



Kommunikationsstrategi Vindelälven-Juhttáhka

Bakgrund.....	2
Verksamhetsmål.....	2
Varumärkesplattform.....	2
Visioner och löften.....	2
Tonalitet och personlighet.....	3
Vår egen interna berättelse.....	4
Målgrupper.....	4
Primära målgrupper.....	4
Sekundära målgrupper.....	4
Strategier.....	5
Värderingar och budskap.....	5
Hållbarhet.....	5
Livskvalitet.....	5
Huvudbudskap.....	6
Kanaler.....	6
Interna kanaler.....	6
Externa kanaler.....	6
Kommunikationsmål.....	7
Uppföljning.....	7
Mandat.....	8

Bakgrund

Kommunikationsstrategin riktar sig i första hand till biosfärkansliets medarbetare, biosfärföreningens styrelse, arbetsgrupper och medlemmar, samt biosfärområdets samverkanspartners och projekt som ett stöd för kommunikationen.

Verksamhetsmål

Biosfärområden är modellområden för hållbar utveckling. De ska visa upp goda exempel på hur vi skapar en hållbar framtid för kommande generationer och bidra till lokala lösningar på globala utmaningar.

Det övergripande målet för Vindelälven-Juhttátahkka är att tillsammans [bevara](#), [utveckla](#) och [stödja](#) den rika och unika naturen och kulturen samt människors livskvalitet i Vindelälven-Juhttátahkka, så att alla kan leva, uppleva, utvecklas och må bra i såväl stad som landsbygd, idag och i framtiden.

Varumärkesplattform

Varumärkesplattformens syftet är att ge en kortfattad vägledning kring hur verksamheten och varumärket ska kommuniceras och hur vi ska agera i olika sammanhang för att säkerställa att allt vi säger och gör går i linje med verksamhetens och varumärkets mål. Varumärkesplattformen består av en vision och ett varumärkeslöfte. Visionen är vår strävan och ett slags högre mål och ett svar på frågan varför vi finns till. Varumärkesplattformen finns att läsa i sin helhet på [hemsidan](#) under fliken arkiv.

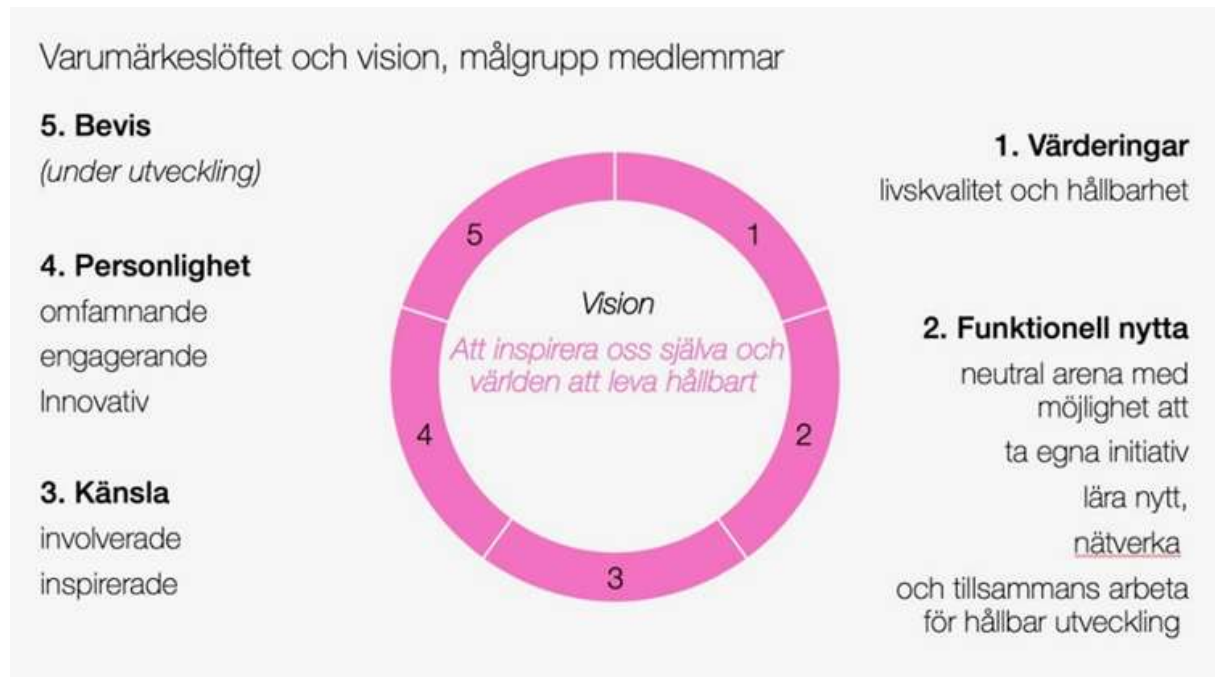
Visioner och löften

God kommunikation spelar en central roll för hur Vindelälven-Juhttátahkka uppfattas lokalt, regionalt, nationellt och internationellt. Välplanerad kommunikation kan bidra till att människors förståelse för hållbar utveckling fördjupas och att Vindelälven-Juhttátahkka blir ett tydligt och välkänt modellområde för hållbar utveckling.

Målbilden sammanflätas i visionen som är verksamhetens yttersta strävan, och ett svar på frågan varför vi finns till. Visionen bygger på en framgångsrik samverkan mellan alla aktörer inom Vindelälven-Juhttátahkka. Kommunikationen syftar därför till att vara en grund för dialog och samverkan inom biosfärområdet.

Visionen för föreningen Vindelälven-Juhttáahkka är: **”Att inspirera oss själva och världen att leva hållbart”**.

Februari 2022 fastställdes varumärkeslöfte, som gör visionen mer konkret. I arbetet med löftet har vi tagit fasta på hur vi vill att omvärlden ska uppfatta vad Vindelälven-Juhttáahkka är och står för och vad man därmed kan förvänta sig av oss som förening. Det är den bilden som ska vara vägledande för all kommunikation liksom för allt det vi gör i föreningen. Den ska även inspirera det arbete som vi gör tillsammans med partners och andra som marknadsför biosfärsområdet.



Februari 2023 togs även en vision fram för det geografiska området Vindelälven-Juhttáahkka, dvs platsen. Platsens vision är: **”Ett rikt liv längs hela älvdalen”**

Tonalitet och personlighet

Tonaliteten i vår kommunikation hämtas från vårt varumärkeslöfte och framför allt från Vindelälven-Juhttáahkkas personlighet, det som kännetecknar vårt sätt att vara. Det ska vara lätt att ha med Vindelälven-Juhttáahkka att göra och det ska återspeglas i det sätt vi kommunicerar. Därför vill vi att Vindelälven-Juhttáahkka alltid ska uppfattas som en kombination av följande:

Omfamnande - någon som man vill umgås med både i verkliga världen och på nätet, som är varm, positiv, inkluderande och respektfull mot andra.

Innovativa - vi arbetar alltid för att hitta nya vägar framåt. Vi är lösningsorienterade, modiga och uthålliga i vårt arbete för hållbar utveckling och livskvalitet.

Engagerande - för oss handlar att vara engagerande om vår gemensamma förmåga att mobilisera människor för en viktig sak. Vi fångar in nya kunskaper och delar dem gärna med andra, vi samarbetar brett och strävar alltid efter en öppen, intressant och tillgänglig kommunikation som engagerar.

Vår egen interna berättelse

Varumärkeslöftet kan sammanfattas i en intern berättelse

”För människor som tycker att livskvalitet och hållbarhet är viktigt erbjuder Vindelälven-Juhtátahkka en neutral arena med möjlighet att ta egna initiativ, lära nytt, nätverka och tillsammans arbeta för hållbar utveckling, så att människor kan känna sig involverade och inspirerade. Vi gör det med en personlighet som är omfamnande, engagerande och innovativ.”

Berättelsen är inte avsett att kommuniceras i sin helhet utan ska fungera som ett internt styrverktyg för vårt beteende och vår kommunikation. Det är snarare något som vi ska leva upp till än något som vi ordagrant kommunicerar utåt. Däremot ska vi tillsammans kommunicera ut våra visioner och mål.

Målgrupper

Primära målgrupper

Intern kommunikation:

- Medarbetare
- Styrelseledamöter (representanter från: kommuner, länsstyrelser, regioner, samebyar, områdets byar, ideella föreningar, näringslivet, universiteten samt de gröna näringarna)
- Representanter i handlingsgruppen

Extern kommunikation:

- Medlemmar och Biosfärambassadörer
- Människor som lever, verkar och bor i biosfärområdet
- Politiker, kommuner och myndigheter
- Samebyarna (Rans Sameby, Grans Sameby, Svaip Sameby och Malå Sameby)
- Projektpartners
- F&UU (akademin med forskning, utbildning och utveckling)
- Finansiärer och sponsorer
- Svenska biosfärprogrammet och Unesco sverige

Sekundära målgrupper

- Nationella och internationella besökare
- Media
- Potentiella medlemmar
- Inflyttare
- Investerare

Strategier

Vår kommunikation ska vara tydlig, lättläst och trovärdig med fokus på de fyra strategierna; inspiration, information, dialog och involvering.

Inspirationsstrategi

- foto, filmer och berättelser som inspirerar människor till hållbar utveckling och livskvalité.

Informationsstrategi

- vi använder envägskommunikation där det är lämpligt, till exempel vår webbplats, verksamhetsberättelse, presentationer och pressmeddelanden.

Dialogstrategi

- vi väljer dialog med viktiga intressenter där det är möjligt. Här ges tillfälle att fråga och uttrycka uppfattningar om föreningens arbete och om biosfärområdet i stort genom exempelvis intervjuer, workshops, rundabordssamtal och paneldebatter.

Involveringsstrategi

- För oss innebär involvering att vi vill ha ökad samsyn och samhandling, exempelvis vid samarrangemang och gemensamma projekt med föreningen och olika intressenter där man tillsammans definierar problem, utarbetar strategier och genomför aktiviteter.

Den forskning och fakta som kommuniceras ska ha vetenskaplig grund och presenteras på ett lättillgängligt och konkret sätt med fokus på lärandet för hållbar utveckling.

Jämställdhet och mångfald är en viktig del i hållbarhetsarbetet. I val av bilder, citat och nyheter ska vi därför vara uppmärksamma på att lika många män och kvinnor exponeras samt att olika åldrar, funktionsvariationer och personer från olika kulturer och språkområden och könsöverskridande uttryck får synliggöras.

Värderingar och budskap

Vindelälven-Juhttáahkka är en förening med ett tydligt syfte och med tydliga värderingar om vad som är viktigt för boende och verksamma nu och för framtiden. De budskap vi vill förmedla med vår kommunikation har sin utgångspunkt i dessa värderingar, som också utgör en viktig grund för varumärkeslöftet:

Hållbarhet

Vindelälven-Juhttáahkka kom till för att vara ett test- och modellområdet för hållbar utveckling enligt FN:s globala mål. Därmed är hållbarhet en självklar grundvärdering för varumärket. Hållbarhet är också något som värderas allt högre av många som bor och verkar i området liksom av dem som vi vill attrahera som besökare, inflyttare och investerare.

Livskvalitet

Allt arbete i biosfärområdet handlar i grunden om att människor ska kunna fortsätta bo och verka i området och leva ett bra liv nu och i framtiden. Livskvalitet är därför en viktig värdering för oss, och en värdering som vi delar med många som bor och verkar i området, liksom av dem som vi vill attrahera som besökare, inflyttare och investerare.

För kommunikationen innebär värderingarna sammantaget att vi alltid har och lyfter fram ett långsiktigt perspektiv och den positiva effekten på vår gemensamma livskvalitet som en hållbar utveckling innebär. Vi ska visa på goda exempel. Texter och bilder ska vara positiva och inkluderande och ge hopp om en bra framtid.

Huvudbudskap (under vidareutveckling)

- Vindelälven-Juhtátahkka har unika natur -och kulturvärden.
- Det är ett mångfacetterat område, rikt på upplevelser och fascinerande möten.
- Vindelälven - och Laisälvens dalgång är ett av de sista områdena i världen där Sveriges urfolk, samerna, bedriver traditionell renskötsel längs en cirka 50 mil lång flyttled från fjäll till hav. Namnet Juhtátahkka betyder flyttled på umesamiska.
- Vindelälven-Juhtátahkka är ett av 7 biosfärområden i Sverige
- Vårt uppdrag som biosfärområde är att inspirera oss själva och världen att leva hållbart. Det kan vi bara göra tillsammans.
- Vi är var och en av oss en del av biosfärområdet och har möjlighet att påverka till ett rikt liv efter hela älvdalen

Kanaler

Vindelälven-Juhtátahkka arbetar med interna och externa kanaler för kommunikationen.

Interna kanaler

För den interna kommunikationen arbetar vi främst med Teams, mejl, samt analoga och digitala möten.

Externa kanaler

Hemsidor och digitala kartor

Biosfärområdets webbplats tillsammans med digitala kartan utgör navet i kommunikationsverksamheten. Här ska vi belysa allt som Vindelälven-Juhtátahkka kan bidra med, vara en inspirationskälla för hållbarhet och berätta om vad som händer i området. Vi förstärker kommunikationen med hjälp av kommunernas och styrelseorganisationernas hemsidor och kanaler. Vidare utvecklar vi kommunikation tillsammans med andra biosfärområden, Svenska biosfärprogrammet och Unesco Sverige. Från hemsidan under fliken aktuellt lägger vi ut nyheter och delar dem därefter i sociala medier.

Facebook och Instagram

I de sociala kanalerna når vi delar av våra primära målgrupper.

Youtube

Youtube är idag främst en plats för oss att leverera och bevara filmmaterial.

Pressmeddelande och pressmöten

Exempelvis lyfter vi nyheter och goda exempel kopplat till våra fokusområden, berättar om projekt och olika innovationer.

Digitala och analoga möten

Exempelvis genomför vi intervjuer, workshops, rundabordssamtal, paneldebatter och medlemsrekrytering.

Annonsering

Exempelvis rekryteringsannonser, Google Ads och annonsbilagor.

Övriga tryckta kanaler

Exempelvis faktablad, broschyrer, affischer och skyltar.

Kommunikationsmål

Vindelälven-Juhttátahkka ska bedriva hållbar, strategisk och målgruppsanpassad kommunikation av varumärket med fokus på lärande för hållbar platsutveckling och ökad attraktivitet i området.

För kommunikationen har vi format ett antal effektmål som utgår från vad vi vill att de primära och sekundära målgrupperna ska få med sig genom våra kommunikationsinsatser. Målen baseras på varumärkeslöftet och är mål som vi strävar efter att kunna mäta årligen. Till det kommer ett antal kunskapsmål kring biosfärområdet och hållbarhet.

I korthet vill vi att våra målgrupper ska:

Veta:

- Vad ett biosfärområde är
- Att de är en del av Vindelälven-Juhttátahkka
- Att de har möjlighet att engagera sig

Känna:

- Känna sig involverade och delaktiga
- Känner sig inspirerade

Göra:

- Bli medlem eller stödja Biosfärområde Vindelälven-Juhttátahkka på annat sätt
- Ta egna initiativ
- Nätverka (tillsammans för hållbar utveckling)
- Lära nytt
- Sprida goda exempel
- Genomföra minst en medlemsaktivitet.

Uppföljning

- Digitala mätetal i Instagram och Facebook
- Uppföljning av större möten.

Mandat

Biosfärområdets koordinator/verksamhetsledare Ann-Kristine Vinka ansvarar övergripande för varumärket och kommunikationen inom Vindelälven-Juhttátahkka. Verkställer tillsammans med medarbetare och arbetsgrupper de aktiviteter som är kopplade till denna strategi och som fastställs i årlig [verksamhetsplan](#) som finns att läsa i sin helhet på hemsidan under arkiv.

Kontaktuppgifter: E-post ann-kristine.vinka@vindelalvenbiosfar.se Mobil: 0730-797903