

Hvorfor kommunisere om Europarådets kulturruter med felles hovedbudskap?

Når organisasjonene som er involvert i kulturrutevirksomheten bruker felles hovedbudskap i sin kommunikasjon om kulturrutene, **blir hele programmet mer kjent og betydningsfullt**. En forbedring av synligheten kan gi flere konkrete fordeler, som for eksempel flere besøkende på destinasjonen, bedre samarbeidsstrukturer og potensielt nye medlemmer i kulturrutenettverket.

En enhetlig kommunikasjon bidrar også til å **styrke omdømmet og attraktiviteten til hver enkelte rute**, ettersom en enhetlig kommunikasjon for rutene støtter kommunikasjonen om alle kulturrutenes destinasjoner. Mindre kjente destinasjoner vil også dra nytte av omdømmet til mer kjente destinasjoner. Det oppstår synergier ved at rutene drar nytte av hverandres synlighet og omdømme.

En enhetlig kommunikasjon er dessuten ressurseffektiv. Enhetlige hovedbudskap for de ulike målgruppene sparer tid og penger ved at vi kan bruke ferdig formulerte budskap i ulike kanaler. Spredningen av budskapet mangedobles – når en destinasjon kommuniserer om seg selv, kommuniserer den samtidig også om andre kulturrutedestinasjoner.

Hva er hovedbudskap?

Hovedbudskap er **tydelig og virkningsfullt og oppsummerer kjerneinnholdet i virksomheten**. Det forteller kort og konsist hva som er viktig i virksomheten og hvorfor dette er interessant for de ulike målgruppene. Hovedbudskapet er utformet for å kunne brukes over lengre tid, og bidrar til å skape en konsekvent og gjenkjennelig kommunikasjonslinje. Hovedbudskapet kan tilpasses ulike målgrupper, men kjernen vil være den samme. Hovedbudskapet vekker interesse, blir husket og virker inspirerende.

Europarådets kulturruter – hovedbudskap og skreddersydde versjoner for forskjellige målgrupper

Hovedbudskapet vil kunne benyttes av foreningen som forvalter ruten eller medlemsorganisasjonen for Europarådets kulturrute. De kan eksempelvis bruke hovedbudskapet i sin kommunikasjon i sosiale medier men også tilpasse det for egen bruk ved å endre temaene som er gitt som eksempler fra kulturrutene. Et generelt

hovedbudskap kan også brukes sammen med et budskap som er utviklet for en spesifikk målgruppe.

Generelt hovedbudskap

Europarådets kulturruter er internasjonale turistruter. De gjør vår felles europeiske kulturarv kjent og utvikler bærekraftig kulturturisme. Temaene på rutene er blant annet arkitektur, industriarv, kunst og litteratur. Rutenettverkene omfatter både severdigheter og museer, forskningsorganisasjoner og turistsekskaper.

Eksempler på kommunikasjonssituasjoner hvor man kan benytte et hovedbudskap:

- Et infoskriv eller en nettnyhet om Europarådets kulturrute (for å forklare kort hva kulturrutene går ut på)
- Nettsidene til Europarådets kulturrute eller for et reisemål
- Intervjuer, webinarer og arrangementer, PowerPoint-presentasjoner og annet kommunikasjonsmaterieil (for å forklare hva Europarådets kulturruter er).
- Innlegg på sosiale medier
- Hjelpe de ansatte i organisasjonen din til å svare på spørsmålet «hva er Europarådets kulturruter?»
- I kommunikasjon om egen rute: i første rekke kommunisere rutens eget budskap for deretter å gi en grunnleggende beskrivelse av Europarådets kulturruter.

Hovedbudskap til nye potensielle rutemedlemmer:

Som Europarådets kulturrutedestinasjon blir du en del av et internasjonalt anerkjent samarbeidsnettverk. Som medlem av kulturruten øker du synligheten til destinasjonen din og når ut til partnere når du søker etter finansiering. Ved å engasjere deg i samarbeidet kan du lære av andre, gjøre de europeiske kulturrutene mer kjent og utvikle bærekraftig kulturturisme, som har blitt en voksende reiselivstrend.

Eksempler på kommunikasjonssituasjoner der du kan benytte et skreddersydd budskap til et nytt potensielt rutemedlem:

- PowerPoint-presentasjoner som er rettet mot nye potensielle medlemmer, ved ulike anledninger
- Kommunikasjon rettet mot profesjonelle, f.eks. faglige nyhetsbrev, LinkedIn
- Ruteorganisasjonens nettsted
- Direkte kontakt
- Interessentarrangementer, presentasjoner osv.

- Hjelpe de nåværende medlemmene av nettverket så de kan fortelle hva kulturrutevirksomheten kan gi (også) nye medlemmer .
-

Hovedbudskap til reisende / besøkende på rutedestinasjonene:

Reisemålene på Europarådets kulturruter er internasjonalt anerkjente mål, som er et «must» for turister. Flere titalls temaruter med alt fra bergkunst og industri til Alvar Aaltos arkitektur og kvinnelige forfattere tar deg med til steder som andre ennå ikke har oppdaget. Unike steder og opplevelser forteller om en felles europeisk historie.

Eksempler på situasjoner der du kan bruke et budskap som er skreddersydd for turister/besøkende:

- Kommunikasjon på sosiale medier rettet mot besøkende/reisende
- Fysiske brosjyrer, (turist)kart.
- Kommunikasjonsmateriell på stedet, slik som infotavler og -skjermer
- Destinasjonens eller ruteorganisasjonens nettsted og annen digital kommunikasjon rettet mot besøkende.
- Generelt: Sørg for å fortelle hva Europarådets kulturruter har å tilby de reisende i kundegrensesnittet.

Hovedbudskap til potensielle reisearrangørpartnere

Kulturrutene som er sertifisert av Europarådet tilbyr innhold til en voksende målgruppe innen bærekraftig kulturturisme. Gjennom ruten kan du nå ut til flere aktører på en ressurseffektiv måte. Kulturruten er et ferdig destinasjonsnettverk, fullt av nye forretningsmuligheter.

Eksempler på situasjoner der du kan bruke skreddersydd kommunikasjon til potensielle reisearrangørpartnere:

- Fam Trips-materiale
- Nettverksarrangementer, reiselivsmesser og andre faglige arrangementer og materiell knyttet til disse
- Ruteorganisasjonens nettsted
- Kommunikasjon til fagfolk, f.eks. LinkedIn
- Direkte kontakt
- I kommunikasjon med regionale turistorganisasjoner, der dette er aktuelt.

Bildebank og kulturruteprogrammets logo

Du kan bruke Museiverkets samlede og oppdaterte [bildebank for kulturrutene](#) som støtte i kommunikasjonen.

Hvis reisemålet ditt allerede er en del av en kulturrute som er sertifisert av Europarådet, må du huske å bruke kulturrutens [programlogo i samsvar med instruksjonene](#).

Europarådet, hva er det?

Europarådet er en mellomstatlig organisasjon som fokuserer på å fremme menneskerettigheter, demokrati og rettsstaten. Organisasjonen ble grunnlagt i 1949 og er dermed Europas eldste samarbeidsorganisasjon. De viktigste verktøyene i Europarådets arbeid er bindende avtaler og overvåking av gjennomføringen av disse.¹ Kulturruteavtalen, som ligger til grunn for kulturruteprogrammet, er en av Europarådets internasjonale avtaler.

¹ Kilde: <https://finlandabroad.fi/web/coe/euroopan-neuvosto>