



# Varumärkesstrategi för Region Blekinge

Innehåll	Sida
1. Inledning.....	2
2. Varumärkesplattform.....	4
3. Logotyp .....	6
4. Varumärkeshierarki .....	7
5. Samarbeten .....	9
6. Uppföljning .....	11



# 1. Inledning

Den 1 januari 2019 går Landstinget Blekinge samman med nuvarande Region Blekinge och en ny region med ett nytt uppdrag bildas. I och med förändringen samlas verksamheter som har en central roll i människors liv i en och samma organisation. Förutsättningarna för samarbete förbättras, vilket i sin tur gynnar utvecklingen av Region Blekinge och bidrar till att Blekinge blir ännu mer attraktivt att leva, bo och verka i.

När en organisation bildas eller förändras i grunden uppstår alltid ett nytt varumärke. Varumärken förknippas ofta med en logotyp eller en slogan. Men ett varumärke är mycket mer än så. Det är en återspeglning av alla de människor som företräder en organisation. Vad vi gör och hur vi förhåller oss till varandra och de vi finns till för skapar bilden av oss, det vill säga vårt varumärke.

Varumärket avgörs alltid av betraktaren men vi påverkar det själva genom att:

- hålla hög kvalitet i de tjänster och den service vi erbjuder
- vara en öppen organisation med fokus på dem vi finns till för
- vara ambassadörer för vår verksamhet
- driva ett aktivt och långsiktigt kommunikations- och varumärkesarbete som stödjer vision, mål, strategier och planer.

Denna varumärkesstrategi ska därför vara ett stöd i arbetet med att bedriva ett långsiktigt arbete och den ska ytterst bidra till att skapa en trovärdig, tydlig och attraktiv bild av Region Blekinge. Varumärkesstrategin 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 innehåller följande fem avsnitt:

## 1. Varumärkesplattform

Varumärkesplattformen anger riktningen för vår kommunikation och tar sin utgångspunkt från vision, verksamhetsidé, värdegrund och uppdrag. Den beskriver det som särskiljer oss från andra organisationer och den känsla och de värden vi står för som organisation och vill förmedla i vår kommunikation.

## 2. Logotyp

Logotypen är Region Blekinges viktigaste visuella symbol och en garant för verksamheten vi bedriver. Den hjälper mottagaren att känna igen oss och förstå att det är vi som är avsändare för kommunikationen.



### 3. Varumärkeshierarki

En varumärkeshierarki är en plan för hur vi organiserar våra varumärken. Den beskriver vårt modervarumärke och vilka dottervarumärken som finns, hur de samspelar med varandra så att det framgår att vi är en del i en gemensam, skattefinansierad verksamhet som invånarna i Blekinge kan påverka i allmänna val.

### 4. Samarbete

Olika typer av samarbeten är en förutsättning för att kunna utveckla alla de verksamheter som ryms inom Region Blekinge. Även här är det viktigt att vi på ett tydligt sätt visar vilka samarbeten vi är involverade i genom en konsekvent kommunikation som bidrar till att stärka Region Blekinges varumärke.

### 5. Uppföljning

Varumärkets attraktivitet behöver följas upp regelbundet vad gäller kännedom och förtroende.

#### Omfattning

Varumärkesstrategin gäller för alla verksamheter i Region Blekinge. Den kompletteras med en grafisk manual som visualiserar Region Blekinges kommunikation i olika kanaler och i olika format, som till exempel webbplatser, tryckt information, bildmanér, skyltning och så vidare.



## 2. Varumärkesplattform

Varumärkesplattformen anger riktningen för vår kommunikation och tar sin utgångspunkt i vision, verksamhetsidé, värdegrund och uppdrag. Den är ett strategiskt styrmedel som definierar vilka vi är och vad som särskiljer oss. Den beskriver vad vi ska säga, till vilka och på vilket sätt. Genom att utgå från samma plattform ökar våra möjligheter att förmedla samma bild av oss. På så sätt bygger vi ett starkt och attraktivt varumärke.

### VERKSAMHETSIDÉ

Region Blekinge leder utvecklingen för ett attraktivt Blekinge med god livsmiljö för invånare, företag 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.

### MÅLGRUPPER

Region Blekinge har ett ansvar att kommunicera med många olika målgrupper, både människor i Blekinge och med omvärlden. Vi känner till vilka våra målgrupper är och är införstådda med deras behov och förutsättningar.

Av denna anledning gör vi fördjupade analyser utifrån olika perspektiv. Det kan handla om geografiska perspektiv eller perspektiv baserade på befolkningsstatistik. Det ökar våra möjligheter att nå önskad effekt med kommunikationen och möta målgrupperna på ett sätt som gör att vi förstår varandra.

### VÄRDEORD

- *Engagemang*

Vi visar vårt engagemang genom att vara nyfikna och öppna för nya idéer och lösningar, allt för att tillgodose behoven hos dem vi finns till för.

- *Samarbete*

Vi samarbetar internt och externt för att göra verksamheten ännu bättre för dem vi finns till för.

- *Kvalitet*

Vi strävar efter hög kvalitet i allt vi gör – från vård till kollektivtrafik.



#### VARUMÄRKESLÖFTE

Region Blekinge bidrar till livskvalitet för invånarna och växtkraft för länet. Det är möjligt tack vare ett helhetsperspektiv på livskvalitet: vård, folkhälsa, regional tillväxt, kultur, bildning, infrastruktur och kollektivtrafik. Vi arbetar lyhört, öppet och engagerat för att tillgodose behoven hos dem vi finns till för.

#### PERSONLIGHET OCH TONALITET

**Jag finns till för** att bidra till livskvalitet för invånarna och växtkraft för regionen. Därför har jag ett helhetsperspektiv på livskvalitet.

**Jag talar med**, inte till, invånare i Blekinge och övriga målgrupper genom varumärket Region Blekinge och andra avsändare, enligt varumärkeshierarkin.

**Jag brinner för** att skapa förutsättningar för hälsa, välmående och växtkraft i regionen.

**Jag strävar efter att vara** och uppfattas som omtänksam, engagerad, kunnig och lyhörd.

**Jag kommunicerar med dig** på ett jämlikt sätt, som innebär att vi står på samma nivå. Jag är mån om att lyssna på och förstå dig och att utgå från dina behov och förutsättningar. Jag uttrycker mig tydligt i ord och bild, så att vi förstår varandra. Mitt mål är att agera som och uppfattas som en medmänniska.

### 3. Logotyp

Vår logotyp är vårt varumärkes viktigaste visuella symbol och avsändare. Logotypen är en kvalitetsstämpel och den primära bäraren av vår identitet, de värden och det löfte som varumärket Region Blekinge representerar.

Logotypen består av symbolen ekan och namnet Region Blekinge i en unik komposition som inte får förändras. Den är varumärkesskyddad hos Patent- och registreringsverket (PRV). Logotypen finns i en svart och en vit variant.

Logotypen ska alltid användas enligt de regler som finns i den grafiska manualen för Region Blekinge.



## 4. Varumärkeshierarki

För att stärka Region Blekinges varumärke och tydliggöra hur olika verksamheter förhåller sig till varandra har vi en varumärkeshierarki. Den kan också beskrivas som en plan för hur vi har valt att ordna och organisera varumärken. Den beskriver även i vilken grad dottervarumärken får förekomma, utifrån vilka kriterier och hur de samspelar med modervarumärket.

Utgångspunkt för hierarkin är den övergripande inriktningen om samprofilering. Samprofilering innebär att så många verksamheter som möjligt ska använda det övergripande modervarumärket. På så sätt skapar vi ett starkt varumärke och en tydlig bild av vilken service och vilka tjänster Region Blekinge levererar till invånarna.

Region Blekinge har därför valt en varumärkeshierarki som bygger på ett starkt modervarumärke och begränsat antal dottervarumärken.

### MODERVARUMÄRKET

Modervarumärkets roll är att säkerställa att alla verksamheter och tjänster arbetar utifrån detta dokument. Modervarumärket har Region Blekinges logotyp som avsändare, symbolen ekan med namnet Region Blekinge. Modervarumärket utgår från en gemensam grafisk manual.

Region Blekinge innehåller verksamheter som vänder sig till målgrupper med olika behov, förutsättningar och intressen. Namnen på våra verksamheter är centrala för att olika målgrupper ska förstå vem det är som kommunicerar med dem. De ska därför lyftas fram enligt den namnhierarki som finns i den grafiska manualen.

### DOTTERVARUMÄRKEN

Dottervarumärken omfattas av de värden som finns beskrivna i varumärkesplattformen (se kapitel 2). För igenkänning har de egna logotyper och en grafisk profil som är anpassad utifrån modervarumärkets grafiska profil. För att visa tillhörigheten till modervarumärket använder dottervarumärken ett sigill i sin kommunikation. Sigillet är en variant av modervarumärkets logotyp med texten ”En del av Region Blekinge”. Regler för användning av sigill finns i den grafiska manualen för Region Blekinge.





#### BESLUT OM DOTTERVARUMÄRKEN

I det fall det finns behov av ett dottervarumärke fattas beslut om det av regionstyrelsen. Beslutet föregås av en utredning och konsekvensanalys.

Följande kriterier är vägledande för att bevilja dottervarumärke:

- hård konkurrensutsättning
- svårigheter att kommunicera med en viss målgrupp utifrån Region Blekinges övergripande grafiska manual
- tillgång till kompetens och resurser för att långsiktigt hantera ett eget varumärke
- tydligt utpekat ansvar för beslutsfattande om varumärket
- uppfyller kriterier som Patent- och registreringsverket ställer för att få registrera ett eget varumärke.

#### DOTTERVARUMÄRKEN I REGION BLEKINGE

Blekingetrafiken har rätt att profilera sig som ett dottervarumärke inom ramen för de regler som beskrivs i denna strategi.

För övriga verksamheter gäller profilering inom ramen för modervarumärket.





## 5. Samarbeten

Region Blekinge är involverad i olika samarbeten med andra organisationer. Samarbeten kan ske exempelvis i form av projekt eller partnerskap. Samarbeten kan också ske genom att andra verksamheter arbetar på uppdrag av oss eller genom att vi driver verksamhet tillsammans med en annan organisation.

En viktig del i att stärka vårt varumärke är att vi tydliggör i vår kommunikation att vi är en del av ett samarbete. Det är också viktigt att synliggöra för invånarna i Blekinge vad deras skattemedel används till. Därför finns nedanstående regler för samarbeten.

Här följer en beskrivning av regler för olika typer av samarbeten:

### Gemensam verksamhet

Det finns verksamheter som vi driver tillsammans med andra huvudmän. Här bygger det grafiska uttrycket på en överenskommelse mellan de ingående samarbetspartnerna. Det gäller även utformningen av vår avsändare, det vill säga antingen ska logotypen användas eller texten *Ett samarbete med...*

### Egna projekt, kampanjer och evenemang

Region Blekinge driver olika projekt och ansvarar för kampanjer och evenemang. Grundprincipen är då att vi utgår från vår grafiska manual. Vårt fokus i kommunikationen ligger på att utforma slagkraftiga budskap och att visualisera projektet, kampanjen och evenemanget inom ramen för den grafiska manualen.

### Samarbetspartner

När vi är samarbetspartner i ett projekt gör vi alltid en överenskommelse om visualiseringen. Om vi är projektägare är huvudprincipen att vi utgår från vår grafiska manual och vår varumärkesstrategi. Men det kan finnas tillfällen när en mer neutral identitet ska användas. Denna bygger då på den överenskommelse vi gjort med övriga samarbetspartner.

Vad gäller avsändare väljer vi mellan två alternativ:

- Vår logotyp är avsändare och den ska alltid hållas intakt enligt vår grafiska manual.
- Vi kommunicerar att vi är en del av ett samarbete genom texten: *Ett samarbete mellan Region Blekinge och...*

Vilket alternativ vi väljer beror på hur överenskommelsen med övriga samarbetspartner ser ut. Involvera alltid Region Blekinges kommunikationsfunktion när överenskommelser om kommunikation i samarbeten ska ske.



### **Medfinansiär**

När vi är medfinansiärer i exempelvis ett projekt eller ett uppdrag ska det alltid framgå av kommunikationen. Det sker genom att vår logotyp finns med tillsammans med texten: *Med stöd av Region Blekinge.*

### **Uppdragsgivare**

När en extern aktör arbetar på uppdrag av oss ska det tydligt framgå av deras kommunikation om uppdraget. Det sker genom att aktören använder texten *På uppdrag av Region Blekinge* tillsammans med vår logotyp.

## 6. Uppföljning

Kännedom om och förtroende för moder- och dottervarumärken ska följas upp genom återkommande mätningar. Syftet med utvärderingarna är att visa hur starkt varumärket är och ge underlag för åtgärder och förbättringar.



LANDSTINGET BLEKINGE