

HÖGSKOLAN VÄST RAPPORT 5 - URBAN PLATSINNOVATION

BESÖKAR- OCH BOENDESTUDIE I LYSEKIL sommaren 2017



Foto: Viktoria Drott

HÖGSKOLAN VÄST, december 2017

Tobias Arvemo, Iréne Bernhard, Ulrika Lundh Snis, Anna Karin Olsson och Ellinor Torsein

SAMMANFATTNING

Interregprojektet Urban Platsinnovation, Sverige-Norge, arbetar för att få mer kunskap om hur centralorter kan utvecklas för att bli mer attraktiva för både invånare och besökare. En viktig del av projektet är samverkan mellan deltagande kommuner, lokala näringslivsorganisationer och forskare. Projektet har som huvudmål att stärka konkurrenskraften och öka innovationsförmågan hos handels- och upplevelsenäringen för att skapa ökad aktivitet och attraktivitet i centrum. Projektet genomförs under 2015-2018. Deltagande partners är Fredrikstad kommune, Högskolan Väst, Lysekils kommun, Strömstad kommun, Trollhättans stad, Uddevalla kommun och Åmåls kommun.

Denna studie designades och analyserades av Högskolan Väst 2016-2017. Undersökningen kompletterar den besökar- och boendestudie som Högskolan Väst tidigare genomförde inom projektet i Lysekil under sensommaren 2016 (se Högskolan Väst Rapport 2 Urban Platsinnovation Besökar- och boendestudie i Lysekil sensommaren 2017). Denna studie genomfördes under tiden 26 maj - 11 augusti 2017 med 363 svarande respondenter, varav 165 var besökare och 198 permanent boende i Lysekil. Syftet med studien var att öka kunskapen om både besökares och boendes uppfattningar om Lysekil. Högskolan Väst har även genomfört en intervjustudie med centrumaktörer i Lysekil under 2017 (se Högskolan Väst Rapport 4 Urban Platsinnovation Att utveckla Lysekils centrum tillsammans - utmaningar och möjligheter). Studierna¹ avser även att bidra gränsöverskridande inspiration samt vara ett underlag för planering och utveckling av kommande centrumutvecklande aktiviteter såväl inom som utanför projektets regi.

Undersökningen visar att besökare framför allt kommer till Lysekil för att koppla av och är nöjda med sitt besök i Lysekil samt med service och utbud, stadsmiljö och faciliteter. En stor majoritet av besökarna har besökt Lysekil innan och anger att de kommer att besöka Lysekil igen. Av de besökare är det 88% som sannolikt kommer rekommendera andra ett besök i Lysekil. Ungefär hälften av besökarna bor mer än 10 mil från Lysekil.

De permanent boende i Lysekil är också nöjda med utbudet av restauranger, kvalitén på både maten och servicen. De boende var också nöjda med servicen i butikerna men ställde sig neutrala till utbudet av butiker. Det största missnöjet bland de permanent boende i Lysekil finns kring parkeringssituationen.

Studien är i stort samstämmig med den besökar- och boendeundersökning som genomfördes 2016.

Ett stort antal förbättringsförslag ges av respondenterna och finns redovisade i rapporten. Dessa förslag är allt från konkreta till visionära.

Det är vår rekommendation att denna rapport ihop med rapporten från undersökningen 2016 (se Högskolan Västs Rapport 2) delges och diskuteras med de aktörer och nätverk som finns i Lysekil i arbetet i att ta fram nya centrumutvecklande aktiviteter.

Stort tack till alla som medverkade i studien samt till de anställda vid Turistbyrå i Lysekil som genomförde intervjuerna sommaren 2017!

¹ Se alla Högskolan Västs rapporter om genomförda studier i Urban Platsinnovation <https://www.hv.se/forskning/forskningsprojekt/arbetsintegrerat-larande/urban-platsinnovation-centrumutveckling/>

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

BESÖKAR- OCH BOENDESTUDIE I LYSEKIL	1
INLEDNING	1
URBAN PLAT SINNOVATION.....	1
SYFTE	1
METOD OCH GENOMFÖRANDE.....	1
SAMMANSTÄLLNING AV RESULTATET	2
RESULTAT BESÖKARE.....	2
<i>Vem är besökaren?</i>	2
<i>Färd sätt och avstånd till hemmet</i>	3
<i>Aktiviteter och besöks mål</i>	4
<i>Hur har man fått information om Lysekil?</i>	5
<i>Hur bor besökarna?</i>	6
<i>Service och utbud</i>	7
<i>Stadsmiljö och faciliteter</i>	7
<i>Besöka Lysekil igen?</i>	8
RESULTAT BOENDE	8
<i>Stadsmiljö och faciliteter</i>	8
<i>Utbud och service</i>	9
FÖRBÄTTRINGSFÖRSLAG FRÅN BÅDE BESÖKARE OCH BOENDE	10
<i>Aktiviteter/evenemang</i>	10
<i>Trivsel och intryck av stadsmiljön</i>	12
<i>Utbud</i>	13
<i>Infrastruktur, parkering mm</i>	14
<i>Information och skyltning</i>	14
<i>Övrigt</i>	15
DISKUSSION KRING RESULTATEN OCH PROJEKTETS FORTSATTA ARBETE	16
BESÖKARE	16
<i>Vem är besökaren under högsäsong?</i>	16
<i>Vad gör man?</i>	16
<i>Vad tycker man?</i>	16
<i>Vad betyder detta?</i>	16
BOENDE	16
<i>Vem är Lysekilsbon?</i>	17
<i>Vad tycker man?</i>	17
FÖRBÄTTRINGSFÖRSLAG	17
<i>Aktiviteter/evenemang</i>	17
<i>Trivsel och intryck av stadsmiljön</i>	17
<i>Utbud</i>	18
<i>Infrastruktur, parkering mm</i>	18
<i>Information, skyltning och övriga kommentarer</i>	18
SLUTSATSER OCH KOMMENTARER	18
APPENDIX – INTERVJUGUIDE OCH INTERVJUPLATSER	22

Tabell 1 Vem reser man med? (Besökare)	3
Tabell 2 Aktiviteter (Besökare).....	4
Tabell 3 Besöksmål som besökts eller avses att besökas (Besökare)	5
Tabell 4 Service och utbud (Besökare).....	7
Tabell 5 Stadsmiljö och faciliteter (Besökare).....	7
Tabell 6 Stadsmiljö och faciliteter (Boende)	9
Tabell 7 Utbud och service (Boende)	9
Tabell 8 Kommentarer om aktiviteter/evenemang.....	10
Tabell 9 Kommentarer om Trivsel och intryck av stadsmiljö	12
Tabell 10 Kommentarer om utbud	13
Tabell 11 Kommentarer om infrastruktur, parkering mm	14
Tabell 12 Kommentarer om information och skyltning.....	14
Tabell 13 Övriga kommentarer	15
 Figur 1 Åldersfördelning besökare.....	 3
Figur 2 Hur bor du under vistelsen? (Besökare)	6
Figur 3 Åldersfördelning bland de boende	8

BESÖKAR- OCH BOENDESTUDIE I LYSEKIL

INLEDNING

Urban Platsinnovation

Interregprojektet Urban Platsinnovation, Sverige-Norge, arbetar för att få mer kunskap om hur centralorter kan utvecklas för att bli mer attraktiva för både invånare och besökare. En viktig del av projektet är samverkan mellan deltagande kommuner, lokala näringslivsorganisationer och forskare. Projektet har som huvudmål att stärka konkurrenskraft och öka innovationsförmåga hos handels- och upplevelsenäringen för att skapa ökad aktivitet och attraktivitet i centrum. Projektet genomförs under åren 2015-2018. Deltagande partners är Fredrikstad kommun, Högskolan Väst, Lysekils kommun, Strömstad kommun, Trollhättans stad, Uddevalla kommun och Åmåls kommun.

Eftersom Lysekil är huvudprojektägare på den svenska sidan är det också i Lysekils kommun som vi forskare på Högskolan Väst i enlighet med ansökan genomför ett antal olika undersökningar varav detta är en besökar- och boendestudie. Studier genomförs också i Gamlebyen, Fredrikstad i Norge (se [Högskolan Väst Rapport 3 – Samverkan och utveckling i Gamlebyen](#), 2017). Upplägg och erfarenheter från denna studie och övriga studier är avsedda att presenteras och diskuteras med alla projektpartners. Detta för att kunna utgöra en grund och inspiration för liknande studier i övriga kommuner och därmed stärka det gränsöverskridande erfarenhetsutbytet mellan deltagande partners.

Syfte

Då Lysekils kommun har uttryckt ett behov av att få veta mer om besökare och boende är syftet med denna studie är bidra med aktuell kunskap om besökares och boendes uppfattningar om Lysekils centrum. Studien syftar även till att ge ett bidrag som underlag för planering och utveckling av kommande centrumutvecklande aktiviteter såväl inom som utanför projektets regi. Denna undersökning kompletterar den besökar- och boendestudie som genomfördes inom projektet i Lysekil under sensommaren 2016 (se [Högskolan Väst Rapport 2 - Urban Platsinnovation Besökar- och boendestudie i Lysekil sensommaren 2016](#)).

Metod och genomförande

Undersökningen är explorativ och är avsedd att beskriva hur besökare och boende upplever centrum med avseende på ett antal faktorer. Det finns inga i förväg formulerade hypoteser om samband som undersökningen konstruerats för att testa.

Studiens upplägg samt frågeformulärets (se bilaga 1) utformning togs fram i samarbete mellan Högskolan Väst, Lysekils kommun och Turistbyrån redan inför första studien 2016. Genom en iterativ process, det vill säga genom kontinuerlig dialog med de olika parterna, skapades gemensamt ett frågeformulär som innehåller följande teman för besökare: ålder, kön, resesällskap, varifrån besökaren kommer, vad besökaren gör (aktiviteter och besöksmål), hur besökaren fått information om Lysekil, boende, service och utbud, stadsmiljö och faciliteter. Frågorna till de boende berör ålder, kön, utbud och service, stadsmiljö och faciliteter. Både besökare och boende fick dessutom möjlighet att lämna förslag till hur Lysekil kan förbättras. Frågeformuläret är semi-strukturerat, det vill säga, innehåller såväl fasta som öppna svarsalternativ. Som framgår av bilaga 1 ställdes samtliga frågor till besökare, medan boende endast besvarade frågor om service, utbud och förbättringsförslag.

Högskolan Väst gav instruktioner och goda råd till de anställda vid Turistbyrån inför genomförandet av intervjuerna. Undersökningen genomfördes i Lysekil mellan 26 maj och 11 augusti 2017. Intervjuerna utförde insamlingen av svaren på olika platser i Lysekils centrum och vid olika tidpunkter, framför allt dagtid, för att få så stor spridning och representativitet av respondenter som möjligt (se bilaga 2 för intervjuplatser). De evenemang som inträffade under sommaren har inte noterats vid alla platsintervjuer vilket gör att slutsatser kring besökares aktiviteter som sker i samband med evenemang blir svåra att dra.

Sammanställningen av resultatet är främst deskriptiv (beskrivande) och presentationen av de insamlade svaren sker i form av diagram, frekvenser, procentsatser eller via medelvärden. Deskriptiv statistik och analyser har genomförts i IBM SPSS ver. 23.

Totalt tillfrågades 510 personer varav 147 personer (29%) avstod från att delta i undersökningen. Av de svarande var 165 (32%) besökare och 198 (39%) permanent boende i Lysekil. Detta visar på en tämligen jämn fördelning mellan målgrupperna boende och besökare i studien. För de 147 som valt att inte svara registrerades en uppskattad ålder, nationalitet och kön. Åldersskattningen av bortfallsgruppen ligger mellan 17 och 80 med ett medel på 44 år. I de fall nationalitet skattades var en stor andel svenska (79%) i bortfallsgruppen. 54% i bortfallsgruppen var män. Bortfallets storlek är att betrakta som ringa. Det förekommer internt bortfall, det vill säga att individer ej besvarat alla frågor. Detta är dock ringa och stör ej undersökningen. I vissa fall har inte svaren noterats i enlighet med intervjumallen. För fråga 6 (huvudsaklig anledning till besöket) ger detta en relativt stor andel felkodningar medan det för övriga frågor är försumbart.

Resultatet av studien har återrapporterats, presenterats och diskuterats vid ett partnerskapsmöte i Strömstad 21 november 2017. Under våren 2018 presenteras resultatet för centrumaktörer och representanter för Lysekils kommun. Resultatet av studien kommer att även rapporteras, presenteras och diskuteras vid kommande partnerskapsmöte inom projektet. Projektets alla partners har tillgång till intervjumallar och samtliga rapporter. Delar av studien presenteras även av forskargruppen på forskningskonferensen *the 21st Uddevalla Symposium 2018*² den 14-16 juni 2018 i Luleå, vid specialsessionen "Place innovation in diverse perspectives" som leds av forskargruppen.

SAMMANSTÄLLNING AV RESULTATET

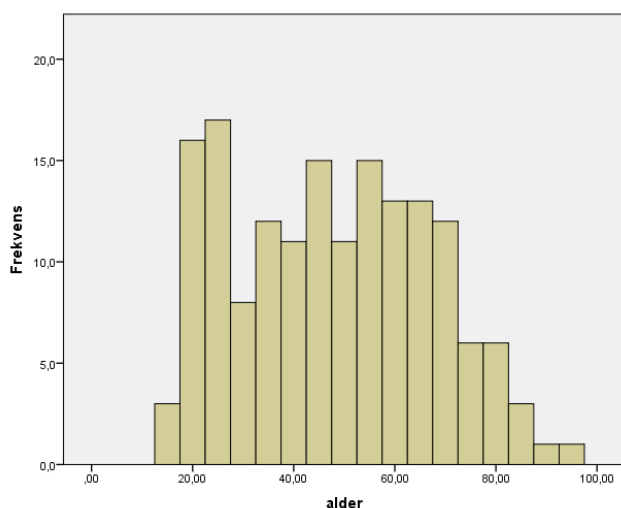
Resultaten redovisas inledningsvis genom att besökare och boende presenteras var för sig. Därefter följer förbättringsförslag från respektive målgrupp.

Resultat Besökare

Vem är besökaren?

De totalt 165 besökare utgjordes av 65 män och 96 kvinnor (4 saknar svar). Medelåldern var 48 år med en standardavvikelse på 19 år. Nedan ges ett histogram över åldersfördelningen, se Figur 1.

² <http://www.symposium.hv.se/>



Figur 1 Åldersfördelning besökare

Histogrammet över åldersfördelningen följer en klockform så när som på att åldrarna 19–25 som har höga frekvenser. Dessa toppar vid 19-25 år kan bero på demografin hos besökarna alternativt vara ett urvalsfel.

74% hade besökt Lysekil vid minst ett tillfälle tidigare. Av de som tidigare hade besökt Lysekil hade 54% besökt Lysekil minst fem gånger tidigare och 12% hade besökt Lysekil tre till fem gånger tidigare.

Av de som besökt Lysekil tidigare hade deras senaste besök i 66% av fallen varit på sommaren, 21% på våren, 12% på vintern och endast 2% på hösten. Som tidigare nämnts kommer 84% av besökarna till Lysekil från hemmet, 12% från en annan semesterort och 4% från sitt fritidshus.

Det vanligaste resesällskapet var partner följt av svarsalternativet att resa själv, se tabell 1 nedan.

Tabell 1 Vem reser man med? (Besökare)

Reser du själv eller i sällskap	Procent
Partner	35,8%
Själv	24,8%
Familj med hemmavarande barn	18,8%
Utvidgad familj	7,9%
Vänner	7,9%
Annat sällskap	4,2%
Kollegor	0,6%

Färdsätt och avstånd till hemmet

På frågan om vilket huvudsakligt färdmedel som använts för att ta sig till Lysekil var det vanligaste svaret bil (61%) följt av buss (21%), husbil (5,5%) och fritidsbåt (5,5%). Övriga färdsätt som färja, tåg, cykel, mc eller annat används av mindre än 3% för respektive färdsätt.

Av de besökare har 46% en svensk hemkommun som ligger mer än 100 km från Lysekil, 46% bor i en svensk hemkommun som ligger inom 100 km från Lysekil och 8% av besökarna kommer ifrån utlandet. Utländska besökare kommer framför allt ifrån Norge och Tyskland samt övriga EU.

84% av besökarna kommer ifrån hemmet, 12% ifrån en annan semesterort och endast 4% från fritidshuset.

Bland de som kommer direkt till Lysekil från sin hemkommun (n=85) bor 50% inom 100 km.

21% av besökarna skall fortsätta till ett annat resmål efter sitt besök i Lysekil. Av dessa skall en klar majoritet, 78%, till ett resmål inom 100 km från Lysekil.

Aktiviteter och besöksmål

Den huvudsakliga anledningen till besöket i Lysekil har i nästan en tredjedel av fallen (28%) genererat mer än ett svar. Bland dessa felaktigt inrapporterade svar är det framför allt sol och bad samt vila och avslappning som markerats. Att besöka släkt och vänner anges av 13%, nöjesresa av 13%, vila och avslappning av 12 %, sol och bad av 7% och annan anledning angavs av 5%. Övriga svarsalternativ har mindre än 4%. Besökarna kunde ange flera svar för planerade aktiviteter och svaren visar att restaurangbesök, bad och sol samt shopping är vanligaste svarsalternativen med 74% respektive 49% och 44%, se tabell 2 nedan.

Tabell 2 Aktiviteter (Besökare)

Aktiviteter	Procent
Restaurang	74%
Bad och sol	49%
Shopping	44%
Kultur	31%
Vandring	21%
Cykling	14%
Annat	12%
Båtsafari	10%
Segling	7%
Klättring	7%
Kajak	5%
Dykning	4%

De vanligaste besöksmålen är Norra hamnen (65%), Havsbadsområdet (59%), Stadsparken (59%) och Havets Hus (44%) som besökarna tänkt, eller har, besökt, se tabell 3 nedan.

Tabell 3 Besöksmål som besökts eller avses att besökas (Besökare)

Besökt eller avser att besöka	Procent
Norra hamnen	65%
Havsbadsområdet	59%
Stadsparken	59%
Havets hus	44%
Stångehuvud	39%
Skaftö	25%
Kallbarhuset	16%
Annat	9%
Laurins	8%
Röe gård	8%
Vikarvet	7%
Brastad	7%
Biblioteket	6%
Vägeröds dalar	5%
Folkets hus	4%
Härnäset	4%
Backa hållristningar	3%
Villa Bro	0%

Hur har man fått information om Lysekil?

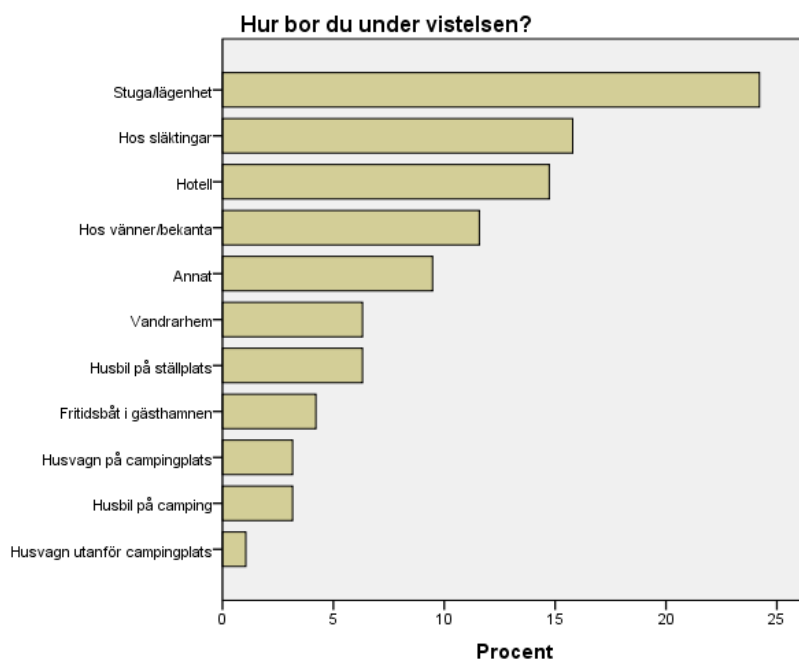
På frågan om hur besökarna fått information om Lysekil var den vanligast angivna informationskällan tidigare erfarenhet, något som 76% av de tillfrågade svarade. Som andra informationskälla kom släkt och vänner med 33%. 6% angav att de hamnat i Lysekil av en slump, 4 % hade läst om Lysekil i en broschyr, 4% via en artikel i en tidning, fyra respondenter hade fått information via radio, tv, en respondent hade sett en utomhusannons och en hade sett en annons i en tidning. Observera att det här fanns möjlighet att ange flera svarsalternativ, t ex att ha fått information från såväl tidigare besök som via tidningen.

Bland besökarna är det 21% som sökt information om Lysekil innan sin vistelse. Av de besökare som angivit att de sökt information anger nästan samtliga (94%) anger att de har använt internet för att söka information. Det vanligaste är att sökmotorn Google anges . Andra webb-sidor som nämns av enstaka är vastsverige.com, lysekil.se och stugsommar.se.

Hur bor besökarna?

Av besökarna planerar mer än hälften 58% att stanna minst en natt. För de som skall övernatta är snittantalet 12,9 nätter medan medianantalet nätter är fyra. Av de som reser med hemmavarande barn avser 71% att stanna minst en natt och dessa utgör 17% av gästnätterna. För de som reser med partner avser 63% att stanna minst en natt och dessa utgör 52% av gästnätterna. Bland de som reser med utvidgad familj avser 62% att stanna minst en natt och dessa utgör 3% av gästnätterna. Bland de som reser själv avser 42% att stanna minst en natt och dessa utgör 25% av gästnätterna³.

Besökarnas boende fördelar sig enligt figur 2 nedan.



Figur 2 Hur bor du under vistelsen? (Besökare)

I figur 2 kan det utläsas att var fjärde besökare bor i stuga/lägenhet, 15% bor på hotell, 12% hos släktingar 10% har annat boende. Noterbart är att husbil på camping och på ställplats utgör tillsammans 10% vilket är en drygt dubbelt så stor grupp som fritidsbåt i gästhamn.

³ Värt att notera är att denna grupp ofta bor hos släktingar och vänner vilket gör att deras övernattningar inte ger något nämnvärt bidrag till hotell/boende-näringen.

Service och utbud

Besökare är till övervägande del nöjda både med service och utbud i Lysekil. De är även till övervägande del mycket nöjda med kvalitén och service på restauranger. Mer än hälften av besökarna är nöjda med servicen i butikerna. Detta framgår av tabell 4 nedan.

Tabell 4 Service och utbud (Besökare)

	Mycket missnöjd	Ganska missnöjd	Varken eller	Ganska nöjd	Mycket nöjd	Vet ej
Utbudet av restauranger	0%	1%	7%	28%	57%	8%
Kvalitet på maten	0%	2%	9%	34%	44%	10%
Service restaurang	0%	0%	6%	34%	50%	10%
Utbud av butiker	2%	12%	33%	29%	11%	13%
Service i butik	3%	4%	6%	33%	34%	19%
Utbudet av upplevelser	0%	5%	12%	22%	22%	39%
Utbudet av kvälls/nöjesliv	0%	7%	15%	23%	12%	42%

Noterbart är att en stor andel inte vet eller lämnat åsikt om utbud av upplevelser och kvälls/nöjesliv och att en stor andel svarat varken eller om utbud av butiker. Men bland de som har lämnat en åsikt på dessa frågor är dock det typiska svaret ganska eller mycket nöjd.

Stadsmiljö och faciliteter

Som framgår av tabell 5 anser besökarna att det är lätt att ta sig till Lysekil, och de är till övervägande del nöjda med skyltning. 86% är ganska eller mycket nöjda med stadsmiljön, och vad gäller faciliteter överväger de positiva svaren.

Tabell 5 Stadsmiljö och faciliteter (Besökare)

	Mycket missnöjd	Ganska missnöjd	Varken eller	Ganska nöjd	Mycket nöjd	Vet ej
Lätt att ta sig till Lysekil	0%	0%	4%	30%	64%	2%
Parkering	7%	21%	20%	12%	18%	21%
Skyltning/vägisvisning	1%	7%	19%	21%	34%	19%
Utbudet av boende	1%	0%	4%	20%	25%	52%
Kvalitet på boende	0%	1%	10%	19%	14%	56%
Stadsmiljö	0%	3%	8%	29%	57%	2%
Faciliteter (toaletter, bänkar, parker etc)	1%	8%	25%	28%	30%	8%

Däremot när det handlar om utbud och kvalitet på boende i Lysekil svarar drygt hälften att de inte vet. Detta kan t ex tänkas bero på att man bor hos släkt eller vänner, se Figur 2.

Besöka Lysekil igen?

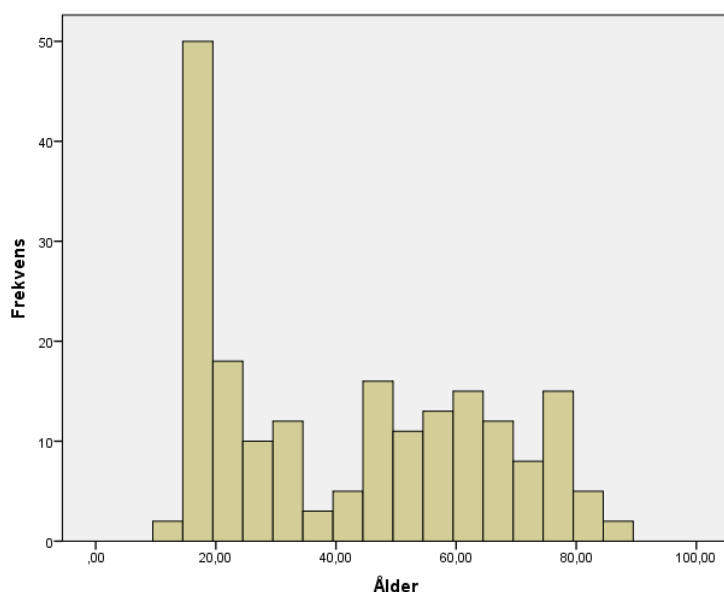
Av besökarna anger 79% att det är mycket sannolikt att de kommer besöka Lysekil igen och 13% anser det ganska sannolikt att de kommer besöka Lysekil igen. Endast tre respondenter anser det osannolikt att de kommer att besöka Lysekil igen. En stor andel, 68%, anger att det är mycket sannolikt att de kommer att rekommendera andra att besöka Lysekil och 20% anser det ganska sannolikt att de kommer att rekommendera andra ett besök i Lysekil. Ungefär två procent av besökarna anser det osannolikt att de kommer att rekommendera andra ett besök i Lysekil.

Resultat Boende

Totalt deltog 198 permanent boende i Lysekil i undersökningen.

Enkel demografi

Av de svarande var 61% var kvinnor och 39% män vilket ger en överrepresentation av kvinnor i stickprovet då 49,8% av Lysekils befolkning är kvinnor (SCB, kommunfakta 2017). Medelåldern var 43 år, se figur 3 nedan. Åldersspannet sträckte sig mellan 12 och 86 år.



Figur 3 Åldersfördelning bland de boende

Av histogrammet i figur 3 framgår det att undersökningen har en kraftig överrepresentation av 16 till 20-åringar vilket beror på urvalsfel eftersom demografi för Lysekil snarare visar på att typåldern för en Lysekilsbo ligger på 70 år (SCB kommunfakta för 2016).

Stadsmiljö och faciliteter

De boende fick också svara på frågorna om tillgänglighet, faciliteter, boende och stadsmiljö. Noterbart är påståendet som rör parkering där en större andel av svaren hamnar på missnöjdsidan och att det vanligaste förekommande svaret är ganska missnöjd med parkeringssituationen. De boende är däremot generellt mycket nöjda med stadsmiljön och hur lätt det är att ta sig till Lysekil. I övriga delfrågor i tabell 6 nedan hamnar det mest frekventa svaret i kategorin ganska nöjd men med en relativt stor spridning mellan svarsalternativen (svaret vet ej exkluderat). Ett resultat som sticker ut är att 55% svarar Vet ej på frågan om kvalitet på boende. Då denna fråga inte klart handlar om

permanenta boenden i Lysekil utan även kan tolkas som en fråga om hotell är det svårt att dra några specifika slutsatser.

Tabell 6 Stadsmiljö och faciliteter (Boende)

	Mycket missnöjd	Ganska missnöjd	Varken eller	Ganska nöjd	Mycket nöjd	Vet ej
Lätt att ta sig till Lysekil	0%	2%	18%	38%	40%	2%
Parkering	15%	24%	19%	16%	10%	16%
Skyltning/vägvisning	2%	8%	21%	29%	17%	23%
Utbudet av boende	1%	5%	10%	30%	19%	35%
Kvalitet på boende	0%	3%	13%	16%	13%	55%
Stadsmiljö	1%	5%	16%	28%	48%	2%
Faciliteter (toaletter, bänkar, parker etc)	4%	15%	34%	28%	18%	2%

Utbud och service

Utbud och service var de boende också i stort sett nöjda med undantaget påstående om utbudet av butiker där det fanns en stor spridning bland svaren. Det vanligast förekommande svaret om utbudet av butiker var varken eller med nästan 42% medan 16% angav ganska missnöjd samt 24% angav ganska nöjd. Utbudet av restauranger, kvalitén på maten och service på restauranger är de boende mycket nöjda med. Likaledes är de mycket nöjda med servicen i butikerna. Endast 15% är missnöjda med utbudet av upplevelser även om 30% angett att de inte har någon uppfattning samt 16% angett varken eller.

Tabell 7 Utbud och service (Boende)

	Mycket missnöjd	Ganska missnöjd	Varken eller	Ganska nöjd	Mycket nöjd	Vet ej
Utbudet av restauranger	1%	2%	12%	38%	46%	2%
Kvalitet på maten	0%	3%	15%	44%	33%	5%
Service restaurang	0%	2%	16%	44%	35%	3%
Utbud av butiker	6%	16%	42%	24%	11%	1%
Service i butik	4%	5%	13%	42%	34%	2%
Utbudet av upplevelser	5%	10%	16%	22%	17%	30%
Utbudet av kvälls/nöjesliv	6%	16%	19%	22%	16%	21%

Förbättringsförslag från både besökare och boende

Samtliga respondenter fick tillfälle att ge förslag på vad som kan förbättras i Lysekils centrum. Av 363 respondenter gav 66 besökare och 146 boende i Lysekil förbättringsförslag. Alla förbättringsförslag analyserades och kategoriserades in i sex teman;

- Aktiviteter/evenemang
- Trivsel och intryck av stadsmiljön (faciliteter; rent och snyggt)
- Utbud (butiker, restauranger, hotell mm)
- Infrastruktur, parkering mm
- Information och skyltning
- Övrigt

Dessa teman presenteras i storleksordning där de teman som genererat flest kommentarer presenteras först. Genomgående har de boende lämnat fler kommentarer än besökarna. Kommentarer återges i ursprunglig formulering men i vissa fall något förkortade.

Aktiviteter/evenemang

Kommentarerna om aktiviteter och evenemang tar upp behovet av att förlänga säsongen med betoning på att erbjuda aktiviteter året om. En mångfald av olika aktiviteter som främst berör ungdomar, kultur och sport föreslås.

Tabell 8 Kommentarer om aktiviteter/evenemang

BESÖKARE	BOENDE
Fler aktiviteter/större utbud för alla (4 svar) Mer saker att göra för ungdomar. Mer för unga vuxna utan barn. Aktiviteter för unga vuxna som typ inte är nattklubb typ musikquiz eller nåt. Mer aktiviteter inriktade på ungdomar. Fler ställen att gå ut för ungdomar – dating. Mer för barnfamiljer och vuxna. Satsa på fler åldersgrupper än barnfamiljer. Mer variation. Mer roliga aktiviteter för barn och vuxna. Mer gratisaktiviteter. Bil-bio Större bioutbud Fler biografier Hundpark Skatepark Dansaktiviteter ”Mark-piano” så att det låter i parken. Bluesfrossa och Jazzfestival Sommartid mer artister och evenemang. Karneval Att Pinnevik ska bli intersaltvattenbad, spaliknande. Sportaktiviteter på Gullmarsvallen. Ett sportcenter typ som Rimnershallen. Fler kortare båtturer som sälsafari som inte tar hela dagen så att barn kan vara med utan att tappa tålamodet.	Fler aktiviteter för att förlänga säsongen. (9 svar) Lokala evenemang året om – satsa på alla årstider! Flera aktiviteter för alla (5) Fler ställen för äldre där äldre kan träffas/fritidsgård för äldre. (2 svar) Större fokus på ungdomar året om. Fler aktiviteter för ungdomar. Mer bidrag till förenings- och ungdomsaktiviteter. Satsa mer på unga så att de vill bo kvar. Satsa mer på unga 16 år och uppåt. De aktiviteter som finns börjar för sent för oss. Det finns mest aktiviteter för 18+ eller 10-åringar. Fler evenemang för de som är under 18 men för gamla för familjeevenemang. Fler evenemang från kyrkan håll med ungdomsperspektiv. Fler ungdomsaktiviteter som inte involverar alkohol. Fler ställen för ungdomar att hänga på. Billig restaurang eller fik som har öppet sent (menar ej ungdomsgård). Ställe för unga att hänga på centralt. Ungdomsevenemang. Mer för ungdomar typ skateparker i typ outnyttjade lagerlokaler som kan generera jobb och integrationsarbete. Lekland/lekpalats Lekplatser utan sand. Många aktiviteter platser som Liseberg Bättre lekplatser (2 svar) Roligare grejer för barn mer än Havets Hus. Utbyggnad av Havets Hus.

Fler snorkelleder.
Gratis vattenskoter

Mer barnaktiviteter (3 svar)
Hundrastplats.

Fler kultur och sportaktiviteter för barn.

Karneval
Mer festivaler
Mer teater och musik.
Fler musikaktiviteter.
Fler konserter
Mer evenemang.
Mer centrala event för olika kulturer typ dans.

Fler aktiviteter som innefattar träning under sommaren.
Sportställen.

Sportcenter (3 svar)
Fler platser där man kan bada själv utan andra.

Bowlinghall (4 svar)
Biljard (3 svar)
Utomhuspool (4 svar)
Ett modernt badhus med plats för ungdomar.
Ställe att spela schack.

Ubåt för undervattensightseeing.
Fler utflyktsaktiviteter.
Satsa mer på Brastad- det finns inget att göra.
Mer turistsaker som drar hit folk tex att hyra ut båtar och vattenskotrar.
Utnyttja läget mer för paddling, båt och dykning.
Fler kvällsaktiviteter och banana-boat och åka ring efter båt.

Trivsel och intryck av stadsmiljön

Många kommentarer handlade om att det finns behov av en uppfräschning i centrum och det borde vara bättre renhållning. Både boende och besökare önskade fler toaletter. Många påpekar också ett behov av fler bänkar på olika platser i centrum.

Tabell 9 Kommentarer om Trivsel och intryck av stadsmiljö

BESÖKARE	BOENDE
Fler offentliga toaletter (tre svar) Vill kunna betala för toalettkod sms eller liknade i tex hamnar. Fler soptunnor. Centrummiljön får ej göras opersonlig. Kungsgatan har blivit tråkigare ska vara som en Smögenbrygga men med kvalitet. Bättre ordning på Kungsgatan. Bättre ordning med betalning i gästhamnen. Lättare tillgänglighet med bil i centrum.	Det behövs fler toaletter. Fler toaletter året om. (två svar) Underlätta toaletter på badplatserna. Städa toaletter i parken. Fräschare toaletter. Håll rent! (två svar) Mer ordning! Bättre renhållning gator och trottoarer (två svar) Fler soptunnor. (två svar) Fler sopkärl på sta'n och vid färjeläget på Skaftö. Stoppa nattrafiken runt Kungstorget. Fixa hamnområde och fasader gör mer turistvänligt. Lite mer ordning i hamnen. Mer ordning i gästhamnen administrativ. Fräscha upp infarten. Röja upp/fräscha upp kommunens fastigheter. (2 svar) Det behövs fler bänkar. Fler bänkar på sta'n. Fler bänkar i skuggan. Fler parksoffor. Höja sofforna i Havsbadsområdet. Solstolar på stranden. Fler bänkar Dona, Tornevik och Pinnevik. Bättre underhåll av vägar och gator. Att stadsförvaltningen tar hänsyn till besökare och inte tar bort/rensar rabatter när det kommer flera hundra besökare. Grusa stigarna så att det inte blir så blött i parken. Parken ska bli bättre. Mer blommor i centrum.

Utbud

Flera, både besökare och boende, efterfrågar ett bredare utbud av butiker, restauranger och hotell. Det finns även kommentarer om öppettider för såväl restauranger som butiker.

Tabell 10 Kommentarer om utbud

BESÖKARE	BOENDE
Fler avslappnade ställen som Backyard där man bara kan sitta och ta en öl utan restaurangfeelingen. Bring back Pelles Krog. Fler restauranger och uteserveringar. Ta bort Havsbadets krog och ta bort alla pizzerior utom Viking. Längre öppettider på helger speciellt fik odyl. Fler varierade affärer/Fler affärer (2 svar) Järnaffär mer centralt. Matbutiker finns inte bara servicebutik! Riv Grötölokaler och bygg 50+-lägenheter i etage med brygga till båthamn. Bostäder på Grötö modell finare.	Mer fik med uteservering- allt skulle bli bättre då! Fler restauranger som är lite billigare utan att det är en pizzeria typ. Fler restauranger och fik som inte har så hutlösa priser på sommaren så att vi lokalbor kan överleva. Mer restauranger och uteserveringar. Fler mysiga caféer. McDonalds Vegetariskt utbud på restauranger. Fler uteställen. Fler hotell (3 svar) Hotell i Norra Hamnen. Hotell med sandstrand Ha öppet affärerna längre på helgerna – fiken också. Söndagsöppet i butikerna. Fler handlare/butiker (7 svar) Dra hit lite mer affärsmän. Tråkigt med tomma lokaler. Fler affärer då vi har många tomma affärer. Utbud av butiker ska finnas för alla målgrupper i centrum. Fler butiker under sommaren. Fler butiker som Netto och Lidl. Bra med Klubb Lysekil – fler såna initiativ! Billigare mat. Billigare tillvaro för lokalbor så att man överlever även på sommaren Fler hyreslägenheter (2 svar) Billigare lägenheter/billigare hyra.

Infrastruktur, parkering mm

Många av förbättringsförslagen från både besökare och boende handlade om parkeringar. Önskemål om exempelvis fler parkeringsplatser, mer gratisparkeringar, förenklat betalningsförfarande och P-skiva angavs. Det finns även fler kommentarer om tillgänglighet för funktionshindrade.

Tabell 11 Kommentarer om infrastruktur, parkering mm

BESÖKARE	BOENDE
Fler parkeringsplatser (11 svar) Fler och gratis parkeringar. Trånga parkeringsplatser. Husbilar tar mycket p-platser. P-skiva Parkeringsavgift med kort och pengar. Vägen mellan Luna och färjan behöver fartkameror. Folk kör som galningar 100 km/h. Bygg bro mellan Skår och Finnsbo. Mer handikappanpassat – svårt att ta sig runt med rullstol. Större tillgänglighet för människor i rullstol och permobil.	Åtgärda parkeringsproblemet Parkeringsplatser (8 svar) Fler parkeringar i Norra hamnen Parkeringshus Bättre parkeringsmöjligheter för turister. Fler och billigare parkeringar. Gratis parkering för kommuninvånare Parkeringsautomat tydligare, med kontanter. Bättre betalningsmöjligheter. P-skiva (2 svar) Fler gratis parkeringsplatser! (2 svar) Billigare parkering under sommaren. Bättre reklam om p-bussen. Bygg en bro (3 svar). Cykelvägar Tillgänglighet för handikappade Asfaltera gångvägar runt parken för att underlätta för rullstolar odyl.

Information och skyltning

En del av kommentarerna handlade om behov av samlad och bättre information och tydligare skyltning.

Tabell 12 Kommentarer om information och skyltning

BESÖKARE	BOENDE
Bortfall av info mellan tidningar och info-points. Info om alla event, loppis och utställningar är simpla aktiviteter. Mer info om närbelägna samhällen och inte bara Lysekils centrum.	Bättre skyltat under ombyggnader. Mer och tydligare info för lokalboende inte bara för turister. Bemanna Turistbyrå varje dag från maj till oktober. Längre öppettider för Turistbyrå. Ett sån't där infoställe med karta och utmarkerade sevärdheter. Kartlägga och highlighta flera av våra unika objekt i Bohuslän. Bättre marknadsföring av aktiviteter och evenemang. Bättre annonserat med aktiviteter som finns. Tidigare info om evenemang i "Sommar i Lysekil" tider, priser och dylikt. Giller ej den nya layouten på tidningen.

Övrigt

Nedan presenteras mer allmänna förbättringsförslag. Ett flertal kommentarer från de boende rör kollektivtrafiken samt avsaknad av poliser.

Tabell 13 Övriga kommentarer

BESÖKARE	BOENDE
Ökad tillgänglighet för hundägare att delta i aktiviteter och besöksattraktioner. Kommunen borde ställa ut vattenskålar för hundar vid Turistbyrån, Havsbadet och biblioteket.	Förbättra kollektivtrafiken. Fler bussar till och från Uddevalla. Tåg till Lysekil Fler bussförbindelser med Uddevalla och Göteborg. (2 svar) Det är lätt att ta sig hit från Göteborg men inte från Munkedal och andra städer som ligger relativt nära. Bättre förbindelse till t ex Uddevalla. Färjan är dålig. Busstrafik till fjällen. Försök fokusera mer på oss som bor här. Ju fler som stannar här desto mindre behöver vi förlita oss på sommarturismen och kan ha ett blomstrande samhälle. Mer poliser! Poliser varje dag! (2 svar) Närpolis alltså polisstationen ska vara öppen hela tiden! Bättre wifi överallt! Lättare att få jobb! Svårt att få jobb i Lysekil. Fler jobb ger glada människor, finare Lysekil och bättre finanser! Det behövs jobb åt ungdomarna, inte många har sommarjobb eller vanligt jobb. Billigare körlektioner. Ta bort fiskeförbudet i Norra Hamnen.

Diskussion kring resultaten och projektets fortsatta arbete

Studien undersöker besökare och boende i väsentligen samma utsträckning och dessa grupper kommer att analyseras och diskuteras separat.

Besökare

Undersökningen är gjord under högsäsongen 2017 och kompletterar den undersökning som genomfördes under sensommaren 2016.

Vem är besökaren under högsäsong?

Strax under hälften av besökarna kom från Lysekils närområde, dvs inom en radie på 100 km, och en lika stor del kom från platser i Sverige längre bort än så. En knapp tiondel kom från utlandet, från t ex Norge och Tyskland samt övriga EU.

De tre i studien främsta besökargrupperna under högsäsongen är par i övre medelåldern som med hög sannolikhet stannar ett par dagar, en person som reser själv och som med lägre sannolikhet stannar mer än över dagen och en familj med hemmavarande barn som med hög sannolikhet stannar ett par dagar.

Vad gör man?

De besöksmål som besöks är framför allt Norra Hamnen, Havsbadsområdet, Stadsparken och Havets Hus och besökarens vanligaste aktiviteter är att shoppa och besöka restauranger. De rör sig alltså mellan olika relativt närliggande punkter i centrala Lysekil. Detta beror naturligtvis dels på att undersökningen är genomförd just i centrum (se bilaga 2), men också på att det ligger i linje med syftet med besöket i Lysekil som huvudsakligen är att besöka restauranger, att ha en lugn och avkopplande tid i staden och att shoppa.

Vad tycker man?

Besökarna trivs i Lysekil och är generellt nöjda med shopping- och restaurangutbudet. De har endast liten kännedom om övriga aktiviteter, evenemang och kvällsliv. Det beror på att det inte är detta man söker i Lysekil: besökarna kommer främst för avkoppling, och flertalet är inte intresserade av andra aktiviteter. De allra flesta har besökt Lysekil tidigare och avser att göra det igen. Dessutom kommer de i mycket hög utsträckning att rekommendera andra ett besök i Lysekil.

Vad betyder detta?

Återkommande besökare som trivs och som rekommenderar andra att besöka Lysekil är mycket värdefulla, av flera orsaker. För det första genererar dessa besökare Word of Mouth (WOM), som är en för Lysekil kostnadsfri form av marknadsföring som för den mottagande parten är mycket trovärdig eftersom den kommer från en oberoende källa som man har ett personligt förtroende för. Detta kan innebära rekrytering av nya besökare. Om de dessutom kommunicerar sina åsikter om Lysekil i sociala medier nås ännu fler av deras budskap. Huruvida och i vilken utsträckning detta sker mättes inte i undersökningen, men vore mycket intressant att studera vidare. För det andra kräver dessa besökare, som redan känner till Lysekil och som gärna återvänder, inga stora marknadsförings-resurser i form av rekryteringsinsatser.

Boende

De boende som deltog i undersökningen svarade under samma tidsperiod som besökare, dvs under högsäsong. Deras svar är dock inte säsongsberoende på samma sätt eftersom de finns i miljön året om. Det är därmed troligt att deras svar är applicerbara på Lysekil under hela året.

Vem är Lysekilsbon?

Bland de boende som deltagit i undersökningen syns en större spridning på åldrar där både yngre, medelålders och äldre personer är väl representerade. Dock finns i materialet en överrepresentation av kvinnor och unga.

Vad tycker man?

De boende har en relativt positiv syn på Lysekil, men har dessutom många förslag på förbättringar avseende aktiviteter, trivsel och stadsmiljö, utbud, infrastruktur, information och skyltning som återfinns mer i detalj i tabell 8-13 under rubriken Konkreta förbättringsförslag. Den stora mängden förslag är något mycket positivt då den visar att det finns ett stort engagemang och intresse för hemorten.

Förbättringsförslag

Även om både besökare och boende var över lag nöjda (undantaget parkering för de boende) så har många, både konkreta och visionära, förbättringsförslag noterats. Både besökare och boende delade med sig av förslag på förbättringar som de gärna ser i Lysekil. Många av kommentarerna tar upp behovet av aktiviteter i centrum. Många av kommentarerna om aktiviteter handlar om aktiviteter för ungdomar/unga vuxna dessa förslag kommer till stor del från just ungdomar och unga vuxna vilka är överrepresenterade.

Noterbart är att både besökare och boende tar upp flera gemensamma teman. De boende har generellt fler förslag på förbättringar på alla områden.

Aktiviteter/evenemang

Detta tema var det tema som genererade flest kommentarer bland både besökare och permanent boende. Många av förslagen var konkreta och specifika.

Kommentarer var relativt samstämmiga mellan boende och besökare inom detta tema.

Fler aktiviteter för ungdomar efterfrågades. Många efterlyste aktiviteter för barn, bl a i form av lekplatser. Även kultur och idrottsevenemang efterfrågades. Många påpekade att säsongen behöver förlängas med evenemang året om. Det fanns även kommentarer om riktade aktiviteter och mötesplatser för äldre.

Utifrån årets undersökning kvarstår våra rekommendationer från förra årets undersökning med ett fåtal tillägg:

När det gäller evenemang finns det behov av att skapa en evenemangskalender som ger struktur och koordination över året. Att uppmuntra butiks- och restaurangägare att hålla öppet även under andra delar av året. När det gäller flera av de övriga förslagen, såsom lekplatser och äventyrsbad kräver dessa planering och investeringar, vilket gör att de bara kan realiseras på sikt och som ett resultat av politiska beslut.

Trivsel och intryck av stadsmiljön

Även om majoriteten av både besökare och boende uppgav att de var nöjda med stadsmiljön hade de förslag på förbättringar som framför allt rörde två områden: de offentliga toaletterna och rent och snyggt på gator och i parker. Många önskemål om att centrum behöver fler bänkar och parksoffor vilket kan tolkas som att många vill kunna sitta ned i stadsmiljön. Förslagen från boende och besökare sammanfaller. Utöver toaletterna kom förslag som avsåg en upplevd skräpighet i centrum. Fler soptunnor och skräpkorgar föreslogs för att råda bot på detta, liksom insatser för att städa upp. Sådana åtgärder borde vara relativt enkelt att åtgärda. Detsamma gäller de offentliga toaletterna.

Även om både soptunnor och mer personal som håller efter centrum och toaletter innebär kostnader, får de anses rimliga i förhållande till den positiva effekt de skulle få på både besökare och boendes trivsel och intryck av stadsmiljön.

Utbud

Även under detta tema dominerade de boendes kommentarer, medan besökarnas kommentarer låg i linje med de boendes bortsett från lokalbefolkningens önskan om lägre prisnivå på mat, restauranger och boende. Framför allt nämndes en önskan om ett bredare och mer varierat utbud av restauranger, butiker och hotell, liksom längre öppettider under vardagar och helger samt under lågsäsong. Fler hotell efterfrågas.

Dessa önskemål är inte helt enkla att uppfylla eftersom de beror på flera faktorer: Vem som hyr ut butiks- och restauranglokaler och hur vederbörande ser på sin roll för stadens totala utbud, vilka näringsidkare som är intresserade av att etablera sig i Lysekil, samt den enskilde näringsidkarens resurser att förlänga sina öppettider. Samarbete mellan hyresvärdar/fastighetsägare, näringsidkare och kommun för att uppnå gemensamt satta mål är nödvändigt för att genomföra förbättringar på detta område, och hur det kan genomföras blir en fråga för framtida studier i Lysekil.

Infrastruktur, parkering mm

Besökarna hade tidigare uppgivit att de var ganska missnöjda med parkeringsmöjligheterna, medan de boende uttryckt ett större missnöje. Förbättringsförslagen visar ett engagemang för parkeringsproblematiken från såväl boende som besökare. Kommentarer rörde framför allt tillgången till parkeringsplatser, gärna fler platser och fler gratisplatser, men också behov av olika lösningar för betalning samt information. Eftersom det kan vara problematiskt att anlägga fler parkeringsplatser i centrum bör initiala åtgärder rikta in sig på att förbättra information och skyltning till existerande parkeringsplatser, samt se över betalningsmöjligheterna. Några kommentarer och förbättringsförslag berör tillgänglighet för funktionshindrade.

Information, skyltning och övriga kommentarer

Under detta tema var det framför allt de boende som hade synpunkter. Besökarna uttryckte ett behov av samlad information ex evenemangskalender eller info-points om Lysekil men även för andra närliggande orter/besöksmål. Att bemanna Turistbyrå varje dag maj-oktober föreslogs av boende.

Bland de allmänna förbättringsförslagen finns flera önskemål att förstärka kollektivtrafiken samt trygghet/säkerhet i centrum.

Slutsatser och kommentarer

Denna undersökning är som nämnts ovan en komplettering av den studie som genomfördes i Lysekil 27:e juli -14:e september 2016. Resultaten mellan de olika undersökningarna är i all väsentlighet samstämmiga. Det skiljer något vad det gäller färd sätt för besökare då en större andel som kom via husbil deltog i studien 2016. En viss skillnad i åldersfördelning finns mellan de olika urvalen då ålder 16-20 år har en viss överrepresentation i den senare studien. Det finns även fler kommentarer om otrygghet och en önskan om polisiär närvaro i undersökningen från 2017.

Undersökningen visar att boende och besökare till stor del är nöjda med Lysekil och dess miljö. Bland besökarnas och de boendes kommentarer finns önskemål om ett utökat utbud av aktiviteter. Ett brett utbud av aktiviteter för olika grupper som t ex ungdomar, unga vuxna och äldre efterfrågas.

Både besökare och boende är nöjda med stadsmiljön i Lysekil och de ger många utvecklingsförslag som bör beaktas. En upprustning av hamnmiljön och kring Kungsgatan önskas, t ex uttrycker en besökare att Kungsgatan blivit tråkigare men ska vara som en Smögenbrygga fast med kvalitet.

Både boende och besökare är i stort nöjda med restauranger, kvalitet på mat och service i både restauranger och butiker. Vad det gäller utbudet av butiker är svaren mer neutrala. Parkering är det som både boende och besökare är mest missnöjda med.

Besökare är nöjda med sina vistelser i Lysekil och kommer med stor sannolikhet att både besöka Lysekil igen samt rekommendera andra ett besök i Lysekil. Detta är naturligtvis bra för Lysekil och en både billig och värdefull marknadsföringskanal.

Bland de förbättringsförslag som lämnats finns många bra, konkreta förslag till förbättringar. Det är vår rekommendation att man i en så bred grupp av aktörer som möjligt tar del av och diskuterar denna information då den har potential till att föra Lysekil framåt. I detta arbete bör dessutom de förbättringsförslag som gavs i studien 2016 tas med (Se Högskolan Väst Rapport 2). Dessa rapporter torde också vara värdefull input i arbetet med kommunens utvecklingsområden och destinationsplanen.

En brist i undersökningen är att den är utförd dagtid och att man därigenom missar den aktivitet som sker kvällstid under sommaren. Tillika så är fritidsseglare en grupp som troligen är underrepresenterad i undersökningen. Det som dock kan konstateras kring denna grupp är att de inte utgör någon väsentlig del av de som besökare som rör sig på stan under dagtid. Fritidsbåtsbesökarna är dock en intressant grupp som är intressant att undersöka i framtiden.

Rapporter från Högskolan Väst inom projektet Urban Platsinnovation:

Högskolan Väst Rapport 1 Urban Platsinnovation.

En gränsöverskridande workshop om - Hvordan kan vi bruke undersøkelser til å skape et bedre sentrum? december 2016. [elektronisk]

https://www.hv.se/globalassets/dokument/forska/urban_platsinnovation_rapport_1_workshop-okt-2016.pdf

Högskolan Väst Rapport 2 Urban Platsinnovation.

Besökar-och boendestudie i Lysekil sensommaren 2016, mars 2017. [elektronisk]

https://www.hv.se/globalassets/dokument/forska/urban-platsinnovation-rapport-2_2016.pdf

Högskolan Väst Rapport 3 Urban Platsinnovation.

Samverkan och utveckling i Gamlebyen, mars 2017. [elektronisk]

https://www.hv.se/globalassets/dokument/forska/rapport_3_gamlebyen_170426.pdf

Högskolan Väst Rapport 4 Urban Platsinnovation.

Att utveckla Lysekil tillsammans – Utmaningar och möjligheter, februari 2018.

<https://www.hv.se/globalassets/dokument/forska/urban-platsinnovation-rapport-4.pdf>

Högskolan Väst Rapport 5 Urban Platsinnovation

Besökare – och boendestudie i Lysekil sommaren 2017, januari 2018.

HÖGSKOLAN VÄST
Institutionen för ekonomi och IT
461 86 TROLLHÄTTAN
Tel 0520-22 30 00
www.hv.se

Arbetsintegrerat Lärande

Appendix – Intervjuguide och intervjuplatser