghet:** Förbättra säkerhetsåtgärderna i centrum, särskilt på kvälls- och nattetid, för att öka trygghetskänslan.
2. **Engagemang med olika åldersgrupper:** Utveckla program och initiativ riktade till olika åldersgrupper för att möta deras specifika behov och uppfattningar.
3. **Intressentdialog:** Fortsätta dialogen med viktiga intressenter som kultursektorn och kommersiella aktörer för att deras synpunkter ska beaktas i stadsutvecklingsprojekten.
4. **Kommunikation och storytelling:** Förbättra stadens varumärke genom att lyfta fram Köpings unika historia och identitet i stadsbilden.

Sammanfattning av nulägesanalysen

Under våren 2023 initierades BID-processen (Business Improvement District) för Köpings centrum med målet att öka attraktiviteten och skapa en livfull stadskärna. Projektet, som leds av Köpings kommun med stöd av Svenska Stadskärnor, involverar handlare, fastighetsägare och andra lokala aktörer. Målet är att genom strukturerat samarbete över tid utveckla Köpings centrum för att på sikt locka både nya företag och besökare.

Detta är en sammanfattning och slutsatser av Nulägesrapporten som är genomförd inom BID-projektet. Rapporten är framtagen med hjälp av breda undersökningar och analyser för att säkerställa en omfattande bild av nuläget och de framtida möjligheterna för stadens utveckling.

Process och Metodik

BID-processen omfattar sju steg som inleds med engagemang och inspiration. Projektet har inkluderat platsvandringar, workshops, arbetsgruppträffar och en invånarenkät för att samla in data och synpunkter från olika intressenter. Fem fokusområden har identifierats: Platsvarumärke, Utbud, Platsen, Tillgänglighet och Trygghet.

Nulägesanalys

Rapporten presenterar en omfattande nulägesanalys som inkluderar:

Historisk översikt: Köpings utveckling från tidig handelsplats till modern stad.

Kommunala planer och program: Aktuella planer och program som påverkar stadskärnans utveckling.

Omvärldsanalys: Fokus på trygghet, säkerhet och fastighetsägarnas perspektiv.

Målgruppsanalys: Analys av invånarnas behov och beteenden samt detaljhandelns roll.

SWOT-analys: Identifiering av styrkor, svagheter, möjligheter och hot för Köpings stadskärna.

Trygghetsundersökning: En lokal trygghetsundersökning genomfördes under hösten 2023, vilket visade på varierande trygghetskänsla bland invånare beroende på tid och plats. Bristande belysning och ödslighet upplevdes som de största problemen.

Invånarenkät: Invånarenkäten visade att Stora gatan är en viktig mötesplats men att vissa platser upplevs som otrygga. Invånarna efterfrågar fler aktiviteter och en förbättrad stadsmiljö.

Gestaltningprogram: Gestaltningprogrammet framhäver behovet av att bevara och utveckla Köpings centrum med fokus på offentlig miljö, historiska byggnader och sociala platser.

Sammanfattning och rekommendationer

Styrkor

Historisk charm: Köping har en rik historia som kan användas för att skapa en stark platsidentitet.

Engagerade intressenter: Ett brett spektrum av aktörer, inklusive fastighetsägare, handlare och invånare, är engagerade i projektet.

Grönska och offentliga platser: Det finns en grundläggande infrastruktur för grönområden och sociala mötesplatser.

Svagheter

Trygghetsfrågor: Upplevd otrygghet, särskilt på kvällar och nätter, är ett stort problem.

Tillgänglighet: Bristande tillgänglighet för vissa grupper, inklusive funktionshindrade.

Fragmenterad stadskärna: Vissa delar av centrum, särskilt västra Stora gatan, upplevs som avskurna och obefolkade.

Möjligheter:

Utveckling av platsvarumärke: Genom att lyfta fram Köpings unika historia och identitet kan staden attrahera fler besökare och invånare.

Förbättrade evenemang och aktiviteter: Ökad frekvens av evenemang och aktiviteter kan öka attraktiviteten och skapa mer liv och rörelse.

Samarbete och samverkan: Fortsatt samarbete mellan olika aktörer kan leda till bättre resultat och mer effektiva åtgärder.

Hot:

Konkurrens från näthandel och externhandel: Ökad konkurrens från e-handel och handelsområden utanför stadskärnan kan påverka lokala butiker negativt.

Demografiska utmaningar: En åldrande befolkning och utflyttning av unga kan minska centrumets vitalitet.

Ekonomiska förändringar: Ökade kostnader och ekonomisk osäkerhet kan påverka investeringar i stadskärnan.

Förslag och rekommendationer utifrån nulägesanalysen:

Köpings centrum har på senare tid mött flera utmaningar, inklusive minskat antal besökare, ökad näthandel och effekterna av Covid-19-pandemin. Nulägesanalysen har identifierat behovet av att förbättra säkerhet, varumärke och utbud för att attrahera fler besökare och invånare.

Det finns ett antal huvudutmaningar att förhålla sig till som minskade besök och fler tomma lokaler. Brist på kvällsaktiviteter och upplevelser vilket skulle kunna bidra till att förändra upplevelsen av otrygghet, särskilt kvälls- och nattetid. Det framkommer att vi behöver bli bättre på att lyfta Köpings historiska profil och varumärke

För att nå målet ser vi ett antal möjligheter som ökad regional samverkan och stärkt platsvarumärke. Utveckling av fler aktiviteter och upplevelser, särskilt kvällstid. Förbättrad tillgänglighet och trygghet genom välbelysta områden och ökad närvaro av

ordningsvakter men framför allt aktivt engagemang från olika åldersgrupper och intressenter.

För vidare diskussion inom ramen för BID projektet presenteras nedan ett antal områden att arbeta vidare med:

- 1. Fokus på tryggheten:** Förbättra säkerhetsåtgärderna, särskilt kvälls- och natttid, för att öka trygghetskänslan. Exempelvis genom bättre belysning, övervakning och ökad närvaro av ordningsvakter.
- 2. Förstärk platsvarumärket:** Förbättra stadens varumärke genom att lyfta fram Köpings unika historia och identitet i stadsbilden. Använd historieberättande och kulturella inslag för att stärka Köpings identitet.
- 3. Utveckla sociala mötesplatser:** Skapa fler och bättre sociala ytor för olika aktiviteter och åldersgrupper.
- 4. Förbättra tillgängligheten:** Gör centrum mer tillgängligt för alla, inklusive funktionshindrade och äldre.
- 5. Social hållbarhet:** Utveckla program och initiativ riktade till olika åldersgrupper för att möta deras specifika behov och uppfattningar. Introducera fler evenemang och aktiviteter som kan locka folk till centrum efter arbetstid.
- 6. Fokusera på hållbarhet:** Främja hållbar stadsutveckling genom gröna initiativ och energieffektiva lösningar.
- 7. Stärk det lokala utbudet:** Uppmuntra lokala företag och skapa attraktiva handels- och tjänsteområden. Genom stärkt handel i hela Köping kan mer handel stanna i Västra Mälardalen i stället för att försvinna till Västerås, Eskilstuna och Örebro.
- 8. Intressentdialog:** Fortsätt dialogen med viktiga intressenter som kultursektorn och kommersiella aktörer för att deras synpunkter ska beaktas i stadsutvecklingsprojekten.

Genom att följa dessa rekommendationer kan Köping utvecklas till en trygg, attraktiv och levande stadskärna, där både invånare och besökare trivs och bidrar till stadens långsiktiga hållbarhet och tillväxt.

Slutsatser

Köping har potential att återigen blomstra som en attraktiv och levande stadskärna. Genom att fokusera på säkerhet, engagera olika åldersgrupper, fortsätta dialogen med intressenter och förbättra kommunikation och storytelling kan staden bättre möta invånarnas och besökarnas förväntningar och behov. Ett starkt samarbete mellan privata och offentliga aktörer är avgörande för att skapa en hållbar och långsiktig positiv utveckling för Köpings centrum.

En utblick mot framtiden

Avslutningsvis har vi utifrån vad som framkommit i Nulägesanalysen låtit AI gå igenom den och målat upp en bild hur Köpings centrum skulle kunna se ut. Vad blev resultatet och vilka var framgångsfaktorer i arbetet. Ett långsiktigt arbete som inleddes med BID projektet 2023 som därefter pågått under de 12 åren som gått?

Köpings Centrum 2035 – en levande och trygg stadskärna

År 2035 är Köpings centrum en blomstrande, trygg och attraktiv stadskärna som kombinerar historisk charm med moderna bekvämligheter. Genom att framgångsrikt implementera åtgärderna från BID-projektet har staden skapat en plats där människor trivs, företag frodas och besökare lockas att återvända gång på gång. Köping har blivit en modell för hur samverkan och strategisk planering kan förvandla en stadskärna till en levande och hållbar destination. De genomförda åtgärderna har resulterat i en plats där invånare och besökare gärna vistas, umgås och tar del av stadens rika utbud av aktiviteter och tjänster.

Exempelvis är Hökartorget i Köping en levande och inbjudande plats där moderna förbättringar har genomförts samtidigt som de befintliga byggnaderna och torgets ursprungliga struktur har bevarats. Torget är nu prytt med gröna utrymmen, träd och blomsterbäddar som skapar en behaglig atmosfär. Moderna sittplatser och uteserveringar från lokala kaféer och food trucks lockar besökare att stanna och njuta av omgivningen.

Dekorativ gatubelysning och säkerhetskameror bidrar till en trygg miljö, både dag och natt. Torget är tillgängligt för alla med jämna gångvägar och cykelbanor, samt laddstationer för elfordon. Regelbundna aktiviteter och evenemang, tillsammans med offentliga konstinstallationer och historiska skyltar, gör Hökartorget till en central mötesplats i Köping.

Denna vision skapar en harmonisk balans mellan bevarandet av historiska element och införandet av moderna, hållbara lösningar, vilket bidrar till en levande och attraktiv stadskärna för både invånare och besökare.

Trygghet och Säkerhet

Genomförda säkerhetsåtgärder har skapat en trygg miljö i centrum. Välbelysta gator och torg, ökad närvaro av ordningsvakter och kamerabevakning har bidragit till en markant minskning av brott och skadegörelse. Invånare känner sig trygga att röra sig fritt, även kvällstid, vilket har ökat besöksfrekvensen i centrum betydligt.

Platsvarumärke och Identitet

Köping har lyckats positionera sig som en unik och attraktiv destination genom att aktivt lyfta fram sin rika historia och kulturella identitet. Historiska byggnader och platser har restaurerats och integrerats med moderna inslag, vilket har skapat en harmonisk och tilltalande stadsmiljö. Berättelser om stadens förflutna har vävts in i det offentliga rummet genom konst, skyltar och guidade turer, vilket har förstärkt Köpings varumärke som en plats med en stark och levande historia.

Utbud och Upplevelser

Centrum erbjuder ett brett utbud av aktiviteter, handel och tjänster som tillgodoser behoven hos både invånare och besökare. Nya restauranger, kaféer och butiker har

etablerats, och staden har blivit känd för sina unika och lokala handelsupplevelser. Evenemang och kulturella aktiviteter äger rum regelbundet, vilket lockar folk från när och fjärran och skapar en kontinuerlig ström av besökare.

Tillgänglighet och Mobilitet

Stadskärnan är lättillgänglig för alla. Förbättrade gång- och cykelvägar, bra parkeringsmöjligheter och effektiva kollektivtrafiklösningar gör det enkelt att ta sig till och från centrum. Laddstationer för elbilar och cyklar finns på strategiska platser, vilket underlättar hållbart resande. Området är anpassat för personer med funktionsnedsättningar, vilket gör att alla kan njuta av vad centrum har att erbjuda.

Sociala Mötesplatser

Köpings centrum har utvecklats till en social knutpunkt med många mötesplatser. Parker och torg är vackert anlagda med grönska och konstnärliga inslag, vilket gör dem till populära platser för avkoppling och umgänge. Dessa platser används för olika evenemang som marknader, konserter och festivaler, vilket ytterligare bidrar till stadens liv och rörelse.

Hållbar Utveckling

Hållbarhet är en central del av Köpings stadsutveckling. Nya byggnader och renoveringar har genomförts med miljövänliga material och energieffektiva lösningar. Grönområden och parker har utökats och förbättrats, vilket bidrar till en bättre luftkvalitet och en trivsamt stadsmiljö. Stadens engagemang för hållbarhet har gjort Köping till ett föredöme och en inspirationskälla för andra städer.

Engagerade Invånare

Invånarna i Köping är aktiva och engagerade i stadens utveckling. Genom regelbundna dialoger och samarbetsprojekt har invånarna haft möjlighet att påverka och bidra till centrumets utformning och aktiviteter. Detta har skapat en stark känsla av gemenskap och stolthet över staden.