

# Marknadsplan för Falkenbergs kommun



FALKENBERG  
*Hitta det här*

# Innehåll

Historik	3
Övergripande syfte med marknadsföringsprocessen	4
Visionen: Vi växer för en hållbar framtid!	6
Fem ledord	8
Målgrupper	10
Varumärkesmätning	12
Budget	13
Revidering av marknadsplanen	15
Möjliga marknadsaktiviteter	16
Internt genomförande av marknadsplanen	18
Grafisk profil för Falkenbergs kommun	18

# Historik

Marknadsplanen för Falkenbergs kommun bygger på värden som framkommit i kommunens arbete med Vision 2020. Merparten av arbetet genomfördes under våren 2006, efter utnämning av en parlamentarisk visionskommitté. Ett brett deltagande är en förutsättning för ett gott resultat, visionskommittén har därför gett alla som vill, möjlighet att delta i arbetet och framföra synpunkter på kommunens framtid. Vår visionstext bygger dels på Region Hallands visionsarbete, Bästa Livsplatsen, och dels på det kommunspecifika resultatet från ett relativt stort antal förannonserade ”visionsmöten”. Här deltog diverse kultur- och intresseföreningar, näringsliv, skolungdomar och förtroendevalda, men också enskilda intresserade och nyfikna.

Kommunfullmäktige har beslutat att låta formuleringen ”Vi växer för en hållbar framtid!” integrera kommunens profil, det vill säga den bild som kommunen vill associeras med, för kommunens Vision 2020. Visionen har i samtliga delar genomsyrat marknadsföringsgruppens arbete och kan därmed sägas ge en tydlig legitimitet åt resultatet som presenteras här. Marknadsplanen har, inom ramen för de förutsättningar som angetts av Vision 2020, arbetats fram av en marknadsgrupp. Marknadsgruppen består av representanter från de flesta av våra kommunala bolag och förvaltningarna i samarbete med ER-Konsult Utbildning AB. Planen bör följas upp regelbundet av marknadsgruppen, för att utvärderas och revideras år 2009. Med anledning av att kommunstyrelsens beslut om att identifiera marknadsföringen av vår kommun som en fortgående, strategisk process, har något slutdatum för arbetet inte fastställts. Vissa delprojekt och delprocesser ska dock gå till avslut. Kommunfullmäktige fastställde Vision 2020 i juni 2007.

# Övergripande syfte med marknadsföringsprocessen

Den övergripande marknadsföringen av kommunen, tillsammans med besöksnäringens specifika marknadsföring, skall skapa en positiv och tydlig bild av Falkenbergs kommuns unika egenskaper, för såväl kommuninvånare som turister och betraktare. För att nå fram med vårt budskap ska vi accentuera, leverera och repetera kommunens fem ledord, som beskrivs utförligt längre fram i denna marknadsplan. Dessa ledord är en sammanfattning av de egenskaper vi har och är stolta över och som vi vill få invånare, turister och betraktare att associera med vår kommun. Ledorden tydliggörs genom förklarande texter och återkommer på ett naturligt och sammanhängande sätt, i de sammanhang där kommunen väljer att marknadsföra sig.

**Bilden av Falkenberg såväl som kommunens profil skall vara tydligt kopplade till den vision som kommunfullmäktige angett.**

- Kommunens verksamheter presenteras under en enhetlig och gemensam profil.
- Företagsklimatet i Falkenberg skall fortsätta att vara bra och förbättras ytterligare, så att det genererar fler företag och ökad inflyttning.
- I konkreta tal strävar vi efter att öka antalet invånare med 10.000, till 50.000 invånare. Det ger oss demografiska förutsättningar att kunna erbjuda och utveckla ett fortsatt framgångsrikt näringsliv, med egen attraktionskraft och köpkraft. Ökningen av antalet invånare ger även en egen, säkrare, bas för nyrekryteringar inom vård skola och omsorg. Marknadsplanen skall ge målsättningen understöd.
- Allt ska genomföras i linje med visionen, att vi skall växa för en hållbar framtid!

## **Att skapa profil i en politisk miljö**

Förutsättningarna att skapa en profil är i grunden helt annorlunda än de för ett kommersiellt företag. I kommunen framför olika partier sin ideologi och förslag på lösningar. Kommuninvånarna väljer och vart fjärde år har nya idéer och nya lösningar chans att ändra färdriktning. Profilskapande är troligen en betydligt längre process än fyra år.

När det gäller profileringsarbetet ser marknadsgruppen att dessa förutsättningar krävs för att man steg för steg skall kunna nå målet om en tydligt och enhetlig profil:

- Enighet om gemensamma grundvärden
- Enighet om långsiktigt agerande
- Enighet om visuella / grafiska värden
- Enighet om mål för näringslivets utveckling
- Mottagarorienterat agerande
- Enighet om en stark och tydlig kommunal profil

### **Vilka är profilbärarna i Falkenbergs kommun?**

- Invånarna
- Företagen och dess produkter
- Kommunledningen, den bedrivna politiken och kommunens personal
- Intressegrupper, föreningar och organisationer
- PR, tidningar, radio, TV, webb, information
- Miljön, marken, byggnader, skyltning, et c
- Märken, symboler, grafisk identitet
- Turistattraktioner och besöksmål
- Marknadsföringen

Samma grupper har en uppfattning om den kommunala profilen. Utmaningen består i att samla den under ett ”gemensamt tak”.

### **Falkenbergs kommun idag – kort resumé**

Falkenbergs kommun ligger mitt i Halland, med Varberg i norr och Halmstad i söder – vid E6/E20 10 mil från Göteborg, 17 mil till Malmö och Köpenhamn. Vackra sandstränder vätter mot västerhavet och genom kommunen flyter Ätran. Marken består av bördig jordbruksbygd och kommunen är skogs- och sjörik i öster mot gränsen till småland. Totalt finns drygt 40 000 invånare, varav omkring 20 000 i själva centralorten Falkenberg. Tätorten har en välbevarad stadskärna och är i övrigt en ganska typisk sommarstad som lever upp ordentligt under intensiva maj, juni, juli och augusti då befolkningen ökar markant. Det finns goda möjligheter för invånare och besökare att få en rik fritid genom camping, vandring och fiske (unikt laxfiske i centrala Falkenberg). Det finns mer än 5 000 fritidshus och man har kapacitet för över 200 000 campinggästnätter. Utländska turister kommer företrädesvis ifrån Danmark, Tyskland och Norge.

Kommunen kanske är mest känd för sol, sand och hav med sommarboende längs med kusten. Internationellt har staden gjort sig känd inom idrott (främst bordtennis), men har på senare år intensifierat sitt internationella samarbete. Falkenberg är i flera avseenden en produktiv kommun – jordbruksprodukter i form av ost, mjöl, glass, kött och kyckling produceras inom kommunen. Det finns relativt många småindustrier, men ännu relativt få kunskapsintensiva företag. Kommunen har en ganska stor hamn med terminalverksamhet. Kommunen har länge velat framföra en politisk miljöprofil.

# Visionen: Vi växer för en hållbar framtid!

Vår vision ska förmedla kommunens växande som positiv och hållbar, på lång sikt. Hållbarheten kan ses i flera olika dimensioner, exempelvis ur ekologiskt, ekonomisk och socialt perspektiv. Kommunens växtkraft finns i ett ökat antal invånare, men räknas även i etablering av nya företag och verksamheter samt utökad kunskap och kompetens. Långsiktig hållbarhet uppnås genom att dagens behov tillgodoses på ett sådant sätt att kommande generationers handlingsfrihet, att tillgodose sina behov i alla dimensioner, inte försämras.

Falkenbergs kommun ska erbjuda sällsynt goda möjligheter till boende, arbete, välbefinnande, utveckling och utmaningar. Dit når vi genom att arbeta med långsiktig hållbarhet i vår egen verksamhet som organisation, men också genom att bidra till hållbar utveckling i hela samhället.



# Fem ledord

## Växande

Falkenbergs kommun ska öka antalet kommuninvånare, men även antalet nya företag och verksamheter. Det i sin tur, ger underlag för utökad kunskap och kompetens.

Kommunen arbetar aktivt med att tillgodose att människor, i alla åldrar och med olika behov, har en bostad de kan trivas i. Ett bra exempel är devisen ”Alla tiders boende” som Fabo strävar efter att kunna erbjuda. Det finns alla förutsättningar för fysiskt växande i kommunen. För närvarande finns 2 miljoner kvadratmeter detaljplanerad industrimark att tillgå.

Investeringar i nya byggnationer är ytterligare ett exempel på växande. Byggnationerna är ett led i en hållbar, långsiktig kommunal samhällsplanering för befintliga invånare i kommunen, såväl som framtida.

Falkenbergs kommun strävar efter att växa till 50 000 invånare för att få tillskott av kompetens och kraft att kunna upprätthålla och ombesörja god service gentemot våra medborgare.

## Hållbarhet

Hållbarhet innebär omdömesgill eftertänksamhet i all samhällsplanering för kommande generationers skull.

Ekonomisk hållbarhet och en budget i balans är en grundläggande förutsättning för all framtidsplanering. Kommande generationers handlingsutrymme får inte äventyras genom bristande ekonomiskt ansvar.

Kommunen satsar resurser på handlingsplaner för hushållning i miljö- och kretsloppsprogram, samt energi och ekologisk hållbarhet inom exempelvis vindkraft och biogas.

Kommunfullmäktige har fattat beslut om att utöka andelen ekologiskt producerat livsmedel på koncernens meny, samt att koncernens fordon skall drivas med naturgas eller etanol. Social hållbarhet uppnås bland annat genom pågående utbyggnad av äldreomsorg och skolverksamhet för att täcka framtida behov. Stora satsningar har gjorts på kommunens räddningstjänst.

## Närhet

Falkenbergs kommun präglas av möjligheter att välja själv. Det geografiska läget ger tillgänglighet och närhet till havet, naturen och landsbygdens stillhet såväl som shopping, nöjen och attraktioner.

I ordet närhet ligger också en strävan att skapa större förståelse och gemenskap människor emellan – oavsett deras bakgrund. En mångfaldsgrupp, med representanter från olika förvaltningar och bolag, har satts samman i kommunen. Syftet är att sprida kunskap och förståelse för andra kulturer, i och utanför koncernen, under 2007.

Vår målsättning är att vår organisation ska upplevas som effektiv och tillgänglig. Vi arbetar med att förkorta handläggningstider på inkomna förfrågningar från våra medborgare. Stora resurser har satts för att förkorta restiderna till våra grannkommuner. Ett exempel är Väst kustbanan, där arbetet bedrivs i samverkan med Banverket.



Ledord är ord att hålla fast vid på resan mot visionen. Falkenbergs ledord representerar ett sammandrag av de egenskaper vi har och är stolta över och som vi vill få invånare, turister och betraktare att associera med vår kommun. Två av ledorden är hämtade direkt ur kommunens vision "Vi växer för en hållbar framtid!". Resterande ledord korresponderar mycket väl med visionen.

## Upplevelser

Falkenbergs kommun vill ännu tydligare markera att upplevelser är en viktig del i vårt erbjudande till framtida falkenbergare och turister. I Falkenberg finns alla möjligheter till upplevelser! Här finns havet och stränderna, historiska efterlämningar och en storlagen variationsrik natur, men även dans, musik, teater, idrott och andra kulturella nöjen.

Kommunen bygger en ny evenemangshall för att möta behovet av kultur- och idrottsevenemang, men även mäsaktiviteter som stöttar näringslivet. Byggnaden utgör också en stor satsning på gymnasieskolan och föreningslivet.

Falkenberg kan stoltsera med Sveriges största visfestival, Sveriges största friluftsteater och nyårsrevy. Vi har också norra Europas största varuhus i kommunen. Upplevelsenäringen är av stor betydelse för kommunen och dess näringsidkare sedan länge.

## Möjligheter

Vi ska skapa den mylla där dagens och morgondagens falkenbergare och företag kan växa och känna sig trygga. Falkenberg skall vara möjligheternas kommun för våra invånare, turister och företagare.

Ett stort utbud av detaljplanelagd mark ger möjlighet för företag att etablera sig och expandera. En ny näringslivspolicy fastställs hösten 2007. Det innebär att Falkenberg fortsätter att utveckla företagsklimatet och skapa förutsättningar för ett framgångsrikt näringsliv. Kommunen satsar på entreprenörskap, exempelvis utbildning av unga företagare i samarbete med våra näringslivsorganisationer.

Kommunens kontakt med omvärlden skall utvidgas och organiseras efter en ny internationell policy. Som exempel kan nämnas Falkenbergs systerstadsrelation till kinesiska Shijiazhuang.

Kommunen arbetar aktivt med att tillgodose att människor, i alla åldrar och med olika behov, får möjlighet att skaffa sig en bostad de kan trivas i.

# Målgrupper

Marknadsplanen tar fasta på tre viktiga förutsättningar för en lyckad profilering:

1. Att de vi vill nå är tydligt kartlagda och deras behov och intressenivå är kända
2. Att kommunens ambition är tydlig och väl förankrad
3. Att kommunens grafiska profil på ett tydligt sätt för fram ambitionen till dem man vill nå

Marknadsplanen framhåller tre huvudsakliga målgrupper enligt nedan:

## Turism

- a) Turister/besökare till Falkenbergs turistområde. De flesta turister kommer geografiskt från vårt närområde österifrån och norrifrån, historiskt följer det geografiska området Ätradalen.
- b) Invånare i Falkenbergs turistområde. Den mest betydelsefulla marknadsföringen gentemot turister/besökare är information och rekommendationer från släkt och vänner. Falkenbergarnas roll är i de sammanhangen mycket viktig. Invånarnas värdskap, gästfrihet och bemötande är också mycket viktiga för att turisterna skall trivas och återkomma. Kommunen har ambitioner och goda möjligheter att vidga det geografiska målområdet.

## Företag

- a) Befintliga företag är viktiga budbärare och ambassadörer för näringslivet i Falkenberg. De återger hur de upplever den kommunala servicen, vilka möjligheter de ser till expansion och utveckling, rekryteringsunderlag samt den allmänna synen på företagsamhet i kommunen.
- b) Oetablerade företag eller redan etablerade, små och medelstora, företag med god bredd.

## Invånare

- a) Kommunens invånare är viktiga budbärare och ambassadörer för Falkenberg som hemort. De återger sin syn på kommunens service, information, fritidsutbud och framåtanda. De är en prioriterad grupp rörande information om pågående projekt och kommunens framtidsplaner samt bruket av allmänna skattemedel.
- b) Potentiella invånare inom Arbetsmarknadsregionen Halland, Göteborg och västra Småland. Statliga utredningar (bland annat Ansvarskommitténs slutbetänkande) har konstaterat att de tidigare arbetsmarknadsregionerna har förändrats. De infrastrukturella förutsättningarna för ändrat beteendemönster för arbetsförflyttning inom geografiskt större regioner, syns inte minst genom den pågående utbyggnaden av Väst kustbanan.

## Anställda i Falkenbergs kommunkoncern

- a) Koncernens medarbetare utgör cirka 10 procent av kommunens totala befolkning. De utgör därför en prioriterad målgrupp och är viktiga budbärare och ambassadörer för Falkenbergs kommun som arbetsgivare, men även för Falkenberg som hemort. Det är dessutom förhållandevis enkelt att hålla målgruppen informerad och uppdaterad, via intranät och personaltidningar.
- b) Potentiella medarbetare i koncernen. Högskole- och universitetslever samt elever i grund- och gymnasieskola skall uppmärksammas på de goda förutsättningar som finns och de krav som ställs för anställning inom våra verksamheter.





## Varumärkesmätning

Målsättningen är att våra målgrupper ska se Falkenbergs kommun som det självklara och främsta valet med avseende på boendeort, besöksort och arbetsgivare.

För att se effekten av kommande marknadsföringsinsatser bör Falkenbergs kommun göra någon typ av nollmätning av varumärket. Med nollmätning avses en mätning av nuläget, med avseende på olika målgruppers kännedom om varumärket och hur väl de förknippar ledorden med detta.



Foto: Falkenbergs Turistbyrå

## Budget

Årligen avsätts totalt ca 4-6 miljoner kronor till sponsring och marknadsföring/information av kommunkoncernens bolag och förvaltningar. För att använda resurserna maximalt och nå ett optimalt resultat krävs samordning.

Kommunen planerar att på sikt rekrytera en marknadskommunikatör. Det vill säga en informatör som har till uppgift att samordna och effektivisera marknadsföringen, samt bidra till en god och enhetlig profilering av koncernens verksamheter.



# Revidering av marknadsplanen

Vartannat år utvärderas kommunens marknadsplan och de kampanjer som genomförts. Effekterna av marknadsföringsinsatserna mäts gentemot uppsatta mål som exempelvis invånarantalet, företagsetableringen, turismen, kommunal service och varumärket i övrigt. Metoden för mätningen är enkel att genomföra, med statistikstudier och en årlig så kallad "nöjdhetsundersökning" som genomförs i kommunens målgrupper. Tidningen Framtid Falkenberg, är ett bra media för att genomföra enkäten samt för att presentera resultatet av densamma.

I samband med utvärderingen revideras marknadsplanens innehåll, för att nå uppsatta mål och visionen. Samtidigt utarbetas en aktivitetsplan för verksamhetsåret med tillhörande budget.

Arbetet bör genomföras under årets första kvartal och den utsedda marknadsgruppen bör ha mandat att genomföra detta. Resterande del av året bör marknadsgruppen sammanträffa regelbundet för avstämningar.

# Möjliga marknadsaktiviteter

- Redaktionella reportage. Exempelvis i tidskriften Framtid Falkenberg.
- Annonsering. Annonser i större dagstidningar. Exempelvis i media inom arbetsmarknadsregionen.
- Radioreklam.
- Mässdeltagande. Exempelvis i samarbete med lokala och regionala aktörer.
- Reklam på internet.
- Direktreklam till utvalda målgrupper.
- Ambassadörskap.
- Informationspärm till besökare på våra företag.
- Informationspaket till nyanställda.
- Information om kommunens tomtkö, till andra kommuners invånare.
- Turistinformation/broschyr om aktiviteter i kommunen.
- Tackkort till invånare i kommunen, som medverkar i media och hjälper till att förstärka den positiva bilden av kommunen.
- Utnämning av årets företag.
- Utmämning av årets företagsidé.
- Uppmärksamhet kring entreprenörskap, exempelvis Ung Företagsamhet.
- Digitalt nyhetsbrev.
- Reklam i samband med fakturering.
- Miljökalender.



## Målgruppen företag:

*(Presumtiva företag)*

- Annonser i tidningen Dagens Industri
- Grundmaterial/kit för presentation av kommunen

*(Befintliga företag)*

- Näringslivsluncher. Seminarier
- Grundmaterial/kit för presentation av kommunen
- UF-verksamheten
- Årets företagare
- Årets företagsidé

## Målgruppen invånare:

*(Presumtiva invånare)*

- Annonser i DI, GP, HP, VN, LP, HN.
- Direktreklam i arbetsmarknadsregionen Halland, Göteborg och västra Småland.
- Skyltar vid vägar
- Grundmaterial/kit för presentation av kommunen
- Flyers vid olika arrangemang

*(Befintliga invånare)*

- Radioreklam
- TV-reklam
- Reklam på bussar
- Framtid Falkenberg
- Hallands Nyheter
- Årets ambassadör
- Skyltar vid vägar (ska vara lätt att byta budskap). Idrottsreklam, banners, annonser, skyltar, dekal, tröjor mm. Priser i miljö, idrott, kultur, personal.
- Utskicksmöjligheter med de kommunala bolagen

## Internt genomförande av marknadsplanen

Kommunens förvaltningschefer, VD:ar och avdelningschefer eller motsvarande, skall ha god kännedom om marknadsplanen och tillämpa den i sitt arbete. Övriga medarbetare inom Falkenbergs kommun, som arbetar med information och marknadsföring skall ha god kännedom om marknadsplanen och tillämpa den i sitt arbete.

Övriga medarbetare inom kommunen skall vara informerade om marknadsplanen.

## Grafisk profil för Falkenbergs kommun

En grafisk profil skall finnas som stöd för all utåtriktad verksamhet inom koncernen. Profilen skall klargöra hur annonser, trycksaker och kommunikation måste gestaltas. Den grafiska profilen skall ”samla” koncernen i en gemensam grund.





*För att skapa en positiv och tydlig bild av Falkenbergs kommun har vi tagit fram en marknadsplan som genomsyras av visionen ”Vi växer för en hållbar framtid!”.*

*Den har i samtliga delar genomsyrat marknadsföringsgruppens arbete och kan därmed sägas ge en tydlig legitimitet åt resultatet som presenteras här.*



**FALKENBERG**  
*Hitta det här*

*Postadress: 311 80 Falkenberg - Besöksadress: Nygatan 34  
Telefon: 0346-88 60 00 (vxl) - Telefax: 0346-13340 - E-post: kommun@falkenberg.se*