

ÉN GJERNING OM GANGEN

HÅNDBOK FOR ANSVARSKOMMUNIKASJONEN I LEVI



HOVEDBUDSKAPENE FOR ANSVAR

Hovedbudskapene er en oppsummering av tankegangen og tesene som ligger bak ansvarsarbeidet i Levi. Man kan for eksempel bruke disse i medieintervjuer. I tillegg til det generelle hovedbudskapet må du også huske å fortelle hvilke gjerninger hovedbudskapet det gjelder (i en av ansvarstesene) kommer frem i i akkurat din bedrift.



HOVEDBUDSKAP

1

ÉN GJERNING OM GANGEN

I Levi er det utført et langsiktig ansvarsarbeid i flere år allerede. Nå har bedriftseierne i Levi-området utarbeidet ansvarsprogrammet «Én gjerning om gangen» sammen og forpliktet seg til å følge dette i sitt daglige arbeid. De oppmuntrer også gjestene sine til å handle slik at ansvarsprogrammet blir gjennomført i én gjerning om gangen.

+ Fortell hvordan akkurat din bedrift veileder sine gjester og ansatte, samt hvilke mål du har satt for din egne bedrift knyttet til ansvarsarbeidet her!



HOVEDBUDSKAP

2

BEVARELSE AV NATUREN

Utgangspunktet for all virksomhet i Levi er å bevare den arktiske naturen. Vi er med i programmet Sustainable Travel Finland, og flere og flere av bedriftene i Levi har sertifisert en bærekraftig reiselivsvirksomhet eller er på vei mot dette.

+ Fortell hvordan akkurat din bedrift arbeider for å bevare den arktiske naturen her!



HOVEDBUDSKAP

3

SAMFUNNET

Levin matkailukeskus driver virksomheten sin i den gamle bygda Sirkka. Bedriftseierne i Levi ønsker å bidra til å skape et livskraftig samfunn og jobber aktivt med å utvikle et reiseliv hele året rundt, slik at så mange som mulig kan sysselsettes og bosette seg fast i Levi.

+ Fortell hvordan akkurat din bedrift arbeider for at lokalsamfunnet og -kulturen bevares livskraftig.



HOVEDBUDSKAP

4

LIKEVERD

I Levi har man alltid ønsket alle mennesker velkommen. Det har flyttet næringsdrivende til bygda fra mange kanter av verden, både fra Europa og helt fra Afrika og Australia. Vi arbeider aktivt for at både turistene og de næringsdrivende som flytter til bygda med alle slags bakgrunner skal føle seg velkommen og likeverdig behandlet.

+ Fortell hvordan akkurat din bedrift arbeider for likeverd eller støtter nye lokale næringsdrivende.



HVORDAN FORTELLE OM MÅL, TESER OG SKRITT MAN ALLEREDE HAR TATT?

Det viktigste er å gjøre ting hele tiden og fortelle aktivt om dette til kundene, slik at man får overbevist dem og får dem til å forplikte seg til dugnad. Når en stor flokk forplikter seg, får små gjerninger store konsekvenser. Og når man kan fortelle at en stor flokk mennesker har forpliktet seg til ansvarlig virksomhet, får dette stor innvirkning på tiltrekningskraften i hele området.



De mest effektive budskapene er de som gir plass til aha-opplevelser. Tenk over hva slags bilde og konkrete eksempel du kan bruke for å fortelle om tesene og det arbeidet akkurat din bedrift gjør for at tesen skal gå i oppfyllelse.

Bruk alle felles hashtager som får frem hovedpunktene i Én gjerning om gangen-programmet. Det lønner seg alltid å bruke Én gjerning om gangen-hastagen, og de andre i den grad de er knyttet til innholdet i budskapet.



BRUK ALLTID DISSE:

#oneactionatatime *#tekokerrallaan* *#levilapland*

OG AVHENGIG AV HOVEDPUNKTET I BUDSKAPET ÉN ELLER NOEN AV DISSE:

#arcticnature #purenature #purelapland
#vibrantculture #sirkkavillage #localfood #localservices
#localisbest #equality #levilocals #visitlevi





TESE

1

TESE

*Vi arbeider for
at den arktiske
naturen skal bli
bevart og holdes ren.*

EKSEMPEL

I stedet for å si «Vi arbeider for at den arktiske naturen skal bli bevart og holdes ren», legger du ut et bilde av en haug med søppel og sier «Dette er ukens søppelbytte. Plukket på kveldsturen. Husk å kaste søppelet i søppeldunken <3» og bruk hastagene #purenature #arcticnature #tekokerrallaan #oneactionatime

ELLER

Et bilde av en flott vinterskog og teksten: «Trærne er nå fulle av vakker kanonsnø. Det beste stedet å beundre dem fra, er oppå en snøscooter. Bestill en tur på nettsiden vår nå. Hvis du drar ut i skogen på en leid snøscooter, må du huske å holde deg på den merkede ruten – slik blir snøkanonlandskapet og hele den arktiske naturen bevart.» #purenature #arcticnature #tekokerrallaan #oneactionatime



TESE

2

TESE

Vi bidrar til at lokalsamfunnet og -kulturen blir bevart livskraftig.

EKSEMPEL

I stedet for å si «*Vi bidrar til at lokalsamfunnet og -kulturen blir bevart livskraftig*», viser du et bilde av et lokalt råstoff, materiale eller en tjenesteyter som du benytter i din egne virksomhet og forteller om dette.

For eksempel: «*Denne delikate bålrokte fisken er kjøpt av den lokale fiskeren xx, som selger fersk fisk hele året rundt.*» #localfood #tekokerrallaan #oneactionatime #localisbest #vibrantculture #sirkkavillage #levilocal



TESE 3 TESE

Vi ønsker alle mennesker velkommen hit på en likeverdig måte.

EKSEMPEL

I stedet for å si «Vi ønsker alle mennesker velkommen hit på en likeverdig måte», presenterer du dine ansatte og forteller hvor de har kommet fra til Levi fra forskjellige kanter av verden samt deres historie. Hva er det som har fått dem til å komme til fjellet i Lappland.
#levilocals #vibrantculture #sirkkavillage #tekokerrallaan #oneactionatotime



SLIK KOMMUNISERER DU

I budskapet kan du konsentrere deg om å fortelle om de konkrete tingene som akkurat bedriften din har gjort under de forskjellige tesene. Oppfordre alltid også mottakeren av budskapet til å bli med i arbeidet når dette er mulig. En ren natur, livskraftig kultur og vennlig atmosfære blir til i et samarbeid mellom turistene og Levis innbyggere. Derfor er det også viktig å få turistene til å føle seg inkludert samt til å engasjere seg i å gjerningene for denne gode og viktige saken.



N B !

Husk temadagene som er direkte knyttet til tesene: rett før disse er det ekstra smart å få sitt egne budskap ut på sosiale medier. Husk også å bruke de internasjonale temadagenes egne tags i tillegg til Levis og Én gjerning om gangen-hastagene.



TESE 1



Vi arbeider for at den arktiske naturen skal bli bevart og holdes ren.

TEMADAGENE KNYTTET TIL DETTE:

Verdensdagen for ville dyr og planter	3.3.
Den internasjonale skogdagen	21.3.
Verdens vanndag	22.3.
Jordens dag	22.4.
Verdens miljødag	5.6.
International Winter Bike to Work Day	11.2.
Earth Hour	26.3.
Den nasjonale sykkeluken	
Den internasjonale lysdagen	16.5.
Verdens sykkeluke	
Zero Waste-kampanjen	
Internasjonal dag for ren luft	7.9.
Den internasjonale dagen for bevisstgjøring av matsvinn	29.9.



TESE 2



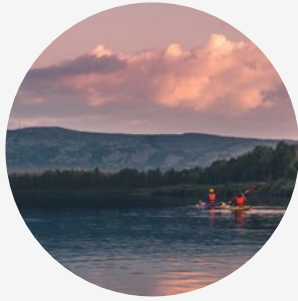
Vi bidrar til at lokalsamfunnet
og -kulturen blir bevart livskraftig.

TEMADAGENE KNYTTET TIL DETTE:

Verdens helsedag (Her kan man ta frem hvor viktig det er at det er turisme i Levi hele året rundt, for da er det også mulig å bo der hele året. Og en bosetning hele året gjør for eksempel at man kan beholde de lokale helsetjenestene på stedet.)	7.4.
- Den internasjonaleurfolksdagen	9.8.
- Verdens matvaredag	16.10.
- Dagen for bærekraftig gastronomi (her lønner det seg å fremheve betydningen av lokal mat)	18.6.



TESE 3



Vi ønsker alle mennesker velkommen
hit på en likeverdig måte.

TEMADAGENE KNYTTET TIL DETTE:

Verdens dag for sosial rettferdighet	20.2.
Den internasjonale kvinnedagen	8.3.
Den internasjonale vennskapsdagen	30.7.
Verdens turismedag	27.9.
Den internasjonale toleransedagen	16.3.



HUSK

Når alle menneskene i Levi holder tesene og bedriftenes gjerninger knyttet til disse synlige, begynner gjestene litt etter litt å forstå at Levi har forpliktet seg til et ansvarsarbeid – og egentlig lenge har vært en pioner i dette.

Det lønner seg å ha langsiktige mål med kommunikasjonen. Her har hvert eneste innlegg og hver eneste setning betydning. Man får ikke saken frem med ett innlegg, men litt etter litt vil det danne seg et bilde.

Én gjerning om gangen.



DET BARE Å SETTE I GANG
MED GJERNINGENE!



ÉN GJERNING OM GANGEN

HÅNDBOK FOR ANSVARSKOMMUNIKASJONEN I LEVI