



Politiker, tjänstemän och varumärkesplattformskonstruktörer visade både "glöd och gemenskap" för att göra Lindesberg lockande. Foto: Hans Andersson

Glöd och tre kullar ska Locka till Linde

Publicerad: 27 augusti 2015

Författare: Hans Andersson

Lindesberg ska få en ny kostym. Idag presenterades en ny varumärkesplattform. - Kommunen har avsatt 300 000 kr och kommer att göra loggor och annat varumärkesmaterial tillgängligt för alla. När vi drar igång det här kommer skyltar, t ex vid infarterna, att bytas ut, sade näringslivschefen Merit Israelsson.



Ett tätt och samlat intresse för presentationen av varumärket Lindesberg. Foto: Hans Andersson

Det var vid ett mycket välbesökt frukostmöte på Stadshotellet och en presskonferens efteråt, som det i stort sett färdiga materialet och tanken bakom hur "varumärket" Lindesberg ska presenteras.

- Hela kommunen - från Kloten till Fellingsbro - ska förknippas med känslor och associationer som presenteras i en tydlig och enhetlig form och bild, sade Lars Ericson från företaget Liljedal Communication i Örebro som haft kommunens uppdrag att arbeta fram en varumärkeshandbok som bygger på en strategi att peka ut s k profilområden. Profilområden där olika aktörer inom sex områden som skola, kultur, kommun, företag, idrott med värdeladdade ord som glöd och gemenskap ska locka besökare hit, få dem att komma tillbaka och locka andra hit.

- Det känns bra att varumärkesplattformen täcker in hela kommunen och olika profilområden, sade Susanne Karlsson (C) som sitter i kommunstyrelsen. Själva loggan känns modern med en känsla som förklarar hela tänket runt varumärket Lindesberg - ett långsiktigt helhetstänk.



Så här ser den nya logotypen ut. Foto: Liljedal Communication

Nuvarande logga, som syns på kommunens tröjor, ryggsäckar, papper och hemsidor, och som skämtsamt kallades "Hawaii-loggan" på presskonferensen, försvinner och den nya ska användas av alla som vill att Lindesberg ska synas.

Moderaten Pär-Ove Lindqvist sa att "man inte bara FÅR, utan man SKA ladda ner den nya loggan". Men det nya kan kombineras med lokal och anpassad information och Merit Israelsson lovade att t ex varumärket "Positiva Frövi" får fortleva.

- Vi ska förflytta bilden av Lindesberg från gnällighet till stolthet, från saker och ting till

människor, sade Lars Ericson, som tidigare jobbat i och ofta besökt Lindesberg och som arbetar för företaget Liljedal Communication, som i år firar 50 år. Glöden är det som är utmärkande för Lindesbergs själ. Vi utnyttjar det starka varumärket Bergslagen med bilden av tre berg/kullar med en glöd mitt i blickfånget.

Nu fortsätter arbetet med det nya varumärket med fortsatta presentationer i olika sammanhang. Kommunen kommer att göra loggor tillgängliga på sin hemsidor och så småningom skapa en egen domän för varumärket Lindesberg.

- Alla ska kunna använda varumärket för att locka besökare hit, att få företag att etablera sig här eller få människor att leva och bo här, sade Lars Ericson från Liljedal Communication.

Källa: LindeNytt.com

<https://lindenytt.com/nyheter/glod-och-tre-kullar-ska-locka-till-linde/>