

KERNEFORTÆLLING OG PLAYBOOK

LYDENS BY

2025



INDHOLDSFORTEGNELSE

- 03** Forord
- 05** Kernefortælling
- 07** Kerneværdier
- 08** Sådan beskriver du Lydens By
- 10** Kreativ Krog
- 11** Sådan kommunikerer du
- 21** Fælles kommunikationsindsats
- 22** Kommunikationspakke

FORORD

Brandet Lydens By er essentielt for udvikling og vækst i Struer Kommune. Struer Kommune skal være et sted, hvor det er attraktivt at bo, arbejde og besøge.

Det fælles brand for Lydens By skaber værdi for alle centrale aktører i kommunen. Brandet skal gøre det lettere for aktørerne i Lydens By at spille i takt og spille den gode musik, som får tilflyttere, beboere og samarbejdspartnere til at skabe den flotteste udgave af Lydens By i deres hoveder.

Centrale aktører inden for erhverv, kultur, handel og turisme har etableret et Lydens By Branding Board, som igennem forskellige initiativer vil forsøge at udvikle og styrke branding af kommunen som Lydens By.

Kernefortællingen og playbooken er udarbejdet på vegne af Branding Boardet for Lydens By, der består af repræsentanter fra Struer Erhvervsforening, Struer Handelsstandsforening, Thyholm Erhvervs- og Turistforening, Struer-Egnens Turistforening, Kontaktudvalg for lokalområder, kulturinstitutioner, lydinitiativer, eksterne kompetencepersoner og Struer Kommune.



KAN DU

HØRE DET?

KERNEFORTÆLLING

KAN DU HØRE DET?

Lyd har været levebrød for mennesker i Struer Kommune gennem 100 år. Vores stolte lydtraditioner, der udspringer fra Bang & Olufsen, har defineret vores DNA, som gør os i stand til at skabe, forny og sætte lyd på verden - både lokalt og globalt.

Lydens By er et samlingspunkt for store ambitioner, innovativ skabertrang og livskvalitet, der favner hele kommunen fra Klosterhedens ro til Limfjordens bløde kyster, fra bylivet i Struer til det frie liv på Thyholm og Venø.

Her er plads til at dyrke det gode liv med unikke iværksætter- og erhvervsmuligheder, natur om hvert et hjørne og velfærd for både store og små. I Lydens By er det trygt at lande, når familien skal finde sin havn, og børnene skal tildeles deres hjemstavn.

Mulighederne er åbne i Lydens By. Om du arbejder med lyd, produkter eller mennesker, møder du stort mod og en fælles lyst til konstant udvikling. Vores forenings- og

kulturliv styrker sammenholdet og stiller fællesskabet til rådighed for alle borgere i Lydens By.

Vi hører ofte, at kvaliteten går igen i Lydens By. At kvalitet er fællesnævneren for vores stolte erhvervsliv og skaberlystne iværksættere. At der er kvalitet i relationerne, velfærden og udsigten til naturen. At der er livskvalitet og kvalitetstid.

Vores stærke forhold til kvalitet sikrer substans i alt, hvad vi gør. Vi er opdraget til at gøre os umage, fordi ting ikke kommer af sig selv. Det skal have dybde og give mening at arbejde, bo og udvikle sig i Lydens By.

Her bruger vi lyd som forstærker til aktivt at skabe velfærd, innovation og kultur.

Lydens By er drømmen om at skabe det gode liv - også for kommende generationer.

KAN DU HØRE DET?



KERNEVÆRDIER

Du kan bruge kerneværdierne som budskaber i din kommunikation og som retningslinje for det, vi i fællesskab gerne vil kommunikere om Lydens By. Værdierne definerer på hver sin måde det, der gør Lydens By unik, og kan være en hjælp til at beskrive Lydens By.



KVALITET

I Lydens By går vi op i kvalitet, uanset om det er i vores udvikling eller relationer, eller når det drejer sig om kvalitetstid og livskvalitet. Vi ved, at høj kvalitet er grundstenen for et driftigt erhvervsliv og det gode liv.



MOD

I Lydens By har vi mod til at satse og til at udvikle os. Vi har modet til at understøtte iværksætteriet, og modet hjælper os til at fastholde høj kvalitet, innovation og originalitet i det, vi gør.



INNOVATION

Historisk har vores evne til innovation og nytænkning skabt succeshistorier i erhvervslivet, og det rette fundament er lagt for, at det også fortsætter i fremtiden. Kreativitet og skabertrang definerer vores måde at arbejde på.



ORIGINALITET

Vi jagter det originale og det unikke. Det gjorde Peter Bang og Svend Olufsen for 100 år siden, og det gør iværksætterne i dag. Vores events og lydinitiativer for borgere og turister er unikke. Vi skaber ikke blot noget godt. Vi skaber noget originalt.



SÅDAN BESKRIVER DU LYDENS BY TIL EN FAMILIEFØDSELSDAG

Når du er i en situation, hvor du helt kort og skarpt skal fortælle, hvorfor vi kalder os Lydens By, griber du blot fat i kernefortællingens begyndelse og slutning. Det giver dig mulighed for på to linjer at svare på de mest centrale spørgsmål med konkrete eksempler på initiativer.

Se eksempler
på næste side



Hvorfor hedder I Lydens By?

Fordi lyd har været levebrød for mennesker i Struer Kommune gennem 100 år.

Men hvad betyder det for jer i dag?

I Lydens By bruger vi lyd som forstærker til aktivt at skabe velfærd, innovation og kultur.

Og hvis du ikke kan huske den: I **Lydens By** bruger vi lyd til at forstærke det gode liv.

Hvordan kommer det til udtryk?

Velfærd

- Struer Sangkraftcenter
- Lydlaboratoriet
- Lyd i omsorgsarbejdet med ældre og demente

Innovation

- Sound Hub Denmark
- Uddannelsesinitiativet i Struer

Kultur

- Struer Museum og Nationalt Videnscenter for Sonisk Kulturarv
- Sound Art Lab
- Run To The Beat
- Struer Tracks
- Høloftet
- Regelbau 411
- Venø Festival
- Folkets Hus
- Et yderst aktivt kormiljø, hvor hver 10. borger synger i kor
- Et stærkt kulturmiljø med mere end 500 kulturelle events om året (8 festivaler, 178 koncerter og flere koncertgæster end indbyggere)

Listen er dynamisk, og du kan som aktør selv gribe i de initiativer, som relaterer sig til dig.

KREATIV KROG

KAN DU HØRE DET?

Krogen fungerer som en samtalestarter og lader modtageren sætte sine egne ord, billeder og betragtninger på budskabet. Et godt eksempel er kernefortællingen, som afsluttes med den kreative krog.

Her lader vi det være op til modtageren, om denne kan se budskaberne for sig. Det er en håndsækning til at lade budskaberne sive ind. Vi bruger den også på kampagneniveau, hvor den bliver en invitation til at sætte lyde og følelser på en bestemt situation.

Krogen skal naturligvis bruges med omtanke, så den ikke udvandes eller bruges i søgte sammenhænge. Men der, hvor den passer ind, kan den give det rette, genkendelige svirp med halen.





SÅDAN KOMMUNIKERER DU

I TRÅD MED KERNEFORTÆLLINGEN

Vi har gjort det nemt at kommunikere om Lydens Bys budskaber. Vi har udviklet en GPT, der kan hjælpe interessenter og aktører med hurtigt og enkelt at kommunikere om et givent emne – eller i hvert fald få givet en retning.

GPT'en er todelt. Den kan både tappe ind i den kreative krog, hvor den genererer en idé til Kan du høre det?-krogen. Men den kan også tage udgangspunkt i kernefortællingen og skabe et tekststykke, du kan bruge til et konkret emne.

Det er vigtigt at forholde sig kritisk til outputtet og udelukkende bruge indholdet som inspiration til at udarbejde tekster, materialer og kampagner. Det kan med få undtagelser aldrig bruges 1:1, men der vil være elementer, du nemt kan implementere direkte i din kommunikation.

Åben GPT'en her

Husk: GPT'en er et inspirationsværktøj.

Se eksempler
på næste side

Jeg skal bruge en idé med den kreative krog



Fedt! Lad mig høre emnet, stedet eller indholdet i kampagnen, så genererer jeg idéen til at aktivere den kreative krog.

Skab en tekst ud fra kernefortællingen



Det vil jeg elske! Fortæl mig dit emne, og hvilket formål teksten har. Måske også hvor teksten skal bruges.



Skriv en tekst om en koncert med lokale unge musikere på Struer Museum.



Kan du høre det?

(Billede af en knitrende pejs omgivet af julepynt og gamle, håndlavede nisser på Struer Museum)

Det er lyden af jul på Struer Museum.



Kan du høre det?

Unge musikalske talenter fra Struer fylder museet med nye lyde og skaber klang af fremtid og fællesskab. Det er en aften, hvor lokal stolthed og lydens kraft får lov at spille sammen og lade sig inspirere af Struers stolte lydhistorie. Fra det spæde første anslag til den fælles afslutning væver musikken sig gennem museets rammer og inviterer publikum til at mærke den særlige lyd, der lever her.

Det er lyden af fremtidens musikere på Struer Museum.



Kan du høre det?

(Billede af en biografisal oplyst af lyssværd, mens publikum sidder klar med popcorn og forventningsfulde ansigter)

Det er lyden af Star Wars-maraton i Apollon.



KAN DU HØRE DET?

Det er vigtigt for kommunikationsindsatsen for Lydens By at komme rundt i hele kommunen, så alle borgere føler et ejerskab. Vi tager altså en lokal stolthed i en given by i Struer Kommune og sætter lyd til det. Den lokale stolthed kan sagtens findes via et åbent spørgsmål på sociale kanaler.

Det gør vi ud fra formlen:

LOKAL STOLTTHED + **LYDENS BY** = **KAN DU HØRE DET?**

Se eksempler på aktivering
af den Kreative Krog

KAN DU HØRE DET?

Det er lyden af vinterbadning i Bremdal




STRUER
LYDENS BY

KAN DU HØRE DET?

Det er lyden af brunst i Klosterheden



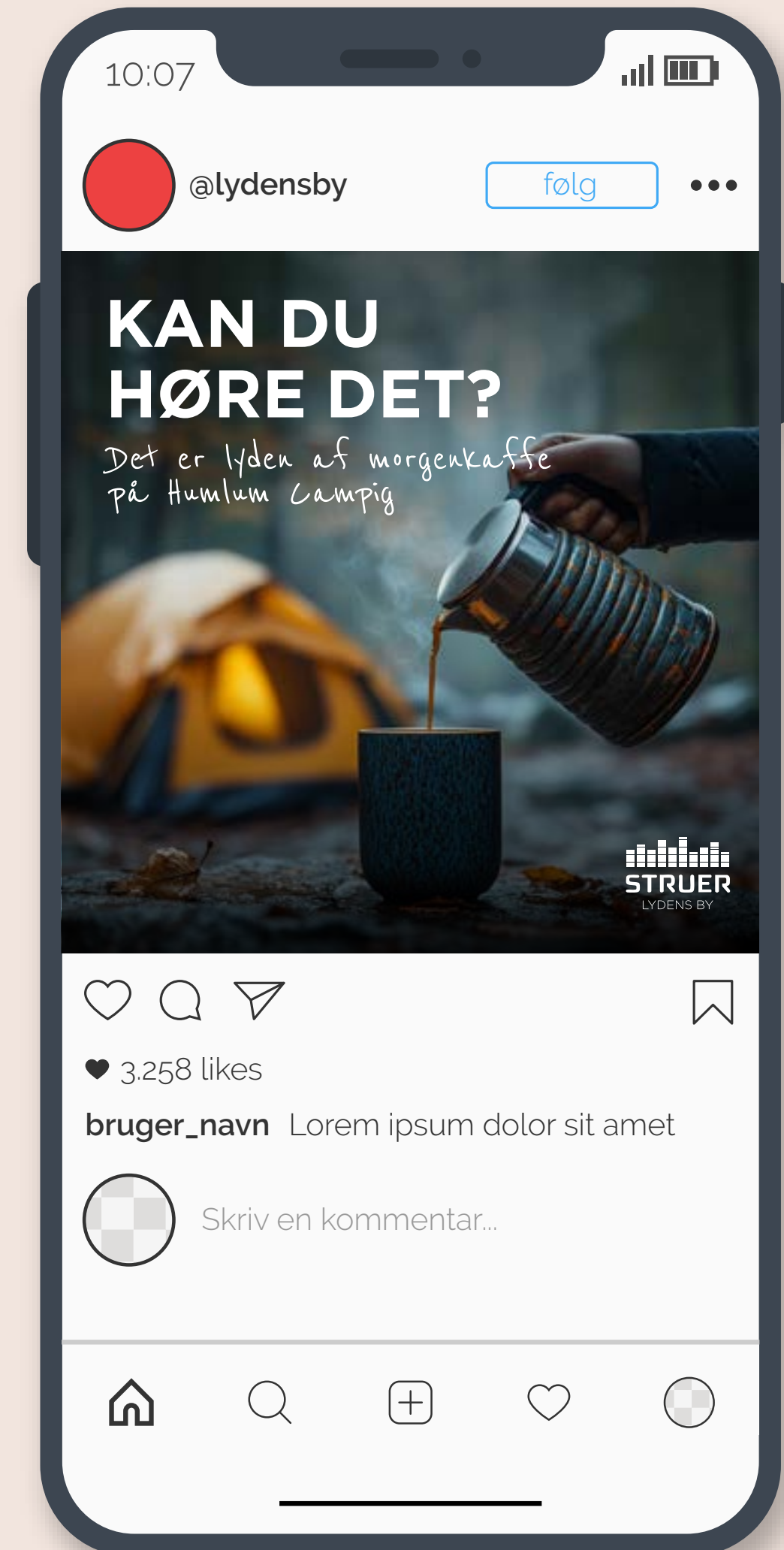
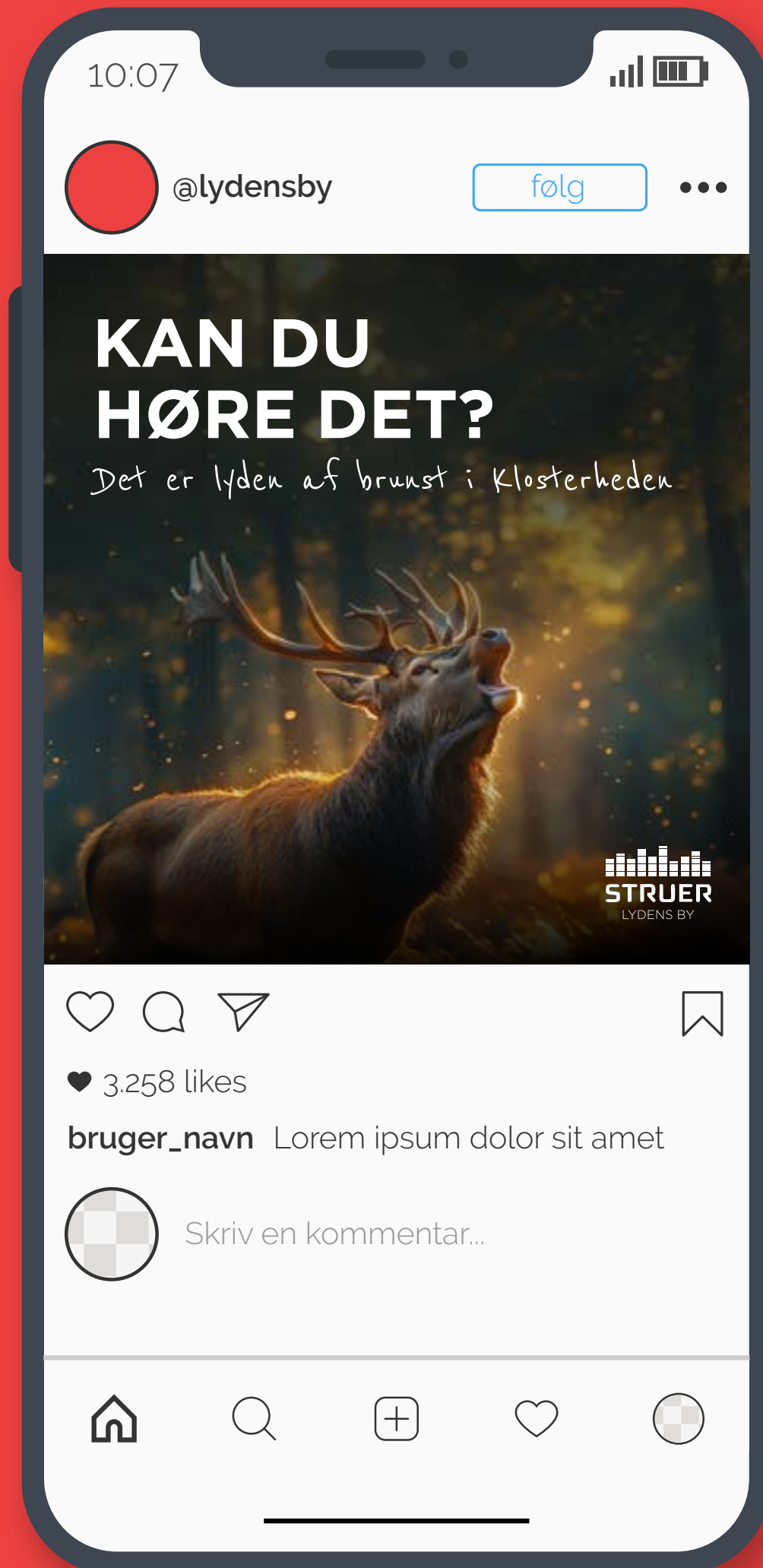

STRUER
LYDENS BY

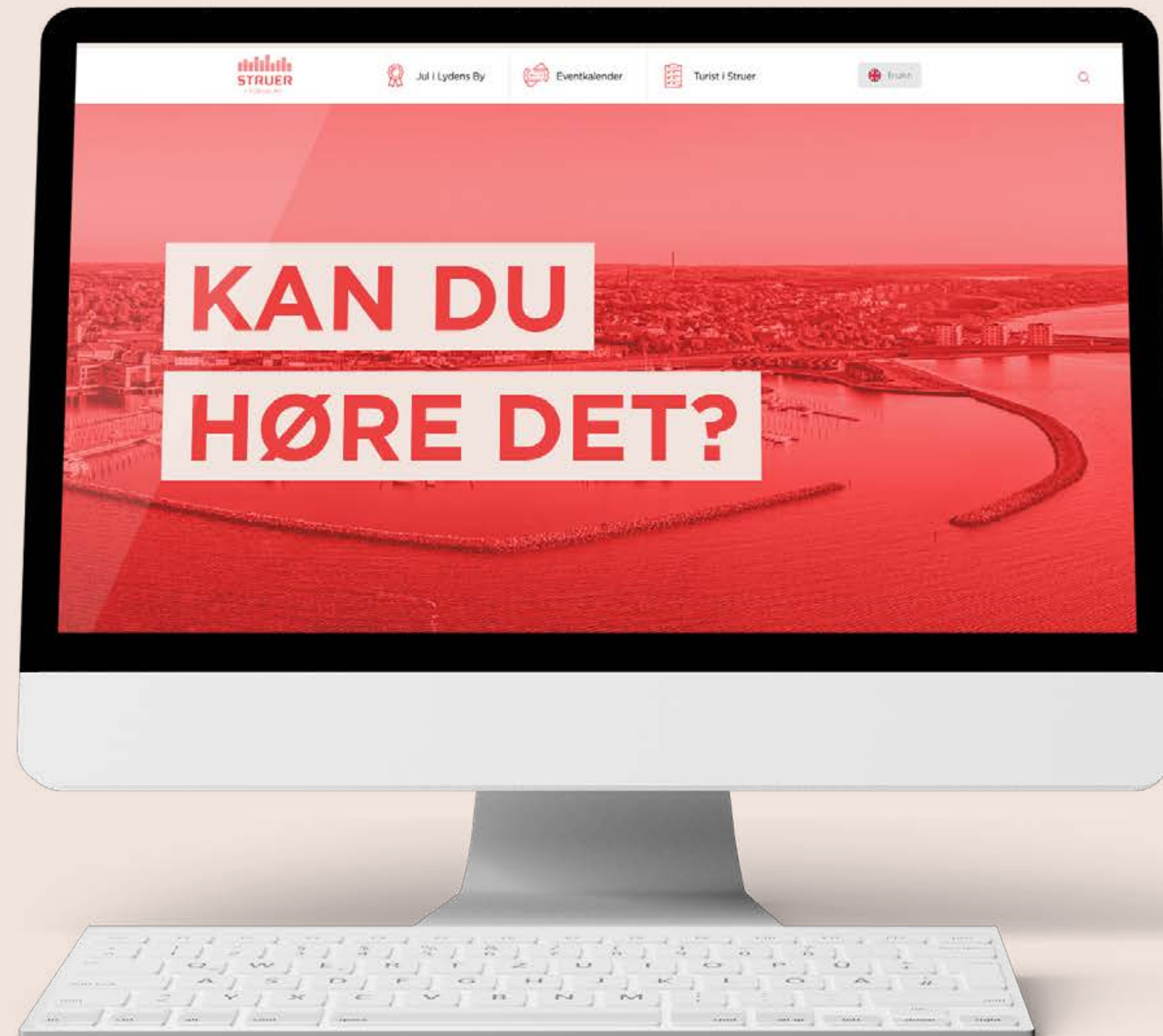
KAN DU HØRE DET?

Det er lyden af morgenkaffe på Humlum Camping



STRUER
LYDENS BY







KAN DU HØRE DET?

Det er lyden af gastronomi




STRUER
LYDENS BY

KAN DU HØRE DET?

Det er lyden af 21-5, 21-11 i Langhøjhallen




STRUER
LYDENS BY

SÅDAN SKABER VI EN FÆLLES KOMMUNIKATIONSINDSATS

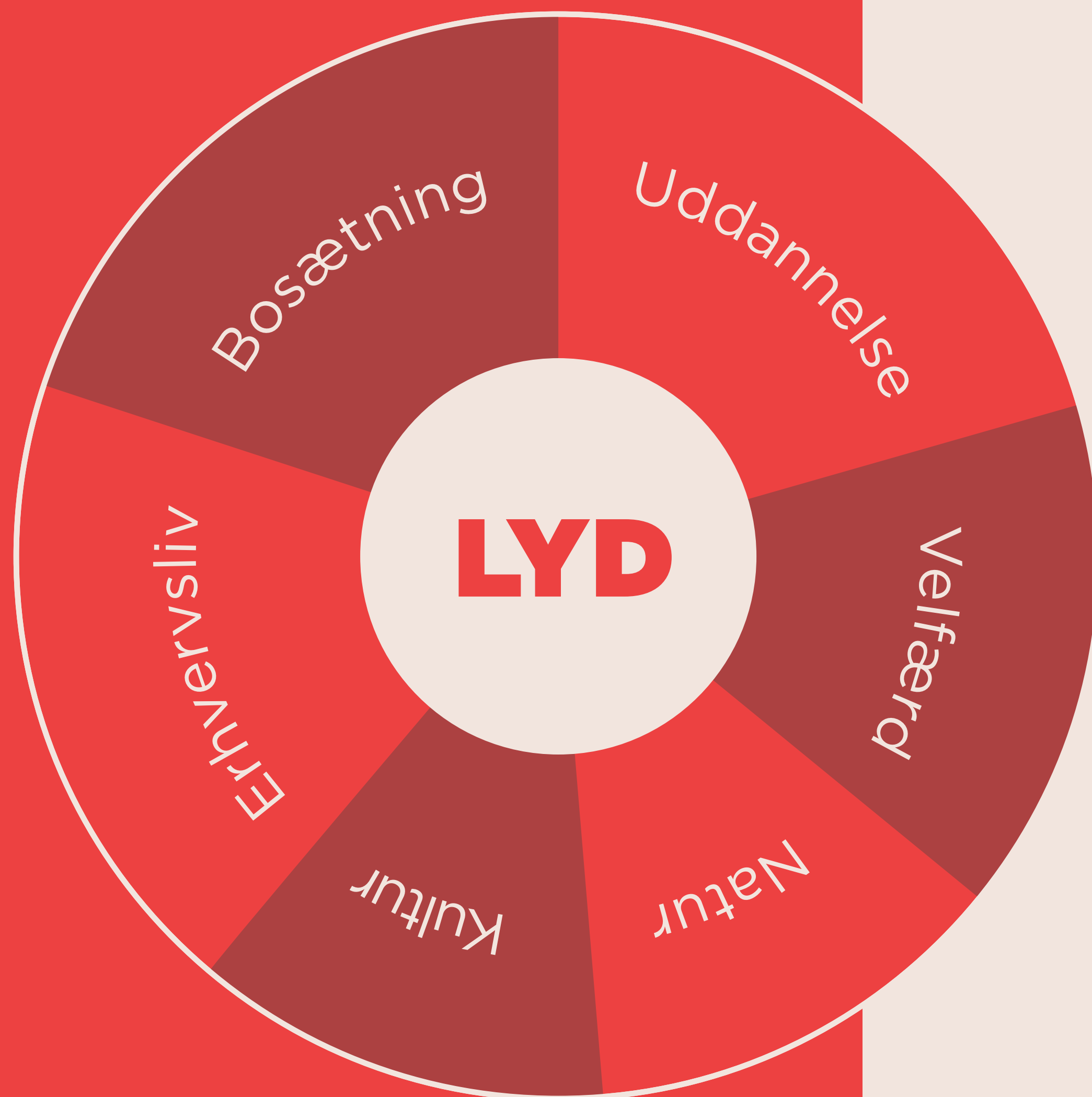
Den altoverskyggende grund til, at Lydens By eksisterer, er for at skabe et place brand, der kan tiltrække tilflyttere og folk, der arbejder med lyd.

Den direkte forlængelse af brandet Lydens By er naturligvis lyd. Det er det unikke, der får os til at skille os ud fra mængden af andre kommuner, der kan tilbyde mange af de samme ting. Lydens By er derfor den oplagte kommunikationskanal for lydinitiativer og -historier.

Men det skal samtidig være hjemsted for kommunikation og fortællinger, der understøtter målet om at tiltrække nye tilflyttere til Struer Kommune. Det gør vi især med kommunikation og indhold inden for:

- Bosætning
- Uddannelse
- Erhvervsliv
- Natur
- Velfærd
- Kultur





KOMMUNIKATIONSPAKKE

Vi skal fra Branding Boardet i Lydens By gøre det så nemt som muligt for lokale aktører eller andre interessenter at kommunikere om et bestemt event, initiativ eller lignende, der bor i Lydens By.

Vi anbefaler, at der laves en kommunikationspakke til alle relevante parter, når det giver mening at gøre noget ekstra for et tiltag eller en historie. Det kunne være en koncert, et nyt kunstværk, en nyhed eller en børne- eller bilfestival – det handler om det gode kommunikationssamarbejde og at sørge for, at de rette budskaber og værdier om Lydens By kommer ud. Det kan vi styre ved at udarbejde et kit.

Det er vigtigt, at du som aktør selv tager ejerskab. Nedenstående liste er en inspiration til de elementer, du som aktør kan overveje til en given situation.

Kommunikationspakken kan indeholde:

- Pressemeddelelse / pressebrief
- Retning og forslag til SoMe-indhold
- Bud på et Kan du høre det?-kampagnetiltag
- Konkrete budskaber til den givne situation
- Kommunikationsplan
- Billedarkiv
- Fonte, logoer, skabeloner og andre visuelle elementer

