

Smålands sjörike

- En förklaring till den nya destinationens namn.

Dokumenttyp: Delrapport i projektet Varumärket Bolmenregionen

Skapat av: Per Ekman
Tendensor AB
Gröndalsvägen 19b
392 36 Kalmar
Tel: 0480 - 40 38 60
e-post: per.ekman@tendensor.se

Datum: 30 november, 2010

Inledning

Det här dokumentet är en delrapport i projektet *Varumärket Bolmenregionen* och den åskådliggör idén bakom namnet *Smålands sjörike*. Inom två månader finns också ytterligare projektresultat framme;

- Varumärkesplattform för Smålands sjörike (positionering, kärnvärden etc).
- Kommunikationsstrategi.
- Visuell identitet med en grafisk profilmanual.

Tveka inte att ta en kontakt med Per Ekman på Tendensor AB eller Eva Simonsson, Turismchef i Ljungby kommun om du vill diskutera *Smålands sjörike*.

Kalmar den 30 november 2010

Per Ekman
VD, Tendensor AB

Bakgrund

Varumärket Bolmenregionen

Under hösten 2010 pågår projektet med att utveckla ett varumärke för Bolmenregionen (Hylte, Gislaved, Värnamo och Ljungby kommun). Ambitionen är att lägga grunden för en effektiv utveckling och marknadsföring av en internationellt konkurrenskraftig besöksregion.

I varumärkesprojektet har kunskaper och undersökningsresultat tillvaratagits från de parallella projekten *Företagssamma Bolmenbygden - projektutveckling* och *Företagssamma Bolmenbygden - destinationsutveckling*. Men vi har också inom ramen för projektet generat ett solitt beslutsunderlag för varumärket;

En webbaserad undersökning om Bolmenregionen

Hela 111 personer i regionen har tagit chansen att ge sin bild av regionens styrkor och diskuterat vilka målgrupper vi har förutsättningar att attrahera.

Kännedomsundersökning - Bolmen

800 svenskar och 800 danskar har tillfrågats om begreppet Bolmen och deras förväntningar på den här delen av Småland, som besöksdestination. En viktig slutsats var att kännedomen om begreppet Bolmen är låg.

Expertintervjuer och fokusgruppsstudier

En lång rad personer med särskilda kunskaper och infallsvinklar på regionen har djupintervjuats över telefon. Fokusgruppsmöten har arrangerats med besöksnäring, turistbyråpersonal, övrigt näringsliv och med medborgare. Slutsatserna från dessa aktiviteter har sammanställts i en särskild SWOT-analys.

Seminarieprocess

Ett 40-tal personer från hela regionen samverkade under oktober månad vid två 4-timmars seminarier om varumärket Bolmen. Det som framkom i seminarierna har haft stor inverkan på namnet Smålands sjörike och den kommande varumärkesstrategin.

Överläggning i projektgrupp

Möten har skett i projektgruppen där resultat från ovanstående aktiviteter och idéer om namnförslag har diskuterats. Projektgruppen står bakom det som presenteras i den här rapporten.

Namnfrågan

Vad kännetecknar ett bra namn

Vi har identifierat följande kännetecken på ett väl fungerande namn på en besöksregion. Vi har använt dessa kännetecken för att värdera existerande namn och för att värdera de förslag som uppkommit.

Autentiskt	Kommunicerbart	Engagerande	Effektivt
Är sant	Leder associationerna rätt	Väcker intresse	Nyttjar etablerade platsbegr.
Trovärdigt lokalt	Används i talspråk	Frammanar känslor	Understödjer även inflyttning
Speglar identitet	Går att översätta	Ger sinnebilder	Klarar tidens tand
Går att leva upp till	Ej förväxlingsbart		

Begränsningar med namnet Bolmen / Bolmenregionen

Av naturliga skäl har namnet Bolmen eller Bolmenregionen setts som samlingsbegrepp för de fyra kommunerna i projektet. Det är ju sjön Bolmen som var den primära gemensamma angelägenheten för aktörerna. Under processen har ambitioner och målsättningar klargjorts ytterligare, vilket har påvisat behovet av ett starkt platsbegrepp som bättre möter turismaktörernas och omvärldens krav och förväntningar.

Bland begränsningarna med begreppet Bolmen vill vi peka på följande;

- Kännedomen om Bolmen är enligt de undersökningar vi genomfört mycket begränsad.
- De associationer som förekommer till begreppet Bolmen är inte alltid positivt laddade.
- Begreppet Bolmen fångar inte regionens karaktär i allmänhet; naturvärden, den småländska identiteten etc.
- Begreppet Bolmen leder tankarna till utbud och upplevelser utmed sjökanten eller på sjön.
- En stor exponering av namnet Bolmen ställer stora krav på tillgänglighet och utbud utmed sjön.
- Namnet begränsar möjligheterna till att destinationen växer geografiskt och att den innefattar fler kommuner.
- Namnet Bolmen drar inte nytta av andra, etablerade platsbegrepp.

Vår slutsats var alltså att begreppet Bolmen inte möter de krav som ställs upp ovan, och att det fanns anledning att söka ett mer autentiskt, kommunerbart, engagerande och effektivt namn på besöksregionen.

Namnet Smålands sjörike

Smålands sjörike - fördelar med namnvalet

Låt oss i korta ordalag summera varför projektgruppen uppfattar Smålands sjörike vara ett hållbart namn för besöksregionen;

✓ Smålands sjörike sammanfattar de naturvärden och de upplevelser som finns i runt Bolmen och i västra Småland generellt. Det är ett mer inbjudande och känslomässigt engagerande begrepp än Bolmenregionen.

✓ Namnet är möjligt att växa i. Det begränsar inte antalet medverkande kommuner till just de runt Bolmen. En kartbild visar tydligt hur koncentrationen av sjöar sträcker sig över stora delar av västra Småland, vilket kan ses som en potential när det gäller kommande samarbeten med andra aktörer.

✓ Knyter an till varumärket Småland, som är en kulturregion med hög kännedom även internationellt. Småland förknippas med starka naturvärden och med entreprenörskap.

✓ Går att översätt till andra språk. Bolmen kan, enligt våra undersökningar, ge oväntade och okontrollerbara associationer i andra länder.

✓ Essensen i begreppet Smålands sjörike, ligger mycket väl i linje med det som framkommit i projektets analys och arbetsprocess. Det innebär att invånare / aktörers självbild i regionen har tillvaratagits.

✓ Begreppet Smålands sjörike understödjer kommuner även i deras ambitioner att kommunicera en attraktiv livsmiljö. En alternativ begreppsflora som "Bolmen" eller "vildmark" skulle inte ge den synergieffekten, enligt flera deltagare.

✓ Smålands sjörike skapar paralleller och marknadsmöjligheter för Visit Småland och andra regionala aktörer; Glasriket och Smålands sjörike blir destinationer i en samlad portfölj.

✓ Namnet Smålands sjörike öppnar särskilt väl upp för vattennära upplevelser såsom fiske eller mat- och kulturupplevelser nära vatten.

Eventuella nackdelar eller risker

Alla nya platsbegrepp riskerar att brista i autenticitet och folklighet. Vi hoppas dock att lydelsen Smålands sjörike är så intuitiv och så träffande för bygdens särart att den ska falla i god jord hos breda befolkningsgrupper. En annan risk är förstås att vi misslyckas med att fylla begreppet med kvalitativa upplevelser för besökaren.

Varumärket i praktiken

Språkversioner under utveckling

Smålands sjörike måste kunna uttryckas på de språk som talas på de marknader där besöksregionen ska marknadsföras. Vilka de marknaderna är kommer att fastställas i den kommande kommunikationsstrategin. Vi kan direkt konstatera ett behov av att uttrycka namnet på engelska, tyska och danska. I den kommande grafiska profilen kommer dessa språkversioner att fastställas.

Varumärkets visuella identitet

Smålands sjörike ska kunna marknadsföras i en rad olika medier och sammanhang. Det ska också tilltala den bredd av målgrupper som aktörerna i besöksregionen försöker attrahera. Det visuella uttrycket blir viktigt. En logotype för Smålands sjörike är under utveckling och logotypen ser just nu ut som följer;



Vi vill reservera oss för eventuella ytterligare justeringar. För användning av logotypen, ta en kontakt med Eva Simonsson, turismchef i Ljungby kommun. Utöver logotypen kommer riktlinjer för typsnitt, färger, former och bildtonalitet att ges.

Skydd av varumärket

En ansökan om varumärkesregistrering i Svenskt Varumärkesregister har lämnats in (ordmärke). Om ansökan accepteras, erhålls skydd för vid användning av varumärket Smålands sjörike på den svenska marknaden. Projektledningen bör överväga att på sikt lämna in ansökan om ett så kallat *Community Trademark* för skydd även på internationella marknader. Observera att logotypens grafiska utförande inte ligger med i ansökan till PRV utan endast lydelsen Smålands sjörike. Ansökan har också lämnats in avseende de viktigaste webbadresserna som kan förknippas med namnet.