

Strategisk



PLAN

för **Borås** Stad



Under 1990-talet skedde stora förändringar i vår omvärld; t ex avvecklingen av bostadssubventioner, EU-inträdet, IT-utvecklingen och ökad internationalisering. Befolkningen i Sverige stagnerade, och kommunerna konkurrerar idag om invånarna mer än tidigare.

Tillväxtfaktorerna för en ort kan indelas i fundamentala, som geografiskt läge, näringsstruktur och boendemiljö, samt kompletterande, som utbildningsutbud, offentlig verksamhet och bostadsutbud. De fundamentala är svåra eller omöjliga att påverka, medan de övriga kan förändras genom en medveten satsning.

Befolkningsstrukturen visar att Borås har brist på ungdomar som kan ta över arbetsuppgifter vid de närmaste pensionsavgångarna. En huvudfråga är därför hur Borås kan växa och bli en än mer attraktiv stad - inte minst för ungdomar.

Borås har den lägsta utbildningsnivån bland alla högskoleorter. Bra utbildningsmöjligheter på alla nivåer är en grundförutsättning för tillväxt, både av befolkningen och i näringslivet.

Borås har haft en befolkningstillväxt de senaste åren medan två tredjedelar av Sveriges

kommuner har minskat antalet invånare. Ett antal företag har också etablerat sig i Borås och antalet arbetstillfällen har ökat. Flera studier visar att en stad i Borås storlek är i många aspekter optimal. Borås erbjuder storstadens utbud men har småstadens närhet.

Färska marknadsundersökningar visar att kommunens invånare och företagare är stolta över sin stad och benägna att rekommendera andra att flytta hit respektive etablera sig här.

Behovet av en tydlig kommunikation med omvärlden växer sig allt starkare. Det är viktigt att boråsarna får kunskap om Borås starka och positiva värden för att kunna vara stolta över sin stad och verka som Boråsambassadörer.

Vision

Människor ska känna stolthet över att leva och verka i Borås, ett bra val som signalerar hög livskvalitet. Boråsaren ska vara en god ambassadör för sin stad.



Utvecklingsområden

Nio utvecklingsområden är strategiskt viktiga för en fortsatt positiv utveckling av Borås.

1 Boende

Tidigare flyttade människor till orter med god tillgång på arbete. Nu flyttar företag till orter som har välutbildad arbetskraft. Därför är en viktig konkurrensfaktor att kunna erbjuda attraktiva bostäder i en trygg och stimulerande miljö, och i kombination med en väl utbyggd service. Borås natursköna omgivning ger goda möjligheter till rekreation, ofta alldeles intill våra bostadsområden.

Mål

Vi ska utveckla attraktiva områden med bostäder i olika storlek och upplåtelseformer.

2 Trygghet och hälsa

Trygghet och god hälsa tillhör de viktigaste faktorerna för människors trivsel. Det ska vara självklart att människor är trygga både i inne- och utemiljöer. Låg kriminalitet värderas också när företag söker etableringsort.

Mål

Kommunen ska verka för att boråsarna känner trygghet, och ta initiativ i folkhälsoarbetet. Trygghets- och hälsoaspekter ska vägas in i all samhällsplanering. All form av mobbing, förtryck och våld ska bekämpas.

Det ska finnas gemensamma mötesplatser för alla åldrar. Kommunen ska motverka alkoholmissbruk och allt missbruk av andra droger.

3 Arbete och företagande

Ett varierat utbud av arbeten har central betydelse. Livskraftiga företag och en väl utbyggd kommunal service är en grund för fortsatt tillväxt.

Borås position som centrum för design och de starka områdena textil, handel och logistik ger goda förutsättningar för fortsatt positiv utveckling. Den nära samverkan mellan näringsliv, högskola, Sveriges Provnings- och Forskningsinstitut och kommun bidrar också.

Inom kongress och turism finns en potential där Borås har betydande fördelar. Besökaren kan erbjudas en mängd olika aktiviteter, allt ifrån shopping till kultur- och naturupplevelser.

Mål

Borås ska ha ett differentierat näringsliv med betoning på textil, handel och logistik. Förutsättningar för fokusering på design ska skapas. Företagsklimatet ska vara så bra att företagen stannar kvar och kan utvecklas, samt locka nya etableringar.

Arbetsmarknaden ska erbjuda bredd både när det gäller branscher och kompetensbehov.

4 Utbildning

Arbetskraften i Borås har jämförelsevis låg utbildningsnivå, vilket kan hämma tillväxten. Förändringarna på arbetsmarknaden sker allt snabbare och ställer allt högre krav på ett livslångt lärande.

En internationellt konkurrenskraftig utbildning, från förskola till högskola, främjar kommunens anseende och är av största vikt. Ett stort och lockande utbud av attraktiva och unika utbildningar ökar inflyttningen till Borås.



Mål

Utbildningsnivån i Borås ska höjas. Utbildningen ska hålla högsta kvalitet. Vi ska erbjuda unika utbildningar inom våra traditionellt starka områden, men också anpassade till framtida tillväxtområden.

Vi ska öka de internationella kontakterna.

5 Kultur

Kultur är en strategisk resurs för en kommuns utveckling och profilering. Området ger obegränsade möjligheter till lokala initiativ och kreativitet och till att särskilja sig från andra. Kulturutbudet är ofta präglad av bygdens historia och bidrar till den lokala identiteten. Ett varierat utbud ger ett rikt liv för invånarna i alla åldrar. Kulturevenemang öppnar mötesplatser, inte minst för nyinflyttade.

Mål

Borås ska ha ett attraktivt och varierat kulturutbud, som tilltalar såväl invånare som besökare i alla åldrar. Borås ska vara ledande inom barnkultur, nätbaserad biblioteksverksamhet, den rörliga bildkonsten och kulturmiljövärderna.



6 Fritid

Ett varierat och innehållsrikt fritidsutbud har stor betydelse. Aktiviteterna bidrar starkt till den lokala identiteten och skapar också mötesplatser för både invånare och besökare. Ett varierat utbud ger ett rikt liv för invånarna i alla åldrar. Kommunens ansikte utåt förknippas ofta med aktiviteter och arrangemang inom fritidsområdet.

Mål

Borås ska ha ett attraktivt och varierat fritidsutbud, som tilltalar såväl invånare som besökare i alla åldrar. Vi ska ha ett aktivt föreningsliv, där ideella insatser med offentligt stöd skapar mer värden.

Vi ska ha arenaidrott på elitnivå året om.



7 Delaktighet

Delaktighet uppstår när medborgarna är övertygade om att de har tillgång till det politiska systemet. Människors känsla av delaktighet bygger på deras erfarenheter av att delta och försöka påverka besluten. Detta ställer krav på kommunens verksamhet.

Föreningsliv och politiska partier får allt svårare att rekrytera medlemmar, trots att människor har större kunskap om och kräver delaktighet i frågor som påverkar deras liv.

Mål

Alla invånare ska få större möjligheter till inflytande och delaktighet. Medborgarna måste tycka att det är meningsfullt att engagera sig politiskt. Kommunens insatser för att motverka utanförskap bör särskilt rikta sig till ungdomar och personer med utländsk bakgrund.

Borås kommun ska ha en öppen dialog med invånare och organisationer.



8 Stadens miljö

Borås centrum är inte bara ett nav för dem som bor i kommunen utan också ett regioncentrum för Sjuhäradsbygdens 200 000 innevånare. Hit åker man för att studera, bo, arbeta och handla, och dessutom för att söka upplevelser i form av kultur, idrott och olika evenemang. Detta förpliktar och är en utmaning. Miljöerna måste hela tiden förskönas och anpassas till dagens krav. Borås dolda resurser måste tas till vara bättre. Borås har många centrala områden med stora utvecklingsmöjligheter.

Mål

Hög kvalitet måste prägla byggnader och allmänna platser i hela Borås om en framtida profilering som designstad ska bli trovärdig.

Borås ska ha attraktiva miljöer vid stadens entréer. Miljöerna längs Viskan ska utvecklas för boende och rekreation. Fler mötesplatser ska skapas i centrum.

Områdena mellan centrum och Knalleland, och mellan centrum och I 15 ska utvecklas.

9 Kommunikationer

Borås har ett bra läge nära hamnar och internationell flygplats. Borås är också ett nav för flera riksvägar, länsvägar och järnvägar. Det är, liksom utbyggnaden av bredband, viktiga förutsättningar för tillväxt i näringslivet. Stora delar av Borås näringsliv, främst inom handel och logistik, förutsätter goda transportmöjligheter. Goda kommunikationer ger också en större arbetsmarknad inom pendlingsavstånd. Även om Borås har god tillgång till både järnvägar och vägar motsvarar inte deras standard och tillgänglighet dagens krav på komfort och snabbhet.

Mål

För att öka möjligheterna att pendla måste Göta-landsbanan byggas snarast. Sträckan Borås-Göteborg är en första etapp. Borås behöver också fler direkttåg till och från Stockholm. Riksväg 40 ska byggas ut till Jönköping och riksväg 27 ska få en ny sträckning från Aplared till Viared och vidare till Alingsås.

Övergripande områden

Det finns fyra begrepp som ska genomsyra allt arbete.

Miljö: Påverka utvecklingen så att våra levnadsvanor och verksamheter främjar kretslopp och ett långsiktigt bärkraftigt samhälle.

Internationalisering: Arbeta för att stärka Borås i ett EU-perspektiv och för en näringslivsutveckling med ökat internationellt utbyte och fler arbetstillfällen.

Jämställdhet: Ta vara på resurserna hos både kvinnor och män.

Integration: Beakta allas rätt att delta i samhället på lika villkor och ta tillvara den resurs som inflyttade från andra länder utgör.



Marknadsföring

Invånarnas inställning till sin stad har stor betydelse för marknadsföringen, och därmed för tillväxten. En ny undersökning visar att boråsarna är stolta över sin stad, men tvekar att berätta om den stoltheten. Arbetet inriktas därför i första hand på att göra alla boråsare till ambassadörer för sin stad. Som ett andra steg ska omvärldens bild av Borås bearbetas. Marknadsföringen ska tydliggöra bilden av Borås hos boråsaren och hos omvärlden så att konkurrenskraften stärks.

Krafftfulla insatser krävs för att nå ut med visionen. Lyhördhet, samstämmighet, delaktighet, tydlighet och uthållighet ska vara ledord i denna marknadsföring.

Ett samarbete med en professionell marknads-kommunikatör ska bygga en plattform för varumärket Borås. Nuläge, omvärld, konkurrenter och målgrupper ska analyseras. Borås kärnvärden ska läggas fast. Förutsättningarna att ge bilden av Borås som designstad ska undersökas. En årlig aktivitetsplan med såväl traditionella marknadsföringsåtgärder som tydliga symbolhandlingar, t ex satsning på ett centrum för design, ska göras. Arbetet ska få bred förankring både internt och externt.



Strategisk plan för Borås Stad, antagen av Kommunfullmäktige 18 april 2002.

med nya ögon



BORÅS KOMMUN

033-35 70 66 • www.boras.se