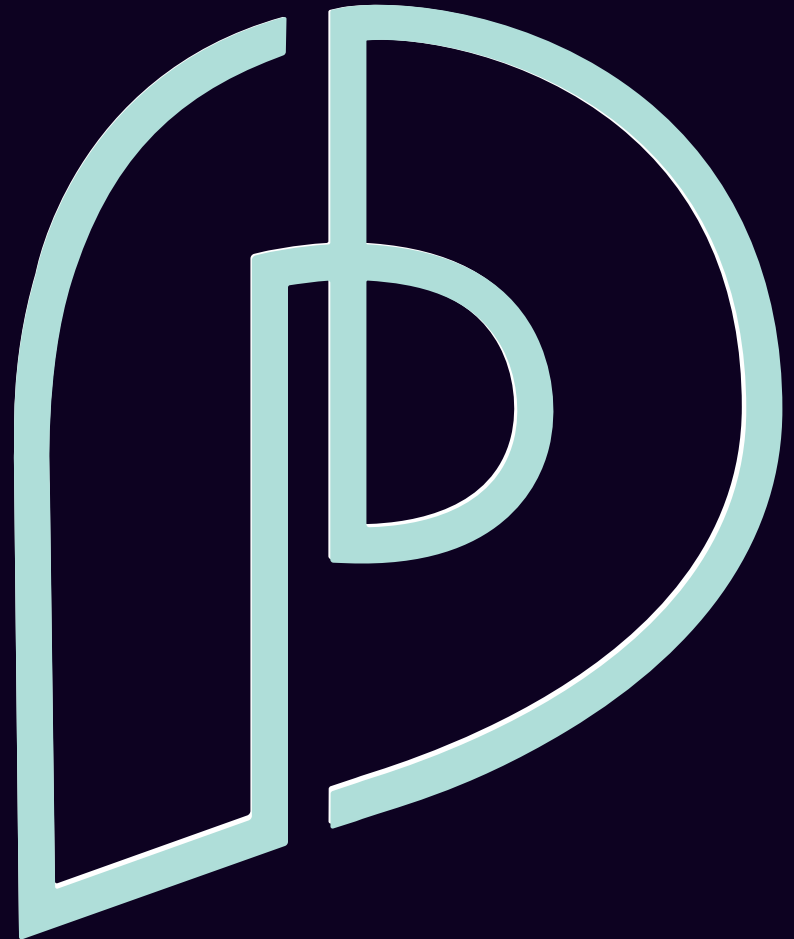


Attitydundersökning

Falköping

 Placebrander





Om dokumentet

Välkommen till sammanställningen av 2 attitydundersökningar av Falköping med omnejd. Undersökningarna är en del i den platsvarumärkesprocess som Falköping just nu befinner sig i. För att kunna peka ut en riktning för Falköping framåt behöver vi veta hur attityderna till platsen ser ut idag. Kanske har eller är du delaktig i andra delar av processen också, det vi genomför under hösten/vintern 2022/2023 är workshops, digital medborgarundersökning, lokal enkät, medieanalys och så flera avstämningsmöten med personer i arbets- och styrgrupp för platsvarumärkesarbetet.

Under våren 2023 kommer även en visuell identitet att arbetas fram.

Välkommen!

Vi som leder processen tillsammans med Falköping är Helena, Martin & Anna på Placebrander



Om nationella undersökningen

Datainsamlingen är genomförd i samarbete med undersökningsföretaget Norstat under september - oktober 2022. Vi har samlat in svar från 706 respondenter genom Norstats webbpanel.

- De bor i hela Sverige. De två största geografiska upptagningsområdena är Stockholm med 23% och Västsverige med 20%.
- De är i åldern 25 år och uppåt.
- 50% är män och 50% kvinnor.
- 18% är 25-29 år, 17% 30-39år, 16% 40-49 och 49% är 50-99 år.
- De tillfrågade har fått svara på frågan om de har någon koppling till Falköping (Bott där, besökt eller har släkt och vänner där) och där har 80% uppger att de saknar en koppling till Falköping, 1% har bott i Falköping, 4 har släkt och vänner där samt 16% har någon gång varit där på besök.



Om lokala undersökningen

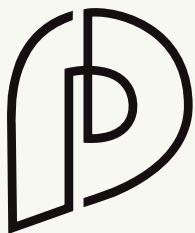
Datinsamlingen är genomförd i digitala verktyget Enalyzer under september - oktober 2022. Vi har samlat in svar från 360 respondenter genom spridning av enkäten i Falköpings kommuns olika kanaler.

- 32,8% bor i Falköping, 58,2% bor och arbetar i det geografiska området Falköpings kommun, 3,9% arbetar det geografiska området Falköpings kommun och 5,2% har en annan relation till platsen.
- 64,2% av de tillfrågade har fullgjort enkäten.
- De är i åldern 25 år och uppåt.
- 25,9% är män och 72,8% kvinnor.
- 22,8% är 18-35 år, 52,2% 36-55år, 17,7% 56-67 och 6,9% är 67 eller äldre

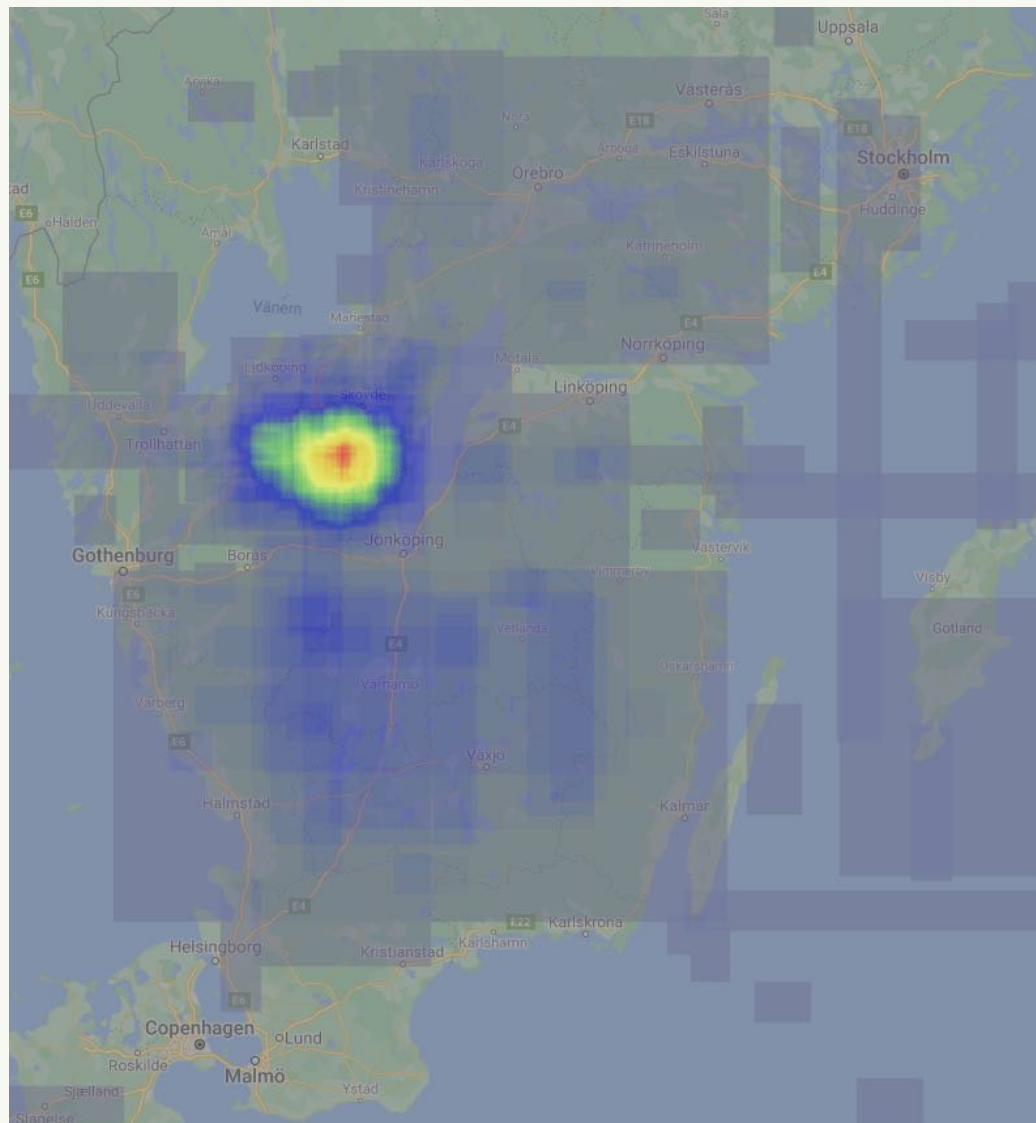


Kännedom

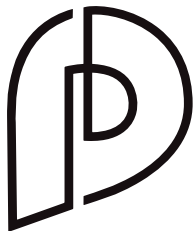
Hur välkänt är Falköping?



Nationell Var ligger Falköping?



De allra flesta kan med
relativt stor pricksäkerhet
markera var Falköping ligger.



Nämn ett företag i eller kring Falköping

Nedan presenteras de vanligaste svaren.

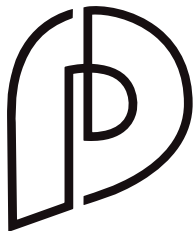
Nationellt

1. Falbygdensost/Falköpings ost
2. Falköpings mejeri/mejeri
3. Kinnarps
4. Mösseberg
5. ICA
6. Biltema

(521 av 706 av de nationellt tillfrågade har svarat Vet ej.)

Lokalt

1. Falbygdens ost
2. Kinnarps
3. Falköpings mejeri
4. Falbygdens osteria
5. AC Floby
6. Gyllensvaans möbler



Nämn ett besöksmål i eller kring Falköping

Nedan presenteras de vanligaste svaren.

Nationellt

1. Mösseberg
2. Hornborgasjön/tranor/trandans
3. Falköpings ost/Falbygdens mejeri/ost/
4. Åsle tå
5. Skara sommarland
6. Djurpark/Mössebergs djurpark

(570 av 706 av de nationellt tillfrågade har svarat Vet ej.)

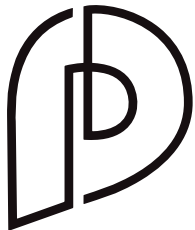
Lokalt

1. Mösseberg/kurorten
2. Ålleberg
3. Mössebergs djurpark
4. Falbygdens ost
5. Hornborgasjön
6. Åsle tå



Associationer

Här har vi frågat hur man uppfattar Falköping och vilka associationer man har till platsen. Det ger oss bra kunskap om vad platsen idag är känt för.



Vad förknippar du med Falköping?

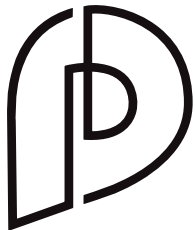
Nedan presenteras de vanligaste svaren.

Nationellt

1. Vet ej (428 av 706)
2. Ost/falbygdens ost/mejeri
3. Ingenting
4. Mösseberg
5. Liten stad/litet/småstad

Lokalt

1. Småstad
2. Närhet
3. Lugn
4. Mysig
5. Familjärt



Vad förknippar du med Falbygden?

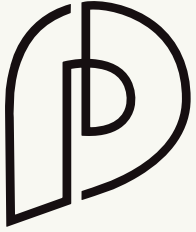
Nedan presenteras de vanligaste svaren.

Nationellt

1. Vet ej (451 av 706)
2. Ost/tillverkning/mejeri
3. Ingenting/inget/ingen uppfattning
4. Landsbygd/natur/slätten/landet/Västergöt land
5. Barndom/släkt/vänner

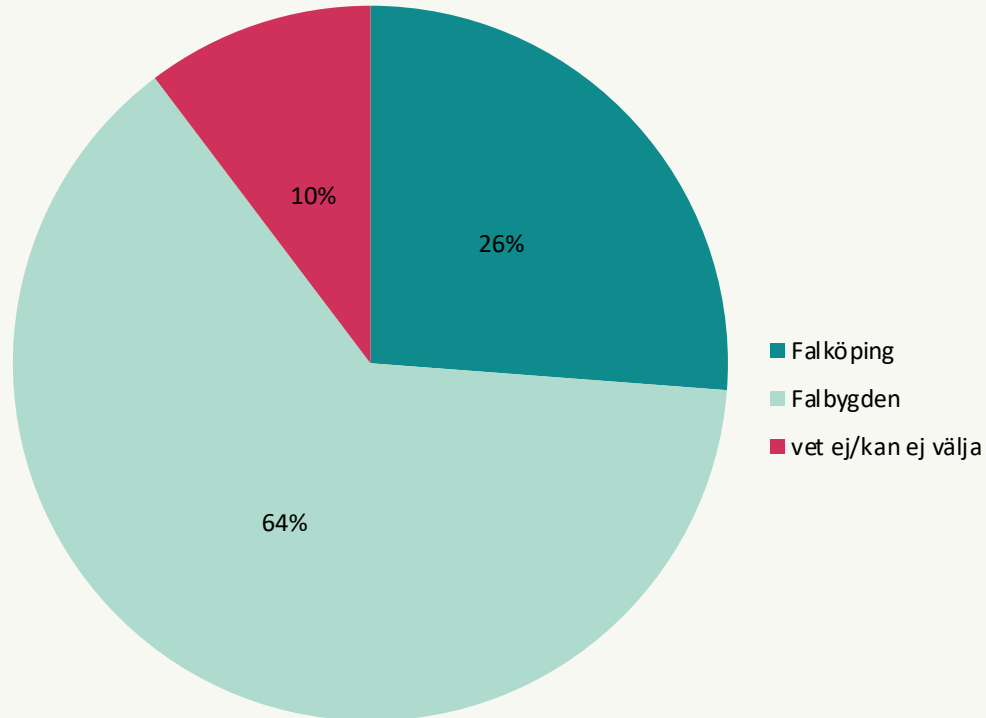
Lokalt

1. Vackert
2. Landsbygd
3. Naturskönt
4. Platåberg
5. Natur

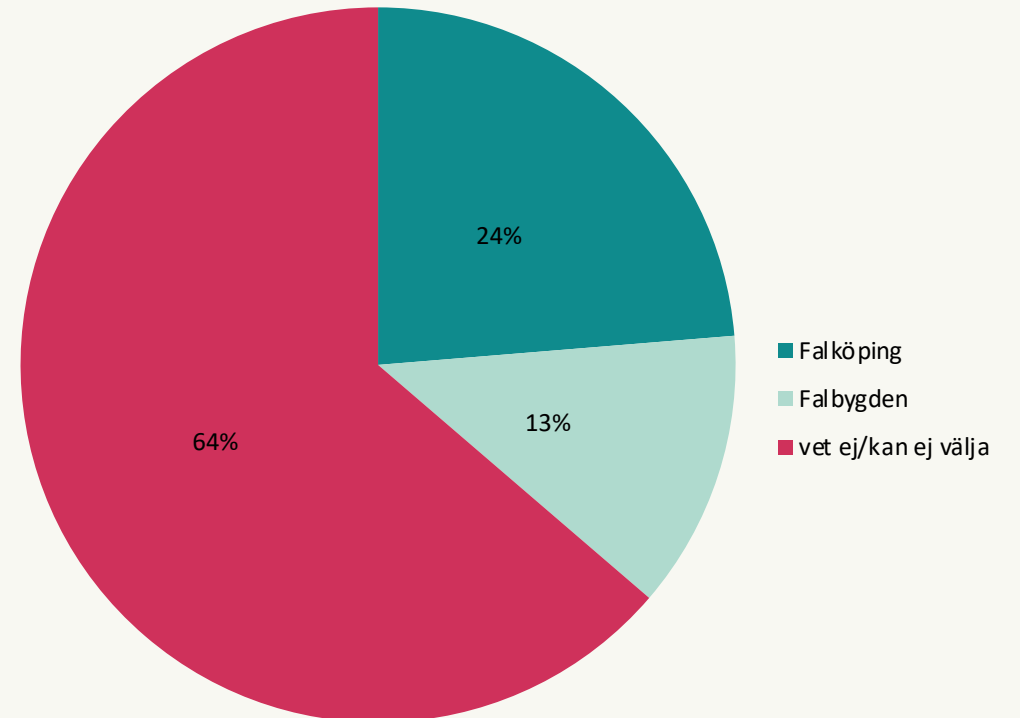


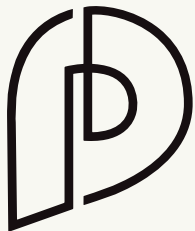
Vilken plats tycker du är/verkar mest attraktiv?

Lokal



Nationell





De som valde mellan Falköping och Falbygden fick motivera varför. Här är de mest frekvent förekommande svaren.

Falköping

Lokalt

- Falbygden anses synonymt med det gamla mentalsjukhuset
- Det är en stad/tätort
- Högre kännedom, tydlighet
- Låter mer välkomnande

Nationell

- Låter trevligare/mysigt
- Det är en stad/tätort
- Högre kännedom
- Känner inte till Falbygden
- Vet ej

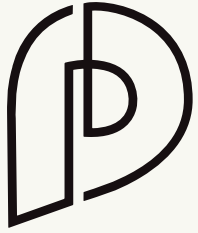
Falbygden

Lokalt

- Låter mer inkluderande, lyfter hela kommunen, stad och landsbygd
- Låter mysigt/trevligt/genuint/landligt
- Naturen/geografin/kulturen/landbruk
- Tycker inte om Falköping, vill inte ha fokus på vara stadskärnan

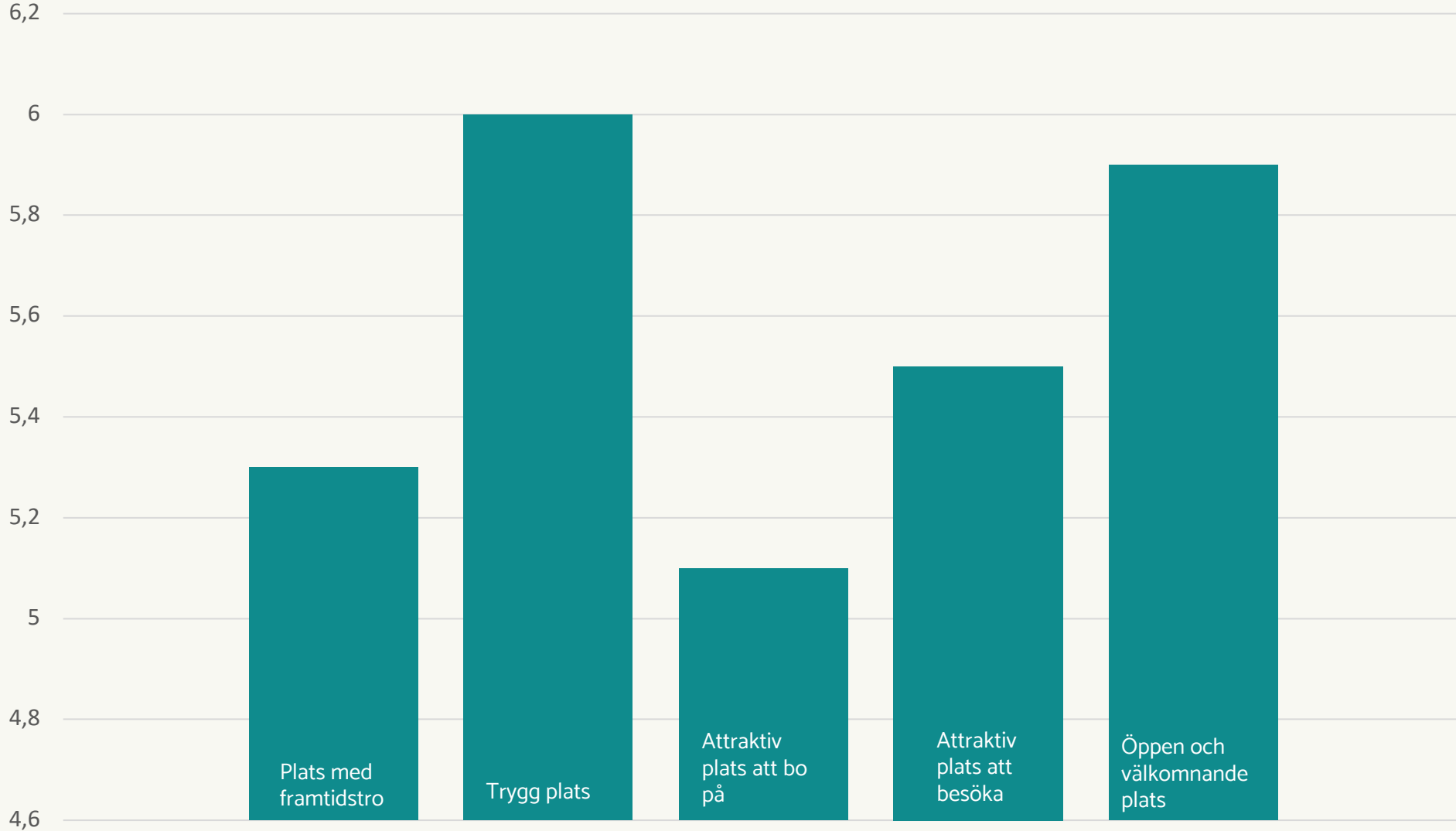
Nationell

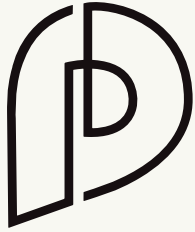
- Låter mysigt/trevligt/gemytligt/landligt
- Mindre plats
- Naturen/kulturen/landbruk
- Tycker inte om Falköping
- Vet ej



Graferna visar ett snitt. De tillfrågade svarade på en skala mellan 1-10 där 10 var instämmer mycket väl.

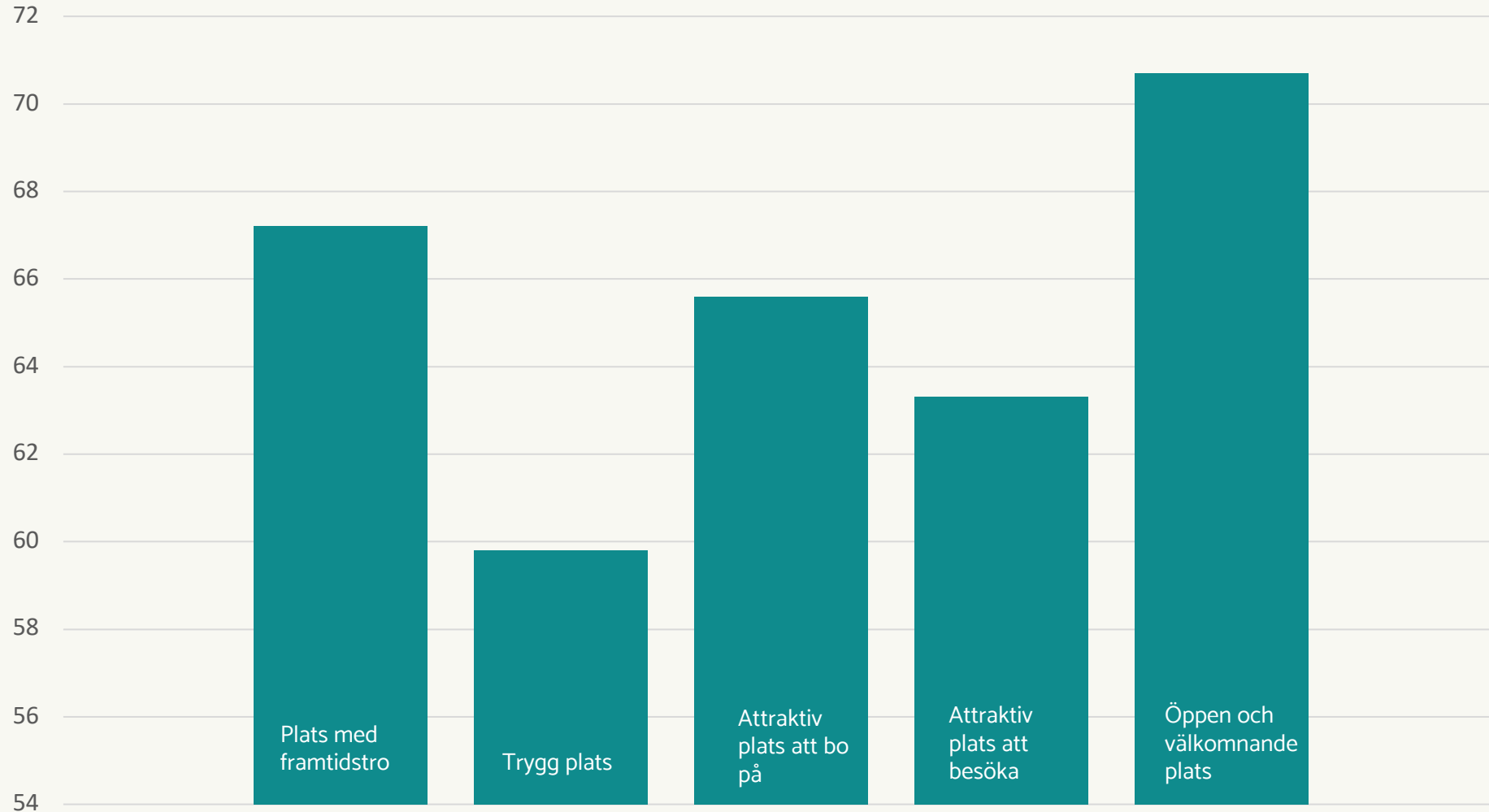
Falköping är en ...





Graferna visar vilken % som fått betyg 6-10. De tillfrågade svarade på en skala mellan 1-10 där 10 var instämmer mycket väl.

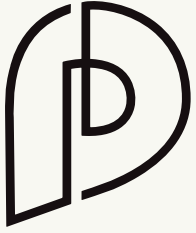
Falköping är en ...





Egenskaper

Här har vi frågat vad Falköping har för egenskaper, alltså inte Falköpingsborna, utan platsen Falköping.
Det ger oss en målande beskrivning om hur man uppfattar platsen.



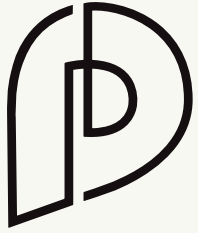
Falköpings egenskaper

Nationell

1. Vet ej
2. Jord/lantbrukare, bonde, småstadsperson, kusinen från landet, högljudd.
3. Svår, tyst, anonym, intetsägande, tråkig.
4. Mejerist, go och glad, sportig naturmänniska, stabil, välkomnande, charmig.
5. Trygg, jordnära, vänlig, varm, omhändertagande, öppen.

Lokal

1. Trygg, Lugn ,Jordnära, Varm , Öppen, Positiv, Har framtidstro.
2. Fötterna i myllan, Äldre, Vill hänga med, Snäll farmor, Trygg Bamsebjörn.
3. Ödmjuk, Naturnära.
4. Trött, Lite tråkig, Tålmodig, Deprimerad, Förutsägbar, Oengagerad, Egoistisk.



Falköpings egenskaper

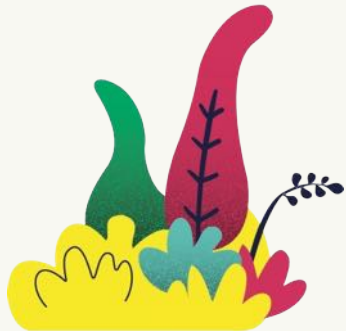


”Lugn, tråkig, harmonisk, snäll, tjatig, social, långsam, kanske lite hybris ibland men det är inget som man ser om man bara besöker”

”Killen mitt i kön. Absolut inte först. Men inte sist.”

”En trött och sävlig person, typ Kristina Lugn”

”Bonnig med massa mjölkgårdar, men på Sveriges framsida så lite coolare än andra lantbrukare”



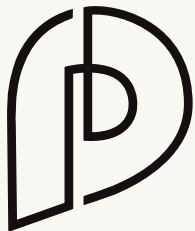
Nationell



”En grosshandlare med stor mage och stort leende”

”Killen i nian som föredrar att festa och dricka sprit framför att plugga. Fast inte lika bonnig som Säfte.”

”En äldre eller familjeperson som tycker om lugnt och tryggt”

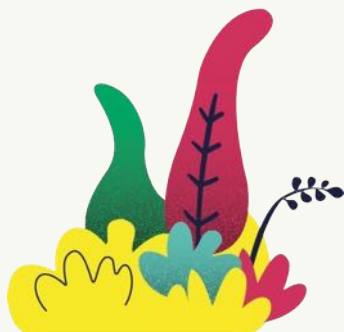


Falköpings egenskaper

Lokal



”Bamse. Svag o snäll vanligtvis, men om han får det lilla extra så blixtrar det till och allt blir toppen.”



” Trygg, vänlig, omtänksam omhändertagande och positivt tänkande med nytänkande som gynnar staden.”

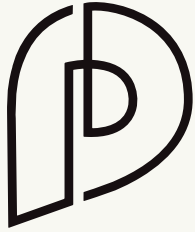
”En gammal tant som inte kan gå i trappor men har tatuerat både armar och vader samt färgat sitt hår blå för att vara inne”

” Jag kan bara likna med en bil: Volvo. Man vet vad man får och man vet att det funkar: tryggare än andra, säkrare än andra och driftsäker. Men inte en Ferrari med sin design, fart och coola stil.”



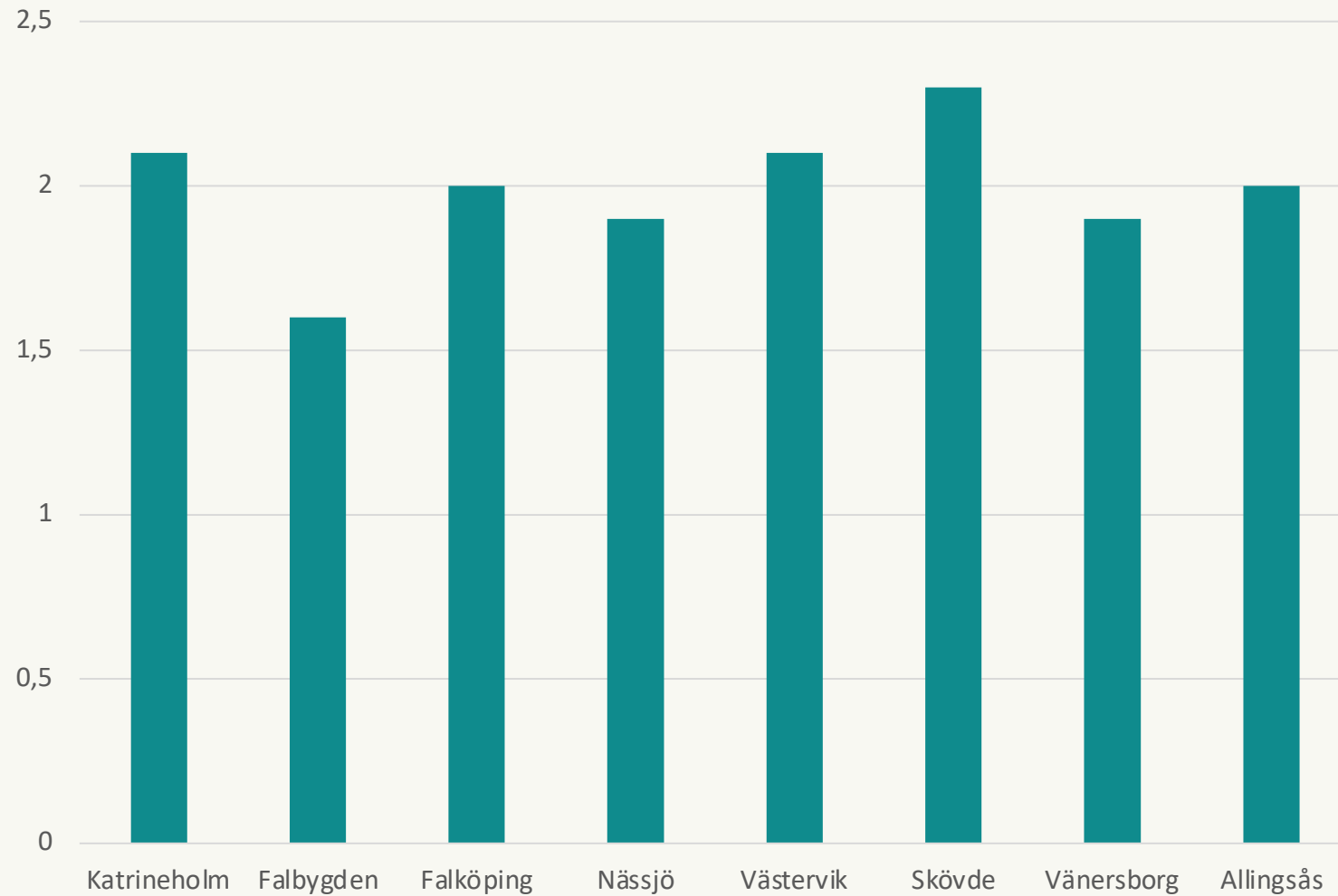
Benchmark

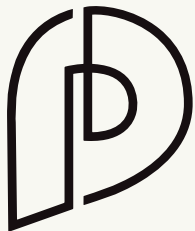
Här har vi jämfört Falköping med ett antal liknande platser för att få en förståelse kring hur Falköping står sig gentemot dem. Detta avsnitt är endast ställt till i den nationella attitydundersökningen.



Hur väl känner du till följande?

Frågan är ställd genom gradering 1-5 där 5 är mycket väl.

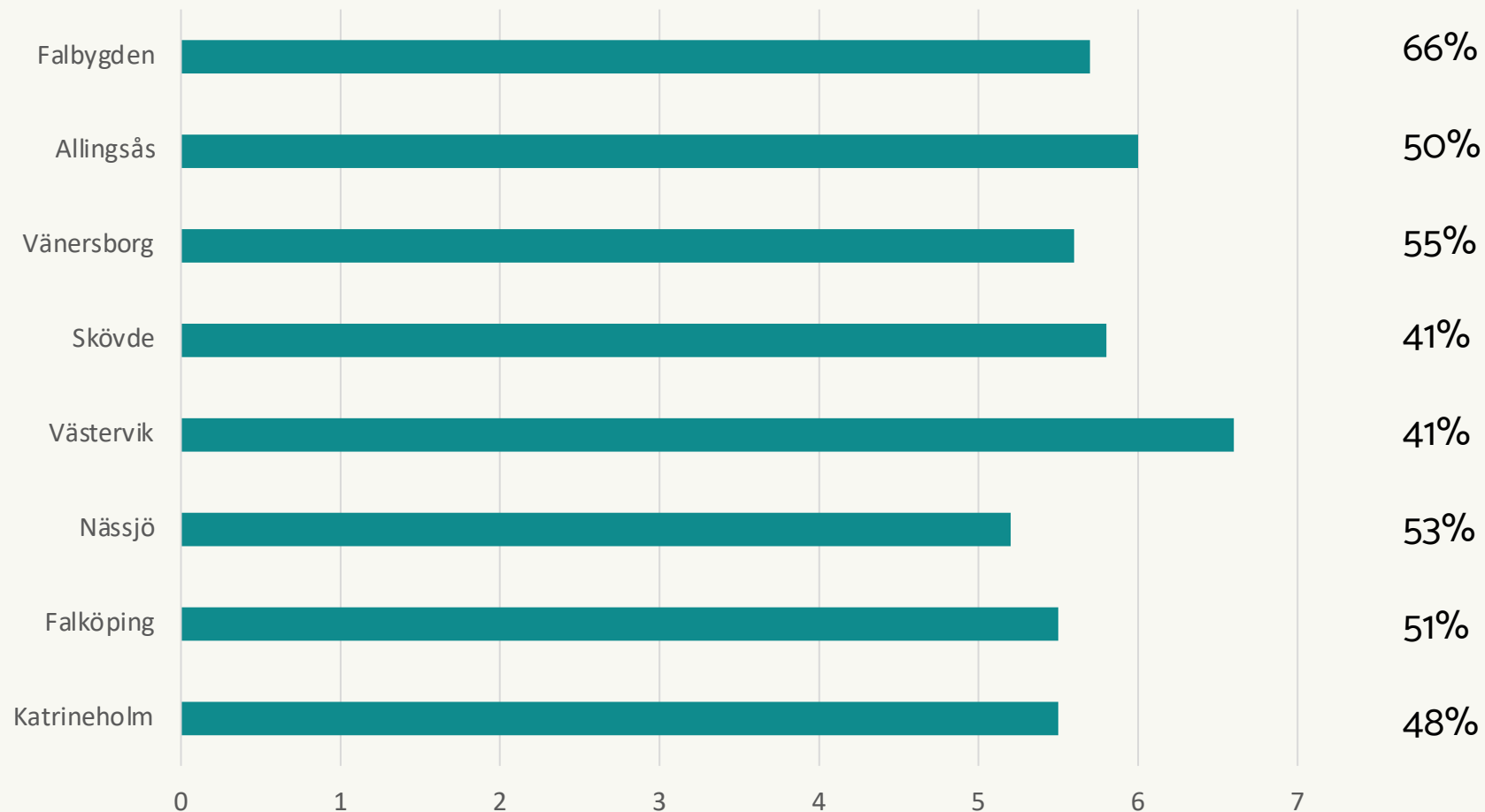


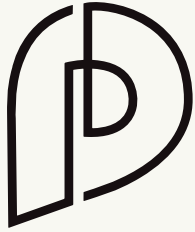


Nationell

Vilken är din allmänna uppfattning om följande platser?

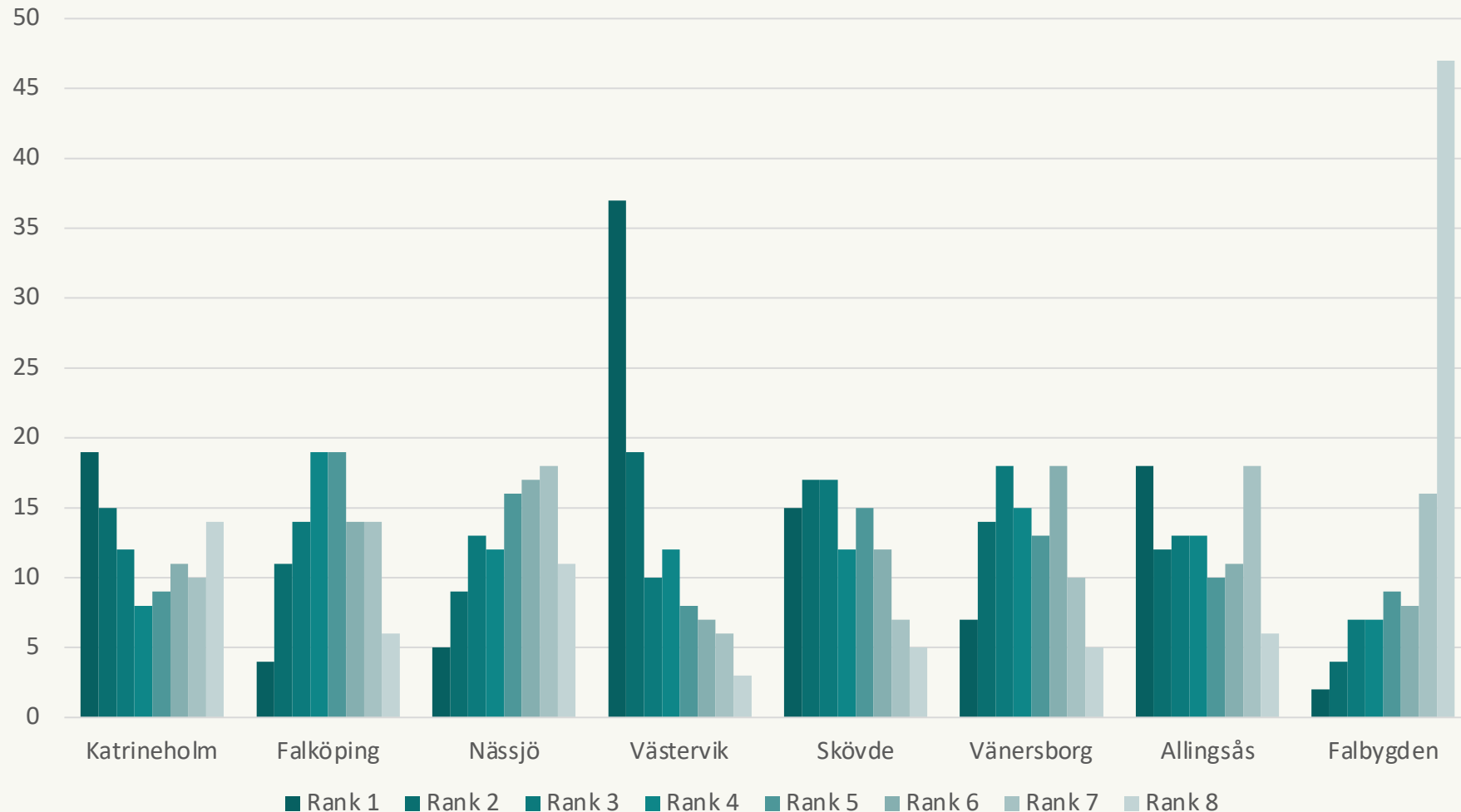
Frågan är ställd mellan 1-10 i gradering där 10 är mycket positiv.
Siffrorna i % visar de som angett, Ingen uppfattning.





Låt oss säga att det skulle bli aktuellt för dig att flytta till en annan ort. I vilken ordning skulle du välja mellan följande platser?

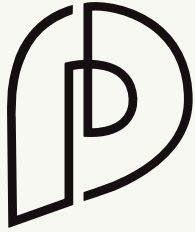
Frågan är ställd i gradering mellan 1-8 där 1 är bäst.





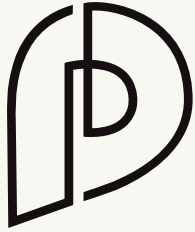
Unikitet och förbättring

Här har vi frågat vad lokalinvånarna anser är unikt för just Falköping och hur platsen kan bli ännu. bättre. Detta avsnitt berör därför endast den lokala attitydundersökningen.



Vad är unikt med Falköping?

1. **Platåbergen/geopark**
2. **Mösseberg/djurparken**
3. **Ålleberg**
4. **Fornminnen, Ekehagens forntidsby, megalitgravar, gånggrifter, kulturarvet**
5. **Hornborgasjön/tranor/trandans**
6. **Falbygdens ost/ost/mejeri/Osterian/**
7. **Livsmedel/gårdsbutiker**
8. **Levande landsbygd, naturen, öppet landskap, läget mellan bergen**
9. Bra kommunikationer/järnvägen
10. Närheten till andra städer
11. Småföretagandet
12. Idrott/Floby VK



Vad skulle göra Falköping till mer attraktiv plats att bo på?

Utveckling av stadskärnan

Utbud restauranger och butiker, trygghet, aktiviteter för alla åldrar, estetisk utveckling, uteliv, grönområden.

Förbättrad trygghet

Utomhusmiljö, stadskärna, minska rånrisk, skolan, välskötta/underhållna fastigheter, fler poliser.

Större utbud

Kultur, livsmedelsbutiker, aktiviteter för alla ålderskategorier, arbetstillfällen, evenemang, sport, bostäder i olika prisklasser, vatten/badmöjligheter, lekplatser.

Infrastrukturella satsningar

Cykelbanor på landsbygden, gratis kollektivtrafik.

Värnad omsorg

Mindre barngrupper i skolan, byskolor, personalen inom vård och omsorgsyrken.



Slutsatser

Här har vi summerat allt det vi kommit fram till genom attitydundersökningarna både lokala och nationella.



Kännedom

- Det finns en stor potential att stärka Falköpings position som plats genom att renodla det som sätts i skyltfönstret. Våga vara spetsiga och berätta om sådant som är unikt för platsen.
- Nationellt förknippas platsen främst med ost och dess tillverkning. Det nämns även lokalt men här blir naturen, historiken och kulturen allt mer tydligt också.
- Nationellt är Falköping mer attraktivt och lokalt Falbygden. Detta har sannolikt med en kunskapsfråga att göra och vilken typ av perspektiv som vägs in.
- Nationellt kan väldigt få kan namnge ett företag i Falköping utöver de som rör ost/mejeri. Det kan vara ett problem när ni vill attrahera nya invånare som ni vill ska bo och arbeta inom kommunen. Lokalt är kännedomen, av naturliga skäl hög.
- Vad gäller besöksmål är det ungefär samma som nämns. Även om den nationella undersökningen ger en mer övergripande bild och den lokala med på detaljnivå. Men det är tydligt att det finns flera erkända besöksmål.



Attityder

- Nationellt är det en relativt snäv bild som målas upp, den rör främst ost. Lokalt är det en bredare men ändå relativt avgränsad bild som träder fram. Lokalt präglar landsbygderna med sin koppling till tätorten och en stark koppling till de naturliga tillgångarna och den historiska prägel.
- När vi testar av ett antal faktorer (öppen och välkomnande, framtidstro, trygg) Svarar såväl de nationella som lokala att det anser att det är en plats som är öppen och välkomnande därtill i den lokala framtidstro och den nationella trygg. Bygg vidare på dessa grundpelare och se till att de står sig och utvecklas.
- Egenskaperna som tillskrivs Falköping är relativt lika mellan nationellt och lokalt. Lokalt lyfts en mer omtänksam, varm och öppen fram medan i den nationella är det något mer negativ klang. Se till att tydligt visa vad Falköping står i framåt för att balansera upp egenskaperna.



Unikitet och förbättring

- Det som anses vara unikt är särskilt naturen med platåbergen och den stora historiska prägelns med gånggrifter, megalitgravar och andra fornlämningar. Att gräva där ni står och hitta sätt att använda ert DNA i arbetet framöver kommer ge Falköping en bra grund att utvecklas vidare ifrån.
- Mängden livsmedelsproducenter och gårdsbutiker nämns även som unikt. Här finns redan idag en stor kännedom om ost såväl lokalt som nationellt, detta är något att bära med sig i utvecklingsarbetet framöver.
- Förbättringsområden handlar till stor del om att få ta del av ett större utbud. Detta är inget unikt för Falköping i sig utan en önskan vi ser i de flesta platser av Falköpings storlek.
- Trygghetsaspekten ser vi blir allt viktigare och även om Falköping har ett relativt högt anseende inom trygghet redan är detta en viktig punkt att ständigt bevaka och agera på. Detta rör såväl upplevd som faktiskt trygghet.



Konkurrens

- Kännedomen om Falköping i jämförelse med de andra orterna visar ingen större skillnad, samtliga platser rankar relativt lika. Endast Falbygden sticker ut som underrepresenterad kännedomsmässigt.
- Västervik är sedan platsen som positivt sticker ut både på allmän uppfattning samt intressant vid eventuell flytt. Västervik är en plats vid havet som vid flertalet tillfällen uppmärksammas på grund av investeringar av kända personer. Därav är troligtvis kännedomen om platsen högre. Därtill är vattennära boende attraktivt.
- Bara Nässjö får lägre höga betyg (1-3) än Falköping och Falbygden i frågan på plats att flytta till.
- Vi vet att människor i 18-35 årsåldern som har eller vill bilda familj dras till platser som är bra för barnen att växa upp på. Det är ofta platser som liknar de som de själva vuxit upp på eller som förefaller inne ha de attribut som man önskar att man själv vuxit upp med.

