

Näringsrikt 2017

Näringslivs- och
destinationsutveckling
i Helsingborg

Krögare får
svar om alkohol,
bygglov och
livsmedel

Den bästa digitala
lösningen är den
som inte märks

Nya
datum för
Näringslivs-
frukostar

**Så lyckas
du med sociala
medier**

– 7 tips för dig som företagare



HELINGSBORG



”En fantastisk utveckling av staden!

I början av september såg vi de första bilderna på hur Helsingborgs nya stadsdel, Oceanhamnen kommer att se ut. Det är svårt att inte imponeras och inspireras av bilderna. Och det här är inga visions- eller önskebilder, så här kommer det att se ut. En fantastisk utveckling av staden!

Oceanhamnen blir inte bara ett område med 400 bostäder och en förskola utan också Helsingborgs nya affärsdistrikt med namnet Oceanhamnen – Waterfront Business District. Ett helt nytt affärsdistrikt i hjärtat av Helsingborg, på tröskeln till kontinenten och bara ett stenkast från Helsingborgs centralstation där över 40 000 människor passerar varje dag. Det är ett unikt läge med bra kommunikationer som ger snabb tillgång till hela arbetsmarknadsregionen. Köpenhamn nås på en timme, Göteborg på mindre än två.

Waterfront Business District möter en efterfrågan på nya moderna kontorslokaler i centrala Helsingborg. Totalt rör det sig om 32 000 kvadratmeter kontorsyta som Castellum, Midroc och Wihlborgs ska bygga. Här kommer uppskattningsvis 1500-2000 personer att ha sin arbetsplats.

Waterfront Business District presenterades för första gången på Business Arena i Stockholm 20-21 september. Business Arena är Nordens ledande mötesplats för fastighetsutveckling och samhällsbyggnad, med 7000 besökare. Vi var på plats tillsammans med de tre byggherrarna för att berätta om Helsingborg och om Oceanhamnen. Intresset för det som kommer att bli en av Sveriges absolut hetaste företagsadresser är stort.

Ett bättre företagsklimat för Helsingborg

Den 26 september presenterade Svenskt Näringsliv resultatet av 2017 års ranking av företagsklimatet i Sveriges 290 kommuner. Helsingborg klättrade i rankingen och finns numera på plats 13. Det enskilda resultatet för Helsingborg var stabilt och pekade uppåt i 14 av 16 enkätfrågor. Vi är stolta och glada, men vi vill självklart mer.

Svenskt Näringslivs attitydsundersökning är visserligen ingen vetenskaplig undersökning. Men den ger oss viktig och värdefull kunskap om hur ni som driver företag i Helsingborg upplever vårt arbete och vår service till er. Ni, som var och en utgör en viktig del av de ca 15 000 företag som finns i Helsingborg, ni är våra allra viktigaste kunder. Vi tar era åsikter på allvar och vi ser fram emot att förbättra oss ännu mer tillsammans med er.



Michael Fransson
Näringslivsdirektör i Helsingborgs stad
michael.fransson@helsingborg.se

Visste du att...

... 40 761

personer pendlar till och från Helsingborg varje dag?

Betydligt fler pendlar hit än härifrån, 23 850 personer jämfört med 16 900. Under de senaste tio åren har **inpendlingen till Helsingborg ökat med 30%**.

Allt fler pendlar hit från Malmö, en siffra som ökat med 72% under samma period. Vanligast är dock att pendlarna kommer från Ängelholm, Höganäs och Landskrona. Helsingborgarna pendlar framför allt till Malmö, Landskrona och Ängelholm, men även över sundet och till bland annat Stockholm och Göteborg.



... Helsingborg hade 296 473 gästnätter juni - augusti 2017?

Enligt SCB och Tillväxtverkets preliminära siffror innebär detta **en minskning med 3,2% jämfört med sommaren 2016.** Det är dock en fortsatt hög nivå mot bakgrund av att fjolåret blev ett rekordår med en ökning på 8,5% jämfört med 2015.

Gästnätter är ett mått på antalet övernattningsplatser på stadens hotell, vandrarhem och campingar och ger en fingervisning på hur många besökare staden har haft. I statistiken räknas dock varken de som endast besökt Helsingborg över dagen, de som hyr boende privat eller de som valt att bo hos vänner eller bekanta.

De besökare som staden har bidrar inte bara till hotell- och restaurangnäringen, utan även till detaljhandel, dagligvaruhandel och upplevelsenäringen. **De vanligaste besökarna under sommaren 2017 kom från Tyskland, Norge, Danmark, Storbritannien och Nederländerna.**



... 41%

av befolkningen mellan 25 - 64 år har en eftergymnasial utbildning?

Jämfört med Sverige som helhet och merparten av landets största kommuner är utbildningsnivån något lägre i Helsingborg. **Siffran för Helsingborg, 41%, kan jämföras med 43% för Skåne och 42% för Sverige som helhet.**

Fler och fler branscher blir alltmer kunskapsintensiva och efterfrågar allt mer specialiserade tjänster. Utbildningsnivån blir då allt viktigare för en stads attraktivitet och utveckling. **Sedan Campus Helsingborg öppnade år 2000 har andelen högtutbildade ökat från 28% till dagens 41%. Att arbeta för att höja utbildningsnivåerna är en viktig del av Helsingborgs stads strategiska arbete** för att möta kompetensbehoven från det regionala näringslivet.



Helsingborgs nya affärsdistrikt tar form



Under hösten släpptes de första bilderna på Helsingborgs nya affärsdistrikt Oceanhamnen. De nya visionsbilderna klädde mässmontern under Sveriges största fastighetsmessa - Business Arena i Stockholm den 20-21 september.

Planerna har växt fram genom ett unikt samarbete mellan Helsingborgs stad och de tre fastighetsägarna Castellum, Wihlborgs och Midroc.

– Oceanhamnen Waterfront Business District är en del av H+ som är det största stadsutvecklingsprojektet i modern tid i Helsingborg. Successivt ska en miljon kvadratmeter gammal hamn och industrimark omvandlas till en ny stadsdel med bostäder, kontor och handel nära vattnet, säger Peter Danielsson, kommunstyrelsens ordförande i Helsingborgs stad.

Som ett etablerat kontorsområde kan det nya affärsdistriktet erbjuda det mesta ett företag behöver - allt från moderna kontorslokaler mitt i centrum till konferensanläggningar, bra närservice och goda kommunikationer.

” Vi ser samarbetet med näringslivet och årets medverkan på Business Arena som ett nytt och effektivt sätt att samskapa med näringslivet.

Nära till allt

Helsingborgs centralstation ligger 5 minuters promenad från området, som dessutom ligger granne med Campus Helsingborg där över 4000 studenter går. I området ryms även IKEA IT med 600 utvecklare, företagsacceleratoren Think Accelerate, kontorshotellet Mindpark, den kreativa mötesplatsen och co-working space Think Open Space och experimentytan Pixla Piren.

Oceanhamnen är först ut i H+ och ska bli en urban arkipelag - en stadsdel byggd på öar. Längst ut på piren kommer tre kontorsbyggnader med spännande arkitektur ge plats för 32 000 kvadratmeter verksamhetslokaler och service. Vidare på ön byggs fyra bostadskvarter med cirka 340 bostäder. En arkitektonisk gång- och cykelbro förbinder stadsdelen med Helsingborgs Centralstation.

Samverkan mellan stad och näringsliv

Inför planeringen och marknadsföringen av det nya affärsområdet har staden provat en ny samverkansmodell

mellan Helsingborgs Stad och de tre fastighetsägarna Castellum, Wihlborgs och Midroc. En marknadsgrupp med representanter från de olika bolagen samt näringslivsansvariga i Helsingborgs stad har tillsammans arbetat fram visionsbilder, hemsida och marknadsmaterial till Business Arena. Genom samarbetet har man kunnat dra nytta av varandras kompetenser och samtidigt tryggt både näringslivets och stadens intressen på bästa sätt i ett tidigt skede.

Oceanhamnen i 3D

Visualiseringen av Oceanhamnen har också blivit testprojekt för ett av Helsingborgs nya digitala 3D-verktyg, Cityplanner. Under hösten har det nya affärsdistriktet byggts upp i 3D för att kunna premiärvisas på Business Arena. Genom det nya verktyget kan invånare se hur byggprojekt påverkar omgivningen och stadsbilden. Investerare och byggherrar får också möjlighet att se sina projekt virtuellt och skapa sig en bild av utsikt, vyer och skuggbilder. Verktöget kan på så sätt bidra till att misstag och överraskningar undviks i ett tidigt skede i processen.

– Vi ser samarbetet med näringslivet och årets medverkan på Business Arena som ett nytt och effektivt sätt att samskapa med näringslivet, avslutar Claes Malmberg, chef Näringslivsutveckling.

FAKTA OCEANHAMNEN

- Den nya delen av affärsdistriktet beräknas stå klart 2020.
- Området förväntas erbjuda 32 000 m² kontorsyta
- Distriktet ligger 5 min från centralstation med närhet till 3 flygplatser

Läs mer på:
www.oceanhamnenwbd.se



En miljon kvadratmeter gammal hamn och industrimark ska omvandlas till en ny stadsdel med bostäder, kontor och handel.



”Årets företagare” i Skåne har hjärtat både i Helsingborg och på Sri Lanka

De flesta klädföretag lägger sin produktion i externa skrädderier och betalar underleverantörer för att bygga webbsidan. Helsingborgsbaserade Tailor Store gör precis tvärtom. I den egna fabriken på Sri Lanka sysselsätter man 500 personer, medan övrig kompetens finns kvar i Sverige. Tailor Store utnämndes under hösten till ”Årets företagare” i Skåne av branschorganisationen Företagarna.

Det var 2003 som Magnus Loodberg, en av företagets grundare, gjorde ett stipendiumarbete på Sri Lanka och lät sy upp en skjorta där. Då fick han idén att sälja måttsydda skjortor från Sri Lanka till svenskar. Tillsammans med Mats-Ola Ström som är den andre grundaren hittade de en lokal skräddare och drog igång verksamheten.

– I början var det väldigt enkelt och spartanskt med kokosnöteldade strykjärn. Men affärerna gick bra och 2006 gick jag in som VD, berättar Jan Højman.

Företaget byggde upp en fabrik, köpte in maskiner och annan utrustning och började anställa skräddare. När fabriken invigdes var Sri Lankas arbetsmarknadsminister på plats och höll tal.

Idag jobbar 500 personer i fabriken, som knappt räcker till längre. I Sverige jobbar 20 personer varav 18 i Helsingborg. På kontoret på Berga har företaget säljare, kundtjänst, produktutvecklare, inköp, marknadsföring och IT. Något som också är ganska ovanligt idag.

– Vi har valt att ha kompetensen hos oss istället för att köpa in tjänster och det har varit en framgångsfaktor. På så sätt är vi beredda på snabba förändringar på marknaden och kan anpassa produktionen efter det som passar oss, säger Jan Højman.

Att ha en egen fabrik ingår i det hållbarhetsarbete som Tailor Store värderar högt, menar han:

– Det slängs väldigt mycket kläder idag. Om man köper en måttsydd skjorta använder man den mycket längre



Jan Højman är VD och delägare i Helsingborgsbolaget Tailor Store.



FAKTA ÅRETS FÖRETAGARE

Årets Företagare utses av organisationen Företagarna. Utmärkelsen delas ut på lokal, regional och nationell nivå. Alla kandidater granskas noga och man kontrollerar att ett antal kriterier är uppfyllda.

De lokala vinnarna går vidare till en regionfinal, där vinnarnas sedan tävlar om att bli Årets Företagare i Sverige. Priset delades ut i Stockholm i oktober, där Skåne representerades av Tailor Store. Till Årets Företag 2017 utsågs Maria Åkerberg och företaget Dermanord Svensk Hudvård.



eftersom den passar och man har fått designa den själv. Företaget har inget lager utan skickar kläderna direkt från skrädderiet till slutkunden. På så sätt sparar man både pengar och miljö. Och på Sri Lanka planterar man regnskog för att klimatkompensera för transporter och resor.

– Vi lade ihop all koldioxid vi släpper ut genom produktion, pendling och annat, och planterar träd som kompenserar för alla utsläpp. Även vi som är ett mindre företag måste och vill anstränga oss och bidra, säger Jan Højman.

Han menar att Helsingborg är en bra plats för e-handelsföretag att växa.

– De initiativ staden tar för att hjälpa oss tycker jag är bra. Vi har till exempel haft besök av representanter från staden som lyssnar på oss och tar reda på vad vi behöver för förutsättningar. Här finns en otrolig entreprenörsanda som jag tycker att man tar bra hand om.

Vad skulle staden kunna göra bättre?

– Vår stora utmaning är kompetensförsörjning. Vi behöver folk som kan systemutveckling, IT och digital marknadsföring. Där behöver vi stadens hjälp med till exempel utbildningar.

Tailor Store utsågs till ”Årets företagare i Skåne” med följande motivering:

”Årets Företagare Skåne 2017 har lång erfarenhet av e-handel och internationell expansion. Det är ett globalt företag och säljer sina produkter i trettio länder. Företagarna lyckats förnya en annars traditionell bransch ”skrädderi” och sälja måttbeställda kostymer, skjortor och andra plagg som kunderna får utforma på nätet”.

Den bästa digitala lösningen är den som inte märks.

Den är automagisk*

En attraktiv stad erbjuder god service till sina invånare, företag och besökare. Även digitalt. Då krävs också en framåtsträvan och en nyfikenhet på hur saker och ting kan bli enklare, mer tillgängliga och framför allt skapa värde för den som ska använda tjänsten. Vad innebär då digitalisering för dig som bor i eller driver företag i Helsingborg? Behöver det vara svårt och komplicerat?

Inte enligt Martin Güll, digitaliseringsdirektör i Helsingborgs stad. För honom är enkelheten och nyttan i en digital tjänst avgörande:

– Jag tänker att den bästa digitala tjänsten är så självklar att man inte ens tänker på att den är digital, säger han. Tekniken ska vi ju inte ha för sin egen skull, även om den nästan alltid kommer att vara en ingrediens i det vi gör.

Martin tipsar om tre digitala tjänster du kan ha nytta av redan idag:

• Enkel tillgång till Internet ute på stan

Här har staden försökt att göra det riktigt lätt för den som vill koppla upp sig, genom det vi kallar fritt Helsingborgs-wifi, eller trådlösa internetpunkter och som finns på många ställen i staden. Utan att behöva klicka och

trycka en massa så är du uppkopplad och kan surfa när du befinner dig i Helsingborg.

• En smart guide för Helsingborg

Appen "Guide Helsingborg" är en ny tjänst som växer allt mer. Här paketeras upplevelser på ett pedagogiskt och användbart sätt. Första steget är en audioguide på Dunkers. När du går fram till ett konstverk så läser telefonen upp information om det för dig. Och detta tänker vi ta ut i hela stan, på Sofiero, Kärnan, Fredriksdal, biblioteken och så vidare. Möjligheterna är oändliga.

• Bli mer digital på bibblan

För dig som känner dig osäker på det digitala finns hjälp att få på biblioteket. Hit kan du komma både för att låna utrustning och få hjälp på plats. Det kan handla om att komma igång med vanliga samhällstjänster som mobilt bank-id eller hur man laddar ner en app. Ett bra sätt att närma sig digitaliseringen.

* Ordet automagisk är en skämtsam kombination av automatisk och magisk. Uttrycket innebär att ett system, en apparat eller en process fungerar av sig själv utan att man förstår eller behöver förstå den bakomliggande funktionen. Källa: Wikipedia



Martin Güll, digitaliseringsdirektör i Helsingborg stad.

Om du är nyfiken på att följa Martin Güll och hans digitala resa inom Helsingborgs stad så kan du ta del av hans arbete här på bloggen: digitalisering.blogg.helsingborg.se

Så lyckas du med sociala medier – 7 tips för dig som företagare

Att företag använder sig av sociala medier för att kommunicera med sina kunder är mer regel än undantag nuförtiden. Facebooksidor, Instagram-konton och Youtubekanaler fyller dagligen våra sociala flöden. Gränsen mellan privatliv och arbetsliv suddas ut allt mer och kampen om både följare och "likes" är stenhård för de företag som ger sig in i leken.

Tillgängligheten och användarvänligheten gör sociala medier attraktiva, både för dig som vill nå ut med ditt budskap och för dig som vill konsumera innehåll från andra. Samtidigt märks en allt större skepsis mot uppenbara reklaminlägg, där det som inte passar in i ens Facebookflöde snabbt rensas bort. Ingen vill känna sig spammat men alla vill känna sig informerade. Så hur ska du göra för att lyckas i sociala medier? Vad ska du tänka på och hur når du ut bäst? Martina Röhmer är kommunikationsansvarig för sociala medier i Helsingborgs stad. Hon ger dig sju konkreta tips på vad du som företagare bör tänka på:



Martina Röhmer, Kommunikationsansvarig sociala medier, Helsingborgs stad

1. Tänk efter före

Stressen att finnas i sociala medier, att komma igång, gör att många glömmer att planera sin närvaro. Det är alltför enkelt att bara sätta igång. Du skapar ett konto, gör en sida och sen är det klart. Eller? Nej, ta det lugnt! **Bestäm dig för vad du faktiskt vill uppnå genom din närvaro i sociala medier** innan du sätter igång. Vill du sälja mer? Vill du bygga relationer och positionera dig? Är det kundservice du ska syssla med? Gör en enkel plan där du också funderar över hur mycket tid du, eller dina medarbetare, ska lägga på arbetet och vad som är en rimlig målsättning utifrån det.

2. Ha koll på din målgrupp

Att finnas överallt hela tiden och skrika ut allt till alla är sällan en god idé. Det leder oftast bara till att ingenting blir riktigt bra. Framför allt inte i sociala medier där tonalitet och träffsäkerhet är a och o. **Jobba smartare.** Börja med att ta reda på var din målgrupp finns. Och var ärlig. Du kanske tycker själv att du har stor potential att nå ungdomar, men handen på hjärtat, kommer de att intressera sig för att du finns på Snapchat? Du kanske har större chans att nå unga via deras föräldrar på Facebook? Ta reda på var dina kunder finns och satsa på en stabil närvaro där.

3. Använd inte Facebook som en ny "hemsida"

Har du tänkt tanken att använda sociala medier som en hemsida? Sluta genast! Sociala medier – och Facebook i synnerhet – handlar om att bygga relationer och att prata med sina följare, snarare än till. Självklart kan du använda sociala medier för att dra trafik till din webb, men var noga med att anpassa budskap och tilltal till respektive kanal. Du skriver helt enkelt inte på samma sätt på din webb som du gör på till exempel Instagram. **Var kanal till sin sak.**

4. Var kräsen med vad du postar

Sociala medier behöver visserligen matas med innehåll regelbundet för att överleva. När du gör ett inlägg på Facebook är det bara en bråkdel av dina följare som får det i sitt flöde. **Därför måste du vara relevant för människor**, då får du bättre engagemang för det du postar och når fler. Det innebär inte att du ska spamma flödet med bilder från er senaste konferens som följarna inte var med på, använda oseriösa klickbeten för att dra in trafik till webben

eller lägga upp diffusa kampanjer som ingen fattar innebörden av. Vad vill du att följarna som ser ditt inlägg ska göra? Hur ska de känna? Skulle du själv interagera med det här innehållet? Om inte, då kommer förmodligen ingen annan heller att göra det.

5. Håll dig till saken

Du har ett "socialt kontrakt" med dina följare i sociala medier. Allt innehåll du publicerar måste passa in i er osynliga överenskommelse. Verkar det krångligt? Kort och gott, **skapa innehåll som är relevant för ditt företag och för dina kunder.** Om du säljer värmepumpar och helt plötsligt börjar posta kattvideos så blir det lite märkligt. Eller om du på ditt företags Facebooksida börjar posta inlägg med bilder från din senaste familjesemester eller dela länkar från tveksamma sidor på internet. Att vara personlig är aldrig fel, tvärtom. Men alla delar måste passa ihop.

6. Var sanningsenlig mot dig själv

Har du kompetens att göra snygga videos? Är du en grym fotograf? Har du språkets gåva? **Gör mest av det du är bra på.** Att lära nytt är aldrig fel, men det måste också vara rimligt för dig som företagare att klara av i vardagen. Du eller dina medarbetare ska göra det här jobbet varje dag. Vill du lära nytt? Leta då efter förebilder. Säkert finns det andra företag med verksamhet som liknar din. Inspireras av de som är duktiga och som lyckas och undvik fallgroparna som andra redan har trillat i. Låt det gärna få ta lite tid och prova dig fram. Att bränna iväg en stor marknadsföringsbudget innan du har gjort din hemläxa är ingen bra idé.

7. Det heter sociala medier av en anledning

Sist, men definitivt inte minst viktigt, glöm inte att **svara på frågor, recensioner, kommentarer, kritik och beröm.** Sociala medier är just sociala. Får du respons på det du gör, grattis, då har du lyckats nå ut! Den som skriver ett inlägg till dig förväntar sig svar. Ett "tack" kommer du långt med. Blunda inte för eventuell kritik, hantera den i kanalen där du mottagit den och låt den inte ligga och vänta. Risken blir att allt bara blir värre. Snabb, smidig och snäll är tre bra ledord att ta med sig när du pratar med dina kunder i sociala medier.

Lycka till!

Har du frågor om sociala medier? Maila Martina: martina.rohmer@helsingborg.se



Gunilla Christiansson, enhetschef på tillståndsenheten, och socialdirektör Dinah Åbinger svarade på frågor om alkoholtillstånd och servering.



Så kan krögare få hjälp av staden:

Flera gånger per år ordnar Helsingborgs stad utbildningar i ansvarsfull alkoholservice och i konflikthantering. Utbildningen i konflikthantering är främst till nytta för nöjeskrogar medan kursen i alkoholservice riktar sig till alla som arbetar inom restaurangbranschen.



Här kan du se när utbildningarna hålls och anmäla dig: facebook.com/krognatvarket

Tillståndsenheten ger gärna kortare versioner av utbildningen i ansvarsfull alkoholservice på plats på restaurangen. Boka en tid och samla all din personal eller slå ihop dig med en eller flera andra restauranger. Utbildningarna är kostnadsfria och ingår i tillsynsavgiften.

På Företagsajten finns flera guider och tips för krögare: foretagare.helsingborg.se/regler-tillstand-och-anmalan/guider/

Här får Helsingborgs krögare svar om alkohol, livsmedel och bygglov

Varför är det så svårt att få bygglov i centrum? Har kunden rätt att ta med sig ett ölflak från Helsingör in på restaurangen? Vem ska en krögare som vill börja brygga egen öl kontakta? Det var några av många frågor när krögare mötte Helsingborgs stads tjänstemän.

Ett 20-tal krögare i Helsingborg tog nyligen chansen att diskutera bygglov, livsmedelshandling, alkoholservice och utrymningsvägar med stadens tjänstemän. Flera av frågorna gällde alkohol och serveringstillstånd, däribland "Får en kund ha med sig ölflak från Danmark in på restaurangen?" och "Får en krog servera en kund som har med sig en påse från Systembolaget?".

– Alkohollagen är tydlig med att gästen inte får ha med egen alkohol på restaurangen. Alkohol som inte tillhör restaurangen får alltså inte finnas i restaurangen. Men är det helt uppenbart att gästens alkohol inte ska drickas på plats kan vissa undantag ske. Det är viktigt att personalen på restaurangen har uppsikt över dessa drycker och att de inte dricks i restaurangen, sade Gunilla Christiansson, enhetschef på tillståndsenheten.

Dessa och liknande frågor kan krögare få svar på under utbildningar som hålls av Helsingborgs stad flera gånger per år (se faktaruta).

– Hur gör jag om jag vill börja brygga öl i byggnaden,

frågade Heinrich Hamann, pubchef på Bishop Arms på Marina Plaza.

– Börja med att ta kontakt med Skatteverket. De kan ge tillstånd för ölbrygging, sade Jan Eskilsson, handläggare på tillståndsenheten.

En annan fråga som intresserade krögare var varför det är svårt att få bygglov för att bygga ut lokaler i centrum.

– Det styrs av detaljplanen för området. Skicka in din bygglovsansökan, så prövar vi den. Även om vi som tjänstemän avstyrker kan du få ditt ärende prövat av stadsbyggnadsnämnden, sade avdelningschef Ann-Charlotte Wedelbäck på stadsbyggnadsförvaltningen.

Det kom flera frågor på ämnet buller, bland annat "Kan en granne klaga hur mycket som helst på buller och på så sätt straffa en krögare?".

– Vi råder alltid grannar att ta kontakt med den som driver verksamheten för en dialog kring störningar. Om problemen fortsätter och vi får in ett klagomål tar vi kontakt med verksamheten. Vi bedömer om det är befogat.

Är det så ställer vi krav på verksamheten att göra utredningar och att vidta åtgärder utifrån vår bedömning. Alla våra beslut kan överklagas, både av verksamheten och av den som klagat, sade Lena Åkesson, avdelningschef på miljöförvaltningen.

En krögare tog upp att i USA finns en klassning över hur bra krogar är på att hantera livsmedel och frågade om något liknande är på gång i Helsingborg?

– Nej. I Helsingborg har vi redan smilessystemet, som är ett lokalt politiskt initiativ och beslut. Det finns inga planer på att ta fram ett annat nationellt system, sade Olu Lindström, avdelningschef på miljöförvaltningen.

Christer Johansson och Johan Lindström på Räddningstjänsten Skåne Nordväst svarade på frågor kring bland annat utrymningsvägar.

– Om ni tänker starta en ny verksamhet, kontakta oss gärna på ett tidigt stadium för att diskutera brandskyddet i lokalen. Handlar det om ändrad verksamhet eller ombyggnader av lokalen är det även klokt att ta kontakt med en brandkonsult i ett tidigt skede, sade brandingenjör Johan Lindström.

Vad tyckte krögarna om att träffa Helsingborgs stad?

– Jättebra att man samlat alla instanser under ett och samma tak. Det blir lite mer öppet och personligt när man träffas så här, sade Heinrich Hamann.

Pierre Fahlman från Fahlmans konditori menade att det blir bättre möten om man träffas på en annan plats än i dagliga verksamheten, där "många rycker i en".

– Jag har mer tid vid ett sådant här tillfälle. Här kan jag prata direkt med den tjänsteman jag vill. Här är många kompetenser samlade. Sedan är jag inte alltid nöjd med svaren jag får, men det är en annan sak, sade han.

Livsmedelinspektören Cathrine Berg uppskattade tillfället till dialog.

– De kan ställa frågor och är nyfikna, på ett annat sätt

än om det vore under en inspektion. Det kan leda till en ökad förståelse för varandra, sade hon.

Varför ordnar ni träffar mellan krögare och stadens tjänstemän?

– Kommunens myndighetsutövning måste vara förutsägbar och enkel att förstå, särskilt för företag som träffar oss ofta, säger Kajsa Olsson, utvecklingsledare på Helsingborgs stad.



Christer Johansson och Johan Lindström på Räddningstjänsten Skåne Nordväst svarade på frågor kring bland annat utrymningsvägar.



Jan Eskilsson, handläggare på tillståndsenheten diskuterar alkoholservice med personal från Helsingborgs krogvärld.



Under våren startade Helsingborgs stad ett digitalt servicecenter på centralstationen.



Fler möten med turister utan turistbyrå

Hösten 2016 stängde Helsingborgs stad sin turistbyrå för att möta turisterna där de är. Resultatet för 2017 visar på en framgång för den mobila och digitala besöksservicen.

– Mellan januari och augusti i år hade vi 38 procent fler kundkontakter än när vi hade med turistbyrån öppet året om, säger Emma Håkansson, turism- och destinationsutvecklingschef i Helsingborgs stad.

Förr hade turistbyrån på varje ort monopol på turistinformation. De senaste årtiondena har detta ändrats. Idag hämtar många besökare sin information inför sina resor via rekommendationer och recensioner på nätet. Många får tips från bekanta på sociala medier. Bara 5-6 procent av besökarna hamnar på den officiella destinationssajten Visit Helsingborg.

– Vi gick från att fundera över hur vi skulle få fler till turistbyrån, till att försöka möta besökarna där de är. Vi ville bli bättre, göra mer för fler, säger Emma Håkansson.

Mellan 2012 och 2016 ökade antalet gästnätter i Helsingborg med drygt 35%.

– Vi såg en jättetillväxt i besökare, men snarare mot-

satt utveckling för turistbyrån, säger Emma Håkansson.

Helsingborgs stad bestämde sig för att lägga ned turistbyrån för att kunna satsa digitalt och på mobila "turistbyråer". Sommaren 2017 mötte destinationsförsäljarna turisterna på stan, på stranden och på destinationerna i två omgjorda cyklar och en specialbeställd bil.

– Utöver att vi hade fler kundkontakter, hade vi färre bemannade timmar och priset per kundkontakt sjönk med 75% per kontakt, säger Emma Håkansson.

Idag går det att få turistinformation på 25 fysiska platser i kommunen; exempelvis på hotell, campingar och på flera av destinationerna, så kallade Infopoints. Staden förser dessa platser med material och utbildar deras personal. Gensvaret har varit översvallande positivt.

– De ansvariga på våra Infopoints betraktar det som kompetensutveckling för de anställda. De anställda ser det som ett sätt bli bättre på att hjälpa sina kunder.

Denna bättrade service kan ge företaget bättre betyg på nätet.

Maria Eriksson på Elite Hotel Mollberg berättar om reaktionerna från hotellets besökare:

– De kan först bli förvånade när vi säger att Helsingborg inte har någon fast turistbyrå, men de blir däremot sedan glada över att få veta att de kan få samma info hos oss - utan att behöva traska till en turistbyrå.

I våras startade Helsingborgs stad även ett digitalt servicecenter på Knutpunkten vilket visar upp vad Helsingborg har att erbjuda för den som just anlänt till centralstationen. Staden letar aktivt upp och besvarar besökarens frågor om Helsingborg på sociala medier. Under sommaren gjorde även staden en insats med att uppdatera information om Helsingborg på webbplatserna Tripadvisor och Google maps.

– Vi ska jobba ännu mer med andras kanaler. Och har ett ansvar att lyfta in det offentliga där. Det handlar om att göra mer till fler, men i andra kanaler än tidigare, säger Emma Håkansson.

En annan digital nyhet är appen Guide Helsingborg. Appen ersätter audioguiderna på destinationerna. En person som har appen på mobilen och besöker en utställning på Dunkers kulturhus, får relevant information utskickad till mobilen under besökets gång. Appen kan än så länge användas på utställningar på Dunkers kulturhus och till att gå på en gatukonstpromenad på Söder. Framöver ska det skapas fler interaktiva rundvandringar i staden.

– Jag ser en stor utvecklingspotential och tror att den kan bli väldigt bra, säger Emma Håkansson.

” Mellan 2012 och 2016 ökade antalet gästnätter i Helsingborg med drygt 35%.

Vad har ni fått för reaktioner på stängning av turistbyrån?

– Vi har knappt fått några klagomål alls. Tvärtom är många turister positivt överraskade när de använder servicecentret på Knutpunkten, när de upptäcker att vi har fritt wifi eller när vi dyker upp i sociala medier och hälsar välkommen, säger Emma Håkansson.

Hon är medveten om att en del helsingborgare ifrågasatte stängningen.

– Turistbyrån har ett stort symbolvärde för helsingborgarna. I sommar har vi lagt mycket tid på att förklara varför vi gjort som vi gjort och vad vi gör istället. Det gör vi gärna. Helsingborgarna är våra viktigaste ambassadörer.

Arbetet med att sälja in Helsingborg som destination fortsätter.

– Vi har växlat upp det arbetet i sommar genom att ta emot uppåt 100 researrangörer och journalister. Det arbetet syns inte utåt på samma sätt som ett kryssningsanlöp eller en turistbyrå, säger Emma Håkansson.

Smarta soptunnor minskar skräpet på stan

Uppkopplade soptunnor som säger till när de behöver tömmas. Livbojar vid stränderna som signalerar när de använts. Ny teknik ska underlätta för dig som bor i eller besöker Helsingborg. Överfulla papperskorgar och fåglar som drar ut skräp kan snart vara ett minne blott. De nya smarta papperskorgarna låser in soporna och säger till när de behöver tömmas. Ett mejl går iväg till entreprenören Peab, som åker ut.

– Mycket av det som slängs är förpackningar och det gör att sopsäckarna i vanliga sopkärl innehåller mycket luft. Eftersom de solcellsdrivna kärnen komprimerar soporna får det plats ungefär fem gånger så mycket sopor som i en vanlig papperskorg, berättar Andréas Hall, utvecklingsingenjör på Helsingborgs stad.

På kajen utanför The Tivoli har måsar och andra djur tidigare tömt papperskorgarna, vilket bidragit till att det upplevts som skräpig. På denna plats står det idag en smart soptunna, som djuren inte kan ta sig in i.

De 12 smarta soptunnorna används på prov under ett års tid. De mest använda soptunnorna finns i centrum, vid Street food-vagnarna på Hamntorget och Sundstorget. De har blivit fulla och tömts en gång i veckan under högsäsongen. Istället för att åka dit för ofta eller sällan töms kärnen nu när det behövs.

– Vi tror att den minskade körningen kan bli en miljövinna, säger Andréas Hall. Kärnen är också lätta att flytta eftersom vi inte behöver dra kabel eller gräva. Det är ett flexibelt system tack vare solcellsdriften, säger Andréas Hall.



Utvecklingsingenjör Andréas Hall ser många exempel där digitalisering kan underlätta helsingborgarnas vardag.

Nu ska staden ta hjälp av internet på fler sätt för att förbättra servicen. Tanken är att livräddningsutrustningen på stadens stränder framöver ska signalera när de använts.

– Om en livboj blåser bort eller används ska det gå iväg ett mejl till entreprenören, som sätter upp en ny. Under sommaren har vi daglig tillsyn på våra stränder, men en livboj kan ju användas på förmiddagen och behövas på eftermiddagen igen, säger Andréas Hall.

Ett annat pilotprojekt är att koppla upp vissa dagvattenbrunnar. Det handlar om platser där effekterna av en översvämning kan bli stora. Ett sådant exempel är vid järnvägsövergången vid Johan Banérs gata, där det finns risk att vattnet stiger över Väst kustbanans spår vid en större översvämning.

– Om vi kopplar upp den rännstensbrunnen kan vi snabbare upptäcka en översvämning och snabbare skicka ut en entreprenör som åtgärdar den.



” På tre år har vi redan bidragit till 427 nya jobb inom många olika branscher.

Han bidrar till nya jobb genom att hjälpa företag att växa

Tillväxt Helsingborgs verksamhetsidé är att bidra till fler jobb genom att kostnadsfritt hjälpa små och medelstora företag som vill växa. Hjälp kan fås både med rekrytering och affärsutveckling. Tillväxt Helsingborg är en idéburen stiftelse skapad av näringslivet som redan bidragit till fler än 400 nya arbetstillfällen. Och fler ska det bli innan målet på 1000 nya jobb år 2020 är uppnått.



Läs mer på:
tillvaxthelsingborg.se

Att skapa nytta för båda parter. Företag som kan växa genom att anställa fler och fler ungdomar som hittar en meningsfull sysselsättning. Tillväxt Helsingborg är ett jobbprojekt som ska bidra till ökad inkludering genom att minska arbetslösheten i Helsingborg.

Bengt Ericsson är VD för Tillväxt Helsingborg och han och hans kollegors mål är solklart. De ska bidra till fler jobb i Helsingborg. Målsättningen är 1000 nya jobb år 2020.

– Ett kaxigt mål, men på tre år har vi redan bidragit till 427 nya jobb inom många olika branscher, berättar Bengt Ericsson. Vi har ett mycket nära samarbete med Helsingborgs stad och Arbetsförmedlingen, och kombinerat med vårt stora nätverk inom näringslivet är detta nyckeln till vår framgång hittills. Och vi vill hjälpa fler företag och bidra till ännu fler jobb.

” Tillgången till investerare och rådgivare som är experter inom en rad områden är unik.

Förutom individuell hjälp ingår tillväxtföretagen i ett nätverk tillsammans med över 500 andra personer inom näringslivet. Tillgången till investerare och rådgivare som är experter inom en rad områden är unik, och på de populära Tillväxtluncherna träffas företag för att nätverka och inspireras av varandras erfarenheter.

Vad kan jag som företagare få hjälp med av er?

– Det beror helt och hållet på vad ditt behov är just nu för att kunna växa och utvecklas, förklarar Bengt Ericsson.

Vi kan hjälpa dig med både rekrytering och affärsutveckling. Rekrytering av personal via vår bank med kandidater som ständigt fylls på, och affärsutveckling där du bland annat får tillgång till de rådgivare och investerare som just du har nytta av. Det viktiga är att du kan och vill växa din verksamhet tillsammans med Tillväxt Helsingborg och rekrytera fler medarbetare på sikt.



Bengt Ericsson är VD för Tillväxt Helsingborg.



Ett av företagen som fått hjälp av Bengt och hans kollegor är Golden EDI AB. Företaget har utvecklat en tilläggslösning för affärssystem som möjliggör effektiv överföring av elektroniska affärsdokument.

B

SVERIGE
PORTO BETALT
PORTO PAYÉ

Näringslivsfrukostar våren 2018

2018 års frukostar kommer att vara på Radisson Blu Metropol Hotel, kryssa i din kalender redan nu mellan 07:30-09:00 så du säkrar din plats och inte glömmet vart du skall vara 3 morgnar våren 2018.

Miss inte tillfället att träffa 200 andra företagare, politiker och stadens tjänstemän. Tillsammans med Företagarna, Svenskt Näringsliv och Handelskammaren så skapar vi detta nätverk där kunskap, aktuella ämnen, stadens utveckling och utmaningar diskuteras och ventileras.

7/2
17/4
29/5

Följ vår resa på
hbgfrukost.se
och
#hbgfrukost

Vi frågade några frukostbesökare:



Vad tycker du om våra näringslivsfrukostar?

ANN-CHARLOTTE WEDELSBÄCK:

Jag tycker frukostarna är jättetrevliga.
Det är bra ämnen och bra föredrag.



Vad tänker du om ämnet brottslighet mot företagare?

KARIN LINTRUP:

Jag jobbar med nya metoder och lösningar inom samhällssäkerhet på Ideon Science Park i Lund. Så jag tycker det är ett viktigt och aktuellt ämne. Företagare, kommuner och andra organisationer har mycket att lära av varandra. Det är viktigt att jobba förebyggande för att man inte ska utsättas för brott.



Vad tänker du om ämnet brottslighet mot företagare?

OLA GUSTAFSSON:

Det är bra att ämnet tas upp. Jag tänker att det framförallt handlar om e-brottslighet idag. Något som är svårt men viktigt att skydda sig mot.



Vad tycker du om våra näringslivsfrukostar?

BORIS MEIJER:

Jag gillar det. Man får en bra start på dagen, träffar folk och knyter nya kontakter.



Vad tycker du om våra näringslivsfrukostar?

PER OLSSON:

De är intressanta. Jag brukar komma hit just för att ämnesvalen är bra.



Vad tänker du om ämnet brottslighet mot företagare?

MARCUS RÖNNBERG:

Det är ett intressant ämne som det finns många ingångar på. Det är på tiden att det börjar diskuteras på allvar.