



# Kommunikationsplan

Projektnamn: VIMLA – Vatten och människan i landskapet

Datum: 2016-09-09

Upprättad av: Mattias Sundqvist och Tobias Eriksson

Uppdaterad: Version 2 (2017-01-20)

---

## 1. Bakgrund och syfte

De små vattendrag i Kvarkenområdet som mynnar i havet har stor betydelse för ekologi, ekonomi och hälsa i kustområdet. Samtidigt är de i många fall kraftigt påverkade av människan. Framför allt finns i dessa vatten en försurningsproblematik kopplade till sura sulfatjordar. Även översvänningsproblem och näringsutlakning kan ha en negativ påverkan på vattendragens tillstånd. Under de kommande två åren kommer projektet VIMLA - Vatten och Människan i Landskapet, att på olika sätt arbeta för att öka kunskapen och på sikt förbättra tillståndet i dessa vattendrag, både på den svenska och finländska sidan om Kvarken. Kommunikationen med markägare, näringsidkare och allmänhet är en central del för projektet. Likaså är kommunikationen med och kompetensutvecklingen av deltagande organisationer, myndigheter och forskare, som är både rådgivande och handläggande instanser, väldigt viktig.

Syftet med kommunikationsplanen är att ge vägledning och stöd i det kommunikativa arbetet i projekt VIMLA. Kommunikationen i projektet ska användas som grund för kunskapsspridning internt och externt gällande hänsynsfrågor kring kustnära vattenmiljöer. Huvudfokus i kommunikationen kommer att ligga på att uppmärksamma problematiken kring sura sulfatjordar, där markdräneringar

inom jord- och skogsbruk, samt mark- och schaktningsarbeten har en stor påverkan på vattnets pH och metallhalter. Vi vill också lyfta den översvämningsproblematik som de flacka och ofta kraftigt dikade vattendragen kan bidra till.

I kommunikationen ska vi dessutom lyfta begreppet ekosystemtjänster, det vill säga de nyttor som avrinningsområden ger till människan. Genom kommunikationen om ekosystemtjänster kan vi hos våra målgrupper skapa ökad förståelse för och medvetenhet om begreppet ekosystemtjänster samt hur olika ekosystemtjänster är beroende av och påverkar varandra. Genom kommunikation kan markägarna (och andra) lättare förstå den nytta som kan erhållas av väl fungerande ekosystemtjänster. Vi vill också skapa ett intresse hos den externa målgruppen för att ta hand om alla de värden och nyttor som finns i deras närmiljö. Vi inom projektet kommer att få en tydligare bild av vilka ekosystemtjänster som är viktiga för målgruppen och var de är belägna geografiskt inom våra modellområden.

## 2. Målgrupper

Huvudsakliga målgrupper inom projektet är markägare, jord- och skogsbrukare, jordbruksföretagare, rådgivningsorganisationer, skogsentreprenörer och skogsföretag och fackmän. Vi vill nå både män och kvinnor i olika åldrar inom dessa målgrupper. De flesta specifika informationsinsatser riktas mot dessa grupper, både då det gäller konkreta modellösningar, problemställningar och när det gäller att kommunicera projektets aktiviteter.

### a. Externa

Markägare inom jord- och skogsbruk är prioriterad målgrupp. Allmänheten är en sekundär målgrupp.

### b. Interna

Mark- och vattenhandläggare på myndigheter samt projektgruppen.

## 3. Kommunikationsmål

### a. Externa

Målen är:

- att öka kunskapen hos de olika målgrupperna om sura sulfatjordar och dess påverkan på vattenmiljöer och därmed öka möjligheterna för målgruppen att ta rätt beslut vid brukandet av sina egna marker.
- Att målgrupperna ska vara medvetna om vilka ekosystemtjänster som produceras i modellområdena och att de förstår sambanden om hur mark- och resursanvändning påverkar de olika ekosystemtjänsterna.
- Att av målgruppen lära mer om deras verksamhet, och deras förutsättningar för att jobba mot hänsyn i vattendrag.
- Tillsammans med målgruppen hitta sätt att förbättra vattenkemi och vattenbalans i våra modellområden.

## b. Interna

Målen är:

- Att skapa en hög och samstämmig kunskapsplattform om sura sulfatjordar, vattenkemi, vattenbalans och ekosystemtjänster
- Att förmedla kunskapen om sura sulfatjordar, vattenkemi, vattenbalans och ekosystemtjänster på ett effektivt och trovärdigt sätt.

## 4. Analys av nuläget

Kunskapsnivån om sur sulfatjord och dess påverkan på vattenmiljöer är i dag generellt låg hos våra externa målgrupper. I synnerhet är kunskapen begränsad om effekterna av dränerings- och torrlägningsåtgärder liksom övrig markverksamhet där potentiella sura sulfatjordar syresätts. Jordbruket i våra modellområden har en stor påverkan på vattenmiljöerna eftersom jordbruksmark ofta är belägen på sura sulfatjordar. Där har gjorts sjösänkningar och dräneringar som efter 50-100 år fortfarande har starkt försurande effekter och medföljande metallurlakningar. Nydikningar och dikesrensningar leder ofta till kraftiga försämringar av vattenmiljön. Inom skogsbruket har kunskapen om den generella hänsynen till vattendrag förbättrats på senaste år. Skogsbrukets påverkan på vattenmiljöer är mer utredd och kunskapsnivån högre, men det finns fortfarande behov av kunskap för att hänsynen ska öka. Hur skogsbruk ska bedrivas hänsynsfullt i områden med sura sulfatjordar är, åtminstone i Sverige en relativt ny fråga.

Det finns skillnader mellan Sverige och Finland vad gäller problematik och kunskapsnivå om sura sulfatjordar. I Finland finns en mer omfattande sura sulfatjordsproblematik jämfört med Sverige, med ett flackare landskap och större arealer med sura sulfatjordar som dränerats kraftigt i jord- och skogsbrukssyften. I Finland finns också en generellt en högre kunskapsnivå och större erfarenheter hos myndigheter och forskare om var jordarna finns och deras påverkan på vattenmiljöer. Finland har också, i något större utsträckning än Sverige, jobbat med åtgärder för att motverka problematiken.

I Sverige har man i större utsträckning jobbat med kommunikation med markägare, näringsidkare och allmänhet, bl.a. genom länsstyrelsens projekt Friskare skogsvatten och Skogsstyrelsens dialogprojekt för att ta fram målbilder för god hänsyn inom skogsbruket.

Ekosystemtjänster är ett begrepp som används allt mer flitigt i olika sammanhang. Innebörden är dock olika och varierar utifrån syften och användare. Därför finns ett behov inom projektet att skapa en samstämmig bild som sedan kan förmedlas på ett enkelt och pedagogisk sätt till målgrupperna markägare inom jord- och skogsbruk.

I nedanstående tabell presenteras en s.k. SWOT-tabell som sammanställdes vid projektets workshop om ekosystemtjänster 2-3 juni 2016. Den ger en översiktlig bild av de styrkor och svagheter vi upplever att vi har inom projektet, samt vilka förutsättningar i omgivningen som ger oss möjligheter eller begränsar oss (hot) att nå våra mål.

	Hjälper att nå mål	Förhindrar att nå mål
Projektets påverkan	<b>Styrkor</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Mångsidig expertis</li> <li>-Erfarenhet av kommunikation</li> <li>-Identifierad brist på kunskap hos oss</li> <li>-Gränsöverskridande projekt med många organisationer</li> <li>-Kontakt och deltagande från nyckelpersoner inom vattenråd och näringar</li> <li>-Goda språkkunskaper</li> <li>-Höga ambitioner</li> </ul>	<b>Svagheter</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Uppifrånperspektiv – "vi vet bättre"</li> <li>-Svårt att identifiera och hitta "rätt" målgrupp</li> <li>-Svårt att anpassa kommunikation</li> <li>-Begränsade resurser och för höga ambitioner</li> <li>-Många partners</li> <li>-Svårt att gå från teori till handling</li> </ul>
Omgivningens påverkan	<b>Möjligheter</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Engagemang i bygden och området man förvaltar</li> <li>-Nyttoaspekten (nytta för människan) ökar förståelsen för EST</li> <li>-Ett bra tillfälle att tydliggöra för våra målgrupper om myndigheters olika roller</li> </ul>	<b>Hot</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>-För komplext tema</li> <li>-Budskapet missuppfattas</li> <li>-Kan bli svårt att tillämpa i praktiken</li> <li>-Förutfattade meningar om projekt, tema och deltagande partners (myndigheter)</li> <li>-Förutfattade meningar om myndigheters roll och att de representerar miljösidan och tillsynsansvar över målgruppens verksamheter.</li> <li>-Ingen dyker upp</li> </ul>

Vi har många styrkor i projektet i och med vårt kunnande och vår breda representation. Samtidigt är större delen av oss myndighetsrepresentanter, som har både perspektiv och mål som kan krocka med verksamhetsutövarns. För att lyckas i kommunikationen har vi en del barriärer att riva och det behövs tydliga strategier för att nå ut till målgruppen och skapa engagemang i frågorna.

## 5. Kommunikationsstrategier

Projektets strategi är att långsiktigt bygga upp kunskapsnivån hos berörda målgrupper. Detta gör vi genom att ordna egna träffar och workshops, deltar i mässor och konferenser, tar fram broschyrer och andra trycksaker, samt sprider information via hemsidor, nyhetsmedia och sociala medier.

I projektet vill vi att våra informationsinsatser ska nås av en bred representation av våra målgrupper, både då det gäller kön och ålder. För att lyckas med det behövs strategier i våra kommunikationsinsatser, så att de sammantaget attraherar alla inom målgruppen. Erfarenhet från tidigare projekt och träffar säger att andel kvinnor på träffar generellt är lågt.

## 6. Budskap och kanaler

Projektet kommer att använda sig av ett flertal kommunikationskanaler. I denna plan har delat in dem i fyra kategorier: 1) Träffar; 2) Workshops, mässor och konferenser; 3) Broschyrer och andra trycksaker; 4) Hemsida och sociala medier.

## Träffar

Inom projektet kommer vi att anordna ett flertal egna träffar där vi kan lyfta projektets mål och resultat i den omfattning vi önskar.

Konkreta tips för träffar:

- Anordna träffar på målgruppens "hemmaplan" för att ge större trygghet.
- Använda oss av nyckelpersoner i samband med träffar. Dessa nyckelpersoner är sådana som har stort förtroendekapital hos målgruppen och som har stor kunskap inom specifika områden.
- Bjud in kända föreläsare som kan inspirera, engagera och locka deltagare..
- Ta kontakt med lokal media om att träffen ska äga rum.
- Anpassa träffar till målgruppens möjligheter och vilja att delta för att skapa förutsättningar för blandade åldrar och könstillhörighet. T ex val av tid på dagen, val av typer och aktiviteter kan vara avgörande för vilka som vill och kan delta. Träffar riktade mot barn är ett sådant exempel.
- Arbeta med praktiska moment vid träffen, t ex mäta, borra, studera insekter, göra mindre åtgärder.
- Ordna aktiviteter där deltagarna får använda många sinnen. Se, känna, lukta...
- Visa upp positiva exempel som visar hur bra det kan vara.

Kommunikation Ekosystemtjänster:

- Använd kommunikationsmaterial, t ex magnetkartor, som pedagogiskt hjälpmedel
- Ordet "Ekosystemtjänster" är väldigt byråkratiskt. Använd till en början "nyttor" eller "värden".
- Låt deltagarna själva ge förslag och fundera på nyttor som förekommer inom avrinningsområdet.
- Hjälプ deltagarna att koppla ihop dessa ekosystemtjänster. Hur hänger de ihop och hur påverkar de varandra?

## Workshops, mässor och konferenser

Förutom egna fältträffar så kommer det uppstå tillfällen att lyfta projektfrågor vid andra träffar i det befintliga nätverket, t ex skogsägarträffar, mässor och konferenser. Det är bra och viktigt att ta de möjligheter som bjuds.

Workshops kommer att anordnas, som framför allt är riktat till den interna målgruppen. Vid inbjudan av föreläsare till workshops är det viktigt att kvinnliga och manliga föreläsare är jämnt representerade

## Trycksaker

Projektet kommer att ta fram ett antal egna broschyrer riktade mot projektets olika aktiviteter. Med dessa kan vi ge möjlighet till fördjupad kunskap i olika ämnen . Med informationsblad och olika "give aways" kan vi också öka uppmärksamheten kring projektet.

I de texter och bilder som publiceras ska finnas ett jämställdhetsperspektiv. Män, kvinnor, gamla och unga ska vara jämnt representerade på bilder i trycksaker och vi ska undvika bilder som är könsstereotypa. I projektet har vi möjlighet att använda jämställdhetsgruppen på Länsstyrelsen Västerbotten för att få synpunkter på trycksaker, inbjudningar till träffar och annat som berör dessa frågor.

### Hemsida och social medier

Projektet har en egen hemsida för spridning av information externt om projektets syfte, mål och aktiviteter, samt information om projektets träffar. Vi ska även här ha ett jämställdhetsperspektiv i de texter och bilder vi tar fram. Hemsidan uppdateras löpande.

Projektet kommer inte att ha någon egen kanal/plattform för spridning i sociala medier, t ex Facebook. Däremot finns några befintliga kanaler där projektet har möjlighet att sprida information. I Sverige finns Länsstyrelsen Västerbottens Facebook-sida ” Restaurering av vattendrag, Länsstyrelsen Västerbotten”, samt en Facebook-sida för Vattenråden och de två nordligaste länsstyrelserna som heter ”Vatten i Norr”. I Finland finns exempelvis NTM-centralens Twitter- och Facebooksidor (@EPELYkeskus och Etelä-Pohjanmaan elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus).

## 6. Resultatindikatorer

I projektet har vi satt upp ett antal indikatorer för de horisontella kriterierna, som vi ska använda för att mäta våra kommunikationsresultat. Dessa indikatorer sammanfattas i tabellen nedan.

Indikator / Horisontella kriterier	Jämställdhet mellan kvinnor och män	Hållbar utveckling	Lika möjligheter och icke-diskriminering
Andelen män och kvinnor som nås av kommunikationsinsatser t ex fältträff	x		
Andelen aktiva jord- och skogsbrukare som nås av kommunikationsinsatser t ex fältträff		x	
Uppskattning av fördelning av ålder och nationalitet på de som deltar i kommunikationsinsatser			x
Andelen män och kvinnor bland föreläsare på Vimlas evenemang	x		
Beakta kön och ålder i bilder som används inom projektet	x		x
Andelen möten via Lync		x	x

## **7. Aktivitetsplan/Kommunikationsmål, budskap och aktiviteter per målgrupp**

För att få en översikt över våra kommunikationsinsatser finns en aktivitetsplan i VIMLA:s Basecamp under "Docs and Files/Kommunikation/Komm.aktiviteter". Detta är ett arbetsdokument som uppdateras regelbundet. Alla planerade kommunikationsinsatser ska läggas in i planen av respektive ansvarig organisation. När en insats är genomförd uppdateras listan med bl a resultatindikatorer och gränsöverskridande samverkan. Dessutom ska namn på dokument kopplade till insatsen skrivas in. Dokumenten sparas under "Docs and Files/Kommunikation/Komm-dokument". Här nedan visas ett exempel på hur Excel-tabellen är utformad.

Tabell: Layout för aktivitetsplan/Kommunikationsrapport med exempel på olika kommunikationsinsatser.

<b>Kommunikationsinsats</b>	<b>Datum</b>	<b>Ansvarig</b>	<b>Målgrupp</b>	<b>Resultat indikatorer (t ex antal,kön)</b>	<b>Uppföljning</b>	<b>Gränsöverskridande samverkan</b>	<b>Dokument</b>
<b>Träffar/Möten</b>							
Eu cooperation day, Sverige	160921	Lst/SKS	Jordbrukare, skogsbrukare, allmänhet	26 st deltagare, varav 7st kvinnor och 19 män.	Genomfört	Samverkan kring planering, inbjudan, trycksaker.	Annons: EU-dagen_Flarken.pdf
Eu cooperation day, Finland	160921		Jordbrukare, skogsbrukare, allmänhet			Samverkan kring planering, inbjudan, trycksaker.	
Utbytesdagar Söderfjärden		ELY/Lst	Jorbrukare och skogsbrukare			Utbyte mellan länderna	
<b>Workshops, mässor, konferenser</b>							
Mässa Grönt Expo		Lst	Jordbrukare, skogsbrukare, allmänhet	Ca 200 personer, varav 50% män/kvinnor	Genomfört		
<b>Media</b>							
Annons Mellanbygden		Lst					EU-dagen_Flarken.pdf
<b>Trycksaker</b>							
Folder om sura sulfatjordar		Lst, SkS	Jordbrukare, skogsbrukare, allmänhet			Jämförelser med infomaterial i Finland. Finland tar del av foldern.	