



**Kulturvern**  
*forbundet*

# KULTURVERNFORBUNDETS KOMMUNIKASJONSSTRATEGI

Oppdatert januar 2021

---

## **INNHOLD**

1. Innledning
  2. Overordnede prinsipper for kommunikasjon i Kulturvernforbundet
  3. Målgrupper
  4. Kommunikationsområder:
    - Generell omdømmebygging
    - Politisk kommunikasjon
    - Digital kommunikasjon
    - Pressearbeid
    - Medlemskommunikasjon
    - Visuell kommunikasjon
  5. Organisering av kommunikasjonsarbeidet
    - Ansvarsavklaring
    - Retningslinjer for mediekontakt
-

# 1. Innledning

Norges Kulturvernforbund er en paraplyorganisasjon for (frivillige) organisasjoner som arbeider innenfor områdene historie og kulturminnevern. Kulturvernforbundets vedtekter definerer følgende hovedmål for virksomheten:

- Styrke kulturvernets rolle i norsk samfunnsliv.
- Øke kjennskapen og interessen for historie og kulturvern.
- Støtte arbeidet for registrering, innsamling, vern, bruk og formidling av kulturminner.
- Bedre rammevilkårene for kulturvernet.

Kulturvernforbundet skal gjennom vår kommunikasjon med omverdenen og interne målgrupper vise at vi tar vare på våre medlemsorganisasjoners interesser. Vi skal være aktive forkjempere for kulturvernets status i samfunnet og legge til rette for at flere vil melde seg inn i våre medlemsorganisasjoner og ta aktivt del i vårt kulturvernarbeid.

For å oppnå våre hovedmål er det viktig å jobbe strategisk og målrettet med kommunikasjon og formidling. Kommunikasjonsstrategien må betraktes som et strategisk verktøy forankret i styret og årsmøtet. For å sikre at strategien følges opp skal det lages årlige kommunikasjonsplaner for det operative kommunikasjonsarbeidet i organisasjonen.

## 2. Overordnede prinsipper for kommunikasjonen

For å kunne kommunisere effektivt og i tråd med våre mål er det nødvendig å etablere noen grunnleggende prinsipper for all kommunikasjon i Kulturvernforbundet, uavhengig av kanal, målgruppe og budskap. Følgende prinsipper gjelder for all vår kommunikasjon:

- Åpenhet mot omverdenen, medlemmer, samarbeidspartnere, publikum og media.
- Helhetlig og koordinert kommunikasjon.
- Respekt for medlemsorganisasjonenes selvstendighet og ulike kulturer og organisasjonsformer.
- Tilpasset kommunikasjon rettet mot definerte målgrupper.
- Aktiv bruk av nye teknologiske plattformer for kommunikasjon.

## 3. Målgrupper

Kulturvernforbundet henvender seg til mange forskjellige aktører i sin kommunikasjon, disse har ulikt behov for informasjon fra Kulturvernforbundet. Det kan være hensiktsmessig å skille mellom interne og eksterne målgrupper når kommunikasjonsiltak skal bestemmes. I denne

sammenhengen bruker vi 'intern' i utvidet betydning, om målgrupper med en direkte forbindelse til Kulturvernforbundet

Interne målgrupper:

- Medlemsorganisasjonene med deres tillitsvalgte og ansatte sentralt.
- Lokallag og regionale ledd i medlemsorganisasjonene.
- Aktive kulturminnedagsarrangører.

Eksterne målgrupper:

- Kulturverninteresserte på grasrotnivå.
- Media.
- Myndighetsorganer med ansvar mot kulturvern.
- Samarbeidspartnere innen det offentlige og private.
- Potensielle kulturminnedagsarrangører.

## 4. Kommunikasjonsområder

At de overordnede prinsippene for kommunikasjonen følges er en forutsetning for å styrke Kulturvernforbundets generelle omdømme. Videre er det viktig å være tilstede der kulturverninteresserte, medlemmer og beslutningstakere er, for å fronte kulturvern generelt og bygge kjennskap til Kulturvernforbundet og medlemsorganisasjonene. Det mer operative kommunikasjonsarbeidet i Kulturvernforbundet kan deles inn etter følgende arbeidsområder

### **Medlemskommunikasjon**

Ansatte og tillitsvalgte i medlemsorganisasjonene er en prioritert målgruppe for vår kommunikasjon. Vi skal hele tiden fokusere på informasjonstiltak som er spesielt tilpasset disse. Vi skal også i størst mulig grad være tilstede på organisasjonenes årsmøter og andre arenaer hvor vi møter organisasjonene for å sikre en tett kontakt med medlemmene.

### **Politisk kommunikasjon**

Norges kulturvernforbund er i stadig kontakt med ulike offentlige myndigheter, både av formell og uformell art. I vår kontakt med myndigheter og forvaltning skal vi alltid ha som førende prinsipp at vi først og fremst taler medlemsorganisasjonenes sak. Kulturvernforbundets egeninteresser skal komme i annen rekke.

### **Pressearbeid**

Kulturvernforbundet skal være en tydelig stemme i det offentlige ordskiftet om kulturminnevern, kulturarv og kultur- og frivillighetspolitikk generelt. Sekretariatet må på en systematisk måte bygge et kontaktnett med relevante journalister og redaksjoner og fremme saker av medlemmenes interesse i media. I vårt mediearbeid skal vi prioritere de mest relevante mediene for vårt arbeidsområde og medlemsorganisasjonenes publikasjoner. Vi skal også overvåke og analysere omtale av kulturvern og medlemsorganisasjonene i media.

### **Digital kommunikasjon**

Kulturvernforbundet skal være tilstede og synlig i de kommunikasjonskanalene våre medlemmer og andre interessenter bruker. Vi skal også ta i bruk og fronte relevante digitale plattformer for kulturvern faglig dokumentasjon og formidling. Det er viktig at vi stadig er oppdatert på aktuelle digitale kanaler og verktøy, og skaffer oss kunnskap om bruken av dem blant våre ulike målgrupper. Når vi tar i bruk nye medier skal valg og kanal og budskapsutforming være tilpasset hvilken målgruppe vi henvender oss til.

### **Visuell kommunikasjon**

En gjennomført visuell profil gir gjenkjennelseeffekt og er med på å skape en tydelig identitet for vår organisasjon. For å framstå som profesjonelle og troverdige er det derfor viktig å inkludere visuell kommunikasjon i vår kommunikasjonsstrategi. Vi skal presentere oss med et helhetlig og konsekvent visuelt uttrykk på nett og trykt materiell, og alt profilmateriell skal være basert på vår gjeldende grafiske manual. Logoen skal brukes i alle sammenhenger det er naturlig.

## **5. Organisering av kommunikasjonsarbeidet**

Det er viktig med klare retningslinjer og tydelig ansvarsfordeling for at kommunikasjonsarbeidet skal fungere godt. Ansvar for det operative kommunikasjonsarbeidet i Kulturvernforbundet ligger hos forbundets sekretariat, fordelt på generalsekretær og øvrige ansatte etter avtale. Kommunikasjonsarbeidet skal forankres i informasjonsfaglig utvalg, og styret skal til enhver tid være orientert om arbeidet. Kulturvernforbundets sekretariat må også holde seg orientert om, og gi innspill til, de enkelte medlemsorganisasjonenes kommunikasjonsarbeid.

### **Retningslinjer for mediekontakt**

Kulturvernforbundets overordnede kommunikasjonsprinsipper skal også gjelde i kontakt med media. I alle saker hvor media er involvert er det viktig med god intern kommunikasjon og fortløpende informasjon, uavhengig av hvem som håndterer saken. For å unngå uklar kommunikasjon er det nødvendig med retningslinjer for hvordan innkommende saker skal håndteres, og mediearbeidet må for øvrig baseres på en klar forståelse av roller og ansvarsdeling mellom styreleder, generalsekretær og informasjonsansvarlig i sekretariatet. Informasjonsansvarlig har ansvar for å følge opp innkommende henvendelser, lage intervjuavtaler og ellers ha oversikt over mediearbeidet. Vedkommende må derfor til enhver tid holdes orientert om styreleder, generalsekretær eller andre i forbundet har vært i kontakt med media, og rapportere om pågående aktiviteter. Som hovedregel er det generalsekretær som uttaler seg på vegne av Kulturvernforbundet i offentligheten om saker av faglig eller politisk karakter. Informasjonsansvarlig kan i mindre saker uttale seg om faktabaserte forhold, og i enkelte større og/eller viktige saker bør styreleder fronte forbundet.