



TJÄNSTESKRIVELSE

Kommunstyrelsen

KOMMUNLEDNINGSKONTORET

2008-04-30

Dnr 2008-00185

Utkast till uppdragshandling – varumärket Laholm / bilden av Laholm

Bakgrund

Utveckling och tillväxt är viktigt för alla kommuner. Både nationellt och internationellt arbetar kommuner alltmer för att locka nya invånare, fler företag och besökare till just sin kommun. Att kommunicera ett tydligt varumärke för den geografiska platsen är ett viktigt led i att öka den egna kommunens attraktionskraft och tillväxt.

Varumärket ska bidra till att våra målgrupper väljer Laholm och inte andra konkurrerande kommuner. För att detta ska fungera måste varumärket hjälpa till att skilja ut Laholm i förhållande till andra. Det handlar om att lyfta fram det som är unikt eller i bästa fall särskiljande ur målgruppens synvinkel. Varumärket ska vara attraktivt för våra målgrupper och förstärka något som upplevs som värdefullt. Varumärket måste ha sin grund i dagens bild av Laholm, annars upplevs det inte som ett trovärdigt löfte. Varumärket ska vara framtidsorienterat, visa riktning och skapa energi att förändra och utveckla.

Idag har Laholm inget tydligt varumärke. Dessutom råder det brist på samsyn kring fördelarna och det unika med Laholm och vad vi gemensamt ska kommunicera. Det har under en tid förts diskussioner om vikten av en genomarbetad varumärkesprocess för Laholm. En process som kräver förankring och delaktighet från såväl kommunens olika verksamheter som det lokala närings – och föreningslivet samt medborgargrupper. I nämndsplanerna för 2008 lyfts också varumärkesarbete upp i ett antal nämnder, såsom kommunstyrelsen, utvecklings- och näringslivsnämnden och servicenämnden.

Den 12 februari 2008 bjöds nämndernas presidium, representanter från näringsliv och byalag/samhällsföreningar med flera, in till en introduktion i varumärkesbyggande. Denna träff syftade till att höja kunskapsnivån och skapa delaktighet kring byggandet av varumärket Laholm.

Syfte med uppdraget

För att kunna visa en attraktiv bild av Laholm gentemot omvärlden måste vi vara medvetna om och konsekventa med vad vi visar upp, vi måste förvissa oss om att omvärlden uppfattar oss på önskat sätt.

Syftet med uppdraget är därför både att definiera *vad* varumärket Laholm står för och *hur* vi ska kommunicera det.

Förväntade effekter

Stärka Laholms attraktionskraft hos nya och befintliga kommuninvånare, näringsliv och besökare.

Hävda Laholm i konkurrens med andra kommuner, både nationellt och internationellt.

Projekt mål

Arbeta fram en gemensam plattform för varumärket Laholm som ger klarhet i *vad* vi ska kommunicera som Laholms varumärke. Inom ramen för uppdraget ryms även att arbeta fram en kommunikationsstrategi för *hur* vi ska föra ut varumärket.

Avgränsningar

En grafisk profil måste utarbetas som stödjer varumärket. Framtagning av denna samt eventuell komplettering och revidering av kommunens egna (den kommunala organisationen), grafiska profil, ingår inte i detta arbete.

När kommunikationsstrategin är framtagen och beslutad skall den implementeras. Detta arbete ingår inte heller i uppdraget. Innan kommunikationsstrategin är beslutad bör vi dessutom avvakta med att ta fram kostsamt informationsmaterial/broschyrer samt skyltar med alltför lång beräknad livslängd.

Metodik

- Arbetet kräver ett deltagande av representanter från kommunala organisationen, medborgare, näringsliv och andra organisationer. I möjligaste mån använder vi oss av befintliga nätverk.
- Varumärkesarbetet ska kopplas till kommunens vision och övergripande mål.

Arbetsprocess:

- Analysdel
 - Genomgång av ”marknaden”, omvärldsanalys. Hur ser konkurrensbilden ut?
 - Attitydundersökning. Vilka attityder finns i förhållande till Laholm idag etc?
 - Våra målgrupper identifieras och prioriteras.

- Varumärkesutveckling
 - Våra kärnvärden identifieras och fastställs. Kärnvärdena ska vara det som är unikt, attraktivt och utvecklingsbart med Laholm.
 - Definiera vårt budskap till de olika målgrupperna.
- Kommunikationsstrategi
 - Konkretisera varumärkesutvecklingen genom att kärnvärdena, målgrupper och budskap dokumenteras.
 - Lägga fast strategier för att föra ut budskapet. Här ingår att definiera kanaler och metoder för att nå våra olika målgrupper.

Projektorganisation

- Projektets styrgrupp består av kommunstyrelsens arbetsutskott och utvecklings- och näringslivsnämndens presidium.
- Projektledare är utvecklingschef Gerry Andersson.
- Projektgruppen består av tjänstemän från utvecklings- och näringslivskontoret och kommunledningskontoret.
- Arbetsgrupper/referensgrupper med representanter från kommunala organisationen, medborgare näringsliv och andra organisationer.
- Projektet kräver konsultstöd.

Tidplan

- Uppdragshandling för arbetet klar och beslutad i maj 2008.
- Upphandling av konsulttjänster vår-sommar 2008.
- Genomförande enligt beskriven arbetsprocess augusti 2008 - våren 2009.

Kostnader/budget

Uppskattad kostnad för presenterat uppdrag beräknas uppgå till 300-400 tkr utöver tjänstemännens arbetsinsatser.

I utvecklings- och näringslivsnämndens budget för 2008 finns 100 tkr avsatta för varumärkesarbete.

I kommunstyrelsens budget finns det upptagna medel för visionsarbete och marknadsföring men de kommer att förbrukas under året. De aktiviteter som medför kostnader är Laholms Stadsfest, Magasin Laholm, Laholmsmässan och en marknadsföringsfilm. Således finns inga medel kvar inom kommunstyrelsens ram att disponera för ett varumärkesarbete och ev. trycksaker för kommunikation av vision och övergripande mål under 2008. Däremot finns 300 tkr avsatt under 2009 och 300 tkr 2010 till bl a varumärkesarbete.

Uppdragets omfattning och kvaliteten på måluppfyllelsen är beroende av hur mycket medel som finns att disponera.

I budget och ekonomisk plan för 2009-2011 bör kostnader för genomförandet tas upp, exempelvis kostnader för revidering av grafisk profil, annonsering och skyltning.

Rapportering, utvärdering och avstämning

Arbetsgruppen rapporterar till styrgruppen vid tre tillfällen, i november, i mars och i april.

Kommunledningskontorets förslag till beslut

1. Kommunstyrelsen godkänner projektgruppens förslag till uppdragshandling för varumärket Laholm.
2. Kommunstyrelsen godkänner att kommunstyrelsens arbetsutskott och utvecklings- och näringslivsnämndens presidium utgör gemensam styrgrupp för uppdraget.

Kenneth Svensson
t.f. kommunchef

Gerry Andersson
Utvecklingschef

Projektgrupp

Fredrik Swärdh, näringslivssekreterare
Monica Fransson, turistchef
Agneta Wesslén, utredningssekreterare
Ove Bengtsson, IT-chef