



Landsbygdsnätverkets kommunikationsstrategi

Beslutat av styrgruppen 2007-11-27
(Uppdaterad 2010-06-29)

Inledning

Landsbygdsnätverket är ett nationellt nätverk för landsbygdsutveckling. Dess huvuduppgift är att stärka genomförandet av landsbygdsprogrammet. Det ska främst ske genom ett ökat utbyte av kunskap och erfarenheter och dialog mellan olika aktörer. I det sammanhanget är kommunikation ett av de viktigaste verktygen. Hur det verktyget används är avgörande för hur nyttiga nätverket kan vara för programmet och för alla de som är berörda. Därför har nätverket utformat en kommunikationsstrategi.

Strategin beskriver styrgruppens och kansliets mål, prioriteringar av målgrupper, vilken information som är viktigast att kommunicera till dessa samt vilka arbetsmetoder (kanaler) som är ändamålsenliga. Andra viktiga delar som beskrivs är hur dialogen mellan de olika målgrupperna kan utformas, hur de olika aktörernas kompetens ska tas tillvara och hur insatserna ska utvärderas.

Bakgrund

I rådsförordningen om stöd för landsbygdsutveckling från Europeiska jordbruksfonden föreskrivs att det ska bildas ett europeiskt nätverk. På samma sätt ska det bildas ett nationellt landsbygdsnätverk i varje medlemsstat. I den svenska programtexten "Landsbygdsprogram för Sverige 2007-2013" framgår att det ska bildas ett nationellt nätverk för landsbygdsutveckling. Nätverket ska täcka alla områden inom förordningen, dvs. alla axelområden. Alla parter och aktörer som är involverade i genomförandet av programmet ska omfattas av nätverkets arbete.

Det svenska Landsbygdsnätverket bildades våren 2007 och leds av en styrgrupp på 13 ledamöter. Styrgruppen är utformad som ett s.k. trepartnerskap med företrädare från den offentliga, ideella och privata sektorn. Nätverkets verksamhet är summan av de nätverksaktiviteter som medlemmarna i nätverket genomför. När det inom nätverket tas initiativ till en aktivitet är det möjligt att få kostnaderna täckta av Landsbygdsnätverkets budget. I styrgruppens uppgift ingår bl.a. att fatta beslut om dessa s.k. nätverkscheckar.

Det dagliga och praktiska arbetet utförs av ett kansli som i dagsläget är bemannat med 5,7 tjänster. Jordbruksverket är värd för kansliet och det ryms inom landsbygdsavdelningens samordningsenhet och finns fysiskt i Jordbruksverkets lokaler. Kansliet ska vara en tydlig kontaktfunktion för nätverkets alla medlemmar.

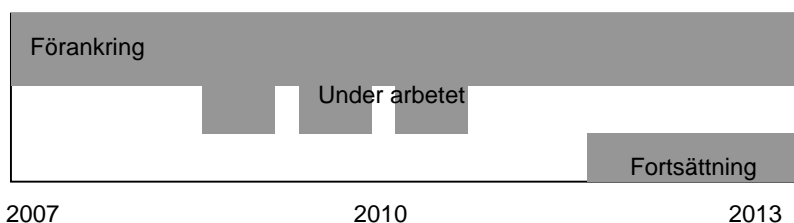
Kansliet har i arbetet med kommunikationsstrategin avropat stöd från Glesbygdsverket, en myndighet som tidigare ingick i styrgruppen och som också hade i uppdrag att stödja Jordbruksverket i dess arbete med Landsbygdsnätverket. Annika Lidgren, informatör och utredare på Glesbygdsverket ingick därför i Landsbygdsnätverkets kansli under två månader (oktober-november 2007) och ledde arbetet med kommunikationsstrategin.

Denna kommunikationsstrategi har beslutats av styrgruppen för Landsbygdsnätverket.

Tidplan

Kommunikationsstrategin är ett levande dokument som ska förändras utifrån programgenomförandets olika faser och de nya behov som uppstår.

Landsbygdsprogrammet pågår 2007- 2013. Kommunikation är viktig under hela den tiden, men med olika tyngd på tre delar:



Förankring

Under de inledande åren ligger tyngdpunkten på information och kommunikation om Landsbygdsnätverket i sig, dess mål och medel. Syftet är att skapa kännedom och intresse för nätverkets verksamhet. Viktiga delar i kommunikationsarbetet är intern dialog, formulering av gemensamma budskap, uppbyggnad av kommunikationskanaler och utarbetande av grafisk profil. Under denna tid kommer LAG* att bygga upp sin verksamhet och deras behov av att utbyta idéer måste till viss del få stå i förgrunden. Det är också under det första året som de ekonomiska ramarna för nätverkscheckar kommer att vara störst.

Under arbetet

Därefter kommer en period av löpande verksamhet för LAG och övriga aktörer. Kännedomen om Landsbygdsnätverket bör vid det laget vara högre och fokus kan flyttas till erfarenhetsutbyte och dialog. Spridande av kunskap och goda exempel är viktiga delar under denna tid.

Fortsättning

I den sista fasen ligger tonvikten på att kommunicera resultat av olika insatser. Det blir också viktigt att planera för hur kunskap som byggts upp kan användas och komma till nytta i framtiden.

Uppdatering

Kommunikationsstrategin ska uppdateras en gång per halvår; i maj och november. En första översyn och revidering görs därmed i maj 2008. Strategin kommer sedan att utgöra ett av underlagen för att revidera nätverkets årliga aktivitetsplan.

* LAG står för Local Action Group och är benämningen på de grupper som kommer att arbeta med den s.k. leadermetoden. Leader har under flera programperioder varit ett gemenskapsinitiativ inom EU:s strukturfunder, men ingår nu som en metod för landsbygdsutveckling inom landsbygdsprogrammet. Det finns idag 63 LAG över hela landet.

Mål

Det **övergripande målet** för Landsbygdsnätverket är målet för landsbygdspolitiken; en ekonomiskt, ekologiskt och socialt hållbar utveckling av landsbygden. Arbetet utgår från målen i landsbygdsprogrammet:

- Förbättra konkurrenskraften i jord- och skogsbrukssektorn.
- Bevara och utveckla ett attraktivt landskap, hållbar produktion med minskad miljöpåverkan, uppnå nationella miljömål samt öka attraktionskraften som boendemiljö och för utvecklingen av företag.
- Mer diversifierat näringsliv på landsbygden och förbättrad livskvalitet.

Nätverkets **verksamhetsmål** är:

- Att skapa ett nationellt och internationellt forum för ett brett utbyte av information, erfarenhet och metodutveckling.
- Att öka dialogen i genomförandet mellan lokal, regional, nationell och internationell nivå.
- Att skapa ett erfarenhetsutbyte mellan landsbygdspolitiken, den regionala utvecklingspolitiken och miljöpolitiken.

Ett antal **effektmål** för de två första åren togs fram av styrgruppen. Dessa har i kommunikationsstrategin förkortats och slagits samman i fem grupper:

- **Leader**
Fler organisationer deltar i Leaderarbetet.
Ökad kunskap om Leadermetoden hos kommuner, länsstyrelser, LAG, Landsbygdsnätverket m.fl.
Hög närvaro på LAG-möten.
- **Företagande och entreprenörskap**
Fler grupper ska känna sig berörda av landsbygdsprogrammet.
Fler kompetenta rådgivare (som ser helheten).
Ökad kunskap om drivkrafterna bakom nyföretagande.
Ökad kunskap hos specifika målgrupper.
- **Programmets innehåll och samverkan med andra regionala strategier/program**
Ökad kompetens hos handläggare på länsstyrelser, Jordbruksverket, LAG och partnerskap inom strukturfondsprogrammen.
Ökad dialog mellan myndigheter på regional och nationell nivå.
Ökad kunskap om varandras program.
Breda väl fungerande partnerskap (metoder, möjlighet att delta).
- **Hållbar utveckling**
Ökad kunskap om hållbar utveckling och metoder för att analysera hållbar utveckling.
Att hänsyn till hållbar utveckling blir en del av den normala planeringen.
Hållbar utveckling med i de regionala genomförandestrategierna – koppling till miljömålen.
- **Ungdomar**
Fler ungdomar delaktiga i Leader och andra åtgärder inom landsbygdsprogrammet.
Ökad kunskap om hur man når ungdomar – hur man kommunicerar.

För 2010 står effektmålen omnämnda i Landsbygdsnätverkets aktivitetsplan:

- **Företagande och jobb**

Nätverksmedlemmar får mer kunskap om metoderna för att möta entreprenörernas brist på tid, tillgång till vägledning och finansiering. Fler kan tillämpa dessa metoder och mer resurser kan därmed läggas på insatser som underlättar för entreprenörer att gå från idé till handling. Fler entreprenörer får därmed möjlighet att utveckla sin företagsidé. Det leder i sin tur till att fler startar företag och att befintliga företag på landsbygden vågar växa och ge fler möjlighet till sysselsättning.

- **Mångfald-jämställdhet**

Mer resurser läggs på insatser som gör att kvinnor och män utifrån de förutsättningar som varje individ har kan utveckla företag och driva utvecklingsprojekt. Det i sin tur leder till att skillnaden mellan antalet kvinnor och män som får del av stöden i programmet minskar liksom skillnaden mellan antalet kvinnor och män som är företagare.

- **Mångfald-ungdomar**

”Ungdomsinriktade” men även andra medlemmar inom nätverket tillsammans vidareutvecklar konkreta tips och verktyg för att involvera fler ungdomar i landsbygdsutveckling. Tipsen och verktygen sprids bland våra medlemmar. Tipsen och verktygen används så att fler ungdomar driver och deltar i projekt som utvecklar landsbygden.

- **Mångfald-Integration**

Fler invandrare kommer att vara aktiva i landsbygdsutvecklingen. Till exempel att andelen företags- och projektstöd till personer med utländsk bakgrund ökar och att fler invandrare medverkar i Leader och i landsbygdsprojekt.

- **Miljöutmaningar-klimat och energi**

Mer resurser läggs och bättre metoder används till insatser som underlättar för landsbygdsbor, brukare, företagare och projektägare att genom miljömedvetet agerande bidra till att möta klimathoten och utveckla förnybar energi.

- **Miljöutmaningar-utvald miljö**

Mer resurser läggs på skötselinsatser och investeringar som görs i enlighet med de regionala prioriteringarna för biologisk mångfald och kulturmiljövärden i betesmarker, slätterängar och våtmarker.

- **Miljöutmaningar-framtida miljöersättningar**

De nätverksmedlemmar som är intresserade och engagerade i frågan om framtida miljöersättningar samlas, kan utbyta erfarenheter och bidra med dessa till analyser och utredningar som tas fram som underlag för kommande jordbrukspolitik.

- **Livskvalitet på landsbygden-byutveckling**

Öka möjligheterna att nå programmålen med den så kallade byutvecklingsåtgärden. Undanröja lokala intressekonflikter som förhindrar framgångsrika satsningar inom andra områden, t.ex. förnybar energi, utveckling av företag, bevarande av naturkulturarv, etc.

- **Livskvalitet på landsbygden-bredband**

Kännedomen om stöden till bredbandssatsningar ökar bland våra medlemsorganisationer, i synnerhet bland kommunerna.

Inspirerande exempel på hur bredbandssatsningarna kan genomföras samlas in och sprids bland våra medlemsorganisationer, i synnerhet bland kommunerna. Därmed hoppas vi att bidra till målet om att alla ska ha tillgång till bredband.

- **Leader**

Alla LAG-engagerade har möjlighet att lära av varandra och samverka
Svenska LAG kan ha ett erfarenhetsutbyte och samarbete med LAG i övriga EU
Alla LAG och övriga medlemmar i nätverket kan ha en god dialog

- **Ökad samverkan**

Förvaltningsmyndigheten har en löpande dialog med nätverkets medlemmar om
bristerna i programgenomförandet och om hur de bör åtgärdas.

Nätverkets medlemmar kan lära från halvtidsutvärderingen

Viktiga aktörer inom prioriterade områden (som idag saknas i nätverket) rekryteras och
involveras i arbetet med våra nätverksaktiviteter.

Nya nätverk bildas för erfarenhetsutbyte och samverkan om sådana saknas inom
prioriterade områden

Fler kan samverka med aktörer i andra medlemsländer

Fler kan samverka med forskare och studenter vid högskolor

Fler aktörer i landsbygdsprogrammet får god kännedom om andra utvecklingsprogram
och kan samverka med dessa

Strategier

Prioritera den interna dialogen

Under Landsbygdsnätverkets inledande år krävs ett omfattande förankringsarbete. För att skapa en tydlig bild av nätverket är det viktigt att kommunicera dess mål och uppdrag på ett enhetligt sätt. Verksamhetsmålen för nätverket och landsbygdsprogrammet måste tydligt framgå i alla sammanhang; vid samtal, vid seminarier och konferenser, på webbplats och i informationsmaterial. Dessa formuleringar måste styrgrupp och kansli vara överens om och kommunicera med samma innebörd. Därför bör den interna dialogen prioriteras.

Låt effektmålen styra

Effektmålen är vägledande för kommunikationsarbetet och ligger bland annat till grund för prioriteringarna i ambitionsstrappan (se sid 9). Alla målgrupper kan dock inte prioriteras samtidigt. Effektmålen kommer därför att användas återkommande vid revideringar av kommunikationsstrategin.

Effektmålen kommer att utvärderas. Nätverkskansliets mål är att alla nätverkets medlemmar vid slutet av 2008 ska ha nått det översta steget i trappan, alltså ett befast beteende.

Revidera viktiga budskap

Vilken information som är viktig att sprida kommer att förändra sig under landsbygdsprogrammets och Landsbygdsnätverkets olika faser. En viktig del i uppdateringen av kommunikationsstrategin är därför att även revidera budskapen. Vid framtagandet av den grafiska profilen kommer nyckelord och budskap som är viktiga inledningsvis att formuleras. Under de två inledande åren ska dels en slogan och dels en faktaruta åtfölja Landsbygdsnätverkets logotyp. Dessa måste ses över och tas bort/bytas ut över tid.

Verktyg

Landsbygdsnätverket har ett antal ekonomiska verktyg till sitt förfogande där syftet är att förstärka genomförandet av landsbygdsprogrammet. Insatserna riktar sig inte direkt till slutanvändarna av landsbygdsprogrammet som t.ex. jordbruks- och turistföretag. På så sätt skiljer sig nätverksaktiviteterna mot programmets övriga stöd. Däremot ska slutanvändarna av programmet kunna dra nytta av de resultat som nås genom att aktiviteterna genomförs.

Medlemmarna kan ta initiativ till att utlysa nätverksaktiviteter och få kostnaderna för dessa täckta från nätverkets budget. Länsstyrelser och LAG-grupper har egna resurser för att jobba med nätverksaktiviteter **inom** sina regioner och leaderområden. Det nationella nätverkets aktiviteter är till för utbyte **mellan** regioner och mellan den lokala, regionala och nationella nivån samt med andra länder.

Aktiviteterna utgörs av:

- Inspiratörscheckar, där medlemsorganisationer kan få en checkar för att finansiera en person som utvecklar samarbetet inom organisationer, mellan andra aktörer i och utanför nätverket och landsbygdsprogrammet.
- Seminarie- och konferenscheckar för att arrangera aktiviteter som ökar dialogen mellan olika aktörer som har betydelse för landsbygdsprogrammet.
- Samverkan kring forskning och utveckling där ett universitet eller en högskolan kan ta initiativ till att exempelvis utbyta forskningsresultat som ligger inom nätverkets och landsbygdsprogrammets ram.
- Internationellt erfarenhetsutbyte mellan LAG.

Utlysning av nätverkscheckar

Nätverksaktiviteter i form av nätverkscheckar kan utlysas och sättas igång så här:

- 1) Enskilda aktörer som har förslag på aktiviteter kontaktar nätverkets kansli, som bedömer hur väl de harmonierar med de prioriterade områdena. Sedan kan kansliet kontakta t.ex. en tematisk arbetsgrupp för att diskutera behovet av aktiviteten.
- 2) Den tematiska arbetsgruppen (alt.vetenskapliga rådet eller nätverkets kansli) skriver syfte och mål för aktiviteten och skickar förslaget till styrgruppen. Styrgruppen kan också själva ta initiativ till checkar.
- 3) Styrgruppen beslutar om utlysning av en nätverkscheck.
- 4) Kansliet utlyser aktiviteten och pratar med medlemmar som kan tänkas genomföra aktiviteten. Samverkan mellan flera olika medlemmar kommer att uppmuntras.
- 5) De medlemmar som ansöker om checken skickar, precis som idag, in aktivitetsplan, tidplan samt budget för aktiviteten till kansliet.
- 6) Kansliet beslutar om vem eller vilka som får i uppdrag att genomföra aktiviteten, d.v.s. får en nätverkscheck.
- 7) Aktiviteten ska genomföras i nära samarbete med t.ex. de tematiska arbetsgrupperna.

Strategier

Inför nya begrepp

Dessa verktyg innebär möjligheter; med ekonomiska incitament kan nya grupper uppmuntras att lära av varandra i nätverket. Det är också positivt att sprida på möjligheten att ta initiativ och utföra aktiviteter. På så sätt breddas ansvaret för kunskapsutbytet. Det är dock viktigt att poängtera för potentiella nya medlemmar att ett medlemskap inte per automatik innebär en nätverkscheck. Det är också en utmaning ur kommunikationssynpunkt att förklara vad det är för skillnad på nätverkscheckar och de övriga stöd som finns inom landsbygdsprogrammet. Här krävs ett samspel med länsstyrelserna som ansvarar för de regionala genomförandestrategierna.

Det bör i alla sammanhang poängteras att nätverkscheckarna är till för att medlemmar i nätverket ska ha möjlighet att initiera och utföra nätverksaktiviteter. Det är alltså inte ett projektstöd. Därför ska begrepp som stöd i möjligaste mån tas bort. Det innebär att det informationsblad som används idag måste formuleras om. Det som hittills kallats för ansökan om stöd till nätverksaktivitet får istället rubriken "Förfrågan om nätverkscheck" och nuvarande ansökningsblankett blir en obligatorisk mall för hur man beskriver sitt initiativ.

Det är också oerhört viktigt att tidigt kommunicera vad som krävs för att komma ifråga för en check och de krav som ingår i utförandet av nätverksaktiviteter. Detta måste tydliggöras i informationsblad och mall för förfrågan. Utvärderingsformuläret ska användas tidigt i kommunikationen med medlemmarna.

Uppmuntra samverkan

Val av aktiviteter, alltså vilka som får checkar, är ett av de tydligaste sätten att signalera till omvärlden vad Landsbygdsnätverket står för. Redan under utarbetandet av handlingsplanen för nätverket konstaterades vissa spänningar bland organisationerna efter axelfördelningen. Å ena sidan medför riktade aktiviteter med sträng målgruppanpassning att innehållet känns mer relevant och nyttigt för de som deltar. Å andra sidan behöver olika världar mötas och tillföra varandra nya perspektiv. Landsbygdsnätverkets roll är att öka dialogen mellan olika aktörer på olika nivåer. Därför ska aktiviteter där det ingår samverkan och/eller utbyte mellan olika organisationer förordas. Seminarier och konferenser kan gärna vara spetsiga i ämnet, men inbjudningar bör alltid beröra fler än en målgrupp inom nätverket.

Målgrupper

Målgrupper som ska omfattas av kommunikationen:

- Nätverkets 100-tal medlemmar (som i sin tur representerar myndigheter av olika slag, kommuner, landsting, länsstyrelser, lokala utvecklingsgrupper, rådgivare inom organisationer, lantbrukare, forskningsinstitutioner och de flesta projektägare).
- Nätverkets inspiratörer.
- Landets 63 LAG.
- Europeiska landsbygdsnätverket och de nationella nätverk som kommer att finnas i varje medlemsstat.
- "Interna" målgrupper så som Landsbygdsnätverkets styrgrupp, Jordbruksverkets ledning samt personal på Jordbruksverket som arbetar med landsbygdsprogrammet.
- Potentiella nya medlemmar.
- Stöd/nyttomottagare inom landsbygdsprogrammet.
- Utvalda journalister.

Strategier

Arbeta genom medlemmarna

Det är många olika grupper av nationella aktörer som på något sätt kan beröras av Landsbygdsnätverkets verksamhet. Det skulle kunna ses som ett problem, men eftersom så många av dem ingår i nätverket kan det också betraktas som en stor tillgång. Detta förutsatt att kansliet och styrgruppen använder sig av dessa aktörer och låter dem ta initiativ och göra jobbet! Det pågår en mängd aktiviteter ute i landet som kan nyttjas för olika ändamål. Dessa initiativ ska stimuleras snarare än att nätverkets kansli konkurrerar med egna aktiviteter.

Samtidigt vill kansliet och styrgruppen vara aktiva och ta egna initiativ. En viktig roll är därför att definiera kommunikationshinder och flaskhalsar. Där luckor identifieras kan lämplig aktör ombedjas att ordna en aktivitet. På så vis kan kansli och styrgrupp arbeta aktivt utan att ta över andra aktörers roller eller ansvar. I vissa fall kan det också vara motiverat att Landsbygdsnätverkets kansli står som huvudarrangör. I linje med nätverksprofilen utgör detta undantagsfall.

Använda "vidareinformatörer"

Nätverketskansliet kan omöjligen ha en direkt kommunikation med alla de som kan vara intresserade eller berörda av verksamheten. Därför måste en stor del av informationen och kommunikationen ske genom vidareinformatörer. Det finns alltid en risk med att använda vidareinformatörer; de kan exempelvis sprida felaktig information och/eller ge missvisande signaler om vad Landsbygdsnätverket står för. Kommunikation och uppföljning av vidareinformatörer prioriteras därför av nätverketskansliet.

En särskilt viktig grupp är de inspiratörer som fått, eller kommer att få, en check för att skapa engagemang och intresse inom sin egen organisation, och tillsammans med andra. Sådana finns exempelvis inom Hela Sverige ska leva, Hushållningssällskapen och Naturskyddsföreningen. Dessa personer är inspiratörer, inte informatörer för landsbygdsprogrammet. Samtidigt är det viktigt att de på olika träffar kan ge riktig information om programmets möjligheter och begränsningar. Därför förutsätts samarbete med ansvariga länsstyrelser.

En annan central grupp är länsstyrelserna, som ansvarar för de regionala genomförandestrategierna. Även exempelvis SKL (Sveriges kommuner och landsting), Nutek (Verket för näringslivsutveckling) och Glesbygdsverket kan fungera som vidareinformatörer.

Prioritera i ambitionsstrappa

I kommunikationsstrategin ingår en modell med en så kallad ambitionsstrappa. Den tydliggör ambitioner och prioriteringar mellan olika målgrupper. Utgångspunkten är vilka behov som finns av information och kommunikation med olika grupper under olika tidsperioder. Högst upp på trappan återfinns de grupper där dialog och ömsesidigt utbyte prioriteras. Längre ner räcker det för tillfället med enklare och mer enkelriktad information. Alla målgrupper klättrar uppåt i trappan stegvis – men i olika takt och med olika intensitet. Eftersom kansliet har begränsat med resurser är det viktigt att verkligen fokusera och lägga den mesta tiden på de grupper som prioriterats.

Trappan kommer att uppdateras och förändras med jämna mellanrum. Ett förslag från kansliet om prioriteringar bland målgrupperna t.o.m. maj 2008 presenteras på sid 9. Högst upp på trappan finns de grupper som till stor del kan betraktas som "interna". Det är nätverkets egen styrgrupp, ledningen på Jordbruksverket samt den personal på Jordbruksverket som arbetar med landsbygdsprogrammet. Där finns också inspiratörerna samt länsstyrelserna som ansvarar för de regionala genomförandestrategierna. Dessa grupper kommer förmodligen alltid att vara högt prioriterade, men är det alldeles särskilt under nätverkets inledande verksamhetsår. Här måste finnas en samstämmighet och gemensam bild av Landsbygdsnätverkets verksamhet vilket kräver en kontinuerlig, öppen dialog och ett ömsesidigt utbyte.

På det näst högsta steget finns LAG. Även med dem krävs löpande kontakt, alldeles särskilt under 2007 och 2008 då bildandet av grupperna sker. Deras behov av kommunikation och kanaler för detta måste fångas upp tidigt.

På samma trappsteg har även SKL, Glesbygdsverket och Nutek placerats. Anledningen till det är deras roll som vidareinformatörer till andra målgrupper som är minst lika viktiga, men som nätverkskansliet inte har möjlighet att kommunicera direkt med. Det gäller t.ex. kommuner, samverkansorgan och de partnerskap som finns inom strukturfondsprogrammen. Målet är att dessa sedan ska klättra uppåt i trappan mot en ökad förståelse och beteende.

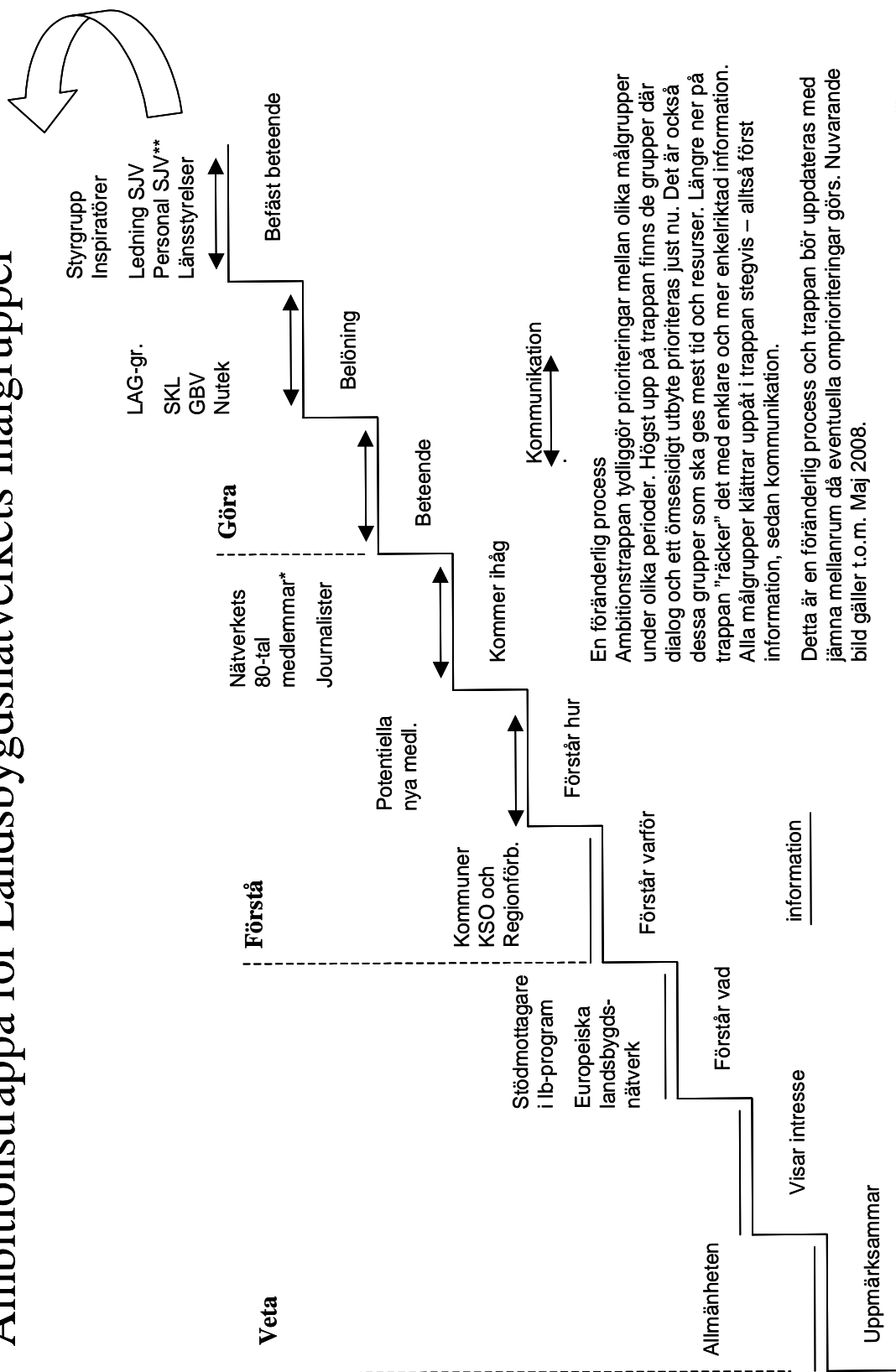
På trappsteget "kommer ihåg" återfinns för tillfället nätverkets övriga medlemmar i samlad grupp. De har placerats där för att de alla måste ha kunskap om nätverkets verksamhet, dess aktiviteter och hur man kan komma ifråga för en nätverkscheck. Under perioder kommer olika medlemmar att finnas på lite olika trappsteg. Målet är att alla medlemmar till slutet av 2008 ska ha klättrat upp till det översta trappsteget.

Potentiella nya medlemmar bör känna till och förstå hur de kan bli medlemmar och vad det innebär. Under den närmsta tiden planerar kansliet för kontakt med ett tiotal organisationer som är intresserade och angelägna att rekrytera till nätverket.

Även stöd/nyttomottagare inom landsbygdsprogrammet bör känna till Landsbygdsnätverket. Det är inte minst viktigt med tanke på EU:s systemskifte inom jordbrukspolitiken där jordbrukarna, liksom andra näringsidkare och projektägare på landsbygden, betraktas som **en del** i ett gemensamt arbete för hållbar utveckling. En hög prioritering är inte möjlig just nu, men ambitionerna från nätverkskansliet kommer att öka på sikt.

Vad gäller det europeiska landsbygdsnätverket samt de nätverk som kommer att finnas i varje medlemsland finns varken behov eller möjlighet till några större satsningar förrän våren 2008.

Ambitionstrappa för Landsbygdsnätverkets målgrupper



Arbetsmetoder (kanaler)

Strategier för interna kanaler

Egna medarbetare

Den viktigaste kanalen är nätverkets egna medarbetare, som i detta fall avser även styrgruppen. Om dessa personer blir "goda ambassadörer" för nätverket och kommunicerar på ett enhetligt sätt utåt är mycket vunnet. Därför måste tid och kraft läggas på den interna kommunikationen.

Styrgruppsmöten

Styrgruppsmötena är givna tillfällen för intern kommunikation och ömsesidigt utbyte. Tid bör avsättas för att diskutera och klargöra ledamöternas roller och de förväntningar som finns på, men också av dem. Styrgruppsmedlemmarna kommer att bytas ut under programperioden och för nya ledamöter bör ett "introduktionspaket" utformas.

På styrgruppsmötena kan också frågor av strategisk karaktär diskuteras där ledamöternas kunskap och erfarenheter tas tillvara. Exempelvis kan identifierade kommunikationshinder för genomförandet av landsbygdsprogrammet vara en stående punkt på dagordningen.

Det är viktigt att tydliggöra ledamöternas informationsansvar inom och utanför den egna organisationen och att detta följs upp kontinuerligt. Annars är risken att kunskapen om Landsbygdsnätverket stannar inom gruppen.

Det kan också finnas behov av att kansliet träffar enskilda ledamöter och besöker de myndigheter och organisationer som de representerar. Detta är särskilt viktigt under nätverkets inledande år. De som ännu inte har besökts under 2007 ska besökas i början av 2008.

Avstämningsmöten

Varje månad träffar nätverkskansliet programledningen för landsbygdsprogrammet för en gemensam avstämning. Dessutom hålls regelbundna möten med den enhet som ansvarar för leader och företagsutveckling. Dessa möten är mycket viktiga för den interna dialogen och förankringen och kommer att fortgå även framöver.

Inspiratörsträffar

Inspiratörerna har en nyckelroll i dialogen med olika medlemmar i nätverket och aktörer utanför nätverket. Därför kan kommunikationen med inspiratörerna till viss del ses som en intern fråga. Inspiratörerna har regelbunden kontakt med kansliet på olika sätt. De är aktiva och engagerade. Därför bör särskilda träffar med dem vara prioriterade från kansliet. Två möten på hösten och två på våren kan vara en rimlig ambition.

Lägesrapport

Inför varje styrgruppsmöte sammanställer kansliet en lägesrapport, en uppdatering av vad som hänt sedan förra mötet. Denna mejlas till ledamöterna en vecka innan mötet och ska framgent även spridas till inspiratörerna.

Strategier för externa kanaler

I nätverksrollen ingår ett öppet och lyhört arbetssätt. Därmed är dialogen och den personliga kommunikationen viktigast. Personliga kontakter är dock resurskrävande och prioriteringar behöver göras. Snabb och enkel information och kommunikation kan också ske via webb och mejl. Därför har Landsbygdsnätverket prioriterat uppbyggnaden av en webbplats. Däremot kommer produktion av trycksaker endast att ske i begränsad omfattning.

Nätverket använder sig i första hand av ickekommersiella kanaler, vilket rimmar bäst med dess roll och uppdrag. Annonser används endast i undantagsfall.

Personliga möten

Det personliga mötet är ofta det mest effektiva sättet att kommunicera. Men det kräver också mycket av Lansbygdsnätverkets representanter; att alla i kansliet och styrgruppen talar samma språk och sprider samma budskap. Detta är något som måste diskuteras och tydliggöras med alla berörda.

Seminarier/konferenser

En stor del av nätverkets aktiviteter sker i form av seminarier och konferenser. Vid dessa tillfällen uppstår ofta viktiga spontana möten som kan påverka verksamheten. Därför kommer kansliet och styrgruppen att prioritera deltagande vid dessa aktiviteter så långt det är möjligt.

Webbplatsen

Webbplatsen är en mycket viktig kommunikationskanal och ska fungera som en arena där aktörer med betydelse för att nå målen med landsbygdsprogrammet kan utbyta erfarenheter och information. Målet är att skapa en levande sida som visar på nätverkets bredd och alla de aktiviteter som pågår.

Syftet med webbplatsen är att dessa användare ska kunna söka och ta emot information, förmedla information, sprida information vidare inom sina egna led. Dessa syften bildar webbplatsens olika spår som kommer att utvecklas etappvis med start 1 november 2007.

Digitalt nyhetsbrev

Ett digitalt nyhetsbrev kommer att spridas via mejl en gång i månaden. Det skickas per automatik till alla nätverksmedlemmar, men även andra ska via webbplatsen kunna anmäla intresse för prenumeration.

Grafisk profil

Det är beslutat att Landsbygdsnätverket ska ha en egen grafisk profil, egen logotyp och en särskild webbplats med unik webbadress. Kopplingarna till Jordbruksverket ska framgå på ett diskret sätt medan kopplingarna till landsbygdsprogrammet ska framgå på ett mycket tydligt sätt.

Parallellt med utarbetandet av kommunikationsstrategin har förslag till grafisk profil tagits fram. Det allra viktigaste arbetet med en grafisk profil startar dock när logotypen, mallarna och det första materialet är klart. Det är sedan, i det dagliga arbetet som profilen måste användas på rätt sätt för att få genomslag. Här krävs intern, långsiktig disciplin.

Trycksaker

Nätverket behöver en basuppsättning av informationsmaterial; visitkort, brevpapper, korrespondenskort etc. Mallar för brev och presentationer måste vara enkla att använda och även finnas i allas datorer. En broschyr som beskriver verksamheten bör produceras snarast samt konferensmaterial som mappar, utställningsskärmar etc. Allt tryckt material ska självklart följa den grafiska profilen, det gäller även mall för förfrågan om nätverkscheck, utvärderingsblanketter etc.

Tilltalet i texter och informationsmaterial bör vara personligt och varmt för att visa att det handlar om en relationsskapande aktör, men ändå inte överdrivet påträngande eller alltför informellt.

Media

Man kan anta att journalister inte är så intresserade av Landsbygdsnätverket i sig utan snarare av de aktiviteter som genomförs i dess regi. En tydlig webbplats där aktiviteter och ansvariga för dessa presenteras kan fungera som en viktig inspirations- och informationsskälla även för

journalister. På webbplatsen kommer en särskild sida för media att skapas med kontaktuppgifter etc.

I kansliets direkta kontakt med journalister bör fackpress prioriteras. För att upparbeta goda kontakter på sikt krävs förståelse för journalisters arbetssituation, vilket oftast innebär snabba och korta svar på deras frågor.

Lokala media, främst tidningar och radio, har hittills visat ganska stort intresse för lokala möten inom landsbygdsprogrammets ram och bildandet av nya leaderområden. Lokalt aktiva kan uppmanas att via media sprida information om landsbygdsprogrammet och leader.

Om media fortsätter att vara prioriterat från nätverket skulle kurser i mediafrågor kunna erbjudas.

Kommunikationspolicy för medlemmarna

Landsbygdsnätverket ska förbättra genomförande av landsbygdsprogrammet och förstärka programmets insatser för landsbygdens utveckling. Landsbygdsnätverket är en arena för dialog, lärande och samverkan mellan Landsbygdsnätverkets 160 medlemsorganisationer.

Självständigt nätverk

Landsbygdsnätverket är ett gemensamt forum med egen grafisk profil och egen webbplats. Utgångspunkten i all kommunikation inom nätverket för medlemmarna är att det ska ske i öppenhet och med respekt för varandra.

I de fall negativ kritik tas upp inom ramen för nätverkets verksamhet rörande någon part eller någon parts verksamhetsområde ska den ges möjlighet att svara på kritiken innan den eventuellt förs vidare.

Mediapolicy

Informatören på Landsbygdsnätverket skall delta i allt arbete som sker gentemot media i Landsbygdsnätverkets namn. All faktainformation rörande landsbygdsprogrammet som skickas ut till media från Landsbygdsnätverkets kansli skall först stämmas av med Jordbruksverket. Annan information till media rörande nätverkets arbete ansvarar ytterst Landsbygdsnätverkets styrgrupp för.

Kommunikationsinsatser- Landsbygdsnätverkets tematiska arbetsgrupper

Landsbygdsnätverkets tematiska arbetsgrupper arbetar med kommunikationsinsatser på olika sätt. För dessa finns en särskild lista med policy och goda råd framtagna.

Sociala medier

Ett särskilt dokument med goda råd finns för den som i Landsbygdsnätverkets namn vill agera via sociala medier.

Omvärldsbevakning

Landsbygdsnätverket har en unik möjlighet att skapa en samlad bild av landsbygdens situation och utveckling. Genom att använda den breda kunskap som finns inom nätverket kan man bidra till en helhetsbild som kan komma många till nytta! Detta behöver inte innebära publikation av omfattande dokument eller uppbyggnad av nya stora system utan kan snarare handla om att skapa en plattform för utbyte i omvärldsfrågor.

En särskild plan för omvärldsbevakning och analys kommer att utarbetas senare. I denna kommunikationsstrategi nämns helt kort två metoder för omvärldsspaning som skulle kunna genomföras direkt.

Styrgruppens ledamöter representerar många olika sakområden. Deras kunskap bör tas tillvara. Styrgruppsmötena skulle på ett strukturerat sätt kunna användas som en del i nätverkets kontinuerliga omvärldsbevakning då viktiga signaler från omvärlden kan fångas upp.

En annan viktig grupp är inspiratörerna. Även de representerar till stor del "skilda världar" och de vill gärna dela med sig av sina erfarenheter. Detta bör nyttjas både inom och utom inspiratörgruppen. Gemensamma möten med styrgruppen kan vara ett alternativ för utbyte.

För dessa möten krävs professionellt stöd av en processledare.

Utvärdering

Det är ytterst viktigt att utvärdera kommunikationsarbetet. Eftersom en så stor del av Landsbygdsnätverkets verksamhet handlar om kommunikation omfattar strategierna nedan stora delar av det som nätverket gör. Kommunikationsstrategin i sig utvärderas och revideras halvårsvis, se sid. 3.

Strategier

Ställ krav på återrapportering

Alla nätverkscheckar åtföljs av krav på resultatredovisning. Blanketter för utvärdering av konferenser och seminarier är redan utformade. Dessa ska användas tidigt i kommunikationen med potentiella mottagare av checkar så att kraven på återkoppling tydliggörs direkt.

Den aktör som ordnar en konferens har också ett ansvar att sammanställa resultatet av utvärderingen. Denna sammanställning ska sedan läggas ut på nätverkets webbplats. En sådan öppenhet kring nätverksaktiviteternas resultat är positiv och ger snabb feedback till såväl deltagare som arrangörer. Hur mallen för sammanställningen utformas är avgörande för hur informationen kan kommuniceras. Mallen måste var lätt att förstå både för den som ska lämna uppgifter och för den som ska ta emot informationen.

Detsamma gäller de rapporter som inspiratörerna ska lämna – begriplighet och öppenhet är ledstjärnorna.

En sammanfattning av alla utvärderingar och rapporter görs årligen i samband med revidering av handlingsplanen.

Utvärdera enskilda kanaler

Alla kommunikationskanaler bör utvärderas kontinuerlig - såväl interna som externa.

Seminarier/konferenser – enligt ovan.

Möten – utvärderas naturligt genom löpande förändringar. Särskild vikt bör dock läggas på att utvärdera styrgruppsmötena. Det kan göras på ett enkelt och informellt sätt vid årets slut. Detsamma gäller inspiratörsträffarna.

Webbplatsen – genom regelbunden statistikuppföljning samt åtminstone två webbundersökningar t.o.m. 2013. Den första genomförs förslagsvis i slutet av 2008 eller början av 2009. På webbplatsen kommer det att vara möjligt för besökarna att lämna synpunkter löpande.

Det digitala nyhetsbrevet kan utvärderas i samband med webbundersökningarna.

Grafisk profil och presentationsmaterial – bör ses över med jämna mellanrum av kansliets informatör.

Media – inslag kan följas via agenter på nätet. Inledningsvis kan någon gratisversion användas. I ett senare skede kan det vara aktuellt att köpa ett verktyg som förslagsvis kopplas till webbplatsen och görs tillgänglig för alla besökare. Utvärdering av mediearbetet bör göras löpande av ansvarig informatör.

Samla på effekter

Minst lika viktigt som att utvärdera kanaler är att kunna visa på effekter av Landsbygdsnätverkets kommunikationsarbete. Detta är ingen enkel uppgift. Vid årets slut när verksamheten ska summeras kan det vara svårt att komma ihåg de resultat som kanske kändes självklara mitt under arbetet. Därför bör effekterna samlas in löpande.

En enkel metod kan vara att förse alla kanslimedlemmar med en effektbok. Det är helt enkelt ett litet häfte, lätt att bära med sig, där var och en skriver ner iakttagelser som görs. Det kan handla om inslag i media med bäring på nätverkets arbete, det kan vara en kommentar från en medlem att de haft nytta av en nätverksaktivitet eller att Landsbygdsnätverket lyfts fram särskilt i något sammanhang. Även negativa effekter ska naturligtvis dokumenteras.

Dessa kan sedan spridas mellan kanslipersonalen i veckobreven. På så vis får alla del av nyttig feedback.

Använd processutvärderarna på ett konkret sätt

Landsbygdsnätverket kommer att upphandla processutvärderare som ska följa nätverkets arbete under hela programperioden. Deras roll blir bland annat att följa upp effektmålen. Ett krav bör vara att utvärderingen sker på en mycket konkret nivå så att iakttagelser som görs kan omsättas i genomförandet.