

”Det är en mycket informativ tidning”

I januari 2003 gav Sunne kommun, årets kulturkommun i Sverige, ut tidningen ”Sagolika Sunne”.

Tidningen som trycktes i fyrfärg distribuerades till samtliga hushåll och företag inom Sunne kommun samt till alla kontor i hela Värmland. Responsen från näringslivet och kommunledningen har varit positiv.

Ett viktigt medel mot visionen

I april 2001 beslutade kommunfullmäktige i Sunne att fastställa en strategi för Sunne med vision att bli fler invånare – med olika delmål på vägen. Några av de viktigaste målsättningarna är att skapa tillväxt och att få med sig alla invånare i Sunne kommun, att alla känner sig delaktiga i visionen och upplever en stolthet över att vara Sunnebor.

Om alla ser sig som ambassadörer för sin kommun och talar väl om hembygden får det positiva följdverkningar för alla. Ett verktyg i denna strävan är tidningen ”Sagolika Sunne”.

Ovanligt bra

En som uppskattade tidningen ström som driver Frykenstrand Konferens.



Attraktiv arbetsgivare

Även ortens större mekaniska industrier ville medverka i tidningen. Ulf Hilding, vd Nolato Sunne AB med 140 medarbetare och som utvecklar och tillverkar gummidetaljer med höga tekniska krav, ville visa upp sin verksamhet enligt tidningens unika koncept.

– Det är en trevlig tidning och en bra presentation av Sunne kommun och dess näringsliv. Vi är normalt inte med i den här typen av tidning då målgruppen ligger utanför vår kundstruktur och därför normala marknadsföring, men vi valde att vara med för vi skall uppfattas som en möjlig arbetsgivare i regionen.

I kommunens marknadsföring

Även kommunledningen är nöjda med tidningen och har haft stor nytta av den.

– Vi är nöjda. Tidningen är ett bra sätt att nå ut med kommunstrategin, det känns helt rätt. Vi delar ut Sagolika Sunne i marknadsföringssyfte vid konferenser, mässor och besök, säger kommunchef Peter Karlsson.



är Lena Berg-Hotell &

Vi är väldigt nöjda



Anneli Jansson,
informationschef
Sunne kommun:

”Vi är väldigt nöjda och arbetsgången har fungerat bra även om tiden mellan beslut och produktion gick lite för fort och gjorde att vi inte kunde förankra tidningen ute i näringslivet på optimalt sätt.

Det känns helt rätt



Peter Karlsson,
kommunchef
Sunne kommun:

”Vi är nöjda. Tidningen är ett bra sätt att nå ut med kommunstrategin, det känns helt rätt. Vi delar ut Sagolika Sunne i marknadsföringssyfte vid konferenser, mässor och besök.”

Bättre än förväntat



Karl-Johan Adolfsson,
kommunalråd
Sunne kommun:

”Vi är nöjda med tidningen som blev bättre än vad jag förväntat mig. Vi har under våren använt den för att sprida information om Sunne. Vi har fått en hel del uppskattning från allmänheten om att det var en informativ tidning.”

Det var en bra layout



Peter Larsson,
kulturchef
Sunne kommun:

”Tidningen har fungerat bra, vi har använt den i olika sammanhang och delat ut den. Jag vet att folk tyckte om den. Det var en bra layout och helt ok blandning.”