

Kulturföreningen Gimles Kommunikationsplan

Vem riktar sig kommunikationsplanen till?

Kommunikationsplanen omfattar organisationens samtliga kommunikativa aktörer och aktiviteter. Den gäller för riks, distrikt, kommunföreningar samt enskilda medlemmar.

Vår utgångspunkt

Gimles syfte beskriv som följande i riksstadgarna:

”Kulturföreningen Gimle är en demokratisk, kulturkonservativ, antirasistisk och partipolitiskt obunden förening. Föreningens syfte är att på ett positivt sätt synliggöra, levandegöra, stärka och försvara det svenska och nordiska kulturarvet samt att stärka den svenska och nordiska identiteten i Sverige.

Föreningen arbetar för att nå sina mål genom att bland annat arrangera sociala och kulturella träffar, evenemang, konserter och festivaler där det svenska och nordiska kulturarvet lyfts fram och levandegörs samt genom att i text och bild synliggöra och Lyfta den traditionella svenska och nordiska kulturen och identiteten.”

Dessa formuleringar i stadgarna är styrande för all verksamhet, och i förlängningen all kommunikation, som Gimle hänger sig åt. Det är dessa värderingar som kommunikationen ska främja.

Hur vi vill uppfattas

När utomstående ser oss vill vi att de ska se vår gemenskap och glädjen vi bär i vårt arbete. Vi vill att de ska känna att vi är genuina och välkomnande samtidigt som vi ägnar åt oss ett samhällsviktigt arbete.

Vår offentliga hållning är inte att attackera andra personer eller organisationer utan att lyfta oss själva och vår verksamhet. Vid oundkomlig kritik av andra personer eller organisationer är vi rättvisa och ödmjuka.

Vi vill att människor ska se att man kan känna sig del av Sverige och brinna för kulturarvet oavsett bakgrund, etnicitet eller social status. Hos oss är alla

välkomna. Vi vill även att utomstående ska veta att vi har högt i tak, och att vi är ett öppet forum för diskussion.

Målet är rekrytera fler medlemmar och därigenom sprida kunskap om svenskt kulturarv.

Vårt namn och logotyp

Vårt namn

Vårt officiella namn är Kulturföreningen Gimle. I tal och skrift använder vi dock endast "Gimle". Endast en föreningsordförande kan uttala sig i sin förenings namn. Detta innebär att bara dessa kan underteckna artiklar med "Gimle kultahult". Detsamma gäller riksstyrelsen. Övriga förtroendevalda ska underteckna artiklar med "befattning + Gimle kultahult".

Vår logotyp och vårt namn finns i olika varianter beroende på användningsområden. Typsnittet som används är IM FELL English (brödtext) och IM FELL English SC (Rubriker)

Logotyp

Detta är vår logotyp. Den används i tryckt material, dokument, presentationer och i grafiska designs.

Färg och position används olika beroende på vad som passar till det specifika användningsområdet.

Logga+gimle liggande



Logga



Logga+Kulturföreningen Gimle stående

KULTURFÖRENINGEN



Logga+gimle stående

Vem kommunicerar vad?

För att hålla fokus i vår kommunikation, samt undvika överlappningar och risk för dubbla budskap, har vi en etablerad rollfördelning i vår kommunikation.

Riksorganisationen

Riksorganisationen/riksstyrelsen kommunicerar angelägenheter som rör organisationen på riksnivå samt lokala händelser/berättelser/traditioner. Riksorganisationen är alltid vägledande kommunikativt för hela Gimle.

Distrikts- och kommunföreningar

Distrikts- och kommunföreningar kommunicerar angelägenheter som rör föreningens geografiska upptagningsområde. Det kan även omfatta saker som delvis kan kopplas till andra platser/händelser.

Enskilda medlemmar

Representanter för Gimle får använda Gimle logotyp. Om en representant uttrycker sig offentligt utan förankring hos riksorganisationen ska det vara tydligt att det är dennes privata åsikter.

Personer utan förtroendeuppdrag får inte använda Gimles logotyp eller representera Gimle utan riksorganisationens godkännande.

Framtagande av kommunikationsmaterial

Med kommunikationsmaterial menas allt material som bär Gimles namn och logotyp. Det omfattar allt tryckt och digitalt material samt profilprodukter.

Riksorganisationen tar fram kommunikationsmaterial som rör riksorganisationen samt i lokala frågor. Sådant material tillhandahålls av riksorganisationen till distrikts- och kommunföreningar.

Distrikts- och kommunföreningar har möjlighet att ta fram eget material som rör den egna föreningen och lokala frågor. Kommunikationsmaterialet ska i sådant fall tas fram i samråd med riksorganisationen. I de fall där formgivning sker

lokalt ska detta ske enligt vår grafiska profil, och godkännas av personer ur riksorganisationen innan tryck.

Enskilda medlemmar får inte producera kommunikationsmaterial i Gimles namn utan att det godkänts av riksorganisationen. Ansvarig för allt lokalt producerat material i en förenings namn är respektive ordförande.

Profilprodukter

Profilprodukter med Gimles namn och logotyp får endast tas fram av, eller i samråd med, riksorganisationen. Profilprodukter omfattar allt tryckt material utöver papper. Exempelvis T-shirts, pennor, roll-ups, vepor med mera.

Föreningarna på sociala medier

Samtliga föreningarna ska ha en Facebooksida för att publicera information om deras medlemsverksamhet och annat på gång i föreningen. Dessa inlägg kommer även delas sporadiskt av riks på sociala medier. Instagramkonton för lokalföreningarna är valfritt.

Föreningarna ska i största möjliga mån använda de officiella mallar för bilder, event och dylikt som publiceras på samtliga sociala medier. Mallar tas fram av riksstyrelsen. Liknande färger, mallar och filter ska användas för att skapa en igenkänningsfaktor i hela organisationen.

Våra kritiker

Med våra kritiker menar vi de som på ett eller annat sätt har en negativ inställning till Gimle. Det kan handla om alltifrån andra organisationer till enskilda privatpersoner som av olika anledningar inte gillar oss. Våra kritiker är en grupp som inte sällan har ett stort intresse av att försöka nå våra potentiella medlemmar för att prata ner oss. Deras argument mot oss handlar sällan om våra ståndpunkter, utan riktas snarare mot vår karaktär. Vårt förhållande till dessa kritiker är att vi behandlar dem sakligt, ödmjukt och med respekt. Vi behandlar dem som vi själva vill bli behandlade, och inte så som vi upplever att de behandlar oss.

Vi har också i åtanke att dagens “motståndare” mycket väl kan vara morgondagens medlemmar och sympatisörer.

Om media hör av sig

Om du som läser detta skulle bli kontaktad av media, är det viktigaste att komma ihåg att hantera situationen lugnt och behärskat. I ett sådant fall finns det

riktlinjer som du ska följa för att garantera att allt går bra till. Dessa riktlinjer gäller samtliga förtroendevalda och medlemmar.

Alla intervjuer kopplade till organisation, värderingar och annat kopplat till Gimle ska hänvisas till riksordförande. Föreningsordföranden kan också ta intervjuer, om det berör deras upptagningsområde eller individuella föreningsverksamhet. Övriga personer låter sig endast intervjuas om det berör dem personligen, annars ska det hänvisas till riksordförande eller annan i sammanhanget relevant person.

Om en journalist ringer har du ingen skyldighet att på rak arm svara på deras frågor. Istället bör du begära att motta frågorna på förhand, för att sedan ringa upp senare under dagen. Under tiden ska du kontakta en representant från riksstyrelsen. Dessa kommer att hjälpa dig hantera situationen, och om nödvändigt, förbereda dig på intervjun.

Bra eller dåligt – en mall

Allmän kommunikation

	bra	dåligt
Tänk igenom vem du talar till	X	
Avgör om du är rätt företrädare i aktuell fråga	X	
Se till att du använder ett politiskt språk du är bekant med	X	
Hålla en ilsken-, bitter- eller pessimistisk ton		X
Fundera över om det finns risk att du kan missuppfattas	X	
Kommunicera förbundets gemensamma syn på frågor	X	

Kontakten med media

	bra	dåligt
Vara trevlig och tillmötesgående	X	
Vara tydlig och saklig	X	
Hänvisa media till rätt person	X	
Följa riksstyrelsens riktlinjer för mediehantering	X	
Föra interna konflikter i media		X

Sociala medier

		bra	dåligt
Dela eller gilla innehåll	Som du själv inte läst		X
Dela eller gilla innehåll	Som riksorganisationen delar	X	

Dela eller gilla innehåll	Från väletablerade sidor	X	
Dela eller gilla innehåll	Som är inaktuellt eller irrelevant		X
Dela eller gilla innehåll	Som är aktuellt och/eller relevant	X	
Dela eller gilla innehåll	Från sidor du inte är säker på vem avsändaren är eller vad deras syfte är		X
Dela eller gilla innehåll	Från avsändare du är osäker på		X
Dela eller gilla innehåll	Från en etablerad avsändare med goda intentioner	X	

bra dåligt

Skriva kommentar	I affekt när du är upprörd		X
Skriva kommentar	Med argument du är osäker på		X
Skriva kommentar	Argumentera med en otrevlig ton		X
Skriva kommentar	Argumentera respektfullt och trevligt	X	
Skriva kommentar	Tro att det inte kommer användas mot Gimle		X
Skriva kommentar	Tro att du skriver som privatperson men är representant		X
Skriva kommentar	Tro att du är anonym		X
Skriva kommentar	Med respekt för andras infallsvinklar	X	

Problem- och krishantering

bra dåligt

Kontakta din lokala ordförande	X	
Kontakta någon från riksstyrelsen	X	
Föra interna konflikter i sociala medier		X
Låta sig provoceras av mediareportering		X

Kontakten med kritiker

bra dåligt

Vara trevlig och saklig	X	
Respektera meningsmotståndare	X	
Vara upprörd om ni inte håller med varandra		X
Avgöra om diskussionen är värd att ta	X	

Kontakten med potentiella medlemmar och sympatisörer – kampanj

bra dåligt

Vara lyhörd	X	
Fråga mottagaren vad denne är intresserad av	X	

Framför din egen åsikt istället för Gimles		X
Prata om ämnen du behärskar	X	
Visa den mångsidighet som finns inom Gimle	X	
Vara positiv och lösningsorienterad	X	

Samarbete med tredje part

Det finns en stor mängd organisationer och aktörer i Sverige som sysslar med kultur, debatt och (nationell) identitet på olika sätt. I ett sådant läge är det av yttersta vikt att vi är noggranna med vilka vi inleder samarbete med, då det kan innebära både för- och nackdelar.

Vad räknas som ”tredje part”?

- Föreningar
- Företag
- Fristående aktörer

Vad räknas som ”samarbete”?

- Sociala evenemang
- Föreläsningar
- Utbildningar/kurser
- Regelbunden marknadsföring av varandras evenemang på t.ex. sociala medier och via medlemsutskick

Risker

Vid en första anblick kan en utomstående aktör framstå som en meningsfrände, men som kanske har andra kopplingar eller åsikter som inte syns direkt och som står i konflikt med Gimles värderingar.

Det är väldigt lätt att ett enda fel beslut kan få långtgående konsekvenser, locka till sig fel typ av målgrupp, öppna upp för kritik som är svårt för Gimle att försvara sig mot, och i värsta fall göra Gimle sårbart för att ”kapas”.

Fördelar

Det finns även mycket att vinna på att samarbeta med andra aktörer. Ett lyckat samarbete bidrar till att utöka kontaktnätet, öppnar nya vägar och stärker vår legitimitet. Gimles unika ställning som en samlingsplats för konservativt sinnade kulturutövare innebär att ju fler samarbeten och kontakter vi stiftar inom kultursverige, desto mer visar det att vi är en kraft som behövs. Det bidrar även till att förbättra vår egen professionalitet och bilden av oss som en seriösa och kompetenta.

Vi bör därför sträva efter att alltid vara uppmärksamma på tillfällen att knyta till oss fler och bättre samarbetspartners.

Tydlighet

En annan aspekt på samarbete med utomstående är det rent kommunikativa. Det kan framstå som otydligt för utomstående huruvida det är Gimle som står som arrangör eller inte. Vi ska alltid ha i åtanke att Gimle ska framstå som en livskraftig organisation. Ifall många, eller kanske till och med en majoritet, av de evenemang som marknadsförs på våra kanaler inte har med oss att göra kan det uppfattas som att Gimle inte har någon egen verksamhet. Man bör därför vara återhållsam med att sprida evenemang som inte Gimle är involverat i.

För att säkerställa att vi inte gör fel beslut ska följande arbetsordning följas gällande samarbete med tredje part:

- Evenemang, föreläsningar, sammankomster etc. ska arrangeras i Gimles namn i så hög utsträckning som möjligt.
- Det ska tydligt framgå vem som är ansvarig för evenemanget (Gimle/Gimle tillsammans med annan aktör/utomstående).
- Vid samarbete med tredje part ska riksorganisationen meddelas och ge sitt godkännande till att samarbete inleds innan någon verksamhet hålls.

För eller emot?

”För” och ”emot” kan sägas vara två drivkrafter eller sätt att skapa engagemang. Båda sätten har sin plats, men det är viktigt att ha en väl avvägd balans mellan de två samt vara medveten om vilken betydelse det har för organisationens framtid och hur det påverkar hur vi uppfattas.

För

Att vara för någonting innebär att vi håller på med det vi gör eftersom vi tycker att det vi gör bidrar med något positivt. Vårt engagemang är sprunget ur en genuin välvilja och kärlek till vårt kulturarv, och en vilja att sprida den känslan vidare. Ur ett längre perspektiv är det viktigt för en organisation att ha någonting positivt att hålla fast vid. Det skapar visioner, långsiktighet, och förhoppning.

Mot

Att enbart fokusera på det man tycker är fel och dåligt tenderar att bidra till bilden av en ”missnöjesorganisation”, och det skapar inga förutsättningar att bygga något bättre. Däremot kan det fungera väl som agitation, det vill säga väcka starka känslor hos mottagaren, vilket i sin tur bidrar till att denne inser vikten av det vi håller på med. Överlag har negativa saker lättare att väcka känslor än positiva sådana, på gott och ont.

Balans

Gimle ska i första hand vara en positiv förening, och vårt grundbudskap är ett positivt och icke-konfliktsökande sådant. Vi bör alltid ha som utgångspunkt att lyfta fram sådant vi tycker är bra och som ligger oss varmt om hjärtat. Det kan dock, vid vissa tillfällen, vara befogat att ”sticka ut hakan” och ta ställning i kontroversiella frågor. Vi bör ha i åtanke att Gimle uppfyller ett tomrum i svenskt kulturliv i form av en uttalat kulturkonservativ förening. Detta bör synliggöras och framgå på olika sätt, där ett öppet ställningstagande mot någonting kan vara ett sådant sätt.