

**VISION & UNDERLAG TILL
HANDLINGSPROGRAM 2012**
för ett livskraftigt
Mariehamns centrum

BILAGOR

17/1 2012



EUROPEISKA UNIONEN
Europeiska regionala utvecklingsfonden
– En investering för framtiden

MARIEHAMNS
STAD 


ålands näringsliv

BACKEMAR CONSULTING

Janne Sandahl Consulting AB

Förord

Mariehamns centrum är hela Ålands centrum. Det är tillsammans med den vackra skärgården en attraktiv destination för besökande från Sverige och Finland.

Men Mariehamns centrum har tappat mark i kommersiella termer i jämförelse med konkurrenterna och de besökandes förväntningar. Småstadscharmen är tydlig och självklart värdefull, men den måste kompletteras och stöttas av en detaljhandel och service som i sig är mer attraktiv, modernare och mer komplett än den som centrum idag erbjuder. Centrum måste också få en mer sammanhållen miljö, även i kommersiella termer.

Ålands Näringsliv har därför dragit igång projektet ETT LIVSKRAFTIGT CENTRUM. Projektet startade i april 2011, det är treårigt och den totala budgeten är 150 000 euro per år. ERUF (Europeiska regionala utvecklingsfonden) står för 75 000 euro per år, Mariehamns Stad har gått in med 65 000 euro per år och 10 000 euro består av sk "in-natura", där deltagare i projektet bidrar med sin tid.

Ålands Näringsliv, som är projektets ägare: "Syftet är att skapa ett mer livskraftigt och attraktivt centrum, som är en tydlig och drivande del av centralorten för Åland. För att göra detta krävs samverkan mellan staden, näringsliv, boende och organisationer. För att driva processen med utveckling av centrum har Ålands Näringsliv anlitat Lars Backemar och Janne Sandahl, som av många anses som de främsta företrädarna för modern svensk lönsamhetsinriktad stadskärneförnyelse."

Här presenteras projektets första rapport: "Handlingsprogram 2012 för ett livskraftigt Mariehamns centrum", HANDLINGSPROGRAM 2012.

Mariehamn i februari 2012

Arbetsgruppen för ETT LIVSKRAFTIGT CENTRUM

Daniel Dahlén vd Ålands Näringsliv (ÅN) <i>Projektansvarig</i>	Terese Flöjt Näringslivsutvecklare Mariehamns stad	Sirkka Wegelius Stadsarkitekt Mariehamns stad
Kai Söderlund Infrastrukturdir. Mariehamns stad	Ewa Danielsson Affärsutvecklare ÅN <i>Projektledare</i>	Eva Karlsson City Blommor <i>Verksamhetsrepresentant</i>
Tony Karlström Alandia Bolagen <i>Fastighetsägarerepresentant</i>	Roger Jansson Politikerrepresentant Mariehamns stad	Johan Lindholm Handels- och evenemangsansvarig ÅN <i>Projektmedarbetare</i>
Lars Backemar <i>Extern projektledare</i>	Janne Sandahl <i>Extern projektledare</i>	

HANDLINGSPROGRAM 2012 presenteras i tre fristående delar:

Sammanfattning

Huvudtext

Bilagor (denna del)

Bilagor

- 1 Besökarintervju
- 2 Stråkstruktur – Kolla Läget
- 3 Parkering
- 4 Marknadsanalys
- 5 Statistik från ÅSUB
- 6 Rapport från fältarbetsgrupp BUTIKSUTBUD
- 7 Rapport från fältarbetsgrupp KULTURUTBUD
- 8 Rapport från fältarbetsgrupp TURISM
- 9 Ett budgetexempel
- 10 Ålands Näringslivs ursprungliga projektplan
- 11 Synpunkter inkomna till Ålands Näringslivs hemsida
- 12 Rapport från fältarbetsgrupp MARIEHAMN SETT UR ETT HUVUDSTADSPERSPEKTIV
- 13 Exempel på stadgar för en svensk stadskärneledarförening (ideell förening)
- 14 Exempel på medlemsavtal
- 15 Dagens CentrumGrupp vid Ålands Näringsliv

Några bilagor är uppbyggda kring over-head-bilder som visats på stormötena.

Bilaga 1

Besökarintervju

av Lisa Lagerén, Newsec Retail and Urban Development

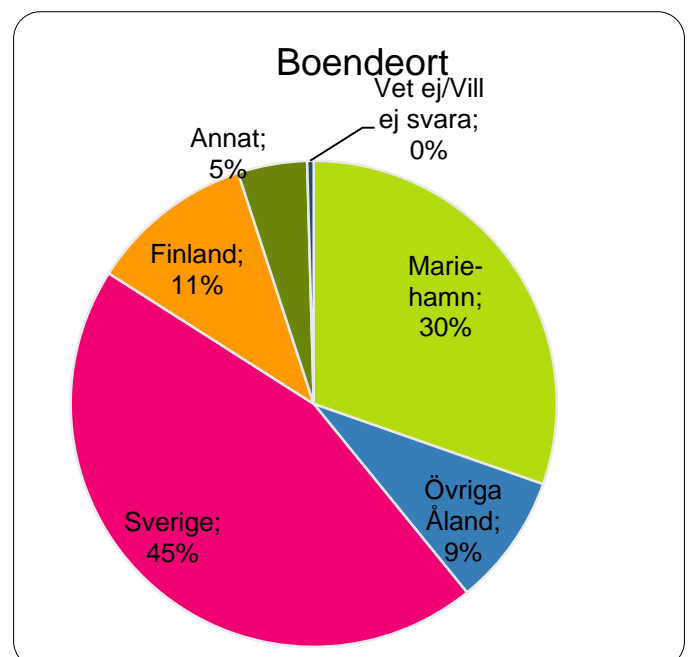
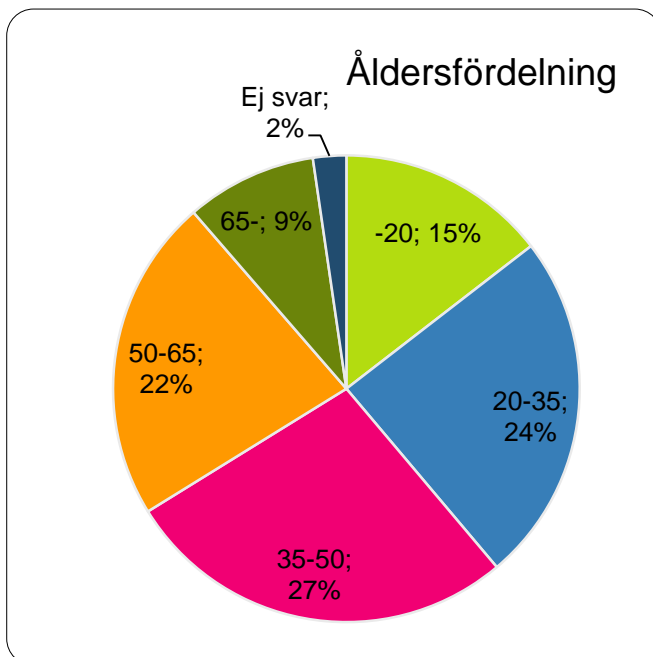
Sommaren 2011

Intervjun genomfördes torsdag – lördag 28 – 30 juli 2011 – vilket sammanföll med Rock Off-festivalen. Totalt genomfördes 695 intervjuer. Svarefrekvensen låg på strax under 70 %.

Basdata

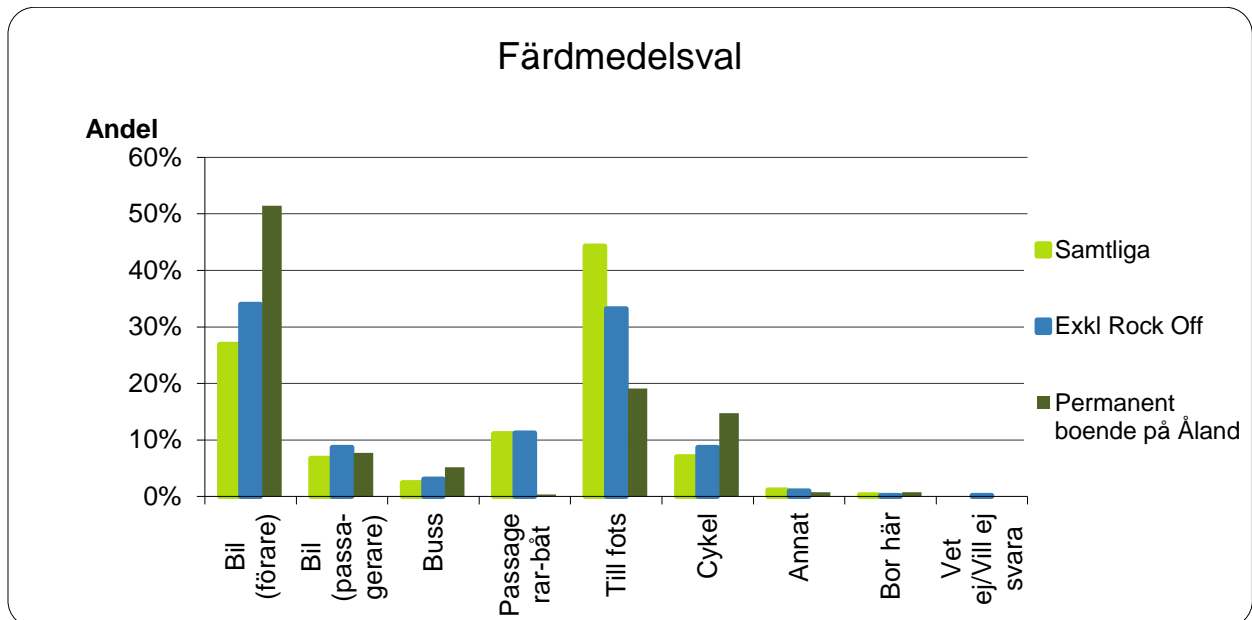
43 % av de intervjuade var män, 57 % kvinnor. Snittåldern var 41 år för samtliga, 46 år för permanent boende på Åland, 32 år för besökande till Rock Off-festivalen.

30 % var boende i Mariehamn och ytterligare 9 på övriga Åland. Av de som inte är permanent boende på Åland var 18 % endast här över dagen.



Färdmedelsfördelning

	Samtliga intervjuade	Exkl Rock Off-besökande	Boende på Åland
Bilkunder	34 %	43 %	59 %
Fotgängare	44 %	33 %	19 %



67 % av bilkunderna har parkerat på gata, ytterligare 20 % parkerade på parkeringsanläggning i markplan. Garagen nyttjades av 12 % (stämmer väl överens med parkeringsräkningen). 75 % säger att det är lätt att parkera i centrum.

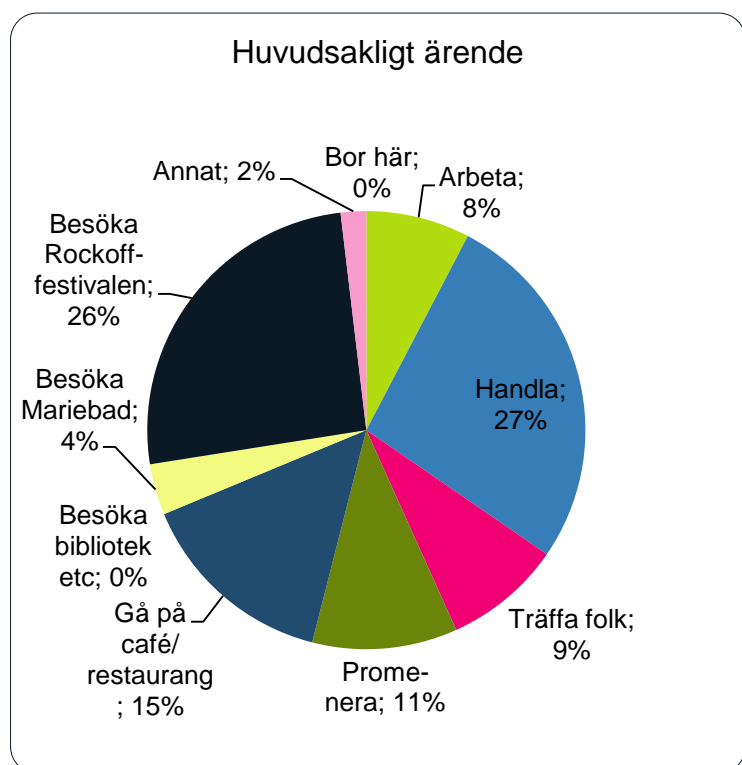
Ärende i centrum

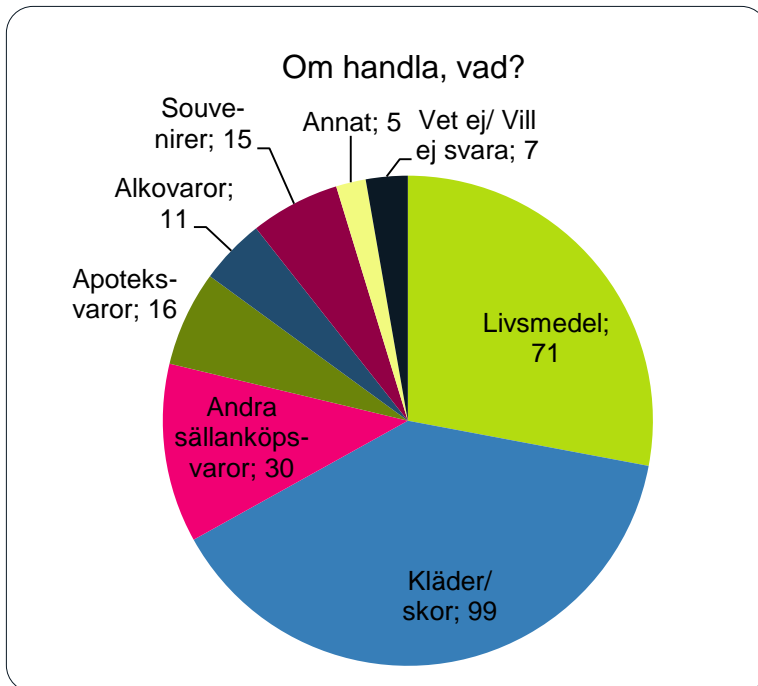
42 % uppgav att de var i stan för att handla eller besöka café/restaurang.

26 % för att besöka Rock Off-festivalen.

Av de permanent boende på Åland var 50 % i Mariehamn för att handla eller besöka café/restaurang och 7 % för Rock Off-festivalen.

Av dem som uppgett handla som ärende, 186 respondenter, har nära 100 personer (drygt 50 %) uppgett att de handlar kläder och skor.





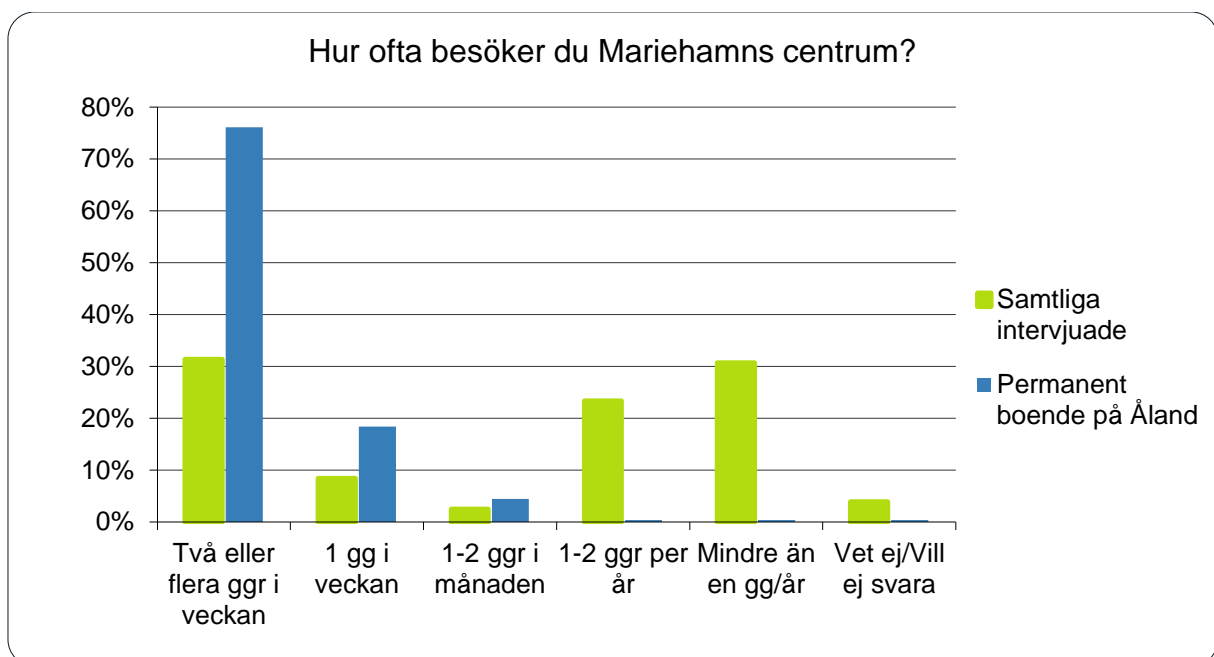
Drygt 70 (knappt 40 %) har uppgett livsmedel.

Den genomsnittliga inköpssumman (inkl restaurang/café) låg på drygt 40 euro för samtliga intervjuade, för de permanent boende på Åland låg summan på drygt 25 euro.

Hur ofta besöker du Mariehamns centrum?

Av samtliga respondenter uppgav 38 % att de besöker Mariehamn minst en gång i veckan.

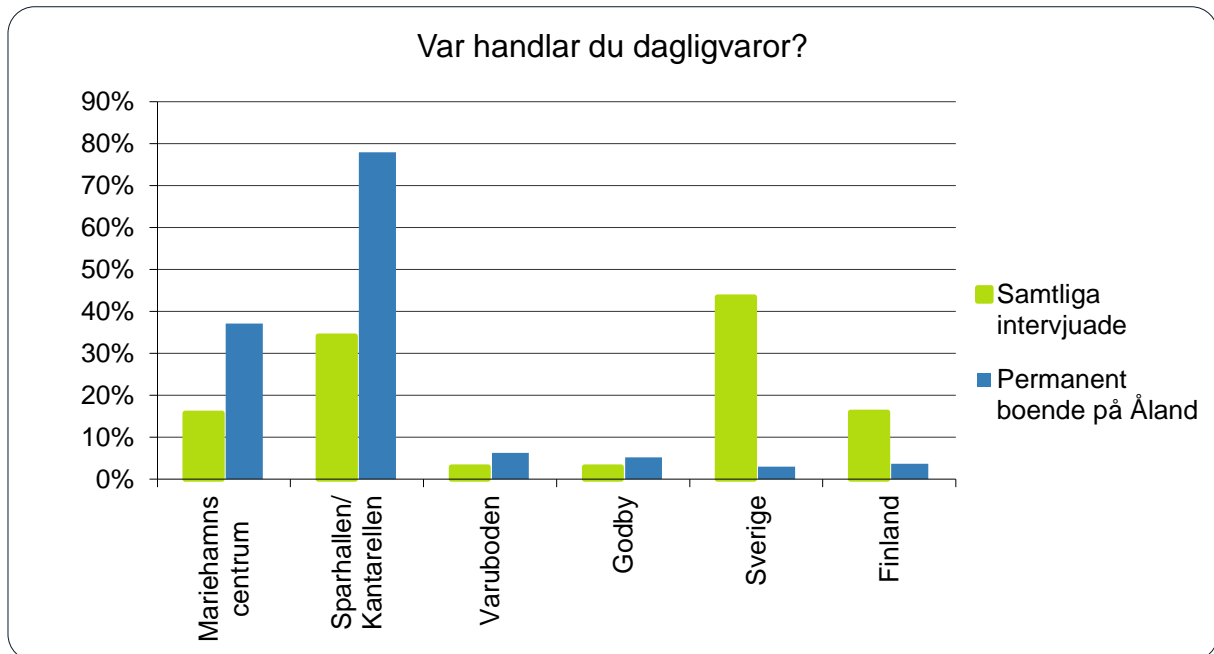
Av de som bodde på Åland är samma siffra 94 %.



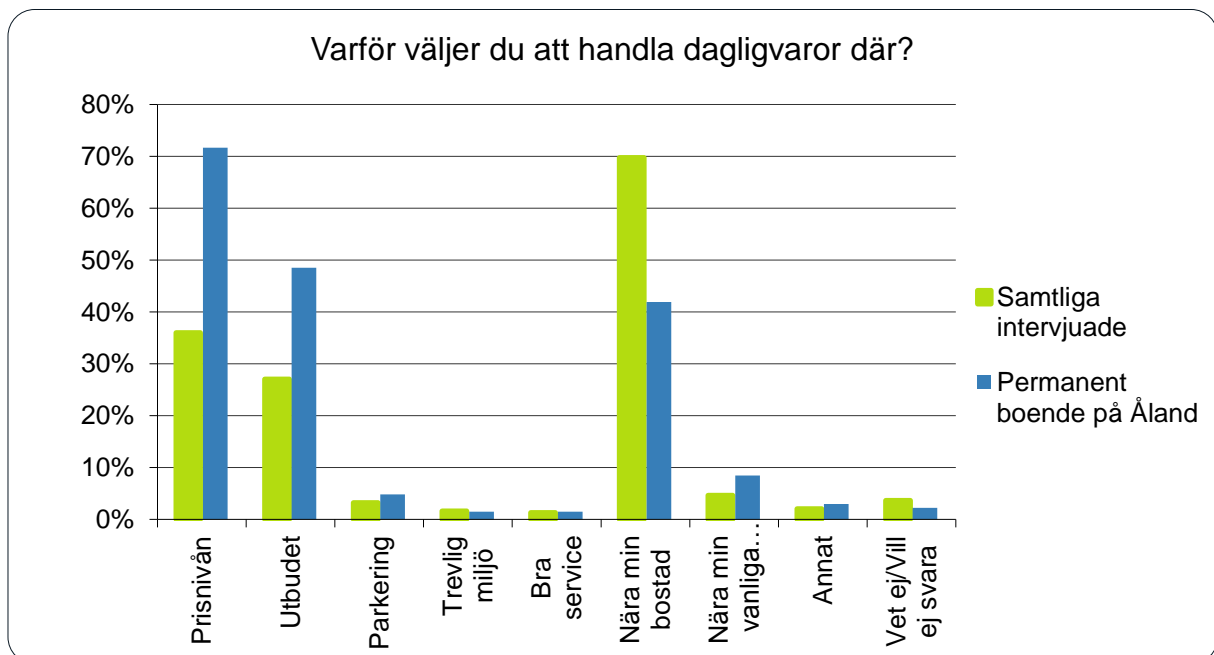
Var handlar du oftast olika typer av varor?

De tillfrågade fick ange flera alternativ, dock flest tre, för var de handlar daglig- resp sälanköpsvaror.

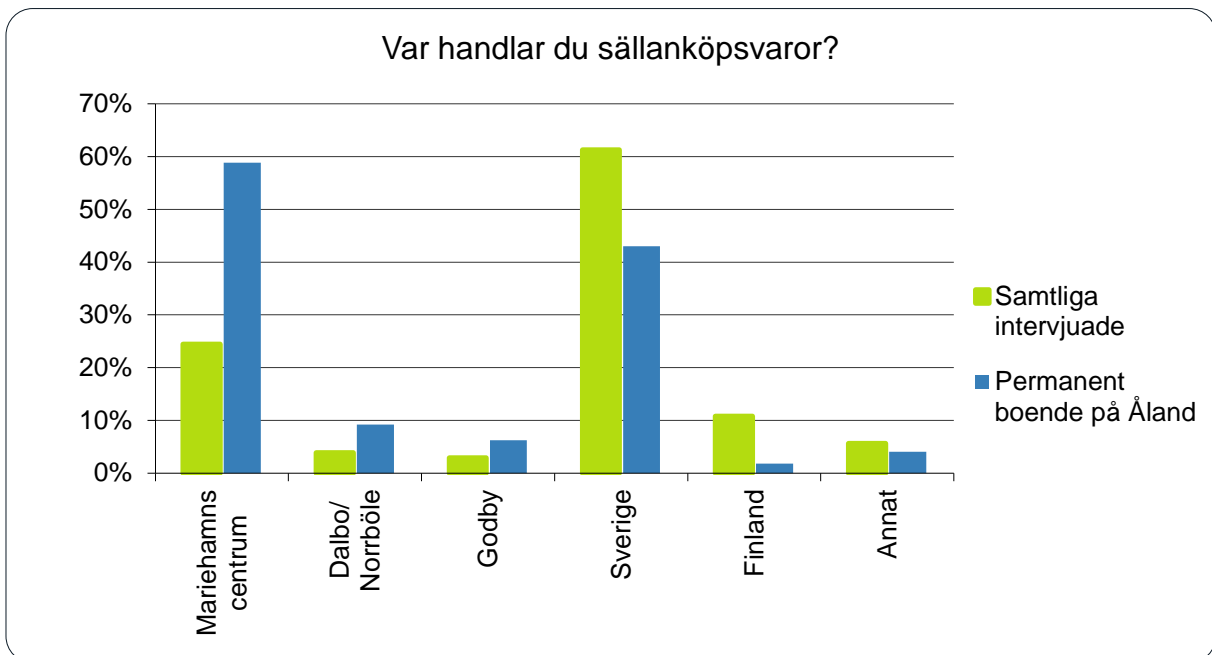
De boende på Åland handlar oftast dagligvaror i Sparhallen/ Kantarellen. Ca 3 % av de tillfrågade permanent boende på Åland uppger att de handlar dagligvaror i Sverige



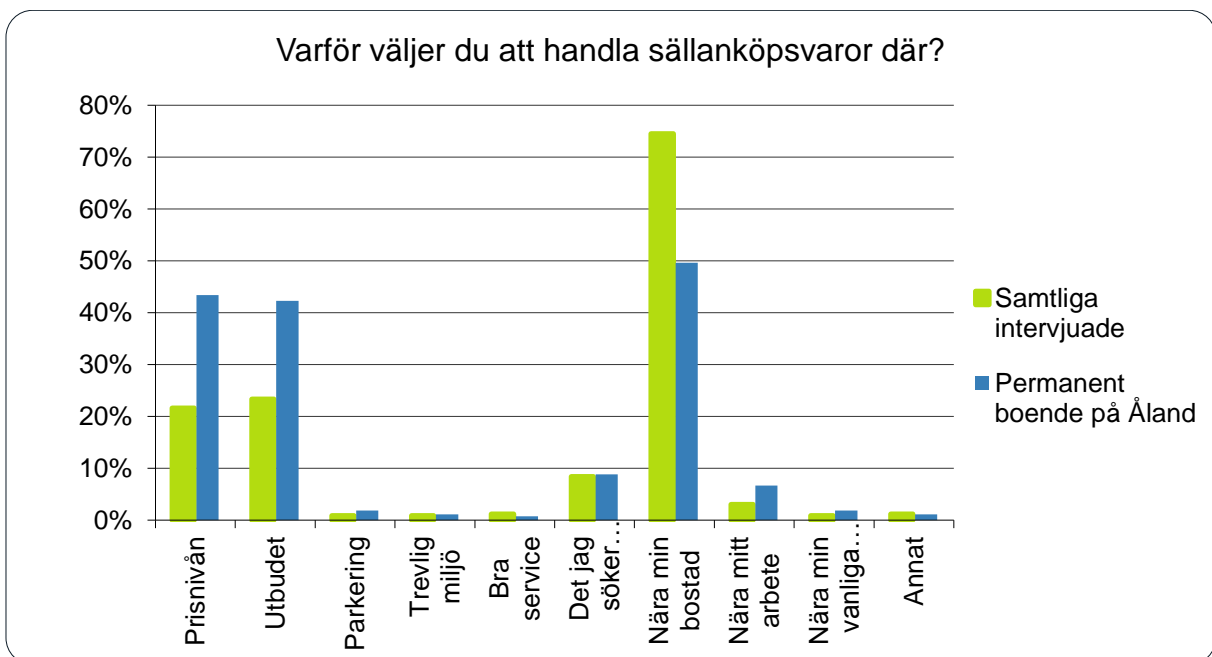
Prisnivån, utbudet och närheten till bostad är de viktigaste faktorerna vid val av utbudsställe för dagligvaror.



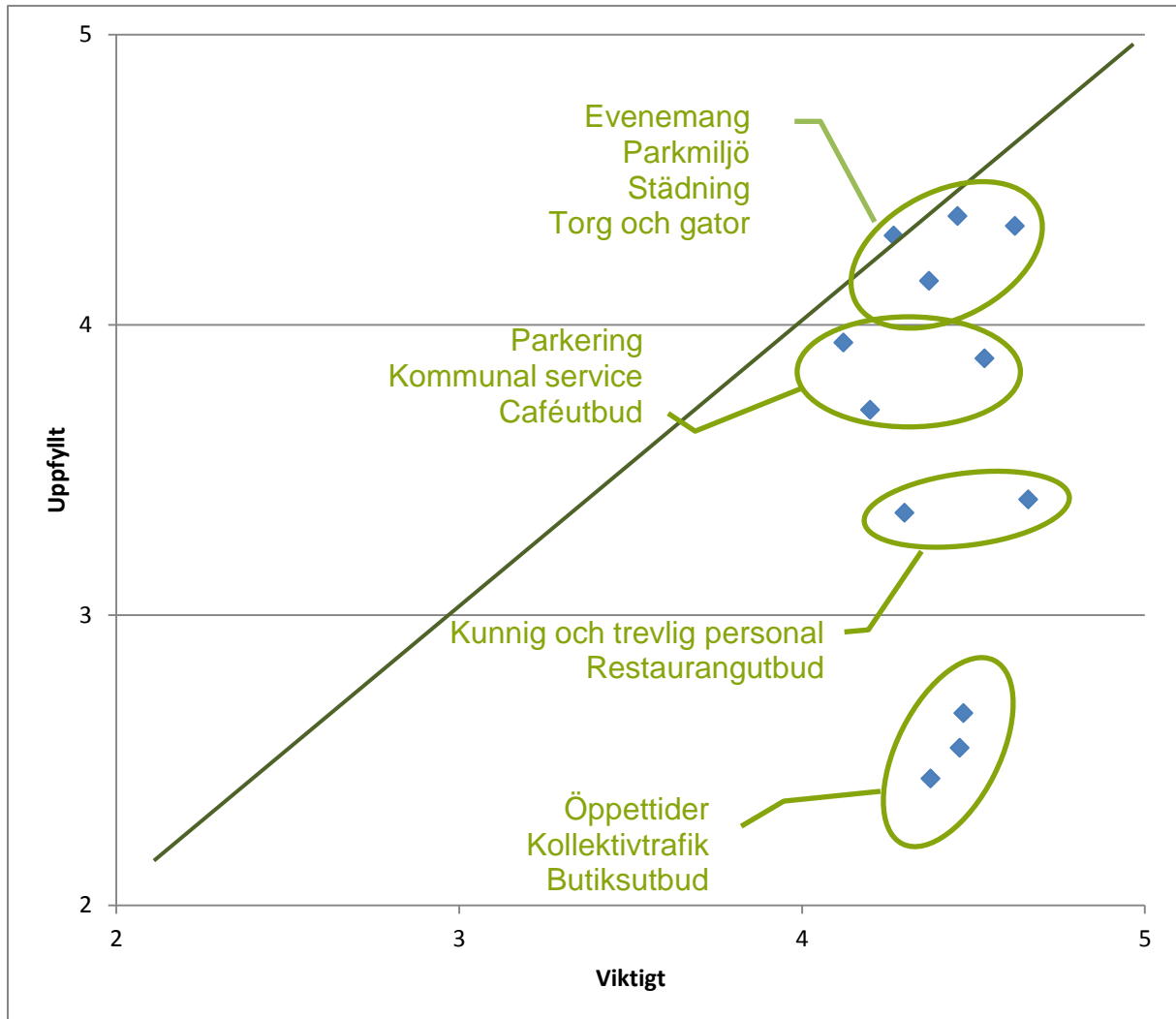
En stor del – över 40 % - av de permanent boende på Åland uppger att de oftast handlar sällanköpsvaror i Sverige. Nära 60 % handlar dock främst i Mariehamns Centrum.



Prisnivån, utbudet och närheten till bostaden är utslagsgivande faktorer även vid val av plats för inköp av sällanköpsvaror.



Vad är viktigt i stadskärnan, och hur väl är det uppfyllt?



I ovanstående diagram skall punkterna ligga samlade runt linjen för att man ska vara "lagom bra". Mångatillfrågade tyckte att "allt" var viktigt

Bäst uppfyllt: Miljö och upplevelser.

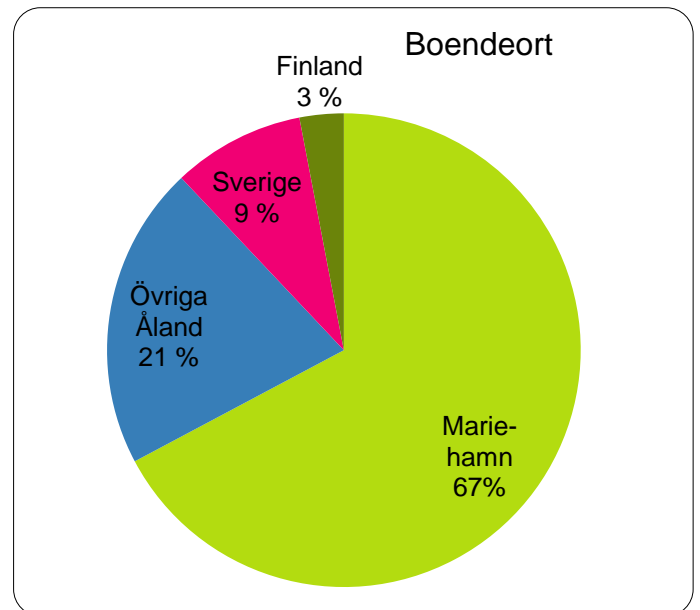
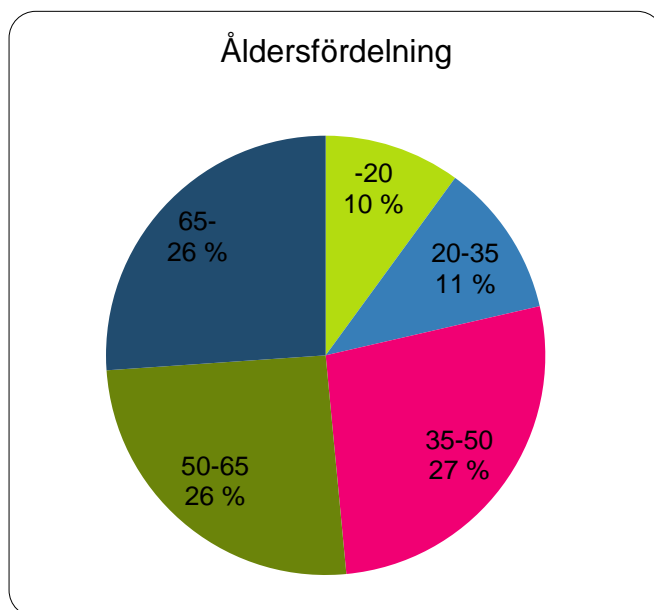
Sämst uppfyllt: Öppettider, butiksutbudet och kollektivtrafiken.

Hösten 2011

Genomfördes torsdag – fredag 3 – 4 november 2011. Totalt genomfördes 299 intervjuer. Svarefrekvensen låg på över 80 %.

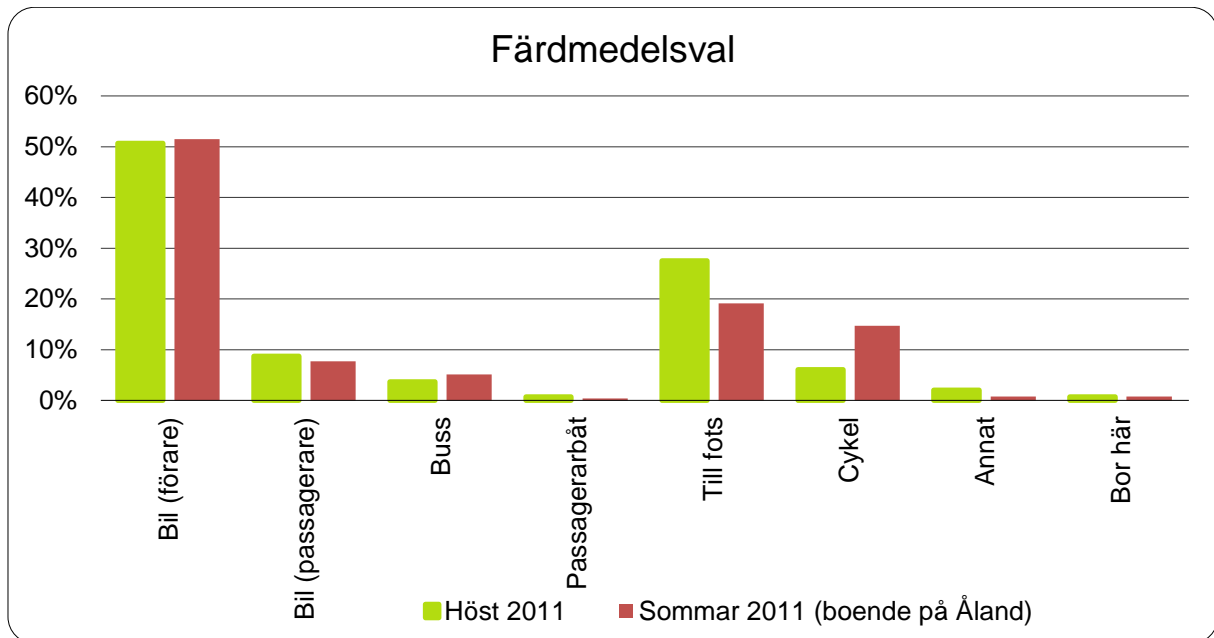
Basdata

59 % män, 41 % kvinnor. Snittåldern låg på 49 år, vilket är högre än under sommarintervjun. 67 % var boende i Mariehamn och ytterligare 21 på övriga Åland. Nära 90 % var alltså ålänningar, vilket innebär att i fortsättningsvis kommer att göra vissa jämförelser med de permanent boende på Åland från sommarintervjun.



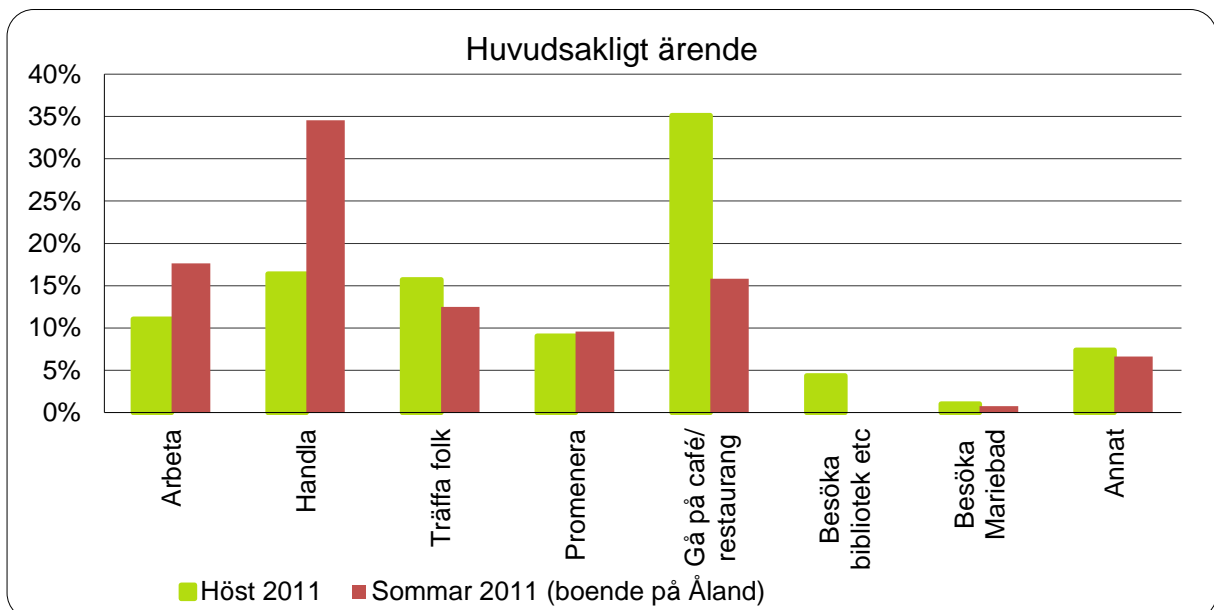
Färdmedelsfördelning

	Sommaren 2011, endast boende på Åland	Höst 2011
Bilkunder	59 %	60 %
Fotgängare	19 %	28 %



69 % av bilkunderna har parkerat på gata, ytterligare 24 % parkerade på parkeringsanläggning i markplan. Garagen nyttjades av 7 %. 60 % säger att det är lätt att parkera i centrum.

Ärende i centrum



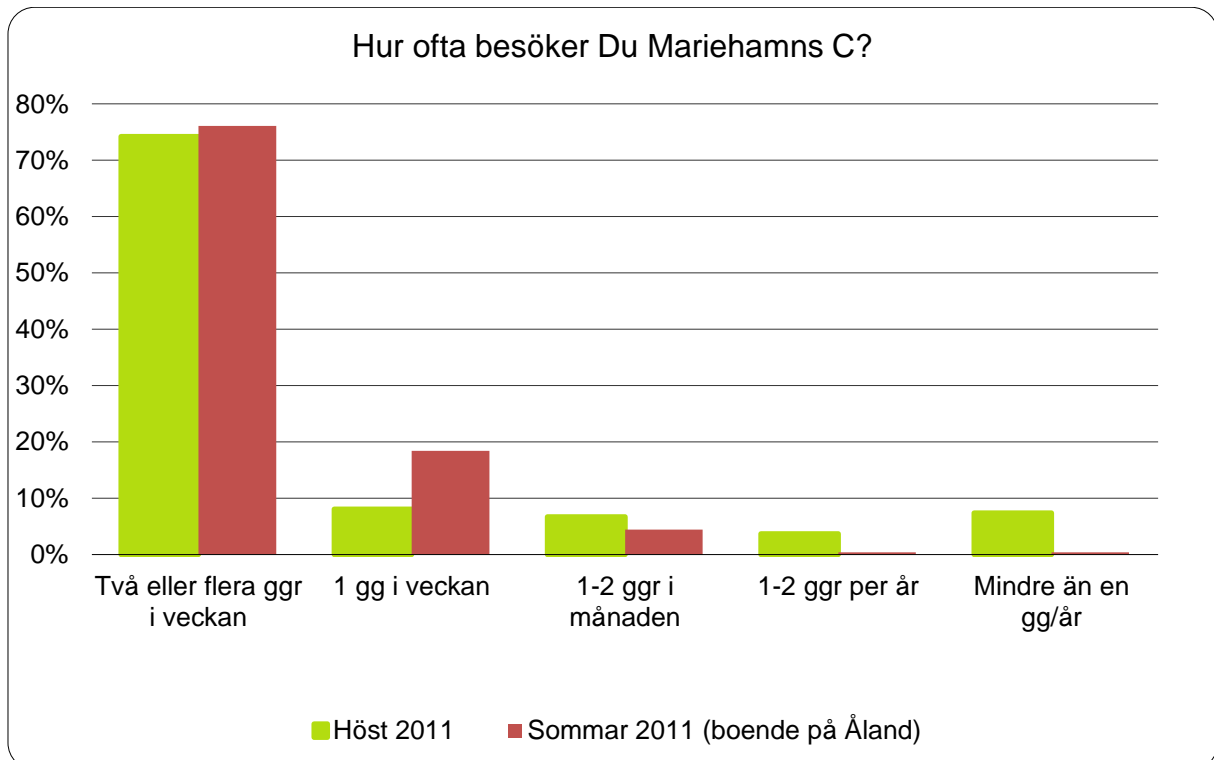
51 % uppgav att de var i stan för att handla eller besöka café/restaurang, av dem var majoriteten i stan för att besöka café/restaurang.

Kommentar: Vid närmare frågor visade sig många av dem som angivit gå på café/restaurang även vara i stan för att handla.

Den genomsnittliga inköpssumman (inkl restaurang/café) låg på drygt 40 euro.

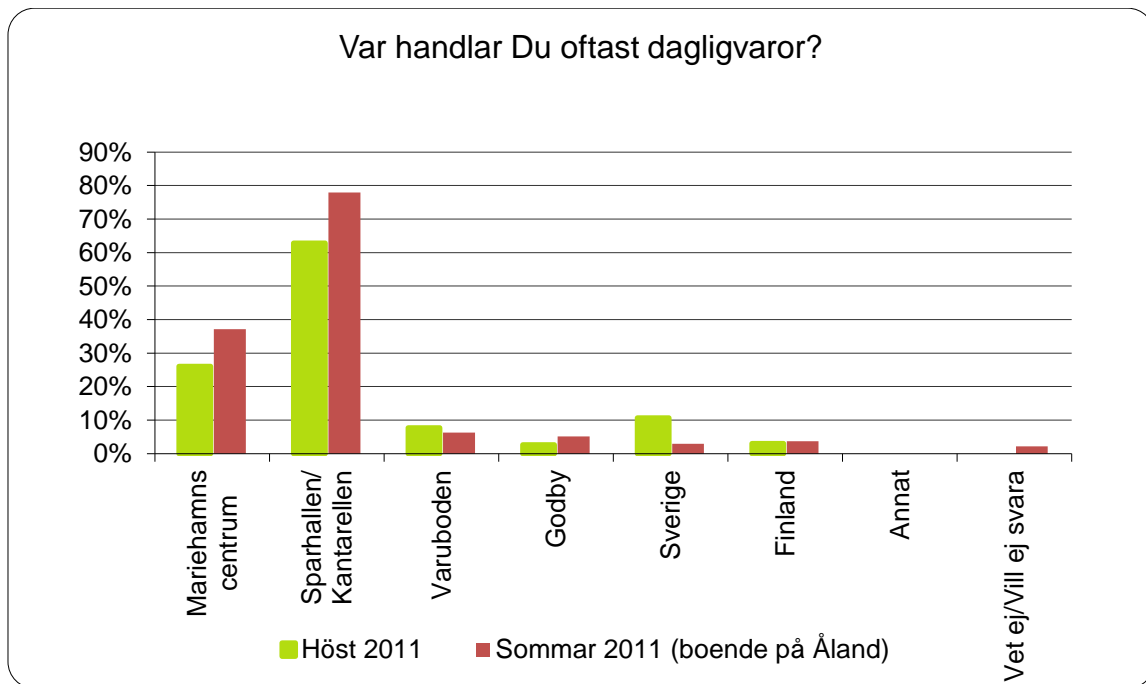
Hur ofta besöker du Mariehamns centrum?

Av samtliga respondenter uppgav 82 % att de besöker Mariehamn minst en gång i veckan, vilket är något lägre än de ålandsboende under sommarintervjun. Detta kan sannolikt förklaras med att vi i höstintervjun har med ca 10 % som inte bor på Åland.



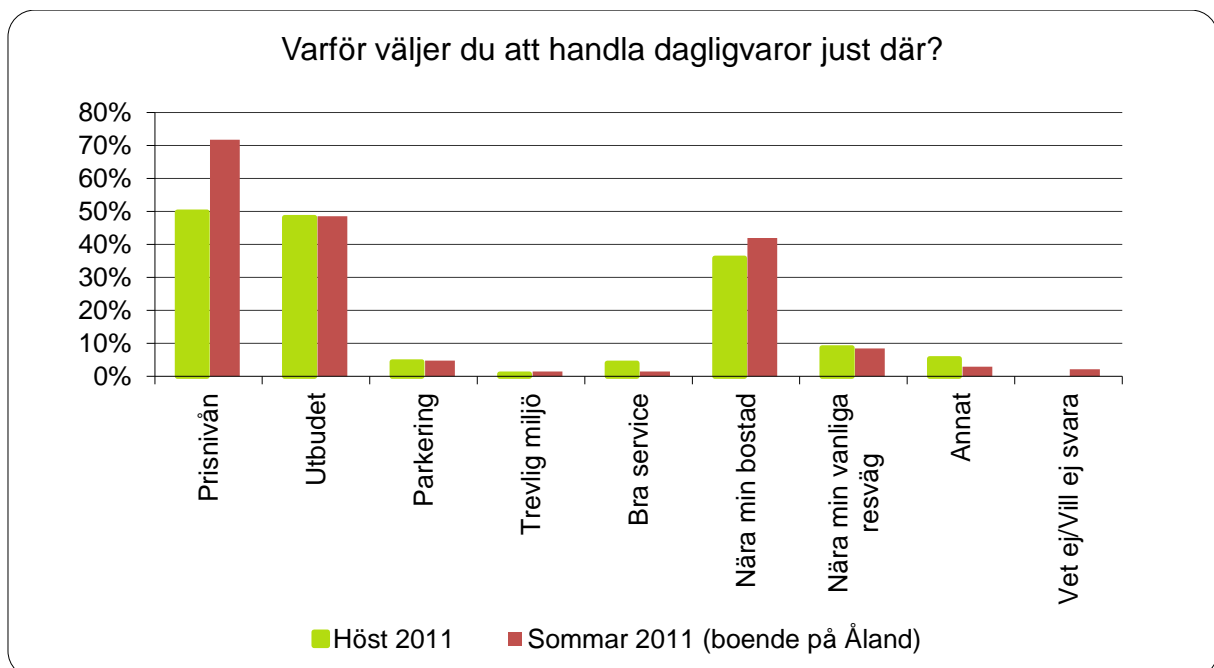
Var handlar du oftast olika typer av varor?

De tillfrågade fick ange flera alternativ, dock flest tre, för var de handlar daglig- resp sälanköpsvaror.

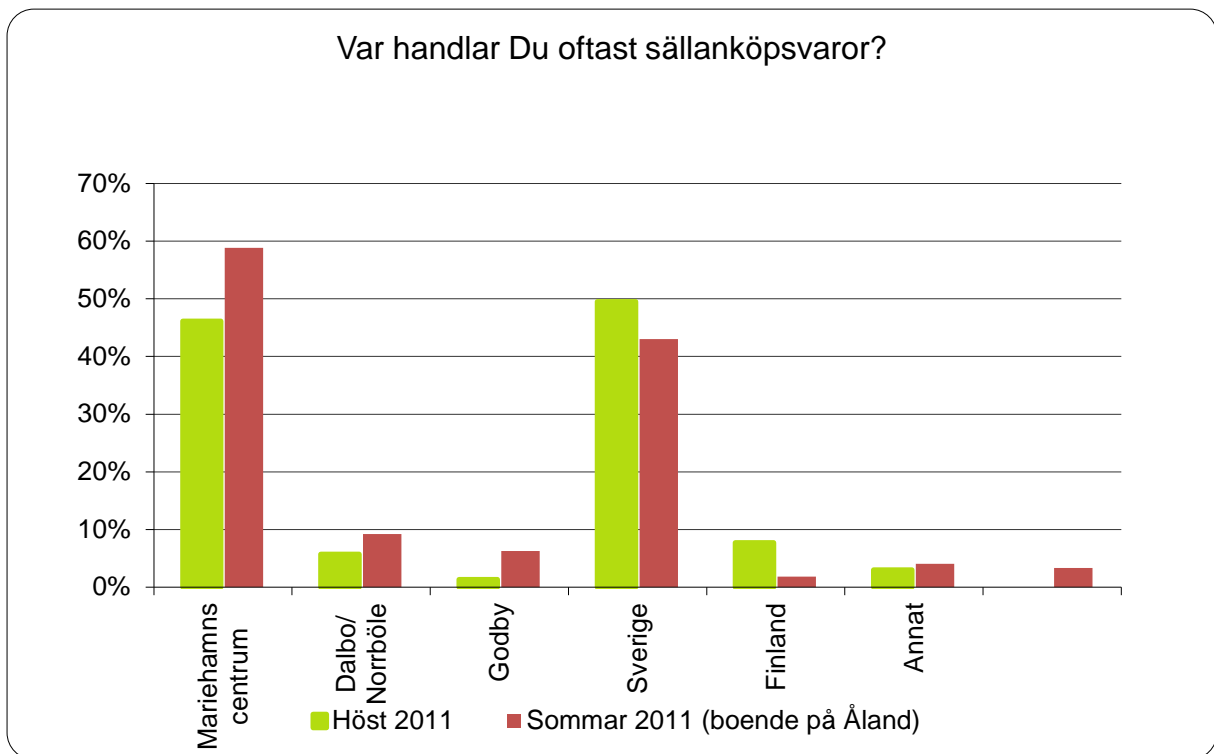


De intervjuade handlar oftast dagligvaror i Sparhallen/ Kantarellen. Ca 11 % av de tillfrågade uppger att de handlar dagligvaror i Sverige

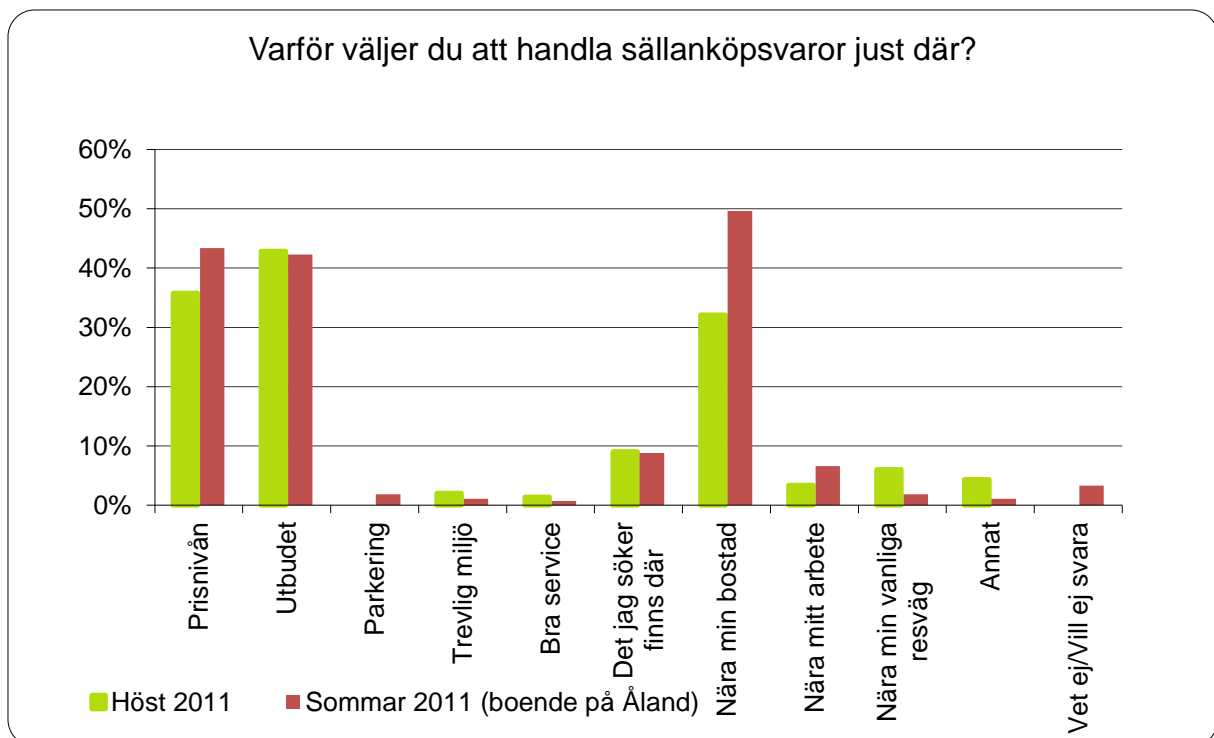
Prisnivån, utbudet och närheten till bostad är de viktigaste faktorerna vid val av utbudsställe för dagligvaror.



En stor del – ca 50 % - av intervjuade uppger att de oftast handlar sällanköpsvaror i Sverige. Nära 50 % handlar dock främst i Mariehamns Centrum.

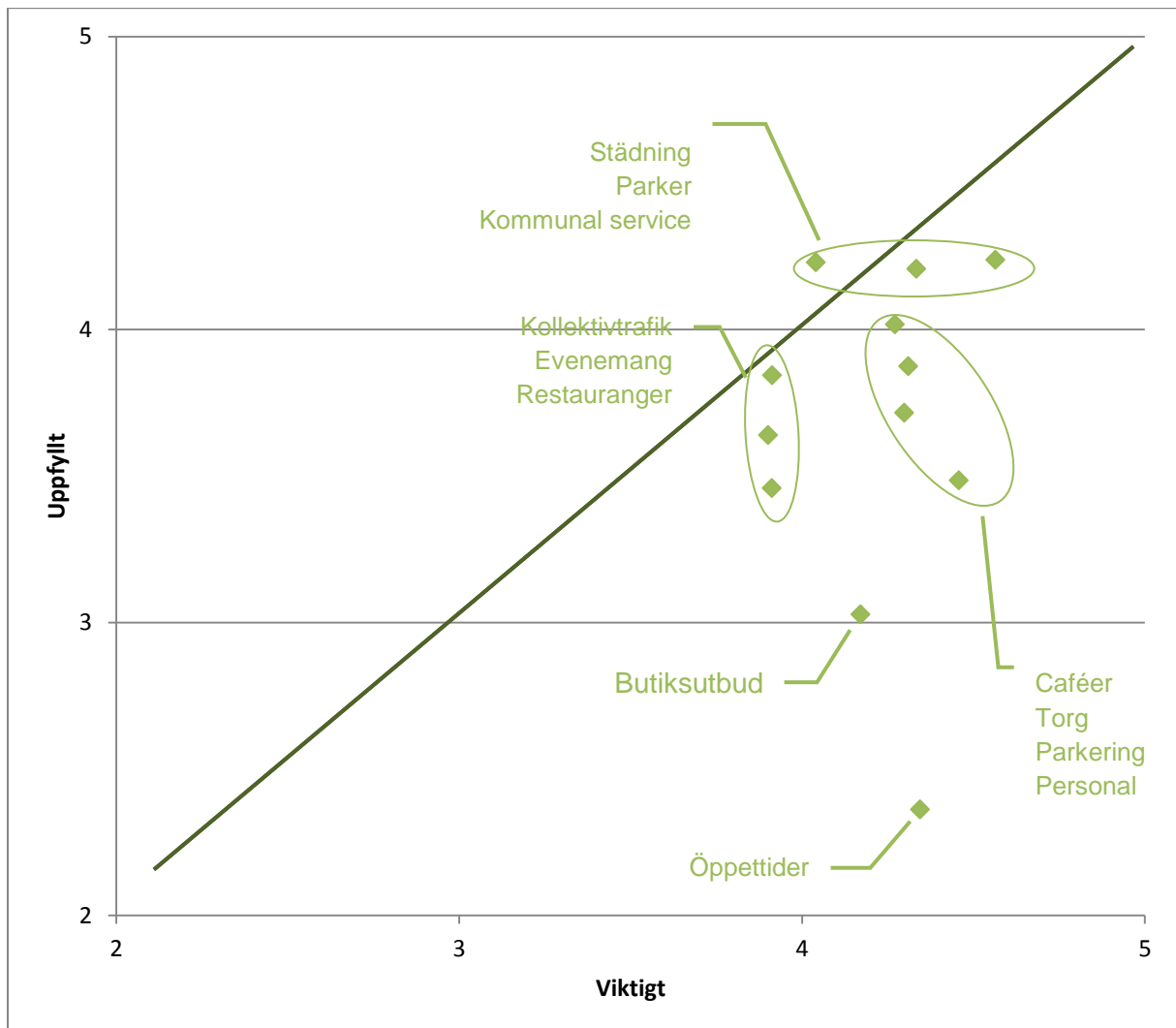


Prisnivån, utbudet och närheten till bostaden är utslagsgivande faktorer även vid val av plats för inköp av sällanköpsvaror.



Vad är viktigt i stadskärnan, och hur väl är det uppfyllt?

I nedanstående diagram skall punkterna ligga samlade runt linjen för att man ska vara "lagom bra".



Bäst uppfyllt: Städning, parker, kommunal service.

Sämst uppfyllt: Öppettider och butiksutbudet.

Under höstintervju var man mindre missnöjd med kollektivtrafiken, vilket sannolikt beror på att ålänningar inte är bortskämda med omfattande kollektivtrafik, och dessutom inte nyttjar den i så stor utsträckning.

Sammanfattande kommentar

Intervjuresultaten från höstintervjun bekräftar resultaten från sommarintervjun, i synnerhet om man studerar de fastboende på Åland. Bilen är viktig, liksom utbudet av butiker.

Bilaga 2

Stråkstruktur – Kolla Läget

av Lisa Lagerén, Newsec Retail and Urban Design

Om modellen

Kolla Läget är en stråkutvärderingsmodell, sammansatt av ett antal viktade parametrar. Modellens syfte är att utvärdera olika butikslägens relativa försäljningsmöjligheter i ett centrum (en stadskärna, ett stadsdelscentrum eller ett köpcentrum).

Modellen kan användas dels för att pröva olika butikslägen, dels för att beskriva den kommersiella kvaliteten hos hela centrum eller stråk.

Modellen är upprättad och avstämd för ett antal olika branscher/sortiment/profiler och avser relativt små butiker som endast i måttlig omfattning skapar sitt eget läge. Den har förhållandevis hög precision och kan användas som beslutsunderlag vid ny- eller ometablering.

En butiks framgång byggs upp av flera faktorer som vi kan kalla inre respektive yttre parametrar, jfr följande schema.

Inre parametrar

Vara ↗

Personal ↗

Distribution ⇔

Företagsledning ⇔

Finansiering ↗

Lokal ↗

Butikens framgång

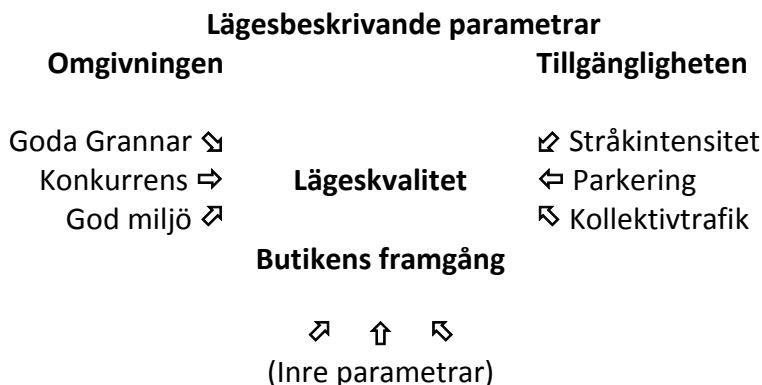
Yttre parametrar

↗ Regional
efterfrågan

↗ Lokalt läge

Vårt intresse är det lokala läget, d v s läget inne i ett centrum. Det visar sig att i ett normalt spektrum av butiker i normala svenska centra förklaras brukens framgång till mellan 25 och 75 % av det lokala läget, i yttre parametrarna enligt ovan. Kolla Läget-modellen beskriver vilka försäljningsmöjligheter som enbart det lokala läget ger efter det att inre parametrar "frysts".

Lägeskvalitet för en butik i ett centrum kan beskrivas genom en kombination av olika faktorer, som kan delas upp i omgivnings- och tillgänglighetsparametrar.



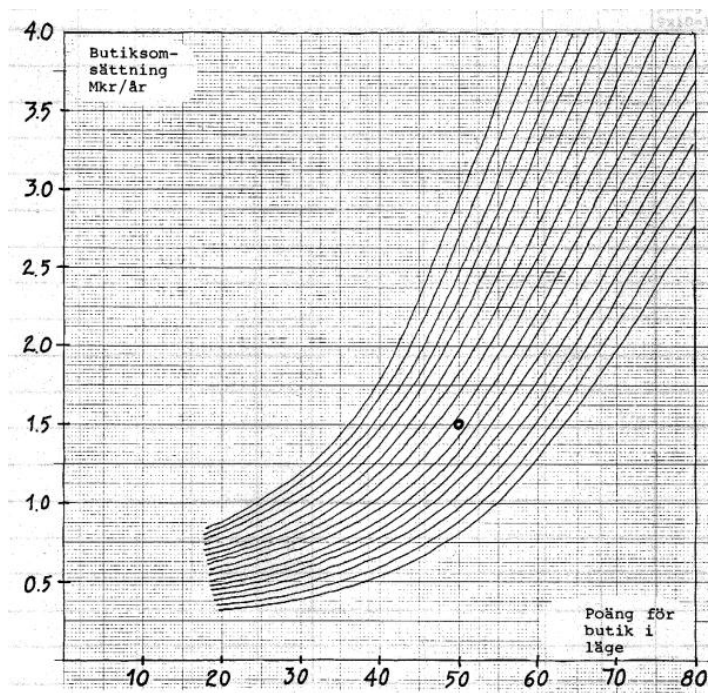
I Kolla Läget poängsätts och viktas de lägesbeskrivande parametrarna för de lägen man vill jämföra.

Olika branscher (d v s blommorna, skor, guld ... etc) och, inom dessa, specifika sortiment och profiler får olika parametervärden. Olika ortsstorlekar har även olika värdenivåer. För Mariehamn har viktningen för liten stad använts.

Lägeskvaliteten för att enskilt läge erhålles genom en sammanvägning av parametervärdena. Den erhållna lägeskvaliteten står sedan i viss relation till möjlig försäljning för studerat bransch/profil/sortiment i studerat läge.

Möjlig försäljning bestäms med hjälp av ett diagram som översätter poäng till försäljningsmöjligheter för resp bransch/sortiment/profil. Observera att det är butikens sak att leva upp till försäljningsmöjligheten, vilket avgörs av de inre parametrarna.

Observera att modellen endast ger den relativa lägeskvaliteten och därmed de relativa försäljningsmöjligheterna i studerat centrum. För att få en absolut bestämning krävs kalibrering mot en butik (ett läge) med känd försäljning, som korrigerats för de inre parametrarna så att man förvandlat den till "normalbutik" för sin bransch/sortiment/profil.



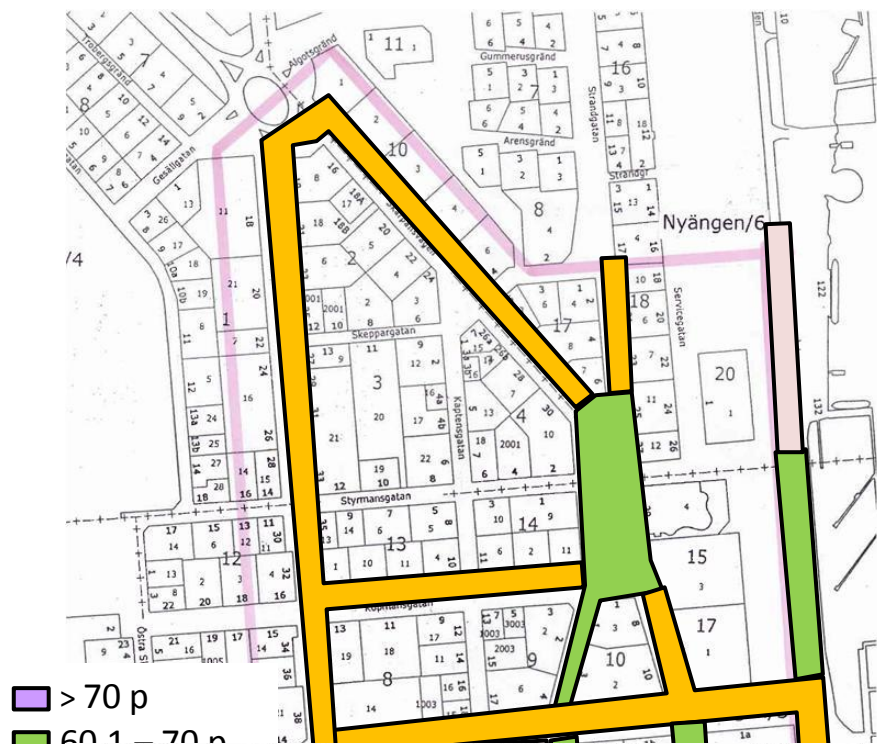
Dagsläge Mariehamn

Ett läge betraktas vanligen som nyetableringsbart vid 50 poäng och därutöver. Ett centrums sk A-stråk bör, framförallt för shopping, ha minst 60 poäng.

Dagligvaror

För dagligvaror har Mariehamns centrum många bra och etableringsbara lägen.

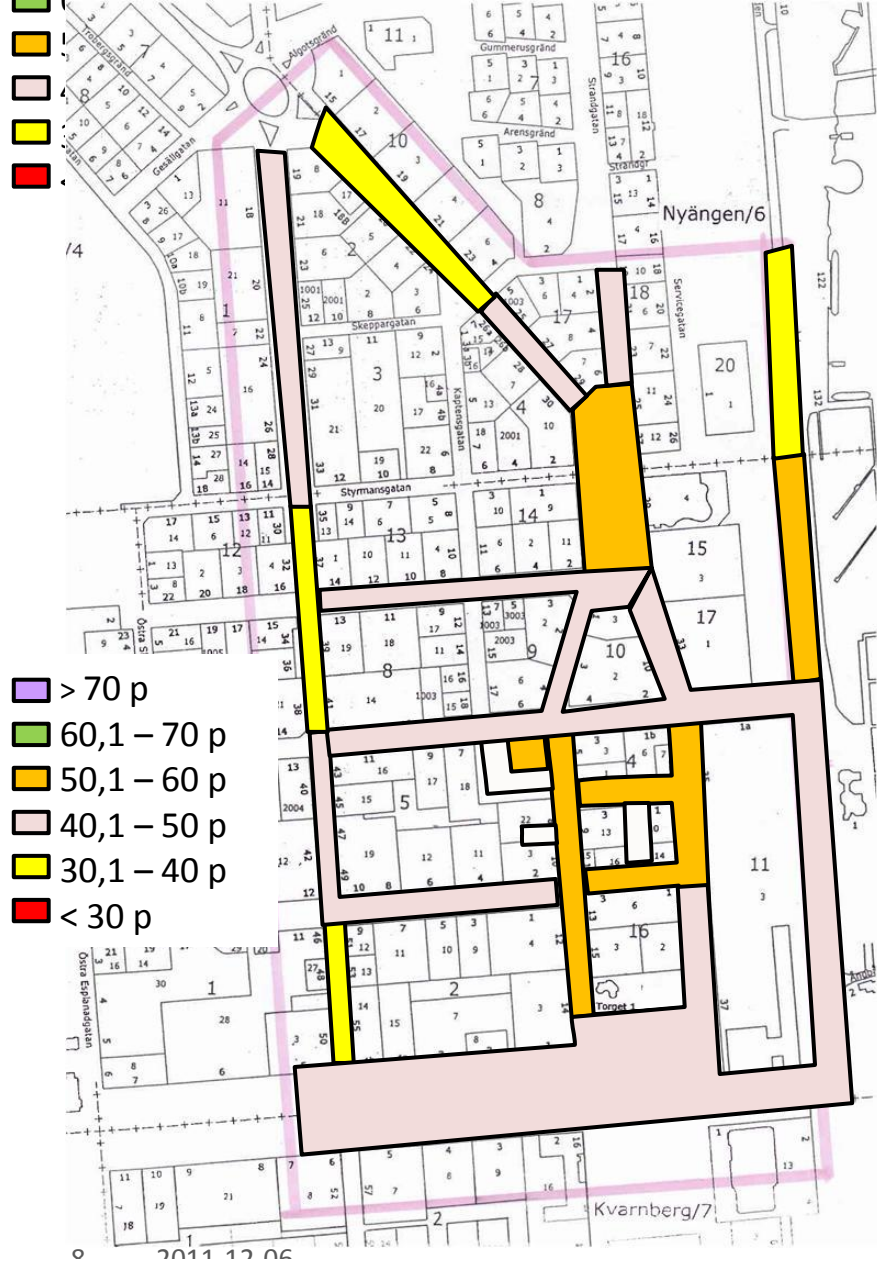
Detta beror framförallt på den goda biltillgängligheten.



Shopping

På shoppingsidan är bilden inte lika positiv. Antalet etableringsbara lägen är betydligt färre, och det finns inget verkligt A-läge.

Detta beror bl a på att centrums mest shoppingbetonade verksamheter är spridda över en relativt lång sträcka, vilket ger att vi inte ser några utpräglade toppar.



Framtid Mariehamn

Vi har ansatt ett scenario, där gågatan förlängs ett kvarter såväl norrut som söderut.

Resultat dagligvaror

För dagligvaror, som är tillgänglighetsorienterat, blir resultatet negativt, Kolla Läget-poängen faller med ca 5 % på båda sträckorna

Resultat shopping

För den mer flaneringsinriktade shoppingen blir resultatet svagt positivt, men någon procent ökning av Kolla Läget-poängen.

Bilaga 3

Parkering

av Lisa Lagerén, Newsec Retail and Urban Design

Räkningar

Beläggningen studerades den 7 – 9 samt 28 – 30 juli, samt den 3 - 4 november 2011.

Tabellen nedan visar några nyckeltal.

	Sommaren 2011	Hösten 2011
Antal studerade platser	900	900
Snittbeläggning	Ca 50 %	Ca 50 %
Maxbeläggning Miramar	32 % (fredag 29 juli)	37 % (torsdag 3 november)
Maxbeläggning Fahlers	5 % (fredag 29 juli)	13 % (torsdag 3 november)
Maxbeläggning Sittkoffs	63 % (fredag 29 juli)	55 % (fredag 4 november)
Maxbeläggning Strandgatan	60 % (fredag 29 juli)	57 % (fredag 4 november)
Maxbeläggning Nygatan	90 % (fredag 8 juli)	94 % (fredag 4 november)
Snittbeläggning Torggatan	40 à 50 %	80 à 90 %

Intervjuer med parkerande

Tekniska kontorets parkeringsbiträde Katja Rajavuori intervjuade i samband med p-räkningen allmänheten, en resultatsammanfattning:

- Många efterlyser flera långtidsparkeringar där man får stå hela dagen. Turister och bofasta.
- Moped och Mc platser behövs
- Många påpekar problemet med att de som jobbar i stan parkerar i centrum och flyttar runt hela dagen och tar plats av dem som skall göra ärenden.
- Många säger det är relativt lätt att hitta en P-plats nuförtiden, fler och fler hittar ner till Miramargaraget som har 3 timmarsgräns vilket alla jag pratat med är glada över, de hinner göra sina ärenden i lugn och ro.
- Ett antal efterlyser några flera 10 minuters platser utanför posten då man ev. bär tunga paket(tas upp i höst)
- Allmänheten tycker det finns för få P-platser i centrumkärnan, de vill ej gå längre än nödvändigt.

Parkeringsbitrådets egna uppfattningar:

- Det finns parkeringar, dock används de dåligt, Miramargaraget har platser som står tomma och Nyfahlersgaraget är så gott som tomt hela tiden.
- Skulle man få bort de som arbetar i centrum så skulle det frigöras ännu fler parkeringar, det är vanligt att folk som jobbar/äger butiker i centrum, varannan timme flyttar på bilen dock alltid nära sitt arbete.
- Tvärparkeringar bör tas bort
- Moped och Mc parkering borde finnas

- Om det byggs större komplex i stan, som det nu planeras, då måste det till ordentligt med nya P-platser. Under mark skulle man då med fördel ha reserverade platser för folk som jobbar i centrum. Ålandsbanken föregår med gott exempel, de hyr ett antal platser åt sina anställda i Miramargaraget.
- Det behövs fler långtidsparkeringar, där man kan stå över dagen då man jobbar. Man borde t ex kunna förstora den norr om Select.

Parkeringen i konsumentens ögon, rapport från fältarbetsgrupp

Gruppledmedlemmar: Susanne Fagerström, Dillen Ab / Zeipels, och Peter Enberg, Klipp Upp.

Noteringar från en besiktningsrunda kl 13 en vardag mitt i veckan, dvs den tid på dagen som vi har mest med kunder i våra butiker.

- Postens parkering: sex bilar av totalt tio platser, dvs en beläggning på 60%.
- Nygatan utanför Ålandsbanken var belagd till 90%. Nygatan utanför cityblommor fanns det lediga parkeringsplatser. Även lediga ströplaster utanför cityblommor.
- Kan konstateras att en halv timmes parkering är bra i absoluta centrum. Förutsatt att lapplisager parkeringsböter om tiden överskrids.
- Lediga ströplatser fanns även på Strandgatan vid alko och hela vägen till biblioteket. Likaså lediga ströplatser på Ekonomiegatan.
- Även ströplatser på Torggatan utanför Medis och ströplatser utanför Andelsbanken på Köpmansgatan. Dock fullt på parkeringen mellan Andelsbanken och biblioteket.
- Ströplatserna som finns i centrum har två timmars parkering, vilket vi ansåg vara bra.
- Zeiples kundparkering är belagd till 90% dock inte med kunder utan med arbetare i staden, likaså Magazins innergård. Ströplatser lediga på Magazins parkering.
- Sittkoffs kundparkering belagd till knappt 50%, 45 tomma platser och 42 bilar. Så det finns lediga kundplatser i centrum.
- Miramargaraget har låg beläggning: 86 tomma platser och 58 bilar dvs en beläggning på knappt 40%.
- Nyfahlers garage: 56 tomma platser och endast 12 bilar, väldigt dålig beläggning.
- Parkeringsgaragen har två timmars parkering vilket gör att de inte fullbeläggs, vi kunde konstatera att under Arken, där man får parkera 24 timmar, var det full beläggning likaså på parkeringen utanför Arken och vid Club Marin.
- Kunde man göra Nyfahlers till ett parkeringsgarage för dem som jobbar inne i stan med en längre tid än tre timmar som de har idag skulle vi få bort bilar från innersta city där vi vill att våra kunder skall hitta lediga parkeringsutrymmen.
- **Parkeringen är alltså tillräcklig, det behövs inte fler bilplatser, men parkering får heller inte byggas bort.**
- **Företag eller privatpersoner skulle också eventuellt kunna förhyra platser, som en del redan gör idag både i Miramar garaget och i Nyfahlers.**

Bilaga 4

Marknadsanalys

av Lisa Lagerén, Newsec Retail and Urban Design

Marknadsanalysen redovisas här genom de bilder som redovisats i Arbetsgrupp och referensgrupp.

BAKGRUND

- Mariehamns Centrum står inför en förnyelse. I samband med detta bör en bedömning av **marknadsramarna i framtiden** göras.
- Förutsättningarna har under arbetets gång förändrats i och med den tänkta **etableringen i Jomala**.
- Demografiska **indata** och huvudsakliga kommersiella indata har inhämtats från Ålands statistik- och utredningsbyrå (ÅSUB), samt genom inventering på plats.
- De under sommaren genomförda intervjuerna i stadskärnan har också gett stöd till analysen.

2

NEWSEC

DEFINITIONER

Detaljhandeln har i indelats i två huvudgrupper:

- DV – **Dagligvaror** som innefattar mat & dryck, blommor, kemtekniska artiklar m.m. Av dagligvaror är ungefär två tredjedelar livsmedel. Exempel på små specialbutiker inom DV är tobak, kiosker, konditorier och bensinstationernas dagligvarudelar.
- SV – **Sällanköpsvaror** är övriga egentliga detaljhandelsvaror, som här indelats i två huvudgrupper:
 - **Volymhandel** med sällanköpsvaror (vitvaror, möbler, TV, byggvaror m.m.)
 - **Shopping** (kläder, skor, ur, guld m.m.), som vanligen svarar för ca 60 % av den totala SV-omsättningen.

Fullsorterade **stormarknader** säljer med denna definition både dagligvaror och sällanköpsvaror.

Årsomsättning: försäljning per år inkl moms i 2009 års priser.

Butiksyta: total uthyrbar yta i kvm (GLA).

Senaste kompletta **statistikår** för detaljhandel är år 2009, vilket vi därför har som basår eller dagsläge i denna utredning (skillnaden mot 2010, som är senaste demografiska statistikår, är liten).

3

NEWSEC

DAGENS DETALJHANDEL PÅ ÅLAND

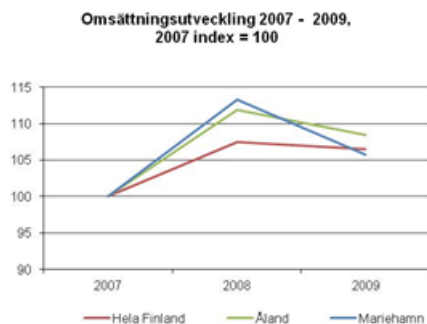
Omsättningsdata 2009, M€	SV	DV	Totalt DV + SV	Rest/café	Totalt DV + SV + rest/café
Centrala Mariehamn	38	6	44	10	54
Övriga Mariehamn	43	15	58	5	63
Jomala	12	35	47	1	48
Åland utom Mariehamn och Jomala	3	30	33	7	40
Totalt	96	86	182	23	205

Den genomsnittliga per capitaefterfrågan på detaljhandel i hela Finland är ca 6 350 € årligen. Detta betyder att efterfrågan genererad av de boende på Åland är ca 178 M€ och av de boende i Mariehamn ca 71 M€. Det betyder att vi har ett litet sk inflöde av handel till Åland, på ca 4 M€ och ett större till Mariehamn på ca 32 M€.

Källa: ASUB m fl

NEWSEC

HISTORISK UTVECKLING DETALJHANDELN PÅ ÅLAND RESP I HELA RIKET



Åland har de senaste åren haft en starkare utveckling än hela riket, dock vikande till 2009.

Mariehamn har haft en relativt kraftig minskning från 2008 till 2009.

Löpande priser.

5

NEWSEC

HANDELSSTRÖMMAR TILL OCH PÅ ÅLAND

Handelsströmmarna till Åland består framförallt av ett inflöde från turister, tillfälliga och boende i fritidshus men även ett (något mindre) utflöde till Finland och framförallt Sverige på sällanköpsvarusidan. Utflödet till Sverige och Finland ligger sannolikt på ca 30 M€ årligen.

2010 var antalet övernattningar på hotell, gästhem, stugbyar och campingar knappt 425 000 och antalet egenägda fritidshus var 1997 (vilket är den senaste tillgängliga siffran) knappt 6 500 st. Dessa två turistformer motsvarar ungefär ett tillskott av permanent boende på ca 5 000 personer, vilka alltså för med sig en detaljhandelsefterfrågan på drygt 30 M€. Därtill turister och andra besökande som inte övernattnar eller som ex vis bor på egen båt eller kryssningsbåt.

Inflödet till Mariehamn består dels av inflödet från turister m fl enligt ovan, men även från övriga Åland.

Källa: ASUB m fl

NEWSEC

GENOMSNITTLIG INKOMST

Skattepliktiga inkomster i medeltal, 2005 - 2009



Ålänningarna och Mariehamnsborna i synnerhet har höga genomsnittliga inkomster jämfört med resten av Finland.

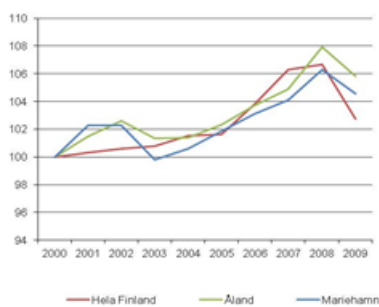
Detta ger också en del av förklaringen till att detaljhandeln omsätter mer än den borde.

7 Källa: ASUE

NEWSEC

SYSSELSÄTTNING 2000 - 2009

Sysselsatta, år 2000 - 2009, 2000 index = 100

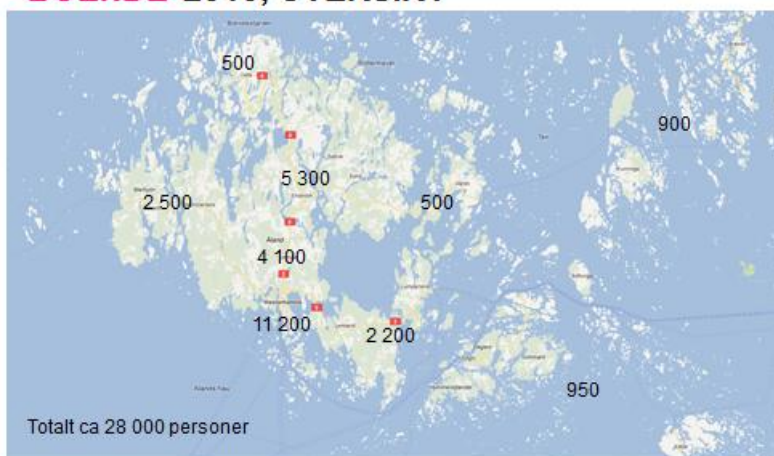


Sysselsättningen har haft en något starkare utveckling på Åland och i Mariehamn än i riket som helhet

8

NEWSEC

BOENDE 2010, ÖVERSIKT



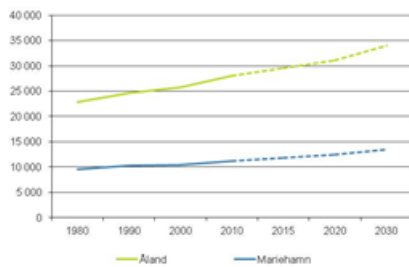
Totalt ca 28 000 personer

9

NEWSEC

BEFOLKNINGSUTVECKLING OCH PROGNOSEN

Befolkningsutveckling Åland och Mariehamn, historik och prognos till 2030

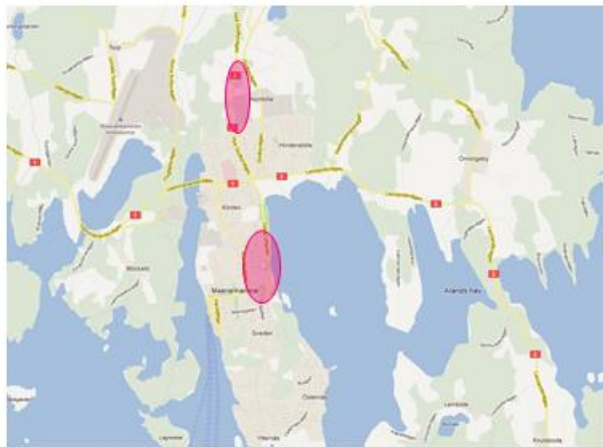


Både Mariehamn och Åland har en förväntad fortsatt befolkningstillväxt.

10

NEWSEC

STADSKÄRNAN OCH JOMALA



11

NEWSEC

ANTAGEN UTBYGGNAD I JOMALA

2 000 kvm dagligvaruhandel (utbyggnad av befintlig enhet)
7 000 kvm sällanköpsvaruhandel med shoppingprofil.

NY OMSÄTTNING I JOMALA

2 000 kvm dagligvaruhandel kommer sannolikt att omsätta **ca 5 M€**.
7 000 kvm sällanköpsvaruhandel kommer sannolikt att omsätta
något mer än 20 M€.

En sannolikt god affär på dagligvarusidan, en inte lika god affär på sällanköpsvarusidan.

PÅVERKAN PÅ ÖVRIG HANDEL

Dagligvaruhandeln tar framförallt sin omsättning från den befintliga handeln i Jomala samt från större utbud på övriga Åland. Stads kärnans dagligvaruhandel påverkas endast marginellt.

Sällanköpsvaruhandeln hämtar ca 8 M€ från Sverige och Finland, i form av återtagets utflöde. "Över natten" kommer 10 M€ att hämtas från stadskärnan och resterande dryga 2 M€ från Jomala och övriga Åland.

TILLVÄXT TILL 2020

Åland har en prognosticerad **befolkningstillväxt** på 5 % till 2015 och på 11 % till 2020. För Mariehamn är talen något högre.

Per capitakonsumtionsökningen har antagits till 1,5 % årligen på sällanköpsvarusidan respektive 0,5 % årligen på dagligvarusidan. Detta är relativt modesta tal.

Tillsammans med befolkningsökningen ger per capitakonsumtionsökningen följande tillväxt i M€, om Åland behåller sin marknadsandel.

Ökning i M€ hela Åland	SV	DV	Tot
2009 - 2015	13 (14 %)	6 (8 %)	19 (11 %)
2009 - 2020	30 (31 %)	16 (10 %)	46 (25 %)

VAD BETYDER DET FÖR MARIEHAMNS STADSKÄRNA?

10 M€ är över 25 % av stadskärnans sällanköpsvaruomsättning. Detta betyder att flera enheter sannolikt kommer att få lönsamhetsproblem och som följd av detta stängda butiker.

Om någon eller några butiker (ex vis KappAhl och ytterligare några beklädnadsenheter i låg- och medelprissegmentet) dessutom flyttar från stadskärnan till Jomala kan effekterna bli ännu större.

Man riskerar en nedåtgående spiral där stadskärnan på sikt utarmas.

Ett mycket allvarligt läge, som kommer att medföra stora ekonomiska förluster för såväl fastighetsägare som handlare. Dessutom stora negativa samhällsekonomiska effekter för Mariehamns stad.

En icke-fungerande stadskärna är dessutom negativt för Mariehamns och Ålands invånare och besökare.

16

NEWSEC

KAN TILLVÄXTEN KOMPENSERA?

Sällanköpsvarutillväxten till år 2015 är 13 M€, vilket i teorin kompenserar för bortfallet.

Dock kommer inte stadskärnan att förmå fånga upp hela tillväxten, en del kommer att gå utanför Åland och en del till Jomala. Sannolikt kan stadskärnan fånga upp hälften eller ca 6 M€, vilket innebär ett kvarstående omsättningstapp på ca 13 %, de negativa effekterna kvarstår alltså till år 2015.

OM 5 000 KVM I STÄLLET HADE LAGTS I STADSKÄRNAN

Om man i stället hade funnit goda lägen för ca 5 000 kvm sällanköpsvaruhandel, varav 1 500 kvm H&M, i stadskärnan, hade detta omsatt ca 18 M€.

Av den omsättningen hade knappt 9 M€ hämtats från befintliga verksamheter i stadskärnan, "över natten".

Verksamheter skulle inte flytta från stadskärnan i detta scenario.

De nya ytorna skulle ge en positiv spin-off effekt på resterande stadskärnan med 5 à 10 % av sin egen omsättning, d v s knappt 1 à 2 M€.

Så gott som hela tillväxten till 2015 skulle hamna i stadskärnan, sannolikt ca 10 Mkr.

Detta skulle betyda att stadskärnan år 2015 skulle kunna omsätta ca 60 M€, vilket är 50 % mer än idag, på ytor som är ca 25 % större.

Bättre yteffektivitet och bättre lönsamhet än idag.

18

NEWSEC

SAMMANFATTNING

- Mariehamns stadskärna är hela Ålands stadskärna och alltså **viktig** för mer än bara Mariehamn.
- En shoppingetablering på 7 000 kvm i Jomala får **allvarliga konsekvenser** för stadskärnan.
- Tillväxten **kompenserar**, men sannolikt inte snabbt nog.
- Om man i stället kan tillskapa 5 000 kvm attraktiva handelsytor i stadskärnan **stärks den** betydligt.

Bilaga 5

Statistik från ÅSUB

av Lisa Lagerén, Newsec Retail and Urban Design

ÅSUB har enligt uppdrag levererat ett stort statistikmaterial. Här redovisas ett urval.

Förklaringar/definitioner

All statistik enligt storområden och inte län (Finlands alla län slopades den 1 januari 2010)

Årsomsättning och sysselsatta totalt och för branschgrupper för Mariehamn, Åland, Finlands olika län, Finland

Mariehamn och Åland på basen av arbetsställeregistret (var vi har arbetsställevis omsättning och personal) åren 2007-2009.

Branschfördelning:

- Dagligvaror (471xx, 472xx samt 47810)
- Beklädnad (4771x, 4772x samt 47820)
- Hem & fritid (474xx, 475xx, 476xx, 4773x-4779x, 47890 samt 479xx (ej 47912).
- Restauranger och serveringar (56xxx)

För Finlands olika storområden är branschgrupperingen tyvärr mera aggregerad (Detaljhandel = 47xxx och Restauranger och serveringar = 56xxx).

Finland på basen av arbetsställestatistik från Statistikcentralen, omsättningen matchar vårt arbetsställeregister, liten diff i antal arbetsställen och personal.

Antal sysselsatta och arbetsplatser efter storområde 1980-2009. I sysselsättningsstatistiken är branschgrupperingen aggregerad (Detaljhandel = 47xxx och Restauranger och serveringar = 56xxx). Branschvis data finns för åren 2001-2008.

Årsomsättning och sysselsatta totalt och för branschgrupper stråkvis i Mariehamns centrum

På basen av arbetsställeregistret (var vi har arbetsställevis omsättning och personal) åren 2007-2009, innebär att omsättningen totalt = omsättningen från verksamhet på Åland. Kombinationen bransch/stråk kan inte visas på grund av röjandekontroll.

Stråkindelning:

- Torggatan gågata (Torggatan 5-10)
- Butiksgata (Torggatan 1-3, 11-15)
- Butiksgata sekundär (Skarpansvägen 26-33, Strandgatan 10-33, Nygatan 2-3, Norragatan 1-4 samt Norra Esplanadgatan 2)
- Gallerior:
 - Sitkoff Galleria (Torggatan 13)
 - Varuhuset Zeipels (Torggatan 7)
 - Varuhuset Magazin (Torggatan 6)
- Externa handelsplatser:

- Möckelö (Lövuudsvägen, Möckelövägen)
- Dalbo (Uppgårdsvägen, Jakosvägen, Kråkbärsstigen, Hjortronstigen)
- Norrböle (Bolstavägen, Dalkarbyvägen, Godbyvägen, Norrbölevägen, Karlbergsvägen, Kummelgränd, Skogshyddsvägen, Vikingagränd, Årsringen - samtliga adresser i Mariehamn)

Bilnehav och kollektivtrafiksstatistik för Mariehamn, Åland, Finlands olika län, Finland

Motorfordonsbestånd åren 1980, 1990, 2000 samt 2010 (fordonsspecifikationerna har ändrats flera gånger under perioden, de vanligaste redovisas). För åren 1990-1998 är det problem med Ålands siffror i Statistikcentralens material, uppgifter istället från Statistisk Årsbok för Åland (1993 saknas). Det finns även ett antal fordon registrerade på Åland, där innehavaren bor på annan ort - dessa finns med i Ålands siffror fram till 1993.

År 1989 saknas i Statistikcentralens tidsserier...

Kollektivtrafik (busspassagerare) åren 2004-2010 (för Stadsbussen i Mariehamn 1999-2010).

Begränsad data för Finland 1997-2009 (antal passagerare) från Kommunikationsministeriet. Trafiken på skärgårdsfärjorna 1980-2010 (passagerare och fordon) samt på Mariehamns flygplats 1985-2010 (passagerare).

Antal boende för Mariehamn, Åland, Finlands olika län, Finland. Inkl demografiska data som ålder, inkomst, utbildningsnivå mm

- Befolkning enligt kön och ålder åren 1980, 1990, 2000, 2010 samt prognoserna 2015, 2020 och 2030.
- 5-års åldersgrupper 0, 1-4, 5-9, , 100-.
- Prognoserna enligt Statistikcentralens befolkningsprognos 2009.
- Inkomster och skatter för Finland, Åland och Mariehamn åren 2005-2009.
- Antal inkomsttagare och olika inkomster i medeltal.
- Befolkningens utbildningsstruktur enligt kön och utbildningsnivå åren 1998-2009.
- Endast de personer som har en examen i examensregistret. Observera problemet med examina avlagda i utlandet (tex. Sverige)

Arbetsställen, anställda samt omsättning storområdesvis efter bransch år 2007-2009

		Detaljhandel (47xxx)			Restauranger och serveringar (56xxx)		
		Arbetsställen	Personal	Omsättning, 1.000 euro	Arbetsställen	Personal	Omsättning, 1.000 euro
HELA LANDET	2007	30 015	123 458	31 991 594	12 280	46 952	4 111 909
	2008	30 313	123 624	34 397 128	12 425	47 252	4 332 164
	2009	30 160	124 513	34 089 367	12 615	48 234	4 322 519
FASTA FINLAND	2007	29 770	122 704	31 812 894	12 200	46 649	4 089 526
	2008	30 053	122 887	34 194 882	12 343	46 956	4 308 935
	2009	29 905	123 780	33 880 675	12 531	47 928	4 299 781
Södra Finland	2007	14 487	64 659	17 073 740	6 666	28 534	2 585 798
	2008	14 686	64 781	18 392 867	6 805	28 583	2 710 145
	2009	14 694	65 036	18 110 446	6 867	28 979	2 671 409
Västra Finland	2007	8 149	29 888	7 464 127	2 976	9 769	812 358
	2008	8 205	29 828	8 001 810	2 964	9 861	870 460
	2009	8 131	30 203	7 983 499	3 023	10 165	881 652
Östra Finland	2007	3 576	13 912	3 673 205	1 285	4 016	324 696
	2008	3 593	13 990	3 881 886	1 283	4 058	339 409
	2009	3 529	14 029	3 883 145	1 300	4 217	350 899
Norra Finland	2007	3 558	14 245	3 601 822	1 273	4 330	366 674
	2008	3 569	14 288	3 918 319	1 291	4 454	388 921
	2009	3 551	14 512	3 903 585	1 341	4 567	395 821
ÅLAND	2007	245	754	178 700	80	303	22 383
	2008	260	737	202 246	82	296	23 229
	2009	255	733	208 692	84	306	22 738
Mariehamn	2007
	2008
	2009

Arbetsställen, anställda samt omsättning branschvist (detaljerat) 2007-2009

			Dagligvaror	Beklädnad	Hem & fritid	Restauranger och serveringar
ÅLAND	Antal arbetsställen	2007	64	30	143	80
		2008	65	30	159	82
		2009	63	32	154	84
	Antal anställda	2007	351	51	328	303
		2008	337	51	328	296
		2009	340	50	322	306
	Omsättning, M€	2007	82	8	78	22
		2008	88	8	92	23
		2009	86	8	88	23
Mariehamn	Antal arbetsställen	2007	19	28	94	38
		2008	21	28	103	43
		2009	19	29	97	41
	Antal anställda	2007	97	51	281	195
		2008	96	50	281	216
		2009	95	49	263	215
	Omsättning, M€	2007	20	8	70	14
		2008	23	8	79	16
		2009	21	8	74	15

Arbetsställen, anställda samt omsättning stråkvist 2007-2009

		Totalt	Torggatan gågata	Butiksgata	Butiksgata sekundär	Övriga
Branscherna dagligvaror, beklädnad, hem & fritid samt restauranger och serveringar						
Antal arbetsställen	2007	317	23	31	16	247
	2008	336	22	35	16	263
	2009	333	22	31	17	263
Antal anställda	2007	1 034	97	93	57	787
	2008	1 011	90	96	67	759
	2009	1 018	82	87	71	778
Omsättning, M€	2007	190	17	12	9	153
	2008	211	17	13	12	170
	2009	205	14	12	12	166

Arbetsställen, anställda samt omsättning fördelat på gallerior och externhandelsområden 2007-2009

		Totalt	Galleria	Externhandelsområde	Övriga
Branscherna dagligvaror, beklädnad, hem och fritid samt restauranger och serveringar					
Antal arbetsställen	2007	317	23	13	281
	2008	336	26	15	295
	2009	333	24	16	293
Antal anställda	2007	1 034	103	39	892
	2008	1 011	99	39	873
	2009	1 018	95	43	880
Omsättning, M€	2007	190	16	7	168
	2008	211	17	7	188
	2009	205	16	6	182

Motorfordonsbestånd 1980-2010 efter storområde, fordonsslag och år

		Bilar totalt	Personbilar	Paketbilar	Lastbilar	Bussar	Specialbilar	Motorcyklar	Traktorer
HELA LANDET	1980	1 392 826	1 225 930	96 624	52 527	8 963	8 782	43 377	241 339
	1990	2 232 383	1 938 248	209 503	54 590	9 327	20 715	60 132	316 741
	2000	2 465 434	2 134 399	239 046	65 214	9 852	16 923	90 822	327 544
	2010	3 368 188	2 877 484	347 258	117 150	13 650	12 646	226 877	376 807
FASTA FINLAND	1980	1 383 509	1 218 014	95 609	52 227	8 933	8 726	43 187	239 086
	1990	2 217 103	1 925 754	207 178	54 265	9 287	20 619	59 679	313 681
	2000	2 448 469	2 120 644	236 278	64 820	9 811	16 916	90 237	324 287
	2010	3 338 605	2 853 172	342 804	116 401	13 598	12 630
Södra Finland	1980	642 652	564 286	46 609	23 643	4 225	3 889	20 482	80 501
	1990	1 043 891	904 737	100 226	25 026	4 524	9 378	29 974	105 107
	2000	1 175 570	1 026 252	106 673	30 924	4 582	7 139	44 820	107 610
	2010	1 586 307	1 371 955	148 727	53 634	7 055	4 936
Västra Finland	1980	383 732	336 801	27 180	15 280	2 210	2 261	12 026	82 657
	1990	602 490	519 978	59 401	15 306	2 215	5 590	16 149	107 768
	2000	663 403	567 710	70 100	18 497	2 370	4 726	26 052	112 359
	2010	912 327	771 070	100 050	34 450	3 076	3 681
Östra Finland	1980	191 904	170 724	11 376	7 070	1 388	1 346	6 595	42 980
	1990	301 725	265 896	24 398	7 258	1 404	2 769	7 536	55 527
	2000	317 323	275 960	29 697	7 707	1 705	2 254	9 780	56 936
	2010	427 506	364 026	45 753	13 927	1 938	1 862
Norra Finland	1980	165 221	146 203	10 444	6 234	1 110	1 230	4 084	32 948
	1990	268 997	235 143	23 153	6 675	1 144	2 882	6 020	45 279
	2000	292 173	250 722	29 808	7 692	1 154	2 797	9 585	47 382
	2010	412 465	346 121	48 274	14 390	1 529	2 151
ÅLAND	1980	9 317	7 916	1 015	300	30	56	190	2 253
	1990	15 280	12 494	2 325	325	40	96	453	3 060
	2000	16 965	13 755	2 768	394	41	7	585	3 257
	2010	23 208	18 775	3 752	642	39	..	1 335	1 672
Mariehamn	1980	4 286	3 632	477	157	1	19	84	141
	1990	6 577	5 549	811	176	3	38	211	237
	2000	6 497	5 507	813	171	3	3	199	288
	2010	8 867	7 420	1 156	282	9	..	445	377

Busslinjetrafiken på Åland, antal passagerare 2004-2010

	Totalt	<i>Linje 1</i>	<i>Linje 2</i>	<i>Linje 3</i>	<i>Linje 4</i>	<i>Linje 5</i>	<i>Linje 6</i>	<i>Linje 7</i>	<i>Linje A-D</i>
		Mariehamn - Eckerö	Mariehamn - Geta	Mariehamn - Saltvik	Mariehamn - Vårdö	Mariehamn - Lumparland	Mariehamn - Finström	Mariehamn - Jomala	Stadsbussen i Mariehamn
1999	-	97 044
2000	-	226 023
2001	-	307 095
2002	-	317 992
2003	-	326 691
2004	632 516	104 017	34 501	23 334	62 088	65 501	18 119	-	324 956
2005	638 997	114 377	35 772	22 869	58 685	59 705	15 020	-	332 569
2006	660 153	129 064	34 277	30 520	51 894	60 027	12 865	-	341 506
2007	592 680	113 932	36 323	31 417	53 287	49 967	9 691	-	298 063
2008	596 249	98 857	43 448	28 241	67 904	70 174	12 666	2 687	272 272
2009	603 338	89 382	46 725	26 623	58 044	67 116	12 508	24 876	278 064
2010	595 137	97 072	41 101	28 742	49 962	65 791	7 006	23 301	282 162

Utöver detta linjer utan samhällsstöd: Linje 8 (Järsö), linje 9 (Sund), linje 10 (Brändö) samt minitåg i Mariehamn och Eckerö.

Antal passagerare (miljoner) i kollektivtrafiken i Finland 1997-2010

	Tåg	Spårvagn	Metro	Buss	Taxi	Flyg	Färja	Totalt
1997	50,0	53,6	42,3	330,1	48,5	2,6	1,2	528,3
1999	53,2	55,5	49,5	338,1	51,0	2,8	1,4	551,5
2001	55,0	57,3	52,8	347,5	52,0	2,9	1,4	568,9
2002	57,7	56,1	54,9	345,4	52,0	2,7	1,5	570,3
2003	59,9	56,8	55,4	335,4	51,5	2,6	1,3	562,9
2004	60,1	56,6	55,4	326,8	52,1	2,8	1,4	555,3
2005	63,5	55,6	56,0	320,7	54,9	2,7	1,4	554,8
2006	63,8	52,8	56,8	318,6	58,1	2,8	1,4	554,2
2007	66,7	52,7	56,2	319,6	59,1	2,7	1,5	558,6
2008	69,9	53,9	57,6	331,4	59,5	2,7	1,5	576,5
2009	67,6	54,9	57,3	325,9	57,6	2,3	1,5	567,2

Trafiken på skärgårdsfärjorna 1980-2010

	Passagerare	Fordon	Personbil	Lastbil	Buss	Traktor	Övriga	Efterlämnade fordon
1980	520 900	228 589	189 971	15 876	1 914	6 954	13 930	1 439
1981	591 579	264 327	222 354	14 834	2 024	6 927	16 145	1 214
1982	619 998	283 493	238 836	19 751	2 463	6 463	15 918	1 462
1983	688 908	317 827	269 322	23 847	2 618	6 209	15 831	2 457
1984	692 723	330 652	284 982	23 187	2 399	6 185	16 370	1 278
1985	822 699	385 508	329 829	27 672	3 946	6 465	17 596	1 665
1986	893 676	427 444	365 510	33 036	3 991	5 874	19 033	0
1987	890 256	425 373	362 448	33 470	4 226	5 543	19 685	0
1988	964 229	461 540	394 452	34 202	4 085	6 382	22 419	534
1989	913 044	435 248	379 137	28 957	4 679	5 262	17 213	1 100
1990	929 659	441 376	388 639	28 415	4 454	5 142	14 726	2 138
1991	969 648	468 322	411 750	28 733	4 422	5 054	18 448	2 066
1992	989 025	476 391	416 444	27 883	4 462	5 084	22 262	1 481
1993	942 040	445 260	389 398	26 831	4 515	4 640	21 033	815
1994	930 356	437 236	356 027	26 336	4 654	4 740	44 249	..
1995	946 886	455 227	395 618	28 532	4 479	6 009	20 589	..
1996	993 280	466 968	406 356	30 106	5 025	5 460	19 957	..
1997	1 039 596	491 144	424 125	28 291	5 559	5 095	28 074	..
1998	1 005 421	504 181	430 661	31 687	5 911	5 155	30 767	..
1999	1 043 923	525 112	439 052	29 953	6 019	5 315	44 773	..
2000	1 048 933	525 070	437 950	28 915	5 921	5 226	47 058	..
2001	1 022 174	524 052	434 358	26 325	6 720	5 516	51 133	..
2002	1 092 304	561 939	466 023	27 696	6 454	6 045	55 375	..
2003	1 070 853	559 011	462 069	25 980	6 339	5 916	58 707	..
2004	1 041 648	546 451	458 977	25 106	6 260	5 800	50 308	..
2005	1 056 539	559 538	466 600	27 946	6 203	4 938	53 851	..
2006	1 057 516	554 681	463 487	26 583	6 198	4 285	54 128	..
2007	1 086 278	572 977	476 851	27 003	6 282	5 187	57 654	1 588
2008	1 155 113	612 450	510 158	31 438	6 270	5 392	59 192	1 998
2009	1 101 222	596 015	500 123	28 446	5 547	5 394	56 503	1 392
2010	1 067 460	572 645	477 763	25 676	4 613	5 577	55 785	689

Trafiken på Mariehamns flygplats 1985-2010

	Passagerare totalt	Inrikes	Utrikes
1985	120 684	111 323	9 361
1986	105 254	96 857	8 397
1987	132 568	121 606	10 962
1988	146 955	134 270	12 685
1989	158 152	138 019	20 133
1990	157 678	132 496	25 182
1991	154 065	131 126	22 939
1992	126 973	110 102	16 871
1993	102 223	95 344	6 879
1994	102 072	98 023	4 049
1995	104 572	97 353	7 219
1996	107 154	100 517	6 637
1997	112 494	105 221	7 273
1998	118 324	109 940	8 384
1999	113 676	104 235	9 441
2000	96 539	84 003	12 536
2001	85 888	74 699	11 189
2002	64 644	57 806	6 838
2003	58 505	52 311	6 194
2004	58 353	53 025	5 328
2005	47 345	43 266	4 079
2006	64 043	56 679	7 364
2007	63 259	53 269	9 990
2008	62 110	51 210	10 900
2009	56 193	41 922	14 271
2010	48 743	36 929	11 814

Befolkningen 1980-2030 efter kön och storområde

		Båda könen	Män	Kvinnor
HELA LANDET	1980	4 787 778	2 314 843	2 472 935
	1990	4 998 478	2 426 204	2 572 274
	2000	5 181 115	2 529 341	2 651 774
	2010	5 375 276	2 638 416	2 736 860
	2015	5 508 728	2 709 901	2 798 827
	2020	5 635 938	2 777 467	2 858 471
	2030	5 850 097	2 888 767	2 961 330
FASTA FINLAND	1980	4 764 995	2 303 569	2 461 426
	1990	4 973 874	2 414 097	2 559 777
	2000	5 155 339	2 516 641	2 638 698
	2010	5 347 269	2 624 463	2 722 806
	2015	5 479 181	2 695 154	2 784 027
	2020	5 604 834	2 761 927	2 842 907
	2030	5 816 083	2 871 800	2 944 283
Södra Finland	1980	2 211 949	1 050 780	1 161 169
	1990	2 351 937	1 126 264	1 225 673
	2000	2 528 610	1 219 857	1 308 753
	2010	2 689 904	1 306 445	1 383 459
	2015	2 786 512	1 358 174	1 428 338
	2020	2 875 234	1 405 028	1 470 206
	2030	3 024 239	1 482 466	1 541 773
Västra Finland	1980	1 267 990	615 290	652 700
	1990	1 300 085	633 019	667 066
	2000	1 317 441	646 001	671 440
	2010	1 360 041	671 537	688 504
	2015	1 390 561	688 247	702 314
	2020	1 419 722	704 115	715 607
	2030	1 468 747	730 114	738 633
Östra Finland	1980	704 429	347 566	356 863
	1990	706 663	347 663	359 000
	2000	680 870	335 649	345 221
	2010	650 550	321 732	328 818
	2015	641 017	317 234	323 783
	2020	634 994	314 510	320 484
	2030	627 073	310 619	316 454
Norra Finland	1980	580 627	289 933	290 694
	1990	615 189	307 151	308 038
	2000	628 418	315 134	313 284
	2010	646 774	324 749	322 025
	2015	661 091	331 499	329 592
	2020	674 884	338 274	336 610
	2030	696 024	348 601	347 423

		Båda könen	Män	Kvinnor
ÅLAND	1980	22 783	11 274	11 509
	1990	24 604	12 107	12 497
	2000	25 776	12 700	13 076
	2010	28 007	13 953	14 054
	2015	29 547	14 747	14 800
	2020	31 104	15 540	15 564
Mariehamn	2030	34 014	16 967	17 047
	1980	9 553	4 557	4 996
	1990	10 263	4 869	5 394
	2000	10 488	4 943	5 545
	2010	11 190	5 342	5 848
	2015	11 852	5 683	6 169
	2020	12 428	5 981	6 447
	2030	13 490	6 490	7 000

Befolkningens utbildningsstruktur efter utbildningsnivå och storområde, 2009

	Mellannivå	Lägsta högre nivå	Lägre högskolenivå	Högre högskolenivå	Forskarutbildningsnivå
HELA LANDET	1 736 173	477 211	376 678	330 097	34 884
FASTA FINLAND	1 727 653	474 707	375 065	329 078	34 825
Södra Finland	816 927	245 646	202 081	204 191	22 426
Västra Finland	456 158	120 384	91 818	68 982	6 384
Östra Finland	233 365	56 416	39 058	26 110	2 848
Norra Finland	221 203	52 261	42 108	29 795	3 167
ÅLAND	8 520	2 504	1 613	1 019	59
Mariehamn	3 362	1 148	811	637	39

Antal inkomsttagare, inkomster och skatter 2005-2009

		Antal inkomsttagare	Skattepliktiga inkomster i medeltal	Skattepliktiga inkomster inkl. skattefria dividendinkomster i medeltal	Förvärvsinkomster i medeltal	Kapitalinkomster i medeltal
Hela Finland	2005	4 314 900	21 695	22 110	20 375	1 320
	2006	4 341 258	22 896	23 266	21 204	1 693
	2007	4 380 107	24 288	24 703	22 162	2 126
	2008	4 408 908	25 007	25 451	23 391	1 616
	2009	4 413 308	24 971	25 402	23 754	1 217
ÅLAND	2005	23 815	25 553	26 728	21 810	3 743
	2006	23 763	25 575	26 412	22 433	3 142
	2007	24 001	26 857	27 819	23 390	3 467
	2008	24 286	26 696	27 656	24 641	2 055
	2009	24 515	27 183	28 031	25 232	1 950
Mariehamn	2005	9 832	27 460	28 942	23 676	3 784
	2006	9 872	27 326	28 443	24 157	3 169
	2007	9 990	29 208	30 528	25 106	4 102
	2008	10 110	28 523	29 766	26 083	2 440
	2009	10 208	29 100	30 212	26 679	2 421

Arbetsplatser och sysselsatta år 2000-2009

		Arbetsplatser totalt	Sysselsatta totalt	Detaljhandel (47xxx)	Restaurang och serveringar (56xxx)
HELA LANDET	2000	2 228 557	2 228 557
	2001	2 235 317	2 235 317	136 997	50 471
	2002	2 242 303	2 242 303	138 848	50 538
	2003	2 245 780	2 245 780	140 859	51 742
	2004	2 262 359	2 262 359	142 911	52 738
	2005	2 265 211	2 265 211	142 208	55 270
	2006	2 313 788	2 313 788	144 790	58 463
	2007	2 369 066	2 369 066	148 208	62 117
	2008	2 377 181	2 377 181	157 264	65 617
	2009	..	2 289 975
FASTA FINLAND	2000	2 213 528	2 215 625
	2001	2 220 044	2 222 192	136 151	50 292
	2002	2 226 894	2 229 034	138 001	50 330
	2003	2 230 711	2 232 673	140 004	51 539
	2004	2 247 295	2 249 245	142 071	52 526
	2005	2 249 935	2 251 976	141 353	55 020
	2006	2 298 420	2 300 374	143 843	58 131
	2007	2 353 630	2 355 502	147 406	61 824
	2008	2 361 363	2 363 221	156 430	65 336
	2009	..	2 276 288
Södra Finland	2000	1 189 652	1 176 618
	2001	1 198 135	1 183 919	72 230	30 849
	2002	1 197 446	1 184 058	73 001	30 407
	2003	1 194 330	1 181 711	74 014	31 323
	2004	1 203 158	1 190 343	74 603	31 238
	2005	1 207 303	1 193 631	74 735	32 628
	2006	1 230 972	1 218 021	75 831	34 373
	2007	1 262 475	1 250 316	78 009	36 417
	2008	1 271 126	1 259 962	82 147	38 135
	2009	..	1 215 720
Västra Finland	2000	537 719	544 314
	2001	537 968	545 467	32 604	10 360
	2002	541 865	549 127	33 183	10 580
	2003	544 892	551 523	33 911	10 763
	2004	550 278	557 093	34 737	11 147
	2005	550 770	558 467	34 327	11 734
	2006	565 324	572 389	34 977	12 553
	2007	579 559	585 386	35 624	13 723
	2008	579 553	585 699	37 885	14 392
	2009	..	560 239

		Arbetsplatser totalt	Sysselsatta totalt	Detaljhandel (47xxx)	Restaurang och serveringar (56xxx)
Östra Finland	2000	245 339	250 604
	2001	244 041	249 513	15 639	4 586
	2002	244 807	250 200	15 861	4 724
	2003	246 664	251 599	15 992	4 864
	2004	247 247	252 145	16 208	5 208
	2005	246 172	251 061	15 966	5 514
	2006	250 032	254 986	16 336	5 716
	2007	253 950	258 922	16 723	5 967
	2008	252 135	256 690	17 803	6 450
	2009	..	248 056
Norra Finland	2000	240 818	244 089
	2001	239 900	243 293	15 678	4 497
	2002	242 776	245 649	15 956	4 619
	2003	244 825	247 840	16 087	4 589
	2004	246 612	249 664	16 523	4 933
	2005	245 690	248 817	16 325	5 144
	2006	252 092	254 978	16 699	5 489
	2007	257 646	260 878	17 050	5 717
	2008	258 549	260 870	18 595	6 359
	2009	..	252 273
ÅLAND	2000	15 029	12 932	840	207
	2001	15 273	13 125	846	179
	2002	15 409	13 269	847	208
	2003	15 069	13 107	855	203
	2004	15 064	13 114	840	212
	2005	15 276	13 235	855	250
	2006	15 368	13 414	839	274
	2007	15 436	13 564	802	293
	2008	15 818	13 960	834	281
	2009	..	13 687
Mariehamn	2000	10 246	5 370	377	114
	2001	10 496	5 491	379	97
	2002	10 554	5 491	361	106
	2003	10 509	5 360	370	102
	2004	10 616	5 403	364	107
	2005	10 640	5 469	383	120
	2006	10 524	5 537	376	139
	2007	10 529	5 591	336	151
	2008	10 735	5 708	355	145
	2009	..	5 616

Bilaga 6

Rapport från fältarbetsgrupp BUTIKSUTBUD

Gruppmedlemmar

Eva Karlsson, Cityblommor; Pernilla Söderlund, Mariehamns Bokhandel; Nina Bengtsson, Fyndet Ab, och Regina Bromark, Bromarks present och inredning.

Syfte

Bedömning av stadskärnans butiksutbud och vad som krävs för att stå emot externhandeln.

Gruppens synpunkter och förslag

- Vi ska behålla och utöka det unika! Med butiker där det finns ett personligt urval och egen identitet.
- Vi ska ta fasta på det rikliga utbud som redan finns.
- Det ska vara butiker i gatuplanet - kontor, mäklare, frisörer bör bort från AA-lägen.
- Tydlighet vad det gäller parkering: korttid- resp långtid. Hög tillgänglighet.
- Fler ställen att sitta ner och "chilla" på, kaffebar - bageri - tidningar - böcker i samma koncept.
- Fler matställen, barer.
- Kläder för barn & ungdom ex H&M, Gina tricot, Cubus, Lindex osv. Här markerade gruppen att man hade olika åsikter om ifall detta ska etableras i stadskärnan eller ej, en fråga om unikiteten eller att bli som andra (svenska) småstäder.
- Fler butiker med skor och bijouterier.
- Fler delikatessbutiker ex-vis fisk, närodlat.
- En gruppmedlem önskade längre öppettider, främst på lördagar.

- **Sist men inte minst viktigt är att vi kan ställa oss enade bakom att vi har ett rikt utbud i våra butiker, är prisvärda - yrkesskickliga och stolta över våra butiker.**

- **Detta behöver vi berätta för våra tidningar så att de får se det positiva i att handla hemma- de kan behöva hjälp på traven .Sortiment, tillgänglighet och service står sig bra vid en granskning!**

Bilaga 7

Rapport från fältarbetsgrupp KULTURUTBUD

Gruppmedlemmar

Kulturchefen Tom Eckerman; Julia Birney; kultursekreterare Lars Midbjer (tidigare involverad i samarbete med näringslivet under lång tid som kulturkoordinator i bl.a. Oxelösund) och Kulturnämndens ordförande Ulrica Lindström, även företagare på Torggatan.

Gruppen promenerade den 23/8 från stadsbiblioteket längs Strandgatan, upp över torget, tillbaka längs Torggatan till La Strada där ålandspannkaka med sylt, grädde och kaffe intogs. Efter den timplånga promenaden satte sig gruppen ner för att sammanfatta diskussion och tankar i franska streck.

Diskussion och tankar

- Samarbete först och främst
- Det måste finnas kvalitet
- Service spelar stor roll
- Priserna inte det viktigaste. Det går inte heller att tävla med stormarknader
- Renhållning. Vi måste se till att få bättre ordning på gatorna. Papperskorgar, eget ansvar, gatuavdelningen
- Ljussättning. Engagerade diskussioner om hur man kunde förbättra ljuset, speciellt vintertid.
Jmf Tammerfors, Norrköping
- Marknadsföring.
Officiella anslagstavlor
- Glasskioskerna.
Förfular miljön
- Tidsplan. Planering över längre tid
- Evenemang behövs
Tomtenatten
Open by night
- Temakvällar
Textilkväll
- Bänkar behövs det fler av sommartid
- Papperskorgar kunde man låta några unga konstnärer "designa".
- Djurens roll
Vattenstationer i centrum, hundpark skulle liva upp
- Skyltning kunde ses över.
Vildvuxet. Kulturellt värdefulla: Hillings, Blombergs
- Parkeringsproblemet.
Förläng gågatan.
Stäng av Nygatan som under Mariehamnskalaset.
Gör centrum bilfritt.
Informera om parkeringshus i samband med bot.
- Barnvänligheten?
- Placera ut stolar som män kan sitta på när kvinnor shoppar.
- Utrymmesutnyttjande
Muik på Zeipels tak

- Med enkla medel kan man skapa trivsel:
Gårdsloppis, vattenskål för hundar, stolar utanför (och inne) i butikerna.

VAD ÄR KULTUR?

Kulturen kan beskrivas som en fortgående process som styrs av det omgivande samhällets betingelser och individers varierande behov. Kulturell verksamhet skapar utrymme för gemenskap och en grund för människors kulturella identitet.

- Kulturpolitiska programmet

Bilaga 8

Rapport från fältarbetsgrupp

CENTRUM UR ETT TURISMPERSPEKTIV – ATT TA SIG FRÅN HAMNEN TILL CENTRUM

Gruppmedlemmar

Jim Häggblom, Viking Line, och Dan Backman, Ålands landskapsregering.

Diskussion och förslag

1. När man anländer via Mariehamns Västra Hamn
 - Hamnen är anonym och tråkig (som de flesta hamnar brukar vara..)
 - Terminalen är en katastrof. På 70-talet fanns det åtminstone ett café i terminalen och den hade helt andra öppettider. Hela terminalområdet måste fräschas upp. Maritima Mariehamn? Kiosk? Turistinfo? Miniutställning som lånas/administreras av Ålands Sjöfartsmuseum. Med historik kring färjetrafiken från slutet av 50-talet. Eller kanske Viking Line har en egen att ställa ut i en ombyggd och uppfräschad terminal.
 - Info och skyltar skall finnas på svenska, finska och engelska. 3D karta i hamnen, typ den som enligt Jim finns i Berghamn
 - Kan delar av Mariepark användas till något vettigt för att fräscha upp?
 - En Galleria med butiker som säljer åländskt skulle stöda en satsning på X-ningstrafiken.
 - Vilken väg tar man sig snabbast till centrum? Bör skyltas. Skall inte kunna missas och man bör se vilken väg som erbjuder olika scenarior.
 - En linbana byggs som går från hamnen till centrum. Kanske via Badhusberget.
 - Enbart bebyggelse med privathus och några bostadshus.
 - Det enda som "skvallrar om" att det är en stad är: RoNo Cykeluthyrning (kaféet stängt nuförtiden).
 - Går man via hamnen till centrum så finns Hotell Adlon med Pub & Pizzeria och man ser Pommern på håll (kanske kan bli bättre när nybygget ovanför Birka Terminalen blir färdigt). På vägen in till Centrum skall man gå Esplanaden som är fin och mysig. Men – inget finns att köpa eller avnjuta, på ca 500 meter. Man måste passera kyrkan för att så småningom hitta något; det första är Fiskarboden (anm: flyttat in till centrum) att och Ålands TV, sedan Visit Åland och småningom Minimarket. Man kan tänka sig att resenärerna börjar fråga sig: "är vi på rätt väg?"...
 - Borde finnas ngn form av kiosker eller försäljningsställen på vägen, alternativt bodar där det säljs åländska produkter, och som kryssare lätt kan gå till under de få timmarna på morgonen. Sedan kan detta stänga och öppna igen vid 12:00 och fånga upp de som anländer och far iväg på eftermiddagen. Alternativet kan vara en effektiv skyltning till en ännu frekventare trafik till centrum.
 - Skyltarna med historisk info om Mariehamn är intressanta och bra – men borde vara mycket större. Nu är det lätt att man missar dem på vägen.

Hästskjuts hamnen - torget?? Se New York. Kanske man skulle kunna servera något att dricka ombord.

- Mellan hamnen och centrum (torget) är det ca 1000 meter. Inte långt, men ändå en bra bit att gå. Framförallt om man har saker att bära eller småbarn med sig.
- Kort "Crazy sightseeing" erbjuds utgående från hamnen till torget, eller v.v.
- Vi pratar om att bygga en massa nytt. Men först måste vi ta tag i det vi redan har. Ex. Lilla Holmens byggnader för badgäster. KATASTROF. Halvruttet, omålat, snuskiga toaletter, ett kafé som inte är i bruk och som håller på att falla sönder. Bryggan är om/nybyggd – det är bra. Det är verkligen dags för att ta hand om allt annat. Låt Dennis ta hand om detta också och göra hela området till något attraktivt som vi Mariehamnare kan vara stolta över. Kan man tydligare "länka" samman Lilla Holmen och Gröna Udden. Bort med alla vassruggar – öppna upp och kör dit mer strand.
- Kan man göra något intressant av Badhusparken, Doktorsvillan? Nu blir ju säkert det om/nybyggda Sjöfartsmuseet en bra "dragare" till det området
- Bygg cocktailbar högst uppe på regeringsborgen. Glashiss på utsidan. Fantastisk utsikt, något speciellt och namnet är klart – BORGEN, REGERINGEN, AXBAR.
- Avstånd:
 - Från Viking-terminalen (via Havsgatan) till
 - Kyrkan 820 m
 - Visit Åland 950 m
 - Viking Lines kontor 1160 m
 - Torget 1310 m
 - hörnet Nygatan/Torggatan 1560 m
- Skyltarna skall även ange beräknad promenad-tid.
- Strandpromenaden mellan Sea Point (Club Marin) och Sjöfartskvarteret är under all kritik. Tråkigt med en mängd fula saker på vägen. Övergångsställen mellan Shell/Select och Mariebad fattas om man skall gå över huvudvägen. Totalt livsfarligt för alla, men mest för gamla och barn.
- Kund- allmänna toaletter är en bristvara i Mariehamn.

Bilaga 9

Ett budgetexempel

BACKEMAR CONSULTING

Ett budgetexempel

Rambudget för stadskärne-
föreningen i Sundbyberg
(35 000+ invånare).

Sponsorer brukar ge mer för
speciella projekt.

Aktiviteter på "Sundbybergs-
nivå" sköts av kommunen.

Mariehamn 14 juni 2011

Lars Backemar och

Budget	2011
Fastighetsägare	Intäkter
Medlemsavgifter	4 000 kr
Marknadsföringsavgift	515 000 kr
Summa fastighetsägare	519 000 kr
Handlare, banker, restauranger, special	Intäkter
Medlemsavgift	14 000 kr
Serviceavgift	96 000 kr
Aktivitetsbidrag	532 000 kr
Summa handlare + övriga	642 000 kr
Övrigt	Intäkter
Bidrag kommunen	200 000 kr
Sponsorer	50 000 kr
Övriga intäkter	100 000 kr
Summa övr intäkter	350 000 kr
Summa intäkter	1 511 000 kr
Utgiftsposter	
Aktiviteter	525 000 kr
Marknadsföring	400 000 kr
Centrumledarearvoden	225 000 kr
Övriga arvoden	140 000 kr
Redovisningsjänster/sekreterare/medl adm	70 000 kr
Hemsidan	40 000 kr
Övriga rörelsekostnader	111 000 kr
Övrigt	0 kr
Summa kostnader	1 511 000 kr

Bilaga 10

Ålands Näringslivs ursprungliga projektplan

BACKEMAR CONSULTING	Janne Sandahl Consulting AB
Projektägare:	Ålands Näringsliv rf (ÅN) - Styrelsebeslut (kopia på beslut till handlingar!) - VD – Daniel Dahlén (har teckningsrätt och befullmäktigar projektansvarig att företräda projektet i fortsatta kontakter med LR)
Projektansvarig:	Daniel Dahlén, VD
Finansiärer:	Mariehamns Stad (genom stadsdirektör/kanslichef) Ålands Landskapsregering/ERUF (näringsminister) In-natura finansiering från deltagare ej verkliga pengar utan värde på nedlagd tid
Styrgruppen:	Daniel Dahlén, VD/ÅN Terese Flöjt, näringslivsutvecklare, Mariehamns Stad Sirkka Wegelius, stadsarkitekt, Mariehamns Stad Kai Söderlund, teknisk chef, Mariehamns Stad
Projektledare:	Ewa Danielsson, affärsutvecklare och projektledare/ÅN
Extern projektledare:	Lars Backemar, Backemar Consulting AB och Janne Sandahl, Janne Sandahl Consulting AB
Mariehamn 13 juni 2011	Lars Backemar och Janne Sandahl

BACKEMAR CONSULTING	Janne Sandahl Consulting AB
Projektmedarbetare:	Johan Lindholm, Handels- och Evenemangsansvarig/ÅN Under projektets gång kommer ytterligare externa projektmedarbetare att anlitas t ex gällande affärscoachning och kommunikation
Referensgrupp:	En referensgrupp på ca. 8 personer kommer att utses i samråd med Terese Flöjt. Referensgruppen för förprojektet bestod av: Terese Flöjt och Sirkka Wegelius från Mariehamns Stad; Lilly-Ann Forsbom, repr. För Köpmannaföreningen; Tony Karlström, Alandia Bolagen; Gert Sviberg, Dalbo Affärsfastigheter; Michael och Eva-Jo Hancock, kommunikation; Daniel Dahlén och Birgitta Eriksson från Ålands Handelskammare
Arbetsgrupper:	I samråd med de externa konsulterna kommer ett antal arbetsgrupper att tillsättas efter behov.
Intressenter:	Projektet har ett stort antal intressenter. En plan för hur de olika intressenterna ska hållas informerade och känna delaktighet i projektet kommer att tas fram i samråd med Terese Flöjt, medarbetarna på ÅN och de externa konsulterna. - Politiker - Butiksinnehavare - Fastighetsägare - Företagare - Centrumgruppen (ledd av H&E ansvarig vid ÅN) - Visit Åland - Föreningar - Boende - Media - Övriga??
Mariehamn 13 juni 2011	Lars Backemar och Janne Sandahl

Bilaga 11

Synpunkter inkomna till Ålands Näringslivs hemsida

KOMMENTARER FRÅN ENSKILDA KRING CENTRUM**Företagare inne i Sittkoffs (april -11)**

Tufft med alla diskussioner kring öppethållningstider.

På lördagar är det väldigt lugnt efter kl. 14.

Inför riksdagsvalet fanns det folk, även på lördag eftermiddag, när det bjöds på soppa. "Att bjuda på korv" lockar folk, även för barn. Storbolag, banker m fl kunde vintertid bjuda på korv, soppa el dyl, som en aktivitet som lockar folk och bidrar till kommers.

Boende/företagare i centrum (3/5 -11)

- Fula glasskiosker: kors och tvärs över Torggatan, hitta bättre lösningar. Istället ge större plats för caféer, t ex i Stockholm bygger ut på gatorna, bardiskar mm.

- Problem att gatan är rätt död, låt dem göra lite mer permanenta lösningar. Släpp ut detta på gatan.

- Café Julius, utmärkt till 14-15 tiden. De har bett om att få bygga ut permanent. Ge dem den friheten.

- Affärerna – låt dem ställa ut på gatorna.

- Ska vara som en öppen sal, önskemål Torggatan inglasad.

- Mer hantverksbutiker + stånd. Torggatan från Nygatan till Storagatan = gågata sommartid.

-Fastighetsmäklare och optiker kan vara högre upp, mera köpvänliga produkter.

- Det måste synas att staden lever. Skylta upp bättre så att folk hittar.

Fastighetsägare (maj -11)

Bland fastighetsägare är det spretigt. Alla pratar om sitt och det är svårt att unna någon annan.

Företagare i sjökvarteret (april-11)

Sommartid när det finns folk kunde det vara mera öppet, medan man i januari kan hålla mer udda tider.

Företagare i staden (sept-11)

Parkeringen högst uppe på Skarpansvägen (riktning Ålandsplan) borde vara tidsbegränsad.

Företagare i staden (sept-11)

Denna sommar har jag verkligen funderat över centrumets utveckling. Jag har även fått mig en tankeställare när jag läst intervjuer i tidningarna med besökare som är jättenöjda med hur vi har det. Folk kommer hit för att tiden stått stilla. Kanske är vi för hårda mot oss själva.

Gällande öppethållning: borde vara vardagar till 18, lördagar till 15, men söndagar kan vara stängt.

Boende i staden (sept-11)

Levande informationspersoner sommartid i staden. De kunde vara utklädda t ex till pirater och kunna dramatisera lite och leka med barn. Ungarna skulle bli överlyckliga och det kunde bli bästa minnet från resan.

Bilaga 12

Rapport från fältarbetsgrupp MARIEHAMN SETT UR ETT HUVUDSTADSPERSPEKTIV – OCH LITET TURISM

Gruppmedlemmar

Annica Jansson, vd på Visit Åland, och stadsdirektören Edgar Vickström.

Diskussion och förslag

En vandring den 12/7 från Västra hamnen via stadskärnan till självstyrelsegården ger vid handen att staden inte visar upp någon tydlig profil över huvud taget: Det man kan se tendenser till är "Maritima Mariehamn", men de är svaga och otydliga; dyker ibland upp som "Sjöfartsstaden Mariehamn". "Ekostaden" syns inte! "Trädgårdsstaden" kan uppfattas på något gatuavsnitt, inte minst på Södragatan, men misskötta planteringar och häckar redan nere i hamnen, diskvalificerar för detta epitet. Detsamma gäller Mariehamn som "gamla trähus-staden" – tyvärr är alltför många av de gamla hus som en gång karaktäriserade staden idag borta och ersatts av hus och byggnader utan koppling till stilen. *Att Åland och Mariehamn skulle ha en unik ställning internationellt är helt omöjligt att märka, om man inte förstått att taxfree-inköpen berott på detta!*

I hamnen gör vi ingenting för att välkomna besökare, ingenting för att visa dem vägen varken till centrum eller andra sevärdheter, ingenting för att inspirera till nöje eller konsumtion. Oavsett vad Mariehamn vill vara så måste besökarna välkomnas till just det när de anländer till Mariehamn. Och besökarna som bara tittar in från kryssningsfartygen skall lockas till detta samma, som vi vill vara. Mariehamn har en fantastisk möjlighet att bättre ta vara det skyltfönster mot staden som hamnen kunde vara, och det är obegripligt att den möjligheten så dåligt tas till vara.

Vi upplever att det finns en unik, och verklig, möjlighet att profilera Åland kring det som är unikt på riktigt: Skärgårdsmiljön, sjöfartstraditionen och AUTONOMINS HUVUDSTAD.

- Vi bor på en ö!
- Ön omges av en skattegräns
- Vi har eget parlament, egen lagstiftning och egen regering
- Vår status garanteras internationellt av bl.a. FN
- Vi har intressant historia, inkluderande kampen att tillhöra en annan nation än vi nu gör.
- Vi talar ett annat språk än majoriteten i landet; och har rätt till enspråkighet
- Vi har en internationell hamn, och en historia av världsherravälde på haven
- Vi har egen flagga
- Vi har egna frimärken
- Vi har egna registreringsskyltar på våra bilar
- Vi har ett flertal huvudkontor för internationellt verksamma företag
- Vi har 16 kommuner på 28.000 invånare
- Vi har egen toppdomän på internet
- Åland är kort sagt alltid det lilla utlandet: "I Finland, på svenska och alltid tax-free)

Mariehamn, HUVUDSTADEN, som inhyser allt det ovan nämnda har

- Restaurangutbud
- Kulturutbud
- Handel
- Sportutbud
- Föreningsliv

som om det vore en riktig huvudstad, låt vara en riktigt liten. Men det gör å andra sidan att man kan nå allt genom att promenera en kort stund.

- Vi borde konsekvent se till att välkomna folk till "Mariehamn, huvudstad i ett självstyrt örike".
- I staden skall alla officiella flaggstänger alltid flagga åländskt.
- Vi skall (över)exponera symboler för att vi är annorlunda och exotiska på Åland.
- Vi skall ständigt berätta om Ålands unika status!
- Posten Åland skall exponera sitt huvudkontor på Nygatan som något mycket unikt.
- Ålandsbanken, Viking Line m.fl. borde exponera begreppet Huvudkontor-Headoffice, mycket stort
- Vi borde genom ett eventkontor samordna evenemangen i Mariehamn och på Åland, för största möjliga kommersiella nytta, men också för att bidra till att staden alltid skulle innehålla en puls, som är värdig en huvudstad.

Parallellt kunde vi under vår promenad konstatera att staden idag behöver "arbeta med sitt yttre", så att den upplevs gemytligare och mer inbjudande. Idag finns exempelvis alldeles för få platser i Mariehamn som lockar till spontana "photo-moments"...

Bilaga 13

Exempel på stadgar för en svensk stadskärneförening (ideell förening)

Par 1

XX stadskärneförening har till syfte att främja förnyelse av samt att utöva aktiv kommersiell förvaltning och marknadsföring av XX centrum.

Föreningen ska fungera som ett forum för samråd och erfarenhetsutbyte mellan centrumets handel/service, fastighetsägare och kommunen i frågor som rör centrum. Föreningen ska vara kommunens remissinstans och bollplank i frågor som rör centrum.

Par 2

Föreningens medlemmar är: grupp köpmän, restauratörer och övriga näringsidkare i centrum (grupp 1), fastighetsägare i centrum (grupp 2), XX kommun (grupp 3) och övriga med intresse för centrumets utveckling (grupp 4).

Par 3

Föreningens angelägenheter handläggs enligt dessa stadgar av en styrelse som uppgår till minst 10 och högst 15 ledamöter. Vid 10 ledamöter skall representationen vara minst fyra st från grupp 1, två st från grupp 2, två st från kommunen och två st övriga.

Par 4

Styrelsen och styrelsens ordförande väljs av årsmötet. Styrelsen kan därutöver adjungera icke röstberättigade styrelsemedlemmar.

Par 5

Valberedning väljs av årsmötet. I valberedningen ingår minst två st köpmän och två st fastighetsägare.

Par 6

Föreningens firma tecknas av den eller de personer som styrelsen utser.

Par 7

Styrelsen sammanträder på kallelse av ordförande när förekommande ärenden så påfordrar, dock minst fyra gånger per år. Styrelsen kallas dessutom när två styrelsemedlemmar i förening framför begäran till ordförande.

Par 8

Vid styrelsens möten förs protokoll, som ska justeras av ordförande och ytterligare en medlem.

Par 9

Styrelsen är beslutsför när det vid sammanträdet är närvarande fem ledamöter eller tjänstgörande suppleanter.

Par 10

Årsmöte ska hållas på tid och plats som styrelsen bestämmer, dock senast före utgången av april månad. Kallelse till årsmöte skall utsändas av styrelsens ordförande senast 14 dagar i förväg.

Ett extra medlemsmöte ska hållas under hösten för beslut om budget och avgifter för kommande år.

Par 11

På årsmötet ska följande ärenden behandlas.

1. Mötets öppnande
2. Val av ordförande för mötet
3. Val av sekreterare för mötet
4. Val av två protokolljusterare
5. Fastställande av röstlängd
6. Mötets behöriga utlysande
7. Fastställande av föredragningslista
8. Föredragning av verksamhetsberättelse och årsredovisning
9. Fastställande av balansräkning samt vinst- och förlusträkning
10. Föredragning av revisionsberättelse
11. Beslut om ansvarsfrihet
12. Arbetsplan för kommande år
13. Budget och avgifter för kommande år
14. Val av ordförande
15. Val av styrelseledamöter och styrelsesuppleanter
16. Val av revisor och revisorssuppleant
17. Val av valberedning
18. Styrelsens förslag
19. Medlemsförslag
20. Övriga frågor

Par 12

Förslag om ändring av dessa stadgar kan endast väckas av styrelsen och ska för att bli gällande fastställas av årsmöte.

Par 13

Beslut om föreningens upplösning ska för att bli gällande fattas med minst två tredjedelars majoritet vid två på varandra följande medlemsmöten, varav minst ett ordinarie årsmöte. Mellan dessa möten ska förflyta minst 30 dagar.

Vid föreningens upplösning ska behållna medel disponeras i enlighet med beslut fattat vid sista föreningsmötet.

Bilaga 14

Exempel på medlemsavtal (butiker)

Medlemskap

Nedanstående företag ansöker om medlemskap i Sundbybergs stadskärneförening:

Företag: _____ Org nr: _____

Butikens adress: _____

Aviseringsadress: _____

Kontaktperson: _____ tfn: _____ E-mail: _____

Butikens förhyrda yta (totalt förhyrd yta) enligt hyreskontrakt: _____ m²

Butikens bedömda försäljningsyta (kundytan) _____ m²

Poängen från butikens försäljningsyta och läge adderas ihop och ligger till grund för nedanstående beräkning av företagets aktivitetsbidrag. Butikens läge framgår av bifogad centrumritning.

Butikens försäljningsyta**Butikens läge****Poäng Avgifter**

Yta m ²	Poäng	Läge	Poäng	Poäng Avgifter
0-49	1	A = 3		8= 40 000 kr
50-99	2	B = 2		7= 25 000 kr
100-249	3	C = 1		6= 15 000 kr
250-499	4	D = 0		5= 10 000 kr
500- 5	5			4= 7 500 kr
Banker : 15 000 oberoende av storlek				3= 5 000 kr
Restauranger : färre än 10 stolar = 5 000 kr; 50 stolar = 10 000 kr; Över 50 = 15 000 kr				2= 2 500 kr
				1= 1 000 kr

Summa poäng för medlemsbutiken _____ poäng

Parterna är överens om att kostnaden för medlemskapet är enligt nedan för 2005. För följande år skall avgifterna och bidraget bestämmas av allmänt föreningsmöte.

Medlemsavgift _____ kr/år

Serviceavgift _____ kr/år

Aktivitetsbidrag _____ kr/år

Uppsägning av detta medlemskap skall ske senast den 30 september. I annat fall är medlemskapet förlängt under nästkommande kalenderår.

Sundbyberg 200__ - ____ - ____

Medlemsföretag

Sundbybergs stadskärneförening

Firmatecknare

Firmatecknare

Firmatecknare

Namnförtydligande

Namnförtydligande

Namnförtydligande

Bilaga 15

Dagens CentrumGrupp vid Ålands Näringsliv

CentrumGruppen arbetar under Ålands Näringsliv för att skapa återkommande event i centrum av Mariehamn i samarbete mellan företagare och media. Gruppen består av företagare och mediarepresentanter samt Mariehamns Stads näringslivsutvecklare. Gruppen fungerar som stöd till Ålands Näringsliv i centrumfrågor och försöker hjälpa till genom att bl.a. rekommendera gemensamma öppethållningstider till centrumhandlarna.

Några event som anordnas av CentrumGruppen

Befintliga aktiviteter, exempel

- | | |
|------------------|-----------------|
| ■ Julmarknad | ■ Kolliga Dagar |
| ■ Skyltsöndag | ■ Våryra |
| ■ Julgatsöppning | ■ PAF Open |
| ■ Tomtenatt | ■ Ligamatcher |
| ■ Reastart | ■ Alandia Cup |
| ■ Open By Night | ■ ÅlandsMässan |
| ■ Kulturnatten | ■ FöretagsEXPO |
| ■ 9 juni | m.m.... |

För att kunna upprätthålla dessa aktiviteter så upptar CentrumGruppen en frivillig avgift från företagare i Mariehamn. Avgiften år 2011 är 80€-120€ beroende på läget i staden. Ett 40-tal företag är med i dagsläget och bidrar. Gruppens medlemmar jobbar utan arvoden och alla medel som inkommer går till aktiviteter och arrangemang. År 2011 har gruppen en budget på 4.000 euro att ordna arrangemang för. Ålands Näringsliv deltar med administration i syfte att stimulera en stark centralort samt för att stötta medlemmar och övrigt näringsliv i staden.

I gruppen medverkar år 2011

Pernilla Söderlund, Mariehamns Bokhandel, ordförande

Sofia Karlsson, SoFia

Mattias Hendersson, Lekplaneten

Lina Karlsson, Zic Zac

Johan Larsson, Control Risk

Gun Johansson, Madison

Eva Carlsson, Eckerö Line

Elof Donning, La Strada

Delice Lindgren, Nya Åland

Veronica Norell, Ålandstidningen

Terese Flöjt/Robert Mann/Lars Midbjer, Mariehamns Stad

Johan Lindholm, Ålands Näringsliv

Bilaga 16

Deltagare vid stormöten

Arbetet har idémässigt grundlagts och testats under arbetets gång i öppna **stormöten eller work-shops** med sammantaget ca 60 deltagare, som vi kallar stormötesgruppen. Deltagare, se bilaga 16.

Backman	Dan	Ålands landskapsregering
Bengtsson	Nina	Fyndet
Birney	Julia	BAB Kaptensgatan 16
Biskop	Britt	Megasize Reklam
Björkman	Emma	BAB Björkman & Björkman
Björkman	Christer	BAB Björkman & Björkman
Blomster	Bjarne	Mariehamns Stad, ordf. tekniska nämnden
Bromark	Regina	Bromarks present och inredning
Christenbrunn	Susann	Hasses Ur& Guld
Donalds	Eva	Cainby
Donning	Elof	La Strada restaurang
Eckerman	Tom	Mariehamns Stad
Enberg	Peter	Klipp Upp
Eriksson	Birgitta	Addera Mera
Fagerström	Susanne	Dillen Ab
Fogelström	Karl-Johan	Ålands socialdemokrater
Forsbom	Tom	Alandia Trade Center
Forsbom	Lilly-Ann	Alandia Trade Center
Gottberg	Charlotte	Duvan
Gunell	Camila	Ålands socialdemokrater
Güssner	Uffe	Röde Orm Ab/Stadsbussen Ab
Henriksson	Mikael	Fastighets Ab Laurenska gården
Henriksson	Viking	Fastighets Ab Laurenska gården
Honkanen-Skoog	Sanja	Ålandstidningen
Häggbloom	Jim	Viking Line
Isaksson	Lennart	Eriksson Capital
Jansson	Gunnar	Mariehamns Stad
Jansson	Roger	Mariehamns Stad/FAB HOS
Jansson	Annica	Visit Åland
Josefsson	Ove	Ålandsbanken Abp
Karlsson	Eva	City Blommor
Karlsson	Lina	Zic Zac Butiken
Karlsson	Inger	Zic Zac Butiken
Karlsson	Sören	Fastighetssammansl Torgg 15
Karlström	Tony	Alandia-Bolagen
Kuitunen	Judy	Judys Hantverk & Inredning
Landell	Patrik	Patriks måleri Ab

Lehtinen	Rauli	Mariehamns Stad
Lemberg	Marita	FAB Enggården
Mattsson	Leif-Anders	Alandia-Bolagen
Midbjer	Lars	Mariehamns Stad
Nikula	Pontus	Effector
Norrgrann	Stefan	Nya Åland
Nummelin	Maria	Axiom friskvård
Olofsson	Mariana	
Pärnänen	Robin	
Reed	Jannika	Matilda & co
Rundberg	Minna	Artdesign Ab
Silander	Tage	Ålands Ömsesidiga
Storsved	Harriet	Ålands handikappförbund
Sviberg	Gert	Gesco Ab/Dalbo affärsfastigheter
Söderlund	Pernilla	Mariehamns Bokhandel
Törnqvist	Maria	Mariehamns Stad
Wahlin	Gun	Wahlins Ab
Valmari	Taina	B.A.G.S
Weckman	Pernilla	April kommunikation Ab
Vickström	Edgar	Mariehamns Stad
Vinberg	Susanne	Ålands handikappförbund
Zetterqvist	Adam W.	Ålands radio/TV Ab

Det har under arbetets gång hållits 5 st stormöten eller work-shops inklusive ett möte speciellt för fastighetsägare i projektområdet. Inbjudan till mötena har skett genom annonsering i lokalpress, projektets nyhetsbrev och hemsida samt till fastighetsägarmötet brevlades.

Utöver den ovan nämnda sk stormötesgruppen, där deltagarna namngivits ovan har Ålands Näringsliv hållit en öppen medlemslunch, två öppna möten för handeln, ett möte med några större fastighetsägare samt ett politikermöte. Därtill har projektledningen haft kontakter per telefon, mail och genom besök till ytterligare personer som inte deltagit i nämnda träffar.