



KRONPRINSPARETS
FOND

Kommunikasjonsstrategi for Kronprinsparets Fond

Oppdatert januar 2018

Bakgrunn

Hensikten med denne kommunikasjonsstrategien er å etablere noen hovedprinsipper som Fondets styre står bak, og som er til hjelp for Fondets medarbeidere i det daglige arbeidet.

Planen er utarbeidet av sekretariatet med bistand fra Fondets probonopartner Apeland. Planen ble vedtatt av styret i januar 2016 og revidert i januar 2018. Kommunikasjonsstrategien er førende for arbeidet inntil styret eller daglig leder ønsker å revidere den.

Fondets mål

Kronprinsparets Fond har som mål å *styrke fellesskapet for unge mennesker, slik at alle føler tilhørighet og kan delta*. Fondet støtter prosjekter som skaper arenaer for mestring og deltakelse for ungdom, og gir unge mennesker en mulighet til å utvikle egne evner og delta i fellesskapet.

Målgrupper og ønsket adferd

For å nå målet, er Fondet avhengig av støtte fra tre hovedmålgrupper:

- **Prosjektene**
 - Fondet styrker gode prosjekter som arbeider direkte mot ungdom. Vi ønsker at prosjektene skal verdsette Fondets kompetanse og oppleve samarbeidet som verdifullt, slik at de legger til rette for åpent og godt samarbeid i det daglige.

- **Partnere**

- Fondet får økonomisk og annen støtte fra partnere i næringslivet. Vi ønsker at partnerne skal oppleve Fondets arbeid og samarbeidet som verdifullt, slik at de fortsetter å støtte Fondet og er gode ambassadører.

- **Befolkningen**

- Fondet har ikke noe direkte samarbeid med folk flest, men det har en verdi at prosjekter og partnere opplever anerkjennelse for sitt samarbeid med Fondet. Vi ønsker at særlig mennesker som er engasjert i ungdomsarbeid skal kjenne Fondet og støtte prosjektene der det er naturlig.

Ønsket omdømme

For å oppnå den støtten vi ønsker, er vi avhengig av et godt omdømme. Vår adferd og kommunikasjon skal føre til at målgruppene oppfatter oss slik:

*Kronprinsparets Fond styrker fellesskapet for unge mennesker.
Fondet bidrar med kompetanse, nettverk og økonomisk støtte,
og oppnår gjennom sine prosjekter svært gode resultater.*

Som mottaker av økonomiske midler er det avgjørende at Fondet viser god økonomistyring og nøktern pengebruk.

Grunnleggende historie

Kjernen i Fondets virksomhet er kampen mot utenforskap. *Gjennom å styrke gode prosjekter får Kronprinsparets Fond unge mennesker inn i fellesskap som gir dem bedre liv.* Kommunikasjonen skal formidle historiene om dette.

Vi ønsker å fortelle historier om engasjerte prosjekter og partnere, og ungdom som får sine liv forbedret gjennom å oppleve fellesskap. Vi tilstreber å gjøre prosjektene og de unge til heltene i historiene, mens fondet og partnerne presenteres som gode hjelpere.

Stil og tone

Fondet skal være åpent og imøtekommende overfor alle som er interessert i arbeidet. Alle henvendelser skal besvares så raskt som mulig.

Fondets språk skal være enkelt å forstå for alle. Ungdom bør løftes frem i tekst, bilder og film. Prosjektene bør skinne mer enn Fondet.

Fondet skal bygge sitt omdømme på å fortelle hva det *har gjort*, ikke hva det *har tenkt å gjøre*. Planer og budsjetter holdes som hovedregel internt, mens rapporter og regnskaper publiseres, slik at alle kan se hva som er gjort.

Fortrolig informasjon om ungdommer, prosjekter, partnere og andre skal behandles varsomt.

Talspersoner

Kronprinsparet er de fremste ambassadørene for Fondet, og representerer en stor verdi som motivatorer, døråpnere og oppmerksomhetsskapere. For å ikke devaluere verdien av parets deltagelse i Fondets aktiviteter, bør paret bare fronte Fondet mot publikum noen få ganger i året.

I det daglige er det *daglig leder* (eller den daglig leder delegerer til) som fronter Fondets arbeid, eventuelt sammen med styreleder. Fondets daglige leder skal være lett tilgjengelig for media i alle saker som handler om Fondet. Henvendelser knyttet utelukkende til Kronprinsparet henvises til Hoffet.

Kanaler

Fondet har begrensede ressurser, og må derfor bruke de mest effektive kanalene for å nå sine målgrupper.

- **Prosjektene**
 - Hovedkanalene er møter og deltagelse på prosjektenes arrangementer.
 - Hovedkontakter får nyhetsbrev via NTB Info.
 - Representanter for prosjektene inviteres med jevne mellomrom til faglige prosjektsamlinger.
- **Partnere**
 - Fondet og partnerne har kontakt gjennom ulike prosjekter.
 - Hovedkontakter får nyhetsbrev via NTB Info.
 - Hvert år lages et takkebrev med oppsummering av aktiviteter, for distribusjon til ansatte i partnerselskapene.
 - Hovedkontakter hos partnerne inviteres til en årlig middag.
- **Befolkningen (inkludert prosjektene og partnerne)**
 - Fondet deler alle nyheter på Facebook, der vi januar 2018 har ca. 9240 følgere. For å nå disse og andre, må man i noen grad betale for å fremme innlegg.
 - Twitter, Instagram og andre digitale kanaler kan benyttes ved spesielle anledninger, men prioriteres ikke i det daglige arbeidet.
 - Større saker presenteres til pressen, enten gjennom masseutsending av pressemeldinger via NTB Info, eller gjennom personlig kontakt med journalister.
 - Fondets nettsider oppdateres jevnlig med presentasjon av prosjektene og annen relevant informasjon.
 - Prosjektene og partnerne får tekst og bilder til bruk i sine kommunikasjonskanaler.

Årsmelding

Fondet skal publisere årsmeldinger som gir et utfyllende bilde av virksomheten. Årsmeldingene skal beskrive arbeidet som er gjort, hvilke prosjekter Fondet samarbeider med og hva det enkelte prosjekt har mottatt i støtte. Det skal også gis en oversikt over partnere, og deres samlede bidrag. Forvaltningen av Fondets midler skal også beskrives. Årsmeldingene skal være lett tilgjengelig for alle som er interessert.

Mål og målemetoder

Det er vanlig å måle effekten av kommunikasjonsarbeidet gjennom målinger av kjennskap og kunnskap i målgruppene. For Kronprinsparets Fond er dette ikke hensiktsmessig, fordi kjennskap til Fondet ikke har noen direkte sammenheng med Fondets overordnede mål, og fordi måling koster penger som heller kan benyttes til formålet.

Det er imidlertid relevant å undersøke hvordan prosjektene og partnerne opplever Fondet, og i hvilken grad de ønsker videre samarbeid. Det bør derfor gjennomføres en enkel, årlig spørreundersøkelse blant partnere og prosjekter for å undersøke dette. Funnene brukes til å forbedre kommunikasjonsarbeidet.

Ansvar og organisering

Det er daglig leder som har ansvaret for Fondets kommunikasjon. Der det er behov for det, benyttes Fondets styremedlemmer og Hoffets stab som diskusjonspartnere. Gjennomføringen av aktiviteter skjer i samarbeid med ansatte, prosjektene og partnerne etter behov.

Kommunikasjonsplan

Fondet utvikler hvert år en kommunikasjonsplan som beskriver de viktigste aktivitetene.