

ATT PÅVERKA ATTITYDFÖRÄNDRINGAR

Attitydarbete krockar ofta med debatt. För Landsbyggare är det viktigt att inte debattera i bemärkelsen att jämföra, att prata om vi och dem eller att skapa en polarisering. Det vill vi undvika helt. Vi vill också undvika att problematisera landsbygden, vilket många idag gör. Med problematisera menar vi hur landsbygden ofta lyfts genom att påvisa svagheter och problem som sedan slätas över med vackra bilder.

För att alla de som har en dröm om att bo på landsbygden ska förstå att det går måste vi visa attraktiva och verkliga bilder av landsbygden samt ta vara på den digitala värld vi lever i idag. Syftet med vårt påverkansarbete är att fler ska se de möjligheter som finns på landsbygdens att skapa det liv man önskar och att hitta fler goda ambassadörer för landsbygden.

PLATSVARUMÄRKET SKA STÄRKA ATTITYDEN

Projektet Landsbyggare är ett platsvarumärkesprojekt som i grunden kan lyfta vilken plats i Sverige som består av landsbygd. Vårt stora gemensamma mission är att vi måste jobba med attityder. Detta kan göras på olika sätt och hos er kanske det finns andra och annorlunda sätt att göra det på. I ert arbete måste den attitydpåverkande insatsen hela tiden finnas med. Vikten av att skapa ett engagemang på hemmaplan som ska leda till att många ambassadörer talar gott om just er landsbygd skapar i sin tur ett intresse. Detta tillsammans med mer traditionella påverkansmedel ger effekt.

FRAMTIDENS LANDSBYGD

Alla som vill får vara med och skriva om sin positiva syn av landsbygden. Landsbyggarna själva så klart, men också debattörer, politiker, företagare, ideella och bara de som vill säga något viktigt. Gör en lista på de du vill ska beskriva framtidens landsbygd. Sedan kontaktar du dem via mail eller telefon och berättar om projektet och om de kan tänka sig vara med. Skicka gärna med tips och önskemål om vad de skulle kunna skriva ut och poängtera hur en landsbyggare debatterar (se inledningen i detta blad). Välj gärna några kända personer. Se två exempel på Framtidens landsbygds-artiklar på landsbyggarekonceptet.se

DEBATTARTIKLAR

På opinionssidorna i tidningarna finns möjlighet att komma ut med budskapet om Landsbyggare. Här gäller dock att ha en balans mellan att debattera genom att ifrågasätta någon eller något och att jobba med att förändra attityder. Två exempel på debattartiklar finns på landsbyggarekonceptet.se



LATHUND | PÅVERKAN | LANDSBYGGAREKONCEPT.SE

POLITIKERBESÖK

Bjud in er själva och några Landsbyggare till era riksdagspolitiker. Få dem att intressera sig för Landsbyggare och att bli goda ambassadörer. Uppmuntra dem att prata om Landsbyggarna, att besöka Landsbyggarna och att lyfta detta vid alla tillfällen som möjlighet ges. De brinner ofta för sin hembygd och vill ha goda exempel på människor som gör aktiva val och är entreprenörer.

LANDSBYGDskonferenser och Landsbygdsriksdag

Leader Höga Kusten brukar delta vid regionala och nationella landsbygdkonferenser för att göra vår röst hörd, att visa vilka häftiga Landsbyggare vi har. Kanske blir vi fler som åker på till exempel landsbygdsriksdagen framöver, då samordnar vi oss och våra budskap. Att arbeta med goda exempel och attityd brukar vara attraktivt att prata om på konferenser. Leader Höga Kusten har en del presentationsmaterial som ni gärna får ta del av. Och kom ihåg, film underlättar och skapar fokus samt ger mycket budskap på kort tid på sådana här tillställningar.

MARKNADSFÖRING AV LANDSBYGGARE-DAGEN

Ta fram en lista över alla företag ni vill ska delta. Använd er av näringslivskontoren i er region, de som är involverade i ert projekt och andra organisationer ni samarbetar med. Utifrån listan marknadsför ni Landsbyggare-dagen med hjälp av följande aktiviteter:

- **En kort "filmteaser"** med uppmaning om "save the date".
- **Inbjudan** som pdf med program och anmälan som skickas via era partners.
- **Film för sociala medier** som annonseras mot målgrupper företagare/entreprenörer.
- **Event på facebook** som annonseras mot målgrupper företagare/entreprenörer.
- **Personliga kontakter**; hör av er till de ni känner via mail, sms, Messenger och telefon.
- **Var på**: säg att du gärna vill att de kommer, ring tillbaka och kolla, erbjud dig att anmäla dem.
- **Se även till att ha en filmare** på plats som intervjuar deltagare och dokumenterar dagen. Detta gör det lättare att marknadsföra kommande event och bygger varumärket.

Leader Höga Kusten har genomfört flera Landsbyggare-dagar, den första redan i juni 2017 och därefter en varje år. Att förlägga evenemanget på sommarhalvåret har upplevts positivt, eftersom det funnits möjlighet att vara både inne och ute, och för att det därigenom är enklare att skapa en avslappnad, skön miljö.

TIPS: RAMA IN EVENTET

Tryck gärna upp banners och beachflaggor med Landsbyggaredagen för att bygga varumärket och känslan av ett event (se exempel).