

Tips för kommunikationen om Klimatveckan – Kommun och region

Låt Klimatveckan fungera som ett skyltfönster för den verksamhet ni bedriver genom att visa och lyfta fram det positiva ni gör för miljön. Vi har alla, såväl organisationer som individer, ett gemensamt ansvar för klimatfrågan. Det är endast med gemensamma krafter som vi kan nå vår vision *Klimatsmart Plusenergilän* samt Sveriges klimatmål.

Kommunens/Regionens roll under Klimatveckan är att:

- Arrangera egna aktiviteter; främst digitala aktiviteter under rådande omständigheter.
- Sprida de gemensamma aktiviteterna som Klimatrådet arrangerar.

Klimatveckans övergripande kommunikationsmål handlar om att inspirera primära målgrupper till en klimatsmart vardag. En målgrupp är en definierad grupp av människor som är intressanta som mottagare av en kommunikationsinsats.

Planera alltid kommunikationen utifrån mål, målgrupper, budskap, kanaler och aktiviteter. Tänk på vilka sätt ni framföra budskapet på. Vilka kanaler och aktiviteter är aktuella målgrupper mest mottagliga för? Exempel på digitala kanaler och aktiviteter är inlägg på sociala medier, nyheter på webbplats och digitala föreläsningar.

Analysera relevanta målgrupper för Klimatveckan. I många fall står ni närmre dessa målgrupper än vad exempelvis Klimatrådet som helhet gör. Ni är därför en nyckelspelare i Klimatveckans kommunikation.

Utgå från kärnverksamheten. I vilka sammanhang skulle en aktivitet för Klimatveckan passa bäst?

Exempel på relevanta verksamheter:

- ✓ Skolor, fritidsverksamhet, bibliotek.
- ✓ VA, avfallshantering, energi.
- ✓ Samhällsplanering, folkhälsa, Agenda 2030.
- ✓ Föreningar och andra organisationer.

Innehållet i kommunikationspaketet är främst för digital kommunikation, men de redaktionella texterna går naturligtvis att anpassa och använda även i andra kanaler så som trycksaker.

Tips för kommunikationen om Klimatveckan – Företag och organisationer

Företag och organisationer är en viktig del av den lokala och regionala utvecklingen. Låt Klimatveckan fungera som ett skyltfönster för den verksamhet ni bedriver genom visa och lyfta fram det positiva ni gör för miljön. Visa att ni är en del av Klimatrådets arbete och bidrar till länets vision *Klimatsmart Plusenergilän*.

Uppmärksamma klimatfrågan

Lyckade satsningar och aktiviteter under tidigare Klimatveckor har till exempel varit företag som arrangerat studiebesök för att visa ny teknik som bidrar till minskade utsläpp eller föreningar som arrangerat kunskapshöjande aktiviteter för att uppmärksamma Klimatfrågan.

Klimatveckans övergripande kommunikationsmål handlar om att inspirera primära målgrupper till en klimatsmart vardag. En målgrupp är en definierad grupp av människor som är intressanta som mottagare av en kommunikationsinsats så som kunder i ert företag eller medlemmar i er organisation/förening.

Planera alltid kommunikationen utifrån mål, målgrupper, budskap, kanaler och aktiviteter. Tänk också på vilka sätt ni framföra budskapet på. Vilka kanaler och aktiviteter är den aktuella målgrupper mest mottagliga för?

Exempel på kanaler och aktiviteter:

- Inlägg på sociala medier.
- Nyhet på webbplats.
- Digitala studiebesök – visa upp er verksamhet och hur ni arbetar med att minska er klimatpåverkan och anpassa er verksamhet till ett förändrat klimat.
- Kunskapshöjande aktivitet – exempelvis digitala seminarium, tipspromenad med klimattema.
- Återbruk, loppis och second-hand aktiviteter – exempelvis klädbytardag.

Innehållet i kommunikationspaketet är främst för digital kommunikation, men de redaktionella texterna går naturligtvis att anpassa och använda även i andra kanaler så som trycksaker.