

## Kommunikationsstrategi 2018-2021

### Inledning

RUM anser att barn och unga har nytta av att musicera tillsammans. Vår organisations verksamhet är ämnad att uppfylla det syftet. Vår kommunikation har till syfte att ge vår verksamhet största möjliga genomslagskraft.

Denna kommunikationsstrategi anger de målgrupper, budskap och mål för kommunikationen som RUM ska prioritera.

RUM ska föra ut sitt budskap aktivt. Detta innebär att vi genomför aktiviteter för att få våra målgrupper att lyssna. Vi vill att mottagarna ska ge oss plats i deras liv och vi skaffar oss uppmärksamhet. Vi stimulerar till möten. Vi är visuella i våra utskick. Vi använder våra ideella krafter för att engagera många i att sprida budskapet aktivt.

Det primära budskapet för RUM:s kommunikation är att musicerandet ger mervärden för livet och att de aktiviteter RUM anordnar som organisation syftar till att ge fler barn möjlighet att delta i det svenska musiklivet.

RUM:s huvudbudskap under perioden är: "Musik är livsglädje"

RUM stärker sin förmåga att kommunicera genom moderna kanaler: video, interaktiv video och sociala medier.

### Denna kommunikationsstrategi omfattar som syftar till

- att uppfylla RUM:s vision och strategi
- att förmedla RUM:s musikpolitiska vision
- att upplysa om RUM:s administrativa rutiner och organisationsnyheter

## 1 Hjälp för kommunikation

Kommunikationsstrategin finns till för att hjälpa alla som kommunicerar för RUM:s räkning att agera på ett samlat och enhetligt sätt. Vår kommunikation fyller flera syften. För vissa är RUM som organisation okänd. För andra är bilden av RUM inte den vi vill att vi ska ha. Genom klar och tydlig kommunikation vill vi förändra och etablera vår bild av vad RUM är och vad vi vill.

Kommunikationsstrategin arbetar vi efter under en flerårsperiod. Att budskapet är enhetligt räcker inte. Kommunikation kräver konsekvens och långsiktighet, särskilt när våra medel för att nå ut är begränsade.

### Vad ska känneteckna RUM?

RUM är en barn- och ungdomsorganisation med fokus på musicerande. Det är viktigt för barn och unga att få musicera tillsammans. RUM uppfattas som en engagerad och professionell arrangör av musikaktiviteter för barn och unga. RUM upplevs som en trovärdig och relevant källa för argument för musicerandets betydelse för barns och ungas sociala och kulturella utveckling.

### Huvudbudskap: Musik är livsglädje

Att kunna musicera tillsammans är nyckeln in till en hel värld av upplevelser som är unik och oersättlig. Att musicera tillsammans ger tillfälle både till social och till kulturell utveckling. Musicerandet möter ett starkt behov vi har som mänskliga varelser att bli bekräftade.

För medlemmar är RUM en port in i den världen. För omvärlden är våra medlemmar de lyckligaste barn och unga Sverige har på grund av deras musicerande, och för alla som vill bidra till detta är RUM en naturlig partner. Vårt huvudbudskap är därför

#### **Musik är livsglädje**

Detta är det första vi vill att människor som hör "RUM" ska tänka på.

### Värdeord

Vår kommunikation kännetecknas och genomsyras av engagemang, utveckling, gemenskap, inspiration, spelglädje, möjligheten att påverka och medlemsnytta.

## 2 Uppfylla RUM:s vision och strategi

### 2.1 Medlemmar 12-15 år

Medlemmar 12-15 år är RUM:s viktigaste målgrupp. Det är under de åren som de första livslånga intressena grundas. Det är under de åren som många omvärderar sina fritidssysselsättningar och väljer nytt eller väljer bort. RUM:s budskap till dessa personer är att det finns ett värde med att fortsätta musicera. Mål och medel bestäms i varje årsplan.

Videofilmer läggs upp på RUM:s YouTube-kanal. YouTube-kanalen är också primärt riktad till den yngre publiken. Genom innehållet i dessa båda strömma vill vi skapa en vi-känsla bland unga musikanter – en gemenskap som alla ska vilja vara kvar i.

Markörer som "Rummie"-märken och liknande enklare profilprodukter används för att skapa en RUM-identitet. Diplom och andra mindre belöningar används som uppmuntring till fortsatt musicerande.

### 2.2 Ännu inte engagerade unga 16-25 år med musikintresse

En ideell organisation som RUM står och faller med sina funktionärer. RUM:s budskap till unga som nått gymnasieåldern är att det finns massor att vinna på att engagera sig inom RUM. Det finns möjlighet att utvecklas som människa, som ledare och som administratör, och en möjlighet att få en stabil grund i föreningslivet. Inget är så roligt som att arbeta för en hjärtefråga och för oss unga musikanter är musicerande hjärtefrågan.

RUM kommunicerar med denna målgrupp främst genom fysiska möten med andra unga i samma ålder. Möten kan vara kurser eller seminarier som engagerar, eller i vissa fall, som täcker ett kunskapsbehov vi behöver fylla i RUM.

Affischering, facebook-reklam och musiklekturer är kanaler för att få kontakt. Facebookgrupper används för att hålla intresset igång mellan möten.

Profilprodukter används för att etablera RUM i ungas vardag. Produkterna ska därför vara av praktisk karaktär som kan användas i vardagen.

### 2.3 Kulturskolechefer, lärare, blivande lärare och ledare

De som verkar eller kommer att verka inom kulturskolan är prioriterad målgrupp för RUM, eftersom de i sin vardag står i kontakt med och kommer att stå i kontakt med många av RUM:s medlemmar. Engagerade chefer, lärare och ledare ger ett bättre genomslag för RUM:s kommunikation i övrigt.

RUM kommunicerar med denna målgrupp primärt genom facebookflöde och regelbundna nyhetsbrev. Ambitionen bör vara att det mesta innehållet ska vara användargenererat. RUM ska ha en redaktör som ser till att hålla flödet igång samt håller sändlistan uppdaterad. Utrymme köps i lärarfackens tidningar.

Särskilda aktiviteter anordnas för musikhögskolestudenter.

Profilprodukter av vardagskaraktär används även för denna målgrupp för att få RUM närvarande.

## **3 Förmedla den musikpolitiska visionen**

### **3.1 Beslutsfattare i samhället**

Kultur och musik bärs upp av ett omfattande samhällsstöd. För att fler barn och unga ska få tillgång till denna fantastiska värld av musik, så krävs det att samhällets stöd försvaras och utvecklas. Därför är de som beslutar om kulturpolitik, ungdomspolitik och politiken för det civila samhället viktiga att kommunicera med för RUM. Det kan vara politiker på kommunal, regional eller statlig nivå eller tjänstemän i kommunala förvaltningar, myndigheter och departement.

RUM kommunicerar med denna målgrupp främst genom fysiska möten. På lokal och regional nivå sker det främst genom medlemsföreningar och distrikt. RUM ser till att alla förtroendevalda har en grundläggande kunskap om hur kontakter kan etableras med beslutsfattare och vad som kan sägas vid möte med politiker.

Även insändare, debattartiklar, och namninsamlingar kan användas för att väcka opinion.

### **3.2 Media**

Media har en position som prioriterad målgrupp. RUM har en ambition att förändra samhället så att det blir mer anpassat för musicerande. RUM väljer sina mediekontakter med omsorg och prioriterar tillfällen då ett stort genomslag kan förväntas.

RUM kommunicerar med denna målgrupp främst genom pressmeddelanden inför större evenemang.

## 4 Upplysa om administrativa rutiner och organisationsnyheter

### 4.1 Lokala verksamhetsledare

Lokala verksamheterna är de som leder de faktiska aktiviteterna på dag- eller veckobasis. Det är främst dirigenter och andra ensembleledare, lärare osv. Dessa personer har den bästa kontakten med medlemmarna och de är också vanligen avgörande för om en grupp väljer att gå med i, eller lämna RUM.

RUM kommunicerar med denna målgrupp främst genom facebookflöde och nyhetsbrev. RUM ska ha en redaktör som ser till att hålla flödet igång samt håller sändlistan uppdaterad.

### 4.2 Förtroendevalda i föreningar

Att bli förtroendevald i en medlemsförening är ofta det första engagemanget en person har för RUM. Det är därför viktigt att dessa personer känner sig välkomnade och omhändertagna, särskilt vid osäkerhet om vad uppdraget innebär.

RUM kommunicerar med denna målgrupp främst genom facebookgrupper och nyhetsbrev. RUM tar rutinmässigt in information om styrelsernas sammansättningar.

Nyvalda föreningsordförande ska få ett telefonsamtal från kansliet där de välkomnas i uppdraget. Nyvalda föreningsordförande får också ett fysiskt infopaketer.

Distrikten informeras om nyvalda ledamöter.

### 4.3 Kontaktpersoner i föreningar

Föreningens kontaktperson är särskilt viktig för RUM. Det är genom kontaktpersonerna vi förmedlar hur föreningen ska uppfylla sina förpliktelser mot förbundet. Det är avgörande att kontaktpersonen är motiverad och har ett RUM-engagemang, och att kontaktpersonen för sitt uppdrag vidare så att det alltid finns någon för RUM att kommunicera med.

RUM kommunicerar med denna målgrupp främst genom facebookgrupper och nyhetsbrev. RUM tar rutinmässigt in information om vem som är kontaktperson.

RUM anordnar kontaktpersonsmiddagar för föreningarna i ett eller flera distrikt årligen. Det blir ett tillfälle att särskilt tacka dem som tar på sig denna viktiga syssla.

### 4.4 Förtroendevalda i distrikt

Distriktens förtroendevalda är fundamentet i organisationen. Det är som distriktsfunktionär som RUM-engagemanget tar fart på allvar. Det är främst distriktsfunktionärerna som utgör grunden för ideellt arbete på nationell nivå i olika arbetsgrupper, kommittéer och slutligen förbundsstyrelsen. RUM kommunicerar med denna målgrupp främst genom facebookgrupp och nyhetsbrev. RUM tar rutinmässigt in information om distriktsstyrelsernas sammansättning.

Nyvalda distriktsstyrelseledamöter ska få erbjudande att gå RUM:s utbildningar ämnade för distriktsfunktionärer.

Nyvalda distriktsordförande ska få ett samtal från förbundsordföranden där de välkomnas i uppdraget. Nyvalda distriktsordförande får också en särskild infodag på kansliet i Stockholm.

Distriktsfunktionärer bjuds in till en årlig träff i samband med MusikRUM.

På förbundsstyrelsens vägnar

Anna Edlund

Daniel Ingemarsson Wik

Följande handlingar har undertecknats den 29 augusti 2017



**Kommunikationsstrategi.pdf**

(122632 byte)  
SHA-512: 762d8e17ab197a8989a8920140dfb294dd8b5  
dd0d431eef9f6430fc7125184a9b2d91cde37c3fdb536  
829144910f7cf5ff545c2c7e0e86664493fa61e2c202a

Handlingarna är undertecknade av

2017-08-29 13:07:29 (CET)



**Anna Edlund**

anna@rum.se 198910106247  
90.227.140.204

Undertecknat med e-legitimation(Mobilt BankID)

2017-08-29 13:06:43 (CET)



**Daniel Ingemarsson Vik**

daniel@rum.se 199606175371  
81.230.205.139

Undertecknat med e-legitimation(Mobilt BankID)



Undertecknandet intygas av Assently



**Kommunikationsstrategi**

Verifiera äktheten och integriteten av detta kvitto genom att skanna QR-koden till vänster.  
Du kan också göra det genom att besöka <https://app.assently.com/case/verify/>

SHA-512: 05a74ec61af88248a7d8e1dca91a5c8801635d04e277199c18490f3b913  
cf424886b9908ffd7eda2e1869fa00384142344ed1dbd371840d38058a8ee49541574

**Om detta kvitto**

Dokumentet är elektroniskt undertecknat genom e-signeringsplattformen Assently i enlighet med eIDAS, Europaparlamentets och rådets förordning (EU) nr 910/2014. En elektronisk underskrift får inte förvägras rättslig verkan eller giltighet som bevis vid rättsliga förfaranden enbart på grund av att underskriften har elektronisk form eller inte uppfyller kraven för kvalificerade elektroniska underskrifter. En kvalificerad elektronisk underskrift ska ha motsvarande rättsliga verkan som en handskrivna underskrift. Assently tillhandahålls av Trust Combinator AB, org. nr. 556828-8442, Mäster Samuelsgatan 21, 111 44 Stockholm.