

A scenic view of a large blue lake in Hadeland, Norway. In the foreground, there are large, dark rocks and lush green vegetation, including a large pine tree on the left. The lake is calm, and a yellow kayak with two people is visible in the middle ground. The background features a forested hill under a blue sky with light clouds.

Hadeland nært og naturlig
v/ Monica og Ingunn, Regionrådet

Merkevaren HADELAND

- Dette er en sterk merkevare. Vi må forvalte denne merkevaren godt sammen fremover slik det er gjort historisk.
- Med de ulike tilbudene i de tre Hadelandskommunene gjør vi hverandre attraktive og gode!



Formål

Hadeland – nært og naturligs formål er å synliggjøre Hadeland som en attraktiv region for tilflytting og næringsetablering. Satsingen skal kople sammen og forsterke attraktivitetsarbeidet som gjøres i region gjennom ulike tiltak, aktiviteter og prosjekter. Målet er å tiltrekke og knytte kompetanse til regionen - og til å bli værende i regionen.

- Hadeland nært og naturlig ble startet i 2008 (het opprinnelig Bo- og etableringsregion Hadeland).
- Fokus på det å være en attraktiv region for tilflytting og at det skal være et godt sted å bo, jobbe og drive næring.
- Kjennskapsarbeid, det å jobbe for økt attraktivitet og synliggjøring er kontinuerlig arbeid.



Dagens organisering av «Hadeland nært og naturlig»

- Prosjekteier: Regionrådet for Hadeland IPR v/ daglig leder.
 - Prosjektleder er ansatt i regionrådet
- Styringsgruppe
 - Ordførere og rådmann / kommunedirektører (Jevnaker, Lunner og Gran)
- Arbeidsgruppe (fokus på det faglige, informasjonsutveksling, forsterke hverandres arbeid etc)
 - Kommunikasjonsmedarbeider fra hver av kommunene og prosjektleder
- Forankring i kommunene gjøres av hver enkelt kommune via kommunikasjonsmedarbeidere og ordfører / kommunedirektør
 - Informasjon utarbeides av regionrådet på eget initiativ eller ved «bestilling» fra den enkelte kommune



Samarbeidspartnere i 2023

- Fagpersoner i kommunene (spesielt kommunikasjon)
- Kulturkraft- festivalnettverk på Hadeland
- Visit ØstNorge – fokus på reiseliv
- Hadelandet - markedsbyrå som vant anbudskonkurransen innen markedsføring og kontrollpanel som vi la ut i januar
- Crude – «performance-byrå». Ekstra fokus på evaluering, bruk av digitale data for å oppnå økt effekt
- Creative Mill – Bistår i prosjektet kulturnæringsklynge og eventuelt annet markedsarbeid



Tidligere arbeid i Hadeland nært og naturlig

- Merkevaren Hadeland, markedsføring
- Arrangementsutvikler
- Klimapådriver
- Stedsutvikling
- Attraktivitetsarbeid
- Næringsutvikling
- Kunnskaps- og kjennskapsundersøkelser



Årshjul 2023

- **Kampanjer** gjennom hele året – store og små
 - **Fokus på evaluering både på budskap, kanal og andre elementer ved kampanjene.**
 - Tett dialog med arbeidsgruppe for å stadig utvikle kampanjer og kommunikasjon
- **Kulturklyngeprosjekt** – søknad om forprosjekt sendes innen april 2023
- **Kunnskapsbank** – Nedprioritert første halvår, men tas opp igjen til høsten
- **Hadelandserklæringen**
- **Hadelandstinget** – fokus på «Hadeland nært og naturlig»
- Analyse og kunnskap fra **innbygger- og kjennskapsundersøkelsene** senest I. kvartal
- **Kommunikasjons- og merkevarestrategi** i løpet av 2023
- Lage **fremtidig fundament for Hadeland nært og naturlig for 2024 og videre**
- **Sikre relasjon / godt samarbeid** med VisitØstnorge, Innovasjon Norge og andre



Arbeid i prosjektet Hadeland nær og naturlig 2023

- Jobber med kartlegging og bærekraftprofil i samarbeid med Kulturkraft i forprosjekt «Kulturklynge»



- Jobber med forsterket markedsføring gjennom publikumsdeling og utvikling av eget dashboard med KPI for måling gjennom prosjekt «Kunnskapsbank.» Strukturerer samarbeid med næringslivet og kartlegger funksjoner av datadeling, tilgang på data og eventuelt egen spørreundersøkelse / fokusgruppe fra næringslivet.



- nært og naturlig

Fokus i arbeidet vi gjør

- Driftseffektivt og skalerbart
- Skal virke oppdatert og levende med lave ressurser
- Gjenbruker bilder og videoer så mye det lar seg gjøre
- Samarbeide godt med andre aktører og hjelpe hverandre med materiale
- Tilpasses dagens teknologi og krav
 - Mobilen er den viktigste kanalen
 - Søkemotorer er utrolig viktige i markedsføringen
 - Få alle tekniske og universelle krav på plass



Hva skjer akkurat nå?

