JÖNKÖPING – läge för mer och fler

# jönköping – fiffigt läge

Det var en gång en stad som bestämde sig för att bli riktigt bra. Den hade i och för sig goda förutsättningar – läget vid Vätterns södra spets gjorde att människor redan för flera hundra år sedan upptäckte att staden låg riktigt bra till för handel och affärer. Eller om man bara ville träffas sisådär, bara för att njuta av den fina utsikten.

Impulserna från alla besökande handelsmän i kombination med den småländska företagsamheten gjorde att människorna som bodde i staden sakta men säkert blev lite finurligare, lite fiffigare än andra.

Som t ex när krig och ofred rådde för flera hundra år sedan och stadsborna finurligt nog rodde över till Visingsö istället för att stanna kvar. För det fiffigaste är ju inte att bevara gamla hus, det fiffigaste som finns är ju att leva vidare.

Så finurligheten och handlingskraften kunde utvecklas i lugn och ro genom åren; här startades t ex tändsticksfabriker och pappersindustri.

Och eftersom man var handlingskraftiga så det förslog i staden så spred sig snart ryktet om att man gjorde saker i Jönköping. Istället för att bara prata.

Och fortfarande gör man mer än bara pratar i Jönköping. Finurliga saker, som gör att man tillhör de företagstätaste kommunerna i landet. Och läget ligger kvar – staden ligger mitt i det område där alla bor i Norden. Dessutom är det så fiffigt att alla som bor här tror. Inte minst på framtiden.

# läget då och nu

I Jönköping bor idag drygt 126 000 människor. Och växer med ca 1 000 om året. Läget vid Vätterns sydspets gör Jönköping till ett ledande nav för logistiken i södra Sverige. Jönköping är även en utpräglad handels- och utbildningsstad samt genom Elmia ett centrum för mässor. Här finns även ett flertal statliga verk och rättsvårdande myndigheter. Jönköping är också residensstad och administrativt centrum i regionen.

Mångfald, entreprenörskap och starka nätverk utmärker det dynamiska näringslivet. Antalet aktiebolag uppgår till drygt 4 100. Högskolan ligger mitt i centrum och har ca 11 000 studenter. Omkring 600 föreningar gör Jönköping till en föreningstät levande kulturkommun. En av kommunens största attraktioner är A6 köpcentrum med runt 10 miljoner besökare per år.

Jönköpings kommun har aktivt arbetat med stadskärneförnyelse sedan början av 90-talet. År 1987 byggdes köpcentrat A6, ca 2 km fågelvägen utanför stadskärnan. Då föll handeln inne i stadskärnan med ca 30%. Det blev motorn till att börja arbeta med stadsutveckling. Gågatuområden, centrumutvecklingsbolaget ”På-stan” och andra omvandlingsinsatser av centrum gjorde att försäljningssiffrorna steg.

År 2000 startades ett nytt arbetssätt kallat Stadsbyggnadsvision 1.0. Många av projekten som utmynnade från den första versionen av stadsbyggnadsvisionen är idag genomförda eller påbörjade. Nu arbetar Stadsbyggnadsvision 2.0. för att Jönköpings nuvarande stadskärna ska ingår i ett större urbant sammanhang, nämligen kärnan i Jönköpingsregionen.

Jönköpings stadskärna har 200 butiker och 45 olika restauranger samt caféer i de centrala affärsstråken. Här finns alla de stora klädkedjorna, men även de mindre privatägda butikerna med sina egna sortiment samt flera inrednings- och designbutiker. Du hittar bra specialaffärer samt ett brett utbud av caféer och restauranger med ett pulserande nattliv. Mitt emellan östra och västra centrum ligger Resecentrum med järnvägsstation, bussterminal och turistinformation.

Stadskärnan är Jönköpings hjärta. Här sätter vi människan i centrum – det är viktigast av allt för en levande stadskärna! Här kan människor mötas, trivas och känna sig trygga.

# samarbetsläge

Framgångsfaktorer för arbetet med stadsutveckling är – gemensam och tydlig vision/målbild, närhet till kommunledning och politiker, drivande processledare, projekt- och processinriktat arbetssätt, tydlig prioritetsnivå, tilltro till projektet, små steg i rätt riktning, träning och sist men inte minst att ha roligt. Tillsammans skapar vi Skandinaviens attraktivaste stadskärna i sin storlek!

**Jönköping City AB**

+

**Destination Jönköping**

+

**Jönköpings kommun & Stadsbyggnadsvisionen**

+

**Olika samverkansprojekt**

En viktig del i framgången med samverkansarbetet i Jönköping är att kommunen tar på sig ett ansvar i utvecklingsfrågan och är en drivande part i många av projekten. Omorganiseringen av centrumbolaget Jönköping City AB har också skapat en starkare grund för att stärka utvecklingen av stadskärnan med berörda fastighetsägare och handelsidkare. Skapandet av Destination Jönköping gör att arbetet med att stärka bilden av Jönköping som destination växlas upp yttelrigare – vilket är en viktig del för både besökaren, medborgaren och stadskärnan.

# destinationsläge

I Destination Jönköping samordnas all verksamhet för att turister, affärsresenärer, studenter, företag och medborgare ska få en enhetlig bild av Jönköping. Organisationen ansvarar för analys, produktutveckling, marknadsföring och försäljning av Jönköping.

**UPPBYGGNAD**

Organisationen består av en förvaltningsdel (nuvarande näringlivsavdelning med turistbyråer och företagslots samt stadskontorets information) och en föreningsdel (näringslivsavdelningens Hotell & KonferensBokning, nybildade Jönköping Convention Bureau samt verksamheten Föreningen för Marknadsföring av Jönköping (FMJ) ombildad till Föreningen Destination Jönköping (FDJ)).

**SYFTE/MÅL**

Näringslivet ska växa, både genom inflyttning och organisk tillväxt, invånarantalet ska öka och skatteunderlaget ge ytterligare möjligheter till service. Målet är att ”Jönköping ska ha en sysselsättningsgrad bland 24-64 åringar som är bland de 10 bästa kommunerna bland Sveriges 50 största kommuner över en treårsperiod”.

**VARUMÄRKET JÖNKÖPING**

**Läget** som det unika och som pekar på möjligheterna inom logistik- och besöksnäringarna.

**Passion** som den känsla som besökare ska uppfatta i kontakterna med personer från Jönköping. Passionen är entreprenörskapet draget till sin spets.

**Kraftcentrum/nav** som den position vi stävar efter. Jönköping ska finnas i centrum.

**NÄTVERK**

**Welcome2work** arbetar för att rekrytera ny arbetskraft till regionen. Ett 30-tal familjer har hittills rekryterats via projektet till Jönköping.

**Newcomers Club** är ett nätverk med ett antal sociala träffar per år för nyinflyttade där de får lära känna nya människor, lära sig mer om Jönköping och ha roligt tillsammans. Nätverket har ca 100 medlemmar och växer för varje år.

**Jönköpings ambassadörsnätverk** sprider kunskap om allt positivt som händer i Jönköping och ger en modern och tydlig bild av staden. Sveriges största ambassadörsnätverk med ca 1000 medlemmar som visar att Jönköping är en attraktiv etableringsort.

# läge för visioner

Jönköpings kommun har aktivt arbetat med stadsutvecklingsfrågor sedan början av 1990-talet. År 2000 antogs den första stadsbyggnadsvisionen. Många av projekten handlade om tillgänglighet, utbud och innehåll, stadsmiljö och arkitektur, organisation och skötsel. Nästa version, Stadsbyggnadsvision 2.0, antagen år 2008, utgår också från ett helhetstänkande och god samverkan. Ett stort samråds- och informationsarbete sker under hela processen.

Visionen omfattar hela området runt Munksjön mellan Vättern och E4 – kallat Kärnan – och formar utvecklingen under kommande årtionden. De olika delarna handlar inte bara om den fysiska miljön, med nya bostäder och arbetsplatser, utan också om dess skötsel, tillgänglighet och stadens liv och innehåll.

Många olika aktörer är viktiga samarbetspartners för att vi tillsammans ska lyckas genomföra olika åtgärder som främjar en gynnsam utveckling för Jönköping.

I södra delen av Munksjön ska 280 ha industriområde omvandlas till stad med 12 000 boende och ytterligare 6 000 nya arbetsplatser. Den framtida kopplingen till den befintliga stadskärnan är viktig.

**STADSKÄRNAN SKA**

- vara socialt, miljömässigt och ekonomiskt hållbar
- vara den självklara mötesplatsen och ”vardagsrummet” för alla människor – oavsett kön, ålder eller ursprung. Den ska vara trygg och säker att vistas i under alla tider på dygnet.
- ha mångfald i fråga om boende, arbetsplatser, utbildning, kultur, handel, nöjen, andra verksamheter
- ha hög kvalitet på arkitektur och utformning av de offentliga rummen
- ha god tillgänglighet för alla
- ge långsiktigt hållbara och lönsamma förutsättningar för utveckling och drift av olika verksamheter

**ÅTGÄRDER**

Stadsbyggnadsvisionen är ett arbetssätt som i projektform utvecklar staden, inte enbart som ett förslag eller en utredning utan från tanke till handling i följande fyra huvudsakliga utvecklingsområden:

**Stadens liv och innehåll**
**Förnyelse i stadskärnan**
**Förnyelse kring Munksjön**
**Stadens hållbara kommunikationer**

## PROCESS- OCH PROJEKTINRIKTAT ARBETSSÄTT

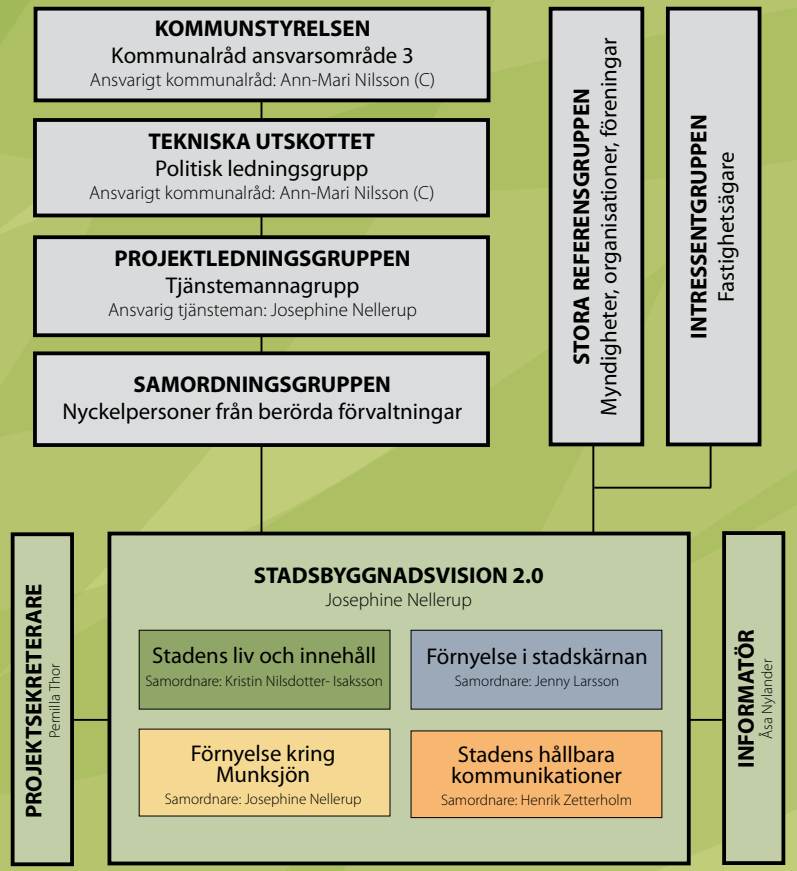
Samhällsbyggnadsstrategins roll är att initiera, koordinera och driva strategiska frågor avseende samhällsbyggnad, infrastruktur och kommunikationer som stöd åt kommunstyrelsen. Det ger ett helhetsperspektiv på utvecklingsfrågor.

Tekniska utskottet, som leds av ansvarigt kommunalråd och består av stadsbyggnads-, miljö- och tekniska nämndens presidium, är stadsbyggnadsvisionens politiska ledningsgrupp. På tjänstemannanivå finns en projektledningsgrupp med ledande tjänstemän från kommunens alla förvaltningar. Som stödfunktion till samhällsbyggnadsstrategen finns också en mindre samordningsgrupp med nyckelpersoner från berörda förvaltningar.

Varje utvecklingsområde har en samordnare som stödkoordinerar de olika utredningar och projekt som sker både inom och mellan stadsbyggnadsvisionens olika utvecklingsområden. Utredningar och delprojekt har olika projektledare på kommunens olika förvaltningar. Det genomförs samtidigt ett gediget informations- och dialogarbete kring de olika projekten till olika aktörer i staden och med allmänheten.

## SAMVERKAN MED STADENS AKTÖRER

För att skapa den attraktiva staden samverkar kommunen med stadens aktörer; Jönköping City AB (ägs av kommunen, fastighetsägare och köpmän), landstinget, fastighetsägare, verksamhetsidkare, aktörer i samhället samt andra myndigheter och organisationer. Samverkan sker på olika sätt i olika skeden och omfattar alltifrån idéer och planering till finansiering och genomförande. Ett antal delprojekt inom stadsbyggnadsvisionen genomförs med hjälp av samfinansiering.



gårdagens stadsbild

gårdagens visionsbild

dagens stadsbild

# läge för förändring

Översta fotot till vänster visar hur Jönköpings stadskärna såg ut innan arbetet med Stadsbyggnadsvisionen. Visionen innebar delvis att fysiskt förändra stadskärnan genom att ta tillbaks a-läget vid vattnet från bilismen till människorna. Kommunikationerna är fortfarande självklart en viktig del i stadskärnan och därför byggdes en bro där två av trafikfältet flyttades från Södra Strandgatan till bron. För att få plats för brofäste och ytterligare mark för exploatering fylldes ca 3 ha av sjön ut. I och med detta frigjordes 120 000 $m^2$ trafikyta till exploaterbar mark. Mellersta bilden till vänster visar hur visionsbilden för detta såg ut och den nedersta visar att vi har kommit en bra bit på vägen!

**LÄGET UNDER ÅREN 2000 – 2009**

Några av stadsbyggnadsvisionens spår i stadsmiljön är under den här tiden är:

**Piren** renoverades och gjordes till en mötesplats med sommarrestauranger. **Resecentrum** byggdes för att höja attraktiviteten för kollektivtrafiken. **Hamnparken** skapades för att förbättra länken mellan Östra och Västra centrum. Norra delen av Hamnkanalen byggdes om för att göra kanalen mer tillgäng. Vid **Hotellplan** har de parkerade bilarna fått flytta och träbryggor anlagts. Trappor på västra sidan har gjort att man kan röra sig längs kanalen. För att stadskärnan ska kunna vara konkurrenskraftig och fungera på ett bra sätt krävs parkeringsplatser. **Smedjans parkeringshus** ger Östra centrum drygt 500 nya parkeringsplatser som ersättning för motsvarande antal platser på ”rivningstomter” som idag bebyggs. **Lantmätargränd** har under många år på grund av brand och rivningar haft obebyggda ytor. Under 2004-2007 har en ny bebyggelse uppförts med butiker i markplanet och bostäder i de övre våningarna, vilket skapat ett välfrekventerat stråk i Östra centrum som är väl anpassat till omgivande kulturmiljö. Ett antal delprojekt har genomförts för att **förbättra ljusmiljön** i stadskärnan, både i gatumiljöer, parker och torg. Som exempel på de största delprojekten kan nämnas Rådhusparken, Braheparken, Hovrättstorget, Lasarettsparken m fl. **Filmstadens** tillkomst och arkitektur skapade en ny regional mötesplats på Väster. Byggnaden innehåller även lägenheter, butiker och restauranger. Tillsammans med detta utformades **Lundströms plats** till ett prominent torgrum och till stadens entré. Första kvarteret på **Östra kajen** har byggts med ca 100 lägenheter i bostadsrättsform.

Bostäderna uppfördes i U-format kvarter som öppnar sig mot vattnet för att ge maximal kontakt med Munksjön. Förvandlingen längs med **Hamnkanalen** har fortsatt i den södra delen med hjälp av att bussarna flyttades bort och de parkerade bilarna lades längre bort från kanalkanten. Allmänheten kan njuta mer av kanalen och dess vattenspegel på ett helt annat sätt samtidigt som det skapar en länk mellan Piren vid Vättern och den framtida **Bauers Brygga** vid Munksjön. I kv Diplomaten vid Östra torget har ett nytt **Arkivhus** byggts med tillhörande **parkeringshus** med 325 platser. **Förnyelsen av Östra centrum** pågår för fullt med insatser fokuserade på helhet och samverkan från kommun, fastighetsägare och handel. Projektet stärker attraktionskraften och konkurrensmöjligheterna för Jönköping som regionstad och för Östra centrum, så att en stark och attraktiv stadskärna skapas. Projektet innehåller delprojekt kring destinationsutveckling, kultur och upplevelser, hållbara kommunikationer, varudistribution, enkelt avhjälpta hinder, samordningsfrågor, trygghet, verksamhetsmix och fysisk utformning. Under 2009 har fysiska arbeten gjorts med att byta ut möblering, ny markbeläggning, varudistributionsåtgärder och renovering av fastigheter. ”Toaletter för alla”, ”Bondens torghandel” och utomhusbio är också delar av Förnyelsen av Östra centrum. Samtidigt kompletteras området med fler bostäder, både via omvandling av hela kvarter samt via påbyggnader på befintliga byggnader. Hela projektet planeras färdigställas under 2011. Kring norra delen av Munksjön håller **Scenkonstens hus** på att växa fram på södra kajen för Smålands Musik och Teaters räkning. Norrporten bygger en **domstolsbyggnad** där Domstolsverket kommer att samlokalisera Tingsrätten och den nya Förvaltningsrätten. Andra kvarteret i **Östra kajen** kommer att bebyggas med ca 100 lägenheter i hyresrättsform. Vätterhem och Riksbyggen bygger ca 50-60 bostäder på västra kajen. **Magnus Ladulås plats**, ytan framför gamla Lantmäteriet, kommer att göras om till en mötesplats med en central fontän/bassäng omgiven av gradänger. Bassängen ska även kunna fungera som skridskobana vintertid. På väster ska knytningen till Västra centrum förbättras när **Järnvägsgatan** får ny sträckning och entrén till **Tändsticksområdet** görs om, där det finns planer för en hotell- och parkeringsanläggning, som ger puls och ökad tillgänglighet.

# läge för handel och nöje

Undersökningar och enkäter som genomförts bland besökare och medborgare i Jönköping visar att det man tycker är speciellt med Jönköping jämfört med städer i liknande storlek framförallt är närheten till vattnet. Jönköping är en vacker stad med sina gågator i centrum utan biltrafik. Staden upplevs som mysig med en trevlig atmosfär och ett bra utbud av affärer och serveringar. Det uttrycktes en önskan om längre öppettider, fler allmänna toaletter samt lägre p-avgift. För att skapa högre kvalitet på besöksupplevelsen har bl a följande åtgärder genomförts i samverkan:

**Längre öppettider** infördes på Öster under 2009 på vardagar till 19.00 i ett antal butiker.

**Toaletter för alla** är en del av Östra centrum-projektet. Caféer och restauranger har öppnat upp sina toaletter för allmänheten som ett komplement till de befintliga allmänna toaletterna.

**Ny parkeringstaxa** 3 timmar för 20 kronor i samtliga parkeringshus genomfördes med hjälp av Tekniska kontoret, parkeringsbolaget och Jönköping City.

**Diplomerad Fairtrade City** blev Jönköpings kommun 2009. Ett antal butiker och caféer i kommunen erbjuder allmänheten att göra ett etiskt val.

**Utbildningar för medlemmar i Jönköping City** i service, bemötande, butiksskyltning och den ultimata shoppingupplevelsen för kunden har genomförts med bl a Jönköping Hotell & KonferensBokning.

**Tillgänglig stad för alla** är ett delprojekt i stadsbyggnadsvisionen som arbetar med fysiska förbättringar och information till butiksinnehavare och fastighetsägare för att öka tillgängligheten i stadskärnan.

**Bondens torghandel** arrangeras på Hovrättstorget med närproducerade gårdsprodukter och aktiviteter för barnen med bl a ponnyridning, höhoppning och smådjurspark. Ett samarbete mellan Jönköpings kommun, LRF och Småbrukarna i Jönköpings län.

**Konsthall 1.0** har den lilla brovaktstugan på Slottsbron i centrala Jönköping blivit genom Kultur Jönköpings kommun och tekniska kontoret. En ny scen för samtidskonst i Jönköping – lättillgänglig dygnet runt, ger nya möjligheter för konst och publik.

**Utveckling av aktiviteter och arrangemang** sker genom samverkan med bl a Jönköpings kommun och Jönköping City. Exempelvis Jönköping Open, Vätterns sjöfart, öppna vattenaktiviteter i Munksjön, utomhusbio och konstevent i det offentliga rummet.

**Jönköpings marknad** är det största evenemang som anordnas och marknaden blir starkare och bättre för varje gång. Det blir marknadsyra i hela stan, då butikerna flyttar ut på gatorna med massor av attraktiva varor till osannolikt låga priser. Marknadsknallar från när och fjärran kommer också till Jönköping för att delta på några av årets festligaste dagar i Jönköping.

**Rena rama jönköping** är ett projekt kring städning och underhåll i stadskärnan. Arbetsgruppen består av representanter för kommunen, Jönköping City och fastighetsägare i city. Renhållning kan bli bättre och effektivare men det är nedskräpningen som är problemet. Målsättningen är att Jönköping centrum ska bli en skräpfri zon. En positiv grundsyn, inga pekpinnar! Kampanjen ska kopplas till pågående stadsförnyelse och fysisk uppsnyggning i stadskärnan. Metoden är att kampanjen byggs i tre steg med följande innehåll:

- Uppmärksamma nedskräpningen och synliggöra renhållningen
- Uppmana till brett engagemang
- Skapa bestående effekter

**Trygghet i staden** är en viktig del i stadsbyggnadsvisionens arbete för att människor ska vilja och våga vistas utomhus under dygnets alla timmar. Trygghetskänslan i stadskärnan ska öka och på så sätt även höja stadens attraktivitet. En del i projektet består av fysiska åtgärder som t ex belysning av gångtunnlar och översyn av vegetation och den andra delen består av beteendepåverkan.

Ett samarbete med Röda korset har startats för att öka tryggheten i stadskärnan. Röda korset går nattvandringar minst en gång/månad utanför krogarna. De blir på så sätt en hjälpande hand om natten.

# Jönköping Citys affärskoncept

## Vision
”Jönköping city är så trevligt att besökaren kommer tillbaka och rekommenderar andra att göra ett besök. I bred samverkan skapar vi Skandinaviens mest attraktiva stadskärna i sin storlek.”

## Affärsidé
”Jönköping City är ett centrumutvecklingsbolag som stärker Jönköpings stadskärna genom ett aktivt samarbete mellan handeln, fastighetsägarna, kommunen och övrigt näringsliv. Målgruppen för verksamheten är besökaren.”

## Värderingar
Tryggt – Att vistas i stadskärnan ska kännas säkert
Tolerant – Alla som vill besöka stadskärnan är välkomna
Trovärdigt – All utveckling av stadskärnan sker långsiktigt och medvetet
Trevligt – Att besöka stadskärnan är alltid trevligt
Tillgängligt – Stadskärnan ska vara tillgänglig för alla

**JÖNKÖPING CITY MARKNADSFÖRING**

Vi marknadsför City på olika sätt, bl.a: tryckta annonser, radioreklam, utomhusreklam och webb.

**JÖNKÖPING CITY INFORMATION, DELAKTIGHET, DEBATT OCH OPINION**

Möjlighet att påverka och tycka till i frågor som rör vår gemensamma stadskärna. Medlemsmöten och inbjudan till andra medlemsevenemang.

**JÖNKÖPING CITY UTBILDNING**

Vi erbjuder aktuella, användbara och inspirerande utbildningar till våra medlemmar.

**JÖNKÖPING CITY EVENEMANG**

Evememang som lockar besökare till Jönköping City.

**JÖNKÖPING CITY TRIVSEL**

Julbelysning, flaggspel, blommor och bänkar är exempel på saker som ökar trivseln i city.

**JÖNKÖPING CITY STADSKÄRNEFÖRNYELSE**

Jönköpings stadskärna är en helhet där tillgänglighet, utbud, aktiviteter och bemötande ingår liksom den fysiska utformningen.

**JÖNKÖPING CITY RÄTT BUTIKSMIX/ LOKALFÖRMEDLING**

En attraktiv butiksmix gynnar alla. Vi jobbar tillsammans med fastighetsägarna för att hitta denna mix.

**JÖNKÖPING CITY ERBJUDANDEN OCH RABATTER**

Tillsammans är vi starka och skriver gemensamma avtal för bättre priser!

**JÖNKÖPING CITY RENT OCH SNYGGT**

I samverkan med fastighetsägare och kommun genomför vi projektet Rena Rama Jönköping.

**JÖNKÖPING CITY TRYGGT OCH SÄKERT**

I samverkan med bland annat polisen jobbar vi för att öka tryggheten i city.

Jönköpings stadskärna är en helhet där tillgänglighet, utbud, aktiviteter och bemötande ingår liksom den fysiska utformningen på gator, torg och byggnader. Därför är det lika viktigt med bra kommunikationer och P-platser som att det är rent och snyggt och att de som arbetar i butikerna är kunniga och serviceinriktade.

En attraktiv stadskärna lägger grunden för lönsam handel och god fastighetsekonomi. Samtidigt ökar stoltheten och samhörigheten hos kommunens invånare och kommunen får en tydlig identitet. Ett framgångsrikt arbete kan bara ske i samverkan mellan kommunen och de övriga huvudintressenterna; fastighetsägare och köpmän.

Jönköping City deltar aktivt i olika projekt- och samverkansgrupper och är en naturlig samarbetspartner i det gemensamma arbetet med att göra Jönköping till Skandinaviens mest attraktiva stadskärna i sin storlek.

# cityläge

Jönköping City AB är ett cityutvecklingsbolag som ska stärka Jönköpings stadskärna i sin helhet genom ett aktivt samarbete mellan handeln, fastighetsägarna, kommunen och övrigt näringsliv. Tillgänglighet, utbud, aktiviteter och bemötande liksom den fysiska utformningen på gator, torg och byggnader är viktiga ingredienser för helheten.

Verksamheten vänder sig ytterst till en mycket tydlig målgrupp – Besökaren. Jönköping City AB ägs av Fastighetsägare i city, Jönköpings köpmannaförening och Jönköpings kommun. Verksamheten omsätter drygt 5 MSEK och har cirka 200 medlemmar.

## ORGANISATION
Styrelsen består av representanter för kommunen, fastighetsägarna och handeln i city. För den dagliga verksamheten ansvarar VD samt en cityledare.

## REFERENSGRUPPER

Under 2008 bildades två referensgrupper med ledamöter från samtliga intressenter.

**Referensgruppen för strategisk utveckling (SU)** är inriktat på frågor av mer långsiktig karaktär, t ex utbud, tillgänglighet och stadsbyggnadsfrågor.

**Referensgruppen för daglig operativ verksamhet (DOV)** behandlar frågor som berör arrangemang, aktiviteter, skötsel mm.

## FRUKOSTMÖTEN OCH STORMÖTEN

Varje månad inbjuds Jönköping Citys medlemmar till frukostmöte, ett på Öster och ett på Väster. Vid frukostmötena lämnas aktuell information och medlemmarna har möjlighet att ta upp olika aktuella frågor. Kommunens projektledare för stadsutveckling deltar och fungerar som en viktig länk mellan Jönköping City och de kommunala förvaltningarna.

Kommande byggnation i kv Atollen. Illustration av White.

# läge för nya etableringar

Det händer mycket i Jönköpings stadskärna nu och det skapar också nya möjligheter för nya etableringar. Förändringar sker både via omvandling av lagerlokaler i källarvåningar till attraktiva butikslokaler, och via nybyggnationer som t ex Magasinen och Kv Ansvaret.

**MAGASINEN**

I norra delen av Munksjön byggs en brygga och tre sjömagasin med mötesintensiv, mestadels kommersiell, verksamhet. I det första magasinet har Design House Stockholm öppnat en butik och hela området kommer att vara färdigt till sommaren 2010. Här skapas stadskärnans soligaste läge!

**ANSVARET**

Kv. Ansvaret har länge varit en rivningstomt som använts som parkering. Nu är det bebyggt med kommersiella ytor i bottenvåningen och kontor i resterande delar. Detta har skapat en attraktivare stadsbild med nya rörelser i nord-sydlig riktning och ökar Östra centrums attraktionskraft och konkurrensmöjligheter.

**ATOLLEN**

Detta kvarter ska innehålla funktioner som gör stadskärnan ännu mer attraktiv och konkurrenskraftig med bl a ca 14 000 m$^2$ kommersiell yta men också kontor och bostäder. Området byggs i tre etapper. Planerad byggstart 2011 och färdigt 2015.

**HANDELSSTRATEGI**

Målsättningen är att handelsstrategin ska bidra till en attraktiv handel för kommunens invånare, besökare och turister samt stärka Jönköping som regionens självklara handelscentrum. Handelsutredningen omfattar både sällanköpshandel och dagligvaruhandel och visar vilka kompletteringar som är önskvärda. Handelsutredningen har mynnat ut i en ny handelsstrategi för Jönköpings kommun framtagen i samverkan mellan kommunen, fastighetsägare och representanter från handeln.

# läge för ett besök?

Frågar du folk om vad som är unikt med Jönköping kommer du att få många svar. Men det finns några som Jönköpingsborna är extra stolta över.

**Vätterstranden** till exempel. En 2000 meter lång sandstrand mitt i centrum. När solen skiner en varm högsommardag fylls stranden med solstolar, filtar och picknick-korgar. Och människor förstås. Som älskar att sola, bada och spela bechvolleyboll.

Mitt i centrum hittar du också **högskolan** med landets enda utbildning för centrumutveckling. Unikt säger många. Här tillbringar över 11 000 studenter från olika håll i världen sin vardag. Högskolan sätter en ungdomlig prägel på staden genom alla studenter som älskar att fika. Bland annat.

Fyra gånger har hockeylaget, **HV 71**, pränatat in Jönköping ännu mer på kartan, genom att ta hem SM-guldet. Varje gång blir det folkfest utan dess like i flera dagar. Jönköpingsborna äskar sitt hockeylag.

Husvagnsfolk, underleverantörer och Dreamhack-entusiaster är några kategorier som årligen kommer till mässhallarna på **Elmia**. De som älskar att besöka mässor eller ställa ut har bra koll på Jönköping.

**Tändsticksområdet** är ett väl bevarat område med vackra tegelbyggnader och en historisk touch av svunnen tid. Här får den som älskar kultur, musik och design ett trevligt besök.

Tidigt varje lördagsmorgon packar torghandlarna upp varor i sina stånd på **Västra torget**. Mitt i Jönköping finns en av landets största befintliga marknader och hit vallfärdar varje vecka kunder som älskar att handla färsk fisk, grönsaker och blommor. Kanske en och annan bra-att-ha-pryl också.

En attraktiv stadskärna behöver också ett starkt kulturutbud. Hösten 2011 inviger **Smålands musik och teater** sin nya plats vid Munksjöns strand, ritad av Gert Wingårdh.

I framtiden tror vi att en **ny stadsdel** växer fram vid södra Munksjön, som idag rymmer ett stort industriområde. Platsen har ett utmärkt läge för att etablera en station för framtidens höghastighetsbanor.

Runt **Munksjön** på Hälsans stig syns de som älskar att motionera. Gå, cykla eller spring.

Hur du än väljer att ta dig till Jönköping är du alltid välkommen. Det finns en flygplats, tågen stannar mitt i stan och E4:an passerar strax utanför, bara att svänga av. Den lokala kollektivtrafiken tar dig vart du vill om du inte vill cykla eller gå. Vi har sett till att göra det enkelt när det är läge för ett besök!

möten människor vatten vättern shopping **sevärdheter** entreprenörskap energi visioner utbildning samarbete möten människor vatten vättern shopping sevärdheter entreprenörskap en-
ergi visioner utbildning samarbete möten människor vatten vättern shopping sevärdheter entreprenörskap energi visioner **utbildning** samarbete möten människor vatten vättern shopping
sevärdheter **entreprenörskap** energi visioner utbildning samarbete mö g sevärdheter entreprenörskap energi **visioner** utbildning samarbete möt
människor vatten vättern shopping sevärdheter entreprenörskap energi visio niskor **vatten** vättern shopping sevärdheter entreprenörskap energi visione
utbildning samarbete möten människor vatten vättern shopping sevärdheter lning samarbete möten **människor** vatten vättern shopping sevärdheter
treprenörskap **energi** visioner utbildning **samarbete** möten människor entreprenörskap energi visioner utbildning samarbete **möten** människor v
ten vättern shopping sevärdheter entreprenörskap energi visioner utbildning vättern shopping sevärdheter entreprenörskap energi visioner utbildning sam
bete möten människor vatten **vättern** shopping sevärdheter entreprenörs ete möten människor vatten vättern **shopping** sevärdheter entreprenörsk

Vi skapar
Skandinaviens
attraktivaste
stadskärna
i sin storlek

JÖNKÖPING city

DESTINATION JÖNKÖPING

JÖNKÖPINGS KOMMUN

Jönköpings kommun, april 2010. Foto: Smålandsbilder m fl. Tryck: Ark-tryckaren