

Placebrander

Framtidsforum 2026



Placebrander

Demokrati+ platsutveckling



Vad är en plats?

Vad är ett varumärke?



Vad är platsutveckling?

Att arbeta med hållbar platsutveckling är att skapa attraktiva platser för besökare, boende, företag och investeringar.

Arbetet utgår från den specifika platsens förutsättningar, utmaningar och behov.

→ Tillväxtverkets definition



Vad skapar attraktionskraft?

- En plats där man upplever och konsumerar
- En estetiskt tilltalande plats
- Bra kommunikationer
- God offentlig service

Källa: Charlotta Mellander & Lina Bjerker

Placebrander

Vad gör en plats attraktiv?

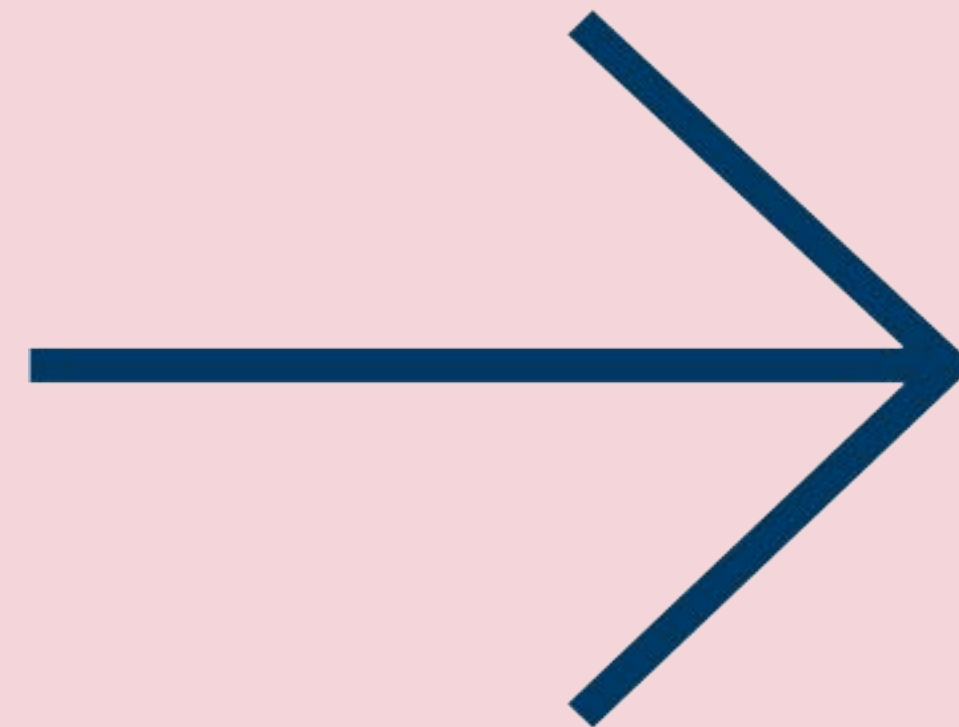
Det som görs på platsen

Det som sägs om platsen

Önskad positionsförflyttning

Så uppfattas vi idag

- Vad vi går från



Så uppfattas vi i framtiden

- Vad vi vill gå till

Vision

ett drömmigt framtida tillstånd



Platsvarumärke

definierar platsens själ och identitet

Fördomssvepet



- Vi hade ju medborgardialog, men det kom bara samma tio personer som alltid
- Så här har vi alltid jobbat i den här kommunen/regionen, det finns ingen anledning att ändra på det
- Vi gjorde precis som medborgarna ville i enkäten, så nu borde de väl vara nöjda
- Vi lägger ut det på medborgarpanelen/appen, då blir beslutet mer demokratiskt förankrat



**Jo det är lugnt
– vi vet!**





Dr Katarina Graffman
Kulturanthropolog

“Människor säger
inte vad de
tycker, vet inte
vad de känner
och gör inte som
de säger.”

**Representativ
demokrati**

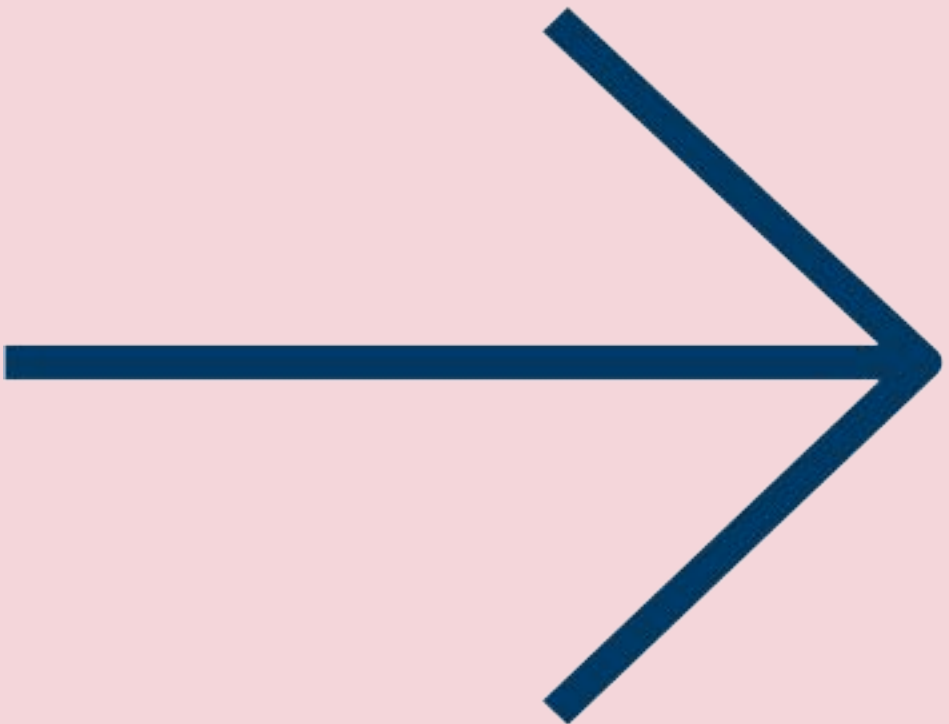


**Deltagande
demokrati**

Vi är en plats **med något för alla**. Vi har verkligen ett rikt föreningsliv, fantastisk natur och vi hjälper varandra.

Vi finns utanför tullarna så här finns **prisvärda boenden** och du får mer tid till sådant som är viktigt. Här bedrivs världsledande forskning och samverkan i absolut framkant.

Här är **nära till allt** du kan behöva och så har vi såklart ett unikt logistiskt läge precis mellan städerna A, B och C.



Placekeeping

Att aktivt bevara och lyfta fram en plats historia, kultur och fysiska miljö. Ett arbete som görs för att säkerställa att en plats behåller sin unika karaktär.



Mikroglimtar

The road is lava

Takt

- en rytmisk struktur som skapar balans mellan rörelse och paus, tempo och variation



Vilka jobbar med platsattraktion?

2010

→ Platsfrämjaren

Idag

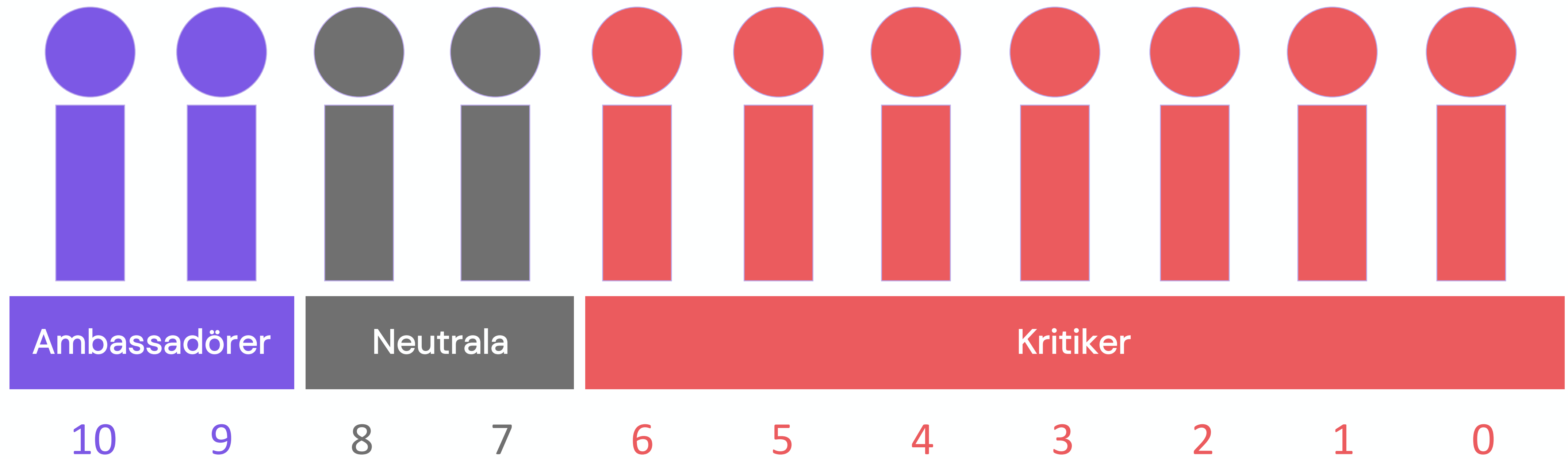
→ Platsfrämjaren
→ Fastighetsägaren
→ Besöksnäringensföretagen
→ Arbetsgivaren
→ Eldsjälen

**Brukar du tänka på att du
arbetar med
platsutveckling?**



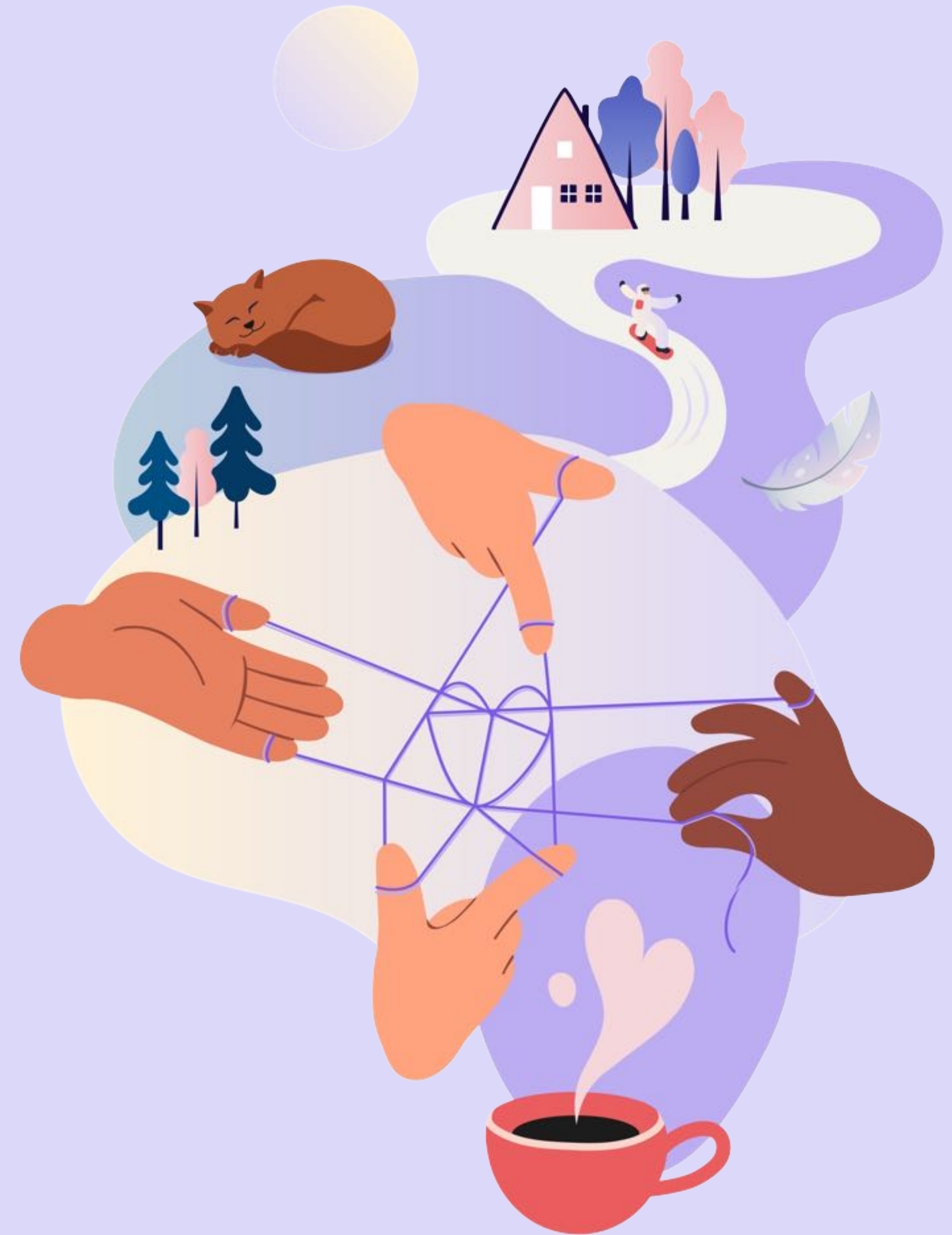
Den viktigaste frågan:
Skulle du rekommendera..?

Placebrander



$$\begin{array}{ccccc} \% & - & \% & = & \text{NPS} \\ \text{Ambassadörer} & & \text{Kritiker} & & \text{Net Promoter Score} \end{array}$$

Relationer som infrastruktur i samhällsväven



f.d marknadschef Skellefteå kommun

Helena Renström

**”Det handlar om
samhällsutveckling –
inte kommunikation”**

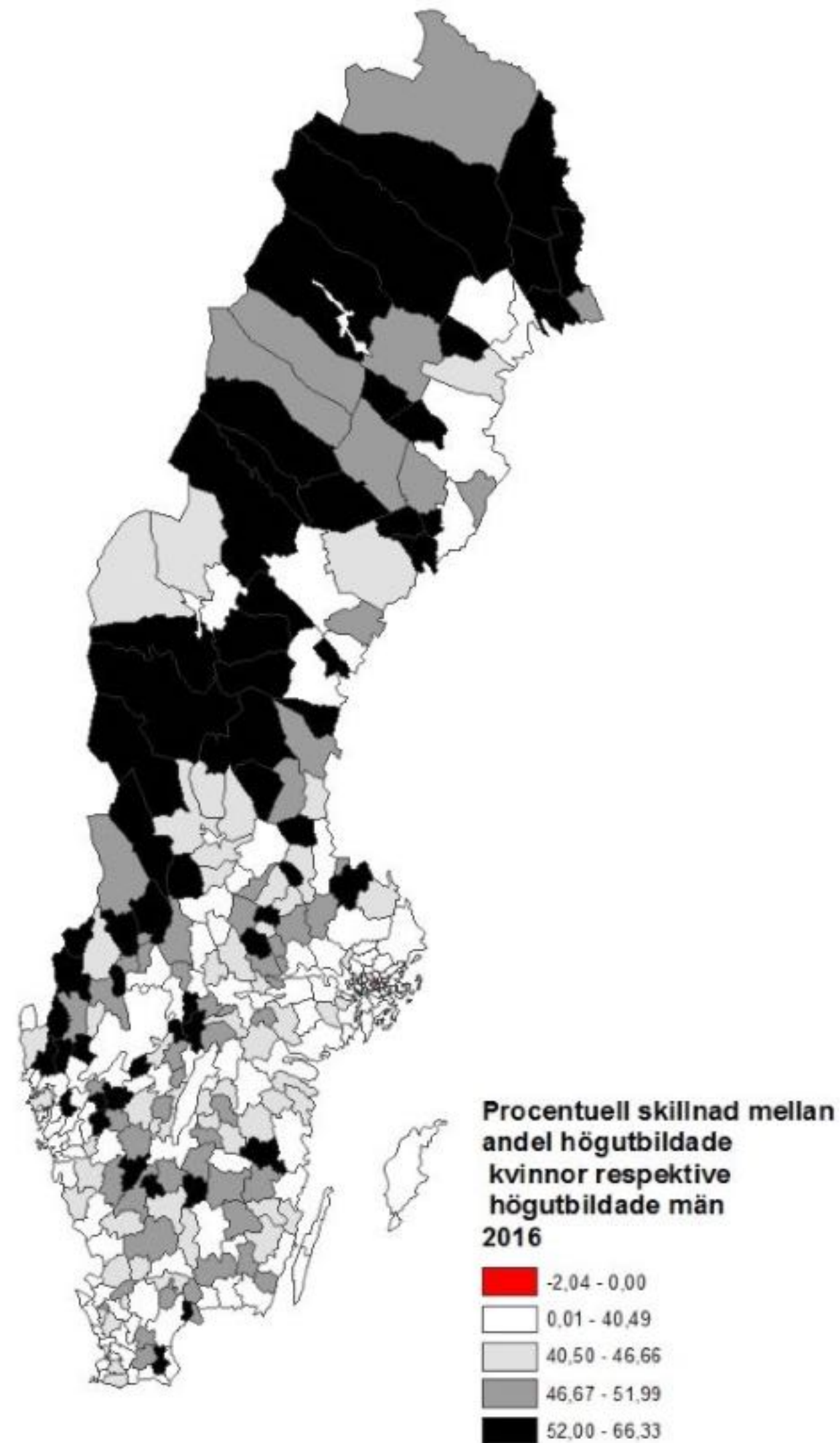


”Det som händer i Skellefteå nu. Allt det började med platsvarumärkesarbetet som vi startade för 10 år sedan.”

Maria Broman, VD Visit Skellefteå



Maria Broman, VD Visit Skellefteå



**Så hur får ni de
högutbildade
kvinnorna att
stanna hos de
lågutbildade
männen?**

Frågade sig Lina Bjerke 2016

Vi ser att många bjuder in unga att prata om framtiden, men vi ifrågasätter varför de ska diskutera vad som ska hända om 20 år när viktiga behov här och nu inte är tillgodosedda.

För många unga är det en kamp att ens ta sig till en fritidsaktivitet eller hitta någonstans att umgås med vänner. Därför måste vi låta unga sätta agendan för samtal om sin hemort här och nu – för att verkligen förstå och ta tag i de utmaningar de möter i vardagen.

*– Sevval Karaduman, vice ordförande/talesperson
Youth2030 Movement*



Bike Bus med Zara



Go Make Real
~~friend~~ friends

~~[frend]~~ noun

someone who
listens, responds,
and supports you.

AND IS ALIVE-AI
FUELS ISOLATION! REACH
friend.com OUT INTO THE
WORLD!

This is
SURVEI-
LANCE!



Platsens mod

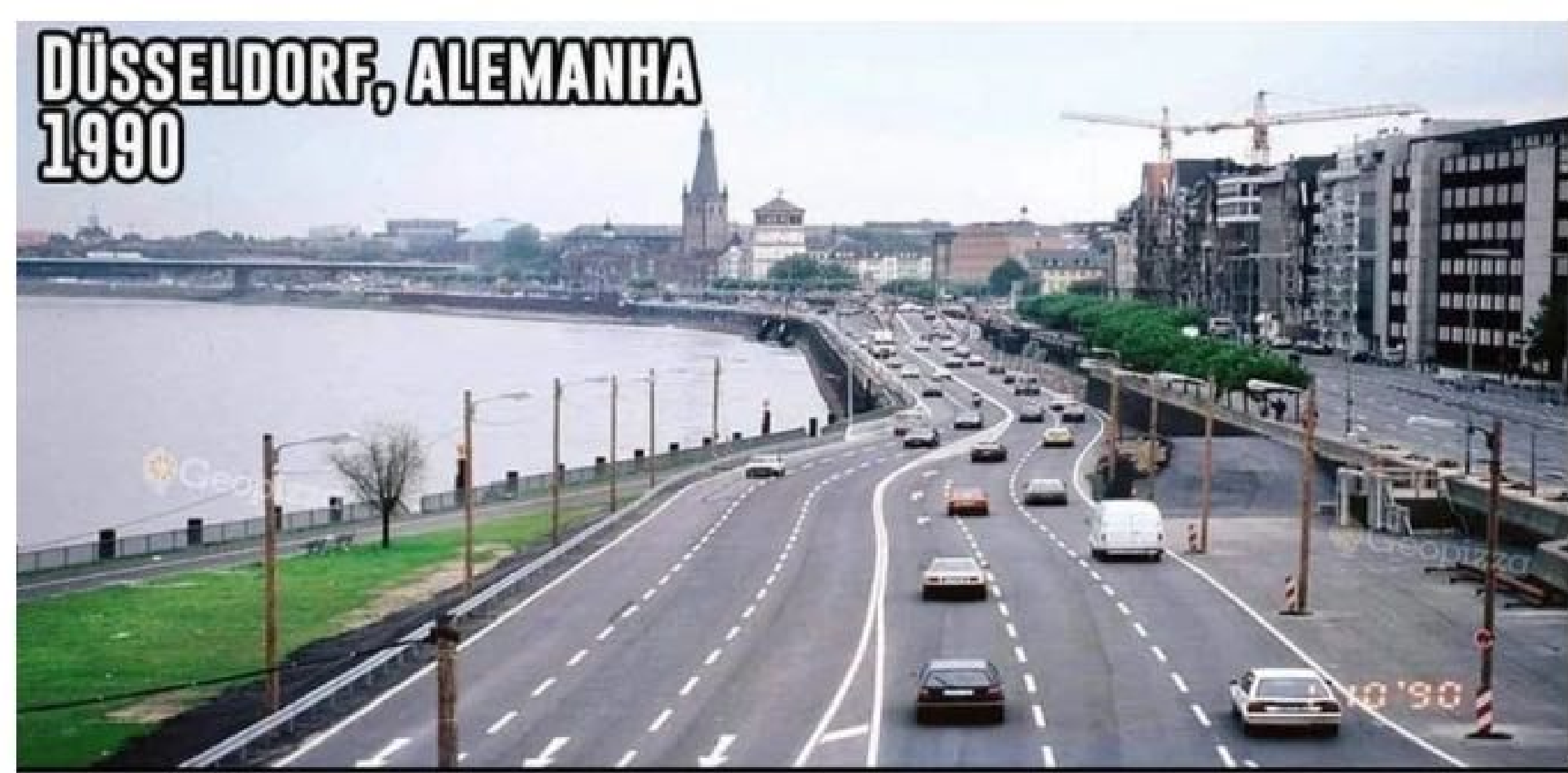
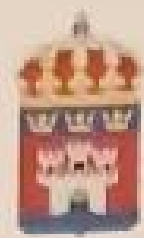


Photo Credit: u/Thereaper29 / Reddit



Google

- Psykologisk trygghet
- Tillit
- Struktur och klarhet
- Mening
- Påverkan



Länsstyrelsen
i Jönköpings län

Landshövdingen

Datum
2023-12-12

Beteckning
123456
Sida 1/1

Mottagare
Elsie

Tillstånd om att få ha enhörningar

Kära Elsie,

Vi beviljar tillstånd att få ha enhörningar på ett villkor, att du tar väl hand om den/dem.

Om du hittar några eller får några i julklapp vill vi gärna få ett kort på dem.

Önskar er en God Jul och ett Gott Nytt År!

Med vänlig hälsning

Helena Jonsson
Landshövding



”Vi beviljar tillstånd att få ha enhörningar på ett villkor, att du tar väl hand om den/dem. Om du hittar några eller får några i julklapp vill vi gärna få ett kort på dem.”

Helena Jonsson,
fd landshövding Jönköpings län



Placebran

**God jul &
gott nytt år!**

Håll fast vid
visionen, lita på
processen!



Illustrationerna på årets julkort är skapade av Marta Leonhardt

postnord

Plats för
frimärke

Hoppas du/ni får
en fin helg!

/Tomtenissen

THE END
OF
TOURISM
AS WE KNOW IT

A NEW BEGINNING OF
LOCALHOOD
STARTS NOW





**COPENHAGEN,
ALL INCLUSIVE.**

OUR VISION
**TOURISM SHOULD MAKE THE WORLD
A BETTER DESTINATION**

OUR MISSION
**WE'RE HERE TO ENSURE THAT YOUR JOURNEY
TO COPENHAGEN CREATES A BETTER
WORLD THAN IF YOU STAYED HOME**

GOAL #1

TOURISM IN COPENHAGEN SHOULD ACCELERATE
THE GREEN TRANSITION LOCALLY AND GLOBALLY.

- | | |
|--------------------|---|
| SUB-GOAL #1 | We work according to our climate roadmap, aiming for our destination's tourism to become climate-neutral (net zero) by 2050 at the latest, with all inclusive measures. |
| SUB-GOAL #2 | We want to be the world's leading sustainable destination, contributing to the international competition to achieve this status. |
| SUB-GOAL #3 | We inspire our guests to make more noticeable and lasting sustainable choices. |

Benchmarks

Actions

GOAL #2

TOURISM CREATES ENRICHING
ENCOUNTERS AND LASTING VALUE.

- | | |
|--------------------|---|
| SUB-GOAL #1 | We create more and better encounters between locals and visitors. |
| SUB-GOAL #2 | When the world gathers in Copenhagen, it should serve as a catalyst for lasting local and global value. |
| SUB-GOAL #3 | We aim to encourage guests to stay longer to strengthen learning, education, and cultural exchange. |

Benchmarks

Actions

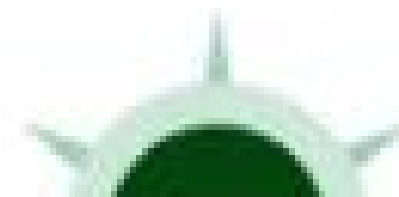
GOAL #3

TOURISM IN COPENHAGEN SHOULD CREATE LARGER
SOCIOECONOMIC VALUE FOR MORE PEOPLE.

- | | |
|--------------------|---|
| SUB-GOAL #1 | Through tourism, we aim to make the Capital Region more attractive year-round for both residents and visitors, thus creating greater socioeconomic value. |
| SUB-GOAL #2 | We aim to increase our destination's tourism contribution to local economies. |
| SUB-GOAL #3 | We aim to strengthen tourism as an employment engine and support its social responsibility. |

Benchmarks

Actions





**Copenhagen Local Walks -
VESTERBRO**



Copenhagen Local Walks - AMAGER



**Copenhagen Local Walks -
ØSTERBRO**



**Copenhagen Local Walks - City
Centre**



Local Walks



CopenPay

photo_by: VisitCopenhagen

Copenhagen attractions reward thoughtful actions. All our choices have an impact, so why not ride a bike, cruise the harbour, help in an urban garden, and be rewarded.

CopenPay



CopenHot

Take the train to Copenhagen from any country south of Denmark and receive one hour of free sauna.

CopenHot provides visitors arriving by train from countries south of Denmark with one hour of sauna and cold tubs. It tells you how we can run the biggest outdoor spa centres that are almost CO2-neutral. Availability: Wednesday and Thursday through weeks 23-33.

Write to administration@copenhot.com to check for availability.

[Read more](#)



Crowne Plaza Copenhagen Towers

Arrive by train or purchase SAF on your flight to Copenhagen and enjoy Free Yoga Under the Palm Trees.

As a reward for choosing to go by train or fly with SAF to Copenhagen, Crowne Plaza Copenhagen Towers Hotel invites you to a free yoga class in the serene Atrium, surrounded by lush palm trees. Known for its commitment to a better future, the hotel is conveniently located near the Metro. While you're here, we recommend a visit to Amager Nature Park to explore its wildlife and unspoiled landscapes. Yoga classes are available on the following dates, and pre-registration is required via this link.

[Book now](#)



Hur och vad vi berättar



Gillar du att vandra, cykla,
fiska, paddla kajak eller åka
skidor så är Åre rätt plats
för dig. 100% livskvalité!
Vi är ett glatt gäng elektriker
som behöver bli fler. Skicka
in din ansökan redan idag!

Flerårig vana är önskvärt.
Körkort krävs.
Frågor besvaras av
Simon Jörgensen, 070-627 67 10.
Facklig representant SEF är
Lars Eliasson 070-656 80 72.
info@johnsons-el.se

EL TELE DATA SÄKERHET

ÅRE 0647-66 55 90
www.johnsons-el.se

JOHNSONS EL
ÅRE

VI SÖKER ELEKTRIKER TILL ÅRE

Gösta Fries, Jonas Kullman
forsell.se



Färöarna

Heim

Tourism strategy
towards 2030



**Stängt för
inventering**



Pandemi =
fjärrstyrning





ETT ANNAT
SMÅLAND







NÄSSJÖ SIMHALL



Vår plats. Din berättelse.

Välkommen till The Greater Örebro Area, The Heart of Sweden.

Det historiska bergsbrukslandskapet sträcker sig från Kopparberg vid Ljusnarens strand i norr, till Askersund vid Vätterns skärgårdsspets i söder. Med delar av Bergslagen tryggt i nordost och trolska Värmlandsskogar kring Karlskoga och Degerfors i sydväst. En sagolik plats med vidsträckta skogar, sjöar, en levande landsbygd och både små och stora städer. Det är en plats där landskapsblommorna gullvivan, misteln, ljungen, blåklockan, skogstjärnan och blåklinten flätar sig samman och skapar ett storslaget uttryck och en vacker bukett.

Vi värnar om vår historia och natur och tager vad vi haver från skogens skaffer. Skämta gärna om gnällbältet men vår envishet har hjälpt oss skapa unika upplevelser och lokalt producerade produkter. De människor som flyttat till vår plats har inspirerat oss och adderar färger och smaker till vår skiftande palett. Här samlas vi kring det dukade bordet för att dela våra historier. Det är vår hyllning till gemenskap och inkludering, där vi skriver framtidens berättelser tillsammans.

Från jord till järn. Från historien till framtid. Från glimrande lampor i staden till dimman över en skogstjärn. Från slott till hytta. Med en färgstark palett av möjligheter. I The Greater Örebro Area, hjärtat av Sverige, väntar en sällsynt salig blandning av förtrollande möten och upplevelser året om.

Välkommen!



Placebrander

Vem ska platsen passa?



**Alla är INTE en
målgrupp.**



Hur ser er plats ut för
någon som är 95 cm
lång?

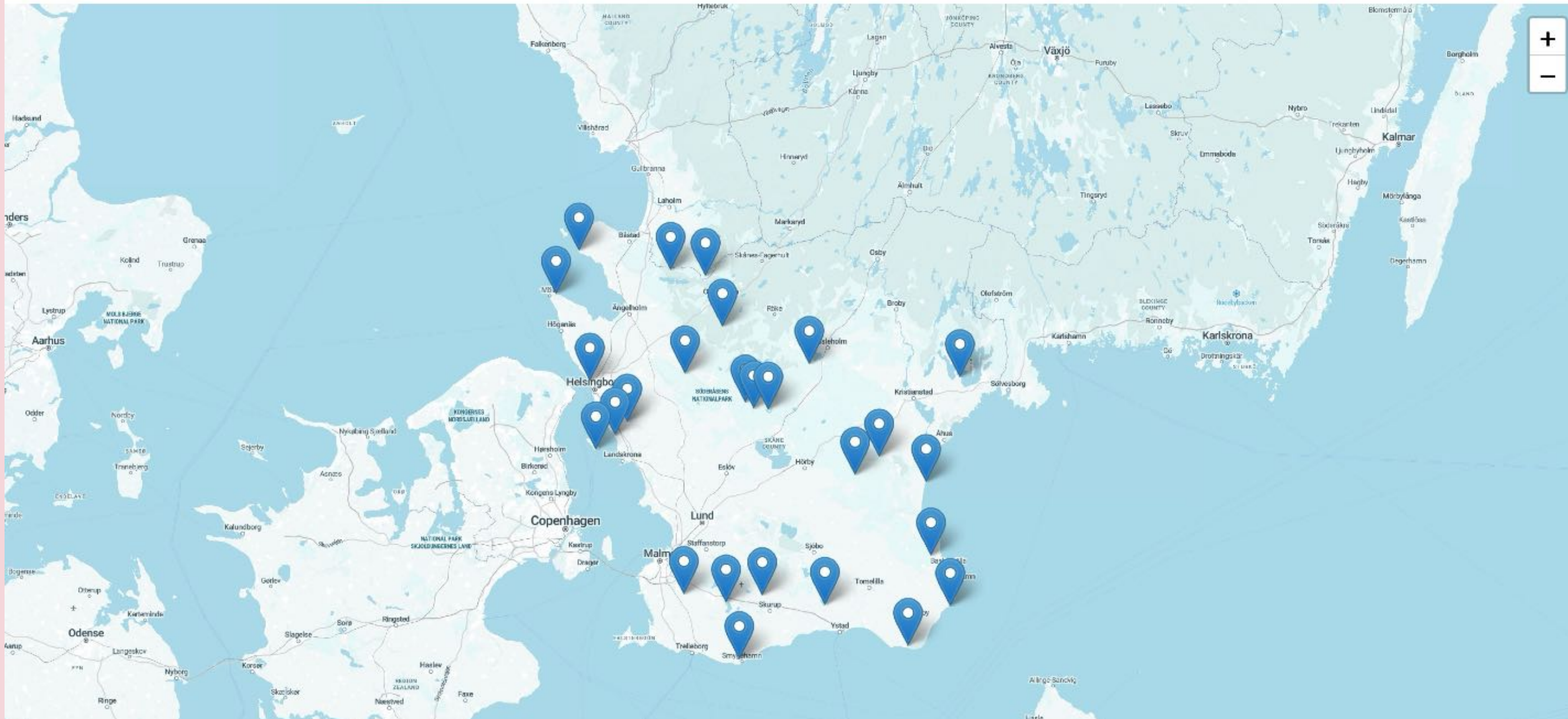


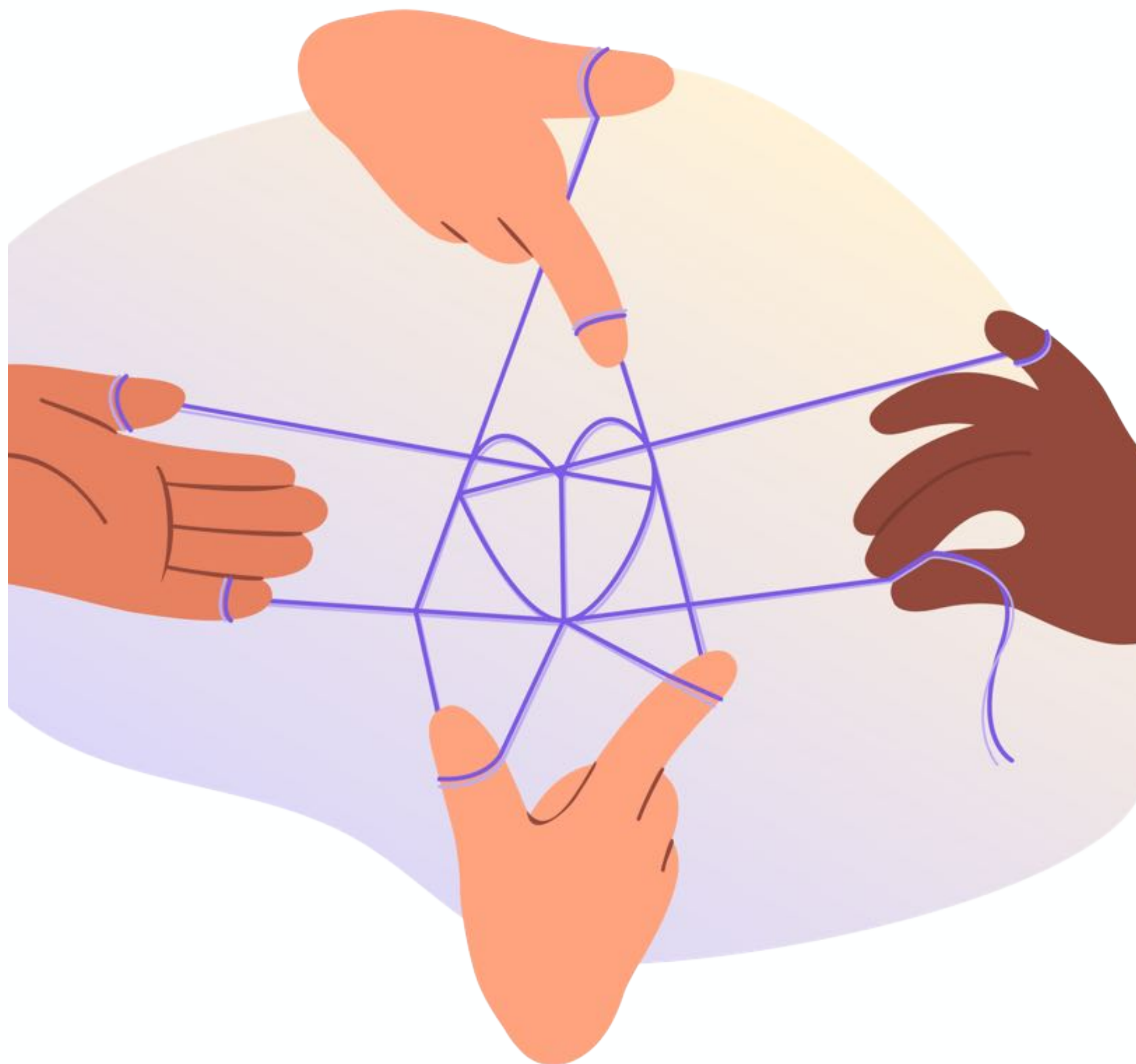
Bildkälla: Magnus Römbo, Astrid Lindgrens värld



📷 Nicole Walraet and Martha Beckers dance at the Lift Brussels nightclub. Photograph: Yves Herman/Reuters

This is the Map of Quietude where you can browse and find your place of stillness in Skåne.





Platsdemokrati

1. Gör hemläxan
2. Målgrupp, målgrupp, målgrupp
3. Våga titta långt fram och visualisera
4. Samverka och samhandla
5. Tänk drottning Elizabeth II
6. Testa, justera och testa igen

Älska er plats och visa det för omvärlden



Anna Österlund
anna@placebrander.se
0762/384440

