



# Strategi for Hadeland - nært og naturlig

## Mål

Hadeland Nært og Naturlig skal styrke og vise frem Hadelands samlede identitet, attraktivitet og posisjon som en bærekraftig, familievennlig og fremtidsrettet region med nærhet til Oslo og Gardemoen

**Visjon:** Et levende Hadeland - nært, naturlig og full av muligheter.

## Bakgrunn

Strategien bygger på bred innsikt fra medvirkningsprosesser, analyser og kunnskap som er samlet over flere år gjennom programmet Hadeland Nært og Naturlig. Dette har gitt et solid grunnlag for å definere hvordan vi skal spisse kommunikasjonen rundt Hadeland på en måte som gir stolthet hos innbyggere og tiltrekker oss mennesker som kommer til å trives på Hadeland.

## Verdigrunnlag

Programmet baserer seg på og ønsker å styrke disse verdiene:

- Kvalitet
- Jordnærhet og sosial trygghet
- Vågemot og nyskaping
- Tilhørighet og fellesskap
- Dugnad og beredskap
- Natur og bærekraft
- Lokale råvarer og lokale ressurser
- På Hadeland er alle verdifulle bidragsytere, uavhengig av bakgrunn, livssituasjon eller livsfase.

Verdier programmet ikke skal fremme:

- Verdihierarki / sosial rangering
- Rastløs vekst
- Billig
- Grådighet
- Effektivisering uten hensyn til mennesker, miljø og natur



## Prioriteringer

- Hovedprioritet er å styrke geografisk kjennskap til Hadeland som region.
- Styrke Hadelands omdømme regionalt og nasjonalt.
- Tiltrekke nye innbyggere, spesielt barnefamilier og kompetent arbeidskraft.
- Skape blilyst og Hadeland-identitet hos dem som allerede bor her.
- Styrke Hadeland som felles merkevare, og sikre at Gran, Jevnaker og Lunner aktivt bruker Hadeland som identitetsmarkør i sin kommunikasjon og i større grad bruker logo og grafiske elementer.
- Markedsføringsprosessene skal støtte opp under og bidra løse felles praktiske problemer og bygge opp under politiske mål som viktige for regional utvikling.
- Synliggjøre muligheter for næringsutvikling, boligutvikling, kultur og fritid.
- Synliggjøre hvor viktig Hadeland er for Oslo, Gardermoen og verden.

## Visuell strategi og historiefortelling

En del av den nye visuelle strategien blir å prioritere film og bilder med mennesker i. Det betyr at vi går bort fra rene, storslåtte naturmotiver. All arkitektur og natur vi viser skal, så langt det lar seg gjøre, inneholde mennesker eller dyr.

Flere påpeker også at vi ikke må bli for romantiserende og bare vise idyll. På Hadeland måker vi snø, naboer klipper gresset og bruker motorsag på søndager, bonden kjører traktor på jordet, og gravemaskinene står sjelden stille. Dyr er ute på beite og gjør sitt fornødne.

I stedet for å polstre alt rundt barna, gir vi dem rom til å prøve, feile og vokse. I vår fortelling, er skrubbsår like viktige som seieren. Historier fra Hadeland rommer alle typer mennesker, fra Hadeland Hardcore til Kirsten Langbo.

Stikkord: autentisk, dokumentarisk, uretusjert og naturlig.

Bildene våre skal ha et naturlig, ærlig og uretusjert uttrykk. Vi skal unngå bilder som oppleves kunstige, generiske eller overpolerte. I stedet vil vi omfavne det menneskelige, det hverdagslige og det feilbare.

Vi skal utvikle en innholdsbank med historier, bilder, filmer og tekst som viser regionens varme og særpreg.

Språkstrategi:

Tekster fra oss skal strebe etter å være ærlige og direkte: Ingen oppblåste løfter eller overdrevne uttrykk. Vi skal bruke ekte historier, konkrete eksempler og jordnære beskrivelser. Små portretter av mennesker, bedrifter og steder. Autentiske stemmer er viktigere enn polert perfeksjon. Vi skal ikke imponere, vi skal berøre.



## Målgruppe

Hadeland er for alle. Vi velger derfor ikke én fast målgruppe, men skal være fleksible. Slik kan vi rette innsats dit behov oppstår, enten det gjelder rekruttering og arbeidskraft eller nye muligheter som byr seg.

Programmet Nært og Naturlig består av ulike underprosjekter. Målgrupper spisses etter behov og alltid med base i verdigrunnet.

## Kommunikasjon og synlighet

Vi har begrensede ressurser og en del av strategien er å være synlig der folk faktisk tar beslutninger om jobb, bolig og fritid. Derfor prioriterer vi kanaler med høy troverdighet og redaksjonell tyngde framfor rene annonseringsplattformer i sosiale medier.

Regionens politiske og administrative ledelse er våre tydeligste stemmer. De kommuniserer utad, møter presse og folk hver dag og kan representere Hadeland samlet. Uavhengig av hvem som til enhver tid sitter i posisjon. Ved å styrke dem som regionale talspersoner bygger vi synlighet, gjennomslagskraft og en tydelig felles stemme.

Det betyr at vi må jobbe for at kommunene og ordførerne prioriterer og kommuniserer regionen fremfor kommunen når det er mulig og naturlig.

**Målet** er at vi og spesielt ordførerne våre ikke bare representerer egne kommuner, men *hele Hadeland*, og står som sterke, troverdige, synlige og samstemte profiler for regionen - fordi Hadeland har en unik samarbeidskultur og et sterkt regionalt samhold.

## Måloppnåelse

- Innbyggerundersøkelse skal undersøke om vi har en positiv trend og skaper økt opplevelse av stolthet blant innbyggere
- Kjennskapsundersøkelse skal undersøke om det er positiv trend og om folk vet hvor Hadeland er.
- Underprosjekt skal ha sine egne konkrete mål.
- Nasjonal og internasjonal mediedekning hvor Hadeland blir nevnt og geografisk forankret.

## Oppsummering

Strategien for Nært og Naturlig har et godt og tydelig verdigrunnlag. Dette gir en klar retning og skiller Hadeland fra mange andre regioner som ofte fremstår glatte og generiske.

Strategien legger opp til flerkanalbruk og målgrupper basert på verdigrunnet og tilpasset hvert enkelt underprosjekt. For å gjennomføre strategien kreves tydelige prioriteringer og tilstrekkelig kapasitet.



## HADELAND

I tillegg er strategien avhengig av at politikerne og kommunikasjonsmiljøene i kommunene prioriterer regionbygging og alltid har Hadeland som medavsender i utadrettet kommunikasjon. Uten denne forpliktelsen svekkes gjennomføringskraften.

Samtidig som det er viktig å ha en konkret plan, er det også viktig å være fleksibel og endringsvillig underveis i en verden som er i konstant endring. Vi skal være det - og dermed bidra løse problemer og utnytte muligheter som dukker opp underveis.

Programmet Hadeland Nært og Naturlig er en del av en større sammenheng. Programmet kan skape oppmerksomhet, stolthet og interesse, men det trengs også kvalitetsboliger, infrastruktur og politiske prioriteringer. Politiske prioriteringer og investeringer har direkte betydning for hvor stor effekt strategien kan ha. Vi lykkes best når regionbygging og konkrete investeringer trekker i samme retning.

Dette er en overordnet og langsiktig strategi som suppleres av konkrete handlingsplaner, med klare årlige prioriteringer.