

Länsteatrarnas Kommunikationsstrategi & Kommunikationsplan 2012-2015

Marcus Hellsten, Thomas Tegnér, Ulrika Åström och
Linde Sjöstedt



Länsteatrarnas vision

Länsteatrarna är en stark nationell kulturpolitisk aktör för den professionella regionala scenkonsten i hela landet.



Länsteatrarnas Mål 1



Att genom Länsteatrarna skapa en nationell plattform för den regionala scenkonsten genom att

- *utveckla en aktiv omvärldsanalys*
- *utveckla en kommunikationsstrategi*
- *utveckla en kulturpolitisk strategi*
- *utveckla relationer till forskning och utbildning*
- *bygga nordiska, europeiska och internationella nätverk*

Länsteatrarnas Mål 2



Att utveckla Länsteatrarna till en stark och tydlig aktör på den nationella kulturpolitiska arenan genom att

- *synliggöra medlemsteatrarna, scenkonsten och dess utveckling*
- *stärka medlemsteatrarna i samverkansmodellen*
- *representera medlemmarna i strategiska forum*
- *skapa möten mellan teatrarna och angelägna aktörer*

Länsteatrarnas Mål 3



Att utveckla Länsteatrarna till en än mer angelägen medlemsorganisation genom att

- *stödja medlemmarna till att vara en dynamisk, utmanande och obunden kraft med yttrandefriheten som grund*
- *skapa mötesplatser för erfarenhetsutbyte och utvecklingsarbete*
- *erbjuda kompetensutveckling*

Länsteatrarnas kommunikationsstrategi

1. Analys
2. Målgrupper
3. Kommunikationens mål
4. Budskap



1. Analys

Var står vi idag?

Länsteatrarna står inför ett vägval. Att finnas kvar som en intern medlemsorganisation utan nationell status eller utveckla organisationen till att kunna uppfylla målen och uppnå visionen.

Vilken är utmaningen?

Vi är i behov av ett nytt avstamp, skapa en avsändare med högre status, vi bör kommunicera ett tydligt budskap samt skapa starka aktiviteter. På nationell nivå synliggöra och stärka den regionala scenkonsten.

För vilka av våra mål kan kommunikation spela en avgörande roll?

Mål 1 & Mål 2

Vad finns det för möjligheter?

Viljan från medlemmarna att den nationella organisationen ska uppfylla målen och uppnå visionen.

Vad finns det för hot?

Länsteatrarnas svaga ekonomi och organisation. Medlemmarnas oförmåga att skilja mellan regional och nationell verksamhet. Oengagemang bland medlemmarna.

2. Målgrupper

- *Nationella och regionala politiker*
- *Nationella myndigheter och kulturpolitiska aktörer*
- *Scenkonstaktörer*
- *Media*
- *Länsteatrarnas medlemmarna*



3. Kommunikationens mål



Vad vill vi åstadkomma med kommunikationen? Vad ska den leda till?

Att Länsteatrarna utvecklar en nationell plattform för den regionala scenkonsten och blir en stark och viktig aktör på den nationella kulturpolitiska arenan.

Vad ska målgruppen veta/tycka/göra?

Länsteatrarna ska alltid ses som en självklar och viktig instans för frågor rörande den regionala scenkonstens utveckling i Sverige.

4. Budskap

Länsteatrarna är en nationell organisation för den svenska regionala scenkonsten. Dess medlemmar står för den regionala scenkonstens utveckling i hela landet och är tillsammans den största aktören inom scenkonstområdet i Sverige.



Länsteatrarnas Kommunikationsplan

1. Avstamp och nytt fokus
2. Högre status
3. Tydligt budskap
4. Aktiviteter



1. Avstamp & nytt fokus

- Namnbyte
Svenska Regionteatrarna
Regionteatrarna i Sverige
- Ny logga & grafisk profil



2. Högre status

- Att stärka Länsteatrarna nationellt
- Att stärka den regionala scenkonstens status genom att på nationell nivå synliggöra medlemmarnas verksamheter och dess betydelse.
- Att tydligare etablera vår roll i strategiska forum
- Utveckla en kulturpolitisk strategi
- Externt och intern skapande av ett VI för alla 19 teatrarna



3. Tydligt budskap

- *Länsteatrarna är en nationell organisation för den svenska regionala scenkonsten. Dess medlemmar står för den regionala scenkonstens utveckling i hela landet och är tillsammans den största aktören inom scenkonstområdet i Sverige.*



4. Aktiviteter

- 1- 2 pressmeddelande /år
- 8 Nyhetsbrev utifrån 8 teman
- Uppvaktningar
- Seminarier
- Medlemsmöten
- Ökad delaktighet på strategiska möten
- Fokusfrågor 2013, 2014, 2015

