

1

Här växer unga intressen
Unika utbildningar och möjligheter att utvecklas inom idrott lockar ungdomar till Skellefteå. Staden erbjuder också mycket till unga som är intresserade av allt från kultur till att förverkliga affärsidéer.



Kan det vara så att Skellefteå är en ovanligt bra stad för unga som vill satsa på sina intressen?



STÄMMER INTE



STÄMMER LITE



STÄMMER SÅDÄR



STÄMMER EN DEL



STÄMMER HELT

Kommentera

 LOGGA IN MED FACEBOOK LOGGA IN MED TWITTER

HAR INTE FACEBOOK ELLER TWITTER?

Senaste frågorna

Här växer unga intressen
En ödmjuk stad
Tid som räcker till
Mångsidighet lockar turister
Bra för barnfamiljen
Öppenhet och ärlighet
Våra naturrikedomar
Ingenting är omöjligt
Tydliga årstider
Ett kreativt näringsliv

Senaste läsarfrågorna

INGA FRÅGOR HAR STÄLLTS ÄNNU

STÄLL DIN EGEN FRÅGA

Från Twitter



Idag klockan 13 öppnar
sajten "Tyck om
#Skellefteå". Surfa in, tyck
till <http://t.co/08sjvOGc>
#tyckomskeå @skeakommun
@tyckomskea
(ca 1 minuter sedan)



Nu får alla i #Skellefteå
chansen att forma stadens
framtid. Tyck om, du med!
Tyck till, du med!

2011-10-13 13:00 CEST

Allmänheten tycker om Skellefteå

Vad ska Skellefteå vara känt för? Det är en av kärnfrågorna då allmänheten nu bjuds in till medborgardialog för att identifiera Skellefteås särskiljande kvaliteter. Arbetet med att ta fram Skellefteås platsvarumärke genomförs på uppdrag av Skellefteå kommun och resultatet kommer att bli en gemensam grund för framtida utveckling och marknadsföring.

De frågor som valts ut i medborgardialogen är ett resultat av tidigare genomförda arbeten i processen med att ta fram Skellefteås platsvarumärke. Dialogen kommer huvudsakligen att föras på det digitala forumet *tyckomskelleftea.se* och planeras pågå till slutet av november. Kristina Sundin Jonsson, kommunchef på Skellefteå kommun, hoppas på ett stort engagemang och att så många som möjligt tar chansen att diskutera:

– Ju fler som är med och påverkar, desto bättre blir slutresultatet. Dessutom känns det självklart att allmänheten är med och tycker till om platsen där de bor. Det finns ju inga andra som kan mer eller har större engagemang för Skellefteå.

Beslutet att ta fram Skellefteås platsvarumärke togs i kommunstyrelsen i april, med bred politisk enighet. Målsättningen är att etablera ett platsvarumärke som kan leva under lång tid och bli en partipolitiskt obunden kompass för Skellefteås framtida utveckling.

– De riktlinjer som ges kommer att avspeglas i beslutsfattandet under lång tid framöver. Det känns riktigt spännande att allmänheten nu får en så central och direkt roll i processen, berättar kommunstyrelsens ordförande Bert Öhlund.

Behovet av ett platsvarumärke för Skellefteå har påtalats i den lokala debatten under lång tid och från flera intresseområden. För näringslivet handlar det bland annat om att bättre kunna bedriva sitt rekryteringsarbete, men också om att kunna dra nytta av att ha verksamhet just i Skellefteå.

– Det är bra att vi får gemensamma och i kommunen förankrade bilder om vad Skellefteå är och står för. Det underlättar när vi företagare i olika sammanhang beskriver vår hemstad. Vi har mycket att vara stolta för och det blir säkert tydligare av det arbete som nu görs, säger företagsledaren Mats Lövgren.

Den första fasen i processen med att ta fram Skellefteås platsvarumärke bestod av inläsning av tidigare material och analyser av undersökningar. Det har under våren följts upp med egna kompletterande undersökningar och fokusgrupper där närmare hundra personer med intresse av Skellefteå deltagit. Resultaten från tidigare genomförda arbeten har nu utmynnat i medborgardialogen, som är den sista fasen i inhämtandet av information.

www.tyckomskelleftea.se

Mer information:

Kristina Sundin Jonsson, kommunchef Skellefteå kommun, telefon 0910-73 50 50 eller 070-608 89 69

Bert Öhlund, kommunstyrelsens ordförande, telefon 0910-73 50 01

Mats Lövgren, Megaron, telefon: 0910-878 91, 070-541 35 93

Kontaktpersoner



Caroline Thorén

Presskontakt

Press-och mediestrateg

caroline.thoren@skelleftea.se

076-127 94 32