

# PROFILERING MORS

## STRATEGI OG HANDLINGSPLAN 2008-2009

Aktiviteterne i Profilering Mors varetages af Koordineringsgruppen, som består af repræsentanter for de organisationer, der er relevante i arbejdet for at profilere Mors:

Ellen Philipsen Dahl, Morsø kommunalbestyrelse (*formand*)

Lene Overgaard, Morsø kommunalbestyrelse

Viggo Nielsen, Morsø kommunalbestyrelse

Per Flemming Laursen, Morsø Kommune

Annemarie Østergaard, Morsø Erhvervsråd

Bente Kristensen, Morsø Turistforening

Per Nielsen, Morsø Landboforening

Helle Toft, Nykøbing Handelsstandsforening

Keld Andersen, Landdistriktsrådet

Peter Balslev Madsen, Morsø Gymnasium

Niels Otto Degn, Kulturelt Samvirke

Tanja Christiansen og Jan Høst Aaris, Morsø Kommunes Udviklingsafdeling (*sekretariat*)

Kjeld Vang (*tilknyttet kommunikationsrådgiver*)

### FORMÅL

Profilering Mors er dannet for at støtte udvikling og modvirke afvikling.

Derfor skal Profilering Mors så hensigtsmæssigt som muligt forene alle de positive kræfter, der arbejder for at profilere Mors og give øen et styrket omdømme og løbende arbejde for, at Mors har det omdømme, øen fortjener.

De oplagte synergieffekter i en koordinering af aktiviteterne skal optimeres, så det samlede ressourceforbrug til markedsføring og profilering af Mors udnyttes optimalt.

Samtidig skal fællesskabet omkring Profilering Mors sikre, at alle tanker og ideer samles op og vurderes med henblik på eventuel videre udvikling.

Samlet skal det gøre en mærkbar forskel og udmønte sig i flere aktiviteter og mere virkningsfulde aktiviteter til gavn for den samlede profilering af Mors.

### OVERORDNET STRATEGI

Mors skal profilere sig på øens eksisterende værdier og tilbud i bredeste forstand. Det være sig de menneskelige som de naturmæssige.

Der skal med andre ord ikke 'opfindes' begivenheder eller andet, som skal bringe øen på landkortet og ind i omverdenens bevidsthed. Der er rigeligt at fortælle om i forvejen. Det skal bare fortælles – sat ind i en strategisk sammenhæng og til de relevante målgrupper.

Mors vil gerne overraske modtageren af budskabet og bide sig fast i målgruppens opfattelse af Mors gennem det anderledes og det uventede, som ofte er det, der er nemmest at kommunikere. Det bør være en enkel opgave, da Mors stadig omdømmemæssigt halter meget efter virkeligheden.

Øen har – menneskeligt, kulturelt, åndeligt og naturmæssigt – meget mere at byde på, end de fleste mennesker drømmer om. Profilering Mors skal gøre disse værdier kendt. Kommunikationen skal bygge på dynamik, hjerterum og pålidelighed - og en bred vifte af alle moderne medier skal benyttes.

(Kjeld Vang overvejer uddybelse af begreber fx pålidelighed – hvordan det også har betydning for fx håndtering af ”dårlige” historier)

## **BUDSKABER**

Budskaberne i profileringen af Mors tager afsæt i de teamer, Morsø Kommunes Planstrategi 2008-2011 er bygget over:

- Det gode liv på Mors - bosætning
- Vi sætter noget i gang – erhvervsudvikling, turisme, detailhandel
- Vi skaber rammerne – ø-udviklingen
- Vi har meget at byde på – kultur, uddannelse og fritid
- Vi passer på vores ø og hinanden – Agenda 21/miljø og sundhed

Profilering Mors underbygger med følgende budskaber:

Mors og morsingboerne lever og har det godt

Udvikling – ikke afvikling

Dynamik med solide rødder

Kvalitet og soliditet

Mad, natur, sundhed

Ærlighed og redelighed – i ordets positive betydning

Vi står ved det vi gør og det, vi har. Og vi er stolte af det.

Mors tilbyder bl.a. det gode, stille liv. Det nære, rodfæstede og det sikre.

Mors er overskuelig og tryk

Mors har meget at byde på – og vi deler gerne

Det vidtfavnende foreningsliv er en del af det sociale netværk

'Less is more'

Kunsten på Mors – både eliten og bredden

## **MÅLGRUPPER**

### **Eksterne:**

Børnefamilier

Potentielle tilflyttere, herunder især indpendlere

Højtudannede

50+

Virksomheder, arbejdsgivere

Unge

Turister

Det politisk Danmark, myndigheder m.v.

**Interne:**

'Tvivlerne'

Koordineringsgruppens bagland

Udpendlere

Unge, der er rejst ud med henblik på uddannelse

De umiddelbare ambassadører

**SUCCESKRITERIER**

- Mere omtale i medierne. Her iværksættes f.eks. samarbejde med biblioteket om medieovervågning ved hjælp af frivillige, som holder øje med Mors-omtaler i forbindelse med deres daglige læsning af de landsdækkende aviser m.v..
- Blivende effekt af de tiltag, der skabes i regi af profilering Mors
- Økonomisk effekt af de aktiviteter, der fødes i Profilering Mors = 2,5 gange investeringen
- Målbar forbedring i omdømmeanalyse

**SNITFLADEN TIL MORSØ KOMMUNES KOMMUNIKATIONSINDSAT**

Morsø Kommune varetager kommunikationen om Morsø Kommune som virksomhed og arbejdsplads

Profilering Mors er forum for koordinering af kommunikation om og profilering af Mors med flere og bredere vinkler som f.eks. den kommunale, den turistmæssige, den erhvervsmæssige osv.

**PRAKTISKE FORHOLD**

Hvert enkelt medlem af Koordineringsgruppen har ansvar for den informationsopgave, der går begge veje til og fra vedkommendes bagland, så hhv. bagland og Koordineringsgruppe er rettidigt informeret om relevante aktiviteter og ideer med relevans for samarbejdet.

Mellem møderne varetages den interne kommunikation mellem Koordineringsgruppens medlemmer via en gruppe-mail, så alle er løbende orienteret om aktiviteter i de enkelte projekter.

Øvrig kommunikation sker via sekretariatet (Udviklingsafdelingen).

Referat fra møder i Koordineringsgruppen sendes til direktion og chefgruppe i Morsø Kommune.

Indtil videre indbydes alle på Mors til at komme med forslag og ideer til Koordineringsgruppen og til gruppens enkelte medlemmer. Alle forslag sendes til sekretariatet og skal være kort beskrevet og have klar relevans til arbejdet i Profilering Mors.

Koordineringsgruppen vurderer på hvert 3. møde alle indkomne ideer og forslag, som vil være udsendt sammen med dagsordenen for mødet. De projekter, der arbejdes videre med, bemandes med medlemmer af gruppen + eventuelt eksterne deltagere.

Samtlige henvendelser besvares via sekretariatet, og forslagsstilleren får i svaret en kort orientering om den videre behandling af forslaget.

Projekter i Profilering Mors skal så vidt muligt søges finansieret af tilskud, som rækker ud over Morsø Kommunes bevilling. Mulighederne for tilskud vil løbende blive overvåget af Morsø Kommunes kommende Task Force vedr. fundraising samt af konsulentvirksomheden Dansk Projektrådgivning, som samarbejder med Morsø Kommune inden for området.

De enkelte organisationer bag Profilering Mors vil løbende blive tilskyndet til at yde økonomisk støtte til enkeltprojekter med klar relevans til organisationens primære interesseområder.

#### **AKTIVITETSPLAN 2008**

- Vedligeholdelse og udvikling af ambassadørprogrammet og løbende kontakt til ambassadørerne
- Koordineringsgruppen gennemfører i 2. halvår 2008 en dialog-turné, hvor medlemmernes bagland og andre vigtige målgrupper orienteres grundigt om arbejdet i profilering Mors – og muligheder for samarbejde drøftes
- Portalen [www.mors.dk](http://www.mors.dk)
- De unge ambassadører.
- Kogebog/profilbog om Limfjorden og Mors.

#### **AKTIVITETSPLAN 2009**

Koordinationsgruppen forventer på nuværende tidspunkt (januar 2009) at skulle arbejde med følgende projekter i 2009 inden for den i budgettet afsatte ramme på 400.000,- kr. til medfinansiering af koordinerede profileringsaktiviteter på Mors:

- Vedligeholdelse og udvikling af ambassadørprogrammet og løbende kontakt til ambassadørerne
- Kunstudstilling og bogudgivelse: 'Mors i Billedet – Kunstnere og Landskabet'.
- Gennemførelse af "Limfjorden Rundt" 10.9.2009 med Morsø Turistdestination som koordinator og i samarbejde med en række aktører
- Udviklingsprojekt med Morsø Folkeblad om udvikling af landsbyaviser og samarbejde om ny [www.mors.dk](http://www.mors.dk)
- Profileringssamarbejde med uddannelsesinstitutionerne
- Østers-event i København
- Iværksætterstøtte til profileringsprojekter, som udvikles i løbet af 2009 - inden for en ramme på 60.000,- kr.

#### **Foreløbig projektplan 2010**

- Vedligeholdelse og udvikling af ambassadørprogrammet og løbende kontakt til ambassadørerne
- Litteraturfestivalen 'Forfattere på Mors', september 2008. Bevilling fra Profilering Mors er godkendt
- "Tænk hvis du blev her efter fyraften" - præsentation af Mors for indpendlere

Januar 2009