



Johanna Davander

046-3598422

johanna.davander@lund.se

Kommunstyrelsen

## Förslag till fortsatt särprofilering av Högevall

### Sammanfattning

Kommunfullmäktige i Lunds kommun har fattat beslut om en ny kommunikationsplattform. I och med beslutet har tidigare beslut om särprofilering upphävts och de verksamheter som anser att de har behov av och resurser för särprofilering får göra en ny ansökan. Kultur- och fritidsnämnden har beslut om att föra fram en sådan ansökan till Kommunstyrelsen gällande badanläggningen Högevall.

Ju fler egna grafiska profiler, särprofiler och logotyper som finns desto otydligare blir avsändaren, det vill säga Lunds kommun. Högevall en framgångsrik verksamhet som tillhör Lunds kommun och bör också vara en del av varumärket Lunds kommun. Genom att knyta verksamheten till varumärket Lunds kommun ökar istället tydligheten för både medborgarna och externa kunder att badanläggningen är en del av Lunds kommun.

Med utgångspunkt i den gemensamma visionen och kommunikationsplattformen föreslår därför Kommunkontoret att ingen särprofilering beviljas.

### Beslutsunderlag

Kommunkontorets tjänsteskrivelse den 24 oktober 2018

Kultur och fritidsnämndens beslut den 23 augusti 2018 dnr KU 2018/0195

Kultur och fritidsförvaltningens tjänsteskrivelse den 27 juni 2018 dnr KU 2018/0195

Kommunfullmäktiges beslut den 26 januari 2017, § 13 dnr KS 2016/0667

### Barnets bästa

Ett tydligt varumärke med en gemensam grafisk profil och logotyp för Lunds kommun skapar tydlighet kring vad som ingår i kommunens verksamhet och en igenkänning även hos barn och unga.

2018-10-24

Diarienummer

KS 2018/0634

## Ärendet

Kommunfullmäktige i Lunds kommun har fattat beslut om en ny kommunikationsplattform. I och med beslutet har tidigare beslut om särprofilering upphävts och de verksamheter som anser att de har behov av och resurser för särprofilering får ansöka om sådan till Kommunstyrelsen. Kultur- och fritidsnämnden har fattat beslut om att föra fram en sådan ansökan till Kommunstyrelsen.

### ***Om varumärket Lunds kommun***

Bilden av Lunds kommun, varumärket, byggs framför allt i medarbetarnas kontakter och bemötande med varandra, invånare, företag och olika samarbetspartners. Känner våra målgrupper sig väl bemötta, får bra service och upplever hög tillgänglighet förmedlar de också en god bild av organisationen. De värden kommunen gemensamt vill förmedla utgår från Lunds kommuns vision och förhållningssätt och präglas av den gemensamma styrmodellen och beslutade fokusområden men också av känslor och relationer.

Lunds kommun är en stor arbetsplats med många olika verksamheter – alla med sina specifika målgrupper och kommunikationsbehov. Därför är det viktigt att det finns en gemensam nämnare i all kommunikation. När den är tydlig och enhetlig blir det lättare för våra medborgare att uppfatta att det är Lunds kommun som står som avsändare för informationen.

Framgångsrikt varumärkesarbete handlar om att

- öka tydligheten och igenkänningen
- stärka legitimiteten för verksamheten
- stärka vi-känslan bland kommunens anställda
- stärka kommunen som arbetsgivare för att attrahera nya och behålla befintliga medarbetare.

Förutom de värden som är förknippade med Lunds kommun, består varumärket av kommunens logotyp, typsnitt och ett antal färger som alla ska användas i kommunikationen för att öka tydligheten.

Huvudregeln är och bör vara att verksamheter som drivs och/eller ägs helt av Lunds kommun ska följa Lunds kommuns kommunikationsplattform inklusive dess grafiska profil. Det vinner både kommunen och den specifika verksamheten på. Lunds kommuns logotyp är ett väl inarbetat varumärke lokalt och borgar för en grundkvalitet som är viktig att värna om. För målgruppen, Lundabor, blir det också tydligt att det är en kommunal verksamhet som bedrivs med skattemedel.

2018-10-24

Diarienummer

KS 2018/0634

Ibland kan det finnas skäl för en verksamhet att använda sin egen logotyp och grafiska profil. Men att en verksamhet uppfyller något eller några av kriterierna innebär inte per automatik att den ska ha egen profil. Det är en samlad bedömning och ett resonemang som leder fram till beslutet.

Följande kriterier kan motivera en så kallad särprofilering:

- fler aktörer än kommunen driver eller finansierar verksamheten
- verksamheten har en marknad även utanför Lund; regional, nationell eller internationell
- verksamheten är ingen renodlad samhällsservice
- det finns en tydlig konkurrenssituation som kräver marknadsföring

Beslut om en särprofilering fattas i kommunstyrelsen, efter beredning av kommunkontoret och Kommunstyrelsen kan ompröva tidigare fattade beslut vid behov. Även där särprofilering tillåts är det viktigt att den kommunala tillhörigheten tydligt framgår för att skapa tydlighet kring vilka verksamheter som ingår i kommunen.

Men särprofilering kräver också att verksamheten har förmåga, kunskap och resurser för att genomföra profileringen professionellt. Den särprofilerade verksamheten ska ta fram en profilmmanual som beskriver verksamhetens profil, hur den ska fungera i marknadsföringssammanhang, hur den ska fungera tillsammans med kommunens grafiska profil och hur den ska visa på kommunal tillhörighet. Ett sådant profileringsarbete är kostsamt och det tar tid att få genomslag för en verksamhetsspecifik grafisk profil.

#### ***Kommunkontorets kommentar***

I samband med om- och tillbyggnationen av Högevallsbadet 2013 fann dåvarande kultur- och fritidsnämnd ett behov av att särprofilera badet från kommunens övriga verksamheter. Motivet var att badet, genom utbyggnad av äventyrsdelen, skulle drivas mer kommersiellt än en traditionell kommunal verksamhet. Särprofileringen skulle dessutom tydliggöra en ny startpunkt och att den nya anläggningens verksamhet skiljde sig markant från det tidigare Högevallsbadet.

Sedan dess har Lunds kommun fått en gemensam vision, gemensamma förhållningssätt, en gemensam styrmodell, gemensamma politiskt beslutade fokusområden och en gemensam kommunikationsplattform som bland annat innehåller en gemensam

2018-10-24

Diarienummer

KS 2018/0634

grafisk profil. Utifrån utvecklingsarbetet och Ett Lund-tanken är det viktigt att kommunens verksamheter istället för att satsa på kostsam särprofilering samlas och i första hand använder det gemensamma varumärket Lunds kommun. Det innebär att inga egna logotyper bör användas i kommunikationen. Istället bör alla verksamheter alltid ha kommunen logotyp som avsändare. Det egna varumärket ligger i verksamhetens namn - i detta fall Högevall. Det är därför dags att ta ställning till och tydliggöra att Högevall är en del av den kommunala verksamheten.

Huvudmålgruppen för Högevall är kommunens invånare och för dessa bör tydliggöras att anläggningen är en del av Lunds kommun. För den målgrupp som kommer till Lund till besöksmålet Högevall ska Lunds kommun stolt kunna visa upp att detta attraktiva besöksmål är en del av Lunds kommun och har finansierats av skattebetalarnas pengar.

Högevalls verksamhet och det egna varumärket är kopplade till namnet Högevall inte till den egna logotypen som består av en våg. Genom att kombinera namnet Högevall med Lunds kommuns logotyp och kommunens grafiska profil kan marknadsföringen av Högevall istället fokusera på budskapen kring verksamheten utan att lägga tid och resurser på ett eget grafiskt uttryck.

Att samlas kring ett gemensamt varumärke är också en kostnadsfråga. På kort sikt är det en ökad kostnad för Kultur- och fritidsförvaltningen att byta ut logotypen för Högevall men på lång sikt kan kommunen med en gemensam profil optimera resurserna och arbeta mer samordnat.

## **Förvaltningens förslag till beslut**

### ***Kommunstyrelsen föreslår besluta***

Att med utgångspunkt i den gemensamma visionen, kommunikationsplattformen kommunkontorets tjänsteskrivelse inte bevilja Högevalls ansökan om särprofilering.

2018-10-24

Diarienummer

KS 2018/0634

Carin Hillåker  
Biträdande kommundirektör

Johanna Davander  
Kommunikationschef

*Beslut expedieras till:*  
Kultur- och fritidsnämnden  
Akten.