

Bilden av Mora



Februari 2011

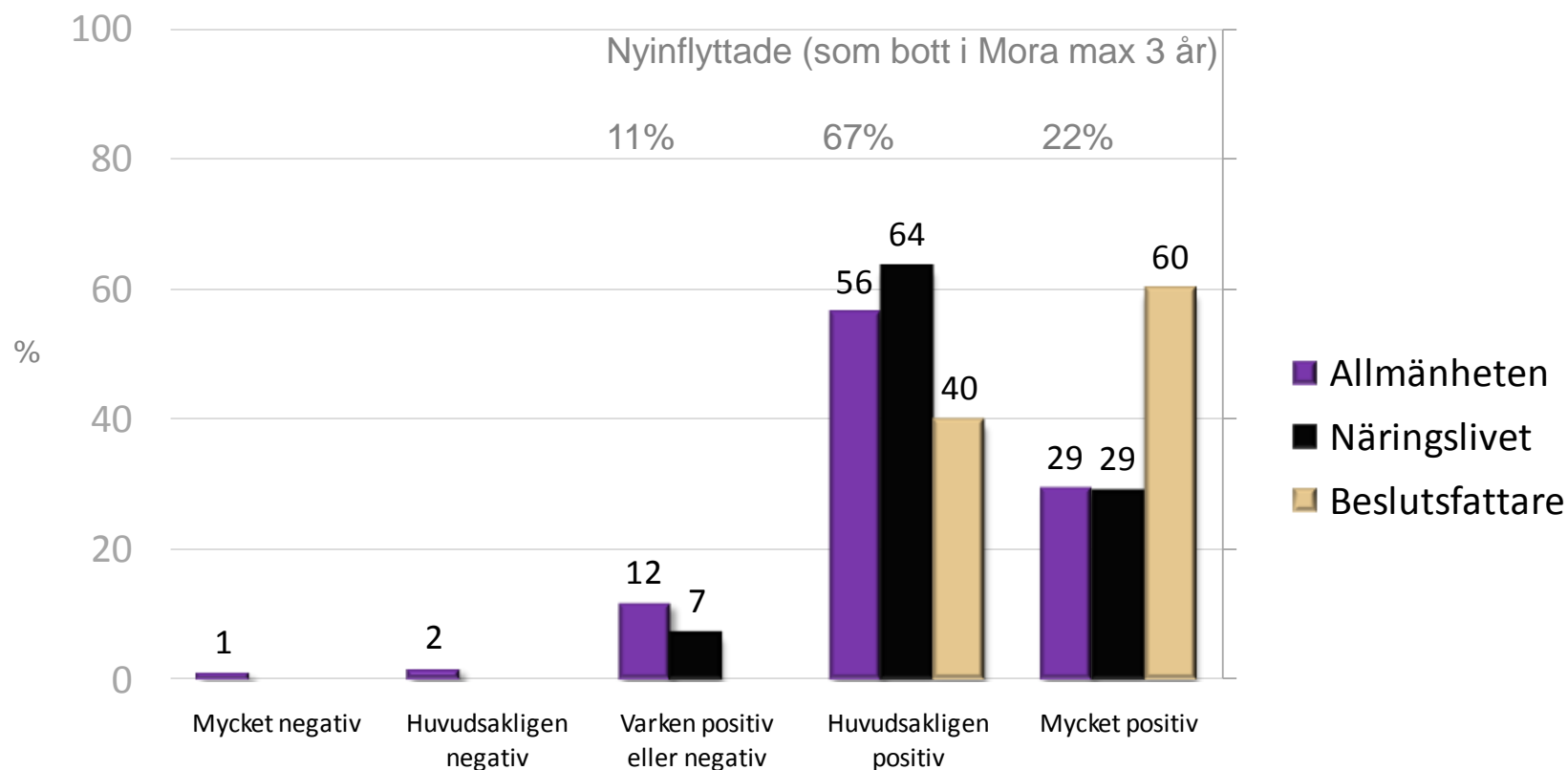
Bakgrund – Metod

- Uppdragsgivare: Mora Kommun / Sprida Reklambyrå
- Uppdrag: Undersökning av synen på Mora bland boende och verksamma i kommunen.
- Undersökningsperiod: Vecka 5-6, 2011
- Metod: Telefonintervjuer
- Antal intervjuer: Totalt 375 intervjuer, fördelade på:
 - 300 intervjuer med privatpersoner
 - 55 intervjuer med representanter för näringslivet
 - 20 intervjuer med beslutsfattare inom kommunen (i undersökningen kallade "Beslutsfattare")
- Svarsfrekvens: Allmänheten: 84% (300 av 356 har velat delta)
Näringslivet: 89% (55 av 62 har velat delta)

HELHETSUPPFATTNINGEN OM MORA

Sammanfattande inställning

Vilken är din sammanfattande inställning till Mora?



Den "interna" inställningen till Mora i stort är väldigt tydligt positiv. Det gäller oavsett om man är privatperson, arbetar i näringslivet eller är beslutsfattare inom kommunen. Det är endast 3 procent som har en negativ inställning.

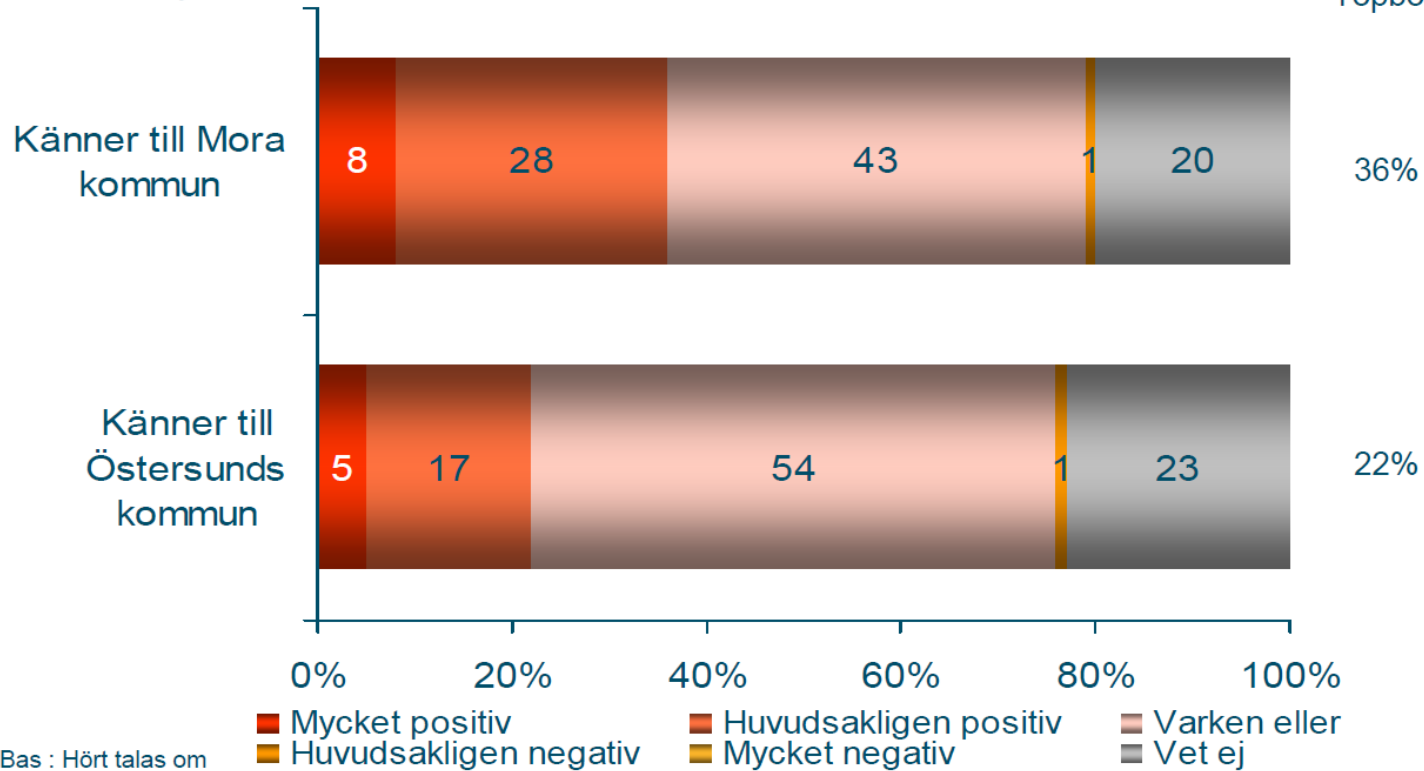
Fördelningen av betygen bland allmänheten ser i stort lika ut oavsett ålder på respondenterna.

Det gäller även för de som är relativt nyinflyttade och som har bott i Mora i högst 3 år.

36% är mycket eller huvudsakligen positiva till Mora kommun

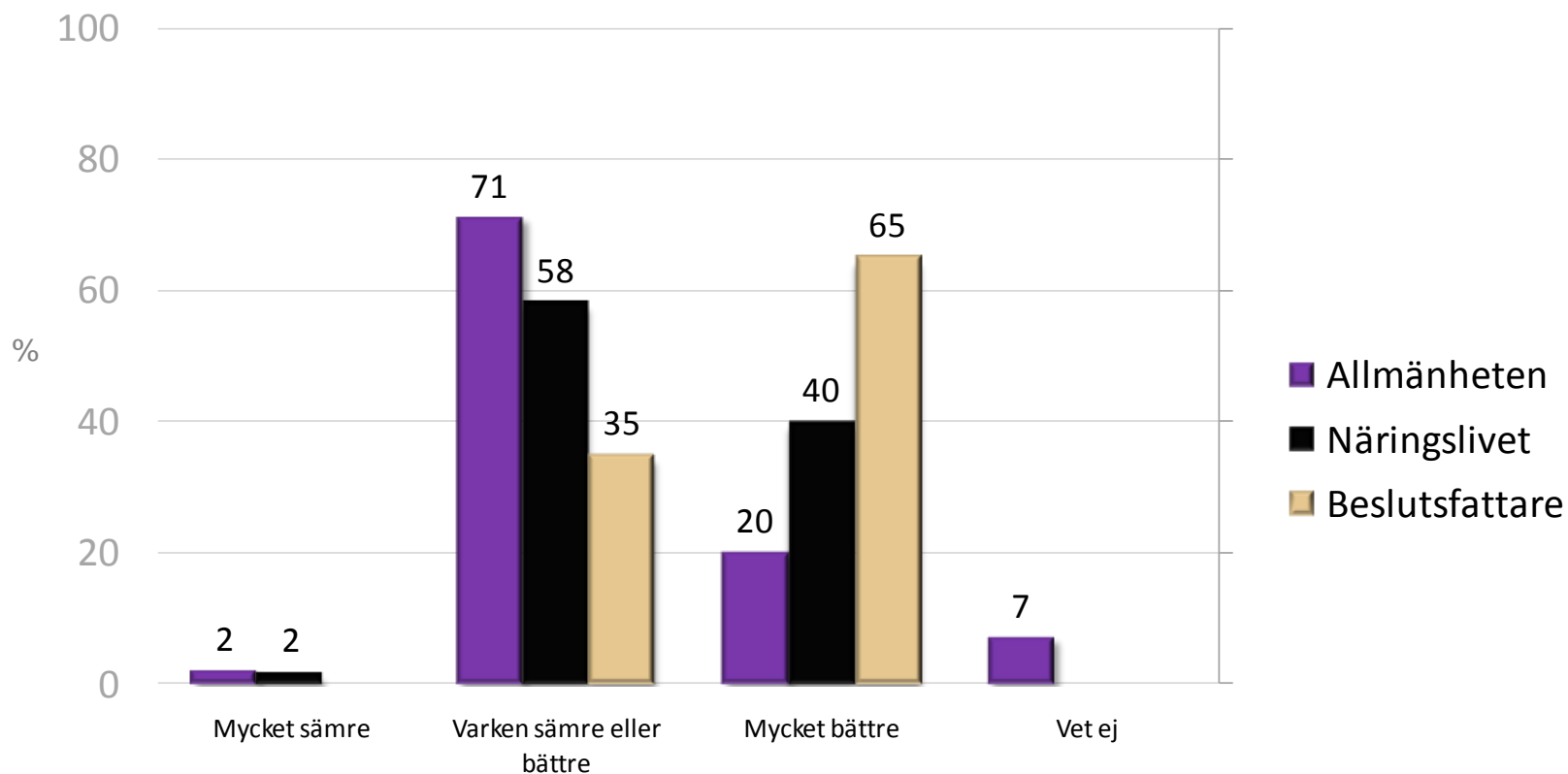
Attityd till Mora kommun, Östersunds kommun

Topbox



Mora jämfört med andra kommuner

Hur bra tycker du att Mora är jämfört med andra kommuner?



I direkt jämförelse med andra kommuner, så tycker dock den största delen (71%) av allmänheten att Mora är varken sämre eller bättre än andra kommuner. Detsamma gäller för majoriteten 58% av näringslivet. Här är det dock en större andel (40%) som tycker att Mora är bättre än andra kommuner. Bland beslutsfattarna så tycker majoriteten (65%) att Mora är bättre än andra kommuner.

Spontana associationer

Vad associerar du spontant med Mora i stort?

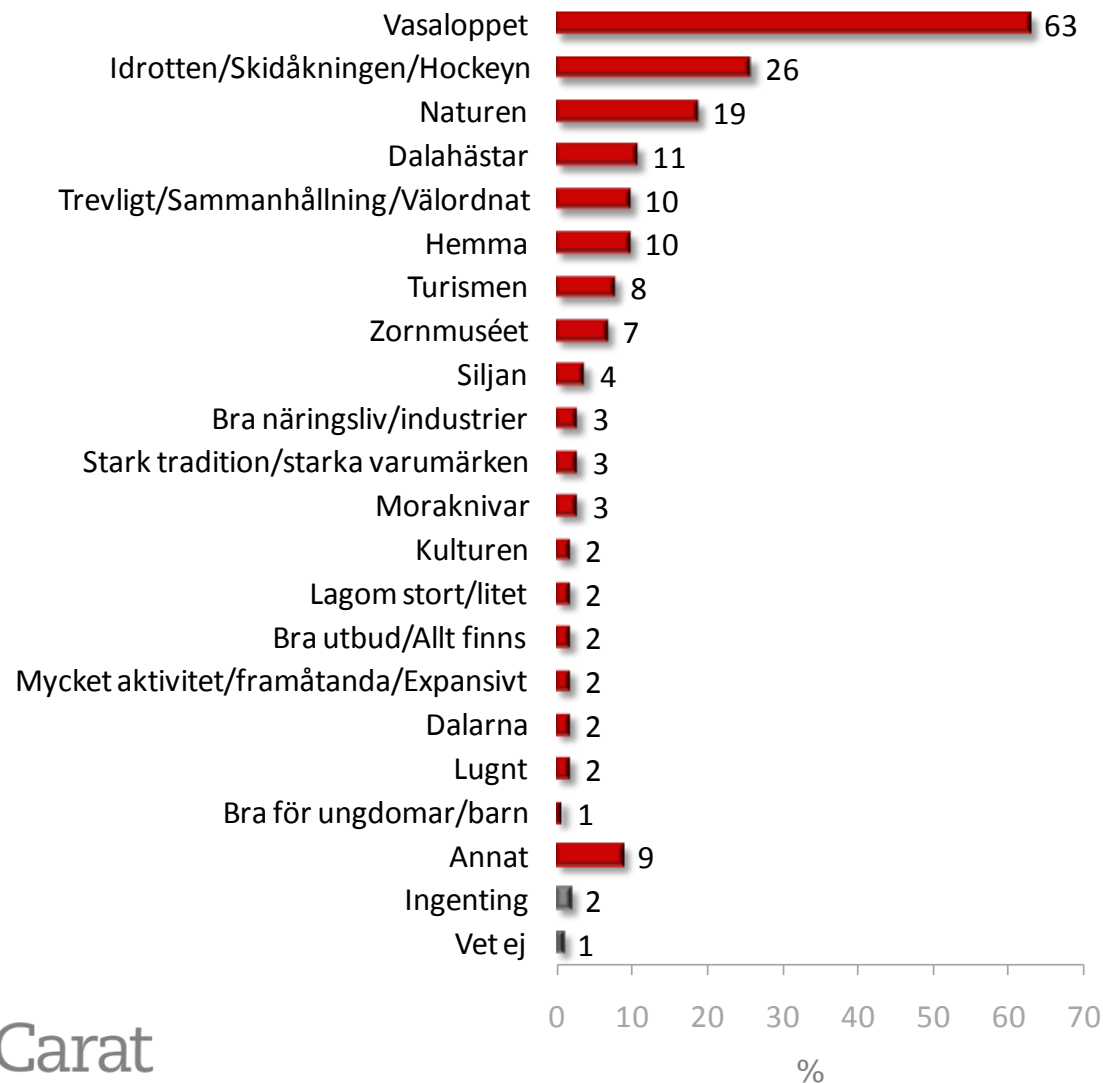
Allmänheten



Spontana associationer

Vad associerar du spontant med Mora i stort?

Allmänheten



Associationerna är väldigt lika internt och externt.

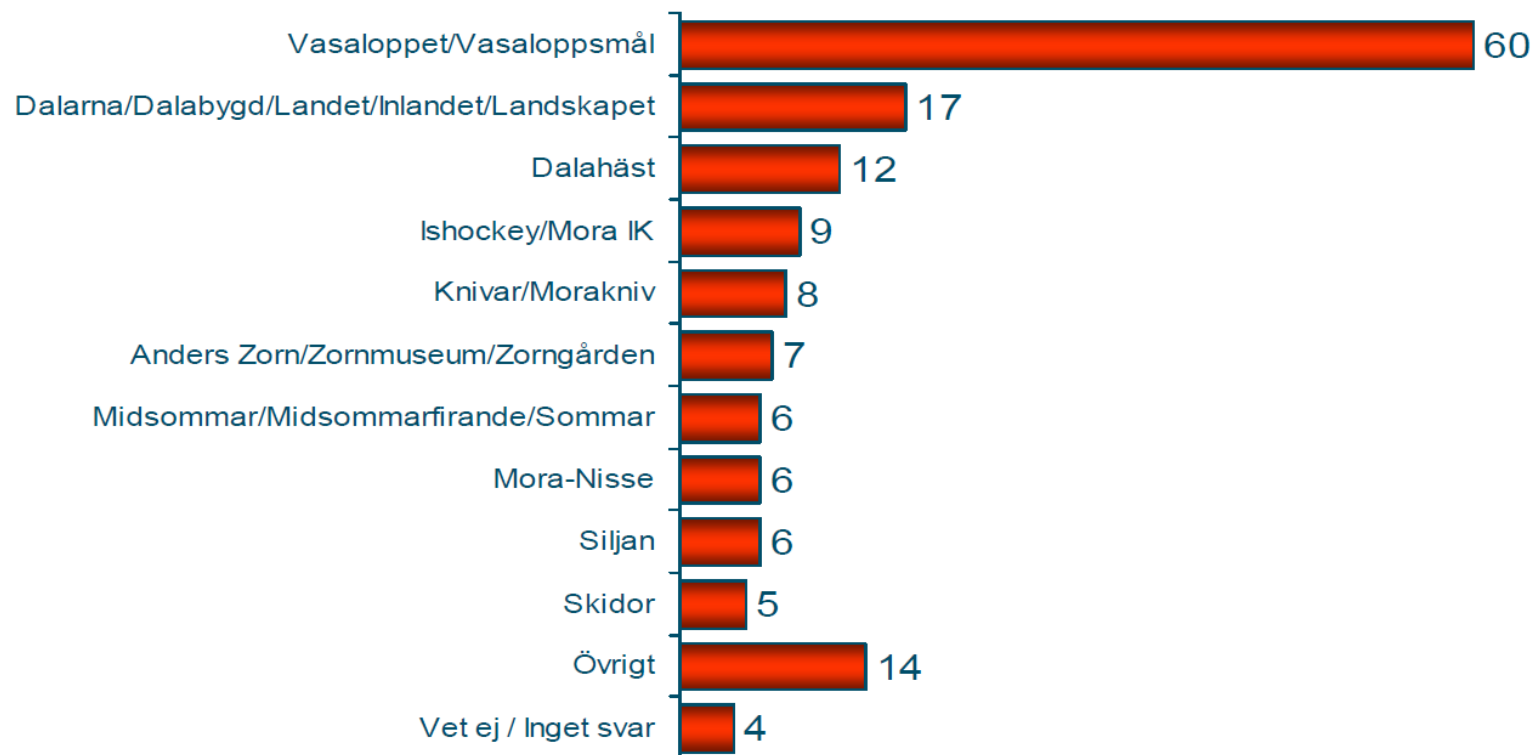
Runt 60% associerar Mora till Vasaloppet.

Därefter är det lite för långt ned till de andra associationerna.

Idrotten och naturen är det som tydligt kommer på platserna därefter internt.

Associationer

Vad associerar du med Mora kommun?



Spontana associationer

Vad associerar du spontant med Mora i stort?

NÄRINGSLIVET

- *Hockey, Vasaloppet och vintersäsong.*
- *Turism, öppenhet, fin natur.*
- *Vasaloppet, Siljan, dalahästar.*
- *Zornmuséet, Vasaloppet, idrott, natur och kultur.*
- *Skidåkning, kultur, natur, industri, livskvalitet.*
- *Framåtanda och tradition.*
- *En kommun på frammarsch.*
- *Idrottsstad, Vasaloppet.*
- *Vasaloppet, dalahästar och Mora IK.*
- *Skidåkning, Vasaloppet, turismen.*
- *Vasaloppet, bra företagsklimat.*
- *Bra kommun, vacker natur och bra näringslivsklimat.*
- *Bra företaganda, turismen kring Vasaloppet, trähästar.*
- *Vasaloppet och företagsvänligt.*
- *Hemkommun, centralt mitt i Sverige, lätt att ta sig till Stockholm, fin natur och mycket möjligheter.*
- *Friskvård, aktivt levnadssätt, miljötänkande, energifokus.*
- *Skidåkning, friskvård, vacker natur.*
- *Turister, Vasaloppet, dalahästar och fin natur.*



Carat

Spontana associationer

Vad associerar du spontant med Mora i stort?

BESLUTSFATTARE

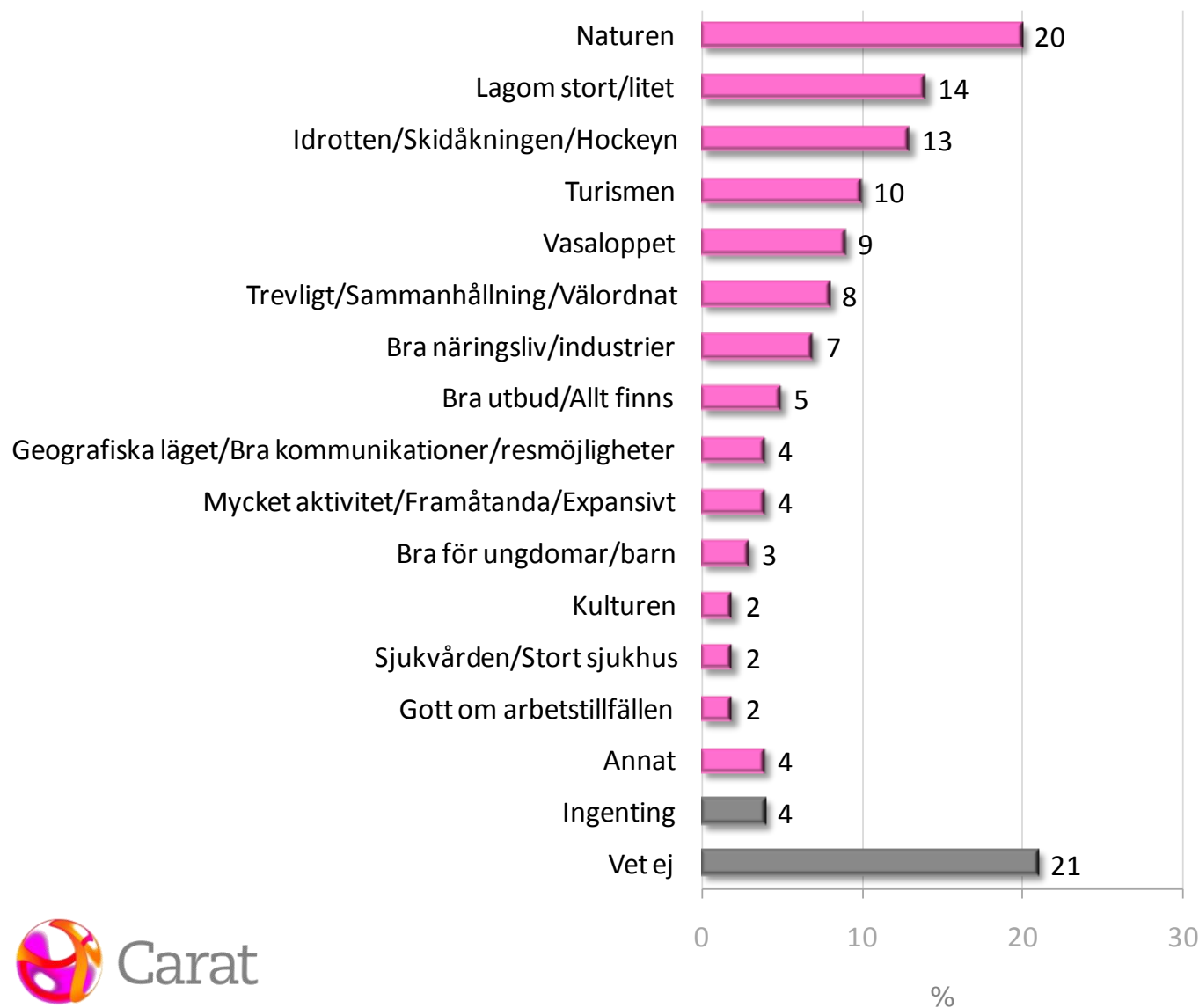
- Bra fritidsysslor, bra kommun, mycket arrangemang och bra arbetsmiljö.
- Frihet, mycket trevligt ställe att bo på.
- Möjligheter, natur, frihet, utveckling, sport.
- Vasaloppet, Siljan, handelsort, morakniven.
- Småstad med stora naturtillgångar, bra ställa att bo på.
- Hemkommun, Vasaloppet, Mora IK, kända företag, Tomteland och Gesunda.
- Vinter, Vasaloppet, kultur, idrott, turism, natur, historia, briljant, Zorn, folkdräkter, musik och entreprenörskap.
- Skidåkning och friluftsliv.
- Sport, kultur, friluftsliv.
- En kommun med många friluftsmöjligheter, idrottskommun, turister, besöksnäring.
- Vasaloppet, Zorn.
- Vasaloppet, kultur, idrottsstad, vacker natur.
- Vasaloppet, vinter, idrottsliv, bra natur, vacker ort.
- Fritidsort, företagsam.
- Vacker natur, trevligt, lokalt, Vasaloppet, kultur, friluftsliv och närhet till allt.
- Kultur och kvalité, skön ort, fritid och natur.
- Idrotts- och fritidskommun, Vasaloppet, dalahästar, Anders Zorn.
- Händer mycket i Mora, idrott, kultur och musik.
- Bra natur, framtidsglädje och en ort som är i utvecklingsfasen.
- Bra kommun med gott rykte, fin miljö.



Carat

Styrkor jämfört med andra kommuner i stort

Vilka styrkor tycker du att Mora har jämfört med andra kommuner i stort?



Den främsta upplevda styrkan hos Mora hos allmänheten är tillgången till naturen och möjligheten till friluftslivet.

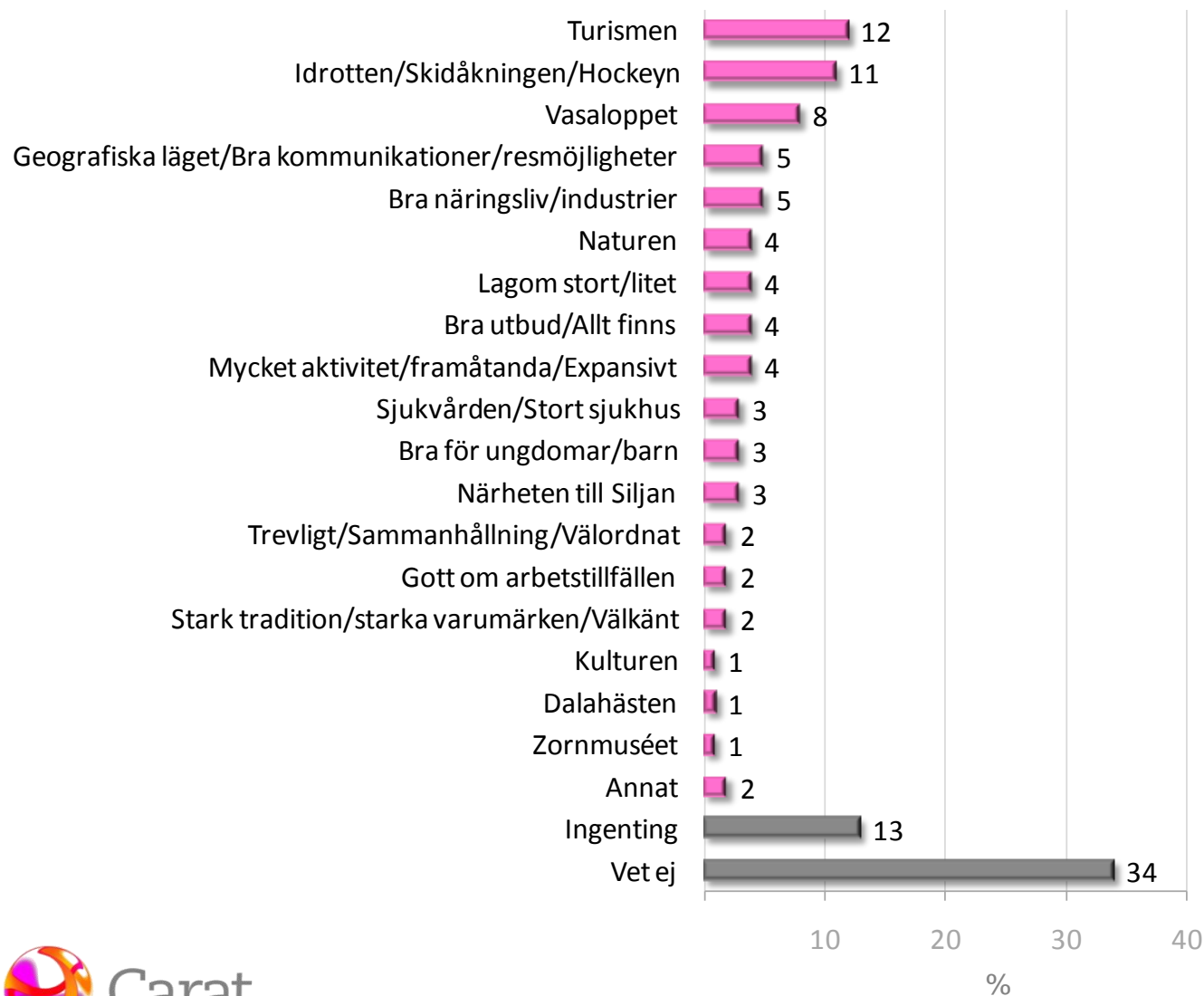
Därefter kommer att det är en lagom storlek på stan. Som både gör att det mesta som man behöver finns, samtidigt som det är en trevlig stämning i stan.

Möjligheten till sportaktiviteter är också central.

Relativt få nämner spontant kulturen.

Styrkor jämfört med andra kommuner i Dalarna

Vilka styrkor tycker du att Mora har jämfört med andra kommuner i Dalarna?



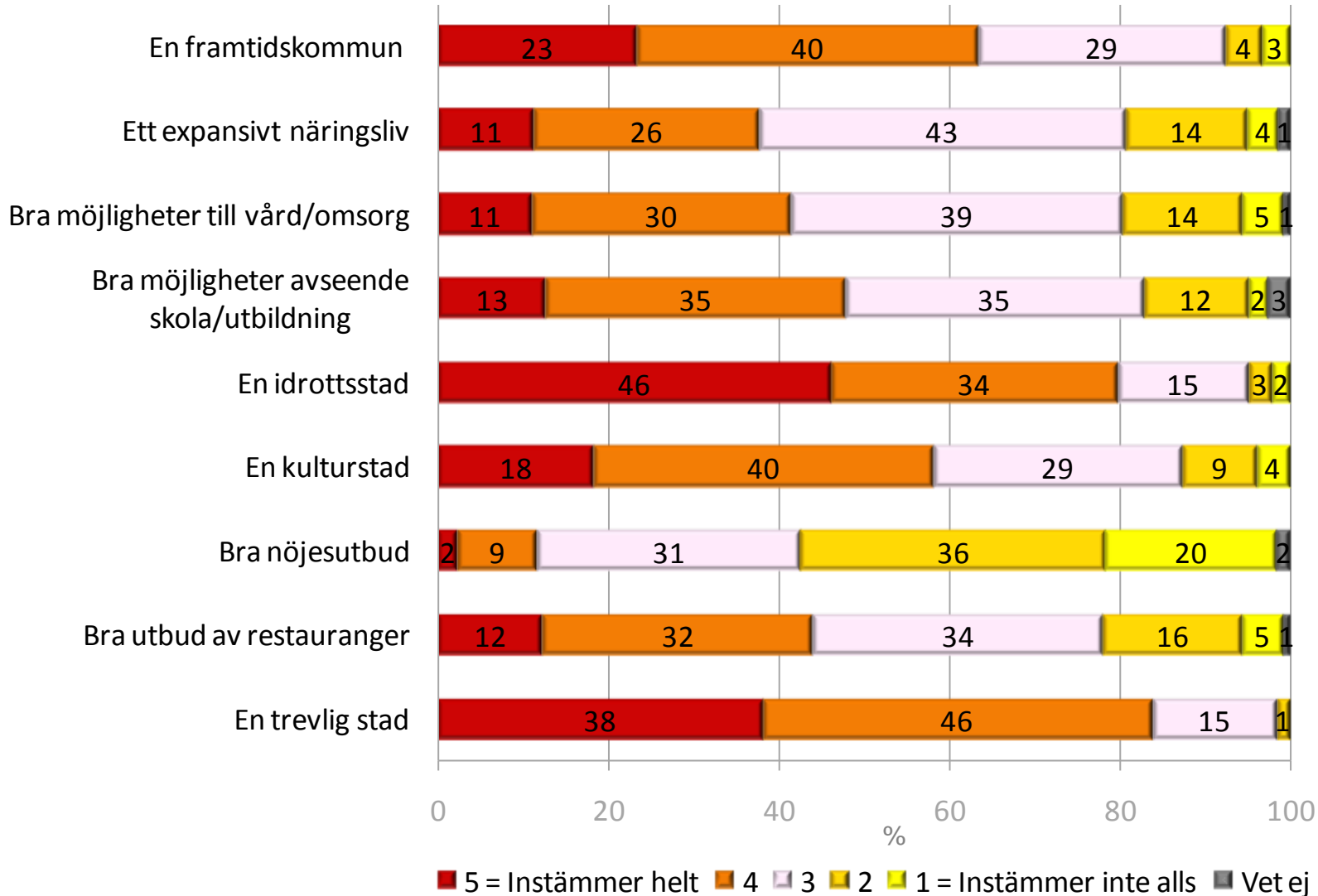
Naturupplevelsen blir inte alls samma konkurrensfördel jämfört med andra kommuner i Dalarna. Närheten specifikt till Siljan nämns dock av en del.

Det är hela 47 procent som inte kan nämna något specifikt som är bättre med Mora.

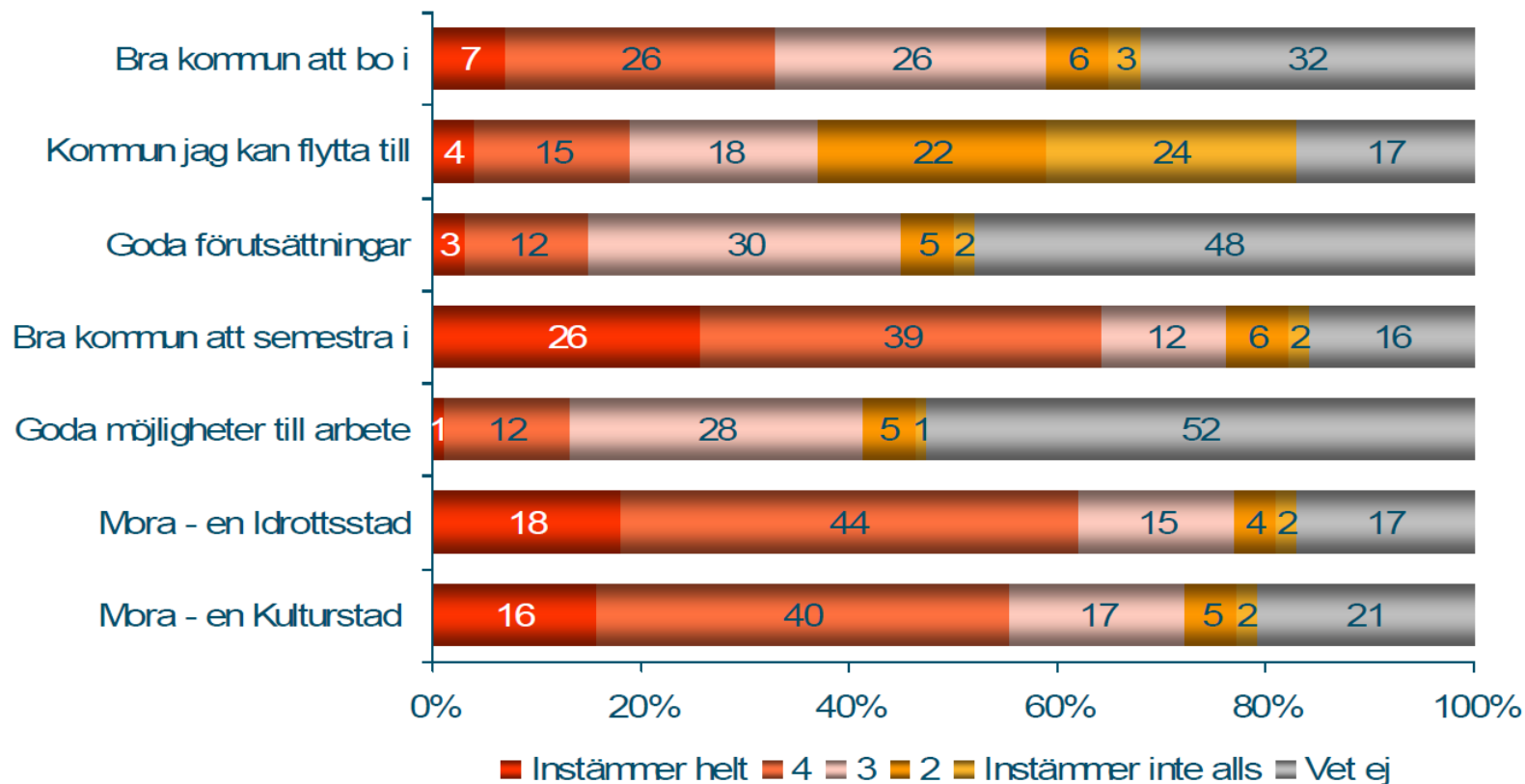
UPPFATTNINGEN OM SPECIFIKA OMRÅDEN

Detaljattityder - Allmänheten

Hur väl instämmer du i följande påstående om Mora?



Detaljattityder



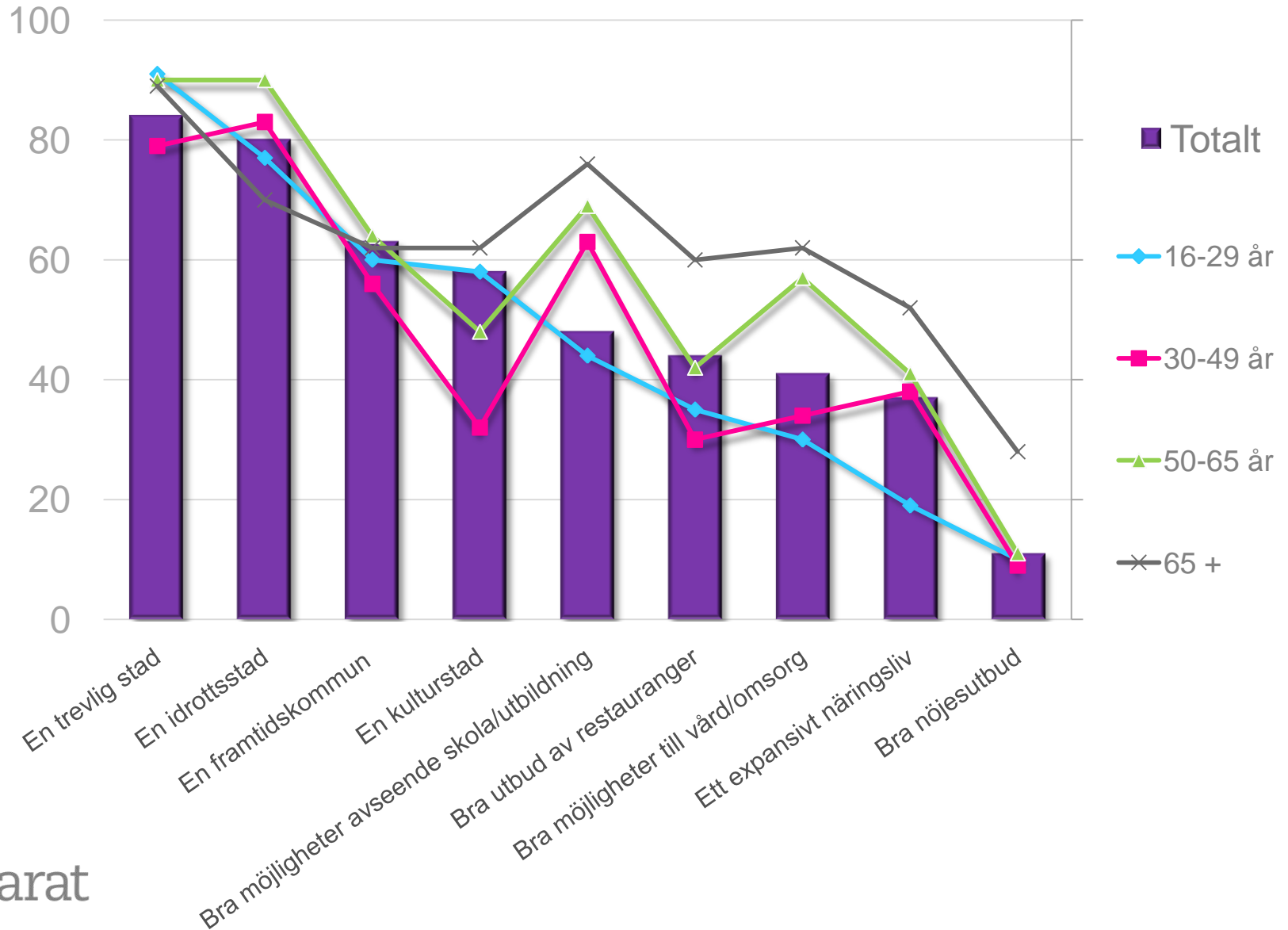
Bas: Alla

© Synovate 2008

28

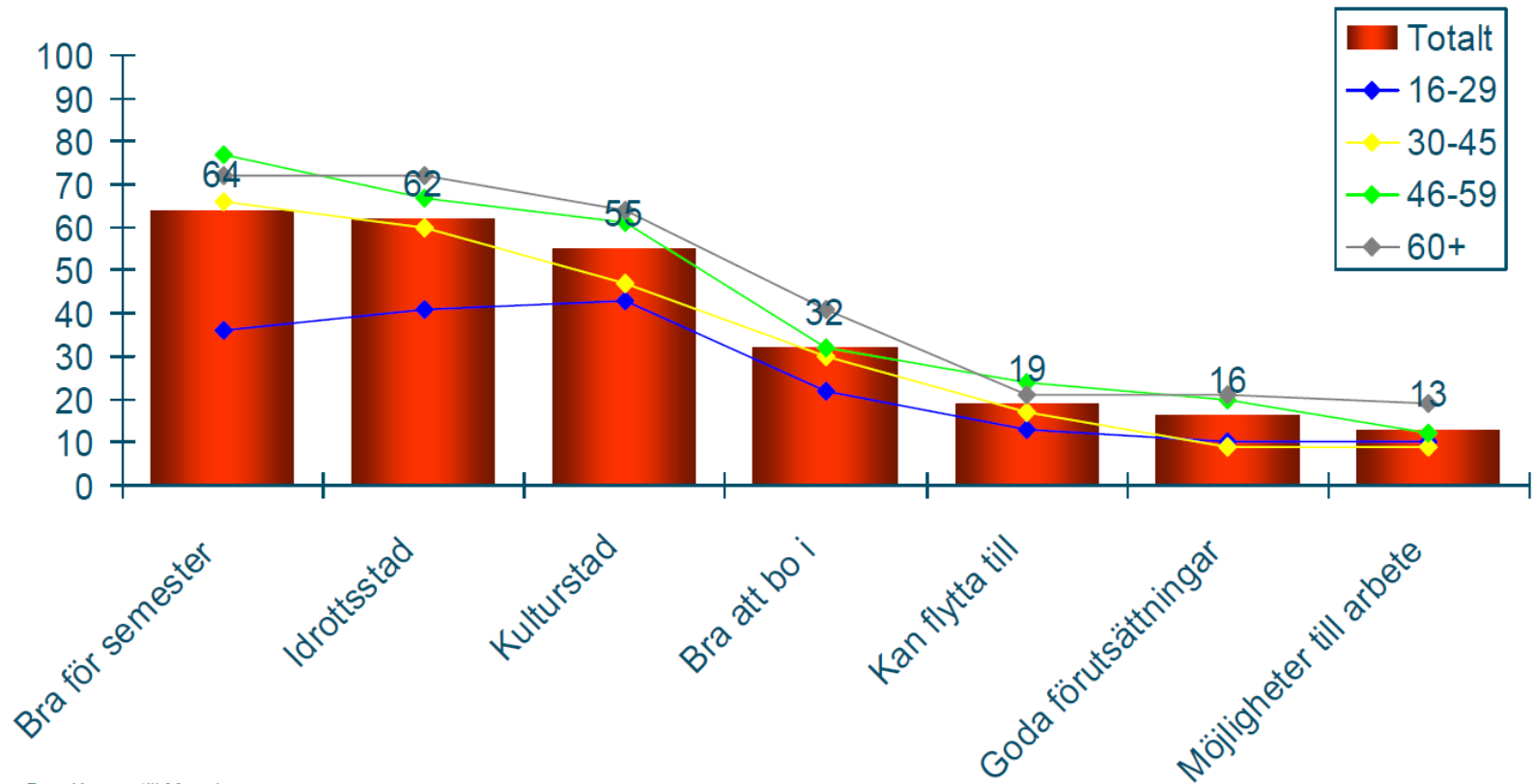
Detaljattityder - Allmänheten

Hur väl instämmer du i följande påståenden om Mora? Översikt över de som givit betyg 4-5



Detaljattityder Mora kommun

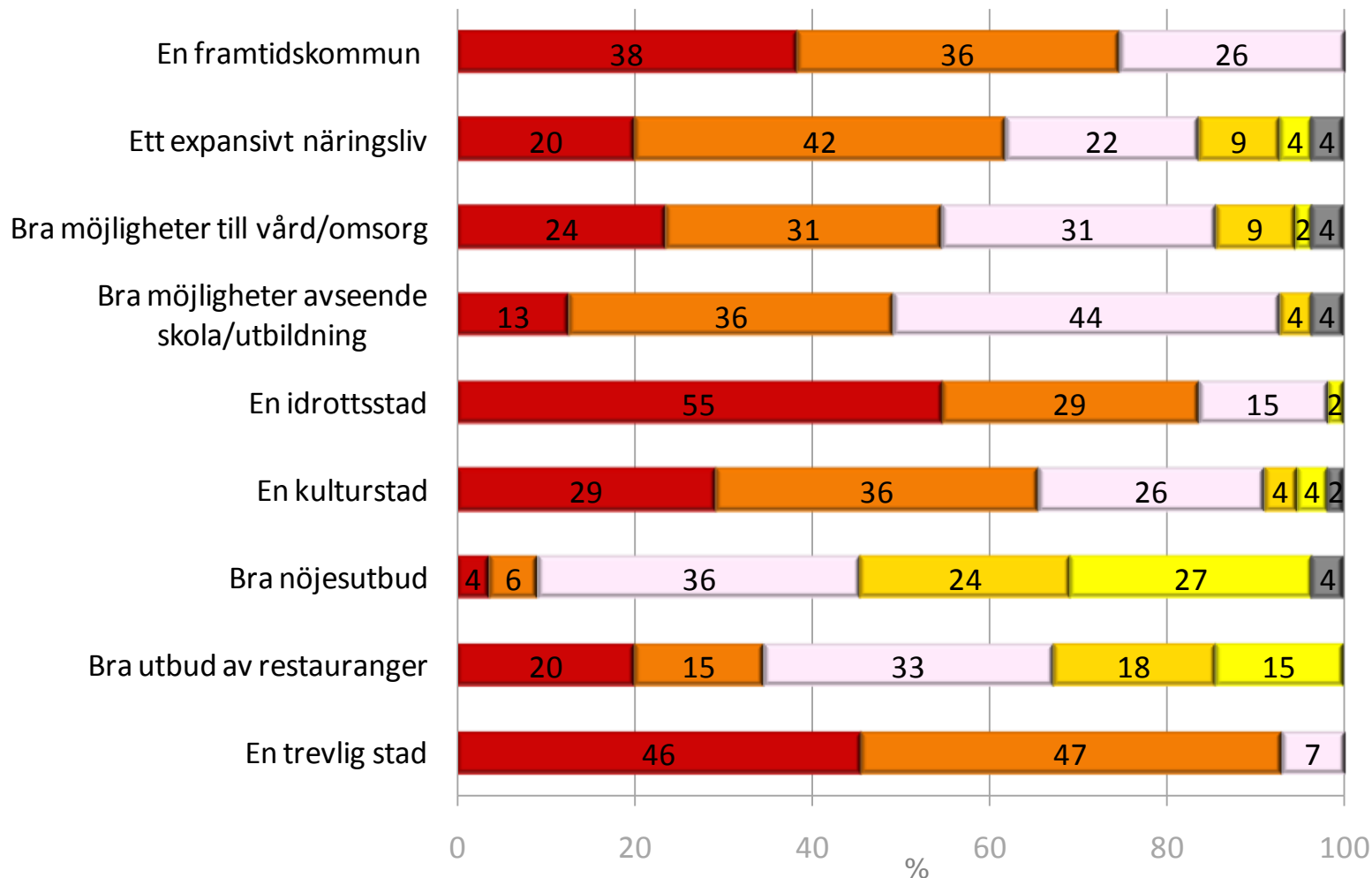
Totalt jämfört mot ålder



Bas: Känner till Mora kommun

Detaljattityder - Näringslivet

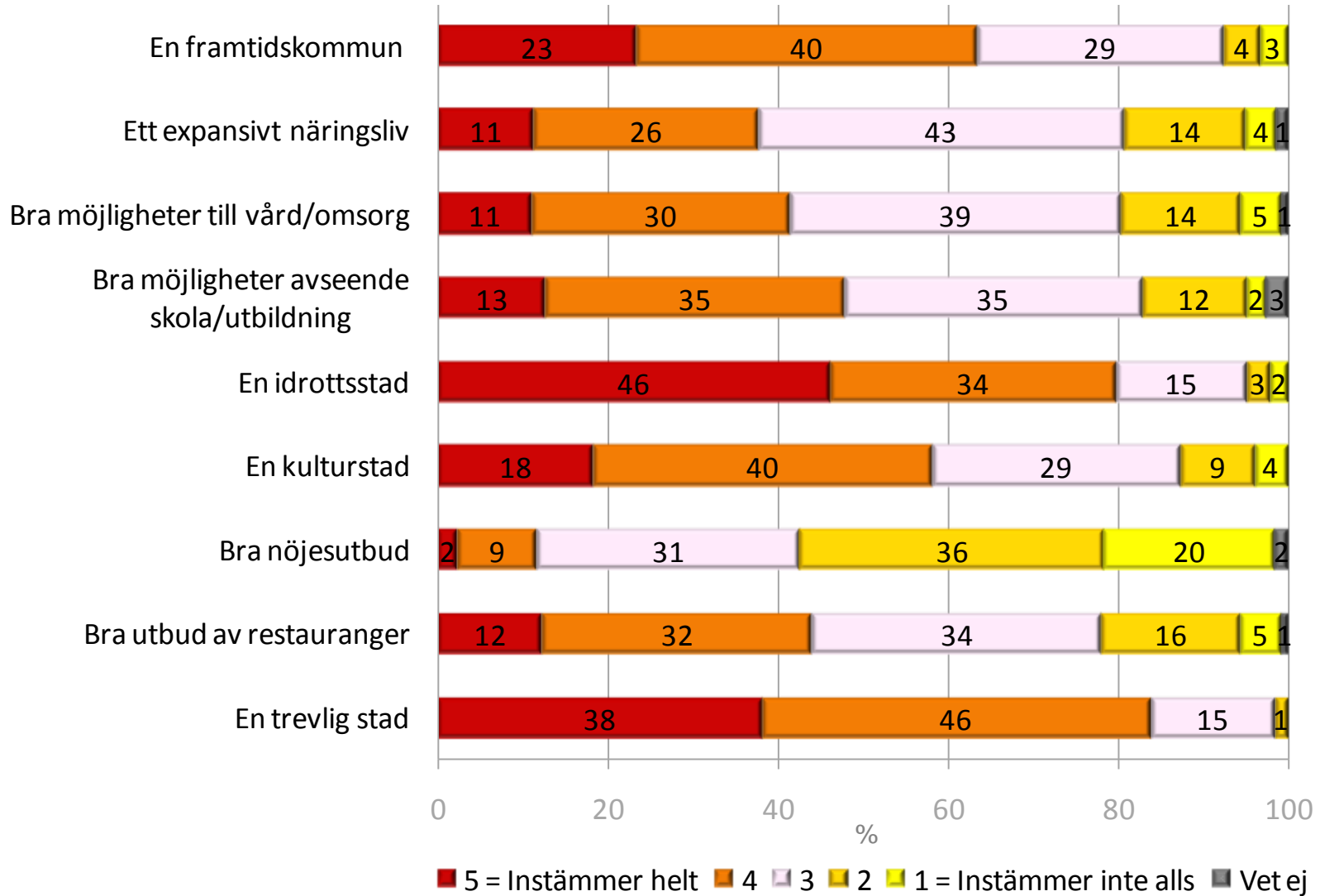
Hur väl instämmer du i följande påstående om Mora?



■ 5 = Instämmer helt ■ 4 ■ 3 ■ 2 ■ 1 = Instämmer inte alls ■ Vet ej

Detaljattityder - Beslutsfattare

Hur väl instämmer du i följande påstående om Mora?



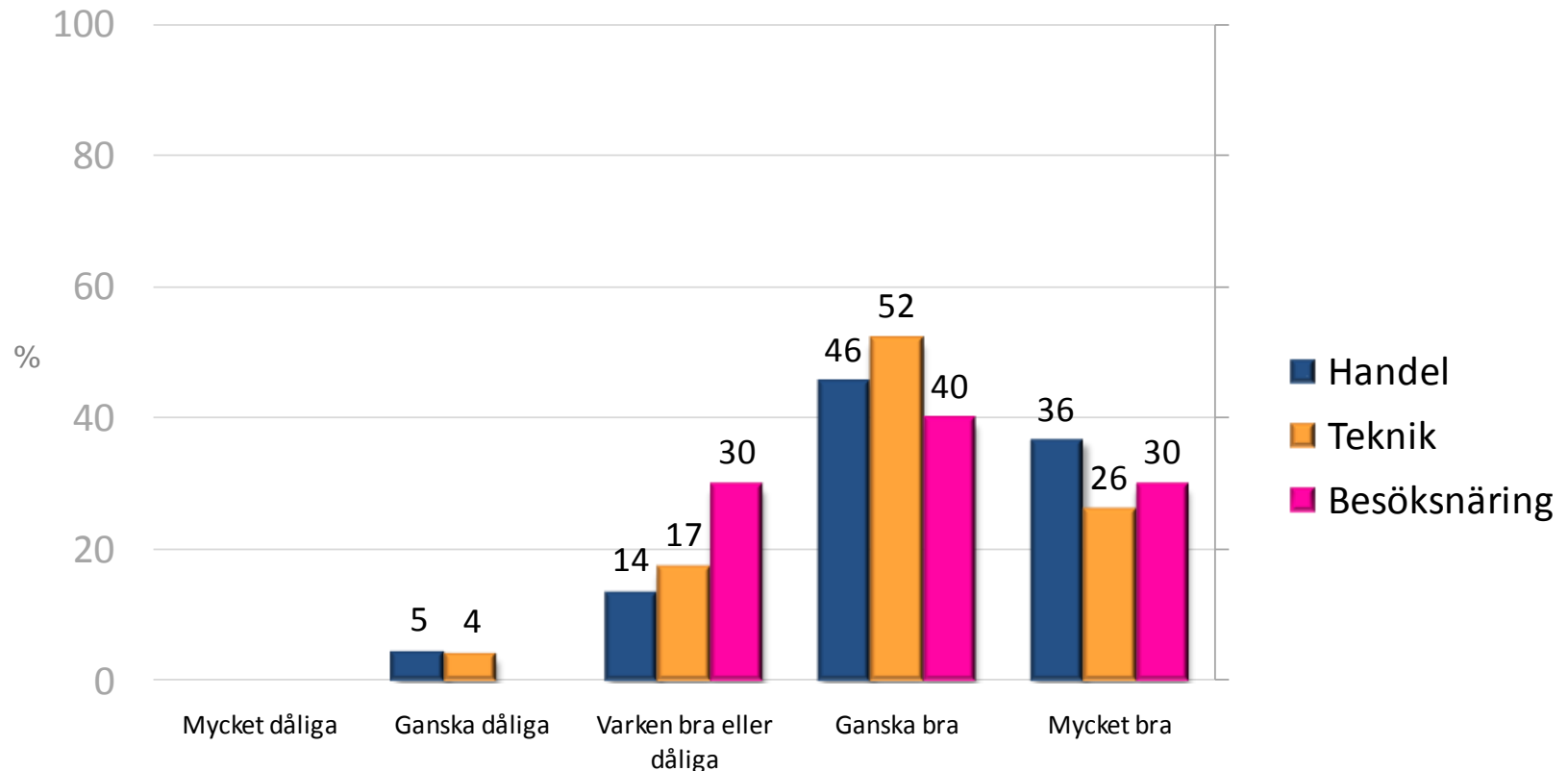
■ 5 = Instämmer helt ■ 4 ■ 3 ■ 2 ■ 1 = Instämmer inte alls ■ Vet ej

Beslutsfattarna delar allmänhetens uppfattning i stor utsträckning.

FÖRUTSÄTTNINGAR FÖR VERKSAMHETER

Förutsättningar för verksamheten

Hur bra tycker du att förutsättningarna är i Mora för att bedriva den verksamhet/bransch som du befinner dig i?



En tydlig majoritet oavsett bransch tycker att det är ganska eller mycket bra förutsättningar för att bedriva sin verksamhet. Väldigt få tycker att de har dåliga förutsättningar.

Extra uppskattade möjligheter

Vad uppskattar du extra mycket med möjligheterna att bedriva verksamheten?

BESÖKSNÄRINGEN

- *Tillgängligheten till alla myndigheter.*
- *Folkets tacksamhet att något har hänt.*
- *Kommunen samarbete med näringsidkarna.*
- *Turismen gör att företaget lever.*
- *Bra företagsklimat och de satsar på småföretagarna.*
- *Mycket turister som gynnar företagen.*
- *Det är en positiv utvecklingsanda i kommunen.*



Carat

Extra uppskattade möjligheter

Vad uppskattar du extra mycket med möjligheterna att bedriva verksamheten?

HANDELN

- *Närheten till allt, storleken på kommunen.*
- *Att det är mycket trafik genom orten.*
- *Att det är lämplig storlek på kommunen.*
- *Bra samarbete mellan kommun och företag.*
- *Att det är mycket turister som kommer året runt.*
- *Bra företagsklimat och bra turism.*
- *Att det är väldigt mycket folk på sommaren.*
- *Den riktar in sig på en speciell målgrupp som uppskattar det.*
- *Hysat avstånd till Stockholm och får kunder där ifrån.*
- *Att vi får positiv uppmärksamhet och att företagarna blir sedda och folk lyssnar på företagen.*
- *Att det är ett bra näringsliv, företagsvänligt och att det är mycket på gång, det händer mycket.*
- *Bra företagsklimat och näringsliv.*



Carat

Extra uppskattade möjligheter

Vad uppskattar du extra mycket med möjligheterna att bedriva verksamheten?

TEKNIKFÖRETAG

- *Företagsvänligt.*
- *Bra bemötande av kommunen.*
- *Mycket folk som flyttar hit.*
- *Att man slipper pendla.*
- *Företagsvänligt och bra arbetskraft.*
- *Man får stöd av kommunen, finns en framtidstro.*
- *Finns en närhet till allt, finns ett kontaktnät.*
- *Bra kommunikationer mellan Stockholm och Mora.*
- *Mycket småföretagare som man kan få hjälp av.*
- *Att det finns mycket småföretagare.*
- *Friskvården är väldigt bra i Mora och då är det trevligt att ha företag i Mora.*
- *Att man känner alla och att man bygger upp kontaktnät.*
- *Lojal personal på orten, kommunledning som är intresserade av att utveckla näringslivet.*
- *Bra företagsklimat.*



Carat

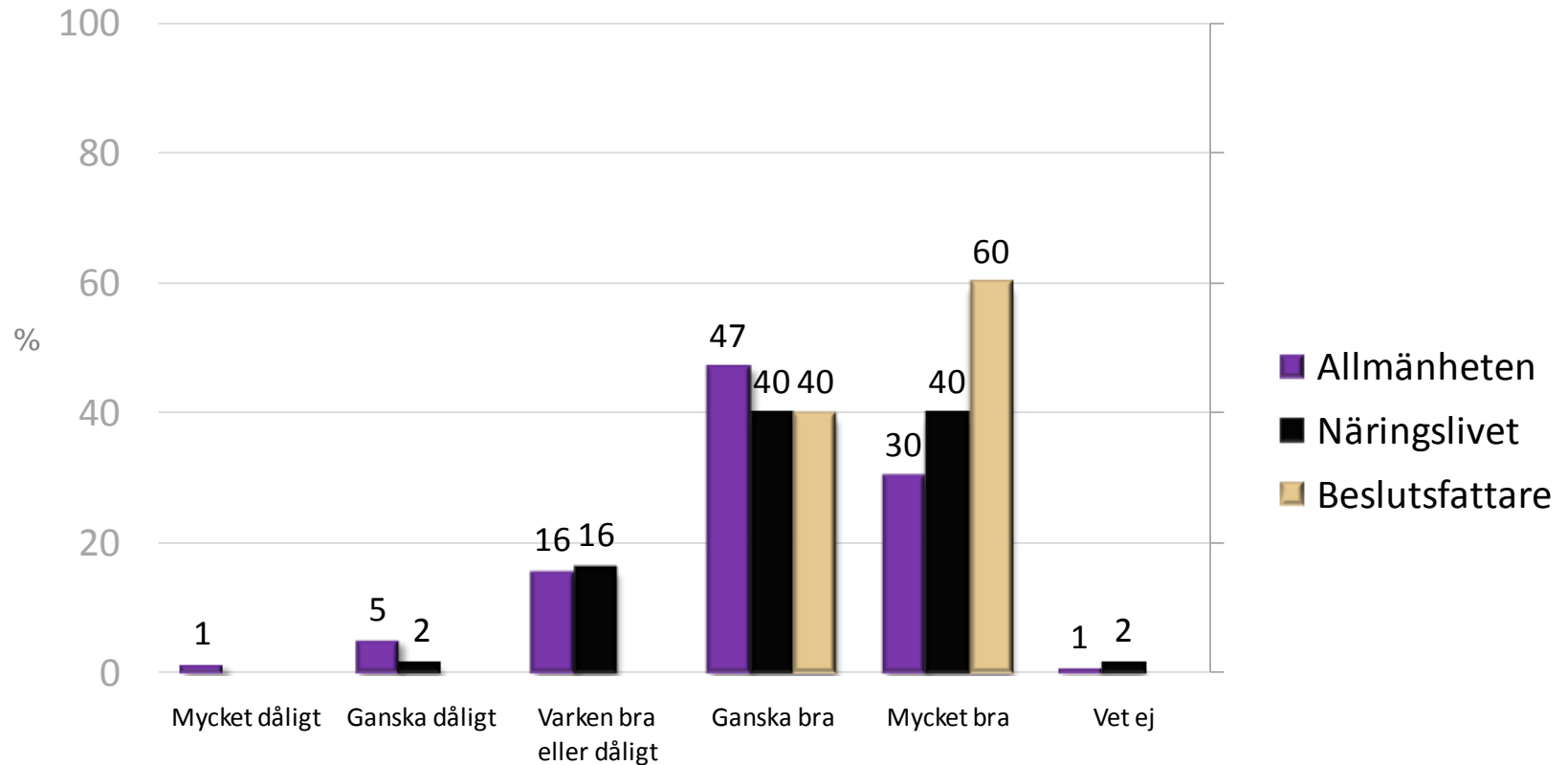
FRITIDSAKTIVITETER



Carat

Fritidsaktiviteter under vintern

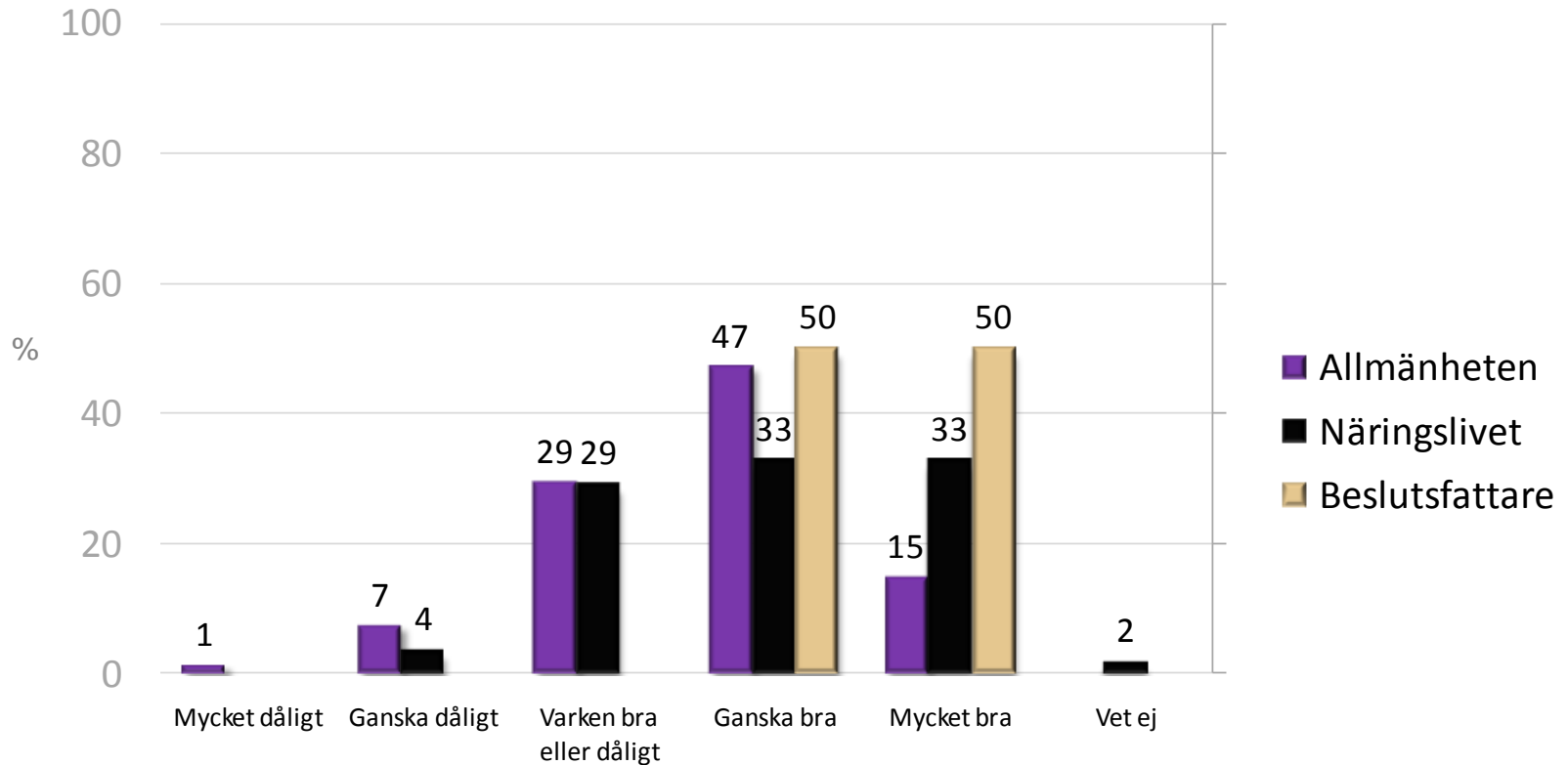
Vad tycker du om utbudet av fritidsaktiviteter som finns att göra i kommunen under vintern?



Möjligheterna till fritidsaktiviteter under vintern är tydligt uppskattade. Det aktiviteter som framförallt lyfts fram är **skidåkningen** tillsammans med **skridskor** och **ishockey**.

Fritidsaktiviteter under sommaren

Vad tycker du om utbudet av fritidsaktiviteter som finns att göra i kommunen under sommaren?



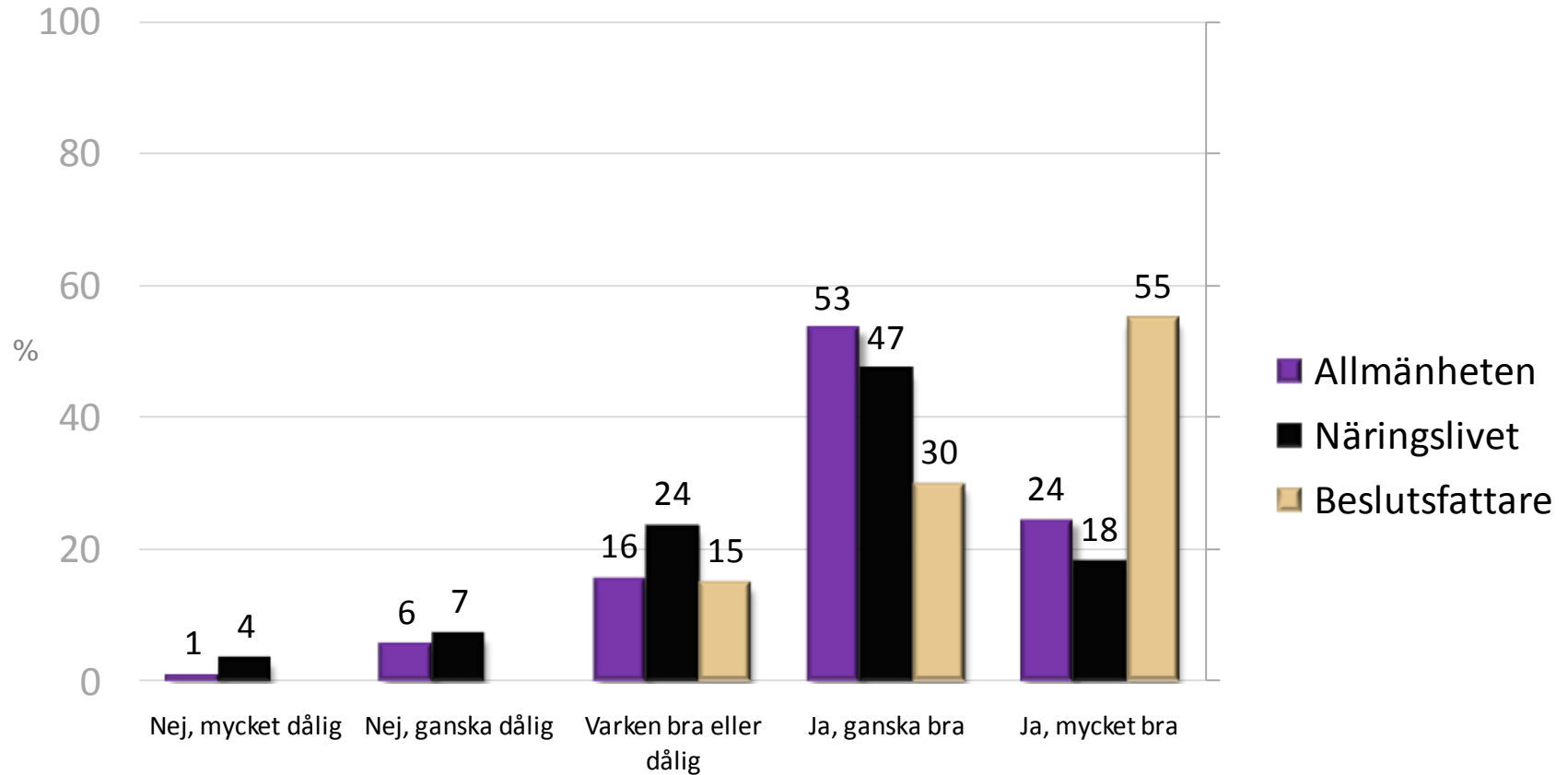
Sommaraktiviteterna är också uppskattade, fast får lite större andel neutrala betyg.

De aktiviteter som framförallt lyfts fram som uppskattade här är möjligheten att **vandra**, **cykla**, **fiska** och **bada**.

INFORMATION OCH MARKNADSFÖRING

Information om aktiviteter och events

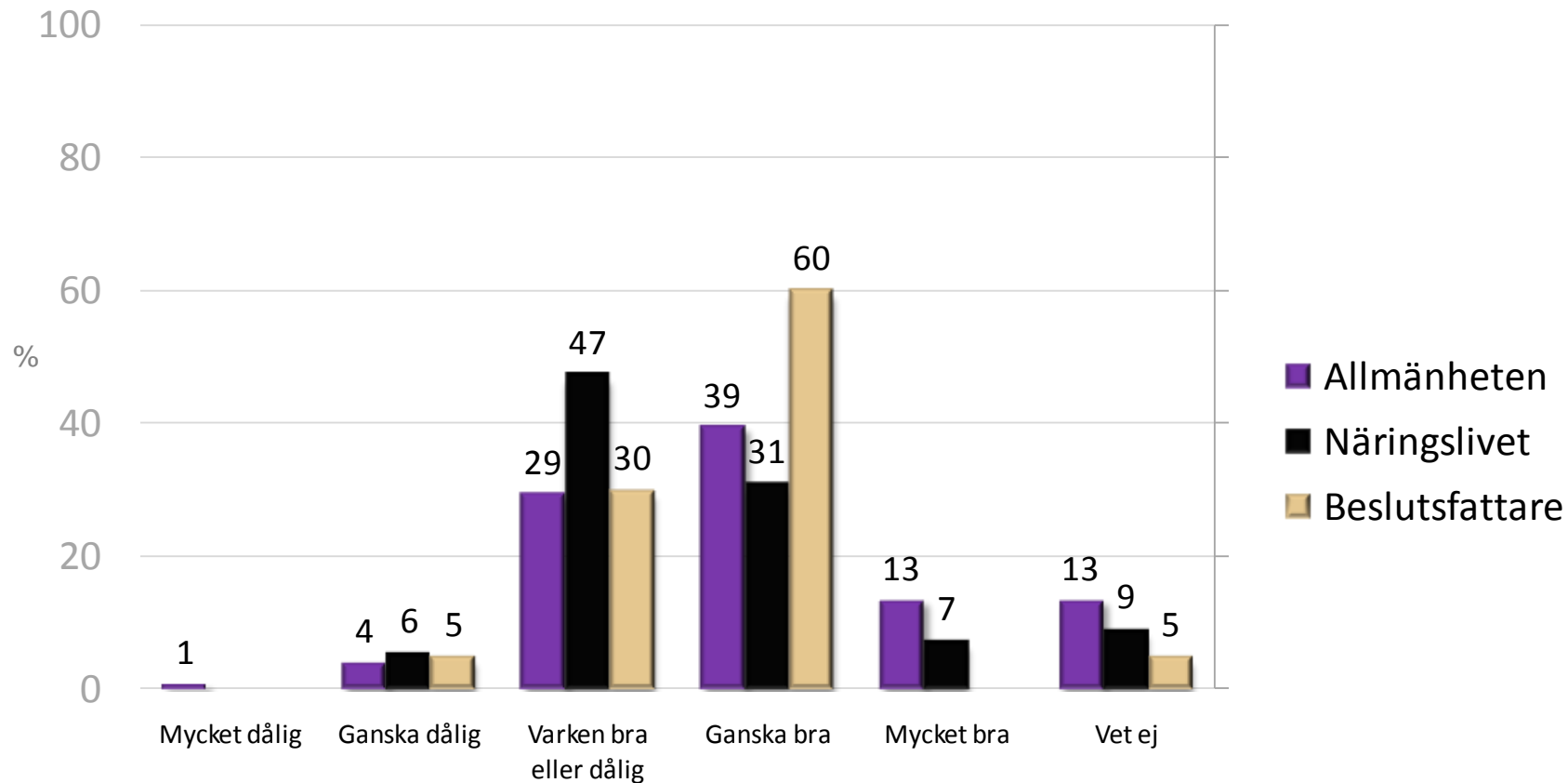
Tycker du att du får bra information om större events och aktiviteter som händer i Mora?



Informationen om aktiviteter och events anses i stort vara ganska bra. De är väldigt få som saknar någon konkret information. Bland de som inte ger det högsta betyget så beror det snarare på att de vill ha MER information.

Marknadsföring till turister

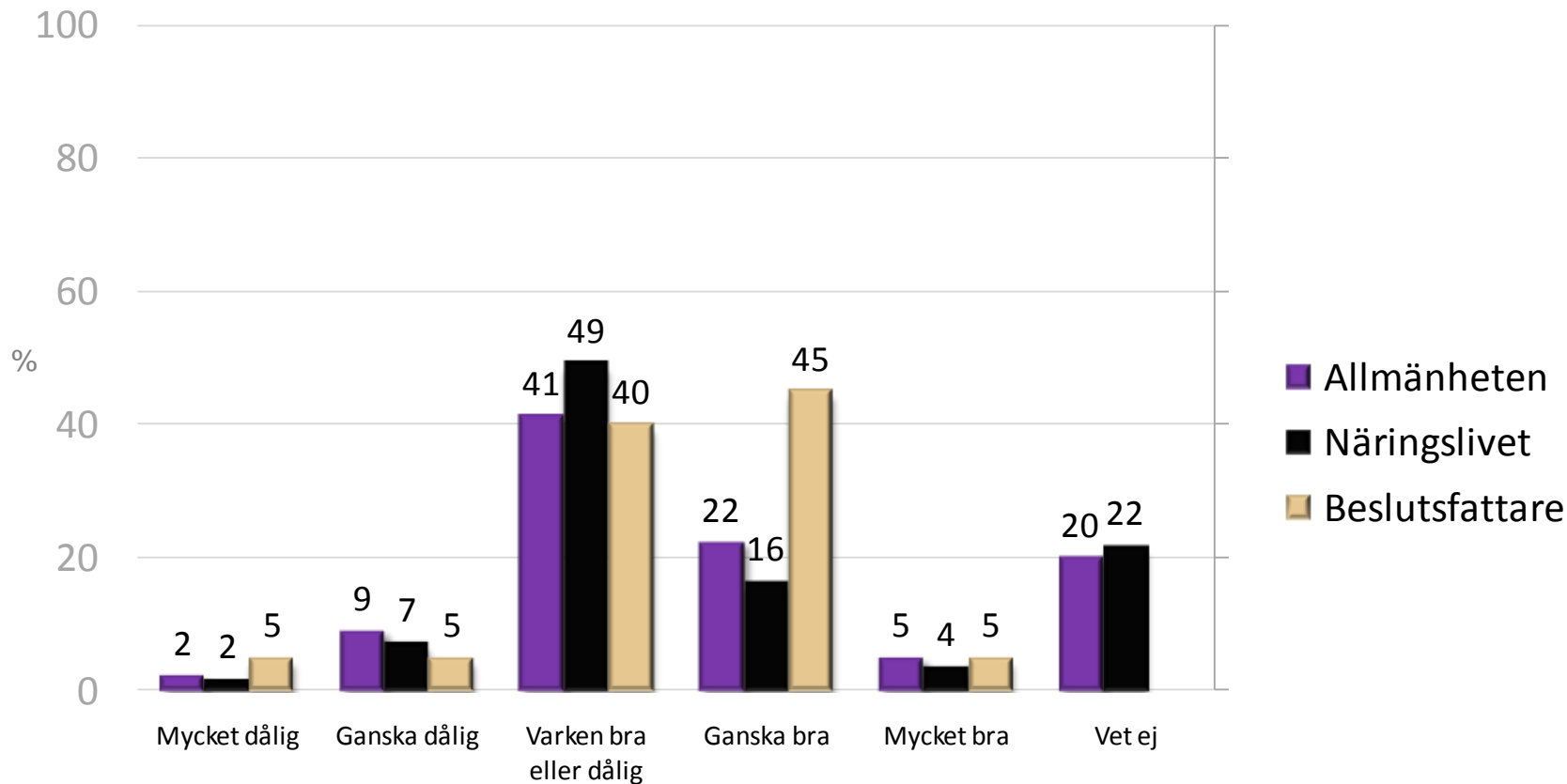
Vad tycker du om den externa marknadsföring som görs av Mora för att locka turister till besök?



52 procent av allmänheten tycker att den externa marknadsföringen i syfte att locka turister till Mora fungerar bra i dagsläget. Näringslivet är dock lite mer neutralt inställda.

Marknadsföring till potentiella inflyttare

Vad tycker du om den externa marknadsföring som görs av Mora för att locka fler personer till att bosätta sig och arbeta i Mora?



Det är överlag lite mer neutralt intryck till marknadsföringen som syftar till att locka potentiella inflyttare till Mora.

Extra uppskattat med marknadsföringen

Vad tycker du är extra bra med marknadsföringen?

ALLMÄNHETEN

- *De lockar med skidåkning vilket gör att mycket folk vill komma hit.*
- *Vasaloppet, samt att det skickas folk ut i landet för att marknadsföra Mora.*
- *Det är för att du får en bild av din kommun, vad som finns här.*
- *Erbjuder folk från andra städer jobb i Mora.*
- *Rekommendationer och jämförelser med andra kommuner.*
- *De går ut till andra orter och informerar. De lockar hit turister.*
- *Fritidsaktiviteterna, t.ex. Vasaloppet.*
- *Då får man reda på lite vad som finns här i Mora. Det är väldigt viktigt. Om naturen, arbetet och skolan.*
- *De försöker på alla sätt och vis för att locka hit turister.*
- *De är ute på mässor och visar sig.*
- *De försöker så gott de kan. De gör väldigt mycket för alla.*
- *Har mycket att erbjuda både sommar och vinter.*
- *Den får folk att flytta hit.*



- När ut brett och nationellt
- Lockar till inflyttning
- Lockar turism

- Bra på att lyfta fram events
- Bra på att lyfta fram naturupplevelsen
- Modern och uppdaterad

- Bra bilder / layout
- Bra hemsida

Extra uppskattat med marknadsföringen

Vad tycker du är extra bra med marknadsföringen?

ALLMÄNHETEN

- *Moras hemsida.*
- *Att kataloger skickas ut i landet.*
- *Den gör att folk faktiskt flyttar till Mora.*
- *Det flyttar unga familjer till Mora tack vare den.*
- *Att de får med naturen, kulturen och Vasaloppet.*
- *Det är bra, men kunde vara bättre. För idag står Vasaloppet för största delen, den står inte kommunen för.*
- *Informativ och marknadsför i större kretsar i hela landet.*
- *Vasaloppet, dalahästtillverkning, Zornmuseets utställningar, midsommarfirande.*
- *Att de är intresserade av att få hit mer folk.*
- *Det är bra att de får fler att komma hit.*
- *Det är bra att den når alla i Sverige.*
- *Det är bra att de fokuserar på Vasaloppet och andra events.*
- *Folk kommer hit och det gynnar företagarna.*



Carat

Extra uppskattat med marknadsföringen

Vad tycker du är extra bra med marknadsföringen?

ALLMÄNHETEN

- *De visar upp sig där det är mycket folk i rörelse.*
- *De är duktiga med hemsidor.*
- *Marknadsföringen känns uppdaterad, vilket lockar folk.*
- *Att de säger att Mora är en aktiv stad.*
- *Att man försöker locka barnfamiljer och andra målgrupper som behövs i Mora.*
- *Det är en ganska modern marknadsföring.*
- *De brukar ha väldigt mycket bilder från alla stränder på sommaren och vintern för att locka turister. De är duktiga på att poängtera närheten till många andra saker också.*
- *Att de tar de vackra bilder som gör staden lockande.*
- *De tänker mycket framåt. Ser de något problem så fixar de det. De gör bra ifrån sig.*
- *Lantbygden och den klassiska svenska sommaren.*
- *Hemsidan, de skriver bra och utförligt.*
- *De är duktiga på att utnyttja tider och events då det händer mycket i Mora.*
- *Marknadsföringen visar ju hur fint vi har det här med naturen. Det visar ju att de jobbar mycket på det. Att det lockar hit många turister.*



Carat

Extra uppskattat med marknadsföringen

Vad tycker du är extra bra med marknadsföringen?

NÄRINGSLIVET

- Att det syns på rätt sätt.
- Relativ stark och att den är i samlat grepp.
- Att det lockar mer turister och folk till Mora.
- Den ger rätt bild av Mora.
- Man fokuserar på näringslivet.
- Att de är ute runt om i Sverige och marknadsför sig i olika städer.
- Den visar de starka varumärkena för Mora kommun.
- Att de lyckas locka mer turister.
- Visar Mora på ett positivt sätt.
- Folket känner igen Mora genom sina starka varunamn.
- Det stärker varumärket.
- Mora har starka varumärken, miljön på sommaren är väl känt.
- Att man har förstått att det är viktigt att man gör det, att man ska lägga ner mer resurser på att få mer folk att besöka oss och flytta hit.
- Att de sätter Mora på kartan.



Carat

- Träffar rätt
- Lyfter fram varumärken
- Lockar turister

Extra uppskattat med marknadsföringen

Vad tycker du är extra bra med marknadsföringen?

BESLUTSFATTARE

- *Lyfter fram de starka sidorna som finns i Mora, varumärken, kultur och fritid.*
- *Att den är positiv och man framhäver den natur och det område som man lever och bor i.*
- *Att man framhäver de klimat som finns i Mora när det gäller arbetsmarknad m.m.*
- *Att det leder till resultat.*
- *Att man visar upp att det finns en bredd av aktiviteter och arbetsgivare.*
- *Att man lyckas förmedla den bilden som man vill förmedla.*
- *Den sänder rätt budskap.*
- *Visar de starka varumärkena.*
- *Den sker samlat, duktiga på att visa varumärket Mora.*
- *Att man framhåller Mora som en positiv ort.*
- *De visar de starka varumärkena.*
- *De satsar på att visa varumärkena för större städer och visar att Mora har bra näringsliv och företagsklimat.*
- *Fokuserar på områden som bra vård och omsorg, god kommunikation och naturen.*



Samma inställning som näringslivet i stort

- Lyfter fram varumärken.
- Lyfter fram näringslivet och jobbmöjligheter.

Förbättringar avseende marknadsföringen

Vad tycker du behöver förbättras avseende marknadsföringen?

ALLMÄNHETEN

- Få med mer positiva reportage i pressen. Synas mer i TV. Lite bättre hemsida.
- Visa upp Mora kommun bättre, mer information och mer synliga.
- Ha något jippo under Vasaloppet.
- Lyfta fram de fördelar som finns.
- Gå ut mer rikstäckande och försöka framhäva våra fördelar.
- Nå ut till fler. Fler annonser.
- De borde satsa på mer jobb, då kommer det säkert fler människor.
- Att den ska nå ut mer.
- Försöka få yngre att flytta hit, locka med ungdomsaktiviteter.
- Man måste kunna erbjuda jobb om man marknadsför för att locka personer till att bosätta sig och arbeta här. Öppen förskola varje dag i veckan.
- Det borde gå ut i lokalpressen, småannonser i andra tidningar som lockar folk, och hitta på större aktiviteter som går ut i andra kommuner.
- Bredare utbud av vad Mora har att erbjuda.
- De borde bättra på sina hemsidor och de borde sticka ut mer i större tidningar.
- Man ska inte köra på Vasaloppskonceptet, Mora har mer att erbjuda än så.
- Erbjudna något till folket som kommer hit, men även försöka få tillbaka t.ex. studenter som studerar i andra städer.



Carat

- Få som har egna konkreta förslag.
- Nå ut mer!
- Tydligare med fördelarna Mora har.

Förbättringar avseende marknadsföringen

Vad tycker du behöver förbättras avseende marknadsföringen?

NÄRINGSLIVET

- Tydligheten.
- Säkerställa skola, vård och omsorg. Att Mora är bättre än andra kommuner.
- Mer aggressivt, mer reklam för att locka dit mer företag och industrier.
- Borde marknadsföra det lite mer verklighetsbaserat och inte bara sitta på ett kontor och bestämma.
- Man måste ha exempel, visa alla positiva saker med friluftslivet och naturen. Sätta lite liv på landsbygden.

BESLUTFATTARE

- Mera aktiviteter utanför länet.
- Bli tydligare vilken typ av livskvalitet det finns i Mora.



- Tydligare!
- Mer exempel på aktiviteter.



synovate
Research reinvented

Jobb viktigast för beslut om flytt till Mora kommun

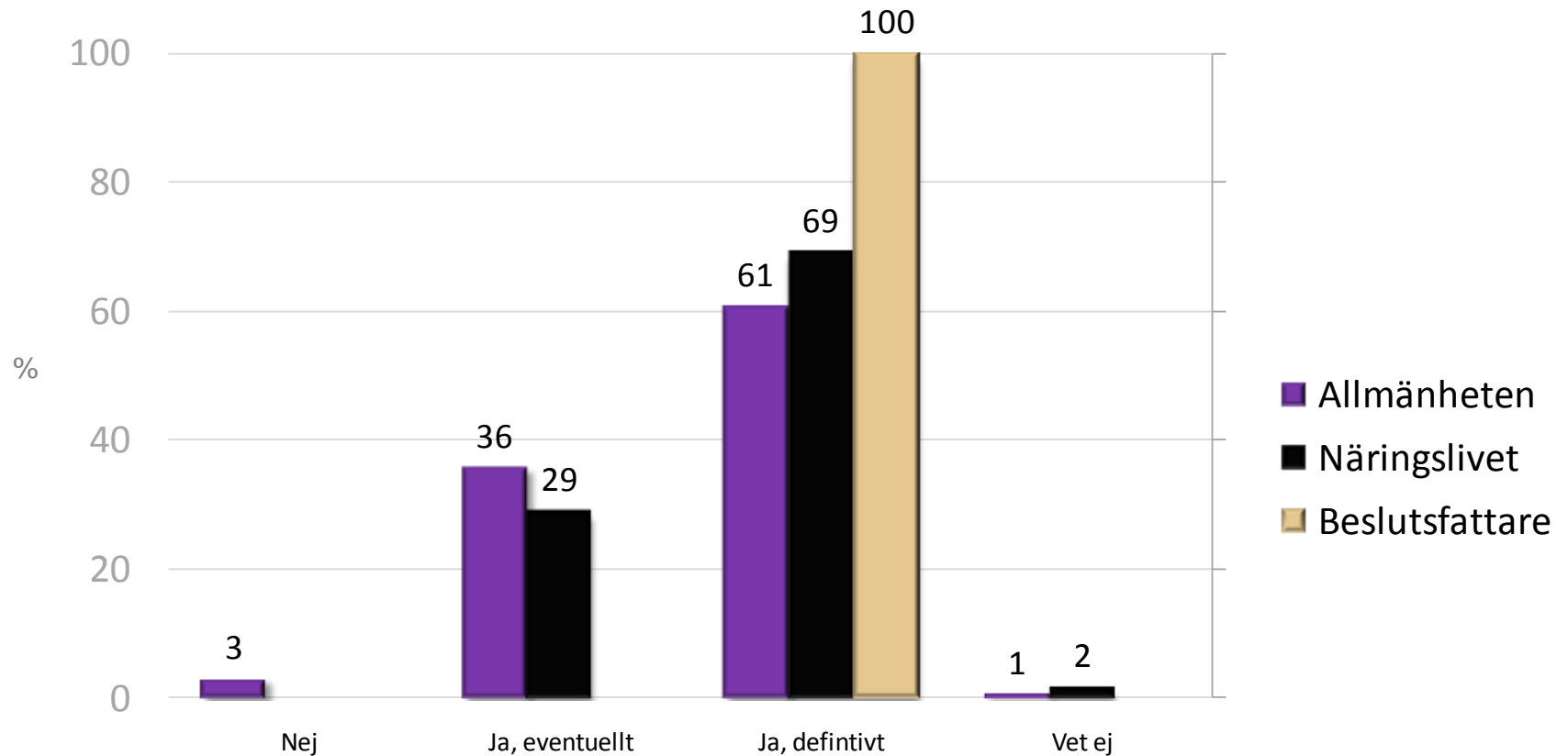
Om du tänker dig att du ska flytta, och har valt att flytta till Mora. Vad skulle i så fall vara avgörande för ditt beslut att flytta till just Mora?



Carat

Rekommendationsbenägenhet

Skulle du kunna rekommendera personer som inte är bosatta i Mora att flytta hit?



En klar majoritet är så nöjda med Mora att de definitivt skulle kunna tänka sig att rekommendera andra att flytta in. Endast 3 procent säger att de inte skulle ge rekommendationer.

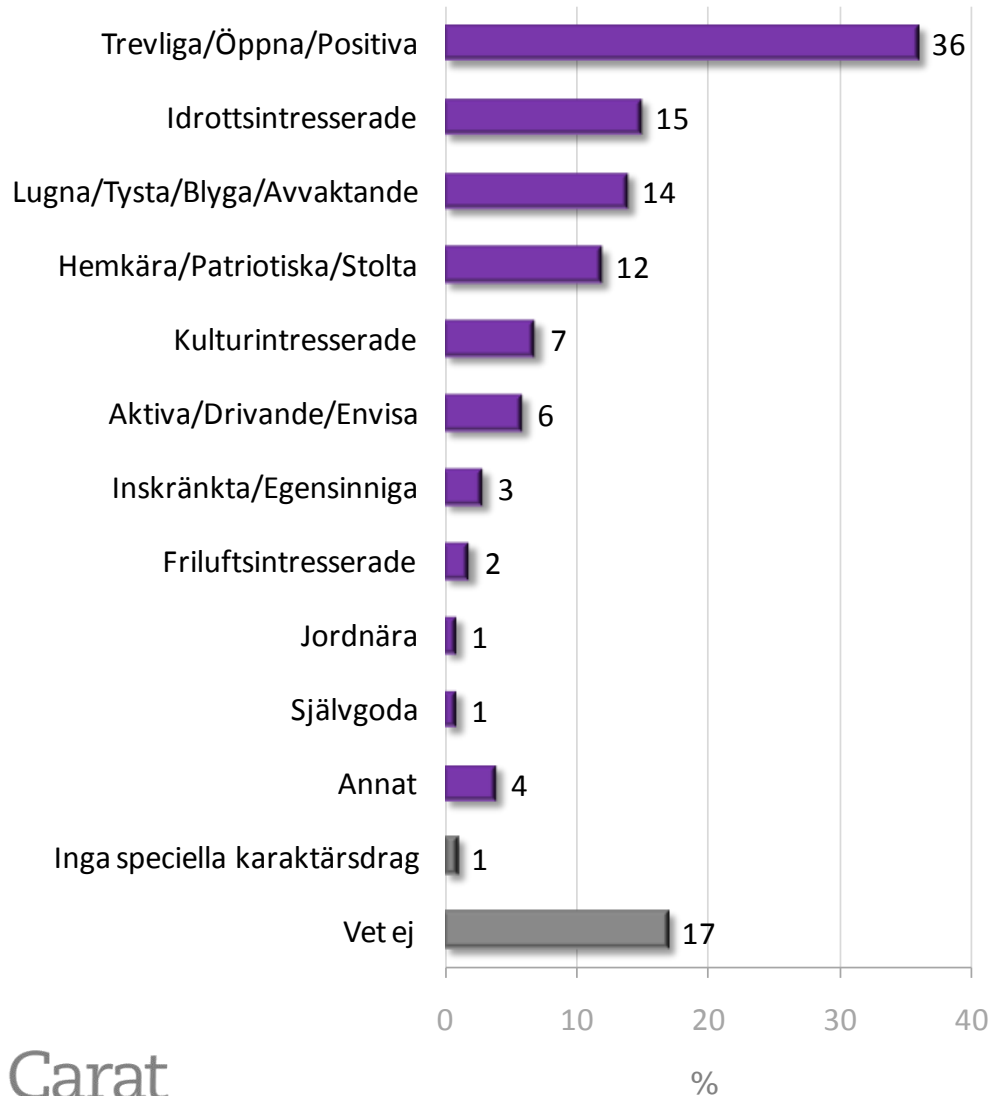
”MORABON”



Carat

Profilen på den typiske "Morabon"

Hur skulle du beskriva en typisk "Morabo", d.v.s. vilka gemensamma egenskaper tycker du beskriver personer som bor i Mora?



Det som i särklass störst utsträckning utmärker en "Morabo" enligt dem själva är att han/hon är trevlig och positiv.

D.v.s. det ligger mycket i linje med hur man också ser på Mora som stad som visades tidigare.

Relativt många nämner dock motsatsen att Morabon är lite reserverad.

Idrottsintresset är centralt.

Det finns en stolthet och hemkärhet till bygden.

En Morabo är också aktiv/drivande och ofta envis.

Profilen på den typiske ”Morabon”

Hur skulle du beskriva en typisk ”Morabo”, d.v.s. vilka gemensamma egenskaper tycker du beskriver personer som bor i Mora?

ALLMÄNHETEN

- Aktiva inom idrott. Viljestarka. Ganska självsäkra. Stolta över sin hembygd.
- Aktiva, glada och hjälpsamma.
- Inte så pratglada med andra, men när man är bekanta så har man fått en god vän för livet.
- Trivs med naturen, ingen stadsbo. Lugn och sansad. Vänliga till sinnet.
- Öppna, nyfikna och välkomnande samt är intresserade av sport.
- Traditionsbunden. Sportintresserad. Naturintresserad.
- Sociala, det blir så när alla känner alla. Väldigt öppet att komma in utifrån.
- Går på hockey eller åker längdskidor. Gediget och bra folk.
- Envisa, men trevliga naturnära människor.
- Alla hejar på Mora IK.
- Sportintresserade, naturintresserade och mer eller mindre musikintresserade.
- Intresserade av sport och fritid.
- Öppen, lugn (lite bonde).
- Öppna, nyfikna och välkomnande. Samt är intresserade av sport.
- Öppna för förslag men ganska konservativa.
- Trevliga, omtänksamma, sportiga.



Carat

Profilen på den typiske ”Morabon”

Hur skulle du beskriva en typisk ”Morabo”, d.v.s. vilka gemensamma egenskaper tycker du beskriver personer som bor i Mora?

NÄRINGLIVET

- *Sunt förnuft, trevliga.*
- *Främlingsfientliga mot nya människor.*
- *Lite misstänksamma och naturfolk.*
- *Positiv och självbelåten.*
- *Positiva och framåttänkande.*
- *Öppen mot nytt folk.*
- *Sportiga och öppna för turism.*
- *Ärliga och lojala.*
- *Gillar det lokala och är väldigt sportintresserade.*
- *Försiktig och tillmötesgående.*
- *Stolt över Mora.*
- *Glad, positiv och har mycket åsikter.*
- *Försiktiga, lite tillbakadragna.*
- *Lojala, hederliga, att lita på, traditionsbundna, självgående och envisa.*
- *En person som är stolt över sin härkomst och är självnöjd.*
- *Jobbar inom industri och åker skidor, vill komma nära naturen.*
- *Arbetsvillig, tjurig och målinriktad.*



Carat

Profilen på den typiske ”Morabon”

Hur skulle du beskriva en typisk ”Morabo”, d.v.s. vilka gemensamma egenskaper tycker du beskriver personer som bor i Mora?

BESLUTSFATTARE

- *Framtidstro och envishet.*
- *Kan vara svårt att komma in om man kommer utifrån. Drivande och vänligt folk.*
- *Längtan till naturen.*
- *Hjälpsam, idrottsintresserad, stolt.*
- *Stolthet, mindervärdighetskomplex, attityden att allt går att lösa, man ser inte problemen.*
- *Envis och sportintresserad.*
- *Att vara idrotts- och kulturintresserad, att vara en entreprenör och tar ansvar för sig själv och sin omgivning.*
- *Traditionsbundna och företagsamma.*
- *Lojala och jobbvilliga.*
- *Sportintresserade, tar för sig.*
- *Personliga, trevliga, envisa, traditionsbundna.*
- *Egensinniga, envisa och kloka.*
- *Stolta över sin ort, traditionella, envisa.*
- *Traditionsbundna och serviceinriktade.*
- *Tjuriga men samtidigt väldigt lojala mot hembygden, väldigt företagsamma.*



Carat

SAMMANFATTNING

SAMMANFATTNING

Den ”interna” inställningen till Mora bland de boende och verksamma i kommunen är tydligt positiv. Det gäller både bland allmänheten, näringslivet och beslutsfattare inom kommunen. Endast någon enstaka person har en negativ uppfattning. I en direkt jämförelse med andra kommuner i stort, så tycker dock både majoriteten av allmänheten och representanter för näringslivet att Mora varken är sämre eller bättre än andra.

Det återspeglas också i den ”externa” bilden där 36% är positivt inställda till Mora i stort, men en stor andel 43% är neutralt inställda och 20% inte har någon uppfattning alls.

Den spontana beskrivningen av Mora präglas i väldigt stor utsträckning av Vasaloppet. Det blir lite för dominerande på bekostnad av andra delar. Synen är dessutom väldigt lika både internt och externt. Viktigt att associationerna till Mora blir fler.

De styrkor som spontant nämns i förhållande till andra kommuner i stort är naturen/friluftslivet, idrotten, storleken på staden och utbudet. Avseende styrkorna i förhållande till andra kommuner specifikt i Dalarna, så är det nästan hälften som säger att de inte vet eller att det inte finns några speciella styrkor. Turismen, idrotten och Vasaloppet är dock det som står ut.



SAMMANFATTNING

Det finns således en positiv inställning till Mora, men det behövs en tydligare direkt positionering gentemot andra kommuner.

På de direkta attitydfrågorna blir det tydligt att det som står ut i uppfattningen om Mora är att det är en trevlig stad och en idrottsstad. Viktigt är också att Mora ses som en framtidsstad. Det behövs dock ännu tydligare faktorer för positioneringen gentemot andra kommuner.

Faktorer avseende att vara en bra stad att bo i, som t.ex. skola/utbildning, vård/omsorg, ett expansivt näringsliv får relativt bra betyg, men de sticker inte ut i den "interna" bilden. Även den externa bilden handlar också tydligt mer om möjligheten att vara turist i Mora än att leva där. En viktig del att uppmärksamma är att 52% "externt" säger "vet ej" på frågan om möjligheten till jobb i Mora. Jobben är ju en grundförutsättning för att det ska vara aktuellt att flytta till Mora.

Beträffande näringslivet så är det viktigt att en tydlig majoritet tycker att det finns ganska – eller mycket bra förutsättningar för att bedriva verksamhet i Mora. Det som uppskattas särskilt är företagsklimatet i stort med ett bra samarbete mellan både företagarna sinsemellan och med kommunen. De uppskattar även att det finns bra med arbetskraft, samt det stora flödet av turister.



SAMMANFATTNING

Synen på möjligheter till fritidsaktiviteter är positiv, särskilt avseende vinteraktiviteter. Det som särskilt lyfts fram är skidåkning, tillsammans med skridskor och ishockey. De sommaraktiviteter som är mest populära är att vandra, fiska och bada. D.v.s. de fritidsaktiviteter som nämns präglas av naturen/friluftslivet och idrotten. Väldigt få lyfter fram t.ex. kultur- eller nöjesutbudet. Viktigt att dessa delar får utrymme i marknadsföringen i större utsträckning, så att Mora blir en helhetsupplevelse i större utsträckning. Det är speciellt viktigt i kommunikationen med turisterna. De söker ofta en ”destinationsupplägg” paketerat för en vistelse på flera dagar.

Marknadsföringen till turisterna upplevs som ganska bra i dagsläget. Avseende marknadsföringen i syfte att locka till inflyttning, så upplevs den i stor utsträckning som varken positiv eller negativ. Det som upplevs som bra är att marknadsföringen når ut brett och nationellt. Att den lyfter fram events och varumärken bra. Att den är bra på att kommunicera naturupplevelsen. Den upplevs också som modern med ett bra bildspråk. Särskilt uppskattad är hemsidan.

De förbättringar som efterlyses är avseende marknadsföringen till turister är ett fokus på helhetsupplevelsen av Mora i kombination med specifika events. Till potentiella inflyttare efterlyses ännu mer fokus på livskvaliteten och jobbmöjligheterna.

SAMMANFATTNING

Sammanfattningsvis så är grundproblemet profileringen av Mora gentemot andra städer. Vi har en god kännedom om Mora, men alldeles för få associerar Mora med andra saker än Vasaloppet.

Viktigt att renodla vad Mora ska stå för. Naturen är den enskilda faktorn som står ut och bör prioriteras i kommunikationen. Viktigt att också göra kommunikationen av naturupplevelsen så konkret som möjligt. Detta görs med fördel genom rekommendationer av personer som har vandrat, cyklat, åkt skidor etc. Viktigt även med mycket bilder som visar på möjligheterna.



VIKTIGT FÖR POSITIONERINGEN

- **NATURUPPLEVELSEN**
- **IDROTEN**
- **KULTUREN?**
- **UTBUDET AV BUTIKER**
- **FRAMÅTANDAN**
 - *Mycket fritidsaktiviteter*
 - *Näringslivet / Entreprenörsandan*
- **ARBETSTILLFÄLLEN**
- **VÅRD/OMSORG/SKOLA**
- **STORLEKEN PÅ STADEN**
- **UNGDOMSAKTIVITETER**



MARKNADSFÖRINGEN TILL TURISTER

Vill du också uppleva en weekend i Mora?

Cykel -
upplevelserna

Badplatserna

Hotellen

Hotell A
Hotell B
Hotell C



Vandrings -
upplevelserna

Kultur -
upplevelserna

Restaurangerna
Restaurang A
Restaurang B
Restaurang C

Familjepaket

Friluftslivspaket

Kulturpaket

MARKNADSFÖRINGEN TILL POTENTIELLA INFLYTTARE

Vill du också bli en Morabo?



Kommunikationen till potentiella inflyttare baseras med fördel på ovanstående huvudpunkter för att locka till möjligheterna med att vara en "Morabo".

1. Man står stadigt på grunden av arbetsstillfällena och vård/skola/omsorg.
2. Magkänslan är känslan gemenskapen i Mora och att det är en trevlig stad.
3. Hjärtat klappar för naturen / idrotten.
4. Huvudet präglas av driv och framåtanda, både avseende näringslivet och fritiden.

Transforming TM
Communications



Carat

Erik Berling

Communication Analyst

erik.berling@carat.com

+46 (0) 709 28 12 85

+46 (0) 8 698 68 43

