

**Kommunstyrelsen****Motionssvar - Kulturens Övärld som varumärke**

Dnr KS20/150

**Förslag till beslut**

Kommunstyrelsen föreslår kommunfullmäktige besluta att motionen ska anses besvarad

**Sammanfattning av ärendet**

Motionären föreslår kommunfullmäktige att ta fram en handlingsplan för att marknadsföra varumärket Kulturens Övärld. I uppdraget bör ingå att tydligt ge varumärket ett innehåll och att i arbetet med handlingsplanen samarbeta med kommunens aktörer inom näringsliv och kultur.

**Beslutsunderlag**

Motionssvar – Kulturens övärld som varumärke

Motion – Kulturens övärld som varumärke

**Ärendet**

Nyligen förlängdes registreringen av varumärket "Kulturens övärld" och gäller nu till och med den 19 januari 2031. Som det beskrivs i motionen så används uttrycket i många olika sammanhang, bland annat för att beskriva och lyfta fram kommunens kulturarv och det breda kulturutbudet. Det finns även en uttalad koppling till kommunens besöksnäring och turism.

En handlingsplan för varumärket "Kulturens övärld" är en del i det övergripande arbetet med varumärkes- och förtroendeplattform för Ekerö kommun samt en del i arbetet med kommunens nya näringslivsstrategi med tillhörande handlingsplan. I båda dessa är varumärket "Kulturens övärld" en självklar del. I arbetet involveras representanter från Ekerö kommuns näringsliv och besöksnäring.

**"Kulturens övärld" är en viktig del i Ekerö kommuns varumärkeshierarki.**

I en organisation/kommun är det vanligt att man har flera olika varumärken (både registrerade och icke registrerade) – det har vi även i Ekerö kommun. "Kulturens övärld" är ett. Andra exempel är "Ekebyhovs slott", d v s mer eller mindre välkända företeelser/platser inom ramen för kommunens verksamhet. Att ha en varumärkeshierarki tydliggör hur man kommunicerar och använder de olika varumärkena i förhållande till det övergripande varumärket "Ekerö kommun" – och det är viktigt för tydligheten och för att vi alltid ska stärka Ekerö kommun som helhet. Varumärke för en kommun delas in i tre delar. Det vill säga kommunen som organisation, arbetsgivare och platsen. Varumärket "Kulturens övärld"

ligger framför allt inom ramen för platsvarumärke, och ska lyftas där, men delvis även inom ramen för arbetsgivarvarumärket och organisationsvarumärket.

### **Förtydliga och stärka varumärket "Ekerö kommun"**

För ett par år sedan genomfördes ett arbete med att tydliggöra den del av Ekerö kommuns varumärke som handlar om arbetsgivarvarumärket – i samband med det skapades "Karriärwebben", som även blev en smygstart och försmak på kommunens nya webbplats som lanserades i november 2020. Då formulerades bland annat meningarna:

*"Ekerö kommun har allt som krävs för att fortsätta utvecklas och bli en kommun i framkant. Korta beslutsvägar, stabil ekonomi och viljan att våga ännu mer."*

För att fortsätta utvecklas och bli en kommun i framkant pågår just nu ett gediget utvecklingsarbete inom kommunens samtliga verksamheter, både inom kärnverksamheterna och inom stödverksamheterna. En viktig del i det utvecklingsarbetet är att skapa kommunens "Varumärkesplattform". I en kommun skulle man lika gärna kunna benämna det som "Förtroendeplattform", eftersom syftet är att skapa goda förutsättningar för både tjänstemän och politik att stärka förtroendet för kommunen.

Det övergripande ansvaret för kommunens varumärke ligger hos Kommunikationsenheten, och olika undersökningar/mätningar (bland annat SCB Medborgarundersökning) samt analys av mediebild och sociala medier visar att Ekerö kommun behöver göra en varumärkesförflyttning och stärka förtroendet för kommunen som helhet.

I nuläget pågår ett arbete med att skapa Ekerö kommuns "varumärkes- och förtroendeplattform" och utifrån den tas olika konkreta handlingsplaner fram, där intern och extern kommunikation är en avgörande ingrediens. Parallellt pågår även arbete med en näringslivsstrategi och tillhörande strategisk handlingsplan vilken ska stödja det övergripande varumärkes- och förtroendeplattformen. Mot bakgrund av det som ovan har anförts i ärendet föreslås motionen anses vara besvarad.

### **Beslutet expedieras till**

Kommunikationsenheten

Pia Ragnardotter  
Kommunikationschef

Johan Elfver  
Press- och näringslivschef