



VARUMÄRKESPLATTFORM

VARUMÄRKET TORSHÄLLA

Varumärkesplattform för Torshälla ska läsas tillsammans med "Varumärkesplattform - policy för arbetet med varumärket Eskilstuna" (KSKF/2013:511)



Inledning

Ur: Varumärkesplattform - policy för
arbetet med varumärket Eskilstuna
(KSKF/2013:511)

Eskilstuna* är en plats dit människor har flyttat genom århundraden. Vissa har vi många utmaningar att hantera, men det finns också oändligt många anledningar att vara stolta över denna vackra plats.

Eskilstuna är dock en okänd kommun och stoltheten bland invånarna är ganska låg. Det visar den varumärkesundersökning som vi genomfört.

Vi är många invånare och verksamma som vill förändra detta och stärka Eskilstunas attraktivitet och identitet. Hösten 2012 startade därför arbetet med Varumärket Eskilstuna, under ledning av Eskilstuna Marknadsföring och Eskilstuna kommun.

I arbetet har vi haft stöd av en varumärkesgrupp som bland annat representerat näringsliv, föreningsliv, högskola, media och kommunen. Men framförallt har vi fått många inspel från invånarna.

Ambitionen har varit att skapa ett brett nätverksarbete och en hög grad av involvering. Sammanlagt har cirka 2000 intressenter bidragit på olika sätt.

Varumärket Eskilstuna ägs gemensamt av oss alla som bor och verkar i Eskilstuna. Tillsammans skapar vi en attraktiv och framgångsrik plats att bo på, besöka och verka i.

*Med Eskilstuna avses hela det geografiska område som ingår i Eskilstuna kommun.



Familjen Eskilstuna

Varumärket Torshälla är en del av "familjen Eskilstuna" och ingår i Eskilstunas varumärke. Torshällas varumärke skapas av alla som bor och verkar i Torshälla, men även hos alla som bor och verkar i hela Eskilstuna kommun.

Med gemensamma krafter kan bilden av Torshälla påverkas. Varumärkesdokumentet är ett verktyg i detta arbete.

Varumärkesplattformen för Torshälla ska:

- Vara ett stöd för plats- och verksamhetsutveckling, varje dag.
- Skapa en enhetlig bild och riktning (bland annat för 700-årsjubileumet).
- Tydliggöra platsen Torshälla och Torshällas position.
- Öka kännedomen om och attraktionskraften för Torshälla och Eskilstuna.



Varumärke (brand) - Logotyp (trademark/logo)



Varumärke är de idéer, tankar och känslor som vi bär med oss i minnet och hjärtat om en organisation, verksamhet eller tjänst/produkt.

Loggan är ett "märke", en knapp, som ger igenkänningen och kopplar till våra tankar om varumärket.



Två städer – en kommun, en familj



Eskilstuna kommun; Eskilstuna stad och Torshälla stad.
Eskilstuna stadshus och Rådhuset i Torshälla.



Vår historia

Torshälla är en av Sveriges äldsta städer. Redan år 1317 fick Torshälla sina stadsprivilegier av kung Birger Magnusson.

Trots en stor brand 1798 som utplånade större delen av trähusen är historien påtaglig i de äldre stadsdelarna. Den äldsta delen av Torshälla kyrka är från 1100-talet. Borgargården Bergströmska gården från 1700-talet klarade sig från branden. I Rådhuset, som är från 1833, finns stadshäktet fortfarande bevarat och ett tornur med urverk från 1500-talet. Den gamla Kronokvarnen från 1628 är idag bibliotek.

Torshälla har en lång tradition av järnhantering. En smideshammare i Torshälla ström finns omnämnd redan 1486. Nyby Bruk grundades 1829, och idag producerar Outokumpu rostfri kallvalsad plåt och rör. Genom Torshälla slingrar sig åar och kanaler, som förbinder Hjälmaran med Mälaren.

Redan i slutet av 1500-talet lär hertig Karl påbörja arbetet att bygga en kanal mellan de båda sjöarna. Ett stort antal slussar anlades, varav två eller tre byggdes i nuvarande Nybyån i Torshälla. Denna, Sveriges första fullt fungerande kanal, Karl IX:s kanal, stod klar i början av 1600-talet.

Allan Ebeling (1897-1975) är en av de konstnärer som bidragit till kulturstaden Torshälla. Många av hans skulpturer finns i stadsmiljön och såväl skulpturer, måleri som keramik finns utställda på Ebelingmuseet i Torshälla.



Varumärkesarbetet i Torshälla

Ett antal analyser och aktiviteter har genomförts:

2009-2013

- Ortsanalys enligt Boverkets modell
- SWOT och ett antal rekommendationer
- Invånarna bjöds in till att lämna bidrag med värdeord som skulle symbolisera framtidens Torshälla
- Målbild 2017, Allmänhet, externa aktörer och kommunala verksamheter bidrog.
- SCBs medborgarundersökning 2008, 2012, Torshälla utbrutet

2014

- Underlag Varumärkesplattform Eskilstuna 2013
- TSF stab workshop om Torshälla varumärke maj 2014
- 3 workshops med Utvecklingsrådet i Torshälla under hösten 2014.
- SCBs medborgarundersökning 2014, Torshälla utbrutet
- Workshop med Torshälla stads nämnd
- Kairos futures omvärldsanalys Eskilstuna mot 2030, rapport januari 2015
- Upprop i Torshälla runt nr1 2015, Torshällabor uppmanas att lämna synpunkter på Torshällas identitet.



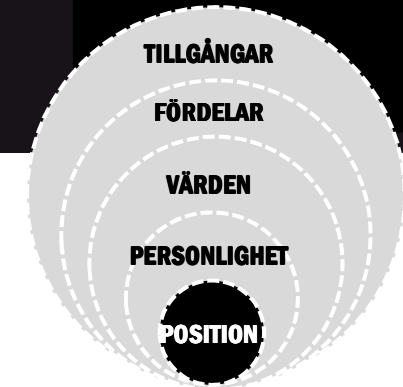
Invånarnas bild av Torshälla

2009

- Lång och anrik historia
- Bra geografiskt läge
- Kulturskön stadsmiljö
- Närhet till natur och grönska
- Rikt kultur- och föreningsliv
- Närhet till samhällsfunktioner och service
- Stolthet över staden
- Staden har inte en tydlig profil
- Stadskärnan saknar sjudande stadsliv
- Industriområden behöver mer estetik och sammanhang
- Ödsliga bostadsområden
- Begränsat bostadsutbud
- Få entreprenörer och initiativtagare

2014

- Vatten, vattenvägar, slussar, närhet till Mälaren
- Brett kulturutbud
- Stad i utveckling, levande centrum, aktiviteter,
- Bra geografiskt läge, närhet och logistik
- Unik stadsmiljö i gamla Torshälla
- Utbud av unika butiker och handel
- Näringslivsutveckling
- Värdskap, stolthet
- Engagemang
- Rikt idrotts- och föreningsliv
- Torshälla är hemligt, synliggör utbud
- Stärk Torshälla som turist- och besöksdestination
- Arbeta vidare med trygghet
- Lyft fram positiv näringslivsutveckling
- Entreprenörskap
- Lyft fram miljön/naturen/stadsmiljön mer.
- Lyft fram och utveckla kulturen mer.
- Utveckla skolan för mer attraktiv stad



Position

Vår position sammanfattar Torshällas största styrkor och berättar vilken plats vi vill ha i omvärldens medvetande och hur vi vill uppfattas. Torshällas position är i grunden den samma som för hela Eskilstuna med Torshällaspecifika komplement (markerat i grönt).

Industri & Innovation

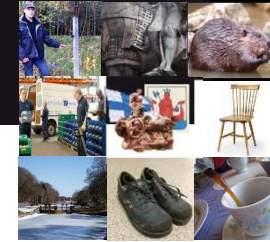
- Lång industritradition.
- Globala framgångsrika företag.
- Spetskompetens inom produktions- och materialteknik.
- **Växande entreprenörskap och näringsliv.**
- **Innovativa, kreativa verksamheter och kreativa näringar.**
- Nära samarbete med **skolor/** högskola och näringsliv.
- Kulturhistoriska industrimiljöer, uppfinningar och framgångsrika personligheter.

Kultur, Musik & Idrott

- Mångfald av föreningar.
- Engagerade eldsjäljar.
- Framgångsrik elit idrott.
- Stor breddidrott.
- Ett omfattande och varierat musikliv.
- Framgångsrika artister och kändisar.
- **Kreatörer, konstnärer och kulturutövare i höjd, djup och bredd.**
- **Världskända konstnärer och konsthantverkare.**

Småstad, Miljö & Hållbarhet

- **Närhet; till lugnet, naturen, staden och till varandra.**
- **Kultur, industri och arv i ett sammanhang tillsammans.**
- **Vi verkar tillsammans och bryr oss om.**
- En miljösmart stad med unika innovationer.
- Uppmärksammat jämställdhetsarbete.
- Framgångsrikt arbete för hållbar handel.
- Föregångare inom HBTQ-frågor.



Varumärket Torshälla – nuläge

”omvärldens bild av Torshälla i dag”

Torshällas varumärke är **otydligt**, vagt och **okänt**.

Upplevelsen och mötet med platsen och dess befolkning är trevande försiktigt, kanske **tillbakadraget** väntande, men **trevligt**, enkelt och **ärligt**.

Här finns en lång och **stark historia** kring **sjöfart**, handel och industri. Det finns en industrikunskap, ett materialkunnande och en **kreativitet** som tagit uttryck i **industri- och produktutveckling** samt **konstnärliga uttryck**.

Torshällaren lever och bor i närheten till vatten idag och har gjort så i generationer.

- Är en **strävsam**, självständig och **hårt arbetande** person.
- Har stor **omtanke** om familjen och personer i den närmsta kretsen.
- **Funktion** prioriteras.
- Det finns en rå enkelhet och **ta-tillvara-anda**, som är tidlös.

Torshälla bröstar inte upp sig och tar inte plats. Upplevelsen av Torshälla ger ett **vilande** intryck, låg aktivitet, lite långsamt och låg samvaro. Småstaden ger **geografisk närhet**. På liten yta finns många olika kompetenser, behov och perspektiv. De verkar på samma plats, men inte alltid tillsammans.

Ån, vattnet och historien är en **potential**. Med bland annat järnbruk redan på 1600-talet och Sveriges första kanal och slussar finns ett starkt **innovationsarv** att ta tillvara. Det **finska arvet** är starkt.

Platsen präglas av ursprung och arv som ibland är mer **bakåtblickande** istället för framåtblickande.



Varumärket Torshälla – framtid

”omvärldens bild av Torshälla 2025”

Torshälla attraherar. Vi är **stolta** och har mod att visa upp våra värden. Vi är tydliga och tar plats.

Den gemytliga **småstaden** utstrålar **närhets-** och **tillsammanskänsla**. Den som besöker upplever ett **välkomnande värdskap, nyfikenhet** och **engagemang**. Här finns en **mångfald**. I Torshälla bryr man sig lite extra.

Torshällas rika industri- och sjöfartshistoria har präglats av **mod** och **innovation**. Vi bygger vår framtid på traditioner och historia som tillsammans med nutida **innovativa kompetenser** ger vårt **framfarsarv**. Det finns en **kreativitet**, glädje och **energi** att leverera **genuint** och **hållbart**.

Kultur och kreativitet är en motor i Torshälla. Kulturen engagerar, **inspirerar** och enar. Det är lätt att delta och lätt att medskapa. Fin- och fulkultur i en **smältdegel** tillsammans. Kreatörer, konstnärer och kulturutövare i höjd, djup och bredd.

Det **vattennära** läget präglar staden och är en viktig del i Torshällas identitet. Stadsbilden erbjuder en varierande miljö med oväntade kombinationer. Många aktiviteter och upplevelser är kopplade till vatten i olika former, såväl som **rekreation** och boende.

Det är vackert och estetiskt. Gammalt möter nytt, **design och funktion** går hand i hand.

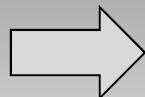
Torshällaren har **glimten i ögat** och värdesätter **livskvalitet**. Torshällaren **bryr sig** om.



Förflyttning

VARUMÄRKET ESKILSTUNA

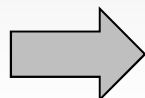
Okända
Gnälliga
Låg kulturkonsumtion
Otrygghet
Låg utbildningsnivå
Outnyttjad innerstad
Potential i Torshälla



Attraktiva
Stolta
Kulturstad
Trygghet
Höjd kompetens
Levande stadskärna
Attraktivt boende och besöksmål

TORSHÄLLA-komplement

Avvaktande trevlig
Intill men bredvid
Beprövad tradition
Dold historia



Välkomnande värdskap
Kultur och kreativitet tillsammans
Innovativ kompetens
Framtidsarv