

# MALMÖ CITYSAMVERKAN

## VERKSAMHETSPLAN 2023

*Den årliga verksamhetsplanen baseras på  
Strategier för Malmö City 2021-2025*



# 1. Samordnade satsningar

## Julmarknad

Såväl 2021 som 2022 stod vi som arrangör till en välkomnande och variationsrik julmarknad mitt i city med fokus på det lokala och regionala, i samarbete med Malmö stad. Vi vill återigen söka bidrag från Malmö stad för ett genomförande 2023. Utgångspunkten är samma upplägg som tidigare, med förbättringar som framkommer i utvärderingar.

## Julbelysning

Ridåer enligt tidigare år samt instagram-vänliga ljusinstallationer enligt 2019-2022 (ljusram och ljuskula), inklusive de extra inköpen för 2022 (större ljuskula samt änglavingar). Överväga ytterligare installation för 2023 och/eller utöka ridåer till fler gator, förutsatt finansiering på aktuell gata.

## Ljusplan för city

Arbetet med att förankra ljusplanen hos främst fastighetsägare och kommun fortsätter enligt tidigare beslut att ljusplanen ska användas där och när det finns kraft och i samband med annat arbete. Styrelsen tittar gemensamt på vilket det första projektet kan bli, med ambitionen att det ska genomföras under 2023.

## Årets Stadskärna

Malmö Citys delmål är att koras till Årets Stadskärna 2023. Detta innebär ansökan senast februari 2023, jurybesök mars/april 2023, resultat under maj 2023. För att kunna skicka in en komplett ansökan krävs att alla parter har bidragit till olika delar av ansökan, läst igenom och står bakom det fullständiga dokumentet samt finns tillgängliga för jurybesök. Svenska Stadskärnors årskonferens, då vinnaren utses, äger rum i Helsingborg 31 maj – 1 juni 2023. Helsingborg vann 2022 och fick därmed option på att stå som värd för den kommande årskonferensen. Ansökan projektleds av arbetsgruppen, med stöd av såväl kansli som parterna gällande input. Eventuellt extra material tas fram av arbetsgrupp och kansli i samråd med en byrå.

## Nationell kampanj

Delta i arbetsgrupp för nästa steg i kampanjen Ingen Puls Utan Din. Planen är att steg 3 sker under Q2 och steg 4 sker under Q4. Arbetsgruppen har denna gång fått ett uppdrag som sträcker sig under hela 2023, vilket ger bättre förutsättningar till god framförhållning och därmed effektiva insatser och ökad synlighet.

## Destinationssamverkan

Arbetsgruppen med representanter från både Destinationssamverkan och Malmö Citysamverkan väljer ut vilka gemensamma samverkansprojekt som är aktuella att genomföra under 2023.



## 2. Satsa på Malmö City som besöksdestination

### Malmö City Presentkort

Under 2021 uppgick försäljningen till cirka 12 miljoner. En del av detta var på grund av den så kallade coronagåvan som gav företag chans att ge 2000 kr extra skattefritt som gåva. För 2022 ligger målet på 8 miljoner. Sedan målet sattes så har bolaget vunnit en upphandling hos Malmö stad, jämte ytterligare en aktör. Upphandlingen är värd upp till 10 miljoner per år totalt. Målet för 2023 är att sälja för 13 miljoner kr, vilket motsvarar en ökning på 20 % per år om vi utgår från 2019 som var det senaste "normala" året och adderar det vi bedömer att upphandlingen bidrar till (60% köper julklappar och 70% av dessa väljer vårt presentkort).

Följande kampanjer och åtgärder är inplanerade:

Q1:

- Under 2022 skapas en integrerad koppling mellan Malmö stads Marknadsplats EKOT och vårt system. Med nya och förbättrade funktioner som etikettutskrift för leverans, mottagningsbekräftelser, automatisk aktivering av kort och automatiserade bokföringskopplingar. Förbättringar kan ske även under 2023.
- Utifrån upplägget med integrationen med EKOT skapa en helt ny webshop med liknande funktioner som mot EKOT men också andra förbättringar som t.ex. fler betallosningar.
- När den nya webshopen är klar och testad så lanseras en kampanj för presentkortet med budskap om smidighet och betallosningar.
- Påminna medlemmar om materialet som de själva kan använda digitalt. Informera om att det finns mer fysiskt skyltmateriale samt stämplor (alla kvitton stämplas med "Vid retur gäller tillgodokvitto") för de som behöver mer. (I de nya rutinerna för SoMe ska det framgå vilka verksamheter som tar emot kortet när vi lyfter dem på sociala medier, detta görs bl.a. med en samlad hashtag #malmocitypresentkort. Samt att nämna det i text och lägga till relevanta bilder där presentkortet är i verksamhetens miljö.)
- Inför påsken, kampanj om Presentkort i påskägget

Q2:

- Mors Dag 30 maj
- Studentpresent
- Sommargåva företag

Q3:

- Utskick till Malmös företagsgrupper



Q4:

- Företagsutskick, julgåva
- Annonsering om julgåva till personal
- Julkampanj, inkl. banderoll på S Förstadsgatan under december
- Annonsera på vägs skyltar under december 2023.

Under året:

- Fortsätta att använda skyltplats vid Pressbyrån på Södergatan så länge vi får.
- Se över om vi kan nyttja andra skyltplatser.

## Arrangemang

### International Food Festival – 12-16 april

Som tidigare år. Matfestival på Gustav Adolfs torg och Södergatan, anordnad av Geraud Markets, i samarbete med oss. Arrangemanget brukar ge ett uppsving på besöksantalet längs hela gågatan.

### Våryra – 15-16 april preliminärt

Evenemang på stan – musik, aktiviteter, involvera medlemmar. Eventuellt internationellt tema för att koppla ihop med Food Festival.

### City Awards – 8 juni

Nytt upplägg för röstning för att skapa ett större engagemang från allmänheten måste diskuteras fram. Förslag är att en expertgrupp tar fram tio verksamheter per kategori. Dessa kan allmänheten sedan rösta på. De tre verksamheter som får flest röster besöks av en jury som bedömer enligt fastställda kriterier och juryn enas om en vinnare i varje kategori. Kriterierna för samtliga kategorier ses över. Kategorierna Årets Butik och Årets Café bibehålls. Kategorin för restaurang föreslås bli Årets Lunchrestaurang. För de individuella kategorierna Årets Servicestjärna och Årets Ledstjärna kan alla skicka in nomineringar. Malmö Citysamverkan utser en vinnare per kategori. Alla finalister får diplom. Vinnarna av företagsutmärkelserna får en vandringsplakett att ha i verksamheten under året. Marknadsföring och annat material ses över för att både skapa engagemang och att sprida info om vinnarna.

### Design och Konsthantverkarmarknaden – preliminärt 30/9 – 1/10

Som tidigare år. 45-50 utställare på Lilla torg. Datum stäms av med projektledarna för Gallerinatten så att evenemangen sammanfaller.

### Strategiarbete 2021-2025

Fortsatt spridning till alla parter. Gärna genom deltagande på avdelningsmöten på kommunen och på samlade fastighetsägarmöten.

### Cityguiden

Kartan över citys utbud ska byta namn under 2023 samt uppdateras sent under Q1 för att ligga ute för distribution från våren, samt igen under Q3 för att ligga ute under vinterhalvåret. Undersöka möjlighet för att visa kartan i storformat någonstans i city.



## Undersökningar

### Utbudsundersökning

Dra nytta av Reteams undersökning som genomfördes under 2022 (samt 2014 och 2018) för att arbeta med utvecklingen av utbudet i city samt lyfta verksamhetens market approach.

### Konsument-/besöksundersökning

Att under 2023 arbeta med den undersökning som gjordes 2022 för att omvandla slutsatserna till operativa insatser och sprida till parterna. Undersökningen har besvarats både av de som redan besöker city och av de som inte gör det. Syftet är att förstå vad som lockar/vad som saknas för att kunna attrahera fler och nya målgrupper. Undersökningen ska göras igen efter 3 år för att se vilka förändringar som uppnåtts. Den ursprungliga undersökningen kan innehålla frågor om utveckling de senaste åren för att få omedelbar jämförelse. Den kan även innehålla frågor om områdena så att vi kan följa den upplevda utvecklingen av dessa.

### Medlemsundersökning

Hösten 2023: Genomföra en medlemsundersökning för input till 2024. Se över möjligheterna att få mer input, kanske via möten eller workshops.

## Värkning

Vi har under januari – 13 oktober 2022 värvat 18 nya medlemmar. Vi har i dagsläget 456 medlemmar registrerade i Chainels, vilket är rekord i föreningens historia. Under 2023 fortsätter vi att arbeta kontinuerligt med värkning av fler. En viktig del i medlemsvärningen är att bjuda in icke medlemmar till after work, invigningar, stormöten eller andra event eller insatser som vi har eller gör. Vi fortsätter även att skicka vissa nyhetsbrev till icke medlemmar så att de känner till oss och vad vi gör, för att underlätta värningen. Material inkluderar Vi:Medlemmar (som under 2023 uppdateras och endast kommer att vara digitalt/PDF), Årets som gått, medlemsförmåner.

## Stormöten

Under 2022 har vi bjudit in till större möten då cityövergripande information och inspiration stått på agendan, ofta med externa talare. Dessa har genomförts utöver områdesmötena som haft som syfte att driva respektive projekt framåt tillsammans med relevanta deltagare. Såväl stormöten som områdesmöten har varit givande och kommer att fortgå under 2023. Stormötena kommer att vara minst ett frukostmöte och en AW per termin. Olika upplägg på frukost (informativt) och AW (mingel och nätverkande, info om lättsamma saker som event mm). Fortsätta lägga ut sammanfattningar och länkar efter mötena.

Områdesmötena genomförs enligt respektive zons projektbehov.

## Tema Hållbarhet

För att ytterligare trycka på våra mål kopplade till Agenda 2030 (se dokument tidigare Målformuleringar) samt att visa upp citys hållbara utbud planerar vi att göra en temainsats kring detta. Det kan innehålla olika delar, såväl fysiskt som digitalt (guider på hemsidan, SoMe, skyltning, event), och engagera både medlemmar och andra parter (miljöförvaltningen, föreningar, organisationer).



## Utbildning

### Citykompetens

En utbildning i service och värdskap kommer att genomföras under Q1 2023. Detta görs i samarbete med flera andra städer och är redan finansierat av Svensk Handel Stiftelsen Köpmannaförbundet.

Under 2023 kommer vi att bjuda in till andras utbildningar (Handelsrådet, Miljöförvaltningen, Internetstiftelsen m.fl). Om behov för ytterligare utbildning finns, så kommer vi att undersöka möjligheten att göra en gemensam upphandling med Helsingborg City. Detta kan även omfatta konkreta utbildningar för att underlätta administrativ "börda" för verksamheterna såsom Pay by link, instagram butik el.dyl.

Behov av en specifik utbildning riktad mot restauranger kommer att undersökas under 2023 och vid tillräckligt stort intresse genomföras, gärna i samarbete med annan part.

### Stora Mediadagen

En fortsättning på Mediadagen planeras även under 2023, för att följa trender och underlätta för verksamheter som upplever utmaningar med sin kommunikation och marknadsföring. En halvdags inspiration och utbildning planeras med gästföreläsare.

## Skyltning och fysisk gestaltning

- Fortsätta med att informera medlemmar, även fastighetsägare, om hur man söker för 60 cm längs med fasad och att detta kan göras för en period på fem år i taget.
- Kommunicera goda exempel och inspiration i nyhetsbrev till medlemmar.
- Utredda lämpliga platser för permanenta och utrymmes Anpassade krukor såväl på mark som på fasad, eventuellt inom ett valt områdesarbete.
- Öka grundnivån hos medlemmar kring visual merchandising – genom utbildning och/eller genom samverkan med utbildningsleverantör med t.ex. LIA-perioder. Därmed också, vid behov, öka market approach baserat på Reteams undersökning 2022.
- Undersöka möjlighet till event kopplat till skyltning där befintligt näringsliv aktivt deltar, alternativt i lediga lokaler för att genom denna gestaltning förbättra upplevelsen av stadsmiljön.

## Restaurangarbete

För att fortsätta det fokuserade restaurangarbetet som inleddes med dedikerad projektledare under 2022 så föreslås följande insatser:

- Anordna en jobbmässa på Lilla Torg till våren i samarbete med krögarna kring Lilla Torg
- Bredda nätverket på Krognätversträffarna
- Ha en utbildning för krögarnas personal inom vin och öl och dess grunder
- Eventuellt ha en egen kanal i Chainels som är restaurangrelaterad med nyheter om tex tillstånd, när nästa krognätverksträff är etc



## 3. Situations- och områdesanpassad utveckling

### Områdesvist arbete

#### Område 1 (Södra Förstadsgatan, Triangeln)

Under våren kommer platsen vid Solens finger att färdigställas med perenner, träd och sittplatser samtidigt som kapaciteten för busstrafiken till området utökats kraftigt genom ombyggnaden av Davidshallsgatan. Vi fortsätter stärka med insatser i stadsmiljön t.ex. genom vepor, luftinstallationer, smyckning av lediga lokaler samt några evenemang, t.ex. till påsk, kring valborg eller Halloween. Södra Förstadsgatan är väl uthyrd men vakanser uppstår då och då så det kvarstår att uppdatera säljmaterialet för gatan för att underlätta uthyrning. Tillsammans med verksamheterna och fastighetsägarna kan insatser göras baserat på den analys som gjorts av Reteam avseende områdets nuläge, både kring utbud och "market approach".

#### Område 2 (Lilla torg, Skomakaregatan, Baltzarsgatan, Södergatan, GA Torg, Hansa)

Visionen och värdeorden som tagits fram för Södergatan fungerar bra. Dock håller den inte hela vägen avseende de visionsbilder som tagits fram för hur stadsmiljön ska se ut då de inte fungerat som inspiration för uthyrning, utsmyckning av tomma lokaler eller liknande. Nya visionsbilder i samråd med Malmö stads landskapsarkitekter behöver tas fram. Uthyrningsläget har förbättrats något på Södergatan men vi behöver göra fortsatta insatser i lediga lokaler under 2023 samt, om fastighetsägarna önskar, ta fram ett gemensamt säljmaterial även för etableringar på Södergatan. I samråd med staden och fastighetsägarna vill vi fortsätta med installationer, grönska och växtlighet samt utsmyckningar i stadsmiljön i linje med visionen. Ett bra exempel på sådant är insatsen under 2022; "höstberså" vid Punkten på Södergatan. Ljusplanen finns också tillgänglig för insatser i ljus om intresset från fastighetsägarehåll är stort.

#### Område 3 (Davidshall, Friisgatan)

Om Kärleksgatan återigen blir sommargata kommer vi att arbeta för att berika denna i större omfattning än tidigare, i samråd med Malmö stad och verksamheterna. Vi fortsätter att stötta verksamheterna om de driver sin Höstfest eller andra insatser i området.

#### Område 4 (G:a Väster, Stortorget, Centralen, Kv Caroli)

I detta område fortsätter vi att arbeta där och när intresse från näringslivet finns. En ny områdesansvarig kommer att undersöka möjligheterna under 2023. Utöver detta finns tankar på att aktivera Stortorget i samarbete med Malmö stad och verksamheterna, som en större modell av "höstberså 2022", fast under sommarhalvåret och med möjlighet till spel eller annan aktivitet.

Den största förändringen i områdesarbetet under 2023 är att en ny cityutvecklare blir ansvarig för område 3 och 4. Detta frigör kapacitet för marknadsansvarig att finnas tillgänglig att arbeta med områdesansvariga gällande olika kommunikationsinsatser. Övriga områdesarbeten kommer att göras där och när det kommer initiativ från näringslivet som vi kan stötta på olika sätt. Det finns en mall som näringslivet kan fylla i om de vill genomföra projekt med stöd från Malmö Citysamverkan.



## Halloween

Beroende på om eventet 2022 blir bra och är utvecklingsbart så planeras detta även för 2023.

## Julen

### **Julkalender – 24 verksamheter**

Nytt upplägg för julkalendern 2022, som är digitalt och inte kräver folk på plats. Upplägget handlar om att ge julklappstips från en ny verksamhet varje dag. Beroende på hur bra detta nya upplägg fungerar så ser vi om det blir aktuellt även under 2023.

### **Tävling Bästa Julmiljö**

Samma upplägg som 2020, med vissa förbättringar. Inlägget med tävlingsbidrag som ligger ute under en begränsad period gör att man får fram fem finalister genom allmänhetens röster. Juryn går sedan ut för att göra en bedömning utifrån fastställda kriterier. Juryn består av representanter från näringslivet, Malmö stad, fastighetsägare, dekorationsexpert samt Malmö Citysamverkan. Vinnaren får inramat diplom med juryns motivering samt eventuellt annonsutrymme.





## 4. Den digitala kommunikationen

### Kommunikationsplan

Under 2023 så kommer en övergripande kommunikationsplan att tas fram.

### Sociala medier

De befintliga strategierna och riktlinjerna för sociala medier kommer att ses över och uppdateras som ett separat dokument under 2023.

### Samarbete med Sydsvenskan/Lokaltidningen

Förhandlingar pågår för ett samarbete inför 2023.

### Hemsida

Den nya fullt sökordsoptimerade hemsidan lanserades under 2022 med ett tydligt besökarfokus och fler smarta och lättnavigerade funktioner för både besökare och medlemmar. Den har en stark koppling till Chainels och har sedan lanseringen även utvecklats med t.ex. olika guider och anpassade undermenyer för relevanta projekt. Under 2023 kommer vi fortsätta att jobba med speglingen mellan Chainels och hemsidan av event och nyheter på förstasidan. Vi planerar även att lansera rabatter till besökare på hemsidan.

### Chainels (CRM/kommunikationskanal)

Vi kommer att fortsätta att lyfta Chainels i flera sammanhang (t.ex. stora och små möten, genom material/utskick/verksamhetsbesök, för nya medlemmar) för att ytterligare öka engagemanget i plattformen; att nyheter läses, verksamhetsuppgifter uppdateras, statistik tas del av, anmälan till möten och kurser kommer in etc. Rubrik och inledning på inlägg utformas för att väcka intresse. Samverkan med att Malmö stad kan göra inlägg fortsätter vi att utveckla, samt uppmana medlemmar att göra sina inlägg och inspirera till dialog sinsemellan. Under 2023 läggs en ny medlemsida till – en lathund som överskådligt och lättfattligt visar på medlemsvärdet. Material som läggs i Chainels inkluderar även Vi:Medlemmar i digitalt format.

Nyhetsbrev med inlägg från Chainels fortsätter veckovis även under 2023 och att utvalda nyhetsbrev även går till icke-medlemmar för information och värvningsmöjlighet.

