

Handelsplan för Mariehamns centrum – Hela Ålands mötesplats 2017–2019



Innehållsförteckning

Sammanfattning	1
1. Bakgrund – Syfte – Vision – Metod	2
2. Avgränsningar	3
3. Handeln i Mariehamn idag och i framtiden	4
3.1 Handeln i siffror	4
3.1.1 Var handlar kunden	4
3.1.2 Mariehamns andel av detaljhandeln på Åland	5
3.1.3 Mariehamns profil	5
3.1.4 Mätbart mål	6
3.2 Trender	6
3.3 Mariehamn som besöksdestination och shoppingturism	7
4. Handelsstruktur och kommersiella stråk	8
5. Beskrivning av tidigare insatser	8
5.1 Ett livskraftigt centrum	8
5.2 Handlingsprogram 2012	8
5.3 Gatuprogrammet för Mariehamn	9
6. Åtgärdsförslag framlagda i Handlingsprogram 2012	9
6.1 En tydlig identitet	9
6.2 Antal våningsplan	10
6.3 Projekt	11
6.3.1 Zeipels	11
6.3.2 Magazintomten	11
6.3.3 Tomterna i direkt anslutning till Sittkoff gallerian	12
6.4. Gångator	12
6.5. Gator och torg	13
6.6 Vädskydd	13
6.7 Parkering och biltrafik	14
6.8 Utbud	15
6.9 Varumärke och marknadsföring	17

6.10 Skötsel	17
6.11 Samverkan	17
6.12 Omedelbara åtgärder	19
6.12.1 Samordnad uthyrning av lokaler	19
6.12.2 Aktivare butiksskyltning	19
6.12.3 Fasadprogram med kommersiell profil	20
6.12.4 Flytta turisminformationen mera centralt	20
6.12.5 Översyn av belysningen	20
6.12.6 Gemensam marknadsföring	20
6.12.7 Öppet till kl. 18	21
6.12.8 Snyggare gatupratare	21
6.12.10 Mer enhetliga kiosker och stånd	21
6.12.11 Operativ centrumledning	22
6.12.12 Uppföljning	22
7. Åtgärdsförslag framlagda i Gatuprogram för Mariehamn	22
7.1 Torggatan	22
7.2 Torget	23
7.3 Nygatan	24
7.4 Bussplan	25
7.5 Övriga förslag i Gatuprogrammet	26
7.5.1 Skyltning	26
7.5.2 Kiosker	26
7.5.3 Uteserveringar	27
7.5.4 Belysning	27
7.5.5 Tillgänglighet	27
8. Översikt: Handlingsplan 2017–2019	29

Sammanfattning

Mariehamn ska vara hela Ålands mötesplats – ett ställe att bo, äta och handla på. Det ska finnas ett kvalificerat utbud av handel, service och tjänster. Miljöerna ska vara trivsamma och tillgängliga och uppmuntra till social samvaro. Vi ska aktivt arbeta för utvecklingen av cityhandel och Mariehamns stad ska uppmuntra till etablering av centrumhandel. City ska vara den självklara handelsplatsen på Åland.

Ett attraktivt och levande centrum handlar i första hand om att få flera personer att leva, verka och besöka city. För att vi i Mariehamn ska uppnå detta måste mera logi samt bo- och affärsyta skapas. För att möjliggöra detta bör byggnation på höjden tillåtas. Parkeringsnormer bör lättas för att skapa förutsättningar för nybyggnation. Sittkoff gallerian kunde utvidgas och delar av centrum kunde med fördel glasas in för att skapa en ny sorts "galleria" som kombinerar stadskänslan med väderskydd. Vi måste återskapa efterfrågan på affärsytor i centrum och stadens utbud måste kompletteras med efterfrågade kedjeföretag. Vidare bör butiker och serviceverksamheter vara lokaliserade tätt intill varandra och verksamheter med liknande utbud ska placeras nära varandra. I framtiden bör lokaler hyras ut med en större helhet och hela stadens utbud i åtanke.

Vi måste skapa trivsamma uterum som är vistelsevänliga och sätter människan och mötet i fokus. Prioriteringen bör vara att göra Nygatan till Mariehamns "restauranggata" och knyta samman östra hamnen med centrum, samt att göra torget mera trivsamt och ändamålsenligt. Vi behöver komma ihåg att Mariehamn har två starka identiteter – en sommar och en vinteridentitet, vilket förutsätter att vi ständigt arbetar med flexibla lösningar som är anpassningsbara.

Vi bör skapa mera människovänliga trafikmiljöer genom flexibla trafiklösningar. Södra delen av Torggatan kan vara en långsam gata där bilar får finnas – men på fotgängarnas och verksamhetsidkarnas villkor. "Parklets" skapar tillfälliga uteserveringar, medan årstids- och högtidsanpassade planteringar och utsmyckningar ger en vacker och inspirerande inramning till stadens absoluta centrum och vår paradgata. Centrum ska vara rent, snygg och tryggt och en trivselgrupp samt en belysningsgrupp bör sammansättas för att ge dessa frågor den uppmärksamhet de kräver. Centrum ska vara tillgängligt och verksamhetsidkarna ansvarar för att vi har konkurrenskraftiga och tilltalande öppettider, medan staden bör prioritera funktionsanpassning.

Goda parkeringsmöjligheter är väsentligt för centrumhandeln. I Mariehamn finns idag p-garage med en mycket låg utnyttjandegrad. Garagen måste uppmärksammas mera och gatuparkeringarnas p-tider bör utvärderas. I övrigt har Mariehamn ett gott läge gällande p-platserna.

Destinationen Mariehamn bör utvecklas och det är väsentligt för den lokala handeln att Mariehamn upplevs som ett besöksmål i sig samt att fokus sätts på att utveckla och lyfta Mariehamn som en destination inom destinationen Åland. En identitet som lyfter *handelsstaden* Mariehamn behöver tas fram.

A och O för centrumutvecklingen och centrumhandeln är fortsatt samarbete mellan verksamhetsidkare, fastighetsägare och Mariehamn stad. Även landskapsregeringen spelar en väsentlig roll och det etablerade trepartssamarbetet kan med fördel bli ett mera utvecklat fyrpartssamarbete så att Åland får en mera uttalad "stadspolitik". Samarbetet och dialogen dessa parter emellan bör fördjupas med City Mariehamn som koordinator. City Mariehamn har idag stor

kännedom, kunskap och helikopterperspektiv när det gäller centrumutveckling. Fortsatta satsningar på City Mariehamn är viktiga för att få stabilitet och kontinuitet i centrumutvecklingen i Mariehamn.

1. Bakgrund – Syfte – Vision – Metod

City Mariehamn har fått i uppdrag av Mariehamns stad att ta fram en handelsstrategi för mandatperioden 2016–2019. Syftet med handelsstrategin är att öka centrala Mariehamns attraktionskraft samt skapa förutsättningar för handeln att växa genom riktlinjer, bättre infrastruktur och tillgänglighet. Handelsstrategin är en övergripande plan för framtida utveckling av Mariehamn som attraktiv handelsplats. Avsikten är att ta fram konkreta metoder och förslag som ska skapa goda förutsättningar för handel-, fastighets- och centrumutveckling. Uppdraget i sin helhet innefattar att

- genomföra en uppföljning av projektet "Ett livskraftigt Centrum"
- uppdatera redan framtagna strategier
- utarbeta en handlingsplan för centrumutveckling för återstoden av mandatperioden

Handelsstrategin används som ett styrdokument vid beslut som rör nedanstående avgörande basfaktorerna för ett levande och attraktivt centrum;

- *Tillgänglighet* till handel är väsentligt för ett levande och attraktivt centrum. Innefattar t.ex. öppettider, parkering, skyltning, funktionsanpassning, kollektivtrafik samt övriga möjligheter att ta sig till och från handelsplatsen
- *Utbud* är av allra största vikt för att skapa attraktiv handel. Med utbud menas den mix av verksamheter (butiker, restauranger, kedjor, varumärken, service samt tjänster) det finns att tillgå på en ort, samt dess placering.
- *Trivsel* ligger som bas för att få besökare att vilja stanna samt besöka centrum igen. Trivseln är omfattande och inkluderar allt från t.ex. evenemang till trygghet, renhållning, underhåll, plantering och belysning, samt funktionella mötesplatser och uterum.

Handelsstrategin är ett levande dokument som ska följas upp och vid behov revideras varje år. Vid uppföljningen bör förändringar i samhället och konsumentbeteenden tas i beaktande. För uppföljningen ansvarar City Mariehamns styrgrupp som består av representanter från verksamhetsidkare, fastighetsägare, Ålands Näringsliv samt Mariehamns stad. Uppföljningen sker i samband med styrgruppens första möte varje år.

Visionen för Mariehamns centrum är följande:

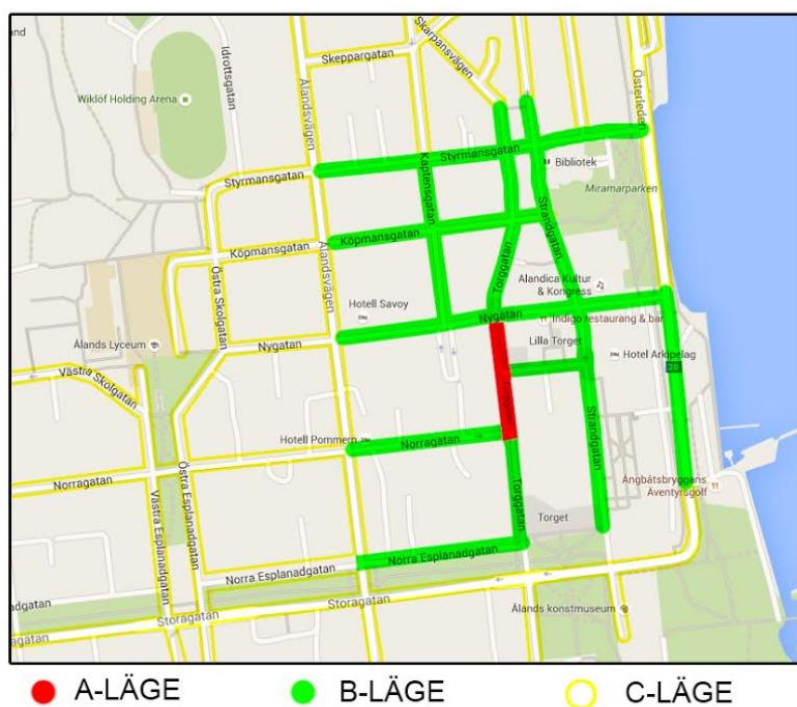
Mariehamn ska ha en trivsamtillgänglig stadskärna som fungerar som mötesplats för ålänningar och besökare med ett kvalificerat utbud av handel, service och tjänster. Traditionella maritima värden kombineras med moderna, och för målgruppen anpassade, miljöer som uppmuntrar till social samvaro och möten.

Inriktningsmålen som ska hjälpa oss uppfylla visionen är

- Mariehamns stad, verksamhetsidkarna och fastighetsägarna ska fördjupa samarbete och dialog med City Mariehamn som koordinators.
- Vi ska aktivt arbeta för utveckling av cityhandel och Mariehamns stad kan genom planläggning uppmuntra till och möjliggöra etablering av centrumhandel. City ska vara den självklara handelsplatsen på Åland.
- City ska fylla funktionen som mötesplats och "vardagsrum" och uppmuntra till social samvaro och interaktion.
- Det ska finnas ett bra utbud av butiker, service, restauranger, caféer samt kultur i city
- Vi ska aktivt arbeta för, uppmuntra och möjliggöra nyetableringar och nybyggnation med syfte att utveckla och komplettera centrumhandeln
- Vi ska göra city mera tillgängligt med utgångspunkt i fortsatt arbete med öppettider, skyltning, parkering och funktionsanpassning.
- Vi ska skapa möjligheter för goda kommunikationer mellan centrum och hamnarna och flygplatsen för att utnyttja de fördelar närheten till havet och rederinäringen ger
- Vi ska arbeta för ökad logikapacitet och ökat boende i centrum
- Centrumhandeln ska vara mätbar, analyseras och uppföljas för att utröna trender och förändringar
- Stadens absoluta centrum där det finns ett tätt utbud och besöksintensiva verksamheter prioriteras när det gäller gestaltning och försköning.

2. Avgränsningar

Mariehamns centrum definieras enligt bilagd karta. Viktigt att ta i beaktande är dock att gränsdragningen i vissa hänseenden kan upplevas som generös. Mariehamns absoluta (handels)centrum är ytmässigt mindre och koncentrerat i första hand till dagens stråk med tätt utbud och besöksintensiva verksamheter (Torggatan samt de kommersiella tvärgatorna Norragatan, Ekonomiegatan samt Nygatan).



Handelsstrategin kommer i första hand att fokusera på hur man kan åstadkomma

- Bättre gatumiljö
- Bättre tillgänglighet
- Bättre detaljhandel
- Bättre centrumledning

Med utgångspunkt i ovanstående punkter ges konkreta utvecklings- och åtgärdsförslag vars syfte är att bygga ett starkare centrum för Mariehamnare, ålänningar och turister.

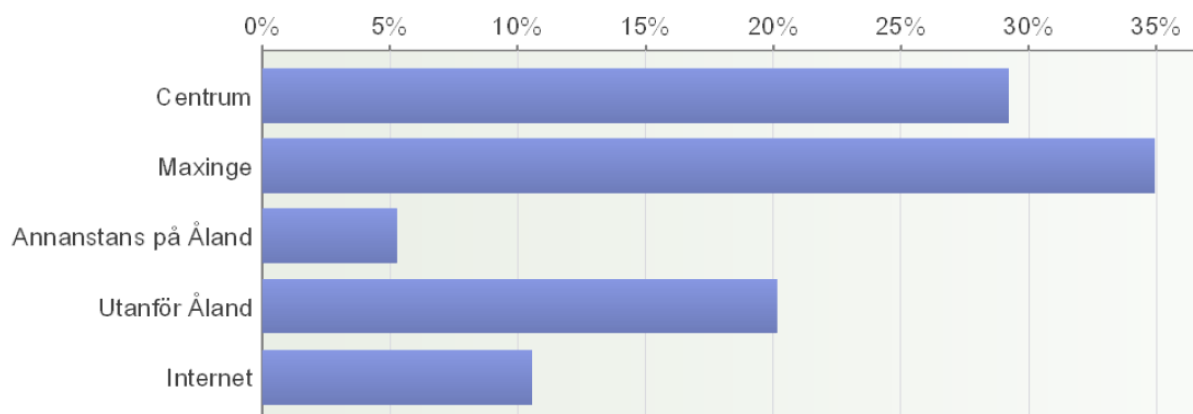
3. Handeln i Mariehamn idag och i framtiden

Centrumhandeln erbjuder ett brett utbud och många nischade, mindre butiker som tillsammans skapar merparten av underlaget för sällanköpsvaruhandeln i Mariehamn. Tillsammans med urvalshandeln är övrig service och tjänsteproduktion, så som restauranger, banker och apotek samt evenemang, Mariehamns styrka. Väsentligt för Mariehamn är även den centrala dagligvaruhandeln som förser kunden med varor som fyller konsumenters dagliga behov, till exempel livsmedel, drycker, hygien- och sjukvårdsartiklar.

3.1 Handeln i siffror

3.1.1 Var handlar kunden

Sedan år 2013 har centrumhandeln konkurrerat med extern handel utanför stadsgränsen där ett köpcentrum byggts. Extern handel är ett fenomen som inte bara Mariehamn, utan också många andra stadscentra behöver förhålla sig till i dagens värld. Extern handel växer fram, etablerar sig och attraherar kunder, detta i sin tur skapar diskussion och farhågor kring centrumhandelns död och ödelagda stadskärnor. På Åland kan konstateras att den externa handeln har påverkat centrumhandeln märkbart. I en undersökning City Mariehamn lät göra år 2015 framkom att 35 % av de svarande, som var 209 till antalet, gör sina uppköp i det externa köpcentret medan något under 30 % handlar i centrum.

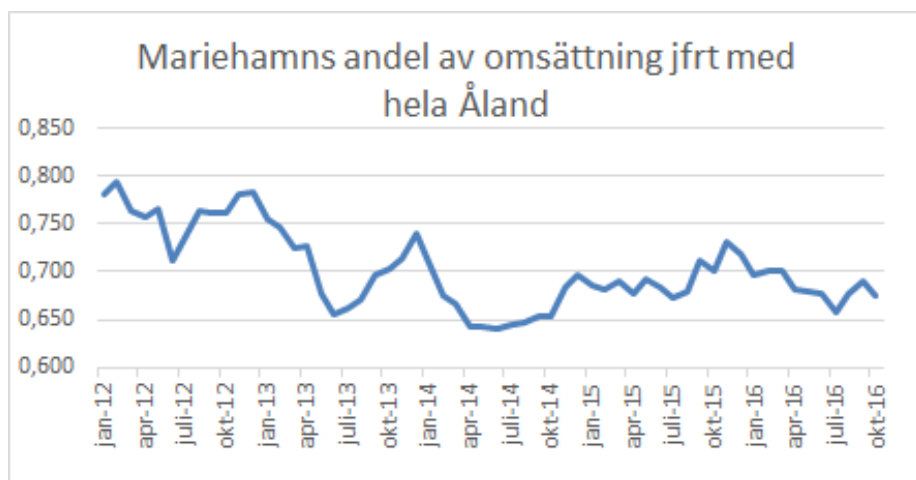


Cirka 20 % av de svarande uppgav i undersökningen att de gör sina uppköp utanför Åland. År 2011 gjordes inom ramen för projektet Ett Livskraftigt Centrum en undersökning i vilken det framkom att ca 40 % handlade i Sverige, medan närmare 60 % av respondenterna uppgav att de handlade i Mariehamns centrum. Konstateras kan alltså att etablerandet av det externa köpcentret på Åland har gjort så att färre handlar utanför Åland, men att centrumhandeln påverkas negativt.

Bara cirka 10 % handlar på nätet enligt undersökningen gjord år 2015. En siffra som är högre på många andra ställen där internethandeln växt markant. På Åland lever vi med tullgränser som något stävjar internethandeln till den lokala handelns fördel. Därmed inte sagt att vi kan luta oss tillbaka och låta trender och förändringar gå obemärkt förbi, proaktivitet och handlingskraft behövs.

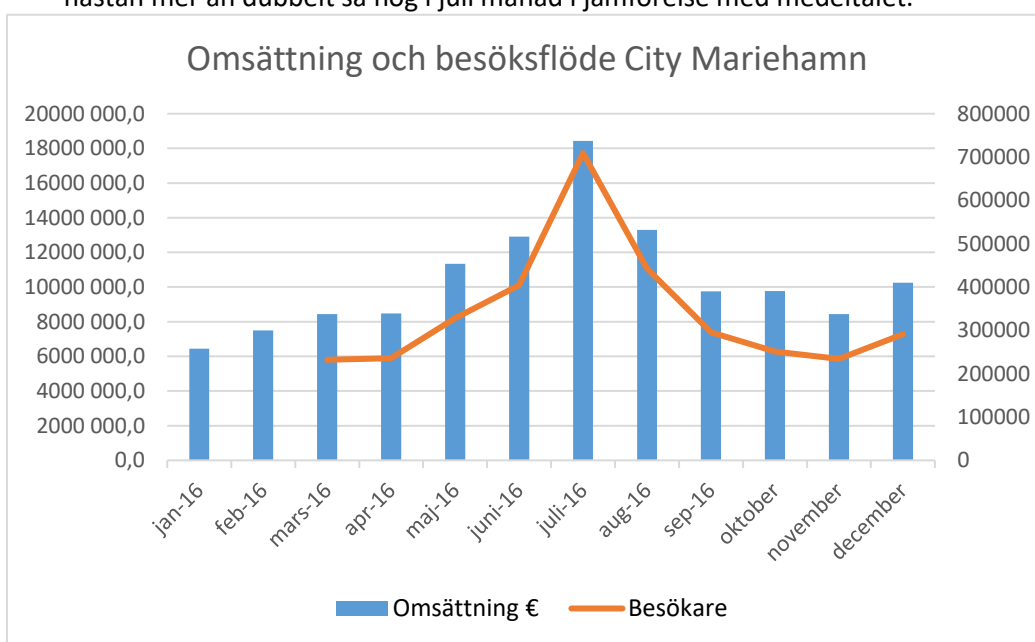
3.1.2 Mariehamns andel av detaljhandeln på Åland

I diagrammet intill kan ses att Mariehamn sedan 2012 har tappat andelar av den totala detaljhandeln på Åland. Nedgången sammanfaller med etableringen av det externa köpcentret. Med start 2015 återtar Mariehamn en del av omsättningen, men uppnår inte samma nivåer som innan etableringen av köpcentret utanför stadskärnan.



3.1.3 Mariehamns profil

Mariehamn har två starka identiteter och kan egentligen definieras som två helt skilda städer – en på sommaren och en på vintern. Besöksstatistiken stiger rejält under sommaren och omsättningen är nästan mer än dubbelt så hög i juli månad i jämförelse med medeltalet.



Diagrammet visar stadens besöksflöde samt City Mariehamn medlemmarnas omsättning.

Besöksräknare installerades i staden i medlet av februari 2015 och således finns inga uppgifter innan mars.

Omsättningssiffrorna i oktober, november och december är från år 2015

Detta skapar behov och förutsättningar för Mariefhamn att arbeta med flexibla lösningar anpassade efter de starkt säsongsspecifika behoven. Under vintern kan en gata t.ex. tjäna stadens handel allra bäst som en parkeringsresurs, medan samma gata allra bäst lämpar sig som gågata med uteserveringar sommartid. Även om julhandel också utgör en liten topp i omsättningen är den inte lika viktig som sommarens handel.

Anmärkningsvärt är att även om ökningen i omsättning speglas i en uppgång av besökarantalet till Mariefhamn under sommaren, är den ökade omsättningen i förhållande inte lika stor som ökningen av besökare till Mariefhamn. Det här kan betyda att man inte till fullo utnyttjar den kundpotential som tillströmningen av besökare erbjuder.

3.1.4 Mätbart mål

Målsättningen bör, med stöd av ovanstående statistik, i första hand vara att till fullo utnyttja den potential de höga besöksiffrorna under sommarmånaderna, främst i juli, medför. Under denna tid på året finns det ett färdigt kunderunderlag i centrum och det finns således direkt möjlighet att öka omsättningen för Mariefhamns handel om man mera effektivt lyckas omvandla besökare till kunder. För att lyckas med detta bör riktade satsningar göras på att marknadsföra Mariefhamn som handelsstad. Lika viktigt är också att göra det möjligt och lättillgängligt för besökare att handla i Mariefhamn genom att t.ex. se över öppettider så de är anpassade till kundströmmarna, samt utforma riktat informationsmaterial och optimera utbud.

Hur kommer vi framåt?

- Handelsstrategin lägger fram åtgärdsförslag samtliga med syfte att stimulera centrumhandeln. Det är City Mariefhamns uppgift att följa upp och analysera de uppgifter som samlas gällande besöksstatistik och omsättning för att utröna huruvida åtgärdsförslagen har önskad effekt.

3.2 Trender

Undersökningar visar att handel och köpbeteende kommer att ändras i framtiden. I allt större utsträckning är det kunden som styr och bestämmer när, var och hur hen handlar. Handel över nätet är bekvämt och kunden kan spara tid samtidigt som denne får tillgång till ett större utbud. Detaljhandelsföretag satsar i större utsträckning på e-handel och detta kan få som följd att den fysiska handeln kan behöva mindre utrymme i framtiden. Den fysiska butiken antar formen av ett "showroom" och koncept så som Collect@Store, Click & Collect och dylikt blir allt vanligare. E-handel och fysisk handel vävs i hop så att kunden egentligen inte behöver särskilja dessa mera. Framtidens kund uppskattar personliga erbjudanden, men har svårt för kommersiella budskap. Hen vill ha nya och delbara upplevelser och responderar bäst på digital kommunikation. Men tänk och handla snabbt – framtidens kund har en attention span på några sekunder!

Från Svensk handel lyfts fyra huvudtrender inom handel fram:

Hållbarhet

Det närproducerade och ekologiska är allt viktigare för kunderna. Man tänker i termer av att det ska vara hållbart och gärna också till nytta för andra. Man vill kunna hyra saker istället för att köpa nytt, och köper man nytt ska det vara hållbart och av god kvalitet. Man vill gärna kunna lämna in använda,

gamla produkter i butik för att dessa sedan ska bli en ny produkt för till exempel mindre bemedlade.

Tjänster

Produkter kombineras med tjänster för att skapa ett mervärde för kunden. Detta betyder att en butik erbjuder en tjänst i samband med försäljning av en produkt; du köper löparskor och får en rådgivning med en personlig tränare på köpet. Framtidens kund köper en story och en livsstil – inte bara produkten.

Destination

Platsen är viktig och bör utvecklas som en helhet – en destination, en helhetsupplevelse.

Vidare noteras följande trender då det gäller stadsrummet

- Staden ska vara så intressant att du bara ska vilja gå runt och uppleva
- Det ska finnas ett utbud av saker att göra t.ex. äta, leka och träna m.m.
- Stadsrummet ska uppmuntra och möjliggöra möten människor emellan

Digitalisering

Intresset för e-handeln växer internationellt. Nya plattformar och handelsformer tas fram för att utforma framtidens handel där e-koncept och fysisk handel går hand i hand.

3.3 Mariehamn som besöksdestination och shoppingturism

I **Micke Larssons** utredning "Bidrar Mariehamn i maximal utsträckning till destinationen Ålands attraktionskraft?" framkommer att ledande, lokala beslutsfattare och tjänstemän från både privat och offentlig sektor i dagsläget upplever att Mariehamn inte har en roll som motor för utvecklingen av destinationen Åland i sin helhet samt att staden inte upplevs vara en reseanledning eller destination i sig. Mariehamn har istället fått rollen som "inkörspport, utgångspunkt och servicepunkt". Mariehamn och dess roll för destinationen Åland omnämns inte vid något tillfälle i den långsiktiga strategiska planen för Ålands besöksnäring; Turismstrategi för Åland 2012–2022. Detta att jämföra t.ex. med Region Gotland som tydligt och klart fastslår att Visby, som en levande och attraktiv besöksplats året runt, är viktig i utvecklingen av hela Gotland.

Destinationen Mariehamn bör utvecklas och det är väsentligt för den lokala handeln att Mariehamn upplevs som ett besöksmål i sig samt att fokus sätts på att utveckla och lyfta Mariehamn som en destination inom destinationen Åland.

Svensk Handel konstaterar att attraktiv och levande handel bidrar till ökad turism samt att fenomenet shoppingturism växer som företeelse. Idag är shopping och handel ofta är en uttalad reseanledning i sig. Mariehamn är Ålands enda stad med ett brett utbud av handel och service. Vid utvecklandet av framtida "Destination Mariehamn" är handeln en viktig pusselbit som bör beaktas och inkluderas.

Hur kommer vi framåt?

- *Mariehamns stad och City Mariehamn ansvarar för att, tillsammans med Visit Åland lyfta fram handelsstaden Mariehamn som besöksdestination. Detta är en viktig åtgärds punkt och arbetet med att utveckla Destination Mariehamn bör påbörjas snarast möjligt.*

4. Handelsstruktur och kommersiella stråk

Stadskärnorna måste, för att vara tillräckligt attraktiva, erbjuda ett omfattande utbud av butiker, restauranger och service. Miljön där butikerna och servicen finns måste vara trevlig, så att besökarna vill stanna kvar och handla och uppleva omgivningarna. Det är viktigt att stråkuppbyggnaden i centrum är attraktivt utformad. Butiker och serviceverksamheter bör vara lokaliserade tätt intill varandra utan mellanliggande "barriärer" som exempelvis "döda fasadytor" eller gränder. Verksamheter som stöttar varandra bör vara placerade nära varandra. Klädbutiker stötts t.ex. på ett bra sätt av andra klädbutiker, eftersom kunderna oftast besöker flera butiker då de handlar kläder. God biltillgänglighet och parkeringsplatser måste också finnas för att centrumhandeln skall vara framgångsrik. Centrumkärnan är stadens hjärta och har en avgörande betydelse för näringslivs- och boendeutvecklingen. Handeln är i sin tur är en väldigt viktig motor för stadskärnan - levande centrum med blomstande handel måste fungera för att staden skall fungera väl.

5. Beskrivning av tidigare insatser

City Mariehamns föregångare, projektet *Ett livskraftigt centrum*, kommer att ligga som grund för denna handelsstrategi. Inom ramen för *Ett livskraftigt Centrum* togs ett utvecklingsprogram kallat Handlingsprogram 2012 fram. De strategier, utvecklings- och förändringsförslag som framkommer i dessa dokument kommer i handelsstrategin att presenteras, följas upp och utvärderas. Det samma gäller det gatuprogram som inom ramen för *Ett livskraftigt centrum* togs fram för Mariehamns centrum.

5.1 Ett livskraftigt centrum

I april 2011 startades projektet *Ett livskraftigt centrum*. Syftet med projektet var att skapa ett mera levande och attraktivt centrum, som en tydlig och drivande del av centralorten för Åland. Målsättningen med projektet var att ta fram en för Mariehamns stad, fastighetsägarna och verksamhetsidkarna gemensam utvecklingsplan (sedermera Handlingsprogram 2012) för ett livskraftigt centrum. *Ett livskraftigt centrum* finansierades med EU-medel samt med bidrag från Mariehamns stad. Ålands Näringsliv var projektägare och projektet pågick fram till mars 2014.

5.2 Handlingsprogram 2012

Inom ramen för *Ett livskraftigt centrum* anlätades Lars Backemar och Janne Sandahl, företrädare för modern svensk lönsamhetsinriktad stadskärneförnyelse, för att starta upp och inledningsvis driva processen med utvecklingen av Mariehamns centrum. I april 2011 startade processen som innehöll öppna workshops, kolla läget-studie, besökarintervjuer, parkeringsräkning och marknadsbedömning. Baserat på de undersökningar som gjordes utarbetade Backemar och Sandahl, i samråd med en arbetsgrupp, utvecklingsprogrammet Handlingsprogram 2012. I utvecklingsprogrammet framgick t.ex. behovet av en operativ centrumledning bestående av Mariehamns stad, fastighetsägare och

verksamhetsidkare. I programmet föreslogs även att en grupp med ansvar för översyn av gatubilden skulle tillsätt, detta resulterade i gatuprogrammet för Mariehamn.

5.3 Gatuprogrammet för Mariehamn

Gatuprogrammet för Mariehamn, som antogs år 2014, är ett dokument som lägger fram konkreta, genomförbara och kostnadseffektiva förslag med syfte att göra gaturummen trivsammare.

Gatuprogrammet togs fram av den s.k. gatugruppen som bestod av representanter från Mariehamns stad, fastighetsägare och verksamhetsidkare. Tillsammans med Anna Hjerling och Daniel Andersson från arkitektbyrån Studio Ö identifierade gatugruppen fyra fokusområden för utveckling i stadens centrum.

6. Åtgärdsförslag framlagda i Handlingsprogram 2012

Nedan följer en utvärdering av de åtgärdsförslag som lades fram i Handlingsprogram 2012. Syftet är att klargöra huruvida åtgärderna genomförts eller inte. Om förslaget inte åtgärdats utreds om det fortsättningsvis är relevant att åtgärda. Vidare läggs eventuellt nya, ersättande åtgärdsförslag fram.

6.1 En tydlig identitet

Mariehamns centrum ska ha en tydlig identitet och ett väl underbyggt och kommunicerat varumärke.

I Handlingsprogram 2012 föreslås att ” Mariehamns centrum fortsatt ska ha sin huvudentitet i småstadsarkitektur och maritim miljö. *Världens minsta metropol* kan förslagsvis sammanfatta Mariehamns unika position.”

Vidare föreslås att

- Gatuplansfasader ska ha en arkitektur och design med modernt och gammalt i kontrast.
Ansvariga: staden i samverkan med fastighetsägarna.
- Centrums gaturum ska ännu mer än idag vara ”maritimt” utformade med ”maritima” gatumöbler, skyltar och utsmyckningar.
Ansvarig: staden.
- Centrum ska ha ett väl underbyggt och kommunicerat varumärke, som profilerar och attraherar boende och besökare. Starka varumärken idag är ”segel” och ”Pommern”.
Ansvariga: staden och centrumledningen.

Arbetet med att bygga stadens identitet har trappats upp sedan handlingsprogrammet skrevs. Den övergripande visionen för Mariehamns stad antogs redan 2006 och lyder:

Attraktiv sjöfartsstad med livskvalitet

För handelsplatsen Mariehamn behöver vi sätta fokus på handel, service och utbud vid profilering och branding. Därför föreslås att alla aktörer som slogan börjar arbeta med ”Hela Ålands mötesplats”, som City Mariehamn i dagsläget redan använder, då man kommunicerar om eller kring Mariehamn som handelsplats. För att skapa förutsättningar för handel behöver också handeln sättas

i första rummet. Mariehamn är Ålands enda stad med ett kvalificerat utbud av shopping och upplevelser, låt detta ta plats i kommunikationen. Man behöver tydligt låta det framgå att Mariehamn är en plats där man äter, bor och handlar - ett vardagsrum som erbjuder shopping och upplevelser. Att kommunicera handelsstaden Mariehamn med segel och Pommern är inte effektivt, Mariehamn som handelsplats behöver få en egen identitet som "hela Ålands mötesplats". Handel skapar levande centrum därför är det viktigt att involvera handeln i ett tidigt skede i kommunikationsmaterial och övrigt strategiarbete.

Handlingsprogrammets vidare konstateranden om att Mariehamns centrum fortsatt ska ha sin huvudiditet i småstadsarkitektur och maritim miljö samt att gatuplansfasader ska ha en arkitektur och design med modernt och gammalt i kontrast anses fortfarande aktuellt.

Att centrums gaturum "ännu mer än idag ska vara maritimt utformade med maritima gatumöbler, skyltar och utsmyckningar" fastställs fortfarande vara en fungerande riktlinje. Tillsammans har Mariehamns stad, fastighetsägarna och verksamhetsidkarna uppdaterat både informationsskyltar, vägskyltar samt möblering i enlighet med ovanstående. Att byta linje helt skulle således vara att kasta bort det arbete som redan gjorts med att förenhetliga skyltning och utsmyckning.

Hur kommer vi framåt?

- *Mariehamn som handelsplats behöver få en egen identitet i sloganen "Hela Ålands mötesplats". City Mariehamn ansvarar för att en identitet för handelsstaden Mariehamn tas fram.*
- *Vidare är det viktigt att huvudiditeten med småstadsarkitektur och maritim miljö syns också i framtiden då restaurering, renovering eller nybyggnation görs samt att det "maritima tänket" genomsyrar skyltning och utsmyckning. Arbetet är fortlöpande. Fastighetsägare, Mariehamns stad och City Mariehamn har alla en roll då det gäller att implementera ovanstående i stadsbilden.*

6.2 Antal våningsplan

Det är idag, i likhet med år 2012 då det etablerades en handelsplats utanför centrum, högst väsentligt att skapa mera bo-och affärsyta i centrala Mariehamn - Mariehamns centrum behöver förtätas och byggas ut. Idag upplever fastighetsägarna att god fastighetsekonomi inte är nåbart vid nybyggnation. Genom att till exempel godkänna byggnation "på höjden" i Mariehamns centrum ges möjlighet till god fastighetsekonomi. God fastighetsekonomi är en förutsättning för att byggprojekt ska inledas. Säkras detta skulle chansen att få diverse byggnationsprojektet genomförda öka.

Genom att tillåta byggnation på höjden kan bostäder i olika prisklasser skapas i centrum. Bostäder är viktigt för ökad inflyttning och därmed också ökad köpkraft, samtidigt som hyresbostäder/aktielägenheter ger säker avkastning för fastighetsägarna. För få våningsplan ger dyra bostäder, detta i sin tur gör lägenhetsutbudet i centrum tillgängligt bara för ett visst klientel. För att skapa mångfald och göra staden tillgänglig för personer i olika åldrar och samhällsklasser måste byggnation möjliggöras i större utsträckning. Ett attraktivt och levande centrum handlar i första hand om att få flera personer att leva, verka och röra sig i city. Bostäder i olika prisklasser är ett viktigt steg för att uppnå detta.

Staden saknar vidare tillräckligt med ändamålsenlig affärsyta. Utan fullstora och funktionsanpassade affärslokaler (i gatuplan) möjliggörs inte nyetableringar som behövs för att Mariehamns centrum ska kunna blomstra som handelsplats. Centrums fortlevnad är beroende av ett brett och attraktivt utbud av verksamheter i för ändamålet anpassade lokaler. Vi måste lyckas återskapa efterfrågan på affärsytor i centrum, på så sätt ökar chanserna till nybyggnads- eller förnyelseprojekt då entreprenörer kan räkna med bättre kvadratmeterpris för fastigheterna.

Hur kommer vi framåt?

- *Mariehamn är helt beroende av framtida byggprojekt och mera kvadratmetrar*
- *För att stimulera nybyggnation bör god fastighetsekonomi säkras, detta låter sig göras genom att man*
 - *tillåter byggnation på höjden*
 - *lättar på parkeringsnormen (läs mera i punkt 6.7)*
- *Mariehamns stad ansvarar för att byggnation möjliggörs. Arbetet är direkt kopplat till framtagandet av den nya delgeneralplanen för Mariehamns centrum och är mycket viktigt för framtiden. Huvudansvaret för själva förverkligande av projekt vilar sedan på fastighetsägarna.*
- *Fastighetsägarna ansvarar för att utveckla och göra om befintliga lokaler så att dessa är moderna och ändamålsenliga.*

6.3 Projekt

I Handlingsprogrammet 2012 framkom förslag om att Mariehamns stad ska uppmuntra följande då planerade projekt.

6.3.1 Zeipels

Projekt mål: Cirka 2 000 m² handel samt kontor och bostäder.

Projektet föreslogs förverkligas senast inom 2.5 år

Kan konstateras att inget har hänt sedan Handlingsprogrammet skrevs. Zeipels ser idag, fyra år senare, likadant ut. Att Zeipels utvecklas och anpassas efter dagens behov och standard är dock ännu idag av största vikt. Zeipels är placerat i den del av centrum som är besöksintensivast – detta har kunnat utläsas från de besöksräknare City Mariehamn låtit installera. Förnyelse och uppfräschning av Zeipels, in- och utvändigt, har aviserats under hösten 2016.

6.3.2 Magazintomten

Projekt mål: Cirka 3 500 + 500 m² handel, därtill kontor och bostäder.

Projektet föreslogs förverkligas senast inom 3 år.

Handlingsprogram 2012 föreslog att "Magazinkvarteret" i framtiden ska kunna få ha åtta våningsplan. Under hösten 2016 beviljades byggnadslov och renovering av byggnaden i hörnet Nygatan/Torggatan påbörjades vid årsskiftet 2016–2017 (se mera i punkt 6.2.2). Byggnaden renoveras och förses med ett nytt trapphus. Härutöver tillkommer ett nytt våningsplan, detta gör huset totalt tre våningar högt. Om, när och hur den övriga delen av "Magazintomten" bebyggs är ännu oklart, och beslut som skulle möjliggöra att bygga åtta våningsplan är inte taget. Att

Magazintomten utvecklas och bebyggs är viktigt inte minst med tanke på dess optimala placering i stadens mest besöksintensiva område.

6.3.3 Tomterna i direkt anslutning till Sittkoff gallerian

Ny våningsyta för handel i markplan, 5 000 m².

Dessa tomter är idag fortsatt obebyggda. Att tomterna i anslutning till Sittkoff gallerian utvecklas är fortsatt aktuellt och väsentligt för centrumhandel och centrumutvecklingen. Utvecklingsplanen för absoluta centrum i Mariehamn (2009) föreslog att Sittkoff gallerian byggs ut att omfatta också kvarteren Guldsmeden och Redaktören för att på så sätt skapa ny butiks- och serveringsyta i absoluta centrum. Ett förslag som ännu idag är relevant. Sittkoff gallerian kunde dessutom även sammankopplas norrut genom utvidgning och inglasning. Likaså kunde väderskydd sammankoppla Magazin och Zeipels. Genom utvidgning och väderskydd kan man i Mariehamns centrum skapa en ny sorts "utegalleria" som erbjuder besökare gatukänslan och känslan av levande småstad, men också möjligheten att torrskodd röra sig i staden. Läs mer i punkt 6.6.

Hur kommer vi framåt?

- *De tre "projekten" Zeipels, Magazin och tomterna i anslutning till Sittkoff Gallerian är nyckelprojekt för centrumutvecklingen och centrumhandeln. Dessa tre är samtliga i direkt anslutning till de mest besöksintensiva stråken i staden och utgör långt grunden för vår centrumhandel.*
- *Mariehamns stad har en viktig roll när det gäller att möjliggöra utveckling av dessa "projekt", detta görs förstås också i delgeneralplanen. Denna bör snarast möjligt fastställas så att byggprojekt kan förverkligas, samt för att säkerställa likartad behandling av alla parter och för att undvika långdragna besvärprocesser.*
- *Huvudansvaret för förverkligandet ligger sedan hos fastighetsägarna som bör driva sina egna projekt, samt stötta kollegornas.*

6.4. Gångator

I Handlingsprogram 2012 framkommer att utökade "kommersiella" gångator inte rekommenderas innan centrums utbud stärkts – vilket inte skett sedan handlingsprogrammet skrevs.

Det som bör beaktas är att Mariehamn är "två olika städer" – en stad på sommaren och en helt annan på vintern.

I Handlingsprogrammet 2012 nämndes en förlängning av Torggatans gångata söder om Norragatan som första prioritet om gångatorna byggs ut i Mariehamn. Istället för att permanent omändra detta vägstycke till gångata föreslås härmed mera flexibla trafiklösningar så att stadens två olika identiteter tas i beaktande då infrastruktur och trafiklösningar planeras. Att invänta att "centrums utbuds stärks" innan något görs anses inte rimligt. En anpassad trafiklösning bör utredas omgående.

Absoluta centrum bör i första hand vara vikt för gående och cyklande och det ska vara lätt att vistas i trafiken. Södra delen av Torggatan, från Norragatans hörn ner mot torget, lämpar sig bra som en s.k. "långsam gata" på vilken biltrafiken långsamt färdas i "promenadtakt". Målsättningen ska vara att det ska bli en mer människovänlig trafikmiljö – året runt. Under sommarhalvåret kunde gångatan vara

helt stängd för trafik. Då fylls staden av folk och det behövs flera sitt- och mötesplatser i centrum. Vidare skulle bilfriheten kunna skapa större förutsättningar för handel då restauranger och caféer kunde anlägga tillfälliga uteserveringar. Något som möjliggörs redan idag då staden hyr ut parkeringsplatser till företagare som vill lägga upp till exempel en uteservering eller ett litet grönområde utanför sin verksamhet. Att skapa tillfälliga uteserveringar/grönområden passar på områden där det rör sig mycket fotgängare på smala trottoarer och det är svårt att hitta plats för en uteservering – så som just södra delen av Torggatan, men också Nygatan.

När det gäller detta är det väsentligt att man vågar prova på och göra tillfälliga trafiklösningar som är anpassade till säsong och den säsongsspecifika efterfrågan, samt, förstås, efter folkmängden i staden. Mariehamn sommartid har helt andra förutsättningar än Mariehamn vintertid.

Hur kommer vi framåt?

- *Under sommaren 2017 görs ett första försök med att omvandla södra delen av Torggatan, från Norragatans hörn ner mot torget, till långsam/lugn gata där fokus ligger på människan, inte de bilburna. Biltrafiken bibehålls men parkeringsplatserna tas bort. Istället skapas sitt- och mötesplatser samt möjligheter för utvidgade uteserveringar för verksamhetsidkare.*
- *City Mariehamn ansvarar för genomförandet, men i nära samverkan med Mariehamns stad och verksamhetsidkarna i staden.*
- *Målsättningen är att implementera och befästa tanken på att Mariehamn de facto är två helt olika städer sommar- respektive vintertid. Detta faktum bör genomsyra beslutsfattandet och "framåt-tänket" för att till fullo skapa förutsättningar för Mariehamn som handelsstad.*

6.5. Gator och torg

I Handlingsprogram 2012 framkom att staden i samråd med berörda fastighetsägare ska göra en allmän översyn av möblering, belysning, vegetation, skyltning och annat som gör gaturummen trivsamma.

En gatugrupp som genomförde översynen sammansattes. Denna grupp tog fram det s.k. gatuprogrammet som utvärderas i punkt 7.

6.6 Väderskydd

Handlingsprogrammet 2012 föreslog att staden i samråd med berörda fastighetsägare gör en översyn av centrums mest centrala stråk med syfte att utreda huruvida väderskydd, i form av t.ex. partiella skärmtak/segel eller inglasning, kunde förverkligas i centrum. Den s.k. gatugruppen föreslog i Gatuprogrammet att skärmtak byggs i anslutning till torget, se mera i punkt 7.2. Inglasning eller någon form av skärmtak över stadens mest centrala delar är fortsättningsvis aktuellt. Det handlar om att möta konkurrensen från bl.a. extern handel.

Stadens uterum kan i större utsträckning planeras som en galleria, men så att gatukänslan bibehålls – ett otempererat innerrum som funkar även vintertid. Att kunna sitta och ta en fika på en smålummig uteservering alla tider på året, samt att kunna erbjuda besökare möjligheten att röra sig i centrum utan att påverkas av väder och vind. Väderskydd och skärmtak i sig kommer inte att förändra besökarnas köpbeteende eller locka mer folk, men de skulle kunna hjälpa till att skapa förutsättningar för att bygga upp andra evenemang samt göra centrum attraktivare och trivsammare.

Detta lockar i förlängningen fler kunder och besökare till staden. Besöksräkning i staden visar att det mest besöksintensiva stråket idag är den norra delen av stadens gågata. I anslutning till detta område kunde någon form av inglasning och/eller skärmtak lämpa sig.

Hur kommer vi framåt?

- *Frågan om väderskydd/inglasning bör behandlas av Mariehamns stad inom ramen för den nya delgeneralplanen. Förstås har också fastighetsägarna en viktig roll då frågan utreds, liksom i alla andra byggnationsprojekt.*
- *Stadens två olika identiteter, sommar- och vinterstaden, bör tas i beaktande då frågan utreds.*

6.7 Parkering och biltrafik

I Handlingsprogram 2012 framkom förslag om att parkeringsnormen kunde lättas något avseende genomförande och lokalisering för bygglov som rör butiksfastigheter i centrumkärnan. Det fastslogs att parkeringsnormen inte behöver lättas generellt utan bara för specifika centrumprojekt efter förhandling. Detta för att öka möjligheterna till god fastighetsekonomi i angelägna centrala nybyggnads- eller förnyelseprojekt.

Idag finns det i centrala Mariehamn i själva verket ett överutbud av parkeringsplatser. Mätningar har visat att parkeringarna i Mariehamn endast har en snittbeläggning på ca 50 %. Mariehamns stad har alltså möjlighet att lätta på parkeringsnormen för att stimulera den byggnation som behövs för ett attraktivt centrum.

Vidare framkom i Handlingsprogrammet också förslag om att (a-g):

a) Undermarksparkering bara ska krävas för bostäder

Idag & framtiden: Målsättningen idag bör vara att sänka parkeringsnormen för att öka möjligheterna till god fastighetsekonomi i samband med centrumprojekt. Att bygga underjordisk parkering är kostsamt och normen stävjar idag nybyggnation. Det vore värdefullt att utreda möjligheterna att förstora befintliga parkeringshusen, vidare kunde också utredas huruvida byggandet av p-hus kunde ersätta/komplettera undermarksparkering. Bottenvåningen i p-hus kunde förslagsvis användas som affärsyta.

b) Arbetsplatsparkering i högre utsträckning än idag ska accepteras/erbjudas på perifera markparkeringar eller som friköp, företrädesvis i Miramargaraget

Idag & framtiden: För att undvika arbetsplatsparkering på rotationsplatserna i centrum bör Mariehamns stad se över premisserna för hur och var arbetsplatsparkering accepteras och erbjuds, även friköpskostnaden bör ses över för att stimulera företag att nyttja möjligheten.

c) Nygatan bevaras som en parkeringsresurs för snabb angöring, men i god – förbättrad – miljö

Idag & framtiden: I enlighet med förslag i gatuprogrammet föreslås att Nygatan sommartid i första hand ska vara en restauranggata med fokus på människan och mötet. Vintertid kan Nygatan i större utsträckning användas som parkeringsresurs. Läs mera i punkt 7.3.

d) Möjligheterna ses över att effektivisera eller flytta de busshållplatser som idag tar upp attraktiva platser på Nygatans södra sida.

Idag & framtiden: Att flytta busshållplatserna på Nygatans södra sida upplevs i dagsläget inte

väsentligt. Det är viktigare att södra sidan av Nygatan mellan Torggatan och österleden utvecklas till en restauranggata som knyter samman centrum med östra hamnen (se punkt 7.3). Hållplatserna på Nygatan och vilken roll dessa ska ha utreds effektivast i samband med att bussplanen(s placering) utreds.

e) Norragatan dubbelriktas på sikt eventuellt ner till parkeringsinfarterna

Idag & framtiden: Förslagsvis görs södra delen av Torggatan till en s.k. långsam gata (se 6.4). Detta betyder att Norragatans trafikarrangemang inte behöver åtgärdas under perioden.

f) Ett bättre vägvisningssystem till garagen skapas för både gående och bilister. Detta för mer effektivt nyttjande.

Idag & framtiden: Bättre skyltning till garagen har utretts och till vissa delar verkställts. Det är dock fortsatt av största vikt att se över skyltningen eftersom garagen är underutnyttjade. Skyltningen bör vara tydlig och placerad också med de som inte är bekanta med Åland i åtanke. Sittkoff-garaget bör t.ex. skyltas redan invid stadshusbacken. De befintliga p-garagens roll blir också viktigare om man enligt förslag i punkt 6.4 förverkligar förslaget om mera människovänliga gator där bilen inte ges samma plats som tidigare.

g) Tidsregleringen ses över för att stimulera till korta p-tider på de mest centrala gatorna. Om detta inte ger tillräcklig omsättning på parkeringen bör ett avgiftssystem övervägas.

Idag & framtiden: Man har sett över tidsregleringen och infört kortare p-tider i centrum. Syftet var bl.a. att få bättre "omsättning" på parkerande bilar. Många besökare upplever dock idag att p-tiderna begränsar möjligheterna att uträtta ärenden i staden. Detta kan göra att man väljer alternativa handelsplatser och således kan cityhandeln stävjas. Under sommaren 2016 förlängdes p-tiden på delar av Nygatan till en timme, vilket verksamhetsidkarna mottog som positiv. Målsättningen bör nu vara att utvärdera de förändringar som har gjorts. Besökaren får inte känna sig förvirrad och av den orsaken välja bort staden som handelsplats. Satsningar bör göras för att få besökare att använda stadens p-garage som har låg belägningsgrad. Om besökare i större utsträckning parkerar i garagen skapas ett trivsammare centrum med fokus på människan och mötet.

Hur kommer vi framåt?

- *Parkeringsnormen lättas för att stimulera nybyggnation. Detta är kopplat till delgeneralplanen och bör utredas under arbetet med framtagandet av denna. Inom ramen för detta arbete utreds också huruvida p-hus ovan jord är ett alternativ till underjordiska p-garage.*
- *Möjligheter att förstora befintliga p-garage utreds*
- *Mariehamns stad ser över premisserna för hur och var arbetsplatsparkering accepteras och erbjuds, även friköpskostnaden bör ses över för att stimulera företag att nyttja möjligheten.*
- *Skyltningen till p-garagen förbättras ytterligare för att öka användandegraden*
- *De ändrade p-tiderna i stadens absoluta centrum utvärderas*
- *Gemensamt p-bolag*

6.8 Utbud

Utbud handlar om att skapa en bra och balanserad mix och placering av verksamheter. Utbudet i Mariehamn består främst av nischade, mindre butiker. Tillsammans med denna

sällanköpsvaruhandel utgör övrig service och tjänsteproduktion, så som restauranger och evenemang, samt dagligvaruhandel merparten av utbudet i Mariehamn.

I handlingsprogram 2012 framkommer att centrums fastighetsägare bör rusta och utöka sina fastigheter så att centrums utbud kan stärkas, dels för att uppnå större mångfald (fler verksamheter), dels för större enheter. Det konstaterades att centrum bör utvidgas med minst 5 000 m² kvalificerad shopping med attraktiva koncept inom två till tre år. Detta ansågs vara absolut nödvändigt för att man skulle kunna marknadsföra city som ett bättre shoppingalternativ än ett, då ännu eventuellt, nytt externt köpcentrum på Åland. Utbudet är idag i stort sätt det samma som då programmet togs fram. Ännu idag är det dock väsentligt att city får mera flexibel affärsyta, vilket också framkommer i punkt 6.3. Att de redan befintliga affärsutrymmena är ändamålsenliga och moderna är också av allra största vikt. Centrum behöver kompletteras med kedjeföretag. Detta är ofta företag med specifika önskemål om lokal och dylikt. Idag finns få, eller inga, utrymmen som skulle lämpa sig för etablering av en större kedja som många efterfrågar som komplement till dagens mindre och unika verksamheter som dominerar utbudet i city.

Placeringen av verksamheterna i en stad är viktig för hur stadens utbud uppfattas. Butiker och serviceverksamheter bör vara lokaliserade tätt intill varandra och verksamheter med liknande utbud ska placeras nära varandra. Optimalt är alltså att en klädbutik ska placeras bredvid en annan klädbutik för att tillfredsställa både kund och verksamhetsidkare. I Mariehamns centrum är verksamheterna inte placerade med någon större eftertanke eller utgående från någon helhetsbedömning. I framtiden bör lokaler hyras ut med en större helhet och hela stadens utbud i åtanke.

Mariehamns centrum har över 70 butiker och över 20 restauranger, samt mycket övrig service. Grundutbudet, det unika, är således tillfredsställande brett men behöver, som sagt, kompletteras med företag som tilltalar och lockar de större folkmassorna. För att detta ska möjliggöras behöver utbudet och tillgången till ändamålsenlig affärsyta säkras snarast möjligt.

Redan idag, och allt mera i framtiden, är kunden mera fokuserad på en helhetsupplevelse – man nöjer sig inte med enbart en produkt utan vill ha kombinationen av produkt, tjänst och upplevelse för att vara nöjd med utbudet. Det specifika produktutbudet tappar alltså mark och verksamhetsidkare, och andra berörda, behöver vidga begreppet för att på bästa sätt vara beredd att möta framtidens kund.

Hur kommer vi framåt?

- *Ny, ändamålsenlig och flexibel affärsyta måste byggas i centrum. Detta görs genom att skapa förutsättningar för god fastighetsekonomi. Frågan är, som tidigare konstaterats, kopplad till framtagandet av delgeneralplanen*
- *Fastighetsägarna ansvarar för att placeringen av stadens utbud på sikt optimeras. Frågan är inte akut och ändringar görs inte snabbt, men en medvetenhet om detta bör genomsyra framtida hyresavtal och nyetableringar.*
- *Verksamhetsidkare ser över sitt utbud så att vi på bästa sätt kan möta framtidens kund. Produktutbud behöver kompletteras med upplevelser/tjänster för att tillfredsställa kunden. Varje enskild verksamhetsidkare ansvarar för att hålla sitt utbud uppdaterat och tillgängligt, City Mariehamn hjälper till med information, utbildning och stöd.*

6.9 Varumärke och marknadsföring

Handlingsprogram 2012 framförde att Mariehamns framtida position snarast möjligt måste tydliggöras genom varumärkes- och profileringsarbete. Det efterlystes att ett kraftfullt, kort- och långsiktigt program skulle tas fram för att klargöra detta. Detta har inte gjorts och år 2015 konstaterar Micke Larsson i sin utredning "Bidrar Mariehamn i maximal utsträckning till destinationen Ålands attraktionskraft?" att Mariehamn internt inte upplevs som en reseanledning i sig (se mera i punkt 3.3).

Arbetet med att "branda" och marknadsföra Mariehamn i sig är något som måste komma i gång. Inom ramen för marknadsföringen av Mariehamn behöver man fokusera skilt på Mariehamn som handelsstad genom att låta utbudet av handel och service ta plats i det kommunikationsmaterial som tas fram. Läs mera i punkt 6.1.

Hur kommer vi framåt?

- *En grupp som arbetar med marknadsföringsfrågor tillsätts inom ramen för City Mariehamn*
- *Ett kraftfullt, kort- och långsiktigt varumärkes- och profilprogram tas fram*

6.10 Skötsel

Förslag om att Samhällstekniska avdelningen i samråd med centrumledningsorganisationen skulle se över programmet för löpande skötsel som underhåll, städning och renhållning lades fram i handlingsprogrammet 2012. Detta har inte skett i någon större utsträckning men är högst väsentligt att få till stånd snarast möjligt.

Rubriken "Skötsel" kunde ändras till "Trivsel" – att det är rent och snyggt är högst väsentligt för att besökare ska trivas och uppskatta staden som ett "vardagsrum". Tanken kring att Mariehamn har en "paradgata/huvudgata" (Torggatan) behöver få fäste. Torggatan är mycket besöksintensiv och det är viktigt att denna gata är representativ och attraktiv.

Hur kommer vi framåt?

- *Tanken om att Mariehamn har en paradgata som "visitkort" behöver befästas och genomsyra trivselsatsningar.*
- *Verksamhetsidkare, fastighetsägare och Mariehamns stad har alla en viktig roll då det gäller trivsel och genom gemensamma satsningar kan stadens centrum bli väldigt trivsamt och vackert.*
- *City Mariehamn startar inom ramen för organisationen upp en trivselgrupp under 2017 för att koordinera och sätta fokus på dessa viktiga frågor.*

6.11 Samverkan

I Handlingsprogram 2012 framkom hur viktig samverkan är. Samverkan mellan staden, fastighetsägarna och verksamhetsidkarna. Sedan Handlingsprogram 2012 skrevs har centrumsamverkansplattformen City Mariehamn grundats – ett konkret och stort steg som ett direkt resultat av projektet Ett Livskraftigt Centrum och Handlingsprogram 2012. City Mariehamn är en

plattform vars syfte är att driva centrumutvecklingen i Mariehamn. Formellt är City Mariehamn ett av Ålands Näringslivs utskott men i praktiken verkar City Mariehamn självständigt med egna riktlinjer, egen budget samt egen styrgrupp. Styrgruppen, vars uppgift det är att besluta om City Mariehamns budget och årliga verksamhetsinriktning, består av representanter från verksamhetsidkare, fastighetsägare, Mariehamns stad samt Ålands Näringsliv och väljs av medlemmarna.

City Mariehamn arbetar i huvudsak med följande fokusområden med syfte att skapa ett attraktivt och lönsamt centrum:

Tillgänglighet

Öppettider, parkering, skyltning, funktionsanpassning, kollektivtrafik samt övriga möjligheter att ta sig till och från handelsplatsen

Utbud

Bra och balanserad mix och placering av verksamheter

Trivsel och gestaltning

Allt från evenemangsproduktion till stadens gestaltning genom utsmyckning. "Utgå från rent, snyggt och tryggt och ha mötesplatser och uterum i åtanke."

City Mariehamn har idag stor kännedom, kunskap och helikopterperspektiv när det gäller centrumutveckling över intresseområdenas gränser och en mycket god grund är lagd när det gäller City Mariehamns roll som koordinator i frågor som rör centrum och handel. Medvetenhet och långsiktiga satsningar på en och samma plattform som arbetar med centrumfrågor har i t.ex. svenska städer visat sig framgångsrikt. I Örebro, som år 2016 utnämndes till "Årets Stadskärna" i Sverige, har man sedan början av 1990-talet arbetat med och satsat på en och samma centrumsamverkansplattform och dess arbete. Idag arbetar sju personer framgångsrikt med "City Örebro". Fortsatta satsningar på City Mariehamn bör prioriteras för att få stabilitet och kontinuitet i centrumutvecklingen i Mariehamn. De resurser som hittills investerats i City Mariehamn går, vid händelse av City Mariehamns bortfall, helt förlorade. Målsättningen bör vara fortsatta satsningar och utveckling av den grund som Ett livskraftigt centrum lade för City Mariehamn.

I Ålands utvecklings- och hållbarhetsagenda fastställs i utvecklingsmål fem att Mariehamns utveckling är en angelägenhet för hela Åland. Sålde är det viktigt att samverka ytterligare vidgas att också, i större utsträckning än idag, inkludera Ålands landskapsregering så att alla tillsammans kan sätta fokus på och bedriva en målinriktad stadspolitik.

Samverkan mellan fastighetsägarna är också väldigt viktigt för centrumutvecklingen. Splittrat ägande kan i vissa fall ha en hämmande effekt på centrumutvecklingen. Det har tidigare förts diskussioner kring grundandet av ett gemensamt fastighetsbolag i city. Detta skulle storligen skulle underlätta centrumutvecklingen och det vore mycket bra om diskussionerna återupptogs.

Vidare är det också viktigt att verksamhetsidkare samarbetar sinsemellan. Vi bör tala om "kollega" istället för om "konkurrent" – det som är bra för mig, är också bra för dig!

Hur kommer vi framåt?

- *Fokus på att också i framtiden tillsammans arbeta för ett livskraftigt centrum! Samarbete och långsiktigt arbete är nyckeln till framgång har många föregångsstäder visat!*

- *City Mariehamn ansvarar för att etablera bättre kontakt och inbjuda till mera omfattande samarbete och dialog med landskapsregeringen för att ett starkt fyrpartssamarbete på sikt ska byggas upp, detta behövs för att Mariehamn ska bli en stark centralort.*

6.12 Omedelbara åtgärder

I Handlingsprogrammet listades följande åtgärdsförslag med syfte att skapa omedelbara och konkreta/synliga förbättringar.

6.12.1 Samordnad uthyrning av lokaler

Ett försök till att skapa ett gemensamt fastighetsbolag har gjorts men man lyckades inte komma i mål med detta. Samordnad uthyrning av lokaler bedöms ännu idag var väsentligt. Inte bara för att detta skapar bättre möjligheter att koordinera placeringen av utbudet i staden, utan också för att detta är nyckeln till enhetligare öppettider i city. Målsättningen bör vara, även om det gemensamma bolaget inte förverkligas, att fastighetsägarna i city samlas för att komma överens om gemensamma öppettider som ska gälla vid uthyrandet av affärslokaler i city. I avtalet är det önskvärt att man också rekommenderar medlemskap i City Mariehamn. En annan utvecklingsmöjlighet är att verksamhetsidkarnas deltagaravgift i City Mariehamn bakas in i hyran och utbetalas från fastighetsägarna till City Mariehamn.

Hur kommer vi framåt?

- *City Mariehamn skapar ett nätverk för fastighetsägare. Detta nätverk blir ett forum i vilket diskussion bör inledas med siktet inställt på att stadens fastighetsägare kan komma överens om gemensamma villkor rörande i första hand öppettider.*
- *I samman nätverk, och starkt kopplat till styrgruppen, utreds intresset och möjligheterna till att deltagaravgiften "bakas in i" lokalhyran och utbetalas från fastighetsägare till City Mariehamn.*

6.12.2 Aktivare butiksskyltning

Genom projektet *Ett livskraftigt centrum* ordnades en heldagsutbildning med fokus på "Julens skyltfönster". City Mariehamn har vidare uppmuntrat aktiv och kreativ skyltning, samt bistått intresserade med tips och råd. Verksamheterna i city arbetar aktivt med skyltning, den stora utmaningen är att få till stånd en gemensam, effektiv avtäckning av julens skyltfönster.

Härmed föreslås att man, på Torggatan eller annan besöksintensiv plats, kunde bygga en infopunkt med stora fönster som kunde fungera som externt skyltfönster för de verksamheter som saknar sådant. Infopunkten kunde även användas av staden för informationskampanjer och av t.ex. Visit Åland för turisminformation. Infopunkten kunde även användas för att skapa ett vinter- jullandskap likt de som finns i Stockmanns eller NK:s skyltfönster.

Hur kommer vi framåt?

- *City Mariehamn ansvarar för att inom ramen för trivselgruppen (se punkt 6.10) utreda möjligheterna till att bygga ett "externt skyltfönster" som kunde nyttjas av bl.a. staden, verksamhetsidkare och Visit Åland.*

6.12.3 Fasadprogram med kommersiell profil

Handlingsprogrammet föreslog att ett fasadprogram skulle tas fram. Detta har inte förverkligats. Frågan är fortsatt aktuell, men i dagsläget kan konstateras att det finns viktigare frågor som man bör fokusera på så som t.ex. att skapa affärsyta och förenhetliga öppettider, men också "mjuka värden" trivsel och upplevelse - sådant som dagens besökare och kunder värdesätter.

6.12.4 Flytta turistinformationen mera centralt

Möjligheten att flytta turistinfo har utretts men ingen flytt har verkställts. Ålands Turistinfo finns på Storagatan och detta är en fungerande plats på vägen från västerhamn till centrum. Förslaget ovan, om ett externt skyltfönster (se punkt 6.12.2), kunde dock skapa möjligheter för turistinformation också mera centralt. Även om turistinformationen i dag är placerad på väg från hamnen mot centrum bedöms det vara viktigt att utveckla mottagandet av internationella kryssningsresenärer direkt i hamnen. Här finns en idag outnyttjad möjlighet att para ihop verksamhetsidkare och kund.

Hur kommer vi framåt?

- *City Mariehamn utreder möjligheterna till ett "externt skyltfönster" som även kunde fungera som (turist)informationspunkt (se punkt 6.12.2)*
- *Tillsammans med Visit Åland utvecklar City Mariehamn samarbetet för att bättre "ta till vara" i första hand de internationella kryssningsresenärerna. Arbetet påbörjas genast under 2017.*

6.12.5 Översyn av belysningen

I Handlingsprogram 2012 framkom att en översyn av stadens belysning bör göras. Den s.k. gatugruppen gjorde en viss översyn (se punkt 7.5.4), men konstaterade att frågan behöver utredas närmare och därför föreslogs att en skild belysningsplan för staden skulle upprättas. Detta har inte gjorts. Däremot arbetar staden med att byta ut och uppdatera föråldrade ljuskällor. Målsättningen bör vara att en grupp tillsätts och att belysningen ses över och att man utarbetar en plan. Ordentlig belysning i en stad är viktig ur en säkerhets- och tillgänglighetsaspekt, belysningen skapar trivsel och kan användas för att accentuera det karaktäristiska för staden. Det är viktigt att stadens belysning ses över och att ett belysningsprogram tas fram i enlighet med tidigare förslag.

Hur kommer vi framåt?

- *City Mariehamn koordinerar uppstart av en "belysningsgrupp" vars syfte är att ta fram en belysningsplan för centrum.*

6.12.6 Gemensam marknadsföring

City Mariehamn har arbetat en hel del med gemensam marknadsföring och idag, mer än någonsin, marknadsförs verksamheterna i City som en helhet. City Mariehamn och Mariehamns stad har även sammarknadsfört staden och dess utbud. Det är idag viktigare än någonsin att "synas och höras" på rätt ställe och rätt sätt. Professionell och träffsäker marknadsföring är mycket viktigt för att city ska ha en plats i besökarnas medvetande.

Hur kommer vi framåt?

- *City Mariehamn ansvarar för det ständiga utvecklingsarbetet rörande den gemensamma marknadsföringen.*

- *Under 2017 startas inom ramen för City Mariehamn en marknadsförings- och brandinggrupp vars syfte är att ytterligare sätta fokus på marknadsföring av city som helhet.*

6.12.7 Öppet till kl. 18

Sedan lanseringen av City Mariehamn och sedan centrumsamarbetet kom igång har många verksamhetsidkare i staden förlängt sina öppettider i enlighet med rubriken. Öppettiderna är dock fortfarande det som verksamheterna i centrum kritiserar för och ytterligare insatser bör göras. Även om butiker i City har goda öppettider i jämförelse med motsvarande städer är våra kunder och besökare inte nöjda, enligt undersökningar önskar de mera öppet på helger och kvällar. Detta är något vi behöver ta till oss. Som insatser för att förbättra öppettider föreslås

1. Fastighetsägarna kommer överens om gemensamma öppettider för sina centrumlokaler. Se punkt 6.12.1 för närmare förklaring.
2. City Mariehamn startar upp en vikariepool som underlättar vid anställning av tillfällig personal.
3. Ett öppettids-projekt startas för att prova på enhetliga öppettider samt för att kommunicera ut dem via marknadsföring. Via City Mariehamn finns idag möjlighet att samla in och utvärdera både omsättnings- och besöksstatistik. Med utgångspunkt i detta bör man, tillsammans med verksamhetsidkarna, hitta de öppettider som fungerar bäst både för kunden och verksamhetsidkaren.

Hur kommer vi framåt?

- *City Mariehamn startar ett nätverk för fastighetsägare i vilket gemensamma centrumöppettider blir prio ett under år 2017 (se mera i punkt 6.12.1)*
- *City Mariehamn utreder tillsammans med t.ex. Ålands Gymnasium, Högskolan och AMS möjligheterna till en vikariepool. Arbetet inleds under 2017.*
- *City Mariehamn utreder möjligheterna till att göra ett öppettids-projekt. Denna fråga är bedöms inte i nuläget vara lika viktig som ovanstående punkt ett och två, men kan på sikt vara mycket viktigt för att få till stånd nya öppettider.*

6.12.8 Snyggare gatupratrare

City Mariehamn har i enlighet med förslag i Handlingsprogram 2012 gått ut med information och önskan om att de verksamhetsidkare som vill använda sig av gatupratrare ska köpa in en svart variant, med rund fot som både är snygg och bra ur ett tillgänglighetsperspektiv. Många medlemmar har bytt ut sin gatupratrare, men arbetet med att förenhetliga samtliga gatupratrare i staden fortsätter.

Hur kommer vi framåt?

- *City Mariehamn ansvarar, tillsammans med fastighetsägare och Mariehamns stad, för fortsatt information angående gatupratrare och skyltning i stan. Se mera i punkt 7.5.1.*

6.12.10 Mer enhetliga kiosker och stånd

Förslaget har inte förverkligats. Utredds närmare i punkt 7.5.2

6.12.11 Operativ centrumledning

City Mariehamn är det mest konkreta och långsiktiga som uppstod som ett resultat av Ett Livskraftigt Centrum och Handlingsprogram 2012. City Mariehamn är idag en väletablerad centrumsamverkansplattform som arbetar för ett attraktivt och lönsamt centrum. Läs mera i punkt 6.11.

6.12.12 Uppföljning

I Handlingsprogram 2012 framkom att uppföljning av åtgärdsförslagen som lades fram ska göras fortlöpande, samt att revidering av Handlingsprogrammet ska göras löpande åtminstone vart tredje år. Konstateras kan att ingen uppföljning har gjorts.

Hur kommer vi framåt?

- *City Mariehamns styrgrupp ansvarar för att denna handelsstrategi följs upp och, vid behov, revideras varje år (se punkt 1).*

7. Åtgärdsförslag framlagda i Gatuprogram för Mariehamn

Nedan följer en utvärdering av de åtgärdsförslag som lades fram i Gatuprogram för Mariehamn. I Gatuprogrammet föreslogs konkreta och genomförbara åtgärder med syfte att skapa tydlig kvalitetshöjning av de mest centrala utrymmena i staden. Syftet med nedanstående utvärdering är att klargöra huruvida åtgärderna genomförts eller inte. Om förslaget inte åtgärdats utreds om det fortsättningsvis är relevant att åtgärda. Vidare framläggs eventuellt nya, ersättande åtgärdsförslag.

7.1 Torggatan

Gatugruppen föreslog i gatuprogrammet att den svagt rödaktiga betongstenen mellan det befintliga vågmönstret i granit målas i en mörkare röd färg, samt att urbana möbler som framhäver gatans vågmönster och möjliggör trädplantering installeras. Vidare föreslogs att de befintliga lyktstolparna vrids så att de blir tvärställda mot gatan samt att cykelställ avlägsnas från gågatan och koncentreras till uppsamlingsställen vid Nygatan och Norragatan.

Konstateras kan att samtliga åtgärdsförslag är genomförda, samt att slutresultatet både är lyckat och uppskattat. Åtgärderna förverkligades som ett samarbete mellan Mariehamns stad, fastighetsägare och City Mariehamn och är ett utmärkt exempel på vad samarbete kan åstadkomma. De urbana möblerna skapar flera sittplatser samtidigt som de bidrar till gatans inramning och trivsel i och med träden som är planterade i dem. De urbana möblernas "sittlock" behöver dock underhållas kontinuerligt, något som inte gjorts. Vidare behöver City Mariehamns tillkommande trivselgrupp arbeta med att ta fram en plan för hur plantering i de urbana möblerna bättre synkas med de evenemang som genomförs med utgångspunkt i säsong/högtid. Den besöksstatistik City Mariehamn samlat in visar att den norra delen av Torggatan är den mest frekventerade. Man kan anta att de satsningar som gjorts här delvis ligger som grund till att denna del av centrum har blivit en naturlig mötesplats och kanske till och med stadens absoluta centrum.

Att skapa en motsvarande miljö i södra delen av Torggatan möjliggörs inte med dagens trafiklösning. Som förslaget ovan (se punkt 6.4) kan man med flexibla trafiklösningar möjliggöra motsvarande

satsningar här åtminstone sommartid då staden i dag till exempel inte kan erbjuda tillräckligt med sittplatser för besökare. Man behöver komma ihåg att Torggatan är Mariehamns paradgata och det är således här som satsningar på trivsel och gestaltning behöver göras. Genom nytt samarbete mellan Mariehamns stad, fastighetsägare och City Mariehamn kan tillräckliga resurser för underhåll och gestaltning/utsmyckning riktas till av denna viktiga del av staden. Som ovan nämnt innefattar detta t.ex. planteringar och dylika (blomster)arrangemang med återkoppling till årstid/högtid, samt underhåll och städning av gatan. Det behövs nya, moderna avfallskärl med sorteringsfack som också omöjliggör att skräp sprids ur sopkärlen av fåglar. Verksamhetsidkare och fastighetsägarna bör ta ansvar för att det är rent, snyggt och trivsamt utanför fastigheterna och dess ingångar.

Hur kommer vi framåt?

- *De urbana möblerna fixas till senast inför sommarsäsongen 2017. Dessa underhålls med jämna mellanrum i framtiden.*
- *Flexibla trafiklösningar tas fram för södra delen av Torggatan (från Norragatan till torget) för att möjliggöra satsningar också här. Målsättningen är att gatan blir en långsam/lugn gata till sommarsäsongen 2017 (se punkt 6.4).*
- *City Mariehamns trivselgrupp, med medlemmar också från Mariehamns stad, gör upp en plan för hur stadens paradgata ska utformas och vilka satsningar som bör göras för att skapa trivsel. Gruppen inleder sitt arbete under år 2017 och en konkret plan bör vara klar att verkställa med start 2018.*

7.2 Torget

I Gatuprogrammet föreslog man att torgscenens baksida skulle öppnas upp så att det bildas en mindre scen som vänder sig mot parkdelen av torget, samt att uteserveringen (idag Nonna Rinas) flyttas till parkdelen intill den nya lilla scenen. Vidare föreslogs att man skulle avgränsa torget mot Torggatan med ett skärmtak med syfte att visa att man "träder in på torget" samt för att slippa känslan av att torget gränsas till en parkering

Inget av ovanstående har idag förverkligats. Däremot har den tillbyggda uteserveringen i anslutning till torget rivits och ersatts av tillfälliga och flyttbara konstruktioner i enlighet med stadens riktlinjer (se punkt 7.5.3). Uteserveringen kunde dock med fördel flyttas närmare parkdelen av torget. De föreslagna skärmtaken hade planerat byggstart år 2016 men förverkligades inte, målet är att dessa färdigställs under våren 2017.

Härmed föreslås att resterande åtgärder inte verkställs enligt förslag i Gatuprogrammet. Detta stora torgprojekt blir inte genomfört i den takt staden behöver förnyelse och åtgärder som är genomförbara under mandatperioden behövs nu. Förslagsvis kunde torgets markunderlag jämnas ut, i dag sluttar torget, och de s.k. "pollarna" kunde avlägsnas. Dessa förändringar skulle bidra till att torget kunde nyttjas bättre vid evenemang och framträdanden. Evenemang är viktiga för centrum och handeln eftersom dessa skapar ett flöde av besökare och således potentiella kunder. Vidare bör man skapa sittplatser och möjligheter till möten människor emellan. I kundundersökningar som gjorts framkommer att sittplatser och mötesplatser upplevs som bristvara i centrum. Med fördel kunde likadana urbana möbler som finns på Torggatan placeras på torget. Att snygga upp och göra "parkdelen" trivsammare bör prioriteras, förslagsvis kunde trenden urban odling lämpa sig här. Att

låta invånarna vara delaktiga ligger i tiden och skapar ett engagemang och en "vi-känsla" som är viktig. Också här bör vi våga prova på och arbeta med flexibla lösningar! Allt som görs behöver inte vara permanent och oåterkalleligt. Även lekparken bör ses över ur säkerhets- och tillgänglighetssynpunkt. Denna är idag varken ändamålsenlig eller attraktiv, men i undersökningar har uppgetts att lekparken helt klart både behövs och uppskattas av barnföräldrar i staden.

Härmed föreslås också att östra delen av torget kunde fungera som parkeringsresurs. Detta speciellt kanske sommartid då eventuella trafikarrangemang kan resultera i bortfall av platser t.ex. på södra delen av Torggatan och Nygatan. Att denna del av torget fungerar som parkeringsplats också vintertid behöver inte uteslutas, enda tillfället då torget inte lämpar sig som parkeringsresurs är nämligen då det ordnas större evenemang så som Rock Off.

Hur kommer vi framåt?

- *De förslag som lades fram i gatuprogrammet kommer inte att förverkligas i tillräckligt snabb takt, därför föreslås följande åtgärder för att göra torget trivsammare*
 - *Insatser som gör torget lättare att använda vid evenemang, framträdanden och dylikt utreds, förslagsvis kunde t.ex. markunderlaget jämnas ut invid scenen och de s.k. pollarna tas bort.*
 - *Möjligheten att placera "urbana möbler" också på torget/i torgparken utreds*
 - *Urban odling möjliggörs för att skapa trivsel och "vi-känsla"*
 - *Lekparken ses över och fräschas upp/byts ut*
 - *Uteserveringen (nuvarande Nonna Rinas) flyttas med fördel närmare parkdelen, speciellt när ovanstående har förverkligats.*
 - *Det utreds om östra delen av torget kunde användas som parkeringsresurs*
- *Mariehamns stad ansvarar för att, inom ramen för delgeneralplanen, mera långsiktigt planera torget. De ovanstående mera kortsiktiga projekten bör genomföras genom samarbete och samfinansiering mellan staden, fastighetsägarna och City Mariehamn – så som på Torggatan (punkt 8.2).*

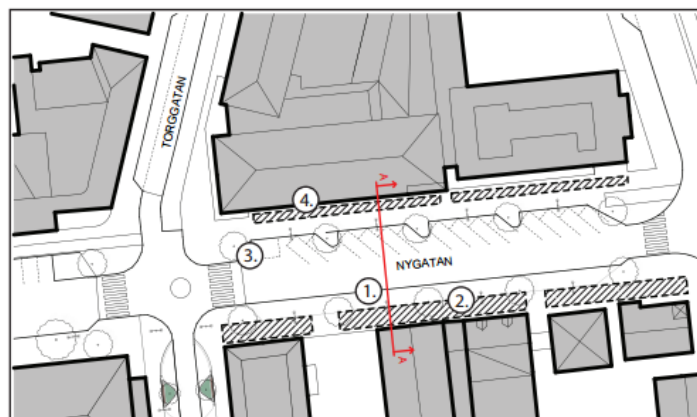
7.3 Nygatan

I Gatuprogrammet konstaterades att "man kan lätt få för sig att centrum upphör vid Nygatan, eftersom fasaderna och verksamheterna inte vänder sig ut mot gatan". För att motverka detta lades följande åtgärdsförslag fram:

Förslag:

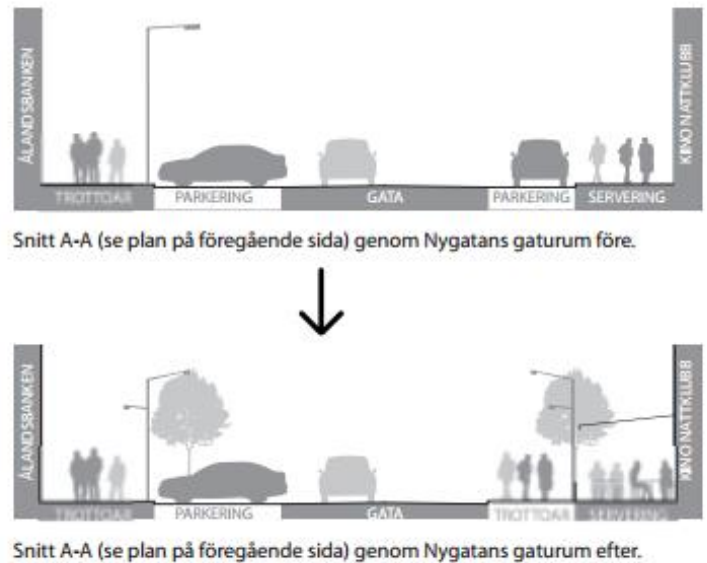
1. Gatuyta för möjlig vistelseyta och trottoar på sommaren och parkering på vinter.
2. Markerad yta visar placering av uteserveringar vid Nygatan.
3. Träd planteras och belysning rustas upp.
4. Ålandsbankens fasad skall på sikt aktiveras.

Snitt A-A, se separat bild.



Situationsplan med förslag.

Inga av de framlagda åtgärdsförslagen har förverkligats. Härmed konstateras dock att det är av allra största vikt att förslagen verkställs. Visionen för Nygatan borde vara "Mariehamns restauranggata" men idag används den i princip endast som parkeringsyta. Nygatan måste förbättras för att upplevas som en del av centrum, samtidigt som Nygatan spelar en nyckelroll då det gäller att knyta samman centrum med östra hamnen. För turister och besökare är det idag svårt att hitta upp till centrum då det inte finns någon tydlig led eller passage som leder dem fram. Istället är centrum "avhugget" och "gömt" bakom en hårt trafikerad bilväg. Ovanstående förslag är mycket bra anpassat till Mariehamns två identiteter (sommar- och vinterstad) på ett naturligt och flexibelt sätt.



Hur kommer vi framåt?

- *Nygatan blir Mariehamns restauranggata med utgångspunkt i förslaget framlagt i gatuprogrammet.*
- *Nygatan är, tillsammans med södra delen av Torggatan, de gatuavsnitt som mest behöver flexibla trafiklösningar anpassade efter årstid. Detta behöver man hålla i åtanke vid planering.*

7.4 Bussplan

I Gatuprogrammet föreslogs en tvåstegsåtgärd för bussplan i Mariehamn:

Steg 1. Förenkla bussflödet till och från bussplan genom att anlägga en mindre park och skärmtak intill busshållplatserna.

Steg 2. Ett resecenter (information om tidtabeller och färdrutten, förköp av biljetter, väntsal o.dyl.) planeras istället för parken.

Inget av ovanstående är förverkligat och utvecklingen av bussplan konstateras idag endast vara aktuellt om kollektivtrafiken utvecklas så att stads- och landsortstrafik sammankopplas. Så som situationen ser ut idag finns ingen orsak att satsa resurser på utvecklandet av bussplan under mandatperioden. Däremot föreslås att säkerheten för de fotgängarna som rör sig runt bussplan ses över, trafikarrangemangen idag ger upphov till farosituationer och detta måste åtgärdas. Vidare måste det ordnas med sittplatser.

Om kollektivtrafiken utvecklas i framtiden och någon form av ombyggnation av bussplan blir aktuell finns det skäl att fundera över huruvida dess placering är optimal. Det bör utredas om det i Mariehamns centrum alls behöver finnas bussplan/resecenter. En litet mera utvecklad

”busshållplats” där passagerare endast stiger av och på kanske är tillräckligt i centrum, en större bussplan/-parkering kunde placeras utanför staden.

Hur kommer vi framåt?

- *Trafikarrangemang ses över för att säkerställa att fotgängarnas säkerhet inte riskeras.*
- *Sittplatser ordnas*
- *Bussplans framtida utformning planeras inom ramen för delgeneralplanen*

7.5 Övriga förslag i Gatuprogrammet

Utöver de fyra fokusområdena lades följande åtgärdsförslag fram i Gatuprogrammet

7.5.1 Skyltning

A. Affärsskytning

Det konstaterades i Gatuprogrammet att affärsskytning ska ske i enlighet med de riktlinjer som togs fram av centrumkommittén år 1994. Därutöver är skytning av verksamheter bygglovspliktigt och reglerat i stadens byggnadsordning.

B. Gatupratare

Vid framtagandet av gatuprogrammet konstaterades att gatupratarna i Mariehamns absoluta centrum inte har ett enhetligt utseende samt att dess placering gör dem till hinder i gaturummet. Det föreslogs att de verksamheter som väljer att använda sig av gatupratare skulle använda samma svarta modell med rundad fot.

C. Gatuskytning

Gatuprogrammet lade fram ett förslag om att bättre skylta de kommersiella tvärgatorna från Torggatan, t.ex. Norragatan och Ekonomiegatan.

Alla förslag som lades fram i Gatuprogrammet gällande skytning har genomförts. De kommersiella tvärgatorna har skyltats enligt förslaget i programmet, likaså har staden tillsammans med City Mariehamn gått ut med information som rör gatupratarna. Verksamhetsidkare har uppmanats använda likadana gatupratare för att skapa ett enhetligare intryck. Riktlinjer rörande placeringen av dessa har utformats och kommunicerats. För att påminna om riktlinjer, regler och rekommendationer rörande skytning bör fastighetsägarna distribuera ett informationspaket som sammanfattar det som fastslagits.

Hur kommer vi framåt?

- *För att påminna om riktlinjer, regler och rekommendationer rörande skytning tar City Mariehamn fram ett informationspaket som distribueras direkt från fastighetsägarna till verksamhetsidkarna som hyr lokaler.*

7.5.2 Kiosker

I Gatuprogrammet föreslogs att (glass)kioskerna i stan skulle kläs in i fasadelement för att göras enhetliga. Detta har inte förverkligats och det är osannolikt att det kommer att låta sig göras. Kioskinnehavarna vill marknadsföra sig och sina produkter med egen grafisk profil. Förslaget skulle förstås både förfina och förenhetliga stadens profil, men bedöms dessvärre vara orealistiskt.

7.5.3 Uteserveringar

Riktlinjer rörande uteserveringarna preciseras i Gatuprogrammet där det framkommer att: Serveringarna placeras intill fasaderna – utan permanenta väggar eller tak. Istället används lätta konstruktioner så som markiser, växtlighet, parasoll o.s.v. för att avgränsa området. Uteserveringen ska avlägsnas efter säsongens slut.

Dessa riktlinjer är bra och bör fortsatt efterföljas och vidare implementeras. De går hand i hand med tanken på att Mariefhamn är två helt olika städer; en på sommaren och en på vintern. För att skapa bättre förutsättningar för verksamhetsidkare att bygga ut uteserveringar behövs flexibla trafiklösningar. Vidare behöver tydligare info om möjligheten för verksamhetsidkare att hyra parkeringsplatser från staden för anläggning av tillfälliga uteserveringar/grönområden distribueras.

Hur kommer vi framåt?

- *För att möjliggöra utvidgning av uteserveringarna måste trafiklösningarna på gatorna vara mera flexibla. Detta gäller i första hand i dagsläget Nygatan och södra delen av Torggatan. Att planera med flexibilitet i åtanke är således mycket viktigt för att skapa förutsättningar för verksamhetsidkare.*
- *Informationen om möjligheten att hyra parkeringsplatser för anläggning av t.ex. uteservering inkluderas i det infomaterial som tas fram av City Mariefhamn och distribueras via fastighetsägarna (se punkt 7.5.1).*

7.5.4 Belysning

I Gatuprogrammet föreslogs att träden som planteras i de urbana möblerna ska belysas. Detta har förverkligats i samband med att fokusområde 1 "Torggatan" genomfördes i sin helhet (se punkt 7.1). I övrigt framkom ett förslag om att en belysningsplan tas fram. Detta har inte gjorts men bedöms fortsättningsvis vara aktuellt. Det behövs en belysningsgrupp som tar fram konkreta och genomförbara förslag på hur och var man kunde utveckla belysningen i staden. Detta innefattar allt från uppdatering och förbättring av gatubelysning till skyltfönsterbelysning, fasadbelysning och ljus som konstform.

Hur kommer vi framåt?

- *City Mariefhamn ansvarar för att en belysningsgrupp med representanter från staden och fastighetsägarna tillsätts.*

7.5.5 Tillgänglighet

Gatuprogrammet slog fast att Mariefhamns centrum har många typer av hinder som begränsar tillgängligheten. Det konstaterades att nulägesanalys och tillgänglighetsinventering bör göras för att kartlägga situationen. Därefter efterfrågades en åtgärdsplan.

Mariefhamns stad har gjorts en tillgänglighetsinventering och arbetar med siktet inställt på att göra stadens centrum mera tillgängligt. Även verksamhetsidkare och fastighetsägare har en viktig roll i att utveckla staden så den blir tillgänglig för alla. Utöver de stora allmänna gaturummen, är tillgänglighet i butik och restaurang också en mycket viktig del av pusslet. Hur en butiks ingång är byggd och hur man utformar sin butik är viktigt ur tillgänglighetssynpunkt och endast fastighetsägare och verksamhetsidkare kan arbeta med att utveckla och förbättra detta. Relevant att tänka på är dock att tillgänglighetsanpassning inte automatiskt behöver betyda stora kostnader, anpassningen kan göras

med mindre medel och kan ofta vara lönsam. Det finns t.ex. i Sverige ungefär 1,8 miljoner människor med någon form av funktionsnedsättning. En person omsätter i snitt 58 000 kr i detaljhandel per år. Detta betyder att det finns 104,4 miljoner kronor att ta del – eller t.o.m. mera om vi inkluderar gruppens familj, vänner eller ledsagare. Dessutom är det inte bara personer med funktionsnedsättning som tillgodoses vid tillgänglighetsanpassning – det som underlättar, eller är helt nödvändigt, för personer med funktionsnedsättning kan också både nyttjas och storligen uppskattas av många andra. Alla har något att vinna på att butiker och andra miljöer är tillgängliga och mycket går att åtgärda med enkla medel.

Mariehamn kunde kanske i framtiden bli Nordens mest tillgängliga stad. För att vi ska nå dit måste tillgänglighetstänket implementeras på alla håll – i alla led hos staden, fastighetsägarna och verksamhetsidkarna.

Hur kommer vi framåt?

- *Mariehamns stad har en mycket viktig roll då det gäller att göra det allmänna gaturummet tillgängligt för alla. Tillgänglighet är en aspekt som måste genomsyra beslutsfattande i staden.*
- *City Mariehamn har en viktig roll då det gäller att förmedla kunskap och information om tillgänglighet i butiker/restauranger/övriga servicepunkter. Målsättningen ska vara att tillsammans med verksamhetsidkare och fastighetsägare genomföra en tillgänglighetsinventering av butiker och restauranger i staden. Verksamhetsidkare och fastighetsägare får då efter inventeringen konkreta förbättringsförslag som vid förverkligande leder oss framåt i denna fråga.*

8. Översikt: Handlingsplan 2017–2019

Här presenteras de åtgärds- och utvecklingsförslag som lagts fram i denna handelsstrategi i en översiktstabell. Det framgår vem som bär ansvar för förverkligandet samt var i dokumentet man kan läsa mera om åtgärdsförslaget.

<u>VAD</u>	<u>ÅTGÄRD</u>	<u>VEM</u>	<u>LÄS MERA</u>
Mätbara mål	Till fullo utnyttja kundtillströmning i juli för att öka omsättningen	City Mariehamn/ verksamhetsidkare	3.1.4
Trender	Anpassa centrumutbudet för att tillfredsställa framtidens kund; denne köper ej en produkt, utan en livsstil, en story, en upplevelse	City Mariehamn/ verksamhetsidkare	3.2
Destination Mariehamn	Mariehamn bör uppmärksammas som en destination inom destinationen Åland	Visit Åland Mariehamns stad City Mariehamn	3.3
Handelsstruktur	Centrum behöver en mera optimal stråkuppbyggnad.	Fastighetsägare City Mariehamn	4, 6.8
Utbud	Centrums utbud måste stärkas. Detta görs bl.a. genom att skapa ny, flexibel affärsyta som attraherar de nya kedjeföretagen som efterfrågas av kunder. Utbudet är starkt kopplat till handelsstruktur och shoppingupplevelse	Mariehamns stad Fastighetsägare City Mariehamn/ verksamhetsidkare	6.8, 4, 3.2
Identitet	Sätta fokus på City som handelsplats genom att börja arbeta med sloganen Hela Ålands mötesplats. Ta i beaktande att Mariehamn har två starka, helt olika, identiteter; Mariehamn är en stad på sommaren, och en helt annan på vintern. En marknadsföringsgrupp tillsätts inom ramen för City Mariehamn Ett varumärkes- och profilprogram tas fram	City Mariehamn Mariehamn stad	6.1, 6.4, 6.9
Antal våningsplan	Säkra god fastighetsekonomi för att stimulera byggnation. Staden bör förtätas och byggas ut Tillåt byggnation på höjden för att: Skapa bostäder i olika prisklasser Skapa ändamålsenlig affärsyta	Mariehamns stad Fastighetsägare	6.2
Byggnationsprojekt	Zeipels, Magazin och tomterna i anslutning till Sittkoff gallerian är viktiga utvecklingsprojekt som bör förverkligas för att skapa goda förutsättningar för utvecklad handel i centrum.	Mariehamns stad Fastighetsägare	6.3
Människovänlig trafikmiljö	Staden bör arbeta med flexibla trafiklösningar som skapar förutsättningar för människovänlig trafikmiljö.	Mariehamns stad	6.4
Parklets & tillfälliga uteserveringar	Synliggöra möjligheterna samt möjliggöra utbyggnad av uteserveringar och/eller dylikt. Fokus på människan, mötet och mötesplatserna!	Mariehamns stad City Mariehamn	6.4
Väderskydd	Planera staden mera som en galleria, men så att gatukänslan bibehålls. Partiella skärmtak och/eller inglasning kan förverkligas i centrum.	Mariehamns stad Fastighetsägare	6.6

Parkering	Lätta parkeringsnormen för att stimulera nybyggnation Utred möjligheter att bygga ut befintliga p-garage Se över premisser för hur och var arbetsplatsparkering erbjuds. Se över friköpskostnaden Förenhetliga tidsregleringen i City Se över skyltningen till p-garagen som är underutnyttjade Utred möjligheterna till gemensamt p-bolag	Mariehamns stad Fastighetsägare	6.7
Skötsel/trivsel	Mariehamns besöksintensiva paradgata (Torggatan) måste prioriteras.	City Mariehamn Mariehamns stad Fastighetsägare	6.10
Samverkan	Det etablerade trepartssamarbetet utvidgas att inkludera landsskapsregeringen i större utsträckning	City Mariehamn	6.11
Samordnad ut-hyrning av lokaler	Inom ramen för ett fastighetsägarnätverk sätts fokus på att åstadkomma gemensamma öppettider för verksamhetsidkare i city.	City Mariehamn Fastighetsägare	6.12.1
Infopunkt	Infopunkt för gemensam marknadsföring och skyltning	City Mariehamn Visit Åland Mariehamns stad	6.12.2, 6.12.4
Utveckla mot-tagandet av kryssningsrese-Närer	Para ihop kryssningsresenärer med verksamhetsidkare - här finns outnyttjad kundpotential	City Mariehamn Visit Åland	6.12.4
Belysningsgrupp	En grupp vars uppgift blir att se över belysningen i centrum tillsätts	Mariehamns stad City Mariehamn	6.12.5
Gemensam marknadsföring	City Mariehamn startar en marknadsförings- och Brandinggrupp	City Mariehamn	6.12.6
Öppettider	För att förbättra/-ändra öppettiderna i city görs tre åtgärder: Fastighetsägarna kommer överens om gemensamma Öppettider En vikariepool startas upp Ett öppettidsprojekt lanseras	City Mariehamn Fastighetsägare	6.12.7
Torggatan	Torggatan blir stadens paradgata och prioriteras därefter Södra delen av Torggatan utvecklas att bli mera människovänlig genom t.ex. flexibla trafiklösningar	City Mariehamn Mariehamns stad	7.1, 6.4, 6.10
Torget	Torget bör bli trivsammare och mera användarvänligt	Mariehamns stad	7.2
Nygatan	Nygatan blir stadens restauranggata som knyter samman stadens centrum med östra hamnen och havet	Mariehamns stad City Mariehamn	7.3
Bussplan	Säkerheten för fotgängare ses över Sittplatser skapas	Mariehamns stad	7.4
Informations-Paket	Infopaket som innehåller regler och rekommendationer om skyltning och uteserveringar skrivs av City Mariehamn och distribueras via fastighetsägare till verksamhetsidkare	City Mariehamn Mariehamns stad	7.5.1, 7.5.3
Tillgänglighet-het	Tillgänglighetstänket ska genomsyra beslutsfattandet i staden. City Mariehamn koordinerar tillgänglighetsinventeringar i butiker, restauranger	Mariehamns stad Fastighetsägare City Mariehamn	7.5.5

och övriga servicepunkter.

Uppföljning

Handelsstrategin följs upp, och revideras vid behov, av City Mariehamns styrgrupp årligen. Centrumhandel ska vara mätbar för att lättare följa upp och utröna trender och trendbrott. Ett mätbart centrum är en förutsättning för ett livskraftigt centrum

City Mariehamn

1, 3.1