



bärkraft.ax

Antagen av
medaktörerna

Nov. 2017

Kommunikationsstrategi för Nätverket bärkraft.ax

Förverkligandet av visionen "Alla kan blomstra i ett bärkraftigt samhälle på fredens öar" och de strategiska utvecklingsmålen möjliggörs med gemensam handlingskraft. Genom en kombination av engagemang och medvetna handlingar hos olika aktörer i samhällets alla sektorer kommer vi att steg för steg förverkliga visionen och uppnå utvecklingsmålen.

Nätverket bärkraft.ax är navet för både samordningen och kommunikationen kring arbetet med förverkligandet av Ålands utvecklings- och hållbarhetsagenda. Alla medaktörer i nätverket bärkraft.ax är talespersoner och ambassadörer för utvecklings- och hållbarhetsagendan.

Syfte

Syftet med kommunikationsstrategin är att strategin fungerar som stöd för medaktörerna i nätverket bärkraft.ax i arbetet för att nå kommunikationsmål och därmed stärka det samhälleliga arbetet med förverkligandet av Ålands utvecklings- och hållbarhetsagenda. Nätverket bärkraft.ax gestaltar visionen och målen i praktiken, vilket påverkar den generella uppfattningen av och om visionen och målen.

Mål

Målen med kommunikationen är att 80 % av alla på Åland som är över 13 år har hört om visionen år 2018. År 2020 har 50 % av alla på Åland börjat agera på sätt som främjar visionen och målen.

Kommunikationsstrategin är vår gemensamma färdriktning för att nå kommunikationsmålet. Vi har goda förutsättningar att lyckas eftersom vi är många medaktörer som tillsammans driver på arbetet och tar ansvar för den utveckling som vi vill se.

Behov

Ålands utvecklings- och hållbarhetsagenda berör alla på Åland. Ur ett demokratiperspektiv är det nödvändigt att alla får möjlighet att känna till, engagera sig och vara ambassadörer för de mångfacetterade och sektorsövergripande delarna som leder till visionens och utvecklingsmålen förverkligande. För att utnyttja det breda engagemanget, utan att mottagarna i kommunikationen blir förvirrade, är det behövt att ha gemensamma principer för kommunikationen.

Kommunikation inom nätverket bärkraft.ax

Alla medaktörer i nätverket bärkraft.ax har olika kompetenser och bakgrund. Detta är en stor tillgång i kommunikationen. Den breda gruppen medaktörer gör att budskap kan nå ut till många eftersom det finns goda förutsättningar att skapa målgruppsanpassad information som kan väcka eller främja människors lust att bidra till förverkligande av visionen och målen.

Kommunikationen består av flera delar som berör alla medaktörer i nätverket bärkraft.ax:

1. Kommunikation kring visionen och målen.
2. Kommunikation kring organisationens egna ställningstaganden i anslutning till innehållet i utvecklings- och hållbarhetsagendan.
3. Kommunikation kring övriga aktualiteter i samhället som berör förverkligandet av utvecklings- och hållbarhetsagendan

Kärnvärden i nätverket är öppenhet, delaktighet och transparens.

Kännetecknen för kommunikation inom nätverket bärkraft.ax

För att avsändaren, visionen och målen tydligt framkommer är kommunikationen *distinkt* och *sammanhängande*. Detta innebär dock inte att alla medaktörers kommunikation ska se ut på samma sätt, men det är av vikt att just vår organisations målgrupp känner igen vår kommunikation som berör visionen och målen.

Kommunikationen är *distinkt* genom att det som direkt berör vårt arbete som medaktör inom bärkraft.ax kännetecknas genom användandet av bärkraft.ax:s logo, illustration av visionen eller genom bilder och texter som är tagna från utvecklings- och hållbarhetsmålen.

Kommunikationen är *sammanhängande* genom att den är begriplig och angelägen för vår specifika målgrupp. Vi tar ställning i frågor som berör vår verksamhet. I kommunikationen framhålls teman med direkt anknytning till visionen och målen.

För att försäkra att kommunikationen är *sammanhängande* är det viktigt att vi reflekterar kring våra egna kärnfrågor i förhållande till utvecklings- och hållbarhetsmålen, se Hur sker kommunikationen i vår organisation. Medaktörerna förväntas inte kommunicera allt som berör Ålands utvecklings- och hållbarhetsagenda, utan snarare ta ställning och väva in visionen och utvecklings- och hållbarhetsmålen i den kommunikation som redan sker.

En *distinkt* och *sammanhängande* kommunikation som är målgruppsanpassad innebär att vår specifika publik får möjlighet att:

- Förstå och acceptera visionen och de utvecklingsmålen
- Få en översikt av utvecklingsmålen, samt samband kring hur utvecklingsmålen och visionen hör samman
- Se samband mellan utvecklings- och hållbarhetsagendan och beslut, göromål eller händelser

Nätverket bärkraft.ax är i kommunikationen en tillförlitlig källa för kunskap, en kraft för utveckling och en plattform för möten. Produkten för kommunikationen är Ålands utvecklings- och hållbarhetsagenda med vision och utvecklingsmål.

Kännetecken och behov för kommunikation för och av unga

Unga (13–19 år) är en prioriterad målgrupp inom Bärkraft.ax. Målen och ledorden för dem är det samma som andra grupper, men kommunikationen är även *inbjudande* och *lustfylld*.

Unga får en möjlighet att förstå vad hållbar utveckling är och kan vara genom skola, utbildning och aktiviteter inom tredje sektorn. Unga blir *inbjudna* till att i hög grad få vara delaktiga då riktningen för deras framtid bestäms. Detta sker genom att inbjudan och material är anpassat i språk och form så att

unga får möjlighet att engagera sig. Unga blir hörda innan viktiga beslut tas och de får delta i skapandet av åtgärder som främjar visionen och utvecklings- och hållbarhetsmålen. I mötet med vuxna träffas alla på en jämlik nivå och möts i samtalen. Unga behöver inte konkurrera med vuxna röster på de vuxnas arena, utan får även möjlighet att skapa egna nätverk som når ut till andra delar av Bärkraft.ax med gemensamma röster.

Kommunikationen är *lustfylld* eftersom unga bara kan delta om de får och vill. Deras delaktighet är inte styrd av arvoden eller arbetsplatser. Inför möten undviks därför stora mängder material med invecklat språk där mottagaren är tvungen att läsa mellan raderna. Det finns inga tider avsatta för unga att läsa dokument eller kommentera på strategier, de deltar genom sitt eget engagemang och av egen vilja. Ungas engagemang inte tas förgivet och inte blir ett bidrag i massan. Kommunikationen som riktas mot unga är därför *lustfylld*. Kommunikationen skapas för att unga ska känna glädjen i att delta. Unga ska också få ta del av goda exempel och känna att de blir lyssnade till. Fokus ligger på att unga får vara med och skapa den framtid som de önskar.

En *inbjudande* och *lustfylld* kommunikation gör att unga får vara med och bestämma i vilken omgivning de vill leva i. Precis som alla andra grupper i samhället ska de få möjlighet att delta för att förverkliga visionen och målen. I kommunikationen visas förståelse för ungas förutsättningar, genom mötestider, språk och metoder som bjuder in till delaktighet. Deltagandet är avgörande för vilket samhälle unga vistas i, arbetar i, bidrar till eller flyttar tillbaka till om några år.

Hur sker kommunikationen i vår organisation

Hur kan vi kommunicera vårt engagemang i nätverket bärkraft.ax på ett tydligt sätt, där sambandet mellan den egna organisationen, visionen och utvecklingsmålen *distinkt, sammanhängande* och begripligt framkommer? Vilka beslut måste vi ta för att kommunikationen ska vara trovärdig?

Genom nätverket bärkraft.ax upplever alla på Åland utvecklings- och hållbarhetsagendan.

Kommunikationen avgör allmänhetens insyn i, kunskap om och intresse av arbetet. Att kommunikationen är rikt nyanserad är en tillgång. Förutom att egna erfarenheter varierar mellan mottagarna av kommunikationen varierar även intresset av och mötena med visionen och utvecklings- och hållbarhetsmålen. De som inte har bekantat sig med utvecklings- och hållbarhetsagendan behöver nås genom kunskapsinsatser. De som redan har kunskap om och intresse av utvecklings- och

hållbarhetsagendan behöver snarare få känslan av att arbetet går vidare och att de kan och behöver bidra. Genom upprepning och kontinuitet nås fler och fler.

Då visionen och utvecklingsmålen ska genomsyra hela verksamheten är det viktigt att inte bara tänka vision eller mål då ett beslut tas eller ett evenemang ordnas. Alla beslut som tas i organisationen kan motiveras utgående från visionen och utvecklingsmålen. Detta kräver reflektion redan innan beslutet tas och underlättar betydligt för den egna organisationens tillförlitliga kommunikation. Kommunikationen är enbart *distinkt* och *sammanhängande* då organisationen vet vad som önskas uppnå med kommunikationen och då ställning tas för en gemensam sak. Detta underlättar även spridning av kommunikation och samarbete medaktörer emellan, då alla kan vara säkra på att samarbetsorganisationerna är starka och tillförlitliga.

Reflektera över följande då beslut eller ställningstagande tas:

- Kommer vi närmare visionen och målen genom vårt beslut/ställningstagande?
- Hur påverkar vårt beslut/ställningstagande vår trovärdighet som föregångare inom arbetet med utvecklings- och hållbarhetsagendan?
- Vilka långsiktiga konsekvenser har beslutet/ställningstagandet, positiva och negativa?
- Är vårt beslut/ställningstagande tydligt för vår målgrupp?
- Är kopplingen mellan vårt beslut/ställningstagande tydligt i förhållande till visionen och utvecklingsmålen?

En tydlighet framkommer kring var organisationen står och vad som sker inom organisationen för att främja visionen och utvecklingsmålen. Vi har en färdriktning men vägen behöver stakas ut för de som inte ännu är medvetna om denna. Värdet i kommunikationen uppkommer då organisationen har gjort utvecklings- och hållbarhetsagendan till sin egen och kan stötta människor i utvecklingen att göra det samma.

Vad kommuniceras i anslutning till bärkraft.ax?

Beslut, evenemang, möten och andra aktiviteter som har anknytning till visionen eller utvecklingsmålen kommuniceras. För att visa att medaktörerna i nätverket bärkraft.ax kan påverka och är villiga att visa vägen fram till visionen och utvecklingsmålen krävs en ständig koppling till agendan. Upprepning är ett

kraftfullt verktyg då majoriteten av kommunikationen går mottagaren förbi. Lyft fram goda exempel och ta vid behov ställning emot de exempel som är mindre bra utgående från er organisations ståndpunkt.

När kommuniceras visionen och utvecklingsmålen?

Åland är ett samhälle i framåtrörelse! Organisationerna inom nätverket bärkraft.ax känner det. För att samma känsla ska nå alla sektorer och människor på Åland är kommunikationen konsekvent och regelbunden. Vi kopplar an till visionen och utvecklingsmålen så ofta vi kan. Genom kontinuerlig kommunikation stärks det egna självförtroendet. Vi kan visa övriga vår tolkning av och vår gemensamma riktning till visionen och utvecklingsmålen.

Ta tillfället i akt då det kommer. Kommunikationen sker alltid då intresse för visionen och utvecklingsmålen kan väckas eller fördjupas. Organisationen kan väva in arbetet inom bärkraft.ax i all verksamhet och alla aktiviteter. Organisationen kan till exempel berätta om sitt arbete inom nätverket under presentationer, diskussioner, genom evenemang och i olika kommunikationskanaler.

Till vem riktar sig kommunikationen?

Kommunikationen är vår egen och vi är den främsta avsändaren. Vår egen målgrupp är därför den främsta publiken för vår kommunikation. Därför ska publiken känna igen er kommunikation. Kommunikationen som berör visionen och utvecklingsmålen är ett med vår övriga kommunikation och verksamhet.

Kommunikationen sker inte enbart externt. Då vår profil inom nätverket är *distinkt* och *sammanhängande* är budskapet också konsekvent i den egna organisationen. Det är varje organisations eget ansvar att se till att kunskap, aktualiteter och förankring sipprar ut i den egna organisationen. Alla i den egna organisationen ska få möjlighet att ta till sig utvecklings- och hållbarhetsagendan och reflektera kring vad det innebär i arbetet och privat.

Fördelarna med förverkandet av utvecklings- och hållbarhetsagendan är tydliga för Åland som samhälle. Genom att visa på fördelarna för samhället och privatpersonen får arbetet med förverkligandet av visionen och utvecklingsmålen innehåll fotfäste och detta främjar engagemang.

Inled arbetet med kommunikationen

Vi kommer troligtvis inte att ha möjlighet att ta ställning till allt som sker som berör utvecklings- och hållbarhetsagendan. Därför är det viktigt att vi vet vår roll i nätverket. Genom att vara säkra på vår egen roll kan vi också lättare ta vara på varandras kompetenser och samarbeta.

För att förenkla kommunikationen med andra sprids informationen om de olika organisationernas roll i nätverket. Genom att gräva där vi står börjar vi med att definiera vår egen roll i nätverket.

- Vad är vårt kärnområde och vår roll i nätverket? Inom kärnområdet finns just våra hjärtefrågor och vår målgrupp. I ärenden som rör dessa frågor kan också vår målgrupp ta kontakt med oss.
- Hur skiljer vi oss från övriga medaktörer? Genom att definiera er roll i nätverket vet vi var vår främsta fokus borde ligga, vad vi kan bidra med och var allmänheten och övriga medaktörer kan förlita sig på att vi visar vägen.
- Vilka utvecklingsmål står närmast vår verksamhet? Genom att reflektera kring målen som vi främst arbetar med underlättar vi den egna bevakningen och allmänhetens förväntningar på oss. I denna fråga kan också tillfälliga projekt- eller kampanjarbeten i anslutning till utvecklings- och hållbarhetsagendan ingå.

När kan det gemensamma nätverket bärkraft.ax:s kanaler användas?

Nätverkets sidor finns till förfogande för alla medaktörers informationsspridning. På informationskanalerna kan allt som är relevant för allmänheten i anslutning till visionen och målen spridas som sprids på egna kanaler i anslutning till visionen och målen. Alla medaktörer har möjlighet att vara redaktörer på nätverkets sidor på sociala medier.

Våra kanaler för extern kommunikation:

Sociala medier (facebook, instagram)

Webbplats

Nyhetsbrev

Forum för samhällsutveckling

Våra kanaler för intern kommunikation

Medaktörsmöten

Webbplats

Grupp på facebook