

Gribskov Kommune  
Rådhusvej 3  
3200 Helsingør

Tisvilde d. 4.4.2014

Vedr: Pulje for ideer til at gøre Gribskov til et bedre sted.

## City Branding af Gribskov

**Alt drejer sig om salg og markedsføring**, også når det gælder en kommune. Det drejer sig om en stærk, personlig, professionel og lokal og (inter)national markedsføring.

I flere år har jeg arbejdet med ideen om at brande Gribskov, som den perle af vidunderlig natur, skønne mennesker, kunst, kultur og erhvervsliv, som det vitterligt er.

Hele city-brandingen eller kommunebrandingen skal være forankret i storytelling, og det er ikke historierne der mangler, for de er alle steder.

Men vi har en tendens til kun at fortælle dem til hinanden. De skal længere ud på Sjælland, til Jylland, over hele Danmark og i udlandet, i pressen, i sociale medier på nettet. Alle tilgængelige platforme skal tages i brug med billeder, tekst og videoindslag fra Gribskov.

## Onlinemagasin for Gribskov

Gribskov Kommune har brug for et professionelt lokalt/internationalt online-magasin, der fortæller historierne om Gribskov i kultur, natur, idræt, kunst og erhvervsliv. Det som vi har er meget unikt, da det er en blanding af en stærk lokalkultur, erhvervsliv og turisme, samt en helt enestående natur. Og samtidig ligger vi så tæt på København og resten af verden, at det har en stærk afsmittende effekt.

Der er en stor påvirkning fra storbyatmosfæren, som giver en synergieffekt og bevidsthed om, at resten af verden er tæt på os.

Det giver en perfekt blanding af det lokale og nationale/internationale, som der kan laves en markant markedsføring på og som kan sælges både som turistmagnet, som erhvervsplacering og som et sted at bo for familier med børn, for ældre, for mennesker.

Kulturen er det lim, der binder et samfund og en verden sammen. Og for mig er kultur den måde vi er sammen på, så ankeret i onlinemagasinet er kulturen bredt formuleret, for det er det, der forbinder os alle i hele kommunen.

## Positivt journalistik, smukke foto og videofilm

Online-magasinet for Gribskov vil på en journalistisk magasinagtig måde fortælle historierne fra Gribskov. Magasinet vil være et lokalt forankret, men et globalt interessant magasin, der med seriøs positiv journalistik, smukke billeder og videofilm vil sætte Gribskov på landkortet. Onlinemagasinet for Gribskov adskiller fra den daglige presse ved at fokusere på positive historier fra kommunen, historier der har en lang holdbarhed.

Onlinemagasinet skal henvende sig til unge og ældre over et bredt spekter.

Det skal være interessant for mor og far, for børnene og for erhvervsfolk, der leder efter lige nøjagtig vores plet at starte virksomhed. Det skal vise en helhed.

## Nye virksomheder

Gribskov Kommune får næppe en samlefabrik for Toyota og det skal vi heller ikke have, men vi kan få noget andet. Da kommunen i forvejen har en bred vifte af traditionelle virksomheder, kunne det være et perfekt supplement med kreative virksomheder som eksv. arkitekter, IT virksomheder, mediefolk, musik, kunst, film, TV, økologi, sundhed, natur etc.

## Oplevelsesøkonomi

Vi lever i en oplevelsesøkonomi, så det er oplevelser og storytelling, der skal sælge Gribskov, og onlinemagasinet vil derfor være en oplevelse at læse i form af smukke fotos fra vores kommune og historier om de mennesker der bor her. Det skal være journalistik i en lækker, informativ og inviterende form.

Onlinemagasinet for Gribskov skal være med til at brande og markedsføre kommunen, ved at fortælle historier der har interesse ikke bare for os, men også for resten af Danmark og udlandet.

Rezonanz har tidligere udgivet et onlinemagasin, og der var interesse fra hele Danmark og vi havde desuden læsere fra store dele af resten af verden.

Der vil være en intens markedsføring med udsendelse af nyhedsbreve og pressemeddelelser til dags- og magasinpressen, internetmedier, radio og TV i Danmark, men også på sociale medier, og alle relevante platforme.

## Kommunens DNA

Der er masser af plads til vækst i Gribskov, både for turister, for erhverv og for folk der gerne vil bo her, men vi skal tænke "ud af boksen". Vi skal finde kommunens kernekompetencer. Vi skal finde vores DNA og vende hele bøtten på hovedet og tænke: "Hvorfor skal folk begynde at tænke Gribskov, når de vil etablere sig?" "Hvorfor skal de flytte herop"? Det er vigtige spørgsmål, det er der det starter.

Folk skal flytte herop med virksomheder, familier, de skal komme som turister og handlende fordi de søjler som fremtidens virksomheder står på - og fremtiden begynder nu - er service, menneskelighed, social bevidsthed, grønt miljø, plads til udfoldelse menneskeligt som for virksomheder.

Og vi skal tænke i andre baner, tænke i positiv opbyggelighed.

## Kapitalbehov.

Onlinemagasinet for Gribskov bliver ikke et nyhedssite, men et magasin med historier der er aktuelle i et længere perspektiv. Det vil hele tiden blive opdateret, så det bliver noget man glæder sig til. Der vil blive sendt nyhedsbreve ud 2 - 4 gange om måneden og efter behov. Kapitalbehovet er kr. 250.000 for det første år. Dernæst vil Rezonanz overtage driften af onlinemagasinet, som til den tid vil være en naturlig del af kultur og erhvervslivet i Gribskov og derfor kan finansieres af reklamer og erhvervsprofiler.

Man kan også forestille sig, at Gribskov Kommune har interesse i at være annoncør i onlinemagasinet for Gribskov

## Vil I være med?

Et onlinemagasin for Gribskov skal samarbejde med erhvervsliv, kultur og turisme, og skabe den synergieffekt, der vil være til gavn for alle. Det kan løfte Gribskov og profilere os i forhold til andre kommuner i Nordsjælland. Det kan være en positiv løftestang for hele Nordsjælland. Med en onlinemagasin for Gribskov kan vi vende udviklingen. Vil I være med, så vil jeg gerne påtage mig opgaven og jeg ved, at det kan lykkes.

Få mennesker i Nordsjælland har så stor erfaring med og indsigt i kommunikation - visuel om tekstmæssigt - journalistik og onlinemedier opnået via en brancheerfaring på 25 år som fotograf, journalist, producer, instruktør og kreativ chef på Rezonanz Kommunikation.



Alexandar Søndergaard  
Rezonanz Webdesign og Kommunikation