

PLATSVARUMÄRKET

HABO

25.06.20

Placebrander

Habo



PLATSVARUMÄRKE

HABO

VAD ÄR ETT PLATSVARUMÄRKE?

Att hitta platsens själ. Formulera löftet till
sin målgrupp för att sedan leva upp till det.
~~Det handlar INTE om att ta fram en slogan.~~

VARFÖR?

Platsvarumärket är summan av de associationer och uppfattningar som finns kring en plats. Alla platser har ett varumärke oavsett om det finns nedskrivet eller ej. Genom att få ner det på pränt skapar vi koll på varumärket och kan jobba strategiskt med att attrahera människor till platsen.

Det är många som har glädje av att platsen de bor och verkar på är attraktiv. Handeln och besöksnäringen får fler kunder och mer intäkter, näringslivet får enklare att anställa och kommunen ett ökat skatteunderlag när fler vill bo eller jobba på platsen.

Ett platsvarumärke ägs gemensamt av alla som bor och verkar på platsen. Kommunen har ofta ett uppdrag att hålla samman varumärket och det strategiska arbetet med att öka attraktionskraften – i samverkan med invånare, näringsliv och föreningsliv.

**”ALLA PLATSER HAR ETT VARUMÄRKE OAVSETT OM
DET FINNS NEDSKRIVET ELLER EJ. GENOM ATT FÅ NER
DET PÅ PRÄNT SKAPAR VI KOLL PÅ VARUMÄRKET OCH
KAN JOBBA STRATEGISKT MED ATT ATTRAHERA
MÄNNISKOR TILL PLATSEN”**

VAD SKAPAR ATTRAKTIONSKRAFT?

En plats där man upplever och konsumerar / En estetiskt tilltalande plats /
Bra kommunikationer / God offentlig service

Arbetet utgår
från den
specifika platsens
förutsättningar,
utmaningar och
behov.

Tillväxtverkets definition

PLATS- UTVECKLING?

Att arbeta med hållbar platsutveckling är att skapa attraktiva platser för besökare, boende, företag och investeringar.

VAD SKAPAR EN ATTRAKTIV PLATS?

80%

Det som görs
på platsen.

20%

Det som sägs
om platsen.

**MÅLET NÄR VI JOBBAR MED PLATSVARUMÄRKET
ÄR ATT GENERERA FLER INVÅNARE, BESÖKARE
OCH INVESTERINGAR TILL PLATSEN HABO.
OCH ALLT HÄNGER IHOP.**

ÖNSKADE EFFEKTER

Flytta till och stanna kvar

Skatt, konsumtion i näringslivet, tillgång till talanger.

Besöka och arrangera

Intäkter till butiker, hotell, restauranger, besöksmål etc samt skapar jobb, bidrar till attraktiv livsstil för boende.

Etablera eller investera

Arbetsstillfällen, skatteintäkter, stimulans av platsens befintliga näringsliv.

TVÅ VARUMÄRKEN

Kommunvarumärket Habo kommun och platsvarumärket Habo är två olika saker. Habo kommun är en organisation som jobbar för platsens bästa. Platsvarumärket Habo är en geografisk yta som du kan besöka eller bosätta dig på.

Här visar vi exempel på tre kommuner som jobbar strategiskt med platsvarumärket och skiljer varumärkena åt.



södertälje



GÄLLIVARE

FRAMGÅNGSRIKA PLATSER
LYCKAS BYGGA EN STOLTTHET
BLAND INVÅNARNA.

ÖNSKAT LÄGE

Hur vill vi att det ska vara
i Habo i framtiden?



NULÄGE

1. En plats som vuxit mycket vilket inneburit vissa utmaningar.
2. Invånarna är stolta men oroar sig över framtida prioriteringar.
3. En plats med diskrepans mellan verkligheten och kommunikationen.
4. En plats nära Jönköping.
5. Centrumkärna och landsbygder konkurrerar om utveckling och uppmärksamhet.
6. Barn och unga nyttjar befintligt utbud på platsen.
7. Vättern saknar kvällssol och nyttjas därför mest dagtid på sommaren.

ÖNSKAT LÄGE

1. Habo fortsätter växa i lagom takt.
Tillväxt i balans (väg 195, fortsatt bra barnomsorg).
2. Behålla stolta invånare. Invånarna tycker servicenivån är hög och man har acceptans för varandra och att alla ska få plats. Goda kommunikationer (kollektivtrafik och 195:an).
3. Habo närmar sig Jkpg och samarbetet växer. Många som flyttar hit vill ha närhet till Jkpg.
4. Landsbygden känner sig sedda. Det har blivit mer attraktivt att bo på landsbygden tack vare ökad mobilitet.
5. Ökad satsning på barn och unga. Fortsatt barnvänligt men med fler aktiviteter att göra. Det finns mer att göra!
6. Habo är fortfarande den tryggaste kommunen.
7. Platser som Domsand och Munkaskog har utvecklats. Vättern, utveckla platser kring vattnet. Hitta fler platser vid eller nära Vättern för kvällsaktiviteter.
8. Föreningsliv i bredare kontext med boende, restaurang och besöksmål.

ÖNSKAD POSITION

Habo är idag den vackra, trygga platsen nära Vättern och Jönköping där invånarna trivs och är stolta. Tyvärr når den bilden inte långt utanför kommunens gränser. Även om det går bra för platsen så har här funnits växtvärk. Stadskärna och landsbygder konkurrerar om utveckling och uppmärksamhet och man oroar sig för framtida prioriteringar.

I framtiden fortsätter Habo växa, fast i lagom takt. Invånarna är fortfarande trygga och stolta och den positiva bilden av platsen når en bredare publik.

Habo ligger inte bara geografiskt intill Jönköping utan det finns närhet på flera plan. Storstadspulsen smittar av sig och i Habo finns en urban rytm. I takt med nya innovativa lösningar ser vi på mobilitet med nya ögon. Det är inte enbart pendling till den större staden som blivit enklare, utan vi har flexibilitet, tillgänglighet och rörlighet på vår egen plats.

Konkurrens har blivit balans och de som bor på landsbygden känner sig sedda. Det har blivit mer attraktivt att bo naturnära tack vare förbättrad mobilitet!

Upplevelseföretagen har hittat hit och utvecklingen kring Vättern och föreningslivet bidrar till att göra Habo till en levande plats där alla åldrar trivs.

Habo vill gå från växtvärk och konkurrens mellan stad och landsbygd. Till att vara en upplevelserik plats i takt med tiden, uppmärksammas för sina innovativa lösningar kring mobilitet och där bilden utåt speglar verkligheten.

HABO BEHÖVER BÅDE FORTSÄTTA ATT PRIORITERA DE SOM REDAN VALT PLATSEN SAMTIDIGT SOM MAN ATTRAHERAR NYA INVÅNARE, BESÖKARE OCH FÖRETAG. HÄR HANDLAR DET OM ATT TA TILL VARA PÅ MÖJLIGHETER SOM REDAN FINNS. FÅ DE SOM REDAN BESÖKER ATT STANNA LÄNGRE, FÅ BARN SOM VÄXER UPP ATT FORTSÄTTA TYCKA OM SIN PLATS UNDER UNGDOMSÅREN OCH FÅ DE MOBILA FÖRETAGEN ATT VÄLJA HABO SOM UTGÅNGSPUNKT.

VILKA SKA VI VARA RELEVANTA FÖR?

För att fortsätta vara en plats som är i takt med tiden behöver Habo dels fokusera på att de som redan valt platsen fortsatt känner sig nöjda och samtidigt attrahera nya invånare, besökare och företag som bidrar till Habos vibe och framtida mål.

INVÅNARE

Barnfamiljer och tonårsföräldrar

Habo ska vara platsen som är bra för barnfamiljerna men även en plats där man kan och VILL stanna när barnen blir äldre.

NÄRINGSLIV

Upplevelse- och besöksföretag

Besöksnäringen och upplevelseföretagen bidrar förutom att attrahera besökare även till välmående och livskvalitet för de som redan valt att bo i Habo.

Tjänste- och kunskapsföretag

Tjänste- och kunskapsföretag har ofta stora möjligheter att jobba remote eller mobilt och kan också skapa kopplingar till JU och Jönköpings Science Park.

Tillverkande industrier

Näringslivsklimatet och företagsamheten gör Habo till en bra plats för tillverkande industrier.

BESÖKARE

Genomresande naturälskare

Det är många som passerar Habo på sina resor genom Sverige. Här finns möjlighet att locka fler att stanna en natt eller två. Här tänker vi främst på husbils-entusiasterna och elbilsladdarna.

Idrottsfamiljer

Habo är en idrottskommun. Habocupen och andra sportevenemang lockar mängder av barn och ungdomar varje år. Genom att samskapa utökade upplevelser för hela familjen kan vi få sina besökare att stanna längre och uppleva mer av Habo.

VARUMÄRKES- PLATTFORM

Profilbärare, egenskaper och varumärkeslöfte

PROFILBÄRARE

Tillgångar som gör oss unika

Att identifiera profilbärare innebär att avgöra vad som har bäst möjlighet att fungera som dragare för våra målgrupper. Att peka ut profilbärare handlar inte om att exkludera andra delar. Det handlar om vad som ska få mest utrymme i kommunikationen.

Ett vanligt misstag inom platsmarknadsföring är att visa lite av allt. Då drunknar vi i bruset och lyckas inte nå målgrupperna.

Detta är våra särskiljande profilbärare som gör oss unika och som vi sätter ”i skyltfönstret”.

Önskad position

Profilbärare

Egenskaper

Löfte

Våra profilbärare är det som vi ska lyfta fram i våra berättelser och i våra bilder om vår plats när vi ska attrahera de målgrupper vi vill nå. Att identifiera tillgångar eller profilbärare innebär att avgöra vad som har bäst möjlighet att fungera som dragare för våra målgrupper. Att peka ut dessa handlar inte om att exkludera andra delar. Det handlar om vad som ska få mest utrymme i berättelserna om vår plats.

Önskad position

Profilbärare

Egenskaper

Löfte

Genuina upplevelser

Precis där Småland möter Västergötland. Här samspelar dramatisk urbergsplatå, grönskande bokskog och kargliknande fjällmiljö. Upplev en miljövänlig livsstil och skapa genuina minnen i storslagen natur. Vandra en bit. Cykla ännu längre. Låt dina nerver utmanas på höga höjder. I Habo är livet enkelt. Och gott. Vi beskriver oss gärna som familjära. En trygg hamn. Här finns mycket men i ett litet format. Känn dig som hemma på någon av våra lantliga gårdsbutiker och välsmakande caféer. Eller låt dig inspireras i trendsäkra butiker. I Habo skapas återhämtning och motivation. Sjung ut till musik och upplev konsten. Här finns en historiskt attraktiv kulturskatt som lockar till starka känslor.

Exempel: Julared, Habo kyrka, Hökensås, Independent-butiker & Söderlinds ekologiska grönsaker.

Vättern

Habo är Vättern både stillsam och livfull. Längs vår långa kuststräcka ömsom sjuder vattnet av livfulla aktiviteter och ömsom inbjuder till ro. Spela beachvolleyboll på stranden. Finn lugnet längs med Baskarps oändliga sandstrand. Glid fram över ytan i en kajak eller på en SUP-bräda. Simma bredvid fyren. Lägg till med båten vid en pittoresk hamn. Fiska. Här i Habo glittrar Vätterns vågor extra klart. En vacker samlingsplats, inramande och böljande, som skapar välbefinnande och frihet för dig som tittar ut.

Exempel: Domsand, Baskarp, fiske, baden, hamnar, vyerna, dricksvatten, rekreation.

Närhet till det urbana

I Habo finns många livsstilar. Den lilla platsen med urbana kvalitéer. Moderna och uppdaterade. Såklart med en grogrund i den lokala identiteten. Vi är en växande plats, präglad av vårt unika läge. En mix av storstadspuls och en småstads avskalade charm. Kalla oss anpassningsbara. Kalla oss trendkänsliga. I Habo samspelar våra urbana möjligheter och miljövänliga värderingar. Därför utvecklar och gynnar vi gärna det som är nära.

Exempel: Direkttåg och bussar till Jönköping och Göteborg, lokala butiker, restauranger samt flera attraktiva mötesplatser och bostadsområden med urbana kvaliteter.

EGENSKAPER

Det utmärker vår plats själ och DNA.

Precis som människor har också platser en personlighet. Många platser liknar varandra sett till utbud och fysiska attribut, men varje enskild plats har sin själ och sitt DNA.

Det är det vi försöker beskriva här. Egenskaperna vägleder oss i kommunikationen kring vår plats. De används som utgångspunkt när vi formulerar budskap och väljer bilder.

Önskad position

Profilbärare

Egenskaper

Löfte

Precis som människor har också platser en personlighet. Många platser liknar varandra sett till utbud och fysiska attribut, men varje enskild plats har sin själ och sitt DNA. Det är det vi försöker beskriva här. Egenskaperna vägleder oss i kommunikationen kring vår plats. De används som utgångspunkt när vi formulerar budskap och väljer bilder.

Naturlig

Jordnära, vänlig, vacker,
närproducerat, omtänksam

Jag är Habo. Naturlig och jordnära. Avskalad men färgrik. Jag är där milslång grönska möter vågor av blått. Här finns en miljövänlig livsstil och en närproducerad verklighet. En genuin förmåga av att bevara, utveckla och gynna det vackra runtomkring. Jag är en trygg hamn och en vänlig blick. En stark samlingspunkt med plats för familjära möten. Jag är, Habo.

Företagsam

Driven, handlingskraftig, aktiv,
entreprenöriell, engagerad

Vi är Habo. Vi är nutid och vi är framtid. Engagerade och handlingskraftiga. En entreprenöriell anda med stora visioner, men uttrycker dem gärna på ett lågmäلت sätt.

Vi har ett kunskapsrikt nätverk, ett vänligt företagsklimat och vi hjälper varandra. Både stora som små. Vi är strategiska och tänker framåt. Tar vara på möjligheter och utnyttjar våra tillgångar. Vi är, Habo.

Trendkänslig

Snygg, uppdaterad, modern, urban,
anpassningsbar

Här är Habo. Här sker en interaktion mellan livsstilar; moderna och uppdaterade med en grogrund i den lokala identiteten. En nytänkande plats, präglad av våra urbana närheter. Kalla oss anpassningsbara. Här samspelar autentiska personligheter med miljövänliga värderingar. Jordnära, och precis rätt i tiden. Här är, Habo.

VARUMÄRKESLÖFTE

Önskad position

Profilbärare

Egenskaper

Löfte

VÅRT LÖFTE: I TAKT

Habo är platsen vid Vättern strax norr om Jönköping. Det är den lilla platsen med urbana kvalitéer. Här finner du balansen mellan puls och harmoni. Invånarna är trygga och trivs. Vi har närhet till både bokskogar och storstadsrytm. Vi ligger bra till i näringslivsrankingen och har blivit utsedd till en superkommun. Det är lätt att bli nöjd när man har det så bra som vi har det.

Men tappar vi tempot och slutar utvecklas så kommer andra att springa om oss. Vill vi fortsätta vara en plats som är i takt med tiden måste vi investera mer tid och energi i det som spelar roll för oss. Som att fortsätta bry oss om våra barnfamiljer där barnen vuxit upp och blivit ungdomar. Att det fortsatt finns trygga platser och roliga saker att göra. Det går hand i hand med tanken om att besöksnäring inte bara är till

för de som passerar utan att de också förgyller tillvaron för de som bor och verkar på platsen. Fler upplevelser, restauranger och caféer skapar en trivsam och harmonisk tillvaro både på landsbygden och i staden. Och vill vi ha ett dynamiskt näringsliv måste vi skapa förutsättningar för att företag ska blomstra. Vi måste kommunicera med den sortens företag som vi vill ska etablera sig här.

För ett fortsatt flöde av människor och företag i ett harmoniskt tempo behöver vi göra det som krävs för att vår plats ska fortsätta vara: i takt.

Önskad position

Profilbärare

Egenskaper

Löfte

VAD INNEBÄR LÖFTET?

Löftet är inte en slogan eller tag line utan en ledstjärna att använda som ett raster för beslut för platsutveckling och platsmarknadsföring.

Vi ställer oss frågan: Hur kan det här bidra till att vår plats känns och uppfattas i takt?

Står vi i ett vägskäl väljer vi det som är i takt med omvärlden, har rätt sorts tempo, det som är i harmoni och balans. Det som har rätt flöde, dynamik och är i framåtrörelse.

Beroende på vilket område vi rör oss inom ser vi till att det blir tydligt vilken rytm eller vilket tempo vi syftar på och gör det tydligt vem som håller i taktpinnen.

TRE FOKUSOMRÅDEN

För att platsen Habo verkligen ska upplevas i takt och andas sitt varumärkeslöfte har vi lagt ett extra lager som går på tvären över alla strategier. Fokusområdena skapar också synergier när de används i olika kombinationer. De fokusområden som kommer hjälpa Habo att nå sin önskade position är Mobilitet, Företagsamhet och Välmående.

1. Mobilitet

Mobilitet syftar inte enbart på fysisk förflyttning utan kan också innebära frihet, flexibilitet och möjlighet att röra sig – oavsett om det gäller fysiskt, socialt, arbetsmässigt eller genom tekniska lösningar. Det handlar ofta om att skapa tillgänglighet, anpassningsförmåga och flexibilitet, både för individer, samhället som helhet och platsen.

2. Företagsamhet

Företagsamhet innebär en persons eller grupps initiativförmåga, driftighet och vilja att ta ansvar för

att skapa något nytt, lösa problem eller driva projekt framåt. Företagsamhet är en av platsen Habos egenskaper och ska genomsyra de aktiviteter som görs. Samskapande bör stå i fokus samt att uppmuntra och förenkla för de som vill framåt.

3. Välmående

För en person handlar välmående om att må bra både fysiskt, psykiskt och socialt. För en plats kan man ser det som ett tillstånd av balans och trivsel där individer, samhället, företag och organisationer fungerar på ett optimalt sätt och upplever harmoni i olika aspekter av livet. För platsen Habo handlar välmående om att skapa miljöer som främjar både individens och gruppens utveckling och trivsel. Det handlar också om att investera i långsiktiga lösningar för att skapa trygghet och hållbarhet i alla dimensioner.



SUMMERING

MOBILITET I TAKT MED DET URBANA

Habo är den lilla platsen med urbana kvalitéer som förenar modern rörlighet med närhet till stadens möjligheter. Genom flexibla transportlösningar och digital tillgänglighet skapas en dynamisk koppling mellan det urbana och det lokala. Med trendkänslighet och anpassningsförmåga är Habo en plats där olika livsstilar möts och där framtidens mobilitet ligger rätt i tiden.

Profilområde: Närhet till det urbana

Egenskap: Trendkänslig

Fokusområde: Mobilitet

FÖRETAGSAMHET SOM SKAPAR GENUINA UPPLEVELSER

Habo präglas av entreprenörsanda och driftighet, vilket genomsyrar både lokala företag och besöksnäring. Genom taktfast samskapande och kreativitet utvecklas genuina upplevelser som speglar Habos själ – från gårdsbutiker och historiska kulturarv till framtidens coworking lösningar och småskalig storstadskänsla. Företagsamhet är hjärtat som driver platsens framåtanda och stärker den lokala identiteten.

Profilområde: Genuina upplevelser

Egenskap: Företagsam

Fokusområde: Företagsamhet

VÄLMÅENDE VID VÄTTERN STRAND

Vättern är en naturlig plats för balans och harmoni, där Habo erbjuder miljöer som främjar både fysisk och psykisk hälsa. Med sin jordnära och omtänksamma prägel skapar Habo en trygg och inspirerande livsmiljö för invånare och besökare. Här möts människor i olika åldrar för rekreation och gemenskap, med naturens lugn som grund för välmående.

Profilområde: Vättern

Egenskap: Naturlig

Fokusområde: Välmående

