

# MARKNADSPLAN 2010-2012

EMMABODA I VÅRA HJÄRTAN



Emmaboda  
kommun

## INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1.	EMMABODA KOMMUN .....	
1.1.	EMMABODA I VÅRA HJÄRTAN .....	3
1.2.	VERKSAMHETSIDÉ OCH VISION .....	3
2.	VÅRT UTBUD.....	4
3.	S.W.O.T. ....	5
4.	SITUATIONSANALYS .....	
4.1.	MÅLGRUPPSANALYS .....	6
4.1.1.	KOMMUNINVÅNARE .....	6-7
4.1.2.	FÖRETAGARE .....	8
4.1.3.	BESÖKARE .....	9
4.2.	ÖVRIGA OMVÄRLDEN .....	10
5.	MÅL.....	
5.1.	POLITISKA MÅL .....	11
5.2.	GEOGRAFISKA DELMÅL .....	11
5.3.	KVALITATIVA MÅL .....	11
5.4.	KOMMUNIKATIVT MÅL .....	11
5.5.	ANDRA MÅL .....	12
6.	STRATEGIER .....	
6.1.	MARKNADSSTRATEGI .....	13
6.2.	KUNDSTRATEGI .....	13
6.3.	PRODUKTSTRATEGI .....	13
6.4.	TILLVÄXTSTRATEGI .....	13
6.5.	KOMMUNIKATIONSSTRATEGI .....	13

## **1. EMMABODA KOMMUN**

### **1.1. Emmaboda i våra hjärtan**

Emmaboda är en centralt placerad kommun i sydöstra Sverige. Det är exakt 57 kilometer till Växjö, Kalmar och Karlskrona vilket gör att du från Emmaboda har pendelavstånd till de tre städerna. Detta innebär att du inom en dryg halvtimmes resa har tillgång till en arbetsmarknad med över 30 000 arbetsplatser och 300 000 invånare. Dessutom är vi från 2010, tack vare etableringen av Linnéuniversitetet, lokaliserade mitt i det nya universitetscentret. Som invånare eller besökare i Emmaboda kommun har du tack vare goda kommunikationer enkelt att nå ut i världen via såväl tåg, båt som flygförbindelser.

Hos oss har du nära till beslutsfattare, basservice och fritidssysselsättning. Vi erbjuder boende i alla former och här har du alla möjligheter att förverkliga dina bostadsdrömmar.

### **1.2. Verksamhetsidé och Vision**

#### **Verksamhetsidé**

I en naturnära miljö ska vi erbjuda utvecklade upplevelser inom musik, motor och glas. Dessutom ska vi tillhandahålla anpassad och bra kommunikation, samt underlätta för vår tillverkningsindustri och handeln.

#### **Vision**

Emmaboda kommun ska vara en öppen, företagsam och miljömedveten kommun med god tillväxt som är attraktiv för företagande och boende. Emmaboda ska dra till sig den kreativitet och kompetens som en kommun behöver för att kunna utvecklas.

De som vistas här ska erbjudas en vacker livsmiljö med bra service, trygghet och inflytande över sin livssituation.

Detta åstadkommer vi genom att ta vara på Emmabodas unika läge och genom en god hushållning med kommunens resurser. Tillsammans med näringsliv, föreningsliv och medborgare skapar vi en kommun och mötesplats i sydost som allt fler vill bo och verka i.

## 2. VÅRT UTBUD

Inom Emmaboda kommun erbjuder vi:

- Livsmiljö/kvalitet
- Service och omsorg
- Fritid
- Kultur
- Turism
- Näringslivsfrågor
- Vatten
- Renhållning
- Bostäder
- Energi
- Bildning/upplevelser
- Infrastruktur
- Miljö
- Säkerhet

### 3. S.W.O.T.

Vår S.W.O.T. analys beskriver Emmaboda kommuns interna styrkor och svagheter samt vilka externa möjligheter och hot vi ser i vår omvärld. Våra styrkor och svagheter har vi stor möjlighet att påverka medan det är svårare för oss att påverka möjligheterna och hoten.

<b>Styrkor</b> Nåbara Enkelhet/ta kontakt Strategiskt läge Närhet Glasriket Gott om jobb Utrymme Cirka 100 sjöar Trygghet/säkerhet Attraktiv landsbygd Musik-, motor-, glaskultur Digital kommunikation Utvecklade naturupplevelser	<b>Svagheter</b> Lokala handeln och upplevelser Ont om traditionellt kvinnliga yrken För få profilsolor Döda bruksmiljöer Avsaknad av ”Emmabodaandan” Helhetslösningen av konferens- möjligheter Upplevelser för barn
<b>Möjligheter</b> Utveckla järnvägen Utveckla och förbättra turistnäringen Flygplats Samordna motorcentrum Utveckla konferensmöjligheter Utveckla musikkulturen Universitetscentrum Boendialternativ Ny regionindelning Globala företag Samordna etableringar i Emmaboda kommun	<b>Hot</b> Globala företag Ev. den nya regionindelningen Åldersstruktur

## 4. SITUATIONSANALYS

### 4.1. Målgruppsanalys

Inom Emmaboda kommun har vi delat in vår marknad i fyra stora grupper:

1. Kommuninvånare
2. Företagare
3. Besökare
4. Blivande invånare/entreprenörer

Nedan beskriver vi de olika målgrupperna.

#### 4.1.1. Kommuninvånare

Emmaboda kommun har en landareal av 692 kvadratkilometer. Inom kommunens gräns bor det 9 183 personer fördelat på 4 768 män och 4 615 kvinnor. Vi har delat in våra invånare enligt följande struktur:

- Ålder
- Utbildningsnivå
- Sysselsättning
- Löneinkomst

#### Ålder

Vi har ungefär 150 fler män än kvinnor och majoriteten av vår befolkning är över 45 år.

Ålder	Procentuell fördelning inom kommunen		
	Män	Kvinnor	Totalt
0-6	6	6	6
7-15	10	10	10
16-24	11	10	11
25-44	22	21	21
45-64	30	28	29
65-79	16	16	16
80-	6	9	7
Total procent	100	100	100

Källa: Kommunfakta 2008

## Utbildningsnivå

Våra invånare har i större utsträckning än genomsnittet för riket valt att gå ut i arbetslivet i stället för att vidareutbilda sig. Detta visar sig i att 23 procent av våra invånare har eftergymnasial utbildning där riksgenomsnittet ligger på 35 procent. Det som inte syns i statistiken är att flera av våra moderna företag erbjuder möjlighet till kompetensutveckling

Utbildningsnivå	Emmaboda kommun			Riket		
	Män	Kvinnor	Totalt	Män	Kvinnor	Totalt
Förgymnasial utbildning	26	18	23	17	13	15
Gymnasial utbildning	53	53	53	50	47	48
Eftergymnasial utbildning	19	27	23	31	39	35
Uppgift saknas	1	1	1	2	1	2
Totalt	100	100	100	100	100	100

Ålder 20-64 år

Källa: Kommunfakta 2008

## Sysselsättning

Basen för sysselsättning i Emmaboda kommun är främst manliga yrken inom tillverkningsindustrin där hela 51 procent av alla arbetstillfällen finns. De största aktörerna inom tillverkningsindustrin finns inom områdena tillverkning och produktion, trä och glas (plan och konstglas). Våra största arbetsgivare inom den privata sektorn är IIT Water & Wastewater, AMB, Jarl Timber, Södra och Emmaboda Glas. Tre andra betydande näringsgrenar som ger arbetstillfällen till våra kommuninvånare är inom:

- Handel och kommunikation (cirka 11 procent)
- Omsorg och vård (cirka 11 procent)
- Besöksnäring (uppgift saknas)

Övriga näringsgrenar som sysselsätter våra invånare är:

- Finansiell verksamhet, företagstjänster (cirka 3 procent)
- Utbildning och forskning (cirka 6 procent)
- Personliga och kulturella tjänster (cirka 4 procent)
- Byggindustri (cirka 5 procent)
- Offentlig förvaltning (cirka 2 procent)
- Jordbruk, skogsbruk, jakt, fiske (cirka 4 procent)
- Ej specificerad verksamhet (cirka 1 procent)
- Energi, vatten, avfall (cirka 2 procent)

## Löneinkomst

Enligt en undersökning gjord våren 2009 visar det sig att Emmaboda kommuns invånare är de rikaste invånarna i Kalmar län. Dock visar nedan matris att våra invånare tjänar i genomsnitt 830 kronor mindre per månad än i jämförelse med riket. Det största gapet mellan rikets medelinkomst och vår kommun är att kvinnor inom kommunen har 1 400 kronor mindre i månaden.

Förklaringen är att stor del av dem som bor i kommunen har andra inkomstkällor än rena löneinkomster, exempelvis inkomst från skogsnäring.

Inkomst	Antal kronor i 1000-tal		
	Män	Kvinnor	Totalt
Medelinkomst			
- Emmaboda	270	189	232
- Riket	277	206	242
Medianinkomst			
- Emmaboda	279	197	234
- Riket	261	205	230

Ålder 20-64 år

Källa: Kommunfakta 2008

### 4.1.2. Företagare

Emmaboda kommun har betydligt fler män än kvinnor som är företagare i enskild firma, handelsbolag eller i eget aktiebolag. Detta visar sig i att bland annat dubbelt så många män som kvinnor sysselsätter sig i egen enskild firma och att hela 35 aktiebolag med fler än tio anställda leds av män i jämförelse med tre av kvinnor. Den största arbetsgivaren i kommunen är ITT Water & Wastewater med cirka 1 100 anställda.

Antal sysselsatta	Män		Kvinnor	
	Företagare i eget AB	Egenföretagare	Företagare i eget AB	Egenföretagare
1	10	140	4	71
2-4	37	22	9	12
5-9	26	4	5	2
10-	35	1	3	0
Totalt	108	167	21	85

Källa: Kommunfakta 2008



### 4.1.3. Besökare

Besöksnäringen är en av Sveriges mest expansiva näringar. Det gäller såväl ökningen av antal besökare och anställda inom näringen.

Med den förändring som sker inom besöksnäringen utgör turismen en allt viktigare del av kommunernas näringsliv. Det strategiska arbetet med turismen sker i samarbete med Glasriket AB och turistnäringen i länet.

Emmaboda kommun kan erbjuda ett brett utbud inom natur och kultur, samt ett antal större återkommande evenemang inom motorsport och musik. Emmaboda kommun och Glasriket har en stor potential i att utvecklas som en attraktiv destination.

Det övergripande målet i arbetet är att öka besöksantalet från 1 miljon till 1,5 miljoner gästnätter inom två år, samt att stötta och utveckla näringen.

Beroende på var besökarna kommer från så är de generellt intresserade av olika delar av vårt utbud. I nedan matris ser du vad som intresserar besökarna.

Turism Geografi	Natur, miljö och klimat	Barnfamiljer	Välbeställda 45 plus	Kultur och shopping	Höginkomsttagare	Äventyr och upplevelser
Sverige			X	X		X
Danmark	X			X		X
Norge				X		X
Tyskland	X			X		X
Holland	X					X
Amerika			X	X	X	
Övriga				X		

## **4.2. Övriga världen**

I vår marknadsplan har vi valt att lyfta tre faktorer som har stor påverkan på vår kommuns utveckling.

### **Partners**

Emmaboda kommun har utvecklat bra relationer och partnerskap med våra grannkommuner samt Regionförbunden (Kalmar, Blekinge och Kronoberg) och kommunala förbund. Dessutom har vi bra relationer och partnerskap med företagen i kommunen.

### **Leverantörer**

I Emmaboda kommun är de viktigaste leverantörerna landstinget och Regionförbund. Exempel på viktiga leverantörer inom infrastrukturen är Kalmar Läns Trafik, SJ och DSB First.

### **Myndigheter**

Beslut i länsstyrelse, Banverket, Vägverket och länsrätt och har stor påverkan på hur framgångsrik Emmaboda kommun är och hur vi utvecklas.

## **5. MÅL**

### **5.1. Politiska mål**

Utdrag ur inriktningsmålen 2008 till 2010:

1. Tillsammans med företagen i kommunen ska vi skapa förutsättningar för utveckling och hållbar tillväxt. Antalet företag, sysselsättningstillfällen och invånare ska öka under perioden.
2. Investeringar, infrastruktur och kommunikationer ska utvecklas så att kommunens geografiska läge och attraktionskraft utnyttjas optimalt. Näringsliv och boende ska uppfatta kommunikationerna som goda och antalet besökare i kommunen ska öka.
3. Tillgången på boenden ska öka under perioden.

### **5.2. Geografiska delmål**

Emmaboda kommun ska under 2010 tillsätta arbetsgrupper för att arbeta fram strategier för:

1. Utveckla norra kommundelen (besöksnäring, boende, arbetstillfällen).
2. Utveckla kommunens centralort till att bli en estetiskt attraktivare miljö.

### **5.3. Kvalitativa mål**

Emmaboda kommun ska vara en öppen, företagsam och miljömedveten kommun med god tillväxt som är attraktiv för företagande och boende. Emmaboda ska dra till sig den kreativitet och kompetens som en kommun behöver för att kunna utvecklas.

De som vistas här ska erbjudas en vacker livsmiljö med bra service, trygghet och inflytande över sin livssituation.

Detta åstadkommer vi genom att ta vara på Emmabodas unika läge och genom en god hushållning med kommunens resurser. Tillsammans med näringsliv, föreningsliv och medborgare skapar vi en kommun och mötesplats i Sydost som allt fler vill bo och verka i.

### **5.4. Kommunikativt mål**

För att öka förståelsen och kunskapen om Emmaboda kommun bland alla våra målgrupper ska vi under 2009/10:

1. Utveckla kunskapen om vårt utbud till våra målgrupper.
2. Utveckla ett ambassadörsnätverk både internt och externt med personer som kan marknadsföra vår kommun.

## 5.5. Andra mål

Inom Emmaboda kommun har vi ytterligare sju mål som vi ska främja:

1. Demokratien ska utvecklas i kommunen. Ett samhälle ska skapas där medborgarna, oavsett bakgrund, ska känna sig delaktiga, trygga och uppfatta att de kan göra sin röst hörd.
2. Genom systematiskt kvalitetsarbete ska kvaliteten i kommunens service till medborgarna förbättras med prioritering på medborgarnas grundläggande behov av trygghet, omsorg, utbildning samt kultur/fritidsaktiviteter. Unga, gamla, föräldrar och anhöriga ska uppfatta kvaliteten i de kommunala verksamheterna som god.
3. Effektiv samordning och utveckling av administration och myndighetsutövning ska bidra till god hushållning av kommunens resurser. Modern teknik ska användas för att hålla nere kostnaderna. Kärnverksamheterna ska uppfatta den gemensamma administrationen som effektiv och flexibel. Medborgare och företagare ska uppfatta myndighetsutövningen som snabb och kompetent.
4. Kommunens anställda ska uppfatta Emmaboda kommun som en förebild i fråga om jämställdhet, mångfald och arbetsmiljö. Sjuktalet ska minska under perioden.
5. Ett miljöperspektiv ska genomsyra kommunens alla verksamheter och spridas i samhället. Utsläpp av växthusgaser ska minska tillsammans med användningen av fossila bränslen i kommunen som geografisk yta.
6. Vi vill öka attraktionskraften av Emmaboda kommun som arbetsgivare.
7. För att få en bättre förståelse och kunskap om de enskilda delarna av kommunen ska vi öka samverkan mellan kommunen och dess bolag.

## **6. STRATEGIER**

### **6.1. Marknadsstrategi**

För att öka attraktionskraften av Emmaboda kommun ska vi under 2010 börja arbetet med att:

1. Utveckla befintliga och nya aktiviteter för barn och ungdomar riktat till befintliga och blivande kommuninvånare samt besökare.
2. Utveckla profilmförskolor och skolor riktat till befintliga och blivande kommuninvånare genom att främja det unika från invånare till personal.
3. Utökad nybyggnation.
4. Utveckla kommunens centralort till att bli en estetiskt attraktivare miljö.

### **6.2. Kundstrategi**

De som vi initialt ska fokusera på är barnfamiljer i sydostregionen samt inpendlare. Detta genom att utifrån ett antal marknadsundersökningar och riktade aktiviteter locka dem till Emmaboda kommun som invånare eller besökare.

### **6.3. Produktstrategi**

I dag är vi starka inom glas, design, motorsport och musikkultur. Vi vill att Emmaboda kommun ska bli det självklara valet för de befintliga och potentiella kommuninvånarna, besökarna samt evenemangsarrangörer som är intresserade av dessa områden. Vi ska ta vara på våra styrkor och ta initiativet till att leda utvecklingen framåt inom dessa områden. Vårt arbete ska också stödja och underlätta för vår viktiga tillverknings-, glas-, träindustri.

Dessutom ska vi utveckla våra profilmförskolor och skolor.

### **6.4. Tillväxtstrategi**

Vi ska öka tillväxten inom Emmaboda kommun genom att utveckla och främja:

1. Aktiviteter till barnfamiljer
2. Profilmförskolor och skolor
3. Näringsliv
4. Besöksnäringen

### **6.5. Kommunikationsstrategi**

Vi ska på ett välkomnade sätt året om genomföra riktad och anpassad kommunikation till våra olika målgrupper. I kommunikationen ska vi främst lyfta de styrkor som är mest intressanta för varje unik målgrupp.

Del i arbetet är också att lokalisera och utveckla samarbetet med mer eller mindre kända personer som kan agera ambassadörer för Emmaboda, både inom och utanför kommungränsen.

Det goda värdskapet ska genomsyra så väl organisationens bemötande av vår omvärld som vår kommunikation till dessa. Detta innebär att alla våra målgrupper ska ha en positiv upplevelse i relationen med oss.