

**Näringslivsenheten  
Erik Josephson****Kommunstyrelsen**

## Varumärkesprogram

### Bakgrund

Kommunstyrelsen gav 2017-06-14 § 160 förvaltningen i uppdrag att planera för implementering av varumärkesinriktningen i samtliga av kommunens verksamheter samt arbeta för en etablering i relation till samarbetspartners. Kommunstyrelseförvaltningen gavs även i uppdrag att ta fram förslag till riktlinjer och ny grafisk manual i överensstämmelse med varumärkesstrategin liksom en aktivitetsplan, även omfattande budget, med fokus på 2018.

Under det arbete som har skett sedan uppdraget gavs har inriktningen delvis förändrats utifrån förändrade behov. Kommunstyrelseförvaltningen har under våren och sommaren 2020 arbetat med att förbereda arbetet med ett nytt varumärkesprogram, under namnet "Attraktiva Haninge". Programmet omfattar perspektiven plats, organisation och arbetsgivare. Genom att gå från ett eget varumärke till ett varumärkesprogram kan den tillväxtfas kommunen befinner sig i stöttas på ett bättre sätt. Förändringen pekar även på att det finns utmaningar som går utanför den kommunala organisationen och som därmed kräver samverkan med andra aktörer i samhället. Några av de utmaningarna som följer av den starka tillväxten omfattar bland annat:

- Utvecklingen av Haninge stad
- Ökade digitalisering i samhället
- Hållbar utveckling
- Ökade krav på kommunal service
- Effektiv organisationsstruktur



- Kompetensförsörjning

Ett helhetsgrepp på varumärkesarbetet kan även stötta förändringsresan mot ett tydligare koncernperspektiv, där kommunen ses som en organisation oavsett vilken del av koncernen en aktör möter.

#### Portföljstyrning

Framtagandet av ett varumärkesprogram föreslås bedrivas inom ramen för kommunens portföljstyrning, som ett program i utvecklingsportföljen.

Programmet beräknas löpa under cirka tio års tid och stödja kommunens övergripande vision och mål om hållbar tillväxt och trygghet för medborgarna. Varumärkesprogrammet ska omfatta det målinriktade, metodiska och långsiktiga arbete som behövs för att stärka platsen Haninge och organisationens förtroende och attraktionskraft, såväl som organisation som arbetsgivare.

#### Syfte

Syftet med varumärkesprogrammet är att skapa:

- En attraktiv plats – som är känd, har tydliga fördelar och upplevs som positiv så att invånare, besökare, företag, entreprenörer och investerare väljer Haninge
- En attraktiv organisation – som skapar förtroende, god service och agerar som en helhet
- En attraktiv arbetsgivare – som rekryterar, utvecklar och tryggar kommunens kompetensförsörjning genom att attrahera rätt förmågor

Genom att skapa attraktivitet för platsen Haninge ska fler besökare söka sig till kommunen. Som en attraktiv plats för företag att etablera sig och verka i kan sysselsättningen, tillväxten och serviceutbudet ökas. Genom investeringar kan kommunen utvecklas till en plats som ger en hög livskvalitet och goda bostäder för invånarna.

Som en attraktiv arbetsgivare ska Haninge ha ett starkt arbetsgivarvarumärke för att kunna rekrytera och behålla kompetenta chefer och medarbetare, så att kommunens uppdrag kan genomföras utifrån den tillväxt som kan förväntas.

## Förutsättningar

Utvecklingen av platsvarumärken kräver en bred förankring för att skapa en gemensam bild och ett engagemang där alla intressenter för platsen, såväl kommunen som externa aktörer, medverkar. Arbetet kräver ett långsiktigt åtagande, vilket för kommunen medför behov av en bred politisk förankring kring programmet och dess initiativ.

Ett varumärke präglas inte bara av de budskap som sänds ut, utan även av hur olika målgrupper uppfattar interaktionen i de fysiska och digitala miljöer de befinner sig i. Detta gör att ett varumärkesprogram även behöver involvera kommunens medarbetare.

## Första steget i leveransen

Det första steget i leveransen ska säkerställa en gemensam bild av Haninges nuläge och önskat läge. Arbetet medför behov av analyser inom en varumärkesstrategi, för att identifiera vad som behöver göras för att nå det önskade läget. I detta ska de projekt och aktiviteter som behöver genomföras inom ramen för en konceptualisering av platsen, organisationen och arbetsgivaren Haninge genomföras.

Detta första steg ska även omfatta en kostnadsberäkning av varumärkesprogrammets årliga kostnad, som behöver hanteras inom ramen för ordinarie budgetprocess. Merparten av dessa kostnader är interna kostnader, som exempelvis personalkostnader.

Visst arbete kring varumärkesprogram sker redan i dag, som exempelvis kommunens så kallade Hemester-kampanj, Företagardagarna och kommunens deltagande i Almedalsveckan.

Arbetet med det första steget i leveransen beräknas ta cirka sex månader att genomföra och uppgå till en kostnad om 3 mnkr. Avsikten är att avsätta två tjänster inom befintliga resurser på kommunstyrelseförvaltningen för arbetet, vilket medför behov av vikarierande personal. Detta bedöms medföra en kostnad om cirka 1,5 mnkr. Därtill kommer kostnader för konsultuppdrag, cirka 900 tkr, samt externa undersökningar till en kostnad om cirka 600 tkr. Kostnaderna föreslås belasta kommunstyrelsens reserv för 2021.

### Extern rådgivningsgrupp

Kraften i ett platsvarumärke uppnås vanligtvis genom ett brett engagemang och i en medskapandeprocess, där platsens aktörer aktivt bidrar. Därför föreslås att det till varumärkesprogrammet knyts en extern rådgivningsgrupp, kallat marknadsråd. Syftet med marknadsrådet är att ge varumärkesarbetet en bred förankring i samhället och inom den politiska organisationen. Detta är behövligt för platsvarumärkets långsiktighet och användbarhet.

Det föreslås att marknadsrådet utgörs av åtta till tio utpekade personer som företräder större, etablerade företag och organisationer på exekutiv nivå. Dessa ska kunna bidra utifrån varumärkeskompetens, idealt med en relation eller anknytning till Haninge. En bred politisk förankring i arbetet föreslås genom att involvera kommunstyrelsens ordförande och oppositionsråd i marknadsrådet.

### Förslag till beslut

Kommunstyrelsen föreslås besluta:

1. Uppdra till kommunstyrelseförvaltningen att påbörja arbetet med det första steget av leveransen av ett varumärkesarbete
2. Kostnaden för det första steget uppgår till 3 mnkr, vilket belastar kommunstyrelsens reserv för år 2021.
3. Kommunstyrelseförvaltningen uppdras att inrätta ett marknadsråd.
4. Kostnader för varumärkesprogrammet inkluderas från år 2022 i ordinarie budgetprocess.