



**Bygdegårdarnas
Riksförbund**

Kommunikations- strategi

2023–2026

Antagen av förbundsstyrelsen 9 juni 2023

Innehåll

Inledning	3
Kommunikation riktad till allmänheten	4
Påverkansarbete	6
Medlemskommunikation	8
Avslutning	10

Inledning

Sammanfattning

Kommunikationsstrategin är uppdelad på tre områden:

- Kommunikation riktad till allmänheten
- Påverkansarbete
- Medlemskommunikation

Grunden för strategin inom de olika områdena är visionsmålen med tillhörande effektmål som antogs vid förbundsstämman 2022.

Vision och visionsmål

”Bygdegårdarna samlar Sverige. Vi är en öppen folkrörelse med mötesplatser i hela landet. Vi har en ledande roll i att stärka bygden och dess människor – nu och i framtiden.”

Fyra visionsmål för 2023–2026 har antagits för att sträva mot visionen.

1. Bygdegårdsrörelsen är en välkänd och respekterad samhällsaktör.
2. Bygdegårdsrörelsen växer med engagemang i hela landet.
3. Bygdegårdarna är attraktiva, tillgängliga och hållbara allmänna samlingslokaler.
4. Bygdegårdarnas verksamhet når många målgrupper.

Syfte och mål med kommunikationsstrategin

Syftet med kommunikationsstrategin är att den ska fungera som en övergripande plan för hur riksförbundet kommunicerar. Kommunikationsstrategin ska stödja visionsmålen och hjälpa organisationen att uppnå effektmålen som är knutna till visionsmålen.

Kommunikationsstrategin är tagen av förbundsstyrelsen. Den ska vara känd av alla som arbetar på kansliet och användas som grund för förbundets kommunikation. De budskap, strategier och aktiviteter som tas upp i dokumentet är styrande för hur riksförbundets kommunikation utformas.

Kommunikation riktad till allmänheten

I **kommunikationen** som riktar sig till allmänheten kommunicerar förbundet främst som företrädare för **alla bygdegårdar**.

Kommunikationen till allmänheten syftar till att uppnå visionsmål 1 och 3 med tillhörande effektmål 1a och 3a.

Visionsmål 1

Bygdegårdsrörelsen är en välkänd och respekterad samhällsaktör.

Effektmål

1a. Att kännedomen om bygdegårdar har ökat hos allmänheten.

Visionsmål 3

Bygdegårdarna är attraktiva, tillgängliga och hållbara allmänna samlingslokaler.

Effektmål

3a. Att nyttjandet av bygdegårdarnas lokaler har ökat.

Målgrupper:

- Privatpersoner
- Föreningar
- Organisationer
- Företag

Huvudbudskap:

- Bygdegårdarna finns i hela landet.
- Bygdegårdarna kan hyras av alla med demokratisk värdegrund.
- Bygdegårdarna bjuder in till evenemang och aktiviteter.

Kanaler

Redaktionell press och media

För att göra bygdegårdarna kända hos allmänheten arbetar riksförbundet för att synas och höras i olika media. Förbundet skickar ett antal pressmeddelanden per år, mestadels lokalt och regionalt, men även nationellt. För bästa genomslag är det bra att ha en lokal eller regional vinkel på pressmeddelandena. Alla pressmeddelanden ska finnas tillgängliga i ett pressrum på webben.

Sociala medier

Sociala medier är ett bra verktyg för att visa upp bygdegårdsrörelsen gör genom att dela sådant som händer i olika bygdegårdar runt om i landet samt visa vilken samlande och positiv kraft riksförbundet är. Förbundet använder Facebook och Instagram.

Förbundet genomför betalda kampanjer i Meta (Facebook och Instagram) för att nå allmänheten och mottagare som inte redan följer våra sociala medier. Det kan till exempel vara kampanjer kring uthyrning.

Föreningshemsidor

För att bli kända för allmänheten och öka antalet uthyrningar erbjuds föreningarna en kostnadsfri hemsida via riksförbundet som de själva sköter och redigerar.

Förbundets hemsida

Förbundets hemsida ska ge en bra överblick över vad bygdegårdsrörelsen är och gör för en nyfiken allmänhet samt ge intressenter en god uppfattning om vad bygdegårdar gör och kan göra.

Medlemmarnas lokaler ska marknadsföras på lämpligt sätt via riksförbundets hemsida.

Annonser och kampanjer

Riksförbundet kan även använda sig av annonsering i andra relevanta medier för att öka allmänhetens kännedom om bygdegårdar.

Påverkansarbete

I **påverkansarbetet** kommunicerar förbundet främst som företrädare för **hela bygdegårdsrörelsen**.

Påverkansarbetet utgår från visionsmål 1 med tillhörande effektmål 1b och 1c.

Visionsmål 1

Bygdegårdsrörelsen är en välkänd och respekterad samhällsaktör.

Effektmål

1b. Att den offentliga finansieringen har ökat på såväl kommunal som regional och nationell nivå så att bygdegårdsrörelsen har bättre förutsättningar att ta en ledande roll i att stärka bygden och dess människor.

1c. Att bygdegårdarna omnämns i regionala styrdokument i alla landets regioner.

Målgrupper

Kulturutskottet, försvarsutskottet, Statens kulturråd, Svenska Filminstitutet, Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB), Boverket, Myndigheten för ungdoms- och civilsamhällesfrågor (MUCF), Sveriges kommuner och regioner (SKR), länsstyrelser och regioner

Huvudbudskap

- Vi är en hörnsten i Sveriges kulturliv.
- Vi är en del av den demokratiska infrastrukturen.
- Vi stöttar samhället i kris, särskilda händelser och totalförsvaret.
- Vi stärker landsbygders attraktionskraft.

Kanaler

Förbundets hemsida

Förbundets hemsida ska visa på bygdegårdsrörelsens bredd så att besökare kan få en bild av verksamhetens spännvidd och betydelse för samhället. Budskapen ska förmedlas i innehållet på hemsidan.

Uppvaktningar

Utskick och inbjudningar till personliga möten för att berätta om bygdegårdsrörelsen och hur rörelsen kan hjälpa till att lösa olika problem och utmaningar.

Remisser och skrivelser

Riksförbundet ska bevaka och svara på relevanta remisser samt inkomma med skrivelser i relevanta, aktuella politiska frågor.

Nationella konferenser

Riksförbundet kan när det finns resurser arrangera egna större publika konferenser med aktuella teman dit viktiga beslutsfattare och andra aktörer kan bjudas in.

Externa mässor och konferenser

Förbundet deltar vid utvalda mässor och konferenser som anordnas av externa parter såsom exempelvis Folk och Kultur, Landsbygdsriksdagen och Almedalen för att synliggöra vårt arbete och våra frågor och skapa kontakter med andra deltagare.

Debattartiklar

Förbundet skriver både egna debattartiklar till nationell media och debattartiklar som förmedlas regionalt via bygdegårdsdistrikten.

Medlemskommunikation

I **medlemskommunikationen** kommunicerar förbundet genom **informationsspridning** och **kunskapshöjande insatser**.

Medlemskommunikationen handlar främst om att uppnå visionsmål 2–4 med tillhörande effektmål:

Visionsmål 2

Bygdegårdsrörelsen växer med engagemang i hela landet.

Effektmål

- 2a. Att antalet föreningar anslutna till Bygdegårdarnas Riksförbund har ökat årligen och att vi finns i än fler kommuner.
- 2b. Att det ideella engagemanget i bygdegårdsrörelsen har ökat.
- 2.c Att fler föreningar och distrikt, liksom förbundet, har en plan för sitt förnyingsarbete.

Visionsmål 3

Bygdegårdarna är attraktiva, tillgängliga och hållbara allmänna samlingslokaler.

Effektmål

- 3a. Att nyttjandet av bygdegårdarnas lokaler har ökat.
- 3b. Att fler föreningar har genomfört årlig genomgång av fastigheten.
- 3c. Att fler föreningar vidtagit åtgärder för att utveckla sitt miljö- och klimatarbete.

Visionsmål 4

Bygdegårdarnas verksamhet når många målgrupper.

Effektmål

- 4a. Att fler föreningar har gjort insatser för att nå nya målgrupper.
- 4b. Att det genomförs återkommande barn- och ungdomsaktiviteter i fler bygdegårdar.
- 4c. Att det genomförs återkommande kulturaktiviteter i fler bygdegårdar.

Målgrupper

- Befintliga medlemmar och bygdegårdsdistrikten
- Presumtiva medlemmar

Huvudbudskap

- Vårda era hus och arbeta aktivt med uthyrning och arrangemang.
- Agera inkluderande och var tillgängliga – var stolta över det ni gör.
- Riksförbundet är en nod som samlar kunskaper, kompetensutvecklar och skapar utrymme för erfarenhetsutbyte.

Kanaler

Förbundets hemsida

Förbundets hemsida ska tillhandahålla information, exempel, mallar, tips och råd som är relevanta för medlemmarna inom olika områden.

På förbundets hemsida ska det finnas en enkel, synlig väg för de som vill bli medlemmar i riksförbundet.

Sociala medier

Förbundet har startat Facebook-gruppen Bygdegårdsaktiva där medlemmarna kan publicera egna inlägg, dela med sig av erfarenheter och ställa frågor till varandra. Gruppen ska inte vara en megafon för riksförbundet.

Youtube

På Youtube samlar riksförbundet främst inspelade webinarier och instruktionsfilmer för redigering av föreningshemsidor. Dessa visas i regel även på någon sida på förbundets webbplats.

Tidskriften Bygdegården

Tidskriften, som kommer ut fyra gånger per år, ska kännas fräsch och vara relevant och läsvärd även för personer som inte är aktivt engagerade i bygdegårdsrörelsen, men ha sin grund i vad bygdegårdarna gör, står för och bidrar med.

Nyhetsbrev och Filemaker-utskick

Förbundet skickar regelbundet nyhetsbrev med information till föreningarna och distrikten. Nyhetsbreven ska förmedla sådant som är nytt hos förbundet, exempelvis material, händelser, beslut, utbildningar.

Filemaker-utskick används för att nå ett mindre urval av mottagare med riktad information, exempelvis inbjudningar till utbildningar, kurser och webinarier samt enkäter.

Distrikten

Bygdegårdsdistrikten är både en egen aktör och en kanal för riksförbundet. De har egna hemsidor genom förbundet där de kan kommunicera sådant som är specifikt deras medlemmar och gör även egna utskick. De förmedlar också vidare information från förbundet och har en närmare kontakt med bygdegårdsföreningarna i sina distrikt.

Egenarrangerade konferenser, kurser och webinarier

Riksförbundet arrangerar kurser, utbildningar, träffar och seminarier, både digitalt och fysiskt, i aktuella ämnen för att erbjuda uppdaterade kunskaper och erfarenhetsutbyte för både föreningar och distrikt. Den våg av stärkta kunskaper inom digitala möten som kom under coronapandemin har skapat stora möjligheter för riksförbundet att möta sina medlemmar direkt.

Avslutning

Bygdegårdarnas Riksförbunds kommunikation ska förmedla samhällsnyttan med bygdegårdar externt för att visa på att de stöd och bidrag vi får gör stor skillnad för människor. Vi har stort fokus på kultur, demokratisk infrastruktur, service, krisberedskap och totalförsvar. Viktigt är även bygdegårdarna som samlande kraft och nav i bygden – bygdegårdar är gemenskap, möten, aktivitet och inkludering.

Förbundet bedriver ett aktivt påverkansarbete gentemot beslutsfattare, myndigheter andra offentliga organ för att skapa goda förutsättningar för bygdegårdsföreningar i hela landet.

För riksförbundets medlemmar ska förbundet sprida information och göra kunskapshöjande insatser inom viktiga områden som föreningarna berörs av. Förbundet ska bevaka sina medlemmars intressen och vara snabba att reagera i frågor som påverkar föreningarna.