Nordiska ministerrådets kommunikationsstrategi 2020–2024

Nordiska ministerrådets kommunikationsstrategi 2020–2024

3 Förord

5 Inledning

6 Interaktiv, proaktiv och klart kopplad till visionen

8 Kommunikationsmål och målgrupper

9 Integrerad kommunikation

10 Vision och mål för samarbetet och för kommunikationen

12 De nordiska grundvärderingarna

12 Kommunikationsmål – vad vill vi att kommunikationen skall kunna?

13 Mätbara kommunikationsmål

15 Kommunikationsverktyg och -kanaler

16 Nordiska publikationer

17 Koordinering och samordning av kommunikationsarbetet

19 Om denna publikation

Förord

Med tanke på de nordiska ländernas intresse för och engagemang i det nordiska samarbetet är det helt avgörande att nordborna förstår vad det egentligen handlar om. Insikten om vad samarbetet har för målsättningar och vad det har uppnått måste öka, inte bara hos beslutsfattarna utan också hos alla de övriga nordborna på samtliga samhällsområden och i alla åldersgrupper.

Kommunikationsinsatsens funktion är att visa hur och var samarbetet skapar konkret avkastning för regionen. Samtidigt sätts samarbetet i sammanhang och förankras.

I augusti 2019 fattade de nordiska statsministrarna beslut om Vision2030, som är det nordiska samarbetets centrala styrande dokument fram till år 2030. Visionen slår fast att Norden skall bli världens mest hållbara och integrerade region. Allt arbete som görs inom Nordiska ministerrådet skall styras av visionen, samt av de mål för samarbetet och de konkreta handlingsplaner som görs upp utgående från dem.

Detta innebär naturligtvis att också kommunikationsarbetet påverkas, och denna kommunikationsstrategi är en uppdaterad version av den strategi som trädde i kraft från början av 2019. Denna version träder i kraft från 1 juni 2020.

Strategin skall fungera som en ledstjärna och ett ramverk för alla dem som jobbar inom Nordiska ministerrådets kommunikationsnätverk.

Inledning

Kommunikationsstrategin är av överordnad karaktär. Dess syfte är att vägleda och styra kommunikationsarbetet inom det nordiska nätverket: Nordiska ministerrådets sekretariat, Nordiska ministerrådets institutioner och samarbetsorgan, samt Nordiska ministerrådets kontor i de baltiska länderna och Ryssland.

Strategin kompletteras med separata kommunikationsstrategier eller –planer för ministerrådets institutioner och samarbetsorgan, för kontoren i de baltiska länderna och Ryssland, samt för de olika ministerråden. Skilda kommunikationsplaner görs också upp för enskilda projekt och program. Alla strategier och planer som berör det politiska samarbetet uppgörs i linje med de överordnade riktlinjer som definieras här, både för kommunikationsverksamhet *inom* Norden och *utanför* Norden.

Strategin för internationell profilering och positionering av Norden definierar ramarna för profileringen av Norden som region, och är en bilaga till denna strategi.

Interaktiv, proaktiv och klart kopplad till visionen

Alla större kommunikationsåtgärder och -projekt som genomförs inom ramen för Nordiska ministerrådet ska bidra till de strategiska prioriteringarna och därmed till att nå samarbetets mål och förverkliga visionen.

Kommunikationen ska utifrån sett skall vara identifierbar, sammanhållen och enhetlig, trots att substansinnehållet spänner över ett mycket brett fält. Kommunikationen sker i form av text, bild och video, eller genom närvaro på relevanta evenemang. Nordiska ministerrådet ger också ut över 200 publikationer årligen, majoriteten av dem endast digitalt. Under år 2019 lanserades de första interaktiva digitala publikationerna, och utvecklingen av dem ger helt nya möjligheter till informationsförmedling.

Kommunikationsarbetet har stort fokus på civilsamhället. Det är helt avgörande att nordborna själva, deras behov och synpunkter tillgodoses i kommunikationen. Nordiska ministerrådet skall vara en proaktiv och flexibel organisation, och interaktivitet är en röd tråd i ett kommunikationslandskap där sociala medier spelar en betydande roll.

Information och service som underlättar mobilitet och fri rörlighet inom regionen, och som stöder den gemensamma värdegrunden, är centrala delar av kommunikationen.

Vision2030 slår fast att Norden skall bli världens mest hållbara och integrerade region. Foto: Unsplash.com

Nordiska ministerrådet har haft kontor i de tre baltiska länderna i över 25 år. Foto: Mary Gestrin

Gränsen mellan Sverige och Norge - information som underlättar fri rörlighet inom den nordiska regionen är centrala delar av kommunikationen. Foto: Karin Beate Nøsterud

Kommunikationsmål och målgrupper

Målgrupperna för kommunikationen är invånare i alla åldrar i hela Norden, politiker i regeringar och parlament, tjänstemän, representanter för näringslivet och för den offentliga sektorn.

Målgrupperna är i första hand *i* Norden, och i andra hand *utanför* regionen. Den politiska kommunikationen som riktar sig till områden utanför Norden lyfter fram de nordiska värderingarna, det nordiska samarbetets resultat och hur de nordiska lösningsmodellerna kunde tillämpas av andra.

Integrerad kommunikation

Kommunikationen utgör en integrerad del i allt arbete inom Nordiska ministerrådet. Konkret innebär detta att kommunikationsinsatserna utgör en central del av det politiska arbetet.

Kommunikationsrådgivare kopplas in i arbetsprocesser redan i planeringsskedet för att säkra att målsättningar och strategier formuleras kommunikativt och tydligt, och att informations- och kommunikationsåtgärder och tidtabeller planeras strategiskt.

Tillräckliga ekonomiska och tidsmässiga resurser för kommunikationsverksamhet reserveras inom de enheter och organ som behöver kommunikation.

Kommunikationsavdelningen vid Nordiska ministerrådets sekretariat ger strategisk rådgivning och har ansvar för samtliga kommunikationsinsatser relaterade till verksamheten, som har koppling till sekretariatet. I detta ingår produktion av nyheter och pressmaterial samt faktainnehåll, produktion av digitalt innehåll, produktion av publikationer samt eventproduktion.

Kommunikationsavdelningen har också ett nära samarbete med kommunikationsansvariga enheter på ministerier och departement i länderna, i första hand i det land som innehar ordförandeskapet inom ministerrådet. Kommunikationschefen vid Nordiska ministerrådets sekretariat ansvarar för samordning och uppföljning av strategin.

Vision och mål för samarbetet och för kommunikationen

Kommunikationsarbetet inom Nordiska ministerrådet grundar sig på de nordiska samarbetsministrarnas Vision2030: Norden ska bli världens mest hållbara och integrerade region

Visionen har tre strategiska tyngdpunktsområden:

- **Ett grönt Norden**
  Tillsammans ska vi främja en grön omställning av våra samhällen och arbeta för koldioxidneutralitet och en hållbar cirkulär och biobaserad ekonomi.

- **Ett konkurrenskraftigt Norden**
  Tillsammans ska vi främja grön tillväxt i Norden baserad på kunskap, innovation, mobilitet och digital integration.

- **Ett socialt hållbart Norden**
  Tillsammans ska vi främja en inkluderande, jämställd och sammanhängande region med gemensamma värderingar och stärkt kulturutbyte och välfärd.

Satsningen på de tre strategiska tyngdpunktsområdena sträcker sig fram till 2024. De nordiska samarbetsministrarna enades i februari 2020 om 12 mål för perioden 2021–24.

Alla större kommunikationsåtgärder och -projekt som genomförs inom ramen för Nordiska ministerrådet ska bidra till de strategiska prioriteringarna och därmed till att nå samarbetets mål och förverkliga visionen.

Under perioden 2021–24 kommer Nordiska ministerrådet speciellt att fokusera på att:

1. Stärka forskning och utveckling och främjande av lösningar som stödjer koldioxidneutralitet och klimatanpassning, bland annat avseende transport-, bygg-, livsmedels- och energiområdet

2. Bidra till att säkerställa biologisk mångfald och hållbart nyttjande av Nordens natur och hav

3. Främja cirkulär och biobaserad ekonomi, hållbar och konkurrenskraftig produktion, hållbara livsmedelssystem samt resurseffektiva och giftfria kretslopp i Norden

4. Göra det mycket enklare och mer attraktivt för nordiska konsumenter att prioritera hälsosamma och miljö- och klimatvänliga val med en gemensam satsning på hållbar konsumtion

5. Bidra till en positiv utveckling i det internationella miljö- och klimatsamarbetet, bland annat genom att främja nordiska gröna lösningar i resten av världen

6. Stödja kunskap och innovation och göra det lättare för företag i hela Norden att till fullo utnyttja de utvecklingsmöjligheter som den gröna, tekniska och digitala omställningen och den växande bioekonomin skapar

7. Utveckla färdigheter och välfungerande arbetsmarknader som matchar kraven som den gröna omställningen och den digitala utvecklingen ställer och som stödjer den fria rörligheten i Norden

8. Dra nytta av digitalisering och utbildning för att binda de nordiska länderna ännu närmare varandra.

9. Bidra till en god, jämställd och trygg hälsa och välfärd för alla

10. Arbeta för att få med alla nordiska medborgare i den gröna omställningen och den digitala utvecklingen, utnyttja potentialen i omställningen samt motverka att klyftorna i samhället ökar på grund av omställningen

11. Ge det nordiska civilsamhället, särskilt barn och unga, en starkare röst och delaktighet i det nordiska samarbetet samt öka deras kunskaper om grannländernas språk och kultur

12. Upprätthålla tilliten och sammanhållningen i Norden, de gemensamma värderingarna och den nordiska gemenskapen med fokus på kultur, demokrati, jämställdhet, inkludering, icke-diskriminering och yttrandefrihet.

De nordiska grundvärderingarna

Det grundläggande nordiska perspektivet och de nordiska värderingarna som bland annat lyfts fram i Strategin för internationell profilering av Norden utgör, vid sidan av visionen och dess mål, en utgångspunkt för kommunikationen om samarbetet.

Värderingarna *öppenhet, tillit, nytänkande, medmänsklighet och övertygelsen om alla människors lika värde* samt *hållbar förvaltning av naturen* är, är styrande för kommunikationsarbetet.

Kommunikationsmål – vad vill vi att kommunikationen skall kunna?

Nordiska ministerrådet är en transparent och öppen organisation, vars politik formas som en följd av samhällets händelser och utveckling.

Kommunikationen skall visa att samarbetet är konsekvent och logiskt, att vi lever som vi lär; politik och handling följs åt.

Kommunikationen ska avspegla Vision2030 och visionens mål, och den skall både till innehåll och form signalera hållbarhet. Den skall vara jämställd, tillgänglig och gendersensitiv, och också ta hänsyn till barns- och ungas perspektiv. Om de nordiska grundvärderingarna ändras, skall kommunikationen anpassas till det. Den nytta som samarbetet skapar för Norden som region och för dess invånare skall genomsyra kommunikationsinsatsen.

Den sammanlagda kommunikationsinsatsens strategiska resultat ska maximeras genom att effektivera koordineringen mellan alla delar i kommunikationsnätverket inom Nordiska ministerrådet.

Kommunikationsstrategin skall också definiera kommunikationens syfte och roll för dem inom det nordiska samarbetet som *inte* på daglig bas arbetar med kommunikation.

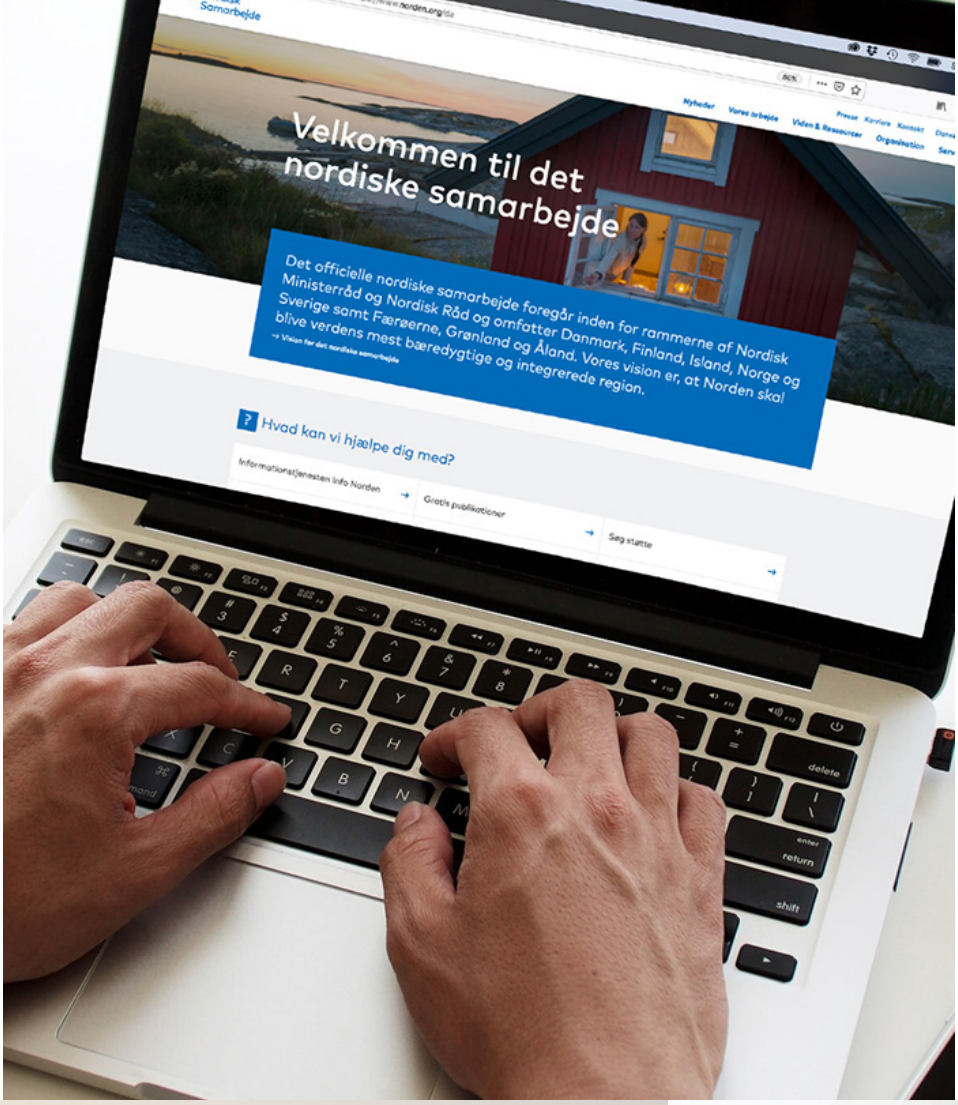
Mätbara kommunikationsmål

Kommunikationsinsatserna kan utvärderas både kvantitativt och kvalitativt.

Kvantitativa bedömningar görs dels kontinuerligt på årsbasis, och dels i samband med större enskilda kommunikationssatsningar.

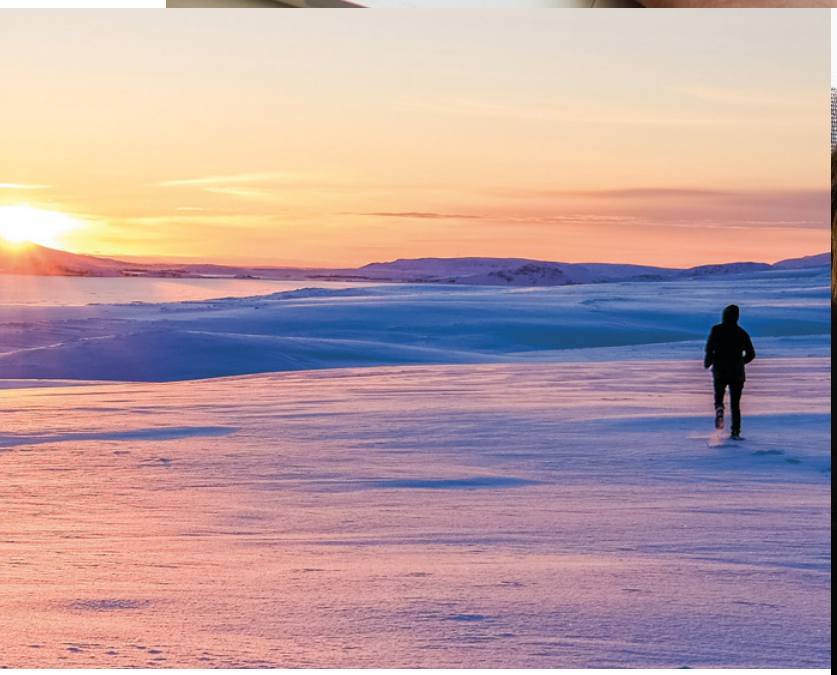
Kvantitativa indikatorer för kommunikation är antal sidvisningar på webbsajter, antal följare, räckvidd och intryck i sociala medier, antal nedladdningar av rapporter samt synlighet i traditionella medier.

Den *kvalitativa* bedömningen av kommunikationsarbetet görs bäst genom en kännskapsmätning i slutet av denna strategis giltighetsperiod år 2021, lämpligen i kombination med en opinionsundersökning om det nordiska samarbetet.



De kvantitativa indikatorerna kan till exempel vara antal sidvisningar på norden.org. Foto: Unsplash.com/norden.org

Kommunikationen ska bland annat ta hänsyn till ungas perspektiv, som här vid en workshop om biodiversitet på Naturvårdsverket i Stockholm. Foto: Moa Karlberg, norden.org



Alla människors lika värde samt hållbar förvaltning av naturen är viktiga värderingar i det nordiska samarbetet.
Foto: Unsplash.com

Kommunikationsverktyg och -kanaler

Kommunikationen sker i form av text, bild och video, eller genom närvaro på relevanta evenemang.

Detta strategidokument reglerar inte detaljer i operativt kommunikationsarbete. För detta ändamål har kommunikationsverktyget KOMM UT utarbetats. KOMM UT är avsett för alla delar av Nordiska ministerrådets kommunikationsnätverk. Verktyget definierar 7 centrala steg i planering och operationalisering av en strategisk kommunikationsinsats, och är en praktisk ryggrad i all kommunikationsplanering inom det nordiska samarbetet. KOMM UT är ett stödjande verktyg både för kommunikationsrådgivare och för medarbetare på sekretariatets fackavdelningar.

De kommunikationskanaler som används är Norden.org och sociala medier; åtminstone under strategiperiodens inledningsfas i första hand *Facebook, Twitter, LinkedIn* och *Instagram*. Nya relevanta kanaler kan tillkomma under strategiperioden.

Ansvarig utgivare för allt innehåll på Norden.org är kommunikationschefen vid sekretariatet. Det övriga kommunikationsnätverkets medarbetare kan inte publicera innehåll på Norden.org utan att det på förhand godkänns av kommunikationschefen.

Ministerrådets kommunikationsavdelning har ansvaret för allt innehåll som publiceras på Norden.org samt för samtliga publiceringsbeslut. De sektorvisa prioriteringarna planeras i samråd med fackavdelningarna inom sekretariatet, som också ansvarar för att leverera uppdaterad information för Norden.org till kommunikationsavdelningen.

Ansvar för övrigt innehåll på Norden.org kan delegeras till andra enheter, bland annat fackavdelningarna vid sekretariatet.

Publicering av text, bilder och videor på sociala medier görs utgående från principer som motsvarar god publicistisk sed och följer de fastslagna Riktlinjerna för sociala medier. De officiella nordiska kanalerna på sociala medier administreras av enheten för digitala medier på kommunikationsavdelningen vid ministerrådets sekretariat.

Val av kommunikationskanal görs utgående från en analys som innefattar en bedömning både av målgruppens sammansättning och de kommunikationsmål som eftersträvas.

Designmanualen definierar formspråket för alla kommunikationsprodukter inom det nordiska samarbetet, samt ger klara riktlinjer för användningen av samarbetets logotyp, Svanen.

Nordiska publikationer

Planering och publikation av digitala och tryckta publikationer med nordiskt innehåll är en del av kommunikationsarbetet. Ansvaret är förlagt till publikationsenheten på kommunikationsavdelningen. Ansvarig utgivare är kommunikationschefen vid sekretariatet.

Med undantag för de publikationer som är definierade som arbetspapper, följer alla publikationer som ges ut inom ramen för det nordiska samarbetet de riktlinjer för det visuella uttrycket som är fastslagna i det nordiska samarbetets Designmanual.

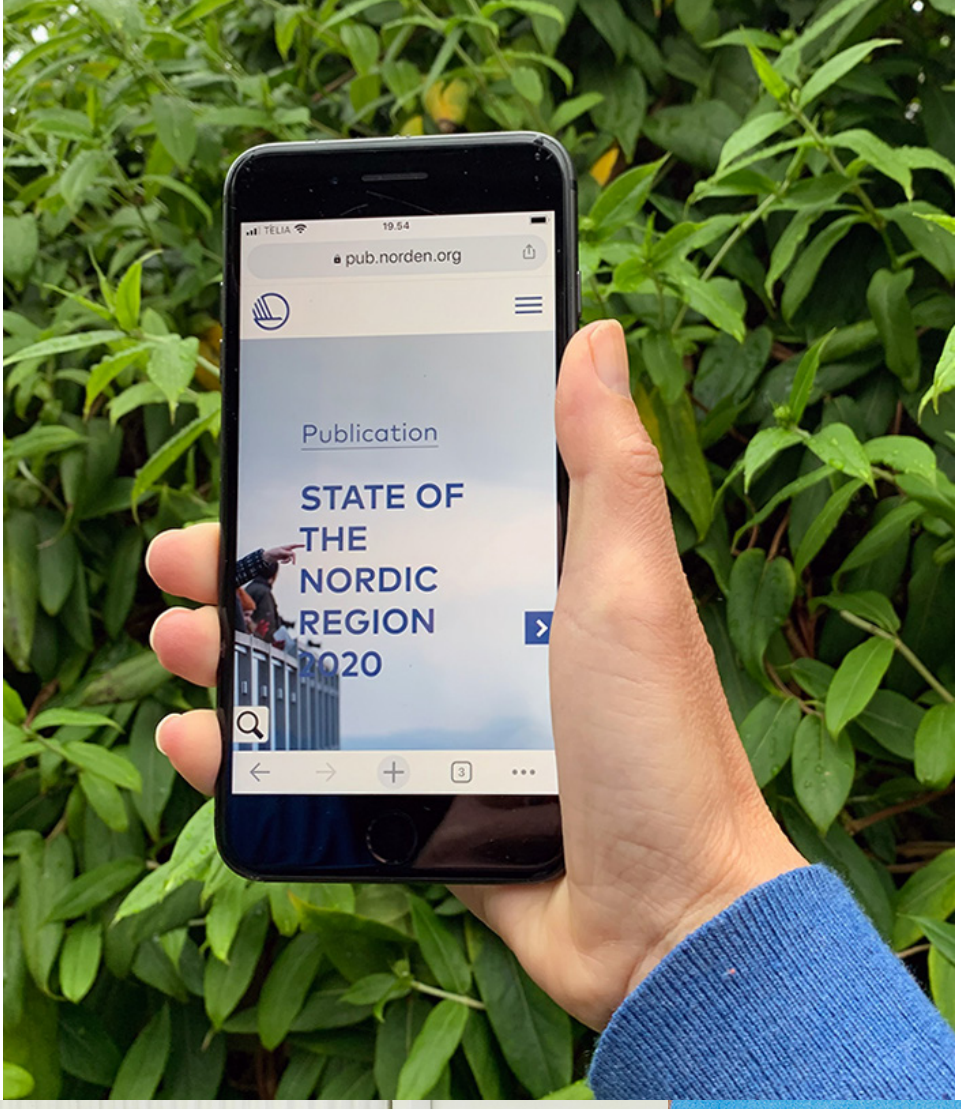
De nordiska publikationerna utges i första hand digitalt och i undantagsfall även analogt, d.v.s. i tryckt form. Målsättningen är att alla publikationer under strategiperioden planeras plattformsneutralt, så att de lämpar sig för läsning på mobiler och läsplattor. Tillgänglighet är en central faktor vid planeringen av Nordiska ministerrådets publikationer.

De tryckta upplagornas storlek minimeras.

Koordinering och samordning av kommunikationsarbetet

Det nordiska kommunikationsnätverket omfattar kommunikationsrådgivare från ministerrådets sekretariat, institutioner och samarbetsorgan, samt Nordiska ministerrådets baltiska och ryska kontor. Denna strategi är överordnad för hela nätverket.

Nätverket samlas två gånger årligen till seminarier som fungerar både som koordineringstillfällen, kompetensutveckling och informationsutbyte. Utöver Vision2030 och de strategiska tyngdpunktsområden som där definieras, utgör också ministerrådets årliga ordförandeskapsprogram ett gemensamt fokusområden för hela nätverket. Samarbetet och arbetsfördelningen kring dessa koordineras vid behov av Nordiska ministerrådets kommunikationschef.



De nordiska publikationer designas så att de lämpar sig för läsning på mobiler.
Foto: Louise Jeppesen

Nordiska ministerrådets designmanual definierar formspråket för alla kommunikationsprodukter inom samarbetet.
Foto: norden.org

Foto: Lars Dareberg / norden.org

Nordiska ministerrådets kommunikationsstrategi 2020–2024

PolitikNord 2020:706
ISBN 978-92-893-6626-7 (PDF)
ISBN 978-92-893-6627-4 (ONLINE)
http://doi.org/10.6027/politiknord2020-706

© Nordiska ministerrådet 2020

Text: Mary Gestrin
Layout: Louise Jeppesen

Det nordiska samarbetet
Det nordiska samarbetet är ett av världens mest omfattande regionala samarbeten. Det omfattar Danmark, Finland, Island, Norge och Sverige samt Färöarna, Grönland och Åland.

Det nordiska samarbetet är politiskt, ekonomiskt och kulturellt förankrat och en viktig del av europeiskt och inter-nationellt samarbete. Den nordiska gemenskapen arbetar för ett starkt Norden i ett starkt Europa.

Det nordiska samarbetet vill stärka nordiska och regionala intressen och värderingar i en global omvärld. Gemen-samma värderingar länderna emellan bidrar till att stärka Nordens ställning som en av världens mest innovativa och konkurrenskraftiga regioner.

Nordiska ministerrådet
Nordens Hus
Ved Stranden 18
DK-1061 Köpenhamn
www.norden.org

Läs flera nordiska publikationer: www.norden.org/sv/publikationer