

AFFÄRSPLAN 2026–2028

Destination Jönköping AB



INNEHÅLL

Inblick.....4
Inledningsord från vd..... 4
Bolagets uppdrag.....6
Ekonomi.....6
Organisation.....6
Effekter av vårt arbete.....8
Utblick.....9
Destinationens fördelar.....9
Omvärldsanalys.....11
Målgrupper och intressenter.....13
Riktning.....15
Vision och Mission.....15
Långsiktig mål (10 år).....15
Horisontella principer.....15
Målområden verksamheten (3 år).....17
Fokusområden.....18
Bilagor.....
Bilaga 1 Budget 2026.....
Bilaga 2 Indikatorer för målområdena...

INBLICK

Inledningsord från vd

Jönköpings kommun står inför en utvecklingsresa där vi behöver ta en tydligare position som en attraktiv plats att besöka, leva och verka i. Då pratar vi både om invånare, studenter, företag och investerare. För mig handlar attraktivitet om att skapa en kommun där människor trivs, där det finns inspiration, möjligheter och miljöer som man vill komma tillbaka till. Det är därför attraktivitetsfrågan löper som en röd tråd genom allt vårt arbete.

När jag rör mig genom hela Jönköpings kommun slås jag av hur stor bredd vi faktiskt har. Från Gräna och Visingsö till Bunn, Huskvarna, Vättern, Vätterbranterna, Taberg och Bruket i Norrahammar. Varje plats bär sin egen berättelse och erbjuder unika upplevelser och historia. Det är den samlade kraften i dessa mytomspunna miljöer som gör Jönköping så speciellt.

Redan idag lockar vi över 870 000 gästnätter om året, varav närmare 162 000 utländska. Att både svenska, tyska och danska besökare söker sig hit för lugnet, naturen och närheten till äkta upplevelser är ett styrkebesked, men också en påminnelse om att vi måste fortsätta utvecklas.

För att möta behoven hos olika målgrupper arbetar vi målmedvetet med destinationsutveckling inom naturturism, kulturhistoria samt våra vandrings- och cykelleder – områden där intresset växer tydligt. Samtidigt är en levande evenemangskalender avgörande för vår attraktionskraft. Elmia-mässorna, utbudet på Huskvarna Folkets park och Kulturhuset Spira är jätteviktiga, liksom de evenemang och kunskapsmöten som vi på Destination Jönköping aktivt värvar. Vi förvaltar och utvecklar också scenerna och programmet på Jönköpings Teater och Jönköping Konsert & Kongress som med omkring 140 föreställningar per år vilket definitivt bidrar till att hålla kommunen levande året om.

Den nyligen genomförda renoveringen av teatern kommer dessutom att lyfta både arrangörernas och publikens upplevelse.

En annan viktig del i vårt arbete är värdskapet. Genom att stärka våra InfoPoints vill vi skapa en tydligare, mer välkomnande närvaro i mötet med våra gäster. Ett bra värdskap gör stor skillnad, och det är något jag personligen ser som en grundpelare för vår utveckling framåt.

Under kommande år får platsvarumärket Jönköpings kommun en central roll. Implementeringen av strategin behöver ske i takt med övriga processer, särskilt arbetet med kommunens nya vision och projektet Jönköping 750 år. Det är när dessa delar går hand i hand som vi får störst effekt och kan bygga en tydlig och hållbar riktning för framtiden.

Det är en utmaning, men också en möjlighet jag verkligen ser fram emot. Tillsammans kan vi fortsätta stärka Jönköpings attraktionskraft – både för besökare, för befintliga invånare men även för de som söker en framtida bra plats att bo och arbeta på vilket gynnar näringslivet som behöver locka kompetens.

I affärsplanen kan ni läsa mer om våra prioriteringar, våra mål och hur vi tar nästa steg i den här utvecklingen.



Lena Stävmo Vd Destination Jönköping

TILLSAMMANS GÖR VI JÖNKÖPING ATTRAKTIVARE

Bolagets uppdrag

Destination Jönköping är ett av de kommunala bolagen inom kommunkoncernen Jönköpings Rådhus AB och har som uppdrag att på ett hållbart sätt utveckla, profilera och marknadsföra den geografiska platsen Jönköpings kommun. Det görs i samverkan med kommunen, myndigheter, näringsliv, akademi och civilsamhälle.

Övergripande styrs alla kommunens bolag av ett "gemensamt ägardirektiv" men det finns också ett "särskilt ägardirektiv" som mer specifikt beskriver varje bolags uppdrag.

För Destination Jönköping innebär det att bolaget ska:

- *ansvara för att utveckla och driva arbetet med platsvarumärket Jönköping som omfattar den geografiska platsen Jönköpings kommun.*
- *arbeta för att platsen upplevs som en attraktiv destination året runt för både besökare och invånare.*
- *arbeta med strategiska evenemang, möten och aktiviteter, såväl nationella som internationella som är lämpliga utifrån platsen Jönköpings kommuns förutsättningar i syfte att stärka varumärket för den geografiska platsen och öka tillväxten inom besöksnäringen. I uppdraget ingår även att utforska och föreslå nya arenor och platser för att vidga möjligheterna.*
- *utveckla besöksnäringen tillsammans med dess aktörer samt möjliggöra och bidra till nya upplevelser och besöksmål.*
- *verka för ett strategiskt och aktivt värdskap tillsammans med näringen och övriga intressenter som bidrar till att ge besökare och invånare en positiv bild av Jönköpings kommun som plats.*

• *bedriva och utveckla verksamheten på arenorna Jönköpings Teater och Jönköping Konsert & Kongress och sträva efter ett brett kulturutbud med lokala och nationella aktörer och hög beläggning för turnerande och kommersiella produktioner.*

• *arbeta med sitt uppdrag strategiskt och långsiktigt, både nationellt och internationellt.*

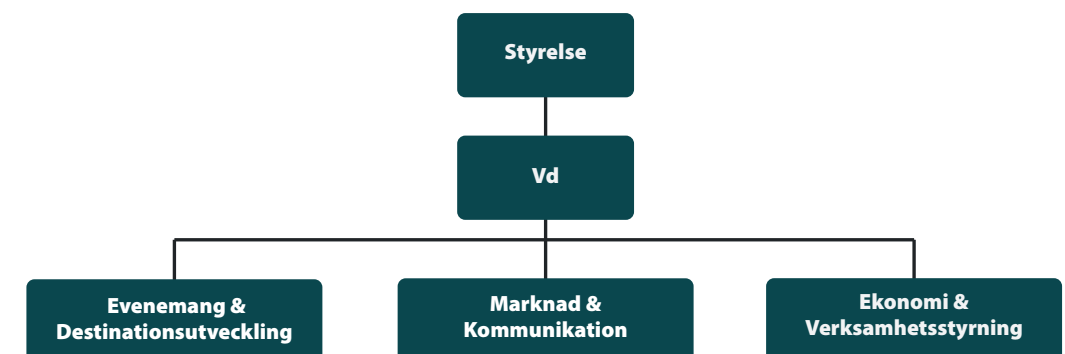
Alla bolag inom Jönköpings Rådhus AB ska också arbeta aktivt med de direktiv och program som går att läsa mer om i det gemensamma ägardirektivet.

Ekonomi

Destination Jönköping AB finansieras till största delen genom tjänsteförsäljning till Jönköpings kommun utifrån det uppdrag vi ska leverera på enligt våra ägardirektiv. Utöver det har bolaget en försäljningsintäkt bestående av intäkter från konsertverksamheten där vi hyr ut våra arenor Jönköpings Teater och Jönköping Konsert & Kongress samt samproducerar vissa föreställningar för att kunna erbjuda ett brett utbud under året. Bolagets mål enligt ägardirektivet är att intäkterna ska överstiga kostnaderna.

Organisation

Bolaget är indelat i tre avdelningar - Evenemang & Destinationsutveckling, Marknad & Kommunikation och Ekonomi & Verksamhetsstyrning. Vi köper också in tjänster från Jönköpings kommun inom IT, HR och juristkompetens. Bolaget har idag 22 medarbetare samt ett 30-tal timanställda som arbetar på våra två arenor Jönköpings Teater och Jönköping Konsert & Kongress.





Evenemang & Destinationsutveckling

Avdelningen arbetar med aktiv värvning av strategiska möten och kongresser som bidrar med kompetens och utveckling för näring, högskola och andra verksamheter. Vi värvar kultur- och idrottsevenemang som drar besökare till vår plats och som ger eko både nationellt och internationellt och fungerar som en katalysator för utveckling och långvariga effekter. Det är evenemang som genomförs både utomhus och inomhus runt om i vår kommun men även på de arenor vi ansvarar för att utveckla och fylla med utbud för både besökare och invånare, Jönköpings Teater och Jönköping Konsert & Kongress. Att utveckla en destination med många olika platser och besöksmål innebär att arbeta brett och med olika teman och målgrupper i fokus. Att lyfta det som gör just vår plats unik med ett levande upplevelse-utbud året om inom både natur och kultur. Det gör vi i nära dialog och tillsammans med våra besöksnäringss-företag, organisationer, föreningar och akademien.

Marknad & Kommunikation

Platsvarumärket är ett av våra målområden och fokus och ska inspirera till handling och engagemang i bred förankring med platsens intressenter. Avdelningen ska både utveckla och driva arbetet fram-

åt, men även ansvara för implementering och förvaltning. Det här arbetet kommer att få stor betydelse för hur platsen Jönköpings kommun kan positionera sig som en attraktiv plats för besökare, invånare, företag och investeringar.

Avdelningen initierar, planerar, genomför och utvärderar marknads- och kommunikationsinsatser med syftet att stärka Jönköping som destination och plats, samt att stärka Destination Jönköping som bolag och arbets-plats. Med vårt arbete vill vi väcka nyfikenheten och öka kännedomen om platsen Jönköping och samtidigt erbjuda värds-kap före, under och efter besöket. Ett värds-kap som handlar om att få människor att känna sig välkomna till våra destinationer, besöksmål, evenemang och arenor, och ytterst om att öka ambassadörskapet för platsen. För att klara av allt detta krävs att vi hela tiden ligger i framkant inom det strategiska digitaliserings-arbetet. Vi ska ständigt utvecklas, testa vad AI kan bidra med och våga utmana bolagets gränser i en snabbt föränderlig omvärld.

Ekonomi & Verksamhetsstyrning

Avdelningen ansvarar för all ekonomi från budget och löpande bokföring till årsredovisning, rapportering, prognoser och analys. Vi arbetar med rullande treårs-budget för att uppnå ökat fokus på långsiktighet och

planering. Avdelningen har en nyckelroll när vi nu framåt ska utveckla bolagets affärsstrategier och affärsmässighet där den ekonomiska uppföljningen och relevanta måltal hamnar mer i fokus i vår långsiktiga affärsplan och verk-samhetsstyrning.

En del i den utvecklingen är att se över nya möjligheter och beläggningen på våra arenor Jönköpings Konsert & Kongress och Jönköpings Teater.

Ekonomi & Verksamhetsstyrning sköter också bolagets administration, vilket bland annat innebär registrering av avtal och andra handlingar i dokument- och ärende-hanteringssystemet Evolution. Avdelningen har ansvar för förvaltning av vårt nya CRM-system vilket hjälper oss att bli mer professionella i våra kundrelationer och bidra till en bättre uppföljning.

Effekter av vårt arbete

Vårt arbete resulterar i stora turistekonomiska effekter. Vi bidrar till att 15 000-20 000 personer per år åker till Jönköping för en kongress, vilket ger 30-40 miljoner i turistekonomiska effekter. Vårt arbete med värvning av evenemang bidrar årligen till att 40-50 evenemang genomförs med cirka 250 miljoner i turistekonomiska effekter.

Exempel på evenemang med stor turistekonomisk betydelse som genomfördes 2025 var O-Ringen och Melodifestivalen med 132 miljoner respektive 22 miljoner i turistekonomiska effekter. Andra exempel på evenemang som genomfördes 2025 var NM i kanot, UEM i mountainbike, Glitched, IronMan 70.3 European Championship och Jönköping Marathon.

I förlängningen skapar detta arbetstillfällen inom besöksnäringen. Men det finns många fler effekter som uppstår tack vare vårt arbete. Några av dem är att vi stärker ambassadörskapet och upplevd nöjdhet bland invånare och besökare, landsbygden främjas via affärs-utveckling av besöksmål, civilsamhället stärks genom att vårt arbete stöttar många föreningar.

Alla effekter bidrar i sin tur till att platsens varumärke stärks. Sammanfattningsvis så är vi en viktig delskapare av en attraktivare plats, och en attraktiv plats är efter-frågat av både invånare, besökare, investerare och studenter. En attraktiv plats främjar inflyttning som ökar skatteintäkter och bidrar samtidigt till ökad livskvalitet.

Destinationens fördelar

Den geografiska platsen Jönköpings kommun

- där destinationerna Jönköping, Huskvarna, Vättern Tabergs-ådal, Gränna och Visingsö ingår
- beskrivs som en välkomnande plats. Här finns också en stark nyfikenhet och en vilja att skapa kontakter också med andra delar av världen, liksom förutsättningar att vara en internationell mötesplats. Jönköpings naturliga fördelar är bland annat vår natur, vår historia och vårt geografiska läge. Lägger vi dessutom till de strategiska fördelarna med ett välutvecklat föreningsliv och ett starkt och växande näringsliv har vi fantastiska möjligheter att utveckla vår plats än mer.

Det perfekta läget och logistiska navet - Jönköping med sina destinationer ligger vackert beläget längs Vätterns strand. Här kan du njuta av stadspuls, strandliv och naturupplevelser. Vårt geografiska läge gör det lätt för många att ta sig till Jönköping. Läget och enkelheten att ta sig till Sveriges storstäder och vidare ut i Norden och Europa är två av anledningarna till att många väljer att leva och etablera sig här.

Den sköna naturen - Där stad och landsbygd möts. Sjöarna, gårdarna, skogarna, samhällena, åkrarna och ängarna - här både lever vi i och andas natur. Här finns mängder av sjöar, mossbeklädda stigar, stugor och underbara vyer som vi är stolta över. Den skiftande värdefulla naturen och de mjuka övergångarna mellan landsbygd och stad ger naturliga träffpunkter och möjligheter att använda naturen som arena.

Det långa arvet - Här finns mängder av intressant historia och ett starkt arv. Var man än sätter foten, står man mitt i historieboken. Under 1100- och 1200-talen var till exempel Visingsö centrum för den svenska kungamakten och du kan än idag se spår av grevskapets glansdagar. År 1284 undertecknades stadsprivilegiebrevet för Jönköpings stad, troligen världens äldst bevarade. Vi har ett arv av entreprenörsanda, hantverkstradition och spännande industrihistoria. Ingen produkt har

gjort Sverige och Jönköping så känt i världen som Säkerhetständstickan. Eller var det Husqvarnas vapen? Civillkuraget är stort och viljan att hjälpa och stötta finns närvarande i allt vi gör.

Det goda samarbetet och starka civilsamhället - Historien och vår personlighet har gjort oss duktiga på samverkan. Vi har ett starkt och välutvecklat föreningsliv vilket är en styrka och tillgång för att skapa inkluderande engagemang och nätverk. Även bland företagen är kontakterna självklara och en styrka för att nå framgång. Starka band mellan skola, näringsliv och offentlig verksamhet bidrar till att vi utvecklas och växer. Det ger oss ett försprång på många plan.

Det blomstrande näringslivet - Vi utvecklas i hög takt. Den unika bredden i näringslivet i kombination med läget mitt i södra Sverige skapar goda möjligheter för företag att växa. Traditionell verkstadsindustri samsas med logistik- och handelsverksamheter, serviceföretag och organisationer som utvecklar världsledande spjutspetsteknologi. Våra varor och tjänster sätter avtryck i hela världen för vi är landets femte största exporterande län. Här får alla plats - från det lilla innovativa och växande enmansföretaget till det globala huvudkontoret.

Det robusta tillväxten och den höga sysselsättningen - Ökad inflyttning och många nya företags-etableringar ger Jönköping och dess destinationer en position på kartan. Som det självklara regioncentret tar vi plats med utveckling, samarbete och en snabb tillväxt. Med en medveten, smart och målinriktad planering utvecklas städer och samhällen här som ingen annanstans. Blandade boendeformer, grönskande parker, sprudlande handel och fullt av liv, rörelse och aktiviteter.

Platsvarumärket Jönköping innefattar aspekterna bo, besöka och verka, studera och investera i, där vårt arbete primärt berör aspekten besöka.



Omvärldsanalys

Vi befinner oss i en tid präglad av osäkerhet, snabb förändring och stora möjligheter. Det geopolitiska läget i världen är fortsatt spänt samtidigt som klimat-utmaningarna blir alltmer akuta. Parallellt omformar digitalisering, AI och teknologiska språng hur vi lever, arbetar och reser. För att Destination Jönköping ska vara en relevant aktör och bidra till en hållbar och attraktiv plats måste vi kontinuerligt följa omvärlden, analysera förändringar och agera proaktivt. Genom dialoger, workshops och trendspaning tillsammans med styrelse, medarbetare och besöksnäringssaktörer har vi identifierat de utvecklingsområden och trender som är mest betydelsefulla för Jönköpings besöksnäring och som vägleder vårt arbete fram till 2030.

Privatturismen och “bleisure”-resandet växer

Affärsresandet har till viss del återhämtats efter pandemin, men på nya sätt. Digitala möten har förändrat behoven och gett upphov till nya kombinationer av arbete och fritid, så kallad bleisure travel, det vill säga en kombination av affärs- och fritidsresor där man förlänger en affärsresa med en privat vistelse för att uppleva destinationen. Samtidigt växer intresset för inhemska upplevelser, klimatsmarta resor och kortare vistelser.

För att stärka vår konkurrenskraft behöver vi fortsätta utveckla leisure-segmentet och stötta företag i att skapa attraktiva, hållbara och lönsamma produkter riktade till privatresenärer. Genom att kombinera affärs- och privaterbjudanden skapas stabilitet och livskraft för både stad och landsbygd.

Hållbarhet i centrum

Turismen spelar en avgörande roll i omställningen till ett hållbart samhälle. En hållbar besöksnäring tar ansvar för sina ekonomiska, sociala och miljömässiga avtryck. Men går också längre, mot regenerativ turism, där platsen utvecklas i positiv riktning genom varje besök.

För oss på Destination Jönköping betyder det att hållbarhet är en självklar kärnprincip som genomsyrar hela vår verksamhet, våra samarbeten, evenemang och möten. Vi ska visa att hållbarhetsperspektivet inte är något som kan väljas till utan är något som alltid behöver vara närvarande. Hållbarhet utgör grunden för vår verksamhet och är en förutsättning för att vi ska uppfattas som trovärdiga.

AI och digitalisering förändrar besöksnäringen

Digitaliseringens utveckling accelererar och möjliggör helt nya sätt att uppleva och marknadsföra en plats. Generativ AI, AR och VR öppnar för skraddarsydda upplevelser och effektivare processer, medan digitala plattformar skapar nya kontaktytor mellan gäst och företag.

För att vara konkurrenskraftiga måste vi sprida kunskap, inspirera till innovation och stötta aktörer i att använda digitala verktyg på ett sätt som stärker både affären och hållbarheten. Samtidigt behöver vi vara medvetna om frågor kring cybersäkerhet, datahantering och digital inkludering, som är en förutsättning för framtidens smarta destinationer.

Välbefinnande som reseanledning

I en tid av oro och stress söker allt fler människor återhämtning, mening och balans. Resor kopplade till välbefinnande och regenerativ turism, växer snabbt internationellt. Det handlar inte längre enbart om den mentala hälsan, allt fler söker även en själslig balans. Många vill hitta fler glädjeämnen, en djupare mening med livet och en känsla av harmoni i vardagen. För vissa innebär det att lägga tid på filosofi, politik eller olika former av underhållning, medan andra finner sitt lugn genom att vistas mer i naturen, som i sig kan bidra till minskad stress.

Jönköpingsregionen har unika förutsättningar med sin närhet till naturen, vattnet och stillheten. Genom att utveckla upplevelser i samklang med naturen kan vi skapa helårsattraktiva erbjudanden som både stärker livskvaliteten för invånare och lockar nya besökare till vår kommun.

Globala skiften påverkar vårt sätt att resa och leva

Den globala oron påverkar människors resmönster, val av destinationer och upplevd trygghet. Samtidigt skapas nya möjligheter när fler väljer att semestra i närområdet.

För att stå starka behöver vi arbeta aktivt med trygghetsfrågor, riskhantering och krisberedskap samt stärka bilden av Jönköping som en säker, välkomnande och hållbar destination. Vårt arbete med att sprida en positiv Sverigebild är en viktig del i detta.

Attraktiva arbetsplatser lockar rätt kompetens

Tillgången till rätt kompetens är en allt större utmaning inom flera delar av näringslivet, däribland inom besöksnäringen. Digitalisering, hållbarhetskrav och nya förväntningar på arbetslivet förändrar både rekrytering och ledarskap.

Jönköpings kommun har goda förutsättningar att säkra rätt kompetens tack vare stark samverkan mellan näringsliv och akademi. Vi behöver fortsätta utveckla attraktiva arbetsplatser med fokus på utveckling, mångfald och meningsfullhet. För att locka nästa generation krävs också att platsen upplevs som levande, innovativ och hållbar. En plats där människor vill bo, arbeta och verka.

Genom att vara relevanta och ta en tydlig position stärker vi vår roll lokalt, nationellt och internationellt i relation till samverkansparter, beslutsfattare och politiker. Genom en tydlig och engagerande kommunikation bygger vi ett starkt och trovärdigt platsvarumärke, vilket i sin tur ökar vår attraktionskraft och gör det lättare att locka rätt kompetens.

Strategiska samarbeten är nyckeln till framgång

Samverkan är en avgörande framgångsfaktor i en alltmer komplex värld. Det kan handla om att samordna resurser, utveckla nya erbjudanden eller dela kunskap och erfarenheter över gränser. Samarbeten kan ske inom den egna värdekedjan, mellan konkurrenter eller till och med mellan helt olika branscher, alltid med målet att stärka platsens attraktionskraft och skapa värde för fler.

Vi ser stora möjligheter i att fördjupa samarbetet med våra aktörer och intressenter. När vi bygger förtroende, planera långsiktigt och tillsammans skapa attraktiva helhetsupplevelser kan vi utveckla platsen på ett sätt som gynnar både besökare, invånare och näringsliv. Genom gemensamma satsningar och starka relationer bygger vi inte bara en mer konkurrenskraftig destination, vi skapar ett Jönköping som växer genom samverkan.

Barn och ungas perspektiv formar framtidens plats

För att en plats ska vara långsiktigt attraktiv krävs en djup förståelse för de unga generationernas behov, värderingar och drivkrafter. Trots att unga vuxna mellan 18 och 35 år är den mest rörliga, nyfikna och utforskande

målgruppen, utformas plats- och destinationsutveckling fortfarande ofta med fokus på en äldre målgrupp. Generation Z och Alpha formar redan nu morgondagens resvanor, värderingar och syn på upplevelser. För dem är en destination mer än en fysisk plats, det är en plattform för gemenskap, kreativitet och meningsfullhet. Genom att lyfta barn och ungas perspektiv kan vi skapa miljöer och upplevelser som inte bara engagerar idag utan också bygger grunden för framtidens attraktiva och hållbara plats.

När unga får vara med och påverka, i allt från stadsplanering och evenemangsutveckling till marknadsföring och kommunikation, växer både engagemang och framtidstro. Det handlar om att skapa upplevelser som speglar deras värderingar med hållbarhet, innovation och autenticitet i fokus. Deras delaktighet är inte bara en möjlighet utan en strategisk nyckel till att bygga en konkurrenskraftig och livskraftig destination som står stark även på den globala arenan.

Från destination till plats – en helhetssyn

Begreppen destinations- och platsutveckling har alltmer flutit samman. Idag handlar det inte bara om att locka besökare, utan om att skapa långsiktig livskraft för hela platsen. Platsutveckling handlar inte bara om att marknadsföra en geografisk plats som en turistdestination, utan fokuserar även på att skapa långsiktig livskraft för lokalsamhällen. Genom att arbeta integrerat med invånare, företag och besökare skapar vi platser där det goda livet, hållbar tillväxt och attraktiva upplevelser går hand i hand. Samtliga aktörer samarbetar för att skapa en attraktiv och funktionell plats för alla, snarare än att endast fokusera på turism.

Framtidens framgångsrika destinationer är de som är hållbara, digitalt smarta, resilienta och genuina, och bidrar på så sätt till både stolthet och samhörighet.

Det genuina tar plats

I en värld där allt går snabbare och blir mer digitalt växer en stark längtan efter det äkta och det meningsfulla. Allt fler destinationer börjar därför återvända till sina rötter och lyfta fram det som gör platsen unik genom historia, karaktär och lokala uttryck.

Just nu ser vi hur kulturarv och traditioner får en ny tyngd i besöksnäringen. Det handlar inte om att skapa något nytt, utan om att synliggöra det som redan finns. Nostalgiturismen växer också starkt. Människor söker upplevelser som kopplar dem till minnen, berättelser

och estetiska uttryck från förr, som blir ett sätt att hitta trygghet och igenkänning i en tid av ständig förändring. När platser vågar luta sig mot sin egen historia skapas relationer som håller över tid.

Autenticitet har blivit en nyckelfaktor för att sticka ut. Genom att lyfta fram det historiska och det genuina formas en identitet som engagerar både invånare och besökare.

Målgrupper & intressenter

Utöver våra prioriterade målgrupper – besökare, besöksnäring, aktörer, invånare, föreningsliv och intresseorganisationer - har vi även andra intressenter att förhålla oss till, samarbeta och kommunicera med. I första hand är det våra ägare Jönköpings Rådhus AB, vår styrelse, styrande kommunalråd, oppositionsråd och övriga beslutsfattare. Inom kommunkoncernen och kommunen samverkar vi med övriga bolag och förvaltningar. Framför allt har vi regelbundna möten där frågor och strategier som rör oss gemensamt diskuteras.

Extra nära samarbete sker med Elmia AB, Jönköping kommuns Fastighetsutveckling AB (JKPG Fast AB), Näringslivsavdelningen, kommunens kommunikationsavdelning, Kultur- och fritidsförvaltningen, Tekniska kontoret, Stadsbyggnadskontoret och Jönköping Airport.

Externt handlar samverkan om att samordna oss med

andra aktörer lokalt som påverkas av vårt arbete eller som själva arbetar mot mål som stämmer överens med vår långsiktiga strategi. Här räknar vi in hotellnätverket STAY, restaurangnätverket TASTE, Jönköping City, Jönköping University, ALMI Företagspartner och Handelskammaren, men även regionala aktörer som Region Jönköpings län, Smålands Turism, Länsstyrelsen Jönköping, Länstrafiken och media.

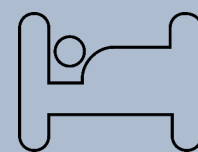
Viktigt att komma ihåg är att våra intressenter och våra målgrupper samtidigt alltid är potentiella ambassadörer för platsen Jönköpings kommun. Till sist vill vi nämna våra intressenter på nationell nivå som finns inom olika nätverk och branschorganisationer som rör evenemang, möten, besöksnäring och konsertverksamhet där vi finns med och aktivt deltar i olika forum.

Vi samverkar också med Visit Sweden, branschorganisationen Visita och följer styrande regering med olika departementens beslutsfattare där besluten rör de områden vi verkar inom så vi hela tiden är uppdaterade och kan agera utifrån det.



12 000
Antal studenter

*Härliga siffror för
Jönköpings kommun*



5200
Antal bäddar

600

företag i besöksnäringen

2,5
Miljarder

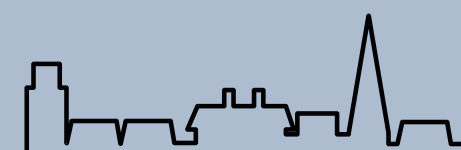
Omsättning i besöksnäringen



2000
Antal anställda
i besöksnäringen



Evenemangseffekter
250 miljoner



Möteseffekter 35 miljoner

Uppdrag från Jönköpings kommun

Bolaget ska på ett hållbart sätt utveckla, profilera och marknadsföra den geografiska platsen Jönköpings kommun i samverkan med kommun, myndigheter, näringsliv och civilsamhälle.

Syfte

Tillsammans gör vi Jönköping attraktivare.

”Tillsammans” är ett förhållningssätt som lutar sig mot dialog och relationer. ”Gör” signalerar handling och resultat. ”Jönköping” begränsar oss inte till de som besöker oss utan lägger till de som bor och verkar i hela vårt område. ”Attraktivare” fångar det unika, förbättrar förutsättningar och erbjuder mening.

Vision

Vi är Jönköping, en levande plats med stort utbud och stark position.

Mission

Destination Jönköping ska, med fokus och driv grundat i affärsmässighet, göra hela platsen Jönköpings kommun attraktiv genom att tillsammans aktivera platsen och dess arenor.

Långsiktiga mål (10 år)

Levande plats

Arbetet med framtåtriktning och en aktivt drivande roll i stadsutvecklingen och Vision Södra Vättern har lett till en plats med givna evenemangsplatser, stråk, välkomnande natur med hamn- och båtliv samt ett levande upplevelseutbud året om.

Stort utbud

Arbetet med att stärka besöksnäringen i stad och landsbygd, öka tillgängligheten och tillsammans med aktörerna bygga en destination som är top-of-mind för möten, evenemang och upplevelser har lett till att Jönköping drar besökare från när och fjärran.

Stark position

Arbetet med positionering av platsvarumärket Jönköping och Jönköpings 750-årsjubileum har lett till att alla som bor i kommunen känner sig som delaktiga ambassadörer och kommunen uppfattas som topp 3 i Sverige som plats att bo och besöka.

Hållbar destination

Arbetet med Jönköpings besöksnäring har lett till en hållbar turism som skapar arbetstillfällen och främjar lokal kultur och lokala produkter. (FN:s Globala mål, mål 8, delmål 8.9).

Horisontella principer

Hållbarhet

Program för hållbar utveckling i Jönköpings kommun 2022–2030 och arbetet med CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) utgör grunden för kommunens och bolagens hållbarhetsarbete. Hållbarhet är integrerat i de långsiktiga målen och blir därför en del av Destination Jönköpings systematiska arbete med kartläggning, analys och riskbedömning samt genomförande och uppföljning. Destination Jönköping har en hållbarhetspolicy och siktar på att hållbarhetsdiplomera bolaget.

Vi vill att platsen Jönköping ska bevaras för framtiden och kommande generationer. För att uppfylla den visionen så behöver vi alla arbeta tillsammans för att skapa en hållbar destination. Aktörer inom besöksnäringen och evenemangsarrangörer erbjuder stöd genom vår utbildningsserie Hållbara tillsammans för att växla upp sitt hållbarhetsarbete. Genom videoföreläsningar, goda exempel och checklistor får de kunskap och handfasta tips för att ta sin verksamhet till nästa nivå (både vår utbildningsserie och vår hållbarhetspolicy kan ni läsa mer om på vår hemsida för Destination Jönköping).

Digitalisering

Digitaliseringen innebär genomgripande förändring som utmanar sätten vi arbetar på och formas av utbredd användning av teknik med snabb spridning av nya beteenden. Kunskapsdelning kommer med all säkerhet spela en större roll än tidigare för att driva strategisk dialog och skapa affärsnytta. Digitaliseringen inkluderar big data-analys, sociala medier, mobila lösningar och molntjänster.

Den digitala transformationen förändrar efterfrågan, utbudet och tillgängligheten, men också rutiner och organisationskultur. Att ha sina fingrar på den digitala pulsen är därför centralt för att Destination Jönköping ska bli framgångsrika.

Målområden för verksamheten (3 år)

Målen är ett verktyg för att styra verksamheten och är uppdelade på fem målområden för att underlätta planering och uppföljning. Målen mäts genom ett antal måltal och varje projekt eller arbetsområde inom bolaget har aktiviteter kopplade till målen som följs upp tre gånger per år i bolagets ledningsgrupp och styrelse i samband med tertialrapporterna.

Uppföljningen ger en samlad bild av hur bolagets totala verksamhet bidrar till de gemensamma övergripande målen. En viktig del i det här strategidokumentet är ett ökat fokus på att stärka affärsmässigheten och tydliggöra sambandet mellan orsak och verkan.

Genom att nyttja möjligheten till regionala, nationella och europeiska finansieringsmöjligheter ökar vi vår genomförandekraft av målen. För indikatorer och måltal se bilaga 2.

Attraktivt utbud

Jönköping ska ta tydliga kliv för att öka det attraktiva utbudet för besökare och invånare. Destination Jönköping ska identifiera och värva platsvarumärkesstärkande evenemang, påverka och driva utvecklingsinsatser och våga vara modiga och prioritera de initiativ som stärker vårt platsvarumärke.

Vi ska arbeta för ett brett och attraktivt utbud av besöksanledningar i vår kommun. I samverkan med lokala företag, akademin, föreningar och verksamheter vill vi vara en självklar plats för möten och evenemang samt skapa förutsättningar för engagemang som driver utveckling och ambassadörskap.

Vi arbetar för ett attraktivt utbud på arenor och platser runt om i kommunen – både utomhus i naturen och på inomhusarenor, bland annat på Jönköping Konsert & Kongress och Jönköpings Teater som bolaget driver. I enlighet med Jönköpings kommuns evenemangsstrategi ska vi arbeta för att utveckla anpassade och fungerande platser för evenemang och vara en attraktiv

kommun att besöka året om. För att uppnå en hållbar och attraktiv destination att besöka över tid arbetar vi i nära samverkan med aktörer i främjarsystemet för att skapa förutsättningar för företag inom besöksnäringen att utvecklas. Fokus ligger på affärsutveckling och destinationsutvecklingsprocesser för Gränna, Visingsö och Vättern.

Vi fokuserar även på att ta tillvara och förstärka våra förutsättningar inom e-sport och gaming genom aktiv positionering nationellt och internationellt.

Platsvarumärke

Destination Jönköping ansvarar för att utveckla och driva arbetet med platsvarumärket Jönköping som omfattar den geografiska platsen Jönköpings kommun. Platsvarumärket ska vara tydligt definierat, brett förankrat och väl implementerat inom kommunkoncernen och näringslivet.

Bilden av platsen, utifrån sin attraktivitet, blir allt viktigare. Idag konkurrerar olika platser om invånare, företagare, investeringar och besökare. Platsvarumärkesarbetet är ett verktyg i ett strategiskt arbete med att öka attraktionskraften kring Jönköpings kommun som plats att leva, studera och verka på, investera i samt besöka. En del i arbetet är att Destination Jönköping ska vara den självklara parten att leda Jönköpings 750-årsjubileum där platsvarumärket ska inspirera till handling och engagemang i bred förankring med platsens intressenter. Destination Jönköping ska hålla ihop arbetet med att utveckla och implementera platsvarumärket. Vi ska även arbeta med att utveckla och marknadsföra platsen utifrån platsvarumärket gentemot vår primära målgrupp - besökare.

Affärsmässighet och samhällsnytta

I prioriteringar och beslutsfattande är balansen mellan affärsmässighet och samhällsnytta viktig att ta hänsyn till. Genom uppmätta effekter och konsekvensanalyser tar vi fram underlag för en säkerställd balans. Det stärker även relationen med kommunkoncernen, förvaltningarna och övriga samarbetspartners.

Genom strategisk planering skapar vi förutsättningar för affärsmässig utveckling. Vi kan visa hur vårt arbete ger positiva effekter och hur evenemang och destinationsutveckling strategiskt bidrar till att utveckla och stärka vår destination, besöksnäringen och föreningarna. Det starka samarbetet med föreningarna där volontärer och funktionärer involveras, skapar stolthet hos alla oss invånare och ger förutsättningar för framtida satsningar.

Kunskap och utvecklingsdialog med besöksnäringen

Kunskapsutvecklingen ska drivas genom att aktivera besöksnäringens hela ekosystem. Destination Jönköping tillgängliggör kunskap i form av statistik, omvärldsbevakning, trender samt andra beslutsunderlag som stödjer besöksnäringens utveckling. Bolaget erbjuder branschspecifika föreläsningar, rådgivning, studieresor och utbildningar. Allt samlas på bolagets digitala kunskapsplattform och aktiveras i en utvecklingsdialog med främjare, intressenter, arrangörer och verksamheter.

Kunskap och utvecklingsdialog innebär att fortsätta utveckla och fylla den digitala kunskapsplattformen med relevant innehåll men framför allt att förstärka dialogen med besöksnäringen genom individuella möten och nätverksträffar där utbildning, erfarenhetsutbyte och coachning erbjuds.

Destination Jönköping ska ta en ledarroll inom kunskapsutveckling för besöksnäringen. Syftet med det är att underlätta för våra aktörer och arrangörer att fortsätta utvecklas vilket på sikt ska leda till ökad omsättning och sysselsättning i branschen.

Offentlig och kommunal utvecklingsdialog

Destination Jönköping ska vara den självklara parten och ta plats i en tydligt definierad påverkansroll i den offentliga och kommunala utvecklingsdialogen i frågor som rör våra målområden. Vår roll i dialogen är att inkludera besöksnäringens och besökarnas intressen.

En utvecklingsdialog är ett tillfälle för oss som destinationsbolag, kommunen, näringslivet och andra aktörer att tillsammans prata om hur vi vill att platsen ska utvecklas – både för besökare och för oss som bor här. Inom destinationsutveckling och besöksnäring handlar det till exempel om att prata om vilken vision vi har för platsen, vilka vi ska locka hit, och hur vi vill upplevas. Det omfattar också vad som behöver utvecklas vilket innebär allt från upplevelser och service till infrastruktur och digital synlighet. Dialogen bygger på öppenhet, delaktighet och långsiktighet och är en viktig del i att skapa en hållbar och attraktiv destination. Vi ska göra förstudier/analyser som visar på effekter som uppstår om vi utvecklar eller investerar i just de här områdena eller stråken.

Fokusområden

För att stärka vår förmåga att nå våra mål har vi identifierat ett antal prioriterade fokusområden. Dessa områden hjälper oss att rikta våra resurser, skapa tydlighet i vårt arbete och säkerställa att vi driver de initiativ som ger störst effekt för bolagets långsiktiga utveckling. Genom att koncentrera oss på dessa fokusområden skapar vi bättre förutsättningar för att arbeta måldrivet.

Vi har identifierat följande fokusområden för 2026-2028:

Värva och arbeta med platsvarumärkesstärkande möten, evenemang och aktiviteter

Vi ska fokusera på möten, evenemang och aktiviteter som stärker platsen och utgår från dess förutsättningar. För evenemang är de tydligaste kriterierna att det genomförs med naturen som arena, är ett ungdoms-evenemang, involverar föreningslivet, är kunskapsdrivet och/eller är inom gaming och e-sport. Evenemangen ska också vara publika, engagera ett väsentligt antal deltagare och besökare och/eller bygga ambassadörskap- och publicitet för platsen. För möten är det tydligaste kriteriet att det är kunskapsdrivande kongresser med målet att attrahera verksamheter och arbetsgivare.

Implementera platsvarumärkesstrategin

Platsvarumärkesstrategin är ett strategiskt verktyg för att öka platsens attraktivitet. Ett gemensamt sätt att prata om och profilera platsen. Platsvarumärkesstrategin är antagen i Kommunfullmäktige och nästa steg är att implementera den. Det ska ske i bred förankring i både kommunkoncernen, näringslivet, akademin och bland invånare. Implementeringen kommer att ledas av en ny resurs som ska hålla ihop implementeringsansvaret, intern och extern förankring, ta fram kommunikationsplattform, identifiera ambassadörer och profilbärare.

Projektleda Jönköpings 750-årsjubileum

Vi ska leda, samordna och kommunicera arbetet med Jönköpings 750-årsjubileum, i bred samverkan med hela staden/kommunen. Projektet ska gå hand i hand med, och stödja, framtagandet av ny vision för Jönköpings kommun där Destination Jönköping finns

med i kommunens planeringsarbete. Projektet och kommunens nya vision ska bygga på insikterna i plats-varumärkesstrategin. Tanken är att det ska vara mer än ett jubileum. Genom att vi tar tillvara ett momentum för framåtanda ska jubileet vara en katalysator för plats-utveckling och exponering av kommunens starka sidor. Det är ett tydligt sätt att konkretisera arbetet med platsvarumärket och stärker ambassadörskapet för platsen och skapar samtidigt nya samarbeten och dialoger.

Destinationsutveckla Gränna, Visingsö och södra Vättern
Gränna, Visingsö och andra resmål kopplade till södra Vättern är våra mest välbesökta och välkända resmål med starka destinationsvarumärken. Vi vill driva utveckling för att de ska nå sin fulla potential och vara flaggskepp och dragare för mindre kända resmål i kommunen. Arbetet inkluderar främst att stärka samarbetet med platsernas aktörer och vara en katalysator för affärs-utveckling, samt fortsätta utveckla värdskapet och marknadsföring men även att bli mer involverade i kommunens planarbete och lyfta besöksnäringens potential och behov vid all planering. Vi driver specifika utvecklingsfrågor, såsom önskemål om ett kallbadhus och nya bryggor med omklädningsrum vid Vättern, samt deltar i flertalet andra utvecklingsprojekt kopplade till bland annat Vision södra Vättern.

Affärsutveckla vår verksamhet på Jönköping Konsert & Kongress och Jönköpings Teater
Jönköping Konsert & Kongress och Jönköpings Teater är starka varumärken och viktiga arenor för vår plats. Vi vill affärsutveckla vår konsertverksamhet genom att vidareutveckla och skapa nya förutsättningar för ökad uthyrning och kapacitetsutnyttjande. Det innebär att vi ska implementera en mer effektiv och attraktiv affärs-modell, stärka samarbeten genom långsiktiga avtal och hitta en systematik för målgruppsanpassad marknadsföring.

Rätt kompetens
För att kunna nå verksamhetens mål och krav krävs medarbetare med rätt kompetens, både vad gäller fackkunskap, digital förmåga och förmåga till samverkan. Vi behöver också fortsätta utveckla ett självledarskap där varje medarbetare tar ansvar för sin egen utveckling, arbetsinsats och motivation. Det handlar om att både rekrytera rätt och att kontinuerligt satsa på kompetens-utveckling. En kompetenskartläggning och aktuell kompetensförsörjningsplan ska säkerställa att verksamheten är rustad för framtidens utmaningar och något vi ständigt behöver se över för att vara relevanta.

Måldriven verksamhetsstyrning
Verksamheten ska styras utifrån tydliga och gemensamma mål. En måldriven styrning innebär att hela organisationen arbetar mot uppsatta mål som är förankrade i verksamhetens uppdrag och strategier. Det kräver att målen är mätbara och att det finns regelbunden uppföljning och utvärdering utifrån resultaten.



BILAGA 2

INDIKATORER FÖR MÅLOMRÅDENA

ATTRAKTIVT UTBUD

Antal gästnätter

Antal gästnätter utanför sommarsäsong

Antal platsvarumärkestärkande möten och evenemang

Antal föreställningar på Jönköpings Teater

Antal föreställningar på Jönköping Konsert & Kongress

Andel invånare som upplever ett mervärde tack vare de större evenemang som genomförs i Jönköpings kommun

Antal besökare på jkpg.com

PLATSVARUMÄRKE

Platsvarumärkesmätning, kännedom om platsen

Platsvarumärkesmätning, positivt omdöme om platsen

Användning av mediabanken

AFFÄRSMÄSSIGHET OCH SAMHÄLLSNYTTA

Omsättning i besöksnäringen

Antal anställda i besöksnäringen

Antal verksamheter inom besöksnäringen

Ekonomi i balans - resultat efter finansiella poster

KUNSKAP OCH UTVECKLINGSDIALOG MED BESÖKSNÄRINGEN

Antal deltagare som deltar på våra kunskapsträffar

Andel deltagare som upplever att stödet som erbjuds och dialognätverken är värdefulla

OFFENTLIG OCH KOMMUNAL UTVECKLINGSDIALOG

Antal dialoger vi är delaktiga i

Antal framtagna effektbeskrivningar inom utpekade områden



Vi marknadsför och utvecklar Jönköpings kommun som en hållbar turist-, evenemangs-, och mötesdestination. Vårt uppdrag är att få fler att upptäcka Jönköping.