



Referat af møde i Opgaveudvalget Detailhandel i Gentofte

Mødetidspunkt 24-05-2018 17:00
Mødeafholdelse Udvalgsværelse A+B

Protokollen blev læst
og mødet hævet kl.: 19.00

Tilstede: Marianne Zangenberg, Søren B. Heisel, Karen Riis-Kjølbye,
Jesper Marcus, Louisa S. Bøttkjær, Jens Halling, Morten
Weeke Borup, Ole Scharff-Haarbye, Alfred Josefsen

Fraværende: Mia Nersting, Pia Krejler, Steen Christensen, Rina Mardahl,
Bo Køhler Ljungdahl, Jonas Vestermann

Indholdsfortegnelse

Opgaveudvalget Detailhandel i Gentofte

24-05-2018 17:00

1 (Åben) 5. møde i Opgaveudvalget Detailhandel i Gentofte den 24. maj 2018.....	3
--	----------

1 (Åben) 5. møde i Opgaveudvalget Detailhandel i Gentofte den 24. maj 2018

Sags ID: EMN-2018-00354

Resumé

Opgaveudvalget Detailhandel i Gentofte mødes den 24. maj 2018 for at samle op på den afholdte fyraftenskonference. Med afsæt heri og øvrige input tages der stilling til, hvilke strategiske tiltag inden for de 4 fokusområder – Attraktion og identitet, Butiksliv, Byliv og Samarbejde og synergi - der skal indgå i strategien.

Udvalget skal ligeledes tage stilling til en formulering af det overordnede mål med strategien.

Udvalget præsenteres for strukturen for strategien, der skal være en digital plan.

Næste møde i udvalget, der er den 21. juni, er det sidste møde i opgaveudvalget.

Baggrund

Mødet er det femte møde i opgaveudvalget Detailhandel i Gentofte. De foregående møder har handlet om at spotte og zoome ind på by- og butikslivs udfordringer og dilemmaer, samle op på detailhandelsundersøgelser og på udvalgs- og temamøder samt planlægge fyraftenskonferencen den 22. marts.

Hovedtemaet for fyraftenskonferencen var input til strategiske tiltag inden for de 4 fokusområder: Attraktion og identitet, Butiksliv, Byliv og Samarbejde og synergi. Konferencen havde til formål af kvalificere og evt. supplere de input, som er fremkommet i det hidtidige arbejde i opgaveudvalget og på temamøder. Der deltog ca. 50 på konferencen, som ud over medlemmer fra udvalget omfattede deltagere fra de afholdte temamøder, butiksdrevende, butiksejere, foreninger, råd samt eksterne og interne videnspersoner.

De medlemmer af opgaveudvalget, som på konferencen var workshopholdere på de enkelte fokusområder, giver på mødet en præsentation og opsamling på de input til strategiske tiltag, som fremkom på konferencen, og som byggede videre på det hidtidige arbejde i udvalget og på temamøderne. Med afsæt heri skal udvalget på mødet drøfte og tage stilling til, hvilke af de strategiske tiltag inden for de 4 fokusområder, som skal indgå i strategien.

Udvalget får lejlighed til at drøfte og tage stilling til en kort formulering af det overordnede mål med detailhandelsstrategien. Det overordnede mål sammenfatter kommissoriets baggrund for udarbejdelsen af en sådan strategi og den retning på strategien, som er fremkommet i forbindelse med udvalgets arbejde.

Endelig får udvalget præsenteret strukturen for strategien, der udarbejdes som en digital plan.

Den 21. juni afholdes det sidste møde, hvor det samlede forslag til strategi og idekatalog skal godkendes til aflevering og anbefaling til Bygnings- og Arkitekturudvalget og Erhvervs- og integrationsudvalget.

Indstilling

Plan og Byg indstiller

Til opgaveudvalget Detailhandel i Gentofte:

- At udvalget tager stilling til hvilke strategiske tiltag inden for de 4 fokusområder, der skal indgå i detailhandelsstrategien
- At udvalget tager stilling til en overordnet formulering af strategiens overordnede mål
- At udvalget tager orientering om strukturen for den digitale strategi til efterretning

Tidligere beslutninger:

Beslutninger:

Formanden bød velkommen til det femte møde i opgaveudvalget og orienterede kort om den afholdte konference.

Den kendte struktur med de tre fokusområder – *butiksliv, byliv, attraktion og identitet* – samt det tværgående fokusområde *samarbejde* blev opsummeret. Forslag til strategiske tiltag under de enkelte fokusområder var ophængt som plancher i lokalet, og omfattede input fra både udvalgsmøder, temamøder og konference. Oplæggets fokusområder blev i væsentligt omfang konfirmeret på konferencen, hvor der var en generel opbakning hertil fra deltagerne. Den fremlagte struktur med de fire fokusområder vil således danne baggrund for strategien.

Herefter præsenterede konferencens workshopholdere deres oplevelse fra konferencen og de indkomne bemærkninger.

Butiksliv blev præsenteret af Alfred Josefsen, der fornemmede en del vanetænkning. Deltagerne var fokuseret på p-pladser og havde svært ved at formulere et overordnet greb. Der var tanker omkring brugen af udearealer, ligesom der var konkrete forslag til samarbejder. AJ konkluderede, at de butiksdrivende skal hjælpes på vej, for at skabe positiv forandring og fremme samarbejde.

Der kom en række kommentarer fra udvalget efterfølgende:

"Vi har behov for at italesætte, hvordan vi forbereder os til den globale udvikling.

Vi skal ikke komme med anbefalinger, der ikke udstikker en retning eller et perspektiv.

Vi skal være klare på, hvad den politiske rolle er, og hvad de handelsdrivendes egen rolle er. Vi kan ikke lave strategi for de selvstændige handelsdrivende, hvis de ikke er med på idéen.

Man skal kunne aflæse vigtigheden af at kombinere den fysiske butik med e-handel.

Den høje husleje er det største problem for de erhvervsdrivende. Kunne man forestille sig iværksætterrydelse eller tilskud til husleje i en opstartsperiode? Der er naturligvis jura, der komplicerer den tankegang. "

Byliv blev præsenteret af Morten W. Borup, der berettede, at parkering fyldte meget i samtalerne, omend det kan opfattes som et luksusproblem med de relativt korte afstande, der er tale om. Der var konsensus om 'ingen liv - ingen by' og at det er mangfoldigheden og mødet mellem mennesker, der er vigtigst. Der var et ønske om flere og bedre opholdsmuligheder, der er vigtige for oplevelsen af handelsstrøget. MWB præsenterede herefter en række konkrete idéforslag fra deltagerne, som kan genfindes i idekataloget.

Der kom en række kommentarer og idéer fra udvalgets efterfølgende:

"Vi bør levere formuleringer, der understøtter de strategiske tiltag for at eksemplificere, hvordan det gøres.

Det er vigtigt, at detailhandelen kan se sig selv i strategien og blive inspireret af formuleringerne.

Der savnes en beskrivelse af rollefordelingen, så der kan placeres et ansvar og en forankring af de beskrevne tiltag, for at man ved, hvem der kan rulle bolden videre.

Lav en kampagne, der hedder "GÅ UD". Det fremmer byliv, kulturliv, forbrug og detailhandel. Det må kommunen kunne være tovholder på.

Man kunne blive inspireret af markeder i Frankrig, dét tiltrækker mennesker.

Bydelscentrene bør have hver deres festuge."

Attraktion og identitet blev præsenteret af Jens Halling. Deltagerne kredsede om en definition af kerneopgaven; at skabe et unikt fællesskab mellem bydelscentrene. Deltagerne anbefalede etablering af en bycenterkoordinator, der kunne varetage fælles interesser og udvikle mod fremtiden. Der efterspurgtes tydeligere fysiske forbindelser mellem handelsstrøgene, som cykelruter eller buslinjer. Der blev også i denne gruppe drøftet parkering. Det synes at fylde mere hos de erhvervsdrivende end hos de handlende. I Megafon-undersøgelsen udtrykker således kun 6% af de adspurgte, at bedre parkeringsforhold vil få dem til at benytte bydelscentrene mere.

Der kom en række kommentarer og idéer fra udvalget efterfølgende:

"Der efterlyses mere sigende formuleringer i de strategiske tiltag, suppleret med eksempler på, hvad der konkret kan arbejdes med for at realisere tiltagene. Et svar på, hvordan tiltagene gøres konkret. Der savnes navngivning af de aktører, der kan gøre en forskel.

Historien om, at vi fastholder en nærværende butiksstruktur med mange selvstændige små erhvervsdrivende, skal fortælles. Den gør os anderledes end andre kommuner. Bydelscentrene skal være bedre til at skabe deres egen profil eller specialisere sig, så de står stærkere."

Planchefen opsummerede drøftelsen og konkluderede, at der var bred enighed om, at fokusområderne med tilknyttede strategiske tiltag var fyldestgørende, men at der skal tilføjes noget mere sigende i formuleringerne i de strategiske tiltag og suppleres med idéer til, hvordan der kan arbejdes med tiltagene. Der er i øvrigt god overensstemmelse mellem udkastets anbefalinger og de generelle anbefalinger på landsplan.

Formuleringen af strategiens overordnede mål blev drøftet. Der blev givet udtryk for, at det er vigtigt, at målet hviler på et fundament af strategiske indsatser med tilhørende forslag til, hvordan der kan arbejdes med tiltagene. Der var enighed om at fastholde "bydelscentre" i målformuleringen. Det er et bevidst valg, at strategiens formål er at fremme en koncentration af butikker i bydelscentrene.

Til sidst præsenteredes strategiens struktur, idékatalog og digitale opsætning. Der kom enkelte kommentarer om særligt grafiske og funktionelle tiltag.

Den tilrettede strategi udsendes til udvalgets medlemmer forud for næste møde.

Bilag