



**VAGGERYDS
KOMMUN**



**VAGGERYDS
NÄRINGSLIVSRÅD**

MARKNADSPLAN

FÖR PLATSEN VAGGERYDS KOMMUN

Beslutad av Kommunstyrelsen 2017-05-10



INNEHÅLL

INLEDNING	3
BILDEN AV VÅR PLATS.....	4
MÅLGRUPPER	6
DELMÅL	7
UTVÄRDERING	12
HISTORIK OCH PRAKTIK.....	13



**VAGGERYDS
KOMMUN**



**VAGGERYDS
NÄRINGSLIVSRÅD**

Beslutad av Kommunstyrelsen 2017-05-10

Foton: Mattias Bokinge, Anna Sköld, Mostphotos.com Vaggeryds kommun samt pressbilder.



PLATS FÖR ATT GÖRA SKILLNAD

VAGGERYDS KOMMUN

INLEDNING

Uppdraget att ta fram en gemensam marknadsplan beslutades av kommunstyrelsen 2011-09-07, § 189. Med start 2012 utgör kommunens nya vision om platsen plattformen för den gemensamma marknadsplanen för kommun och näringsliv.

VISION 2020

I februari 2013 antogs visionen för Vaggeryds kommun som plats. Den togs fram tillsammans av politiker, företagare, föreningsmänniskor, elever, tjänstemän och invånare. Visionen beskriver vilken plats vi vill sträva mot att vara, den är vår karta och målbild över vart vi är på väg. Visionen ägs av alla och bygger stolthet, framtidstro och en anda för kommunen som plats. Marknadsplanen lever i symbios med visionen. Här ger vi plats för att göra skillnad – leder oss i allt det vi gör och säger i marknadsplanen.

VISIONEN FÖR PLATSEN VAGGERYDS KOMMUN:

HÄR GER VI PLATS FÖR ATT GÖRA SKILLNAD

En plats för möjligheter – formad med tanke och omtanke, där lusten är vår drivkraft och där glädjen smittar.

En plats med stark tradition – för gränslöst skapande, där gemensam vilja och kunskap får livet att lyfta och idéer blir verklighet.

En plats i rörelse som bygger på mångfald och hållbarhet, där allt är nära och där alla har betydelse.

MÅL

Ett av kommunfullmäktiges övergripande mål är också det övergripande målet för marknadsplanen:



Vaggeryds kommun ska vara en god och attraktiv kommun att leva, bo och verka i.

SYFTE

Marknadsplanens syfte är att skapa en samsyn kring hur vi bygger bilden och berättelsen om Vaggeryds kommun som plats och vilka områden vi behöver utveckla för att bli mer attraktiva. Marknadsplanen beskriver också hur vi ska följa upp och mäta platsens attraktivitet.

EN LEVANDE MARKNADSPLAN

Marknadsplanen ska uppdateras och beslutas av kommunstyrelsen och näringslivsrådets styrelse minst en gång varje mandatperiod.

Världen förändras hela tiden, och med den, förutsättningarna för vårt arbete. Att kontinuerligt omvärldsbevakna, utvärdera, lägga till och ändra i det vi gör, är nödvändigt om vi ska lyckas nå våra mål. Marknadsplanen måste alltså vara ett högst levande dokument.

Kommunen ska tillsammans med näringslivrådet fram en årlig aktivitetsplan som beskriver de aktiviteter och insatser som görs utifrån marknadsplanen.

BILDEN AV VÅR PLATS

Med en vision på plats vet vi vart vi vill, hur vi vill uppfattas i framtiden. Men vart befinner vi oss idag – hur uppfattas vi idag?

EXTERN BILD

I samband med visionsarbetet under våren 2012 tillfrågades 200 slumpvis utvalda personer, framförallt boende i Jönköping, om sin bild av Vaggeryds kommun.

Detta framkom bland annat:

- Kännedomen om Vaggeryds kommun är begränsad och varken uttalat positiv eller negativ.
- Vaggeryds kommun är oprofilerad utanför kommungränsen.
- Den bild som finns är kopplad till "landsbygd" och "företagande/kommunikationer".
- När det gäller företagandet nämns möbelindustri och entreprenörskap.
- Kommunen har låg acceptans som boendealternativ bland Jönköpingsbor, jämfört med till exempel Habo.
- De flesta ser positivt på Vaggeryds kommuns framtid.

FAKTA OM NULÄGET

- Vaggeryds kommun är en kommun där invånarantalet växer.
- Den enskilt största flyttströmmen till kommunen kommer från Jönköping.
- Vaggeryd som ort närmar sig Jönköping om man analyserar den dagliga arbetspendlingen.

SWOT-ANALYS

Våren 2016 gjordes en workshop där representanter från näringslivet, politiken, föreningslivet och kommunledningen bjöds in för att tillsammans göra en gemensam SWOT-analys för platsen Vaggeryds kommun. En gemensam syn på våra styrkor (Strengths) och svagheter (Weaknesses) samt möjligheter (Opportunities) och hot (Threats) trädde fram. Detta kompletterades senare med en workshop med kommunstyrelsen och representanter från näringslivet i januari 2017. Även under visionsarbetet 2012 genomfördes en workshop med olika representanter.

SWOT-analysen bygger, tillsammans med omvärldsbevakning och statistik, på underlag som samlades in vid dessa workshops. SWOT:en är ett verktyg för att kunna prioritera rätt – vilket område, vilka grupper ska vi fokusera på för att på bästa och mest effektiva sätt komma närmare målet?

VÅR PLATS STYRKOR

- Stark entreprenörsanda och ett brett näringsliv med många företag som skapar arbetstillfällen tillsammans med kommun och region.
- Bra, centralt läge i regionen med ett av Sveriges bästa logistiklägen och bra möjligheter till arbetspendling. Närhet till Jönköping och Värnamo.
- Tillgänglig industrimark i attraktiva lägen.
- Bra regional samverkan mellan kommuner, t.ex. Gnosjöregionen och Södra Vätterbygden.
- Det enkla livet i småstaden och på landsbygden med trygghet, närhet och nödvändig service är familjevänligt och bidrar till god livskvalitet.
- Levande landsbygd.
- Skola med goda resultat och ett rikt föreningsliv skapar bra förutsättningar för kommunens unga.
- Naturnära med vackra sjöar och strövområden.

VÅR PLATS MÖJLIGHETER

- Komplettera Jönköping. Det strategiska läget ger möjlighet både till företags- och boendeutveckling där vi kan stärka vår profil som plats att både bo och arbeta på.
- Samarbete skola-näringsliv. Med hjälp av ReMida, MakerSpace och våra företag kan en unikt attraktiv läromiljö skapas som gynnar både kompetens- och idéutveckling.
- Internationalisering med koppling till skola och näringsliv.
- Ge förutsättningar för fler näringar inom bland annat internethandel, företagstjänster och besöksnäringen.
- Möjligheten att påverka och engagera sig i den lilla kommunen. Alla har betydelse.
- Matcha invandrad arbetskraft/kompetens mot arbetsmarknadens behov.

VÅR PLATS SVAGHETER

- Ingen elektrifierad järnväg och outvecklad kollektivtrafik.
- Mindre utbud av service, handel, kultur och utbildningar jämfört med större orter.
- Dålig mobil täckning och ännu ej utbyggt bredband överallt.
- Förändringsobenägna attityder och värderingar.
- Brist på vissa typer av bostäder och detaljplanerad mark för bostadsbyggnation.
- Upplevd otrygghet.
- Dåligt utbyggt kollektivtrafik med för få avgångar och långa restider.

VÅR PLATS HOT

- Brist på rätt arbetskraft och kompetens.
- Konjunktursvängningar kan ge arbetslöshet, konkurser och konkurrens om arbetskraft och resurser.
- Militära begränsningar för samhällsutveckling – bullerzoner, m.m.
- Ändrade förutsättningar för privata och kommersiella lån och skattesubventioner.
- Segregation och utanförskap.
- Beroende av Jönköping som motor i regionen.
- Handel på nätet och i köpcentra.
- Uppkopplingsmöjligheter via telefon och bredband.

MÅLGRUPPER

För en plats finns det många viktiga målgrupper - här har alla betydelse. Nedan beskrivs några målgrupper som är viktiga att prioritera när vi kommunicerar och utvecklar platsens attraktivitet.

INVÅNARE I VAGGERYDS KOMMUN

Invånarna är platsens främsta ambassadörer. Det är invånare som driver företag, utbildar sig, bygger hus och berättar för andra om vår plats. Det är också de som deltar i föreningsliv, evenemang och handlar varor och tjänster som säljs och produceras här.

Våra ungdomar har stor betydelse för byggandet av vår plats attraktivitet. Med en positiv upplevelse av sin uppväxt i vår kommun finns inte bara chansen att man kommer tillbaka efter utbildning och arbetslivserfarenhet på annan ort. Med dagens möjligheter att snabbt och effektivt nå ut via sociala medier, kan våra ungdomar bli de allra bästa (eller värsta) ambassadörerna för vår plats.

POTENTIELLA INFLYTTARE

Att berätta om vår plats för potentiella inflyttare är viktigt för en fortsatt positiv nettoinflyttning. Med fokus på att förmedla småstadens värden med trygghet, närhet och enkelhet ser vi barnfamiljer som bor i Jönköping, inpendlare och så kallade hemvändare – personer runt om i Sverige med koppling till Vaggeryds kommun, som vår primära målgrupp här.

BESÖKARE OCH TURISTER

Att kommunicera med tillfälliga besökare och turister är också viktigt för att profilera kommunen och öka turistnäringen och handeln. Besökare och turister kan på sikt vara personer som överväger att flytta hit. De kan också bli viktiga ambassadörer som berättar positivt om oss och deras upplevelser av vår plats för andra.

MEDARBETARE OCH FRAMTIDA ARBETSKRAFT

Alla medarbetare är viktiga för att driva och utveckla företagens, föreningarnas och kommunens verksamheter och skapa en attraktiv plats. Medarbetarnas agerande och bemötande av andra människor är avgörande för den bild vi skapar av vår kommun och plats.

Att även nå ut med en positiv bild av vår plats till potentiell arbetskraft i och utanför vår kommun, är viktigt för att säkerställa företagens och kommunens kompetensförsörjning och fortsatta utveckling.

FÖRETAGARE OCH NÄRINGS LIV

Samarbete och dialog med befintligt näringsliv bygger ett positivt företagsklimat och skapar förutsättningar för gemensamma aktiviteter som profilerar vår plats. Att kommunicera med och underlätta för företagare som vill utvecklas eller etablera sig här, är en självklarhet och en förutsättning för en fortsatt positiv utveckling av kommunen.

DELMÅL

För att uppnå vårt mål att vara en attraktiv plats att leva, bo och verka i och stärka platsens profil och identitet arbetar vi utifrån tre delmål:

- Platssymbolen – vår visuella identitet.
- Berätta – jobba med storytelling.
- Göra tillsammans – att söka samarbete och utveckla tillsammans

I följande avsnitt beskrivs hur vi jobbar med våra delmål.

DELMÅL 1: PLATSSYMBOLEN

Vår visuella identitet, alltså hur vi presenterar oss visuellt på webben, i tryck, på kläder, skyltar och andra profilprodukter, är en viktig del av vårt varumärke. För att gemensamt kunna profilera och marknadsföra platsen Vaggeryds kommun visuellt finns platssymbolen, det färgglada ”V:et”.

Platssymbolen är inte knuten till organisationen Vaggeryds kommun, utan till den geografiska platsen. Därför får alla organisationer, föreningar och företag som på något sätt representerar och marknadsför platsen använda den. Regelverket kring symbolen är fritt och inbjuder till ett lekfullt och kreativt uttryck. Till exempel kan bilder läggas in i rutorna som skapar koppling till platsen på olika sätt.

Vi uppmuntrar till att platssymbolen används tillsammans med berättelser eller i sammanhang som ger den betydelse och skapar positiva kopplingar till vår plats. Vi använder också gärna symbolen tillsammans med texten från visionen ”Plats för att göra skillnad” för att koppla ihop plats – vision – symbol.

När kommunen som organisation använder symbolen ska den inte förväxlas med kommunens logotyp och vapen som alltid är den högtidliga avsändaren när kommunen kommunicerar som myndighet.



DELMÅL 2: BERÄTTA

Att använda berättelser, eller storytelling som är det engelska begreppet, är ett delmål för att stärka platsens profil och varumärke. Bra berättelser förmedlar en känsla eller något intressant som gör att man kommer ihåg dem och vill berätta dem vidare. Berättelser är också viktiga för att bygga stolthet över platsen och gemenskap bland alla som bor, lever och verkar här.

Det är många små berättelser som bidrar till bilden av vår plats. Ju mer samstämmiga våra berättelser är, ju mer stärks vår plats profil både internt och externt.

Våra berättelser ska genomsyras av visionen; Här ger vi plats för att göra skillnad, och sätta fokus på frågan VARFÖR?, inte så mycket detaljerad fakta som är svårt att komma ihåg.

Genom att i stort och smått, berätta om allt och alla som lyckas göra skillnad redan idag, precis som visionen säger, närmar vi oss visionen.

Vi strävar också efter att berätta om det som är unikt för vår plats. Vi har tillsammans identifierat sex områden, våra berättelser, som präglar vår plats och som vi ska berätta om och ha fokus på i vår kommunikation och marknadsföring. Dessa sex berättelse områden beskrivs på följande sidor.

KUNSKAP OCH UPPFINNINGSRIKEDOM

”Där gemensam vilja och kunskap får livet att lyfta och idéer att bli verklighet.”
(från vision 2020)

I berättandet lyfter vi fram:

- ReMida.
- Kommunens skolor och Fenix kultur- och kunskapscentrum.
- Makerspace på biblioteket.
- Att vi är en region med många patent.
- kunnandet som finns hos kommunens företag och hantverkare.
- Smarta idéer och lösningar, förmåga att ställa om.

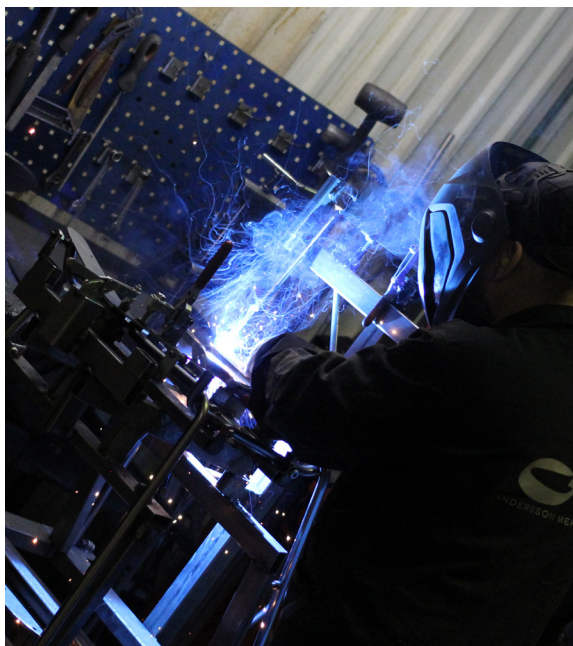


MÖBLER OCH DESIGN

”En plats för möjligheter formad med tanke och omtanke.” (från vision 2020)

I berättandet lyfter vi fram:

- En stark tradition som utvecklats från vagns- och hjultillverkningen. Redan på 1860-talet startade Sveriges första möbelindustri, Hagafors stolfabrik, här.
- Att vi är en del av möbelrdgionen i Sverige och Sandinavien.
- Flera stora varumärken tillverkar möbler här.
- Många företag är underleverantörer till möbelindustrin.
- Var tredje industrijobb kan kopplas till möbelindustrin.
- Kunnandet om produktion, trä och stål, som är unikt här i regionen.



ENTREPRENÖRSANDAN OCH TILLVERKNINGSINDUSTRIN

Från visionen: En plats med stark tradition för gränslöst skapande.

I berättandet lyfter vi fram:

- Den breda tillverkningsindustrin med många underleverantörer som har stor betydelse för näringslivet såväl nationellt som internationellt.
- Entreprenörsandan som har en lång tradition och är stark än idag.
- Samarbetet med Gislaved, Gnosjö och Värnamo genom Business Gnosjöregionen.

VÅR LILLA STAD

"Där allt är nära och alla har betydelse."
(från vision 2020)

I berättandet lyfter vi fram:

- Unika och personliga butiker och restauranger/caféer.
- Det enkla livet i småstaden och den levande landsbygden som ger möjlighet till ett liv med hög livskvalitet både för ung och gammal.
- Möjligheterna till en aktiv fritid med ett rikt föreningsliv med många eldsjälar.
- Sakor som händer, människor som gör skillnad.
- Närheten till beslutsfattare och korta beslutsvägar.





SMÅLAND

”Där lusten är vår drivkraft.” (från vision 2020)

I berättandet lyfter vi fram:

- Vi är Småland med de djupa och tysta skogarna, de röda stugorna, de vackra sjöarna, vattendragen och hagarna som finns att upptäcka.
- Miliseum och lägermiljön som präglar Skillingaryd.
- Industri- och kulturhistoria som har format vår plats.
- Närheten till större besöksmål.



UPPKOPPLADE MOT OMVÄRLDEN

”En plats i rörelse som bygger på mångfald och hållbarhet.” (från vision 2020)

I berättandet lyfter vi fram:

- Det strategiska läget i Sverige och Skandinavien med E4, järnväg och närhet till flygplats.
- Framtida infrastruktursatsningar.
- Vaggeryds kombiterminal på Båramo.
- Närheten till Jönköping och Värnamo som ger utbildningsmöjligheter, en stor arbetsmarknad och ett utbud av kultur- och fritidsaktiviteter.



DELMÅL 3: GÖRA TILLSAMMANS

Att samverka och göra saker tillsammans för att göra saker bättre och skapa synergier är extra viktigt för en liten kommun. Att söka samarbeten, i stort och smått, och ha en positiv inställning är därför ett viktigt delmål för att vi tillsammans ska kunna utveckla platsen. Detta är en inställning som alla som verkar för platsens bästa behöver ha.

Ett antal utvecklingsområden har definierats som viktiga att samarbeta kring för att skapa en attraktiv plats att bo, leva och verka på. Vilka aktörer som äger och är delaktiga i respektive fråga, hur och i vilka forum utvecklingsområdet hanteras kommer beskrivas i en separat handlingsplan. Så långt som möjligt bör frågorna drivas i befintliga forum och verksamheter som kommun, näringsliv och ideell sektor har för att det ska hanteras på ett bra sätt. Men ibland behöver vi tänka nytt och samverka med andra än dem vi brukar för att hitta lösningar och utveckla platsen.

UTVECKLINGSOMRÅDEN BO – LEVA – VERKA

- Ungas boendeförutsättningar
- Äldres boendeförutsättningar
- Tomtanskaffning
- Kommunikationer
- Rik och levande landsbygd
- Attraktiva centrum
- Mötesplatser
- Fritid och föreningsliv
- Kompetensförsörjning, utbilda för anställningsbarhet
- Skola-näringsliv
- Fortsättning på Remida

UTVÄRDERING

Utvärdering av platsens attraktivitet och arbetet utifrån marknadsplanen kommer att ske genom uppföljning av årlig statistik och utvalda indikatorer i undersökningar och rankingar.

INDIKATORER

Näringslivets utveckling mäts bland annat genom:

- Svenskt näringsliv ranking
 - Förvärvsfrekvens
 - Skolans attityd till företagandet
 - Tillgång på arbetskraft med relevant kompetens
- Näringslivets omsättning för aktiebolag
- Antal anställda inom aktiebolag
- Antal nystartade bolag

Samhällets utveckling mäts bland annat genom:

- Antal byggda lägenheter/småhus
- Inflyttning och befolkningsutveckling
- Nöjd Regionindex i SCB:s medborgarundersökning
- Antal besök på boivaggeryd.se

Statistik och indikatorer ska följas över tid och målsätas för framtiden. Vid behov kompletteras med andra mätningar. Uppföljning och målarbetet ska implementeras i kommunens respektive näringslivsrådets verksamhetsplaner för att bli en naturlig del i utvecklingsarbetet, där man löpande i detalj kan följa ännu mer specifika indikatorer.



UPPFÖLJNING AV DELMÅL

För att uppnå vårt mål att vara en attraktiv plats att leva, bo och verka i och stärka platsens profil och identitet arbetar vi utifrån tre delmål:

- Platssymbolen – vår visuella identitet.
- Berätta – jobba med storytelling.
- Göra tillsammans – att söka samarbete och utveckla tillsammans

Delmålen följs upp genom årlig självskattning som redovisas för kommunstyrelsen respektive näringslivsrådets styrelse. Löpande aktiviteter utvärderas kontinuerligt där mål och eventuella mätmetoder bestäms för respektive aktivitet.

HISTORIK OCH PRAKTIK

I detta avsnitt ges några (av alla) inspirerande exempel på hur platssymbolen och berättandet använts och aktiviteter som gjorts tillsammans av olika aktörer hittills utifrån marknadsplanens delmål.



HÄR-tidningen är kommunens berättelsemagasin som lyfter berättelser utifrån vision och marknadsplan.



Informationstavlor och besökskarta görs i egen regi i ett samarbete mellan kommun och näringslivsråd.



Möbelriksdagen arrangerades i Skillingaryd och Vaggeryd i januari 2014. Det var ett brett samverkansprojekt mellan näringsliv, kommunala verksamheter och även ideella krafter. Tillsammans gjorde vi en utställning om kommunens möbelföretag och deras underleverantörer och kopplade detta till vagns- och hjultillverkningen.

VÅR lilla STAD



Handlarna i Vaggeryd och Skillingaryd jobbade tillsammans fram konceptet "Vår lilla stad" genom ett Leader-projekt som syftade till att tillsammans stärka, profilera Vaggeryds och Skillingaryds centrumhandel.



Ett färgglatt evenemangstält som är fritt att låna har varit uppställt vid flera återkommande evenemang. Ofta har samarbeten sökts mellan olika förvaltningar, mäklare och andra aktörer för att skapa en anledning att besöka oss. Ett exempel är en eftermiddag med aktiviteter på Västra strand för att uppmärksamma det bostadsområdet i Vaggeryd.



Hitta ditt boende i Vaggeryds kommun

Oavsett var du väljer att bo är det sällan långt till centralorterna Vaggeryd och Skillingaryd eller för den delen till Jönköping som du når på 20–30 minuter. Välkommen till Vaggeryds kommun!

[Boende](#)


Stor ökning av invånarantalet i Vaggeryds kommun 2016

2016 ökade invånarantalet med 272 personer. Totalt bor det nu 13 644 invånare i Vaggeryds kommun. Generellt ökade invåna...

[Läs mer](#)
[Alla nyheter](#)

Aktuella byggprojekt

[Himlabacken i Skillingaryd](#)


Nya familjecentralen Vaggeryd


[LEDIGA TOMTER](#)
[HITTA HYRESVÅRDAR](#)
[LEDIGA JOBB](#)
[ANSÖK OM BYGGLOV](#)

VÅR lilla STAD

[Shopping i Vår lilla stad](#)
[Centrumutveckling](#)

Webbplatsen boivaggeryd.se har tagits fram av Vaggeryds kommun som en platsform för att berätta om kommunen som plats att bo och leva på. Även nyheter och information från andra aktörer får utrymme.

VAGGERYDSDAGEN'16

27 AUGUSTI



kl 12: Lisa Ajax

Fri
entré!



kl 14: Martin Almgren

Program och aktiviteter kl 10–15 för hela familjen: Uppträdande av Lisa Ajax, Martin Almgren, Someone's & Byarums kyrkokör, specialerbjudanden i butikerna, lotterier, hoppborg, ponnyridning, sumobrotting, hemvårdardag i Magnisa stuga, m.m.

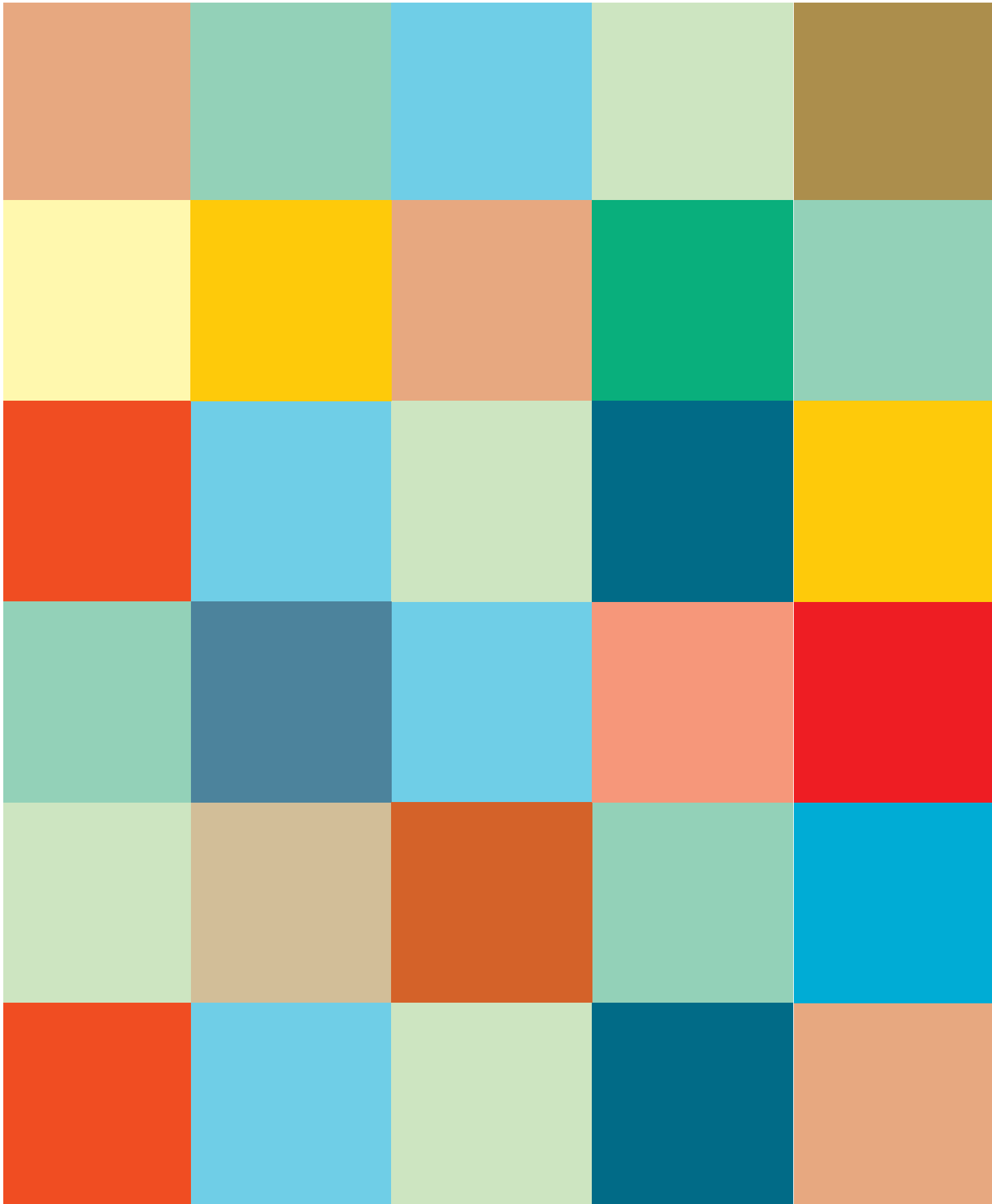
Välkommen till kommunens informationstålt: I kommunens tält kan du få information om tomter och framtida byggprojekt, träffa personal från vård och omsorg och testa vad du kan göra på Makerspace.



VÅR lilla
STAD

Läs mer på **boivaggeryd.se**

Samannonsering inför evenemang och samtidigt utnyttja annonsen för platsmarknadsföring är ett effektivt sätt att annonsera på.



**VAGGERYDS
KOMMUN**

Vaggeryds kommun, Box 43, 568 21 Skillingaryd | Besöksadress: Bangårdsgatan 2, Skillingaryd
Tel: 0370-67 80 00 | E-post: info@vaggeryd.se
www.vaggeryd.se | facebook.com/vaggerydskommun



**VAGGERYDS
NÄRINGSLIVSRÅD**

Vaggeryds näringslivsråd, Storgatan 47, 567 33 Vaggeryd
Tel: 0370-67 84 28 | E-post: businessinfo@vaggeryd.se
www.business.vaggeryd.se