

Det stora bygget

En tidning som vågar vara rakt på sak

Inför invigningen av Steen & Ströms nyuppförda köpcentrum Allum, Partille i april 2006 utgavs tidningen "Det stora bygget".

Tidningen presenterade i huvudsak aktörerna som medverkat till att slutföra bygget på utsatt tid och som även beskrev tankarna bakom Sveriges modernaste köpcenter.

"Det stora bygget" distribuerades till alla hushåll och företag i Göteborgs östra kranskommuner Partille, Lerum och Härryda – totalt ca 50 000 exemplar – dagarna innan invigningen.

Nöjd centrumledning

Allum Partilles centrumledning, med Audun Ribe som centrumchef, har varit nöjda med tidningen och uttryckt sina varmaste rekommendationer.

Jörgen Törnqvist är marknadsansvarig i centrumledningen:

– Det blev som vi förväntade oss. Det verkar som om ganska många har läst produkten. Det finns ett intresse - det är positivt. Ert arbete med att producera tidningen flöt på bra och ni var lyhörda och skötte er bra själva.

Ett nytt sätt att beskriva verksamheten
Även medverkande företag har sett sin anonsmedverkan som mycket positiv.

– Den typ av tidning som "Det stora bygget" är ju mer rättframt kommersiell till sitt innehåll än t ex Aktuella Byggen och andra

tidningar som vi ibland medverkar i. Kontrasten upplever vi som intressant och inte alls fel i sammanhanget. Jämfört med hur vi själva brukar presentera oss och vår verksamhet känns "Det stora bygget" väldigt rakt på sak. Personligen uppskattade jag också att min arbetsinsats var näst intill obefintlig, i synnerhet när vi själva utarbetar reklammaterial kan det gå åt väldigt mycket tid. Sammanfattningsvis var detta ett lite nytt sätt att beskriva vår verksamhet som vi just i detta fall tycker var rätt och bra, säger Per Niklasson ABAKO Arkitektkontor AB.

Positiv bild och mer att läsa

Andra som gillade konceptet är Lars-Göran Olsson, depåchef i Lindome för Lambertsson Sverige AB:

– Resultatet blev lika bra eller till och med bättre än vad jag hade förväntat mig. Det är en bra mix; information om själva bygget, de företag och personal som står bakom, blandat med annonser. Då blir det lite mer att "läsa" än om det bara är annonser, då hamnar tidningen lätt i cylindrararkivet. Vet inte om man kan göra det bättre - konceptet verkar funka som det gör.

Även familjeföretaget Sandström Miljö & Säkerhetskonsult uppskattade slutresultatet:

– Vi är väldigt nöjda med resultatet av vår annons i tidningen, det blev bättre än vi vän-

tat oss, säger Maj-Britt Sandström.

Tidningen "Det stora bygget" har fungerat genom att rakt igenom ge en positiv bild av alla medverkande i byggprocessen:

– Resultatet blev bättre än väntat, bra med mycket bilder och annonsen gav en positiv bild av oss, medger Martin Lindberg, delägare Markteknik AB



Obefintlig arbetsinsats



Per Niklasson
arkitekt
ABAKO Arkitektkontor AB

"Personligen uppskattade jag också att min arbetsinsats var näst intill obefintlig, i synnerhet när vi själva utarbetar reklammaterial kan det gå åt väldigt mycket tid. Detta var ett lite nytt sätt att beskriva vår verksamhet som vi just i detta fall tycker var rätt och bra."

Produktionsbolaget var lyhörda



Jörgen Törnqvist
marknadsansvarig
Allum, Partille

"Det blev som vi förväntade oss. Det verkar som om ganska många har läst produkten. Det finns ett intresse - det är positivt. Ert arbete med att producera tidningen flöt på bra och produktionsbolaget var lyhörda och skötte er bra själva."

Bättre än väntat



Martin Lindberg
delägare
Markteknik AB

"Resultatet blev bättre än väntat, bra med mycket bilder och annonsen gav en positiv bild av oss"

Positiva erfarenheter



Weine Hägg
projektchef
PEAB

"Min erfarenhet är att den här kategorin av byggprojekttidningar överlag är bra."