

ERHVERVSKAMPAGNE

Vejen sælger sig helt rigtigt

BRANDING: Konkurrencen om tilflyttere og virksomheders opmærksomhed er hård blandt kommunerne. Og gør man det forkert, kan pengene og arbejdet være spildt, siger reklamedirektør. Men Vejen har valgt rigtigt, mener erhvervschef.

Af Anne Hedegaard
Tlf. 7211 4261, ahe@jv.dk

VEJEN KOMMUNE: Vejen skal råbe højt for at markere sig i konkurrencen med landets andre 97 kommuner. Det er nemlig blevet helt almindeligt, at kommuner med kampagner og reklamer forsøger at tiltrække sig opmærksomhed, tilflyttere og erhverv. Horsens fremhæves tit som positivt eksempel på en kommune, som er lykkedes med at vende sit image fra fængselsby til kulturby, men der er også byer, som har brugt masser af penge på kampagner uden samme held.

Reklamebureauet Baron & Company, København, rådgiver kommuner om markedsføring. Her siger direktør Søren Baron Rom, at det ikke giver mening for små kommuner at bruge mange ressourcer på branding – med mindre man har noget unikt at tilbyde.

– Jeg ser ofte, at man har tænkt i sit eget univers: Vi har en pæn natur, vi vil gerne være bedst på børneområdet og ældreomsorg. I stedet skal man tænke sig i



Når Vejen profilerer sig som et godt sted for fødevarer virksomheder, har man også noget at have det i. Det giver kampagner troværdighed - og gør den også interessant for andre typer virksomheder, mener erhvervschef Carina Christensen.

virksomhedernes sko, gøre nogle konkrete ting, der støtter erhvervene – og så fremhæve det, siger Søren Baron Rom.

Og det er netop, hvad

Vejen Kommunes kampagner gør, mener erhvervschef

FAKTA ■■■

KOMMUNEN RINGER PÅ

■ Vejen Kommune nøjes ikke med at fortælle om sig selv i annoncer. 2.775 fødevarer virksomheder får en brochure om Vejen ind ad døren, og kommunen vil opsøge brancheforeninger og netværk, udvalgte virksomheder og messer. Bureauet Metaphor har udarbejdet Vejens kampagne.

Carina Christensen.

– Der er ingen tvivl om, at konkurrencen er benhård, men kommunens materiale ser rigtig godt ud. Vejen har foretaget et meget strategisk valg og vil være kendt for at være god til fødevarer virksomheder. Det bruger man som fyrtårn og spydspids for at få virksomheder i tale, og det er troværdigt; Danish Crown vælger jo ikke at placere sig i Holsted uden grund, påpeger erhvervschefen.