



”Jag ser fram emot nästa tidning”

I januari 2003 gav Heby kommun – en framgångsrik glesbygdskommun i attraktiva Mälardalen – ut tidningen ”Upptäck Heby”.

Tidningen som trycktes i fyrfärg distribuerades till samtliga hushåll och företag inom Heby kommun samt till alla kontoren i Uppsala, Enköping, Sala, Västerås, Sandviken och Tierp. Responsen från näringslivet och kommunledningen har varit positiv.

– Tidningen blev som vi tänkt oss – eller egentligen bättre än vi tänkt oss. Det märks att den är skriven av en erfaren journalist. Vi använder tidningen i marknadsföringssyfte på mässor och dylikt men även till alla nyinflyttade där den visat sig fungerat utmärkt, säger Elisabet Andersson, informationschef Heby kommun.

I marknadsföringen

I Heby finns bland annat 1 600 hästar, aktiva och framgångsrika ridklubbar, en kompetent hästnäring och ett genuint hästkunnande. Projektet ”Häst i Heby” är lika mycket ett spännande framtidsprojekt som en kärleksförklaring till det goda, lilla samhället, där många krafter strålar samman till en enda. Konceptet, som är unikt i Sverige, leds av Anneli Andersson.

– Jag är oerhört positiv och överraskad över resultatet. Jag har själv erfarenhet av den här kategorin av tidningar i Stockholm och den här var ovanligt trevligt gjord, välformulerad, med bra balans i innehållet och snygg layout.

Vi har använt tidningen mycket i vår marknadsföring, dels till dem som är speciellt intresserade av projekt Häst i Heby men också för att visa bredden i Heby kommun. Tidningen har fungerat utmärkt och jag har enbart fått bra kritik och respons.

Bättre än i Stockholm



Anneli Andersson,
projektledare Häst i Heby.

”Jag är oerhört positiv och överraskad över resultatet. Jag har själv erfarenhet av den här kategorin av tidningar i Stockholm och den här var ovanligt trevligt gjord, välformulerad, med bra balans i innehållet och snygg layout.”

Positiv tidning

Andra aktörer i kommunen som medverkade i tidningen kände också att det var värt pengarna.

Morgan Lynhé, verksamhetschef arbetsmarknad/vuxenutbildning, deltog med en helsidesannons:

– Tidningen var bra och vi, som beställare, fick verkligen vad vi betalt för. Det var värt pengarna!

Andreas Tofters, Centrumkyrkan i Heby har samma erfarenhet:

– Det var jättekul att vara med i en sådan positiv tidning. Inom kyrkan har vår medverkan varit jättepositiv. Det är mycket möjligt att vi medverkar även i framtida tidningar.

Bra tillfälle att nå ut med information

Även företag och myndigheter på regional nivå såg fördelarna med att medverka i kommundidningen.

Börje Sandberg, områdeschef Västmanlands Lokaltrafik:

– Jag har ingenting att anmärka, det var bra. För oss var det ett bra tillfälle att nå ut med information. Tidningen är ett bra komplement till vår övriga marknadsföring att nu ut till alla kommuninvånarna med information.

Även Lars Barkström, Länsstyrelsen Västmanland, tyckte att kommunens tidning var ett bra forum för kommunikation:

– Jag tyckte vi fick till det. Vår medverkan fyllde sin funktion. Det blev precis som vi tänkt det. Jag vet även att Heby kommun är nöjda med vårt budskap.

Förankra kommundidningen



Charlotte Wall,
kommunalråd och ordförande utvecklingsgruppen:

”Tidningen var i sin genre helt ok. När nästa tidning skall produceras vill jag veta det i god tid innan för att förankra kommundidningen bland kommunens näringsliv. Jag ser fram emot nästa tidning.”

Väl genomförd tidning



Patrik Nilsson,
avdelningschef SITA:

”Jag är nöjd. Vi fick ut vårt budskap i en tidning som var väl genomförd med information riktad till ordsborna.”

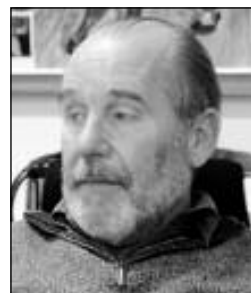
Upplivedes som väldigt bra



Rolf Edlund,
kommunstyrelsens ordförande:

”Tidningen var bra. Ett av flera bra sätt att kommunicera med medborgarna och regionens näringsliv. I det stora hela tror jag de flesta upplevde tidningen som väldigt bra.”

Bra innehåll



Bo Glaas,
kommunchef:

”Jag uppfattade innehållet i tidningen som bra.”

Jag tyckte det blev bra



Tom Gustavsson,
områdeschef Sala Sparbank:

”Jag tyckte det blev bra, det kändes rätt. Vi medverkar för att få ut vårt budskap som fristående bank med tydligt lokalt engagemang.”