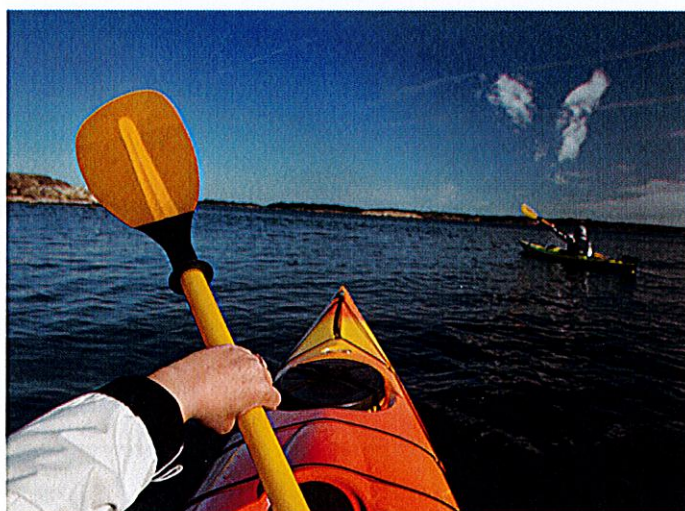


# Plan för turism och besöksnäringen i Tyresö 2018-2020

<b>Beslutsdatum</b>	2018-XX-XX	<b>Dokumenttyp</b>	Plan
<b>Beslutad av</b>	Kommunstyrelsen	<b>Dokumentägare</b>	Britt-Marie Lundberg-Björk
<b>Diarienummer</b>	2015/KS044872	<b>Giltighetstid</b>	2018-2020



## Innehållsförteckning

<b>1</b>	<b>Kommunövergripande strategi för besöksnäringen .....</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Förord .....</b>	<b>4</b>
<b>3</b>	<b>Bakgrund till en besöksnäringstrategi i Tyresö kommun.....</b>	<b>5</b>
<b>4</b>	<b>Syfte .....</b>	<b>5</b>
<b>5</b>	<b>Vision .....</b>	<b>5</b>
<b>6</b>	<b>Hållbarhet .....</b>	<b>6</b>
6.1	Tyresös identitet enligt översiktsplanen Tyresö 2035.....	7
<b>7</b>	<b>Övergripande mål 2020 .....</b>	<b>8</b>
7.1	Nationellt, regionalt & lokala mål.....	9
<b>8</b>	<b>Trender .....</b>	<b>9</b>
<b>9</b>	<b>Marknad &amp; målgrupp.....</b>	<b>10</b>
9.1	Potentiella målgrupper .....	11
9.2	Utbud – produkter, tjänster & upplevelser .....	12
9.3	SWOT-analys.....	13
<b>10</b>	<b>Strategi .....</b>	<b>14</b>
10.1	Ansvar & roller.....	16
10.2	Uppföljning.....	18

<b>Senast reviderad av dokumentägaren</b>	
<b>Reviderad med anledning av</b>	





# Besöksnärringsstrategi

tyresö kommun 

## Kommunövergripande strategi för besöksnäringen i Tyresö kommun

Tillsammans ska vi utveckla och vårda varumärket Tyresö och göra det attraktivt att bo och verka här. I Tyresö kan människor, företag, föreningar och verksamheter utvecklas och samverka.

Genom samverkan inom regionen stärker vi vår arbetsmarknad, skapar bättre kommunikationer och goda förutsättningar för ett blomstrande näringsliv.

Tyresö är en plats för alla.

tyresö kommun 



## Förord

Ett stort utbud av upplevelser, orörd natur och svenskarnas gästvänlighet är starka anledningar till att välja Sverige. Sedan 2000 har den totala omsättningen för turismen i Sverige ökat med 97 procent i löpande priser.

Under 2016 bidrog också turismen till att skapa fler nya jobb. Antalet som arbetade inom turism ökade med knappt 7 procent till 169 000.

Vilket kan jämföras med den totala sysselsättningsökningen i Sverige som var 1,7 procent under 2016.

Resmålet Sverige ska vara ett naturligt förstahandsval för den globala resenären.

Tyresös besöksnäringstrategi utgår från den nationella och den regionala strategin samt från den antagna delrapporten i Kommunstyrelsen (*diarienummer 2015 KS/044872*).

Arbetet med en strategi för besöksnäringen för Tyresö kommun har arbetats fram av näringslivschef efter möten och samtal med företagare inom besöksnäringen.

En workshop har också ägt rum, där besöksnäringen och tjänstemän från berörda enheter (kultur, fritid, information m.fl.) på kommunen bjöds in, ett ca 20-tal personer deltog.



Delrapporten har även redovisats på en företagsfrukost med tema besöksnäring på Tyresö slott, där ytterligare synpunkter har inhämtats.

Utöver fakta från den nationella och regionala strategin, har uppgifter från Handels utredningsinstitut (HUI), Tillväxtverket, samt en regional enkät (genomförd av kommunikationsenheten) i Stockholm/Tyresö med 767 respondenter. Även erfarenheter av övriga aktörer inom besöksnäringen har använts som underlag i strategin.

tyresö kommun 

## Bakgrund till en besöksnäringstrategi i Tyresö kommun

Tyresö kommunstyrelse har under hösten 2015 gett i uppdrag till Kommundirektören att ta fram ett förslag till strategi för besöksnäringen i Tyresö kommun.

Turism och besöksverksamheten har genom åren bedrivits i olika mer eller mindre samordnade former. Trots den samlade besöksnäringens betydelse för den lokala utvecklingen har det varit svårt att få tillstånd ett samlat grepp, gemensamma planer och långsiktiga utvecklingsstrategier för besöksnäringen. Besöksnäringen är den näring som ökar mest i landet och bedöms även få ökad betydelse för kommunen i framtiden. För att nyttja de möjligheter som detta medför krävs engagemang och samarbete mellan alla delar av kommunens näringsliv och den kommunala verksamheten.

### Syfte

Den framtagna strategin ska syfta till att tydliggöra ansvar och roller och visa hur vi ska ta tillvara de lokala förutsättningarna och utveckla besöksnäringen i kommunen. Strategin ska även vara en vägvisare till hur kommunens övergripande mål inom besöksnäringen skall uppnås, samt även följas upp av en handlingsplan för ett förverkligande av dessa.



### Vision - Tyresö kommuns vision fram till 2030:

Visionen om Tyresö som den mest attraktiva kommunen i Stockholmsregionen.

Tyresö ska växa och ta ansvar i Stockholmsregionen samtidigt som Tyresös värden – *närhet till naturen, vatten och skärgård, närhet till storstaden och vår trygghet i vardagen ska värnas.*

Det ska vara lätt att leva i Tyresö och att vara Tyresöbo.

tyresö kommun 



## Hållbarhet

För att uppnå en långsiktigt hållbar utveckling inom besöksnäringen, krävs en samverkan mellan ekologisk-ekonomisk och social hållbarhet.

**Ekologisk hållbarhet** omfattar skyddet av miljön och en hållbar försörjning som ger förutsättningar för upplevelser och rekreation.

**Ekonomisk hållbarhet** för en lönsam och långsiktig tillväxt sker genom strategiska investeringar i infrastruktur, anläggningar, utbildning och marknadskunskap.

**Social hållbarhet** inom besöksnäringen handlar om förutsättningar som t.ex. jämställdhet, trygga, mångkulturella arbetsförhållanden, och rimliga inkomster.

Tyresö kommun ska verka för en positiv hållbar utveckling av besöksnäringen. Målet är att öka värdet av alla varor och tjänster som produceras, som i sig genererar fler företag och arbetstillfällen. För att besöksnäringen skall stärkas, krävs det att det offentliga och privata värdskapet utvecklas för att leva upp till besökarnas förväntningar.

### Nätverk

Entreprenörskap och nätverk av samarbetande företag inom besöksnäringen ska uppmuntras.

### Analys

Arbetet ska kännetecknas av lyhördhet, flexibilitet och ske i samarbete med andra organisationer och kommunala partners.

### Statistik

Turistekonomiska mätningar, marknads- och attitydundersökningar ska följas upp, så att vi kan hitta rätt målgrupper och veta vad som efterfrågas, t.ex. kunskap om trender.

## Tyresös identitet enligt översiktsplanen Tyresö 2035

### Hållbart, mänskligt samt grönt och blått är kärnvärden som ska stärkas i alla verksamheter.

Kommunen ska även kännetecknas av närhet och variation samt att det ska vara lätt att vara aktiv och tillsammans.

Tyresö har många platser att upptäcka: Stora naturområden för aktivt friluftsliv, närliggande natur med plats för lek och skidåkning samt vatten som bjuder in till båtliv och bad.

Anläggningar för kultur och fritid utvecklas och anpassas i takt med att befolkningen ökar. Både tävlingsinriktade och icke tävlingsinriktade hälsofrämjande aktiviteter ska främjas.

Stockholmsregionen och Tyresö har målet att utbudet av kultur- och fritidssysselsättningar ska vara stort och bra, samt att det ska finnas goda friluftsmöjligheter i lättillgängliga och natursköna områden med ett rikt djur- och växtliv.

För regionens invånare är främst Alby naturreservat, Tyresö slott med Notholmen, Telegrafberget och Klövberget, pilgrimslederna kring Tyresö kyrka, kanotleden Drevviken – Kalvfjärden och Drevvikens rundisbana intressanta utflyktsmål.

När antalet invånare växer ökar behovet av platser för kultur och fritid.

Sprida kunskapen om Tyresös friluftsliv och alla dess möjligheter till aktiviteter genom olika informationskanaler, festivaler och händelser.

- Fortsätta med utvecklingen av Alby naturreservat, enligt utvecklingsplan Attraktiva Alby.
- Utöka riksintresset för rörligt friluftsliv för att inkludera Alby naturreservat.

**Ta fram en turism- och besöksnärlingsstrategi**  
*Planera för att utveckla rekreations- och besöksmål i kommunen. Dessa ska gå att nå till fots, på cykel och via kollektivtrafik. Service, parkering och annan infrastruktur finns.*

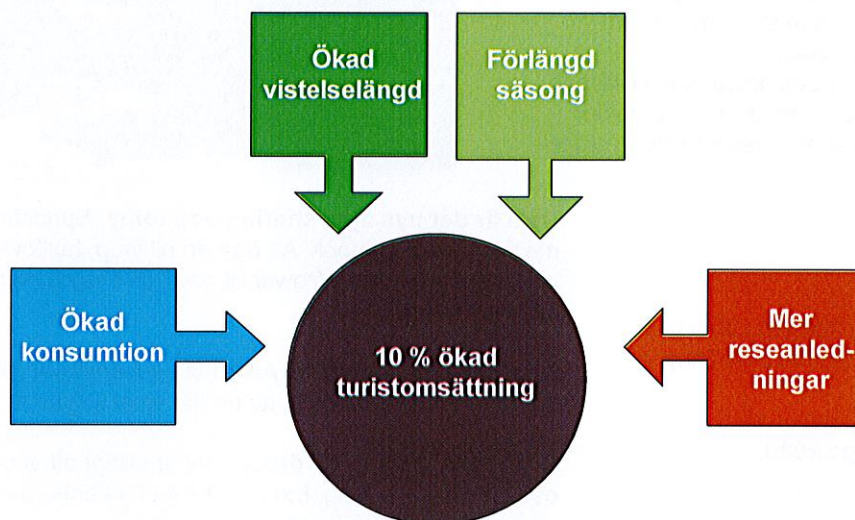


## Övergripande mål 2020

Aktiviteter och evenemang som speglar vår natur och kultur året om.

### Mätbara indikatorer

För att målet ska uppnås, har mätbara indikatorer identifierats. För att nå målbild krävs det en ökad besökskonsumtion, ökad vistelselängd och en förlängd säsong. Vi behöver skapa fler reseanledningar för att locka besökare och att turisterna kommer tillbaka.



## Nationellt, regionalt & lokalt

**Nationell Vision 2020** – Sverige är ett av Europas mest attraktiva resmål med starka varumärken på nationell – och destinationsnivå. Med fokus på hållbarhetsfrågorna ska vi fördubbla svensk besöksnäring från 2010 till 2020.

**Stockholms Vision 2020** – Vi ska vara Sveriges mest efterfrågade region när det gäller att paketera och leverera skandinaviska upplevelser under alla årstider.

**Stockholms mål** – Det övergripande utvecklingsmålet för Stockholm är att turismomsättningen ska öka mer än genomsnittet och ta marknadsandelar.

**Tyresös mål** – Målet är att stärka besöksnäringen i Tyresö kommun, öka antalet besökare i kommunen, erbjuda fler övernattningsmöjligheter samt fler aktiviteter i Tyresö slottspark.



## Trender

Att försöka hålla koll på vad som händer i omvärlden och vilka trender som kan påverka besöksnäringen framöver är viktigt.

### Den typiske turisten till Sverige 2030:

- Kommer från en storstad
- Är intresserad av natur och kultur
- Är köpstark
- Är fysiskt aktiv
- Vill köpa något

**Dela är det nya äga, sharing economy.** Spridning via sociala medier t.ex. Facebook. Att äga en bil ihop, taxiföretag behöver inte äga bilar (Uber), Power of peer, lyssna på mer personliga tips via likasinnade.

**Upplevelsen i centrum.** Att köpa souvenirer är inte lika viktigt, däremot att dela med sig av upplevelser på plats.

**Dela, gilla, hissa och dissa.** Det är viktigt att vi delar med oss av allt vi gör idag. Exemplet från Falkenbergs kommun där man på en parkbänk satt upp en skylt:  
*"In case of selfies" #falkenberg.*

tyresö kommun 



## Marknad & målgrupp

**Marknad** är ett geografiskt område, en **målgrupp** är en definierad grupp av människor som marknadsföringen riktas mot.

I vår prioritering av marknader och målgrupper använder vi oss av samma målgrupper och marknader som den regionala strategin, vilket bygger på en marknadsanalys som visar vilka de befintliga besökarna är i länet.

<p style="text-align: center;"><b>Sommar</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Stockholm</li> <li>• Mälardalen</li> <li>• Tyskland</li> <li>• Europa</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Året runt</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Boende &amp; verksamma inom Tyresö</li> <li>• Fritidshusägare</li> <li>• Släkt &amp; vänner (inkl. nyanlända &amp; deras släktingar)</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Målgrupper</b></p> <p><b>WHOPs</b> Wealthy Helathy Older people</p> <p><b>Active Family</b></p> <p><b>Idrotts &amp; frilutsövande</b></p> <p style="text-align: right;"><small>Källa: visitsweden.se</small></p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### Utbud

Ur ett besökarperspektiv är utbud, produkter, arrangemang och erbjudanden ofta de viktigaste reseanledningarna.

Utifrån målgrupperna är utbudet indelat i teman som speglar besökarens intressen och livsstil, dessa har även koppling till "Visit Swedens" tema. Tillsammans kan aktörer inom ett tema skapa ett större utbud.

### Marknad

- *Regionalt/lokalt* – Bearbeta närliggande kommuner och besökare till Tyresöbor.
- *Nationellt* – Utgå från samma marknad som finns i Stockholms besöksnäringstrategi, dvs. Stockholm/Mälardalen.
- *Internationellt* – Utgå från samma marknader som regionen har valt, Tyskland och Europa.

tyresö kommun 

## Potentiella målgrupper

I den nationella strategin för svensk besöksnäring presenteras en rad målgrupper av besökare som Sveriges marknadsföring riktar sig till. Genom att veta vilka besökare som rör sig i Sverige och Tyresö kan vi göra gemensamma vägval i allt från marknadsföring och kommunikation till paketering av erbjudanden. Vi kan också undersöka vilken målgrupp av besökare Tyresö har färre av eller saknar helt, för att sedan utveckla utbudet av aktiviteter för att bli mer intressanta för den målgruppen.

**Målgrupp** Tyresös besöksnäringstrategi utgår från några av de regionalt valda målgrupperna "Active family" och "WHOPS". Vi har även lagt till idrotts- och friluftsutövare.

- **Active Family**/Aktiva familjer är en målgrupp vars främsta besöksanledning är att få uppleva och aktivera sig tillsammans med sina barn och uppskattar familjeaktiviteter, kultur och natur.
- **WHOPS** (Wealthy, Healthy Older People)/Aktiva äldre människor är en målgrupp som kännetecknas av att de ofta är vitala par med god ekonomi och utflugna barn och ser resandet som en självklarhet. Natur och kulturupplevelser är populära.
- **Idrotts- och friluftsutövare**. Är ett intressant segment i Aktiva familjer och Aktiva äldre. De är antingen själva utövare eller åskådare vid exempelvis tävlingar och arrangemang. Det kan även vara föreningar.

**Teman** Tyresös besöksnäringstrategi utgår från valda teman.

- Familjeaktiviteter
- Skärgård & Naturupplevelser
- Kultur
- Evenemang
- Mat & Smak
- Sport & Hälsa



## Utbud – produkter, tjänster och upplevelser

Vi måste tydliggöra vilket utbud som saknas och vilka affärsmöjligheter som finns, samt främja nyföretagande och etableringar inom dessa områden. Utifrån tidigare workshop har vi sammanställt en preliminär PM-matris\* som ska underlätta för oss att tillgängliggöra vårt befintliga utbud och vara vägledande för produktutveckling och paketering.

TEMA	Familje aktiviteter	Skärgård & naturupplevelse	Kultur	Evenemang	Mat & smak	Sport & Hälsa
<b>Dragare/ profilbärare</b>	Tyresö slott Sol & bad Upptäcka, lära, äventyr barnkultur	Brevikshalvön Tyresta Alby Nyfors Åva camping Telegrafberget Klövgröttorna	Tyresö slott Alby Forten Tyresö kyrka Ahlstorp Fornminnen	Medeltidsdagarna Tyresöfestivalen Midsommarfirande Kultur i höstmörkret Vandra med spöken Konstrundan Julmarknader	Utomhus- måltider Gårdsbutiker Ölbryggerier	Tyresö vallen Aquarena Alby Alec's Golf Trollbäckens IP
<b>Reseanled- ningar</b>	Tyresö slott Notholmen Alby Kaatach Kano/cykel/ båt	Vandring Cykling Klättring Paddling Fiske Bad & båtliv	Nyfors Tyresö slott Telegrafberget Alby Uddbygård	Medeltidsdagarna Tyresöfestivalen Midsommarfirande Kultur i höstmörkret Vandra med spöken Musikkvällar Promenadfestivalen	Gårdsbutiker Ölbryggeri Julbord Äppelmusteri Notholmen Kumla Herrgård	Ridning Cykel Löpning Golf Skidor Skridskor
<b>Målgrupp &amp; Marknad</b>	Active Family Mor- & far- föräldrar med barn  Stockholm Mälardalen	Samtliga Målgrupper  Stockholm Mälardalen Tyskland Europa	WHOPs Active Family Mor- & far- föräldrar med barn Ungdomar Stockholm Mälardalen Europa	WHOPs Active Family Ungdomar  Stockholm Mälardalen	WHOPs Leisuregrupper  Stockholm Mälardalen	WHOPs Active Family Mor- & far- föräldrar med barn Nischat: lag & cuper Sverige Europa

\*produkt- & marknadsmatris

tyresö kommun 

## SWOT - Analys

Besöksnäringstrategin bygger på en SWOT- analys som kommunen och besöksnäringens intressenter genomförde vid en workshop hösten 2016. Strategigruppen bestod av representanter från restaurang, handel, kultur, fritid och kommundienstjänstemän från Näringslivsenheten.

I SWOT – analysen nedan redovisas de styrkor, svagheter, hot och möjligheter Tyresö har som plats.

### STYRKOR

Tillväxtkommun med ett bra geografiskt läge  
Närhet till natur och skärgård  
Historia  
Tyresö slott  
Golfbana  
Aktivt föreningsliv  
Sjösystemet Drevviken

### MÖJLIGHETER

Utveckling av attraktiva områden  
Naturupplevelser/friluftaktiviteter  
Aktivt sport och föreningsliv  
Fina matråvaror och spirande dryck och matutveckling  
Samarbete mellan kommun och näringsliv  
Sporthallar som bidrar till idrottsturism  
Utveckling av Tyresö Centrum

### SVAGHETER

Brist på boende  
Samarbete mellan företagen  
Verksamheter utspridda i kommunen  
Avsaknad av gemensam plattform  
Spretig marknadsföring  
Anonym som kommun  
Mötesarena för större evenemang  
Få entreprenörer inom besöksnäring

### HOT

Väder som påverkar aktiviteter utomhus  
Stockholm och andra kranskommuner lockar mer  
Infrastruktur  
Tyresö betraktas som en sovstad  
Brist på kompetent arbetskraft



## Övergripande slutsatser utifrån SWOT- analysen

Det vinnande konceptet för att få nöjda besökare är att ha ett bra samspel mellan privata, ideella och offentliga aktörer både lokalt och regionalt. Detta genererar ett gott värdskap med många ambassadörer som talar positivt om Tyresö, både de som bor, verkar eller är besökare.

En av kommunens uppgifter är att ge besöksnäringen goda förutsättningar att bedriva sina verksamheter samt vara en inspirationskälla till nyetableringar.

Kommunen ska ge besöksnäringen och föreningslivet tillfällen att träffas, knyta kontakter med varandra, anordna mötesplatser samt verka för att få hit fler evenemang. En sådan plattform ger en positiv utveckling av fritids,- kultur- och naturnära aktiviteter.

## Strategi

**Vision för besöksnäringen -Tyresö är det naturliga valet som besöksmål**

Tillvägagångsättet för att uppnå visionen:

- Arbeta på olika sätt med att stärka varumärket Tyresö
- Stödja utbildning av arbetskraft till berörda näringsverksamheter

### Utveckling

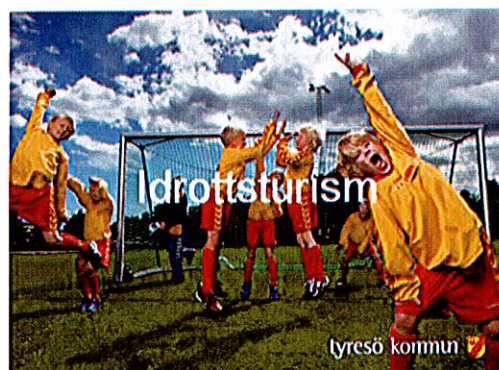
- En utveckling av Tyresö slott till en året runt-anläggning med ett bredare aktivitetsutbud
- En fortsatt utveckling av Alby friluftsanläggning till en året runt-anläggning med olika sommar- och vinteraktiviteter
- En utveckling av Tyresö Golfanläggning till en året runt-anläggning med restaurang, hotell och konferensanläggning med olika sommar- och vinteraktiviteter
- Arbeta för en fortsatt utveckling av infrastruktur och kommunikationer

*"Varje tillvägagångsätt för visionen är viktig"*



- **Hållbar turism** – Vi ser hållbarhet som ett utvecklingsområde som behöver genomsyras i allt arbete som görs inom besöksnäringen i Tyresös.
- **Attraktivt utbud året om** – Vårt utbud ska vara tillgängligt och tillräckligt. Det ska vara enkelt att hitta och få information både digitalt och fysiskt. Vi ska sträva mot att erbjuda tillräckligt många turistiska produkter som gör Tyresö till ett attraktivt besöksmål för utvalda målgrupper året om. Vi ska även kunna erbjuda paketerade produkter.

- **Goda ambassadörer** – Tyresös invånare och aktörer ska ge besökaren ett professionellt bemötande. Den som möter besökaren ska ha kunskap om Tyresö och dess turistiska utbud och/eller kunna hänvisa dit besökaren kan få mer information.
- **Attraktiv shopping**– Sträva mot att besökarna möts av ett varierat handelsutbud.
- **Samverkan både lokalt och regionalt** – Utveckla samarbetet med lokala besöksnäringssaktörer. Sträva mot att uppnå prestigelös samverkan mellan aktörer både på lokal och regional nivå.



tyresö kommun 

## Ansvar & roller

16

Näringslivsverksamheten har som uppdrag att vara välinformerad om inriktning och arbete kring strategier på nationell och regional nivå. Vid revideringar, ska hänsyn tas till lokala förutsättningar.

### Skapa ett sammanhållet och effektivt arbetssätt för besöksnäringen

Strategiarbetet har också fokus på att en tydligare kommunikation är viktig och att det finns ett behov av regelbunden samverkan i tydliga strukturer för att de positiva effekterna ska bli fler.

#### Kommunen:

- Verka för att besöksnäringstrategin följs
- Besöksnäringens utveckling som näring lokalt
- Kontakter och dialog med företagen och civilsamhället
- Erbjuder tillgänglig turistisk information i kommunen
- Turistisk infrastruktur i kommunen (lyfta till regional nivå vid behov)
- Initiera och genomföra gemensamma kompetensutvecklingsinsatser för företag/föreningar
- Samarbeta med flera kommuner bl.a. Södertörn och på regional nivå
- Främjandet av kommunen som en attraktiv plats att bo, leva och verka i

#### Företag och civilsamhället:

- Verka för att besöksnäringstrategin följs
- Ta fram produkter och arrangemang i linje med strategin
- Ansvara för den egna marknadsföringen och säljverksamheten
- Initiera och delta i kompetensutvecklingsinsatser



## forts. ansvar & roller

**En Besöksnäringsgrupp inrättas för att konkretisera strategin och för att göra årliga handlingsplaner.**

Gruppen består av representanter för näringsliv, organisationer och kommunala tjänstemän (utvalda nyckelpersoner inom Kultur, Fritid, Stadsbyggnad och kommunstyrelseförvaltningen) med intresse och betydelse för besöksnäringens utveckling.

- Näringslivsverksamhet leder och koordinerar arbetet och ansvarar också för att förankra handlingsplanen.
- Tyresös utveckling ska mätas regelbundet kunna visa upp aktuella siffror för näringen
- Genom "*Näringslivsnytt*" skickas information ut som rör hela näringslivet, inklusive besöksnäringen. Här erbjuds aktuella seminarier, utbildningar och annan information om näringslivet i Tyresö.
- Besöksnäringsgruppen bjuder in till en besöksnäringskväll varje år, som välkomnar hela näringen i Tyresö kommun.

Nästkommande års aktiviteter/handlingsplan presenteras och alla får bidra med idéer och inspel.

## Uppföljning

Besöksnäringstrategin för utveckling och tillväxt i Tyresö kommun med sikte på 2020 är ett kommunövergripande dokument och antas av kommunfullmäktige. Kommunstyrelsen ansvarar för genomförande av handlingsplan och uppföljning av besöksnäringstrategin.

Strategin har olika målgrupper; näringsens organisationer, föreningar och enskilda företag inom besöksnäringen. Strategin är giltig för samtliga som vill vara med och utveckla besöksnäringen i Tyresö kommun.

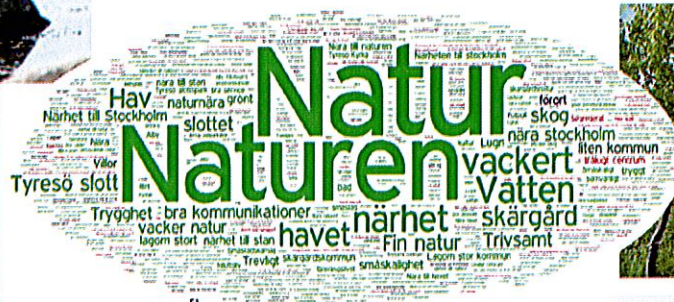
Strategin är nämndöverskridande, varje nämnd ansvarar för behandling av sina utvecklingsfrågor inom besöksnäringen. Tyresö kommuns förvaltningar ska i sina verksamhetsplaner, projekt och utvecklingsarbete så långt som möjligt hantera utvecklings och tillväxtperspektivet inom besöksnäringen för att gagna den kommunövergripande strategin.

Besöksnäringgruppen ansvarar för det övergripande arbetet med besöksnäringstrategin.

Uppföljning och revidering av strategi med tillhörande handlingsplan ska ske regelbundet vartannat år. År 2020 ska en utvärdering göras, som ska ligga till grund där nya mål för utvecklingsarbetet inom besöksnäringen tas fram.







tyresö kommun 