



Strategi avseende

Varumärkesplattform

För Nybro kommun som organisation, arbetsgivare och plats.

Dokumentstyp Strategi	Omfattar Hela kommunen	Beslutsinstans Kommunfullmäktige	Beslutsdatum 2024-06-17
Klassificering 1.3.1	Dokumentansvarig Utvecklingsenheten	Diarienummer KS-2024-198	Revideras senast 2026-06-17

Innehåll

1. Inledning	3
1.1 Bakgrund	3
1.2 Syfte.....	3
1.3 Relation till andra styrdokument	3
1.4 Ansvar och genomförande.....	4
1.5 Organisation och ansvar	4
1.6 Genomförande	4
1.7 Uppföljning.....	4
2. Strategi för varumärkesarbete	5
2.1 Nuläge.....	5
2.2 Tre aspekter av kommunens varumärke	5
2.2.1 Organisationsvarumärket	6
2.2.2 Arbetsgivarvarumärket.....	6
2.2.3 Platsvarumärket.....	6
2.3 Ett varumärkeslöfte.....	6
3 Organisationsvarumärket Nybro kommun.....	7
3.1 Varumärkeslöfte – Trygghet, nyfikenhet och nytänkande.	7
3.1.1 Trygghet	7
3.1.2 Nyfikenhet.....	7
3.1.3 Nytänkande.....	7
4. Arbetsgivarvarumärket Nybro kommun	8
4.1 Varumärkeslöfte – Vi gör skillnad på riktigt.....	8
4.1.1 Invånarna i fokus.....	8
4.1.2 Ansvar och positiv syn	8
4.1.3 Delaktighet och hälsa	8
4.1.4 Nyfikenhet och nytänkande	8
5. Platsvarumärket Nybro kommun	9
5.1 Varumärkeslöfte – Tid för din passion.	9
5.1.1 Enkelhet.....	9
5.1.2 Kreativitet.....	10
5.1.3 Naturen.....	10

1. Inledning

Nybro kommun är ett varumärke. Kommuners varumärke är unika på så sätt att man både är ett organisationsvarumärke, ett arbetsgivarvarumärke och ett platsvarumärke.

Varumärkesarbete handlar om verksamhetsutveckling och kvalitet. Att vi vill göra kommunen bättre för alla som bor här, alla företagare, alla kommunanställda och för alla som besöker oss. Det har väldigt lite att göra med en härlig slogan eller att vara något som vi inte är. Det är en ständig utvecklingsprocess. Att våga se möjligheter och våga se vad som inte fungerar bra, och att ha en vilja att bli bättre! Det innebär att hela tiden göra små förbättringar för att komma framåt och utvecklas.

1.1 Bakgrund

Varumärkesplattformen ersätter tidigare Kommunikationsplattform som beslutades av kommunfullmäktige den 24 februari 2014. Kommunikationsplattformen byggde på kommunens gamla vision från 2011. Den första delen som handlar om kommunikationsstrategi har tidigare ersatts av ”Riktlinje för intern och extern kommunikation”. Varumärkesplattformen ersätter delen i kommunikationsplattformen som handlar om platsmarknadsföring, men tar också ett större grepp om hela varumärket Nybro kommun.

Varumärkesplattformen är framtagen av kommunikatörerna på utvecklingsenheten, på uppdrag av utvecklingschef. Arbetet har gjorts i samarbete med nätverket för intern och extern kommunikation.

Varumärkesplattformen ska bidra till att vi kommunicerar mer effektivt och konsekvent, både som kommun, arbetsgivare och plats. Plattformen ska säkerställa att vi förmedlar samma övergripande bild och handlar både om intern och extern kommunikation. Vi vill beskriva vår identitet och berätta om vad vi vill uppnå och hur vi vill uppfattas.

Till strategin finns en separat aktivitetsplan som uppdateras kontinuerligt. Där beskrivs vad vi tillsammans kan göra för att stärka Nybro kommuns varumärke.

1.2 Syfte

Syftet med strategin är

- att öka kännedomen om Nybro kommun som en bra plats att bo, arbeta och verka i.
- att öka attraktionskraften för att locka och behålla medarbetare, invånare, föreningar, företag, besökare och turister.
- att öka förtroendet för kommunen som organisation och som arbetsgivare.

1.3 Relation till andra styrdokument

Strategin utgår från visionen och våra kärnvärden. Varumärkesplattformen ska hjälpa till med att skapa en enhetlig bild av Nybro kommun, skapa stolthet kring det vi har och är och sprida en positiv bild av Nybro kommun.

- Varumärkesplattformen – ska säkerställa att vi förmedlar samma övergripande bild och handlar både om intern och extern kommunikation. Vi vill beskriva vår identitet och berätta om vad vi vill uppnå och hur vi vill uppfattas.
- Riktlinje för intern och extern kommunikation – anger inriktningen på kommunikationsarbetet. Den beskriver Nybro kommuns förhållningssätt i kommunikationsfrågor och samtidigt hur kommunen kommunicerar internt och med omvärlden. Den tydliggör ansvar och roller, men också hur kommunens verksamheter ska planera sin kommunikation.
- Riktlinje sociala medier – syftar till att skapa struktur vid användning av sociala medier. Riktlinjen riktar sig till anställda i Nybro kommun som deltar i sociala medier inom ramen för sin anställning, som representanter för Nybro kommun.
- Grafiska riktlinjer – vårt visuella uttryck som ska skapa igenkänning. Regler för hur vi ska använda till exempel logotyp, färger, typsnitt och bilder. Syftet är att kunna kommunicera enhetligt för att bygga ett starkt varumärke. Genom att vara konsekvent med designen så blir det tydligt för mottagaren vem kommunikationen kommer ifrån och det skapar igenkänning.

1.4 Ansvar och genomförande

Nämnder och bolagsstyrelser ska använda strategin och arbeta för att den förverkligas utifrån sina uppdrag och förutsättningar. Till varumärkesplattformen finns en aktivitetsplan med varumärkesstärkande aktiviteter.

1.5 Organisation och ansvar

Varje styrelse och nämnd i kommunorganisationen ansvarar för att arbeta med att uppfylla varumärkeslöftena. Utvecklingsenheten på kommunstyrelseförvaltningen ansvarar för att driva arbetet framåt kommunövergripande genom nätverket för intern och extern kommunikation.

1.6 Genomförande

Nätverket för intern och extern kommunikation består av representanter från förvaltningarna och bolagen, vilka antingen arbetar nära ledningen och/eller har en övergripande insyn i arbete inom förvaltningen/bolaget. Representanten arbetar för ökad prioritet av kommunikationsfrågor på den egna förvaltningen/bolaget. Nätverket ansvarar för att utifrån varumärkesplattformen ta fram en plan med aktiviteter som syftar till att stärka varumärket. Det varumärkesstärkande arbetet behöver ske i hela kommunkoncernen och handlar både om verksamhetsutveckling och kvalitet. Små förbättringar som görs hela tiden gör att vi kommer framåt och utvecklas.

1.7 Uppföljning

Uppföljningen sker kontinuerligt och utifrån den separat framtagna aktivitetsplanen, vilken beskriver vad vi tillsammans ska göra för att stärka Nybro kommuns varumärke.

2. Strategi för varumärkesarbete

2.1 Nuläge

Nybro kommuns riktlinje för intern och extern kommunikation anger inriktningen på kommunikationsarbetet. Den beskriver Nybro kommuns förhållningssätt i kommunikationsfrågor och samtidigt hur kommunen kommunicerar internt och med omvärlden. Den tydliggör ansvar och roller, men också hur kommunens verksamheter ska planera sin kommunikation.

Utgångspunkten för vår kommunikation:

- Speglar vår värdegrund
- Skapar engagemang
- Bidrar till att utveckla relationer med medborgare, brukare, massmedier, besökare, näringsliv och föreningar.
- Är en av de viktigaste förutsättningarna för demokrati och delaktighet.

Vår kommunikation ska alltid kännetecknas av en uppmuntran till dialog samtidigt som den är

- Planerad och samordnad
- Tillgänglig och öppen
- Korrekt och aktuell
- Tydlig och identitetsskapande

2.2 Tre aspekter av kommunens varumärke

Enkelt förklarat finns det tre aspekter av kommunens varumärke¹:

1. Organisationsvarumärket
2. Arbetsgivarevarumärket
3. Platsvarumärket

Organisationsvarumärket, platsvarumärket och arbetsgivarvarumärket hör ihop. Letar du till exempel hus för att flytta till i Nybro så är det troligt att du också undersöker kommunens service. Finns det förskola dit du vill flytta? Hur är kulturutbudet? Är du utbildad inom vård och omsorg så undersöker du troligen hur det verkar vara att arbeta i kommunen eller regionen.

Eftersom delarna hänger ihop och påverkar varandra så är detta en varumärkesplattform för alla tre delar.



¹ ”Kommunen & varumärket för politiker, ledare och tjänstemän” av Lena Leigert Kreafor.

2.2.1 Organisationsvarumärket

Begreppet organisationsvarumärke handlar om att betrakta hela kommunorganisationen som ett varumärke. Det kan även kallas kommunvarumärke och syftar bland annat till att skapa förtroende och få ett gott rykte vad gäller service, skolan, samhällsbyggnad, stads- och landsbygdsutveckling och så vidare.

2.2.2 Arbetsgivarvarumärket

Begreppet arbetsgivarvarumärke handlar om att stärka sitt varumärke i egenskap av arbetsgivare. Det kallas även employer branding och handlar om kompetensförsörjning, rekryteringskommunikation och att arbeta för att erbjuda arbetsplatser att trivas på. Syftar till att stärka kommunens anseende som arbetsgivare, behålla befintliga medarbetare och rekrytera nya.

2.2.3 Platsvarumärket

Med platsvarumärket avses kommunen som geografisk plats, som boplat, plats att bedriva sin verksamhet på som näringsidkare, förening eller organisation och som besöksdestination. Handlar om att öka attraktionskraften gentemot invånare, inflyttare, föreningar, besökare, turister och företag.

2.3 Ett varumärkeslöfte

Ett varumärkeslöfte är en sammanfattning av det som vi erbjuder och lovar våra målgrupper. Varumärkeslöftet ska beskriva:

- Det man kan förvänta sig.
- Vad vi erbjuder,
- Vad vi aldrig ger avkall på och alltid svarar upp till.

Generellt ska ett bra varumärkeslöfte vara annorlunda och särskilja sig från andra varumärkens löften. Alltså ska det förknippas med just Nybro kommun och kännas igen av våra målgrupper.

Varumärkeslöftet ska ha nytta för omvärlden, det vill säga det ska handla om något som våra målgrupper tycker känns meningsfullt och som är viktigt även för dem. Det ska aldrig lova mer än varumärket kan hålla. Ett bra varumärkeslöfte är trovärdigt och ärligt.

3 Organisationsvarumärket Nybro kommun

Nybro kommun består av en mängd olika och viktiga verksamheter. Bilden av oss som kommun skapas av alla personer som kommer i kontakt med kommunens alla medarbetare. Bemötandet och den kultur som man möts av i kontakten med oss avgör vilken bild man har av kommunkoncernen. Vi måste förtjäna vårt goda rykte genom ett gott bemötande och en god service. Kommunikationen kan förstärka vårt rykte genom att lyfta fram styrkor och bemöta missförstånd eller negativa uppfattningar.

Alla vi som har Nybro kommun som arbetsgivare representerar kommunen. Varje arbetsplats har sin historia att berätta. När vi berättar om Nybro kommun som arbetsplats så utgår vi gärna ifrån hur vi i våra arbeten finns nära invånarna och gör skillnad genom trygghet, nyfikenhet och nytänkande. Det kan till exempel vara i mötet med en elev, i intervjun med en nyanställd eller i ett reportage om en arbetsplats.

Ibland beror lågt förtroende på verksamhetsmässiga brister och ibland på kommunikativa missar. Genom att arbeta med verksamhetsutveckling och genom att bli tydligare i information och kommunikation så kan förtroendet öka. Ett starkt varumärke är också en tillgång i kriser – ett starkt varumärke med högt förtroende drabbas inte lika hårt i krislägen.

Öppenhet är en förutsättning för demokratin. Vi jobbar för att vara tillgängliga, lyssna och bjuda in till dialog.

Varumärkeslöftet ska genomsyra verksamheten och kommunikationen och fungera som en ledstjärna. Våra kärnvärden i vår vision beskriver hur vi vill att Nybro kommun ska uppfattas. Kärnvärdena är trygghet, nyfikenhet och nytänkande.

3.1 Varumärkeslöfte – Trygghet, nyfikenhet och nytänkande.

Nybro kommun skapar livskvalitet och hållbar samhällsutveckling för Nybro kommuns invånare, besökare, föreningar, organisationer och företag.

3.1.1 Trygghet

Vi vill alltid göra det bästa för dig som bor och verkar i Nybro kommun. Vi finns nära dig och är en trygghet genom hela livet.

3.1.2 Nyfikenhet

Vi är nyfikna på vår omvärld och ser olikheter som en tillgång. På det sättet utvecklas vi både som människor och som organisation.

3.1.3 Nytänkande

Vi är öppna och tar tillvara på nya idéer för att utveckla kommunen. Nya arbetssätt och ny teknik används för att hela tiden förbättra vår verksamhet.

4. Arbetsgivarvarumärket Nybro kommun

Nybro kommuns viktigaste resurs är medarbetarna. Syftet med att skapa ett starkt arbetsgivarvarumärke är att kunna attrahera, rekrytera och behålla medarbetare i kommunen. Viktigast av allt i det arbetet är att skapa en stolthet och vi-känsla hos alla oss som redan jobbar här. Medarbetare som trivs och är nöjda är de bästa ambassadörerna, både för organisationsvarumärket och arbetsgivarvarumärket. Vad vi själva säger om vår arbetsplats är en stark kraft när det kommer till varumärkesbyggande.

Arbetsgivarvarumärket går hand i hand med organisationsvarumärket. För att kunna leverera den service som vi utlovar som kommun så behöver vi kompetenta och engagerade medarbetare. Att stärka arbetsgivarvarumärket handlar om att göra sig attraktiv som arbetsgivare. Det gör det lättare att både rekrytera och behålla medarbetare. Även kommunens platsvarumärke är viktigt för arbetsgivarvarumärket. Är vi kända som en bra och trevlig kommun att bo och leva i så blir det lättare att rekrytera.

4.1 Varumärkeslöfte – Vi gör skillnad på riktigt.

Vi gör skillnad på riktigt. I våra arbeten skapar vi livskvalitet och hållbar samhällsutveckling för Nybro kommuns invånare, besökare, föreningar, organisationer och företag.

4.1.1 Invånarna i fokus

Vi har invånarnas bästa i fokus och utgår från deras upplevelse och kunskap. I våra jobb ser vi till helheten och samverkar för invånarnas bästa.

4.1.2 Ansvar och positiv syn

Vi litar på varandra och på dem vi samarbetar med. Vi tar ansvar för våra egna uppdrag och för utvecklingen av helheten i kommunen.

4.1.3 Delaktighet och hälsa

Vi har ett arbetsklimat som ger oss förutsättningar att må bra. Vi är delaktiga och har möjlighet att göra skillnad både på vår arbetsplats och i kommunens utveckling.

4.1.4 Nyfikenhet och nytänkande

Vi lär oss hela tiden, utvecklas och vågar tänka nytt. Vi tar tillvara på våra olikheter, det berikar och gynnar helheten.

5. Platsvarumärket Nybro kommun

Platsvarumärket handlar om att förmedla en tydlig, trovärdig och gemensam känsla av den geografiska platsen Nybro kommun. Vi vill beskriva hur det är att bo här, att driva företag här och hur det är att besöka oss.

Det är inte kommunorganisationen, något företag eller enskild person som själv äger platsvarumärket. Däremot kan kommunen skapa förutsättningar och hjälpa till att sprida bilden av platsen.

Delarna hänger ihop. Till exempel är det lättare för företag att rekrytera folk utifrån om platsen har ett gott rykte. Aktiviteter och besöksmål för turister gynnar även de som bor i kommunen. Och en attraktiv plats attraherar lättare företag, nya invånare och anställda.

Ett platsvarumärke utgörs av allas sammantagna känsla och uppfattning om platsen. Platsvarumärket har ingen ägare, utan består av det fysiska (geografiskt läge, byggnader, miljö, och så vidare), av människorna som bor och verkar här, av platsens historia samt dess ambition och ”anda”.

Turism, besöksnäring och destinationsutveckling är viktigt för oss. Lika viktigt är frågor kring näringsliv och boplatser. Delarna i platsvarumärket behöver samspela och gynna varandra. Vi behöver skapa bra förutsättningar för de invånare som redan finns här och samtidigt locka fler.

Lokalt finns det många krafter, till exempel föreningar, organisationer, företag och enskilda orter som jobbar med platsutveckling. Vi är också en del i ett större sammanhang där vi som kommun samverkar i ett större geografiskt område.



5.1 Varumärkeslöfte – Tid för din passion.

Vilken är din passion? I vår del av Småland och Glasriket har vi tid för våra passioner. Tid att odla våra intressen eller utveckla nya. För livet blir lite smidigare när det mesta finns nära. Skorna som snöras och sen är du ute på löprundan. Enkelheten och servicen när du ska handla. Smidigheten att driva företag på en liten ort där det är nära till de resurser som behövs. Barnen som tryggt tar cykeln till fritidsaktiviteterna.

I Nybro, Orrefors, Alsterbro, Örsjö och alla andra fantastiska tätorter, byar och platser i vår kommun finns enkelhet, kreativitet, gemenskap och närhet till storslagen natur och vackra sjöar.

5.1.1 Enkelhet

I Nybro kommun är det nära till det mesta och därmed blir vardagslivet enkelt. Det gör att vi har tid att ägna oss åt våra intressen och passioner. Här kan du vara dig själv och det finns många sammanhang där du kan vara en del i en gemenskap och själv vara med och bidra.

5.1.2 Kreativitet

En plats för kreativa! Vare sig det handlar om konst, design, föreningsengagemang eller företagande så finns kreativiteten med som en röd tråd. Glasriket skapar magi och det unika konstglaset är berömt världen över. Hantverket finns i många svenska hem. Nybro är en industrikommun där kreativa lösningar inom företagen har lett fram till spännande produktutvecklingar och innovationer. Designtraditionen går långt tillbaka i tiden och är idag en självklar del av näringslivet. Det starka föreningslivet bidrar både till kreativitet, trivsel, välmående och utveckling.

5.1.3 Naturen

Vi har alltid nära till storslagen natur. Det ger både lugn och bjuder in till äventyr. De stora skogarna och de många sjöarna har varit en viktig faktor för kommunens utveckling och är grunden till bland annat järnbruksepoken, glasriket och den stora träindustrin.

Idag står naturen för rekreation, upplevelser och välbefinnande för våra invånare och besökare. Den besitter stor potential inom besöksnäringen samtidigt som den fortfarande är en förutsättning för den moderna träindustri som finns i kommunen idag.