

Platsrapport Stenbecks Torg 2025



Tillsammans skapar vi tryggare platser

Hej!

I den här rapporten summerar vi den verksamhet vid Jan Stenbeck torg som bedrivits enligt AMP-modellen på daglig basis året runt under 2025. Rapporten beskriver den påverkan som verksamheten har haft på platsen under året.

Här delar vi med oss av våra metoder och erfarenheter från vår operativa verksamhet med att ta hand om en plats. Platsrapporten fungerar lika mycket som en återkoppling till våra lokala uppdragsgivare och finansörer, som en inspirationskälla och summering av insikter för den som är nyfiken på hur platsaktivering fungerar i praktiken.

Allt fler pratar om torgen som mötesplatser och behoven av ökad gemenskap. Vi är övertygade om att det behövs mer och inte mindre platsaktivering i offentliga rummet. Vår ambition är att centrala torg över hela landet ska ha en social infrastruktur som bär platsen genom närvaro och professionell aktivering. Så skapar vi offentliga platser där alla människor kan känna gemenskap och trygghet.

Inom ramen för Centrum för AMPs kunskapscenter delar vi mer än gärna med oss av våra erfarenheter och hur vi hanterat olika utmaningar. Välkommen att höra av dig om du vill veta mer.

Med förhoppning om insiktsgivande läsning
// Helena Olsson, VD Centrum för AMP

Innehåll

Årets höjdpunkter

s. 4

Stenbecks Torg i siffror

s. 5

Inledning

- Om Centrum för AMP
- AMP-modellen
- Utgångspunkt
- Målsättning
- Sammanfattning

s. 6-11

Om platsen

- Geografisk avgränsning
- Upplevelseförflyttning

s. 12-14

Platsorganisationen

- Bemanning
- Lokal förankring

s. 15-17

Platsaktivering 2025

- Insatser
- Gestaltning & etableringar
- Aktivering
- Aktiviteter
- Evenemang
- Effekt

s. 18-29

Kommunikation

- Hur vi når ut
- Mediaexponering

s. 30-32

Budget

s. 33-34

Måluppfyllelse & analys

- Prioriteringar 2025
- Analys

s.35-37

Vägen framåt

s. 38

Kontakt

s. 39

Årets höjdpunkter

- ✓ **Invigningen i vinterkylan den 14 februari med över 100 gäster som värmdde torget.**
- ✓ **Målet med 70 anordnade aktiviteter och evenemang överträffades rejält och blev 181.**
- ✓ **71 procent anser Jan Stenbecks torg vara en attraktiv plats, en ökning från 45 procent inför året.**
- ✓ **Konsten på trädgårdarna bidrog med ett estetiskt lyft och lokal förankring till torget.**
- ✓ **66 välanvända sittplatser har tillförts torget.**



Stenbecks torg i siffror

Besökare*	
Från och med 30 april 2025:	2 680 105
Snitt i veckan	78 827
Snitt per dag	10 939

Aktiviteter	2025	Evenemang	Små	Stora
Antal aktiviteter	164	Antal evenemang	13	4
Totalt antal deltagare	2898	Totalt antal besökare	877	20602
Snitt per aktivitet	18	Snitt per evenemang	68	5151
0-4 år	11%	0-4 år	3%	
5-14 år	39%	5-14 år	9%	
15-24 år	11%	15-24 år	9%	
25-39 år	15%	25-39 år	32%	
40-64 år	19%	40-64 år	36%	
65+ år	6%	65+ år	11%	
Kvinnor	52%	Kvinnor	46%	
Män	48%	Män	54%	

Aktivering	2025
Totalt antal dagar	257
Antal dagar i veckan	6
Gestaltning	2025
Totalt antal dagar	319
Antal dagar i veckan	7



* Data från flödesmätare, som började räkna 30 april 2025

Inledning

Om oss

Centrum för AMP (Affärs- och Medborgar-plats) är en idéburen ideell förening som grundades 2019 av branschorganisationerna Svensk Försäkring och Svensk Handel tillsammans med fastighetsbolagen AMF Fastigheter, Atrium Ljungberg, Humlegården Fastigheter och Vasakronan.

Föreningens uppdrag är att utveckla en svensk modell för det offentliga rummet i syfte att öka tryggheten och minska brottsligheten utifrån internationellt beprövad praktik och teori. Vi benämner den AMP-modellen (affärs- och medborgarplatsmodellen).

Eftersom samhällsstruktur, rättssystem och klimat skiljer sig mellan olika länder har vi genom praktisk verksamhet i piloterna Forumtorget och Haninge entré under flera års tid utvecklat AMP-modellen för hur platsutveckling bäst kan bedrivas utifrån nordiska förhållanden och regelverk. Sedan 2025 bedriver Centrum för AMP även verksamheten på Jan Stenbecks torg i Kista.

AMP-modellen omfattar finansiering, metod och uppföljning av platsaktivering i det offentliga rummet och utformas vanligen som ett idéburet offentligt partnerskap (IOP). AMP-modellen passar bäst i kommersiellt centrala lägen där stora flöden av folk skapar anonymitet och därmed fler möjligheter till brott.

Centrum för AMP lägger stor vikt vid att driva en evidensbaserad verksamhet. Vi utvärderar, analyserar och tillvaratar lärdomarna från våra platsverksamheter och delar detta med våra intressenter och finansörer genom vårt kunskapscentrum. Utöver kunskapscentret utgörs Centrum för AMPs uppdrag av att etablera AMP-modellen på fler platser.

Centrum för AMP finansieras av medlemsavgifter.

Affär

står för betydelsen av att ha kommersiella krafter närvarande på en plats för att få den levande och inbjudande.

Medborgare

understryker vikten av att skapa offentliga rum som är tillgängliga för alla. De värden som skapas genom dessa rum ska komma alla till del.

Plats

betonar platsens betydelse och nödvändigheten av att skapa en levande attraktiv samhällsmiljö där människor vill vara.

AMP-modellen

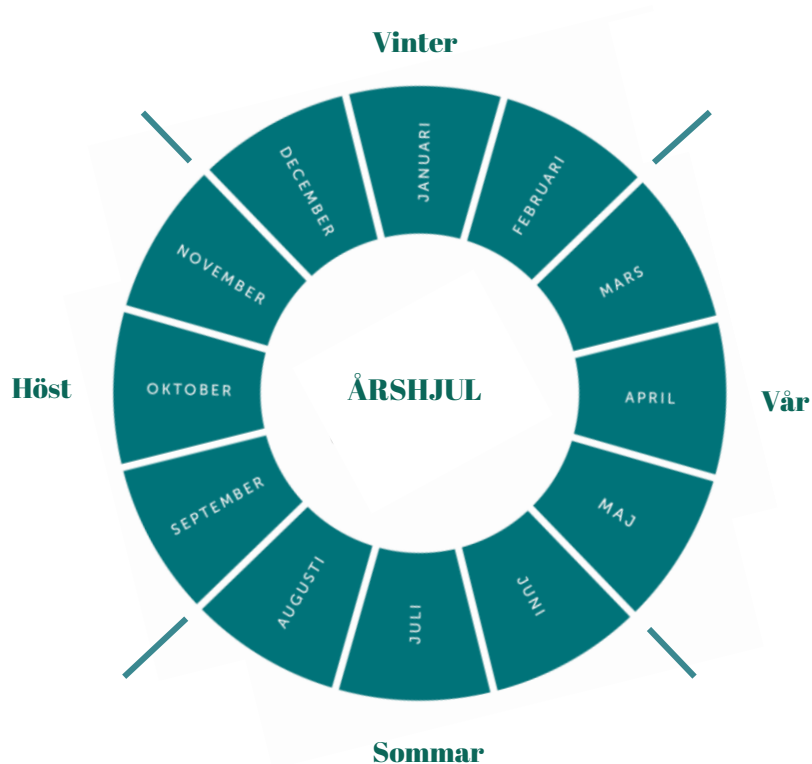
AMP-modellen stärker tryggheten på en avgränsad plats som ett torg, genom ett aktivt omhändertagande av platsen och att erbjuda ett kostnadsfritt utbud som gör att många olika grupper trivs och vill vistas där. AMP-modellen bygger gemenskap, stärker platsens kollektiva förmåga och skapar kapabla väktare. Ytterst bidrar AMP-modellen till det situationella brottsförebyggande arbetet på platsen.

Närvaro. Två heltidsanställda arbetar med planering och drift från en AMP-hubb (ett kontor) i anslutning till platsen. Verksamheten planeras säsongsvis utifrån ett årshjulstänk. Personalen blir platsens ögon, öron och mun, vilket genererar en tryggare, trivsammare och mer välfungerande plats.

Platsaktivering genom daglig verksamhet året om. Verksamheten är "öppen" sex dagar i veckan under hela året. Gestaltning och etablering av platsen sker tillsammans med kostnadsfri aktivering, aktiviteter och evenemang. Det gör platsen trivsam och får människor att vilja vistas där. Därigenom stärks också tryggheten. De dagliga aktiviteterna bygger gemenskap, stärker den kollektiva förmågan och skapar kapabla väktare på platsen.

Evidensbaserad. Det är centralt att verksamheten är mätbar och att den löpande utvärderas. Vi mäter därför antal besökare samt köns- och åldersfördelning på platsen. Tillsammans med forskningsinstitutet RISE har vi också tagit fram en utvärderingsmodell för att mäta platsens funktioner.

Samfinansierad. En AMP har en grundfinansiering om tre miljoner kronor per år. Kommunen står för hälften och näringslivet för hälften. Varje satsad kommunal krona matchas alltså av den privata sektorn. Kommunens satsning motiverar fastighetsägare att bidra trots att de inte äger marken.



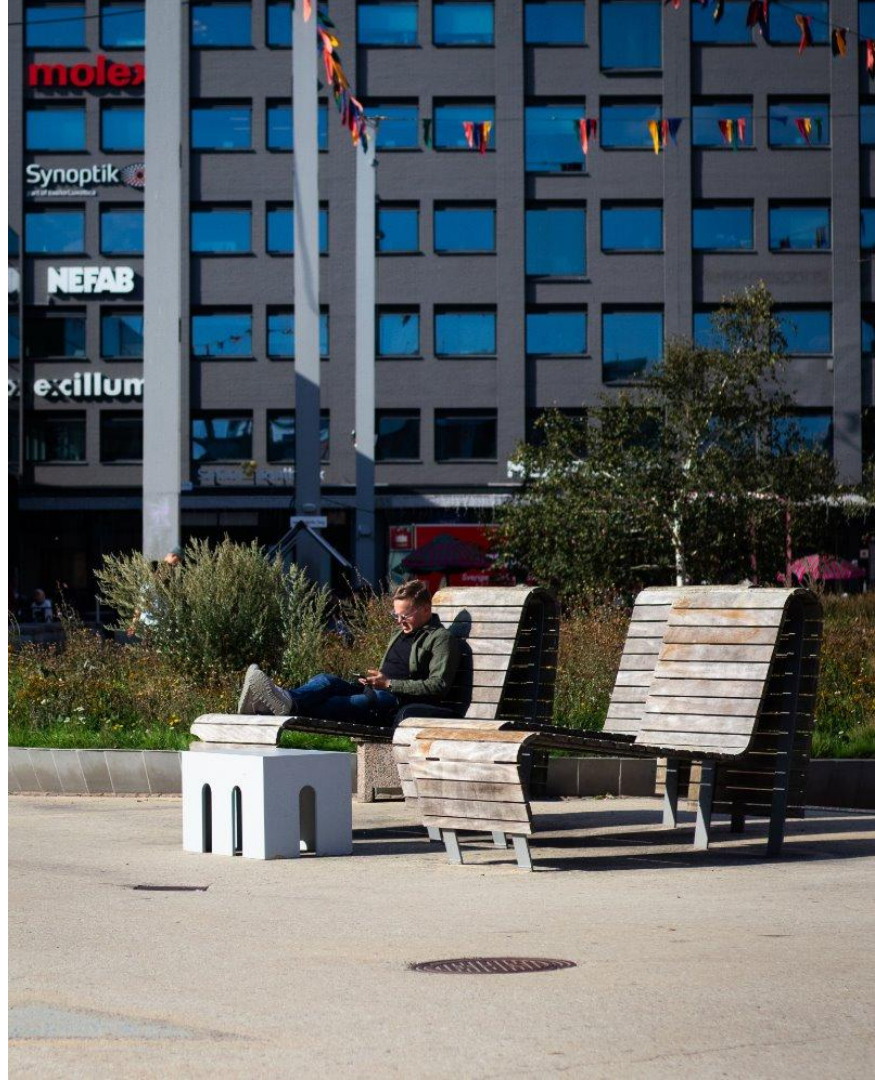
Utgångspunkt Stenbecks Torg

Kista är byggt som en ABC-stad och en stadsdel att besöka av funktionella anledningar som att handla eller arbeta. Nu är det en stadsdel som står inför stor förändring. Visionen är att den östra delen av Kista framåt ska bli en blandstad med både befintliga arbetsplatser och nya bostäder. Centrum för AMPs uppdrag är att genom daglig platsnärvaro och platsaktivering manifesteras och förstärka bilden av det framtida Kista här och nu. Därför identifierade den initiala platsanalysen följande prioriterade målgrupper:

- Barnfamiljer och unga vuxna som bor i Kista eller besöker Kista Gallerian.
- Personer som arbetar i arbetsplatsområdet och som passerar torget på väg till och från jobbet.

AMP-torget Stenbecks Torg finansieras av

- Trafikkontoret i Stockholms stad (även Stockholm Business Region, Stadsledningskontoret och Stadsdelen Järva) är mycket engagerade i platsen.
- Kista Limitless (ett gemensamt bolag med syfte att stärka Kista som kreativ plats och tillväxtmotor. Kista Limitless ägs av fastighetsägarna Castellum, Corem och Vasakronan).
- Klövern (utvecklar Kista Square Garden. Fastigheten, som ligger efter Jan Stenbecks torgs östra sida, är Ericssons gamla huvudkontor, som nu omvandlas till bostäder. 430 hyresrätter 420 bostadsrätter).
- Citycon (äger Kista Galleria som har ca 130 butiker och restauranger).



Mål inför 2025

Det stora övergripande målet 2025 var att öka attraktiviteten på platsen. För att uppnå detta resultat valdes ett antal parametrar/delmål ut som nycklar för att uppnå känslan av attraktivitet på platsen. Dessa mål inför 2025 sattes med hänsyn till den nollmätning av platsen som genomfördes av enkätföretaget Lysio innan verksamheten sattes igång. Svar från den nollmätningen redovisas nedan som referens inom (parantes) . Målen för 2025:

Attraktivitet

- 60 procent anser att Jan Stenbecks torg är en attraktiv plats (45%).
- 26 procent upplever att det finns aktiviteter som får dem att stanna och vilja delta (13%).

Mångfald

Majoriteten av de som passerar torget dagligen är en internationell grupp varav många är män och ingenjörer. Endast 6 procent av de som passerade torget var mellan 0–14 år. I samma observation framkom att 37 procent av de förbipasserande var kvinnor. Utifrån det sattes följande mål:

- 30 procent av de som deltar i aktiviteterna på torget är barn mellan 0-14 år.
- 50 procent av de som deltar i aktiviteterna på torget är kvinnor.

Verksamhet

För att uppnå dessa mål ska vi under 2025:

- Arrangera minst 70 aktiviteter och evenemang främst riktade mot de prioriterade målgrupperna.
- Hålla torget öppet minst 250 dagar med aktiveringar.
- Skapa två etableringar/installationer som ökar den fysiska attraktiviteten av platsen.



Stenbecks Torg summering 2025

Ett intensivt år som givit stor effekt

Platsen etablerades och öppnade 14 Februari 2025. Under året har verksamheten drivits av verksamhetsledare och driftansvarig med stöttning av fyra timanställda.

Strategin för ett attraktivt och levande torg har innefattat att dela upp torgytan i tre zoner för att gradvis växa in i de olika ytorna. Prioriteringen initialt var att fullt utveckla Zon A, skapa densitet och attraktivitet för att sedan gå vidare till övriga zoner. Detta för att motverka känslan av gleshet och ofullständighet.

Prioriterade målgrupper för hela uppdraget på Jan Stenbecks torg är boende och arbetande i området. Målgrupper i fokus för 2025 har varit barn och unga samt kvinnor. Detta då dessa grupper var underrepresenterade på platsen enligt vår nollmätning. Vi vet också att barn och kvinnors närvaro ökar attraktiviteten och känslan av trygghet på en plats.

En nyckel till vårt arbete med aktiviteter har varit våra samarbeten. Med dessa har vi dels förankrat oss i lokalsamhället, dels skapat givande aktiviteter och evenemang med hjälp av allas olika kompetenser. 181 aktiviteter och evenemang hade varit omöjligt att uppnå utan den samverkan kring såväl logistik, kunskap och ekonomi som funnits kring dessa arrangemang.

Intresset hos traditionell media har varit stort för vår verksamhet och givit oss stor spridning till en bred palett av lokalsamhället och även människor som bor utanför Järva. Totalt 22 artiklar/inslag har gjorts om Stenbecks torg i traditionella medier såsom Mitt i, Sveriges Radio och Nyhetsbyrån Järva. Artiklarna har varit positivt vinklade och handlat om konstprojekt, saskurser, konserter med mera.

Statistik upplevelse

- 71 procent anser att Jan Stenbecks torg är en attraktiv plats vilket är 11 procentenheter över målet och 24 procentenheter över nollmätning.
- 17 procent upplever att det finns aktiviteter som får dem att vilja stanna och delta. Det är 9 procentenheter lägre än det satta målet på 26 procent, dock 6 procentenheter över nollmätning.

Statistik aktiviteter

- 50 procent av de som deltog i aktiviteterna på torget var barn mellan 0-14 år. Vilket är 20 procentenheter högre än utsatt mål, 44 procentenheter över nollmätning.
- 181 Aktiviteter och evenemang genomförda, målet var 70, ett snitt på över 3 aktiviteter i veckan..
- 52 procent av deltagarna i våra aktiviteter var kvinnor, detta går att jämföra med nollmätningens siffra på 37 procent kvinnor av de passerande på platsen.

Samarbeten

- Samarbeten med 26 olika ideella aktörer.
- 14 studiebesök av nyfikna intressenter från hela landet.

Om platsen

Om platsen

Platsen Jan Stenbecks torg

En central del i AMP-modellen är att verksamheten bedrivs på en geografiskt avgränsad plats. Jan Stenbecks torg är betydligt större än Centrum för AMP:s tidigare platser, vilket vi dragit lärdomar från.

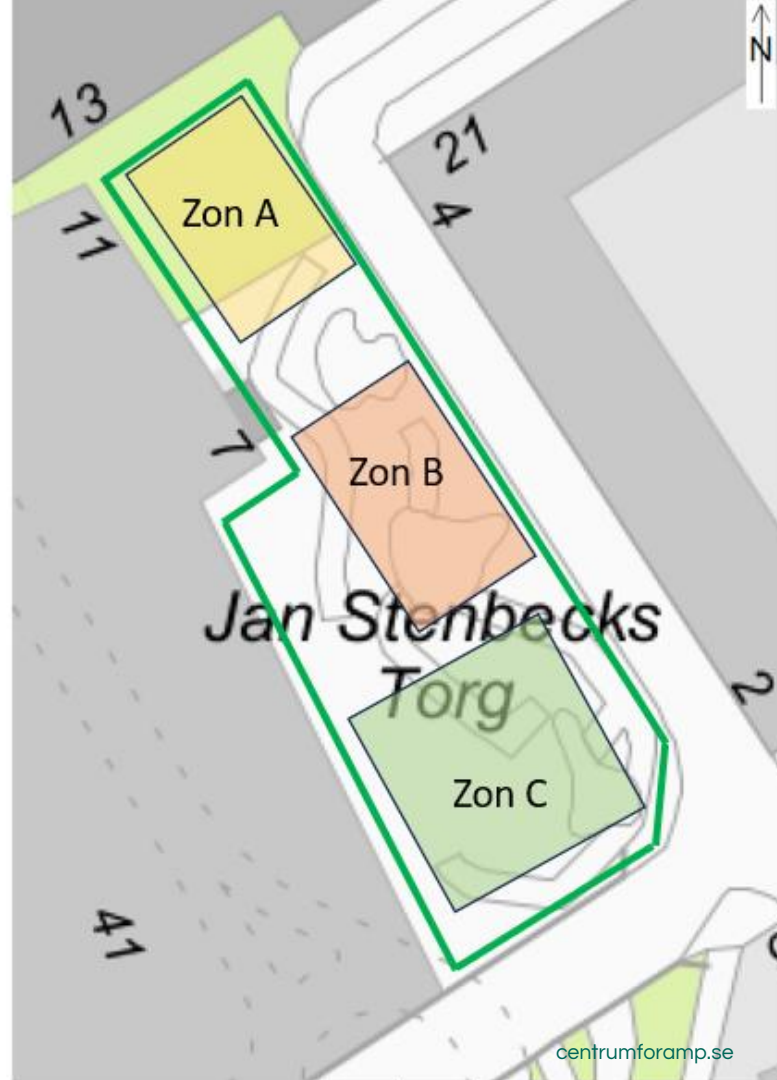
Jan Stenbecks torg är ett avlångt, stort torg med flera designade nivåskillnader samt planteringar och sittplatser. För att tydligare konceptualisera och kunna växa in i torget har vi valt att dela in dessa i tre zoner, A, B och C.

Zon A har flest passerande i form av jobbspendlare och äldre skolelever, zon B passeras mestadels av kunder till Kistagrossen, lokalt boende och familjer för det mesta. Zon C är mer blandat, även där en del arbetspendlare men också arbetsresande som bor på hotellen i närheten såväl som lokalbor.

Fokus under året har legat på att utveckla en zon i taget med start i Zon A, skapa densitet och innehåll för att sedan fortsätta i Zon B. Zon C har i största mån använts för aktiviteter som behöver större tomma ytor såsom exempelvis skateboarding.

Det har funnits utmaningar med en bristande grundinfrastruktur, där vi behövt investera och installera el för att skapa förutsättningar för aktivitet och evenemang på torget. Det har även under hela året existerat ett stort och ständigt ökande dubbestånd som stått för omfattande nedsmutsning samt stör personer som vistas på torget.

Ombyggnaden av Kista square garden mitt emot torget har sedan oktober påverkat verksamhet med buller, byggetableringar och transporter.



Före & efter Zon A

Före tillträdet



Vår/sommar 2025



Vinter 2025



Platsorganisation

Bemannat året runt

För att levandegöra en plats sex dagar i veckan, året runt, krävs det att det finns både fast personal och timanställda på plats. Platsutveckling händer inte av sig självt utan kräver gedigen planering, ett ständigt underhåll och dagligt genomförande. Centrum för AMPs modell innefattar omfattande närvaro både i form av värdskap, arrangörskap, omhändertagande i egen regi och även att agera som möjliggörare för andra att ta plats i det offentliga rummet.



- 1** verksamhetsledare på heltid som har det yttersta ansvaret över verksamheten, budget, utveckling och att de utsatta målen nås.
- 1** driftansvarig på heltid med fokus på kommunikation som planerar aktiviteter och evenemang, ansöker om tillstånd samt arbetsleder extrapersonalen.
- 4** extra personal med fokus på såväl underhåll som värdskap på torget.
- 9** skolungdomar som går i omlott under hela sommaren, totalt nio veckor.

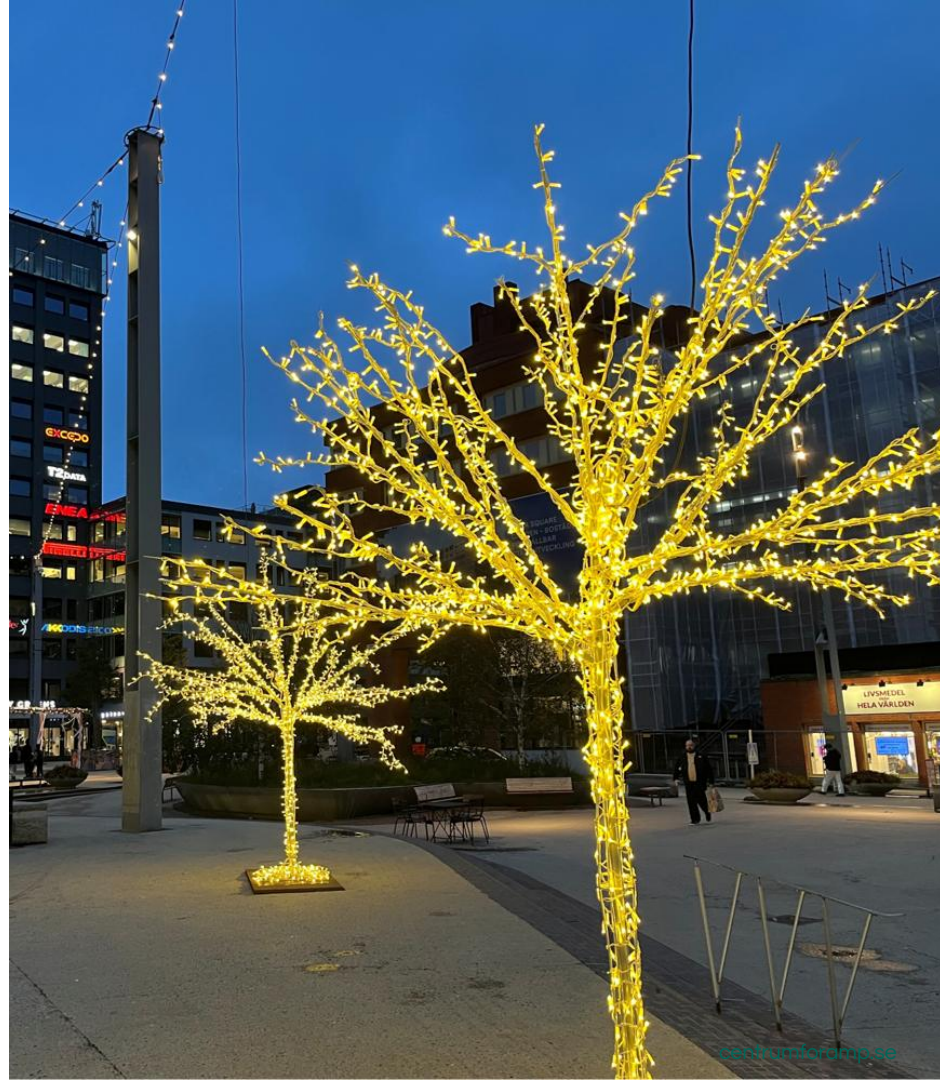
Samarbeten & studiebesök

Under året har vi haft ett brett samarbete med många olika typer av organisationer. Studieförbund såsom Svstockholm, lokala institutioner som Kista bibliotek, vårdgivare likt Capio och Folk tandvården med flera. Allt detta tillsammans med flertalet organisationer inriktade mot barn och unga som exempelvis En Frisk Generation, SkateNation och Läsförbarnsinstitutet. Under året hade vi 26 olika ideella samarbeten samt fem samarbeten med kommersiella aktörer som bistod oss i arbetet på torget. Vi fick även stå värd för 14 studiebesök med nyfikna grupper från hela landet. Representanter från civilutskottet, ICA-handlarna samt flera förvaltningar inom Stockholms stad har bland annat varit och besökt oss för att se vårt arbete på nära håll.

Några samarbeten som varit extra viktiga under 2025 är exempelvis samarbetet med Trafikkontoret som har varit A och O för att kunna upprätthålla en effektiv drift och maximera torgets potential. Dialog kring underhållsfrågor, sanitet och annat har fungerat utmärkt. Ett mer konkret exempel på det goda samarbetet är att vi kunde ta hand om stadens överblivna slingor samt ljusträd och placera ut för att ge torgets vinterskrud extra lysande lyft.

Samarbeten med föreningar och organisationer med förankring i området har varit viktigt för såväl vår etablering som den pågående verksamheten. En Frisk Generation har samarbetat med oss under hela året med olika projekt kopplat till rörelseglädje för barn och unga. Genom såväl rörelsegrundade aktiviteter som informationsspridning till närområdet, kring hur man upprätthåller en hälsosam livsstil.

Global house är en annan organisation vi haft flera samarbeten med kopplat till deras sociala verksamhet för människor långt från arbetsmarknaden. Det mest betydelsefulla var produktionen av nästan 400 vimplar för uppsättning i "riggen" ovanför torget som både gav färg och bistod med en rumslighet från ovan över hela torget.



Platsaktivering effekter & resultat

Våra insatser

På Jan Stenbecks torg använder vi oss av fyra huvudsakliga verktyg: gestaltning, aktivering, aktiviteter och evenemang.

Gestaltningar och etableringar förstärker rumsligheten, signalerar att detta är en plats som vi bryr oss om dygnet runt. Platsens gestaltning anpassas efter årstiderna och förstärker högtider. Exempelvis Vinterpaviljongen och våra utemöbler med kuddar samt dynor men också högtidsutsmyckningar för halloween, påsk, alla hjärtans dag etc. Vi gjorde en stor investering i färgglada cafémöbler för såväl praktisk som estetisk förbättring av torget. Fler sittplatser var något som hade efterfrågats av många.

Dagliga aktiveringar, som utgör torgets öppettider, anpassas också efter årstiderna med till exempel curling/hockeybana under vintertid och fotbollsspel samt schack under varmare årstider. Stenbecks Torg är öppet måndag-fredag kl 10-17 samt lördagar 11-16.

Regelbundna aktiviteter, såsom skateboard och språkcaféer har utgjort veckovisa aktiviteter. Totalt arrangerades 164 aktiviteter på Jan Stenbecks torg under 2025, vilket motsvarar ett snitt på mer än tre aktiviteter per vecka, året om.

Det genomfördes 17 både stora och små evenemang på Jan Stenbecks torg, vilket motsvarar ett snitt på ca 1,5 evenemang per månad. Det evenemang som drog mest publik var Kistaloppet, en samproduktion tillsammans med Löparakademin som enligt våra drog över 8000 besökare under tiden för evenemanget.

Platsens totala besöksflöde under 2025 uppgick i genomsnitt till cirka 10 546 besökare per dag.



Mätning av effekter

Vi mäter effekten av vårt arbete genom att göra Upplevelseenkäter i maj och oktober varje år. Besökarna svarar på frågorna genom att svara i stor utsträckning, i ganska stor utsträckning, i ganska liten utsträckning, i liten utsträckning och inte alls. Resultaten redovisas på kommande sidor.

Gestaltningar & etableringar

Gestaltningar och etableringar syftar till att skapa en rumslighet som gör platsen inbjudande att vistas på. Genom att byta ut installationer och gestaltningar regelbundet signaleras närvaro på platsen. Ett uppstartsår går en stor del av budgeten till detta. På Jan Stenbecks torg har vi bland annat tillfört vimplar, en scen, belysning och säsongsdekorationer.

Effekt:

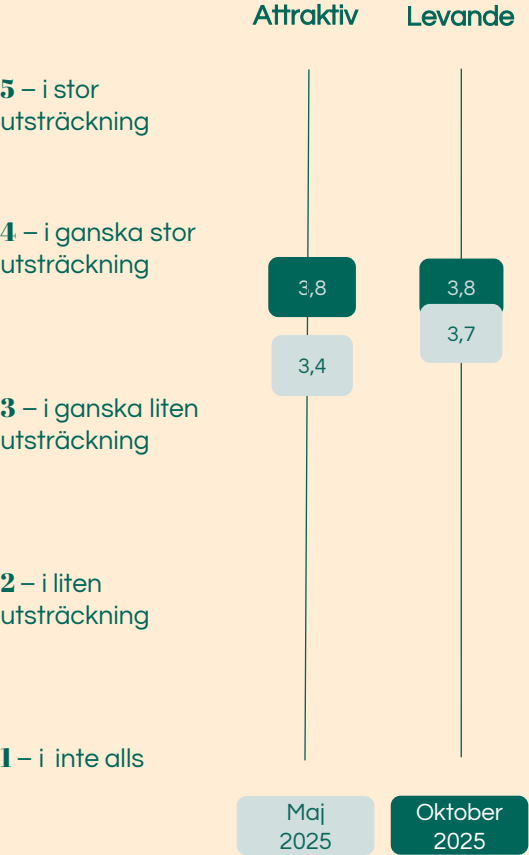
I Upplevelseenkäterna ser vi att Jan Stenbecks torg uppfattas som attraktivt och levande i ganska stor utsträckning. Det har skett en positiv förflyttning på 0,4 poäng från maj till oktober gällande attraktivitet, medan uppfattningen av Jan Stenbecks torg som en levande plats, förbättrades marginellt. Ökningarna är extra glädjande då oktober en kall och mörk månad.

Gestaltningarna har bidragit till en rumslighet och ett rejält färginslag som livat upp torgets visuella uttryck.

Gestaltning	
Totalt antal dagar	319
Antal dagar i veckan	7

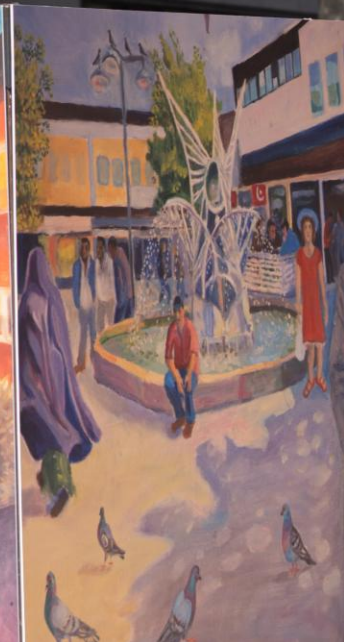
Vimplar
Järvas konstnärer
Sitt-hyddor
Mattor från Studio Era
Påsk dekoration
Gatupratare
Halloweendekoration
Juldekoration
Vinterpaviljongen
Scenen
Belysning

I vilken utsträckning upplever du att torget är :



Järvas Konstnärer

Under 2025 fick vi äran att hylla tre av Järvas konstnärer från tre olika delar av Järva - Rinkeby, Tensta och Husby - på Jan Stenbecks torg. När verksamheten på torget startade stod tre bruna trädlådor med gamla affischer och tejp på, på torget. I och med samarbetet med lokala konstnärer pryddes lådorna med deras unika och uttrycksfulla konstverk, vilket gav platsen ett nytt, färgstarkt och levande uttryck. De nya dekorationerna blev snabbt ett uppskattat inslag bland besökare och förbipasserande. Många stannade till, fotograferade verken och uttryckte hur konsten tillförde både färg, liv och karaktär till hela torget. Samtidigt skapades en naturlig möjlighet att lyfta fram och synliggöra de lokala konstnärerna och deras skapande. Installationen "Järvas konstnärer" visade tydligt vilken kraft lokal konst har i det offentliga rummet. Hur den kan förvandla en plats, skapa igenkänning och tillhörighet. Konsten bidrar till att fler som arbetar i området får möjlighet att lära känna Järva bättre och upptäcka områdets kulturella mångfald. Därigenom stärktes torgets roll som en levande och inkluderande mötesplats.



Aktiveringar

Aktiveringarna ska uppmuntra människor att stanna en stund och därmed bidra till en mer trygg och levande plats.

Effekt:

Betygen från Upplevelseenkäterna från maj till oktober förblir oförändrade och tyder på relativt stark känsla av trygghet på platsen dagtid.

En positiv förflyttning har skett mellan maj och oktober med 0,4 poäng gällande trygghet kvällstid. Detta tyder på att närvaro under dagtid även påverkar folks uppfattning av platsen när vi inte är på plats.

Aktiveringarna har även bidragit med ett estetiskt lyft då de satt färg på torget och följt Stenbecks Torgs färgtema. De har skapat något att göra på torget och samtidigt, likt möbler bidragit med en höjd rumslighet.

Aktivering	
Totalt antal dagar	257
Antal dagar i veckan	6

Jätteschack
Cornhole
Fotbollsspel
Rita & färglägga
Stolar & Bord
Kuddar & filtar på våra sitttytor
Musik på torget
Hockeybana
Curlingbana
Skärmis
Böcker & spel

I vilken utsträckning upplever du att torget är tryggt





Schackspelet

Från april till november har vårt speltorg varit en levande och uppskattad mötesplats, där fotbollsspel, cornhole och schack har lockat besökare i alla åldrar. Samtliga aktiviteter har varit mycket uppskattade. Schackspelet har dock utmärkt sig särskilt genom att det har skapat spontana möten mellan människor som annars inte hade träffats. Runt schackspelet har nya kontakter knutits, samtal uppstått och gemenskap vuxit fram. Spelet har engagerat både unga och äldre och bidragit till en stark och inkluderande närvaro på torget. Under 2025 har schackspelet blivit ett välkänt inslag och ett omtalat dragplåster på Jan Stenbecks torg. Intresset har varit så stort att besökare har köat för att få spela, ofta ända fram till stängning. Schackspelet har därmed etablerat sig som en självklar mötespunkt och en viktig del av torgets attraktionskraft.

Aktiviteter

Deltagande är nyckelordet för aktiviteter. I en aktivitet ges möjlighet till gemenskap och möten i det offentliga rummet, utifrån gemensamma intressen.

Effekt:

Genom aktiviteterna har vi kunnat öka mängden barn som vistas på platsen. Detta har bidragit till en mer familjär, trevlig och trygg känsla på torget. Trots denna ökning ser vi ändå att åtminstone 34% av alla deltagare i aktiviteterna är i arbetsför ålder vilket tyder på en dragningskraft för den arbetande demografin i området, dessa kan även såklart vara föräldrar till viss del. Utöver detta kan man konstatera en väldigt jämn könsfördelning vilket kan tolkas som att programmet haft ett brett tilltal för både män och kvinnor.

Av de återkommande aktiviteterna är det hälsokoll och info med Capio och andra vårdgivare som dragit mest folk till sig per timme de varit på torget. Mer än tre gånger fler än exempelvis Stadsutvecklingsutställningen, som gjordes då verksamheten var helt nyetablerat på torget. gjorde på torget.

Ålder & kön deltagare	
0-4 år	11%
5-14 år	39%
15-24 år	11%
25-39 år	15%
40-64 år	19%
65+ år	6%
Kvinnor	52%
Män	48%

Aktiviteter	Tillfällen	Deltagare	Pers/gång
Stadsutvecklingsutställning	23 st	581	25
Sommartorg	35 st	481	14
Lek & Aktivitet En Frisk Generation	17 st	476	28
Hälsokoll/Info Capio.	12 st	365	31
Skateboarding Skatenation	26 st	276	11
Påskkul på torget Järva i Samverkan	2 st	270	135
Expertbesök i paviljongen	7 st	163	23
Läslandet			
Läsfrämjarinstitutet	8 st	143	18
Eng Språkcafé Svstockholm	13 st	51	4
Sve språkcafé Svstockholm	10 st	29	3
Sagostund Kista bibliotek	3 st	22	7
Framtidsprojektet Järva info	1 st	13	13
Tjejgrupp En Frisk generation	1 st	12	12
Cykelservice	2 st	6	3
Meetup	2 st	4	2
Pyssel i paviljongen En Frisk generation	1 st	4	4
Saz-kurs Alawitiska föreningen	1 st	2	2
Summa	164 st	2898	18



Läslandet

Läslandet var en av aktiviteterna på Jan Stenbecks torg under våren och sommaren 2025. Målet var att nå en yngre publik och erbjuda meningsfulla aktiviteter som stärker barn och ungas utveckling. Aktiviteten genomfördes i samarbete med Lästrämjningsinstitutet. Genom Läslandet deltog flera skolor i Järva i en dramatiserad och interaktiv högläsning där pedagoger och barn tillsammans levandegjorde berättelserna. Även barn som besökte torget med sina föräldrar samt förbipasserande barn deltog spontant i aktiviteterna. Barnen fick vara aktiva medskapare i sagorna, vilket gjorde läsupplevelsen både social och fysisk. Lästrämjningsinstitutets idé är att detta ökar barnens intresse för böcker och läsning. Aktiviteten blev mycket uppskattad och många barn ville komma tillbaka vid flera tillfällen. Engagemanget visade tydligt hur Läslandet bidrog till att väcka läslust, stärka fantasin och skapa en trygg och inkluderande mötesplats för barn, familjer och skolor på Jan Stenbecks torg.

Evenemang

Med våra evenemang vill vi skapa en gemensam upplevelse och en positiv atmosfär som samlar många människor på platsen.

Effekt:

Evenemangen har i störst utsträckning dragit till sig människor i arbetsför ålder (68%) men även fler pensionärer (17%). Vi ser även en viss övervikt av män jämfört med kvinnor. Detta skulle dock även kunna bero på att fler män än kvinnor rör sig i den offentliga miljön i området.

Evenemang såsom Västerort session och Kista Världsmusikfestival bidrog till att göra Jan Stenbecks torg till en destination då dessa lockade besökare från olika delar av Stockholm och även resten av Sverige.

De demografiska talen vi redovisar är baserade på de mindre evenemangen (13 av 17) där vi haft möjlighet att manuellt räkna åskådare.

Alder & kön*	
0-4 år	4%
5-14 år	7%
15-24 år	4%
25-39 år	33%
40-64 år	35%
65+ år	17%
Kvinnor	46%
Män	54%

**Avser mindre evenemang*

Mindre evenemang	Publik
Invigning	104
Torsdagsgig X3	102
Lunchgig X4	244
Fruitcup-utdelning	82
Vernissage	202
Julkör	54
Glöggmys X2	89
Totalt	877
Snitt	68

Större evenemang	Publik
Kistaloppet	8535
Kista världsmusikfestival	1888
Västerort session	5344
UF-julmarknad	4835
Totalt	20 602
Snitt	5151

A photograph of three women in historical costumes holding flaming torches at night. The woman on the left wears an orange tunic and glasses. The woman in the center wears a red velvet jacket and a purple skirt. The woman on the right wears a blue and orange diamond-patterned tunic. They are all holding torches with bright flames. In the background, there are posters and a sign that says "JULIUS FESSEL".

Kista Världsmusikfestival

Stenbecks torg hade äran att stå värd för invigningen av Kista Världsmusikfestival, ett evenemang som satte platsen i centrum för musik, kultur och möten. Tack vare den infrastruktur som har skapats kunde invigningen genomföras med mängder av uppträdanden och aktiviteter. Under dagen fylldes området av musik från olika delar av världen och skapade en levande och inkluderande atmosfär. Det blev en stor succé där hundratals människor från hela Stockholm tog sig till Kista för att ta del av festivalens invigning. Invigningen av Kista Världsmusikfestival blev ett tydligt exempel på hur Jan Stenbecks torg kan fungera som en naturlig samlingsplats för kultur, gemenskap och upplevelser mitt i hjärtat av Kista.

Effekt aktiviteter & evenemang

Uppfattningen i Upplevelseenkäterna kring huruvida Stenbecks Torg tillhandahåller attraktiva aktiviteter och evenemang är den enda mätpunkten där vi ser en tillbakagång från maj till oktober.

Detta kan förklaras med att det var färre aktiviteter, synlighet och liv på torget då det blev kallare. Det skulle också kunna härledas till höstens intåg och den allmänna känslan vid tidpunkten.

I vilken utsträckning upplever du att torget har attraktiva aktiviteter och evenemang?

5 – i stor utsträckning

4 – i ganska stor utsträckning

3 – i ganska liten utsträckning

2 – i liten utsträckning

1 – i inte alls

2,6

1,9

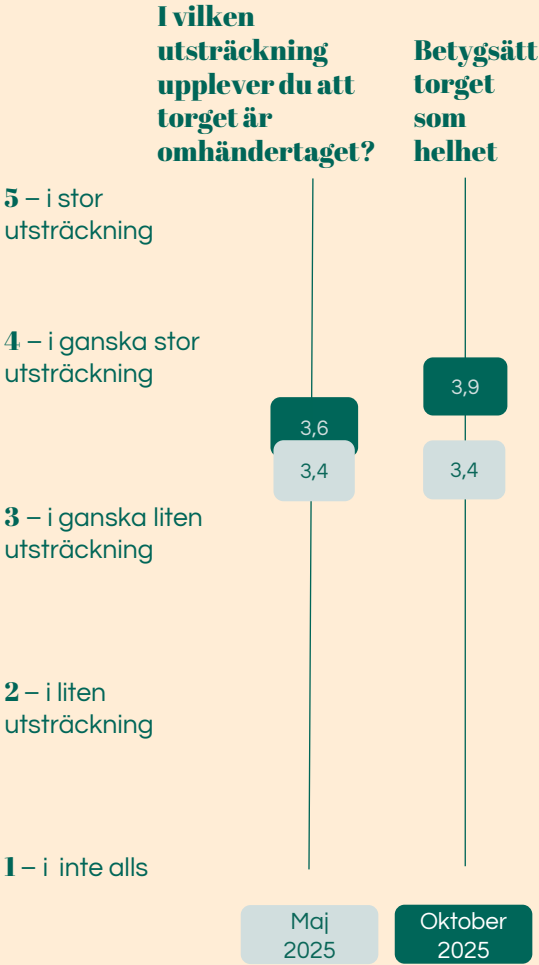
Maj
2025

Oktober
2025

Effekt av våra insatser

I Upplevelseenkäterna konstateras en mindre uppgång från maj till oktober kring huruvida platsen upplevs som omhändertagen. Mest glädjande är en stor förflyttning gällande helhetsupplevelsen på torget från 3,4 till 3,9 poäng.

Resultatet ser vi som en effekt av framförallt två saker, dels att ett levande och omhändertaget sommartorg med många besökare, har satt sin prägel. Dels den dagliga närvaron som är helt ny för platsen.



Kommunikation

Hur vi når ut

Arbetet har främst varit fokuserat på Instagram i sociala medier men även Facebook samt centrala inlägg från Centrum för AMP på LinkedIn. Instagram har varit fokus då plattformen bedöms ha bäst blandning av målgrupper i olika åldersspann. Främst med reels då detta är ett effektivt verktyg för att nå "ickeföljare" kring olika evenemang och liknande. Något som varit prioriterat i uppstart då följarantalet naturligt är lågt.

Genom Facebook har kommunikationen kunnat riktas mot olika grupper. Dels lokala grupper för området, dels intressegrupper för exempelvis kultur, marknader eller liknande.

Inlägg har även "boostats" under året på såväl Facebook som Instagram för att få större spridning inför prioriterade evenemang.

Insatser har även gjorts i sociala medier för att driva trafik till hemsidan där man kan ta del av information om verksamheten, bl.a ett kalendarium med alla aktiviteter och evenemang som är på gång.

En effektiv kommunikationskanal har varit två gatupratörer där man med säkerhet kan nå ut till just de människorna som passerar platsen. Gatupratarna har använts för såväl allmän info om ny gestaltning som reklam för kommande aktiviteter och evenemang.



Mål och resultat

Målbilden för följarantal på Instagram låg på 400 följare, där nådde vi ett antal på 314. Målbilden för Facebook var 300 följare, där landade vi på endast 21 stycken. Den strategi vi lyckats bra med är interaktioner per följare, med 1132 % på Facebook och 189% på Instagram. Alltså antalet gillamarkeringar, kommentarer och delningar per följare, där interaktionerna motsvarar nästan det dubbla antalet följare vi har på Instagram och 11 gånger vårt följarantal på Facebook. Engagement rate visar hur mycket folk interagerar jämfört med hur många som sett inläggen. Att den är över 100 % betyder att samma personer gör flera handlingar, och siffrorna visar därför på väldigt högt engagemang bland dem som nås.

Totalt: 22 artiklar/inslag i traditionella medier

Budget

Vad kostar det?

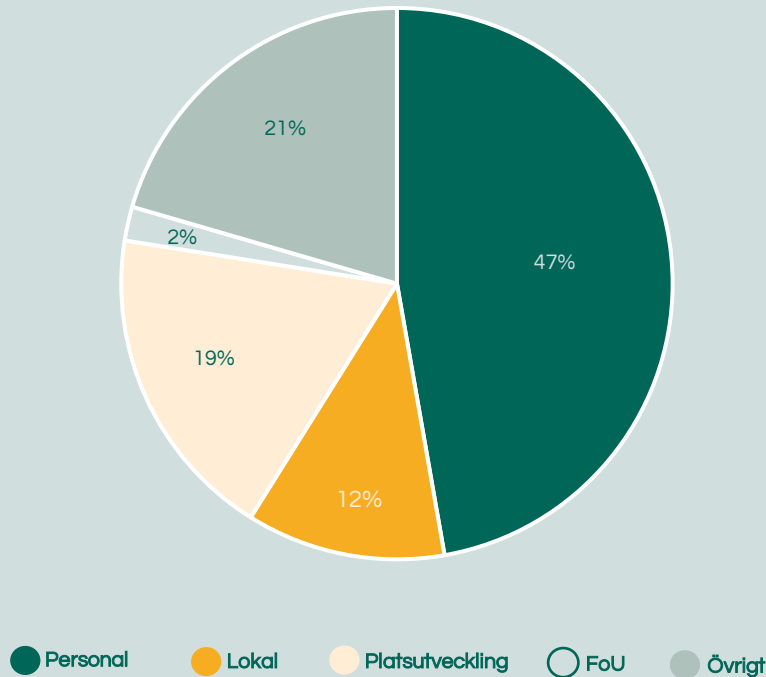
AMP-modellens grundfinansiering uppgår till tre miljoner per år och samfinansieras med 50 procent av kommunen och 50 procent av näringslivet, i det här fallet lokala fastighetsägare. Genom både offentlig och privat finansiering dubblas varje skattekrona vilket både gagnar medborgare och affärsidkare i området.

Fokus har under vårt första år legat på gestaltning och etableringen av en grundläggande infrastruktur. Detta för att så snabbt som möjligt öka attraktiviteten samtidigt som vi kunnat säkra den kontinuerliga driften och framtida möjligheter på torget.

En medveten satsning har varit att överskrida budget för att säkerställa en grundetablering av hög kvalité under så lång period som möjligt. Dessa inköp avlastar budgeten 2026 då endast kompletteringar till denna satsning behöver finansieras.

Då detta tagit en stor del av budgeten har våra samarbeten med olika föreningar och organisationer varit en fundamental del i att kunna arrangera så mycket aktiviteter och evenemang som vi gjort.

Budgetfördelning



Måluppfyllelse & analys

2025 års mål och måluppfyllelse

Under året genomfördes två enkätundersökningar, på våren och hösten. Det genomfördes även en nollmätning innan verksamheten på torget startade. Denna genomfördes av Lysio och var viktig i formuleringen av de mål vi satte upp inför året.

Mål	Resultat
60 procent ska uppleva att Jan Stenbecks torg är en attraktiv plats.	→ I vårens enkätundersökning upplevde 56 procent Jan Stenbecks torg som attraktivt i stor eller ganska stor utsträckning. I höstens enkätundersökning var motsvarande siffra 76 procent.
26 procent skall uppleva att det finns aktiviteter som får de att stanna och vilja delta.	→ I maj uppgav 39 procent att torget hade attraktiva aktiviteter i stor eller ganska stor utsträckning. Motsvarande siffra från hösten enkät var 17 procent.
30 procent av de som deltar i aktiviteterna på torget skall vara barn mellan 0-14 år.	→ 50 procent av de deltagande i aktiviteterna under 2025 var mellan 0-14 år.
50 procent av de deltagande i aktiviteterna skall vara kvinnor.	→ 52 procent av de totala deltagarna i alla åldersgrupper var kvinnor.
För att uppnå dessa mål ska vi under 2025: • Arrangera minst 70 aktiviteter och evenemang. • Hålla torget öppet minst 250 dagar med aktiveringar. • Göra två etableringar/installationer som ökar den fysiska attraktiviteten av platsen.	→ Totalt anordnades 181 aktiviteter och evenemang. → Torget höll öppet med aktiveringar 257 dagar. → Det genomfördes totalt fyra stycken större etableringar för att öka den fysiska attraktiviteten. (trädlådor, vimplar, Vinterpaviljong och scen)

Analys av helheten

Målsättningarna för 2025 var ambitiösa men ändå realistiska i förhållande till de utmaningar som finns i att starta upp en ny plats. Vi kunde använd oss av erfarenhet från tidigare platser samt att vi hade ärvt möbler och andra installationer från en tidigare AMP. Detta gav oss chansen att överträffa dessa mål då uppstartfasen blev väldigt snabb. Ett exempel på detta var målet på antal genomförda aktiviteter, som passerades redan efter halva året. Utöver våra startförutsättningar kan detta härledas till tidigt engagemang i lokalsamhället med hjälp av personalens lokalkännedom och nätverk. Detta lade grunden till att skapa samarbeten med över 26 olika föreningar och organisationer.

En stor lärdom vi tar med oss till nästa år är erfarenheten av platsen. Trafikens påverkan som varit mycket större än vi tidigare trott, duvornas invasion och problemen de medför sig, en blåst som är dubbel det nationella genomsnittet osv.

En annan lärdom är det mänskliga beteenden på platsen, hur människor rör sig, beter sig och nyttjar våra aktiveringar exempelvis. Hur platsen förändras men också består genom alla dess skepnadsförändringar.

Stort fokus under året har legat på att etablera en grund att stå på och en infrastruktur för framtida verksamhet. Såväl med möblering som med installationer och utsmyckning. Detta skall sedan kunna kryddas under kommande år.

Samarbeten kombinerat med en flexibel organisation och ett öppet sinne är något som lagt grunden till ett lyckat 2025. Detta tillsammans med ett helt år av erfarenheter från platsen gör att vi hoppas kunna fortsätta med framgång på den inslagna vägen. Att utveckla Jan Stenbecks torg till en naturlig mötesplats för hela Kista men även Järva och resten av staden.

Ville bara stanna till och tacka för allt fint ni gör här på torget, särskilt nu mot vintern. Vilken skillnad det har blivit!

- Kvinnlig pendlare på väg hem från jobbet

Det har blivit riktigt bra här på torget, det märks skillnad. Detta skulle behövas på fler ställen, varför inte även på Kista torg?

- Handlande man, Kistabo

Wow! Inte varit i Kista på jättelänge, men gud vad kul att se att det händer saker här!

- Förundrad kvinna tillbaka i gamla områden

Vägen framåt & målsättningar 2026

Ett andra år är på många sätt en raffinering och utveckling av platsen efter ett första år med mycket etableringsfokus. Vi kommer sträva efter en liknande omfattning av aktiviteter och evenemang, 180 st. Fokus kommer dock snarare ligga på kvalitet. Vi vill utveckla det vi etablerat under 2025 och få fler att upptäcka platsen. Vi kommer skifta i vårt fokus från barn och unga och sikta in oss mer på arbetande i området under 2026. Vi hoppas kunna höja procentsatsen deltagande i arbetsför ålder från 34 procent till 40 procent. En annan prioritering kommer vara att bibehålla nuvarande könsbalans med hälften kvinnor och hälften män, i våra aktiviteter.

Kommunikation

Vi vill fortsatt nå ut genom traditionella medier samtidigt som vi utvecklar vår närvaro online. Följarmål på Facebook 100 (från nuvarande 26), följarmål på Instagram 500 (från nuvarande 314). Antal artiklar i traditionella medier hoppas vi kunna ligga på i snitt en i månaden, alltså 12.

Aktiviteter & Evenemang

Vi satsar på att nå en liknande siffra som förra året, alltså 180 men där vi vill att minst 33 procent är inriktat specifikt mot arbetande i området. Alltså 60 aktiviteter och evenemang med denna inriktning.

Gestaltning & Aktivering

Fokus för nya etableringar kommer ligga i Zon C för att fortsätta utveckla den ytan. Resten av torget kommer präglas av säsongsetableringar för att komplettera befintliga etableringar och stärka känslan av en levande plats som förändras med årstider, högtider osv.

Basverksamhet

Vi vill utveckla det löpande omhändertagandet av platsen och vill därför ta in en vaktmästare el liknande på arbetsträning under 2026.

Ekonomi

Vi kommer fortsätta optimera vår budget med strategiska samarbeten med olika organisationer för att uppnå gemensamma mål. Kombinerat med detta kommer tid även läggas på ansökningar om extern finansiering för projekt genom exempelvis fonder och stiftelser.



Kontakt



Helena Olsson

VD, Centrum för AMP
helena.olsson@centrumforamp.se
T: 070 520 81 10



Nergis Yildiz

Verksamhetsledare, Stenbecks torg
Nergis.yildiz@centrumforamp.se
T: 073 023 40 23