



Affärsplan 2021

TILLSAMMANS FÖR RONNEBY

En samverkan mellan Ronneby Kommun,
Ronneby Fastighetsägargrupp och Ronneby
Handel & Intresseförening.

INNEHÅLL

Affärsplan 2021

SID 6 BAKGRUND Sidrubriken tar dig genom BID-processens tillkomst och analyser. Men vi börjar med säl, sill, ett medeltida centrum och ett blodbad år 1564. Ronneby, staden med vatten som tema.



SID 23 PLATSUTVECKLINGSFONDEN
"Vi lyfter en kreativ idé."

SID 9 PLATSVARUMÄRKET är ett appendix till vår varumärkesstrategi, ett vertyg som hjälper dig att lyfta det Ronneby-unika. Tillsammans blir vi Ronnebyambassadörer.

SID 30 ETABLERINGSSTRATEGI

"Ett av de viktigare projekten vi har framför oss just nu."

- 3 Sammanfattning av år 2020
- 6 Bakgrund - vår identitet; Historien om Ronneby
- 7 Bakgrund - vår identitet; Storytelling
- 9 Bakgrund - vår identitet; Platsvarumärket Ronneby
- 10 Bakgrund - till modern stadskärneutveckling; Resan i BID-processen
- 14 Organisation; Långsiktigt samarbete permanentas
- 15 Organisation; Tillsammans för Ronneby bildas
- 18 Organisation; Syfte, vision & mål
- 21 Organisation; Fokusgrupperna
- 23 Organisation; Platsutvecklingsfonden
- 25 Nu & framåt; Analyser
- 27 Nu & framåt; Konkurrenter och styrkor & svagheter
- 28 Nu & framåt; Strategi, budget och risk
- 30 Nu & framåt; Samverkan och tre mål som gör skillnad
- 31 Nu & framåt; Delar av fokusgruppernas handlingsplan 2021

En sammanfattning av året som gått, 2020.

Aldrig har vi i modern tid varit i en så utmanande situation som under årets pandemi. Det sista halvåret har lärt oss mycket. Om vår sårbarhet. Om vad som är betydelsefullt. Världen har blivit mindre. Trots att vi nu är närmare varandra än tidigare är vi samtidigt mer isolerade. Det ställer speciella krav. På oss alla.

Krisen kom den 11 mars då Världshälsororganisationen konstaterade att vi stod inför en pandemi. Några dagar därefter gick Ronneby kommun upp i stabsläge och Krisledningsnämnden lanserade flera krispaket för att stötta det lokala närings-, förenings- och kulturlivet. Vi såg t.ex. elevluncher hos stadens krögare, avgiftsfria uteserveringar, kostnadsfri torghandel, avgiftsfria tillstånd t ex servering/livsmedel, uppskov med taxor, hyressänkningar, stöd till lokala konstnärer, förlustbidrag för inställda arrangemang, kostnadsfri rådgivning för näringsidkare m.m. Redan den 19 mars hade vi en företagsakut på plats.

Många av dessa åtgärder kunde snabbt tas i bruk tack vare ett inarbetat BID-samarbete, Business Improvement District. Genom projektet känner vi varandra väl och hittar lättare rätt person för ett uppdrag eller en lösning.

Prognoserna för detta års handel i Ronneby pekar mot en minskning på -17%, prognoserna för handeln i riket ca -8%. Men motgångar föder ofta kreativitet. Vi blir tvingade att tänka nytt. Det som tidigare varit i sin linda av förändring får ett snabbare förlopp. Flera positiva, och framför allt snabba, förändringar har fötts under coronakrisens inverkan, såsom Matbudet och nät-gallerian Handla lokalt i Ronneby.

En platsutvecklare för Tillsammans för Ronneby

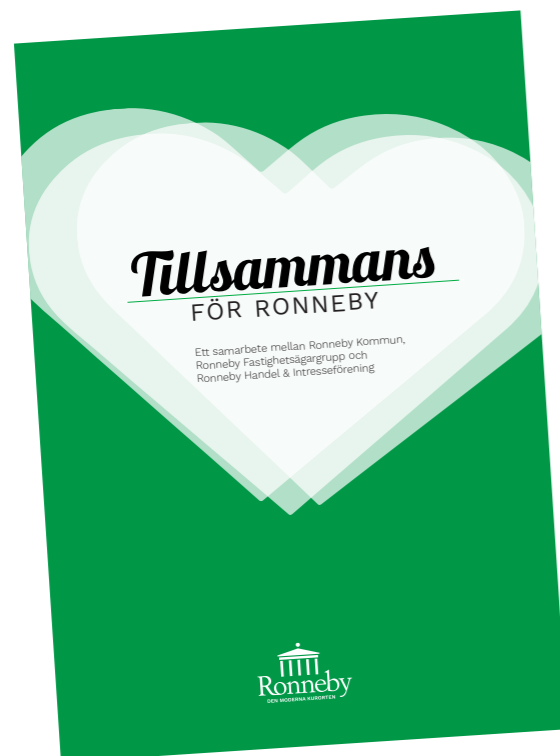
Att en fortsatt samverkan i BID-projektet skulle följa var alla överens om. För att möjliggöra det tillsattes en platsutvecklartjänst under årets första tertial. Platsutvecklaren har i sitt uppdrag att vara sammanhållande i den fortsatta processen kring stadskärneutvecklingen, nu i ett lite bredare perspektiv att innefatta även landsbygden, då stad och land är nära i Ronneby kommun. Den andra viktiga pusselbiten för en permanent fortsättning var en stabil organisation. Utifrån BID-processens lärdomar skapade de tre samverkansparterna Ronneby Kommun, Ronneby Handel & Intresseförening och Ronneby Fastighetsägargrupp konstellationen Tillsammans för Ronneby som innefattar styrgrupp och arbetsgrupper enligt BID-modellen. Organisationsmodellen finner du på sidan 15.

Platsutvecklingsfonden, att främja en idé

Det stod också klart att Ronneby Kommun kommer att finansiera det fortsatta arbetet med 100.000 kr årligen. Här föddes Platsutvecklingsfonden. Fonden finansieras av kommunens grundplåt och näringslivet förväntas bidra på motsvarande sätt. Redan första halvåret gav två Ronnebyföretag betydande belopp till Platsutvecklingsfonden, InfoTrader och Areff. Fonden ska främja kreativa och unika idéer att utvecklas för kommunens bästa. Tre oberoende ledamöter är utsedda och beslutar och beviljar enhälligt en ansökan. Mer om Platsutvecklingsfonden på sidan 23.

**Utmanande
& kreativt**

"Flexibiliteten har satts på prov.
Tänka om.
Tänka nytt.
Tänka om igen."



Genomfört i fokusgrupperna under året

Mycket blev annorlunda på grund av pandemin. De flesta arrangemang fick ställas in men nya idéer föddes och blev verklighet istället. Fokusgruppernas möten hölls inte med samma frekvens som tidigare alternativ flyttades fram eller genomfördes digitalt.

Exempel på genomförda punkter ur handlingsplanen 2020:

Fokusgrupp VARUMÄRKET

- Grafisk grön profil, redo att lanseras
- Mallar för affischer enligt grön profil, redo att lanseras
- Appendix Platsvarumärket, redo att lanseras
- InfoPoints, turistinformation i hela kommunen
- Informationsfolder om BID Tillsammans för Ronneby
- Informationsfolder om Platsutvecklingsfonden
- Folder Besöksguiden
- Ronneby-kartan
- Ronneby-Expressen, tåg med guide
- Guidade vandringar med historisk anknytning
- Hemsterkampanj

Fokusgrupp UTBUD

- Digital Julkalender i Destination Ronneby-appen
- Matbudet
- Digitala presentkort lanseras
- Pumpor till handlarna vid Halloween
- Kvällsöppet i butikerna den 18 december
- Julrundan, som blev inställd
- Nätgallerian www.handlallokaltironneby.se

Fokusgrupp PLATSEN

- Sommargatan
- Granar till stadens gator vid jul
- Julklappen på torget
- Julbelysning på landsbygden
- Namngivning av Fisktorget & torget
- Etableringsstrategi påbörjad

Fokusgrupp TILLGÄNGLIGHET

- Kajakbrygga Kilen inplanerad och budgeterad
- Cykelstrategi
- Cykelkampen
- Hircyklar på stationen
- Förbättrad information i busskurer

Fokusgrupp TRYGGHET

- Webinar "Lokal som medel för brottslig verksamhet" 110 deltagare
- Platsbesök av närpoliserna i ämnet "Säker butik", 7 besök
- Förbättrad belysning på Karlskronagatan och torget
- Deltagande i trygghetsvandring arrangerad av BRÅ och närpoliserna
- Utvecklad lägesbild med fakta och tips kopplat till trygghetsfrågor

Historien om Ronneby. Staden med vatten som genomgående tema.



”Sill och säl, ett medeltida handelscentrum och en blodig dag i september 1564.”

Ronneby är den äldsta staden i Blekinge och den har tillhört Danmark längre än den varit svensk. Under lång tid var staden ett betydande medeltida handelscentrum vid ån och havet.

Innan dess var det sillfisket som lade grunden till samhället vid Rottne å, vid åkröken, så väl skyddad med vatten på tre sidor. Det hjälpte dessvärre föga den 4 september år 1564 då svenskarna och Erik XIV intog Ronneby. Hela staden, utom kyrkan, brändes ner. Minst två tusen människor högs ihjäl och ån färgades röd av blod i det som historikerna kallar ”Ronneby blodbad”. Inne i Heliga Kors kyrka finns en kyrkdörr bevarad från den tiden. Den bär huggmärken gjorda av den svenska kungens män när de tog sig in i kyrkan, dit många av stadens invånare sökt skydd. En händelse som anses vara den mest grymma människoslakten i Norden.

Ronneby är kanske mest känd som en kurort. Järnhaltiga källor upptäcktes här år 1705 och sedan dess har brunnsvksamheten blomstrat ända fram till sekelskiftet 1900. Ronnebys hälsofrämjande vatten var vida känt och länge ansågs staden vara landets enda kontinentala kurort. Det har i hög grad påverkat stadsbilden som präglas av en framträdande träarkitektur i schweizerstil. Än idag är Ronneby Brunn ett känt begrepp som är starkt förknippat med staden.

År 1864 förstördes det mesta av Ronneby i en stor brand. De gamla medeltida gatustråken övergavs när staden byggdes upp igen och rätlinjiga gator kom till stånd, något som kännetecknar dagens centrala Ronneby. Bara området Bergslagen intill kyrkan klarade sig från branden. Där finns ännu de krökta gatorna kvar som följer åbrinken liksom trähusen från 1700-talet.

I nutid har flera större arkeologiska upptäckter gjorts, som det mer än 500 år gamla vraket Gribshunden. Skeppet tillhörde den danske kung Hans och är världens äldsta och bäst bevarade medeltida karack. Skeppet sjönk år 1495 på väg till viktiga samtal i unionen. Vraket och dess innehåll är välbevarat. Inom en 5-årsperiod planeras ett museum i Ronneby för detta internationellt intressanta vrak.

I Vång gjordes även ett arkeologiskt fynd i form av guldgubbar, vilket är det tredje största fyndet i Sverige. Guldgubbarna är daterade till 500–700-talen efter Kristus.

Vattenskärning, stort i Ronneby på 1980-talet, är den senaste kopplingen och tekniken till temat vatten. Ronneby är fortfarande något av världens nav för denna fascinerande teknik.

Säl ser vi numera åter på kobbararna i havsbandet.



Storytelling ger oss en djupare och mer levande bild av stad och kommun. Historien är utgångspunkten.

Historien om staden är en viktig del i modern stadskärneutveckling och inte minst för platsvarumärket. Här hittar man ofta det unika som inte finns någon annanstans. Det särskiljande. I storytelling utgör det grunden. Storytelling, om att skapa en berättelse om en plats eller en produkt, att knyta emotionella band till sin målgrupp, ger ofta en positiv känsla. Genom bland annat information, evenemang och upplevelser som är kopplade till Ronnebys historia och framtid fördjupar vi bilden och berättelsen om kommunen. I det långa loppet skapar vi ambassadörer för vår stad.

Storytelling med historisk anknytning kombinerar vi med den framtida berättelsen, nybyggnation och satsningar som skapar nya värden för invånare, näringsliv och besökare.

Ronneby kommun är under stark utveckling och vi satsar stort inför framtiden. Växtkraft Ronneby, det samlade konceptet för samtliga byggprojekt, och vårt arbete med att bli Sveriges första hållbara kommun, gör Ronneby kommun till en plats där gammalt och nytt möts och skapar platsunika upplevelser.

- Ronneby – den moderna kurorten
- Gestaltningprogram
- Guidade och/eller dramatiserade vandringar
- Appar
- Infopoints
- Nytt stadsmuseum
- Erbjudanden kopplat till vår historia och bakgrund hos företagen till exempel försäljning av souvenirer, speciell meny och/eller kaka, upplevelser, events med mera.



Platsvarumärket. Vår identitet. Det som gör Ronneby så unikt.



För att göra det gröna varumärket tydligare och mer lätt att använda har vi skapat ett appendix till varumärkesplattformen för Platsvarumärket.

Läs hela appendixet på www.ronneby.se/platsvarumarket

Ett platsvarumärke är ett varumärke som alla är en del av, en bild av destinationen. Platsvarumärket hjälper oss att lyfta fram det unika. Det som bara finns här, som särskiljer oss från andra destinationer. Det unika har formats genom historien. Av människorna. Av de fysiska tillgångarna på orten, av entreprenörskap och innovation.

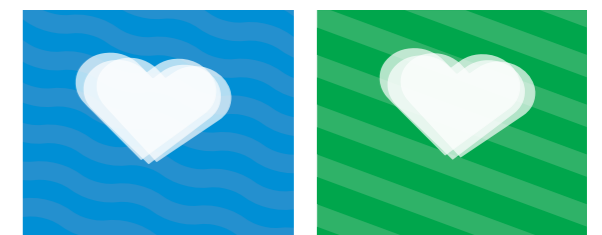
När vi samlas runt en gemensam bild att förmedla kan vi lättare attrahera fler att besöka oss, att flytta hit och att etablera företag här. Vi blir tydliga, mer trovärdiga och kraftfulla. Därmed ökar vi vår attraktivitet i konkurrens med andra platser och det hjälper oss att skapa tillväxt.

Appendixet är ett vägledande verktyg för till exempel ett företag som ska berätta om Ronneby, för en HR-avdelning som ska sätta ihop en platsannonser eller för en fokusgrupp som ska skapa ett nytt arrangemang. Här finns profilbärare, kärnvärden och fysiska tillgångar beskrivna på enkelt sätt.

Ronneby kommuns varumärken

Kommunen har två olika varumärken. Det **blå** varumärket är kommunens organisationsvarumärke som används när vi kommunicerar internt och externt.

Det **gröna** varumärket är platsvarumärket för Ronneby - den moderna kurorten, som används vid evenemang, mot turister eller när vi samarbetar med andra företag och föreningar, som till exempel i arbetet med BID - Tillsammans för Ronneby.



Vår resa i BID-processen med bakgrundsfakta. En uppgradering till modern stadskärneutveckling.

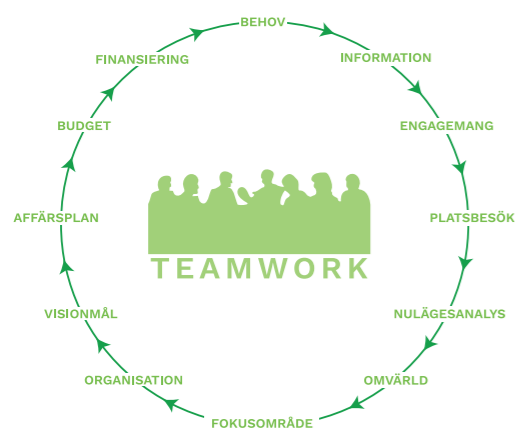
Så här startade det:

Fastighetsägarna Syd i Ronneby uppvaktade Ronneby kommun med en förfrågan kring hur olika aktörer gemensamt kan hitta ett bättre och djupare samarbete gällande etableringar och utveckling av stadskärnan. Vi kände att vi kommit till ett vägskäl i Ronneby. Kommun, fastighetsägare och företag inom handel och service behövde uppdatera sig om modern stadskärneutveckling och vad det innebär för alla parter. Vi behövde lära oss att arbeta i samverkan både med det strategiska och operativa arbetet. På andra platser i landet och världen har detta skapats med hjälp av BID-modellen, Business Improvement District. BID Ronnebys affärsplan bygger på mallen för den svenska BID-modellen, en modell som branschorganisationen Svenska Stadskärnor arbetat fram.

Det geografiska området

BID-området sträcker sig ursprungligen från Ronnebys centrala delar, längs Karlshamnsvägen, kring vilken en större andel handel ligger belägen och som även är "transportsträckan" mellan Handelsområde Viggen och centrum. I samband med den permanenta övergången till Tillsammans för Ronneby innefattas även kommunens kransorter och landsbygd i samverkansarbetet. Störst fokus kommer dock även fortsättningsvis ligga på stadskärnan eftersom det är motorn i kommunen.

Business Improvement District, BID, en samverkansmodell med fokusgrupper



- 1 **Varumärke** - identitet, profil, image och positionering.
- 2 **Utbud** - aktiviteter, upplevelser och service.
- 3 **Platsen** - funktion, utseende och utformning.
- 4 **Tillgänglighet** - färd sätt, framkomlighet och öppettider.
- 5 **Trygghet** - rent, snyggt och säkert.

Intressenter i BIDs centrala delar

BID-området i centrala Ronneby består av ca 45 butiker och varuhus, tre stormarknader, ca 20 matställen, ca 45 serviceverksamheter, åtta matbutiker och minilivs, tre apotek, tre bensinstationer och en biogasmack. Ett antal verksamheter är inriktade mot företagskunder samt ca 80 fastighetsägare med 120 fastigheter. Det finns 200 kommersiella lokaler samt offentliga verksamheter till exempel Kulturcentrum och bibliotek. Lägg därtill kransorter och företag och verksamheter på landsbygden.

Intressenter och samverkanspartners

- Ronneby kommun + kommunala bolagen
- Ronneby Handel och Intresseförening
- Ronneby Fastighetsägargrupp
- Blekingetrafiken
- Räddningstjänsten
- Polisen
- Länsstyrelsen i Blekinge

Ronnebys problemställning och utmaningar

Den fysiska handeln genomgår ett stålbad och en stor strukturomvandling som kräver anpassning till den digitala världen med global handel. Ett hot för en del verksamheter, en möjlighet för andra. Fastighetsägare, näringsidkare och kommun står inför utmaningar i samband med omvandlingen. Åtgärder krävs för att skapa en framtidssäker stadskärna med modern handel och service samt mötesplatser och platsunika upplevelser, som till exempel att ställa om lokaler för traditionell butik till serviceverksamhet och mötesplatser, som caféer/restauranger, samt omflyttning av hyresgäster för att bilda attraktiva stråk i staden.

Utmaningen är också att få till en väl fungerande samverkan kring platsutveckling med en gemensam plan och finansiering över tid. Ronnebys nya stadsdel Kilen med 250-300 boenden kommer att påverka trycket på stadens aktörer. Om fem år planeras det för ett nytt, stadsnära museum med internationell dragningskraft vilket förväntas locka ca 100 000 besökare om året. Det kommer att ställa nya och utökade krav på stadens service samtidigt som det kommer att ge oss positiv kraft och energi.

*"Nya handelsmönster utmanar.
Fler mötesplatser och mer
service i handeln.*

*100.000 besökare på
Gribshunden Museum.
Är vi rustade?"*

Museet kommer främst att fokusera på de unika fynd som gjorts utanför Ronneby, på guldgubbarna i Vång och det unika vraket Gribshunden.

Ronnebys aktörer, både offentliga och privata, behöver stå rustade för denna utveckling i alla led. Affärsplanen ska ge oss stöd i utvecklingen av Ronneby som plats. Affärsplanen beskriver hur vi ska göra detta tillsammans. Under BID-processen har cirka 200 representanter från kommun, andra myndigheter, fastighetsägare, företag inom handel, service, besöksnäring och föreningar varit delaktiga i arbetet med att ta fram grunden till affärsplanen. Medborgare har intervjuats och lämnat sina synpunkter på Ronnebys utveckling.

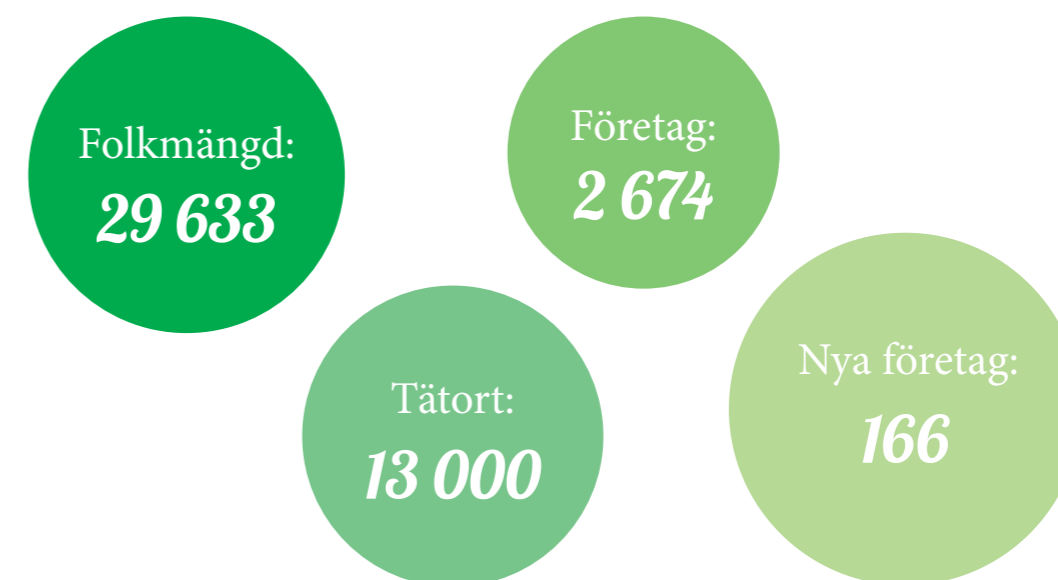


Ronnebys utveckling

I Ronnebys översiktsplan "Ronneby 2035" har man arbetat fram tre framtidsbilder: Nära till varandra (till exempel väl utbyggd infrastruktur, väl utbyggt digitalt samhälle), livskvalitet i stad och på landsbygd (till exempel attraktiva boendemiljöer, bredd av fritidsaktiviteter, kulturarv värnas, kulturlivet tillgängligt för alla) och guldläge för utveckling mitt i Blekinge (till exempel attraktivt innovationsnav, utbyggt samarbete för högre studier, attraktiva boenden, bra plats att starta och driva företag, förutsättningar för en rik besöksnäring tillvaratas och utvecklas). Visionen är en mosaik av attraktiva miljöer, hållbar bebyggelsestruktur, innovativt näringsliv med hög sysselsättning, hållbara kommunikationer, rik grönstruktur med höga naturvärden, robust samhälle i ett för-

ändrat klimat och teknisk infrastruktur och energi. För att nå framtidsbilderna har 19 planeringsstrategier arbetats fram. Ronneby kommun växer och är i en expansiv fas. Byggprojekt bedrivs inom olika segment både hyresbostäder, bostadsrätter, äldreboende, villaområden, skolor och nya verksamhetsområden för handel, service, industri och logistik. Detta visar på att Ronneby kommun utvecklas och att det finns handlingskraft och möjligheter.

Ronneby i siffror 2020



Ronneby ska förtätas med bostäder och enligt prognos kommer befolkningen vara 31 300 år 2030.

Ett långsiktigt samarbete. Ny styrgrupp, BID tar steget in i en permanent lösning.

En gemensam organisation och plan är en förutsättning för den affärsmässiga utvecklingen i. Det som gör platsutvecklingen speciell är det faktum att ingen enskild aktör äger den totala produkten – den skapas i samverkan. Det är ofta mer relevant att fokusera på begreppet "organisering" i stället för på "organisation", då ingen enskild aktör eller organisation ensam klarar uppgiften att sätta Ronneby tydligt på kartan. Det måste vi göra tillsammans.

Ronneby kommun i platsorganisationen

En kommun är uppdelad i flera olika instanser som beslutar, styr, undersöker och utför det som bestämts. De flesta av kommunens olika förvaltningar och bolag i kommunkoncernen är delaktiga i platsens utveckling. Näringslivsfrämjande arbete i en kommun är frivilliga insatser som kommunen inte enligt lag måste arbeta med. Det är en lokalpolitisk fråga hur stora resurser som ska satsas och på vilket sätt eller i vilken form kommunen ska arbeta med företagsfrämjande insatser. Ett starkt och livskraftigt näringsliv är avgörande för sysselsättningen, en bra kommersiell service till invånarna och en grund till skatteintäkter. I många kommuner är därför arbetet med att stärka och stödja näringslivsutvecklingen en prioriterad del i utvecklingen av ett samhälle som människor vill bo, verka och leva i. Denna prioritering finns i Ronneby kommun.

För att ta vara på utvecklingspotentialen är det betydelsefullt att det kommunala arbetet kring de insatser som görs är tydligt formulerat och integrerat i kommunens styrdokument. Dels för ledning i det egna arbetet, dels för att visa tydlighet och långsiktighet gentemot företagen. Samordning mellan kommunens olika förvaltningar ger en bättre helhetssyn och en samlad service till företag som möter kommunens olika verksamheter. Samverkansprocesser är en viktig del i platsutvecklingsarbetet. Ökad samverkan mellan förvaltningar är ett prioriterat område för att skapa goda förutsättningar. Att arbeta över förvaltningsgränser och ta ett helhetsansvar för utvecklingsfrågor är något som Ronneby kommun arbetar med och satsar på.



Företagen i platsorganisationen

Företagen arbetar med att ta till sig ny kunskap om olika målgruppers efterfrågan, det kan vara marknadsanalyser, marknadsundersökningar, trender med mera. Utifrån den kunskapen utvecklar företagen erbjudanden för att matcha målgruppernas efterfrågan. Företagen skapar nya erbjudanden och besöksanledningar. Företagen behöver ha en god kunskap om Ronnebys totala utbud så att de kan rekommendera och sälja in varandra. Viktigt att företagen tydliggör erbjudanden via de gemensamma hemsidor till exempel visitronneby.se och objektvision.se och att man kvalitetssäkrar utbudet. Att man har en bra service, ett gott bemötande och "vårdskap" samt att man engagerar sig i det gemensamma arbetet och i fokusgrupperna.

Roller och ansvar, ny styrgrupp bildad

Efter BID-projektets lyckade samverkan under två års tid var det ingen tvekan om att en fortsättning med samma typ av organisation var önskvärd, därför är nu en platsutvecklare som samordnar arbetet på plats sedan mars månad och en styrgrupp bildad. Ronneby kommun har stor del av ansvaret i platsutvecklingen men även Ronneby Fastighetsägargrupp och Ronneby Handel & Intresseförening har viktiga roller i bildandet av den nya styrgrupp som ytterst leder arbetet. Styrgruppen träffas 4-6 ggr/år. Alla tre parter har, förutom arbetet i styrgruppen, också ett övergripande ansvar för den nybildade Platsutvecklingsfonden, juridisk person för fonden är Ronneby Fastighetsägargrupp.



Tre parter i samverkan;

Ronneby Kommun
Ronneby Fastighetsägargrupp
Ronneby Handel & Intresseförening

Ronneby Kommun	Ronneby Fastighetsägargrupp	Ronneby Handel & Intresseförening
Styrgrupp		
Platsutvecklare Näringslivsenheten Ronneby Kommun	Evenemangssamordnare Visit Ronneby Ronneby Kommun	Medlemmarna i Ronneby Fastighetsägargrupp Ronneby Handel & Intresseförening
Fokusgrupperna: Varumärket Utbud Platsen Trygghet Tillgänglighet		
Referensgrupp Föreningar Organisationer Medborgare Myndigheter		

”Tillsammans utvecklar vi ett arbetssätt för att gemensamt nå våra mål”

I organisationen för Tillsammans för Ronneby har styrgruppen det övergripande ansvaret för de fem fokusgruppernas arbete: Varumärke, Utbud, Platsen, Tillgänglighet och Trygghet. I övrigt ska samverkansgrupper och projektgrupper bildas enligt platsens affärsplan med tillhörande handlingsplan.

Ronneby kommuns platsutvecklare är den som föredrar löpande information till föreningens styrelse och enligt kommunens styrdokument som tjänsteperson anställd på näringslivsenheten.

Styrgruppen gör årlig uppföljning av den gemensamma affärsplanen för platsutvecklingen, vilken som platsutvecklaren sedan rapporterar till kommunstyrelsen.

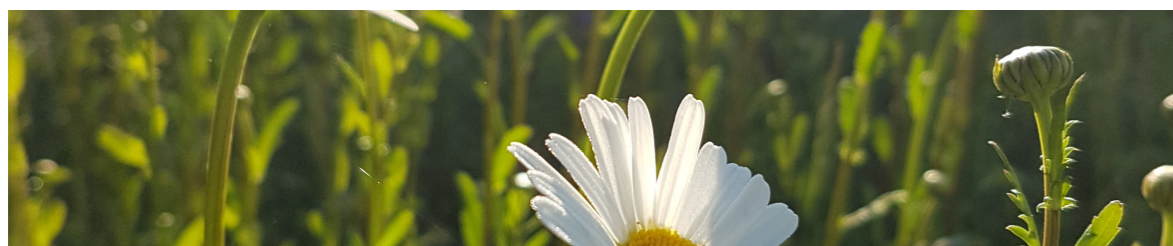
Andra politiskt beslutade styrdokument, direktiv och planer som gäller för kommunens platsutveckling ska beaktas.

Samverkansorganisationens syfte är att främja målbilden och ska vara hållbar över tid genom att låta organisationen växa fram utifrån handlingsplan och prioriteringar. En årlig kommunikationsplan ska bidra till en framgångsrik kommunikation och återkoppling med fokusgrupper, intressenter, näringsliv, politik, invånare med flera. Ett fortsatt engagemang hos alla intressenter är en förutsätt-

ning för ett lyckat arbete med platsutveckling. Då hela den här utvecklingsprocessen bygger på dialog, delaktighet och samverkan så kommer vi inom ramen för vårt arbete att tillsammans utveckla ett framgångsrikt sätt för hur vi skall driva våra gemensamma strategiska frågor, både i ett drifts- och utvecklingsperspektiv.

Evenemangssamordning

Inom samverkansorganisationen ska evenemangssamordning ske i samråd med Fokusgrupp Utbud där även kommunens evenemangssamordnare ingår. Dels handlar det om att attrahera, utveckla och marknadsföra evenemang, och dels nätverk mellan evenemangsarrangörer. Den gemensamma hemsida för detta arbete är visitronneby.se



Gemensamma åtaganden:

- Gemensam styrgrupp som leder arbetets inriktning bestående av representanter för de tre parterna. Styrgruppen leder arbetets inriktning
- Årligen revidera den gemensamma affärsplanen med handlingsplan för platsutvecklingen som ska godkännas av styrgruppen
- Ta initiativ för att utveckla platsen
- Stärka platsvarumärket TILLSAMMANS FÖR RONNEBY
- Bidra till förutsättningar för etableringar av verksamheter
- Möjliggöra för att evenemang genomförs
- Löpande omvärldsbevakning kring frågor som är relevanta för platsens utveckling
- Ha en löpande dialog mellan parterna för att bibehålla och skapa samsyn
- Sprida kännedom om det gemensamma arbetet och avsiktsförklaringen som skrivits mellan parterna
- Bidra till platsutvecklingsfonden

Ronneby kommuns åtaganden:

- Sprida kännedom om avsiktsförklaringen och den gemensamma affärsplanen med handlingsplan till berörda nämnder, förvaltningar och dotterbolag
- Skapa ett arbetssätt för tydlig och effektiv samverkan med Ronneby Handel & Intresseförening och Ronneby Fastighetsägargrupp
- Utse tre representanter till styrgruppen samt representanter till fokusgrupperna för platsutveckling
- Gemensamt med Ronneby Fastighetsägargrupp och Ronneby Handel & Intresseförening ansvara för Platsutvecklingsfonden
- Upprätthålla en organisation vars uppgift är att arbeta enligt syfte och målen i avsiktsförklaringen och utifrån gemensam handlingsplan för platsen

Ronneby Handel- och intresseförenings åtaganden:

- Vara en länk mellan aktörer i handel- /besöksnäring och Ronneby kommun
- Sprida kännedom om samarbetet och gemensamma projekt
- Vara remissinstans för platsens utveckling
- Föreslå personer som ska ingå i föreningens styrelse och fokusgrupper för platsutveckling
- Vara en aktiv part kring evenemang och platsutvecklingsprojekt
- Gemensamt med Ronneby kommun & Ronneby Fastighetsägargrupp ansvara för Platsutvecklingsfonden
- Genom medlemsföretagens engagemang utveckla erbjudanden
- Utse representant till kommunens näringslivsråd

Ronneby Fastighetsägargrupps åtaganden:

- Vara en länk mellan fastighetsägare och Ronneby kommun
- Sprida kännedom om samarbetet och gemensamma projekt
- Vara remissinstans för platsens utveckling
- Vara en aktiv part kring etableringar och platsutvecklingsprojekt
- Arbeta med att klustra verksamheter (klusterutveckling)
- Vara juridisk person för Platsutvecklingsfonden
- Utse tre representanter till styrgruppen samt representanter till fokusgrupperna för platsutveckling
- Uppmuntra hyresgäster att bidra till den gemensamma utvecklingen av platsen
- Utse representant till kommunens näringslivsråd

Syfte, vision och mål är vägledande. Styrgruppen sätter målen och i fokusgrupperna sker det dagliga arbetet i samverkan.

Syfte



Syftet med platsutvecklingen, är att genom samverkan mellan privata och offentliga aktörer utveckla miljöer och boende. Syftet är också att förstärka den lokala konsumtionen av platsens varor, tjänster, upplevelser och kultur inom det geografiska området. Ytterligare är det att tillsammans med kommunen ge Ronnebys föreningsliv och näringsliv ännu bättre förutsättningar att växa inom den egna verksamheten, vilket leder till ökad stolthet bland invånarna.

Vision



Med Tillsammans för Ronneby skapar vi en stark, attraktiv, välkomnande och konkurrenskraftig kommun med livskvalité i fokus. Det stärker också kommunens platsvarumärke Ronneby – den moderna kurorten.

Mål



Målet är att skapa en attraktiv plats för fler besökare, bättre lönsamhet för företag i handel- och besöksnäring, hållbara etableringar, nya arbetstillfällen och en trivsamt miljö att verka och bo i. Det övergripande målet är att bidra till en levande miljö med ett attraktivt och rikt utbud av shopping, mat, fika och upplevelser. Resultatet av arbetet blir att vi har en god service i en trivsamt och trygg miljö samt god tillgänglighet.

Quality Mark, QM

Efter tre år, med samverkansavtal på plats och en planerad och dokumenterad plan för tre år framåt, kan vi ansöka om en QM och därefter nomineras till Årets stadskärna. Det handlar i stort om att ha struktur och styrning: vision – strategi – åtgärdsprogram och prioritering. QM krävs för att söka till Årets Stadskärna.

Visionen. Så här när vi den.

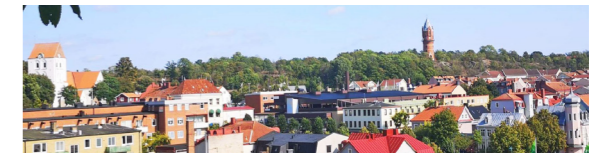
För att leva upp till visionen behöver vi hålla fast vid en långsiktig och hållbar samverkansorganisation med en gemensam affärsplan och handlingsplan med tydligt syfte och tillhörande finansiering. I stadsutveckling är det viktigt att ha ett processtänk. När du närmar dig dina mål är det dags att utvärdera, omvärdera och omstarta med nya mål. Därför måste vi hela tiden tillsammans jobba mot nya horisonter.

En tät stadskärna med blandade funktioner

Skapa flöden är väsentligt. Ronnebys stadskärna ska vara tät, ha många blandade funktioner som till exempel boende, kontor, butiker, restauranger, service, tjänster och lokaler samt många naturliga mötesplatser. Det ger ett flöde av människor under en stor del av dygnet. Stråken ska vara korta och erbjuda många vägar att gå, exempelvis genom gränder eller öppna innergårdar. Det är viktigt att planera för bostäder och arbetsplatser likväl som handel och service.

pusselbit i arbetet med en fördjupad översiktsplan (FÖP) för centrumkärnan där vision och strategi för området stakas ut och tänkt framtida markanvändning tydliggörs. När dessa finns på plats har vi ett nödvändigt underlag för att ta fram en gemensam etableringsstrategi, som ska ligga till grund för vad som ska vara var.

Ett antal pilotprojekt testas med fördel som en del av arbetet med stadslivsanalysen. Lärdomar och erfarenheter från projekten tas med när en mer långsiktig framtidsbild för stadens platser inklusive torget tas fram.



Strategiskt arbete

För att uppnå en strategisk platsutveckling som går hand i hand med etableringsarbetet ska vi ta fram en stadslivsanalys och en stråk- och kvarteranalys samt en trafikanalys. De blir sedan en viktig

Målet. På detta sätt uppnår vi det.

Det övergripande målet är att bidra till en levande stadsmiljö med ett attraktivt och rikt utbud av offentlig och privat service såsom shopping, mat, fika och upplevelser. Ronneby ska förknippas med god service, trivsamt och trygg miljö samt god tillgänglighet. Tillsammans för Ronnebys uppdrag är att skapa och vårda en samsyn hos aktörerna för hur man gemensamt skapar detta genom dialog och strukturerad samverkan.

Framgångsnycklar

Under projektarbetet har vi identifierat några nycklar till framgång. Det handlar i korthet om att bygga stolthet och goda ambassadörer, att ha aktiva nätverk och att känna delaktighet. Transparens, att jobba med pilotprojekt, att ha gemensamma planer, och att mäta och utvärdera arbetet är andra faktorer för att nå målen.

Att våra målbilder dessutom stämmer överens med handlingsplanen är en förutsättning för att nå våra utsatta mål. Därefter sker den verkliga förflyttningen i arbetet i våra fokusgrupper.

Mätning av mål

Det är viktigt att vi tillsammans definierar våra mål. Vi kommer att arbeta med olika mätetal, både kvantitativa och kvalitativa, mjuka och hårda värden. Vi behöver bli bättre på att mäta till exempel kundflöden. Styrgrupp och platsutvecklare får i uppdrag att identifiera de viktigaste målen att mäta och som är möjliga att följa upp och som fungerar över tid. Nedan några förslag:

Kvantitativa mål

Graden av samverkan skall ha ökat, vilket vi mäter genom:

- Antal erbjudanden som utvecklats i samverkan mellan aktörerna
- Antal aktörer som engagerar sig i våra gemensamma aktiviteter och satsningar
- Antalet offentliga investeringar som görs för att skapa förutsättningar
- Antal besökare
- NKI – Nöjd Kund Index, Insikt
- HUI Cityrapport – Försäljningsindex med omsättningsutveckling och sysselsättning för olika branscher
- Besök och omsättning vid evenemang
- Antal etableringar som sker (dag- och kvällsverksamheter)
- SCB Gästnattstatistik
- SCB Folkmängd – totalt i Ronneby och antal personer som bor i tätorten/kärnan
- Svenskt Näringslivs mätning och ranking av företagsklimatet
- Antal besökare & klick – digital marknadsföring

Kvalitativa mål

- SCB – medborgarundersökning
- Omdömen från besökare
- Attitydundersökningar till exempel torgmiljö (före/efter), gestaltning

Agenda 2030

För att vara relevant i samverkan med företagen, internt i kommunen och med andra aktörer är det en förutsättning att kommunen tar till sig och förhåller sig till Agenda 2030, vilket Ronneby kommun tydligt beskriver i sin budget och plan. Målet är att Ronneby ska bli Sveriges första hållbara kommun. De strategiska målområdena och arbetet med att nå dessa ska ha en koppling till FN:s globala mål för hållbar utveckling enligt Agenda 2030. I Tillsammans för Ronneby arbetar vi främst med målområde 11, 12 och 17.



Vägen till målet

”Det är under resans gång man samlar erfarenheter till nästa projekt.”

Fokusgrupperna. I samverkan mellan de tre parterna sker arbetet med olika inriktning.

Vi jobbar fortsatt med fem fokusgrupper enligt BID-konceptet då det visat sig vara framgångsrikt; Varumärket, Utbud, Platsen, Trygghet och Tillgänglighet. I varje grupp finns representanter från de tre samverkansparterna, dvs Ronneby Kommun, Ronneby Fastighetsägargrupp och Ronneby Handel & Intresseförening.

Fokusgrupp Varumärke

Platsvarumärket ska vi vårda genom att ta hänsyn till form, färg, arkitektur och material från vårt kulturarv. Att ta tillvara platsernas egna kvalitet, identitet och historia och med stolthet bevara dem. Vi ska arbeta för det goda värdskapet. Hos oss ska man bli väl mottagen och bjudas på personliga upplevelser som sticker ut. Vi ska vara omtänksamma och hjälpa varandra i sann bruksanda.

Fokusgrupp Utbud

Vi ska synliggöra det rika utbud som redan erbjuds i området och arbeta strategiskt för att utöka utbudet utifrån befintligt näringsliv och medborgarnas behov av service och tjänster. Aktiviteter i det offentliga rummet ska arrangeras återkommande och regelbundet i samverkan mellan det offentliga, ideella och privata. Arbetet ska präglas av glädje och mångfald. Kultur, konst och Ronnebys historia ska få en betydande plats i offentliga rummet. De skatter som i dag finns ska lyftas fram för alla att ta del av och känna stolthet över.

Fokusgrupp Platsen

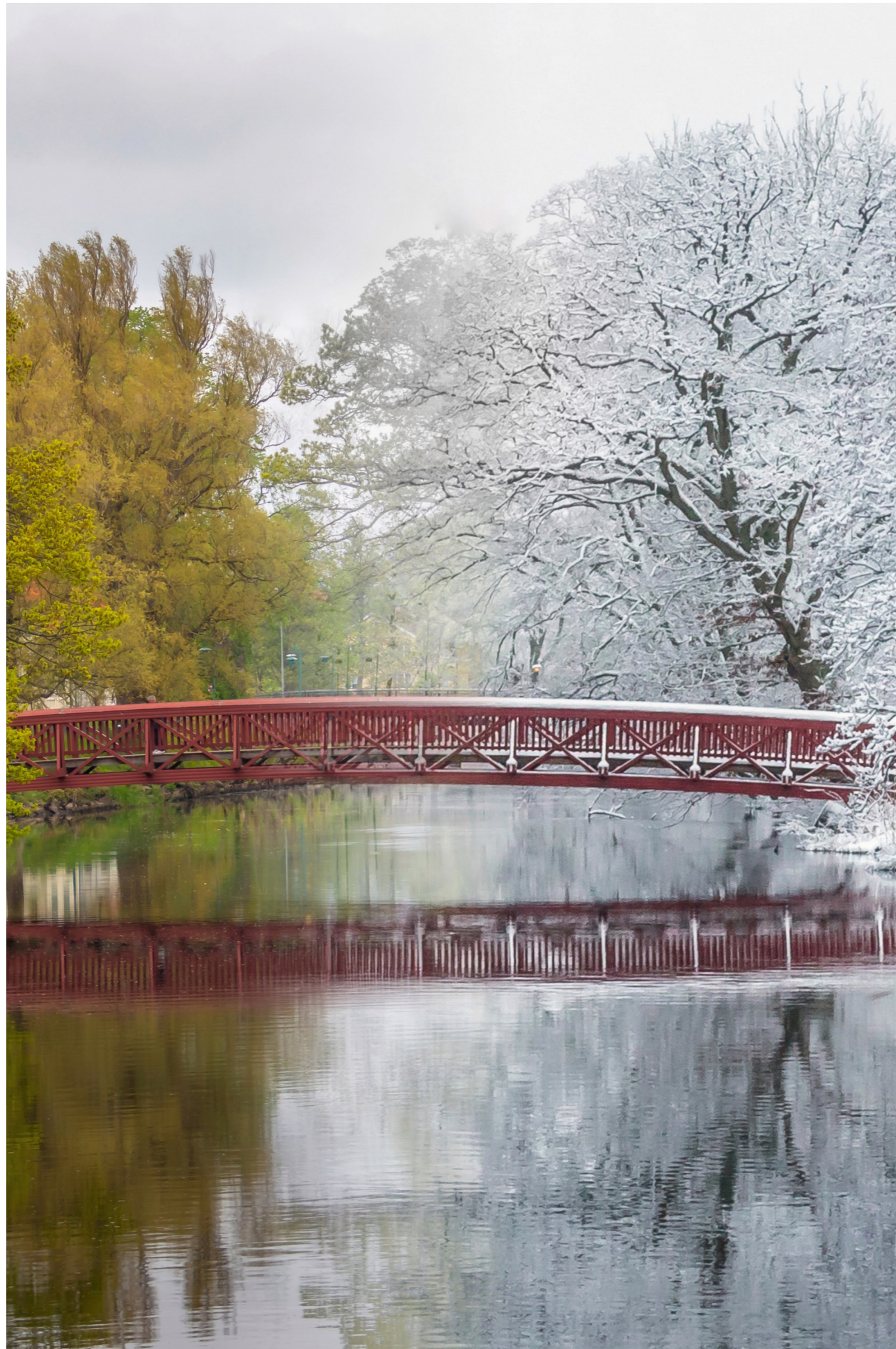
Alla ska inte bara vara välkomna utan också känna sig välkomna. En samlingspunkt för alla, dag- som kvällstid. Platserna i området ska ha sina olika funktioner. Tillsammans skapar vi platser där man vill hänga länge och ofta. En oas med färg och form, härligt grönt och vackert, konst och kultur, kärlek och värme. Attraktiva platser lockar människor till att mötas. I vårt framtida arbete med byggnationer, etableringar eller andra nya inslag i det offentliga rummet ska vi ha modet att våga sticka ut och prova nya lösningar

Fokusgrupp Trygghet

Området ska vara så trevligt och stämmingsfullt att man vill flanera i området året runt, dag som kväll. Tillsammans skapar vi en känsla av att alla äger platsen och har ett gemensamt ansvar och intresse i den. När man är rädd om varandra och sin plats blir den ren, trygg och säker.

Fokusgrupp Tillgänglighet

Det ska vara välkommande, enkelt och tryggt för alla att ta sig fram. Att hitta och röra sig inom området. Vi behöver öppna upp med centrum-skytning från E22 och hela vägen in i stadskärnan. Aktivt arbeta för gång- och cykelstråk till och från våra områden. Synliggöra och knyta samman våra områdens viktigaste "hubbar/nav" men också tydligt hänvisa till andra platser och sevärdheter som ligger utanför själva området.



Platsutvecklingsfonden. Ger stöd och möjlighet för en kreativ idé att utvecklas.



Platsutvecklingsfonden öppnar för möjligheter att förändra vår stad och kommun i en positiv riktning!

Fondens syfte är utveckla intresset och engagemang hos företagen i Ronneby Kommun att stärka och driva aktiviteter som ökar antalet fysiska besökare. Målet och visionen är att skapa en mer attraktiv, välkomnande och konkurrenskraftig kommun med livskvalité i fokus, samt att öka flödet av människor i kommunen.

Platsutvecklingsfonden leds av tre oberoende ledamöter som är utsedda av styrgruppen för Tillsammans för Ronneby. Ledamöterna värderar en idéns hållbarhet utifrån visionen och deras beslut går inte att överklaga.

Kommunen bidrar varje år med 100.000 kr till fonden och näringslivet förväntas att bidra på samma sätt. Redan första året har två lokala företag, Info Trader och Areff, bidragit med stora belopp då man ser positivt på Ronnebys framtida utveckling.

Juridisk person för Platsutvecklingsfonden är Ronneby Fastighetsägargrupp.

Några av fondens villkor:

Platsutvecklingsfonden ska främja nya idéer och aktiviteter. Bidraget som ges ska användas till kostnader som gör aktiviteten unik och nyskapande.

Fonden bidrar med max 50% av aktivetskostnaderna, maxbelopp är 30.000 kronor per aktivitet, en summa som revideras varje år.

Ansökta medel avser inte att täcka personalkostnader, kostnader för eget arbete eller varor avsedda för försäljning.

Till ansökan ska en ekonomisk kalkyl och plan för aktiviteten genomförande bifogas.

Ge din idé en chans!

Har du en kreativ idé som du vill ha hjälp med att finansiera? Ge den en chans! Du finner mer om möjligheter och villkor på

www.ronneby.se/platsutvecklingsfonden

En nuläges- och omvärldsanalys visar vägen framåt med handlingsplaner och aktiviteter för Ronnebys bästa.

Analys En nulägesanalys för BID-projektet i Ronneby sammanställdes år 2018. Alla intressenter bidrog med engagemang och man fick ökad kunskap om stadskärnutveckling och förståelse för varandras verksamheter. Ett omfattande arbete gjordes då för att inhämta material. Nulägesanalysen bygger fortsatt på befintliga styrdokument, utredningar, nyckeltal, statistik och fakta kompletterat med stadsvandringar, platsstudier, workshops och marknadsundersökningar. Nulägesanalysen ligger till grund för vårt fortsatta arbete med affärsplanen och handlingsplanen utifrån våra fokusområden.

Marknaden

Ett år av pandemi har utmanat de flesta verksamheter, mest utsatta är förmodligen handel, service och besöksnäring. En tuff vår med låg omsättning som sedan stärktes upp under sommarmånaderna i samband med hemester. Andra vågens pandemi i skrivande stund (december 2020) utmanar mer än tidigare, något som sannolikt kommer att förändra spelplanen, i vilken omfattning och på vilket vis är ännu oklart.

Detaljhandeln i Ronneby kommun uppvisade en positiv tillväxt om 1 procent år 2019 vilket kan jämföras med rikets tillväxt om 3 procent. Ronnebys utveckling var den samma som länets utveckling, det vill säga 1 procent. Totalt uppgår detaljhandelsomsättningen i kommunen till drygt 1 475 miljarder kronor.

Marknadspotential

Med den tillväxt och intresse som generellt sett finns för nyetableringar i Ronneby tror vi starkt även på vår stadskärna. Pandemin utmanar oss nu men det finns kraft och vilja att tillsammans lyckas med en omställning som tar hänsyn till ändrade shoppingmönster och behov av nya mötesplatser.

Försäljningsindex är ett mått på handelns styrka och utgår från försäljning per invånare. Ett index över 100 visar att handeln har ett inflöde från andra kommuner, medan ett lägre index visar ett utflöde. Ronnebys index har historiskt varit svagare än länets. 2019 hade Ronneby ett index på 88 för dagligvaror och ett index på 59 för sällanköp, vilket gav ett index på 74 för den totala detaljhandeln. I cityrapport för Ronneby konstaterar HUI, Handelns Utredningsinstitut, att de mönster som man kan se i Ronneby följer ett mönster för handelns utveckling generellt.



”Det genuina och unika, liksom upplevelser och möten, blir allt viktigare i det digitala samhället.”

Stadskärnans utveckling och drivkrafter

Den bransch som haft enskilt största utveckling i Ronneby stadskärna är Restaurang med en ökning om 6,3% år 2019 jämförst med rikets 3%, medan Hem & Fritid ökade med 5% jämfört med rikets 1%.

Under 2018-2019 hade samtliga branscher i stadskärnan, förutom Kommersiell service om - 7%, en starkare utveckling än jämförbara städer i riket. Beklädnad i Ronneby hade under samma period en tillbakagång om -2% jämfört med rikets -4%.

Trender

Vi ser ett förändrat kundbeteende och konsumtionsmönster som blivit extra tydligt under pandemin. Den demografiska utvecklingen medför ökad tillväxt inom e-handeln. Handeln blir mer tekniskt sofistikerad. Digitaliseringen driver fram nya affärsmodeller. Vi ser även en förändrad användning av lokaler och platser i stadskärnan. Framtiden ställer krav på digitala lösningar men också dess motpoler, dvs unika butiker, upplevelser och möten.

Vi bör ägna både tid och resurser, genom platsutvecklingsfonden och äskade medel, för omvärldsbevakning, studieresor, seminarier, utbildning med mera för stadens aktörer, för att säkra en gemensam utveckling och framtid som går i takt med kundernas förväntan.

Platsinnovativ stadskärna

Platsinnovation handlar om att skapa synergier, till exempel mellan handel och besöksnäring. På kulturhistoriska platser kombineras boende, shopping och aktiviteter för en helhetsupplevelse och skapar mervärde utifrån den specifika platsen. Upplevelseorienteringen medför att gränserna mellan stadskärnans olika branscher alltmer suddas ut, handel sammanvävs med tjänster och aktiviteter inom den övriga besöks- och upplevelsenäringen.

Trendspaning

- Upplevelser, det platsunika
- Digitalisering, e-handel, hembeställning matkassar, läkarbesök i mobilen, digitala utbildningar påverkar flödet av människor i stadskärnan. En digital närvaro krävs av handeln. Motsatsen är ”slow cities” med lokal mat och dryck, kulturell mångfald och atmosfär.
- Kundbeteende, life on the demand, det mesta finns att tillgå genom ett klick.
- Inkludering, större mångfald.
- Fler mötesplatser.

Exempel gestaltning: Paraplyhimmel på en gata, vertikala skogar/husfasader.

Exempel innehåll: Obemannade mataffärer t.ex. Amazon go, showrooms, mobilappar, streamad inredning = hyra i stället för köpa.

Exempel marknadsföring: Innehållsmarknadsföring (t.ex matbutik erbjuder recept), korta videos som inspiration på nätet.

Koncept, projekt och aktiviteter med fokus på platsen: Tar avstamp i Ronnebys historia, till exempel Gribshunden, kurort, blodbad med mera.

Vårt utbud ska matcha behovet

En viktig del av att skapa utveckling är att vi betraktar Ronneby som en destination. Vi tjänar på att samverka och agera som en aktör för att kunna konkurrera. Precis som alla företag har destinationen Ronneby ett huvuduppdrag – att föra ihop vårt utbud med efterfrågan. Våra erbjudanden ska matchas mot olika marknader och målgruppers livsstil, behov och intressen.

Målgruppernas olika behov

Marknadsundersökningar vi gjort visar att befintliga invånare, företag, organisationer, föreningar, nyinflyttade och besökare saknade följande butiker och mötesplatser i Ronneby, år 2018:

Invånarnas behov:



Företag och återvändare har andra typer av behov i fokus

Företag som vill etablera sig i kommunen har naturligt andra typer av behov jämfört med den enskilda invånaren, dock är den samlade bilden värdefull för att vara en attraktiv plats att etablera sig på. När det gäller privatpersoner är det många som återvänder till sin hemstad när det är dags att bilda familj, och många nyinflyttare söker just den lilla ”10-minuters-staden” där all service nås på kort tid och där kultur och natur är nära.

Etablerare & Investerares behov:



Återvändare & nyinflyttares behov:



Konkurrenterna

Konkurrensen finns till stor del inom förändrat kundbeteende och vad vi människor väljer att spendera våra pengar och vår fritid på. Marknadsundersökning och HUI Cityindex visar hur handel och service i Ronneby konkurrensutsätts hårt både fysiskt och digitalt.

Ronneby har ett visst utflöde från kommunen vad gäller dagligvaror och ett stort utflöde vad gäller sällanköpsvaror. Stora etablerade handelsplatser i Karlskrona och Kristianstad ligger inom 30 respektive 60 minuters köravstånd. Det råder tuff konkurrens att locka till sig affärskedjor, där de största konkurrenterna är Karlskrona, Karlshamn, Kristianstad, Växjö, Kalmar och Malmö (Emporia).

Även i de planerade projekten i sydöstra Sverige ser vi hård konkurrens framöver. Glädjande kan nämnas att Ronnebys eget handelsområde Viggen utvecklas mycket positivt och expansionsplanerna växer fram ytterligare. Det finns ett stort intresse för etableringar på dessa ytor men även på området vid Ronnebys östra infart.

Styrkor och svagheter i jämförelse med konkurrenterna

En SWOT-analys har genomförts i BID-projektet under 2014 och 2016. Den har därefter reviderats under 2018 och så även under år 2019 och 2020.

STYRKOR

- Tillsammans för Ronneby
- Digitala presentkort
- Befolkningstillväxt
- Fri parkering
- Lokaler
- Engagemang
- Handelsområdet Viggen
- Småstadmiljö, ”tio-minutersstaden”
- Brunnsparken
- Ronnebyån
- Bergslagen & Heliga Kors kyrka
- Kulturcentrum
- Naturum
- Närhet till land & stad

- Skärgårdsmiljö
- Karön
- Skärgårdsbåten Astrid
- Arkipelag 56
- Tosia bonnadan
- 39 naturreservat
- Gribshunden i Kallvattenkuren
- Blekinge Flygflottilj

SVAGHETER

- Trafiken
- Skyllpolicy saknas
- Hyresgästmixen
- Vi - Dom
- Samverkan krögare
- Självbilden
- Öppetider
- Utbudet av butiker
- Policy event saknas
- Offentliga mötesplatser saknas
- Klimatskydd
- Små affärslokaler
- Belysningen
- Okunskap
- Synkning evenemang

MÖJLIGHETER

- Sälj produkter + kunskap
- Showrooms
- Vatten
- Kvällsekonomi
- Gribshunden Museum
- Torghandel lördagar
- Citykarta utbud fakta
- Mötesplatser
- Funktionsuppdelad stad
- Budget
- Etableringsargument
- Konst & kultur
- Stimulera alla sinnen
- Handelsstrategi
- Korttidskontrakt lokaler

- Fastighetsägarsamverkan
- Koppling Brunnsparken visuellt
- Etableringsstrategi
- Stadslivsanalys
- Skapa upplevelsemiljöer
- Rekommendera varandra
- Bakgårdarna
- Turism
- Nyanlända
- Utveckla småstadscharmen
- Förtätning
- Fantasisfulla rondeller
- Nyttja platsvarumärket fullt ut

HOT

- Pandemins effekter
- Negativ spiral
- Okunskapen
- Oengagerade aktörer
- Känslan av otrygghet
- Politiskt ointresse
- Attityden
- Informationsbrist
- Självbilden
- Dålig köpkraft
- E-handeln

Strategi, budget & risk. Ett långsiktigt förhållningssätt till framtiden.

Med ett gemensamt ansvar och ökad samverkan jobbar vi långsiktigt och fokuserat med platsutveckling av Ronneby kommun. Vi ska fortsätta prova nya vägar med en stark framåtanda som tar hänsyn till hela destinationen. Vi ska fortsätta prova nya lösningar, så som arbetet under pandemin visat oss. Ronneby stad ska bibehålla sin karaktäristiska småstadskaraktär men vi ska arbeta mer fokuserat med att skapa levande miljöer i det offentliga rummet. Vi vill erbjuda element som bidrar till en kvalitativ fritid, goda pendlingsmöjligheter samt skapa gröna områden och nybyggnation på platser som behöver förtäta. Förståelsen för vår framtid med megatrender som digitalisering, urbanisering och globalisering är av största vikt.

Marknadsföringsstrategier

Det finns en mängd strategier och mål för marknadsföring. Att ha en stabil grund med ett tydligt varumärke är det mest åtråvärda målet och för en kommun utgörs den grunden av våra invånare. Att ha **goda ambassadörer** är det mest optimala och dit vi verkligen strävar. Ett gott ambassadörsskap sprider trovärdiga ringar på vattnet och är naturligtvis oerhört värdefullt.

Bemötandet är troligtvis stadens viktigaste form av kommunikation. Det handlar om hur staden tar emot besökare och vilket som blir deras intryck, om staden är lätt- eller svårnavigerad via sin skyltning, tillgänglighet i form av parkeringsplatser och smidig kollektivtrafik. Ännu viktigare är det personliga mötet, det **bemötande** besökare får i kontakt med stadens människor. Genom riktade satsningar på samverkan och hög servicenivå bland dem som jobbar i serviceyrken kan upplevelsen av staden få ett ordentligt lyft. Invånarna är viktiga.

Att vara särskiljande är en viktig del för att synas i mängden. Ronneby har mycket att plocka fram som är **unik**, det som inte finns någon annanstans. Appendix Platsvarumärket berättar mer om detta, hur vi tillsammans ger samma bild av det som bara finns hos oss.

Det skrivna ordet väger tungt. Det som förmedlas i olika typer av medier bidrar starkt till bilden av en plats. Ett redaktionellt material, som fokuserar på **nyhetsinnehåll**, är mer opartiskt och därför mer trovärdigt. I de lokala nyhetsmedierna förs det

mesta av den lokala debatten kring frågor som rör stadens utveckling. Därför är det centralt att få den egna verksamheten att synas och höras där. Kändisar och "lokala världsmästare" kan hjälpa till att "sätta staden på kartan".

Generellt sätt är köpt **reklam** det mest kända sättet att använda för få igenom sitt budskap. Reklam kan vara en av alla pusselbitarna men är långt ifrån det viktigaste. För att nå ut och bli igenkänd är det viktigt att hålla fast vid sin grafiska identitet och tonalitet.

Fokusgrupp Varumärke har tagit fram en handlingsplan för en gemensam platsmarknadsföring och kommunikation baserad på Antonis pyramid. I marknadsföringen används den grafiska profilen för platsvarumärket Ronneby - den moderna kurrorten.



Källa: Utveckla din stad - en guide för städer med ambitioner. Antoni 2010.

Budget

Ronneby kommun har tillsatt en tjänst för en platsutvecklare som samordnare av organisationen. Utöver det kommer kommunen årligen att bidra med 100.000 kronor till Platsutvecklingsfonden, förväntningarna är att näringslivet bidrar på motsvarande sätt. Målsättningen är att det årligen totalt avsätts 500.000 kronor till fonden. Platsutvecklingsfonden ska användas för att stärka platsen Ronneby Kommun.

Förslag till ansvarig och finansiering för de 150 punkterna som framkommit i fokusgruppernas arbete framgår i handlingsplanen som är en bilaga till affärsplanen.

Projektmedel

Att söka medel är ett bra sätt att växla upp verksamhetens ekonomi och möjlighet till förverkligande. Extern projektfinansiering kan sökas hos till exempel Sparbanksstiftelsen, Ronneby kommun, Leader, Region Blekinge, Länsstyrelsen Blekinge, Boverket och andra regionala och statliga organisationer.

Vad finns det för risker i framtiden?

Genom åren har flera initiativ tagits i ambitionen att höja Ronnebys attraktivitet för såväl invånare och besökare som företagare och investerare. Fastighetsägarna i stadskärnan har nu startat ett nätverk och ses regelbundet. Företagen inom handel och service har i många år gemensamt haft en förening där de samverkat i Ronneby Handel- och Intresseförening. En av de främsta utmaningarna kan urskiljas i de separerande stuprör mellan och inom olika myndigheter, branscher och sektorer som hindrar det helhetsgrepp som krävs för att skapa en plats som upplevs som attraktiv.

De största utmaningarna är att få till en gemensam organisation så affärsplan med handlingsplan inte bara blir en skrivbordsprodukt.

Det är viktigt att alla handlingsplaner och strategidokument tidsätts. Att kommunicera att processerna tar tid är en viktig del, för att tydliggöra att detta arbete inte är ett projekt med slutdatum, utan en process där målet utvecklas i takt med att processen fortskrider. Utvecklingsarbetet måste hela tiden drivas framåt och inte stanna av.

En god förankring av affärsplanen och BID-modellen hos samtliga aktörer löpande är viktigt för att minska risker. Prioriteringar görs årligen av styrgruppen då årets verksamhetsplan fastställs baserad på bland annat fokusgruppernas arbete, som fyller en viktig funktion vad gäller handlingsplan för respektive område.

”År 2021 blir också annorlunda. Samarbetet är framgångsfaktorn.”

Mycket gott har vi lärt oss under året med covid19 som är bra för framtiden. Flexibilitet. Att snabbt hitta varandra. Att tänka utanför boxen. Att vara modiga och satsa men också att avvakta när det är bäst att avvakta. Dessa lärdomar bådär gott, på så vis står vi bra rustade att ta emot en framtid som även år 2021 blir starkt påverkad av pandemin.

Glädjande är också att regeringen uppmärksammat BIDs arbetsätt mellan offentlig sektor och näringslivet. Regeringen gav därför under hösten Boverket i uppdrag att utreda om BID-processarbetet för ökad trygghet och brottsbekämpande åtgärder ska bli underlag för en ny lagstiftning. Träder en sådan lag i kraft kommer det naturligtvis att underlätta våra processer och vår samverkan i Ronneby.

Vi behöver än fler engagerade

Samtidigt som vi i Ronneby har ett otroligt bra utgångsläge för kommande års arbete finns dock viss oro kring engagemangsfrågan. Vi behöver bli fler. Våra tre samverkansparter behöver säkertställa att det finns fler representanter i varje fokusgrupp. Ansvaret och arbete behöver spridas på fler personer med engagemang.

Prioriteringar i handlingsplanen

2021 års handlingsplan följer i stort den tidigare planen som tagits fram under BID-processen med mer än 150 åtgärds punkter. I år har varje grupp gjort prioriteringar bland alla sina punkter i hand-

lingsplanen och fokuserar på ett mindre antal punkter att genomföra. Några är av mer långsiktig karaktär och några är snabbare. Att tillsammans komma i mål och att fira är viktigt.

Tre olika mål som gör stor skillnad

Det finns tre starka mål i 2021 års handlingsplan som har betydligt större påverkan och betydelse än andra. Det är långsiktiga mål men som alla har sin start under detta året.

1. Platsvarumärket Att lansera och förankra appendix till den gröna varumärkesplattformen. Ett dokument som pekar på det unika i Ronneby kommun, det som särskiljer oss från andra och som hjälper oss att ge en tydlig och stark bild av vår kommun.

2. Stadslivsanalysen kommer att ge oss information om det centrala Ronneby främst vad gäller rörelsemönster för biltrafik, cyklister och gående. Det blir ett underlag för kommande planering av staden. Analysen kräver förstås en stad utan pandemi för att kunna genomföras.

3. Etableringsstrategi för fastighetsägarnas kommersiella ytor är en oerhört viktig del i utvecklingen av staden och stadens rörelsemönster, dag som natt. Att ha rätt hyresgäst och näringsidkare i sina lokaler har stark positiv inverkan på kontinuitet, trygghet, minskad skadegörelse och mer liv och rörelse i stadskärnan.

Fokusgrupperna. Så här ser delar av handlingsplanen ut för 2021.

Fokusgrupp Varumärke

- Lansera gröna grafiska profilen
- Flaggor på belysningsstolpar till infarten
- Lansera appendix Platsvarumärket
- Flagggrutin vid event
- Guidade vandringar
- RonnebyExpressen

Fokusgrupp Utbud

- Årshjul
- Happening vid Livets Steg
- Butiksexponering/attraktivare centrum
- Utveckla Sörby/Viggen-dagar
- Utveckla Tosia & Sillarodden
- Bilbio
- Natt/kvällsöppet vid jul
- Tröjor m hjärta till handeln under vårens högtider
- Halloween spökteater

Fokusgrupp Platsen

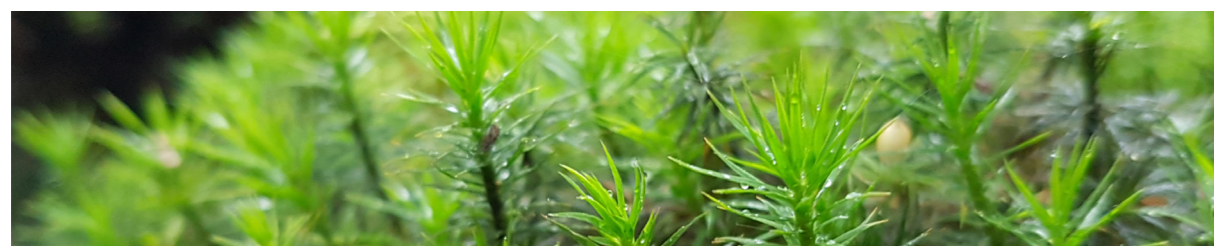
- Stadslivsanalys
- Etableringsstrategi
- Livets steg
- Framtidsbild torget
- Döpa platser
- Julklappen
- Sommargatan
- 7-meters-regeln
- Foliaer elskåp
- Flyttbara hinder

Fokusgrupp Tillgänglighet

- Ökad tillsyn av parkerade bilar
- Naturligt, tryggt och attraktivt gångstråk Rådhusparken - Karlskronagatan
- Cykelställ med väderskydd vid utsatta busshållplatser
- Cykel-appen utvecklas vidare

Fokusgrupp Trygghet

- Livets Steg, attitydförändring
- Bygga broar, mer inkludering, fler mötesplatser
- Tryggare lokaluthyrning
- 10 platsbesök Säker butik av närpolisen
- Trygghetsvandring
- Utvecklad lägesbild med fakta och tips
- Trygghetsmätning
- Representant i BRÅ (Brottsförebyggande rådet)



Gribshunden Museum

Hur förändras en stad som får ett tillskott av 100.000 besökare årligen?

Det ligger där på botten utanför Saxemara, världens bäst bevarade senmedeltida karack. Vilken skatt! Om allt går som vi önskar har vi ett museum på plats inom 5 år. Skeppet Gribshunden är av stort internationellt intresse och antalet besökare per år är uppskattat till cirka 100.000 personer.

Vad betyder det för Ronneby kommun att bli en turistmagnet av sådan kaliber? Vad gör det för självkänslan hos invånarna? Vad innebär det för stads kärnan? Vad betyder det i termer av ökade intäkter och större volymer för handel, service och besöksnäring? Vilken betydelse har det för vägnätet? Vilket roll spelar det för nya företagsetableringar? För bostadsbyggandet?

Ronneby kommer att utgöra en nod bland de mer betydande besöksmålen i sydöstra Sverige; Kosta/Boda, Astrid Lindgrens Värld, Marinmuseet och Kalmar slott.

Frågorna och tankarna är många, intressanta och kittlande, eller hur? Självklart kommer det att förändra Ronneby, och bilden av Ronneby. Dags för oss att börja planera för nya möjligheter.

En spännande framtid för Ronneby väntar!

www.ronneby.se/bid