



INNERSTADEN
GÖTEBORG

Göteborg del i unikt samarbete för levande stadskärnor

Nu går över 40 städer ut med ett gemensamt upplysningsmanifest. Tillsammans vill man stärka kunskapen om hur varje konsument genom sina val kan påverka stadskärnans och samhällets utveckling. En levande stadskärna skapar trygghet och arbetstillfällen.

Initiativet kommer från en lokal verksamhet i Malmö, samtidigt har flera verksamheter i städer runt om i Sverige haft liknande funderingar. Idéerna togs om hand och fördes vidare i det nationella nätverket av cityorganisationer och snart tillsattes en arbetsgrupp.

– Problemet är att kunden ofta inte är medveten om hur deras val faktiskt påverkar deras egen närmiljö på sikt, när de klickar hem en vara från ett annat land. Att det till exempel innebär färre arbetstillfällen och missade skatteintäkter, som bland annat går till vår välfärd. Jag önskade en informativ kampanj som skulle upplysa och skapa medvetenhet, utan att skriva någon på näsan, säger Marie Strinnholm på Popolino i Malmö.

Våra val är viktigare än vi förstår

Syftet med insatsen är att på ett engagerande sätt förtydliga vilket ansvar och vilken påverkan invånare och besökare har på våra stadskärnor. Budskapet är bredare än bara handelskonsumtion och fokuserar även på mat, tjänster och upplevelser. Det handlar om utbudet och platsen i sig som gör våra stadskärnor levande och välbesökta. Att varje individ bidrar bara genom sitt besök. Folk drar folk, och en välbesökt plats upplevs även som trygg.

– Pandemin har i de större städerna visat på stadskärnans sårbarhet och satt det lokala i fokus. Det finns en större öppenhet bland människor att ta till sig effekterna kring val av konsumtion. När det hittills är drygt 40 städer som anslutit sig, så hoppas jag att kampanjen ska få bra genomslagskraft och få folk att tänka till och bidra till en hållbar och långsiktig förändring. Invånare och besökare behöver bli medvetna att de kan göra skillnad och också kan bidra till trivsel, trygghet och ett pulserande hjärta. Stadens kärnan är ju allas vardagsrum att mötas och vistas i, säger Lena Dalerup VD Innerstaden Göteborg

Om initiativet

Upplysningsinsatsen lanseras den 9 november och kommer att synas nationellt i olika digitala medier, där cityorganisationerna har stark lokal förankring, samt fysiskt på plats i respektive stad. Utöver detta planeras spridning via olika samarbetspartners. I all kommunikation hänvisas till en landningssida www.ingenpulsutandin.se där mer information finns att läsa.

Följande organisationer deltar:

Aktiv Handel Falköping	Kristianstad City
Attraktiva Laholm	Linköpings innersta
Attraktiva Oskarshamn	Lund Citysamverkan
Bollnäsdraget	Malmö Citysamverkan
Borås City	Mölnåls Innerstad AB
Centrala Stadsrum Falun	Nysam – Nyköping i samverkan
Cesam Örnköldsvik	Position Eskilstuna
City Trollhättan	På Stan Ängelholm
City Örebro	Stadsliv Kiruna
Destination Östersund	Stadsutveckling i Sundsvall
Eslövs Stadskärneförening	Svensk handel Luleå
Företagarna Piteå	Södertälje City
Gävle Citysamverkan	Unika Ludvika
Göteborg City Shopping	Uppsala Citysamverkan
Halmstad City	Visit Skellefteå
Handel i Sölvesborg	Visit Umeå
Handelsplats Höganäs	Vänneshandlarna
Helsingborg City	Västervik City
HessleCity	Västerås Citysamverkan
Kalmar City Samverkan	Ystad i centrum
Karlshamns Centrumförening	Åmål
Karlskrona City	

För exempel på text, fakta samt logo, se bilaga samt www.ingenpulsutandin.se

För mer information, kontakta:

Lena Dalerup, Innerstaden Göteborg 0706213053

Marie Strinnholm, butiksägare Popolino Malmö info@popolino.nu

Representanter från arbetsgruppen:

Pia Sandin, VD Malmö Citysamverkan 0733-307015

Lisa Thörn, VD Uppsala Citysamverkan 0709-140080

Björn Bergman, VD Svenska Stadskärnor 0702-238624