

Kommunikationsstrategi

VIABLE CITIES ETAPP 2, 2021-2023

Med stöd från

VINNOVA
Sveriges innovationsmyndighet

 **Energimyndigheten**

FORMAS 

Strategiska
innovations-
program

Innehållsförteckning

1	Syfte	2
2	Strategi	2
3	Målgrupper	3
3.1	Huvudmålgrupper	3
3.2	Övriga målgrupper	4
4	Huvudbudskap	5
5	Kommunikationsvägar	6
5.1	Styrda kommunikationsvägar	6
5.2	Operativa kommunikationsvägar	8
5.3	Tredjepartskanaler	10
6	Verktyg	10
6.1	Storytelling	10
6.2	Visuell identitet	11
6.3	Bildspråk	11
7	Uppföljning	11
8	Roller och ansvar	12
9	Aktiviteter	12

1 Syfte

Viable Cities kommunikation ska bidra till programmets mission:

Klimatneutrala städer 2030 med ett gott liv för alla inom planetens gränser.

Och vision: Sverige inspirerar till och har en ledande roll i energi- och klimatomställningen genom smarta och hållbara städer.

Kommunikationsarbetet ska också utgå från och stödja programmets effektmål.

2 Strategi

Viable Cities har ett stort och viktigt uppdrag och bedriver redan en omfattande verksamhet som samlar många aktörer från olika sektorer och nivåer i samhället. Kommunikation och kunskapsspridning är strategiska aktiviteter och kommunikationsarbetet är en integrerad del av programledningens arbete.

Det övergripande uppdraget för kommunikationsarbetet lyder:

Viable Cities kommunikationsarbete bidrar till att bygga en rörelse bland många aktörer i samhället för att åstadkomma klimatneutrala städer 2030

Kommunikationsarbetet bidrar till programmets framgång genom att, i första hand i Sverige, men även internationellt:

- visa på programmets pionjärarybete och dess utveckling av lärande utifrån ett missions-drivet arbetssätt, för att snabba på utvecklingen mot klimatneutrala städer och uppfylla Sveriges klimat- och hållbarhetsmål samt Agenda 2030 och Paris-avtalet
- sprida erfarenheter och resultat från programmet, och från andra aktörer i både Sverige och utomlands som har liknande uppdrag, så att dessa kommer till nytta och bidrar till klimatomställningen
- öka kännedomen om programmet så att fler aktiva aktörer på olika sätt blir engagerade i att realisera missionen
- bidra till en gemenskap och utveckla nätverk bland programmets aktörer och andra aktörer med liknande uppdrag, för att stärka städers förmåga till att bli hållbara och klimatneutrala
- öka engagemanget för städers klimatomställning hos medborgarna, bland annat genom storytelling som verktyg

3 Målgrupper

Det missionsdrivna arbetssättet innebär att programmets insatser inriktas på en mission som tydligt kommunicerar vad som ska uppnås och när detta ska ske: Klimatneutrala städer 2030 – med ett gott liv för alla inom planetens gränser.

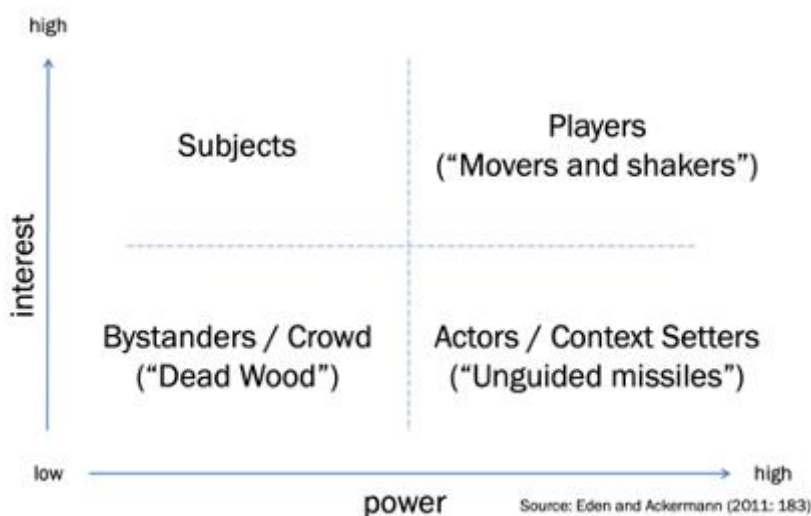
Missionsdrivet arbetssätt innebär vidare att framgång nås genom att många involveras som medskapare i processen: näringsliv, offentliga aktörer, akademi samt civilsamhälle och medborgare.

För att lyckas med detta behöver vi genomföra kommunikationsinsatser i samspel med andra partners, och vi behöver prioritera.

Vårt uppdrag att vara en drivande motor i arbetet mot klimatneutrala städer 2030 kräver att Viable Cities och vår mission blir känd och angelägen för fler.

Våra huvudmålgrupper under perioden 2021-2023 är därför **befintliga, potentiella och intresserade projektpartners samt medlemmar**. Konkreta resultat av deras pågående arbete för snabbare och mer kraftfull klimatomställning i städer utgör grunden för Viable Cities kommunikation.

3.1 Huvudmålgrupper



3.1.1 Projektpartners och medlemmar

Programmets projektpartners, bland dem de nio kommunerna i satsningen Klimatneutrala städer 2030, och medlemmar driver på arbetet för klimatneutrala städer och bidrar till programmets utveckling. De behöver vara drivande i det samskapande som krävs för städernas klimatomställning, de är en del i en "community av changemakers". Det är viktigt att de känner mervärde av sitt engagemang i programmet och att de får ett gott stöd från Viable Cities, samt att deras erfarenheter och lärdomar

fångas upp. De är programmets ambassadörer och finns över hela landet, även i andra länder, och har egna nätverk.

3.1.2 Potentiella projekt- och samarbetspartners

Sedan starten har Viable Cities knutit till sig 200 projektpartners och över 80 medlemmar. Viable Cities behöver aktiva och engagerade medlemmar som vill, och kan, driva förändring i linje med programmet. Ju fler "movers & shakers" (se ovan) som är engagerade i programmet desto större kraft får vi att påverka. Kategorin kan innefatta organisationer som betraktas som pionjärer eller sådana med betydande spetskompetens, stora som små. Via relevanta nätverksorganisationer som medlemmar kan vi nå många aktörer.

3.1.3 Aktörer som är intresserade av Viable Cities

Nya metoder och processer som driver samhällsutveckling mot klimatneutrala och hållbara städer är av stort intresse för många målgrupper, bland dem beslutsfattare och politiker på europeisk-, riks-, regional- och lokal nivå, samt i näringsliv och branschorganisationer och akademi. Här finns också de kommuner som vill ingå i Viable Cities arbete med missionen Klimatneutrala städer 2030.

3.2 Övriga målgrupper

3.2.1 Andra strategiska innovationsprogram och relaterade satsningar

Flera av de övriga strategiska innovations-programmen tangerar vårt område. Samarbete med dem ger oss mer muskler för att driva klimatomställningen framåt till exempel med gemensamma utlysningar. Vi kan också samverka kring till exempel evenemang och andra gemensamma aktiviteter. Ett sådant arbete har delvis redan etablerats kopplat till stadsutveckling och samhällsbyggnad där ett antal program redan samverkar i internationell kommunikation (Smart Built Environment, Re:Source, IoT Sverige, Drive Sweden och Infra Sweden 2030).

Samarbeten med andra relaterade initiativ pågår, till exempel med Nordic Innovation, UN Habitat, EIT Climate-KIC och Rådet för hållbara städer. Dessa samarbeten fortsätter att utvecklas under perioden.

3.2.2 Allmänheten

Det krävs involverade och engagerade invånare i våra städer och kommuner för att klara klimatomställningen. Genom våra i skrivande stund 62 forsknings- och innovationsprojekt och dess medarbetare och kommunikatörer på lokal nivå finns en möjlighet att kommunicera med många. Kommuner är särskilt intressanta i detta sammanhang då de redan har utvecklade kommunikationsvägar till sina invånare. I kommuner med starka klimat- och hållbarhetsambitioner, bland andra Viable Cities

medlemskommuner, finns ofta ett utvecklat kommunikationsarbete kring klimat och hållbarhet riktat till medborgare.

Ett nätverk av kommunikatörer och andra intresserade har initierats och bör utvecklas under perioden. Samarbeten med andra aktörer som fokuserar på målgruppen bör inledas under perioden. Insatser ska utgå ifrån forskning och annat relevant underlag inom området hållbarhetskommunikation.

3.2.3 Politiker, myndigheter och offentligt ägda bolag

För att åstadkomma de förändringar i samhällssystem och processer som krävs för att nå missionen måste vi kommunicera vår verksamhet till politiker och tjänstemän såväl nationellt som regionalt och lokalt, samt på EU-nivå. ¹

3.2.4 Bank- och finansvärlden

För att åstadkomma de stora förändringar i ekonomiska och finansiella system och processer som krävs för att nå klimatneutrala städer måste vi kommunicera med bank- och finansvärlden och engagera dem i Viable Cities mission. ²

3.2.5 Finansiärer

Vi har en god relation med de finansierande myndigheterna Formas, Vinnova och Energimyndigheten, och är öppna för dialog med andra finansiärer inom området. ³

3.2.6 Medier

Det finns ett stort intresse för Viable Cities och programmets mission att uppnå klimatneutrala städer. Att synliggöra verksamheten i relevanta svenska och internationella medier bidrar till att snabba på utvecklingen mot klimatneutrala städer.

4 Huvudbudskap

- För att nå klimatneutrala städer till 2030 behöver omställningen gå mycket snabbare än den gör idag. Det krävs en tydlig och gemensam målbild, samskapande över alla nivåer och sektorer i samhället och djärva beslut – en genomgripande omställning. Det strategiska innovationsprogrammet Viable Cities är en kunnig, generös och modig motor i detta omställningsarbete.
- Viable Cities är en självklar, givande och drivande samtals- och samarbetspartner för satsningar och initiativ med liknande målbild.

¹ Målgruppen nås i nuläget via mindre möten.

² Målgruppen nås i nuläget via mindre möten.

³ Målgruppen nås i nuläget via mindre möten.

- Viable Cities välkomnar samarbete med fler organisationer som vill bidra till att förverkliga programmets mission.
- Viable Cities insatser bidrar konkret till systemomställning och till utveckling och spridning av metoder och replikerbara lösningar som snabbar på omställningen till ett klimatsmart, inkluderande och hållbart samhälle.
- Den klimatneutrala och hållbara staden ger miljömässiga, ekonomiska och sociala vinster för både individen och samhället, samt bidrar till att hålla ökningen av den globala medeltemperaturen väl under 2 grader (Parisavtalet).

5 Kommunikationsvägar

Bilden av Viable Cities skapas genom tre kommunikationsvägar. De ska samspela så att det som beskrivs i den styrda kommunikationen, är det som upplevs i den operativa och det man talar om i tredjeparts-kommunikationen.

I den **styrda kommunikation** är det vi som bestämmer hur vi vill framstå, till exempel på webbplatsen samt i pressmeddelanden, trycksaker, sociala medier och nyhetsbrev.

Den **operativa kommunikationen** handlar om vad vi som arbetar i programmet gör och säger; om de personliga och verksamhetsanknutna kontakter vi har vid till exempel konferenser, workshops, möten och intervjuer.

Tredjeparts-kommunikationen omfattar sådant som andra säger om Viable Cities och det vi gör, till exempel hur projektpartners, medlemmar, andra SIPar och relaterade satsningar pratar om oss. Här finns också opinionsbildare, traditionella och sociala medier och invånare.

Kommunikationsinsatser ska fokusera på de vägar som når prioriterade målgrupper.

5.1 Styrda kommunikationsvägar

5.1.1 Webbplatsen

Viablecities.se är basen i programmets kommunikation och en självklar ingång till verksamheten. Här finns information om programmets organisation, vårt uppdrag, vårt strategiska projekt och forsknings- och innovationsprojekten samt nyheter, kalendarium och kontaktuppgifter.

Webbplatsen ska vara lättnavigerad, aktuell, informativ och utgöra en naturlig kontaktväg till programmet. All information finns på både svenska och engelska, och översätts huvudsakligen automatiskt.

Under perioden ska webbplatsen ses över, bland annat behöver projekten synliggöras och nytt lättillgängligt kommunikativt material om programmet, dess processer och utvecklingen produceras.

5.1.2 Kommunikationsplattformen Slack

Hit bjuds alla aktiva inom Viable Cities in för att på ett enkelt och snabbt sätt kunna ta kontakt och utbyta information. I Slack finns olika kanaler med olika teman, till exempel #kommunikation, #delningsekonomi och #omvärldsbevakning. I dag finns omkring 110 personer i plattformen. Alla i kanalen får naturligtvis säga vad de vill, men programmet är ägare och bjuder in personer. En plan för att öka angelägenhetsgraden för användarna och därmed öka aktiviteten i plattformen ska formuleras.

5.1.3 Bloggportalen Medium

På bloggplattformen Medium, som fokuserar på idéer, kunskap och nya perspektiv, finns vår blogg. Här skriver medarbetare och inbjudna skribenter inlägg, till exempel om insikter och resultat från våra projekt, erfarenhet från konferenser eller kommentarer till aktuella händelser i omvärlden kopplade till vår mission. Texterna skrivs i skribenternas eget namn och publiceras ofta på både svenska och engelska. Här finns stora möjligheter att berätta om Viable Cities arbete för såväl svenska som internationella målgrupper, och samtidigt dra nytta av att en del skribenter har många egna följare. En plan för att öka antalet följare och interaktion ska formuleras.

5.1.4 Nyhetsbrev

Vårt digitala nyhetsbrev kommer ut cirka tio gånger per år. De innehåller bland annat en ledare från programchefen, aktuellt från Viable Cities verksamhet och projekt, utlysningar, tips om seminarier och events, både egna och andras, samt omvärldsbevakning. Nyhetsbrevet har idag cirka 2000 prenumeranter. En analys av befintliga prenumeranter relaterat till prioriterade målgrupper ska ge underlag till insatser.

5.1.5 Sociala medier

Viable Cities har konton på Twitter, LinkedIn, Facebook och Instagram. Vi prioriterar, har vi flest följare och får mest spridning av inlägg på Twitter och LinkedIn. I sociala medier berättar vi om det som händer i programmet, bjuder in till events, länkar till nya bloggposter och återpostar inlägg från våra samarbetspartners och intressanta inlägg från omvärlden.

Viable Cities projekt har ofta egna konton i sociala medier. Många av Viable Cities medlemmar och projektpartners har en hög närvaro i sociala medier och vissa av dem är mycket aktiva, vilket vi kan dra nytta av för att uppmärksamma deras målgrupper på arbetet som genomförs inom ramen för Viable Cities.

5.1.6 Youtube

I vår Youtube-kanal samlar vi inspelningar av konferenser, möten, intervjuer och filmer om programmet. Vissa konferenser live-sänds här. Våra digitala konferenser ses både live och i efterhand av hundratals intresserade.

5.2 Operativa kommunikationsvägar

Dialogen och det personliga mötet är effektiva kommunikationsvägar. Viable Cities arrangerar, initierar och medverkar i otaliga seminarier och möten varje år. Alltid med uppdraget att driva verksamheten framåt; vi berättar om programmet, dess mission och aktualiteter, till exempel öppna utlysningar. Under 2020 har de flesta möten skett digitalt. En positiv effekt är att mötena blir mer tillgängliga, att det är enklare att ha medverkande från andra platser på jorden och att resorna blir färre. Men samtidigt är det svårare att lära känna nya människor i digitala möten. Troligen kommer fler möten att vara digitala även efter Corona-pandemin.

Några mötesplatser:

5.2.1 European Viable Cities Day

Den 11 december varje år arrangerar Viable Cities en konferens med hög profil i samarbete med EU-kommissionens representation i Sverige. Hittills har konferensen gästats av bland andra Laurent Fabius, ordförande för FN:s klimatkonferens 2015, Jan Eliasson, fd vice generalsekreterare i FN, Jean-Eric Pacquet, generaldirektör för EU-kommissionens direktorat för forskning och innovation, Energimyndighetens generaldirektör Robert Andrén, Vinnovas generaldirektör Darja Isaksson och naturligtvis våra projekt- och samarbetspartners.

Syftet är dels att ge ny energi till vår egen verksamhet, och dels att öka kännedomen om vårt arbete, både i Sverige och internationellt.

5.2.2 Transition Lab Forum

Inom ramen för vårt strategiska projekt Viable Cities Transition Lab hålls fyra gånger per år Transition Lab Forum. Här samlas olika typer av projektpartners och medlemmar för inspiration, erfarenhetsutbyte och samskapande, med fokus på att snabba på städers klimatomställning. Externa talare, paneldebatter och workshops står på programmet. Syftet är dels att främja lärande och mötas över sektorer och nivåer för att driva verksamheten framåt, dels att skapa en gemenskap inom Viable Cities. Alla behövs och vi gör jobbet tillsammans. Under 2020 har konferensen varit digital och vissa delar har sänds live på Youtube. Inom Viable Cities Transition Lab hålls dessutom fler möten och workshops i mindre konstellationer för att bidra till utvecklingen av programmet och för olika uppdrag.

5.2.3 Möten inom satsningen Klimatneutrala städer 2030

Satsningen Klimatneutrala städer 2030 och arbetet med ett klimatkontrakt för kommunerna är en viktig del av verksamheten under de kommande åren. För att satsningen ska bli framgångsrik krävs stora förändringar av system och processer. I satsningen hålls kontinuerliga möten med de redan involverade kommunernas politiker och projektmedarbetare, samtidigt initieras möten med andra parter av vikt för

förändringen: myndigheter, organisationer och branscher. Ett nätverk för kommunernas kommunikatörer har bildats.

5.2.4 Klimatfrukost

För att snabba på klimatomställningen behöver vi öka takten. Under hösten 2020 startar Viable Cities därför klimatfrukostmöten. En knapp timme varannan onsdag bjuds medlemmar, projektpartners och andra intresserade in till frukost med teman som på olika sätt bidrar till klimatomställningen. En halvtimme ägnas åt inspiration och återstoden av tiden till samtal och diskussion.

5.2.5 Medlemsstämmor

Årsstämman för medlemmar hålls en gång per år och är till stor del styrd av formalia. Samtidigt samlar det många medlemmar och är ett tillfälle att berätta om verksamhetens planer och be om synpunkter. Alla medlemmar har möjlighet att vara aktiva i vårt strategiska projekt Transition Lab och bjuds också in till workshops och remissrundor.

5.2.6 Informationsmöten och matchmaking inför utlysningar

Inför ansökan till nya utlysningar hålls informationsmöten med möjlighet till att ställa frågor, samt matchmaking-möten för att intresserade aktörer lättare ska hitta samarbetspartners. Möten spelas ofta in så att de är tillgängliga i efterhand. Dessutom erbjuds ofta enskilda konsultationsmöten med programledningen som komplement.

5.2.7 Möten med forskare och aktörer i innovationssystemet

Viable Cities forskare deltar i både nationella och internationella forskningskonferenser med teman som ligger vår mission nära och anknyter till den förändringsteori (transition theory) som utgör programmets teoretiska grund. Forskare inom området påverkar både programmets utveckling och studerar programmets aktiviteter.

5.2.8 Externa mötesplatser

Viable Cities samarrangerar/medverkar/deltar i ett flertal nationella och internationella konferenser varje år, till exempel Mål 11-konferensen, Agenda2030-konferensen, Smart City Barcelona, Covenant of Mayors, European Research and Innovation Days med flera. Genom detta utökar vi vårt nätverk och sprider erfarenheter från Viable Cities verksamhet vilket ökar kännedomen om och intresset för vårt arbete.

5.2.9 MOOC – Massive Open Online Courses

Viable Cities ingår i Greening the Economy: Sustainable Cities MOOC - Massive Open Online Course. Kursen handlar om städer, innovation och hållbarhet, och innehåller material från Viable Cities, till exempel om design och skapande av smarta och hållbara

städer. Sedan starten har denna MOOC lockat 290 000 besökare och 70 000 anmälda deltagare. Ytterligare en MOOC, på temat Urban Missions, planeras.

5.3 Tredjepartskanaler

5.3.1 Medier

Viablcities arbetar med att utveckla metoder som underlättar för städerna att använda storytelling för att engagera medborgarna har redan fått uppmärksamhet.

Ett samarbete mellan Viablcities och det globala magasinet Cities Today (cities-today.com) har inletts under hösten 2020. Det innebär att vår chief storyteller regelbundet skriver om storytelling som verktyg för klimatomställningen i magasinet. Detta kan användas för att fler ska upptäcka Viablcities och de andra innovativa insatser som görs inom ramen för programmet.

Då programmet nu lämnar uppstartsfasen finns stora möjligheter att arbeta mer för att få ökad spridning, både nationellt och internationellt. Under perioden görs en inventering av relevanta medier och en plan för ökad medieuppmärksamhet utifrån denna.

5.3.2 Andras kanaler

Genom ett intressant innehåll kan vår kommunikation spridas vidare genom andra organisationers kommunikationskanaler, till exempel via de finansierande myndigheterna, andra strategiska innovationsprogram, projektpartners, samarbetspartners och medlemmar.

6 Verktyg

Språket inom forsknings- och innovationsvärlden är inte alltid lättillgängligt. Vi behöver anpassa kommunikationsinsatser efter målgruppernas behov och förkunskaper, samt efter syftet. Jämställdhets- och mångfaldsfaktorer beaktas i vår kommunikation, både i ord och bild, samt exempelvis i upplägg av möten och konferenser. Huvudspråk i kommunikationen är svenska, men webbplatsen finns i engelsk version och engelska används i sammanhang där det är relevant.

I all extern kommunikation ska hänsyn tas till riktlinjerna avseende strategiska innovationsprogram från Energimyndigheten, Vinnova och Formas.

6.1 Storytelling

För att nå framgång med vår mission så krävs engagemang från alla nivåer i samhället. För att utveckla metoder för ökat medborgarengagemang satsar på storytelling som strategiskt verktyg. Berättelser som berör ska väcka engagemang och bidra till att skapa en bred rörelse för ett sätt att leva som möjliggör vår mission. Utvecklingen av ett

verktyg för detta pågår och kommer att ge ny energi i kommunikationsarbetet under nästa programperiod.

6.2 Visuell identitet

Programmets grafiska profil ska visuellt förstärka Viable Cities mission. Den ska kännas igen och samtidigt visuellt förstärka vad vi står för. Den grafiska profilen består av vår logotyp och riktlinjer för användandet av logotyp, typografi och färgval. Den grafiska profilen finns översatt till ett antal mallar för olika programvaror.

Den grafiska profilen uppdateras med jämna mellanrum för att spegla programmets utveckling.

De finansierande myndigheterna ska alltid nämnas, oftast genom en bild med de tre myndigheternas logotyper som visar att vi är en del av satsningen på strategiska innovationsområden.

Projekt och satsningar som finansieras av Viable Cities ska ha tillgång till aktuellt presentationsmaterial som de kan använda för att berätta om arbetet inom programmet samt vägledning i hur kopplingen till programmet ska kommuniceras.

6.3 Bildspråk

Bilder och grafiska element är en bärande del av visuell kommunikation. De bilder vi använder bidrar i hög grad till hur vår verksamhet uppfattas, därför är det viktigt att bilderna visar vad vi står för. Kanske ännu viktigare för Viable Cities eftersom vi vill visa på vägen mot klimatneutrala och hållbara städer, och ett samhälle som kommer att se annorlunda ut. Vi behöver bilder som berättar om vår målbild, berör, väcker nyfikenhet och visar på mod och hopp. Bilder ska också förmedla att det är en mångfald av människor och livet i staden som står i centrum för programmet.

Ett enhetligt bildspråk stärker vår visuella identitet och vårt arbete för klimatneutrala städer.

För att skapa en tydligare identitet för Viable Cities bör ett eget bildspråk formuleras och bilder/illustrationer tas fram under programperioden.

Bildspråket ska också formuleras för rörlig media.

7 Uppföljning

Det övergripande målet med kommunikationen är att stödja programmets mission, vision och effektmål. För att säkerställa rätt fokus och nyttjande av resurser i det övergripande kommunikationsarbetet görs löpande uppföljningar.

För enskilda kommunikationsaktiviteter kan separata kvalitativa eller kvantitativa mål formuleras och uppföljning genomföras.

Analys av statistik som besökssiffror på webben och seminarier/konferenser, mottagare och öppningsfrekvens av våra nyhetsbrev samt följare och interaktion i sociala medier följs upp regelbundet.

Kommunikationsstrategin

8 Roller och ansvar

Kommunikation är ett viktigt verktyg i Viable Cities verksamhet och ett ansvar för alla inom organisationen.

Inom programledningen finns en kommunikatör som ansvarar för strategisk planering av kommunikation samt löpande kommunikations- och eventverksamhet.

Viable Cities talesperson i övergripande frågor och ansikte utåt är i första hand programchefen, därutöver uttalar sig programledningens medarbetare, experter och projektledare om sina respektive projekt/kompetensområden.

Projektledare inom programmet ansvarar för kommunikation för sitt projekt, inom ramen för projektets budget. Programledningen stöttar med vägledning för kommunikationsarbetet och riktlinjer kring hur projekten ska kommuniceras som en del av Viable Cities.

Alla som deltar i programmet är ambassadörer för Viable Cities.