



Evaluering av Skiliv 2017 – Torget for fremtiden



Evaluering **Skiliv** - Torget for fremtiden, 2017

Innhold

1. Innledning.....	3
2. Skiliv 2017.....	3
Prosjektets bakgrunn.....	3
Prosjektets målsetning	4
Prosjektgruppen. Tverrfaglig samarbeid	4
3. Økonomi	5
4. Prosjekt: Skiliv – Torget for fremtiden	6
Elementer i Skiliv	6
Elementer oppsummert	12
Elementene etterbruk	12
5. Kommunikasjonsmål og budskap.....	12
Gjennomføring av kommunikasjon	13
Tilbakemeldinger kommunikasjon	14
Effekt av kommunikasjon	14
Måloppnåelse – kommunikasjon	18
6. Arrangementer	18
Informasjons kick-off, juni	18
Åpningsarrangementet	19
Markedsdag.....	20
PARKing Day	21
Mobilitetsuke 2017	21
Effekt av arrangementer i Skiliv – Torget for fremtiden	22
7. Rigg, beredskapsplan og nedrigg.....	22
8. Samarbeid med lokale krefter og innkjøp lokalt	23
Frivillige grupper:.....	23
Offentlige:.....	23
Næringslivet	24
9. Suksesskriterier	24
10. Konklusjon og veien videre	25

VEDLEGG:

- Vedlegg 1 Strategisk kommunikasjonsplan
- Vedlegg 2 Operativ kommunikasjonsplan
- Vedlegg 3 Brosjyre skiliv juni kick off
- Vedlegg 4 Brosjyre skiliv oppdatert 25. august
- Vedlegg 5 Innlegg intranett Skiliv 2017
- Vedlegg 6 Program offisiell åpning 25. august
- Vedlegg 7 Lydfiler – Empo
- Vedlegg 8 Planskisse nedre torg
- Vedlegg 9 Skiliv 6 (9) informasjonsplakater
- Vedlegg 10 Prosjekt Skiliv registreringer (manuelle Muligheten)
- Vedlegg 11 Fortjente kanaler
- Vedlegg 12 Oppsummering gjestebok
- Vedlegg 13 Skiliv 2017 tilbakemeldinger fra e-post skiliv
- Vedlegg 14 Skiliv 2017 Markedsdagen
- Vedlegg 15 Evaluering nettsiden skiliv.com
- Vedlegg 16 SKiliv SoMe oppsummering
- Vedlegg 17 Ønsketreet oppsummering



1. Innledning

Skiliv 2017 forvandlet en tradisjonell parkeringsplass til en møteplass. Prosjektet overrasket mange og har gitt et sterkt etterlatt inntrykk. Tilbakemeldingene vi har mottatt fra besøkende gir et inntrykk av at utviklingen av torget i Ski er noe som hilses velkommen. Innbyggerne har mange gode innspill på hva et nytt og moderne torg bør inneholde og hvordan det bør se ut. Innbyggerne vet at området i nær fremtid skal utvikles. Prosjektet er et forprosjekt for en permanent endring av nedre torg ihht politiske vedtak.

2. Skiliv 2017

Skiliv 2017 fant sted på nedre torg. Prosjektet overtok nesten halvparten av parkeringsplassene på dette området. Det avgrensede området ble deretter forvandlet til et midlertidig torg. Torget skapte en illusjon av hva et nytt torg i Ski sentrum vil kunne bli. Det ble lagt til rette for at plassen ble en møteplass, samt at det ble lagt til rette for å drive med ulike aktiviteter. Det ble også skapt en markeds plass som innbyggerne fritt kunne benytte. Prosjektet hadde en varighet på 4 uker (25. august-24. september). PARKing Day som er en del av den Europeiske mobilitetsuken ble innlemmet i Skiliv.

Prosjektets bakgrunn

Tidene forandrer seg, og vi med dem.

Vi bærer historien med oss, men Ski by vokser, og det krever at vi igjen tar noen grep i hjertet av byen. Vi må skrive ny historie. Vi ønsker å bygge et funksjonelt, moderne og trivelig torg - et torg for fremtiden.

Ski er blitt en regional by i Akershus. Kommunestyret har vedtatt å benytte strategisk byutvikling som metode i utviklingen av Ski by. Det betyr å vektlegge prosess, relasjoner og samspill. Byutvikling/Skilivsprosjektene er en del av denne metoden.

Prosjektene startet i 2016. Årets prosjekt er en videreføring av dette arbeidet.

Evaluering **Skiliv** - Torget for fremtiden, 2017

I budsjett- og handlingsplan for 2017-2021, vedtok kommunestyret å bruke til sammen 50 millioner kroner på nedre torg i 2018 og 2019. Skiliv 2017 har derfor omhandlet torget og den videre utviklingen i Ski sentrum. Prosjektet har hatt som oppgave å opplyse og informere om endringene som kommer. Innbyggermedvirkning i form av innspill og tilbakemeldinger har vært en prioritet. Tilbakemeldingene er verdifulle fordi det skal benyttes i det videre arbeidet og som underlag i en arkitektkonkurranse eller parallelloppdrag for utvikling av Ski torg i 2018 eller 2019.

Formålet med de forestående endringene er å gjøre Ski til et bedre sted å bo.

Prosjektets målsetning

- Hovedmål: Belyse og opplyse om at byen er i endring - Ski torg er i endring.
- Invitere til- og åpne for involvering og dialog.
- Gi innbyggerne en mulighet til å påvirke utviklingen.
- Tilbakemeldinger fra innbyggerne
- Skape engasjementet i den videre utviklingen
- Gi innbyggerne eierskap i den videreprosessen

Prosjektgruppen. Tverrfaglig samarbeid

Prosjektgruppen bestod av 8 personer. Prosjektleder samlet i tidlig fase en tverrfaglig gruppe, samt innhentet en ekstern ressurs for kommunikasjon- og informasjonsarbeid. Bredden i gruppen representerte bred ekspertise i mange fagfelt og skapte en positiv dynamikk. Bredden var verdifull i at det er kort vei til informasjon fra alle avdelinger. Det var svært viktig å ha med en av de politiske rådgiverne som sitter tett på ledelsen. Gruppen har i gjennom hele prosjektet samarbeidet godt.

Avdelinger som deltok:

Planavdelingen med arkitekt og to landskapsarkitekter, Rådmannennens stab med samfunnsutvikler og næringssjef, Kulturavdelingen med rådgiver for kulturminnevern, Informasjonsavdelingen med kommunikasjonskonsulent og avdeling for vei, idrett og park med produksjonsplanlegger.

Prosjektets interne og eksterne ressursgrupper:

Ski kommune: Frivillighetssentralen, NAV ved muligheten, Byggesaksavdelingen, eiendomsavdelingen, Kjeller'n og UU gruppa
Eksternt: Follo næringsråd, Kulturstiftelsen Ski

Evaluering **Skiliv** - Torget for fremtiden, 2017

3. Økonomi

Prosjektet hadde en ramme på kr 860 000 eksklusiv tapte parkeringsinntekter. Tapte parkeringsinntekter var estimert til kr 560 000. Hva det reelle tapet ble er uvisst.

Ved prosjektets slutt er det benyttet kr 722 771.

Budsjett Skiliv 2017 - Fremtidens torg		Regnskap Fremtidens torg
Tiltak		22.01.2018
Bylivsprosjekter, utredning Ski torg og sykkelstrategi		
Prosjektstyring	125 000	165 232
Elementer	300 000	207 203
Drift og anlegg	175 000	136 492
Informasjon/medvirkning	100 000	141 456
Åpningsarrangement	30 000	14 591
Byutviklingsseminar	60 000	0
Frie midler/tiltak	70 000	57 797
SUM Fremtidstorget	860 000	722 771
Maks tap parkeringsinntekter	560 000	560 000
SUM inkl maks inntektstap par	1 420 000	1 282 771
Midler til tiltaket fra Akershus fylkeskommune		300 000
Totalsum inkl maks tap parkeringsinntekter		982 771

Som det fremgår av budsjett og regnskapstallene er det brukt mindre på alle poster med unntak av prosjektstyring og informasjon/medvirkning.

I årets prosjekt ble det lagt betydelig ressurser i informasjon og medvirkningsarbeidet. Målet var å ansette en person som midlertidig prosjektstyrer noe som ble vanskelig på grunn av prosjektets tidsramme.

Det ble i midlertid ansatt en person med god erfaring med kommunikasjon og informasjonsarbeid i prosjekter, noe som har vært avgjørende for å nå ut til det publikumet vi har klart. Postene prosjektstyring og informasjon/medvirkning synligjør til sammen ressursene som er brukt på kommunikasjon, informasjon og medvirkning.

I posten «Elementer» er innkjøp av kunstverket *Slepebrøler*, gatekunsten *Biologisk mangfold og strategisk byutvikling*, drivhuset, stoler og bord, vegetasjon, sjakkbrikker etc. Drivhuset ble videresolgt til Finstادتunet for kr 20 000. Finstادتunet skal etablere et nytt uterom for beboere og besøkende og ønsket å bruke flere av elementene på torget.

Under posten «Drift og anlegg» er bygging og riving av tiltaket samt vedlikehold underveis. Det ble også brukt midler på å reparere sykkelbanen.

Under posten «Åpningsarrangement» er mat til servering, underholdning, smågaver til frivillige som deltok i prosjektet.

Det har ikke vært ressurser i administrasjonen til å gjennomføre byutviklingsseminar i 2017.

I posten «Frie midler» ligger leie av strømskap, innkjøp av utstyr til tegning og skrivning, verktøy, Timelaps kamera etc.

Akershus fylkeskommune har etter at prosjektbudsjettet ble vedtatt innvilget å dekke opp til kr 300 000 av årets prosjekt. Utgifter og ressursbruk i administrasjonen må dokumenteres. Dokumentasjon er sendt.

4. Prosjekt: Skiliv – Torget for fremtiden

Torget for fremtiden inngår i det metodiske arbeidet av det å benytte strategisk byutvikling som metode i byutvikling. Skiliv 2017 – Torget for fremtiden var prosjektets andre store investering i forarbeidet med utviklingen i Ski sentrum. Skiliv - Torget for fremtiden hadde som formål å opplyse og informere om at torget og Ski sentrum vil utvikles i årene som kommer, samt å samle inn tilbakemeldinger fra innbyggerne.

Elementer i Skiliv

Drivhus

Drivhuset, også kaldt glasshuset ble kjøpt inn fra Grønt Fokus. I frakten knuste flere av glassrutene, men leverandør sendte oss nye. Vi benyttet Malermester Lund til å montere huset. Det tok 3 dager.

Evaluering **Skiliv** - Torget for fremtiden, 2017

Evaluering: Glasshuset hadde flere funksjoner. Det ble et område med tak og vegger, et sted man kan «gå inn». Det ble også et sted for oppbevaring av ulike spill, bøker og Ønsketreet. Glasshuset hadde bord, stoler og en sofa.

Et drivhus er visuelt stort, og sier noe underbevist om vekst og utvikling. Det ble en forsterkende faktor for kommunikasjonen. Mange opplevde glasshuset som «koselig».



Sykkelbane

Sykkelbanen ble flyttet fra Vestråtparken til å være en del av Skiliv – Torget for fremtiden. Aktiviteten viser at det i et nytt torg kan være ulike aktiviteter.

Evaluering: Sykkelbanen ble benyttet mest på ettermiddager og kvelder av unge og ungdom. I helgene ble den mer benyttet av barn i følge med foreldre.



Slepebrøler

Slepebrøleren er et kunstverk av Øyvind Melbye. Den er en imitasjon av det som tidligere ble kalt en Getto blaster, eller en bærbar kassettskiver. I slepebrøleren er det blåtann teknologi som gjør det mulig for alle som kobler seg til denne å spille musikk fra egen kilde.

Evaluering: Slepebrøleren var kanskje den største «wow»-installasjonen på Skilivstorget. Duppe-dittglade ungdommer og voksne koblet seg opp og spilte musikk. Musikken lager liv på torget. Installasjonen og gratis Wi-Fi på torget var svært populær for spesielt ungdomsgruppene. Etter skoletid og ettermiddagene er den perioden disse samlet seg på Skilivstorget.



Minibibliotek

I samarbeid med Ski bibliotek kunne vi tilby et mini-bibliotek i glasshuset. Biblioteket fylte opp bokhyllen med bøker. Bøkene kunne man enten lese på plassen eller ta med seg hjem til odel og eie.

Evaluering: 50% av bøkene som ble satt ut er borte. Det viser at biblioteket ble godt brukt.



Spill

I glasshuset ble det lagt spill til bruk av de besøkende

Evaluering: Spillene ble benyttet av de besøkende.

Gyngehest

En lekegyngehest ble plassert i glasshuset.

Evaluering: Hesten er benyttet av de yngre. Den har vært populær å leke med



Ønsketre

Ønsketreet, lapper og skrivesaker ble kjøpt inn lokalt.

Evaluering: Ønsketreet ble en suksess. Det er blitt benyttet av alle aldersgrupper og har med ikke bare oppnådd - men også overgått forventet bruk i form av gode tilbakemeldinger.



Stikka boks

Stikka-boksen ble laget fordi det i sosiale medier var observert flere som mimret om dette i de øvre aldersgrupper. Skiliv skulle ha aktiviteter for alle og boksen ble derfor bestilt og laget av EMPO.

Evaluering: Stikkaboksen er ikke observert brukt av de aldersgruppene den ble laget for. Det er ikke å anbefale å lage noe liknende videre.

Evaluering **Skiliv** - Torget for fremtiden, 2017

Gjestebook

Gjesteboken ble lagt lett tilgjengelig i glasshuset.

Evaluering: Gjesteboken er hyppig benyttet av alle aldersgrupper og den ble en suksess i form av det å innhente tilbakemeldinger.



Gatesjakk

«Brettet» ble malt opp av kunstneren David Stenmarck.

Evaluering: Gatesjakken er den aktiviteten som desidert er blitt mest benyttet.

Våre observasjoner viser at det særlig er barn, ungdommer og barn i følge med foreldre eller besteforeldre som har spilt sjakk. Gatesjakken var også positivt tatt i mot av Ski sjakk som gjerne ville benytte dette som en del av sin ukentlige sjakktrening.



Bord og stoler

Bord og stoler ble handlet inn på IKEA. Prosjektgruppen bestilte og hentet selv dette.

Evaluering: Bord og stoler har bidratt til at mennesker setter seg ned. I og med at de var av typen «lounge-stoler» falt de mest i smak hos de yngre målgruppene. Bord og stoler har bidratt til å skape møteplasser.



Belysning og Bloom Pot

Belysning ble gjort nøkternt men med effekt. Pottene Bloom Pot har innebygget lys. Andre kilder til lys ble handlet inn i lokale jernvareforretninger. Enkelte av disse var solselledrevet.

Evaluering: Lyskildene skapte en lun og god stemning om kveldene. Lyste opp en ellers grå plass.



Evaluering **Skiliv** - Torget for fremtiden, 2017

Informasjonstavler/universelt utformet

Tre nye informasjonstavler ble bestilt av EMPO. En av tavlene hadde lys og en hadde både lys og lyd for opplesning av informasjonstekst og for å gjøre informasjonen universelt utformet. På grunn av en misforståelse ble lys og lyd først montert separat på ulike bokser, men senere rettet opp.

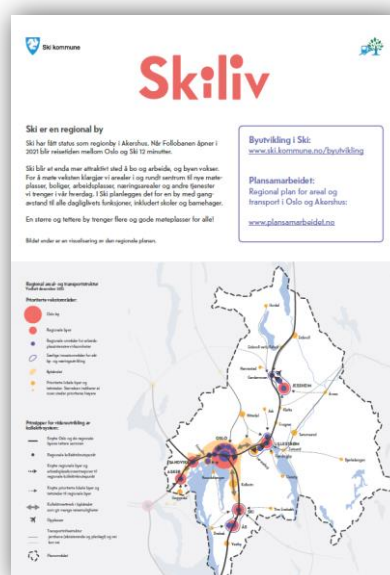
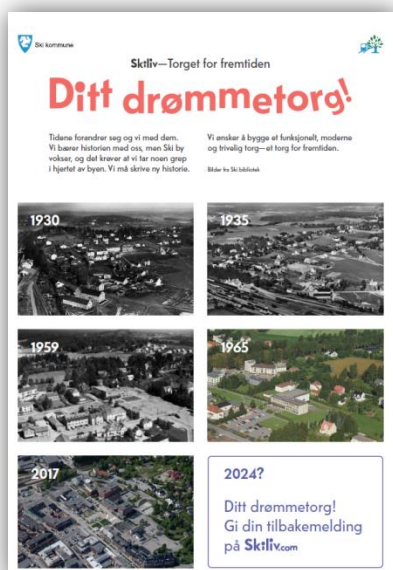


Hver tavle hadde tre kanter og gav mulighet til å sette opp ni store plakater med informasjon. For den ene tavlen ble informasjonen endret noe og lest inn. Lydfilene ble installert i tavlen og publikum kunne ved å trykke på en knapp få informasjonen avspilt.

I etterkant antas det at tavlene burde blitt plassert nærmere de områdene folk oppholdt seg, nærmere der aktivitetene fant sted. Man er ikke sikker på om alle som besøkte tok turen bort til informasjonstavlene for å lese, eller høre informasjonen. På den andre siden stoppet mange forbipasserende opp for å lese.

Tekst ble utformet av prosjektets kommunikasjonsrådgiver i samarbeid med fagavdelingene. Et eksternt byrå ble benyttet for å ferdigstille og til trykk.

Evaluering: Informasjonstavlene er flotte og godt synlige. Informasjonen oppfyller kommunikasjonsmålene. Den informasjonstavlen med både lys og lyd ble kjørt på og måtte repareres. Det var også noe forsinket levering av utstyr til lydfiler. Planen er at de skal benyttes videre for informasjonsspredning i Ski sentrum.



Blomsterkasser/pallekarmer

Blomsterkassene ble handlet fra Rajapack. Frivillige fra Frivillighetssentralen i Ski og Hagelaget i Ski bidro til å montere og plante i kassene.

Planter ble kjøpt på Langhus hagesenter

Evaluering: Kassene ble montert, malt og vakkert beplantet. Kassene har formet en hyggelig ramme rundt Skilivstorget.

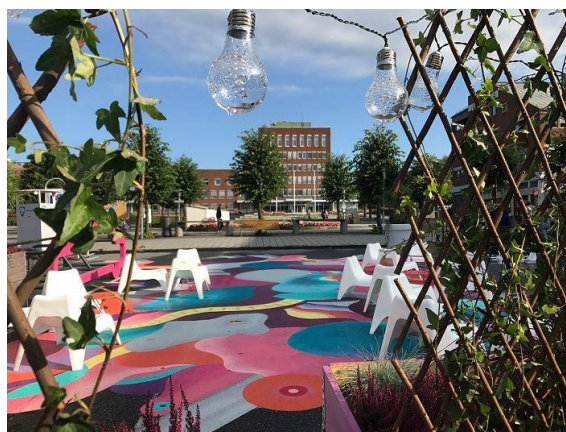


Gatekunst av David Stenmarck

Den lokale kunstneren har spesialisert seg på kunst på store flater. Til Skiliv utformet Stenmarck et fargesprakende stort «gulvteppe» som dekket store deler av parkeringsplassen. Kunstverket har navnet *Biologisk mangfold og strategisk byutvikling*.

Evaluering:

Et svært visuelt og viktig grep i prosjektet. Gatemaleriet markerte svært tydelig at dette ikke lenger er en parkeringsplass. Det ga ekstra markedsføring av prosjektet som helhet, og støttet lokale kunstnere.



Skiliv.com

Skiliv.com ble opprettet for å hente inn tilbakemeldinger for prosjektene i 2016. Det ble besluttet å videreføre arbeidet med siden slik at man også i årets prosjekt kunne benytte elektronisk tilbakemelding fra innbyggerne. Løsningen Hai interaktiv hadde laget i 2016 viste seg å være laget for «engangsbruk», og gav ingen mulighet for egen oppgradering eller redigering. For å kunne benytte løsningen videre måtte siden oppgraderes betydelig. I samme moment ble det besluttet å legge til funksjoner som gjør det enklere for kommunen å styre kommunikasjonen på siden videre. Som eksempel er en av funksjonene prosjektet selv kan redigere tekst i info-siden. Dette var ikke mulig tidligere.

Evaluering: Arbeidet med oppgradering av sidens funksjoner ble noe dyrere

enn man hadde forventet. Men tilleggsfunksjonene måtte implementeres om man skulle kunne benytte siden senere. Tekst og bilder ble laget og sent av kommunikasjonsrådgiver i samarbeid med fagavdelingene. Siden kan nå med enkelhet oppdateres av informasjonsavdelingen og benyttes videre i Skilivs prosjektene.

Elementer oppsummert

Det var spenning knyttet til det å la alle elementene stå ute ubevoktet midt i byen i en så lang periode. På prosjektets siste dag noterte vi at det ikke er gjort skade på noen av tingene, ei heller mangler det noe nevneverdig. Torget og elementene ble satt ut i felles byrom. Ansvar og bruk ble gitt til innbyggerne i Ski. Det er gledelig å oppleve at det går an, og er en pekepinn på at man kan legge til rette for liknende aktiviteter også i fremtiden. Prosjektgruppen utarbeidet en plan for vedlikehold og rydding. På denne måten ble elementene tatt vare på underveis.

Elementene etterbruk

Så å si alle elementene på Skilivstorget har fått et nytt hjem etter at prosjektet er avsluttet:

Gatesjakken er flyttet til øvre torg.

Bord og stoler samt **minibibliotek** er flyttet til valgbodene og ble først tatt inn i uke 44. Alt er levert gjenbruksbutikken. De selges på nytt og inntekten går til et godt formål

Slepebrøler er flyttet til øvre torg.

Blomsterpotter er plassert i gågata og ved inngangen til Rådhuseteateret.

Pallekarmer med blomster står i gågata.

Glasshuset med gulv er solgt videre til Finstادتunet for en rimelig penge.

5. Kommunikasjonsmål og budskap

Målet for kommunikasjonsarbeidet har vært å understøtte overordnede mål. Det ble utarbeidet en strategisk kommunikasjonsplan samt operative planer for løpende kommunikasjons- og markedsføringsarbeid.

Målene ble definert og kan oppsummeres slik:

- Styrket innsikt hos innbyggerne for at torget skal fornyes og moderniseres
- Styrket innsikt hos innbyggerne for at Ski er blitt en regional by i Akershus og at det vil bidra til økt utbygging i Ski sentrum
- Styrket eierskap og økt engasjement til prosessen ved å be om tilbakemeldinger og innspill til hvordan det kan bli i fremtiden.

Ved å definere spesifikke og tydelige mål skulle vi med gjentakelser av budskapene innhente tilbakemeldinger og spre informasjon.

Gjennom målrettet kommunikasjon og med visuelle grep skapte vi innhold vinklet mot de ulike målgruppene.

Historien om Ski torg er historien om et område som har gått fra jorde til parkeringsplass og så å si vært benyttet til det siden. Med tid og stunder har parkeringsplassene blitt færre. Ved å stenge nedre torg og legge til rette for nye og spennende effekter og aktiviteter har Ski kommune vist at nedre torg kan ha en annen funksjon. Ski kommune har vist at denne delen av torget både kan og vil videreutvikles. Prosjektet har vist at Ski kommune vil lytte til innbyggernes ønsker i dette arbeidet.

Gjennomføring av kommunikasjon

For å oppnå maksimal spredning av informasjon til våre målgrupper distribuerte vi kommunikasjonen via flere kanaler samtidig. Vi kommuniserte i allerede etablerte kanaler som Ski kommunes nettsider, Facebook og på intranett. I tillegg etablerte vi eget arrangement på Facebook for prosjektet. Informasjonsplakater ble hengt opp og også delt ut til målgruppene, som for eksempel til alle eldrehjemmene i Ski kommune.

Instagram ble benyttet sparsomt for å unngå og «spamme» i perioden opp mot åpningen. Det ble også lite benyttet i prosjektperioden. En konkurranse på Instagram ble lansert.

Nabovarsel til alle i gågaten samt kunngjøring i lokalavisen ble benyttet. Næringslivet ble invitert til å delta tidlig i prosjektet samt at mange av disse ble oppsøkt personlig med informasjon om prosjektet allerede i juni 2017.

Informasjonstavler ble tilrettelagt for de fleste med både lys og lyd og plassert på strategiske steder på Skilivstorget. Informasjonen omhandlet både det som var å se og oppleve på Skilivstorget, samt overordnet informasjon om hva byutvikling er og hva som er formålet.

Åpningsarrangementet ble godt kommunisert og ble en styrke for spredning av budskapet om at prosjektet offisielt var åpent. Lokalavisen var til stede og det resulterte i en god og informativ artikkel. Lokalavisen var også til stede på markedsdagen og laget flere gode innlegg. Ansvarlig redaktør skrev også en Leder med svært positiv vinkling. Det var et budskap om at det er mennesker og ikke biler som skaper liv i sentrum.

Evaluering **Skiliv** - Torget for fremtiden, 2017

Skiliv 2017 videreførte arbeidet med en egen nettside for tilbakemeldinger på skiliv.com. Nettsiden ble nødvendig oppgradert. Ny tekst, nye bilder og nye funksjoner ble lagt til. Siden er også oppgradert på en slik måte at kommunen mer eller mindre kan styre informasjonen selv videre.

Tilbakemeldinger kommunikasjon

Kommunikasjonen som verktøy for å fremskaffe engasjement og tilbakemeldinger har vært en betydelig og viktig del av Skiliv 2017.

Målet var å innhente tilbakemeldinger fra alle definerte målgrupper. Målgruppene er definert i den strategiske kommunikasjonsplanen. Kort oppsummert er det alle som bor og jobber i Ski kommune. Målgruppene er nærmere beskrevet i den operasjonelle kommunikasjonsplanen (vedlegg 2)

Effekt av kommunikasjon

- Hva har vi kommunisert med målgruppene og hvem har vært mottakere?
- Hvilken informasjon har nådd målgruppen? Hva husker de?
- Hvilken effekt har vi hatt på målgruppen?
- Resultatet av vår kommunikasjon.



Effekten av vår kommunikasjon = Hva har vi kommunisert til hvem?

- Vedlegg 17 SoMe oppsummering, viser vår kommunikasjon på Facebook. Viser også andres kommunikasjon om Skiliv 2017 i sosiale medier.
- Vedlegg Skiliv 6 plakater 68*84 Final, viser informasjonsplakatene som har stått i sentrum i perioden.
- Vedlegg 3 Brosjyre skiliv juni kick off, viser brosjyre.
- Vedlegg 4 Brosjyre skiliv oppdatert til 25. august, viser brosjyre
- Vedlegg 7 Lydfiler til empo, viser hva vi kommuniserte med lyd
- Vedlegg 11 Fortjente kanaler, viser artikler i Østlandets Blad
- Vedlegg 5 Innlegg intranett Skiliv, viser hva vi kommuniserte internt.

Mottakerne av kommunikasjonen er alle i målgruppen.

Hva husker mottakerne? Tilbakemeldinger indikerer at mottakerne husker at Skiliv 2017 handlet om å få tilbakemeldinger til en videre utvikling av Ski torg. Vi tror folk vil huske fargene, glasshuset, sjakken og muligheten til å sette seg med midt i Ski og leke/spille.

Effekt på mottakerne? Basert på tilbakemeldingene er det å anta at prosjektet har skapt entusiasme omkring det faktum at det skal bygges et nytt torg på det som i dag heter nedre torg. Mange har delt sine drømmer og tanker med oss om hvilke funksjoner et nytt torg kan ha og hvordan det kan og bør se ut. Det er å anta at man har skapt forventninger.

Resultatet av vår kommunikasjon antas å være at svært mange flere enn før tiltaket nå er klar over at det skal bygges en ny møteplass på nedre torg. Mange har levert oss sine drømmer og ønsker for et nytt torg. De håper at vi skal levere i henhold til deres tanker og ønsker. Prosjektet har tatt brodden av kritiske røster for videre utvikling, og også gitt tilbakemeldinger på hvor skoen trykker med tanke på en større utbygging. Det gir en mulighet til å komme i forkant når det endelige utbyggingsprosjektet er bestemt og byggingen starter.

De som til daglig er brukere av Ski sentrum har i dag god innsikt i den forestående utviklingen. Disse er også formidlere av informasjonen videre i sine nettverk. Informasjonen går med «jungeltelegrafene».

Tilbakemeldinger totalt alle kanaler

Totalt har vi mottatt **782** tilbakemeldinger. Dette er fordelt på:

Ønsketre: **546** håndskrevne lapper med ønsker (221 spam)

Gjestebok: **84**

Skiliv.com: **127** tilbakemeldinger. **265** unike sidevisninger,

Facebook: **414** reaksjoner (likes) på *Skiliv arrangement* (29 innlegg)

Facebook: **453** reaksjoner (6 innlegg) på siden *Hva skjer i Ski* om Skiliv 2017.

Facebook: **178** reaksjoner på *ski.kommune.no*. (14 innlegg). En video.

Instagram: **25** bilder. 4 svarte med riktig hashtag #skiliv2017, 21 har tagget #skiliv

E-post skiliv@ski.kommune **18** skriftlige svar

Manuell registrering: **7** svar og korte personlige intervjuer Muligheten.

Rekkevidde er vanskelig å tallfeste, men enkelte innlegg på Facebook har hatt en rekkevidde på opp til 18 000 som har sett eller reagert på innlegget.

Engasjement på Facebook sier noe om hvem som har likt eller delt

innlegget, men det sier offentlig ikke noe om faktisk rekkevidde. Rekkevidden finner man i InSights. Som eksempel har et innlegg med 15 likes, blitt klikket på 178 ganger, og hadde en faktisk rekkevidde på 2500 visninger.

Evaluering tilbakemeldinger alle kanaler:

E-post skiliv@ski.kommune.no - 18 skriftlige tilbakemeldinger. Svært gode og gjennomtenkte tilbakemeldinger fra det vi antar er voksne borgere som har tenkt på dette en del og vil dele sine gode ideer. Se vedlegg 13.

Ønsketre: 546 tilbakemeldinger, 221 er spam (uten verdi). 325 reelle. Her antar vi at tilbakemeldinger kommer fra alle definerte målgruppene. Skrift og formuleringer ligger til grunn. I vedlegg 17 er tilbakemeldingene oppsummert i en topp ti liste over drømmer og ønsker for et nytt torg. Her er en kortversjon av ønskene: Park, vannspeil, skøytebane, mer aktiviteter, større lekeplass og bilene ut av sentrum.

4 personer vil gjerne beholde parkeringsplassene. Det utgjør 1,23 %, og forteller oss at 98,77% av de som har svart ønsker et nytt og funksjonelt og flott torg.

Gjestebok: 84 tilbakemeldinger fra alle målgrupper. Nær 100% kommer med positive tilbakemeldinger og gir gode forslag.

I vedlegg 12 er gjesteboken oppsummert. De ønskene som dominerer er: Grøntområder, benker, møteplasser, belysning, trær, fontene, vannspeil, lekeplass, isbane.



Facebook: På egen side har prosjektet mottatt svært mange positive tilbakemeldinger. På andre offentlige sider, virker det som om folk engasjerer seg litt bredere og kommer med litt krassere tilbakemeldinger. Det er genrelt høyt engasjement blant innbyggerne omkring utbyggingen av torget og Ski. FB er utvilsomt en av de beste kanalene for spredning av informasjon. Selv om reaksjonene ikke er svært mange, er rekkevidden av innleggene høye. Det betyr at selv om folk ikke trykker «liker» så får de allikevel med seg i større eller mindre grad innholdet. Informasjonen er også tilgjengelig videre.

Instagram: Den ble svært lite brukt av gjester på torget. Premiene var billetter til konserter på Rådhus-teatret høsten 2017. Kun fire la ut bilde merket #skiliv2017 og @skikommune. Tre av disse fikk premier. Enkelte benyttet #Skiliv for å dele sine opplevelser på torget også.

Manuel registrering: Via skjema med korte personlige intervju. Dette ble foretatt syv dager på ulike tidspunkt. Intervjuer/observatør konkluderte med at bruken er væravhengig, men godt brukt i perioden.

Nettsiden skiliv.com:

For å kunne benytte nettløsningen videre måtte den oppgraderes. Løsningen gir i dag kommunen/prosjektet muligheter til selv å redigere, dvs at man ikke vil måtte investere store summer i bruke den videre for skilivsprosjektene.

Med enkle og engasjerende spørsmål hadde vi antatt at svarprosenten ville være høyere, men tilbakemeldingene indikerer, som ved andre tilbakemeldinger, at innbyggerne er svært positive til en utvikling av Ski torg. 95,28% svarer at de er positive til en videre utvikling av Ski torg.

Jungeltelegrafen/muntlig: Tilbakemeldinger til prosjektgruppen er blitt gitt av både kjente og ukjente. Disse er stort sett positive, men enkelte oppfordrer politikerne til å sørge for at det finnes god alternativ parkering før man begynner å grave i sentrum.

Skilivstorget:

Det er umulig å vite hva alle de besøkende har tatt med seg av informasjon etter et besøk på Skilivstorget. Om man antar at de fleste har lest informasjonen, er de i dag klar over at årets Skilivsprosjekt er et forprosjekt til en mer betydelig utvikling av torget i Ski. De vet også at de med dette prosjektet fikk en mulighet til å gi sin tilbakemelding om hvordan de selv ønsker det skal bli. De har fått mulighet til å fortelle hva de drømmer om når de tenker på et nytt torg. De er også 100% klar over at torget vil bygges.

Måloppnåelse – kommunikasjon

Med målrettet og strategisk kommunikasjon er de definerte målene for prosjektet nådd. Det er stor sannsynlighet for at:

- Alle ansatte/brukere vet hva som skjedde på torget i prosjektperioden, og vet at torget skal utvikles i fremtiden.
- Alle målgruppene er representert i tilbakemeldingene vi mottar.
- Innbyggerne får en dypere forståelse for byutvikling og hva det betyr.
- Økt entusiasme og forventninger til utbygging av nytt og moderne torg.



6. Arrangementer

Prosjektgruppen var vertskap og ansvarlig for et kick off, åpningsarrangementet, markedsdag, samt at det ble lagt til rette for at alle som ønsket kunne benytte markedsområdet som de ville.

Selv om markedsområdet var til fri bruk ble det informert om at man måtte registrere seg. Dette for å forhindre «over booking», og for å kunne ha en viss kontroll om hva som ville skje på området i perioden.

Informasjons kick-off, juni

For å informere godt internt ble det besluttet å holde et internt informasjons kick-off før sommerferien. Informasjon ble oppdatert på nettsider, en sak gikk ut på intranett, plakater ble designet og hengt opp på strategiske steder, og også levert til aldershjemmene i kommunen. Det ble også tagget med Skiliv 2017 flere steder på bakken i Ski sentrum.



Evaluering **Skiliv** - Torget for fremtiden, 2017

Det kanskje viktigste grepet var at prosjektgruppen tidlig en morgen møtte kolleger med kaffe, boller og informasjon om prosjektet. Informasjon ble samme dag levert til andre offentlige kontorer i Ski, samt at næringssjefen og kommunikasjonsrådgiver for prosjektet besøkte alle de næringsdrivende i gågaten og informerte om prosjektet.

Evaluering: Informasjons kick-off skapte begeistring hos kolleger som gjerne ville ha en bolle og kaffe med seg opp på kontoret. Alle mottok samtidig informasjon om Skiliv – Torget for fremtiden.

Åpningsarrangementet

Det ble lagt tyngde på at åpningsarrangementet skulle favne bredt slik at man med det kunne skape engasjement fra første dag av prosjektet. Arrangementet ble holdt fredag 25. august klokken 12:00.

Evaluering: Åpningsprogrammet inneholdt musikk, dialog og taler. Ordfører og prosjektleder fortalte om prosjektet, samt at ungdommer fra en skole fortalte hva de ønsker av et nytt torg i Ski. Etter den offisielle åpningen inviterte prosjektet til grillfest med gratis pølser. Ca 400 mennesker var til stede. Lokalavisen var på plass og skrev en fin sak om åpningen og prosjektet.

Google Analytics viser at det var mest besøk på skiliv.com den dagen.

Vedlegg 6: Program for åpning av Skiliv – Torget for fremtiden.





Markedsdag

Skilivstorget hadde satt av plass til en markeds plass. Ideen var at næringsdrivende og andre interessenter kunne benytte plassen til salg og opplysning. Plassen var gratis å benytte, men man måtte ta kontakt med næringssjefen for å få opplysninger om når det var ledig plass. Næringssjefen i kommunen hadde også arbeidet aktivt mot næringslivet i Ski i forkant av prosjektet. Liste over deltakere se vedlegg14.

Evaluerings: Markeds plassen var populær på lørdager og plassen var fulltegnet de dagene det foregikk andre store arrangementer i Ski sentrum. På markeds plassen la prosjektet «til rette for» at andre kunne benytte området.

Som et resultat av kommunikasjonen med næringslivet ble det i prosjektets regi også arrangert en egen markedsdag med næringssjefen og Skiliv som tilrettelegger. Markedsdagen ble svært godt besøkt og tilbakemeldingene er udelt positive til at «marked» er noe som bør prioriteres i fremtiden. Man kan anta at mennesker vil handle av mennesker og gjerne på torget i Ski.



PARKing Day



I år som i fjor arrangerte NMBU studenter PARKing Day som et av flere arrangementer under den Europeiske mobilitetsuken. PARKing Day skulle vært etablert på parkeringsplassene mot Jernbaneveien (utenfor Bowlers), men måtte flytte da Bane NOR trengte området til riggplass tidligere enn først antatt.

Evaluerings: Tre av gruppene har gjennomført registrering. Parkene ble brukt, men det er usikkert av hvor mange. En av gruppene reflekterte over at folk oppholdt seg der det var sollys. Aktiviteter som å regne med kritt, blåsing av såpebobler og bruk av sandkasse viker mest populært.

Fordi prosjektet ble liggende inntil Torget for fremtiden skapte det ikke en forandring som i 2016. Folk som passerte området opplevde trolig installasjonene som kun en utvidelse av Skiliv 2017. En av studentgruppene understreket at bedre skilting og informasjon kunne løse prosjektet mer fra Skiliv.

Mobilitetsuke 2017

Den europeiske mobilitetsuken ble arrangert 16.-22. september. Årets tema var «Miljøvennlig, smart og felles transport». Kommunens hovedaktiviteter var utdeling av 100 frokoster (tirsdag 19. september) og gratis sykkelreparasjon. Sykkelreparatør Daniel sto på torget tre dager og hjalp folk med større og mindre reparasjoner. G-Max stilte også opp gratis og bidro til å korte ned ventetiden. Tilbudet var svært populært.

Effekt av arrangementer i Skiliv – Torget for fremtiden

Arrangementer med godt innhold, som favner bredt, som er godt planlagt og godt markedsført, viser seg å trekke mange mennesker til Ski sentrum. Men som med mange arrangementer som foregår utendørs er ofte oppmøte bedre om det er godt vær. Værmessig var vi heldige på de to største arrangementene - åpning og markedsdag. Sammen med god markedsføring bidro været uten tvil til et godt oppmøte.

At kommunen selv står som arrangør krever ressurser og en betydelig innsats fra kommunikasjonsavdelingen. I prosjektperioden har det utvilsomt vært positivt å legge ressurser i denne type aktivitet. Kommunen har vært pådriver for å skape «liv og røre» i Ski. Det er noe svært mange har uttalt at de savner. Arrangementet skapte også ringvirkninger for de næringsdrivende i gågata som ikke var på torget. Som eksempel hadde enkelte cafeer svært lange køer og gikk tom for populær bakverk.

Arrangementene har bidratt til å spre informasjon og har vist at en parkeringsplass kan ha mange funksjoner. Prosjektet har med det kommunisert via arrangementer og hyggelige opplevelser. Skilivstorget og arrangementene har bidratt til å skape møteplasser og lagt til rette for at mennesker kan komme med tilbakemeldinger og innspill.

7. Rigg, beredskapsplan og nedrigg,

Rigg:

Det ble satt av fem arbeidsdager til rigg. Arbeidet var godt planlagt. Arbeidet ble gjort av kolleger på kommunalteknisk avdeling, frivillige fra Hagelaget og Frivillighetssentralen, samt prosjektets deltakere. Det var opphold og strålende vær, noe som bidro til at alt gikk etter planen.

Beredskap:

For prosjektperioden ble det utformet en «vaktmester-plan». Prosjektets medlemmer ble oppfordret til å ta en tur innom torget for å sørge for at det hele tiden var ryddig og pent på området. Dette inkluderte helgene.

Politit-og brannvesen ble kontaktet i forkant og projektet ble godkjent av begge instanser. Det ble også gjennomført trygghetsvandring i regi av folkehelserådgiver med blant annet ungdommer, seniorer, kommunalt ansatte, fagfolk og rådet for likestilling av funksjonshemmede.

Nedrigg:

Nedrigg ble i hovedsak gjort av avdeling for kommunalteknisk og tok en dag mer enn antatt. Flere av elementene ble umiddelbart flyttet til andre steder i Ski sentrum.



8. Samarbeid med lokale krefter og innkjøp lokalt

Prosjektet har så langt som det er har vært mulig benyttet seg av lokale samarbeidspartnere og gjort innkjøp lokalt.

Frivillige grupper:

Hagelaget i Ski og Frivillighetssentralen var fabelaktige i riggeuken og bidro til at arbeidet ble utført effektivt og med kvalitet. En viktig ressurs i hele riggeuken.

Offentlige:

NAV Ski Muligheten la til rette for at ressurser hos dem kunne gjøre manuelle registreringer på Skilivstorget. Ressursene var til stede 7 dager på ulike tidspunkt.

Konklusjonen etter observasjoner er at torget benyttes av flere når det er fint vær. Da spiller folk sjakk og sitter på uteplassene og spiser lunsj.

Tilbakemeldinger fra korte intervjuer forteller at folk ønsker seg mer gress, et større glasshus, eller liknende som man kan gå under – kanskje med en cafe, en større lekeplass for barn med benker omkring. Det ble også observert at barnehager besøkte og lekte på plassen. Slepebrøleren var også populær og ble benyttet.

Næringslivet

Det lokale næringslivet ble tidlig informert om prosjektet. Tilbakemeldingene på deres aktive deltakelse i prosjektet var at de deltar om det er tydelig at det er et «overskuddsprosjekt» for deres del. Utfordringen for flere av de næringsdrivende i sentrum, er at de i utgangspunktet har lav bemanning og at oppbemanning i forbindelse med arrangementer utgjør en økonomisk risiko.

Flere av aktørene i næringslivet var interesserte i å delta i sentrum på lørdager når det i Ski ble arrangert andre store arrangement som for eksempel SkiLøpet, Miljødagen, Mobilitetsuken eller andre arrangementer på Rådhuset.

Under Mobilitetsuken inviterte kommunen til gratis sykkelreparasjon på Skilivstorget. Det var et populært tiltak. Ås sykkelreparasjon ble betalt for å stå på torget fra mandag til NN og G-Max bidro gratis på flere tidspunkt.

Markedsdagen ble arrangert av prosjektgruppen med næringssjefen som hovedadministrator. Den ble en suksess. Tilbakemeldingene var svært entusiastiske og mange har sagt at dette er konsepter de ønsker mer av i fremtiden. Det er imidlertid ressurskrevende for kommunen å arrangere markedsdag. Anslagsvis gikk det med fire ukesverk for å arrangere markedsdag én lørdag. Ski kommune ønsker primært at fremtidige markeder skal drives av lag, foreninger og næringsdrivende.

Flere av deltakerne har ytret ønsker om et julemarked. Alba Catering arrangerer julemarked første helgen i desember

9. Suksesskriterier

Skilivsprosjektet har vært omfattende, men alle tilbakemeldinger og all oppmerksomhet tyder på at vi har nådd de målene vi satte oss. Her er de viktigste årsakene til at vi har lyktes:

- Tydelig oppdragsbeskrivelse og mål med prosjektet. God prosjektledelse.
- Stort engasjement internt i gruppen

- Gjennomarbeidet plan for kommunikasjon eksternt og internt
- Innhentet eksterne ressurser til å bidra i kommunikasjonsarbeidet
- Godt samarbeid med lokale bedrifter, organisasjoner og aktører
- God forankring hos politikere. Flere tok eierskap til prosjektet. Var godt informerte og aktive når det oppsto debatt.
- Helhetlig konsept tuftet på metode med gode og varierte aktiviteter, samt sterke visuelle grep.

10. Konklusjon og veien videre

Det overordnede målet er å gjøre Ski til et godt sted å bo når Skibyen utvikles og fortettes i tråd med regionale og kommunale krav og retningslinjer. Gode møteplasser for mennesker i alle aldre og med ulike historier må skapes eller videreutvikles.

Nedre torg skal utvikles og politikerne har bevilget midler over budsjettet for 2018 og 2019. Målet med Skiliv og bruken av strategisk byutvikling som metode er benyttet for å understøtte de overordnede mål.

Prosjektet hadde en målsetning om å informere og opplyse om at Skibyen er i utvikling og at det skal bygges et nytt torg. Prosjektet ville innhente tilbakemeldinger fra alle målgrupper i kommunen.

Prosjektet har vært godt planlagt og planer og tidsrammer er holdt. Enkelte justeringer ble gjort underveis, men alt i alt opererte prosjektgruppen innenfor de opprinnelige ideene og rammene.

Arbeidet med prosjektet har vært ressurskrevende for de som deltatt. Kommunalteknisk avdeling har som eksempel benyttet 155 timer til prosjektet. En ekstern kommunikasjonsmedarbeider ble ansatt i en 50% stilling. Sistnevnte ble avgjørende for å få prosjektet i havn, men selv med forsterkninger er det krevende og andre arbeidsoppgaver får lavere prioritet.

Skiliv 2017 har generert tilbakemeldinger i alle kanaler; Facebook, Instagram, ønsketreet, gjesteboken, muntlig, per e-post og via nettsiden www.skiliv.com.

Tilbakemeldingene viser at nær 100% er svært positive til at Ski torg utvikles.

Evaluering **Skiliv** - Torget for fremtiden, 2017

Tilbakemeldingene kommer i fra alle de definerte målgruppene, men aktivt engasjement i sosiale medier domineres av kvinner i alderen 25-45.

Tilbakemeldingene oppsummert viser at innbyggerne har varierende ønsker med hensyn til hva de ønsker seg på et nytt og moderne torg. Oppsummert fra alle kanaler er dette innbyggernes topp ti liste:

- 1: Grønne lunger/blomster, busker og trær. Det skal være grønt.
- 2: Fontene, vannspeil – som barn kan leke i og med.
- 3: Vannet bør kunne bli skøytebane om vinteren
- 4: Større lekeplass og Parcourpark.
- 5: Lysthus/paviljong/glasshus (tak man kan gå innunder). Til bruk i alle fire årstider.
- 6: Aktiviteter (lekeplass, sjakk, paradis, lekeplass for dyr med gjerde)
7. Cafeer, kaffebar og restauranter på/omkring torget.
8. Markeds plass/markeder: blomster, bondens, handel, julemarked
- 9: Benker, krakker. Steder å sitte for alle aldersgrupper
10. Belysning om kvelden.

Evaluering viser at prosjektet har:

- Informert og opplyst innbyggerne om at Ski torg vil videreutvikles
 - Engasjert innbyggerne
 - Mottatt en mengde gode, kreative og konstruktive tilbakemeldinger
 - Alle målgruppene i prosjektet er representert i tilbakemeldingene
- Man kan anta at flere av innbyggerne har fått en økt forståelse for at Ski er en del av Osloregionen og at de har fått et større bilde av Ski som regionby i Akershus.

Evalueringen viser at Skiliv 2017 har nådd målsetningene.

Kritikk av prosjektet kom som antatt i form av at prosjektet okkuperte parkeringsplasser i sentrum. Det ble hevdet at parkeringsplassene er det som holder liv i næringslivet i og rundt gågaten. Det ble også reist kritikk fra av de næringsdrivende i Ski at prosjektet gjorde det vrient for deres pasienter å komme i tide til timene sine når det ikke er nok parkeringsplasser på torget. Totalt utgjør disse stemmene mellom 2-4% av alle som har gitt tilbakemeldinger (avhengig av hvor de ble gitt). Det vil si at 96%-98% av innbyggerne er positive til tiltaket som ble gjort, og er positive til en videre utvikling av nedre torg. Svært mange skriver at de vil ha et bilfritt sentrum. Flere skriver også at gågaten må bli trafikksikker.

I videre fase vil det være viktig å informere alle næringsdrivende og beboere omkring torget og i gågata enda bedre enn det ble gjort for Skiliv 2017.

Ombygging vil bli en belastning for de som bor nærmest. De bør tidlig få informasjon om utviklingen, og dersom det antas at disse ikke evner å se muligheter for hvordan man konstruktivt kan formidle denne informasjonen videre bør man vurdere å hjelpe dem med for eksempel å utforme tekst/flyers de kan vise eller sende til sine kunder. Kanskje kan man i byggeperioden på faste tidspunkt hver uke få en statusoppdatering? De som blir berørt kan kanskje få én fast kontaktperson å forholde seg til mht utbyggingen og informasjon?

Evalueringen viser at folk er positive til et nytt, funksjonelt og moderne torg. Innbyggere i alle aldersgrupper har gitt sine tilbakemeldinger. Det er i det videre arbeidet viktig å vise at tilbakemeldingene tas seriøst og benyttes.

Når det er besluttet hvordan torget vil bli kan man kanskje trekke frem enkelte av tilbakemeldingene og vise at deres ønsker er/blir oppfylt? Ønskene kan også benyttes i kommunikasjonen underveis i byggeprosjektet der man viser til innbyggernes ønsker og valg for nedre torg. Bilder fra ønsketreet, gjesteboken, eller kommentarer fra e-poster kan gjøres visuelle og formidles.

Med Skiliv – Torget for fremtiden mener prosjektgruppen at bruken av strategisk byutvikling som metode har fungert optimalt. Prosjektet har nådd de målene som ble satt.



Evaluering **Skiliv** - Torget for fremtiden, 2017

Prosjektgruppen ønsker spesielt å takke følgende for godt samarbeid i Skiliv 2017:

Hagelaget i Ski
Frivillighetssentralen i Ski
NAV og Muligheten
Kulturstiftelsen i Ski
Follo Næringsråd

Deltakere i prosjektgruppen:

Planavdelingen:

Prosjektleder: Cecilie Mæle (planavdelingen)
Arkitekt: Annette Mohr
Landskapsarkitekt: Kristine Sand

Rådmannens stab

Næringssjef Bjørnar Angell
Samfunnsutvikler Ingvild Belck-Olsen

Kulturavdelingen:

Elin Buene

Avdeling for vei, park og idrett:

Bjørnard Skau

Informasjonsavdelingen:

Una Oksavik Oltedal

Innleid informasjonskonsulent:

Eline Hyggen Skari

