

Platsen ”Katrineholm”

Camilla Lindgren, +Katrineholm

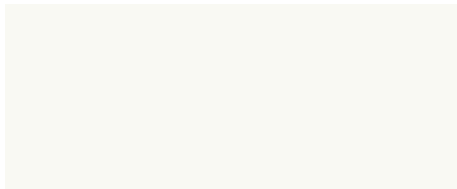
An aerial photograph of the Katrineholm Palace, a large white building with a red roof, situated in a lush green forest. The palace is surrounded by a paved courtyard with a flagpole in the center. In the background, a large lake stretches across the landscape, with a dense forest of trees lining the shore. The sky is a soft, hazy blue, suggesting a clear day.

PLATSVARUMÄRKET
KATRINEHOLM

Vad är ett platsvarumärke?

Ett platsvarumärke är summan av de associationer som finns kring platsen, hos invånare och omvärlden.

Alla platser har ett varumärke, oavsett om det är uttalat eller inte.



Katrineholm

mamma

knutpunkt

trädgård

stad

tråkig

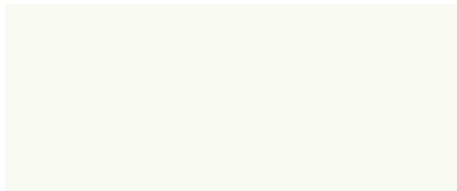
hemma

inkluderande

bandy

kultur

tåg



Vad skapar ett starkt platsvarumärke?

Platsutveckling

Platsmarknadsföring



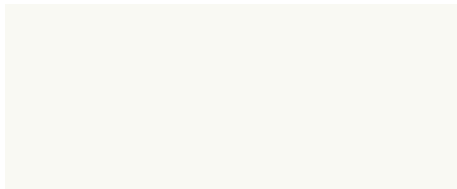
**”Att skapa en bättre vardag
för de många
människorna.”**

Varför platsvarumärke?



Syftet med den här strategin är att få ett verktyg i arbetet med att öka attraktionskraften kring Katrineholm som plats att bo, leva och verka i samt att besöka – och skapa platsutveckling

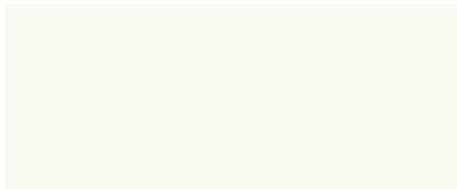
**Så vad har vi för plan för platsen?
Vad har vi att erbjuda?
Varför ska man välja Katrineholm?**



”Vi vill, vi kanske till och med kan, vi drömmer. Men det är ganska ok ändå. Vågar man verkligen?”

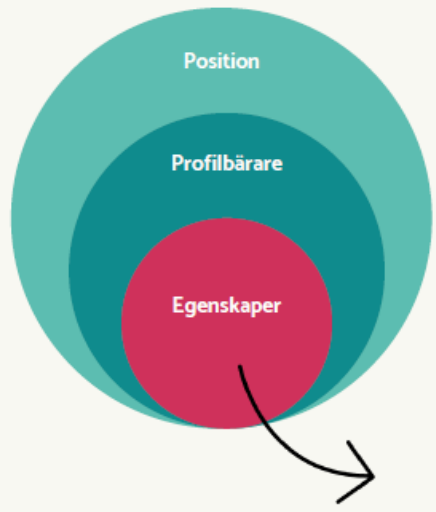
”En rätt varm person, kanske lite medelålders, men trevlig”

”Vi har ju både den där lilla lunken och det färgstarka”





Egenskaper



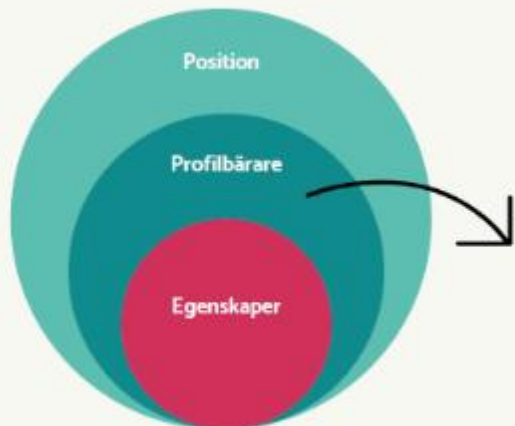
Enkel

Inkluderande
Självdistanserad
Öppen
Nära
Tillgänglig
Småskalig



Utforskande

Innovativ
Skapande
Kraftfull
Stark
Experimentell
Oväntad



Profilbärare

Vi är en plats med:



När vi korskopplar profilbärarna sticker vår plats ut. Här några exempel.



ETC SOLPARK

En plats där får och betesmark samsas med en serverhall byggt i trä, täckt av solcellspaneler. Parken inrymmer även café och kursverksamhet. Kika runt på konst, spännande hus såväl som en få en lokalrostad kopp kaffe.

Här utforskas innovativa energilösningar, arkitektur och miljöfusioner.



LYCKLIGA GATORNA

Initiativet som skapar en mer meningsfull fritid för barn, ungdomar och deras familjer. Under populära gatufester träffas kända och okända grannar kring levande musik, god mat och roliga aktiviteter från världens alla hörn.

Här utforskas relationer och användningen av stadsrummet utifrån inkluderingsperspektiv.

OFFENTLIG KONST

Katrineholm har över fyrtio offentliga konstverk, ännu fler om man räknar de uppskattade gerillaverken. Målade väggar, ståtliga skulpturer och mindre verk som kräver ett letande öga. Här vägg i Nävertorp målad av Saadia Hussain & boende.

Här utforskas nya sätt att levandegöra boendemiljöer med crowd painting.



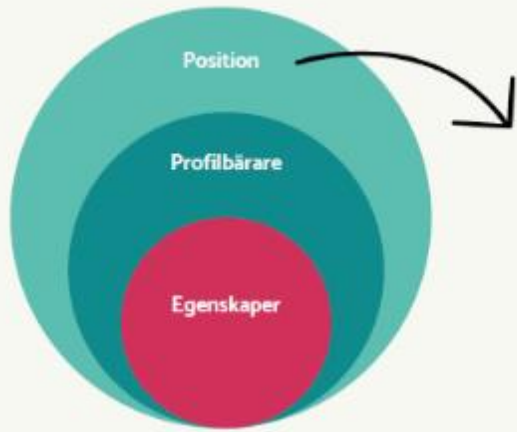
IMPECTA FRÖHANDEL

E-handelsbolag av odlare och för odlare. Det som startade på en liten bit odlingsmark är idag ett av Katrineholms större företag. Här får även människor växa med ett stort fokus på social hållbarhet och cirkularitet.

Här utforskas ett skalbart företag som tar ansvar för människor, plats & miljö.







Positionsförflyttning



I den önskade positionen bör också ett löfte. **Att bejaka våra utforskande egenskaper** och i framtiden uppfattas som en utforskande plats – det förpliktigar.

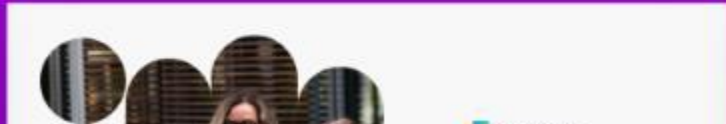
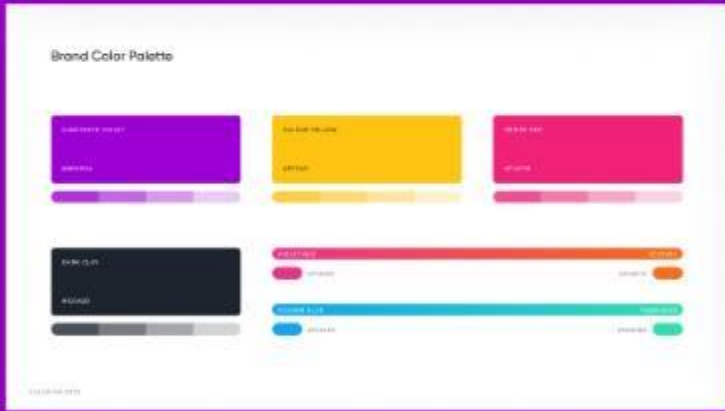
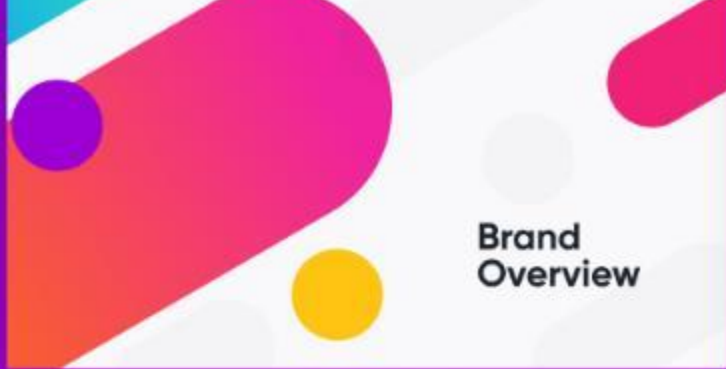
HÖGA KUSTEN

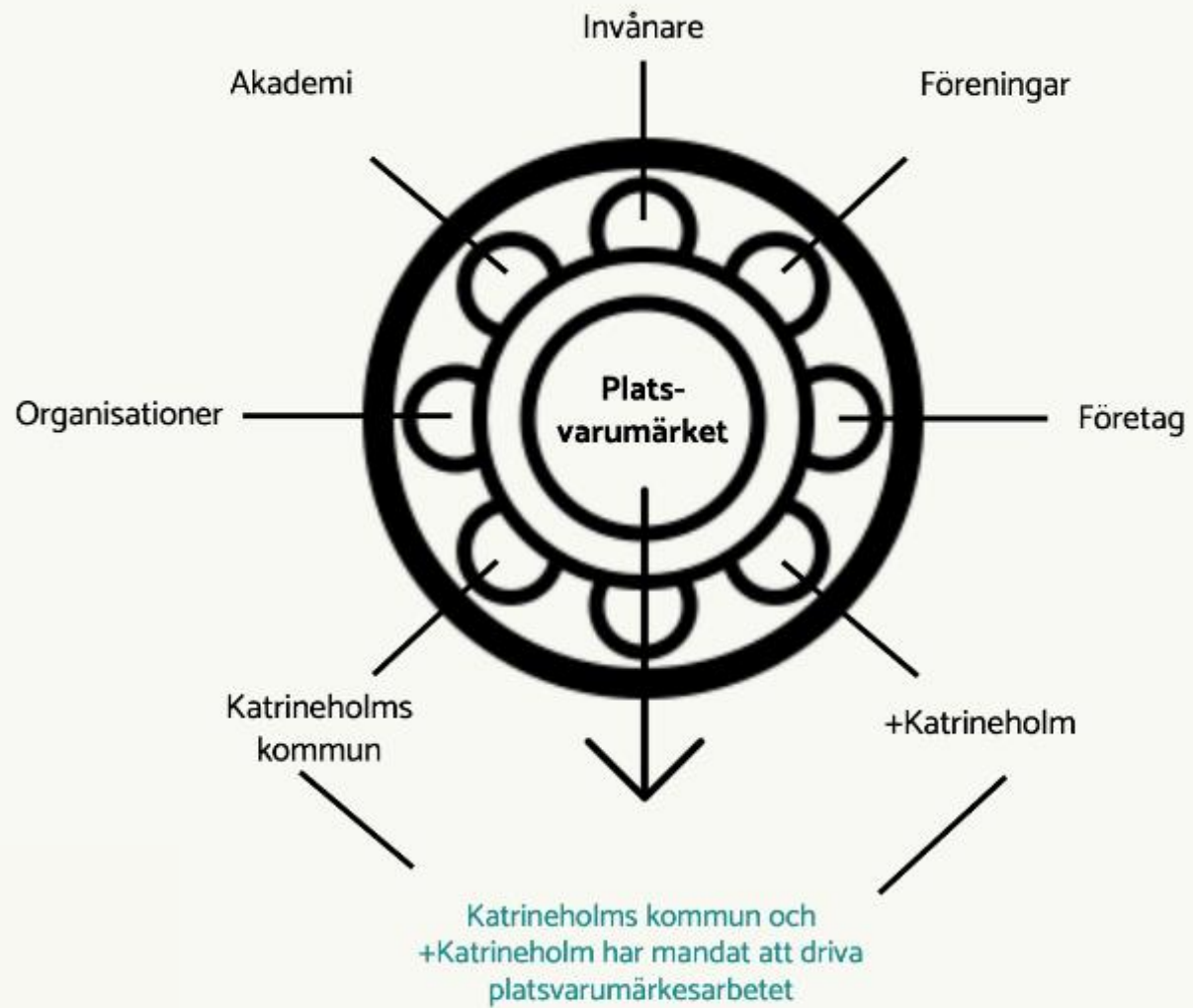
THE HIGH COAST OF SWEDEN

Established 10,000 years ago









Övergripande syfte och målsättning är: ökad stolthet, stärkt kännedom & förbättrad association



UTVECKLA BESÖKSNÄRINGEN & ARBETA MED PLATSATTRAKTION ¹⁺²

Utveckla besöksnäringen och driva fler projekt för utveckling av platsen och platsattraktion. Insatser sker i inom de utpekade profilområdena, samt med fokus att skala upp besöksnäringen.



UNGAS NÖJESLIV ¹⁺⁴⁺⁵

Unga bidrar till liv, rörelse och stadskänsla. Ett återupplivat nöjesutbud, i linje med samtiden går i linje med flera målgrupper, mål och syften. Digitala verktyg och nya upplevelsekoncept kan integreras i Katrineholm för att optimera och investeringar.



PAKETERA, POSITIONERA & ETABLERA DEN HÅLLBARA LIVSMEDELSHUBEN ²

Vi behöver hitta rätt ord, unika fördelar och paketera den önskade positionen. Därefter etablera den lokalt såväl som nationellt genom olika aktiviteter över tid. Samt samarbeta tvärsektoriellt. Vår gröna framtid väntar.



ETABLERA STARKARE AKADEMI & HYBRIDCAMPUS ¹⁺²⁺⁴

Utbildningsnivå är det enskilt starkaste verktyget för att motverka socioekonomisk utsatthet. Sörmlandsunga kan flytta in och fler stanna kvar med en mer etablerad akademi. Hybridcampus en funktion för framtiden där utbildningsvärlden öppnas i Katrineholm.



UTVECKLA OCH STÄRK SLAGKRAFTIGA VATTENÄRA LIVSMILJÖER ¹⁺³

Tillgången till olika vattenmiljöer är mycket god. Vi kan skapa fler vattenmiljöer, och inspireras av finska utomhusbad eller isländska naturmiljöer. Ökar livskvalitet och nya invånare.



UTVECKLA URBANA STORSTADSMARKÖRER ¹⁺³

Invånare, särskilt yngre uppskattar glimtar av storstaden eller de allra senaste konceptet. Att utveckla fler samtida/progressiva markörer får fler unga att bo kvar, invånare att bli mer stolta över sin region och nya invånare att strömma till. T.ex. ett nytt kommunalt växthotell.

¹ Flytt- & Boendeanalys (Kairos Future)

² Framtidens Näringsliv (Kairos Future)

³ Foretagsenkät 2022 (Näringslivsenheten)

⁴ Workshops Platsvarumärke (Placebrander)

⁵ Ungdomsenkät (Katrineholms kommun)

ÖNSKADE EFFEKTER Utifrån målen kan vi koppla direkta effekter som man vill att ett framgångsrikt arbete leder till. Framförallt en ökad etablering, positivt flyttnetto och ökat antal anställda (SCB)

INDIKATORER som kan visa på positiva resultat. Där kan: näringslivsranking, gästnätter, geo-mätare, invånares rekommendationsgrad, företags-nki, pr-inforanden räknas.

6 bärande strategier



1. Bygga intern stolthet

Vi ska bygga Katrineholms platsvarumärke inifrån. Vi ska göra insatser som ökar stoltheten. Det ska vara lätt att vara en god ambassadör. Vi ska se till att ungdomar och andra som lämnar staden gör det med ett stort hjärta för vår plats.

2. Leva platsvarumärket

Egenskaperna hjälper oss i hur vi ska prata om platsen. Profilbärarna visar vilka tillgångar vi ska lyfta fram, men också inom vilka områden vi ska platsutveckla. Den önskade positionen är något vi arbetar efter: "Är det här utforskande?"

3. Göra och våga köra

Vi ska ha stort fokus på platsutveckling och att göra saker som för oss i rätt riktning mot målen. Vår önskade position förpliktigar – att vara en utforskande plats, handlar i hög grad om att våga testa sig fram, att våga göra och köra.

4. Kommunicera Katrineholm

Parallellt ska vi kommunicera fördelarna med Katrineholm på nya sätt. Vi ska ta fram en plattform för platskommunikation. Vi ska förse företag, föreningar och invånare med verktyg för deltagande och sprida bilden av platsen.

5. Utforska strategiska samarbeten


Vi vill vara en del av spännande sammanhang och vara integrerade med Stockholm och Norrköping. Nyckeln till det går genom att utforska nya samarbeten med aktörer. Det kommer också att föra med sig att vi tar oss från att kommunicera hur lång pendlingstiden är till att prata om konkreta och spännande samarbeten. Visa genom att göra.

6. Västra Sörmland

Samarbete och inkludering är dels vägen framåt. Dels ser etablerande företag, besökare eller framtida invånare inga eller sällan geografiska gränser. Därtill pekar näringslivsanalys, besöksstrategier och flera insikter på stora multieffekter av ett flerkommunalt eller delregionalt perspektiv. Vi utgår ifrån, delvis driver och deltar aktivt som Västra Sörmland.

7. Omvärldsbevaka globalt

I vår strävan att bejaka vår utforskande sida, behöver vi blicka ut nationellt och internationellt. Vi ska inspireras av de som gör det bra och sedan gå vår väg.

A woman with dark hair tied back, wearing a black jacket, stands in the center of the frame with her arms outstretched to the sides. She is smiling broadly. In the background, another person in a blue jacket is also seen with arms outstretched. The setting is outdoors with trees and a brick building. A white circular graphic is overlaid on the bottom left corner.

**Du är en
ambassadör!**



Tack!