

Verksamhetsplan

TILLSAMMANS FÖR RONNEBY

2022

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



INNEHÅLL

Verksamhetsplan 2022

Anpassningar, flexibilitet och kreativitet...

Sammanfattning av året 2021

- 3 Utmanande. Nya banor. Håll i. Håll ut.

Bakgrund - Vår identitet

- 10 Historien om Ronneby
11 Storytelling
12 Platsvarumärket Ronneby

Bakgrund - Till modern stadskärneutveckling

- 14 Resan i BID-processen

Organisation

- 18 Långsiktigt samarbete permanentas
19 Tillsammans för Ronneby
22 Syfte, vision & mål
25 Fokusgrupperna

Platsutvecklingsfonden

- 26 Platsutvecklingsfondens syfte & mål

Nu & framåt

- 28 Analyser
31 Konkurrenter och styrkor & svagheter
28 Strategi, budget och risk
32 Samverkan och tre mål som gör skillnad
34 Delar av fokusgruppernas handlingsplan 2022

...som en berg- & dalbana, ner och upp...

Ännu ett utmanande år. Håll i. Håll ut. Tänk nytt! När tar det slut?

Tack 2021 men av många orsaker vill vi faktiskt helst glömma dig.

2021 har gått som en berg-och dalbana med ständiga Anpassningar till nya restriktioner och förhållningssätt. Det har verkligen utmanat oss på alla vis, både i arbetslivet och privat, i företag, i offentlig sektor och i föreningslivet. Många verksamheter har gått på knäna med stora ekonomiska påfrestningar.

Ett samarbetsprojekt som Tillsammans för Ronneby under en pandemi är en av utmaningarna. Samarbeten drivs och trivs bäst i fysiska möten, det är då det blir energi på riktigt. Man knyter kontakter och vänskapsband. En del av våra möten i fokusgrupperna och i andra samarbetskonstellationer har ställts in, skjutits fram eller varit digitala. Och när vi setts har det varit i lokaler med mycket rymd och mycket handsprit, vilken konstig värld... Trots detta har vi inte stått stilla, mycket har hänt under året, men visst, en del har också fått vila i väntan på normala tider.

Efter regn kommer - kreativitet!

Som tur är finns det en varm och vacker sol mitt i det lite dystra läget nämligen kreativitet! År två med en pandemi har tvingat oss att tänka nytt. Det har fötts nya tankar och nya vägar att lösa problem på. Vi vet att kreativiteten ofta kommer när vi utmanas.

I 2021 års affärsplan skrev vi att samarbete blir framgångsfaktorn. Så sant! BID-projektet, Tillsammans för Ronneby, har gjort att vi lätt hittade varandra. Det har varit extra tydligt under pandemin. Vi har en bra grund och ett fint samarbete som visat sig hållbart även mot det mest envisa virus. I Ronneby är vi nära varandra, både geografiskt och i tanke, en verklig fördel att ta vara på. Var stolt! Nu är det 2022 och nu köör vi!

Vi är väldigt bra Tillsammans!

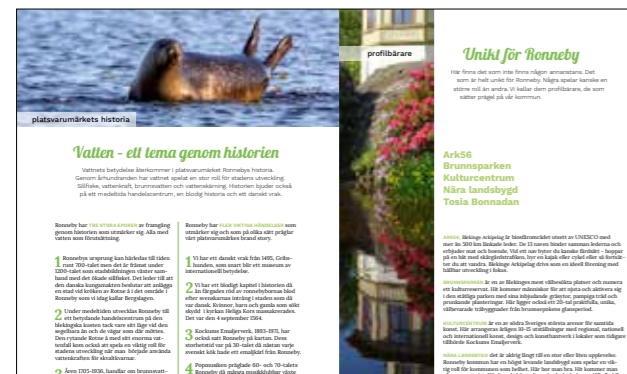


En hel del gjordes tillsammans under året, trots pandemi. Här följer några exempel, i stort som smått.



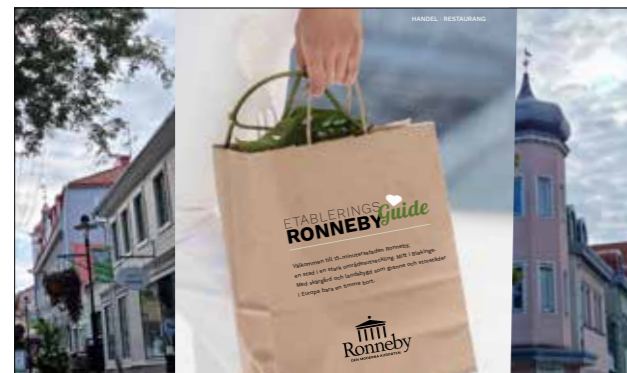
Grön profil lanserad

På ett live-sänt frukostmöte, som sändes från Rosenholm med artefakter från Gribshunden, lanserades den gröna grafiska profilen för Den Moderna Kurorten. Den profil vi alla kan använda när vi vill synas under ett gemensamt varumärke. Den innehåller logotype, typsnitt, annonsmallar, power-ponitfil, bilder, digital mötesbakgrund m.m. att ladda ner och använda utan kostnad. Se <http://grafiskprofil.ronneby.se/denmodernakurorten>



Appendix Platsvarumärket

Som ett tillägg till varumärkesplattformen finns nu en beskrivning av Platsvarumärket Ronneby kommun och hur vi bäst lyfter fram det unika, det som bara finns här. När vi gemensamt använder oss av samma värden, platser och ord då vi beskriver vår kommun blir vi tydligare gentemot omvärlden. Ett platsvarumärke bygger stolhet internt och nyfikenhet externt. Du finner det på <http://grafiskprofil.ronneby.se/denmodernakurorten>



En etableringsguide

En etableringsguide finns nu tillgänglig på kommunens hemsida, ronneby.se/etablering som du enkelt kan hänvisa till i dylika frågor, eller skicka via mail. Guiden beskriver Ronneby kommun, med fokus på stadskärnan, och innehåller en mängd nyckeltal och omsättningsutveckling och omsättningsökningar. Den berättar också om de fina kvaliteterna vi har i Ronneby kommun när det kommer till att bo och verka i vår del av landet.



Vision Lilla Torg

Fem fastighetsägare och Ronneby kommun samverkar sedan i höstas i projektet med fokus på fler restaurang-etableringar och paviljonger för året-runt-öppna utserveringar i korsningen Karlskronagatan/Prinsgatan. Två verksamheter finns redan och nu söker man ytterligare tre intressenter, gärna en Sportbar, en A la Carte och ett Glass-Café. Staden behöver fler mötesplatser. Se ronneby.se/etablering

Sommargatan

På årets sommargata, den andra i ordningen, frestades man att hoppa hage hela gatan lång, målad av Knut Hahn-elever. Elever på Byggprogrammet snickrade gröna bänkar av träpall. Det populära schacket fick en ny plats på torget och användes flitigt hela sommaren. Ett hjärta i smide fungerade som selfie spot och strax bredvid stod Studieförbundet Vuxenskolas fina planteringslådor. Vimplar pryddes också, liksom stolpflaggor i grönt både på gågata och vid stadens infarter.



Hemesterkampanj

Även i år gjordes en hemesterkampanj. Broschyren "Det händer i Ronneby" delades ut till alla hushåll, full med tips för en härlig sommar. Fem kortfilmer om fantastiska Ronneby kommun gjordes till sociala medier, radiospottar om hemester, annons, affischer. Pressmeddelande + pressträff genomfördes med en mängd aktörer i besöksnäringen och vi fick uppmärksamhet i lokalpress och lokalradio. Även inslag 3 ggr/vecka i sociala medier.



Pumpor till Halloween

Pimpa din trappa med en pumpa! Hur många behöver du? Stadskärnans handlare erbjöds att få pumpor till Halloween levererade till dörren, och dessutom även bortforsling gratis när högtiden var över.



Det ger ett väldigt fint intryck när det är pyntat och fint i novembers grårusk. Man blir gladare. Man känner sig välkommen. Och man blir mer köpsugen. Nästa år vill vi att *alla* köpmän gör fint för shoppingsugna flaner!

Nattöppet, glögg, korv, sång och UF

En lite råkall decemberfredag innan jul var det man ur huse på det traditionella Nattöppet. På torget bjöds man på värmande glögg, KRIF grillade korv, Joyvoice bjöd på sång och våra UF-företag fanns på plats med allehanda affärsidéer och varor att visa upp. Granen stod grön och grann på torget. I butikerna, men särskilt i restaurangerna, var det fullt hus. Härligt att se så många Ronnebybor ute och vimla, en tradition som håller i sig. God Jul!





Platsutvecklingsfonden

Platsutvecklingsfonden, som nu funnits i drygt ett år, är till för att stötta företag som har en idé som kan förgylla staden och kommunen för dess invånare. Under året har bidrag beviljats till flera musikarrangemang, såväl fysiska som digitala, en eldshow, nattöppet, stolpflaggor, sommargata med mera. På bilden ett tillfälle då fonden, styrgrupp och bidragsgivare samlats för en pressträff. Du kan läsa mer på ronneby.se/platsutvecklingsfonden



Namndöpfung av platser

Ibland möter uppdrag av ganska enkel karaktär ett väldigt stort intresse. Man ska verkligen inte underskatta engagemanget på sociala medier hos stadens invånare när det gäller namndöpfung av platser - fantastiskt, glädjande och värmande, det finns ambassadörer för vår stad! Nyligen döpt är Fisktorget, Ronneby Torg och det senaste tillskottet är Rådhusplatsen. Så nu är vi minst två städer i världen med en plats med just det namnet!

Hela familjens Brunnsspark

Hej hopp! I Brunnsparken finns massor att göra för hela familjen, ja, för alla åldrar, och en hel del är dessutom utan kostnad. Här är din bucket list:

- Ekorrstigen, självguidande stig där du får följa med Kurrekott ut i Brunnskogen. Start bakom Direktörsvillan.
- Skattjakt i parken med start vid Naturum & Kallvattenkuren
- Prova på att gå på stytor utanför Naturum
- "50 träd & växter i parken", på den självguidande promenaden, ett häfte finns att låna på Naturum
- Bäckhästen, sitt upp och ta en selfie
- Gå till lekplatsen och busa en stund
- Här finns också stora gräsytor för spring i benen och picknick
- Grillplatser hittar du också i parken
- Naturum, utställningar & ordjaker för barnen
- Naturum, låna Naturryggsäcken och ge dig ut och upptäck

Hela familjens Brunnsspark

Stadens stolthet och tillika kulturresevat, Brunnsparken, besöks flitigt av både invånare och turister. Här finns flera fina besöksmål bl.a. Naturum och Kallvattenkuren, som båda har många fina aktiviteter för familjen. I somras samlade vi dem alla på en enkel affisch för att inspirera till fler upptäckter i vår fantastiska park, dessutom där de flesta aktiviteter var kostnadsfria.



Trygghetsvandring & lokala BRÅ

Även i år genomfördes trygghetsvandringen i Ronneby, denna gång i området kring Älgbacken och Blasius Königsgatan med deltagare från kommun, polis, näringsliv, skola m.fl. Av många insikter var det mest framträdande behovet av bättre belysning.

Från i år är BID- Tillsammans för Ronneby även aktiva i det lokala brottsförebyggande samverkansarbetet BRÅ.



Ett museums påverkan av platsen

Kommande museum för Gribshunden och fynden vid Västra Vång kommer att ha en stor och positiv påverkan för Ronneby Kommun och hela Blekinge. Men *hur* kommer det att påverka? I en föredragning för KSAU, Näringslivsråd med flera redogjordes för de kringeffekter en kulturinstitution har på staden, invånarna, näringsliv, besöksnäring, etableringar, kommunikationer med mera. Men också att det krävs mod för att vinna stort.

Frankly my dear

Lagom till starten av den högt efterlängtade flyglinjen till Europas centrum, Ronneby - Frankfurt, möts ankommande flygresenärer av posterskampanjen "Frankly my dear" som med glimten i ögat berättar om Ronneby kommuns fantastiska sevärdheter och upplevelser.

Frankly my dear, would you like to see whats around the corner in a kayak?

We do. But we also love to discover the street town life, the restaurants, the cafes, the art hall and the picturesque quarters of Bergslagen.

Granar till stadens gator

Granar till stadskärnans gator kom på plats genom fastighetsägarnas försorg och är alltid lika uppskattat. Inte bara som vackra prydnader som skapar den där extra goa' julkänslan, utan också med ett stort hjärta och viljan att göra staden och handelsplatsen till en trevlig mötesplats för alla invånare.



Historiska skyltar på husfasader

Fastighetsägarna tog ledning i detta uppdrag. Nu finns tre historiska skyltar på stadens hus. Skyltarna berättar bland annat när huset är byggt och vilka verksamheter som funnits där genom åren, och till och med när liten knorr om personligheter som gjort avtryck. Arbetet fortsätter och vi hoppas få se motsvarande även på några av kommunens äldre fastigheter.

YNGVE 1

Kachkromagatan 28

Fastighetsbeteckning Yngve 1

Byggnadsår 1865

Byggt av Mamsell Wilhelmina Flyberg (f 1817)

Mamsell Flyberg hyrde under de första åren ut tvåvåningshuset till handskmakare Carl Damstedt (f 1831). Nya ägarerna, skräddarmästarna





Ronneby stads vandring
I HISTORIENS SPÅR MED ANNELI VIK

RONNEBY STADSVANDRING. Följ med på en guidad tur i kulturvarteren Bergslags Anneli Vik tar dig med på en resa genom seklen, med start i det medeltida Ronneby. Till tider av räddsla och skräck. Till blodbad och brand. Till tider då Bergslagen fjöd av rörelse, handel och produktion vid Rönne å. Många år människorna som levde och verkade i staden, som gjort avtryck i historien och vi minns än idag. Anneli speglar dem med kunskap och inlevelse. Följ med. Lär och upptäck.

NÄR: Tisdagar kl. 18.00 (6/7, 13/7, 20/7, 27/7, 10/8)
Samling utanför Ronneby Turistinformation. Vandringen tar ca 1 tim 30 min.
PRIS: Vuxen 100 kr, 13-26 år 50 kr, barn under 13 år 10 kr i vuxens sällskap.
BILJETTER: Ronneby Turistinformation, visitronneby.se eller via nortic.se. Max antal platser: 30
INFORMATION OM VANDRINGEN: Ronneby Turistinformation, Västra Torggatan 1, tel. 0457-61 75




Det händer i Ronneby
Små upplevelser. Stora äventyr. Välkommen ut!

SOMMARENS ÄVENTYR
"Det händer i Ronneby" är broschyren med sommarens alla utflyktstips och sköna häng. Den innehåller dessutom en tävling och Uppdrag Extra Allt, för de små upptäckarna, sommarens bucket list.

Broschyren har kommit i din brevlåda med posten. Du kan också hämta den i Ronneby på Turistinformationen vid torget, på Medborgarservice i Stads-huset eller på någon av våra InfoPoints runt om i kommunen.

HÄR ÄR DITT UPPDRAG
Vinner DU 1000 kr? 20 tävlingsuppdrag till sommarens utflykter finns i broschyren "Det händer i Ronneby"

Guidade turer. Följ med!
Egen tur med app & quizz

Gå ut på en RonnebySlinga och möt barnens favorit Hedda Igelkott!

Hemester!
Se mer! Se nytt! Upptäck och utforska! Från kust till skog.

Strosa, bada och var lyxigt lat

HÄRLIGA BAD!
I Ronneby Kommun finns en mängd fina badplatser i hav och sjö och bassäng.
Använd QR-koden så får du information om baden och en mängd andra friluftaktiviteter.

NYHET! På Ronneby Live kan du hitta allt från dagens evenemang, badplatser och vandringar till grillplatser, sevärigheter och ditt närmsta café. live.ronneby.se

TA KALLE-BÅTEN TILL KARÖN!
Packa picknick-korgen för en härlig dag på Karön!
Kalle-båten trafikerar Karöline Alla dagar..... kl. 10.00 - 21.00
Ons, fre & lörd. kl. 10.00 - 23.00
Önskar du åka utanför tidtabell så hissar du semaforen (signalflaggan i trå) på bryggan. Kostnad 20 kr t/r.

KONSTHALLEN
Öppet:
Tis-Fre.....kl. 11.00 - 16.00
Lör-Sön.....kl. 11.00 - 15.00
Utställningarna visas till den 29/8. Fri entré. Välkommen!

Norra konsthallen
Jesper Nyren - The Light of the day
abstrakt landskapsmaleri

Södra konsthallen
Klara Berge - Flicker light.
Shimmering dark, textil installation

Galleriet
Lars Stenstad - En betraktares universum, retrospektiv utställning

Öppna verkstaden - Skapa själv

Uppdrag Extra Allt
Sommarens bucket list "Uppdrag Extra Allt" finner du i broschyren "Det händer i Ronneby"




Guidad tur i Ronneby



HEMMA BÄST! HEMESTER!

minnen av Människor
SVERIGEVANDRAREN TOMMY BERÄTTAR

MINNEN AV MÄNNISKOR I RONNEBY. Följ med på en guidad tur! Möt människor, affärer, företag och händelser genom Tommy Nilssons bilder och berättelser. Tommy sätter färg på historien och speglar ett Ronneby från 1900-talet.

Detta år tar Tommy med dig på en helt ny tur av platser och människorna som är förknippade med dessa. Lyssna på historier om båttrafiken på Ronnebyån, om järnvägsstationen, om Folkets Hus och affärer som nu är ett minne blott, och väldigt mycket annat.

NÄR: Söndagar kl. 16.00 - ca 17.30 (6/7, 13/7, 20/7)
Ondagar kl. 18.00 - ca 19.30 (7/7, 14/7 och 21/7)
Samling utanför Ronneby Turistinformation

PRIS: Vuxen 100kr, 13-26 år 50 kr, barn under 13 år 10 kr i vuxens sällskap.
BILJETTER: Ronneby Turistinformation, visitronneby.se, Coop Källinge eller genom nortic.se. Max antal platser 30
INFORMATION OM VANDRINGEN: Ronneby Turistinformation, Västra Torggatan 1, tel. 0457-61 75 70



Ett axplock av vad som skett under året är presenterat på dessa sex sidor. Det viktigaste att premiera är dock det fina samarbete vi har, som gjort det hela möjligt i en utmanande tid. Hurra för oss helt enkelt!



- Fokusgrupp VARUMÄRKET**
- Grafisk grön profil lanserad, inklusive digitala bakgrunder, mallar för PowerPoint-presentation, affischer och bilder att använda.
 - Stolpvepor m grafisk profil på infarterna i Ronneby.
 - Appendix Platsvarumärket lanserat på digital sändning från Rosenholm med Gribshunden-artefakter i fokus.
 - Utökat antal InfoPoints, turistinformation i hela kommunen
 - "Det händer i Ronneby," folderutskick till samtliga hushåll och grunden i årets Hemesterkampanj m sociala medier, filmspot-tar, radiospottar, annonser, press och affischer med uppdrag.
 - Hela familjens Brunnspark, aktiviteter för barn
 - Folder Besöksguiden
 - Ronneby-kartan
 - Ronneby-Expressen, tåg med guide
 - Guidade vandringar med historisk anknypning
 - Påbörjat tankar om profilprodukter
 - Ljusskyltar på flygplatsen, Flyglinje Frankfurt, Frankly my dear
 - Föreläsningar med historisk/nutids aknytnyng
 - Digitalt Musikquiz med fokus på det unika i kommunen.

- Fokusgrupp UTBUD**
- Pumpor till handlarna vid Halloween
 - Tillsammans-tröjor till butikerna
 - Kvällsöppet i butikerna den 17 december m UF-företag & Krif
 - Gratis bio för barn under sommaren

- Fokusgrupp PLATSEN**
- Sommargata m flaggspel, stolpvepor, bänkar, hopphage, schackspel, selfie-hjärta och blommor i pallkragar.
 - Granar till stadens gator vid jul
 - Uppgraderad julklapp på torget m ny belysning
 - Namndöping av platser; Rådhusplatsen
 - Skyltar på fasader om husens historia
 - Ett museums kulturekonomiska påverkan av platsen
 - Etableringsguide för handel och restaurang
 - Projekt Vision Lilla Torg, samarbete m fastighetsägare & kommunens tjänstepersoner & politiker
 - Betongsugga i form av Gribshunden, koll om möjligt
 - Stadslivsanalys, mobil rörelsedata uppstart

- Fokusgrupp TILLGÄNGLIGHET**
- Skyltpolicy, pausad under pandemin
 - Hyrcyklar på stationen i samarbete m Blekingetrafiken
 - Samarbete m Blekingetrafiken för väderskydd i busskurer
 - Felparkeringar, utökad upphandling
 - Rådhusparken, förbättrad belysning, tillgänglighetsanp. grusgångar

- Fokusgrupp TRYGGHET**
- Deltagande i trygghetsvandring arrangerad av BRÅ och närpoliserna
 - Utvecklad lägesbild med fakta och tips kopplat till trygghetsfrågor
 - Förenklad felanmälan
 - Plats i kommunens lokala BRÅ
 - Trygghetsmätning
 - Säker Butik i samarbete m lokal polis, pausad under pandemin

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. Ån 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.

Vattenskränning, 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.



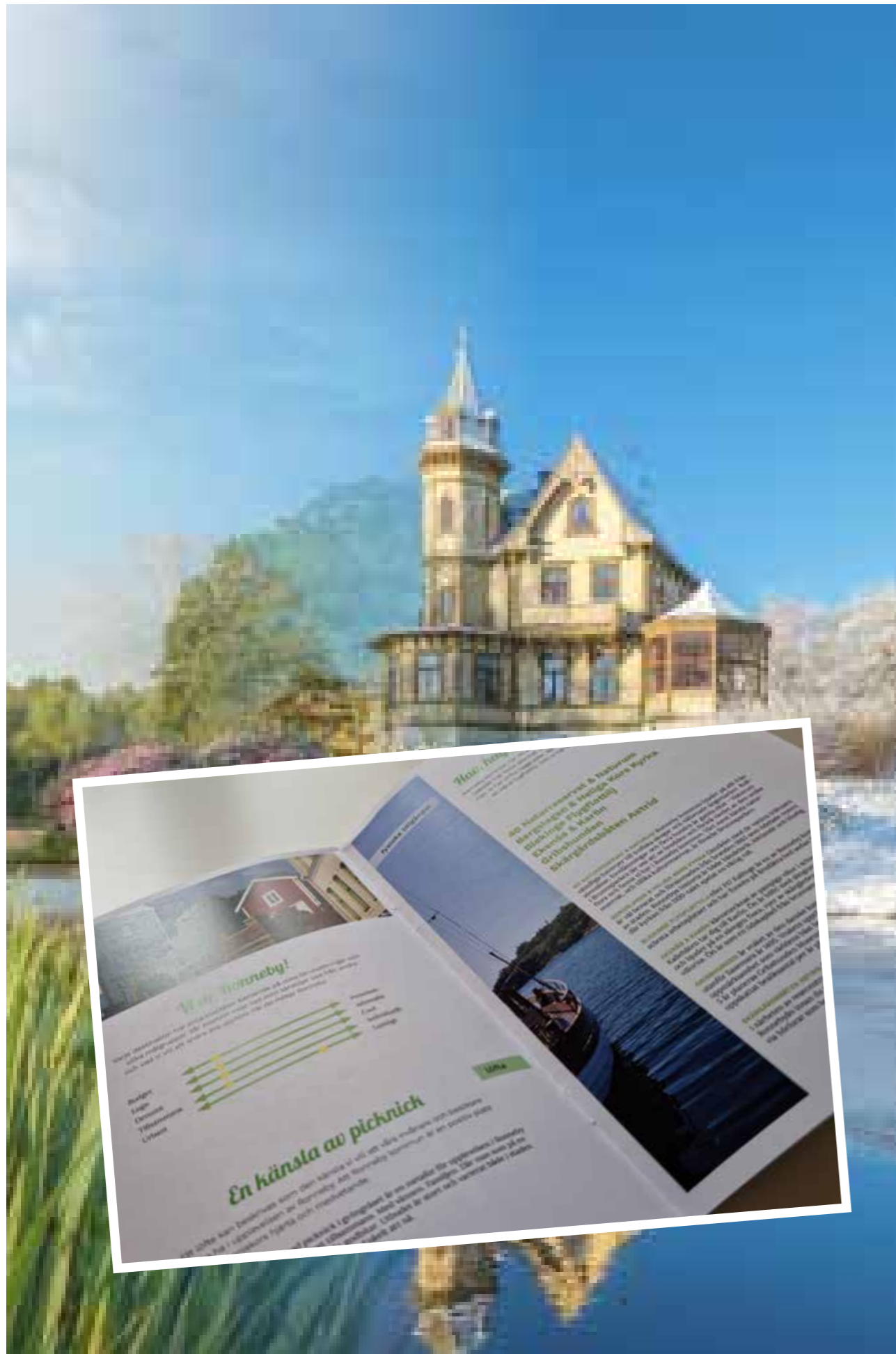
Storytelling ger oss en djupare och mer levande bild av stad och kommun. Historien är utgångspunkten.

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. Och vatten till exempel, är en gemensam nämnare som oavbrutet dyker upp i genom tiderna.

- [Ronneby – den moderna kurorten](#)
- [Gestaltningssprogram](#)
- [Guidade och/eller dramatiserade vandringar](#)
- [App Ronneby Guidade vandringar](#)
- [Etableringsguide](#)
- [Infopoints runt om i kommunen](#)
- [Vårt kommande Gribshunden Museum](#)
- [Erbjudanden kopplat till vår historia och bakgrund hos företagen till exempel försäljning av souvenirer, speciell meny, upplevelser, events med mera.](#)



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

Använd det som din guide!



Med samma röst blir vi tydligare

Ibland kan det vara svårt att lyfta fram vad som är speciellt på en ort. Appendix Platsvarumärket hjälper dig att berätta om Ronneby kommun och dess kvaliteter. Rätt använt kommer vi att tala med samma röst, beskriva samma saker och bli tydligare gentemot oss själva, besökare, etablerare och nyinflyttade. Just därför har vi skapat Appendix Platsvarumärket som har sin grund i vår varumärkesplattform.

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 plats-

annons eller för en fokusgrupp som ska skapa ett nytt arrangemang. Här finns profilbärare, kärnvärden och fysiska tillgångar beskrivna på enkelt sätt.

Läs hela appendixet på

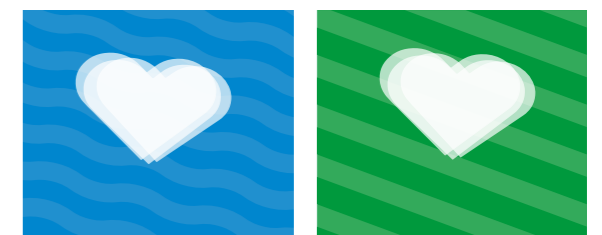
www.ronneby.se/platsvarumarket

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.

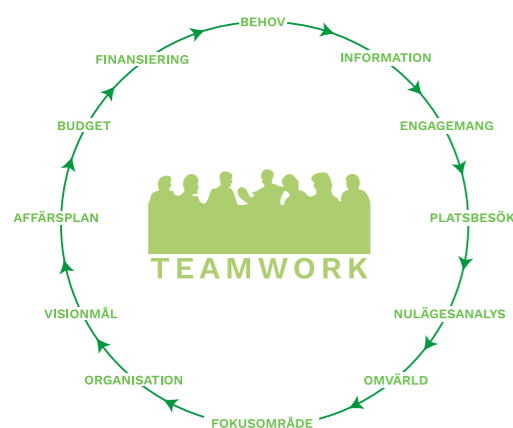
Så här startade det:

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 vägskal 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** - färdväg, 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 bolag
- Ronneby Handel och Intresseförening
- Ronneby Fastighetsägargrupp
- Visit Blekinge
- 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 byggt digitalt samhälle), livskvalitet i stad och på landsbygd (till exempel attraktiva boendemiljöer, bredd av fritidsaktiviteter, kulturarv värnas, kulturlivet tillgängligt för alla) och guldåge 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 sysselsätt-

ning, hållbara kommunikationer, rik grönstruktur med höga naturvärden, robust samhälle i ett förändrat 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.



29.219 Invånare

Blekingeregionen	158.999
Ronneby kommun	29.372
Ronneby tätort	13.056

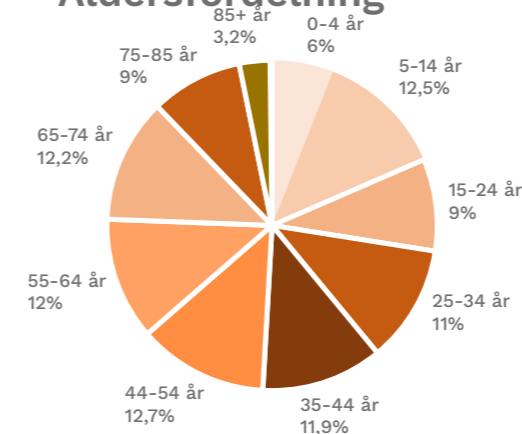


13.589 Hushåll

269.579 kr Mediankomst
för 20 år och äldre

396 tkr BRP
per invånare Blekingeregionen
491 tkr BRP Sverige

Åldersfördelning



2.753 Företag

Blekingeregionen	15.341
Ronneby kommun	2.753
Antal nya företag år 2021	172
varav 52 st AB	

Aktiebolag	998
Handels- & kommandit	69
Enskild firma	1.505

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

Ett långsiktigt samarbete. Ny styrgrupp 2020 och 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. OM 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 måttal, 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 stämningsfullt 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.

HAR DU EN BRA IDÉ?
ELLER VILL DU HELLRE GE?
ronneby.se/platsutvecklingsfonden

År 2021 har Platsutvecklingsfonden beviljat bidrag till Sommarkonsserter på gågatan, Allsång i Kvitterparken, Digitalt Musikquiz, Eldshow på Julmarknaden i Brunnsnåken med mera. Har DU en bra idé?



Detta är Platsutvecklingsfonden

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.

Platsutvecklingsfonden ska främja nya idéer och 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 därför användas till aktiviteter som är unika och nyskapande.

För att kunna söka medel ur fonden måste ditt företag vara medlem i Ronneby Handel & Intresseförening eller Ronneby Fastighetsägargrupp.

Fonden bidrar med max 50% av aktivitetskostnaderna, maxbelopp är 30.000 kronor per aktivitet, i särskilda fall kan högre belopp beviljas.

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 upplevelsenäringsen.

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, mer gröna ytor, flexibla kontor, mer hållbara städer, stadskärnans unika identitet

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.

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.

”Fokus på ett ökat flöde av människor i stadskärnan skapar trygghet. Ett gott samarbete är förutsättningen.

Glädjande kan man konstatera att vårt samarbete står sig starkt trots två år av pandemi. Viljan att jobba tillsammans för Ronneby kommuns bästa är stor. Vi vet att samverkan mellan offentlig sektor och näringsliv gynnar både företag, stad och kommun. Ändå är detta bara början.

Vi behöver än fler engagerade, en nystart planeras

Viss oro finns kring engagemangsfrågan. Vi behöver bli fler. Vi tre samverkanspartners behöver säkerställa att det finns fler representanter i varje fokusgrupp. Både ansvar och arbete måste spridas på fler personer med engagemang och vi behöver fler ”doers”.

Med ny energi, den som bara kan skapas när man är många tillsammans, planerar vi för en nystart med ett stormöte och mingel. Fram för fler goda idéer! Hur var det nu, och varför gör vi det? Vi behöver vara fler, är du med? Det blir roligt! Och det blir så mycket bättre för kommunen och staden.

”Jobbet i en fokusgrupp ger mig möjlighet att medverka till kommunens utveckling. Jag gillar det!”

Tre mål som bidrar till en stad med liv och rörelse och därmed ökad trygghet.

Det finns tre långsiktiga mål i 2022 års handlingsplan som har betydligt större påverkan och betydelse än andra. Alla tre mål bidrar till trygghet som är en stor, återkommande och viktig sak att förbättra. Den upplevda otryggheten är stor i Ronneby. Vi minskar den bland annat genom bättre belysning av en del platser men framför allt genom en levande stadskärna med ett ökat flöde av människor.

1. Platsvarumärket Det lanserade appendixet Platsvarumärket behöver nu implementeras vidare hos kommun och företag för att få den effekt som är tänkt - att tydligare lyfta fram det unika i Ronneby kommun. Detta blir ett arbete för lång tid framöver, att ständigt påminna om det unika.

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 påbörjas under året

3. Etableringsstrategi för fastighetsägarnas kommersiella ytor är en oerhört viktig del i utvecklingen av staden för vitalitet och trygghet. 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 2022.

Fokusgrupp Varumärke

- Profilprodukter
- Bildgalleri till Gröna profilen
- Guidade vandringar
- Historiska teatervandringar
- Det händer i Ronneby, hemester-kampanj
- Fortsatt arbete med att implementera Appendix Platsvarumärket

Fokusgrupp Utbud

- Vår på stan med UF-företagen
- Utveckla Natt/kvällsöppet vid jul
- Långlördag?
- Utveckla & stötta arrangemang

Fokusgrupp Platsen

- Stadslivsanalys
- Etableringsstrategi
- Projekt Lilla Torg
- Framtidsbild torget
- Döpa platser
- Sommargata & Vintergata
- 7-meters-regeln
- Folia elskåp
- Flyttbara hinder

Fokusgrupp Trygghet

- Nattvandrarverksamhet
- Trygghetsbelysning
- 10 platsbesök Säker butik av närpolisen
- Kunskapshöjande insatser
- Trygghetsvandring
- Trygghetsundersökning i kollektivtrafiken
- Felanmälan app
- Embrace, digitalt system f information

Fokusgrupp Tillgänglighet

- Skyltguide, referensgrupp
- Social hållbarhetsutv, referensgrupp
- Cykelställ vid busshållplatser
- Cykel-appen utvecklas vidare



Utdrag ur pressmeddelande, november 2021, från Svenska Stadskärnors VD Björn Bergman:

Du kanske aldrig reflekterar över frågan om varför din stadskärna är viktig, men det finns anledning att fundera över det. Du är nämligen med och påverkar vilken stadskärna du vill ha framöver, genom dina val.

Vad är den värd för dig, för näringslivet, för miljön, för den sociala hållbarheten, för besökaren, för investeraren och för skatteintäkterna? Hur styrs din stadskärna? Vem bestämmer om den ska vara trevlig eller ful och tråkig?

Man kanske inte alltid tänker på det men stadskärnan är viktig och tillhör oss alla, den blir vad vi själva gör den till. Den är vår känslomässiga bindning till staden och skyltfönstret för stadens attraktionskraft. Den skapar tillhörighet och samhörighet. Den lockar investeringar och talanger, skapar arbetstillfällen och lägger grunden för tillväxt. Därför kräver den också vår uppmärksamhet, omsorg och vårt gemensamma fokus.

Ronneby stadskärna

Ändrade handelsmönster gör att våra stadskärnor förändras. Vad är stadskärnan värd för dig?

Ingen part kan ensam ta ansvar för stadskärnans attraktivitet eftersom den bestäms av så vitt skilda delar som kommersiellt utbud, miljö, arkitektur, historia, trygghet, renhållning, tillgänglighet, kultur, nöje, service, etc. Vi har ett gemensamt intresse att värna stadskärnan, för när den blomstrar så innebär det många positiva konsekvenser som man inte alltid tänker på.

Sveriges stadskärnor omsätter ca 220 miljarder kronor vilket innebär att konsumtion i stadskärnan bidrar till drygt 30 offentliga miljarder i momsintäkter som bland annat går till vård, skola och omsorg. Att stötta sitt lokala näringsliv bidrar till tillväxt, det inspirerar företagande och i slutändan betyder det att mer skattemedel genereras till välfärden. Därför gynnas inte bara näringslivet utan även skola, vård, omsorg och infrastruktur.

Det är i stadskärnan vi hittar de helt unika entreprenörerna, så viktiga för stadens identitet. Många butiker, restauranger och caféer drivs av egenföretagare som bidrar till stadens själ genom sitt speciella utbud. Att konsumera lokalt är dessutom att agera hållbart. Transporter minskar eftersom råvarorna finns i närheten och i butiken köper du rätt vara i rätt storlek utan att skicka onödiga returer.

Stadskärnan är ett resultat av alla förändringar genom historien, den överlever genom anpassning. Hur den kommer att se ut och vilken funktion den kommer att ha bestämmer vi genom att engagera oss i samverkan, utnyttja vår konsumentmakt och påverka politiskt. Din stadskärna behöver dig! Ingen puls utan din!

www.ronneby.se/bid