

En sammanställning av insatser

# Östra Drottninggatan etapp 1

Citysamverkan gjorde tillsammans med företagen en plan för etapp 1 där vi viktade insatsområdena. Majoriteten ansåg att insatser inom utsmyckning och marknadsföring bäst skulle gynna gatan och företagen. Vi insåg tidigt två saker.

1) Ambitionerna gällande utsmyckningen skulle inte bli möjliga på grund av att det praktiska genomförandet av utsmyckningen skulle krocka med entreprenörernas arbetet med själva ombyggnationen. Drottninggatan tenderar också att vara en blåsig gata vilket gjorde att byggstängsel blåste omkull som i sin tur försvårade utsmyckning av byggstängsel på det sätt vi tänkt.

2) Det inledande arbetet av etapp 1 blev lugnare än tänkt vilket medförde att vi avvaktade med större delen av insatser till mitten av sommaren och sen lägga krutet framåt hösten då ombyggnationen märkts av mer. Det Citysamverkan gjorde tillsammans med företagen under etapp 1 var således;

- Flera budskap på byggstängsel designades av oss där vi lyfte företagen och visade vad ombyggnationen syftade till.
- Röda mattor för att synliggöra entréer efter gatan och skapa enhetlighet ordnades. Dessa låg framme och skötes under 20-talet veckor.
- 52 blomkrukor beställdes på månadsabonnemang för att synliggöra företagens entréer och bidra till trevlig miljö. Vi genomförde både en sommar och höstplantering.
- Makeover Drottninggatan-tävling där vi återkommande tävlade ut Presentkort Gävle City till besökare på gatan som var med och engagerade sig i ombyggnationen på sociala medier.
- Sommarvimplar efter Drottninggatan för ökad trivsel och sommarkänsla, inkl. uppsättning och nertagning.
- Östra Drottninggatan lyftes återkommande helsidor i GD & Expressen.
- Östra Drottninggatan och företagen lyftes under några veckor under vår samt höst i MiXmegapol och NRJ.
- Kundeventet "Östra Drottningchansen" genomfördes tillsammans med GD för att skapa extra driv och intresse till gatan under hösten. Stort deltagande från företagen och många lotter delades ut till kunder under dessa dagar. Vinnaren fick sen handla för 10 000 hos deltagande företag.
- Vi fanns även ute efter gatan under Drottningchansen och bjöd på fika och arrangerade tävlingar.
- Gävle Citys sociala medier lyfte och kommunicerade företagen extra under pågående ombyggnation i bilder och filmer där vi tog hjälp av inhyrd fotograf.
- Vi ingick ett samarbete med GIF där företagen efter gatan kunde dela eller tävla ut matchbiljetter till sina kunder och följare.
- Under oktober gick vi i TV4 två veckor eftersom företagen upplevde att många av deras kunder fortfarande inte visste vad som hände på gatan. Budskapet var att förklara ombyggnationen och att visa att företagen var öppna som vanligt. Satsningen gav en visningsgrad på 200 000 vilket motsvarade 65 000 unika visningar.
- Framtagning av film till TV4 satsningen.
- Byggfika för att bidra till lättare kommunikationsvägar och vi-känsla (mellan kommun, Citysamverkan, företagen och projektledare och Markax.)

- Firande av att etapp 1. Vi genomförde där med Livsmiljö tre lussefikor där vi bjöd Gävlebor, företagare, pendlare. Citysamverkan var med och genomförde detta event och tog även kostnader.

Ovanstående insatser kostade 275 000. Utfall kopplat till insatser är alltid svårt men det vi märkt är att flertalet tycks ha klarat etapp 1 bättre än förväntat och många företag uppskattat insatserna. Vi har inte alls märkt av negativa attityderna kring ombyggnationen på samma sätt som företagen visat under andra ombyggnationer eller arbeten i stadskärnan utan företagare har varit glada att vi gjort något positivt utav etapp 1 av ombyggnationen på Drottninggatan.

Utöver detta gjorde Gävle Citysamverkan en rad satsningar för city där företagen efter Drottninggatan också deltog eller gynnades. Flera av dessa satsningar var aktuella då både ombyggnationen av Drottninggatan etapp 1 och ombyggnationen av Konvaljen var avslutade och det var viktigt att signalera och vinna tillbaka flöden till stadskärnan inför den viktiga julhandelsperioden.

Några av dessa var:

- Julchansen Gävle City.
- Julshoppa i City budskap på bussbakar.
- Parkera smidigt i city under julen.
- Radioannonser för city

Etapp 2 har nu inletts. Det finns så klart en stark förhoppning från Citysamverkan och företagen (särskilt hos de företag som denna gång får ombyggnationen utanför sina skyltfönster) att få till liknande typer av åtgärder för företagen och gatan som under etapp 1. Vi vill därför hänvisa till skrivelsen som gjordes 15 februari 2019 där vi ansökte om medel för båda etapperna.

I övrigt har vi nu tillsammans med Gävle kommun, Livsmiljö börjat planera för invigningen av nya Drottninggatan. Vi är i planeringsfasen men det känns redan som det kan bli en riktigt bra invigning och Citysamverkan ska göra vad vi kan för att bidra med kontakter, kunnande och deltagande för att göra detta till ett härligt firande för Gävle och företagare.

/Daniel Swärd  
Cityledare, Gävle Citysamverkan

**Gävle City**