

SAKSFRAMLEGG

Saksnr	Utvalg	Møtedato
	Kommunestyret - Ørland kommune	

PROFILERING AV ØRLAND I 2017

Rådmannens innstilling

Kommunestyret vedtar bruk av inntil kr 750.000 til profilering av Ørland kommune i 2017. Beløpet finansieres fra disposisjonsfondet.

Sakens bakgrunn og innhold

I juni 2012 vedtok Stortinget lokaliseringen av Norges kampflybase til Ørland. Etter vedtaket har politikere, administrasjonen, næringsliv og innbyggere merket økt interesse for det som skjer i Ørland. Kommunen har sporadisk fått oppmerksomhet gjennom TV, radio, aviser, magasin og blogger. Det er merkbar interesse både for hva som skjer innenfor gjerdet og det som skjer utenfor.

Det er først nå, flere år etter stortingsvedtaket, at vi ser de fysiske manifestasjonene av kampflybasevedtaket. I tillegg til bygging av installasjoner, nybygg, utbedringer og infrastruktur bør det også bygges et merkenavn. Det vil si at kommunen bør ha som mål at Ørland ikke skal være en av mange (400+) ukjente kommuner i Norge, men at folk vet hvor kommunen ligger og har kjennskap til kommunen. Det er gode grunner til at kjente varemerker bruker store ressurser for opprettholde sine merkenavn. Merkevarekonseptet gjelder også for stedsnavn: tenk Røros. Selv om kommunen ikke selger produkt så er en kommune på tilbydersiden for næringslivsaktører, potensielle tilflyttere, turister og andre besøkende. Det er enklere å «selge» Ørland som et sted å bo, jobbe, besøke og å drive næring når navnet Ørland er kjent.

I 2017 er Ørland i vinden som aldri før med flere begivenheter som fører til at folk besøker kommunen. I tillegg er det økt interesse for å lese om, høre om, og å se reportasjer fra Ørland i media. Viktigst av disse er offisiell åpning av kampflybasen og ankomst av de første nye jagerflyene. Vi kan forvente en interesse for Ørland som vi knapt har sett før og som vi ikke kan forvente igjen i fremtiden.

Et opplegg som systematiserer og profesjonaliserer hvordan media blir ønsket velkommen til Ørland bør være på plass. Besøkende til Ørland skal alltid ønskes velkommen på en god måte, men det er spesielt viktig at nasjonal og internasjonal presse får et godt inntrykk siden de kan spre det gode budskap om Ørland bedre og billigere enn vi kan greie selv. Til sammenligning koster en annonse av en viss størrelse i lokalavisen rundt kr 10.000 og oppover. VG side 5 starter på kr 86.000.

Kommunen bør ha materiell og informasjon klart flere måneder i forkant av F-35 ankomst. Forberedelser til hvordan vi håndterer henvendelser i forkant, under og etter besøk bør også komme i gang snart.

I tillegg bør kommunen sørge for digital synlighet for de som er nysgjerrige på det som skjer rundt kampflybasen, men som ikke fysisk besøker Ørland (i denne omgang). Her må det gjøres et arbeid med å kartlegge målgrupper, kartlegge påvirkere og «ambassadører», kartlegge USP (Unique Selling Proposition), kanalvalg, innholdsproduksjon, distribusjon til riktig målgruppe, optimalisering av kanaler og produksjon av nytt innhold. Dette arbeidet bør også komme i gang raskt siden prosessen med planlegging, kartlegging og produksjon kan være tidkrevende.

Eksempler på produkt som bør være tilstede:

Produkt	Forklaring	Eksempler
Introduksjonsbrev («Pitching»)	Hvorfor Ørland er viktig for lesere, seere og/eller lyttere.	
Biografiark	Informasjon om personer som kan svare på spørsmål	Ordfører, varaordfører, rådmann, enhetsledere, næringssjef, kommunikasjonsrådgiver etc.
Statistikk	Ørland i tall	
Faktaark kommunale tjenester		Helse, oppvekst, areal (bo og næring)
Uavhengige analyser	Rambøll-rapport og lignende gjøres lettere tilgjengelig	Demografi og behov av Rambøll, NæringsNM av NHO, KommuneNM
Nylig presseomtale	Artikler som allerede er publisert	Artikler fra Fosna-Folket, Adresseavisen, Forsvarets Forum, Framtiden og andre
Videoarkiv	Nettsteder tilhørende presse og andre bruker video	Korte intervju med personer av interesse, korte innlegg om ulike tema i Ørland, dronefilming
Idéarkiv nyhetshistorier	Ei liste med kort idébeskrivelse og kontaklinformasjon for mulige artikler	
Gratisartikler/ pressemeldinger	Engasjere freelance journalister til innholdsproduksjon	
Fotoarkiv til fri bruk	Bildearkiv organisert i kategorier og med beskrivelse	
Faktaark	Korte beskrivelser av viktige elementer i Ørland	Større næringsaktører, unike bedrifter, personer av interesse, steder av interesse
Frivillige lag og foreninger	Disse kan være interessant for presse	Ørland SparebankCup
Kulturliv	Beskrivelse og kalender	Ørland Kultursenter, Ørlandsrevyen, Ørland Bluesfestival
Logo og andre digitale element	Nedlastbar original logo, etc	
Ofte Stilte		

Spørsmål		
----------	--	--

Noe av arbeidet som bør utføres er:

- Videoarkiv
 - Gjennomgang av nåværende videomateriale
 - Engasjere av videojournalist med camera crew
 - Dronefilming
 - Timelapse filming av større byggeprosjekter
- Bildearkiv:
 - Engasjere ressurs til å katalogisere nåværende billedarkiv
 - Kontakt fotografer for rett til bruk av bilder i markedsføringsøyemed (fra Instagram og andre kilder)
 - Dronebilder
 - Engasjere fotograf for komplettering av fotoarkiv
- Engasjere profesjonelle byrå til å lage brosjyrer på norsk og engelsk om Ørlandets historie, kulturlandskap, naturlandskap, næringsliv, jobb i Ørland, bo i Ørland, frivillighet i Ørland, osv.
- Idéarkiv med pitching av ideer for mulig nyhetsstoff i Ørland. Dette kan være alt fra korte idébeskrivelser med kontaktinformasjon, til ferdige produkt skrevet av freelance journalister.
- Pressemeldinger
- Mer fokusert og større innsats innen bruk av sosiale media som Facebook og SnapChat for å generere interesse for Ørlandet
- Google Adwords kampanje og annen digital markedsføring slik at relaterte artikler og internettsøk leder brukerne til informasjon om Ørland

Folkehelsevurdering

Administrasjonens vurdering

Selv om det har vært økt medieinteresse siden 2012, har kommunen likevel ikke greid å kapitalisere helt på den økte oppmerksomheten. Gjorde man en spørreundersøkelse blant Norges befolkning ville nok kun et fåtall ha mye kunnskap om Ørland eller vite hvor kommunen er lokalisert; Ørland er ikke et merkenavn i det store og hele. Dette har vi en historisk mulighet til å gjøre noe med i 2017. Det kan trygt antas at det i høst vil bli stor medieinteresse for kampflybasen og spesielt for ankomst av de første F-35. Det er ikke usannsynlig å se for seg internasjonal i tillegg til nasjonal pressedekning. Dette bør vi utnytte. Det er de første flyene som vekker interesse -- de som kommer senere vil nok ikke engasjere publikum på samme måte. Det er for tiden utlyst en stilling som kommunikasjonsrådgiver i Ørland kommune. Det er naturlig at den som får denne jobben er involvert i arbeidet som beskrevet ovenfor, men arbeidet med å utarbeide materiell bør starte nokså umiddelbart. Det haster med å komme i gang med det forberedende arbeidet da en del av disse produktene bør stå ferdig og en del prosjekter påbegynt allerede før sommerferien.

Vi kan ikke lage et eksakt budsjett før endelige planer er lagt, men under vises et eksempel på budsjett som vil bli revidert ettersom arbeidet skrider fram.

Tiltak	Forklaring	Budsjett 2017
--------	------------	---------------

Utarbeide digital strategi og drift	Kr. 150.000 oppstart og ca kr 20.000 i drift per mnd	270.000
Produksjon av videosnutter	Kr 1400 til 2400 for videosnutter. <i>Kilde: Norsk Journalistlags Frilanskalkulator</i>	100.000
Engasjement av freelance journalister	Kr 2900 til 5900 for portrettintervju Kr 800 til 2400 for kortere artikler. <i>Kilde: Norsk Journalistlags Frilanskalkulator</i>	100.000
Brosjyrer	15 brosjyrer trykk og innholdsproduksjon x 10.000	150.000
Katalogisere og organisere publikasjoner, bilder og videoarkiv	Ekvivalent til 30% stilling i 9 måneder	110.000

Ørland har ikke hatt for vane å ha et markedsføringsbudsjett, men rådmannen mener at 2017 bør være et unntak. Et markedsbudsjett på 2-10% er vanlig i mange selskaper. En kommune kan ikke konkurrere med markedsføringsbudsjett fra det private næringsliv så rådmannen anbefaler at det settes et tak på kr 750.000 på dette arbeidet i 2017. En slik mulighet til å sette Ørland på kartet via profilering får vi kanskje ikke igjen på mange år.

I tillegg til midler til profilering av Ørland kommune vil rådmannen foreslå at det settes av midler til markeringen av reformasjonsjubileet, herunder profileringen av Ørland og Austrått under verdensutstillingen Gates of Freedom i Wittenberg og arrangement i forbindelse med ankomst av F-35. Disse tiltakene vil bli omsøkt i egne saksfremlegg.