



Sjuhärad

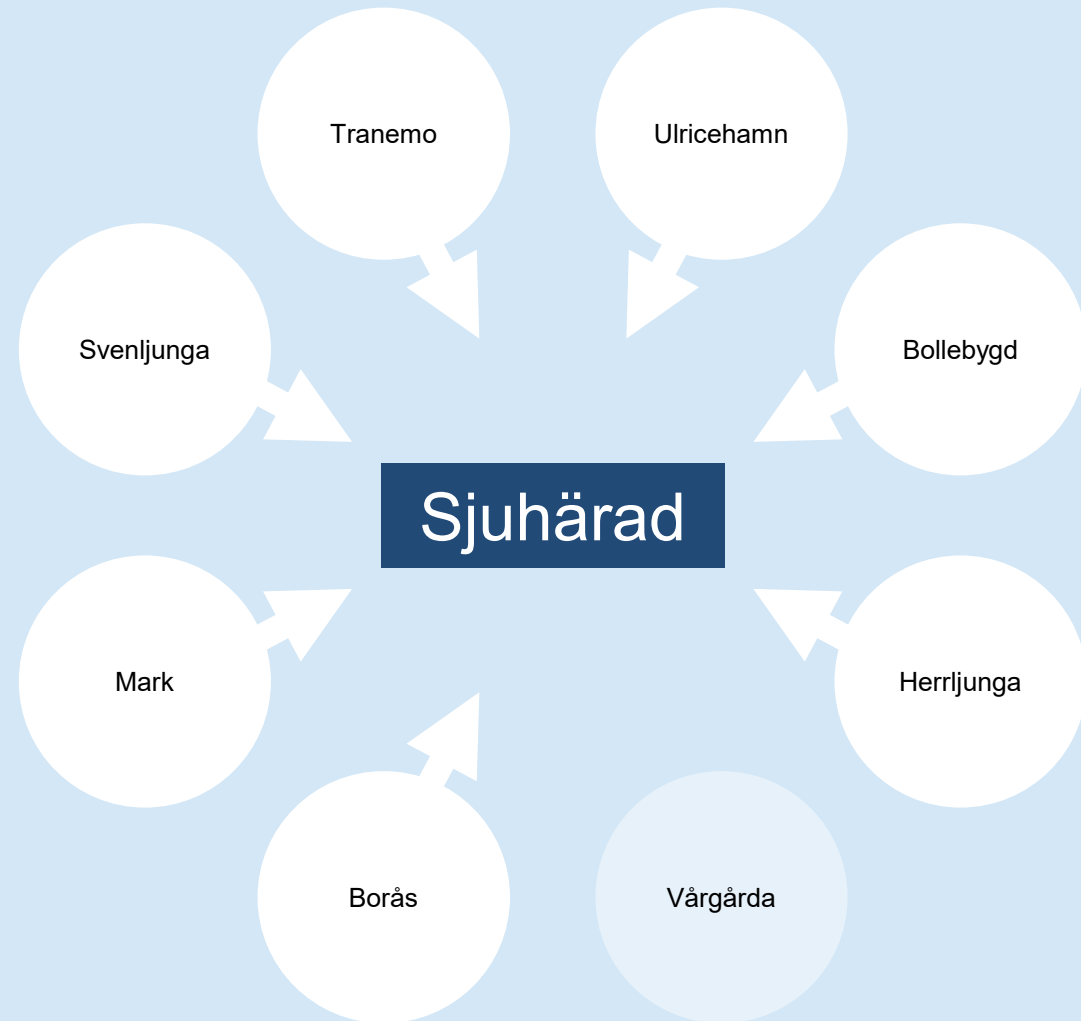


Starkare tillsammans

Processen att undersöka om, och senare arbeta med, att skapa en gemensam identitet och ett gemensamt varumärke för Sjuhärad har sedan 2019 drivits av Boråsregionen Sjuhärad Kommunalförbundet. Insikten kring vikten av koordinering och ökat samarbete har blivit tydligare och tydligare hos alla medverkande kommuner. Mer resurser i ett tätt samarbete över kommungränserna skulle öka attraktionen för invånare, företag och besökare.

Frågan om det går att samla Sjuhärad som en gemensam plats ställs med ödmjukhet, men med en stark tro på att det lokala erbjudandet och engagemanget har bäring för att etableras nationellt. Marknadsfönstret verkar stå öppet.

Genom kommunal utveckling och gränsöverskridande samverkan blir vi starkare — men bara om vi jobbar tillsammans.





Kommunkoalitionen Höga Kusten

Höga Kusten är en given inspirationskälla: fyra kommuner går samman och arbetar strategiskt mot en gemensam vision under ett tydligt visuellt koncept. Det lokala, historiska erbjudandet med Skulebergets nationalpark och Höga Kusten-bron utgör, tillsammans med modernare lokala produkter som Hernö Gin,

platsvarumärket **Höga
Kusten**. Idag är

området – platsen, känslan och erbjudandet – lika vedertaget som franska rivieran eller Kebnekaise.

Projektet Höga Kusten har ökad turism som primär målsättning, men med ett starkt konsumentvarumärke finns även goda förutsättningar för att attrahera fler målgrupper genom anpassad kommunikation. All framgångsrik kommunikation kräver trots allt en grundläggande kännedom.

+58%

Antalet gästnätter sedan 2010

HÖGA KUSTEN

THE HIGH COAST OF SWEDEN

Established 10,000 years ago

Ett hållbarare Höga Kusten genom
samverkan



Höga Kusten är ett av Sveriges 15 världsarv och en snabbt växande besöksdestination. Med sina storslagna vyer och särpräglade landskap lockar det många besökare, särskilt under sommartid. Nu arbetar de för en hållbar platsutveckling, där ökad samverkan, kunskap och stolthet står i centrum.

Mål: 2030 har turismens
omsättning fördubblats



”En hållbar plats
för en bättre
vardag”

Kommunen som andas framtidens näringsliv: Skellefteå

Skellefteå är en omtalad tillväxtkommun med målet att ha 90 000 invånare år 2030. Med stora satsningar på näringslivet och med ett tydligt innovations- och hållbarhetsfokus behöver hela Skellefteå samverka för att lyckas. Ett attraktivt erbjudande mot nuvarande och blivande invånare, kombinerat med det lokala och tvärfunktionella engagemanget ska målbilden säkras.



Tack vare väl utvecklade nätverk och starka kompetenskluster blir det lätt för befintligt näringsliv att hitta kompetenserna som hjälper dem ta nästa steg i sin utveckling.



Nyckelfynd från besöksnäringstrategi

Med hjälp av forsknings- och managementbolaget Kairos Future togs en strategisk besöksnäringstrategi fram. Områdets tillgångar sattes i relation till ett omvärldsperspektiv där generella insikter om besöksnäring som tillväxtområde sätts i relation till omvärldstrender för turism.

Vision	Boråsregionen/Sjuhärad – det givna valet i Väst för närodlade globetrotters och aktiva upptäckare		
Mission	Utveckla besöksnäringens utbud och stärka kommunikationen mot potentiella och befintliga besökare och invånare		
Positionsteman	Koppla på och koppla av i naturen	Lära och uppleva design, konst och textil	Träna och tävla för bättre hälsa
	Utveckla digitala och fysiska tillgängligheten	Omvärldsbevakning och analys	Produkt-, affärs- och destinationsutveckling (Behålla småskaligheten)
Strategi	Lyfta matupplevelser	Paketera mer (bo, äta, göra)	Göra invånare till stolta ambassadörer
Förutsättning	Tillsammans är vi starka! Samling runt destination Boråsregionens Sjuhärad		

Omvärldstrender:

1. Ökad efterfrågan på naturupplevelser
2. Fler vill resa närmre
3. Efterfrågan på hållbara upplevelser ökar
4. Det genuina, personliga, äkta och lokala ökar i värde
5. Fler önskar interaktiva upplevelser
6. Digital tillgänglighet– före, under och efter resan blir viktigare
7. Ökat fokus på hälsa och en hälsosam livsstil

KAIROS
FUTURE



Rätt känsla och uttryck för rätt målgrupp

Efter att de främsta produkterna definierades i besöksnäringstrategin startades arbetet med att paketera erbjudandet till ett varumärke, då med hjälp av kommunikationsbyrån 500 Stockholm.

Det gjordes en grundlig nollmätning som undersökte generell kännedom om Sjuhärad.

Med erbjudandet, utifrånperspektiv och omvärldens trender som lins startade arbetet med att formge Sjuhärads gemensamma känsla och uttryck.

50%

av de tillfrågade har hört talas om Sjuhärad

Frisvar när de tillfrågade beskriver Sjuhärad

“Kulturrikt”
“Vackert skogs-och naturbrukslandskap”
“Textilindustri”
“Vackert och naturnära”



Positionens prioriterade områden

Sjuhärads vackra och unika natur

Textilindustrins arv inom skapande, uttryck och entreprenörskap

För att frambringa känslor av

Nyfikenhet

Kravlöshet

Bejakande påhittighet



Sjuhärad är natur och kultur i symbios. Det är platsen för dig som letar efter något mer. Något mer än din vardag, något mer än ditt jobb, men också efter något mer än en solstol eller en snitslad bana. Det är ett oskrivet blad för dig som gillar att gå din egen väg, att simma mot strömmen. Det är platsen där omvärldens tystnad förvandlas till en tankesympfoni.

Att besöka Sjuhärad kräver en fysisk resa. Men den stora resan är den du gör inåt. När du betraktar skogen, sjöarna, broarna, konsten, designen och hantverket. När du besöker Sjuhärad besöker du dig själv.

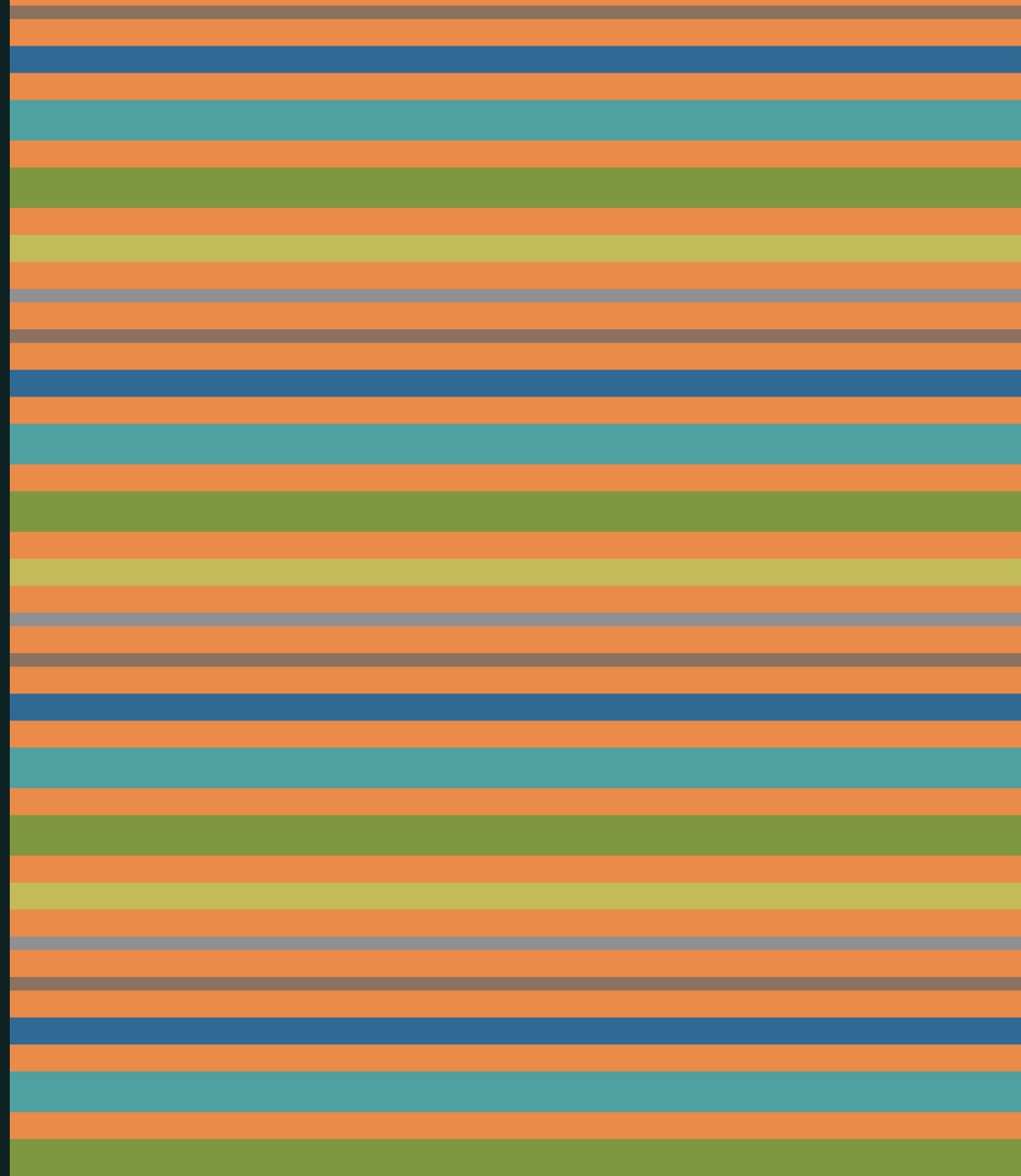


Res inåt – bli ett
med natur och
kultur i Sjuhärad



Sjuhärad

Ett gemensamt
varumärke





Bli ett med natur och kultur i praktiken

Känslan och upplevelsen som det framtagna platsvarumärket kommunicerar syns i hela Sjuhärad. Det syns genom de skogsnära glashusen i Tranemo, genom franskinfluerade jordbruket Knalten utanför Ulricehamn, genom förläggargårdarna som format svensk textilhistoria. Det syns genom de böljande landskapen i Mark, genom tysta milslånga skogar i Svenljunga och progressiv textilinnovation i Borås. Det syns i Bollebygds spegelblanka skogssjöar och i Herrljungas historiska vandringar.





Långsiktighet och samverkan

Genom det framtagna varumärket finns det stort utrymme för att skapa ett långsiktigt värde. Genom att konsekvent aktivera varumärket i externa kanaler kommer den generella kännedomen om Sjuhärad öka, vilket ger positiva effekter över hela värdekedjan.

Den gemensamma nämnaren för Höga Kustens och Skellefteås framgång är just samverkan med långsiktighet i fokus. En långsiktig samverkan under ett gemensamt varumärke kommer tillåta lokala näringsidkare och invånare att tillsammans befästa identiteten och känslan.

Det kommer att bidra till Sjuhärads attraktivitet för boende, företag och besökare, både på kort och lång sikt.



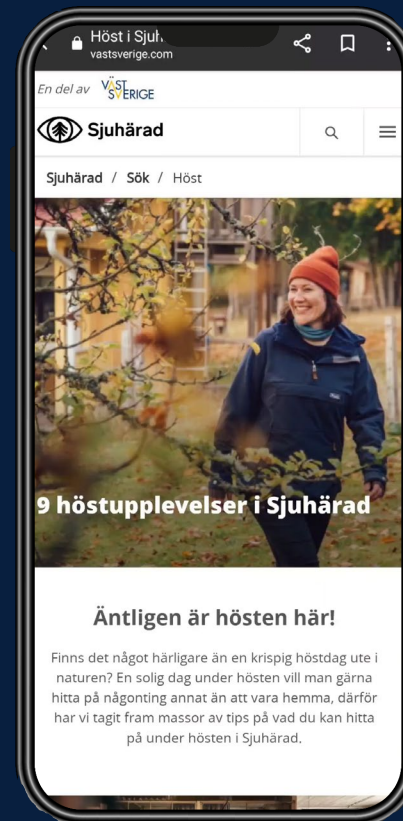


Sjuhärad

Sjuhäradswebben

- Innehåll som skapar mervärde för våra besökare och visar upp de olika delar Sjuhärad har att erbjuda.

- Ska väcka nyfikenhet och inspiration både för invånare & turister.



Sjuhäradskampanj – Höst 2023

MÅLGRUPP: Sjuhärad med omnejd + Stockholmsområdet

KANALER: Meta – Instagram & Facebook

MÅL: Skapa kännedom & driva trafik till hemsidan

Resultat

Spenderat belopp:
200 000 kr

Räckvidd:
1 302 288

Exponeringar:
4 523 257

Länkklick:
124 071

CTR:
2,74%

CPC:
1,61 kr

CPM:
44,22 kr