

BLEKINGE. Kom närmare.



Vårt gemensamma platsvarumärke

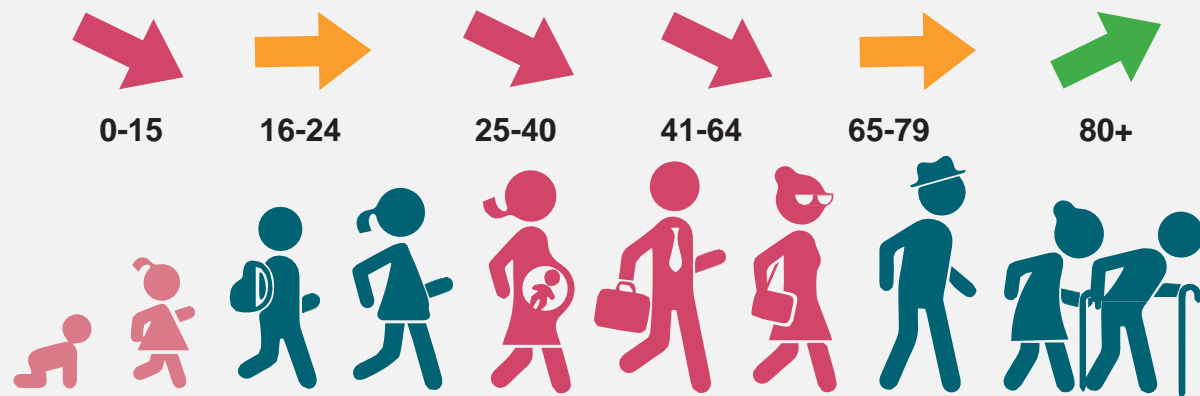
Version 1.0 2024



BLEKINGE. Vad betyder denna plats för dig? Oavsett om du lever och verkar här eller har någon annan koppling så har du säkerligen din bild av Blekinge. För att få en så bred bild som möjligt i byggandet av platsvarumärket Blekinge har över 600 personer från offentlig sektor, företag, akademi och civilsamhället bidragit i arbetet genom workshops, dialoger, undersökningar och möten. Vi har även kartlagt tidigare insatser och satsningar på både lokal och regional nivå liksom tittat på hur våra konkurrenter gör. Tillsammans har vi format en positionering som ska bidra till att fler ska vilja leva, arbeta och utvecklas i Blekinge*.



INTRODUKTION



Källa:
SCB

Effekter	Minskade skatteintäkter*	Minskade resurser för utveckling	Mindre statliga befolkningsbaserade medel	Svårigheter med kompetensförsörjning/talangattraktion	Svårare att attrahera/utveckla företags-etableringar
-----------------	--------------------------	----------------------------------	---	---	--

*Snitt av skatteintäkt per arbetsför invånare 2018: 141 800 SEK.

NULÄGE:

BEFOLKNINGSSTAGNATION OCH REKRYTERINGSBEHOV

Blekinge är en plats full av möjligheter – här finns bra livskvalitet, innovationskraft, karriärmöjligheter och attraktiva livsmiljöer. Många företag växer expansivt och de söker ett stort antal nya medarbetare.

Sedan millennieskiftet har Blekinge dessvärre haft en minskande befolkning. Människor flyttar härifrån i högre grad än de flyttar hit.

Undersökningar visar att vi är relativt okända, och samtidigt har vi stark konkurrens från andra platser. För att vårt län ska kunna fortsätta utvecklas och skapa tillväxt måste vi bryta detta mönster.



MÅLBILD:

FLER SKA KÄNNA TILL OCH VÄLJA BLEKINGE

Visionen i Blekinges regionala utvecklingsstrategi *Växtplats Blekinge* är att fler ska vilja leva, arbeta och utvecklas i Blekinge.

Därför stärker vi Blekinges marknadsposition genom ett gemensamt platsvarumärke där vi både tillsammans* och individuellt får stöd i att kommunicera de styrkor och fördelar vi kan erbjuda.

Det ger oss även ett gemensamt erbjudande så att vi kan visa upp att vi har en attraktiv region och kan ta plats i större sammanhang utanför länets gränser.

* kommuner, region, näringsliv, akademin, regionala aktörer, föreningar etc.



VAD ÄR ETT PLATSVARUMÄRKE?

Det är omvärldens bild av oss som är vårt varumärke. Vad händer med människor när de hör ordet "Blekinge"? Vilka associationer, bilder och känslor väcker platsen? Är det positivt laddat är det lättare att fatta ett beslut om att flytta hit, etablera sin verksamhet eller välja Blekinge som plats för studier eller besök. Företag som behöver anställa får också draghjälp av platsens varumärke.

Varumärket Blekinge skapas av vad vi kommunicerar, men i ännu högre utsträckning av vad vi gör. Fysiska miljöer, agerande och attityder, skola och föreningsliv – allt påverkar bilden av Blekinge. Det finns ingen enskild aktör som äger varumärket, men vi är alla berörda av det och vi kan alla bidra till att stärka den positiva bilden.

Varumärkesplattformen är ett verktyg för att vi ska dra åt samma håll och samtidigt ett stöd som stärker ens egna varumärke – vare sig det är en kommun, ett företag, akademi eller en förening. Varumärket är ett löfte till omvärlden på vad Blekinge kan leverera, och det gör vi tillsammans.

KÄRNVÄRDEN

BLEKINGES FYRA KÄRNVÄRDEN

Kärnvärdena uttrycker kärnan i Blekinges identitet. För våra målgrupper sammanfattar de vår attraktionskraft och gentemot konkurrerande platser ska de vara särskiljande. Syftet är att vi alla får en samsyn kring våra styrkor och kan sprida likartade budskap och värden. De är inte framtagna för att kommuniceras mot marknaden ordagrant utan kan ses som en palett att välja från baserat på vilken avsändare och vilket mål en viss kommunikation har.

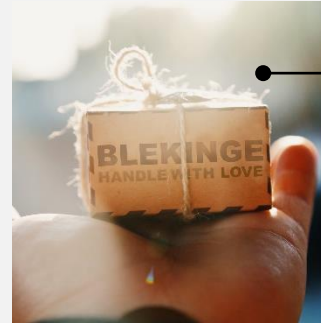
VÄLBEFINNANDE

Äkta livskvalitet
Kontrastrik region
Varierande boendemiljöer
Berörande upplevelser
Välkomnande atmosfär



SPIRANDE

Kreativa lösningar
Samverkande synsätt
Hållbara ambitioner
Positiv livskraft
Expansiv region



NÄRHET

Tillgängligt och nära
Öppenhet och vilja
Nära beslut, kontakter och kunskap
Strategiskt läge
Vänligt bemötande



FRAMÅTANDA

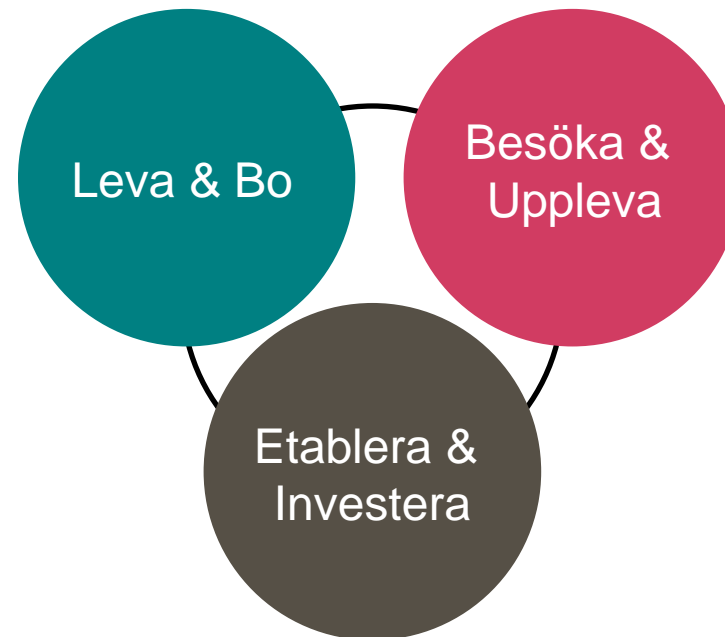
Innovationskraft
Passion och driv
Regionalt engagemang
Hög nivå av internationalisering
Lyhört klimat



MÅLGRUPPER

ATTRAKTIONSKRAFT I TRE SPÅR

Vi har delat in målgrupperna i tre spår och det gemensamma för dem alla är att de redan har en koppling till Blekinge. Personer med befintligt band till en plats är mer mottagliga för budskap och sannolikheten för att de ska flytta dit, besöka eller etablera sig där är större. Det är enklare att nå dem på grund av deras existerande nätverk av kontakter och relationer liksom känslomässiga anknytning. Likväl har de ofta kännedom om platsens fördelar och utmaningar, och rör sig oftare i befintliga kanaler med anknytning till platsen.



NYBEARBETNING PÅGÅR PARALLELLT

Attitydundersökningar visar att Blekinge är relativt okänt utanför närregionerna. Vi ska därför även jobba med imagemarknadsföring för att locka till nya besök och etableringar. Hur det görs specifikt beror på vem avsändaren är. Här handlar det om att öka kännedomen, intresset och en önskan om att veta mer om Blekinge.

MÅLGRUPPER

LEVA & BO



Tidigare bosatta/med anhöriga i eller från Blekinge, studerat/studerar, fritids-/deltidsboende och pendlare.

BESÖKA & UPPLEVA



Tidigare besökare, turister, evenemangs- eller affärsbesökare.

ETABLERA & INVESTERA



Leverantörer, kunder till existerande företag, entreprenörer/innovatörer, besöksnäring samt kreativa och kulturella näringar.

VARUMÄRKESSLÖFTE



VÅRT VARUMÄRKESLÖFTE

Blekinge har många styrkor och stora fördelar nära till hands, och genom att kombinera dessa blir vi svårslagna. Här finns god livskvalitet och förutsättningar som förenklar din tillvaro och fyller livet med både stora upplevelser och små ögonblick. I kontrastrik natur och historiska kulturmiljöer. I vardagspusslet och i livets guldkant. Vi är en innovativ region med hela ekosystemet på plats och med ett expansivt näringsliv. Här lever vi nära beslut och demokrati, kontaktvägar och kunskap, samarbeten och utveckling, i självförverkligande och i utmaningar. Närheten till alla dessa delar gör helt enkelt livet enklare och rikare.



HUVUDBUDSKAP

BLEKINGE. Kom närmare.

BLEKINGE. Kom närmare.



Kom närmare är en välkomnande uppmaning: kom hit, kom nära. Som att komma närmare något eller någon. Att flytta hit, starta en verksamhet eller besöka. Här kommer du närmare det som du eller din verksamhet behöver, önskar eller älskar. Platser och personer, men precis lika gärna andra värden som är viktiga för respektive målgrupp, såsom att komma närmare beslut och demokrati, kontaktvägar och kunskap, samarbeten och utveckling.

Kom närmare riktar sig till alla våra målgrupper.

BLEKINGE. Kom närmare.



Kom närmare är en välkomnande uppmaning: kom hit, kom nära. Som att komma närmare något eller någon. Flytta hit, starta en verksamhet eller besöka. Här kommer du närmare det som du eller din verksamhet behöver, önskar eller älskar. Platser och personer, men precis lika gärna andra värden som är viktiga för respektive målgrupp, såsom att komma närmare besluten och demokratin, kontaktvägar och kunskap, samarbeten och utveckling.

Kom närmare riktar sig till alla våra målgrupper.

BLEKINGE. Come closer.



På engelska översätts "Kom närmare" till "Come closer". Det är mer direkt och uppmanande än det lite mer generella och neutrala "get closer". Som ordbild är det dessutom fint med alliterationen i "Come closer".

UNDERSTÖDJANDE BUDSKAP

BLEKINGE. Närmare familjen.
BLEKINGE. Närmare livet.
BLEKINGE. Närmare fritiden.

Fyll på fritt med de ord som stärker just er del av Blekinge riktat till målgruppen "Leva & Bo".
Friheten, gemenskapen, tryggheten, dina drömmar, samtalen, stillheten, omtanken, livskvaliteten,
drömboendet, vardagen, glädjen, ditt drömliv ...

BLEKINGE. Närmare friheten.
BLEKINGE. Närmare kulturen.
BLEKINGE. Närmare äventyren.

Fyll på fritt med de ord som stärker just er del av Blekinge riktat till målgruppen "Besöka & Uppleva".

Upplevelsen, välbefinnandet, naturen, nya upptäckter, dig själv, tystnaden, skärgården, pulsen,
vildmarken, havet, avkopplingen, lugnet, skratten, musiken, världsarvet, ett annat liv ...

BLEKINGE. Närmare besluten.
BLEKINGE. Närmare karriären.
BLEKINGE. Närmare kunskapen.

Fyll på fritt med de ord som stärker just er del av Blekinge riktat till målgruppen "Etablera & Investera".
Innovationsandan, Europa, besluten, utvecklingen, kreativiteten, kontinenten, lösningarna, jobben, friheten,
din idé, arbetskraften, passionen, framgången, nätverken, framåtandan, möjligheterna, växtkraften...

BLEKINGE. Closer to life.
BLEKINGE. Closer to nature.
BLEKINGE. Closer to possibilities.

På engelska byts "närmare" ut till "closer to".
Fyll på fritt med de ord som stärker just er del av Blekinge inom samtliga 3 målgrupper.

EXEMPEL PÅ ANVÄNDNING

ATT VARA HUVUD- ELLER MEDBÄRARE

Det finns en flexibilitet i platsvarumärket för att passa både regionala aktörer och samarbeten, liksom enskilda verksamheter som ofta har ett eget varumärke som behöver stå centralt. Platsvarumärket Blekinge har vid lansering inget officiellt eget typsnitt eller grafiska element, just för att det ska vara enkelt att förena med sin egen grafiska identitet. På sikt kan det dock vara aktuellt att se över om huvudbärarna ska enas om en grafisk inramning för att även denna ska vara konsekvent i den övergripande kommunikationen.

HUVUDBÄRARE

Huvudbärare har oftast ett regionalt perspektiv i sin roll eller i en avgränsad kommunikationsinsats. Det kan vara offentliga aktörer som från politiken har ett uttalat uppdrag att stärka Blekinges attraktionskraft, men det kan även vara enskilda företag, föreningar och kommuner som vill betona det regionala perspektivet i sin marknadsföring. Det kan också vara ett samverkansinitiativ där exempelvis flera företag eller kommuner gemensamt vill nå ut i ett större sammanhang utanför våra gränser. Platsvarumärket är ett potent verktyg för att synliggöra och tydliggöra Blekinges erbjudande. Huvudbärare använder de framtagna huvudbudskapen så att en konsekvent linje hålls i kommunikationen.

MEDBÄRARE

Medbärare är alla de aktörer som kan dra nytta av det övergripande budskapet för att lyfta sitt eget varumärke. Det kan exempelvis vara kommunerna men även företag, organisationer och föreningar. Här finns en frihet att anpassa budskapen för att göra kommunikationen relevant för det ändamål som aktören har. Här betonas istället platsvarumärkets huvudbudskap som mer underordnat i form av "taglines" som formas utifrån det sammanhang som målgruppen har. Platsvarumärket har budskapsbanker i respektive attraktionsspår som kan användas som inspiration.



BLEKINGE. Kom närmare.





BLEKINGE. Kom närmare.



Kom närmare
nya idéer.



BLEKINGE. Kom närmare.

NETPORT
SCIENCE PARK



BLEKINGE. Kom närmare.

VISITBLEKINGE

EXEMPEL PÅ "HUVUDBÄRARE" AV VARUMÄRKET BLEKINGE





Skapa arbetsflöde till professionella storkök världen över.

BLEKINGE. Närmare möjligheterna.

ScanBox
Bringing your food with care

ÖSTERSJÖ
festivalen

En sprudlande folkfest i
skärgårdsstaden Karlshamn!

17-20 juli

BLEKINGE. Närmare upplevelsen.

 Karlshamns
kommun

Kom närmare karriären.

Kom närmare besluten.

Kom närmare kunskapen.

**Kom närmare
jobben.**

BLEKINGE. Kom närmare.



BLEKINGE. Kom närmare.

#Blekinge #Komnärmare

**Skapa arbetsflöde till professionella
storkök världen över.**

BLEKINGE. Närmare möjligheterna.

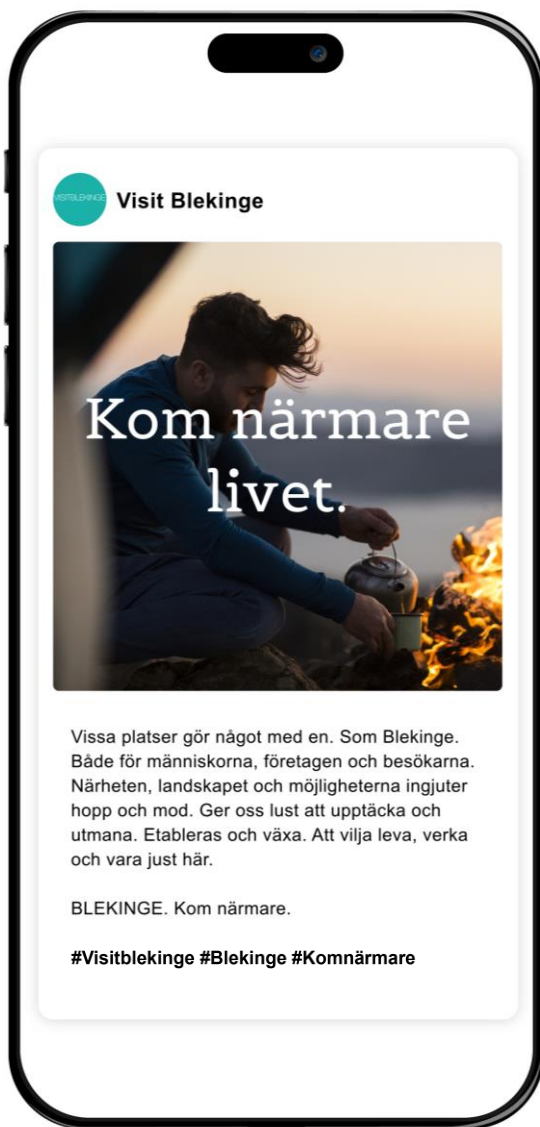


BLEKINGE. Närmare möjligheterna.

BLEKINGE. Närmare jobben.

BLEKINGE. Närmare karriären.

#BringingYourFoodWithCare #Blekinge #NärmareMöjligheterna



VERKTYGSLÅDA

För att du ska kunna arbeta med platsvarumärket är en verktygslåda framtagen, fri att använda för vem som helst som vill stärka sitt eget och Blekinges varumärke. Här finns tillämpningsmallar för att bygga egna marknadsföringsinsatser, riktlinjer för användning av exempelvis bilder och filmer, platsberättelse om Blekinges styrkor och erbjudande liksom en övergripande powerpoint om Blekinge som du kan ha med dig när du är ute och pratar om din plats i Blekinge. Här finns också en film som gärna får cirkulera i era kanaler och på era skärmar. Verktygslådan kommer utvecklas med tiden, och kommande inslag är exempelvis kampanjer, bild- och filmbank och mässmontermaterial som du kan låna. På www.blekinge.se hittar du bland annat:

01. PRESENTATION AV PLATSVARUMÄRKET

Från kärnvärden till budskap

02. TILLÄMPNINGSMALLAR

Mallar för hur du skapar dina egna marknadsföringsinsatser

03. BILD- OCH FILMMANÉR

Riktlinjer för foto, film och ljud

04. PLATSBERÄTTELSE OM BLEKINGE

Kärnan i Blekinges identitet och personlighet

05. PRESENTATION OM BLEKINGE

En hisspitch som sätter din plats i ett sammanhang (*Lansering sommar 2024*)

06. RÖSTER FRÅN PROCESSEN

Aktörer från processen berättar om platsvarumärket

07. FILM

Inspirerande film med glimtar från Blekinge

08. BLEKINGEBIBLIOTEKET <3

Blekinges identitet i bla mat, böcker, musik, konst och film

09. VÄRDSKAPSUTBILDNING

För besöksnäringen (*Lansering juni 2024*)

10. Q&A

Frågor och svar kring arbetet och användandet

11. KONTAKT VID FRÅGOR

Om man har frågor eller vill bolla idéer

12-99. KOMMANDE INSLAG

Stay tuned, nu börjar resan

Visit Blekinge har ansvarat för arbetet med platsvarumärket, genom projektet "Live in Blekinge" (2023-2024) som är en regional satsning för att fler ska välja att leva, arbeta och utvecklas i Blekinge.

Region Blekinge äger projektet Live in Blekinge som finansieras med regionala tillväxtmedel beslutade av regionala utvecklingsnämnden. Regionala tillväxtmedel är ett anslag från regeringen via näringsdepartementet och Tillväxtverket, som disponeras av Region Blekinge.

Partner i projektet är **Techtank**, som arbetar med att stärka konkurrenskraften i länets industrier, samt **Visit Blekinge**, som är ett marknadsbolag med uppdrag att synliggöra Blekinges attraktionskraft.



VISITBLEKINGE.SE

KONTAKT

Har du frågor kring platsvarumärket?

Lotta Johansson, projektansvarig på Visit Blekinge
lotta@visitblekinge.se

Vill du veta mer om projektet?

Niklas Carlsson, processledare för Live in Blekinge
Niklas.carlsson@regionblekinge.se
<https://www.visitblekinge.se/live-in-blekinge>