

Motion till Riksteaterns kongress 2015

Riksteaterns Kommunikation med invånarna

Bakgrund

Kommunikationen mellan lokal, regional och nationell verksamhet börjar finna fungerande kanaler i organisationen. Riksteatern har valt att också kommunisera med sina medlemmar genom en nystartad medlemstidning. Mellan 2010 – 2012 gjordes ett pilotprojekt mellan Riksteatern Halland och Riksteatern i ett försök att kommunikation med invånarna i ett län. Kommunikationen gjordes via en tidning "Magasin Scenario"

Fyra Magasin med redaktionellt innehåll gavs ut höst och vår till ca 100 000 invånare per Magasin. Försöksverksamheten följdes upp av det företag som gör kontinuerliga undersökningar kring Riksteatern i allmänhet och varumärket i synnerhet. Satsningen pågick i två år och kostade Riksteatern och Riksteatern Halland totalt ca 2 miljoner. Magasin Scenario hade en hög kvalitet på både artiklar och layout och fick mycket gott renommé genom undersökningarna som en intressant tidning med ett angeläget innehåll.

Beskrivning av ärendet

Riksteaterns Kommunikation måste stärkas och ligga i framkant med utvecklingen. Vi måste finna nya sätt än traditionell marknadsföring för att hitta nya publikgrupper. Vår värld blir mer och mer digitaliserad. Dagstidningar och andra tidningar får det svårt att överleva eftersom många invånaren kommunicerar och inhämtar information mer och mer digitalt. Ur ett hållbarhetsperspektiv är inte en tryckt tidskrift som ska distribueras ut till alla hushåll hållbart och kostnadseffektivt. Riksteatern behöver utveckla ett fullgott redaktionellt kommunikationsmaterial för invånarna i Sverige. För att Riksteatern ska nå ny publik och samtidigt vara socialt ansvarstagande och föra hållbar utveckling så måste Riksteatern satsa på en digital utveckling av sin marknadsföring. Riksteatern behöver då samla ett redaktionellt innehåll av artiklar av hög kvalitet med lokal, regional och nationell prägel som distribueras på ett resurseffektivt sätt.

Bedömning

Det behövs en omprioritering och en ny inriktning kring Riksteaterns kommunikation. Riksteatern behöver inte bara kommunicera i rörelse, med medlemmar utan också med invånarna, vår nya publik. Kommunikationen måste vara utifrån en hållbar utveckling. Riksteaterns alla delar ska involveras och ta tillvara på de initiativ som görs lokalt och regionalt kring kommunikation och marknadsföring.

Mot bakgrund av ovanstående föreslår riksteatern i södra Sverige kongressen besluta

Yrkande.

att den redaktionella gruppen kring medlemstidningen samkör med en regional redaktion, bildar en informationsplattform, där den regionala redaktionen bevakar de regionala och lokala produktioner och händelser.

att en regionalförening får ett utlokaliserat uppdrag att vara det pilot län som implementerar ett redaktionellt innehåll inom ett interregionalt bevakningsområde i södra Sverige.

att det totala redaktionella innehållet fyller en medlemstidning, men också ett antal kompletterande artiklar med lokal och regional prägel som gör materialet angeläget för hela landet och ska kunna distribueras ut till invånarna.

Claes-Göran Jönsson, ordförande, Riksteatern Skåne
Hans - Göran Håkansson, ordförande, Riksteatern Blekinge
Ulf Bexell, ordförande i Riksteatern Kalmar län
Bernt Lindqvist, ordförande, Riksteatern Jönköpings län
Lars-Evert Ekman, ordförande, Riksteatern Kronoberg


gm. Hans Nilsson, vice ordförande, Riksteatern Halland