



2021

Vår gemensamma attraktionsstrategi

Hallstahammar-Kolbäck-Strömsholm

Varför en attraktionsstrategi?

För inte så många år sedan flyttade människor till arbetstillfällen. Nu ser rörelsemönstren annorlunda ut – människor, företag, kapital och kompetens dras till attraktiva platser. Givet detta är kommunens attraktionskraft grunden för en fortsatt positiv utveckling. Syftet med attraktionsstrategin är att:

**Stärka Hallstahammars attraktionskraft
för såväl våra besökare som för
oss som bor, lever och verkar här**

Vi lägger extra fokus på besökarna då en plats som är attraktiv att besöka också blir mer attraktiv att bo på och driva verksamhet på. En stärkt destination innebär även andra positiva effekter

Fler arbetstillfällen – besöksnäringen är sysselsättningsintensiv, och i Sverige arbetar redan 170 000 i näringen på årsbasis

Ingångsjobb som stannar lokalt – besöksnäringen är en inkörsport till arbetsmarknaden

Bättre livskvalitet – det utbud som utvecklas för besökarna kommer också de bofasta till del i form av upplevelser, evenemang, restauranger och handel

Skyltfönster för platsen – genom att skapa anledningar att besöka oss skapar vi relationer till människor. Få flyttar till en plats man aldrig besökt



Och vem ska göra det? Vi tillsammans!

Vilka påverkar en plats attraktionskraft? Givetvis alla de företag och föreningar som tar emot besökare, som hotell, restauranger, affärer och arrangörer av aktiviteter och evenemang. Men en attraktiv plats behöver också inbjudande och trygga offentliga miljöer, natur- och rekreationsområden som är tillgängliga och vackra.

Den behöver också fungerande offentlig service och bra kommunikationer. Känner vi alla stolthet över Hallstahammar, "vår plats på jorden", och har bra kunskap om allt som finns att göra och uppleva här blir vi bra ambassadörer som kan rekommendera våra smultronställen till våra besökare.

En stark Attraktionskraft kan vi bara skapa tillsammans, alla vi som lever och verkar här. Vår attraktionsstrategi är vår gemensamma plan för vår utveckling. Offentliga, privata och ideella aktörer i Hallstahammar behöver alla bidra. Samverkan är nyckelordet och arbetssättet framåt.

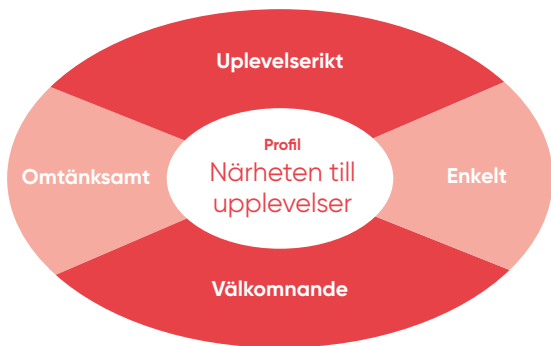
Hit vill vi – målbild för attraktionsstrategin

En förutsättning för samverkan är att vi drar åt samma håll. För att göra det krävs att vi har en gemensam bild av vart vi ska. Detta beskriver vi som vår vision, vår ledstjärna, samt i tre övergripande mål.

– Det goda livet i storstadens närhet –

Våra mål ska göra det möjligt att mäta, följa upp och se om vi är på rätt väg. Vi har satt tre övergripande mål för attraktionsstrategin:

- Ökat den turistiska omsättningen mer än riksgenomsnittet
- Ökat sysselsättningen inom besöksnäringen i paritet med den ökade omsättningen
- Fått fler företag i besöksnäringen att etablera sig här



Profil – så här vill vi uppfattas av omvärlden

Profilen är vårt turistiska varumärke – det här vill vi att våra gäster förknippar oss med:

– Närheten till Upplevelser –

Närheten går igen som ett nyckelbegrepp i både visionen och profilen. Det är en av våra viktigaste framgångsfaktorer, som vi ska stärka och lyfta fram i allt vi gör. Det är snabbt och enkelt att ta sig hit från Mälardalen. Här kan man cykla, vandra eller paddla mellan våra tätorter, besöksmål och upplevelser.

Kärnvärden – ska synas och kännas i allt vi gör

Profilen vilar på fyra kärnvärden. De talar om vad som ska känneteckna vår plats, och de ska genomsyra allt vi gör och kommunicerar.

1. Upplevelserikt

Besökare vill bli inspirerade, delaktiga och göra saker under sitt besök

2. Enkelt

Ett besök ska vara enkelt och smidigt, från att hitta information till att genomföra sitt besök.

3. Välkomnande

Som sanna värdar bjuder vi in och är generösa mot våra besökare

4. Omtänksamt

Omtänksamhet visas genom ett varmt, personligt och respektfullt bemötande

Strategiska utvecklingsområden

– fokus för att stärka vår attraktionskraft

För att vi ska nå våra mål och skapa ett ännu mer attraktivt Hallstahammar har vi identifierat sex områden som är extra viktiga. Inom dessa krävs ett starkt, brett och uthålligt engagemang. Till varje utvecklingsområde kommer årliga handlingsplaner att tas fram

Produktutveckling

Attraktionsstrategin pekar ut fem teman för produktutveckling. Det är våra "affärsområden", där vi har goda förutsättningar att skapa konkurrenskraftiga upplevelser och besöksanledningar:



Naturupplevelser

- Upptäck vår natur från land och vatten



Kulturupplevelser

- Upplev vårt levande kulturarv och vår kultur



Lyssna till våra berättelser

- Fakta och skrönor på ett inspirerande sätt



Lär dig något nytt

- Pröva och lära sig nya saker



Evenemang

- Bygga vidare och skapa nya

Inom respektive tema finns redan idag upplevelser och produkter, fokus är att tillsammans skapa fler. Viktiga aktiviteter för att uppnå detta är att öka kunskapen om målgrupperna och stötta aktörerna i produktutveckling.

Marknadskommunikation

För att lyckas är det centralt att vi är tydliga med vilka vi ska attrahera. Målgrupperna ska inte bara styra vår marknadskommunikation utan är också viktiga underlag för vår produktutveckling.

Geografisk prioritering

Initialt fokuserar vi på våra egna invånare och våra befintliga gäster. Stolta invånare blir goda ambassadörer för platsen. Nöjda besökare spenderar mer, återkommer och rekommenderar oss i sina nätverk.

Målgrupper baserade på skede i livet

Vi kommer att fokusera på aktiva familjer, resällskap med barn i åldern 4-14 år, och på par +55 med utflugna barn.

Målgrupper baserade på intresse

Resande styrs framförallt av intressen. Vi har extra goda förutsättningar att tillgodose ett antal intressedrivna målgruppers behov:

- Kulturarvsturister
- Natur- och friluftshintresserade
- Hästintresserade
- Båtfolk
- Fiskeintresserade
- Idrottsturism (*lag och cuper för barn och ungdomar*)
- Möten och konferenser

Marknadskommunikationen ska stärka bilden av Hallstahammar som attraktiv besöksdestination, primärt i Mälardalen med fokus på Västerås, Örebro och Eskilstuna. Exempel på aktiviteter är en gemensam portal och en gemensam story om destinationen samt image- och relationsmarknadsföring av destinationen.

Värdskap

Bemötandet är en av de viktigaste faktorerna för en positiv upplevelse och en vilja att komma tillbaka. Vi ska ha ett värdskap som gör att våra besökare blir nöjda, återkommer och blir våra marknadsförare.

Viktiga aktiviteter är att öka kunskapen internt om vår destination, våra besöksmål och hela vårt utbud. Genom det stärker vi stoltheten och vi blir goda ambassadörer för vårt Hallstahammar.

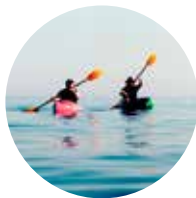
Vandring



Cykling



Paddling



Stråk och leder

En av våra främsta styrkor är närheten mellan våra tätorter, besöksmål och upplevelser. För att underlätta och förstärka besöksupplevelser behöver vi binda ihop destinationen och göra det möjligt att vandra, cykla eller paddla mellan våra attraktioner. På så vis skapar vi möjlighet för gästerna att stanna längre, uppleva mer och spendera mer pengar.

Viktiga aktiviteter blir rönjning och skyltning av befintliga leder samt utvecklingen av fler fysiska förbindelser mellan besöksmålen. Strömsholms kanal har en särställning, den ska vi tillsammans lyfta fram som vår pulsåder. På och kring den ska vi gemensamt utveckla service, aktiviteter och upplevelser.



Besöksmål

Vi har flera unika, intressanta och vackra besöksmål i destinationen. De tre största är Strömsholms kanal, Åsby/Skantzen och Strömsholm/Borgåsund med slott, parker och stallområde. Vi behöver stärka tillgänglighet, service och utbud av aktiviteter på dessa.

Viktiga aktiviteter är att använda dessa primära besöksmål som nav och skyltfönster för vårt övriga utbud. Genom kartor, infopoints och skyltade leder slussar vi besökarna vidare såväl till våra kända som mindre kända besöksmål och upplevelser.



Strömsholms kanal



Åsby/Skantzen

Arbets- och samverkansformer

Samverkan är ett nyckelord för att lyckas. Den här attraktionsstrategin är ett viktigt medel för att stärka samverkan – vi vet vart vi ska och vilka de viktigaste områdena vi behöver utveckla är. Nu behöver vi skapa arbetsformerna som säkerställer att vi fortsatt kan driva frågor gemensamt med kraft.

Den här strategin blir ett riktigt verktyg när vi gemensamt bestämmer oss för att realisera den. Den blir inte realiserad om vi lutar oss tillbaka och väntar på att man, eller någon ska göra det. Vi kan inte genomföra allt samtidigt, utan vi behöver årligen träffas för att utvärdera året som gått och för att sätta mål och prioritera aktiviteter för kommande år. Det behöver vi göra tillsammans och utifrån destinationens bästa.

Den här arbetsformen bygger på dialog och delaktighet. Vi kommer därför att skapa ett Attraktionsråd med representanter för kommunen, näringslivet och föreningarna som leder, koordinerar och följer upp det attraktionsskapande arbetet. Det är till attraktionsrådet vi tar med idéer och utvecklingsförslag som ligger i linje med strategin. Här gör vi prioriteringar och ger förslag till den årliga handlingsplanen. Vi fördelar ansvar och identifierar hur var och en kan bidra. Attraktionskraft är ett lagspel, och vi tänker vinna vår serie!



*Stärka attraktionskraften
för såväl våra besökare
som för oss som bor, lever
och verkar här*



Nu börjar vi!

Du behövs för att vi ska kunna stärka Hallstahammars attraktionskraft både för besökare och för oss som bor, lever och verkar här. Vi behöver din kompetens, kreativitet och engagemang och vill gärna att du kommer med i vårt fortsatta utvecklingsarbete.

Vill du veta mer om vad satsningen innebär och hur du kan bli en del av den så kan du ta del av det mer utförliga dokumentet, "Vår guide till Attraktionskraft". Den finns att ladda ner på kommunens hemsida. Du kan också kontakta någon i strategigruppen.



Attraktionsstrategin är gemensamt
framtaget tillsammans med näringsliv,
föreningar och Hallstahammars kommun.