

Idégrupperna 2014

HUR BINDER MAN SAMMAN BORÅS CITY OCH KNALLELAND FYSISKT OCH MENTALT
SKAPA FLER OCH UTVECKLA BEFINTLIGA RESEANLEDNINGAR
INTEGRERAT OCH INKLUDERAT BORÅS
BORÅS 400 ÅR, 2021

BoråsBorås AB är ett av kommunen och näringslivet i Borås samägt bolag. Bolaget har till uppgift att marknadsföra, sälja och aktivt verka för att staden, genom aktiviteter och evenemang, upplevs som en attraktiv destinationsort med gott värdskap. Målet är ökad hållbar tillväxt till nytta för medborgarna och näringslivet i Borås.

IDÉGRUPPERNA 2014

I visionen Borås 2025 målas bilden av vårt önskade, framtida Borås upp. I de fyra idégrupperna, initierade av BoråsBorås TME AB, samverkar näringsliv och kommun för att konkretisera Borås 2025 på fyra specifika områden. Gruppernas uppdrag är att under våren 2014 ta fram underlag för vidare utvecklingsmöjligheter som för oss närmare visionen Borås 2025.

BAKGRUND

Hösten 2008 genomfördes i partnerskapet BoråsBorås ett idéarbete med idégrupper över fyra områden:

Borås Event

- Området Knalleland-Djurparken-Borås Arena med målet att hamna på svenska barnfamiljers "måstebesökslista".

Cityupplevelser

- Stads kärnan måste utvecklas med mer boende och mer innehåll mot en mer mogen målgrupp med unika kulturopplevelser och uppmaningen "Reclaim Textile".

Mötesindustrin

- Att utveckla Borås som mötesstad för kongresser.

Evenemang

- Att strategiskt och fokuserat arbeta med evenemang för att stärka stadens image.

MOT "BORÅS 2025"

I dag 2014 är flera av idéerna genomförda eller under pågående arbete. För att göra Borås till en bättre stad att besöka, bo, arbeta och studera i - behövs nu nya idégrupper och konkreta idéer som för staden närmare visionen Borås 2025.

Idégrupperna 2014 är antagna av BoråsBorås TME ABs styrelse och består av frivilliga representanter från Borås Stad och näringsliv som engagerar sig i ämnen som behöver komma upp i ljuset, bli förankrade och goda målbilder för att kunna förbättra och utveckla staden. Uppdraget för respektive idégrupp har varit att leverera varsin vision för sin idégrupp som sedan används av staden och näringslivet för utvecklingsprocesser som gör Borås till en mer attraktiv stad.

Ämnena för 2014 års idégrupper har processats i Samrådsarenan och BoråsBorås Näringslivs ekonomisk förening:

HUR BINDER MAN SAMMAN BORÅS CITY OCH KNALLELAND FYSISKT OCH MENTALT

Det är 1200 meter mellan Stora Torget och Knalleland - en sträcka som kan upplevas lång om den inte är attraktiv.

Mitt på sträckan har nu Textile Fashion Center tagit plats och gör avståndet kortare, men vi har en bit kvar.

Under 2012 genomfördes en handelsutredning för Borås. Där ställdes frågan; hur utvecklar vi på bästa sätt handeln i Borås så att alla handelsplatser mår bra? Svaret blev - knyt ihop stads kärnan och Knalleland. Hur gör vi det?

Hur får vi det att kännas enkelt, snabbt och smidigt att handla, äta och mötas i både stads kärnan och

Knalleland på samma dag? Hur skapar vi innerstaden Borås?

SKAPA FLER OCH UTVECKLA BEFINTLIGA RESEANLEDNINGAR

BoråsBorås har en målsättning att fördubbla de turistekonomiska effekterna från drygt en halv miljard (2012) till en miljard i omsättning år 2020. För att nå detta mål krävs fler anledningar för turister att besöka Borås. Vad skulle skapa ett "måste besöka"-behov hos personer som inte varit här förut? Vad kan få besökare att komma tillbaka flera gånger per år? Hur kan vi stimulera till nya investeringar i reseanledningar? Hur kan vi utveckla de reseanledningar vi har idag?

INTEGRERAT OCH INKLUDERAT BORÅS

En fjärdedel av Borås befolkning är första eller andra generationens invandrare. Vi är unga och gamla. Vi har Sveriges fjärde största RFSL-förening och andra minoritetsgrupper och ändå kanske vi inte riktigt känner oss hemma i hela Borås? Hur får vi alla boråsare att känna sig lika välkomna överallt?

BORÅS 400 ÅR, 2021

Tiden går fort när man har roligt och det är hög tid att börja planera för Borås 400-årsfirande 2021.

Vad ska hända? Hur ska det hända? Vad vill vi uppleva under Borås 400-årsfirande? Och vad händer på vägen dit?

Denna dokumentation är en sammanfattning från respektive idégrupps arbete och presentationer som gjordes på BoråsBorås ERFA-möte den 3 juni 2014. Under hösten 2014 kommer arbetet med idéerna att fortsätta. Idéerna ska utvärderas och prioriteras, sen är det upp till de som kan och vill att ta vid och förverkliga.

Ansvarig projektledare: Anna Liljenby, anna.liljenby@borascity.se, 0705 - 41 78 89.



IDÉGRUPP:

HUR BINDER MAN SAMMAN BORÅS CITY OCH KNALLELAND FYSISKT OCH MENTALT

BESKRIVNING - GRUPPENS ARBETE

Gruppen har "hängt upp" arbetet i tre tidskeden och med ett utifrånsperspektiv från tre olika profiler:

2018

STADSBO

- Eko-marknad med närodlat på gågatan bort mot Textile Fashion Center varje lördag.
- Enkelt att sköta vardagssysslor utan bilar.
- Bra skyltning för att kunna turista hemma och se vad som händer som är nytt.
- En interaktiv lokalapp med riktad reklam och information. Borås egen PT har precis publicerat dagens träningstips.
- Alla vill ha lekplatser!
- Centrum känns som min bakgård.
- Det är en självklarhet att man är ute och joggar utmed Viskanpromenaden och på våra gula fina gångbanor.
- Står i kö till det nya härliga lugna bostadsområdet mellan Kungsbron och Knalleland.
- Nyttjar eventområdet i Knalleland som rekreationsområde.
- På helgerna äger Pop-up och lagerutförsäljningar rum i Knalleland.

TURIST

- Pop-up butiker i området mellan centrum och Knalleland, samt i/på Knalleland.
- Bra skyltning visar mig att det finns fik och aktiviteter för barnen utmed Shuttlebussens färdväg
- Shoppingmeckat Knalleland från vilket man gärna promenerar på Viskanpromenaden in till Centrum eller åker Shuttlebuss på sitt shopping-/parkeringskvitto som man står och viftar med.
- Missar inte att det är Elfsborgs stad med gula och svarta cykel- och gångbanor.
- Imponeras av belysningen utmed Viskan i skymningstimmen och alla träningsglada Boråsare som är ute och joggar.

FRISTADBO

- Parkerar gratis på Knalleland och tar Shuttlebussen till centrum.
- Åker på sin parkeringsbiljett till centrum och bondens marknad på gågatan, botaniserar bland affärer och gör sina inköp.
- Bra skyltning när man kommer fram till centrum efter en lugnande och rofylld bussfärd.
- Avslutar dagen med en fika och köper hemelektronik innan hemfärd.

2025

- Området har förtätats.
- Underjordiskt parkeringshus i Knalleland med stora möjligheter att ladda våra elbilar.
- Roligt att som turist se hur färden utmed Viskan har utvecklats med nya bostäder, flera uppe på befintliga byggnader.
- Viskastrandsgymnasiet är ett e-handelscentrum med showrooms och restauranggymnasiet bedriver en nyskapande restaurang precis över Viskan och "paddanbåten".
- Nu har många boråsare flyttat in i området och mängden stadsbor i centrala Borås har fördubblats.
- Många är här och tittar på skulpturer, Borås är utan motstycke avseende skulpturupplevelser.
- Även internationella besökare, italienare förundras inte bara över blonda svenskor.
- Europas kulturhuvudstad hägrar som mål hitom horisonten.
- Sommardagarna har blivit en händelse där lokala entreprenörer bidrar till att dra hit världsnamn.
- Skaraborgsvägen är smalare och området bredare.
- Världsstaden Norrby är ytterligare ett tillskott för stadskärnan.
- "Baksidan har blivit framsida"

2035

- Viskan är renad och liksom Klarälven en naturlig plats för stadens barn att bada och leka.
- "Stråket" mellan områdena är en arena som kompletterar city och knalleland. Temporära utställningar avlöser varandra och lockar nya besökare varje år.
- Cluster Centroborås är ett faktum och området är ETT, tydlig interaktiv skyltning gör att man inte kan undgå de arrangemang som passar ens besöksprofil.
- Järnvägen är borta och elbilar glider fram som rymdvalar utan att störa fotgängarna.
- Vi kör bilen tillbaka på den nya vägen som är ansluten till Kungsbron som är anlagd på den gamla järnvägen.
- Vilken också är en ny förbindelse mellan Knalleland och Centrum.
- Man tänker inte på avstånd längre.

HUR NÅS MÅLET

- Gemensam Vision!
- Attraktiva lösningar för kommunikation mellan områdena.
- Samverkan på bred front mellan medborgare, fastighetsägare och övriga näringsidkare samt beslutsfattare.

INSPIRATION

Illustratör - Madelen Lindgren.

Kartor från Borås Stad.

Visionsbilder från Viskanpromenaden.

ÖVRIGT Goda idéer, utvecklingsmöjligheter eller annat som inte fått plats och utrymme i gruppens arbete och presentationen.

Ekonomi och stora förändringar i infrastrukturen kring området.

IDÉGRUPPEN

Mia Landin, Svenska Stadshotell (Idégruppens ordf.)

Bengt Himmelman, Stadskansliet, Borås Stad

Bo Edvinsson, Stadspolisen

Catrin Ljung, Borås Tidning

Christer Södeliden, CA Fastigheter

Erica Unosson, BoråsBorås TME AB

Fredrik Ljungqvist, Borås Kuriren

Gunnar Isacson, Tekniska Förvaltningen, Borås Stad

Håkan Ahlin, ICA City

Jonas Andersson, Högskolan – Externa relationer

Maj-Britt Eckerström (C), Borås Kommunfullmäktige

Per-Olof Höög (S), Kommunfullmäktiges ordförande

Sarah James Larsson, Storegården

Thomas Englund, ICA City

IDÉGRUPP:

- SKAPA FLER OCH UTVECKLA BEFINTLIGA RESEANLEDNINGAR

BESKRIVNING - GRUPPENS ARBETE

Vår vision:

– Norra Europas bästa och mest spännande äventyrsland - Adventure Borås!

Som ett förstahandsval av reseanledningar för barn med familjer är det alltid spännande att besöka Adventure Borås - där Sveriges första Afrika möter den mystiska Nordskogen. Spektakulära miljöer med allt från nära-djur-upplevelser, ett äventyrligt vattenland och en verklighetskopplad virtuell spelvärld till karaktärsfulla figurer och äventyrsboende där övernattningen är en del av upplevelsen - gör Adventure Borås helt unikt i sitt slag. På Adventure Borås kan man tillbringa dagar, ändå räcker tiden inte riktigt till för allt. Därför vill man alltid återvända. Igen och igen. Året runt.

Som ett stolt landmärke fyllt av upplevelser reser sig Adventue Borås med vakande öga över staden. Likt en vackert dekorerad stig följer skulpturvandringen genom staden - förbi Knalleland och Textile Fashion Center med dess spännande upplevelser från utställningar till PopUpStoreStreet - för att gå vidare i Pinocchio's raska steg genom en sprudlande Allégata in till ett modernt Borås city med shopping, mat och kultur.

På kort tid har stadens besöksantal och turistekonomiska effekter mer än dubblats. Och inte att förglömma - är alla boråsare - nu ännu stoltare ambassadörer för staden.



MÅL OCH METOD

Genom byggnationen av Adventure Borås är målsättningen att besöksantalet inom en femårsperiod, minst ska öka från dagens 290 000 på Borås Djurpark till över 500 000 unika fysiska besökare - till Äventyrslandet med Djurparken inkluderad. Då fokus är upplevelser och äventyr året om - förväntas besöksantalet uppgå till över 1 000 000 per år inom en tioårsperiod.

En av framgångsfaktorerna är övernattningen som sker på det tematiserade hotellet i äventyrslandet, vilket innebär att besökarna tillbringar minst 2 dagar på Adventure Borås - äventyrsland + djurpark - en fantastisk upplevelse för barn med familjer och en unik företeelse i Sverige. 1+1=3.

Att kombinera Adventure Borås som fysisk anläggning med en virtuell miljö* skapar möjligheter där antalet virtuella besökare är obegränsade och en värdefull marknadsföringskanal för ökade fysiska besök med större geografisk spridning från norra Europa. Såsom inbyggda möjligheter för TV-format (Gladiatorerna, Fångarna på fortet, Wild Kids) Det är även enklare att marknadsföra och få PR kring upplevelser och äventyr.

* Det svenska spelet Minecraft har över 100 miljoner användare världen över. Spelet GTA har sålt mer än 200 miljoner exemplar. Företaget bakom appen Candycrush värderades till lika mycket som ICA-koncernen. Bakom "Pewdiepie" står spelaren Felix Kjellberg, som innehar världens största youtube-kanal med över 26 miljoner prenumeranter och 4 miljarder visningar.

STATISTIK OCH BESÖKSKALKYL

Höga besöksantal beror mycket på årligen nya attraktioner som lockar.

Skara Sommarland hade 2013 drygt 300.000 besökare och Kolmården 478.500. Legoland har årligen 1,7 miljoner besökare.

Sommartorsdagarna@ har ett publikrekord på över 20.000 besökare under en kväll.

Lika många besökare har Liseberg per dag i genomsnitt under en sommar.

2012 besökte 3,2 miljoner personer Liseberg, varav Jul på Liseberg drog 472.000 besökare.

Om cirka 5.500 personer dagligen skulle besöka Adventure Borås under sommaren, innebär det att målet kommer att nås enbart genom besök mellan juni till augusti. Det motsvarar endast 25% av de som besöker Liseberg en vanlig dag.

Uppskattningsvis skulle målet tredubbla den turistekonomiska omsättningen i Borås, medföra fler nyanställningar, samt skatteintäkter till såväl kommun som landsting.

HUR NÅS MÅLET

1. ORGANISATION

Bygga en visionär, stark, innovativ och handlingskraftig organisation/projektgrupp, vars uppgift sträcker sig från att initialt ansvara för den vidare utvecklingen av Adventure Borås till att presentera budget för finansiering och byggstart.

2. PLANERING

Långsiktig strategisk planering för ett ständigt utvecklande och levande äventyr i Borås där samarbeten mellan såväl stad och näringsliv som superentreprenörer och externa finansiärer är lika nödvändiga som goda förutsättningar för att lyckas.

3. GENOMFÖRANDE

Formulera en kraftfull handlingsplan med realistiska budgetar där allt från säkerställande av Borås hygienfaktorer som välkomnande stad till byggnation, genomförande och marknadsföring av Adventure Borås - inkluderas.

INSPIRATION

Egna omvärldsanalyser från webben och TV-media, mm.

Föreläsning av Ann-Sofie Strömbäck och Monika Fleming-Glozoza från Västsvenska Turistrådet med sammanfattningen: EN UNIK RESEANLEDNING SOM INVESTERING*

- + Turismen i Sverige omsätter 275 miljarder, varav exportvärdet är 107 miljarder
- + Turistekonomiska effekter i Västra Götaland: 35 miljarder (inresande: 15 miljarder)
- + Upplevelser, shopping, natur och njutning är framstående svenska reseanledningar
- + Att resenärer eftersöker extra ordinära upplevelser kommer aldrig att avta
- + Globalt resande ökar och genererar mycket pengar - från Nederländerna till Kina
- + Kärnprodukten "upplevelser" är viktig för att få "resten" att öka
- + Andelen exporthandel i Boråsregionen ökar markant
- + Outdoor-turism har mycket stor potential
- + Berättelsen om själva upplevelsen är vår tids souvenirer
- + Gamified travel som framtidsfenomen
- + Paketering och samarbeten är viktigt
- + Turism innebär tillväxt: skatteintäkter, inkomster, arbeten, mat, kultur, boende
- + Ta vara på den främsta reseanledningen som är att besöka släkt och vänner
- + Turismen är digital och sökbar - bara ett klick bort
- + Goda exempel utanför storstäder: Ishotellet, Astrid Lindgrens Värld och Vasaloppet
- + Sverige är exotiskt

* Bilbao investerade över 800 miljoner kronor från att vara en sunkig industristad till ett internationellt erkänt kulturellt centrum.

ÖVRIGT [Goda idéer, utvecklingsmöjligheter eller annat som inte fått plats och utrymme i gruppens arbete och presentationen.](#)

Enligt näringslivets version av Borås Vision 2025 finns ett antal framgångsfaktorer för att växa som stad i flera bemärkelser: Hållbarhet, själ, mångfald, långsiktighet, upplevelser, samverkan, trygghet, tillgänglighet, landmärken och utbud. För visionen som förstahandsval av reseanledningar måste ett antal hygienfaktorer säkerställas för en välkomnande stad: Boende, mat, infarter, parkering, infrastruktur, samverkan, investeringar, drivkraft, paketering och reklam.

IDÉGRUPPEN

Per-Anders Nilsson, Nilsson CRWTH AB (Idégruppens ordf.)
 Anastazia Kronberg, projektledare Orangeriet/Borås Stad
 Camilla Alexandersson, Kulturförvaltningen, Borås Stad
 Charlotte Lundgren, Svenska Stadshotell AB
 Erik Johnson, Borås Convention Bureau/BoråsBorås TME AB
 Hanna Grujovic, Scandic Plaza Borås
 Jeanette Gustafsson, Ordförande Företagarna
 Jennie Erlén, Borås Djurpark AB
 Jessica Petroff, The Factory
 Jörgen Appelquist, Gina Tricot
 Linda Nilsson, Abecita Konstmuseum
 Lisa Statham, Borås City
 Magnus Johansson, Knalleland
 Marie Fridén (M), Borås Djurpark AB
 Mats Tolfsson (S), Borås Djurpark AB
 Monika Hermansson Friedman (M), Kommunfullmäktige
 Sara Andersson (S), Kulturnämnden i Borås



BORÅS

IDÉGRUPP:

INTEGRERAT OCH INKLUDERAT BORÅS

BESKRIVNING - GRUPPENS ARBETE

Området som arbetsgruppen har haft att hantera är mycket stort. Det omfattar att alla ska känna sig integrerade och inkluderade i Borås, oavsett vem man är, var man kommer ifrån eller var man bor. Det vill säga oavsett om man är född i Borås eller inte, har någon funktionsnedsättning, är homosexuell, bor i Dalsjöfors eller centrala Borås, är man eller kvinna, är gammal eller ung ska man känna sig välkommen i Borås.

Arbetsgruppen har haft en bred sammansättning med erfarenhet från de olika områdena. Varför också diskussionerna under arbetets gång varit breda. Gruppen började med att göra en SWOT-analys med styrkor, svagheter, hot och möjligheter. Genom den kunde gruppen konstatera att det görs mycket redan idag men att kunskapen om vad som görs inte är särskilt utbredd.

MÅL

TVÅ VIKTIGA MÅL HAR UTKRISTALLISERATS:

- Alla är vi boråsare oavsett vem vi är, varifrån vi kommer, eller var vi bor. I egna och andras ögon.
- Se möjligheterna i mångfald inom arbetslivet och ta tillvara kompetens och erfarenhet hos alla boråsare utifrån vars och ens förmåga.

IDÉER

1. KARTLÄGG - ATTITYDER & AKTIVITETER

- aktiviteter För att nå de uppsatta målen måste arbetet inledas med en kartläggning av vad som görs idag. Genom ökat samarbete och ökad samordning kan effektivitetsvinster göras.
- attityder En stor attitydundersökning med fokus på delaktighet i samhället bör genomföras. Det kan ge oss svaren vi behöver för att veta var vi brister. Här vill vi fråga. Vad är en Boråsare? Känner du dig som en Boråsare? och många fler frågor.

2. SPRID INFORMATION - GODA EXEMPEL GER POSITIV SPIRAL

Området är väldigt stort och mycket görs idag av olika aktörer. Genom att sprida information om vad som görs idag och vilka resultat som uppnåtts kan attityder förändras. Om vi visar allt vi är bra på kan de ge effekten att fler vill vara lika bra, vilket skapar fler initiativ och aktiviteter. En viktig del i informationen är att visa på värdet av mångfald inom näringslivet.

HUR NÅS MÅLET

Ansvaret ligger hos kommunen att inleda processen med kartläggning och information. Många olika kanaler måste användas för att sprida kunskapen och informationen. För att alla ska nås av budskapen. När det gäller näringslivet är de olika företagarorganisationerna och föreningarna en viktig grupp. Att starta ett arbete med att införa CSR (Corporate Social Responsibility) är också ett alternativ. För att nå så många medborgare som möjligt kan ett event där olika verksamheter presenterar sig vara ett sätt. Medias roll är också stor. Borås stad anordnar redan idag integrationsdagar som skulle kunna utvecklas till mångfaldsdag. Hur kommunikationen sker är viktig. Det är viktigt att sättet budskapet överförs stämmer överens med budskapet.

INSPIRATION

Gruppens sammansättning har varit heterogen med erfarenheter från olika områden vilket har gjort att vi har inspirerat varandra. Dessutom har vi bjudit in Rita Paulsson Svensson som är ansvarig för Youth Embassy i Uddevalla kommun. Youth Embassy jobbar med attitydförändringar i skolor mm kring mänskliga rättigheter och diskriminering. Gruppen har också fått en genomgång av hur Norrby-projektet är tänkt av projektledaren Camilla Axelsson.

ÖVRIGT Goda idéer, utvecklingsmöjligheter eller annat som inte fått plats och utrymme i gruppens arbete och presentationen.

Gruppens område är mycket omfattande och den tid vi har haft på oss för kort för detta viktiga och stora område. Just därför vill vi arbeta vidare med kartläggning och spridning av de goda exempel som redan görs.

IDÉGRUPPEN

Anne-Marie Ekström (Fp), Kommunfullmäktiges 2:e vice ordf. (Idégruppens ordf.)
Annika Klemming, Stadskansliet Kommunikation, Borås Stad
Britt-Inger Lindkvist, Borås Stadsbibliotek, Borås Stad
Dag Forsström, Arbetslivsförvaltningen, Borås Stad
Jannis Tsilfoglou, Arbetslivsförvaltningen, Borås Stad
Kia Bengtsson Ekström, MA Arkitekter
Lena Mellbladh, Lokalförvaltningsförvaltningen, Borås Stad
Petri Pitkanen, Stadsdelsförvaltningen Öster, Borås Stad
Ulf Nyrén, Diagonal
Yankuba Daffeh, Brygghuset



IDÉGRUPP:

BORÅS 400 ÅR 2021

BESKRIVNING - GRUPPENS ARBETE

Under 400 år har det bedrivits handel i Borås, mark har exploaterats, folkmängden exploderat, näringslivet expanderat, jordbruks-samhället blivit industrisamhället som blivit informationssamhället, det har skapats, sytts och utvecklats, framgångssagor har skrivits, kärleken har flödat, segrar har firats, ibland har det blåst snålt, till och med regnat, men här står vi. Stoltare än någonsin. Över vår stad. Över allt generationer har åstadkommit. Över allt som varit. Över allt som kommer. Det ska vi fira 2021.

Vilken drömbild kan man ha av ett jubileumsår? Många visade det sig, när idégruppen med uppdrag att ta fram just drömbilder av Borås 400-årsfirande, samlades till ett första möte i mars 2014. Idéerna var många och uttryckte såväl visionära som mer jordnära tankar om hur födelsedagsfirandet av en stad kan se ut. Vi talade bl a om att det måste innebära möten över generations- och kulturgränser och innehålla aktiviteter som skapar uppmärksamhet och ger anledning att besöka staden. En grundtanke kring jubileumsfirandet var vi tidigt överens om: att arbetet inför och under året sker i bred samverkan mellan staden, näringslivet, högskolan, föreningar och andra intressenter. Och som det uttrycks i vision Borås 2025 "ta till vara individernas unika kraft, kunskap, förmåga och idéer".

VISION OM FIRANDET

Vår vision om firandet tar sikte på framtiden men är samtidigt förankrad i vår gemensamma historia.

Vi ska erbjuda ett helt år av minnesvärda upplevelser för alla.

Ur 400 års historia utvecklas Borås framtid. Jubileumsåret 2021 firar de år som varit men fokuserar på de år som kommer.

Vi ska känna stolthet över dagens Borås och förväntansfullt blicka mot framtiden. Jubileet ska ge anledningar att besöka Borås och en längtan att komma tillbaka.

MÅLGRUPPER:

BORÅSARNA

Vi ska sträva efter delaktighet i firandet för alla, där människors initiativkraft tas till vara. Hur vill du fira? Hur kan du, din förening, arbetsplats eller företag bidra?

BESÖKARNA

Vi ska skapa reseanledningar under jubileumsåret. Genom att förstärka det som redan görs, "växla upp" evenemang och andra aktiviteter, men också genom att skapa nya anledningar att besöka och upptäcka Borås.

TRE TEMAN

Vi menar att det är bra med ett fokus, några gemensamma bilder och teman att knyta firande till, något att kraftsamla kring och uppmärksamma. Självfallet ska hela årets firande rymma många andra aktiviteter och evenemang som inte hör till dessa teman men som är naturliga delar av en stads jubileum. Vi har valt att kalla dessa teman

- *Livet mellan husen - I am Borås - Framtiden*

LIVET MELLAN HUSEN

Temat "Livet mellan husen" gestaltas i en bomässa i centrala Borås under sommarhalvåret 2021. I centrala Borås och på nedre Norrby arrangeras en bomässa av internationella mått. Vi minns framgången med bomässan i Hestra Parkstad, inte minst den uppmärksamhet som den väckte i hela Norden. Bomässan ska dessutom som pendang ha en trädgårdsmässa. 2021 har det gröna i stadsrummet tagit större plats, och i bomässans kvarter och i centrala Borås visar vi stadsodlingar, vackra parker och trädgårdar.

”I AM BORÅS”

"Borås i världen. Världen i Borås. En mosaik av berättelser och erfarenheter"

Vi vill lyfta fram kulturens betydelse för vår utveckling och genom att bjuda in till stor delaktighet på temat "I am Borås" låta människors berättelse säga något om det mentala tillståndet i Borås. Det blir en mosaik av människors tankar, drömmar, oro, glädje och förväntningar. Dessa gestaltas i berättelser och utställningar, sceniskt och bildmässigt på olika platser i och runt Borås under 2021. Kulturförvaltningen kommer att arbeta med temat från 2016.

FRAMTIDEN

I visionen för jubileumsåret talar vi om att firandet, samtidigt som det naturligt kommer att vara tillbakablickande, ändå ska ha fokus på de år som kommer och ställa frågor om vart Borås och vi som lever och verkar här på väg. Vilken framtid vill vi ha? Borås har en fantastisk utveckling och här har vi etablerat flera plattformar för samarbeten mellan det offentliga, näringslivet och högskolan. Framtiden handlar om hur vi tar till vara och utvecklar dessa samarbeten. Under temat kommer också naturligt forskning och innovation in och i flera aktiviteter kan dess betydelse visas och lyftas fram.

HUR NÅS MÅLET

De tre viktigaste stegen för att Borås 400 års-jubileum ska bli en milstolpe:

1. EN PROJEKTORGANISATION

Arbetet med att planera och förbereda Borås firande måste få en tydlig organisation och roller med styr- och arbetsgrupper. Kommunfullmäktige har våren 2014 uppmanat BoråsBorås TME AB att ha 400-årsjubileet med i sin planering. Arbetet bör ske i nära samverkan internt i Borås Stad, men också med föreningar, näringsliv, Högskolan i Borås och andra intressenter. Stadens nämnder och styrelser bör uppmanas att själva planera för Borås 400 år. Göteborgs jubileumsorganisation kan vara ett exempel att studera närmare.

2. TA HAND OM RESAN TILL 2021

Vägen till 2021 är lika viktig som målet. Så snart en organisation med uppdrag och resurser är skapad måste åren fram till 2021 planeras och en tidplan med milstolpar och aktiviteter tas fram. Ett förslag är att låta människor delta i en öppen process om hur vi tillsammans kan fira Borås. Arbetet med de teman vi föreslår måste starta i god tid före jubileumsåret. I ett tidigt skede ska projektorganisationen ta fram ett kommunikationskoncept för Borås 400 år 2021. Konceptet ska förutom ett grafiskt manér också innehålla kommunikationsplaner med strategier, huvudbudskap och kanaler för hur jubileumsåret ska intressera och involvera boråsarna och locka besökare.

3. EKONOMISKA RESURSER

För stadens del kan eventuellt särskilt anslag av pengar till firandet beslutas av Kommunfullmäktige, i ett eget ärende eller som post i ordinarie budget. Nämnder och styrelser kan uppmanas att beakta firandet av Borås 400 år i sin budget. Många kommuner har valt att under flera år fondera pengar till jubileumsåret. Jubileumsåret är en angelägenhet för alla i Borås och näringsliv, föreningsliv och andra organisationer bör också kraftsamla för ett händelserikt 2021.

INSPIRATION

Även Göteborg firar 400 år 2021. Självklart ska vi ta till vara möjligheten att genomföra gemensamma aktiviteter före och under jubileumsåret med vår granne i väster. Vi har i vårt arbete i idégruppen knutit kontakt med Göteborg & Co, som projektleder Göteborgs arbete med jubileumsåret.

ÖVRIGT

Goda idéer, utvecklingsmöjligheter eller annat som inte fått plats och utrymme i gruppens arbete och presentationen.

Jubileumsutställning - en internationell textil- modeutställning på Textile Fashion Center.

Vi behöver ha kungligt besök under året.

Stadsfest, som en gatufest på temat knytkalas.

Ett, stort, gärna internationellt idrottsevenemang bör vi kunna locka.

Varje arrangemang/aktivitet ska "taggas" med det koncept som vi tar fram för jubileumsåret.

Högskolan är universitet 2021. Lyft fram forskning och innovation.

Hur spinner man på talet 400?

Viskan kan vara en förenande aktivitetsplats.

Aktiviteter varje dag, eller åtminstone varje vecka.

Hur kan vi "toppa" firandet på själva födelsedagen den 29 juni, som är en tisdag 2021?

Kanske ska firandet kulminera under en vecka i mitten av augusti. Hyfsat vädersäkert och boråsarna är hemma?

Förstärk allt vi redan gör av evenemang, utställningar, konserter m m.

IDÉGRUPPEN

Marie Ingvarsson, Stadskansliet - Kommunikation, Borås Stad (Idégruppens ordf.)

Anna Lilja, Borås Convention Bureau/BoråsBorås TME AB

Ann-Christine Andreasson, Högskolan i Borås – Externa relationer

Catrine Sangberg, Stadskansliet, Borås Stad

Cecilia Andersson, ordf. Fritids- och folkhälsonämnden, Borås Stad

Erik Williamson, Harry Sjögren AB

Eva-Lotta Franzén, Kulturförvaltningen, Borås Stad

Stina Hallhagen, BoråsBorås TME AB

Tomas Rossing, Samhällsbyggnadsförvaltningen, Borås Stad

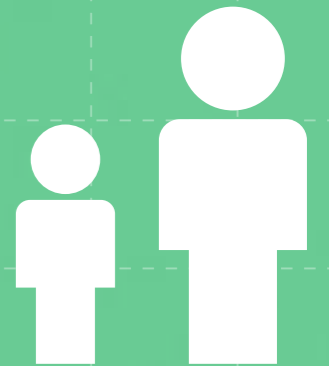
TEMA

**Livet
mellan
husen.**



TEMA

**I am
Borås.**



TEMA

Framtiden.



GRATTIS BORÅS 400 ÅR.

