



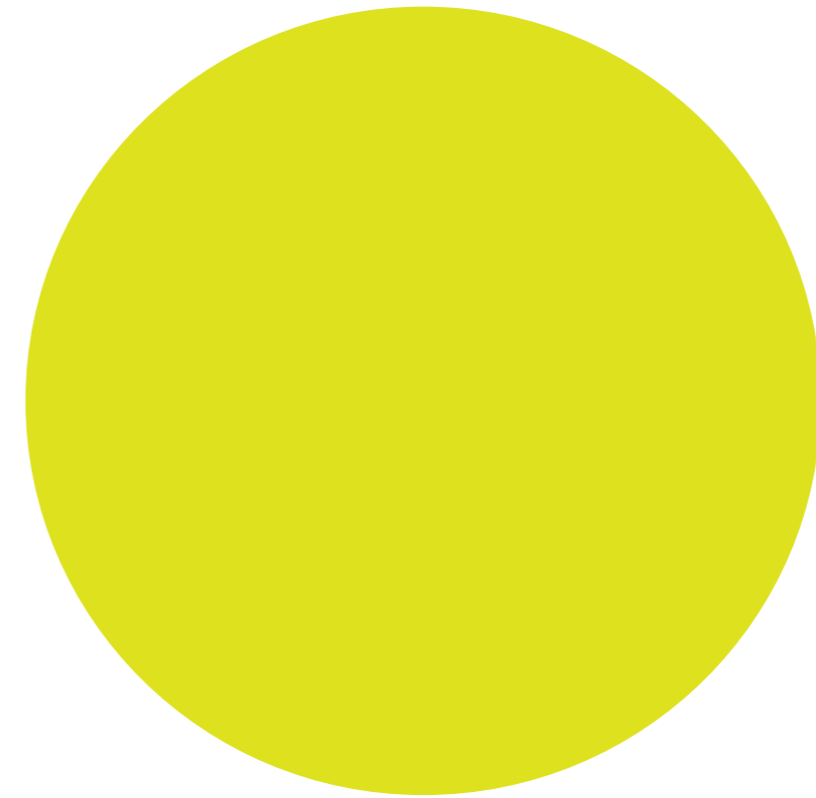
INSPIRATION TIL UDVIKLING AF
**DANSKE
KØBSTÆDER**

.....
EN EKSEMPELSAMLING

BYFORNYELSE

MINISTERIET FOR
**BY, BOLIG OG
LANDDISTRIKTER**





INSPIRATION TIL UDVIKLING AF

DANSKE

KØBSTÆDER

EN EKSEMPELSAMLING

Forord	7
5 eksempler	9
5 tværgående pointer	11
01 RINGE	
En kompakt og velholdt by med en levende detailhandel	12
02 RIBE	
Kulturarv og kvalitet tiltrækker turister og tilflyttere	22
03 DANNENBERG	
Kommunal citymanager har løftet bymidten	32
04 IKAST	
Fra lukningstruet handelsstandsforening til "Vores Ikast"	42
05 STRUER	
Byens DNA som afsæt for udvikling af erhverv, kultur og velfærd	52
Kilder og fotokreditering	63

De store og mellemstore byer i Danmark oplever vækst, mens mindre byer og landdistrikter må udvikle klare strategier for at holde befolkningstallet og udbygge erhvervsmæssige styrker.

Eksempelsamlingen viser fem byer, der har fundet nye strategier i lyset af de strukturelle og demografiske udfordringer. Alle byer er mellem 5.000 og 15.000 indbyggere. De ligger i pendlingsafstand til en større by, men har hver fundet strategier, der udnytter deres særlige potentiale.

Strategierne er ikke blevet til efter en fast skabelon eller som udslag af en kommunal beslutning. De udspringer af, at enten politikere, erhvervsliv eller ildsjæle har set muligheder, der måtte gribes. Projektets indhold og organiseringen har derefter udviklet sig og fundet sin form.



5 eksempler

RINGE (5700 indbyggere) har en flot og velholdt bymidte med en levende detailhandel. Det er et udslag af politisk fokus på bymidten igennem mere end 20 år både mht. investeringer og placering af detailhandel. De private grundejere holder deres ejendomme pænt, og et byforum fungerer som dialogforum mellem kommune og borgere. Private ildsjæle er dygtige til at skaffe finansiering.

RIBE (8100 indbyggere) har mistet mange offentlige arbejdspladser i de sidste 20 år. Alligevel er byens indbyggertal stabilt. Med sin unikke og velbevarede bymidte er Ribe en attraktiv bosætnings- og turistby. Siden 1995 har turismeaktører arbejdet sammen om at markedsføre Ribe og også skaffet finansiering til det. Forskellige byfora fungerer som dialogforum mellem offentlige og private aktører i byen og kommunen.

DANNENBERG (8000 indbyggere, 100 km. fra Hamburg) ansatte i 2002 en kommunal citymanager, der bl.a. har stået bag aktivering af 22 tomme butikslokaler, generationsskifter i detailhandlen, etablering af fælles udsalgssted for lokalt producerede varer og et markedsføringskontor i Hamburg. I 2006 kom et byforum til, hvor borgere, erhvervsliv, turistaktører og politikere drøfter udvikling og markedsføring af byen og via medlemskontingenter finansierer en række tiltag.

IKAST (15.300 indbyggere) har Danmarks eneste overdækkede handelsgade, men alligevel var handelslivet i krise. En ny forening "Vores Ikast" forener nu detailhandel, erhvervsliv og kultur/sport i byen. Målet er at udvikle og synliggøre Ikast som en attraktiv by at bo, handle og arbejde i. En fuldtids citychef er ansat til at stå for arbejdet. Kommunen har støttet processen og giver i tre år tilskud til citychefens løn. Herefter skal foreningen være selv bærende via medlemskontingenter. Processen har givet ny dynamik til byen.

STRUER (10.300 indbyggere) bygger med strategien "Lydens By" videre på sine unikke styrker inden for lyd (bl.a. B&O). Strategien gør lyd til omdrejningspunkt for kommunens udvikling og rummer tre spor: Erhverv, Velfærd og Kultur & Turisme. Projektet er forankret i kommunen, men gennemføres i samarbejde med lokale, ildsjæle, turistaktører og med handels-, erhvervs-, og kulturlivet. Formålet er at styrke bosætning, beskæftigelse og branding i den nordvestjyske kommune.



5 tværgående pointer

1

UDVIKLING MED UDGANGSPUNKT I EGNE STYRKER

Det er en kendt sag, at udvikling bedst sker med udgangspunkt i egne styrker. Det har byerne netop gjort. Det kan være en erhvervsmæssig styrke igennem årtier, der som i Struer (lyd) gøres til omdrejningspunkt for kommunens udvikling, eller det kan som i Ribe være en gammel, velbevaret bymidte, der tiltrækker bosætning og kvalitetsturisme. Men det kan også være en ny, mere lavmælt styrke som en velholdt og levende bymidte med mange butikker, der som i Ringe er udviklet igennem de seneste 20 år. Eller som i Ikast være en særlig gejst og stolthed, der blev reaktiveret. Det handler om at finde de potentialer, der er, og udvikle dem i et stærkt lokalt samarbejde.

2

BYKVALITET

Bykvalitet går igen som et tema i flere af byerne, i praksis knyttet til bymidten, der er byens visitkort og sender et signal om stemningen i byen. En bevaringsværdig bymidte kan som i Ribe være selve byens kapital, men også betydningen af en pæn, ren og velholdt bymidte er tydelig – at borgere, kunder og turister mærker den lokale omsorg for det fysiske miljø. Det er vigtigt at få skabt en fælles bevidsthed om bymidtens betydning for hele byens udvikling, sådan som det fx skete i Ringe, da kommunen fik de private ejendomsbesiddere aktiveret. Hvor bymidten endnu ikke er udviklet, ligger der omvendt potentialer her.

3

SAMARBEJDE MELLEM KOMMUNE, BORGERE OG ILDSJÆLE

Det er afgørende at finde en fælles retning og finde det rigtige forum, hvor alle parter kan trække med. Historierne viser, at der er mange forløb, både mht. hvor ideerne og energien udspringer fra, hvordan de får kraft og bliver forankrede, og hvordan der skabes en mere permanent organisatorisk ramme om dem. I Ikast har kommunen fx hjulpet en privat forening i gang, som arbejder for udvikling af Ikast som en attraktiv by at bo, handle, arbejde og drive virksomhed i. I Dannenberg har kommunen selv ansat en citymanager, som har været driver på en række indsatser, der har udviklet og markedsført bymidten – men netop i tæt dialog med alle bymidtens parter. Det er vigtigt både at finde den rigtige retning og skabe ejerskab til den.

4

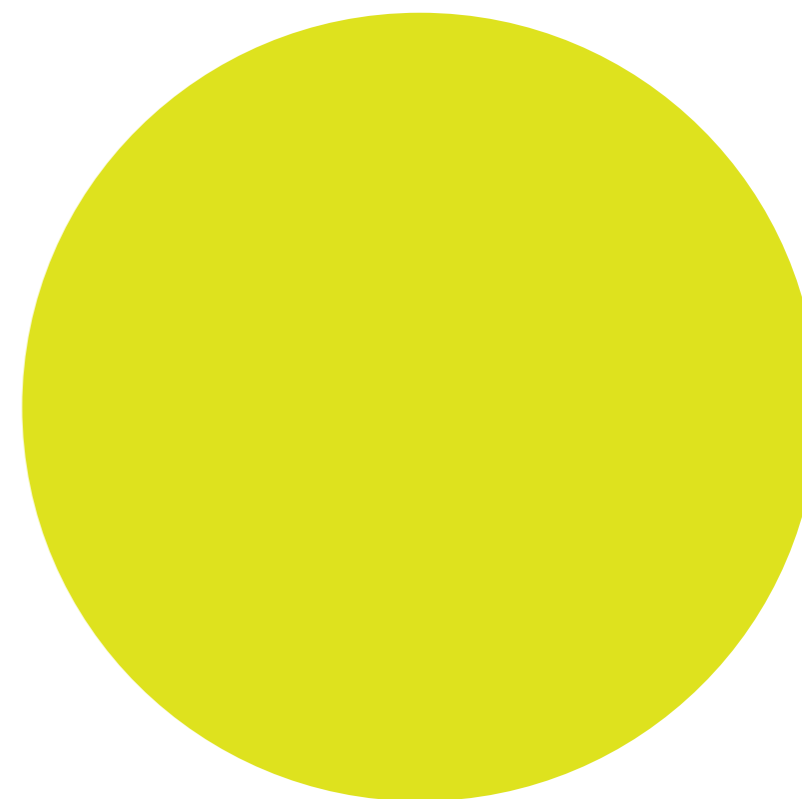
LOKAL ØKONOMI TIL UDVIKLING OG MARKEDSFØRING

I historierne træder betydningen af lokalt at kunne skabe finansiering til udviklingen frem. I flere af byerne bidrager andre end kommunen finansielt til udvikling og markedsføring af byen. Det kan (som i Ribe) være et markedsføringssamarbejde mellem turistaktører i byen eller (som i Ringe) en håndfuld ildsjæle, der løbende rejser finansiering til projekter via kontakt til private investorer og fonde. I Dannenberg er politikere, erhverv, turisme og borgere gået sammen i en markedsføringsforening, der via kontingenter bl.a. finansierer turistinformationen i byen og et eksternt markedsføringskontor i Hamburg. Det er vigtigt at udvikle egne styrker, men det får størst virkning, hvis man også evner at markedsføre dem.

5

POLITISK MOD TIL AT VÆLGE EN RETNING OG HOLDE FAST

Modet til at vælge en retning og forfølge den over længere stræk findes også i flere af historierne. Ikke alle steder er projektet så langt endnu, men der er – som i "Lydens By" Struer – valgt en retning, og kommunen investerer penge i at udvikle potentialet. Det kræver en bred ryg at sige nej, når private ejendomsbesiddere vil udleje tomme butikker til andre formål, men som i Ringe viser udviklingen tydeligt, at det betaler sig at holde fast i en gennemtænkt strategi for udvikling af en levende bymidte med en stærk detailhandel. Og i Ribe er der bred enighed om bymidtens unikke kulturarv som den afgørende ressource, der skal bevares og udvikles.



INSPIRATION TIL UDVIKLING AF DANSKE KØBSTÆDER

RINGE

01

RINGE EN KOMPAKT OG VELHOLDT BY MED EN LEVENDE DETAILHANDEL

Ringe på Fyn har en flot og velholdt bymidte med en levende detailhandel. Det er ikke en selvfølge for en by på 5700 indbyggere uden for vækstområderne. Hvad er hemmeligheden og baggrunden for Ringes succes? Den korte forklaring er: politisk fokus på bymidten igennem mere end 20 år. Dagligvarebutikkerne er koncentreret i bymidten, der er store parkeringspladser centralt i byen, biblioteket er placeret direkte i gågaden, hele bymidten blev renoveret i 1990'erne, og efter besøg af en ekstern konsulent, der fortalte sandheden om butiksfacadernes miserable udseende, kom også grundejerne på banen og satte deres facader i stand. Under det hele ligger en lokal kultur om at se muligheder, arbejde sammen og få tingene gjort.



Hele Ringes bymidte blev sat i stand i 90'erne. Bemærk de gule Hasleklinter.



Det er afgørende, at her er flot og vedligeholdt. Det skal være indbydende at besøge byen. Ellers vælger kunderne os fra."

MAX RAVN, FORMAND FOR BYFORUM RINGE

KOMMUNEN INVESTERER I EN SMUK BYMIDTE

Siden starten af 1990'erne er der blevet investeret mange kommunale kroner i at skabe en attraktiv bymidte. "Vi meldte klart ud, at en attraktiv hovedby var afgørende for hele kommunens trivsel. Der var 10 landsbyer, der også gerne ville have midler, så vores synspunkt krævede noget forklaring. Men det blev accepteret, og den klare prioritering har været nødvendig for at skabe en attraktiv hovedby i kommunen", fortæller daværende borgmester i Ringe Kommune Bo Andersen.

I 1992 blev Torvet renoveret, og i årene 1994-99 blev den centrale bymidte renoveret. Det omfattede nye vejbelægninger blandt andet i brosten, fortove i gule hasleklinter og nyt byrumsinventar. Når man bevæger sig igennem bymidten i dag, ser man en velholdt by med pæne belægninger i varme farver, der skaber sammenhæng i handelsområdet, hvor butikkerne ligger tæt – som perler på en snor. Processen var godt i gang, da kommunen ønskede at motivere ejendomsbesidderne til at gøre noget ved facaderne.

1992 Torvet renoveres

1994-99 Resten af bymidten renoveres

Ca. 1996 Peter Olesen holder oplæg om facader i Ringe

Ca. 1996 Butikker og ejendomsbesiddere renoverer deres facader

1998 Facadeudvalg nedsættes

1998 Facade- og Skiltevejledning vedtages

2004 Det nye bibliotek indvies

2004 Byforum dannes

2005 Centrumpladsen omlægges

2006 Ringe får motorvejstilslutning: Ringe Nord og Ringe Syd

2011 Masterplan for Ringe vedtages

2014 Fritidscentret har nu mere end 500.000 besøgende om året

2015 Udviklingsstrategi med By-og oplandsprofiler

Ultimo 2015 Kulturzonen indvies (planlagt)



Bo Andersen var borgmester i Ringe Kommune 1994-2006 og i Faaborg-Midtfyn Kommune 2007-2009.

EJENDOMSBESIDDERNE KOMMER PÅ BANEN – EFTER AT HAVE FÅET EN OPSANG

Journalist og forfatter Peter Olesen blev engageret til at holde oplæg. Han tog billeder af bymidtens facader og fortalte på en velbesøgt aften for handelsliv og grundere, hvad han så: "Han lagde ikke fingrene imellem og sagde, at der så forfærdeligt ud. Nogle af de tilstedeværende var så gale, at det røg ud af ørerne på dem. Men det virkede. Efter 1-2 år var facaderenoveringen godt i gang, og den dag i dag er der kun to baldakiner tilbage." Problemet med baldakiner er, at de er svære at vedligeholde og hurtigt bliver grimme at se på. Det trækker hele niveauet ned. Og som Max Ravn, formand for Byforum tilføjer: "Det er afgørende, at her er flot og vedligeholdt. Det skal være indbydende at besøge byen. Ellers vælger kunderne os fra."

På samme tid (1998) besluttede kommunen at lave en Skilte- og facadevejledning. Kommunen havde allerede inden god dialog med handelsstandsforeningen, som blev inddraget i arbejdet. Dermed fik vejledningen et bredt ejerskab, og butikkerne går fortsat op i, at facadernerne i hele bymidten skal have et pænt udtryk. Der blev ligeledes i 1998 etableret et Facadeudvalg, hvor bl.a. kommunen, handelslivet og grundejerne er repræsenteret. Facadeudvalget fungerer som ambassadører for skilte- og facadevejledningen og kontakter nye butikshavere og gør dem opmærksom på, at den eksisterer.

De lokale ejendomsbesiddere er generelt gode til at vedligeholde deres ejendomme. "Det er mere de eksterne investorer, jeg kan være bekymret for", uddyber Lisbeth Sommerlund, planlægger i Faaborg-Midtfyn Kommune siden 1997. "Nogle af dem købte ejendommene inden finanskrisen og er p.t. hårdt spændt for. De har ikke mange frie midler til at vedligeholde deres ejendomme".

NYT BIBLIOTEK OG ATTRAKTIV PARKERINGSPLADS DIREKTE I BYMIDTEN

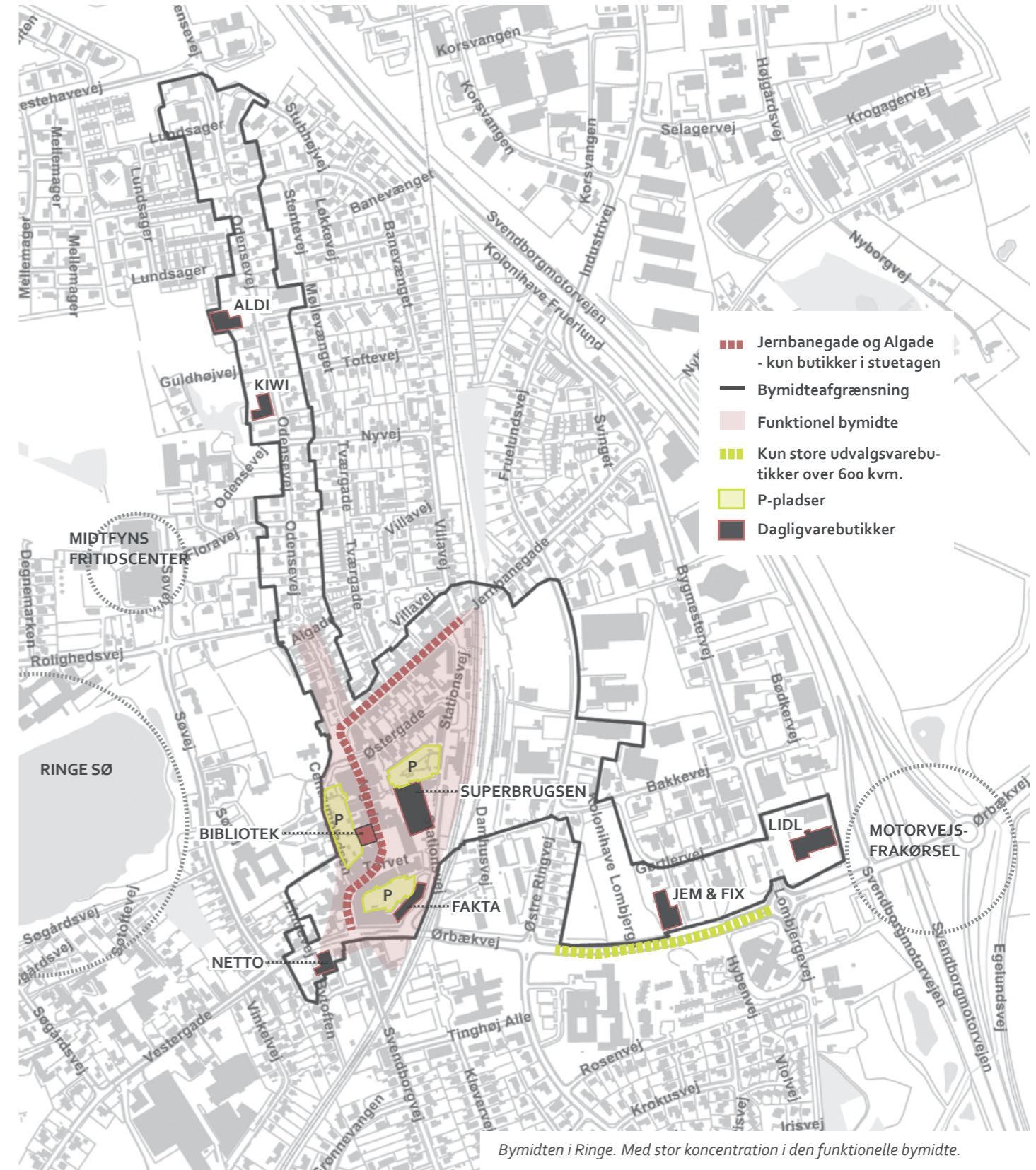
Kommunens investeringer i bymidten fortsatte med det nye bibliotek i 2004. Det ligger med udgang til både Algade (den centrale handelsgade) og Centrumspladsen, som er en af bymidtens store parkeringspladser og et ankomstpunkt i bymidten. Man kan endda gå igennem biblioteket på vejen mellem de to punkter. Biblioteket er et væsentligt ankerpunkt og kulturelt samlingssted i byen.

Året efter, i 2005, renoveres Centrumspladsen og gøres til et attraktivt ankomstpunkt i bymidten. Pladsen er i dag et smukt eksempel på en multifunktionel parkeringsplads med attraktivt byrumsudstyr – og basketbane. Den er nem at komme til og ligger på bagsiden af Algade. Der er flere passager imellem de to punkter. Parkering er gratis og begrænset til to timer i dagtimerne. Også ved SuperBrugsen og Fakta er der større parkeringspladser direkte i bymidten.

Algade er ensrettet og trafikdæmpet til 30 km/t. Der er korttidsparkeringspladser (15 min.) i lommer langs hovedgaden, men "det er de store parkeringspladser i centrum, der betyder noget – det er der ingen tvivl om", siger planlægger Lisbeth Sommerlund. "De er meget vigtigere end korttidspadserne. Afstandene er jo små".

PLANGRUNDLAG UNDERSTØTTER BUTIKSLIVET – OG POLITIKERNE BAKKER OP OM DET

Plangrundlaget har understøttet udviklingen af en stærk detailhandel. I de to centrale handelsgader i bymidten: Algade og Jernbanegade, må der kun ligge butikker. Holdningen er løbende blevet udfordret af ejendomsbesiddere med tomme butikslokaler. "Der har været adskillige tilfælde igennem årene, hvor en ejer ville omdanne



Bymidten i Ringe. Med stor koncentration i den funktionelle bymidte.



Forskellige belægnings mødes i Ringes bymidte

et tomt butiksløkke til liberalt erhverv eller bolig, men vi har stået fast. Også selv om lokalet var tomt i 6-9 måneder og de henvendte sig til os flere gange i perioden. Der er altid sket det samme: en ny butik er flyttet ind”, fortæller planlægger Lisbeth Sommerlund.

I mere end 20 år har den politiske kurs ligget fast: dagligvarebutikker genererer en kundestrøm, der er vigtig for hele byens handelsliv, og derfor skal de ligge i den funktionelle bymidte, hvor der er en tætthed af butikker, serviceerhverv og andre bymidtefunktioner. Politikerne har stået fast trods jævnlige henvendelser fra både eksisterende dagligvarebutikker og nye, der gerne ville placere sig uden for bymidten ved indfaldsvejene, sådan som det ses i mange byer i disse år:

“Investorerne tester løbende os politikere”, fortæller tidligere borgmester Bo Andersen giver et eksempel: “En af bymidtens ankerbutikker Fakta ville udvide, men ikke i bymidten. De sagde, at de kunne blive nødt til at lukke, hvis vi ikke tillod en placering uden for bymidten. Men vi stod fast, og de valgte så at udvide butikken i bymidten. Efter hvad jeg hører, klarer butikken sig fint nu. Og det

har været afgørende for Ringes udvikling, at vi har fastholdt dagligvarebutikkerne i bymidten, herunder Fakta.”

Lidt nord for den funktionelle bymidte ligger Aldi og Kiwi. Begge har ligget der i mere end 15 år, den ene som efterfølger for en gammel købmandsbutik. Der er således kun givet én tilladelse til nyetablering her og kun for at dække efterspørgslen i nærområdet. Da endnu en kæde ville etablere sig her, var svaret nej.

Eneste undtagelse fra ovenstående lokaliseringsprincipper er Lidl-filialen ved motorvejsafkørslen. Der har været en særlig tanke med denne tilladelse, nemlig at tiltrække nye pendlerkunder, der ellers slet ikke ville handle i Ringe, og med tiden skabe en sammenhæng mellem dette område og bymidten – 900 meter.

BYFORUM SKABER BREDT EJERSKAB TIL BYENS UDVIKLING

Siden 2004 har Ringe haft et Byforum, der fungerer som et værksted for byudvikling, hvor erhvervsliv, handlende, kulturinstitutioner og andre foreninger og interessegrup-

per i fællesskab drøfter tiltag, der kan gøre Ringe endnu mere attraktiv. Byforum har ca. 35 medlemmer, som repræsenterer byens liv bredt set: ældre, unge, tilflyttere, erhvervs-folk etc. Der betales ikke kontingent for at være med. Kommunen deltager med en medarbejder, der fungerer som sekretær for Byforum.

Byforum mødes et par gange om året, bl.a. ved julemødet, hvor det er en fast tradition, at borgmesteren drøfter kommunens tanker om udviklingen af byen. Kommunen inddrager også Byforum i udviklingen af byens planer, fx Masterplanen fra 2011. Otte kernemedlemmer af Byforum varetager dialogen med kommunen imellem møderne.

Om fordelene ved den tætte dialog siger Max Ravn, formand for Byforum: “Når først tingene er skrevet ned, er de svære at ændre – også fordi der er brugt mange ressourcer, når planer har været igennem fagudvalg, økonomiudvalg og byrådet. Kommunen er god til at inddrage os tidligt, og det gør også, at vi bakker op om planerne. Vi giver input og får ejerskab”.

Byforum blev oprindeligt etableret med støtte fra Bypuljen i det tidligere By- og Boligministerium og er siden fortsat med kommunalt tilskud, som p.t. er på 36.000 kr. om året. Byforum bruger pengene som starttilskud til projekter, de gerne vil fremme. Det gør det nemmere at finde andre sponsorer. Igennem årene er mange projekter finansieret gennem fonde og af private investorer.



Vi meldte klart ud, at en attraktiv hovedby var afgørende for hele kommunens trivsel.”

BO ANDERSEN, TIDLIGERE BORGMESTER I RINGE



Max Ravn, Formand for Byforum
(og for Fritidscenterets bestyrelse)

KUNDERNE SKAL TRÆKKES IND TIL BYMIDTEN – FRA MOTORVEJEN OG FRITIDSCENTRET

Ringe fik to motorvejsstikørsler i 2006, og det har gjort byen endnu nemmere tilgængelig for kunder fra oplandet. Ved den sydlige afkørsel ligger tre benzintanke, ligesom kommunen har givet tilladelse til en dagligvarebutik her. “Det skete med den tanke, at det kunne lokke pendlere til at køre af motorvejen og i lægge deres indkøb i den butik – og det er vist til en vis grad også lykkedes. Det kan fx være pendlere på vej mellem Odense og Svendborg.”

Kommunen har siden givet tilladelse til etablering af butikker på det 900 meter lange stræk mellem motorvejen og bymidten, men kun over 600 kvm. for ikke at trække underlaget væk under bymidtens butikker. Meningen er tværtimod, at der skal være synergi. Der er etableret en Jem og Fix, som trækker mange kunder til, og håbet er at yderligere butikker kan styrke synergien yderligere til gavn også for bymidten.

Der etableres snart infostandere ved motorvejen, der gør opmærksom på tilbuddene i bymidten. Driver på opgaven er Byforum, som selv har rejst pengene til standerne. “Kommunen har ingen penge, men vi har et stærkt netværk og gode erfaringer med at skaffe finansiering – både fra private investorer og fonde”, fortæller Max Ravn, der er formand både for Byforum og Fritidscentret.



En anden potentiel kundegruppe for bymidtens butikker er de besøgende i Fritidscentret, som er et sports-, sundheds- og foreningscenter et par hundrede meter fra hovedgaden. I 2014 havde centret mere end 500.000 besøgende, og tallet vokser hele tiden.

Centret har overskud på driften og udvider hele tiden aktiviteterne. Max Ravn uddyber: "Vi plejer at sige, at alle gæster i Fritidscentret har 500 løse kroner i lommen. Dem må de gerne bruge i bymidten".

HVAD KAN ANDRE BYER BRUGE EKSEMPEL RINGE TIL?

Ringe er et eksempel på, hvordan en fast politisk kurs igennem mange år kan skabe en bymidte med en stærk detailhandel. Ingredienserne i denne strategi har været

- Fokus på kommunens hovedby Ringe (indtil 2007; siden da: Ringe og Faaborg) og modet til at melde dette ud
- Kommunale investeringer i en attraktiv bymidte
- Opfordring til de private ejendomsbesiddere om at løfte deres del af opgaven
- Skilte- og Facadevejledning og etablering af Facadevalg
- En fast politisk kurs mht. lokalisering af dagligvarebutikker i bymidten og fastholdelse af butikker i stueetagen i byens to centrale handelsgader

- Bymidteforum som ramme om dialogen med borgerne om byens udvikling

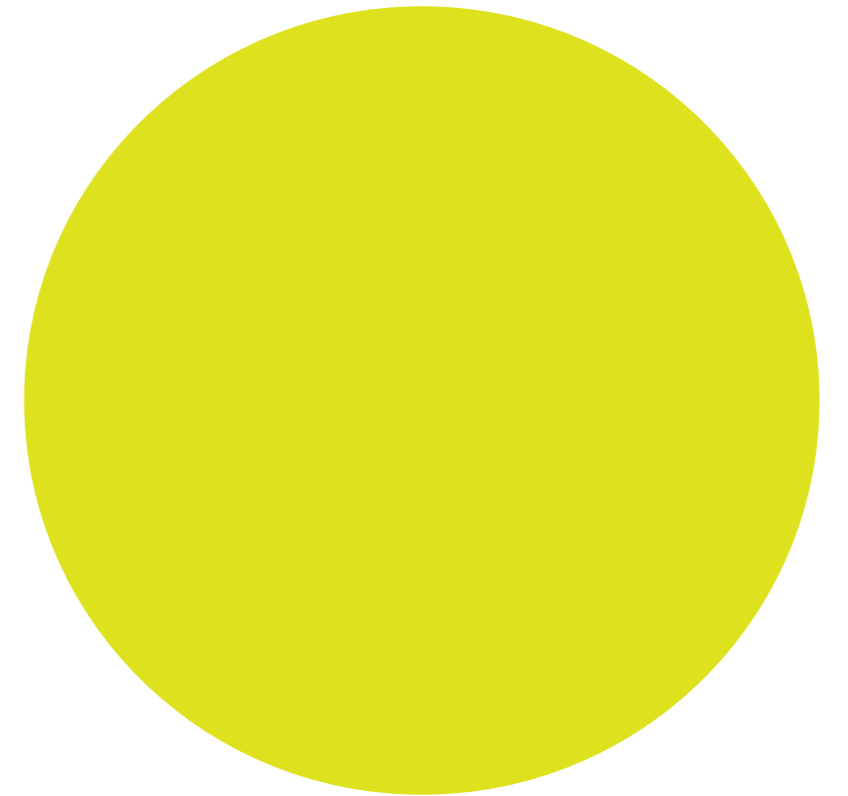
- En kernegruppe af ressourcestærke ildsjæle i Ringe

Resultatet har været: En koncentreret og velholdt bymidte med mange butikker. Store og centralt placerede parkeringspladser understøttet af et bibliotek direkte i bymidten. Pæne facader og et samlet set attraktivt og behageligt miljø. En rollefordeling, hvor både kommunen, ejendomsbesidderne og et bredt udsnit af borgerne engagerer sig i byens udvikling. Og hvor kommunen investerer strategisk og målrettet, opfordrer de private aktører til at engagere sig, og også har is i maven til at sige nej, når investorerne tester politikerne og truer med at lægge deres investeringer i andre byer. På den måde skabes investerings-sikkerhed for de private aktører. Og når der gives tilladelse til etableringer uden for den funktionelle bymidte, sker det med et klart formål.

Også tallene taler deres tydelige sprog: Ringes detailhandel klarer sig godt. En detailhandelsanalyse fra 2011 viste, at Ringe By har en dækningsgrad på 240. Tallet udtrykker, at butikkerne i Ringe har en omsætning på 2,4 gange borgernes eget forbrug. Butikkerne tiltrækker altså mange kunder fra oplandet. Grunden er ikke, at Ringe er det eneste tilbud i miles omkreds. Tværtimod er konkurrencen ganske hård: der er kun 23 km. til Svendborg og 20 km. til Rosengårdscetret, som er det store butikscenter ved Odense. ■



Vue langs Algade, Ringes handelsstrøg. Her må kun ligge butikker, og der dispenseres ikke.



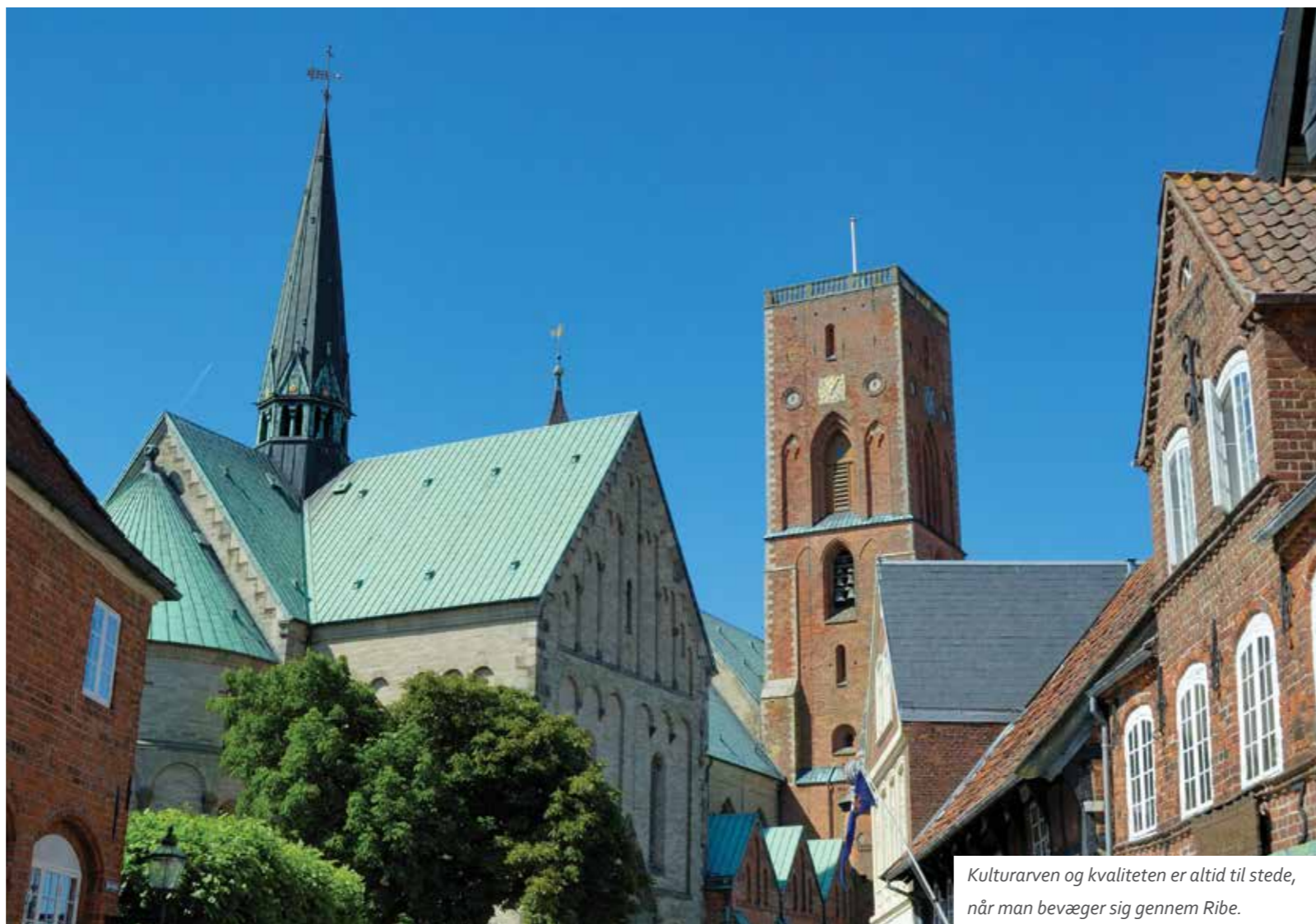
INSPIRATION TIL UDVIKLING AF DANSKE KØBSTÆDER

.....

RIBE

RIBE KULTURARV OG KVALITET TILTRÆK- KER TURISTER OG TILFLYTTERE

Ribe (8.100 indbyggere) har mistet mange arbejdspladser i de sidste 20 år. Sygehuset lukkede i 1998, og med kommunalreformen i 2007 mistede Ribe retskreds, politikreds og amtshovedsæde, ligesom også seminariet besluttede at flytte. Alligevel er byens indbyggertal stabilt. Med sin unikke kulturarv og velbevarede bymidte er Ribe en attraktiv bosætnings- og turistby. Den har også har gavn af Esbjergs vækst (32 km væk). Takket være et stærkt samarbejde blandt byens turismeaktører har Ribe i dag mere end 1 mio. turister om året. Kvalitet, kultur, samarbejde og markedsføring er nøgleord i byens strategi.



Kulturarven og kvaliteten er altid til stede, når man bevæger sig gennem Ribe.

RIBE ER DANMARKS ÆLDSTE KØBSTAD

Ripenserne er meget stolte af deres by. "Man er stolt af at fortælle, at man kommer fra Ribe, uanset hvor man kommer hen", siger Erhvervschef i Esbjerg Kommune, Kristian Bendix Drejer. Og der er da også rigtig meget at være stolt af i Ribe. Det er Danmarks ældste by, den var først maritim handelsplads og siden bispesæde, købstad, kongeby og domkirkeby – i 1500-tallet var det en af Danmarks største byer! Siden stod udviklingen stille i Ribe, indtil for omkring 100 år siden, da fik byen bl.a. både sygehus og seminarium – som et led i et egnsudviklingsprojekt.

UDVIKLINGEN AF TURISMEN STARTER FOR ALVOR

En gruppe Ripensere blev allerede i 1899 klar over at kulturarven spiller en afgørende rolle for Ribes udvikling. De oprettede samme år en af Danmarks første bevarings- og turismeforeninger. Spoler vi ca. hundrede år frem, til 1990'erne, starter det moderne arbejde med udviklingen af turismen i Ribe for alvor, med etableringen af flere store turistattraktioner: Museet Ribes Vikinger, Ribe Vikingecenter, feriecenteret Ribe Byferie Resort og Vadehavscenteret. Arbejdsmarkedets Feriefond stod bag beslutningen om feriecenteret, men det er i dag ejet af non-profit Fonden Ribe Byferie Resort.



Man er stolt af at fortælle, at man kommer fra Ribe, uanset hvor man kommer hen"

KRISTIAN BENDIX DREJER, ERHVERVSCHEF

1899 Ribe-borgere opretter en af Danmarks første bevarings- og turismeforeninger

1990'erne Feriecentret Ribe By Ferie, Museet Ribes Vikinger, Ribe Vikingecenter og Vadehavscenteret etableres

Midten af 1990'erne Ribe Fælles Markedsføring etableres

1998 Sygehuset lukker

2007 Ribe bliver en del af Esbjerg Kommune og mister politikreds, retskreds, amtshovedsæde. Seminariet beslutter også at flytte til Esbjerg

2008 Ribe Byforum dannes

2014 Ribe Boardet dannes

2014 Vadehavet bliver Nationalpark og Unesco Verdenskulturarv

2015 Realdania-rapport dokumenterer værdien af bygningsarven



Sommerens vægterrundgang er eksempel på et tilbud, der tager udgangspunkt i kulturarven.

En del af det overskud, som centeret genererer, skal investeres lokalt, bl.a. i udviklingen af turisme i Ribe. Feriecenteret vil derfor altid være en central aktør i turismeudviklingen i Ribe og sætter løbende gang i markedsføringsinitiativer.

Som Britt Steffensen Nielsen, direktør for Ribe Byferie Resort siger, er produktet det samme, det er fortsat kulturarv der markedsføres, men der arbejdes hele tiden med at finde den indpakning, der passer til tiden. Dette gøres bl.a. ved at skabe temaferiepakker, nye innovative samarbejder og typer af events.

TÆT SAMARBEJDE MELLEMMUNEN OG TURISTERVHERVET

Dette arbejde udfoldes yderligere i Ribe Fælles Markeds-

føring der også blev oprettet i midten af 1990'erne. RFM er i dag et samarbejde mellem over 25 turismerelaterede virksomheder samt Ribe Turistbureau og Ribe Handelsstandsforening. Målet er klart: At tiltrække flere turister.

For bordenden sidder Turistchefen, men også Ribe Byferie Resort er en af de bærende kræfter i samarbejdet. Den store styrke i samarbejdet er, at der er repræsentanter fra både kulturinstitutioner, overnatningssteder, restauranter og butikker. Kulturmedarbejdere fra kommunen bruges som sparringspartnere. Alle trækker i samme retning, også selvom man måske er konkurrenter. Overskriften for samarbejdet er byens kulturarv, Ribes brand er fortsat "Danmarks ældste by", og det er fastlagt, at det kommercielle ikke må overskygge det kulturelle.

Der betales medlemsbidrag efter formåen. I 2010 havde Ribe Fælles Markedsføring et budget på ca. 400.000 kr. RFM står bl.a. for fælles rabatordninger, uddannelse af servicepersonale og national og international markedsføring af Ribe. Langsigtet planlægning og høj kvalitet i markedsføringsmateriale er centrale pointer.

RIBE SATSER PÅ KULTURARV OG KVALITET – OG HAR MERE END 1 MIO. TURISTER OM ÅRET

Hos Ribe Byferie Resort har man fundet ud af, at nøglen til succes er fokus på kvalitet frem for pris. I 2005 lagde man stilen om; man startede med at regne på, hvad den kvalitet man ønskede ville koste og hævede priserne med 15-20%. Man lugede ud blandt samarbejdspartnerne og valgte kun dem, hvor kvaliteten var i top.

Ud fra en analyse af de besøgende (udført i 2004), fandt centeret ud af, at de måtte satse på to målgrupper: Børnefamilier i skoleferierne og par uden børn resten af året. Kommunen fremhæver også i deres turisme-strategi for Ribe at segmentet "par uden børn", som et vækstområde der skal satses på. Hos Ribe Byferie Resort har de siden kunnet mærke på bundlinjen, at det betaler sig at bruge tid på at lære sine gæster at kende gennem evalueringer mv.

Effekterne af indsatserne de sidste 10-20 år er, at man har nået et årligt antal turister på 1 mio., og samtidig er

turistsæsonen i Ribe blevet forlænget. Ribes bymidte har en forholdsvis lille skala og kapaciteten på Ribes overnatningssteder og restauranter er derfor heller ikke så stor. Derfor nytter det ikke at tænke i events, der tiltrækker en halv million mennesker på én weekend. I stedet satses der på at have en lind strøm af turister fordelt over hele året. Nu besøger 60% af Ribes turister byen i sommermånederne, mens de resterende 40% er fordelt på resten af året.

Med etableringen af Ribe Fælles Markedsføring for ca. 20 år siden lagde man grundstenen til Ribes succes på turismeområdet. Den samarbejdskultur, som RFM har udviklet, høster man fortsat frugterne af i Ribe. Aktørerne brænder for sagen, har tillid til og kender hinanden godt. De er samtidig vant til at arbejde sammen og har dyb respekt for hinandens produkter. I Ribe har de erfaret, at det ikke nytter at konkurrere om turisterne, tværtimod så øger det omsætningen over hele linjen, når man går sammen om markedsføringen og løfter hinanden.

Derudover har Ribe og dens institutioner, gennem årene, været i stand til at tiltrække meget store donationer fra mange store fonde. Ifølge Flemming Just, direktør for Sydvestjyske Museer, er der sammenlagt tale om mere end en kvart milliard kroner.

Det blev for nyligt fastslået i en Realdania-rapport at 2/3 af Ribes besøgende kommer pga. kulturarven. Herudover også at erhvervslivet i Ribe har en ekstra omsætning på 92 mio. kr. pga. bygningsarven og 136 flere ansatte. Ribe har erfaret, at det betaler sig at passe på bygningsarven



Det handler hele tiden om at være proaktiv og sørge for at koordinere i stedet for at konkurrere"

BRITT STEFFENSEN NIELSEN, DIREKTØR FOR RIBE BYFERIE

og at bruge den som omdrejningspunkt i en turisme-strategi.

RIBE HAR TABT MANGE ARBEJDSPLADSER DE SIDSTE 20 ÅR – MEN INDBYGGERTALLET ER STABILT

I de sidste 20 år har Ribe mistet mange offentlige arbejdspladser. Sygehuset lukkede i 1998, og i forbindelse med kommunalreformen i 2007 mistede Ribe politi, domstol, rådhus og amtsgård. Samtidig flyttede også byens stolthed, seminarier, til Esbjerg.

De mange forskellige statslige og kommunale institutioner, som Ribe havde, betød naturligvis også en veluddannet befolkning. Befolkningen frygtede, at tabet af institutionerne ville betyde et fald i befolkningstallet og fraflytning af de veluddannede. Den foreløbige udvikling ser dog anderledes ud. Ribes befolkningstal har gennem de seneste mange år ligget stabilt omkring 8100 indbyggere.

De seneste år er det især de landsbyer, der ligger i cykelafstand (3-5 km) til Ribe, som har tiltrukket nye indbyggere. Landsbyen Lustrup har f.eks. fordoblet sit indbyggerantal, fra 150 til 300 indbyggere. Her er der bygget pæne og attraktive boligområder. Kommunen satser dog fremadrettet på at udvikle boligområder inden for Ribes bygrænser og efterlyser nu byggegrunde i bymidten.

Kvadratmeterpriserne i Ribe ligger på niveau med Kolding og Vejle, og aldersprofilen på befolkningen flytter sig. Der er blevet flere ældre borgere i Ribe. Det er veluddannede mennesker, som er på vej på pension, der har råd til at købe en bolig i byen. Denne gruppe søger til Ribe, fordi byen er tryk, har de basale funktioner og et godt byliv.

BYMIDTEN SOM RESSOURCE – BEVARINGSVÆRDIGE HUSE GIVER HØJE SALGSPRISER

Men det viser sig, at bygningsarven i Ribe også i sig selv tiltrækker folk. I førnævnte Realdania-rapport anslås det, at de bevaringsværdige enfamiliehuse i Ribe opnår 30% højere salgspriiser end de ikke-bevaringsværdige, og boliger som ligger i Ribe opnår 13% højere salgspriiser end områder hvor andelen af bevaringsværdige bygninger er lavere (under 15%).

Den stabile udvikling i befolkningen og turismen er godt for detailhandlen i Ribes bymidte. Kommunen og de øvrige aktører ved at bylivet, detailhandlen og turismen er gensidige afhængige af hinanden. Ribes detailhandel klarer sig generelt godt og antallet af butikker er forholdsvist stabilt. Men butikkerne er selvfølgelig pressede af alle de ting, som al anden detailhandel er presset af; internethandel, storcentre m.m.

Derudover er der i Ribe en speciel udfordring: Butiksløkalerne er forholdsvis små, fordi store dele af bymidten består af bevaringsværdige huse. Dette betyder også at man i bymidten har måttet sætte på et mix af små specialbutikker, i stedet for kæder. Størrelserne betyder simpelthen, at der er nogle kædebutikker, der ikke kan tiltrækkes.

Kommunen har sagt nej, når store butikker har tilbudt at lægge sig i Ribe Nord, men har givet flere supermarkeder lov til at bygge nyt i den yderste kant af bykernen. Handelslivet er dog fortsat bevaret inde i bykernen. De små butikker er ejerdrevne, og i modsætning til kæder har de derfor også et helt andet ejerskab til byen.

Kommunen arbejder aktivt med at få de kulturhistoriske værdier til at fremstå endnu tydeligere i bymidten. Langtidsparkeringen er flyttet ud i kanten af bykernen, således at bilerne ikke skæmmes den historiske bykernes gader mere end højst nødvendigt. Der er f.eks. også kun et minimum af vejskilte, derfor må trafikanterne færdes hensynsfuldt og enes om, hvem der skal køre først.

Kommunen har indrettet Det Gamle Rådhus til en slags borgerhus, hvor lokalerne bl.a. kan lejes af private, foreninger og erhverv. Den centrale plads, Domkirkepladsen er blevet gennemrenoveret med midler fra Realdania i 2012, og der er blevet sat lys på kirken om aftenen. Pladsen er langsomt blevet indtaget af udeservering, og man håber også at kunne introducere et madmarked på pladsen fra sommeren 2015.

NÆRHEDEN TIL ESBJERG ER EN FORDEL

Spørger man Erhvervschefen i Esbjerg Kommune, Kris-

tian Bendix Drejer, er det til stor gavn for Ribe at være en del af Esbjerg Kommune. Esbjerg er inde i en gunstig spiral. Det er især offshore-industrien, der skaber vækst og jobs i Esbjerg lige nu. Det betyder både flere hotelovernatninger og flere indbyggere til Ribe. Det tager kun 25 min. at pendle i bil til Esbjerg.

RIBE BYFORUM ETABLERES I 2008

– MED BAGGRUND I GODE ERFARINGER I ESBJERG

Efter kommunesammenlægningen fik Ribe et nyt samarbejdsorgan, Ribe Byforum, oprettet i 2008. I Esbjerg bymidte har man, med stor succes, skabt samarbejde mellem borgere, erhverv og politik/kommune der har resulteret i, at erhverv og grundejere har været med til at investere i fysiske forbedringer i bymidten. I Ribe Byforum har man på tilsvarende vis samlet repræsentanter for byens forskellige aktørgrupper.

Indtil videre har man gennemført projektet "Den røde tråd", der er en gang- og cykelforbindelse mellem de supermarkeder, der ligger nord for bykernen og den centrale handelsgade. Stien er markeret med en særlig rød belægning og der er etableret opholdsområder på udvalgte punkter, eks. hvor stien krydser åen. Formålet er at aktivere og sammenbinde Ribes forskellige byrum. Arbejdet med bymidten fortsætter med kulturarven i centrum: De næste projekter er bl.a. at få genetableret Skibbroen, renovere en række centrale historiske bygninger i gågaden til kulturformål og indrette ungdoms- og kulturhus i den gamle remise-bygning.

RIBE BOARDET

– DET NYE LOKALE SAMARBEJDSFORUM

I januar 2014 havde Jydske Vestkysten en artikel med overskriften "Butiksdød" om Ribes bymidte, de havde talt 13 tomme butikslokaler ved at gå en tur igennem byen. Det er ifølge Kristian Bendix Drejer ganske naturligt, at der er et par butikker, der lukker i vintersæsonen, da turismen spiller en stor rolle for detailhandel og cafeer. Det vakte dog stadig stor lokal opsigt, og Kristian Bendix Drejer reagerede prompte ved at stifte Ribe Boardet.

Ribe Boardet består, ud over Bendix Drejer selv, af lokale



Ribes velbevarede bykerne. At en lille gruppe ripensere for 100 år siden tænkte langsigtet, høster man nu frugterne af.

erhvervsledere og butiksindehavere, formænd for Industri- og Håndværkerforening og Handelsstandsforening, en lokal politiker og flere andre lokale aktører. Ribe Boardet skaber en direkte kobling mellem Ribes aktører og Kommunens Erhvervsudvikling. Det seneste år har boardet arbejdet med at lave brandslukning, de er trådt til hvor det har været nødvendigt, for at sende et klart signal om at der tages hånd om udfordringerne – store som små.

Således er emnerne både hvordan man kan handle ift. et specifikt tomt butikslokale, men også bosætning som en mere bred udfordring. Man har sat de rigtige folk i stævne og skabt nye samarbejder, der allerede i de første måneder skabte gode resultater; der åbnede både nye butikker, cafeer og restauranter i nogle af de tomme butikslokaler. Samtidig er kommunen blevet positivt indstillet overfor at de tomme butikslokaler, der ligger i sidegaderne til hovedstrøget, omdannes til boligformål

og at der fremover sættes på at koncentrere butikkerne langs hovedgaden.

Der blev i 2014 sat en strategiproces i gang for Ribe by, i første omgang arbejdes der med følgende tre spor:

- Forbedring af servicen i detailhandlen: Bl.a. ved at ud-danne personalet
- Bosætning: Bl.a. ved at oprette et velkomstmagasin for tilflyttere og
- En ungdomsgruppe

Der evalueres i 2015 på processen. Den næste udfordring er at videreføre visionsprocessen. Det skal ske i et samarbejde mellem de ca. 50 lokale aktører, der i processen er blevet en del af Ribe Boardet, og Esbjerg Erhvervsudvikling.

Esbjerg Erhvervsudvikling vurderede det som afgørende at gribe ind med det samme og tage hånd om ud-

fordringerne. De er klar over, at det er nødvendigt med en attraktiv bymidte med en velfungerende detailhandel, når man har 1 mio. turister årligt. Som Bendix Drejer siger: "Det er en af grundene til, at de overhovedet kommer."

DE LOKALES ØNSKE: EN BY-/EVENTKOORDINATOR

Der er enormt mange ildsjæle i Ribe, og der er nærmest ikke den ting, man ikke har en forening for. Ribe-mentaliteten er: "Her trækker man sig selv op ved hårene og får tingene til at ske", som Bendix Drejer udtrykker det. Kommunen har fundet ud af, det er vigtigt at der reageres hurtigt, når bekymringerne opstår i Ribe. Ildsjælene der gerne vil løfte er der, det er blot et spørgsmål om at hjælpe med at koordinere udviklingsarbejdet.

Det er netop dette, der er den største udfordring for Ribe lige nu. De lokale aktører ønsker sig en by-/eventkoordinator, der skal koordinere udviklingsarbejdet. Der sker enormt meget i Ribe, der er f.eks. mange festivaler, og derfor har byen brug for en person, der har overblikket over, hvad der sker hvornår, og som sørger for at koordinere imellem de forskellige aktører. Således kan der også opstå nye samarbejder og synergi, der kan udvikle både detailhandlen, turismen og bosætningen i Ribe.

I dag er det en af byens store turismeaktører, feriecenteret Ribe Byferie Resort, der tager ansvar for en del af koordineringen. De har erfaret vigtigheden i, at de kan illustrere over for potentielle gæster, at byen har events og oplevelser af høj kvalitet hele året. "Det handler hele tiden om at være proaktive og at koordinere i stedet for at konkurrere" som Britt Steffensen Nielsen udtrykker det. Hun forklarer: "Har vi f.eks. to festivaler samme weekend, som henvender sig til det samme segment, spørger vi os selv: Hvordan vi kan vi få de to festivaler til at samarbejde om events, i stedet for at konkurrere om gæsterne?"

RIBE: KUN 10-12% AF JOBSNE LIGGER I TURISMEN, MEN FREMTIDENS VÆKST LIGGER HER

Trods den fokuserede udvikling af Ribe som turistby, er det kun 10-12% af Ribes jobs, der findes i denne branche. Dem der ikke pendler ud af byen for at komme på arbejde, finder arbejde i Ribes industri, hvor der bl.a. fremstilles jern-, plast- og træprodukter. Disse virksomheder er i stor udstrækning fortsat på ripenserhænder, hvilket betyder, at de har et stort lokalt engagement. Der er bl.a. en erhvervsklub som puljer sponsorbidrag, og de midler går som direkte tilskud til kulturlivet i byen.

Der er ikke udsigt til stor vækst i arbejdspladserne i industrien, mens man ser et større potentiale for, at turismen kan udvikles yderligere. Især nu, hvor Vadehavet er blevet nationalpark og samtidig udnævnt til UNESCO verdensarv. I Ribe arbejder flere kræfter for at gøre byen til Porten til Nationalpark Vadehavet. Man forventer, at dette i sig vil skabe vækst og arbejdspladser i turismeerhvervene.

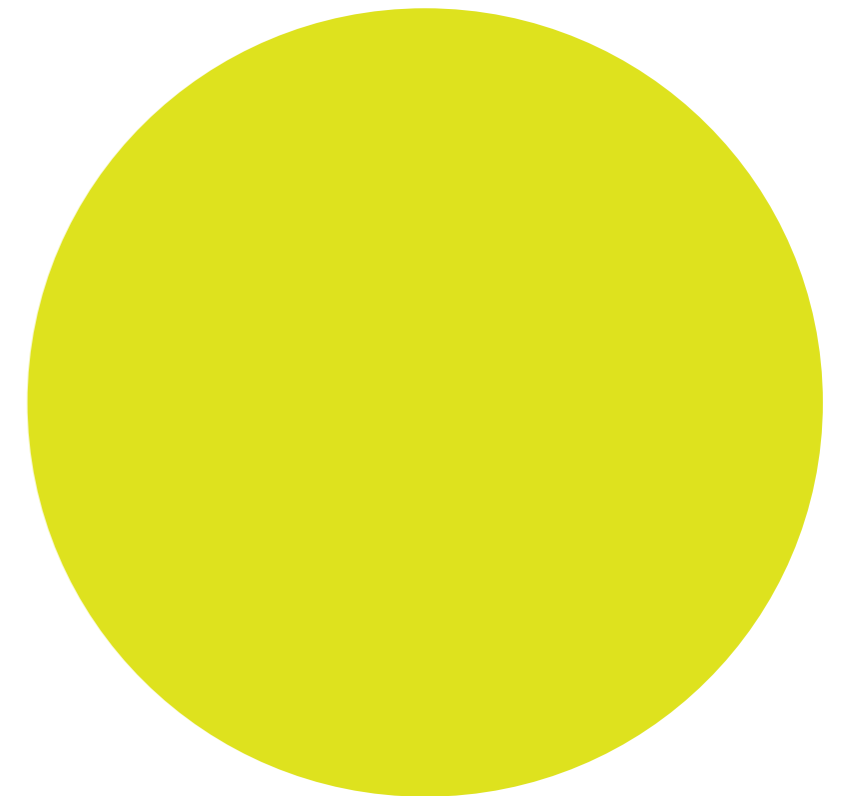
HVAD KAN ANDRE BRUGE RIBES ERFARINGER TIL?

Casen Ribe viser følgende:

- Trods stort tab af offentlige arbejdspladser er det lykkedes at holde indbyggertallet stabilt i Ribe. En velbevaret bymidte fremstår som en ressource, der både kan aflæses i mere end 1 mio. turister om året og i højere ejendomspriser.
- Samarbejde mellem kommunen og turismeaktørerne igennem mere end 20 år har professionaliseret turismearbejdet bl.a. med en klar satsning på kvalitet, som der investeres i at udvikle. Både ift. bymidten og turismen har kvalitet og samarbejde vist sig at give resultater.
- Også samarbejdet om fælles markedsføring, fokus på at løfte hinanden og koordinere i stedet for at konkurrere om gæsterne har givet pote ift. at øge antallet af turister
- Ribe har ved at fokusere på at udvikle egne styrker klaret sig godt i bykonkurrencen med bl.a. Esbjerg. ■



Skibbroen i Ribe



INSPIRATION TIL UDVIKLING AF DANSKE KØBSTÆDER

DANNENBERG

DANNENBERG KOMMUNAL CITYMANAGER HAR LØFTET BYMIDTEN

Den idylliske bindingsværksby Dannenberg (8000 indbyggere, 100 km fra Hamburg) har nået resultater i sin bymidteudvikling, der gør den interessant for danske købstæder. I 2002 etablerede kommunen en Stadtmarketing-enhed, der bl.a. har stået bag aktivering af 22 tomme butikslokaler, generationsskifter i detailhandlen, etablering af fælles udsalgssted for lokalt producerede varer og et markedsføringskontor i Hamburg. I 2006 kom et byforum til, hvor borgere, erhvervsliv, turistaktører og politikere drøfter ønsker til byens udvikling. Resultatet er bl.a. en smuk bymidte fuld af butikker, og ingen tomme butikslokaler.

Bindingsværksbyen Dannenberg har en hyggelig bymidte præget af individuelle butikker



I 2002 fik vi aktiveret 22 tomme butikslokaler med nye butikker. Og der er fortsat ingen tomme butikslokaler i Dannenberg"

URSULA FALLAPP, CITYMANAGER I DANNENBERG

BYFORNYELSE GAV TRAFIKSANERET OG SMUK BYMIDTE – MEN DER VAR 22 TOMME BUTIKKER

Fra 1985-2004 blev der gennemført byfornyelse i bymidten. Den smukke bindingsværksby kom til ære og værdighed: Byrum blev fornyet, facader sat i stand, og bygninger, der passede dårligt ind, blev revet ned og erstattet af bygninger, der passede bedre ind. Hovedgaden blev trafiksaneret med etablering af en omfartsvej, og der blev anlagt 680 parkeringspladser på bagsiden af hovedgaden, hvilket sikrer god adgang med bil til bymidstens butikker.

Da byfornyelsen var ved at være gennemført, var fysik-

ken på plads, men der var 22 tomme butikslokaler. Kommunen havde den ide, at de handlende skulle danne et anpartsselskab, selv indskyde kapital og udvikle handelslivet i bymidten ad den vej. Det viste sig at være urealistisk, da de manglede pengene til det.

2002: KOMMUNAL CITYMANAGER SÆTTER GANG I HJULENE

Kommunen lavede nu en ny "Stadtmarketing"-enhed og bemandede den med en chef, der havde arbejdet med bymidtefornyelsen og dermed havde et stærkt netværk blandt grundejerne og alle de andre aktører i byen. Første opgave for den nyansatte citymanager var at gøre noget

Dannenberg ligger 100 km øst for Hamburg. Byen, som er en selvstændig kommune, er grundlagt i 1153 og har 8000 indbyggere. Byen ligger i oplandet til Hamburg, men ellers i et lidt tyndt befolket område ved grænsen til det tidligere DDR.

Dannenberg er attraktiv som bosætningssted for yngre voksne og familier, og byen har ikke flere ledige byggegrunde at tilbyde unge familier. Fortætning er derfor nøgleordet i byen i disse år, hvilket også bidrager til at understøtte en levende bymidte med en stærk detailhandel.

Byen har betydelig nettoindpendling. Den er også en attraktiv handelsby, der er kulturelle foreninger, sports- og fritidsfaciliteter og en god dækning med læger, tandlæger og speciallæger. Der er også mange uddannelses tilbud inkl. gymnasium, og Dannenberg satser på "Livslang læring".

Byen indgår i et formelt kommunesamarbejde ("Samtgemeinde Ebtalau"), der rummer to større byer (Dannenberg og Hitzacker) og otte mindre byer med 400-1800 indbyggere. Alle kommunale forvaltningsopgaver løses i dette samarbejdsregi, men alle ti byer har fortsat eget byråd og egen borgmester. Den fælles politiske koordinering foregår via foreningen ALMA, hvor alle borgmestre deltager.

Store private arbejdspladser i Dannenberg er dækfabrikken Conti (390 ansatte), slagteri/kødproducent Wisenhof (100 ansatte), tekstilvirksomheden Nya Nordiska (125 ansatte). Dannenberg har også en skole for mentalt og fysisk handicappede, Wendlandschule, som alene beskæftiger 100 mennesker.

ved de tomme butiklokaler.

Hun fik grundejerne med på et forsøg: 1 euro i husleje pr. kvadratmeter om måneden i det første år (= 750 kr. om måneden for 100 kvm.) – til nye butikker for at give dem en chance. Efter det første år skulle butikkerne og ejerne selv aftale, hvor hurtigt lejen skulle stige til det normale lejeniveau i byen (5-10 euro pr. kvm./måned svarende til 450-900 kr. om året pr. kvm.). Frau Fallapps argument over for grundejerne: Lidt husleje er bedre end ingen leje! Det gik over al forventning. Fra januar til september 2002 blev alle lokaler aktiveret med nye butikker, og der blev skabt et "fremragende butiksmiks", som Ursula Fallapp selv udtrykker det.

Alle butikker klarede sig igennem det første år, ingen lukkede. Nogle lejere steg hurtigt til markedsleje, andre steg over nogle år med 1 euro pr. kvm. om året (i månedlig kvadratmeterleje). Kommunen betalte ikke tilskud til evt. omdannelse/istandsættelse af butiklokalerne. Dette måtte ejer og lejer selv ordne, ligesom de selv aftalte stigningstakten på huslejen.

Bevæger man sig i dag ad hovedgaden Lange Strasse og på Torvet i Dannenberg, finder man en mangfoldighed af små butikker: Porcelænsbutik, blomsterbutik, tøjbutikker, smykker mv. Langt fra billedet af butiksdød og skrækbillederne af tomme bymidter. Der er jævnligt butikker, der flytter til større eller mindre lokaler, men ingen butiklokaler, der står tomme i længere tid.

Stadtmarketing-enheden er meget opmærksom på, at der også fremover skal være liv i alle butikker, for som Ursula Fallapp siger: De individuelle butikker er Dannenbergs styrke og det, der adskiller byen fra større byer i regionen. Det er dem, der er med til at gøre den attraktiv som udflugtsmål fx for hamburgernerne, og bymidten markedsføres netop med denne styrke over for turister. Generationsskifter og en uddannelseskoalition er blandt de ting, citymanageren arbejder med for at holde liv i en stærk detailhandel.

1985-2004 Bymidten istandsættes for næsten 15 mio. euro

2002 Citymanageren ansættes

2002 22 tomme butiklokaler aktiveres i samarbejde med grundejerne. Citymanageren står bag.

2003- Citymanageren har hjulpet med fem generationsskifter i bymidtens butikker.

2003- "Uddannelseskoalition" etableres og har siden skaffet 41 lærepladser. Citymanageren står bag.

2005 "Kaufhaus des Wendlands": Udsalgssted for lokalt produceret kunsthåndværk mv.

2006 ALMA etableres: Forening for markedsføring og turisme. Kontingentindtægt: 160.000 euro pr. år.

2008 Markedsføringskontor i Hamburg etableres. Finansieres via ALMA.

2013 Bymidteapplikation. Finansieres via ALMA

2014 Torvehal med regionale produkter åbner. Finansieres via ALMA



Kaufhaus des Wendlands er et fælles udsalgssted for kunsthåndværk, fødevarer mv. fra regionen. Det er producenterne selv, der passer det.

GENERATIONSSKIFTER OG "UDDANNELSESKOALITION" UNDERSTØTTER BYENS DETAILHANDEL

Citymanageren understøtter generationsskifter ved aktivt at finde og skabe kontakt mellem folk, der vil afhænde deres butikker, og dem, der kunne være interesserede i at overtage dem. I perioden 2003-2014 har man hjulpet med at gennemføre fem generationsskifter (ikke finansielt, kun med kontakt/rådgivning). Blandt andet har det været afholdt en "generationsskiftemesse",

hvor det lokale handelskammer (som organiserer de erhvervsdrivende) deltog. Citymanageren kender alle butiksejerne i bymidten og kan dermed være på forkant ift. at indlede generationsskifteprocessen i god tid. Citymanageren har også dannet en uddannelseskoalition og skabt 41 yderligere uddannelsespladser i bymidten inden for detailhandel, sundhedserhverv etc. Nogle af butikkerne har ikke haft unge i lære i mere end 20 år. Der har det været godt, at citymanageren understøttede processen.



Man skal have en fastansat person, der arbejder med at udvikle bymidten."

URSULA FALLAPP, CITYMANAGER I DANNENBERG

Siden 2005 har Dannenberg haft et fælles udsalgssted for kunsthåndværk, stof/tøj, delikatesser mv. fra regionen. Det hedder "Kaufhaus des Wendlands" og blev etableret som forsøg i forbindelse med en konkurrence om innovative bymidteprojekter. Dengang deltog 6 kunstnere, og de havde åbent i 10 dage. Det var en stor succes, men der skulle flere til for at drive det. Det krævede en del



Frau Pruschke har drevet blomsterbutik i Dannenberg i mere end 30 år

møder at få skabt fælles fodslag i en større gruppe, men det lykkedes, og stedet er i dag kendt langt ud over byens grænser. Citymanageren hjalp med at bringe aktørerne sammen, facilitere møderne, finde og indrette lokalet, forhandle med ejendomsbesidderen, finde på navnet og markedsføre det nye varehus.

Lokalet er på 200 kvadratmeter. Det fungerer på markedsvilkår og drives af 20-25 kunsthåndværkere sammen (løbende lille udskiftning). Hver passer butikken to halve dage om måneden. Det passer rigtig godt, både ift. den husleje, den enkelte skal betale (1/20) og ift. den tid, man skal bruge på at passe butikken. Hver betaler 20 euro pr. løbende meter væg pr. måned, typisk har man 3-4 meter, men det varierer fra 1-6 meter.

"ALMA": FORENING FOR MARKEDSFØRING OG TURISME SIKRER BREDT ENGAGEMENT I BYENS UDVIKLING

I 2006 blev citymanageren suppleret med en "Forening for markedsføring og turisme". Foreningen hedder ALMA, hvilket står for "ALle laver MArkedsføring". Den rummer fire grupper, der jævnligt mødes og drøfter ønsker til udvikling af byerne i kommunesamarbejdet – med særlig vægt på turisme og markedsføring:

- Erhvervsgruppen, mødes hver måned (kontingent 120 euro/år)

- Turisme/gastronomigruppen, mødes hver 2. måned (kontingent 80 euro/år). Der er rabat, hvis man er medlem af handelsstandsforeningen eller turisme-foreningen.

- Borgergruppen, mødes hver 2. måned (kontingent 40 euro/år). Foreninger kan også melde sig ind i denne

gruppe. De betaler 200 euro om året eller 1 euro pr. medlem v/ færre end 200 medlemmer.

- Politikergruppen, mødes hver 3. måned (de to store byer Dannenberg og Hitzacker betaler hver 1,5 euro. pr. borger om året i bidrag, mens de otte mindre byer hver betaler 1 euro pr. borger om året i kontingent).

Et eksempel: Turisterhvervet ønskede, at Hamburgs trafikselskab HVV udvidede sit område til også at omfatte Dannenberg, så turister fra Hamburg kunne køre billigere på udflugt til Dannenberg. Det lykkedes, og det koster nu ca. 60 kr. for en enkeltbillet, som også bringer dannenbergerne billigere til Hamburg – hele 61% sparer de på billetten. Det tog mange år at få gennemført, men det lykkedes. Amtet betaler et tilskud på ca. 120.000 euro om året for udvidelsen af HVV-området.

Et reaktiveret kaserneområde kan også takke ALMA for sit nye liv som centrum for virksomheder, der arbejder med bæredygtig energi. Ideen kom fra dem. Der har i perioder været kritik af, at borgernes indflydelse på politikken blev for stor, men den kritik er stilnet af igen.

ALMA har 160.000 euro om året i indtægter. De bruges til at drive turistinformation i Dannenberg (to fastansatte), markedsføringskontoret i Hamburg (se nedenfor) og torvehallen i Dannenberg (se nedenfor) – og restbeløbet bruges til enkeltprojekter. Man bruger ikke penge på arbejdskraft til at organisere events i byen – arbejdskraften skal de frivillige selv levere. I de ti samarbejdende byer er der i alt 390 frivillige, der bidrager til disse aktiviteter, og bare i Dannenberg er der 40-50. Foreningen har eksisteret længere, men med styrket kraft under navnet ALMA fra 2006.

MARKEDSFØRINGSKONTOR I HAMBURG GØR REKLAME FOR REGIONEN

For at styrke bosætning, erhvervsudvikling og turisme lavede kommunesamarbejdet, som Dannenberg indgår i som største by, i 2008 et fælles markedsføringskontor i Hamburg-Altona. Kontoret har åbent mandag-fredag kl. 10-19. Man kan her booke rejser og dagsudflugter

til regionen, finde inspiration til den næste ferie, se ejendomme til salg og udstilling/salg af kunst og varer/produkter fra regionen. Der skal fremover mere fokus på også at tiltrække virksomheder. Projektet hører under ALMA, som finansierer det.

I 2014 kom endnu et projekt til i Dannenbergs bymidte: En torvehal med regionale produkter: kunsthåndværk, strik, træskærearbejde, frugt, specialfødevarer (sennep, likører etc.). De er 16 producenter, der leverer til torvehallen. Den har åbent torsdag/fredag/lørdag, og der er 40-60 kunder om dagen. Der er én kasse, hvor man betaler for alle ting, og Torvehallen afregner med producenterne en gang om ugen. Der er lige lavet hjemmeside + facebookside. Der arbejdes på at lave en ordning, så hver producent er der en gang om måneden på et fast tidspunkt, så kunderne kan møde ham/hende. Torvehallen er økonomisk bæredygtig og drives af ALMA, hvilket er praktisk, da der kan være mindre overskud/underskud fra måned til måned.

En mobilapplikation om bymidten så dagens lys i 2013, også finansieret af ALMA. Med push-beskeder gør den fx opmærksom på aktuelle tilbud i butikkerne og bidrager til at understøtte detailhandlen. Fra september 2014 til januar 2015 har man fået 1000 brugere. Det er meget sammenlignet med Lüneburg, der fra marts 2014 til januar 2015 fik 1400 brugere – selv om de er 78.000 indbyggere.

ET LILLE BUTIKSCENTER SKAL STYRKE KUNDESTRØMMEN I BYMIDTEN

For at tiltrække kunder fra et større opland, blev der i 2005 etableret et nyt butiksområde ca. 800 meter fra bymidten i Dannenberg. Området rummer Jysk, Edeka, en bager, en stor skobutik mv. Der er lavet god skiltning mellem bymidten og de to butiksområder i hhv. vestenden og østenden af byen. Man ønskede med de nye butikker at skabe en magnet, der kunne tiltrække kunder fra et større opland og også at tilføre nye kunder til bymidten. Planen er lykkedes, og butikkerne tiltrækker kunder fra et stort opland – også andre delstater.

For yderligere at styrke kundestrømmen i bymidten,



Ursula Fallapp har været citymanager siden 2002 og er omdrejningspunktet for udvikling og markedsføring af bymidten.

planlægges et nyt byggeprojekt: En række ikke-bevaringsværdige bygninger i enden af hovedgaden skal rives ned for at give plads til et lille butikscener, som indadtil bliver overdækket, og som mod gaden indføjers sig naturligt i gadebilledet, både hvad angår skala og stil. Det skal rumme en ny Edeka, en skobutik, en butik med gardiner/boligudstyr mv. Kvaliteten på udvalgsvarerne er højere end i det eksterne butiksområde og niveauet dermed i tråd med bymidtens butikker. Dagligvarebutikken Edeka giver et stort kundeflow til glæde for de andre butikker.

DANNENBERGS ANBEFALINGER TIL ANDRE BYER

Da Ursula Fallapp bliver bedt om at opsummere sine erfaringer med at skabe en aktiv bymidte, svarer hun:

- Lav en fælles organisering som ALMA, hvor kommune, turisme, erhverv/detailhandel og borgere/foreninger sammen kan drøfte byens udvikling og bidrage til finansiering af nogle af tiltagene.

- Aktiver de tomme butiklokaler, fx med symbolsk startleje som i Dannenberg. De giver et negativt indtryk af hele bymidten, derfor er det vigtigt. Tænk i at få mindre butikker ind, der giver et unikt indkøbsmiljø.

- Ansæt en person til at drive bymidteudviklingen frem – enten kommunalt ansat eller en ekstern konsulent. Det skal være en person, som er kontaktskabende, vedholdende, kan se tingene fra grundejernes og de handlendes perspektiv og evner at facilitere dialogen mellem aktørerne. Det er også vigtigt, at det er en ildsjæl, der nogle gange kan arbejde lidt mere end 37 timer.

- Det er vigtigt at have konstant fokus på bymidten, fx med at aktivere de tomme lokaler. Butiksarealerne i bymidten er ofte små, og det kræver en indsats at få dem lejet ud. Samarbejdsprojekter om bymidten bringer mange aktører sammen, hvilket styrker den fælles identitet i byen – ud over at de skaber resultater.

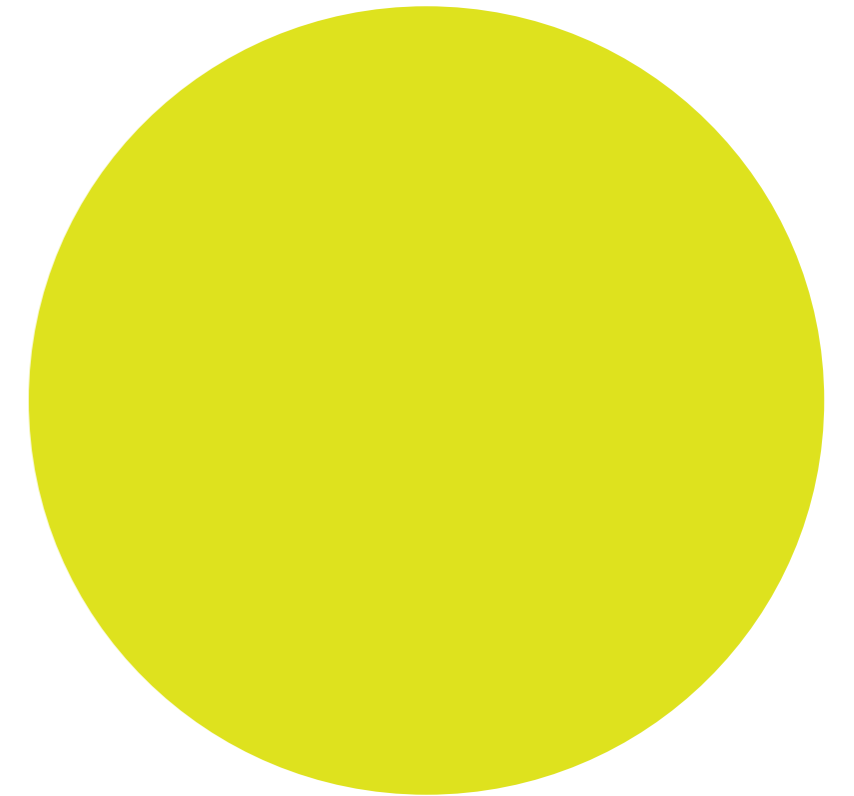
Frau Fallapp slutter med at sige, at der har været bred politisk konsensus om prioriteringen af bymidten i mange år. Det skyldes bl.a., at alle borgmestre mødes hver anden måned, når ALMAs kommunale gruppe holder møde. Her har man god lejlighed til at drøfte udviklingen og blive enige om de rigtige tiltag. Også her understøtter citymanageren: Det er Ursula Fallapp, der står for sekretærearbejdet, indkalder til møderne, holder oplæggene og skriver referaterne. ■



De små ejerdrevne butikker er bymidtens styrke – de giver den sjæl og karakter.



STRØØGGCENTRET



INSPIRATION TIL UDVIKLING AF DANSKE KØBSTÆDER

IKAST

IKAST FRA LUKNINGSTRUET HANDELS- STANDSFORENING TIL "VORES IKAST"

I den midtjyske by Ikast (15.300 indbyggere) er handelsstandsforeningen blevet afløst af en bredere forening, der forener detailhandel, erhvervsliv og kultur/sport i byen. Målet er at synliggøre Ikast som en attraktiv by at bo, handle og arbejde i. Foreningen har ansat en fuldtids citychef til at stå for arbejdet. Kommunen har fulgt processen tæt med ugentlige møder, hjælp til handlingsplan og analyser, og i de første tre år giver kommunen et økonomisk tilskud. Herefter skal foreningen være selv bærende.

Strøgcenteret som det ser ud i dag (2015)



IKAST HAR DET, MANGE BYER DRØMMER OM: EN OVERDÆKKET STRØGGADE

Mange byer drømmer om en overdækket handsgade som modsvar til butikscentrenes beskyttede indeklima. Det har Ikast haft siden 1992/93, hvor ejerne på Strøget gik sammen om at få overdækket gaden og gøre den til Strøgcenteret. Her ligger 35 butikker i "Danmarks eneste overdækkede handsgade". Ejedommene har forskellige ejere, der ikke samarbejder om markedsføring, fælles åbningstider, butiksudvikling og mere gennemgribende fysisk udvikling/opgradering. Den fælles centerforening har kun ansvar for basal fysisk drift (skifte pærer f.eks.).

Ikasts øvrige butikker finder man i bymidten omkring Føtex og Møllegade, hvor der bl.a. ligger flere genbrugs-

butikker, samt i Ikast Vest, som er en samling af butikker ca. 1000 meter fra bymidten.

HANDELSSTANDSFORENINGEN VAR KLARTIL AT NEDLÆGGE SIG SELV

– MEN DYNAMISKE FOLK MELDTE SIG PÅ BANEN
Trods den overdækkede handsgade var Ikast Byliv – handelsstandsforeningen for Ikast bymidte – klar til at nedlægge sig selv i 2013. Medlemstallet var vigende og stemningen trykket, præget af konkurrencen fra internettet og Herningcenteret med 60 butikker, der ligger 14 km væk. Der var en manglende tiltro til, at det nyttede. Ressourcerne var heller ikke store: en aktivitetskoordinator ansat på 10 timer om ugen var det, man havde haft i mange år.

2013 Handelsstandsforeningen Ikast Byliv overvejer at nedlægge sig selv.

Maj-juni 2013 Kommunen støtter en udviklingsproces for handelslivet. Resultatet er en handlingsplan, der bl.a. peger på behovet for bedre organisering.

Sommer 2013-forår 2014 Handelslivet arbejder videre med ideerne. Løbende dialog med kommunen.

April 2014 Vores Ikast dannes. Foreningen er for detailhandel, erhverv, kultur/sport og borgere og skal udvikle og synliggøre Ikasts kvaliteter.

Maj-september 2014 Foreningens formål, aktiviteter og kontingentstruktur konkretiseres. Kommunen afsætter tid og ressourcer i perioden. Vores Ikast rekrutterer hver uge nye medlemmer. Ny hjemmeside lanceres i starten af september.

September 2014 Kommunen bevilger 150.000 kr. i støtte for 2015, 2016 og 2017.

November 2014 Vores Ikast ansætter en fuldtids citychef: Vores Chef.

Marts 2015 Første generalforsamling i foreningen med massiv opbakning fra medlemmerne

April 2015 Vores Ikast har nu 190 medlemmer og regner med at nå budgetmålet for 2015



**Strøgcentret er Danmarks eneste
overdækkede handsgade,
og den styrke skal vi have meget mere
i spil"**

VIGGO MULVAD, FORMAND FOR VORES IKAST

Handelslivet i Ikast består af Strøgcenteret, Ikast Vest, Føtex og genbrugsbutikkerne i Møllegade



Men en gruppe handlende fra butiksområdet Ikast Vest hørte om det. De havde en god fælles energi og et godt samarbejde blandt andet om bl.a. søndagsåbent. De syntes, Ikast bymidte fortsat fortjente en handelsstandsforening, for uden den ville også julebelysningen i bymidten forsvinde. "Så ville vi nedgradere os selv til et niveau, hvor Ikast ikke hører hjemme. Det er kun i mindre byer, man ikke har julebelysning. Det ville være et dårligt signal at sende for handelslivet i hele byen", siger Viggo Mulvad, el-installatør fra Ikast Vest og senere formand for Vores Ikast.

ET SAMLET HANDELSLIV BAD KOMMUNEN OM HJÆLP TIL EN UDVIKLINGSPROCES

Ikast Byliv, Ikast Vest med de dynamiske forretningsdrivende og Strøgcenteret i Ikast Bymidte begyndte at tale mere sammen og se en fælles sag i en styrkelse af Ikast som handelsby. De kontaktede borgmesteren og præsenterede deres tanker for ham og forvaltningen. Det stod klart, at der var en vis handlekraft og energi i de tre handelsområder, men at de havde brug for hjælp til at komme videre og konkretisere tankerne. Erhvervskontaktudvalget besluttede derfor at bevilge 75.000 kr. til en udviklingsproces.



Erhvervsrådgiver Lone Jager Neldeberg, Ikast-Brande Kommune, har fulgt processen frem mod Vores Ikast tæt.



Jan Birk Knudsen har været citychef i Ikast fra 1/11 2014 – om tre år skal medlemskontingenterne kunne bære hans løn.

Et konsulentfirma blev hyret og gennemførte i maj-juni 2013 på en måned en proces med tre morgenmøder á to timer: Idemøde, visionsmøde, handlingsmøde. 20-25 butiksdrevende deltog på hvert møde. Diskussion var god, og der kom mange ideer på bordet. Imellem møderne blev deltagerens input bearbejdet, og efter en måned var der en handlingsplan klar.

Handlingsplanen rummede seks punkter, som handlede om fysiske indsatser som forbedret parkering og skiltning, bedre sammenhænge i byen og styrkelse af de enkelte områders særlige profil – fx et kulturområde og en "Second Hand Street" med genbrugsbutikker. Det syvende og sidste punkt hed "Samarbejde om handel og byliv" og handlede om en stærkere organisering af handelslivet, fx med en fastansat citychef. Ideen om en fælles paraplyorganisation, der omfatter handel, foreninger og kulturinstitutioner nævnes også.

Fra Ikast-Brande Kommune deltog erhvervsrådgiver Lone Jager Neldeberg og direktør Hans Jørn Laursen – "mest som observatører. Vi ville gerne følge med i processen, men det har hele tiden været afgørende for kommunen, at initiativet lå hos handelslivet". På det sidste møde deltog også planchefen Karina Kissum Jensen.

IDEEN TIL VORES IKAST LANCERES – HANDELSSTANDSFORENINGEN SKIFTER NAVN OG FORMÅL

Fra sommeren 2013 til foråret 2014 arbejder repræsentanterne for handelslivet i Ikast videre. Foreningen

Vores Ikast begynder at tage form. Gruppen præsenterer undervejs sine ideer for kommunen – "så de kunne se, at der var fremdrift, og også for at fastholde kommunens engagement i projektet", uddyber Viggo Mulvad, formand for Vores Ikast.

I april 2014 dannes Vores Ikast officielt på en generalforsamling. Teknisk set er det Ikast Byliv, der skifter navn og får nye vedtægter. Formålet med foreningen skal være at sætte Ikast på landkortet som en attraktiv by at bo, handle og drive virksomhed i. Medlemskredsen udvides til at omfatte detailhandel, erhvervsvirksomheder og sport/kultur. Enkeltborgere skal også kunne melde sig ind i en støttegruppe. Der laves en ny udvalgsstruktur. Der er 100% opbakning fra de fremmødte til navneændringen og de nye vedtægter. Aftenen er præget af energi og optimisme. Om de konkrete planer siger Viggo Mulvad:

"Visionen er aktiviteter, markedsføring, netværksmøder, en ny Vores Ikast-app, fælles hjemmeside, fælles fodslag og fælles kalender, storskærme, julebelysning, talerør over for kommunen og ikke mindst at skaffe flere medlemmer", som Viggo Mulvad er citeret for at sige i lokalmediet aob.dk. Men mere end det: Stoltheden og identiteten skal styrkes. Det handler om at få drivet og gejsten tilbage i Ikast.

Kontingentsstrukturen er på dette tidspunkt ikke på plads endnu, og der er fortsat kun en frivillig bestyrelse til at drive værket støttet af en aktivitetskoordinator på 10t/

KONTINGENTSTRUKTUR I VORES IKAST (BELØB PR. ÅR EKSKL. MOMS)

Foreninger	1200 kr.
Detailhandel (+ evt. beliggenheds-/medarbejdertillæg)	2950-9700 kr.
Industri, produktion, hotel, restaurant, avis, bank (tillæg for Strøgcenterplacering)	2950-7200 kr.
Liberale erhverv; øvrige håndværks- og servicevirksomheder	2950 kr.

Der er i foråret 2015 stiftet en forening, hvor privatpersoner kan melde sig ind. Kontingentet er 200 kr. for enkeltpersoner/350 kr. pr. husstand.

uge. Det står også hurtigt klart, at der er behov for en fastansat citychef, hvis foreningens mål skal indfries.

PLANERNE FOR FORENINGEN KONKRETISERES I TÆT SAMARBEJDE MED KOMMUNEN

Fra maj til september 2014 følger en intensiv tid, hvor kommunen og Vores Ikast arbejder tæt sammen. Målet er, at Vores Ikast kan præsentere konkrete planer og solid fremdrift inden budgetforhandlingerne i september og søge kommunen om midlertidig støtte til at ansætte en fuldtids citychef.

Kommunen afsætter i perioden tid og ressourcer til processen, er bl.a. behjælpelig med at udarbejde inter-essentanalyse, forretningsplan, planlægge udvalgs-møder mm. Kontingent-strukturen kommer på plads som noget af det første. Dermed kan bestyrelsen og de fire udvalg (Ikast City, Ikast Vest, Erhvervslivet, Foreningerne) hverve medlemmer. Udvalgene rekrutterer i egne rækker, og det fungerer godt på den måde.

Kommunen og Vores Ikast holder møde hver tirsdag morgen kl. 8-9 og gør status på fremdriften. Møderne med kommunen bidrager til hele tiden at holde energien oppe og italesætte succeserne undervejs.

VORES IKAST LANCERES OFFICIelt – FOR EN ATTRAKTIV BY MED HANDEL, ERHVERVSLIV OG BOSÆTNING

I første uge af september 2014 lanceres vores Ikast officielt. Logoet på hjemmesiden og bypylonerne skiftes. Samtidig er forretningsplanerne færdige, og foreningen er klar til at søge kommunen om tilskud.

Visionen for Vores Ikast er: "At sætte Ikast på landkortet som en attraktiv by, som er et godt sted at bo og arbejde i, og hvor der er et stærkt fællesskab blandt butikker, virksomheder, og sports- og kulturforeninger" og "At være den foretrukne handelsby her i Midtjylland – kendt for vores dynamiske og varierede byliv":

Missionen er: "At øge antallet af besøgende og tiltrække nye tilflyttere til Ikast, men også at inddrage borgerne aktivt i bybilledet og skabe glæde og tilfredshed, så det er her i byen, de foretrækker at handle"

Men der er mere end det. Foreningen ser det også som sit ansvar at få "skabt en konkurrencedygtig identitet, som gør byen attraktiv for både nuværende borgere, tilflyttere og medarbejdere i byens virksomheder."

Som eksisterende styrker fremhæver man særligt det stærke sportsliv og uddannelsesbuddene til børn og unge. Derfor giver det også god mening at inddrage



Viggo Mulvad, formand for Vores Ikast

netop sport og kultur i foreningen, for her er der mange lokale kræfter. (citererne ovenfor: www.voresikast.dk).

KOMMUNEN STØTTER VORES IKAST MED 150.000 KR. I TRE ÅR – OG EN CITYCHEF KOMMER TIL

I september 2014 søger Vores Ikast kommunen om 300.000 kr. i tre år, og et bredt flertal i byrådet bevilger det halve beløb, nemlig 150.000 kr. om året i 2015, 2016 og 2017. Beløbet kan bruges både til anlægs- og driftsudgifter, men kan ikke overstige 20% af det beløb, foreningen selv skaffer i medlemskontingenter.

Vores Ikast har årlige udgifter for ca. 1,2 mio. kr. til arrangementer, julebelysning, markedsføring, løn til citychef (fuld tid) og aktivitetskoordinator (10t/uge) administration mv. Medlemskontingenterne skal dække hele beløbet fra og med 2018. Indtil da bidrager tilskuddet fra Ikast-Brande Kommune til at bringe balance i budgettet.

Stillingen som citychef slås op og besættes fra 1/11 2014. Foreningen vælger en ansøger med et stærkt netværk i den lokale detailhandel: en butikschef fra Ikast Vest, Jan Birk Knudsen.

STATUS FORÅRET 2015: OPTIMISME, STYRKET SYNLIGHED OG PLANMÆSSIG MEDLEMSTILGANG

Det er nu april 2015, og citychefen har været ansat i seks måneder. Han og formand Viggo Mulvad fortæller, at stemningen er positiv i byen og uddyber:

+ Der er planmæssig medlemstilgang. Der er nu 190 medlemmer, og dermed regner man med at nå budgetmålet for 2015. Der er grund til at tro, at fremgangen også fortsætter i 2016 og 2017 i den planlagte takt.

+ Den nye hjemmeside har givet klart overblik over de mange aktiviteter, der faktisk er i byen. Handelsrelaterede events fylder meget i aktivitetskalenderen, men også foreningslivet bruger den til at synliggøre sine tilbud.

+ Den nye Facebookside har fået mere end 2000 medlemmer på få måneder.

For både hjemmeside og Facebookside gælder, at her kan medlemmerne synliggøres alle gratis aktiviteter, dvs. ikke butikernes tilbud, men gerne gratis events.

+ Der er gennemført en lang række events og taget initiativ til nye. Vores Ikast har bl.a. afholdt en Forårsmesse i Strøgcentret med stor opbakning fra byens virksomheder og butikker, med mere end 5000 besøgende og masser af positiv omtale. Det blev et "wake up call" for dem der ikke deltog.

+ Et nyt gavekort for butikkerne i Ikast blev lanceret 1. marts og er allerede godt på vej med mere end 400 solgte gavekort og nu mere end 70 indløsningssteder.

+ Der er nu stiftet et støtteklub der hedder Vores Ikast's Venner. Her kan privatpersoner melde sig ind.

Vores Ikast mødes fortsat en gang om måneden med Ikast-Brande Kommune ved Lone Jager Neldeberg. Man gør status på fremdriften, som kommunen gerne vil følge, fordi man støtter foreningen økonomisk. Der er også jævnlig kontakt til borgmester Carsten Kissmeyer, som altid er tilgængelig for en snak og også gerne vil følge udviklingen.

De fire udvalg i foreningen har fundet en god møderytme:

- + Ikast City: mødes mindst en gang om måneden
- + Ikast vest: mødes hver 2. måned
- + Erhvervsudvalget: mødes hver 3. måned
- + Foreningslivet: mødes mindst hver 2. måned

NÆSTE STEP: STRØGCENTRETS POTENTIALE SKAL INDFRIES

“Strøgcentret er Danmarks eneste overdækkede handelsgade, og den styrke skal vi have meget mere i spil”, siger formand Viggo Mulvad. “Det kan være med fælles åbningstider, med en flottere indgangsparti eller flere events. Det er også noget med, at enten udvikler vi os, eller også afvikler vi os. Herningcentret ligger tæt på.”

Butikkerne i Strøgcentret har, som Viggo Mulvad nævner, ikke fælles åbningstider, og det fysiske miljø trænger til en opgradering. Sammenligner man med et normalt butikscenter, er standarden lav og opholdskvaliteterne ringere. Udfordringen er, at de handlende og ejendomsbesidderne i Strøgcentret (som i mange tilfælde er de samme), ikke har samme drive ift. udvikling af centret som citychefen og formanden for Vores Ikast, begge oprindeligt fra Ikast Vest.

Det minder om, hvordan det hele startede: Selv om det var et samlet handelsliv, der hen-vendte sig til Ikast-Brande Kommune og bad om hjælp til en udviklingsproces, kom initiativet fra de dynamiske handlende i Ikast Vest. Måske de positive erfaringer med søndagsåbent og samarbejde i Ikast Vest bare har givet et drive og en optimisme, der først skal rodfæste sig i bymidten også. Og dog: hele overdækningen af centret skete på privat initiativ, så man har også her erfaringer med kollektivt at løfte en udviklingsopgave.

Det er en nærliggende tanke, at ejerne/butikkerne i Strøgcentret kunne have økonomisk fordel af at udvide samarbejdet til at omfatte den fysiske og øvrige udvikling af centret. Særligt fra udlandet kendes mange eksempler på, at koordinerede udviklingsprojekter af en handelsgade/bymidte giver en samlet økonomisk gevinst til ejerne. Hvorvidt kommunen, der ejer gadearealet, vil deltage i et sådant projekt, skal i givet fald afklares. Kommunen har under alle omstændigheder gode erfaringer med at understøtte en udviklingsproces, der er forankret hos handelslivet, og måske det ville være i kommunens interesse at presse på ift. en udvikling af Strøgcentret. En fysisk opgradering og udvikling af centret ville være i hele byens interesse, da bymidten fungerer som

kommunens visitkort og dermed også har en funktion i et bosætnings- og vækstperspektiv.

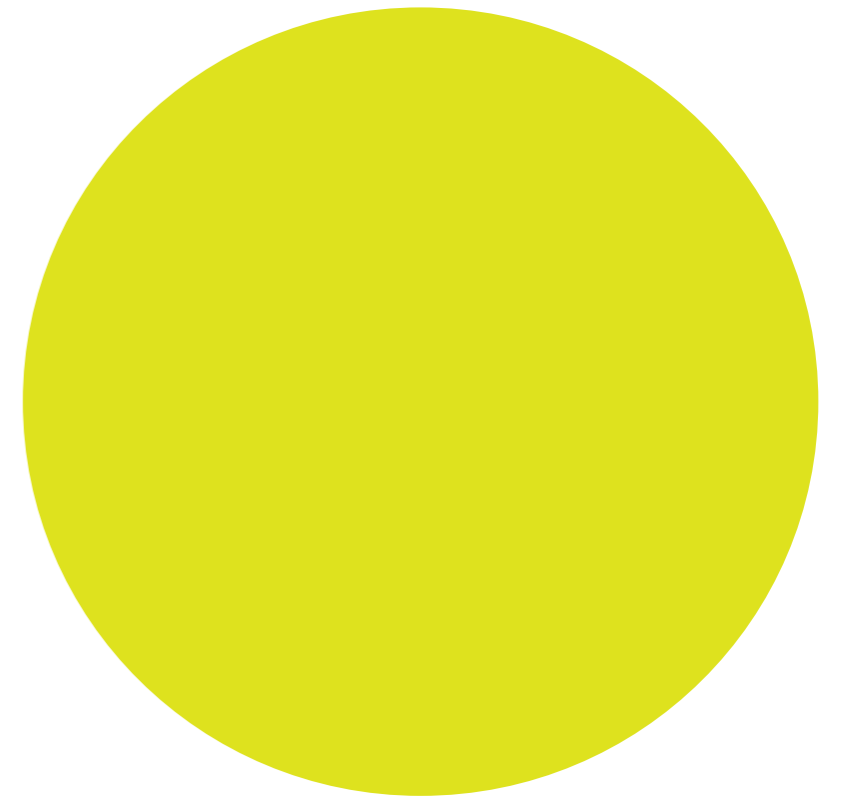
HVAD KAN ANDRE BYER BRUGE IKASTS ERFARINGER TIL?

Casen viser frem for alt følgende:

- I en by af Ikasts størrelse (15.300 indbyggere) er der typisk for få butikker til at de kan finansiere en fastansat citychef, men hvis medlemsbasis udvides til også at omfatte erhvervsvirksomheder og foreninger, kan det skabe finansiering nok
- En forening med et bredere formål kan arbejde for at skabe byliv, bosætning og øget handelsliv. Det er bemærkelsesværdigt, at denne i Ikast drives af andre aktører end kommunen.
- Der kan i en by være ressourcestærke aktører, som nemt kan aktiveres - mange virksomheder var med det samme villige til at melde sig ind, da de blev kontaktet.
- Kommunal støtte kan være afgørende, dels i form af penge til en udviklingsproces og som driftstilskud i et par år, dels i form af manpower til ugentlige møder og ansættelse af en medarbejder i nogle måneder til at udarbejde forretningsplan og analyser mv.
- Strøgcentret er Danmarks eneste overdækkede handelsgade, hvilket burde være en styrke, men centret er ikke fysisk opdateret, hvilket både svækker handelslivet og sender et lidt trist signal om Ikast som by.
- Bymidten er byens visitkort, og derfor har det betydning også ud over det handelsmæssige, hvordan bymidten og dens handelsmiljø tager sig ud. Hvor butikker og ejendomsbesiddere ikke selv tager initiativ til fysisk opgradering, falder denne opgave tilbage til kommunen – ikke nødvendigvis ift. finansiering, men ift. at skubbe en proces i gang, der engagerer alle bymidtens parter om en fælles og koordineret udvikling. Det har man gode erfaringer med fra processen om Vores Ikast. ■



Ikast Vest med bl.a. Løvbjerg og jem & fix



INSPIRATION TIL UDVIKLING AF DANSKE KØBSTÆDER

STRUER

STRUER BYENS DNA SOM AFSÆT FOR UD- VIKLING AF ERHVERV, KULTUR OG VELFÆRD

Struer ligger i det nordlige Vestjylland, lige syd for Limfjorden, og har omkring 10.300 indbyggere. Struer har gennem de seneste år arbejdet med projektet Lydens By, der gør lyd til omdrejningspunktet for kommunens udvikling. Det bygger på kommunens unikke styrkepositioner inden for lyd, udadtil forbundet med Bang & Olufsen (etableret i Struer i 1925). Projektet er forankret i kommunen, men gennemføres i samarbejde med lokale ildsjæle, turistiktorer og med handels-, erhvervs-, og kulturlivet.



Den permanente B&O-udstilling på Struer Museum skal i løbet af 2015 gentænkes. Den kommer til at spille sammen med det kommende Lydeksperimentarium.

2008 Ideen til Lydens By opstår

2010 Kommunen formulerer Lydens By-Strategien, men ønsker ikke at kalde Struer for Lydens By, før der er realiseret projekter

2012 Kommunen vælger at lancere Struer som Lydens By, samtidig afsætter de penge på budgettet til projektet

2013 Kommunen nydefinerer strategien og udformer en handlingsplan

2014 Der ansættes en projektleder på fuld tid til at drive projektet

2015 Motionsløbet "Run to the Beat", projektets første store event, afholdes

2017 Lydens By projektet har sin første kulmination, når det er en del af Kulturhovedstad Aarhus 2017



Målet er at fastholde, bygge videre på og forny områdets DNA – og de kompetencer, der er her"

CLAUS DAMGAARD, KOMMUNALDIREKTØR
I STRUER KOMMUNE

Det ligger ikke sådan til vestjyder at prale med det de kan. Men det er netop et af formålene med strategien Lydens By, som Struer har igangsat. Man skal blive bedre til at fortælle, hvad man er god til, og sætte det i spil på nye måder. Målsætningen er at skærpe Struers identitet, skabe erhvervsudvikling og velfærdsinnovation, udvikle kulturen og dermed tiltrække arbejdspladser, turister og tilflyttere. Alt sammen med lyd som omdrejningspunkt.

**BYENS DNA - EN PIONÉRBY MED IVÆRKSÆT-
TERÅND OG UNIKKE KOMPETENCER INDEN FOR LYD**
Struer er beliggende ved Limfjorden i det nordlige Vest-

jylland. Byen er en vore yngste købstæder (100 år i 2017) og begyndte først for alvor at vokse, da jernbanen kom til i 1865. DSB placerede deres vestjyske forvaltning i Struer, og byen blev endda større end ældre nærtliggende købstæder, som Skive og Ringkøbing. Der var en stor tro på fremskridtet, og byen tog for alvor kampen op mod de ældre købstæder, da den meldte sig ind i kampen om en række store institutioner. Inden for en kort årrække fik byen blandt andet Vestjyllands Statsgymnasium og store slagterier. De store arbejdspladser gjorde Struer til en rigtig tilflytterby, man bød udefrakommende mennesker og nye ideer velkommen. I 1925 etablerer Bang og Olufsen

sig i Struer, og med dem i centrum opstår der op igennem det 20. århundrede en højteknologisk klynge af virksomheder i Struer. B&O "avler" en hel del virksomheder, både fordi de efterspørger specielle kompetencer fra deres leverandører, men også fordi flere tidligere B&O-medarbejdere springer ud som iværksættere. Struer-kajakken i træ, der igennem mange år var verdens bedste, er eksempelvis skabt af en tidligere kabinetbygger fra B&O.

Springer vi frem til i dag, er situationen en anden. Optimismen er vendt og Struer er landet i en form for identitetskrise. Struer har de sidste 15 år tabt 2500 arbe-



Lydens by er andet en musik, det er også lydkunst.

jobspladser, og generelt har Struer været inde i en tilbagegang, også i forhold til befolkningstallet. Dog er Struer fortsat den kommune i Danmark, der har relativt flest arbejdspladser inden for teknologi i forhold til indbyggertallet, ledigheden er lav og antallet af iværksættere ligger over gennemsnittet for Region Midtjylland. Den højtuddannede arbejdskraft og de unikke kompetencer inden for lyd er stadigvæk til stede i Struer. Det er dét DNA, som Lydens By bygger videre på.

MODET TIL AT SATSE PÅ ET UNIKT OG ANDERLEDES BRAND

Ideen til Lydens By stammer tilbage fra 2008. Ideen om at brande Struer som Lydens By, i en tid hvor Struer generelt er præget af tilbagegang, opstod hos medarbejdere ved B&O i dialog med andre toneangivende personer i Struer. Ad den vej er ideen plantet i kommunen. Kommunen har taget projektet til sig og har siden været dem, der har ført projektet frem. Den grundlæggende ide er at "fastholde, bygge videre på og forny områdets DNA – og de kompetencer, der er her" som Kommunaldirektør Claus Damgaard udtrykker det. Målet er at skabe vækst og udvikling i Struer Kommune, ved at have "Lyd" som

omdrejningspunkt i tre strategiske spor: Erhverv, Velfærd og Kultur & Turisme.

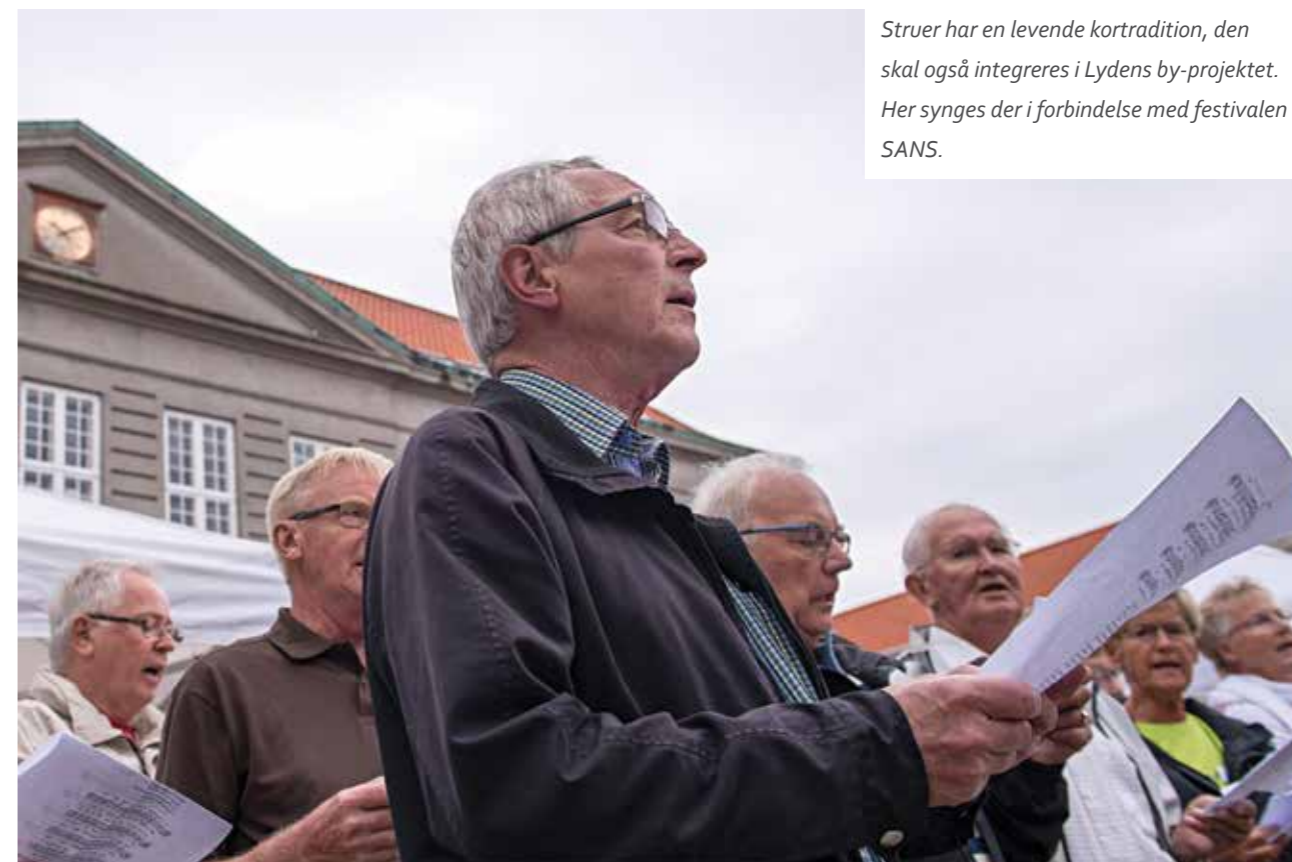
Struer kunne markedsføre sig på mange andre ting, eksempelvis beliggenheden ved Limfjorden, men det blev klart for kommunen, at det ikke var et særligt unikt brand. Stort set alle kommuner i Danmark kan markedsføre sig på deres natur. Man ønskede samtidig at satse på beskæftigelse og erhvervsudvikling, og her er lyd er en unik styrkeposition for Struer. Igennem 90 år har B&O opbygget deres brand og samtidig skabt en masse kompetencer inden for lyd i Struer. Lyd er en afgørende del af Struers DNA.

B&O har været en vigtig aktør i udviklingen af strategien, men bidrager ikke økonomisk til satsningen. De står til gengæld til rådighed med deres brand, viden og netværk. Det har allerede vist sig at have afgørende værdi i projektet.

Så sent som februar 2015 var der overskrifter i dagbladene omkring B&O's snarlige konkurs. Og det kan måske bekymre nogen, at Struer vælger en satsning som "Lydens By", hvor B&O spiller en central rolle, omend ikke økonomisk, dog så på anden vis. Men i Struer er de ikke bekymrede, som Claus Falk Petersen, Udviklingskonsulent i Struer Kommune, siger: "Vi har levet med truslen i mange år". Her tror man på at B&O klarer sig.

BESKÆFTIGELSE, BOSÆTNING OG BRANDING

Med den strategiske satsning ønsker kommunen at sætte særlig fokus på kommunens tre hovedudfordringer: Beskæftigelse, Bosætning og Branding. Tankerne om projektet blev allerede nedskrevet i 2010. Først arbejdede kommunen ud fra en ide om, at de ikke ville kalde sig Lydens By, førend der kunne fremvises nogle konkrete fysiske projekter i bymidten, der signalerede, at Struer virkelig var Lydens By. De var bange for, at det kunne komme til at klinge hult. Projektet blev i denne første periode drevet på deltid af Claus Falk Petersen. I efteråret 2012 ændrede man dog kurs, og byrådet besluttede at afsætte 1,5 mio. kr. årligt til projektet frem mod 2017. Ud over de penge, som kommunen selv har tilført projektet, har man opnået ca. 3,5 mio. kr.



Struer har en levende korttradition, den skal også integreres i Lydens by-projektet. Her synges der i forbindelse med festivalen SANS.

i ekstern finansiering fra stat, region, Kulturhovedstad Aarhus 2017 og fonde, dertil kommer private sponsorater af arrangementer mv. I kommunen er man meget bevidst om, at man som en lille kommune umuligt kan løfte finansieringen alene. Derfor er man hele tiden meget opmærksom på måder, hvorpå delprojekterne kan opnå finansiering.

2013 blev brugt til at identificere strategi og handlinger, og i maj 2014 har kommunen ansat en projektleder, Carsten Ege Møller, som nu leder kommunens Lydens By-satsning på fuld tid.

Carsten Ege Møller er forankret i Organisation & Udvikling i borgmestersekretariatet. Hver anden måned mødes han med en arbejdsgruppe, bestående af dem, som har ansvaret for delprojekterne på de enkelte spor. Carsten Ege Møller referer til Kommunens Erhvervs- og turismeudvalg, som har det politisk ansvar for Lydens By-satsningen. Derudover har han mulighed for at

konsultere et advisory board, blandt andet bestående af den administrerende direktør fra B&O. Organisationen er dog fortsat fleksibel, især fordi projektet stadig er under opbygning.

DEN LOKALE FORANKRING ER AFGØRENDE FOR SUCCES

I 2012 lanceres Struer officielt som Lydens By, og kommunen har startet dialogen med borgerne, andre lokale aktører og mulige samarbejdspartnere. Jesper Bækgaard, museumsleder for Struer Museum, der også er en vigtig aktør i projektet, mener at det har været en klog beslutning at offentliggøre, at Struer er Lydens By. Som han siger: "navnet forpligter", og der er blevet konkretiseret flere ting, efter at byen nu står ved, at den er Lydens By.

For at "Lydens By" forankres bedst muligt i byen, går kommunen forrest og forsøger at tænke lyd ind i alt, hvad de gør som kommune, samtidig med at de skaber en ramme for udviklingsaktiviteter. De tre spor, som angiver



Det lokale musikliv er en naturlig del af Lydens By-projektet.

retningerne for arbejdet: Erhverv, Kultur & Turisme og Velfærdsinnovation, har hver 12 konkrete delprojekter.

Hovedaktørerne er enige om, at det afgørende er, at man under Lydens By-paraplyen skaber helt nye projekter, der bryder med noget af det, man tidligere har gjort. Lydens By må ikke bare være en ny indpakning af gamle varer. Det betyder dog ikke, at man ikke inddrager og bygger videre på de potentialer, som Struer har i form af ildsjæle, steder, kompetencer, foreninger, events, erhverv mv.

Struer kan endnu ikke fremvise målbare effekter, som "Lydens By"-satsningen har skabt. Lige nu er fokus for kommunen at få skabt en god dialog internt i kommunen, men også med byens borgere og kultur-, turisme- og erhvervsaktørerne om Lydens By. Tanken er, at projektet skal forankres lokalt, førend det kan få national og international gennemslagskraft. Det skal være et fælles projekt for hele byen, og kommunen ved, at en sådan proces tager tid. Derfor er der fokus på mange små projekter, der skal være med til at skabe denne opbakning. Den lokale

forankring er første skridt, herefter skal kommunen og aktørerne i fællesskab finde ud af, hvordan projektet markedsføres udadtil.

Både Jesper Bækgaard og Claus Falk Petersen siger, at det er på grund af projektets karakter, at det indtil nu hovedsageligt har været styret ovenfra - da visionerne er udsprunget fra større lokale aktører og kommunen. I kommunen har man oplevet, at organisationen er vokset med opgaven, man tror på at Lydens By-projektet kan skabe udvikling. Det har været afgørende at få rene linjer imellem forvaltningen og politikerne, således at man sammen har kunnet udstikke en klar retning – indtil videre har man holdt fast i fem år. Visionen er klar, og delprojekterne formuleret, næste skridt er at inddrage borgerne, således at de bliver en del af projektet.

Det første større offentlige event, som også for alvor er et symbol udadtil på at Struer er Lydens By, er motionsløbet Run to the Beat, som afholdes i september 2015. Run to the Beat er et britisk koncept, som Struer afholder en

version af. I Struer er løbet selvfølgelig "Powered By Bang & Olufsen". Det er et motionsløb, hvor musik er inddraget langs ruten. I marts 2015 er der 1000 tilmeldte, heraf er ca. halvdelen fra Struer og omegn og halvdelen udefra. Man håber på knap 5000 deltagere i alt til motionsløbet og 1000 til efterfesten.

Den store milepæl for projektet er dog år 2017; her fejrer Struer sit 100-års jubilæum som købstad, og samtidig er byen en del af Aarhus 2017 (Europæisk Kulturhovedstad). Denne kulmination vil Struer markere med en lydfestival, der har fokus på at kuratere en mængde lydoplevelser, der skal foregå rundt omkring i byen henover et par dage. Samtidig skal selve Struer by også gerne byde på lydoplevelser i byrummene, denne fysiske manifestation er vigtig for projektet. Festivalen samarbejder med den allerede eksisterende sansefestival om at skabe en ny type festivaloplevelse.

LYDKOMPETENCERNE UDFORDRES OG SKABER VÆKST I ERHVERV – PÅ SIGT

Peter Petersen, direktør for BusinessPark Struer, har i Lydens By-regi arbejdet med at kortlægge lydvirksomheder i hele Danmark og identificeret de områder, hvor der er brug for et kompetenceløft, og hvor Struer dermed kan være med til at skabe værdi.

Dette har ledt til stiftelsen af Lydklyngen "Acoustic Design Center". Lydklyngen samler 20-30 virksomheder fra hele Danmark, med forskellige ekspertkompetencer inden for lyd. Lydklyngen skal hjælpe med at sætte de forskellige virksomheder sammen i nye teams, der kan løse opgaver, som virksomhederne ellers ikke ville have kunnet løse alene. På denne måde udfoldes lyd-eksperternes kompetencer på nye måder. Da initiativet kommer fra Struer, er det langsigtede mål, at der trækkes nye kompetencer og virksomheder til, og at der skabes arbejdspladser inden for blandt andet måling og laboratorier. Håbet er, at klyngen også vil fostre nye iværksættere, som kunne slå sig ned i Struer.

Derudover identificerede Peter Petersen, at der var brug for et kompetenceløft for teknikere, der arbejder med lyd på festivaler og til konferencer. Disse teknikere er tit

selvlærte, da der ingen formel uddannelse er på området. BusinessPark Struer har derfor, under Lydens By-projektet, blandt andet afholdt workshops for teknikere i Struer for at opgradere deres kompetencer.

Peter Petersen har selv en baggrund i B&O, hvor han har arbejdet i 32 år. Og det netværk, som han har fra B&O, har været afgørende i udviklingen af erhvervsprojekterne under Lydens By. Igen er det de kompetencer, som udspringer af byens DNA, der sættes i spil på en ny måde.

LEG OG LÆR DIG TIL MERE VIDEN OM LYD - OG DIN BY

I kultur- og turismesporet har man først og fremmest taget fat i at integrere lyden i børneinstitutioner, skoler og ungdomsuddannelser, som temauger mv. Hermed skal byens børn og unge blive mere bevidste om, hvilket sted de kommer fra, blive mere stolte af det og samtidig få nogle helt specifikke kompetencer inden for lyd, med sig videre ud i livet. Jesper Bækgaard udtrykker det sådan, at "Lydens By er ligeså vigtig indadtil, som det er udadtil". De fremtidige generationer skal være bevidste om deres bys DNA, tage det med på deres videre færd og dermed blive en slags ambassadører for byen.

På Struer Museum arbejder de i kultur- og turismesporet med et andet Lydens By-projekt. Her er de i en stor del af museet ved at realisere et Lydeksperimentarium, der bl.a. vil spille fint sammen med den permanente B&O-udstilling, der også ny-kurateres inden for de næste år. Eksperimentariet kommer til at bestå af en række "stationer", der er designet til lære brugeren forskellige ting omkring lyd og vores oplevelse af lyd, f.eks. om forholdet mellem synssansen og høresansen. Eksperimentariet står færdigt i løbet af 2015 og er en vigtig milepæl for kultur- og turismesporet.

BEDRE VELFÆRD VIA LYD

Forskning har klarlagt, at lyde kan stresses, men også være med til at helbrede os. Der kan designes lydmiljøer i forhold til ønsket adfærd og velfærd. Dette kan sættes i spil på skole-, sundheds-, ældre-, og handicapområdet og skabe større velfærd for eksempelvis den demente eller barnet med indlæringsvanskeligheder. Derudover er der selvfølgelig vide muligheder for at bruge lyd rekreativt i

byrum mv. Kommunen har meldt ud, at de gerne stiller institutioner, medarbejdere og byrum til rådighed som laboratorium for innovation på velfærdsområdet.

I øjeblikket fokuseres der på velfærdsteknologiprojektet "Patient@Home", hvor man ønsker at skabe innovation i forhold til brug af lyd i behandlingen af psykisk syge og demente. Kommunen arrangerer en række workshops, der skal få de sundhedsfaglige eksperter til at snakke sammen med de tekniske eksperter og eksperterne inden for lydterapi.

Det er ikke produktudviklingen, der er i centrum i første omgang. Fokus er at få netværket op at stå, at danne nye partnerskaber og at få, de meget forskellige, aktører til at "tale samme sprog". Men i det lange løb håber man hos BusinessPark Struer, at der kan produktudvikles i byen, og de øjner chancen for at blive førende indenfor en helt ny industri.

BYMIDTEN OG LYDEN

Struers detailhandel er presset af de ting, som presser al detailhandel i dag, men også af den nærmeste store by, Holstebros detailhandel. Kommunen har været meget aktive i forhold til at skabe en attraktiv bymidte, ved løbende at renovere og opgradere byrum i centrum. Gennem de kommende år vil bymidten få et yderligere fysisk løft, når kommunen, med hjælp fra Realdania, vil binde bymidten bedre sammen med havnen. Der skal skabes nye forbindelser på tværs af de store infrastrukturelementer, der tidligere har adskilt havnen og bymidten. Også i dette projekt er der fra kommunens side lagt op til at indtænke byens stedbundne potentiale: Lyd.

Næste skridt er at holde workshops omkring lyd i forskellige typer byrum. Her skal både kommunen, som er "kunden", samt arkitekter, tekniske eksperter og også lyddesignere indgå.

DET SKARPE FOKUS PÅ LYD GIVER POTE

Struer har med lyd, udvalgt et brand, der på én gang er meget bredt, men også meget smalt. Det er meget specifikt at arbejde med lyd. I kommunen oplever man, at den skarpe prioritering har givet pote i og med det

har skabt nye mulige samarbejdspartnere for kommunen. Man har f.eks. på museet haft nemmere ved at få de rigtige samarbejdspartnere i tale i forbindelse med Lydeksperimentariet. De har simpelthen fremstået som en mere professionel partner, fordi de har foretaget en klar prioritering.

Samtidig er der også nogle udviklingsmuligheder, kommunen har måttet sige nej til, og nogle fokusområder, man har måttet nedprioritere, fordi man nu satser benhårdt på Lydens By. Men i kommunen mener man, at det helt klart har været det værd. De beskriver det selv sådan, at de med Lydens By har defineret en ramme, inden for hvilken innovationen kan foregå, og nu begynder rammen lige så stille at blive udfyldt.

HVAD KAN ANDRE BYER LÆRE AF STRUER?

Struers arbejde med Lydens By-projektet viser følgende:

- Struers udviklingsstrategi tager udgangspunkt i byens DNA. Dermed bygger man videre på eksisterende styrkepositioner der giver byen en skarp profil i konkurrencen om arbejdspladser og tilflyttere.
- I 2012 valgte kommunen at lægge strategien om og melde ud at "Struer er Lydens By", selvom projektet kun var i en indledende fase. Det har vist sig at være en rigtig strategi, der har sat skub i udviklingsarbejdet: Navnet forpligter.
- Ved at afsætte 1,5 mio. på budgettet og ansætte en fuldtidsprojektleder for Lydens By har Struer Kommune vist modet til at udstikke en klar kurs.
- Med Lydens By har kommunen skabt en ramme, som byens aktører kan fylde ud i fællesskab, inden for tre klart definerede spor: Erhverv, Kultur & Turisme og Velfærdsinnovation.
- Struer bruger lyd som omdrejningspunkt for samarbejder, der rækker ud over kommunens grænser. ■



Jernbanebroens buer skiller bymidte og havn i Struer. På billedet ses midlertidige aktiviteter under festivalen SANS

KILDER OG FOTOKREDITERING

Forsidefoto er brugt under creative commons. Foto tilhører Bondesgaarde, Ribe: not quite medieval but very picturesque, <https://www.flickr.com/photos/77191165@No3/7617324166/>

Foto side 10 er venligst udlånt af Ribe Turistbureau

RINGE

Interview med planlægger Lisbeth Sommerlund, februar 2015

Interview med formand for Byforum Max Ravn, februar 2015

Interview med tidligere borgmester Bo Andersen, februar 2015

http://faaborg-midtfyn-2013.cowi.webhouse.dk/download/kp13_baggrundsmateriale/Detailhandelsanalyse_faaborg_midtfyn_KP13.pdf

Alle fotos tilhører COWI A/S

RIBE

Interview med Kristian Bendix Drejer, Erhvervschef i Esbjerg Kommune, februar 2015

Interview med Britt Steffensen Nielsen, Direktør for Ribe Byferie, februar 2015

Interview med Flemming Just, Direktør for Sydvestjyske Museer, februar 2015

Fotos er venligst stillet til rådighed af Ribe Byferie og Ribe Turistbureau.

Borset fra

- foto side 22-23, der er brugt under creative commons. Foto tilhører Bondesgaarde, Ribe: not quite medieval but very picturesque, <https://www.flickr.com/photos/77191165@No3/7617324166/>

- foto side 24-25, der er brugt under creative commons. Foto tilhører Johan Wieland, Kerk van Ribe (dus niet Stompertoren), <https://www.flickr.com/photos/johanwieland/2578256177>

DANNENBERG

Interview med Ursula Fallapp, Citymanager i Dannenberg, februar 2015

Samtaler med øvrige bymidteaktører under besøg i Dannenberg 2015

Alle fotos tilhører COWI A/S

IKAST

Interview med Carsten Kissmeyer, Borgmester i Ikast-Brande Kommune, februar 2015

Interview med Lone Jager Neldeberg, Erhvervsrådgiver i Ikast-Brande Kommune, februar 2015

Interview med Jan Birk Knudsen, Citychef i Vores Ikast, februar 2015

Interview med Viggo Muldvad, Formand for Vores Ikast, februar 2015

Fotos s. 43 og s. 51 er venligst stillet til rådighed af Vores Ikast, alle øvrige fotos tilhører COWI A/S.

STRUER

Interview med Claus Falk Petersen, Udviklingsrådgiver i Struer Kommune, februar 2015

Interview med Carsten Ege Møller, Projektleder Lydens By Struer Kommune, februar 2015

Interview med Jesper Bækgaard, Museumsleder Struer Museum, februar 2015

Interview med Peter Petersen, Direktør Struer Businesspark

Kronik i DKNYT 25. marts 2014: Der er en grund til at lytte til Struer, kommunaldirektør Claus Damgaard

Alle fotos er venligst stillet til rådighed af Struer Kommune

INSPIRATION TIL UDVIKLING AF DANSKE KØBSTÆDER - EN EKSEMPELSAMLING

© COWI A/S

Udgivet Maj 2015

Forfattere

Torsten Bo Jørgensen og Emma Lorenzen

Design og layout

Emma Lorenzen

Udgivet af Ministeriet for By, Bolig og Landdistrikter

ISBN-NR 978-87-7134-139-3

COWI

De store og mellemstore byer i Danmark oplever vækst, mens mindre byer og landdistrikter må udvikle klare strategier for at holde befolkningstallet og udbygge erhvervsmæssige styrker.

Eksempelsamlingen viser fem byer, der har fundet nye strategier i lyset af de strukturelle og demografiske udfordringer. Alle byer er mellem 5.000 og 15.000 indbyggere. De ligger i pendlingsafstand til en større by, men har hver fundet strategier, der udnytter deres særlige potentiale.



MINISTERIET FOR BY, BOLIG OG LANDDISTRIKTER

Gammel Mønt 4, 1117 København K

Telefon: 33 92 29 00

www.mbbi.dk