



Grevskapet Gränna Visingsö

Grevskapet Gränna Visingsö har tappat sin dragningskraft under en längre period. Sedan sjuttioalet har besöksantalet minskat. De senaste åren har området tappat ett betydligt antal besökare. Ligger idag på 66 plats enligt undersökning där olika turistorter i Sverige är rankade efter intresse. Området har legat bland de högst intressantaste turistorterna i Sverige.

Tillsammans med Visingsö Näringslivsförening gör vi en förstudie där vi kartlägger vad som finns idag, nulägesanalys/SWOT-analys, vi tittar på varför området har tappat och vilka möjligheter som finns. En plan gör det möjligt till utveckling och förändring till ett attraktivare område.

En stagnation utan utveckling är orsak till att vi idag rankas sämre än tidigare. Destinationen är inte lika intressant längre. Andra är mer intressanta. Vad är det som gör att det inte är intressant? Svaret på den frågan är: "Det händer inget!"

Vill vi ha det så? Om inte, hur högt på trappan ska vi då klättra?

Turism, företagare och individer går hand i hand med våra satsningar. Vad vi gör för turisterna får vi invånare nytta av. T ex allsången skapar en attraktion både för boende och turister. Ju fler turister det kommer desto bättre går det för turistföretagen, vilket ger fler arbetstillfällen. Den vackra miljön med ett centralt läge gör att företag etablerar sig här i området, också det ger nya arbetstillfällen. Fler arbetstillfällen ger möjlighet till fler boende i området.



Nuläge

Företagare och evenemang

Grevskapet har 4007 (dec 2010) antal invånare. 205 företag finns i området, varav flertalet är fåmansbolag.

Polkagrisarna har under många år spelat en betydande roll i varumärket Gränna. Bagarnas produktion och visning (upplevelseindustrin) lokalt och distribution runt om i världen har länge varit fokus för turismen. VM i Polkagrisbakning är en av Grännas mest mediebevakade evenemang genom åren.

Gränna Knäcke är en verksamhet som utvecklats till att göra Gränna nyttigare. Avtal med större butikskedjor sprider varumärket Gränna både nationellt och internationellt.

Allsång i Gränna hamn - ett starkt evenemang som sprider varumärket Gränna till 1 miljon radiolyssnare samt drar artister av nationell och internationell kvalitet.

Grennaskolan - en internationell skola som sprider varumärket Gränna över hela världen via elever och föräldrar. Även Ribbaskolan med projektet Modellskolan sprider Gränna nationellt. Det finns fler organisationer och företag som sprider varumärket Gränna.



Hur kan vi nyttja fler företagare/entreprenörer att sprida varumärket Gränna Visingsö? Hur kan vi få fler företag att satsa på varumärket Gränna Visingsö?

En samordning av resurserna och samverkan bidrar till utveckling av företag och evenemang. En gemensam vision och mål gagnar fler. Gränna 4000 är en vision som vi satte upp för några år sedan. Den syftade på antalet boende. En vision som innefattar helheten skulle även kunna precisera både antalet turister och antalet nyetablerade företag.

Handel i Gränna

Idag ser vi brunpapp i flertalet skyltfönster. En dyster syn för de som bor här och framförallt för de som kommer på besök. Ett tydligt tecken på att det inte är bra.

Här krävs samordning mot en gemensam utveckling. Fastighetsägarna tillsammans med butiksägarna är viktiga ingredienser. Sedan Hjorten stängdes har butikernas omsättning dalat. Tempos uppehåll har också gjort en markant skillnad. Brahegatan behöver ett dragplåster för att öka intresset av Gränna City.

Nyetableringar för en ökad handel. Öppettider som enkelt kan kommuniceras samt evenemang på gatan är delar som efterfrågas. Julskyltning och Vätterrundan är två evenemang som kan utvecklas. "Tomtar på berget"/ Halloween (Gränna orienteringsklubb) är också etablerade evenemang som kan utvecklas och samordnas för ökat tryck i handeln och turismen.

I området finns många småföretagare med små resurser för samverkan, både vad gäller tid och pengar. Man arbetar för att överleva dagen. Den egna budgeten är snäv.

Många företagare är anonyma och vet inte vad grannen gör. Vi måste lyfta fram de goda exemplen för att stärka vår stolthet och locka fler entreprenörer att våga investera och etablera i området. En form av utveckling – det händer.

Södra infarten ligger i startgroparna och vi väntar på att det ska leda till utveckling. Vad kan vi göra inför detta? Vilka planer finns?

Bo i Gränna

Attraktivt för både äldre (+55) och barnfamiljer. Utbildningsmässigt kan du genomföra hela din utbildningstid i området, från förskola upp till högstadium och gymnasieskola i Gränna och folkhögskola på Visingsö i en trygg och utvecklande miljö. Bostadsbyggandet med både omflyttningar och inflyttningar har under senaste åren ökat då marknaden fått liv och möjligheter. En aktiv lokal fastighetsförmedling är en stor bidragande faktor till denna utveckling.

Vad finns att göra på fritiden? Gränna AIS, Orienteringsklubb, Studieförbund, pensionärsföreningar och olika kyrkor engagerar sig i fritiden. Var finns den informationen? Snabbare informationsflöde behövs. Hur utnyttjar vi den digitala världen?



Nya möjligheter

Upplevelseindustrin är en av Sveriges största industrier. Gränna Visingsö har detta. Gränna Visingsö behöver utveckla denna för att skapa fler arbetstillfällen och locka fler besökare.

Turismen, Företag och Individ

Bo äta och göra gäller samtliga områden men har olika behov av utveckling. Utveckling i ett av områdena påverkar det andra och vice versa.



	Turism	Företag	Individ
Bo	Hotell, vandrarhem, privata rum och camping	Vilka lokaler som finns tillgängliga och vad som behövs	Hyra, bostadsrätter och villor
Äta	Restauranger, caféer, kiosker och mataffärer Sommaröppna Närodlat - kvalitet	Restauranger, lunch och affärsmiddagar Året runt	Restauranger, caféer, kiosker och mataffärer Året runt
Göra	Samla alla evenemang, sevärdheter och shopping (brahegatan och på landet)	Vilken inriktning har nuvarande företagare – vad kan vi lära av detta och vilka nya företag kan etablera sig i området.	Samla alla sport och kreativa aktiviteter under året – gemensam plattform Handeln – året om

Plan för en positiv utveckling av Grevskapet

Turism

Produktutveckling ger nyfikna besökare större anledning att komma och återvända till området. Produktutveckling visar att det händer något och skapar en positiv atmosfär. Fler turister ger bättre lönsamhet hos turistföretagen och ökar förutsättningarna för en längre säsong eller rättare sagt fler säsonger, sommar, vår/höst och vinter.

Produktutveckling inom turism är t ex Allsången som evenemang ett bra exempel. Ett annat skulle kunna vara design och polkagrisar i ett forum som höjer intresset i nya banor och miljöer. Ytterligare produktutveckling skulle kunna vara Sveriges sydligaste norrsken och isbjörnar på gatan.

Företag

En klarare bild över vilka företag som är lämpliga i området gör det enklare att locka fler företagare till området. T ex företag där kundens placering inte är av största vikt, försäljning på distans, är företagsetableringar som kan vara tänkbara här i området. Enligt diskussion med företagare i området är södra infarten och digitala möjligheter (bredband) centrala behov. Även efterfrågas forum där det finns möjlighet att lära känna andra företag och skapa nätverk för nya affärsmöjligheter.





En kartläggning av vilka företag som är lämpliga i området och av industriområdet vilka företag som finns och vilka lokaler som är lediga gör att bilden blir klarare i ett läge inför nyetablering. Ett småföretagarcentrum där man kan få hjälp och råd.

Individ

Ett konkret exempel på att boendefrågan har utvecklats de senaste åren är lokal etablering av fastighetsbolag. Lokal förankring med gediget arbete har luckrat upp bostadsmarknaden och idag byggs det nytt och fler köpare är både inflyttade som aldrig bott i området och återvändare till området.

Avgörande faktor i utvecklingen

Destinationsutveckling med fokus på helheten turism, företag och individ ger nya möjligheter till en positiv utveckling. För att utveckla området krävs en processledare och katalysator som driver på och har den sammanlänkande funktionen som sitt ansvar.



Så här går vi vidare

Skapar ett centrum för gemensam utveckling – Grevskapsutveckling i samverkan. Gränna med omland och Visingsö skall sträva mot gemensamma mål.

- Öka invånarantalet
- Öka antalet turister, förlänga turistsäsongen
- Öka företagets lönsamhet, nyetableringar och nya företag (flytta verksamhet till området)

Ett projekt – Grevskapsutveckling i samverkan – på 3 år, 1,5 heltidstjänst för en god grund för vidare utveckling. Preliminär budget på 2,7 miljoner där administrativa-, och marknadsföringskostnader tillkommer.



Fler exempel på projekt som vi kan utveckla tillsammans under ledning av en sammanhållande kraft:

Exportmogen destination för ökad lönsamhet – bättre betalt för tjänster och produkter paketerade för en längre vistelse
Ny teknik på landet – hur utnyttjar vi dagens teknik och kommunikation
Polkagrisar – ökat samarbete ger större möjligheter för alla i branschen. Place marketing med fler polkagrisar i större format och det rödvitrandiga mönstret kan figurera på fler strategiska platser.
Polarmuseum – här sker en pedagogisk utveckling med inriktning mot skolklasser. Polartema i skolan.
Kända personer – Bauer, André, Per Brahe, Amalia, Tingley, Alf Svensson Här kan vi göra mer synligt vad de har gjort för trakten i samarbete med Hantverksföreningen.
Hela Sveriges historia på en ö – med hjälp av ny teknik kan historien förmedlas och ge mervärde för besökaren.
Närodlat – ostkaka och sylter... var kan man hitta detta?
Grön ö – kan Visingsö bli självförsörjande?
Vindkraftverken – hur tar vi till vara på den?
Sveriges första huvudstad på Visingsö
Biosfärområde – här sker stora planer vilket har en stor betydelse för området.
Hur kan vi dra nytta och hjälpa till med detta?
Turistvägens betydelse i flödet av besökare och utveckling av området?

Målgrupper:

Investerare och entreprenörer inom och utom Sverige. En kartläggning om vilka företag som finns och vilka ingredienser som gör det lönsamt kan locka fler att satsa på området. Regionförbundets satsning på Holland är en möjlighet för Gränna.

Lokala entreprenörer med framtida projekt

Biosfärcentrum – här finns samarbetsprojekt som kan bidra till en positiv utveckling av området. Här behövs investeringar och samverkan.
Hälsocentrum -

Effekt av produktutveckling inom turism:

Turisterna ser en utveckling i området och lockas åka hit fler än en gång och rekommenderar till andra.

Effekt av utveckling för boende:

De bor kvar och fler lockas till området. Fler kan få arbete på plats.

Deltagande i arbete, enskilda intervjuer, mindre och en större gruppdiskussion.

Företagskontoret Hallska gården – flertalet av företagen på plats

Museet

Visingsö Näringslivsförening

Gränna Näringslivsförening

Visionsmöte 23 februari