

Förnyelse av Hangö stads varumärke

Stadsstyrelsen 02.03.2026 § 51

91/07.02.01.02/2026

Hangö förnyar sitt stadsvarumärke (bränd) för att motsvara den uppdaterade stadsstrategin som blir klar år 2026 samt stadens framtida mål. Målet är att skapa ett enhetligt, tydligt igenkännbart och tidsenligt paraplyvarumärke under vilket stadens olika funktioner, tjänster och kommunikation kan ordnas i en klar hierarki.

Hangös turism har redan ett starkt och välkänt varumärke som kommer att utnyttjas som en del av helheten. Målet är inte att ersätta turismvarumärket, utan att bygga ett enhetligt stadsvarumärke vid sidan av det. Samtidigt finns det behov av att förtydliga och harmonisera stadens administrativa kommunikation samt kommunikationen gentemot invånare och andra intressenter.

Varumärkesarbetet är nytt i Hangö. Därför läggs särskild vikt vid tydlig och lättbegriplig kommunikation till olika målgrupper under processens gång. Stadsstyrelsen fungerar som beställare och beslutsfattare för projektet, och arbetet förbereds av en arbetsgrupp bestående av stadsdirektören, turismchefen och informatören. I takt med att arbetet fortskrider involveras även den politiska ledningen och andra centrala intressentgrupper.

Målen för varumärkesförnyelsen:

- Att skapa ett övergripande varumärke för Hangö som bygger på stadens strategi – ett mänskligt, trovärdigt och särpräglad varumärke som fungerar både i den interna och externa kommunikationen och integreras i de befintliga digitala miljöerna.
- Att definiera en tydlig varumärkeshierarki där Hangö fungerar som paraplyvarumärke, och där till exempel turism och kultur kan framträda med egna betoningar men ändå utgör delar av samma helhet.
- Förnya den visuella identiteten och skapa en gemensam logotyp.
- Att ta fram konkreta verktyg för att omsätta varumärket i praktiken.

Innehållet i varumärkesarbetet

Byråns uppgift är att tolka stadsstrategin till ett varumärke. Arbetet omfattar:

- Definition av varumärkets personlighet, tonfall och kärnelement
- Strategibaserade särdrag och en enhetlig slogan/huvudbudskap
- Fastställande av varumärkeshierarkin (gemensamma och särskiljande element)
- Förnyelse av den visuella identiteten, inklusive logotyp, typografi, färgpalett och grafiska element (även brand book och färdiga mallar för t.ex. PowerPoint, visitkort, sociala medier och Word)

Arbetsgruppen har konkurrensutsatt fyra reklambyråer som alla har erfarenhet och referenser av att genomföra varumärkesarbete. Alla fyra byråer lämnade in sina anbud inom utsatt tid. Bedömningskriterierna för anbuden var leverantörens kvalitet och projektteamets kompetens (vikt 0.2), leverantörens

kunnande/erfarenhet (vikt 0.2), det totala priset för uppdraget (vikt 0.5) samt relevanta referenser (vikt 0.1).

Kompletterande material

- Offertförfrågan / Brief
- Offerterna (4 st)
- Poängtabell

Förslag

På basis av poängsättningen enligt utvärderingskriterierna föreslår arbetsgruppen att stadsstyrelsen beslutar välja Dirty Oy som leverantör för varumärkesförnyelsen.

Beslut

Förslaget godkändes.

Tilläggsuppgifter

stadsdirektör Simon Store, tfn 040 135 9500
turistchef Maria Nordström, tfn 040 135 9424
informatör Nina Näsänen, tfn 040 739 8974>