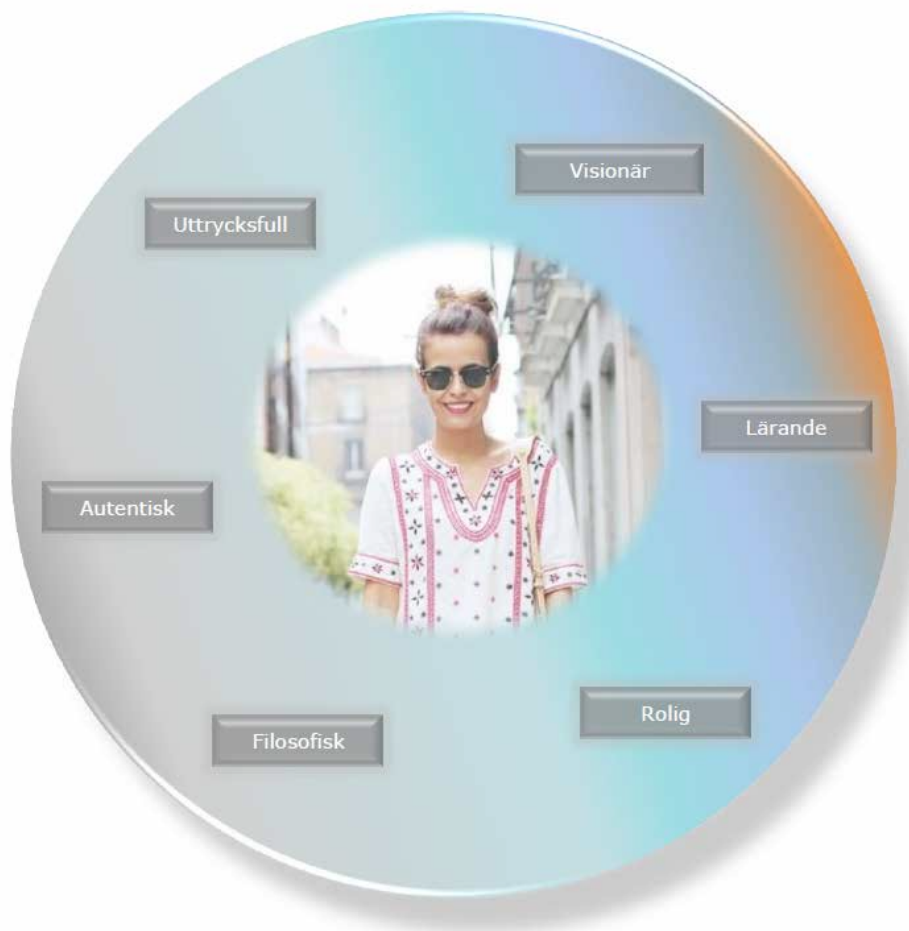


Kommersiellt koncept

Lunds city

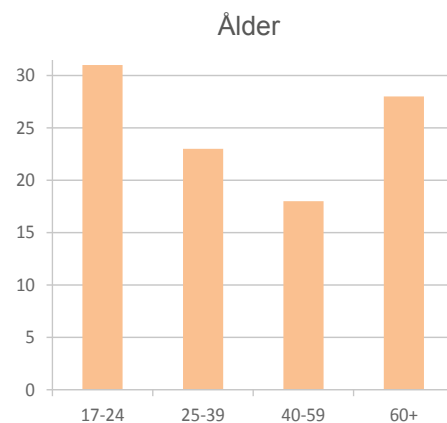
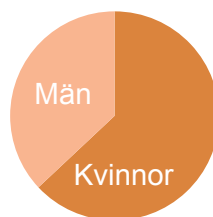
en sammanställning



Lunds citysamverkan och Handelsförening har tillsammans med Lunds kommun bett Reteam att ta fram en strategi för detaljhandel i Lunds stadskärna. Strategin inkluderar intervjuer, analyser och kartläggningar av detaljhandeln i Lund. I den här sammanfattningen lyfts i korthet resultatet från intervjuer och undersökningen mind16 upp samt några möjligheter till förbättring i Lunds stadskärna.

Vilka intervjuades?

Under en vecka i februari 2016 mellan klockan 9 och 21 intervjuades 415 personer på Lilla fiskaregatan, Stortorget och Clemenstorget. Främst svarade kvinnor och åldersgruppen som dominerade var 17-24 år vilket kan bero på den stora andelen studenter i Lund. Av de som svarade kom 66,5% från centralorten och av dem var 26,7% boende i centrum. Totalt var 71% av de som svarade boende i Lunds kommun. Övriga kom främst från de närliggande kommunerna som Malmö, Staffanstorps och Lomma.



Vad svarade de?

De flesta som deltog i undersökningen föredrog att shoppa i staden framför att shoppa på köpcentrum. Förutom Lund centrum shoppade de flesta i Malmö, på Emporia och NovaLund. Många tyckte att dessa hade ett stort och bättre utbud och att det framför allt var samlat på en plats.

Utbud och shoppingmiljö var två av de viktigaste faktorerna för de intervjuade och även det som lyftes fram som förbättringsmöjligheter för Lunds stadskärna. Ord som nämndes vid intervjuerna var "fler", "mer variation" och "bättre". Undersökningen visar också en önskan om mysigare och mer nischade butiker.

I övrigt önskades att trafikmiljön förbättrades genom att trafiken minskades i centrum samt att det blev lättare att ta sig fram som gående, med cykel och med bil. De som önskar en bättre shoppingmiljö önskade en mysigare, renare och mer tydlig kärna i staden.

Var föredrar du att shoppa?

- I köpcenter (27%)
- På shoppinggator (73%)

Om du inte shoppa i Lund C, var shoppa du då?

- Malmö (35%)
- Emporia (12%)
- Nova Lund (17%)
- Helsingborg (4%)
- Nätet (4%)

Vad är viktigt när du shoppa? (flerval)

- Utbud - mix och profil (44%)
- Atmosfär och shoppingmiljö (26%)
- Service och bemötande (22%)
- Kvalitet (18%)
- Pris (16%)

Om du kunde, hur skulle du förbättra Lund city?

- Trafikmiljön
- Större utbud bland butikerna
- Shoppingmiljön och stadskärnan
- Fler aktiviteter
- Bättre öppettider



Atmosfär

Mind 16: The emotional-sensual shopper

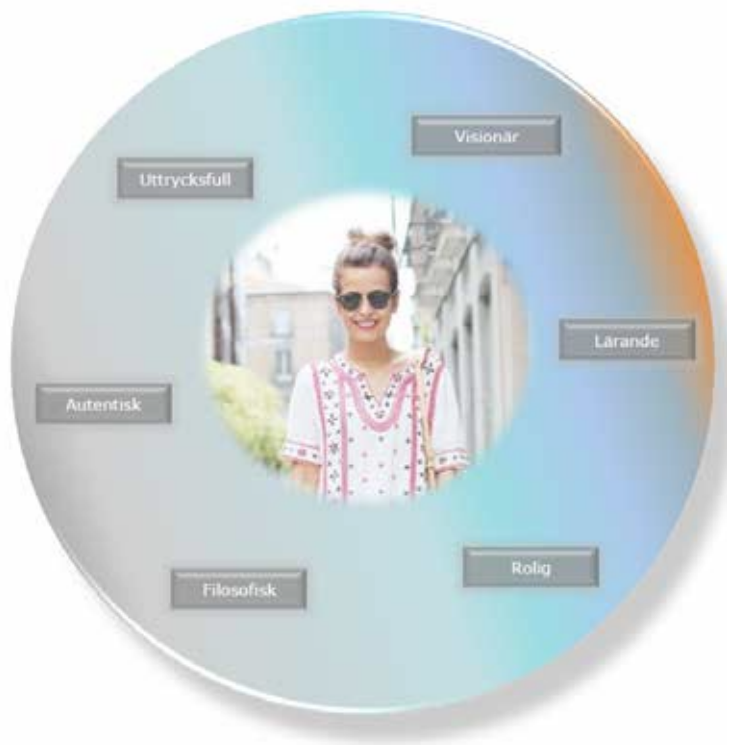
Undersökningen mind16 handlar om att definiera en personlighet med önskningar och värderingar hos konsumenter och i detaljhandeln. I samband med intervjuer fick deltagarna titta på bilder och välja önskade stämningar och miljöer. Fyra olika typer av personligheter presenterades och det sammanställda svaret efter intervjuerna visar att Lund får en kombination av personligheterna *sensual* och *emotional*.

mind/16[®]
placemaking optimizer

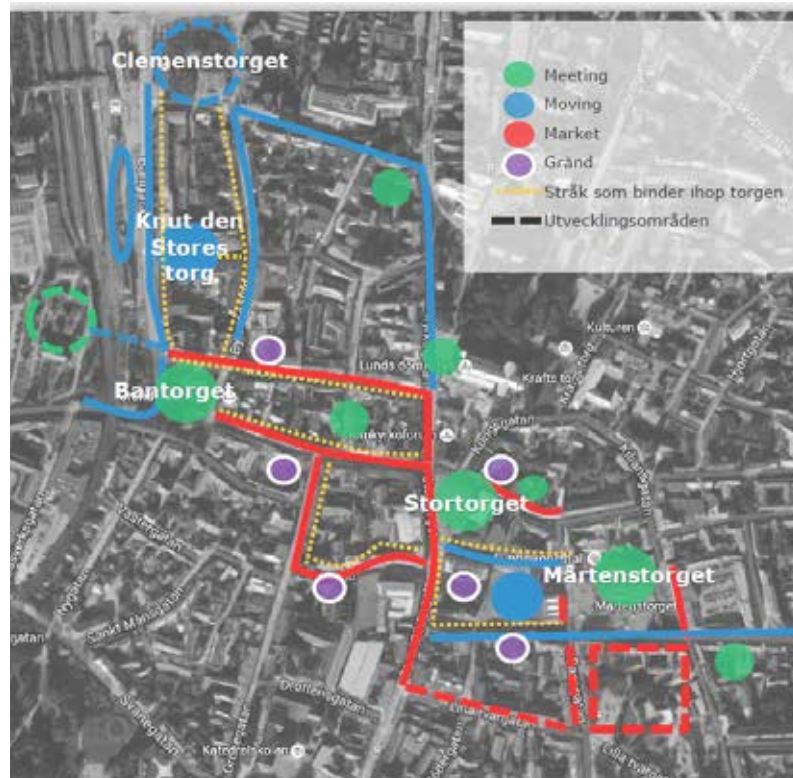
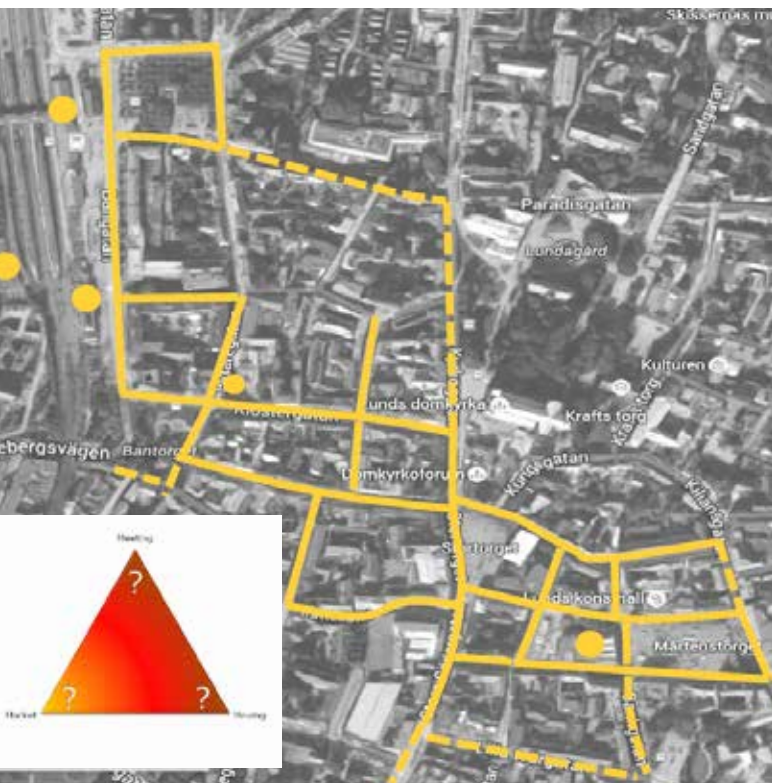
Det ger en moodboard med känslor och karaktäristiska attribut som lockar personlighetstypen. Färgerna ovan visar till exempel texturer som är mjuka och lena vilket representerar *sensual*. Bilden nedan visar interiör som intervjupersonerna uppskattade. De här bilderna utstrålar värme och energi precis som typen *emotional*.

Några viktiga värdeord som stämmer in på personligheten och som också förmedlar känslan som önskas i Lunds stadskärna är: uttrycksfull, visionär, autentisk, klassisk, lärande, filosofisk och rolig.

De här kärnvärden och moodboarden är baserade på resultaten från mind16, både från människorna som intervjuades samt Lund som stad. Lunds stadskärna kan därför använda dessa ord i sin marknadsföring, design och utbud för att möta önskningar och preferenser i Lund.



Analys av handelsstråken



Reteam undersökte även olika zoner i Lunds stadskärna och tittade på stråk och olika möjligheter till förbättring. Enligt undersökningen finns det tre orsaker att besöka stadskärnan: meeting (syftet är att samlas), moving (syftet är att passera) eller market (syftet är att handla). En butik i stråket moving kan exempelvis utnyttja läget genom att göra det enkelt att snabbt stanna till vid en butik.

Några förslag till förbättring i Lunds stadskärna

- Utnyttja skyltfönster för att visa på aktivitet inne i lokalerna
- Se till att det är städlat kring butiker och tydligt skyltat
- Ta till vara på gränder och torg som mötesplatser
- Undvika långa och repetitiva fasader - levande fasader med mycket aktivitet sänker tempot på gatorna
- Se till att det blir lättare för gående att ta sig fram
- Fler event på torg och gator som att flytta ut konst eller evenemang i det offentliga rummet

