

Om brandingprojektet: "Mariagerfjord - NOGET for livet"

Hvorfor branding?

Mariagerfjord-området skal synliggøres som et godt sted at gæste, bo, arbejde, starte og drive virksomhed.

Formålet med branding er således:

- At øge bosætningen
- At styrke Erhvervsudviklingen
- At øge antallet af gæster i området

Hvem står bag?

Branding/markedsføringsstrategien er planlagt af en bredt sammensat "ildsjælegruppe" i samarbejde med Mariagerfjord Kommune og Mariagerfjord Erhvervsråd.

"Ildsjælegruppen" blev nedsat i efteråret 2007 på et åbent og bredt inviteret seminar hos Mariagerfjord Erhvervsråd med deltagelse af repræsentanter fra Erhvervsrådets medlemmer, politikere, kommunen, handelsstanden, turisterhvervet og andre organisationer.

Ildsjælegruppen, der tæller mere end 20 personer, er en åben gruppe, hvor alle, der har lyst, kan deltage. Gruppen er således også løbende blevet udvidet, ligesom enkelte har valgt at udtræde af gruppen.

Strategien er fremlagt og godkendt i såvel Erhvervsrådet som Mariagerfjord Kommunes Byråd.

Finansiering:

Realiseringen af den brandingstrategien fordrer økonomisk velvilje fra områdets virksomheder og Mariagerfjord kommune. Målet er at fremskaffe virksomhedssponsorater på årligt kr. 600.000,- i en 4-årig periode. Byrådet har besluttet at matche dette med et tilsvarende bidrag fra kommunen.

For områdets virksomheders vedkommende er der fastlagt 3 forskellige sponsorpakker. For at opnå en langsigtet virkning af markedsføringen er sponsoraftalerne som udgangspunkt gældende for 4 år, men kan dog opsiges undervejs efter hhv. 1., 2. eller 3. år. Kort fortalt indbefatter de tre sponsorpakker følgende:

Hovedsponsor (max 10 stk)	Profilsponsor	Basissponsor
Kr. 25.000,- p.a. excl. moms	Kr. 10.000,- p.a. excl. moms	Kr. 4.000,- p.a. excl. moms
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Logo på www-forside ▪ Årlig TV-visning af logo ▪ Profil, Logo og llink på www ▪ 1.ret ved special-arrangementer ▪ Årligt sponsormøde 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Profil, Logo og link på www. ▪ 2. ret ved special-arrangementer ▪ Årligt sponsormøde 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Navn på www ▪ 3. ret ved special-arrangementer ▪ Årligt sponsormøde

Kort om brandingstrategien – slogan og logo!

Brandingstrategien tager afsæt i de styrker, området har i dag. Den korte version heraf knytter sig til 5 udvalgte styrkepositioner, nemlig:

- **N**aturen i vores område
- **O**plevelserne (som Mariagerfjord er fyldt med)
- **G**lobal – eller måske "Glokale" - orientering og vores **G**ode beliggenhed,
- **E**nergien – som udtryk for områdets initiativrigdom og en erhvervsmæssig styrkepositioner
- **T**rivsel – understøttet af områdets, virksomhedernes og lokalbefolkningens Troværdighed.

Ud af ovenstående opstår det brand eller varemærke, som strategien skal synliggøre både internt i området, men i særdeleshed også eksternt. Vi har kort sagt – og ud fra ovenstående ordleg - **NOGET** at byde på. Det fremtidige brand er derfor fastlagt til: **Mariagerfjord – NOGET for livet.**

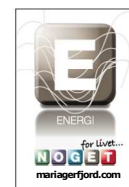
Et logo er fastlagt som illustreret herunder:



NOGET for livet tager afsæt i den stigende fokus på livskvalitet og de livslange fordele området har at byde på. Logikken i dette slogan er, at det kan bruges i forskellige varianter af budskaber – eksempelvis:

- *Noget for livet* – livskvalitet på livstid
- *Noget for pengene* – kvalitet
- *Noget for ingenting* – det er der bare
- *Noget for enhver smag* - mangfoldighed
- *Noget for hinanden* – tryghed
- *Noget for noget* – vi forventer også noget
- *Noget for sjov* – hos os er humor en alvorlig sag

Ligeledes kan logoet bruges i adskilte elementer – afhængig af anvendelsen, erhvervsmæssig fokus, branche osv. Nedenstående er blot et eksempel herpå:



Hjemmeside, materiale mv.

Omdrejningspunktet for branding vil bl.a. være hjemmesiden mariagerfjord.com, som velvilligt er stillet til disposition fra de hidtidige ejere, Mariager Handelsstandsforening. Hjemmesidens (foreløbige) hoveddesign er vist nedenfor:



Derudover forventes udarbejdet forskelligt markedsføringsmateriale, som vil kunne anvendes til en række formål. Eksempler herpå er:

- Udstillingsmateriale til messebrug og til opstilling ved relevante events i og udenfor området
- Beklædning
- Skilte og bannere
- Brochurer, streamers, postkort og lignende.

Howdan arbejdes med branding?

Fleksibilitet, hurtige beslutninger og et smil på læben er gennemgående temaer i den måde hvorpå aktiviteter forventes at blive gennemført. Der skal kunne "rykkes ud" når der åbner sig en mulighed for at få området positivt på landkortet og det sikres bl.a. ved, at "ildsjælegruppen" jævnligt mødes og træffer beslutninger omkring aktiviteter, indsatser og anvendelse af ressourcer.

Ildsjælegruppen træffer sine beslutninger ud fra den skitserede strategi og med inspiration fra årlige møder med de involverede sponsorer.

Ildsjælegruppen vil således både træffe beslutninger om egne aktiviteter og evt. støtte til andres arrangementer og tiltag, som bidrager med en betydelig nyheds- og markedsføringsværdi.

Til at koordinere de enkelte tiltag vil ildsjælegruppen blive understøttet af et sekretariat – i første omgang via Mariagerfjord Erhvervsråd og senere – hvis muligt - via tilknytning af en deltids ressourceperson i form af relevant Erhvervs PhD-studerende.

Aktiviteter

Selve strategien indeholder en lang række aktiviteter, som søges gennemført.

En effektiv branding vil indledningsvis fokusere på at udbrede kendskabet til de værdier, styrker og tanker, som ligger bag strategien. Det handler kort sagt om at skabe et **internt ejerskab i lokalområdet** og skabe gode ambassadører for arbejdet - inden det i al for omfattende omfang udbredes til eksterne.

Derfor vil en række af nedenstående eksempler på aktiviteter, som allerede indgår i strategiens foreløbige "idebank", også have de nuværende borgere, virksomheder og organisationer som målgruppe.

En oversigt over mulige aktiviteter er således:

- **TV-spot m.h.p. generel profilering af området**
- **TV-spot med fokus på særlige events/arrangementer**
- Synlighed gennem **skiltning mv. ved lokale, regionale, nationale og gerne internationale begivenheder**
- **Husstandsdeling af relevant materiale** – både i forhold til styrket intern sammenhæng i området og til brug for udsendelse til eksterne
- **Busreklamer i større byer** – typisk i forbindelse med særlige arrangementer
- **Udbredelse af logo-materiale – eksempelvis til frivillig brug i områdets sportsklubber mv.**
- **Deltagelse i messer** – erhverv, bosætning og karrieremesser
- **Besøgsarrangementer i området** – med fokus på eksempelvis potentielle tilflyttere
- **Byggeudstilling**
- **Trafik-skiltning**
- Gennemførelse af eller bidrag til gennemførelse af **nye, profilerende events i området**
- **Bogudgivelser, film eller lignende**
- **Presseaktiviteter**
- **Øvrige ad-hoc aktiviteter** og specialevents, der kan medvirke til synliggørelse af området som **NOGET ganske særligt** og gerne med et smil på læben.



Kontakt

Yderligere informationer om strategien og branding-arbejdet kan fås hos:

Mariagerfjord Erhvervsråd
 Tlf. 7022 2820
 Kontaktperson: Torben Ladefoged
 Mail: tl@mfer.dk
 hjemmeside: www.mfer.dk