



Haningeborna tycker om stadskärnan 2014

Förord

En attraktiv stadskärna växer fram

Den här rapporten är en redovisning och en analys av hur Haningeborna ser på stadskärnan. Haningebornas tankar om vad som finns och behövs i Haninge är ett viktigt underlag för det fortsatta arbetet med att skapa en attraktiv stadskärna.

Redan nu pågår arbetet med att bygga den attraktiva stadskärnan. Bostäder planeras och byggs, en ny bussterminal är på gång och i Vega byggs en ny pendeltågsstation och bostäder för 10 000 nya Haningebor. Sedan våren 2014 har kommunen tillsammans med sex av de större fastighetsägarna i stadskärnan gemensamma ambitioner med att skapa den attraktiva stadskärnan. Både form och innehåll kommer att förändras över tiden och då är det viktigt att veta vad boende i Haninge idag är nöjda med i stadskärnan och vad de tycker behöver bli bättre.

Med hjälp av svaren från 500 Haningebor kan vi ännu bättre förstå vilka kvaliteter som är viktiga att behålla i det fortsatta arbetet och vad vi behöver fylla på med och utveckla.

Undersökningen visar att Haningeborna är positiva till att stadskärnan växer med fler bostäder och fler företag och det är en bra förutsättning för fortsatt utveckling.

Kontakt:

Moa Rosenqvist, statistiker

Charlotte Persson, processledare för stadskärnan

Rune Andersson, näringslivsstrateg

Innehåll

Förord och innehåll	2
Bakgrund	3
Besöksmål i stadskärnan	5
Haningebornas bedömning av dagens utbud	8
Utvecklingsområden för stadskärnans attraktivitet	11
Slutsatser	14



Bild: Här byggs Haningeterrassen

Bakgrund

Målet om en attraktiv stadskärna

Kommunfullmäktige i Haninge har som mål att skapa en attraktiv regional stadskärna. Det betyder mycket för en plats utveckling hur väl kommunen lyckas behålla och attrahera kompetens, företag och kapital. Att skapa attraktiva platser är ett verktyg för ekonomisk utveckling. Attraktivitet är en subjektiv uppfattning och varierar beroende på vem man frågar. Därför frågar vi Haningeborna vad de tycker om stadskärnan i en enkätundersökning.

Haninge är en kommun som växer

En plats med hög boendeattraktivitet är en plats dit många vill flytta och där människor vill bo kvar. Haninge växer med mellan 1 000 och 1 500 personer varje år. Förra året flyttade knappt 7 000 personer till Haninge, samtidigt flyttade 6 000 härifrån. När man väljer att flytta till en plats finns det flera faktorer som spelar in. Störst inverkan har arbetsmarknadsförhållanden och sociala relationer men även faktorer som underlättar, förenklar, ger nytta eller nöje i livet har betydelse när du väljer var du ska bo.

Haningeborna är positiva till att stadskärnan växer med fler bostäder och fler företag. Stadskärnan upplevs också av många som attraktiv, se diagram 1. Vår ambition är förstås att fler ska tycka att den är vacker och med hjälp av Haningeborna tar vi reda på vad som behöver göras.

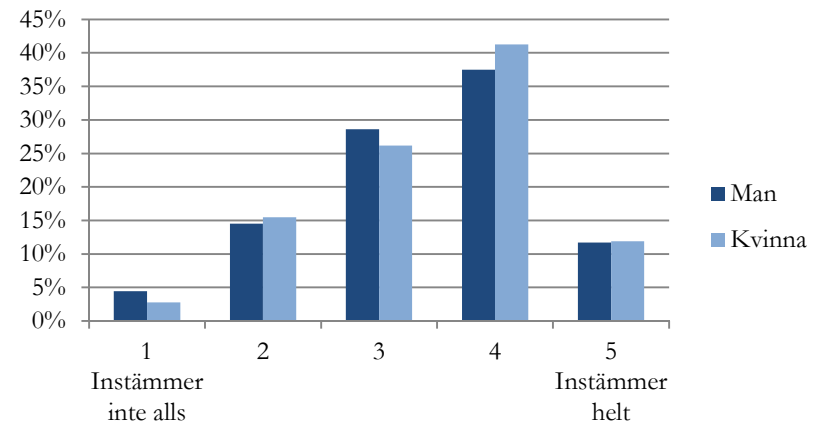


Diagram 1. Haninge är en attraktiv regional stadskärna

Så görs enkätundersökningen

Årets enkätundersökning genomfördes som en telefonintervju med 500 Haningebor i åldern 17-79 år. Urvalet har samma köns- och åldersfördelning som befolkningen i Haninge. I år har undersökningen kompletterats med ett antal nya frågor, vilket innebär att alla frågor inte kan ges en jämförelse bakåt i tiden.

Undersökningens inriktning och upplägg

I undersökningen fångar vi Haningebornas uppfattningar om stadskärnan och dess utveckling. Avsikten är att undersöka vilka platser som är viktiga besöksmål, hur man ser på stadskärnan i allmänhet och på det utbud som finns av shopping, service, utbildning, med mera. Men avsikten är också att ta reda på vad Haningeborna tycker är viktiga inslag i stadskärnan och också om åsikterna om utvecklingen skiljer sig mellan olika ålderskategorier eller mellan kvinnor och män. Med resultaten som grund kan det fortsatta utvecklingsarbetet därigenom bygga vidare på att förstärka de inslag som anses viktiga och som kan behöva utvecklas ytterligare, liksom att öka tillgängligheten till de platser som är viktiga för Haningeborna.

Enkätresultaten redovisas i diagramform med kommentarer till dessa, medan den totala resultatsammanställningen och enkätfrågorna finns som bilaga till rapporten.



Bild: Rudan

Besöksmål i stadskärnan

Handelsplatserna toppar listan

Geografiskt är det två platser i stadskärnan som dominerar i fråga om besökande, dels de centrala delarna i Handen, dels handelsplatsen vid trafikplats Handen. Handel är det som attraherar flest besökare tillsammans med knutpunkter för kollektivtrafiken som Handenterminalen med pendeltåg och bussar, se diagram 1 till höger.

Man besöker stadskärnan för att utföra ärenden

Det är i hög grad ärenderelaterade besöksmål främst handel, som inte oväntat genererar flest besökare. Skillnaden mellan dessa besöksmål och andra som till exempel kulturhuset/biblioteket, Rudan, Torvalla är betydande. Noteras kan också att de senare inte bara har förhållandevis låga siffror i fråga om besöksfrekvensen utan att andelen svarande som uppger att de aldrig besöker dessa besöksmål är Rudan 44 %, Kulturhuset 40 %, Torvalla 49 %. Andra platser som många har uppgett att de aldrig besöker är Eskilsparken 63 %, Kommunhuset 67 % och Riksäppet 78 %, vilket framgår av tabeller i bilaga 1.

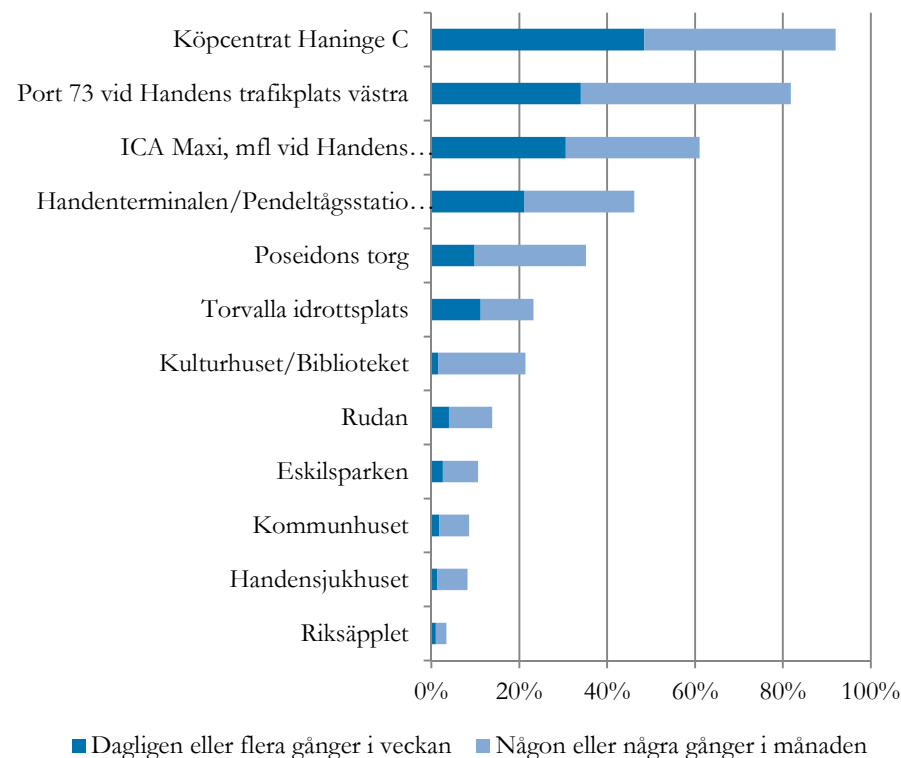


Diagram 2. Andel som ofta besöker olika platser

Fler yngre besöker Handenterminalen

Med utgångspunkt från enkäten kan också analyseras hur svaren fördelas mellan män och kvinnor respektive mellan olika ålderskategorier. Av diagrammet till höger framgår att Haninge C är den plats som alla åldersgrupper besöker oftast. I alla åldersgrupper är det vanligast att besöka Haninge C flera gånger i veckan, medan Port 73 och Ica Maxi är vanligare besöksmål i de två äldre åldersgrupperna. Däremot besöks pendeltågstation i betydlig högre utsträckning av svarande i gruppen under 30 år, där hela 41 % anger att de är dagligen eller flera gånger i veckan. En rimlig förklaring till variationerna ovan är att yngre personer reser kollektivt i högre utsträckning och därför besöker Handenterminalen oftare, och även har lättare att besöka Haninge C. De yngre är mindre bilburna än de äldre och detta förklarar varför de yngre mer sällan besöker de mera externa handelsområdena vid trafikplatsen.

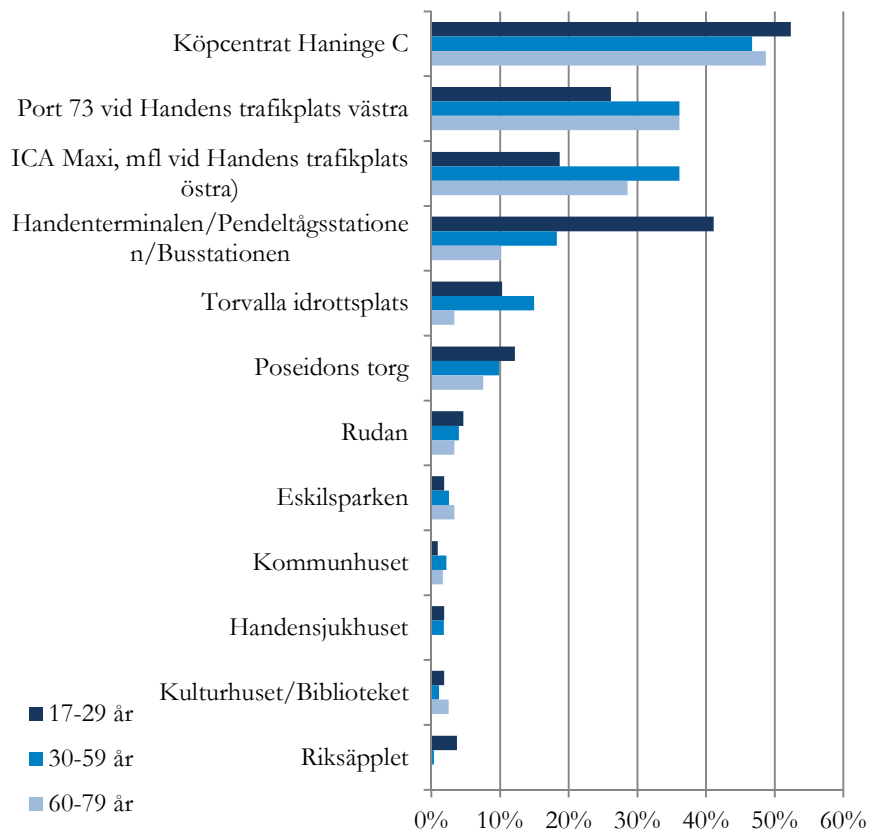


Diagram 3. Åldersfördelning bland dem som dagligen eller flera gånger i veckan besöker olika platser

Fler män än kvinnor besöker Handens trafikplats

När det gäller skillnader mellan män och kvinnor visar diagrammet till höger att fler män än kvinnor anger att de besöker handelsplatserna dagligen eller flera gånger i veckan. Däremot är det små skillnader mellan män och kvinnors besök för alla övriga besöksmål. Att kommunhuset ligger i botten kanske inte är så konstigt men det är värt att notera att så stor andel som 40% aldrig besöker kulturhuset/biblioteket .



Bild: Haninge kommunhus

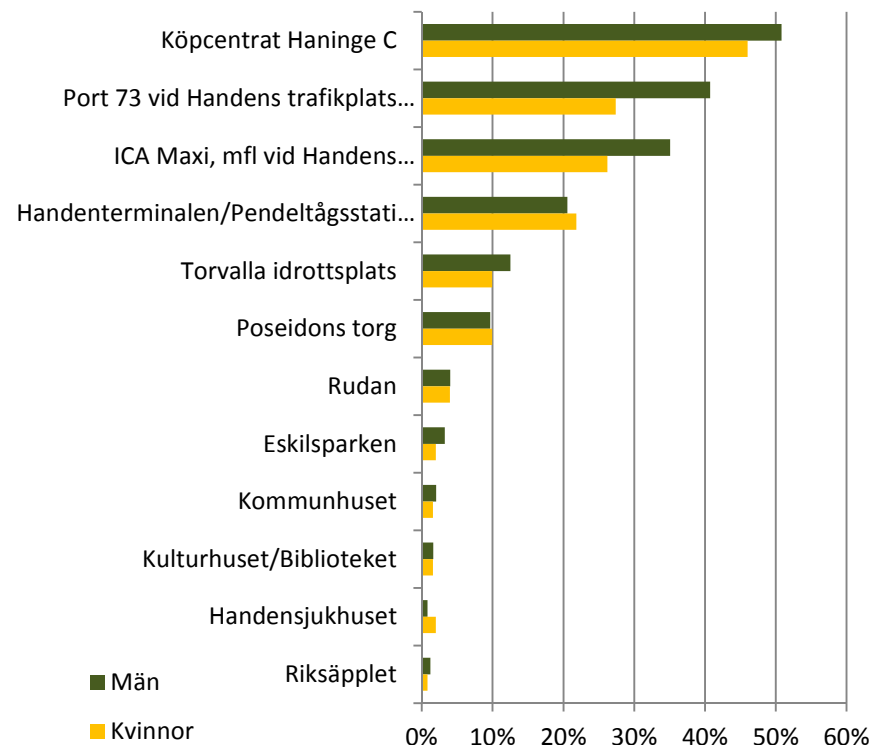


Diagram 4. Könsfördelning bland dem som dagligen eller flera gånger i veckan besöker olika platser

Haningebornas bedömning av dagens utbud

Haningeborna är nöjda med utbudet av kollektivtrafik

I det fortsatta arbetet med utveckling av stadskärnan är det viktigt att veta bland annat vad invånarna i Haninge anser vara viktiga inslag i stadskärnan och i vilken utsträckning de anser att dessa inslag finns idag. Därför ställdes två frågor där de svarande fick dels tala om i vilken utsträckning det fanns tillgång till olika typer av utbud och dels hur viktigt de ansåg att detta utbud var. En sammanställning av svaren ser du i tabell 1 nedan.

Tabell 1 Viktigt utbud respektive befintligt utbud

Utbud	Viktigt med tillgång till/bra utbud %			Det finns i dag tillgång till/bra utbud %		
	4 (viktigt)	5 (Jätteviktigt)	Total	4 (instämmer delvis)	5 (instämmer helt)	Total
Kollektivresa till och från	46	42	88	18	51	69
Tillgång till grönområden	45	42	87	25	49	74
Kollektivresa inom	43	44	87	16	47	63
Bostäder	44	40	84	5	34	39
Jobbmöjligheter	42	38	80	5	24	29
Utbildningsmöjligheter	44	36	80	7	32	39
Vacker stadsmiljö	38	40	78	11	32	43
Shopping	25	43	68	21	45	66
Restauranger o caféer	23	43	66	12	36	48
Fritidsaktiviteter	24	37	61	6	24	30
Nöjesutbud	18	38	56	3	10	13
Evenemang	16	38	54	3	10	13
Kulturella aktiviteter	14	37	51	3	15	18

Bra tillgång till grönområden

Av tabellen på föregående sida framgår att 74 % instämmer helt eller delvis (4-5 på en 5-gradig skala) i påståendet att det finns bra tillgång till grönområden. Något färre men fortfarande en stor majoritet instämmer i påståendena om bra tillgång till kollektivtrafik, såväl i fråga om att ta sig till och från stadskärnan (69 %) som i fråga om resor inom stadskärnan (63 %). Två tredjedelar (66%) svarande instämmer också i påståendet att det finns ett bra utbud av shopping i stadskärnan, vilket är den fjärde faktorn där en majoritet av de svarande anser att det finns bra tillgång till respektive utbud i stadskärnan.

Stadsmässiga kvaliteter saknas

För övriga påståenden är det mindre än hälften som anser att utbudet/tillgången inte är bra. För utbudet av restauranger och caféer instämmer nästan hälften (48 %) av des svarande i påståendet att det finns ett bra utbud. Lägst betyg ges till utbudet av evenemang och nöjen där endast 13 % anser att det finns ett bra utbud. Nästan lika låg andel (18 %) anser att utbudet av kulturella aktiviteter är bra. För möjligheterna till jobb och fritidsaktiviteter är andelen som instämmer om bra utbud 29 % respektive 30 % och i fråga om utbud av bostäder och utbildningsmöjligheter ger 39 % instämmande. Noteras kan också att 43 % instämmer i påståendet att det är en vacker stadsmiljö i stadskärnan.

Små positiva förändringar över tid

Haningeborna verkar bli något mer nöjda med utbudet över tid. Framförallt gäller det utbudet av nöjen och upplevelsen av en vacker stadskärna.

Bäst utbud i stadskärnan

1. Tillgång till grönområden
2. Kollektivtrafik inom stadskärnan
3. Kollektivtrafik till och från stadskärnan
4. Shopping



Sämst utbud i stadskärnan

1. Nöjen och evenemang
2. Kulturella aktiviteter
3. Jobbmöjligheter
4. Fritidsaktiviteter

Vad är viktigt i stadskärnan

Hur viktigt något är för stadskärnan ger oss en bild av vilket utbud vi behöver arbeta med att utveckla och vilket utbud som redan idag motsvarar Haningebornas förväntningar.

Kollektivtrafik, bostäder och jobb är viktigt

Tabell 3 visar att de svarande rankar tillgång till kollektivtrafik och grönområden allra högst. Tillgången till kollektivtrafik är dessutom viktig såväl i fråga om resor till och från stadskärnan som i fråga om resor inom stadskärnan.

Bostäder jobb och utbildningsmöjligheter är också högt rankat som viktiga inslag i stadskärnan. 80 % eller mer av de svarande har angett de ovan nämnda faktorerna som viktiga eller mycket viktiga och nästan lika viktigt anser de svarande att det är med en vacker stadsmiljö, där motsvarande siffra är 78 %.

Tabellen visar också att en viktig del i stadskärnan är utbudet av shopping och restauranger och caféer. Dessa framhålls i många diskussioner om stadsutveckling och attraktivitet, som centrala och väsentliga inslag för att utveckla stadslivet och skapa ”urbana kvaliteter” som gör att människor vistas och rör sig i en stadskärna. Något lägre vikt har de svarande ansett det vara med tillgång till fritidsaktiviteter, evenemang, nöjen och kulturaktiviteter. Detta kan kanske förklaras med att dessa inslag är viktiga men trots allt har en något annan



Bild: Pendeltåg i Haninge

dignitet än det som rör det dagliga livet som bostäder, arbete, utbildning, rörlighet, med mera, utan att för den skull ses som oviktigt, alla faktorer anses ju som viktiga av en majoritet av de svarande. En tolkning kan också vara att Haninges karaktär av ”förort” innebär att det finns en tradition att åka in till Stockholm för många av dessa aktiviteter och man därmed inte heller förväntar sig att det inte finns ett fullödigt utbud i dessa avseenden.

Utvecklingsområden för stadskärnans attraktivitet

Viktigt för Haningeborna och finns i stadskärnan

I undersökningen fick Haningeborna svara på hur nöjda de var med olika saker i den regionala stadskärnan (blå staplar), och hur viktigt de tyckte att det var (lila staplar). Om staplarna är ungefär lika höga betyder det att nöjdheten och hur viktig frågan är stämmer överens.



Bäst överensstämmelse mellan vad Haningeborna tycker är viktigt och det stadskärnan kan erbjuda är utbudet av shopping, se diagram 5.

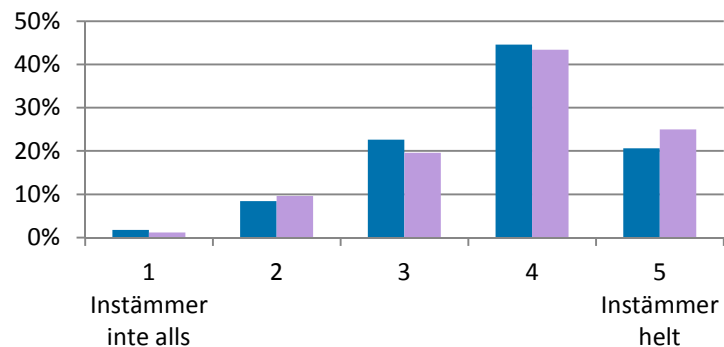


Diagram 5. Utbud av shopping

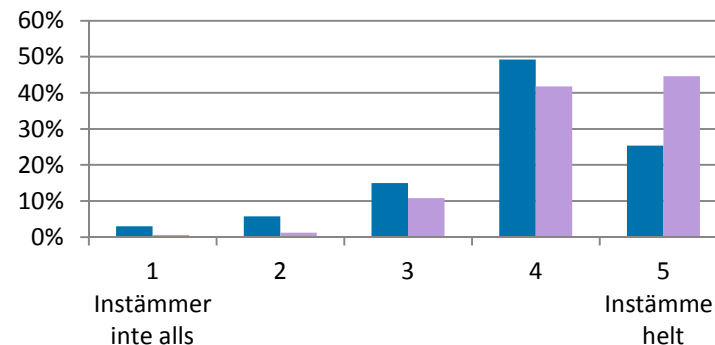


Diagram 6. Utbud av grönområden

Ett helt ok utbud kan vi sägas ha när det gäller grönområden, diagram 6 och café och restaurang diagram 7.

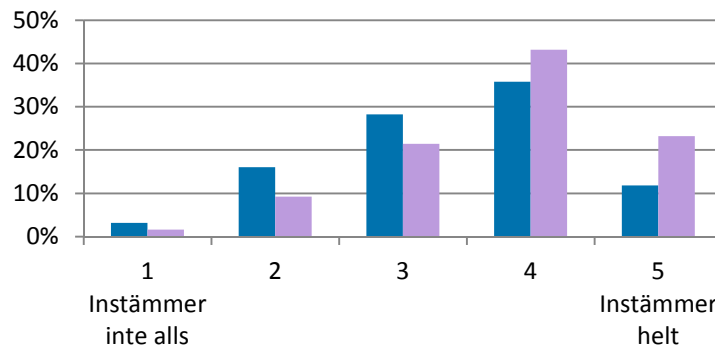


Diagram 7. Utbud av restaurang och caféer

Kollektivtrafiken är bra men förväntningarna höga

Möjligheten att åka kollektivt både inom och till och från stadskärnan får relativt bra betyg. Hanningeborna tycker dock att tillgången till kollektivtrafik är en viktigare fråga än det vi lyckas leverera. Här finns alltså mer att göra.

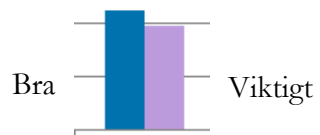


Bild: Handenterminalen

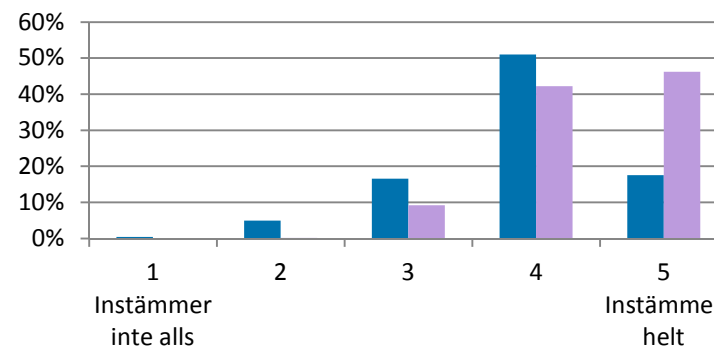


Diagram 8. Möjlighet att åka kollektivt till och från stadskärnan

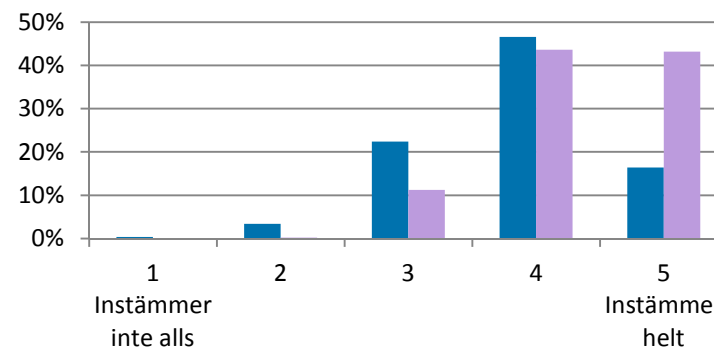


Diagram 9. Möjlighet att åka kollektivt inom stadskärnan

Utbudet av jobb, bostäder och utbildningsmöjligheter behöver stärkas

Om stapeln som visar att de svarande anser att det är mycket viktigt och stapeln som visar att de anser tillgången är liten, kan det ses som att stadskärnan idag saknar utbud som anses vara mycket viktigt. Här skulle vi alltså behöva leverera mycket mer till Hanningeborna.

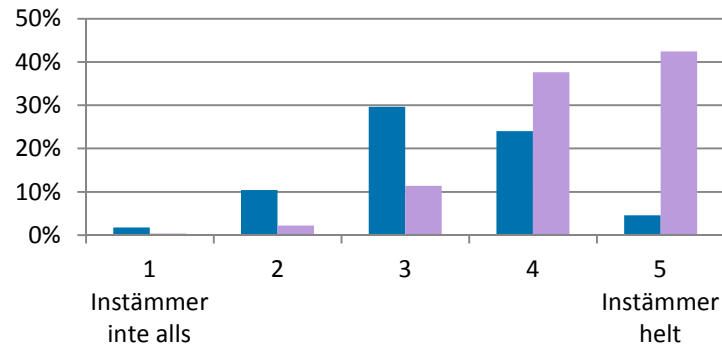
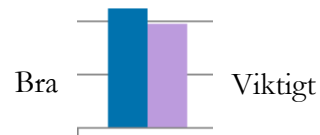


Diagram 10. Utbud av jobbmöjligheter

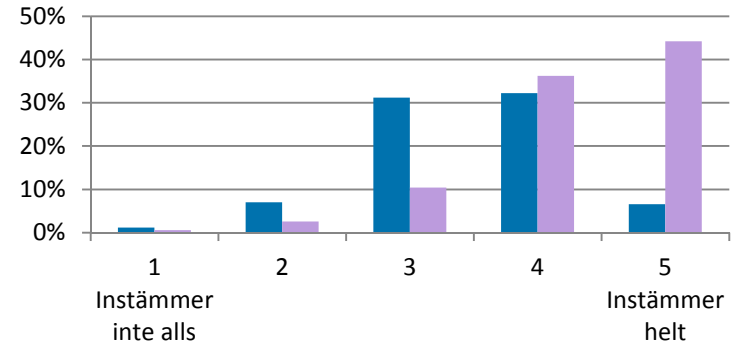


Diagram 7. Utbud av utbildningsmöjligheter

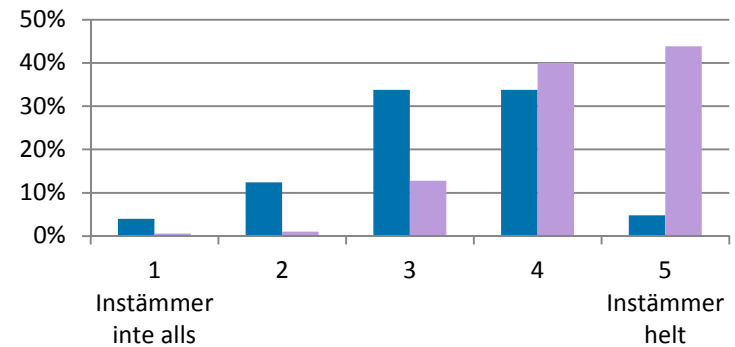


Diagram 9. Utbud av bostäder

Slutsatser

Mycket i stadskärnan är bra

Diagrammen visar att det i vissa fall finns större samstämmighet mellan vad som bedöms vara viktigt och i hur hög grad man instämmer i att det finns bra utbud respektive tillgång till de olika faktorerna.

Grönområden är den faktor de svarande anser att det finns bäst tillgång till i stadskärnan och detta är också något som rankas bland de viktigaste faktorerna. Att behålla detta är därmed väsentligt i den fortsatta stadskärneutvecklingen. Med tanke på att så få besöker de grönområden man rankar så högt kan det vara idé att jobba mer med tillgängligheten.

Flera faktorer har förbättringspotential

Kollektivtrafik är den faktor som anses viktigast både när det gäller trafiken till och från stadskärnan och inom densamma. Sammanställningen visar också att många tycker också att det är relativt väl försett här även om det kan bli bättre, särskilt i fråga om kollektivtrafiken inom kärnan.

Shoppingutbudet anses man vara viktigt och det är det område där den största överensstämmelsen finns mellan det som är viktigt och värderingen av utbudet.

Även när det gäller utbudet av restauranger och kaféer är det något som är viktigt och tycks vara relativt väl försett med, men också här finns förbättringspotential.

Vacker stadsmiljö framstår som viktigt för många av de svarande men här finns en relativt stor skillnad även om 43 % av de svarande instämmer i att det finns här. Ambitionen måste vara att betydligt fler anser att det är en vacker stadsmiljö om vi ska skapa en attraktiv stadskärna.

Viktigt att behålla

1. Det finns god tillgång till grönområden
2. Bra kollektivtrafik till och från samt inom stadskärnan
3. Bra utbud av shopping
4. Okej utbud av restauranger och kaféer



Stadskärnan måste leva fler timmar om dygnet

Bostäder, jobb och utbildning är alla inslag som anses viktiga i stadskärnan (80 % eller fler anser det) men avståndet till andelen som anser att utbudet är bra är stort för alla dessa, mindre än hälften anser att utbudet är bra. I befintliga planer finns många bostäder men arbetet med utveckling av arbetsplatsutbud och utbildningsmöjligheter kräver insatser.

Nöjen, evenemang, kulturella aktiviteter och fritidsaktiviteter är det område som får de lägsta andelarna instämmande om bra utbud, men både de svarande och allmän kunskap om stadskvaliteter framhåller dessa som viktiga inslag i en levande stadskärna. Dessa faktorer bör därför särskilt uppmärksammas i det fortsatta utvecklingsarbetet.

Genom att bygga en stadskärna med verksamheter som är igång fler timmar om dygnet bidrar vi också till en tryggare plats. En trygg och samtidigt levande stad stärker både platsens varumärke och ekonomi.

Viktigt att utveckla

1. Bostäder
2. Jobb
3. Utbildning
4. Nöjen, evenemang, kultur- och fritidsaktiviteter



Bild: Kulturhus och bibliotek i stadskärnan