

BID Borlänge

Affärsplan



BORLÄNGE

Borlänge har genomfört och blivit certifierade i Svenska Stads kärnors utvecklingsmodell BID (Business Improvement District). Affärsplanen med tillhörande handlingsplan har varit en av målsättningarna för processen. En ny samverkansorganisation kommer att ansvara för genomförandet av affärsplanen och fortsatt platsutveckling i området som inkluderar centrum, Kupolen, Norra Backa samt stråken som binder samman området.

1. Om Borlänge	3
1.1 Borlänges historia – den ska vi berätta.....	3
1.2 Bakgrund.....	3
1.3 BID-modellen.....	3
2. Samverkansorganisation – roller och ansvar	5
2.1 Framtida organisation.....	6
2.1.1 Dåtid.....	6
2.1.2 Nutid.....	6
2.1.3 Framtid.....	7
2.2 Samverkansförening.....	8
2.3 Syftet med upplevelsestaden och utvecklingsstaden.....	8
2.4 Styrelse.....	8
2.5 Platsutvecklare.....	8
2.6 Medlemskap och finansiering.....	8
3. Geografiska BID-området	9
4. Intressenter och framtida medfinansiärer	10
5. Identitet - Från ful och farlig till kreativ och framgångsrik	11
5.1 Vår stad – hur ska vi öka upplevelsen?.....	11
6. Syfte	12
7. Vision	12
8. Målrättning	13
8.1 Målbilder.....	13
8.2 Framgångsnycklar.....	15
8.3 Indikatorer.....	15
Exempel på mätbara indikatorer.....	15
9. Delmål	16
9.1 Utveckla platsen.....	16
9.2 Utveckla utbudet.....	16
10.1 Nulägesanalysen	17
10.1.1 Varumärke – Identitet, profil, image och positionering.....	17
10.1.2 Utbud - aktiviteter, upplevelser och service.....	17
10.1.3 Platsen - funktion, utseende och utformning.....	18
10.1.4 Tillgänglighet – färd sätt och framkomlighet.....	18
10.1.5 Rent, tryggt & säkert.....	18
10.1.6 Sammanfattning fokusgrupper.....	18
10.2 Marknaden.....	19
10.3 Kunder – invånare – besökare.....	19
10.4 Konkurrenterna.....	19
11. Strategi – Framtid	20
12. Handlingsplan	20
13. Riskanalys och prioriteringslista	20
14. Budget	20
Bild	21
Bild	22

1. Om Borlänge

Borlänge är Dalarnas viktigaste industri-, transport- och handelsort. Staden har världsledande företag inom stålindustrin och är en transport- och distributionsnod. Borlänge är också en stark handelsstad med Sveriges idag 11:e högsta handelsindex och har en högskola med framstående forskning. Borlänge utmärker sig vidare som Sveriges 13:e IT-konsult tätaste ort. Innovationsandan genomsyrar Borlänge som bland annat är utsedd till en smart city nod i landet.

1.1 Borlänges historia – den ska vi berätta

Det finns mycket historia att berätta om, trots att Borlänge är en ung stad. Vi kan bli bättre på att berätta historierna om industrin, kända musiker, museum och konstverk med mera. Industrin har format staden och mentaliteten, att ständigt vara redo att möta nya förutsättningar. Till exempel när SSAB hade stora neddragningar på 1980-talet och en ny framtid skapades. Bland annat etablerades Teknikdalen, där 4000 människor idag har sin arbetsplats.

1.2 Bakgrund

Borlänge är sedan många år en stark handelsstad och närheten mellan Kupolen, Norra Backa handelsområde och centrum är unik. Handeln är också den bransch som sysselsätter flest personer i kommunen. Stadskärnan är stadens skyltfönster och många intressenter är beroende av att stadens centrum är levande. Handeln och stadskärnan utmanas sedan flera år av e-handel och nya köpbeteenden. Med det som bakgrund tog fastighetsägare och Borlänge kommun initiativet att analysera och fördjupa sig i vad det innebär för Borlänges utveckling. Dåvarande struktur och arbetsätt behövde uppdateras till aktuella förutsättningar. Dessutom behövde Kupolen och Norra Backa inkluderas och knytas samman bättre med centrum, för att stärka attraktiviteten och på bästa sätt lyfta fram stadens utbud.

1.3 BID-modellen

Det internationella begreppet BID (Business Improvement District) är en modell för platsutveckling som bygger på förtroende mellan offentlig och privat sektor. Under 18 månader genomförs workshops, studiebesök, typfall och coachning. Områden för affärsutveckling inventeras utifrån fem fokusområden; Varumärke, Utbud, Platsen, Tillgänglighet samt Rent, tryggt och säkert. Fokusområden presenteras i en nulägesanalys som ligger till grund för den



gemensamma affärsutvecklingsplanen för BID-området. BID-processen är till hjälp för att skapa ett gemensamt nav för Borlänges offentliga och privata aktörer, för fortsatt utveckling av platsen centrum, Norra Backa och Kupolen samt stråken som knyter området samman.

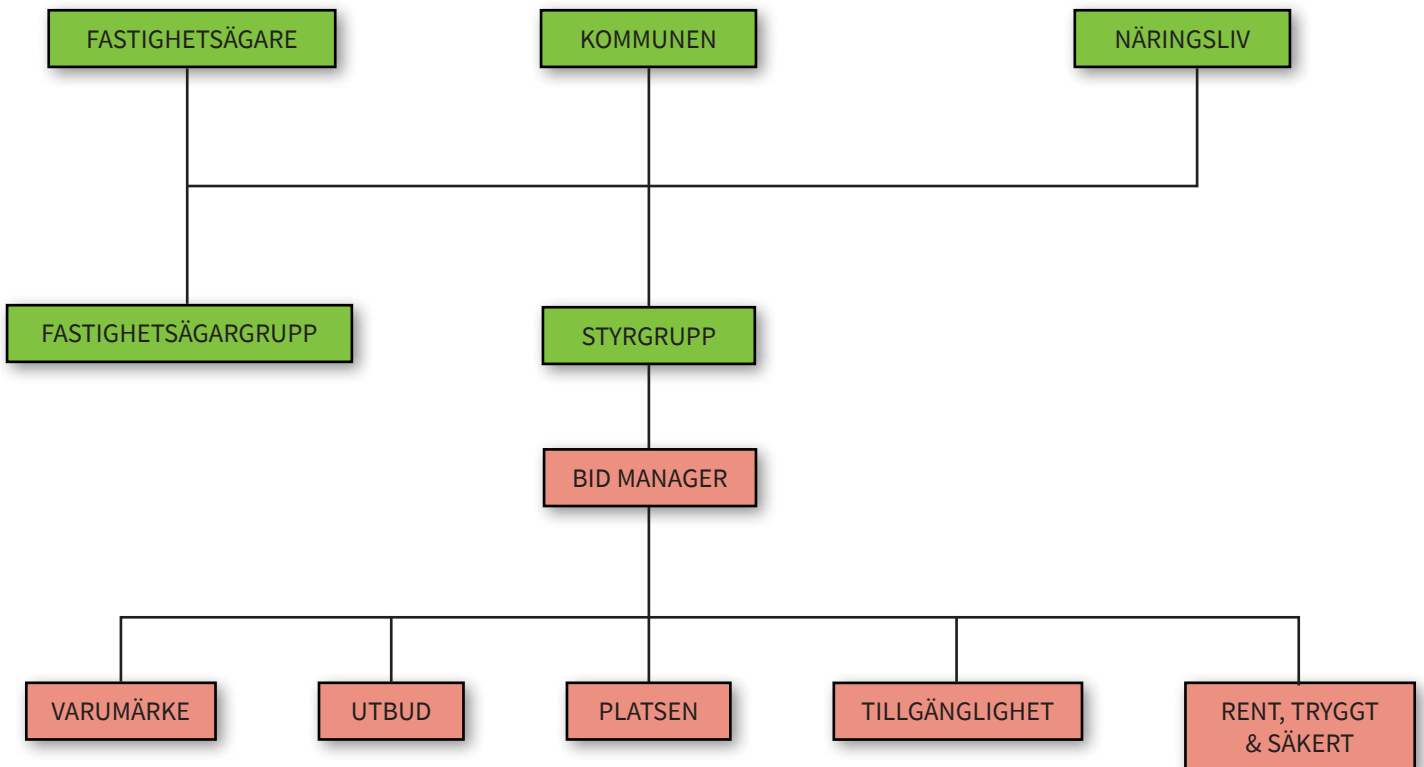
1 Borlänge är en av sex regionala noder för Smart City Sweden. En möjlighet att visa upp det bästa av regionens kunskaper av miljöteknik, mobilitet, digitalisering, stadsplanering och social hållbarhet.



Borlänge var den första staden i Sverige som hade asfalterade gator, en bensinmack och ett funkisvaruhus. På 1960-talet omtalades Borlänge som Sveriges modernaste stad och när textilindustrin var som störst i Sverige skickade Borås designers provkollektioner till Borlänge.

2. Samverkansorganisation – roller och ansvar

Genom samverkan mellan offentlig och privat sektor kan vi nå resultat, som annars inte vore möjligt på egen hand. Borlänges samverkansorganisation under BID-processen är uppdelad i strategiskt och operativt arbete.



Grön = strategiskt
Rosa = operativt arbete.



Under processens gång har förändringar skett i organisation och arbete. Inledningsvis ingick fokusfrågor gällande önskade etableringar och utbud i fokugruppen utbuds arbetsuppgifter. När Fastighetsägargruppen startades flyttades fokusfrågor om etableringar dit och gruppen utbuds arbete fokuserade fortsatt på evenemang och aktiviteter. I det operativa arbetet har även en klotter- och en tunnelgrupp tillkommit bland annat, med deltagare från grupperna Platsen och Rent, tryggt och säkert.

2.1 Framtida organisation

2.1.1 Dåtid

Centrumföreningen upphörde på fastighetsägarnas och kommunens initiativ och efter beslut på två eniga stämmor den 31 december 2018. Sedan dess har Borlänge kommuns näringslivskontor ansvarat för marknadsföring, planering och genomförande av aktiviteter och evenemang i centrum.

2.1.2 Nutid

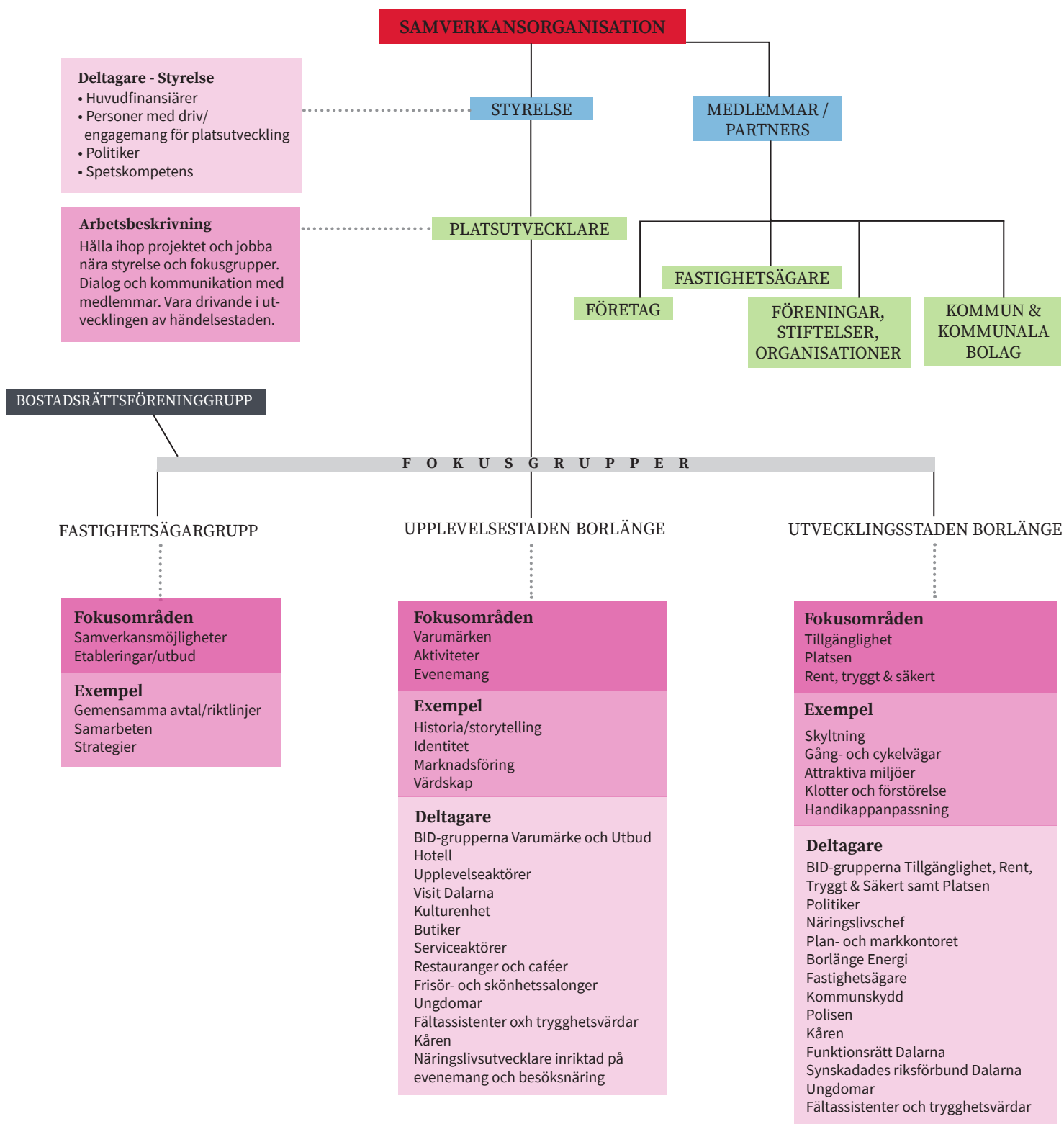
Styrgruppen i BID tillsätter organisationen som ansvarar för genomförande av affärsplanen. Det nya arbetssättet ställer krav på en genomtänkt struktur för att samla arbetet med utvecklingen av platsen.



Tidslinje för samverkan

- 1903
Borlänge Köpmannaförening bildas
- 1936
Föreningen för Gatudekoration i Borlänge bildas
- 1961
Föreningen Sveatorget bildas
- 1966
Föreningen Gatudekoration i Borlänge integreras med Köpmannaföreningen
- 1980
Samarbetsorganet för Borlänge centrum bildas
- 1990
Kupolen öppnar
- 1992
Köpmannaföreningen bildar servicebolaget Borlänge Köpstaden
- 1995
Kupolen Köpcentrums nya plan 2 med butiker invigs
- 1996
Borlänge Centrumsamverkan ekonomisk förening (Centrumföreningen) bildas
- 2005
Kupolen plan 3 med butiker invigs
- 2013
IKEA och Norra Backa handelsplats öppnar
- 2018
Centrumföreningen upphör
- 2021
Ny samverkansorganisation startar

2.1.3 Framtid



2.2 Samverkansförening

För att stärka samverkan föreslås intressenterna bilda en gemensam ekonomisk förening. Föreningen bär det operativa ansvaret för affärsplanens genomförande och kommer att arbeta utifrån två spår: upplevelsestaden Borlänge och utvecklingsstaden Borlänge.

2.3 Syftet med upplevelsestaden och utvecklingsstaden

Syftet med upplevelsestaden Borlänge och utvecklingsstaden Borlänge är att fokuserat arbeta med utveckling av upplevelseutbudet eller med att utveckla platsen med nya idéer och initiativ:

Upplevelsestaden Borlänge

BID-grupperna Varumärke och Utbud. Hotell, upplevelseaktörer, Visit Dalarna, näringslivsutvecklare inriktad på evenemang och besöksnäring, kulturenhet, butiker, serviceaktörer, restauranger och caféer, frisör- och skönhetsalonger, ungdomar och fältassistenter/trygghetsvårdar, Kåren, näringslivsutvecklare inriktad på handel samt platsutvecklare.

Utvecklingsstaden Borlänge

BID-grupperna Tillgänglighet, Rent, Tryggt och Säkert och Platsen. (Politiken), näringslivskontoret (chef), plan- och markkontoret, Borlänge Energi inriktad på stadsmiljö, Fastighetsägare, kommunskydd, polisen, Funktionsrätt Dalarna, Synskadades Riksförbund Dalarna, Kåren, ungdomar och fältassistenter/trygghetsvårdar samt platsutvecklare.

2.4 Styrelse

Huvudfinansiärer utser en styrelse till föreningen. Föreningens styrelse består av representanter från huvudfinansiärer samt personer med specifik spetskompetens och driv för platsutveckling. Styrelsen ska representeras av kommun, fastighetsägare och näringsliv.

2.5 Platsutvecklare

En platsutvecklare anställs för att driva spåren upplevelsestaden Borlänge och utvecklingsstaden Borlänge (se organisationsschema) samt ansvara för genomförande av affärs- och handlingsplanen. Platsutvecklaren har ansvar för att sammankalla, informera till arbetsgrupper, styrelse och medlemmar samt återrapportera till styrelsen för att förankra beslut. Uppdraget kommer att tydliggöras i en profilbeskrivning.

2.6 Medlemskap och finansiering

Samverkansföreningen finansieras i form av medlemskap och partnerskap. En finansieringsmodell ska finnas för hur Borlänge kommun, näringsliv och fastighetsägare ska bidra med ekonomiska medel. Se förslag i bilaga.



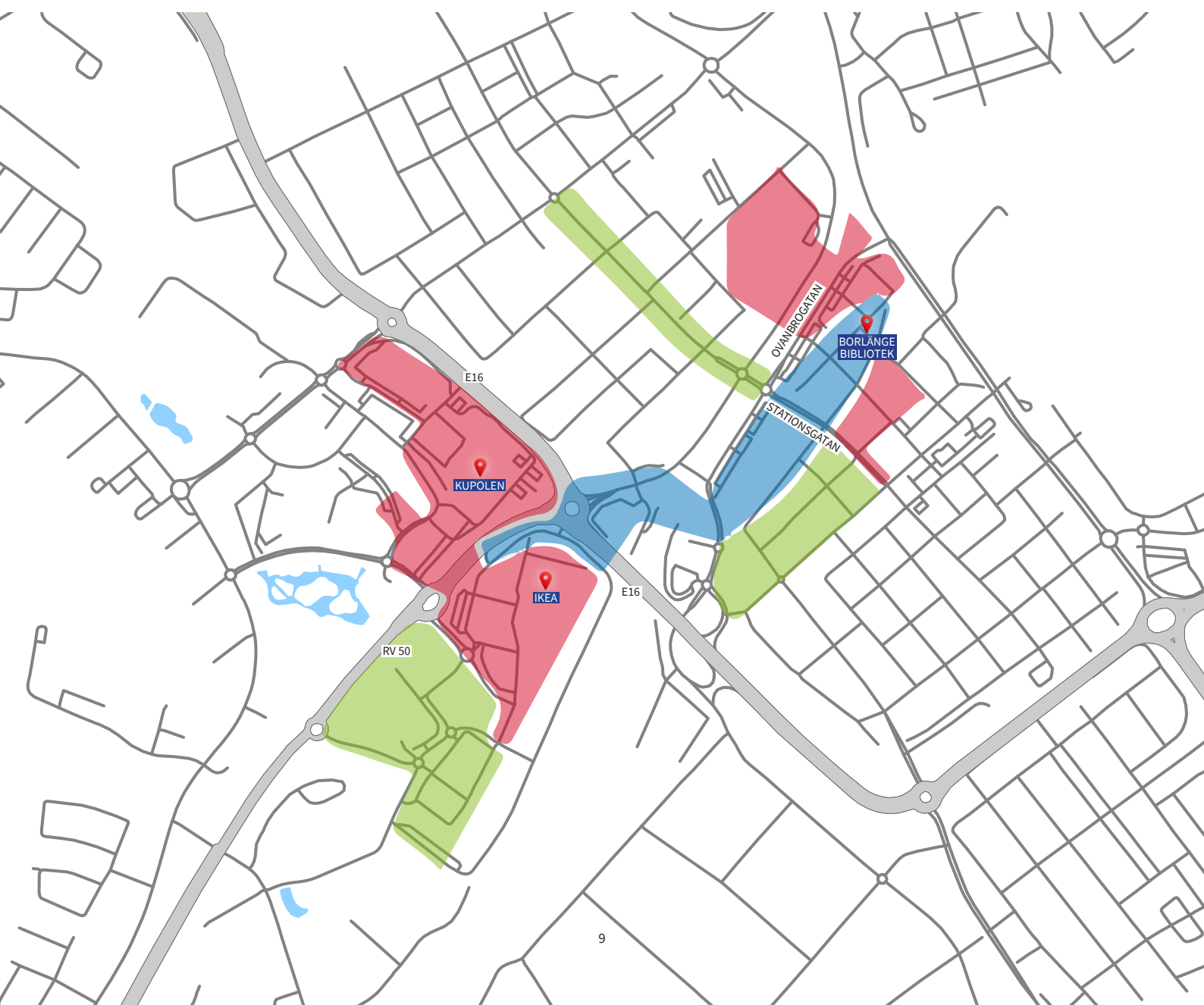
3. Geografiska BID-området

BID-området är indelat i tre delar. Borlänge har ett centrum-BID med en förlängning till Kupolen och Norra Backa samt aktivitetsområdet vid Folkets Park. Under BID-processens 18 månader var fokus på områdena kring Sveagatan, Borganäsvägen, Liljeqvistska parken, Hantverksbyn, Kupolen, Norra Backa, resecentrum och stråken mellan platserna.

Fas 1. Blått område: prioriterat område under BID-processen

Fas 2. Blått och rött område: BID-område

Fas 3. Grönt område: utökat område vid behov/senare fas i processen.

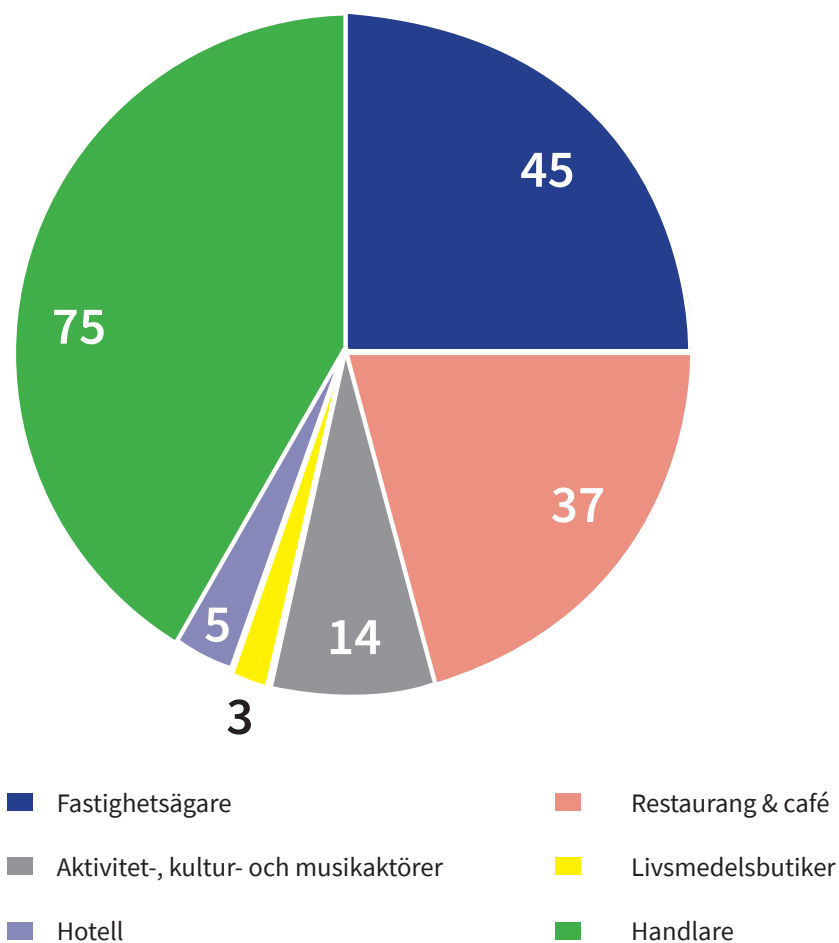


4. Intressenter och framtida medfinansiärer

De huvudsakliga intressenterna för BID-områdets framtida utveckling delas in i offentliga aktörer, fastighetsägare och kommersiella hyresgäster.

Området består bland annat av fastighetsägare, aktivitets-, kultur- och musikaktörer, hotell, restaurang och café, livsmedelsbutiker och handlare i en ungefärlig fördelning enligt diagram nedan.

Antal intressenter per grupp



Ytterligare potentiella intressenter är föreningar, skolor, ideella organisationer samt Visit Dalarna.

För den framtida organisationen är samarbete och deltagande från de huvudsakliga intressenterna viktig. Det kommer att krävas både tid och ekonomiska resurser från fastighetsägare, kommun samt kommersiella verksamheter, som gemensamt bidrar till organisation och utvecklande aktiviteter. Intressenterna ska genom samverkan arbeta aktivt för att uppnå den gemensamma visionen för området.

5. Identitet - Från ful och farlig till kreativ och framgångsrik

Industrin har gjort avtryck på Borlänge stads identitet. Kreativiteten har gett förutsättningar för Borlänge att växa till det som utgör staden idag, även om industriarv och problem med brottslighet lever kvar i många människors medvetande, särskilt utanför kommungränsen. Det är en del av stadens historia och vi kan dra nytta och lärdomar av det. Borlänge är en stad med allt från stora industrikomplex, IT- och transportföretag, till butiker och föreningar, musik, upplevelser – och inte minst det trevliga folket som lever här. Borlängementaliteten är stark. Här finns viljan att göra mer, att göra det oväntade och inte backa när det bär emot.

5.1 Vår stad – hur ska vi öka upplevelsen?

Grunden för BID-processen är aktörernas samförstånd, att varje del är viktig för helheten – för Borlänge som utveckling- och upplevelsestad. Flera av delarna finns redan idag, däremot saknas en övergripande berättelse – så kallad storytelling – om Borlänge.

- bygga ett gemensamt varumärke och jobba för att stärka det
- berätta vad Borlänge (upplevelsestad) erbjuder
- beskriva området
- lätta upp faktatungt material med en historia som fångar läsarnas intresse
- presentera ansvar och arbete på web/tidningar
- berätta om evenemang som varit



6. Syfte

Syftet med det nya arbetssättet är att skapa en effektiv samverkan mellan privat och offentlig sektor utifrån BID-modellens fem fokusområden. En nulägesanalys har gjorts som en gemensam utgångspunkt för vidare arbete med affärs- och handlingsplan. Syftet är att affärsplanen med tillhörande handlingsplan och budget ska fungera som strategisk vägledning för platsutvecklingen i området. Affärsplanen används till verksamhetsplan för den nya organisationen.

7. Vision

Centrum, våra handelsplatser och stråken som binder området samman ska vara en gemensam plats som sätter människorna i fokus. En plats som lockar människor till att mötas, bo, besöka, arbeta och handla. En plats som gynnar företag att växa, göra affärer och attrahera arbetskraft. En plats som har ett brett utbud av service, tjänster och upplevelser. En attraktiv plats alla känner stolthet för, men också tar ansvar för hur den upplevs. Trivs vi själva med det vi skapar, kommer andra att gilla det också.





8. Målriktning

Borlänge ska fortsatt vara en stark handelsstad med många valmöjligheter för upplevelser och aktiviteter. Det ska vara en upplevelsestad som människor vill besöka, bo och leva i. Ett starkt engagemang i Borlänges näringsliv är grunden för utvecklingen av utbud inom handel, aktiviteter, kultur och evenemang. Platser för handel och upplevelser ska föras samman inom BID-området, för att stärka områdets attraktivitet och där företag kan verka, växa och utvecklas. Högskolans flytt till centrum innebär nya flöden och platsen behöver anpassas för såväl arbetande som studenter. Ett gemensamt arbete om att kommunicera stadens mervärden gynnar alla som verkar i området. Dels de som redan bor och arbetar här, dels för att locka nya besökare till hit.

8.1 Målbilder

Målbilder för BID-området som inkluderar stadskärna, handelsområde och köpcentrum.

1. Ett gemensamt centrum och ett viktigt platsvarumärke i Borlänge.
2. En trivsamt plats för Borlängebor, studenter, företag och besökare.
3. Har ett tilltalande och spännande utbud som gör Borlängebor stolta och nöjda samt lockar fler och nya besökare.
4. Platsen upplevs rent, tryggt och tillgängligt samt lättnavigerat.
5. Har goda utveckling- och affärsmöjligheter. Fler företag vill etablera sig, växa och utvecklas.
6. Det finns en stark samverkan mellan områdets aktörer.



8.2 Framgångsnycklar

För att nå målen har följande fem viktiga nycklar identifierats i arbetet.

- Förankring av gemensamma mål
- Fungerande organisation för samverkan
- Engagemang och drivkraft
- Marknadsföring och kommunikation (intern och extern)
- Ekonomi

8.3 Indikatorer

Exempel på mätbara indikatorer:

- **En attraktiv plats**
 - attityder i medborgarundersökning
 - omnämmande av varumärke i media
 - antal förbättringsaktiviteter för upplevelsen av en renare och tryggare miljö
 - medborgares behov av service, utbud och upplevelser
- **En lönsam plats**
 - handelsindex
 - omsättning
 - fastighetsvärde
 - antal besökare i centrum, Norra Backa samt Kupolen
 - beläggningsgrad gästnätter
- **En plats för medborgares kommunikation**
 - antal resor per syfte, till exempel arbete, pendlare, handla, upplevelser
- **En plats för kompetens**
 - betygsättning av företag om hur de upplever förutsättningarna för rekrytering av kompetens
 - antal studerande på Högskola
- **En plats för utveckling**
 - företagsklimat
 - förtätning i centrum
 - antal nya etableringar (strategiska)





9. Delmål

Borlänge är en stad som månar om att driva utvecklingen framåt med kreativa och inspirerande idéer. Centrum är snart platsen för Högskolan Dalarnas campus Borlänge och redan idag har många sin arbetsplats där. Det skapar ytterligare möjligheter för en levande stadskärna med omnejd. Det finns en styrka i att gemensamt utveckla stråken mellan områdena och marknadsföra dem därefter.

9.1 Utveckla platsen

Det är mycket viktigt att utveckla platsen ur såväl ett estetiskt som tryggt perspektiv. Den upplevda tryggheten stärks av rena och omhändertagna miljöer, precis som att estetiskt tilltalande omgivningar ökar trivseln för de som bor, arbetar och vistas i Borlänge.

9.2 Utveckla utbudet

Med en gemensam målinriktning och kreativitet kan platsens utbud ständigt utvecklas. Utbudet av upplevelser behöver till stor del fokuseras till platsen, för att skapa aha-upplevelser utöver det vanliga.



10.1 Nulägesanalysen

Svenska Stads kärnors BID-modell började i maj 2019. Nulägesanalysen är resultatet av modellens tre inledande steg med workshops, platsvandringar, enkätundersökningar och arbete i fem fokusgrupper. BID-modellen är politiskt förankrad med kommunledningen och förtroendevalda. Arbetet har följt modellens checklistor och styrgruppen har träffats vid 12 tillfällen för att följa upp och fatta beslut.

10.1.1 Varumärke – Identitet, profil, image och positionering

Identiteten kan upplevas som lite spretig, eftersom det finns mycket att vara stolt över i Borlänge, som bland annat kan identifiera sig som en handels-, musik- och IT-stad. Det är också en stad med restauranger, festivaler och nöjesliv. Utifrån enkäten och arbetsgruppens diskussioner blir det tydligt att Borlänge har en bred och intressant historia att berätta, däremot behöver vi bli bättre att förmedla berättelserna om vår stad. Så kan vi göra området mer attraktivt:

- Skapa en digital varumärkesplattform
- QR koder vid byggnader och konstverk
- Gemensam storytelling från aktörer i området
- Använda tomma skyltfönster
- Namnge ytor i området

10.1.2 Utbud - aktiviteter, upplevelser och service

Det finns konst, kultur, museum, handel, restauranger, frisörer och service med mera i BID-området. Det finns gott om aktiviteter och upplevelser, däremot finns önskemål om ett utökat och mer varierat utbud. Så kan vi göra området mer attraktivt:

- Skapa en samverkansgrupp som arbetar med evenemang
- Göra en aktivitetsyta för barn
- Arrangera en aktivitet som engagerar aktörer från hela BID-området
- Få fler evenemang att pågå på flera platser



10.1.3 Platsen - funktion, utseende och utformning

Platsen har bra förutsättningar med karaktäristiska byggnader och inramningen av gröna områden. Däremot upplevs stråken mellan centrum, Kupolen och Norra Backa som otydliga och tråkiga. Bra förutsättningar finns ändå, exempelvis Liljeqvistska parken med utrymme för lek, avkoppling och uppträdanden på scen. Så kan vi göra området mer attraktivt:

- Skapa en enhetligare och finare belysning
- Förbättra skyltningen
- Göra gång- och cykelstråk attraktivare
- Städa upp och förebygga nedskräpning
- Utveckla torg, park och mötesplatser

10.1.4 Tillgänglighet – färdstätt och framkomlighet

Det är ett stort plus att buss- och tågstationen finns mitt i BID-området och med generösa tidtabeller. Tydligheten med framförallt skyltning saknas i området. Det finns också en svårighet att enkelt förbättra framkomligheten för personer med funktionsvariationer. Till exempel, det som förbättrar för en synskadad kan försämrats för den som färdas i rullstol.

Så kan vi göra området mer attraktivt:

- Informera aktörer i centrum om hur de bidrar till bra framkomlighet
- Se över hänvisningsskyltar i området

10.1.5 Rent, tryggt & säkert

Platsen ska upplevas som rent, tryggt och säkert alla dygnets timmar. Brist på belysning, buskage vid tunnlar och tomma skyltfönster bidrar till att skapa en känsla av otrygghet. Så kan vi göra området mer attraktivt:

- Samverkan för att förebygga och hantera olaglig graffiti
- Skapa trevliga inslag i miljön, exempelvis foliering av elskåp
- Byta ut trasiga lampor
- Måla väggar i mörka tunnlar
- Förebyggande och hantering av skräp
- Strategi för planteringar och skötsel
- Dialog med kommunens enheter för trygghet och hållbarhet

10.1.6 Sammanfattning fokusgrupper

Fokusgruppernas arbete började med nulägesanalysen under steg 2 och 3 i BID-processen. I steg 4 beskrev grupperna aktiviteter och åtgärder i handlingsplaner som i steg 5 blev några praktiskt utförda. En del aktiviteter berörde flera grupper. Till exempel mörka tunnlar, som intresserade gruppen Platsen utifrån det estetiska perspektivet samtidigt som gruppen Rent, tryggt och säkert såg de mörka tunnlar som en bidragande orsak till känslan av otrygghet. I det fallet bildade grupperna en gemensam grupp för att arbeta med åtgärden av mörka tunnlar. I steg 5 fortsatte grupperna att identifiera gemensamma intressen och i steg 6 slogs grupperna ihop för att utföra aktiviteterna.

10.2 Marknaden

I BID-området finns allt från evenemang, avkoppling och lek till handel och upplevelser. I centrum finns bland annat boende, företag, restauranger, caféer samt unika butiker. På Norra Backa handelsområde och Kupolen köpcentrum finns bland annat butikskedjor och varuhus.

BID-området ligger strategiskt perfekt och har goda kommunikationer. Det är en styrka att resecentrum ligger centralt, mitt i området. Även bussar som stannar frekvent i området är bra för tillgängligheten via kollektivtrafiken. Området har korta avstånd och det går att ta sig från Norra backas handelsområde, via Kupolen, till centrum gåendes eller med cykel.

Handelsområdet som skapades på Norra Backa 2013, med bland annat IKEA, har stärkt attraktiviteten och är en bidragande orsak till att många besökare från andra kommuner kommer till Borlänge. Även Romme Alpin, med Sveriges fjärde största skidanläggning, lockar många turister under vinterhalvåret. Fjällturister som åker vidare upp mot Sälen och Idre stannar för att äta i Borlänge i stor utsträckning och förhoppningen är givetvis att förlänga deras stopp ytterligare.

För att till fullo nyttja områdets potential och utbud inom korta avstånd, behöver stråken som knyter samman området bli bättre. Även tydligheten och kommunikationen i området kan förbättras för att motivera människor att vilja röra sig mer och befinna sig i området under en längre tid.

Centrum lockar till nya etableringar som bidrar till mer liv och rörelse, vilket är positivt för stadskärnans utveckling. Två exempel är Högskolan Dalarna Campus Borlänge och Tandvårdshus.

Fakta Borlänge:

- Drygt 5 700 företag varav 2100 aktiebolag
- 28 000 arbetstillfällen
- Störst tillväxt i företag med 10–50 anställda och över 100 anställda
- Flest nya jobb skapas inom tjänstesektorn
- Flest sysselsatta inom handel
- Nettoinpendling på ca 4600 personer
- 120 000 arbetsföra människor mellan 18-64 inom 45 minuters pendlingsavstånd

10.3 Kunder – invånare – besökare

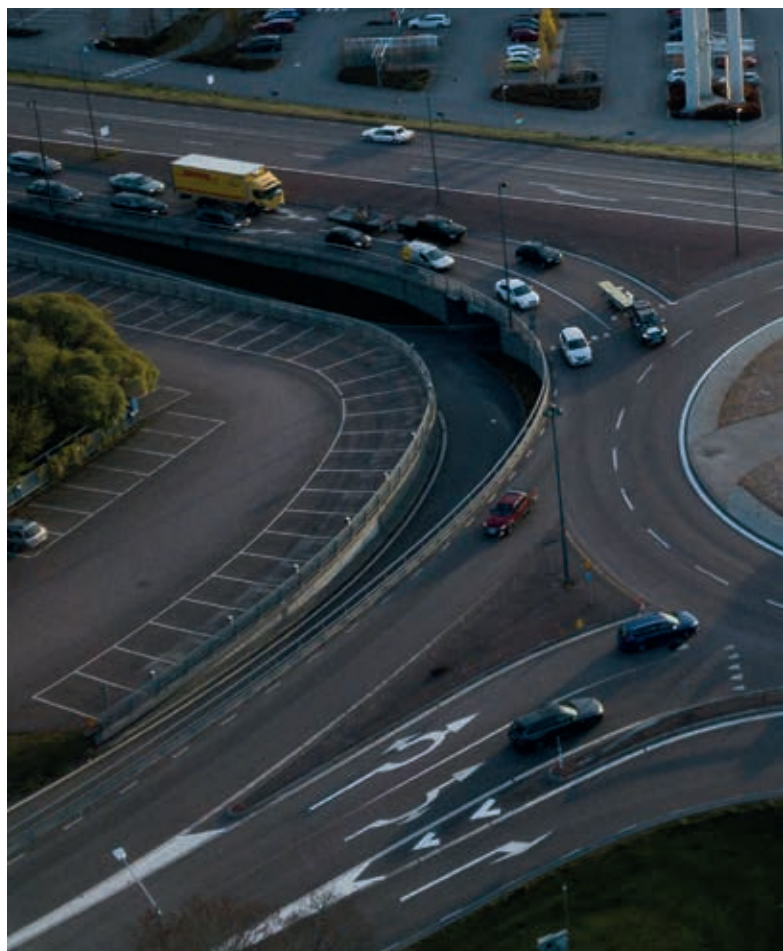
Borlänge har Sveriges 11:e högsta handelsindex (187). Det råder ingen tvekan om att besökare utanför kommunen är viktiga för handeln i Borlänge. De som bor eller arbetar i Borlänge är givetvis också viktiga för stadens service-, handel- och restaurangnäring.

Hela BID-området kan bli stärkt av en gemensam marknadsföring och kommunikation om närheten till ett stort utbud inom handel, service, restaurang och caféer med mera.

10.4 Konkurrenterna

Konkurrensen handlar till största del om det förändrade kundbeteendet, vad och hur kunderna väljer att spendera pengar och fritid. E-handeln är ett exempel på en utveckling som påverkat den fysiska handeln.

Falun är den närmaste konkurrenten sett till antal invånare, besökare och potentiella etableringar. Med goda kommunikationer är det också enkelt att ta sig från Borlänge till andra större städer som Gävle, Västerås, Örebro och Stockholm för handel, nöjen och andra upplevelser.



11. Strategi – Framtid

Aldrig har det varit viktigare att knyta samman områden i Borlänge och paketera erbjudande gemensamt. Vi behöver vara lyhörda för nya affärsmodeller och beteenden, vara öppna för att se dem som nya-möjligheter samt ta vara på det positiva som finns idag. Det finns exempelvis en stor nyfikenhet kring Högskolans flytt till centrum och BID-området har en stor potential att komplettera handeln med upplevelser och aktiviteter för alla.

Grunden för en lyckad platsutveckling i BID-området är att samarbeten över områdesgränser och mellan privat och offentlig sektor fortsätter. Med den nya samverkansorganisationen ska det vara enkelt att samla berörda och arbeta med gemensamma målbilder, med utgångspunkt i fokusområden; varumärke, utbud, platsen, tillgänglighet samt rent, tryggt och säkert. Arbetet fortsätter nu i två spår; upplevelsestaden och utvecklingsstaden (se punkt 2.1.3).

12. Handlingsplan

Handlingsplan finns som bilaga.

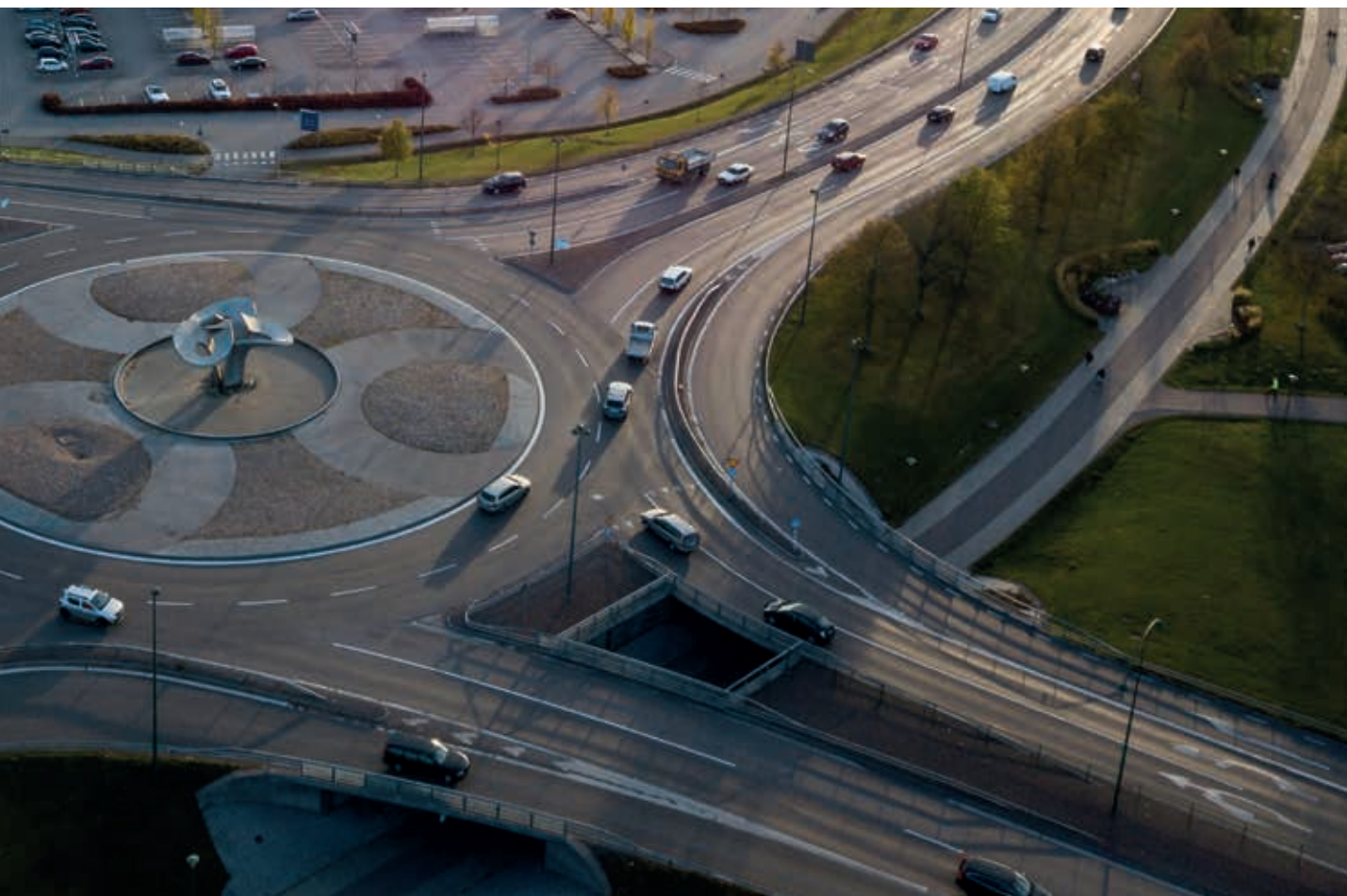
13. Riskanalys och prioriteringslista

En riskfaktor är om aktörernas engagemang och drivkraft minskar och påverkar genomförandet. Det är därför viktigt att alla aktörer känner till, är delaktiga och har förståelse för affärsplanens vision, målriktning och målbilder för att det fortsatta arbetet med platsutvecklingen ska bli framgångsrikt.

Högsta prioritet är att få den nya organisationen på plats för att fortsätta arbetet med BID-områdets platsutveckling.

14. Budget

Avtal kommer att skrivas med den nya organisationens medfinansiärer. Budget färdigställs därefter.



Vision

Centrum, våra handelsplatser och stråken som binder området samman ska vara en gemensam plats som sätter människorna i fokus. En plats som lockar människor till att mötas, bo, besöka, arbeta och handla. En plats som gynnar företag att växa, göra affärer och attrahera arbetskraft. En plats som har ett brett utbud av service, tjänster och upplevelser. En attraktiv plats alla känner stolthet för, men också tar ansvar för hur den upplevs. Trivs vi själva med det vi skapar, kommer andra att gilla det också.