

Projektskema – egne projekter

Titel	Butiksliv på Østerbro – Trafik og Kundeoplevelser
Kort beskrivelse af projektet	<ul style="list-style-type: none"> - Titel: <u>Butiksliv på Østerbro – trafik og kundeoplevelser.</u> - Med COWI som konsulent og handelsforeningens formand som samarbejdspartner gennemføres en bred analyse af detailhandelen Østerbrogade og Nordre Frihavsgade. Opgaven beskrives kort i bydelsplanen som et nyt, opfølgende initiativ. Der lægges vægt på butikkernes rolle i bydelens udvikling.
Formål <ul style="list-style-type: none"> - Hvorfor skal lokaludvalg gennemføre dette projekt? - Hvilken problematik skal projektet afhjælpe? - Hvordan relaterer projektet sig til lokaludvalgets overordnede målsætninger og lokaludvalgets generelle funktion 	<ul style="list-style-type: none"> - Lokaludvalget mangler en stærk forhandlingspartner i den lokale detailhandel. For mange butikker går ned og er tomme for længe. Nærheden til Nordhavnsudviklingen udnyttes ikke. Butikkerne og lokaludvalget har behov for at vide mere om og for at belyse den lokale handels vilkår - og muligheder. - Bydelen har behov for at styrke handelslivet og at udbygge handelens faktiske viden, så butikkerne forbedrer deres livsgrundlag og handelen kan deltage i de væsentlige drøftelser om bydelens udvikling. - Lokaludvalget har gennem årene forsøgt sig med initiativer i denne retning, men uden lydhørhed inden for branchen lokalt. Først nu er den positive mulighed til stede. Det er vigtigt at sikre, at butikslivet kommer over sine svaghedstegn, da butikker er væsentlige for dagliglivet. Lokaludvalget kan her benytte sin unikke viden om bydelens udviklingsmuligheder. - Lokaludvalget er i gang med sin 3. bydelsplan og har brug for at undersøge trafik og kundeoplevelse inden for detailhandel i de to hovedstrøg. Der skabes et fundament af viden som både lokaludvalget og handelsforeningen kan bygge videre på. - Det overordnede formål er at styrke udviklingen af Østerbros som en levende, spændende og tryk bydel med et varieret butiksudbud.
Aktiviteter	<ul style="list-style-type: none"> - Undersøgelsen udføres af COWI, der har stærke erfaringer på området og stiller det bedste hold til opgaven. - Handelsstandsforeningen (formanden Peter Koldby Optik) medvirker som projektpartner - Der gennemføres op til 20-25 brede kundeinterviews i hvert af 5 områder af Østerbrogade og Nordre frihavsgade om transport, tilfredshed med butiksudbud, adgangsmuligheder m.v. Interview-kunderne udvælges bredt. - Der opstiller kunde profiler for hvert af de 5 delområder - I hvert af de 5 delområder gennemføres 3-4 interviews á 15 minutters varighed med

	<p>forskellige butikstyper.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Der udarbejdes en sammenfattende rapport. Rapporten vil også komme ind på videre udviklingsmuligheder. - Der afsluttes med et større morgenmøde for butikkerne og lokaludvalget. På mødet fortælles om resultaterne ligesom bymidteerfaringer om initiativer andre steder drøftes. - <u>Som option</u> , dvs. som tilkøb kan gennemføres et internetbaseret supplement fx med facebookgrupper, flyers med link til undersøgelsen, internetannoncer, annoncering i lokalavis samt anvendelse af borgerpanelet. Denne del er ikke drøftet nærmere og indgår ikke i den indstillede opgaveløsning.
<p>Succeskriterier</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hvilke målbare kriterier skal der til, for at formålet opnås? 	<ul style="list-style-type: none"> - De beskrevne interviews er gennemført. Det afsluttende stormøde er gennemført. Rapporten har bekræftet også med nogle fremtidige perspektiver. - Opgaven er beskrevet ganske kort i bydelsplanen som et LU-initiativ om bydelens udvikling. Det kan ske umiddelbart, hvis lokaludvalget godkender opgaven. - En generelt større bevidsthed hos såvel kunder som butikker, og klarere krav til butiksejeren samt større interesse for at deltage i handelsforeningen er effekter der efterstræbes.
<p>Tidsplan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hvornår skal aktiviteten afholdes? - Hvornår skal de forberedende aktiviteter afholdes? 	<ul style="list-style-type: none"> - Marts (efter lokaludvalgsmødet): startmøde - April-maj: gennemførelse af analysen og udkast til og tilretning af rapport - Primo juni. Stormøde med butikker og lokaludvalg.
<p>Interessenter/målgrupper</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hvem er målgrupper og interessenter? - Hvem skal involveres direkte i projektet? - (Hvad er deres mål og ønsker i relation til projektet?) 	<ul style="list-style-type: none"> - Kunder og borgere i almindelighed på Østerbro, butikker, handelsforeningen lokaludvalget - Handelsforeningen som samarbejdende forening, kunder, butikker - Handelsforeningen er meget positiv og medvirker til gennemførelsen.
<p>Kommunikationsplan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hvilke medier skal anvendes til de forskellige målgrupper/interessenter? - Direkte kontakt til udvalgte grupper? - Overvejelser om budskab og vinkling. 	<ul style="list-style-type: none"> - Lokalaviser, facebook, hjemmeside og bydelsplansamt postkort til alle butikker om projektets igangsætning og perspektiver. - Senere det samme med links til rapporten
<p>Plan for opfølgning og evaluering af projektet</p>	<p>Evalueringen vil tage udgangspunkt i de angivne succeskriterier og bestå i dialog/evaluering</p>

	<p>over medierne. Det digitale borgerpanel tænkes brugt senere i forbindelse med en option om at udbrede kendskabet til den kommende rapport og lokaludvalgets initiativ. Her kan der spørges bredt til borgernes opfattelse af butiksudbud og plads til at handle og opholde sig i de to gader..</p>
<p>Opgavefordeling</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tovholder i sekretariatet? - Sekretariatets rolle og opgaver? - Fagudvalg/tovholder i LU? - LU fagudvalg/tovholders rolle og opgaver? 	<p>Sek: Deltager ikke ind til videre grundet arbejdet med bydelsplanen Tovholder fra FT Forslag til projektledelse: Axel Forslag til tovholdere: Axel, Allan Partner: Peter Koldby: Formand for Østerbro Handelsforening.</p>
<p>Samarbejdsparter/eksterne ydelser</p>	<p>Samarbejdsparter: COWI som konsulent med 4 medarbejdere</p>
<p>Budget</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Projektleder/seniorkonsulent: 95.000 - Juniorkonsulent: 19.200 - Student: 11.875 - I alt 126.075 exkl. moms. - - Dertil kommer: - Annoncering: - Leje af lokale samt forplejning til møde medbutikkerne: - Postkort til butikkerne: - Foreslået samlet ramme: 150.000 kr.