

Möjligheternas Färgelanda

”Tidningen stärker varumärket Färgelanda”

I maj 2004, inför de välbesökta Färgelandadagarna, gav Färgelanda kommun ut tidningen ”Möjligheternas Färgelanda”.

Förutom att öka kunskapen om Färgelanda kommun så var syftet att uppmärksamma utvecklingsarbetet samt stärka identiteten genom ökad samverkan mellan invånare, näringsliv, föreningsliv och kommunal förvaltning.

Tidningen som trycktes helt i fyrfärg distribuerades till samtliga hushåll, fritidshusägare och företag inom Färgelanda kommun, alla hushåll i Uddevalla samt till kontor och arbetsplatser i grannkommunerna.

Responsen från medborgare, näringsliv och kommunrepresentanter har varit mycket positiv.

– Jag har bara hört positivt om tidningen – aldrig något negativt, säger Zaid Långström, kommunstyrelsens ordförande.

För att möta framtidens krav och möjligheter på bästa sätt har ett gemensamt utvecklingsarbete påbörjats.

– Vi medverkade för att visa upp oss för hemmapubliken, så att säga. Det var en trevlig tidning som motarbetar anonymiteten i näringslivet. Som aktiv i kommunens idé- och utvecklingsgrupp ser jag det här som ett bra sätt att visa upp mångfalden och stärka varumärket Färgelanda, Einari Johansson, vd Jaba Group

Rätt läge

Färgelandas styrka är att samtidigt som man ligger strategiskt till med direkt närhet till Trestadsområdet även kan erbjuda en trygg, säker och naturnära boendemiljö med bra skolor och ett synnerligen rikt föreningsliv. Prisbilderna på hus i kommunen är också betydligt lägre än i de större grannkommunerna och i tidningen marknadsför Färgelanda sin försäljning av byggklara tomter för en krona.

– Vi använde den vid Färgelandadagarna med tusentals besökare och vi har använt tidningen i turismsammanhang med mera. Vi är jättenöjda med en mycket fin tidning och vi tar gärna upp ett samarbete igen i framtiden, menar Marianne Martinsson, kommunsekreterare.

Bra annonsrespons

Bland alla dem som valde att marknadsföra företaget i kommundidningen är en av Sveriges största privata sågverksgrupper, Vida-koncernen.

Fredrik Nyström är inköpsansvarig:

– Jag är nöjd med vårt eget inslag i tidningen, det blev fint och prydligt och ser bra ut i tidningen som var intressant. Det här är ett av många sätt för oss att marknadsföra oss.

Även Mikael Vesala med egna företaget Innovativ Teknik är mycket nöjd med sin medverkan:

– Annonsen fungerade jättebra! Jag har fått enorm respons, där många hört av sig vilket även givit konkreta affärer.

Marknadsföra kommunen

Kommundidningen ”Möjligheternas Färgelanda” är ett viktigt medel för att kommunicera och förmedla den framtidstro som finns i kommunen. Färgelanda är en attraktiv kommun att bo, leva och verka i.

Utvecklingschef Jan Eriksson ser framtiden an:

– Det har varit jättepositivt. Vi använder tidningen fortfarande och har fått en fantastisk respons inte minst från näringslivet ”tänk att det händer så mycket i kommunen”. Om producenter av tidningen (Grafisk Konsult) är intresserade så sätter vi oss gärna ned inom en snar framtid och diskuterar ett flerårigt samarbete.



Bara hört positivt



Zaid Långström,
kommunstyrelsens
ordförande:

”Jag har bara hört positivt om tidningen – aldrig något negativt.”

Kul att känna igen så många människor



Madelene Mattson,
områdeschef äldre-
omsorgen

”Det blev som förväntat. Det är kul att känna igen så många människor från kommunen.”

Stärker vi - känslan



Inger Jakobsson,
LRF i Färgelanda

”Det var en positiv tidning som visar bredden i kommunen och ger de olika verksamheterna ansikten. Jag tror en sådan här tidning är bra för att stärka vi-känslan i kommunen.”

Har fått enorm respons



**Mikael Vesala, egen
företagare, Innovativ
Teknik:**

”Annonsen fungerade jättebra! Jag har fått enorm respons, där många hört av sig vilket även givit konkreta affärer. Ni gjorde ett bra jobb med annonsen och jag är gärna med i framtiden.”

Alla inblandade är väldigt nöjda



Ingvar Lagermark,
rektor Dalslands
Folkhögskola:

”Jag tycker tidningen var jättebra! Alla som jag hört har varit inblandade är väldigt nöjda och vi använder tidningen i flera andra sammanhang för att marknadsföra oss och kommunen.”