

## Verksamhetsplan år 2021

### Det här vill vi göra

Vi vill publicera dagliga inlägg på Instagram och Facebook.

Vi vill skriva minst fem debatttexter som ska publiceras i några av Sveriges största tidningar.

Vi vill producera cirka tio videoinslag där vi granskar hur fastighetsägare vårdar sitt bestånd.

Vi vill anordna tävlingen #vackrasteporten

Vi vill resa runt till flera städer i Sverige och titta på hur fastighetsägare förvaltar sitt bestånd.

Vi vill stötta de som hör av sig till oss och undrar hur de kan påverka fastighetsägare.

Vi vill producera minst sex avsnitt av podden *Vackra hus och hemska renoveringar*.

Vi vill också genomföra minst sex stadsdelsvandringar för våra följare.

Vi vill föreläsa för politiker om vårt byggnadsarv

Vi vill samarbeta med andra kulturpersonligheter såväl som organisationer som tangerar vårt uppdrag.

Dessutom vill vi ta fram och kostnadsfritt bjuda på ytterligare minst två digitala föreläsningar om vårt byggnadsarv och arkitekturhistoria.

### Så här vill vi integrera funktionsförutsättnings-, jämställdhets-, mångfalds-, och barnperspektiv i organisationens aktiviteter

Alla videoinslag textas så att även hörselskadade kan ta del av innehållet. Vi kommer att webbanpassa vårt innehåll så att även synskadade ska kunna ta del av det vi publicerar.

Vi undersöker varför majoriteten av våra följare är kvinnor, cirka 60 procent. Med digital marknadsföring kan vi eftersträva en jämn könsbalans. Dessutom kan vi med marknadsföring nå fler följare i mindre orter så att storstadsdominansen bryts.

Vårt arbete med att granska och belysa hur det svenska byggnadsarvet förvaltas behöver också nå personer med utländsk bakgrund. Känner fler sig stolta över det land vi gemensamt bor i kan det bidra till en större stolthet och därmed positivt påverka integrationen. Vi kan med digital marknadsföring se till så att fler platser där majoriteten av befolkningen har utländska härkomst nås av våra inlägg.

Att förvalta en fastighet innebär att man har ett ansvar för att bevara byggnadsarvet för kommande generationer. Förvanskar man utseendet kommer färre framöver att få ta del av det som utgör Sveriges byggnadsarv i dag. Därför behöver även unga nås av vår kommunikation och få tycka till om det som sker. Även detta kan ske genom att rikta kommunikationen mot yngre målgrupper.

### Kortare text om målgrupp

Vi har flera målgrupper. Dels personer som redan är verksamma inom området. Det kan handla om hantverkare som fönsterrenoverare, murare, smeder och finsnickare. Dels finns det en växande grupp som mer och mer uppskattar vårt byggnadsarv och som engagerar sig i hur det förvaltas. Genom att fortsätta informera på sociala medier om hur många fastigheter som förvanskas når vi fler och fler. I skrivande stund har vi 9600 följare på Instagram och 3600 på Facebook. I kombination med fler debatttexter når vi ännu fler.

### **Kortare text om hur vi kommer att arbeta för att nå målen**

På sociala medier är det enkelt att se var våra följare bor, hur gamla de är och könsfördelning. Med statistiken som grund kan vi anpassa vår marknadsföring så att vi når fler som behöver nås. Så att vi får en jämnare könsfördelning och så att vi når unga och personer med utländsk bakgrund. Samt även personer med funktionsvariationer.