



Huddinge

# Varumärkesplattform

Huddinge kommun

ANTAGEN AV KOMMUNFULLMÄKTIGE 2012

**Varumärkesplattform**  
Huddinge kommun

© Kommunikationsavdelningen och Huddinge kommun  
[www.huddinge.se](http://www.huddinge.se)

# Innehåll

<b>Varumärkesplattform för Huddinge</b>	<b>4</b>
Den önskade bilden av Huddinge	4
Huddinges vision	5
Huddinges uppdrag	5
Huddinges erbjudande	5
Huddinges kärnvärden	6
Huddinges personlighet	6

# Varumärkesplattform för Huddinge

## Den önskade bilden av Huddinge

De starkaste associationerna i den önskade bilden av Huddinge är utveckling, natur och företagande.

**Utveckling** betyder att Huddinge ska kännetecknas, oavsett verksamhet eller område, av framåtanda och driv som syns både för invånare i Huddinge och Storstockholm samt för företagare i hela länet.

**Naturbegreppet** betyder att vi ska lyfta fram Huddinge som en naturkommun som värnar naturresursen och uppmuntrar till aktivitet i skog och mark.

**Företagande** betyder att vi ska ha ett fokus på företag och företagsamhet i kommunen och göra detta synligt.

Den önskade bilden av Huddinge beskrivs i ordmolnet nedan.



## Huddinges vision

Visionen är allomfattande och gäller både Huddinge som geografiskt område och de kommunala verksamheterna. Det betyder att alla, oavsett om man bor i kommunen eller inte, ska uppleva Huddinge på detta sätt.

### Visionen är:

En av de tre mest populära kommunerna i Stockholms län att bo, besöka och verka i.

Visionen beskriver ett framtida läge som både är möjligt att nå men som också ställer stora krav på verksamheterna. För att skapa driv i processen framåt utförs regelbundna varumärkesmätningar för att se hur Huddinge ligger till mot det önskade läget.<sup>1</sup>

### Tidigare vision

Huddinges tidigare vision var ”delaktighet”. Detta begrepp är mer att betrakta som ett strategibegrepp och används idag av många organisationer som en viktig del i personal- och värdegrundsarbete. Huddinge kommun har arbetat med begreppet i flera år och för vissa förvaltningar är delaktigheten mycket viktig och en framgångsfaktor i flera verksamheter.

## Huddinges uppdrag

Då visionen beskriver ett framtida läge beskriver uppdraget (missionen) mer hur vi ska agera idag mer praktiskt. Uppdraget är den måttstock som vi använder när vi fattar beslut och vägleder oss i arbetet. Ett annat sätt att beskriva missionen är varför vi finns till och vilket mervärde vi ska ge Huddinge som samhälle.

Huddinge ska på ett positivt och trovärdigt sätt bidra till livskvalitet för boende, besökare och näringsidkare i kommunen.

## Huddinges erbjudande

Som kommun måste vi vara tydliga med vad vi erbjuder invånare, besökare och näringsidkare. Kommunen har inte tidigare haft ett konkret formulerat erbjudande som ska användas som huvudbudskap i vår kommunikation. Genom att konsekvent presentera vårt erbjudande blir kommunen intressant för människor och företag och vi kan både vara tydliga och ärliga med det vi påstår.

Huddinge präglas av stark utveckling och erbjuder närhet till storstadens puls och vidsträckta naturområdets lugn.

Tidigare har profilbegreppet kunskap och kunskapskommun lyfts fram som ett profilerande och särskiljande begrepp. Analysen visar dock att kunskapsbegreppet

<sup>1</sup> Genomförs med tvåårsintervall med start 2012.

är vagt och saknar djupare mening för invånare och företag i praktiken. Kunskapsbegreppet blir dock en naturlig del av vår kommunikation eftersom vi lyfter fram akademierna i Flemingsberg samt den interna satsningen på kunskap internt inom förvaltningsorganisationen.

## Huddinges kärnvärden

Syftet med kärnvärdena är att fånga varumärkets själ och essens och berätta vad vi vill stå för. Kärnvärdena är den värdegrund som varumärket Huddinge vilar på, både nu och i framtiden.

Kärnvärden fungerar som ledstjärnor för alla verksamheter och individer som verkar i kommunen.

### Huddinges kärnvärden – det här står vi för

**Mod** - betyder att vi vågar ta för oss, ta nya vägar och ta ställning i viktiga frågor.

**Omtänksamhet** - betyder att vi bryr oss om människor, besökare, företagarna och natur.

**Driv** - betyder att vi kraftfullt driver utvecklingen framåt och att vi tar en ledande roll i regionen.

**Mångfald** – betyder att vi tar tillvara variation och omväxling i miljöer, invånare, medarbetare och utbud. Vi vill utnyttja potentialen i mångfalden och skapa ett rikt och flexibelt samhälle.

## Huddinges personlighet

Personligheten, eller tonaliteten är på det sätt som vi förmedlar våra kärnvärden. Denna personlighet är alltså nära förknippad med Huddinges kärnvärden men med tyngdpunkt på hur vi kommunicerar.

**Huddinges personlighet – så här vill vi uppfattas**

**Stolta** – vi är stolta på ett sympatiskt och positivt sätt. Vi utstrålar framtidstro, målmedvetenhet och optimism.

**Inbjudande** – vi är öppna och välkomnande.

**Aktuella** – vi utstrålar modernitet.

**Trovärdiga** – vi är professionella, säkra och tydliga.