

Österåkers kommuns styrdokument

Datum för antagande: 2026-XX-XX

Diarienummer: KS 2026/0068

Antagen av: Kommunstyrelsen

Dokumentansvarig: Kommunikationsenheten

Varumärket Österåker

Varumärkesplattform för Österåker som plats och organisation



Innehåll

Inledning.....	4
Om strategin	4
Syfte.....	4
Framtagandeprocess.....	4
Avgränsningar.....	5
Vilka som berörs	5
Strategins koppling till övrig styrning.....	5
Innehållet i strategin.....	6
Bakgrund	6
Bilderna av Österåker skapas varje dag.....	6
Varumärket byggs vi inifrån	7
En vision, ett varumärke.....	8
Österåkers varumärke som plats	8
Österåkers historia	8
Platsvarumärkets delar	9
Positionering.....	10
Varumärkeshierarki.....	11
Målgrupper	11
Huvudbudskap.....	12
Delbudskap	12
Varumärkesberättelse	13
Österåkers varumärke som organisation.....	13
Uppdrag.....	13
Organisationsvarumärkets delar.....	14
Positionering.....	15
Målgrupper	16
Huvudbudskap.....	16
Delbudskap	16
Varumärkesberättelse	17
Genomförande.....	18
Ansvar och roller	18

Uppföljning	18
Aktualitetsprövning och revidering	18

Inledning

Om strategin

Varumärket Österåker är en plattform och strategi för Österåkers kommuns varumärke som plats och organisation.

Den anger hur vi vill uppfattas, vad vi vill lova våra målgrupper, våra styrkor och unika tillgångar, vår personlighet och värderingar, samt hur vi ska agera för att leva upp till varumärket Österåker.

Platsvarumärket kan användas av alla aktörer i Österåkers kommun för att stärka bilden av Österåker tillsammans.

Organisationsvarumärket gäller för alla medarbetare och verksamheter i Österåkers kommun, och beaktas vid alla beslut som fattas.

Syfte

Österåkers kommuns varumärke som plats ska tydliggöra Österåker som en plats att leva, bo och verka, etablera och driva företag, samt besöka.

Österåkers kommuns varumärke som organisation ska skapa förtroende och ett gott rykte för Österåker som organisation i rollen som leverantör av service för de vi finns till för, i rollen som utvecklare av platsen Österåker, och i rollen som arbetsgivare.

Framtagandeprocess

Varumärkesplattformen har tagits fram av projektet Varumärket Österåker. Beställare har varit Staffan Erlandsson, kommundirektör, och projektledare har varit Helena Cronberg, kommunikationschef. Under åren 2021–2022 bestod projektgruppen av följande personer med dåvarande titlar: Eva Wetterstrand, produktionsdirektör; Fredrik Nestor, chef för mark och stora projekt; Kristina Eineborg, näringslivs- och utvecklingsdirektör; Linn Sandegård, strategisk verksamhetsutvecklare; Malin Hansson, HR-chef; samt Martin Andersson, framtidsaccelerator. Efter en paus av projektet, fram till slutet av 2024, har projektgruppen bestått av Anna Hallqvist, näringslivs- och arbetsmarknadsdirektör; Charlotte Andreev, strategisk planeringschef samt Malin Hansson, HR-chef.

Varumärket Österåker har tagits fram i dialog med interna och externa referenspersoner och referensgrupper. Den bygger på enkäter och intervjuer med medarbetare och invånare. Dialoger har hållits med Österåkers kommunala råd och idrotts- och friluftsansslutningen. En avslutande workshop har arrangerats med tjänstepersoner i kommunen. Genomgång har också gjorts av tidigare undersökningar och gällande styrdokument.

Avgränsningar

Strategin anger stöd för både agerande och kommunikation för att skapa den önskade bilden av Österåker. Den behöver implementeras och brytas ner för att kunna förverkligas.

Vilka som berörs

Varumärket Österåker kan användas av alla aktörer i Österåker som vill stärka bilden av kommunen som plats tillsammans. Den gäller för alla medarbetare och chefer i Österåkers kommun och ska beaktas vid alla beslut som fattas. Den gäller likaså för Österåkers kommunala bolag.

Strategins koppling till övrig styrning

Strategin utgår från kommunens vision, övergripande mål och översiktsplan. Den utgör en koppling mellan kommunens uppdrag och vision, och anger hur kommunens vision ska uppnås.

Innehållet i strategin

Bakgrund

Kommunfullmäktige fattade beslut om en varumärkesplattform för Österåker år 2008. Sedan dess har kommunen tagit stora utvecklingskliv och behovet av att ta fram en ny varumärkesplattform har vuxit sig allt starkare. Inte minst efter att en ny vision för år 2040 började gälla för Österåker år 2020.

Projektgruppens uppdrag var att ta fram en plattform för Österåkers kommuns varumärke som plats och organisation, inklusive arbetsgivare, i dialog med interna och externa referensgrupper, samt i samband med det förankra kommunens nya vision.

Dialoger har hållits med Österåkers kommunala råd, samt idrotts- och friluftssalliansen, och en avslutande workshop har arrangerats med tjänstemän i kommunen. För att undersöka bilden av Österåker har webbenkäter och telefonintervjuer gjorts med de som är kommunens främsta varumärkesambassadörer, det vill säga kommunens medarbetare och de som bor, verkar och vistas i kommunen. Genomgång har också gjorts av tidigare undersökningar och gällande styrdokument.

Bilden av Österåker skapas varje dag

Ett barn har sin första skoldag. Ett par letar efter sitt första drömboende. En familj vill bygga ut sitt hus. En ung vuxen söker ett meningsfullt jobb. En anhörig vill ha hjälp att söka stöd till en närstående. En företagare vill etablera verksamhet i Österåker. En besökare undrar vad som går att se och göra i kommunen.

Alla som besöker platsen Österåker eller på något sätt möter Österåkers kommun får en bild. Den bilden är varumärket Österåker, som plats eller organisation.

Ett varumärke handlar om människors förväntningar, om ett löfte som ska uppfyllas. Varumärkets styrka avgörs av hur väl löftet och förväntan överensstämmer, det vill säga av hur väl varumärket lyckas hålla det som utlovas.

Styrkan i varumärket avgörs främst av hur kvaliteten på kommunen och dess service och tjänster. Genom en enhetlig, tydlig och tillgänglig kommunikation kan förtroendet för kommunen stärkas.

Vårt varumärke är detsamma som den samlade bilden och upplevelsen av Österåker. Det handlar också om vad som lyfts fram för att ge kommunen en tydlig profil. Varumärkets visuella beståndsdelar har till uppgift att skapa en tydlig avsändare, ge ett positivt intryck och väcka intresse. Varumärkets emotionella beståndsdelar handlar om människors uppfattningar, känslor och attityder.

Varumärket bygger vi inifrån

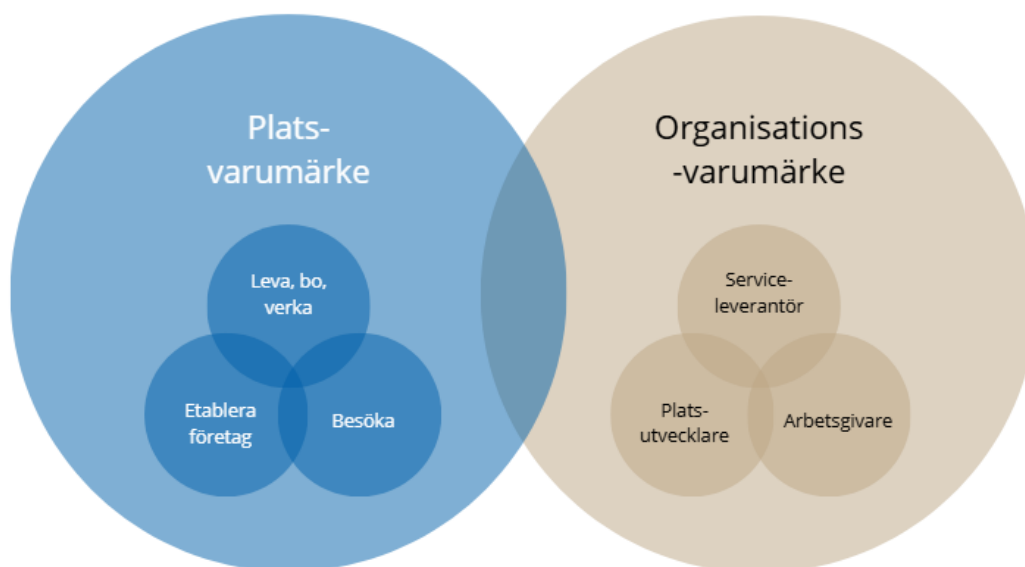
I Österåker är vi vårt varumärke tillsammans. Vi är, äger, fyller och formar det tillsammans varje dag. Allt vi gör bidrar till att bygga och förmedla bilden av Österåker som plats och organisation.

Österåkers varumärke som plats och organisation går till delar in i varandra, men har olika funktioner och syften.

Österåkers kommuns varumärke som plats ska tydliggöra Österåker som en plats att leva, bo och verka, etablera företag och besöka. Varumärket kan användas av alla aktörer i Österåkers kommun för att stärka bilden av Österåker tillsammans.

Österåkers kommuns varumärke som organisation ska skapa förtroende och ett gott rykte för Österåker som organisation i rollen som leverantör av service för de vi finns till för, som utvecklare av platsen Österåker, och som arbetsgivare. Alla dessa roller är delar av kommunens varumärke som organisation. Organisationsvarumärket ska fungera som en röd tråd i arbetet för alla medarbetare och verksamheter i Österåkers kommun, och beaktas vid alla beslut som fattas.

Varumärket som plats och organisation



En vision, ett varumärke

Vår varumärkesplattform utgör en länk mellan vårt uppdrag och vår vision, och berättar hur kommunen vill utvecklas. Det är en röd tråd i det dagliga arbetet som ger en konkret vägledning här och nu mot visionen. Om visionen är en övergripande ledstjärna som uttrycker ett önskat framtida tillstånd, är varumärket en kompass som ger konkret ledning framåt. Den ger stöd för både agerande och kommunikation.

Vårt varumärke som plats och kommun utgår båda från Österåkers kommuns vision för år 2040: ”Med kvalitet, trygghet och valfrihet i fokus skapar vi en hållbar framtid. Österåker – möjligheternas skärgårdskommun.”

Kommunens översiktsplan är också en central utgångspunkt då den anger hur kommunens ska utvecklas som plats. Huvudbudskapet för framtagandet av Österåkers översiktsplan 2050 är ”Tillsammans formar vi Framtidens Österåker!”.

Vårt varumärke består av flera olika delar. Vår position handlar om hur vi vill uppfattas, vårt löfte om vad vi vill lova våra målgrupper, våra tillgångar om vilka våra styrkor och unika tillgångar är, samt vår personlighet eller värderingar om våra egenskaper.

Allt det formar tillsammans upplevelsen och bilden av Österåker. Vi sammanfattar den i vår varumärkesberättelse, som behöver överensstämma med verkligheten för att vara trovärdig.

Österåkers varumärke som plats

Österåkers historia

Österåker är en plats med en lång historia. Här har det bott människor ända sedan sten- och bronsåldern. Flera av kommunens orter har funnit sedan vikingatiden och dagens Åkers kanal var en gång en del av Långhundraleden på vilken vikingarna färdades från Östersjön till Uppsala.

I skärgården och på landsbygden har människor livnärt sig på fiske och brukat jorden genom århundraden. I Österåker finns tre slott och Wira bruk, som var en känd vapensmedja under stormaktstiden.

Landsvägen mellan byarna passerade över Åkers kanal, vilken grävdes ut med sluss under 1800-talet. Åkers bro blev en viktig knutpunkt för handel. Här lade ångbåten Tuppen till med passagerare och varor mellan Stockholm och Brottbys fram till 1920-talet. När den smalspåriga järnvägen Roslagsbanan anlades medförde det ett enklare sätt att färdas.

När Österskärslinjen till Åkersberga öppnade 1901 växte så småningom ett stationssamhälle fram – det som skulle bli dagens Åkersberga. Den förlängdes några år senare till Österskär. Från 1950-talet utvecklades Åkersberga till ett förtortssamhälle och befolkningen växte kraftigt från 1960-talet.

Kommunens översiktsplan, som nu ska uppdateras, beskriver inriktningen för Österåkers utveckling när det gäller mark- och vattenanvändning. Idag fortsätter Österåker att växa med nya bostadsområden och utbyggnad av befintliga, samtidigt som sommarstugeområden omvandlas till permanentboenden. Kommunens centrala delar utvecklas med nya bostäder, stärkt kollektivtrafik och service, samt nya mötesplatser. Skärgården och landsbygden får förbättrad tillgänglighet och service, vilket ökar möjligheterna att bo, verka och besöka året runt. Grönstruktur, kulturmiljöer och rekreation stärks och värnas, samtidigt som transportsystemet utvecklas. Fler lokala arbetstillfällen skapar goda förutsättningar för ett hållbart och levande Österåker. Kommunens står inför en spännande framtid som en attraktiv skärgårdskommun.

Kommunens vision anger riktningen för hela kommunens arbete framåt. Enligt den ska alla delar av Österåker leva. Österåker ska erbjuda ett trivsamt småstadsliv med ett rikt utbud, en grönskande och livfull landsbygd, samt en tillgänglig skärgård med särskilt fokus på våra lokala knutpunkter. Här ska det gå att leva ett gott vardagsliv med närhet till det mesta som behövs. Det ska finnas goda utbildningsmöjligheter, ett aktivt näringsliv, gott serviceutbud och många lokala arbetsplatser. På fritiden ska det finnas många aktiviteter att ägna sig åt inom idrott, kultur och friluftsliv. Här ska finnas möjlighet till rekreation och aktivitet på hav och land. I Österåker ska man kunna gå genom livets alla faser och genom egna val skapa en tillvaro som passar en.

Platsvarumärkets delar



Ett platsvarumärke består av flera delar, en position, ett löfte, våra tillgångar och vår personlighet. Det skapar tillsammans upplevelsen av Österåkers kommun som plats.

Vårt varumärkes position handlar om hur vi vill uppfattas. Österåkers kommuns position som både plats och organisation anges i vår vision, nämligen Österåker – möjligheternas skärgårdskommun.

Varumärkets löfte handlar om vad vi vill lova våra målgrupper. För att skapa ett starkt varumärke måste vi också uppfylla det löftet. I enlighet med vår vision vill vi lova en uppsjö av möjligheter och en frihet att kunna leva ett gott

liv hela livet, och kunna förverkliga sina drömmar genom vår mångfacetterade plats.

Österåkers främsta tillgångar är den särskilda mixen av stad, skärgård och landsbygd med närheten till storstaden och världen. Österåker präglas av sin roll som oas med idylliska småhusområden som möter den tätare bebyggelsens utbud av service och liv, samt de rika möjligheterna till fritidsliv i vacker natur och skärgårdsmiljö, som ger både återhämtning och ny energi.

I Österåker finns en vänlighet och vilja att ta sig tid för varandra och bjuda in till en gemenskap, bortom storstadens hets, där vi är okonstlade och i alla tider varit företagsamma och kreativa för att kunna försörja oss.

Vår personlighet handlar om hur vi vill att Österåkers kommun som plats ska uppfattas, vilka associationer vi vill skapa för Österåker som ska präglar vårt platsvarumärkes personlighet och tonalitet. Om Österåker som plats vore en person kan vi tydligt se att kommunen ha följande personliga egenskaper:

- Välkomnande. Vi är välkomnande och snälla. Vi tar oss tid för varandra och bjuder in till gemenskap, delaktighet i och medskapande av vårt lokalsamhälle.
- Kreativa. Vi har i alla tider varit kreativa, innovativa och progressiva. Det har varit nödvändigt för att vår överlevnad genom historien, och präglar oss än idag.
- Företagsamma. Vi är företagsamma och stannar inte vid goda idéer och tankar, utan går från ord till handling. Det visar sig inte minst i vårt starka lokala näringsliv.
- Naturliga. Den vackra, enkla och avskalade naturen avspeglar sig i vår mentalitet. Vi är okonstlade och är inget annat än det vi visar upp.

Positionering

Vår positionering beskriver vilken plats vi vill ta på marknaden och vilken förflyttning som behöver göras för att ta oss dit.

Som möjligheternas skärgårdskommun vill vi positionera platsen Österåker som:

- En välkänd och attraktiv skärgårdskommun nära storstaden och världen genom Arlanda.
- En kommun med ett trivsamt småstadsliv, en vacker skärgård och en levande landsbygd.
- En trygg småhusidyll, inte minst för barnfamiljer, med livskvalitet och valfrihet genom hela livet.
- En plats med en uppsjö av idrott-, kultur och fritidsupplevelser i skärgårdsnära natur.
- En kommun där alla delar lever och näringslivet frodas.

De undersökningar och dialoger som genomförts visar att det finns en stor stolthet över och ett stort engagemang för Österåker som plats. Österåker uppfattas av många som en vacker kommun nära natur, skärgård, sjö och hav med goda möjligheter till både friluftsliv och rekreation. Kommunen upplevs också som trygg och trygg med småstadskänsla och med en mer avslappnad och välkomnande livsstil jämfört med storstaden. Den anses också vara bra särskilt för barnfamiljer.

Undersökningarna och dialogerna visar att vinster kan ske genom fortsatt utveckling av stadsliv och service, trygghet och renhållning, möjligheterna att färdas såväl inom som till och från kommunen, tillgängligheten till skärgården, samt delaktighet och medskapande.

Bilden av Österåker och kommunens identitet kan förtydligas ytterligare och göras mer känd. För att nå den önskade positionen behöver vi fortsätta arbetet med att nå vår vision och inriktningen i vår översiktsplan. Kommunikation kan också bidra till att förtydliga Österåkers identitet och kännedomen om kommunen som plats. Den kan också bidra till ökad dialog.

Ett strategiskt vägval är att arbeta inifrån och ut, att prioritera att skapa en samsyn kring bilden av Österåker som plats, använda gemensamma budskap och bilder när vi berättar om Österåker, samt prioritera att skapa stolthet för platsen hos alla som bor, verkar och vistas i kommunen.

Varumärkeshierarki

Som plats att leva, bo och verka i profilerar vi oss som Österåkers kommun med staden Åkersberga.

Som plats att besöka profilerar vi Österåkers kommun som:

- Österåker mot besökare från Stockholms län och närliggande regioner
- En del av Roslagen mot nationella besökare
- En del av Stockholm, Roslagen och Stockholm archipelago mot internationella besökare.

Som plats att investera i profilerar sig vi Österåkers kommun som:

- Österåker mot investerare i Stockholms län och närliggande regioner
- En del av Stockholm Nordost mot nationella investerare.
- Genom Stockholms Business Alliance mot internationella investerare.

Målgrupper

Våra prioriterade målgrupper för kommunikation om Österåker som plats är:

- Befintliga Österåkersbor, företagare och fritidshusägare som vi vill ska vara stolta över sin kommun och berätta om den för andra.

- Potentiella Österåkersbor och fritidshusägare som vi vill ska flytta till kommunen, inte minst par i familjebildande ålder och barnfamiljer.
- Besökare som vi vill ska återkomma till Österåker för idrotts-, natur- och kulturupplevelser.
- Företag i Österåker och Stockholmsregionen som vi vill ska etablera och driva verksamhet i kommunen.

Huvudbudskap

Vårt huvudbudskap utgår ifrån vår vision och vårt varumärkeslöfte:
Österåker - möjligheternas skärgårdskommun!

Delbudskap

Huvudbudskapet bryts sedan ner följande i delbudskap för våra olika prioriterade målgrupper.

Befintliga Österåkersbor och fritidshusägare

Möjligheternas skärgårdskommun Österåker

...är en plats där vi bryr oss och tar oss tid för varandra.

...har ett trivsamt småstadsliv med det mesta du behöver.

...erbjuder en lugn och trygg tillvaro med både attraktiva stadsmiljöer och naturskön landsbygd och skärgård runt knuten.

...är en trygg småhusidyll, inte minst för barnfamiljer.

...har en uppsjö av kultur, idrotts- och friluftaktiviteter som ger både vila och energi.

Potentiella Österåkersbor och fritidshusägare

Drömmer du om...

...en plats där människor bryr sig om och tar sig tid varandra.

...ett trivsamt småstadsliv med det mesta du behöver.

...en lugn och trygg tillvaro med både attraktiva stadsmiljöer och naturskön landsbygd och skärgård runt knuten.

... en trygg småhusidyll för barnfamiljer.

...en uppsjö av kultur, idrotts- och friluftaktiviteter som ger både vila och energi.

Välkommen till möjligheternas skärgårdskommun Österåker!

Potentiella besökare till Österåker

Drömmer du om...

...en välkomnande plats som ger både vila och energi.

...en trivsam stad med det mesta du behöver.

...en naturskön landsbygd och skärgård bara 30 minuter från Stockholm och Arlanda.

...en rik historia och kultur i hjärtat av Roslagen.

...en uppsjö av friluftaktiviteter på både land och hav.

Välkommen till möjligheternas skärgårdskommun Österåker!

Företag i Österåker och Stockholmsregionen

Drömmer du om...

...en plats där du kan förverkliga dina affärsidéer och få ditt företag att växa.

...en entreprenörsanda och en stark kultur av företagande.

...ett levande näringsliv med en stark lokal och regional arbetsmarknad och ett gott företagsklimat.

...goda kommunikationer med närhet till både storstaden och världen.

...starka lokala och regionala samarbeten.

Välkommen till möjligheternas skärgårdskommun Österåker!

Varumärkesberättelse

I skärgårdskommunen Österåker finns en uppsjö av möjligheter. Här är du fri att leva ett gott liv hela livet och förverkliga dina drömmar.

Österåker är platsen där staden, skärgården och landsbygden möts. Du har nära till både storstaden och världen genom goda kommunikationer och närheten till Arlanda.

Här finner du en småhusidyll, attraktiva stadsmiljöer och ett rikt fritidsliv i vacker natur och skärgårdsmiljö, som ger både återhämtning och energi.

Här har det bott människor ända sedan stenåldern och det märks inte minst genom kommunens unika och spännande historia och kulturmiljöer. Vi har i alla tider präglats av vår naturlighet, kreativitet och företagsamhet där vi är vänliga, tar oss tid för varandra och bjuder in till vår gemenskap.

Tillsammans arbetar vi för att skapa framtidens Österåker där alla delar av kommunen lever och blomstrar.

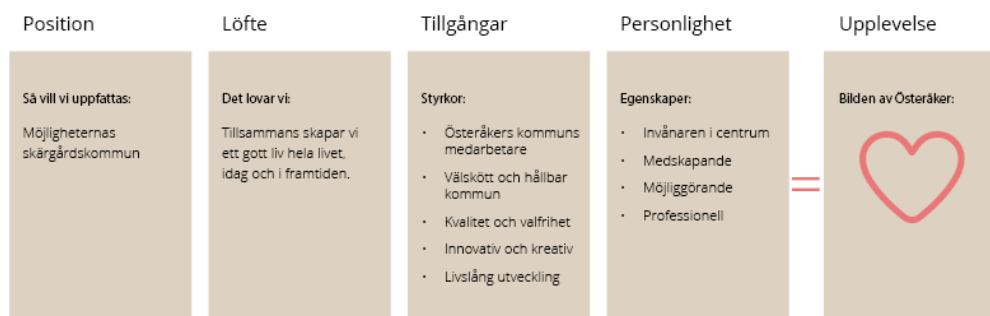
Österåkers varumärke som organisation

Uppdrag

Vårt uppdrag handlar om vad vi gör varje dag i vår verksamhet för att nå vår vision, för vem vi gör det och hur vi gör det.

I Österåkers kommun skapar vi ett gott liv varje dag för alla som bor, verkar och vistas i vår kommun. Tillsammans med våra invånare, företag och vårt föreningsliv bygger vi möjligheternas skärgårdskommun – idag och för framtiden.

Organisationsvarumärkets delar



Även organisationsvarumärket består av flera delar, en position, ett löfte, våra tillgångar och våra värderingar. Det skapar tillsammans upplevelsen av Österåkers kommun som organisation.

Vårt varumärkes position handlar om hur vi vill uppfattas. Österåkers kommuns position som både plats och organisation anges i vår vision, nämligen Österåker – möjligheternas skärgårdskommun.

Vårt varumärkes löfte handlar om vad vi vill lova våra målgrupper. För att skapa ett starkt varumärke måste vi också uppfylla det löftet. I enlighet med vår vision vill vi lova att vi tillsammans skapar ett gott liv hela livet, idag och i framtiden.

Österåker är en ytterst välskött och hållbar kommun med kvalitet och valfrihet i fokus. Vi är innovativa och kreativa i vår verksamhet, något som uppmuntras och som vi önskar förstärka ytterligare. Vi är en nära och trygg arbetsgivare där våra medarbetare ska kunna växa och utvecklas, stanna kvar länge och lära sig för livet.

I Österåkers kommun finns en vänlighet, en välvilja och ambition, där vi tar oss tid för varandra. Här finns en vilja och en önskan om att bli lyssnad på och känna sig delaktig.

Våra värderingar är de principer som styr och vägleder oss i vårt dagliga arbete, våra beslut och handlingar. I samklang med vår medarbetarprofil och ledarkompass är medskapande, möjliggörande och professionell grundläggande värden, alltid med invånaren i centrum.

Positionering

Vår positionering beskriver vilken plats vi vill ta på marknaden och vilken förflyttning som behöver göras för att ta oss dit.

Som möjligheternas skärgårdskommun vill vi positionera organisationen Österåkers kommun som:

- En välskött och hållbar kommun med hög kvalitet och valfrihet inom välfärdstjänster.
- En kommun där vi är innovativa och kreativa tillsammans
- En organisation som arbetar med ständiga förbättringar genom tydliga processer med invånaren i fokus och tydliga förväntningar på medarbetare och chefer.
- En arbetsplats som erbjuder ett meningsfullt arbete och en livslång utveckling i en progressiv organisation.
- En kommun som går från ord till handling.

De undersökningar och dialoger som genomförts visar att det finns ett starkt engagemang och en stor utvecklingsvilja för Österåkers kommun hos såväl medarbetare som de som bor, verkar och vistas i kommunen. Det finns en bild av Österåkers kommuns organisation som välskött, effektiv, utvecklings- och serviceinriktad. Kommunen upplevs också som en framåtblickande arbetsgivare och en trygg arbetsplats som erbjuder ett meningsfullt arbete, nära hemmet, med möjlighet till utveckling.

Undersökningarna och dialogerna visar att vinster kan göras genom att fortsätta utveckla vårt ledar- och medarbetarskap, medarbetarnas och kommuninvånarnas möjligheter till medskapande, samverkan över organisationsgränser, samt tydliggöra hur vi når vår vision och lever upp till våra mål.

För att nå den önskade positionen behöver vi fortsätta vårt kvalitets- och utvecklingsarbete, intensivt arbeta med invånardialoger och medarbetarkommunikation, driva kommunens ledarskapsprogram vidare, initiera ett arbete kring medarbetarskap, samt service och bemötande. Kommunikation kan också bidra till att stödja detta arbete genom att förtydliga Österåkers identitet som serviceleverantör, platsutvecklare och arbetsgivare. Den kan också bidra till ökad dialog.

Ett strategiskt vägval är att arbeta inifrån och ut, att skapa en samsyn kring kommunens identitet och vart vi är på väg, alltid ha invånaren i fokus och alltid kommunicera professionellt i enlighet med våra riktlinjer för grafisk profilering, samt prioritera att stärka kommunens medarbetare och chefer som är de främsta varumärkesambassadörerna för Österåkers kommun som organisation.

Målgrupper

Våra prioriterade målgrupper för kommunikation om Österåker som organisation är:

- Österåkersbor och fritidshusägare som vi vill ska vara nöjda med kommunens service och tjänster.
- Företag och föreningsliv som vi vill ska vara nöjda med vår service och med kontakten med kommunen.
- Befintliga medarbetare som vi vill ska vara stolta ambassadörer för sin arbetsgivare och som vill berätta om den för andra.
- Potentiella medarbetare som vi vill ska söka jobb hos oss.

Huvudbudskap

Vårt huvudbudskap utgår ifrån vår vision och vårt varumärkeslöfte: Tillsammans skapar vi möjligheternas skärgårdskommun Österåker – idag och i framtiden.

Delbudskap

Huvudbudskapet bryts sedan ner följande i delbudskap för våra olika prioriterade målgrupper.

Österåkersbor och fritidshusägare

Österåkers kommun...

...finns till för dig.

...bjuder in dig att vara delaktig och medskapare i vår framtid.

...erbjuder en hög kvalitet med god valfrihet i våra välfärdstjänster.

...är en välskött och hållbar kommun.

...är innovativ och kreativ för att klara framtidens välfärd.

Tillsammans skapar vi möjligheternas skärgårdskommun Österåker – idag och i framtiden.

Företagare och föreningsliv

Österåkers kommun...

...hjälp dig att växa och förverkliga dina idéer.

...har ett levande näringsliv med en stark lokal arbetsmarknad och ett gott företagsklimat.

...bjuder in dig att vara innovativ och kreativ tillsammans med oss.

...erbjuder en hög kvalitet och en god service.

...är en välskött och hållbar kommun.

Tillsammans skapar vi möjligheternas skärgårdskommun Österåker – idag och i framtiden.

Befintliga medarbetare

Österåkers kommun...

...här bryr vi oss och tar oss tid för varandra.

...här har vi ett nära och meningsfullt arbete.

...här lär vi oss för livet i en utvecklingsinriktad organisation.

...är en välskött och hållbar arbetsplats där vi styr genom tydliga processer med invånaren i fokus.

...är en professionell organisation där vi är innovativa och kreativa tillsammans, och går från ord till handling.

Tillsammans skapar vi möjligheternas skärgårdskommun Österåker – idag och i framtiden.

Potentiella medarbetare

Drömmer du om...

...en arbetsplats där vi bryr oss om och tar oss tid för varandra.

...ett nära och meningsfullt arbete.

...ett livslångt lärande i en utvecklingsinriktad organisation

...en välskött och hållbar arbetsplats där vi styr genom tydliga processer med invånaren i fokus.

...en professionell organisation där vi är innovativa och kreativa tillsammans, och går från ord till handling.

Tillsammans skapar vi möjligheternas skärgårdskommun Österåker – idag och i framtiden.

Varumärkesberättelse

I Österåkers kommun arbetar vi för att skapa ett gott liv varje dag för alla som bor, verkar och vistas här.

Tillsammans med våra invånare, företag och vårt föreningsliv bygger vi möjligheternas skärgårdskommun – idag och för framtiden.

Österåker är en välskött och hållbar kommun som erbjuder en välfärd med hög kvalitet och god valfrihet.

Vi är en innovativ och kreativ kommun som alltid sätter kommuninvånaren i centrum.

Här är vi vänliga, tar oss tid för varandra och bjuder in till delaktighet och medskapande.

Till våra medarbetare erbjuder vi ett nära, meningsfullt och professionellt arbete- där vi utvecklas hela livet.

Genomförande

Ansvar och roller

Kommunikationsavdelningen har det övergripande ansvaret för kommunens varumärke som plats och organisation, i samarbete med HR-avdelningen, näringslivs- och arbetsmarknadsavdelningen, samt samhällsbyggnadsförvaltningen, i första hand strategiska planeringsavdelningen.

- Kommunikationsavdelningen har särskilt ansvar för implementering av kommunens varumärke som plats att leva, bo och verka, samt kommunens varumärke som organisation i rollen som serviceleverantör.
- HR-avdelningen har särskilt ansvar för implementeringen av kommunens varumärke som organisation i rollen som arbetsgivare.
- Näringslivs- och arbetsmarknadsavdelningen har ett särskilt ansvar för implementeringen av kommunens varumärke som plats att besöka och etablera företag.
- Strategiska planeringsavdelningen har, tillsammans med övriga avdelningar på samhällsbyggnadsförvaltningen, ett särskilt övergripande ansvar för implementeringen av kommunens varumärke som organisation i rollen som platsutvecklare.
- Därutöver bidrar kommunens samtliga verksamheter till förverkligandet av varumärket i det dagliga arbetet.
- För arbetet med implementeringen av strategin har en styrgrupp bildats med representation från kommunikationsavdelningen, HR-avdelningen, näringslivs- och arbetsmarknadsavdelningen, samt strategiska planeringsavdelningen.

Uppföljning

Arbetet med varumärkesplattformen följs upp genom kvalitativa reflektioner, konkreta exempel och dialog om hur varumärkets riktning tar sig uttryck i bemötande, prioriteringar och arbetssätt.

Aktualitetsprövning och revidering

Strategin ska aktualitetsprövas senast år 2030 och revideras vid behov.