



## RIKSFÖRBUNDET FUB:S KOMMUNIKATIONSSTRATEGI

### Om kommunikationsstrategin

Vår kommunikation är när vi på olika sätt och i olika kanaler berättar om vad Inre Ringen och FUB gör, tycker och vill.

Denna kommunikationsstrategi är en vägledning för oss alla i att tänka kommunikation. Allt FUB och Inre Ringen gör och tycker kan och ska kommuniceras på något sätt, direkt eller indirekt. FUB och Inre Ringen förmedlar kunskap och erfarenhet.

Kommunikationsstrategin beslutas av förbundsstyrelsen. Ansvar för långsiktiga strategiska mål, budget, varumärket FUB och FUB:s kommunikationsmål ligger hos förbundsstyrelsen. Kanslichef har ansvar för att kommunikationsstrategin följs av medarbetarna och att de kommunikationsplaner som görs också följs och utvärderas. Till största delen utformas och genomförs kommunikationsinsatserna av kansliets anställda med relevant fackkunskap, men även FUB:s förbundsstyrelse och Inre Ringen Sveriges styrelse har en viktig roll i kommunikationsinsatser.

Förbundskansliet ska ge verktyg till FUB:s länsförbund och lokalföreningar och Inre Ringens lokala sektioner för deras kommunikationsarbete.

FUB driver en komplex verksamhet med många olika delar, som alla siktar mot samma övergripande mål och det återspeglas i hur vi kommunicerar FUB:s verksamhet. Det innebär att kommunikationen kan se olika ut för olika verksamhetsdelar – olika avsändare, mottagare, egna budskap (men i linje med FUB:s viktigaste budskap), olika tonalitet och form i olika kanaler. Samtidigt finns ett helhetsperspektiv som vi försöker beskriva i denna strategi.

**Bilaga:** "Lathund för kommunikationsplaner", ger stöd för utformande av kommunikationsplaner, det vill säga varför, vad, när, var, hur, vem och till vilken kostnad vi kommunicerar olika delar av verksamheten. Planer görs per år och/eller per verksamhetsdel.

### Vision och mål (grund för strategin)

Inre Ringens och FUB:s vision: Ett samhälle, en värld där personer med intellektuell funktionsnedsättning (IF)/utvecklingsstörning kan leva sitt liv som alla andra.

Riksförbundet FUB:s kommunikation vilar på våra mål, som beskrivs i FUB:s värdegrund och mål, FUB:s verksamhetsinriktning som uppdateras vart fjärde år, samt verksamhetsplaner och policydokumenten för våra olika arbetsområden, vilka uppdateras varje år.

Inre Ringen är en viktig del av FUB. Inre Ringen sätter själv sina mål, planerar sin verksamhet och kommunicerar vad Inre Ringen vill och vad Inre Ringen gör.

## Kommunikationsmål

De övergripande, långsiktiga målen med FUB:s kommunikation är att...

- personer med IF/utvecklingsstörning blir delaktiga och finns representerade i samhällsinformation, massmedia och reklam.
- allmänhet och beslutsfattare har god kunskap om livssituationen för personer med IF/utvecklingsstörning och deras anhöriga.
- personer med IF/utvecklingsstörning förstår vad mänskliga rättigheter innebär i deras egna liv.
- beslutsfattare har kunskap om vad mänskliga rättigheter innebär för personer med IF/utvecklingsstörning, och säkerställer dessa rättigheter.
- FUB är den viktigaste organisationen inom det intressepolitiska arbetet för personer med utvecklingsstörning.
- det är självklart för personer med IF/utvecklingsstörning och deras anhöriga att vara medlemmar i FUB.
- FUB uppfattas som en oundgänglig samarbetspartner av myndigheter, medier och andra aktörer, tack vare organisationens relevanta sakkunskaper om sådant som berör personer med IF/utvecklingsstörning.
- FUB-rörelsens varierande verksamhet, med kunskapsutbyte, gemenskap, aktiviteter och påverkansarbete både nationellt och lokalt, är uppenbar för alla som följer oss.

## Målgrupper

Personer med IF/utvecklingsstörning, anhöriga, personal och ansvariga myndigheter och beslutsfattare ska få kunskap och stöd genom FUB:s och Inre Ringens kommunikation. Journalister/medier är både målgrupp och förmedlare av kunskap/information. Personer med IF/utvecklingsstörning och deras anhöriga ges en röst genom FUB och Inre Ringen.

Detta är i första hand en extern kommunikationsstrategi, men vi ska också tänka internt, eftersom de interna målgrupperna (medlemmar, lokalföreningar, Inre Ringen-sektioner, förtroendevalda) spelar en viktig roll i att förmedla FUB:s budskap. Se nedan angående kommunikationsplaner och att utnyttja hela organisationen.

Vi finner vägar att mäta hur vi lyckas med våra kommunikationsinsatser.

FUB:s kommunikation ska vara en förebild i att ge så tillgänglig information som möjligt när personer med IF/utvecklingsstörning är målgrupp.

## Budskap

Alla personer med IF/utvecklingsstörning har rätt till ett gott liv, i ett samhälle som är tillgängligt för alla. Därför behövs stöd till personerna själva och deras anhöriga, god habilitering, bra vård, en skola för alla, möjlighet till livslångt lärande, inflytande i sitt eget liv, delaktighet i kultur och samhälle, kognitivt tillgänglig information, god kunskap om funktionsnedsättningen hos beslutsfattare, kompetent personal, ekonomiskt stöd enligt principen om inga merkostnader på grund av funktionsnedsättning och en positiv attityd hos allmänheten.

Till FUB är alla välkomna. Alla får vara sig själva och hitta gemenskap och styrka tillsammans med andra.

## Tonalitet

Fokus för FUB:s kommunikation är delaktighet och mänskliga rättigheter. Modigt och innovativt berättar vi om människor med erfarenhet av IF/utvecklingsstörning (egen eller andras), genom möjligheter och goda exempel, men också vad som påverkar negativt. Personer med IF/utvecklingsstörning ges en egen röst och även de anhörigas hörs.

FUB:s kommunikation ska vara modern, positiv och attraktiv. Allt vi säger ska vara trovärdigt, tydligt och sakligt. All kommunikation bygger på fakta och vi vill dela med oss av kunskap och bidra till de sammanhang vi är i.

All kommunikation bygger på den uppförandekod och värdegrund som verksamheten vilar på.

## Kanaler och form

FUB:s viktigaste kanaler är tidningen Unik, FUB:s och Inre Ringens webbplatser på [www.fub.se](http://www.fub.se) och [www.fub.se/inre-ringen](http://www.fub.se/inre-ringen), och sociala medier, såsom exempelvis FUB:s Facebooksida, Twitter samt Instagram. Vi använder oss av broschyrer, konferenser, uppvaktningar, roll ups och pressmeddelande och vi kommunicerar via andras kanaler genom exempelvis insändare och debattartiklar. FUB genomför också kampanjer riktade mot allmänhet och beslutsfattare, exempelvis genom annonsering.

En viktig möjlighet är när FUB och FUB:s frågor blir uppmärksammade i media. Då vill vi gärna lyfta fram både vår sakkunskap i frågorna och berättelserna från personer som har IF/utvecklingsstörning och deras anhöriga, både det som kan vara positivt och det som påverkar negativt.

Att samordna våra budskap i olika kanaler (egna och andras) är ett bra sätt att få större tyngd och mer uppmärksamhet.

FUB strävar dessutom efter goda kommunikationssamarbeten med andra organisationer.

### Egna budskap i egna kanaler

I FUB:s kanaler på webben (webbplatsen [www.fub.se](http://www.fub.se), [www.facebook.com/riksforbundet.fub](https://www.facebook.com/riksforbundet.fub), [www.twitter.com/fub\\_se](https://www.twitter.com/fub_se), [www.instagram.com/fub\\_se](https://www.instagram.com/fub_se)) sprider vi Riksförbundet FUB:s budskap, nyheter och evenemang samt delar när lokalföreningar, länsförbund eller enskilda FUB:are förekommer i media.

Ett annat perspektiv finns i tidningen Unik ([www.fub.se/tidningen-unik](http://www.fub.se/tidningen-unik)) som publicerar reportage från många verksamheter av och för personer med IF/utvecklingsstörning och deras anhöriga, samt berättar om viktiga händelser för vår målgrupp. Vi har också möjlighet att sprida kunskap, efterlysningar och tips från andra aktörer i våra tre nyhetsbrev ([www.fub.se/nyhetsbrev](http://www.fub.se/nyhetsbrev)) med olika målgrupper inom FUB-rörelsen. Även i Facebookgruppen ([www.facebook.com/groups/59383359092/](https://www.facebook.com/groups/59383359092/)) finns plats för tips, erfarenhetsutbyte och diskussioner.

## Genom hela organisationen – styrkan med en stor organisation

FUB består av över 150 lokala FUB-föreningar som stöds av länsförbund på landstings-/regionnivå och Riksförbundet FUB med kansli på nationell nivå. Det finns cirka fyrtio Inre Ringen-sektioner runt om i landet.

Vi utnyttjar gärna det faktum att organisationen har flera nivåer.

Genom att i varje kommunikationsplan (obs!) tänka ut och föreslå kommunikationsinsatser för FUB:s hela organisation (riks, läns, lokalt) kan vi få multiplicerad effekt av kommunikationen.

Riksförbundet ger stöd till kommunikationsinsatser och intressepolitiskt påverkansarbete för länsförbund och lokalföreningar. Riksförbundets kansli gör material som dels förklarar och informerar, dels analyserar och beskriver FUB:s syn på exempelvis förslag inom politiken, för att på så sätt ge FUB-rörelsen verktyg till lokal kommunikation och lokalt intressepolitiskt påverkansarbete.

Lokalföreningar och länsförbund bidrar med viktig information till riksförbundet om hur det ser ut i olika delar av landet.

## **Omvärldsbevakning**

En viktig förutsättning för både kommunikation och andra aktiviteter är att vi håller koll på vad som händer inom våra arbetsområden. Vi har bevakning genom Meltwater, som bland annat resulterar i nyhetsflöden på tre webbsidor:

FUB omtalade eller citerade i media: [www.fub.se/fub-i-media](http://www.fub.se/fub-i-media)

Insändare, debattartiklar, bloggar: [www.fub.se/debatt-om-fubs-fragor](http://www.fub.se/debatt-om-fubs-fragor)

FUB:s frågor i media: [www.fub.se/fubs-fragor-i-media](http://www.fub.se/fubs-fragor-i-media)

## BILAGA: LATHUND FÖR KOMMUNIKATIONSPLANER

Detta är en kort version med kort kom-i-håg för att göra en kommunikationsplan – mer utförlig version med ytterligare stöd finns också.

FUB gör en övergripande kommunikationsplan inför varje verksamhetsår plus i samband med olika verksamhetsdelar/aktiviteter. Planen ska göra att alla har koll. Denna lathund kan också användas av lokala FUB. Kommunikationsplanen ska innehålla:

Aktivitet/verksamhetsdel: .....							
Mål	Målgrupp	Budskap	Metod	Tidpunkt	Kanaler	Ansvarig/inblandade	Budget

Börja med att beskriva nuläget. Vad vill vi förändra? Vilken roll har kommunikationen?

Vad är verksamhetsmålen? Översätt till kommunikationsmål och koppla till respektive målgrupp. Olika slags mål: Kunskapsmål, attitydmål och beteendemål. Fastställ **målgrupper** för aktiviteten.

Vilka är **budskapen**? Formulera begripligt! Prioritera bland budskapen – vad är viktigast? Att informera alla om allt är troligen inte till någon nytta. (Mål → Målgrupp → Budskap) Målgruppsanpassade budskap stärker målen.

Gå igenom det vi hittills planerat och fundera på **tonalitet**. Behöver vi ändra något? Är vi tydliga och sakliga? Visar vi på resultat? *Tillgänglig kommunikation och delaktighet*: Hur kan vi i detta arbete ge så tillgänglig information som möjligt till personer med IF/utvecklingsstörning? *Trovärdig kommunikation*: Hur får personer med IF/utvecklingsstörning en egen röst i detta arbete? Hörs de anhörigas perspektiv?

Koppla rätt **kanaler** till mål, budskap och målgrupper. Vilka kanaler är mest effektiva? Kan vi multiplicera effekten genom samordning i olika kanaler? Externa kanaler, interna kanaler och andras kanaler. Tänk på **form** kopplat till mål och målgrupp. Kan vi använda annat än text för att göra budskapet tydligare, illustrationer, diagram, foton eller filmer? Ska vi göra information på olika språk?

När ni tänker på **metoder**, glöm inte **avsändaren**. Vem når bäst fram till målgrupperna? Vem är rätt person/personer att framföra just detta budskap?

Vad har vi för **tid**, vilka **pengar** har vi och vilka **kompetenser** har vi? Vem gör vad? Effektivast användning av resurser? När ska vi säga det? När får vi bäst resultat? När ska det vara klart? Planera in upprepningar av budskapet!

Avsluta med att backa och gå igenom kommunikationsplanens styrkor, svagheter, möjligheter och hot.  
**Revidera?**

Bestäm tid för **uppföljning/utvärdering** och gör den. Revidera?