

Avrapportering och arbetsmaterial

Åtvidabergs Vision 2020

Sammanställt av processledarna för visionsarbetet, Kerstin Skarin och Robert Jonsson

1. Inledning.....	4
2. Avrapportering och frågor.....	6
2.1 Tema: Var befinner sig Åtvidaberg och vad ska Åtvidaberg utvecklas till?.....	6
2.1.1 Processledarnas sammanfattande reflektion.....	10
2.2 Tema: Åtvidaberg och förhållandet till Linköping, Västervik och fjärde storstadsregionen	11
2.2.1 Processledarnas sammanfattande reflektion.....	13
2.3 Tema: Kommunen består av centralort, Grebo, Björsäter, Hannäs och Falerum	14
2.3.1 Processledarnas sammanfattande reflektion.....	15
2.4 Tema: Demokratiutveckling.....	15
2.4.1 Processledarnas sammanfattande reflektion.....	16
2.5 Tema: Kommunens utveckling som serviceleverantör	17
2.5.1 Processledarnas sammanfattande reflektion.....	18
2.6 Tema: Kultur och föreningslivets roll i framtida vision.....	18
2.6.1 Processledarnas sammanfattande reflektion.....	19
2.7 Tema: Kommunen och miljö.....	19
2.7.1 Processledarnas sammanfattande reflektion.....	20
2.8 Tema: Kommunen och dess organisationsutveckling.....	20
2.8.1 Processledarnas sammanfattande reflektion.....	22
2.9 Tema: Den Åtvidabergska särpräglningen.....	23
2.9.1 Processledarnas sammanfattande reflektion.....	26
2.10 Tema: Läge för lycka	27
2.11 Övrigt	28
3. Näringslivets arbete!	29
4. Hur går processen vidare?	33
4.1 Processledarnas förslag	33
4.2 Ett förslag på rapportstruktur – Strategisk plan och vision för Åtvidabergs kommun ..	33
Bilaga 1 Strategisk plan och vision för Åtvidabergs kommun 2010 - 2020	34
Vision	36
Från dåtid till framtid!	36
Framgångsfaktorer och övergripande mål!	36
Visionen och Åtvidabergs kommuns arbete med kommuners övergripande uppgifter	37
Serviceleverantörsuppgiften.....	38
Demokratin/medborgarnas intresseorganisation	38
Myndighetsuppgiften	38
Samhällsaktörsuppgiften	38
Användningsstrategi för visionen.....	38
Ekonomisk styrning.....	38
Verksamhetsstyrning	38
Marknadsföring	38

Organisationsutveckling.....	38
Samhällsutveckling	39
Mål som stöd till visionen	39
Avlutande ord.....	39
Bilaga 2 Organiseringsideal	40

1. Inledning

Föreliggande rapport utgör en sammanställning av vad olika grupper av aktörer uttryckt kring Åtvidabergs vision 2020. Rapporten är också ett arbetsmaterial i vilket det finns frågor/teman för Åtvidabergs kommuns politiker att diskutera och ta ställning till. Tanken är att rapporten med dess sammanställningar och tillhörande arbetsfrågor ska utgöra ett bra informationsmaterial som tillsammans med arbetsfrågorna leder fram till intressanta politiska diskussioner. Det politiken kommer fram till utgör sedan grunden för utvecklandet av Åtvidabergs kommuns visions och strategidokument 2020. I slutet av denna rapport, finns ett första strukturförslag på rapporten: Strategisk plan och vision för Åtvidabergs kommun – 2020!

Materialet som presenteras i rapporten är ett resultat av ett antal gruppdiskussioner under vintern/våren 2009. Processledarna Kerstin Skarin och Robert Jonsson har organiserat, lett och lyssnat in synpunkter från olika grupper med olika aktörer. Som stöd för processen anordnades en inspirationskväll för visionsarbetet. Inspirationskvällen ägde rum den 21 januari 2009 och föreläsare var Peder Rehnström från Östsam som pratade om fjärde storstadsregionen och kommuner i ett regionalt perspektiv, Erika Jörgensen från Lunds universitet som föreläste om kommunal utveckling, samhällsstruktur och kommunal identitet samt Harald Hjalmarsson, KS-ordförande i Västervik som pratade om Västerviks visionsarbete. De grupper av aktörer som medverkat i processen har utgjorts av personal, kommunens ledningsgrupp, miljögrupp, personer med kulturintresse inkluderat kulturberedningen, medborgare, demokratiberedning, byalag, gymnasieelever, föreningar och personal med miljökunskaper. Utöver detta har det även funnits möjligheter för medborgare att lämna synpunkter på Åtvidabergs kommuns vision via hemsidan. De synpunkter som kommit in via webben är inkluderade i vad medborgare uttryckt. De teman/frågeinriktningar (I fortsättningen av rapporten används enbart benämningen tema) som utgjort grunderna för diskussionerna har utgjorts av:

- Var befinner sig Åtvidaberg och vad ska Åtvidaberg utvecklas till?
- Åtvidaberg och förhållandet till Linköping, Västervik och fjärde storstadsregionen
- Kommunen består av centralort, Grebo, Björsäter, Hannäs och Falerum
- *Demokratiutveckling*
- *Kommunens utveckling som serviceleverantör*
- *Kultur och föreningslivets roll i framtida vision*
- *Kommunen och miljö*
- *Kommunen och dess organisationsutveckling*
- Den Åtvidabergska särprägligen
- Läge för lycka

Rapporten är strukturerad utifrån de teman som utgjort grunderna vid diskussionerna med grupperna. Inom ramen för varje tema presenteras en sammanställning av vad som framkommit vid diskussioner med de olika grupperna. I slutet av varje tema finns processledarnas sammanfattande reflektioner samt förslag på fråga/or för politiker att diskutera och ta ställning till. De teman som är skrivna med kursiv text har enbart diskuterats av några grupper. De övriga temana har diskuterats av samtliga grupper. I rapporten är också en sammanställning av näringslivets arbete inkluderat. **Värt att poängtera är att det är politikerna som äger frågan kring Åtvidabergs framtida vision. Processledarnas tanke är att rapporten ska utgöra en bra sammanställning av vad som sagts vid gruppdiskussionerna samt utgöra en grund för politikerna att arbeta vidare utifrån. Vad som framkommer vid de politiska diskussionerna blir avgörande för Åtvidabergs kommuns vision och strategiska plan 2020.**

2. Avrapportering och frågor

I det följande presenteras vad som framkommit vid gruppdiskussioner. Som beskrevs i inledningen så är rapporten strukturerad utifrån de teman som utgjort grunden vid diskussioner med grupper. Avrapporteringen är mycket öppen/transparent i sin karaktär vilket medför att läsaren själv ska kunna göra egna reflektioner. Konkret innebär detta att rapporten innehåller vad som uttrycktes vid diskussionerna, men att en viss form av språkgranskning skett. För den läsaren som anser att materialet är för omfattande hänvisas till ”Processledarnas sammanfattande reflektioner”. Efter varje avrapportering följer en eller flera frågor för politiker att diskutera och ta ställning till.

2.1 Tema: Var befinner sig Åtvidaberg och vad ska Åtvidaberg utvecklas till?

Detta tema diskuterades flitigt. I det följande presenteras gruppernas synpunkter var för sig med tydliga hänvisningar till vilken grupp som sagt vad.

Föreningarna resonerade enligt följande:

I Åtvidaberg som centralort finns viss bruksanda, men den är på väg bort då det inte längre finns någon stor arbetsgivare. Åtvidaberg som kommun bör i visionen 2020 bekräfta att bruksandan är något som tillhör historien, inte nuet och inte framtiden. Bruksandan gör sig bra på ÅSSA-museet, men inte verkligheten!

Åtvidaberg bör sträva mot att växa. Det är familjer som är målgruppen. För familjer har Åtvidaberg mycket att erbjuda i form av trygghet, närhet, vacker natur, bra föreningsliv i framförallt Åtvidaberg som centralort, men även i Grebo. För att Åtvidaberg ska kunna locka till sig familjer bör man satsa mer på marknadsföring. Man bör även satsa på att utveckla gymnasiet mot en idrottsprofil!

Det verkar hoppfullt med en grön företagspark i Facetten. Men varför gör man inte visionen först innan man säljer. Det vore rimligare att veta vad man vill att Åtvidaberg ska utvecklas

till innan man säljer. Det är skillnad att sälja till en aktör som ska arbeta med outlett eller att sälja till en aktör som ska utveckla en grön företagspark!

Ledningsgruppen uttryckte följande:

Åtvidaberg som centralort är på väg bort från bruksandan, då det inte längre finns någon stor arbetsgivare förutom kommunen. Åtvidabergs kommun kan som samhällsaktör medverka till att entreprenörsandan förstärks. Skolan och näringslivscentrum kan medverka till att förstärka entreprenörsandan på orten! Prata inte om bruksort/bruksanda etc! En SWOT på vad som är bra med bruksanda bör göras! Använd de ord som är styrkor med bruksort/bruksanda. Använd absolut inte bruksort/bruksanda i marknadsföring. Nämnade benämningar hör hemma på museum, inte i Åtvidaberg 2009 och inte i Åtvidaberg 2020.

För Åtvidabergs del är det viktigt att kontinuerligt utmana sig. I skolan och idrotten kan det handla om olika typer av tester, tävlingar etc. För kommunen som organisation kan det handla om jämförelser med andra kommuner som kan uppfattas som framgångrika. Det kan även handla om kontinuerlig omvärldsbevakning som exempelvis via Kairos Future. Det kan även handla om att söka motstånd och metakunskap via universitet och högskolor.

Åtvidaberg bör inte ställa sig främmande för en trolig utveckling med omflyttning inom EU. Sverige och inte minst Åtvidaberg är platser på jorden som har bra miljö och som är glesbefolkade!

Miljögruppen framförde:

Man ska flytta till Åtvidaberg för barnens skull! Åtvidaberg är lagom stort och tryggt för familjer! MEN!, Betydelsen av närhet till simhall med simskola bör verkligen understrykas! Det finns så mycket genuint mänskligt i Åtvidaberg, vilket verkligen är en styrka för Åtvidaberg!

Utvecklingen kommer att innebära att vi väljer/strävar mot att ta tillbaka ansvaret för våra barn! Utvecklingen som varit där kommuner via förskoleverksamhet fått ta ett allt större ansvar för barnen har inte varit bra för barnen. Det är många barn som inte mår bra i dagens samhälle. Det är även mycket möjligt att utvecklingen även går mot ett större engagemang för att ta hand om de gamla! Mot bakgrund av detta är det viktigt att kommunen strävar mot en

jämställdhet mellan könen. När männen är hemma med barn så leder det till ett mänskligare samhälle!

Byalagen resonerade enligt följande:

Det är fint att det varit en bruksort. Detta är något man ska vara stolt över. Åtvidaberg år 2009 och Åtvidaberg 2020 är inte en bruksort. Entreprenörsandan är på väg att ta över! I Åtvidaberg finns så mycket som verkligen är bra. För familjens medlemmar finns förutsättningar till stor livskvalité. Åtvidaberg bör erbjuda stora billiga tomter samt sträva mot att förbättra kommunikationerna! Blir Åtvidaberg något mer attraktivt som ort borgar detta för att även företag kan uppmärksamma orten!

Kulturgruppen uttryckte att ingen eller väldigt få lever efter bruksandan. Folk pratar ibland som om den fanns kvar, men den finns inte kvar och Åtvidaberg som ort är verkligen på väg bort från bruksamhället. Det är viktigt för Åtvidaberg att man vågar släppa taget om det som varit. Att det var bra i slutet av 1960-talet och i början av 1970-talet är många medvetna om – men nu handlar det om att våga blicka framåt. (Kultur)

Kulturgruppen framförde även att Åtvidaberg som centralort och de mindre orter som ingår i kommunen sammantaget bra för familjer. Målgruppen för inflyttning ska vara familjer eller de som är på väg att bilda familj. Mot bakgrund av detta är det viktigt att Åtvidaberg lyckas med en bra marknadsföring mot denna målgrupp. Det är också viktigt att Åtvidaberg förstärker vad som är viktigt för familjer. Kulturgruppen anser att detta framförallt handlar om att det ska finnas ett bra föreningsliv och ett bra kulturliv i Åtvidaberg samt en bra förskola/skola. Betydelsen av en fungerande simhall ska heller inte underskattas som en viktig del för simkunnighet, vattenvana, rekreation, träning och som ett allmänt familjärt utflyktsmål!

Kommunikation jätteviktigt för att utveckla Åtvidaberg. Ju bättre kommunikation ju fler Linköpingsbor får vi hit. Folk tycker att Åtvid är trevligt, kan vi få ner restiden till 15 min tex genom tåg eller 90 väg, så kan vi växa. Svårt med bostäder. Vi har en villastad, de gamla har ingenstans att ta vägen. Lägenheter är viktigast med hiss. Församlingshemmet kan bli bostäder och gamla kyrkan kulturhus. Behövs tomter.

Bruksanda dvs att någon annan ska göra. Man måste få vara stolt, hörs mer positiva tongångar, Åtvid klingar bättre nu. Några tycker att bruksanda är positivt, viktigt att bevara, vi ska vara som vi är och ta vara på det, engagemang och trygghet. **(Kulturgruppen)**

Medborgare framförde att det finns en del bruksanda kvar i centralorten! Medborgarna ansåg att bruksandan påverkar Åtvidaberg enligt följande: Bruksandan försvårar utvecklingen av entreprenörsandan och kan vara hämmande för inflyttning. Bruksandan medverkar till att göra samhället tryggt!

Åtvidabergs kommun bör sträva mot att utvecklas till en riktigt bra familje- och aktivitetsort med bra kommunikationer inom fjärde storstadsregionen. Tryggheten utgör en grund för att kunna utvecklas. Kommunikationerna bör framförallt förbättras mellan centralorten Åtvidaberg och Linköping och dess resecentrum. **(Gymnasieelever)**

Gymnasieeleverna framförde också att Åtvidabergs kommun bör ha förhållningssättet att många 20 – 30 åringar vill uppleva andra delar av världen, men att Åtvidaberg ska vara en plats man vill tillbaka till och fortsätta utvecklas som människa via ett familjeliv. Samtidigt ska Åtvidaberg kunna vara en plats för de 20 – 30 åringar som gillar det Åtvidaberg har att erbjuda med ett aktivt föreningsliv och närheten till vacker natur och till kärnan av fjärde storstadsregionen.

Demokratiberedningen uttryckte att Åtvidaberg bör sträva mot att bli en attraktiv satellitort till Linköping och fjärde storstadsregionen med en kontinuerlig, måttlig tillväxt! Åtvidabergs kommun bör i mån av ekonomiskt utrymme kontinuerligt sträva mot att göra torget och genomfarten mer visuellt tilltalande! År 2020 ska den som kommer till Åtvidaberg och upplever genomfarten och torget få en känsla av att detta är tilltalande. Känslan ska vara – här kan jag tänka mig att bo! Och utifrån det ska en nyfikenhet växa fram – vad kan Åtvidaberg erbjuda i form av föreningsliv, kommunikationer till fjärde storstadsregionens kärna/kärnor etc...??

Bruksorten finns i princip inte längre!! I praktiken finns den inte kvar, men hos vissa i centralorten finns den kvar i själen. I Grebo, Falerum och Björsäter har den aldrig funnits – därför är det fel att prata om bruksorten Åtvidaberg kommun. Åtvidaberg som centralort är

2020 är ingen bruksort, utan en attraktiv satellitort till Linköping/fjärde storstadsregionen med en väl fungerande skola från förskola till gymnasiet samt ett utvecklat samarbete med universitet/högskola, ett levande och starkt föreningsliv, ett attraktivt torg och en skapligt snygg genomfart. –Helt enkelt en mycket bra kommun för familjer och dess medlemmar som vill trivas och utvecklas i en mindre storstadsregion.

Låg utbildningsnivå men vi har en hög folkbildningsnivå. Exemplet med bibliotek och it-utbildning. Stolthet över att bo i Åtvidaberg måste skapas. Det är hippt att vara fotbollsspelare men inte att vara professor. Vi har tagit steg från bruksandan men den finns kvar. Den ska in på museum. Inflyttade mer positiva till Åtvidaberg än infödda. **(Personal)**

2.1.1 Processledarnas sammanfattande reflektion

Inom ramen för detta tema diskuterades var Åtvidaberg befinner sig år 2009 och vart Åtvidaberg kommer att befinna sig om tio år. Var de olika orterna verkar befinna sig idag skiljer sig åt. Centralorten beskrivs inte längre som en ren bruksort utan har rört sig framåt även om viss bruksanda finns kvar. Grebo beskrivs mer som en sovstad som till viss del tillhör Linköping. Björsäter utstrålar levande landsbygd med ett starkt engagemang. När det gäller Falerum och Hannäs pratar många om en nedåtgående spiral dels pga av läget och en nedlagd skola.

Gemensamt för diskussionerna för övrigt kring detta tema var att de kretsade kring två inriktningar. 1, Åtvidaberg, med dess olika orter är bra för familjer och kommunen ska genom en konsekvent linje växa genom att stärka denna profil via aktiv markandsföring mot målgruppen och en strävan mot förbättrade kommunikationer. 2, En annan gemensam diskussion handlade om bruksandan och dess inverkan på kommunen som helhet.

Samtliga grupper framförde att Åtvidaberg ska sträva mot att växa i måttlig takt genom att vara en tilltalande ort för familjer. I samma anda framförde samtliga grupper att kommunen bör förbättra marknadsföringen mot målgruppen familjer genom att lyfta fram allt samt arbeta mycket aktivt med att förbättra kommunikationerna (mer om marknadsföring och kommunikationer senare i rapporten). Demokratigruppen uttryckte att Åtvidaberg ska sträva

mot att bli en attraktiv satellitort till Linköping och fjärde storstadsregionen. Kulturgruppen ansåg att Åtvidaberg är en bra familjeort med närhet till Linköping och Västervik och med ett rikt kultur och föreningsliv. De framförde också betydelsen av att sträva mot att förbättra detta, kommunikationer och kultur och föreningslivet. Åtvidaberg år 2020 är en attraktiv del av Linköpings kommun. Detta ansåg föreningsgruppen och miljögruppen och uttryckte också att Åtvidaberg som kommun är för liten och att det därför är bättre att aktivt arbeta mot att bli en kommundel i Linköpings kommun. Medborgare, gymnasieelever och personal framförde att det är viktigt att kommunen strävar mot att förbättra samarbete med universitet och högskolor.

Bruksandan hör hemma på museum och inte i Åtvidaberg år 2009 och definitivt inte år 2020. Detta ansåg föreningar, kultur och chefer inom kommunen. Samtliga grupper ansåg att bruksandan aldrig funnits i Grebo och flera grupper uttryckte att Grebo upplevs som en del av Linköping med sitt 013-nummer. Miljögruppen var den enda gruppen som ansåg att bruksandan var en tillgång för kommunen och ville att kommunen skulle ta tillvara på allt som är positivt med bruksandan. ”Det finns så mycket genuint mänskligt i Åtvidaberg, tack vara bruksandan” ansåg miljögruppen. Medborgarna och personal framförde att bruksandan i viss mån finns kvar i centralorten Åtvidaberg och i kommunen och att den försvårar och förhindrar entreprenörskap och kompetensdriften hos personal - personalutveckling.

Fråga: Var befinner sig Åtvidaberg och vad ska Åtvidaberg utvecklas till? Finns det någon målgrupp Åtvidaberg ska inrikta sig mot och i så fall vilken/a och varför? Vilket förhållningssätt ska Åtvidabergs kommun ha till bruksandan idag och framåt mot 2020?

2.2 Tema: Åtvidaberg och förhållandet till Linköping, Västervik och fjärde storstadsregionen

Åtvidabergs kommun bör satsa på att närma sig Linköping och fjärde storstadsregionen. Bättre kommunikationer till framförallt Linköping och Norrköping! Både riksväg 35 och tågförbindelsen ansågs viktiga att förbättra. Åtvidabergs kommun och universitetet bör öka samarbetet. **Medborgarna framförde** framförallt två områden. (1.) Kommunen och dess

egna utredningar samt vid problemlösning samt (2.) kommunen som lots mellan universitet och det näringsliv som finns inom kommunens gränser.

I fjärde storstadsregionen söker man efter attraktiva områden för människor att bo. Åtvidaberg har med en rimlig och attraktiv marknadsföring tillsammans med genomtänkta exploateringsidéer goda förutsättningar att tillgodose nämnda behov. Vad som behövs för att exempelvis Grebo och Björsäter ska bli mer attraktiva är en väl fungerande affär samt en bra skola på orten! **(Byalag)**

Byalagen framförde också att Åtvidaberg måste hänga på utvecklingen med fjärde storstadsregionen. Kommunen har ett guldläge, det är bara att se till att kommunikationerna ständigt förbättras, att marknadsföringen av Åtvidaberg förbättras och att den bygger på en genuin identitet. Det sistnämnda är viktigt då det finns väldigt mycket som är bra.

Kommunikationerna mellan framförallt centralort och Linköping bör utvecklas. Det måste gå att ta sig på ca 15 – 20 minuter mellan centralorterna år 2020. Våga exploatera vid något attraktivt ställe så att exploateringen kommer igång. Det aktiva exploateringsområdet ska fungera som ett lok för att få familjer att flytta till Åtvidaberg. Lyckas man med detta torde det också bli lättare att få snurr på andrahandsmarknaden (hus i Åtvidaberg). Det handlar om att få upp andrahandsvärdet på villor i Åtvidaberg. **(Personal)**

Åtvidaberg bör sträva mot att växa ihop med Linköping. Åtvidaberg bör bli en kommundel av Linköping. Blir man det så kommer de ekonomiska problemen att minska och Åtvidaberg kommer bli attraktivare! Det är bättre att sträva mot att bli en del av Linköping, jämfört med att bli tvingad till det! **(Föreningar)**

Ledningsgruppen framförde att Åtvidaberg bör sträva mot att vara den uppstudsiga lillebrorsan/syrran som snor allt det storebror/syster (Linköping/Fjärde storstadsregionen) gör som är bra. Åtvidaberg ska bli en omtyckt lillebror/syrra som är nyfiken men lite jobbig! Det är viktigt att Åtvidaberg kopplar sig mot Linköping. Det ska gå snabbt och det ska vara bekvämt att ta sig från Åtvidaberg till framförallt Linköping. För Åtvidaberg är kommunikationer A & O. Helst av allt skulle det finnas en 2+1 väg med 100 km/h och en snabbjärnväg! För Åtvidabergs kommun gäller det att arbeta mycket aktivt för att få till en bra

kommunikation mot Linköping. Kommunen måste göra allt för att det ska bli på detta sätt. Tjata, tjata, tjata utifrån kloka argument och vid rätt tillfällen - det är det som gäller! Ledningsgruppen gjorde bedömningen att det är lättare att nå framgång hos vägverket jämfört med hos banverket!

Miljögruppen uttryckte att Åtvidabergs kommun bör satsa på att förbättra tågtrafiken mellan Åtvidaberg som centralort och Linköping! Att åka kollektivt är viktigt för miljön och något som kommunen bör förhålla sig positiv till! Åtvidaberg är år 2020 en del av Linköpings kommun eller Västerviks kommun. I detta sammanhang är det viktigt att Åtvidaberg har profilerat sig. Kommersiellt tillhör Åtvidaberg redan Linköping! Grebo är redan en del av Linköping med 013-nummer!

Åtvidabergs kommun bör sträva mot att utvecklas till en riktigt bra familje- och aktivitetsort med bra kommunikationer inom fjärde storstadsregionen. Tryggheten utgör en grund för att kunna utvecklas. Kommunikationerna bör framförallt förbättras mellan centralorten Åtvidaberg och Linköping och dess resecentrum. Kommunen bör aktivt arbeta för att förbättra kommunikationerna mellan Åtvidaberg som centralort och Linköpings resecentrum. **Gymnasieeleverna framförde** att det är speciellt viktigt att förbättra tågtrafiken, då tåget är miljövänligt samt att man kan arbeta på tåg. En målsättning som nämndes var att det ska gå att ta sig till Linköping med tåg på ca 20 minuter och tåget ska gå minst 12 gånger per dag! Gymnasieeleverna framförde också att det finns en risk med fjärdestorstadsregionen. Den handlar om att Åtvidaberg blir undanskuffade.

2.2.1 Processledarnas sammanfattande reflektion

Det är viktigt med bra kommunikationer till Linköping. Alla grupper framhöll, mer eller mindre tydligt betydelsen av att ständigt förbättra kommunikationerna till framförallt Linköping. Det ansågs viktigt att det år 2020 max får ta 20 minuter med tåg mellan centralorten Åtvidaberg och Linköpings centrum. Några grupper framhöll betydelsen av att också se till att kommunikationerna och relationerna med Västervik är bra. Detta ansågs viktigt, så att inte Åtvidaberg hamnar i utkanten av fjärde storstadsregionen. Genom att få med Västervik hamnar Åtvidaberg mellan en större stad Linköping och en turistkommun som Västervik. Att Åtvidabergs kommun ska satsa mer på att närma sig universitet och högskolor

nämnde ett flertal grupper. Två grupper ansåg att Åtvidaberg bör bli en del av Linköpings kommun. Samtliga grupper framförde att Åtvidaberg är, men framförallt ska bli en riktigt bra ort för familjer inom ramen för fjärde storstadsregionen. Förutsättningarna finns, framförallt om kommunikationerna förbättras! Noterbart är att ingen nämnde Åtvidabergs förhållande till andra närliggande kommuner som exempelvis Kisa och Valdemarsvik.

Fråga: Hur ska Åtvidabergs kommun förhålla sig till Linköping, Västervik och fjärde storstadsregionen? Vilken inriktning ska Åtvidabergs kommun ha gentemot andra närliggande kommuner? Vilken ambition ska Åtvidabergs kommun ha beträffande organisatoriskt samarbete med andra kommuner (se även temat 2.8)? Är fjärde storstadsregionen en realitet eller en utopi – konsekvenser för Åtvidabergs kommun?

2.3 Tema: Kommunen består av centralort, Grebo, Björsäter, Hannäs och Falerum

De orter man bör satsa på är framförallt centralort och Grebo. Björsäter kommer därefter, då Björsäter ligger relativt nära både Linköping och Norrköping. **(Personal)**

Grebo och Björsäter är sovorter och bör så förbli! **(Föreningar)**

Byalagen uttryckte att Åtvidaberg bör satsa på familjer! Åtvidaberg med dess olika orter har mycket att erbjuda familjer. Det finns i princip ingen konkurrens mellan Åtvidaberg som centralort och med de andra orterna. Alla orter är unika och passar olika familjer mer eller mindre bra. Fördelen med Björsäter är att det är hjärtat av storstadsregionen. Läget är väldigt bra då Björsäter ligger bra till för både Linköping och Norrköping. Björsäter kan erbjuda den lantliga idyllen och skaplig närhet till två större städer. Grebo kan erbjuda en riktigt bra närhet till Linköping på lantlig idyll! Åtvidaberg som centralort kan erbjuda en bra service, närhet, bra fritids och kulturliv med spets inom golf och fotboll. Åtvidaberg är vackert med dess närhet till eklandskap. Kan kommunikationerna från Åtvidaberg som centralort förbättras torde Åtvidaberg som centralort kunna vara riktigt attraktiv. Falerum är tyvärr inget att satsa på, sedan man la ner skolan! Skolan är av stor betydelse för en ort!

Åtvidabergs kommun bör främst satsa på centralorten. Gör centralorten attraktiv samt arbeta riktigt seriöst och målmedvetet med att förbättra kommunikationerna mot Fjärde storstadsregionens kärnor och då framförallt Linköping. Det är viktigt att det på en smidigt och snabbt sätt går att förflytta sig från centralorten till kärnan av Linköping på 20 - 25 minuter! Även om fokus ska vara på centralorten är det betydelsefullt att bejaka att Åtvidabergs kommun består av centralort, Grebo, Björsäter, Falerum och Hannäs. Varje ort har sin unikheter – det gemensamma är att orterna torde tilltala personer mellan 0 – 20 samt 30 – 80 där familjer är i huvudfokus. Satsa i första hand på centralorten. Bostäder måste finnas och bra lägenheter för gamla, och sjötomter, vi kan inte både ha och äta kakan, vi får offra strandskyddet. Grebo borde ha en bättre affär man vet inte om satsningen på Grebo är bra men det är det nog. **(Demokratiberedningen)**

Grebo är bra att satsa på med tanke på läget nära Linköping. Kanske är det så att folk i framtiden vill folk bo på landsbygden på grund av klimatet. Samtidigt är det nog så att folk blir latare och latare så därför är de beroende av pendeln om de ska bo på landet. **(Gymnasieelever)**

2.3.1 Processledarnas sammanfattande reflektion

Några aktörer framförde att fokus ska vara på centralorten, men att kommunen ska förhålla sig positiv till att alla orter har sin unikheter som är viktig att utveckla och lyfta fram. Av de grupper av aktörer som tog ställning så ansåg de flesta att centralorten var den ort i kommunen man främst skulle satsa på. Grebo ansågs också vara en ort att satsa på med dess strategiska läge till Linköping. Björsäter nämndes av några grupper som en ort med lantlig idyll och närhet till de båda större städerna i fjärde storstadsregionen.

Fråga: Vilket förhållningssätt ska Åtvidabergs kommun ha till de orter som ingår i kommunen? Vilken utvecklingsstrategi ska kommunen ha för de olika orterna?

2.4 Tema: Demokratiutveckling

Byalagen resonerade enligt följande: Utveckla användningen av nätet! Använd nätet så att folk får tycka till i olika frågor! Mer diskussionskvällar eftersöks! Det som görs i visionsarbetet är mycket bra! Kommuner behöver informera mer om vad det innebär att vara

deltidspolitiker! Vissa företag ställer sig skeptiska mot detta, medan andra ser en fördel med deltidspolitiker!

Demokratiberedningen framförde: År 2020 har Åtvidabergs kommun en demokrati där direktdemokratin har utvecklats. Under en mandatperiod finns det flera frågor som är föremål för direktdemokrati. Folk vill vara med och påverka mer än vart fjärde år. Detta ansågs som betydelsefullt för att göra det demokratiska systemet attraktivt. Åtvidabergs kommun bör se en fördel i att det finns en närhet mellan politiker och allmänhet. En fördel som bör kommuniceras och stärkas. Skapas en positiv bild av Åtvidaberg torde även engagemanget för demokratin i Åtvidaberg stärkas. Visionsarbetet är ett bra exempel på hur vissa demokratiska frågor bör behandlas för att stärka demokratin och dess attraktivitet i Åtvidaberg. Genom att organisera en process där olika aktörer får komma med synpunkter så skapas en delaktighet och en attraktivitet för det demokratiska systemet. Demokrati, viktigt att få in det redan i skolan tex föreläsningar. Borde vara lätt att få sin röst hörd i Åtvid. Visa på webb och gör något så man ser att man har lyssnat. Demokratikvällar där folk får säga sin åsikt och föreläsningar. Svårt att få folk att egagera sig i politik. Viktigt att det inte är så mycket påhopp, det gillar ingen. Demokratiberedningen vet inte sin roll ännu. Alla tycker att den ska bort, ordet ska inte användas (även om man säger den positiva bruksandan)

Gymnasieeleverna framförde att det vore önskvärt med några frågor under varje mandatperiod som är föremål för direktdemokrati. Detta ansågs bidra till en levande och livskraftig demokrati. Några gymnasieelever framförde att de skulle kunna tänka sig att bli fritidspolitiker. Det kommer alltid finnas folk som tycker en massa, så därav kommer det alltid att finnas politiker. Det viktiga för såväl politiker och allmänhet är känslan av att få vara med från början. Önskvärt är att politikerna pratar mer med ungdomar. Några bra exempel nämndes: Några har varit med i elevrådet. Två gymnasieelever har träffat Lars Rasch, bra att han tog emot ungdomar. Politiker bör tala om att man vill ha åsikter. **(Gymnasieelever)**

2.4.1 Processledarnas sammanfattande reflektion

Några framträdande åsikter som framkom var betydelsen av att öka användningen av nätet för att få in åsikter. Visionsarbetet sågs som ett bra exempel, då olika grupper av aktörer fick möjlighet att lämna synpunkter. Det framkom också en önskan om att det under en

mandatperiod bör vara några frågor som är föremål för direktdemokrati. Detta sågs som ett sätt att vitalisera demokratin. Gymnasieeleverna framförde betydelsen av att politiker möter barn och ungdomar och informerar om kommun och politik.

Fråga: Vad anser politikerna om den framtida demokratiutvecklingen? Finns det anledning att vitalisera demokratin i Åtvidaberg och i så fall, vad ska man sträva mot?

2.5 Tema: Kommunens utveckling som serviceleverantör

Åtvidabergs kommun bör underlätta för familjer att få ett trevligt liv. Detta kan exempelvis innebära förskolor som har öppet även vid obekväma arbetstider. Nämnda förslag kan vara betydelsefulla för att kunna locka människor till Åtvidaberg och därmed förbättrade intäkter. **(Medborgare)**

Åtvidabergs kommun bör satsa på gymnasiet. Det är viktigt att ungdomar upplever Åtvidaberg och studietiden som trevlig och utvecklande. Gymnasiet och ung företagsamhet kan bidra till ett bättre entreprenörskap i kommunen! I utvecklingen av gymnasiet/utbildningscentret bör även Linköpings universitet alternativt andra universitet och högskolor få ett större utrymme! Kompetens är en konkurrensfördel och gymnasiet kombinerat med ett utbildningscenter som erbjuder viss form av högskoleutbildning torde gynna kommunen mot att bli en attraktiv satellitort till Linköping och fjärde storstadregionen. Varför inte sträva mot att få Linköpings universitet att förlägga någon utbildning i Åtvidaberg? Visionen 2020 bör innehålla den möjligheten! **(Demokratiberedningen)**

Personalen framförde att barnomsorgen är bra, men kan bli bättre. Framförallt handlar det om att förändra attityden hos gnälliga tanter inom barnomsorgen. Betydelsen av att ha en acceptabel nivå med antalet förskolelärare bör inte underskattas. Även äldreomsorgen kan bli bättre. Björsäter framfördes som ett bra exempel där äldreomsorgen bedrivs i markplan och möjlighet att träffa barn. 24-timmarsmyndighet ansågs vara ett måste i en sovstad. Hemsidan ansågs kunna förbättras i marknadsföringssyfte och mot nyinflyttade. Konkret så efterfrågades mer bilder som gör besökaren upplyft av en känsla av att Åtvidaberg är en trevlig plats på jorden. **(Personal)**

2.5.1 Processledarnas sammanfattande reflektion

Åtvidabergs kommun bör underlätta för familjer att få ett väl fungerande liv och en viktig del i detta är serviceleverantörsuppgiften. Vid diskussionerna framkom betydelsen av att kunna erbjuda förskoleverksamhet vid obekväma tider för att på så sätt underlätta för familjer där någon arbetar obekvämt, exempelvis inom handel eller vård. Betydelsen av en vital gymnasieskola och en utveckling mot ökade möjligheter till kompetensutveckling via universitet och högskola framfördes också som betydelsefullt. Attitydfrågan hos de som representerar Åtvidabergs kommun berördes också. Personal som känner engagemang och delaktighet har, allt annat lika, bättre möjligheter till att kunna erbjuda en bra service. Se även under rubriken kommunen och dess organisationsutveckling,

Fråga: Vad finns att säga om kommunens utveckling som serviceleverantör (Skola och omsorg är de största serviceområdena)? Vilken inriktning ska kommunen ha i förhållande till olika typer av service?

2.6 Tema: Kultur och föreningslivets roll i framtida vision

Visionen för Åtvidabergs kommun bör vara att växa måttligt och att det är familjer som kommunen framförallt bör satsa på. Kulturen och fritidssektorn spelar en betydande roll i att få människor i Åtvidaberg att trivas. **(Kultur)**

Åtvidabergs kommun har ett bra föreningsliv, bevara och utveckla detta! För att Åtvidabergs kommun ska kunna utgöra en attraktiv satellitort till Linköping/fjärde storstadsregionen är ett attraktivt föreningsliv av betydelse. Kommunen bör underlätta arbetet med att förstärka föreningslivet samt att bidra till att göra det känt! I diskussionen framkom en stolthet över att det i Åtvidabergs kommun finns bra möjligheter till fotboll, bandy, golf, ridning och att det finns en simhall och trevlig natur för den som tycker om vad skogar och sjöar kan erbjuda! **(Demokratiberedning)**

Föreningarna ansåg att Åtvidaberg ska fortsätta och vara en geografisk plats på jorden där det finns ett väl utvecklat föreningsliv. Vid diskussionerna framkom att Åtvidaberg bör ha en inriktningen mot idrott och friskvård. Med den inriktningen blir betydelsen av bra idrottshallar viktig. Önskvärt vore en väl fungerande sporthall, en väl fungerande simhall samt någon ytterligare fullstor idrottshall i kommunen! Har kommunen nämnda särpräglning och nämnda idrottshallar samt golfbanan etc så torde det borga för lyckad utveckling för Åtvidaberg. **(Föreningar)**

Kulturen är jättestor, det brinner i varenda buske! För att motverka utflyttningen av 55-åringar, så skulle kommunen kunna erbjuda någon gratisbuss till Linköping någon gång i veckan. Bruksanda finns, därav sätts inte affischer upp på fler ställen utan till exempel bara i Grebo. Försök att nå varandra mellan orterna! Ett samarbete mellan kultur och turistbyrån skulle kunna generera mer och bättre markandsföring. Kulturberedningen framförde även att det saknas en lokal, då de ansåg det för dyrt att vara i kulturhuset. **(Kulturberedning)**

2.6.1 Processledarnas sammanfattande reflektion

Gemensamt för diskussionerna var att fritids- och kultursektorn är av stor betydelse för att familjer ska kunna trivas och förverkliga sig själva i Åtvidaberg. Mot bakgrund av detta framkom både stolthet och idéer för att fortsätta att se till att Åtvidaberg med dess orter kan erbjuda ett rikt föreningsliv. Exempel på idéer som nämndes var betydelsen av en väl fungerande sport- och simhall samt vikten av att koordinera och marknadsföra förenings- och kulturaktiviteter. Det finns så mycket som är bra, det handlar främst om att marknadsföra det bättre!

Fråga: Vad finns att säga om föreningslivets utveckling i Åtvidabergs kommun? Vilken roll och inriktning ska kommunen ha i förhållande till föreningslivet i Åtvidabergs kommun?

2.7 Tema: Kommunen och miljö

Det som presenteras nedan är ett resultat av diskussioner med en miljögrupp till vilken intresserade personer från allmänheten fick anmäla sig till, benämnd miljögrupp. Det som

presenteras nedan är också ett resultat från en diskussion med personal i kommunen med miljökunskaper, benämnd miljö-personal.

Miljögruppen framförde att kommunen bör sträva mot att i så stor utsträckning som möjligt köpa ekologiska matvaror samt kött från Sverige!

Miljö-personal uttryckte att den övergripande visionen för Åtvidabergs kommun relaterat till miljö bör vara att värna om luft, vatten, mark och värdefulla naturmiljöer! Det är också viktigt att kommunen värnar om en attraktiv närmiljö i tätorterna.

En viktig del i kommunens framtida miljöarbete är att fundera på kommunens organisation avseende miljöfrågor. Betydelsen av uppföljningar av miljöarbete betonades. Konkret efterfrågades kontinuerliga uppföljningar relaterat till miljöfrågor samt att årsredovisningen bör innehålla en miljöredovisning.

Vid diskussioner framkom även att det inom miljöområdet finns väldigt mycket som är reglerat på nationell alternativt regional nivå. För kommuner handlar det om att välja ambitionsnivå. Ska man välja att följa de mål och riktlinjer som är beslutade på övergripande nivå eller ska ambitionsnivån vara högre en så.

2.7.1 Processledarnas sammanfattande reflektion

Den övergripande visionen för Åtvidabergs kommun relaterat till miljö bör vara att värna om luft, vatten, mark och värdefulla naturmiljöer! Betydelsen av uppföljningar av miljöarbete betonades. Som exempel nämndes att årsredovisningen bör innehålla en miljöredovisning.

Fråga: Åtvidabergs kommuns framtida idéer om miljö!?

2.8 Tema: Kommunen och dess organisationsutveckling

Inom ramen för detta tema var underfrågorna följande: Kommunens roll i framtiden (24 timmars myndighet, fler eller färre uppgifter? Kommunen som organisation och olika

organiseringssideal (Entreprenörsideal, Planeringsideal, Byråkratiskt ideal samt Professionellt ideal) Se bilaga 2 för en sammanfattning av de olika organiseringssidealens innebörd.

Demokratiberedningen framförde att kommunen som organisation bör stärka banden med universitet och högskolor och speciellt Linköpings universitet. Att ta tillvara den kunskapsstillväxt som sker vid universitet och högskolor är viktigt för att en kommun ska upplevas som attraktiv, nytänkande och seriös.

Kommunen som serviceleverantör bör utvecklas mot en organisation som anpassar sig till verkligheten (människor arbetar alla tider på dygnet) för att kunna möta medborgare på deras villkor inom rimlighetens gräns. Mycket viktigt med 24-timmars myndighet så att medborgare kan nå kommunen alla tider på dygnet. Skolan, grundskolan åk 7 – 9, skulle kunna arbeta fram några olika profiler för att på så sätt stärka individens möjlighet att välja. Kommunen bör sträva mot ett entreprenörs- och professionsideal inom ramen för vida ramar (planerings- och byråkratiideal) Kommunen bör kontinuerligt genomföra utredningar kring hur organisationen utnyttjar personal, så att rätt person är på rätt plats. Överlag är det viktigt med utredningar för att skapa bra reflektionsmaterial. **(Personal)**

Kommunen bör arbeta med att ha mer utbildning kring kommunkunskap och kring visionen och kommunens övergripande mål! Detta är viktigt, så att det inte blir vi mot dom! Förankringsprocessen, vision, måste fortgå en lång tid framöver så att många (alla) blir bärare av visionen. Det är viktigt att det sätts upp delmål då vision 2020 är långt borta! **(Personal)**

Ledningsgruppen framförde:

Ska man vara en lillebror ska man inte vara alltför byråkratisk snarare sträva mot entreprenörsideal och professionsideal. Det är samtidigt viktigt att det finns ramar som är vida och som tar hänsyn till lagar och normer. Inom ramarna ska det uppmuntras att vara kreativ.

För kommunen som organisation är det viktigt att det finns tydliga mål som ska uppnås. Visionen och dess medföljande mål tillsammans med verksamhetsmässiga och finansiella mål med inriktning mot god ekonomisk hushållning ska vara av betydelse från och med visionens start!

En idé är att kommunen som helhet utvecklar sju nycklar som är betydelsefulla för verksamhet och ekonomi och som är sprungna ur visionen. Utifrån detta kan sedan respektive förvaltning ha sju nycklar vardera som både är i paritet med kommunens övergripande nycklar samtidigt som de är verksamhetanpassade.

För Barn och utbildningsförvaltningen som utvecklat konceptet sju nycklar handlar det om ett bekräftande av det personliga mästerskapet. Det handlar också om framhållandet av en balanserad vandring. Exempel på några nycklar som nämndes var kreativitet och samverkan. För en kommun är det mycket kostsamt att tappa någon på vägen då barn som far illa är väldigt kostsamma för samhället och för kommuner.

När visionsarbetet är klart, det är då det börjar! Det framtida intranätet skulle kunna fungera bra som spridare av visionen. Det är också viktigt att alla chefer i kommunen blir bärare av visionen!

Målgruppen familjer skulle med enkla organisatoriska åtgärder kunna lockas till Åtvidaberg genom att man har en service som är anpassad till arbetstider som inte bara stavas 7 – 4. Det är också viktigt att erbjuda bra fritidsgårdar samt att stimulera ett aktivt föreningsliv.

Bejakas ”den uppstudsiga lillebrorsan/syrran” är det viktigt att det skapas en anda där det är ok att testa idéer och det är ok att misslyckas. Vågar man inte testa kan man inte vinna!

2.8.1 Processledarnas sammanfattande reflektion

Vid diskussioner framkom betydelsen av att kommunen strävar mot att anpassa verksamheter, framförallt förskoleverksamhet, efter en arbetsmarknad där det blir allt vanligare att individer arbetar på så kallade obekväma arbetstider. 24-timmars myndighet ansågs vara mycket viktig för att medborgare ska kunna nå kommunen alla tider på dygnet. Betydelsen av att stärka banden gentemot universitet och högskolor ansågs vara viktigt ur framförallt två perspektiv. Dels ansågs det viktigt för att kommunen ska upplevas som attraktiv, nytänkande och seriös och dels ansågs det viktigt för att kunna göra bra utredningar och utvärderingar. Betydelsen av att arbeta seriöst med att förankra visionen framkom. Ledningsgruppen diskuterade även följande: Ska man vara en lillebror ska man inte vara alltför byråkratisk, snarare sträva mot

entreprenörsideal och professionsideal (se bilaga 2 för en sammanfattning av olika organiseringsideal). Det är samtidigt viktigt att det finns ramar som är vida och som tar hänsyn till lagar och normer. Inom ramarna ska det uppmuntras att vara kreativ.

Fråga: Vad kan uttryckas om Åtvidabergs kommun och dess framtida organisationsutveckling? Vad kan sägas om olika organiseringsideal – finns det något/ra organiseringsideal som bör uppmuntras och i så fall varför?

2.9 Tema: Den Åtvidabergska särprägligen

Detta tema handlar framförallt om hur Åtvidaberg ska tänka och agera i marknadsföringshänseende.

Medborgare uttryckte att Åtvidabergs kommun bör satsa på marknadsföring. Familjer är den målgrupp som Åtvidabergs kommun bör satsa på. Marknadsföringen ska vara inriktad på att skapa attraktionskraft och bygga på det som är. Enligt medborgarna har Åtvidabergs kommun mycket att erbjuda kategorin familjer. Marknadsföringen av Åtvidaberg bör bygga på attraherande visuella bilder som lockar målgruppen. Vidare ska marknadsföringen inrikta sig på att visa på klokskapen av att bo i Åtvidaberg. En kommun som kan erbjuda en trygghet, bra skola, bra miljö, aktivt föreningsliv och som finns i fjärde storstadsregionen.

I samband med marknadsföringsdiskussionen framfördes även följande:

Kommunen bör underlätta bosättning för folk som flyttar hit. Ett förslag som nämndes var en bosättningslots.

Infarterna till Åtvidaberg är viktiga. Låt den som passerar Åtvidaberg bli positivt överraskad. Några blomsterrabatter kan göra mycket!

Torget och parkeringen utanför Willys bör få en ansiktslyftning. Det är viktigt att folk som besöker torget får en känsla av att det är trevligt i Åtvidaberg!

Sammanfattningsvis uttryckte medborgarna att särprägligen för Åtvidabergs kommun ska bestå i att kommunen erbjuder familjer en hög livskvalité inom ramen för en mindre storstadsregion.

Personalen menade att kommunen aktivt ska marknadsföra allt som är bra med Åtvidaberg! Detta innebär framförallt närheten, lugnet, tryggheten, möjligheten till självförverkligande, bra förenings- och kulturliv, för alla familjens medlemmar, en bra skola och närheten till den mindre storstadens pulserande liv! Personalen uttryckte också att föreningslivet är bra i Åtvidaberg, centralorten. Detta bör behållas och förstärkas. Skolan och föreningslivet kan utveckla detta tillsammans. Åtvidaberg bör inte satsa på att locka hit äldre människor. Däremot så bör Åtvidabergs kommun underlätta för de äldre som vill bo kvar. I denna anda nämndes att skapa boendemiljöer med ex hissar så att äldre tycker det är acceptabelt att bo i lägenhet. Personalen framförde att det ska kännas modernt i Åtvidaberg. Det ska vara genuint med Åtvidaberg, inte som Priso (lågpris). Estetik är viktigt, Söderköping är ett bra exempel på en kommun som upplevs som genuin! **(Personal)**

Särprägligen för Åtvidaberg som kommun bör vara inriktad mot en idrotts och friskvårdsprofil! Finns bra historia, föreningsliv och god utvecklingspotential kring detta. Detta tillsammans med gröna företag i en mindre storstadsregion torde borga för en bra identitet. En identitet som kan marknadsföras såväl utåt som inåt för att skapa en intressant image! Med inriktningen mot idrott och friskvård blir betydelsen av bra idrottshallar viktig. Önskvärt vore en väl fungerande sporthall, en väl fungerande simhall samt någon ytterligare fullstor idrottshall i kommunen! Har kommunen nämnda särprägligen och nämnda idrottshallar samt golfbanan etc så torde det borga för lyckad utveckling för Åtvidaberg. **(Föreningar)**

Ledningsgruppen uttryckte att visionen bör vara klar innan Åtvidabergs kommun börjar med aktiv marknadsföring. Det är viktigt att man vet visionen och att identiteten börjar ta form innan man kommunicerar ut en tänkt image! Traditionell marknadsföring av Åtvidaberg är viktigt för att förbättra självkänslan för kommunens invånare. Detta i sin tur kan leda till att fler Åtvidabergare agerar som positiva ambassadörer för Åtvidaberg. Bruksort/bruksanda bör definitivt undvikas i marknadsföring av kommunen! Ledningsgruppen framförde också att Åtvidaberg bör vara den lilla effektiva kommunen som likt en lillebror/syster är snabb på att ta till sig bra lösningar och en kommun som tillhandahåller bra service och ett rikt kultur och fritidsliv för framförallt familjer!

Ett sätt att få inflyttning till Åtvidaberg är att få omsättning på villor i Åtvidaberg. För att detta ska kunna ske behövs något intressant lägenhetsboende för äldre.

Målgruppen som marknadsföringen framförallt ska rikta sig mot är familjer! Det handlar om att visa upp allt som är bra med Åtvidaberg som centralort och med övriga orter inom Åtvidabergs kommun. Lyft fram entreprenörsandan i kommunen. Historien ska man vara stolt över, men den ska marknadsföras i relation till museeverksamhet! Personalen är viktiga som marknadsförare av Åtvidaberg. Viktigt att få personalen i Åtvidaberg att vara positiva attitydbärare!

Åtvidaberg ska sträva mot att bli en attraktiv del av Linköpings kommun där lugnet och tryggheten finns men också närheten till storstadens puls via en bra kollektivtrafik.
(Miljögruppen)

Byalagen framförde att Åtvidaberg bör fokusera på familjer! Frågan är hur locka unga familjer och hur få dem att trivas! Nyckeln ligger i att lyfta fram allt som är bra! Åtvidaberg en mindre men, aktiv och seriös kommun i fjärde storstadsregionen med närhet, trygghet, vacker natur (eklandskap och sjöar) samt ett aktivt föreningsliv för kropp och själ. Betydelsen av att uppmärksamma de som flyttar till kommunen bör understrykas!

Kulturgruppen framförde att den särpräglade kommunen bör ha en inriktning mot familjer. Vision och marknadsföring ska vara inriktad mot arkitektur och idrott.

För att lyckas med att attrahera familjer till Åtvidaberg bör kommunen utöka marknadsföringen mot nämnda målgrupp. I marknadsföringen bör framhållas det som finns. Att det finns ett rikt föreningsliv och kulturliv i Åtvidaberg, framförallt centralorten. Konstrundan nämndes som ett årligt uppskattat arrangemang som pågår. Musiklivet är stort i Åtvidaberg jämfört med många andra liknande kommuner! Hemsidan är viktig. Kulturgruppen ställde frågan vem hemsidan är till för? Är hemsidan till för de som bor i Åtvidaberg och vill komma i kontakt med myndigheten kommunen, då fungerar hemsidan. Men om hemsidan ska fungera som ett ställe man söker information på för att trivas och för att eventuellt vilja flytta till kommunen vore det lämpligare att utforma en hemsida som bygger på mer tilltalande bilder och som framhäver allt bra, exempelvis kultur och fritidslivet i Åtvidaberg.

Bygg på det som är bra! Åtvidabergs upplevs som tryggt och genuint för barnfamiljer, men det finns förbättringspotential. Framförallt handlar det om att simhallen måste hållas öppen, lekparken måste vara tillgängliga och fritidsgård/arna måste hålla öppet på kvällar för att bidra till en bra ungdomskultur.

Gymnasieeleverna uttryckte att det är viktigt att kommunens parker och grönområden sköts på ett bra sätt. Om detta missköts, vill inte invånare bo i kommunen och det försvårar att locka hit nya invånare. Vidare så menade de att Åtvidabergs kommuns särpräglning ska bestå i att kommunen ska vara en bra kommun för familjer som uppskattar ett aktivt liv inom ramen för en mindre storstadsregion. Trygghet och bra kommunikationer inom fjärde storstadsregionen ansågs också vara viktigt för kommunen och dess särpräglning. Särpräglningen ska för kommunen som organisation bestå i en medvetenhet om genus och etnicitetsfrågor. Kommunen och framförallt skolan bör aktivt arbeta med att utveckla medvetenheten kring detta, som ett led i en alltmer globaliserad värld.

Gymnasieeleverna framförde också att särpräglningen ska vara miljövänlig! Den gröna kommunen! Satsa även på yttre miljö runt kanalen till exempel glasskiosk. Mysigt när det är marknad i Åtvid. Parkering på torget är inte bra. Profiler Åtvidaberg som sportstaden med golf, bandy och fotboll. Hälsans stad (tryggt och fin miljö)! Åtvidaberg ska locka till sig barnfamiljer genom att erbjuda extra gympass i skolan. Viktigt att marknadsföra gymnasiet, ge en bra bild genom öppet hus. För stor omsättning på lärarna. Man trivs rätt bra på skolan, tryggt i jämförelse med till exempel Ljungan. **(Gymnasieelever)**

Åtvidabergs kommun bör aktivt satsa på riktad reklam. När visionen är klar bör Åtvidabergs kommun på flera olika sätt aktivt arbeta med riktad marknadsföring mot familjer. Åtvidabergs kommun har mycket att erbjuda familjen. **(Demokratiberedningen)**

2.9.1 Processledarnas sammanfattande reflektion

Gemensamt för samtliga grupper av aktörer var att Åtvidabergs kommun ska inrikta sig mot familjer. Särpräglningen och marknadsföringen ska vara inriktad mot att få familjer att trivas och få familjer att flytta till Åtvidaberg. Utöver detta fanns det en del olika förslag som främst handlade om att Åtvidaberg ska vara en kommun med sport-, kultur- och miljöprofil.

Åtvidabergs ska vara och upplevas som genuint, inte som Priso (lågpris). Estetiken ansågs viktig. Söderköping framfördes som ett bra exempel. De flesta framförde att marknadsföringen ska vara inriktad mot familjer och framhålla allt som är bra med Åtvidaberg. Närheten, tryggheten, möjligheten till självförverkligande genom ett bra förenings- och kulturliv samt relativt nära till fjärde storstadens puls, med arbetstillfällen och shopping var sådant som framkom. I diskussionerna framkom även av några att Åtvidaberg ska sträva mot att bli en del av Linköpings kommun.

Bruksort/bruksanda ska definitivt inte användas i marknadsföring. Istället bör det framhållas att Åtvidaberg bejakar ett entreprenörskapstänkande samt ett samarbete med universitet och högskolor.

Fråga: Vad finns att säga om den Åtvidabergska särpräglingen? Vilken inriktning och ambitionsnivå ska Åtvidabergs kommun ha med sin marknadsföring?

2.10 Tema: Läge för lycka

Läge för lycka är svårförståligt! Den behöver förklaras! Möjligen skulle läge för att lyckas vara bättre. Detta skulle kunna kopplas till ”det personliga mästerskapet”! **(Föreningar)**

Miljögruppen ansåg att läge för lycka är OK.

Läge för lycka bör fördjupas! Det räcker inte med bara läge för lycka. Ett förslag var: Läge för lycka i kropp och själ! **(Kultur)**

Läge för lycka är varken eller! Om läge för lycka ska fortsätta att användas bör det fyllas med mer innehåll. Detta innehåll kan variera över tid! Vid en viss tidpunkt kan Åtvidaberg vara läge för lycka för..... osv.. **Medborgarna förde också fram** ett annat förslag och det går ut på att kommunen med jämna mellanrum kommunicerar trevliga bilder av Åtvidaberg istället för Läge för lycka skylten som står utanför Grebo!

Demokratiberedningen ansåg att sloganen ”Läge för lycka” andas ”att Åtvidaberg är sömnigt”. Om man inte har någon riktigt bra slogan, är det bättre att bara kommunicera ut Åtvidaberg. Demokratiberedningen ansåg att Linköpings kommun lyckats. Lejonet och där idéer blir verklighet sågs som attraktiva och dynamiska.

Folk skrattar åt läge för lycka, lägg till kultur. Läge för lycka och kultur, för kropp och knopp!
Ett slink in ställe mitt på torget med kultur. **(Kultur)**

Läge för Lycka och framtidstro! Ordna en stor fest för alla Åtvidabergare där man spinner på Läge för lycka. Vi behöver inte bli nya Gnosjö utan bli en drömvärld, en komfortzon.
(Personal)

Läge för lycka man förstår den inte, man fnissar lite åt den då det mesta har skurits ner. Hur kom man på det? Fast trädgårdsstaden var ännu sämre. Bra om man får vara med och påverka så man förstår vad saker står för, bra om folk gör sin röst hörd och då kan man till exempel vinna en cykel. **(Gymnasieelever)**

Fråga: Vad anser Åtvidabergs politiker om Läge för lycka. Ska Läge för lycka användas i relation till Åtvidabergs vision 2020 och i så fall på vilket sätt?

2.11 Övrigt

Ledningsgruppen ansåg att följande var viktigt att beakta under rubriken övrigt:

Åtvidaberg – en lillebror/syrra som vågar fronta, som vågar säga att man är bra även utanför fjärde storstadsregionen!

Tjänstesektorn måste utvecklas i Åtvidaberg. Detta kan ske genom att bättre pendlingsmöjligheter skapas till och från Åtvidaberg. Kan tjänstesektorn utvecklas i Åtvidaberg skapas per automatik en större arbetsmarknad och kommunen får ett bättre serviceutbud och livskvalitén kan höjas!

Våga prioritera! Åtvidaberg kan inte vara bra på allt och för alla – resurserna räcker inte till detta! Är det den kommunala serviceleverantörsuppgiften kommunen ska satsa på, dvs skola och omsorg?

Åtvidaberg, en lillebror/syrra som vågar skapa en anda där kunskap bejakas och en organisationsstruktur som harmoniserar med vad en lillebror/syrra står för! Bruksandan ska skrotas!

Nöden är kreativitetens moder, Åtvidaberg är på rätt väg! Det är viktigt att skapa en image som utstrålar en stolthet och att Åtvidaberg är trevligt och bra!

Kommunen måste våga utmana sig via omvärldsbevakning, via stöd från framtidsstudier, via jämförelseprojekt och utifrån kunskapsstillväxt från universitet och högskolor. Detta för att stärka förmågan till hushållning med resurser såväl inom som mellan tidsperioder.

Kommunen ska vara den attraktiva, nytänkande och kreativa kommunen som vågar!

Fråga: Vad anser politikerna under temat övrigt?

3. Näringslivets arbete!

Gruppen ledarskap och rekrytering belyste svårigheten med att skapa tillväxt av bra ledare, detta är en viktig fråga för näringslivet.

- Många bra ledare återfinns i föreningslivet i Åtvidaberg. Hur tar vi tillvaratar vi det?
- Det är bra att driva företag i Åtvidaberg. Korta beslutsvägar och närhet till politiker och tjänstemän. Stor möjlighet att påverka.
- UF är något att vårda både för att stimulera nyföretagande men även inblicken i ledarskapets för- och nackdelar.

Gruppen Orstutveckling kom att handla mycket om boende. Gruppen tyckte att visionen att Åtvidaberg ska ha 13 000 invånare till 600-årsjubileet 2013 är värt att jobba för.

- Fler tomter i attraktiva lägen som kan attrahera nyinflyttade familjer.
- Lägenheter för 55+ behövs för att frigöra villor
- skapa attraktiva koncept som sticker ut t ex miljövänligt byggande, miljöneutrala boendeformer
- alla kommundelar ska utvecklas
- viktigt att kommunens service inom vård, skola och omsorg har hög kvalitet
- alla invånare är ortens ambassadörer och har möjlighet att marknadsföra orten
- kommunikation är viktigt för attraktiviteten både fysiska och virtuella
- fortsatt starkt föreningsliv är viktigt
- vi bör ta en aktiv del i utvecklingen av 4:e storstadsregionen som vi är en del av

Gruppen ansåg även att man skulle arbeta fram en mer modern marknadsföring; en förbättrad hemsida, en utökad och uppmätt medieexponering samt möjligheten att arbeta med nya kommunikationskanaler såsom Youtube och Facebook, gavs på förslag. För att göra Åtvidaberg mer attraktivt ansåg de att det var viktigt att arbeta mer målinriktat, vi måste våga välja bort saker också, kommenterade Adelswärd. Vikt lades även vid att involvera de yngre i näringsliv och politik.

Gruppen hade utarbetat flera tydliga mål för Åtvidaberg; 13000 invånare år 2013 var ett, liksom ett utökat högkvalitativt och gärna sjönära boende, snabba säkra transporter till och från Åtvidaberg, en högkvalitativ utbildning vilken gärna skulle samarbeta med föreningslivet och verkstadsindustrin i staden, samt fler unga som var med och påverkade.

I gruppen samarbete skola-näringsliv-samhälle diskuterades bl a följande:

- utbildningsnivån behöver höjas och fler inspireras till högre utbildningar
- våga nyttja akademiker i företagen
- ta chansen att ta del av forskningen på universitetet
- lokalisera ett kontaktcentrum för universitetet hos NC
- det lokala nätverket är viktigt – nyttja det!
- viktigt med positiva uttalanden om Åtvidaberg i all kommunikation om orten
- marknadsföring om orten i orten

Gruppen marknadsföring där följande diskuterades:

- 13 000 invånare 2013 till 600-årsjubileet, hur marknadsför vi det?!

- visa på det positiva med Åtvidaberg i alla sammanhang; på hemsidan, på lastbilar, i tidningar
- bättre företagsregister
- samordning av praktikplatser
- fler bostäder av olika slag behöver marknadsföras
- det är svårt att rekrytera – bättre marknadsföring av orten behövs
- Åtvidaberg är känd för sin historia – hög tid att marknadsföra nutid och framtid
- Inom gruppen hade man även diskuterat reklam för kommunen; utveckling av den nya hemsidan www.lageforlycka.nu, reklamfilm samt ett utökat samarbete med Corren var idéer de arbetat med.

En allmän uppsnyggning genom bland annat blomplanteringar hade diskuterats liksom möjligheten att dra bilvägen likt en särskild turistslinga genom Åtvidaberg.

-marknadsföra orten som boendalternativ på LHCs matcher

SAMMANFATTNINGSVIS:

Under dagordningsrubriken ”samverkan ger resultat!” fördes ett fåtöljsamtal med Arena för tillväxt

Åtvidaberg, fokusgruppernas ledare och projektledningen. Inom fåtöljsamtalet fick de medverkande

svara på frågor från diskussionsledaren rörande arbetet med fokusgrupperna och Åtvidabergs framtid. Under paneldiskussionen berörde man följande ämnen:

- Upplevelse av fokusgruppernas arbete – det stora engagemanget och de livliga diskussionerna har varit uppskattade av alla. Den stora vinsten upplevdes av en av deltagarna vara den öppna dialogen mellan kommun och näringsliv medan det från annat håll poängterades att inte allt arbete kan läggas i händerna på kommunen. Arbetet hade även inneburit högtflygande och intressanta idéer men även realisationen att dessa inte alltid var lika enkla att genomföra.
- Vikten av långsiktighet och agerande – vad vill Åtvidaberg vara om fem, tio år? Det är viktigt att ha fasta och tydliga mål som sträcker sig både fem, tio och tjugo år fram i tiden, menade en deltagare. Likaså poängterades vikten av att gå från idé till handling; åtgärdslistan fungerade som ett tydligt ramverk att utgå från, kommenterade en deltagare. Det uppmärksammades även att arbetet rörde sig inom skilda tidsintervaller: vissa idéer kan vi arbeta med redan nu, men andra såsom exempelvis 35:ans nya sträckning är ett mål

som är aktuellt om ca tio års tid, kommenterar en deltagare. Samtidigt bör vi släppa fram alla idéer kommenterade en annan deltagare, vi bör kombinera visioner och långsiktiga planer med otålighet!

- Ledarskap och ungdomar – en ny generation som engagerar sig för organisation och ledarskap är viktigt för kommunen, inte minst inom politiken. Under diskussionen återkom det flera gånger att man önskade att flera unga engagerade sig mer. Vi borde sprida engagemanget och visa de unga i skolan hur kul det är att vara ledare, kommenterade en deltagare. Genom ledarskapsnätverket hoppas en annan deltagare få fler unga och specifikt unga tjejer engagerade; vi måste ta ansvar för våra ungdomar poängterade han, ge dem praktik och få dem att känna sig delaktiga!
- Samspel – för att verkligen lyckas måste kommunen och näringslivet lära sig att gå i takt med varandra. Fokusgruppernas arbete har av deltagarna upplevts som positivt och önskemål förs fram om att fortsätta med arbetsformen även under nästkommande år. Samspelet mellan kommunpolitikerna från olika partier beskrivs också fungera väl, i vårt arbete är verklighetsanknytning viktigare än ideologi, kommenterar en deltagare. Slutligen konstaterades det att med en tydlig dialog

4. Hur går processen vidare?

Processledarnas förslag presenteras nedan.

4.1 Processledarnas förslag

Processledarna föreslår att politikerna ägnar sommaren åt att bearbeta materialet på egen hand. I slutet av augusti föreslås att seminarie hålls där politiker i tvärgrupper diskuterar Åtvidabergs vision och strategiska plan 2020. Vid seminariet kan också någon/några föreläsare närvara som inspiration till arbetet. Efter seminariet har processledarna ett material från politikerna att bearbeta till ett förslag på strategisk plan och vision för Åtvidabergs kommun. Ett förslag till rapportstruktur bifogas.

Fråga: Vad anser politikerna?

4.2 Ett förslag på rapportstruktur – Strategisk plan och vision för Åtvidabergs kommun

Ett förslag på struktur för den strategiska planen och visionen för Åtvidabergs kommun presenteras i bilaga 1.

**Bilaga 1 Strategisk plan och vision för Åtvidabergs
kommun 2010 - 2020**

**Strategisk plan och
vision för
Åtvidabergs kommun
år 2010 – 2020**

Vision	36
Från dåtid till framtid!	36
Framgångsfaktorer och övergripande mål!	36
Visionen och Åtvidabergs kommuns arbete med kommuners övergripande uppgifter	37
Serviceleverantörsuppgiften	38
Demokratin/medborgarnas intresseorganisation	38
Myndighetsuppgiften	38
Samhällsaktörsuppgiften	38
Användningsstrategi för visionen.....	38
Ekonomisk styrning.....	38
Verksamhetsstyrning	38
Marknadsföring	38
Organisationsutveckling	38
Samhällsutveckling	39
Mål som stöd till visionen	39
Avlutande ord.....	39

Vision

Från dåtid till framtid!

Visionen följs av en allmän text om Åtvidabergs kommun utifrån historia, nutid och framtid. Texten skrivs av politiker!

I texten beskrivs kommunen som en del av en region, fjärde storstadsregionen. Det kan vara lämpligt att texten avslutas med några ord om Åtvidabergs kommuns nuvarande identitet och vart man strävar. Detta borde lyftas fram som ledord!

Ledord för kommunens identitet – nu och vart man strävar!

.....

.....

.....

.....

Ledorden kommer mejslas ut med hjälp av processen – visionsarbetet!

I texten är det bra om man upplyser läsaren om gränslandet mellan vad en kommun är och vad orten/det geografiska området med orter är etc.

Framgångsfaktorer och övergripande mål!

En förutsättning för ett framgångsrikt arbete med att stärka kommunen, både som organisation och som område för uppväxt, boende och sysselsättning är att arbetet genomsyras av en helhetssyn, långsiktighet, tydlighet och med en klar målbild. Hos oss i Åtvidabergs kommun skapas detta genom kommunens vision och strategiska plan i spetsen. En viktig del, som komplement till visionen och som stöd till den strategiska planen, är framgångsfaktorer för kommunen.

Nedan presenteras framgångsfaktorer:

.....

....
....
....

Framgångsfaktorerna mejslas ut i samband med visionsarbetet!

För att uppnå visionen 2020 så behövs övergripande mål som mynnar ut i strategier. Målen ska kunna fungera som avstämningsmål under resan mot 2020.



Visionen och Åtvidabergs kommuns arbete med kommuners övergripande uppgifter

För att leva upp till visionen kommer Åtvidabergs kommun arbeta med de övergripande kommunala uppgifterna utifrån följande intentioner.

Serviceleverantörsuppgiften

Vad finns att säga om serviceleverantörsuppgiften?

Demokratin/medborgarnas intresseorganisation

Vilken inriktning ska Åtvidabergs kommun arbeta mot för att skapa den demokrati man önskar?

Myndighetsuppgiften

Samhällsaktörsuppgiften

Inom ramen för detta område diskuteras exempelvis ambitioner för miljö, kommunikationer, kultur och föreningsliv samt allmän attitydpåverkan på samhället i stort!

Användningsstrategi för visionen

Ekonomisk styrning

I kommunens ekonomiska styrning medför/innebär visionen att.....

Verksamhetsstyrning

I kommunens verksamhetsstyrning medför/innebär visionen att

Marknadsföring

I kommunens marknadsföring medför/innebär visionen en strävan mot

Organisationsutveckling

I kommunens organisationsutveckling medför/innebär visionen att.....

Samhällsutveckling

Kommunen och dess strävan mot samhällsutveckling: Växa/minska och i vilken takt!? Var ska man växa/minska!? Vad har man råd till!?

Mål som stöd till visionen

Här presenteras finansiella och verksamhetsmässiga mål med inriktning mot god ekonomisk hushållning!

Avlutande ord

Skriivs av politiker1

Bilaga 2 Organiseringsideal

Entreprenörsideal:

Med detta avses en flexibel organisation. Förmågan att anpassa sig till förändrade förutsättningar är något som kännetecknar organisationen. Organisationen är decentraliserad samtidigt som beslutskraften är samlad till ledningen. Entreprenören är betydelsefull och fungerar som en drivande och samlande kraft. I organisationen genereras ständigt nya idéer och det finns en organisatorisk förmåga att omsätta idéerna i praktiken. Idealet är hämtat från småföretagsverksamhet.

Planeringsideal:

Detta ideal innefattar en tydlig ansvarsfördelning och klara mål för de olika ansvarsenheterna. Med en sådan utgångspunkt finns gynsamma förutsättningar att åstadkomma kostnadseffektiv produktion av varor och tjänster. Inom ramen för detta ideal händer det inte så mycket nytt. Framtiden anses vara relativt överblickbar. Inga nya uppgifter tillkommer, men det man gör genomförs på ett produktivt sätt.

Byråkratiskt ideal:

Detta ideal innefattar goda rutiner och regler. Kravet på rättvisa och likabehandling från organisationens brukare/medlemmar leder till en stark metodorientering. Det är viktigt att göra saker och ting på rätt sätt. En tillämpning av ett fastställt regelsystem garanterar att så sker. En annan av det byråkratiska idealets utmärkande egenskaper är att det finns en väl utvecklad samordning mellan olika organisatoriska enheter inom den byråkratiska organisationen.

Professionellt ideal:

En organisation där det professionella idealet värderas högt är professionella kollegor viktiga för den enskilda organisationsmedlemmen. Det är genom kollegornas bedömning av arbetsinsatsen som individen prövas och graden av framgång mäts. Organisationen och verksamheten bygger på medarbetarnas kompetens. Kompetensen värderas och bedöms av individer som besitter just denna kompetens. En organisation där det finns många välutbildade medarbetare är en förutsättning för det professionella idealet. Samarbete är ett annat kännetecken för den professionella organisationen. **(Brorström et al, 2005, Förvaltningsekonomi, Studentlitteratur)**