



LANDSTINGET BLEKINGE

Landstingsdirektörens stab
Kommunikationsenheten
Madeleine Flood

2017-12-20

Ärendenummer: 2017/01689
Dokumentnummer: 2017/01689-1

Till landstingsfullmäktige

Varumärkesstrategi med verksamhetsidé, vision och uppdrag för Region Blekinge

Inledning

Den 1 januari 2019 går Landstinget Blekinge samman med nuvarande Region Blekinge. Den nya organisationen som uppstår får namnet Region Blekinge. När en organisation förändras eller bildas uppstår alltid ett nytt varumärke. Varumärket är detsamma som den bild människor har av verksamheten. Bilden påverkas av ett flertal faktorer, exempelvis:

- Kvaliteten i de tjänster och den service vi erbjuder invånarna
- förmågan att vara en öppen organisation med fokus på dem vi finns till för
- ambassadörskapet hos alla de medarbetare som företräder organisationen
- förmågan att driva ett aktivt och långsiktigt varumärkes- och kommunikationsarbete som stödjer vision, mål, strategier och planer för Region Blekinge.

Syftet med varumärkesstrategin

Denna varumärkesstrategi ska därför vara ett stöd i det långsiktiga kommunikationsarbetet med att skapa en trovärdig, tydlig och attraktiv bild av Region Blekinge. Den ska göra det möjligt för olika typer av verksamheter att kommunicera på ett effektivt sätt med utgångspunkt från målgruppernas behov. Strategin ska borga för god kvalitet, samordning, effektivitet och tydlighet i varumärkesarbetet. Den omfattar alla verksamheter i Region Blekinge.

Utgångspunkt för varumärkesstrategin är verksamhetsidé, vision och uppdrag. Dessa tre hörnpelare för den nya organisationen har tagits fram av den politiska styrgruppen för regionbildning.

Verksamhetsidé

Region Blekinge leder utvecklingen för ett attraktivt Blekinge med god livsmiljö för invånare, företagare och besökare.

Vision

Den bästa livsmiljön för hållbar tillväxt och god hälsa.

Uppdrag

Region Blekinges uppdrag är att främja en hållbar utveckling i hela Blekinge. Våra ansvarsområden är hälso- och sjukvård, folkhälsa, regional tillväxt, infrastruktur, kollektivtrafik, kultur och bildning.

Varumärkesstrategins huvudområden

Varumärkesstrategin innehåller följande fem huvudområden:

1. Varumärkesplattform, det vill säga riktningen för vår kommunikation, det som särskiljer oss som organisation och den känsla och de värden vi vill förmedla i Region Blekinge.
2. Vår logotyp som är vår viktigaste visuella symbol.
3. Varumärkeshierarki, det vill säga planen för hur vi organiserar varumärken i Regionen Blekinge.
4. Samarbeten, det vill säga den övergripande inriktningen för hur vi kommunicerar när vi är en del av ett samarbete med andra organisationer.
5. Uppföljning av varumärkets attraktivitet.

Till varumärkesstrategin ska en grafisk manual för Region Blekinge tas fram. Den kommer på ett operativt plan visualisera hur varumärket uttrycks i olika kommunikationskanaler. En plan för hur varumärket ska införas med prioriterade åtgärder på övergripande nivå är också framtagen inom ramen för regionbildningsprojektet (delprojekt kommunikation). Den innehåller regionövergripande åtgärder som översyn av skyltar, administrativa mallar, webbplats för Region Blekinge och så vidare. Ytterligare insatser till följd av strategin och den efterföljande grafiska manualen blir aktuella men dessa ska göras inom ramen för berörd verksamhets budget.

Erfarenheter från andra regioners varumärkesarbete är att det tar tre till fem år att anpassa all verksamhet till en ny varumärkesstrategi och en förändrad grafisk manual. Under en övergångsperiod kommer delvis informationsmaterial och informationskanaler från före den 1 januari 2019 att finnas kvar men då det skulle bli för kostsamt att byta ut allt material och anpassa alla kanaler till datumet för regionbildningen bedöms detta vara nödvändigt. Den nya grafiska manualen för Region Blekinge kommer delvis att bygga vidare på nuvarande Landstinget Blekinges manual varför det bedöms vara motiverat att göra en successiv anpassning.

Dialog om förslaget till varumärkesstrategi har förts i följande forum:

- Politisk styrgrupp för regionbildning
- Interna tjänstemannagrupperna för regionbildning
- Landstingets ledningsgrupp
- Landstingsövergripande samverkansgrupp (FSG)
- Projektgrupp, delprojekt kommunikation regionbildning

Förslag till beslut

Landstingsstyrelsen föreslår landstingsfullmäktige besluta

- att anta verksamhetsidé, vision och uppdrag för Region Blekinge
- att anta varumärkesstrategi för Region Blekinge

Karlskrona enligt ovan



Peter Lilja, landstingsdirektör

Madeleine Flood, kommunikationsdirektör