

# Varumärkesplattform Växjö kommun

<b>Dokumenttyp</b> Styrande dokument	<b>Dokumentnamn</b> Varumärkesplattform Växjö kommun	<b>Fastställt/Upprättad</b> Kommunstyrelsen 2020-02-04 § 42	<b>Senast ändrad i dnr:</b> 2020-02-04  Dnr KS/2020- 00054
<b>Dokumentansvarig</b> Kommunikations- avdelningen		<b>Tidigare ändringar</b>	<b>Giltighetstid</b> Från och med 2020-02-04
<b>Dokumentinformation</b>			



Växjö  
kommun

# Varumärkesplattform Växjö kommun

2020-02-04, § 42/2020

[www.vaxjo.se](http://www.vaxjo.se)

# Innehåll

Sammanfattning .....	3
Bakgrund och syfte .....	4
Plattformen och dess delar .....	5
Vad är ett varumärke? .....	5
Vems plattform? .....	6
Vår gemensamma vision .....	6
Vårt gemensamma kärnuppdrag .....	7
Vår gemensamma värdegrund .....	7
Våra gemensamma varumärkeslöften .....	8
Våra kommunikativa kärnbudskap .....	10
Implementering av plattformen.....	11

# Sammanfattning

Växjö kommun har under 2019 genomfört ett projekt med syfte att utveckla en gemensam varumärkesplattform. Plattformen förtydligar kärna och riktning, är en del av organisationens utvecklingsresa, och gäller Växjö kommuns förvaltningar och helägda bolag. Projektet genomförs eftersom vi vill arbeta effektivt med inriktning på en hållbar utveckling för att säkra välfärdens långsiktiga finansiering. Växjö kommuns varumärke är detsamma som attityder, associationer, tankar och känslor hos mottagarna i mötet med organisationen. Mottagaren äger sin upplevelse av oss, men vi kan ta spjärn mot vår varumärkesplattform för att tydliggöra bilden av oss. Plattformen omfattar:

- Vår gemensamma vision
- Vårt gemensamma kärnuppdrag
- Vår gemensamma värdegrund
- Våra gemensamma varumärkeslöften
- Våra kommunikativa budskap

För att få bärkraft måste plattformen förankras brett, och det handlar om både lansering och beteendeutveckling. Implementeringens första fas fokuserar förslagsvis vision, värdegrund och varumärkeslöften.

## **Vår gemensamma vision**

*Växjö kommun är en fantastisk plats att bo, leva och verka på för  
invånare, företag och besökare – idag och i framtiden!*

## **Våra gemensamma varumärkeslöften**

*Du kan lita på att vi alltid har dig i fokus*

*Du kan lita på att vi tar ansvar för våra gemensamma resurser*

*Du kan lita på att vi jobbar för ett bättre imorgon*

# Bakgrund och syfte

Växjö kommun har under 2019 genomfört ett projekt med syfte att utveckla en gemensam varumärkesplattform, påbörja implementeringen av plattformen och ge goda förutsättningar för fördjupad implementering.<sup>1</sup> Uppdraget initierades av kommunchef Monica Skagne. Projektet har – vid sidan av ordinarie arbete i projektgrupp och styrgrupp – genomfört en serie aktiviteter: Dels workshops med koncernledning och utökad koncernledning och på Chefens dag, dels analyser av centrala dokument. Aktiviteterna har både genererat råmaterial till plattformen och varit en del av implementeringen av plattformen.

Plattformen förtydligar kärna och riktning och är en del av organisationens utvecklingsresa. Projektet genomförs eftersom vi vill arbeta effektivt med inriktning på en hållbar utveckling för att säkra välfärdens långsiktiga finansiering.

Det finns sammantaget flera motiv att etablera varumärkesplattformen:

- **Välfärdsutmaningarna.** Den närmaste framtiden är utmanande för offentlig sektor i stort. SKR:s ekonomirapporter talar ett tydligt språk: Konjunkturen viker, skatteunderlaget visar försvagad tillväxt, och samtidigt ökar behoven av välfärdstjänster. Antalet yngre och äldre medborgare stiger i högre tempo än de i arbetsför ålder. Till bilden hör dessutom att konkurrensen om arbetskraft hårdnar, och det finns risk att de extra händerna helt enkelt inte kan rekryteras. Situationen i Växjö kommun påminner i väsentliga delar om den nationella bilden. Ett sätt att hantera läget är att se över flödet för värdeskapande och parallellt etablera en varumärkesplattform.

---

<sup>1</sup> Projektets organisation: *Projektledare* – Fredrik Sandblad. *Projektgrupp* – Denis Hodzic (strategisk kommunikatör), Fredrik Sandblad (verksamhetsutvecklare), Kristina Tannerfalk (verksamhetsutvecklare), Victor Wahlström (kommunikatör). *Styrgrupp* – Monica Skagne (kommunchef), Anna Karlsson (utvecklingschef), Henrik Cajnerud (kommunikationschef), Charlotte Gustafsson Brynielsson (hållbarhetschef).

- **Uppdraget.** Det kommunala uppdraget handlar om att jobba för invånarnas livskvalitet, trygghet och framtid – att sätta en kurs som understödjer utvecklingen av ett hållbart samhälle. Växjö kommun intensifierar och förtydligar just nu uppdraget bl.a. genom ett hållbarhetsprogram. Programmet kommer att göra konkreta avtryck i budget och affärsplaner, och på så vis få konsekvenser för styrning och kompetensbehov. Men uppdraget måste förtydligas även på andra sätt – det måste grundas, preciseras och genomsyra vardag i varje verksamhet. Varumärkesarbetet gör det lättare att lyfta fram våra värden i hela organisationen.
- **Organisationens karaktär.** Växjö kommun styrs och verkar allt tydligare som en helhet. Verksamheterna ska agera tillsammans bl.a. genom ett processperspektiv och genom koncernstyrning. Men det finns fortfarande situationer då vi spretar i kommunikation och beteende; vi tjänar på att ha en solidare kärna. Det innebär inte att skillnader och mångfald avlägsnas. Eftersom vi har en bred och varierad verksamhet kommer organisationen alltid att vara komplex – poängen är istället att vi ska undvika negativ komplexitet som belastar oss i kommunikation, beteende och beslutsfattande. Önskad komplexitet riskerar både att få kostnader att stiga och göra upplevelsen för invånare, företag och besökare mindre smidig och inbjudande. En utmaning är att hitta metoder för att hantera komplexitet, och här är varumärkesplattformen ett instrument. Plattformen gör det lättare att genomföra förändringar och verkställa politiska beslut i organisationen.

## Plattformen och dess delar

Vissa delar av plattformen fanns på plats redan före projektet – värdegrunden togs t.ex. fram 2016 – andra delar har utvecklats inom projektet. Även redan givna delar har dock behov av fördjupning, förankring och nedbrytning. Plattformen omfattar vision, värdegrund, kärnuppdrag, varumärkeslöften och kommunikativa budskap.

### Vad är ett varumärke?

Växjö kommuns varumärke är detsamma som attityder, associationer, tankar och känslor hos mottagarna i mötet med organisationen. Det är alltid mottagaren som äger sin upplevelse av oss, inte vi själva. Däremot kan vi ta spjärn mot vår varumärkesplattform för att tydliggöra bilden av oss. Plattformen hjälper oss att förena

vår identitet (vad vi är) med vårt sätt att agera (vad vi gör) och vårt sätt att kommunicera (vad vi säger).

## **Vems plattform?**

Varumärkesplattformen gäller Växjö kommuns förvaltningar och helägda bolag.

Varumärket blir tydligare och kommunikationen enklare om "Växjö kommun" används framför "Växjö kommunkoncern" framgent.

## **Vår gemensamma vision**

Visionen är viktig eftersom den är draglok för andra delar av plattformen. Även om en vision i realiteten antagligen aldrig uppnås fullt ut, pekar den ut en kompasskurs.

Visionens syfte är att förena organisationen kring den långsiktiga riktningen. Den talar om vad vi vill åstadkomma i framtiden. Poängen är givetvis att den ska leva i det vardagliga arbetet. Visionen är i första hand ett internt verktyg, men samtidigt vet vi att det är svårt att skilja internt från externt i en organisation av Växjö kommuns karaktär.

**Växjö kommun är en fantastisk plats att bo,  
leva och verka på för invånare, företag och  
besökare – idag och i framtiden!**

Visionen pekar ut våra huvudmålgrupper – invånare, företag och besökare – och visar vad vi jobbar mot.

Visionen har redan viss förankring i organisationen. Det innebär inte att den är helt känd, accepterad och använd – fortsatt implementering och nedbrytning inom verksamheterna sker i kommande fas. Vad innebär "fantastisk" i olika situationer, i olika verksamheter och för olika målgrupper?

## Vårt gemensamma kärnuppdrag

Kärnuppdraget är visionens jordnära motsvarighet – det grundläggande incitamentet till att organisationen överhuvudtaget existerar. För en kommun formulerar bl.a. kommunallagen ett handfast syfte, och bakom lagstiftning ligger i sin tur konkreta bevekelsegrunder. Växjö kommuns kärnuppdrag:

I Växjö kommun jobbar vi för våra  
invånares livskvalitet, trygghet och  
framtid.

Det gemensamma uppdraget förenar oss i vårt dagliga arbete. Det talar om varför vi går till jobbet, alltså vad vi tillsammans jobbar för och åstadkommer varje dag.

## Vår gemensamma värdegrund

Växjö kommuns gemensamma värdegrund lanserades i mars 2016, och har sedan dess implementerats i kommunens verksamheter.

Vi möter alla med respekt  
Vi kan jobbet  
Vi gör verksamheten bättre  
Vi skapar en hållbar framtid

Värdegrunden vilar på fyra värderingar, där ingen är viktigare än någon annan. Värderingarna gäller både i relation till vår omgivning och till varandra som kollegor – vi har samma förhållningssätt internt och externt.



## **Våra gemensamma varumärkeslöften**

Varumärkeslöftet är en central del av plattformen – vad förväntar sig invånare, företag och besökare av Växjö kommun? Växjö kommun har fram till idag inte arbetat systematiskt med varumärkeslöfte, men organisationen lämnar i alla fall löften – funktionella och känslomässiga – till omgivningen.

Växjö kommun finns till för sina målgrupper, och det är givetvis viktigt att de kan lita på organisationen. Växjö kommun måste göra, prata och vara på ett genuint sätt.

Varumärkeslöftena omfattar tre teman som handlar om tilltro. Målgrupperna ska kunna lita på att Växjö kommun tar ansvar för de gemensamma resurserna, att organisationen jobbar för framtiden och att den har invånaren i fokus. Växjö kommuns varumärkeslöften formuleras enligt nedan. Observera att ett varumärkeslöfte inte är ett kommunikativt budskap utan en hållning inom organisationen.

## **Du kan lita på att vi alltid har dig i fokus**

Har du ärenden hos oss eller möter våra medarbetare i vardagen kan du förvänta dig att vi alltid har dig och dina behov i fokus. Det gäller inte bara dig utan alla människor som bor i, verkar i, och besöker kommunen. Att vi alltid utgår från dig och dina behov innebär inte att vi alltid kommer att vara helt överens – det finns lagar och regler att följa och vi måste alltid väga mot det gemensamma bästa. Men du ska veta att vi alltid utgår från att försöka hjälpa just dig.

## **Du kan lita på att vi tar ansvar för våra gemensamma resurser**

Vi vill att du ska känna dig trygg med att vi tar vårt uppdrag på största allvar. Vårt jobb är att göra allt vi kan för att genomföra vårt uppdrag till gagn för dig och vårt gemensamma bästa. Vi lovar att optimera vår service utifrån behoven och inom de ekonomiska ramarna samtidigt.

## **Du kan lita på att vi jobbar för ett bättre imorgon**

Vi lovar att vi följer med i tiden, arbetar för en hållbar framtid, och försöker ligga steget före i våra långsiktiga planer. Vi jobbar ständigt med vår utveckling för att Växjö kommun ska vara en fantastisk plats att bo, leva och verka på även i morgon.

## Våra kommunikativa kärnbudskap

Kärnbudskapen hjälper oss att uttrycka oss på ett begripligt och konsekvent sätt. Vad är värdet av vårt gemensamma arbete? Växjö kommuns tre kommunikativa kärnbudskap byggs på och anpassas – både språkligt och visuellt – i konkret kommunikation.

Vi är **den ansvarsfulla kommunen** som driver välfärdsutvecklingen på ett nytänkande, långsiktigt och kostnadseffektivt sätt. Vi ska vara en kommun som har koll på både samhällets behov och vår gemensamma ekonomi. Växjöloftet är vår strävan efter att alla Växjöbor ska arbeta, utvecklas och bidra efter förmåga.

Vi är **den nyfikna kommunen**, som strävar efter att Växjö kommun ska vara en levande, innovativ och välkomnande plats. Vi jobbar för att erbjuda ett hem för kreativitet och utveckling, både för företagaren och den enskilda invånaren.

Vi jobbar för **Europas grönaste stad** – ett hållbart samhälle som attraherar oss i Växjö kommun och omvärlden. Vi arbetar för att Växjö kommun utvecklas och växer på ett hållbart och medvetet sätt. Vi värnar om våra resurser, minimerar miljöpåverkan och tar socialt ansvar. Detta skapar livskvalitet – idag och imorgon.

# Implementering av plattformen

Varumärkesarbetet syftar till att säkra att de vardagliga, interna processerna förmår leverera varumärkeslöftet, varje dag, året runt. Det görs förstås inte i en handvändning. De aktiviteter som har genomförts har både genererat material till plattformen och fungerat som ett första steg i implementeringen. För att få bärkraft och effekt måste dock plattformen förankras betydligt bredare, och det handlar om både lansering och beteendeutveckling.

Olika delar av plattformen har olika karaktär: Kommunikativa kärnbudskap har t.ex. en tydlig slagsida mot kommunikation, och drivs bäst upp i kommunikationssammanhang. Värdegrunden har – efter några års implementering – betydligt starkare rötter än andra delar, vilket också påverkar fortsatt förankring. Det breda implementeringsprojektet kan i första hand fokusera vision och löften, och samtidigt utnyttja den kraft som värdegrunden har.