



Tillväxtstrategi 2024-2030

Antaget av kommunfullmäktige 2024-03-18 § 61

Innehållsförteckning

1	Syfte	3
2	Tillväxtstrategins mål	3
3	Två prioriterade insatsområden.....	3
3.1	Faktorer som talar för tillväxt i Borgholms kommun	3
4	Geografiska utvecklingsområden	4
4.1	Prioriteringar för kommunens samhällsbyggnadsarbete inom de geografiska utvecklingsområdena är:	5
5	Platsens attraktion och platsvarumärke.....	5
5.1	Varumärkesarbetets tre delar.....	5
6	Vägen framåt	6
7	Tillväxtstrategin i relation till andra styrande dokument	7

1 Syfte

Tillväxtstrategin ska lägga grunden för att fler ska välja att bo permanent i Borgholms kommun och för att säkerställa framtidens kompetensförsörjning.

2 Tillväxtstrategins mål

År 2030 har Borgholms kommun:

13 000 invånare (Jämförelse 2023-11-01: 10 781 invånare)

4 000 arbetstillfällen (Jämförelse 2021-12-31, 3 354 arbetstillfällen i Borgholms kommun)

Kommunens övergripande mål

Borgholms kommuns mål utgår från Agenda 2030, som består av 17 mål, antagna av FN. Borgholms kommunfullmäktige har antagit följande fyra av dessa mål som sina egna.

- Säkerställa hälsosamma liv och främja välbefinnande för alla i alla åldrar
- Säkerställa en inkluderande och likvärdig utbildning av god kvalitet och främja livslångt lärande för alla
- Verka för varaktig, inkluderande och hållbar ekonomisk tillväxt, full och produktiv sysselsättning med anständiga arbetsvillkor för alla
- Säkerställa hållbara konsumtions- och produktionsmönster

3 Tre prioriterade insatsområden

- Ett välmående och växande **näringsliv** – se näringslivsstrategin
- Fler attraktiva **boendemiljöer** - se strategi för bostadsförsörjning
- En effektiv och väl samordnad **platsmarknadsföring** – se marknadsföringsstrategin

3.1 Faktorer som talar för tillväxt i Borgholms kommun

Flera faktorer gör att Borgholms kommun över tid har goda möjligheter att vända befolkningskurvan uppåt.

- Människor söker sig till mindre städer och landsbygd
- Nya normer vad gäller distansarbete
- Barnfamiljer söker ökad livskvalité med närhet till bra skola och friluftsliv
- Trygghet är allt viktigare – Borgholm är Sveriges tryggaste kommun

4 Geografiska utvecklingsområden

Följande fyra områden har prioriterats i tillväxtstrategin. Dessa bedöms vara strategiskt viktiga för att uppnå målen då de har särskilt goda förutsättningar att attrahera unga, barnfamiljer och övrig inflyttning

1. Rälla- Stora Rör

Styrkor:

- Tillgång till förskola och skola
- Affär och service
- Kollektivtrafik
- Närhet till friluftsliv och rekreation

Utmaningar:

- Utbyggnad av VA
- Vattenskyddsområde

2. Löttorp

Styrkor:

- Tillgång till förskola och skola
- Affär och service
- Vårdcentral
- Närhet till friluftsliv och rekreation

Utmaningar:

- Avstånd till större arbetsmarknad
- Säsongsvariationen
- Vattenskyddsområde
- Kollektivtrafik

3. Borgholm – Köpingsvik

Styrkor:

- Tillgång till förskola och skola
- God kommersiell och offentlig service
- Kollektivtrafik
- Närhet till friluftsliv och rekreation

Utmaningar:

- Höga fastighetspriser/hyresnivåer
- Säsongsvariationen
- Markåtkomst
- Vattenskyddsområden

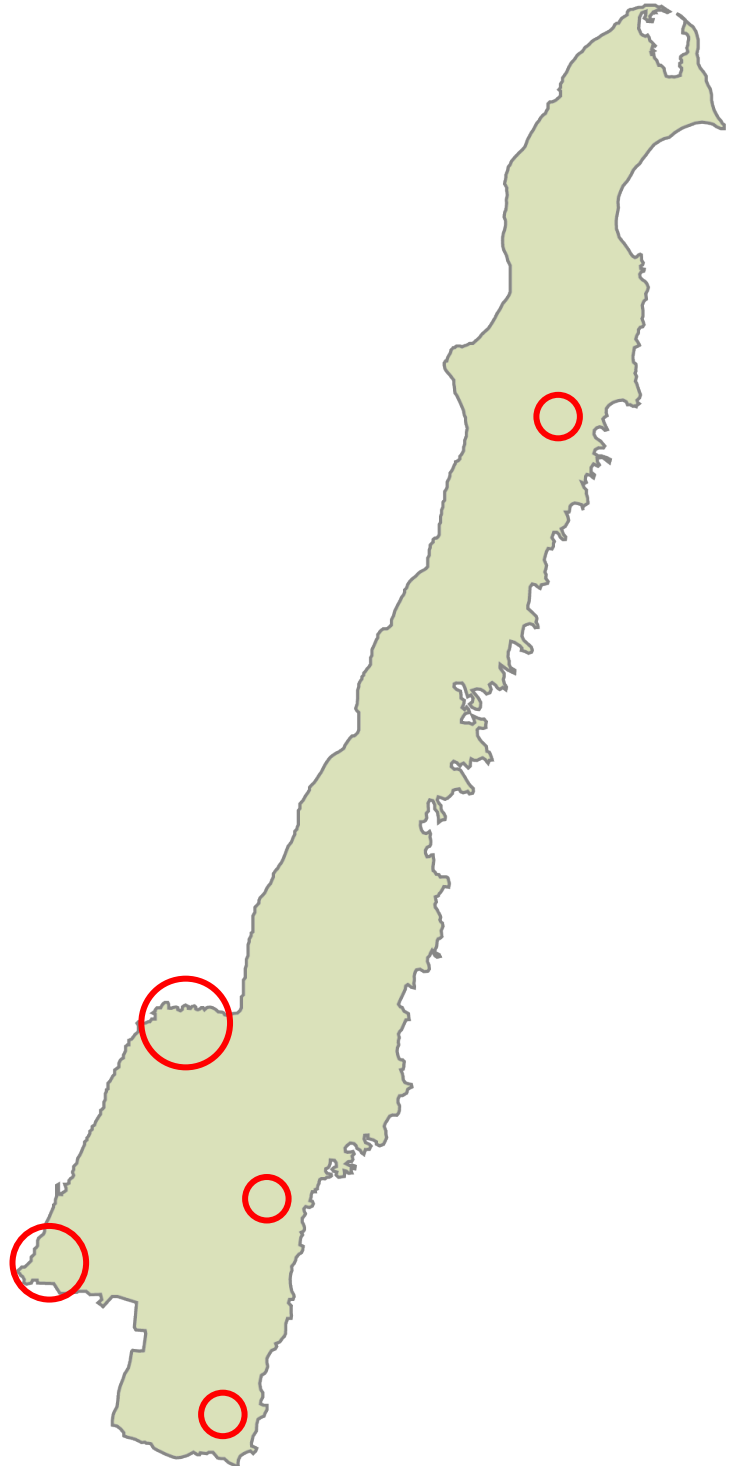
4. Gärdslösa – Runsten

Styrkor:

- Tillgång till förskola och skola
- Viss kommersiell och offentlig service
- Närhet till friluftsliv och rekreation

Utmaningar:

- Kollektivtrafik
- Utbyggnad av VA
- Markåtkomst



4.1 Prioriteringar för kommunens samhällsbyggnadsarbete inom de geografiska utvecklingsområdena är:

- Strategiska markinköp i utvecklingsområden
- Detaljplaner för att möjliggöra för bostäder för yngre familjer
- Markanvisning för att främja byggande av hyresrätter och attraktiva boendeformer som är tillgängliga för yngre familjer
- Skapa mångfald av olika boendeformer
- Investeringar i VA och annan infrastruktur
- Att skapa förutsättningar för näringslivsutveckling på orterna
- Utveckla kultur- och naturupplevelser
- Fler fritids- och rekreativsmöjligheter
- Borgholms kommunen är en attraktiv arbetsgivare och en nyckelaktör i att attrahera och behålla arbetskraft.

5 Platsens attraktion och platsvarumärke

Syftet med ett platsvarumärkesarbete är att öka platsens attraktivitet för att attrahera boende, investeringar, besökare samt stärka den lokala identiteten och stoltheten.

För att nå befolkningsmålet 13 000 invånare år 2030 behöver det finnas ett strukturerat arbetet som syftar till att:

- Öka inflyttningsnetto
- Skapa förutsättningar för nyetablering av företag
- Behålla och utveckla befintliga företag
- Locka besökare året runt
- Främja investeringar och etableringar till platsen
- Attrahera kompetens

Varumärket fungerar som en sammanhållande kraft och säkerställer en samlad kommunikation.

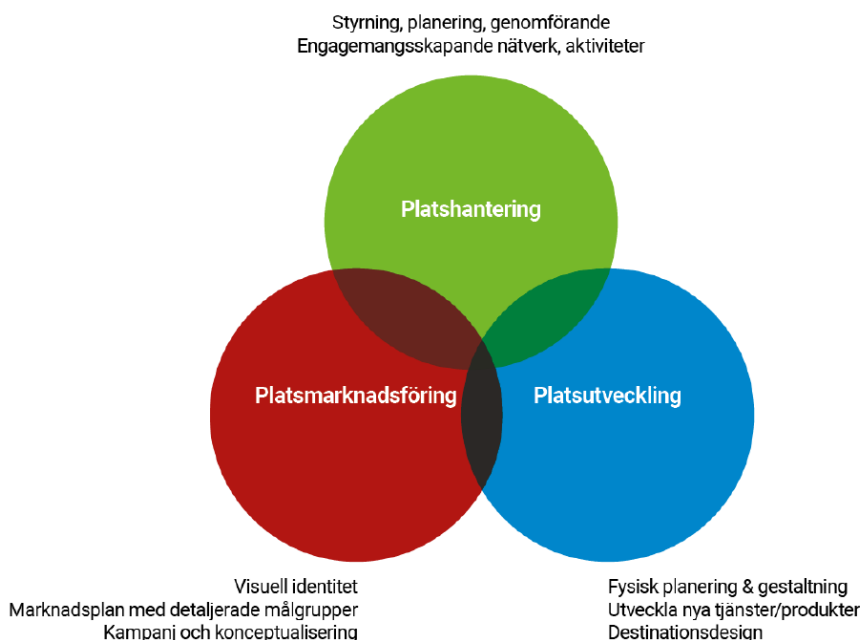
5.1 Varumärkesarbetets tre delar

Varumärkesarbetet omfattar tre olika delar:

- **Platsutveckling**
När offentlig sektor, privat näringsliv och det civila samhället gemensamt formar attraktiva platser för invånare och besökare utifrån ömsesidig respekt efter lokala förutsättningar, utmaningar och behov.
- **Platsmarknadsföring**
Är ett långsiktigt strategiskt arbete som syftar till att förändra, förbättra eller förstärka bilden av en plats för att skapa besöksanledning, inflyttning, företagsetableringar och förutsättningar för evenemang och kulturliv. En viktig del av platsmarknadsföringen är den befintliga invånares bild av platsen för stoltheten och framtidstro.
- **Platshantering**
Varumärkesarbete som strategiskt verktyg ser till att platsen tillförs ett värde för mottagaren och jobbar med människors föreställningar och upplevelser av platsen, både lokalt och

externt. För att uppnå detta krävs intern projektledning och samordning för ett väl fungerande platsvarumärkesarbete – platshantering för gemensam riktning.

Att arbeta med platsutveckling, platsmarknadsföring och platshantering är parallella processer och de är i direkt relation med varandra. Modellen nedan sammanfattar de tre olika områdena.



6 Vägen framåt

Tillväxtstrategin pekar ut den övergripande inriktningen för Borgholms kommuns tillväxt. Strategin är ett stöd i vidare politiska prioriteringar kring exempelvis detaljplaner, markinköp, näringslivsarbete och kommunikation.

Insatsområdena och strategiska inriktningar har beskrivits på ett övergripande och kortfattat sätt. Dessa kommer att omsättas till verksamhetsplaner och liknande dokument i kommunens förvaltningar. Det är alltså *inte* en enskild enhet som planerar och genomför aktiviteter och utvecklingsåtgärder isolerat.

För att säkerställa en hållbar framtid och främja tillväxt i Borgholms kommun, är det viktigt att engagera och samverka med det bredare civilsamhället, företag och andra aktörer. En framgångsfaktor är att forum bildas med kompetenser från olika verksamhetsområden, sektorer och externa aktörer såsom exempelvis Näringslivsråd, Kommungrupp LRF och samfälligheter, för att uppnå tillväxtstrategins intentioner:

13 000 invånare och 4000 jobb år 2030.

7 Tillväxtstrategin i relation till andra styrande dokument

Tillväxtstrategin relaterar till flera andra styrande dokument som exempelvis:

- Översiktsplan
- Service och landsbygdsutvecklingsplan
- Strategi för Bostadsförsörjning
- Näringslivsstrategi
- Turismstrategi Öland
- Marknadsföringsstrategi
- Kompetensförsörjningsplan
- Kultur och fritidsstrategi