



Kommunikationsplan

Ett för föreningen **internt arbetsdokument** för genomförandet av ULLUs verksamhet.

UTKAST reviderad Version: 2025-11-06



Medfinansieras av
Europeiska unionen



Medfinansieras av
Europeiska unionen

Grundstyrkor

A woman with long blonde hair and glasses, wearing a light-colored sweater and dark pants, stands in a grassy field. She is surrounded by several sheep. In the background, there is a red barn and trees.

Spindeln i det lokala utvecklingsnätet

Vi kopplar ihop lokala gräsrotter och regionala aktörer över offentlig, privat och ideell sektor.

Finansierar idéer utöver det vanliga

Vi stöttar entreprenörer och eldsjälar som vill jobba för en hållbar omställning genom lokalt ledd utveckling.

Vår inriktning



"Vi är de småskaligas vän. Genom lokalt ledd utveckling stöttar vi en mångfald av småskaliga initiativ som värnar allt levande"

Vi använder oss av **Lokalt ledd utveckling** för att inkludera nya grupper och är samtidigt en aktiv del av **LEADER Sverige**.

Vi stöttar en jämn **mix av små och stora projekt** för att tillmötesgå olika behov med det gemensamma målet att skapa en hållbar omställning där alla är med.



Illustration: Maja på Näset

Värderingar

En drivande kraft för hållbar omställning

Vi stöttar och utvecklar underifråninitiativ där människors behov möts inom planetens gränser.

Lyssnar och möter lokala entreprenörer och eldsjälaars behov

Deras engagemang är grunden för en positiv samhällsutveckling.



Mångfald och innovation

Med respekt för det annorlunda vill vi få olika grupper att mötas.

Vi vågar ta tag i allvarliga frågor och fokuserar på nya lösningar för landsbygder.

Nolltolerans

Nolltolerans mot all form av diskriminering och trakasserier.

Vi arbetar aktivt med att förebygga diskriminering i projekten och hela vår verksamhet, bland annat genom kompetensutveckling, informationsspridning och interna styrdokument.

Har du upplevt diskriminering i sammanhang kopplade till Upplandsbygd Lokalt Ledd Utveckling?

Kontakta i första hand verksamhetsledaren, eller valfri projektledare på kansliet. Du kan även hitta kontaktuppgifter till styrelsens ordförande på hemsidan. Vi strävar efter att så fort som möjligt utreda och vidta nödvändiga åtgärder. Läs mer om detta under *Föreningshandlingar* på hemsidan.



VISION

Blomstrande och inkluderande bygder
för ett gott och hållbart liv där
människor och idéer växer.

Målgrupper

Målgrupp 1: Projektintressenter - i form av entreprenörer och eldsjälar som vill driva projekt hos oss och jobba för en hållbar omställning genom lokalt ledd utveckling

Målgrupp 2: Samarbetspartners - Våra medlemmar och personer i vårt nätverk

Målgrupp 3: Beslutsfattare och finansiärer



1: Projektintressenter

Kreativa och engagerade människor som vill samarbeta och har idéer för att ställa om sin plats på jorden.

Nya och befintliga projektägare som bidrar till att vi når strategins mål. De kan vara privatpersoner, entreprenörer, föreningar och kommuner. De behöver inte vara experter på hållbar omställning, men krävs vilja och engagemang.

OSMAN 27 år,
egenföretagare och
småbarnsförälder bor i tätort
utanför Uppsala. Han har en
ekologisk grönsaksodling och
behöver snabba pengar och
ökad kompetens för att
utveckla och leva på sitt
företag.



MARIA 53 år,
ordförande i kulturförening
med integrationsambitioner
och "projekträv". Hon är
intresserad av ett stort externt
projekt och behöver stöd för
att minska klimatpåverkan och
hitta lån för att klara
likviditetskrav.

Plan för att kommunicera till Målgrupp 1

Vi ska...

1. Ha en uppdaterad och strukturerad hemsida med lättillgänglig information för projektsökande.
2. Kommunikationsmöten varje vecka.
3. Stötta sökanden genom digital rådgivning, telefonsamtal, digitala projektverkstäder (2 per år).
4. Sträva efter att svara på mejl inom 5 arbetsdagar.
5. Vara tydliga och realistiska från början med tidshorisont och nivå av administration som krävs.
6. Hålla 1 stor konferens per år (nätverksträff), och flera mindre evenemang och kompetensutveckling minst 2 gånger per år.

Omställare som vill driva projekt



2: Våra samarbetspartners

Projektägare, samarbetspartners och andra intresserade som har ett gemensamt intresse av hållbar omställning genom lokalt ledd utveckling i vårt område.

Universitet som t.ex. SLU och Uppsala universitet är viktiga samarbetspartners. Deltagare i vårt nätverk kan sprida information om oss.

MELISSA 25 år,
fritids- och ungdomsledare i
Knivsta. Vill träffa andra
likasinnade och ingå i ett större
socialt sammanhang. Goda
exempel och att träffa andra
projektägare ger hopp och
inspiration.



BERTIL 63 år,
ordförande i Hembygdsgårdarnas
riksförbund och lokal eldsjäl. Vill få
kunskap och omvärldsbevakning, få
reda på möjligheter att medverka i
projekt och vara med och påverka
Upplandsbygd.

Plan för att kommunicera till Målgrupp 2

Vi ska...

1. Hålla fysiska nätverksträffar 1–2 gånger per år med spridning i hela vårt område.
2. Skicka digitala nyhetsbrev, minst 5 gånger per år. Där lyfter vi goda projektexempel (tidigare och pågående) och projektägare.
3. Använda sociala medier för att lyfta goda exempel och befintliga/tidigare projektägare som ambassadörer. Exempelvis via *LinkedIn* och *Instagram Highlights*
4. Ordna kommunala träffar med potentiella projektägare och intressenter, på kommunens initiativ.
5. Inkludera studenter – Ta in 1 praktikant varje termin och exjobb när det passar. Delta på studiebesök och föreläsningar på universitetets initiativ.

Nätverksmedlemmar



3: Beslutsfattare och finansiärer

Innefattar politiker och tjänstepersoner från våra fem kommuner, två regioner och andra potentiella finansiärer.

SUSANNE 35 år,
politiker i Sigtuna kommun. Hon är engagerad i landsbygdsfrågor och vill ha information om Upplandsbygd och besöka goda exempel för att kunna visa kommunledning hur viktigt det är att jobba med lokalt ledd utveckling och sprida bra exempel i kommunen.

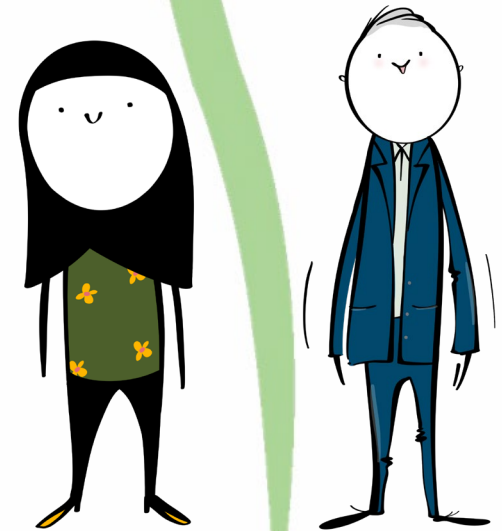


THOMAS 47 år,
jobbar på Region Uppsala med landsbygdsfrågor och näringslivsutveckling. Upplandsbygd möjliggör kontakt med lokala gräsrotter, medan regionen i vissa fall kan erbjuda andra typer av stöd för innovativa projekt.

Plan för att kommunicera till Målgrupp 3

Vi ska...

1. Träffas regelbundet (minst 4 gånger per år) med kommungruppen och 1-2 gånger med regionala representanter och bjuda in till våra samt delta på deras nätverksträffar och studiebesök.
2. Besöka varje kommun en gång om året för medlemsdialog (t.ex. en halvtimmes presentation för kommunstyrelsen).
3. Använda sociala medier för att lyfta goda exempel och befintliga/tidigare projektägare som ambassadörer. Exempelvis via *LinkedIn*.



**Beslutsfattare och
finansiärer**

Sammanfattning: Hur?

1. Vi lyfter en mångfald av goda exempel

- Projektägare blir ambassadörer: Goda exempel ger hopp, inspiration och legitimitet för Upplandsbygds verksamhet.

2. Vi skapar nätverk och kunskapsutbyten mellan projektägare

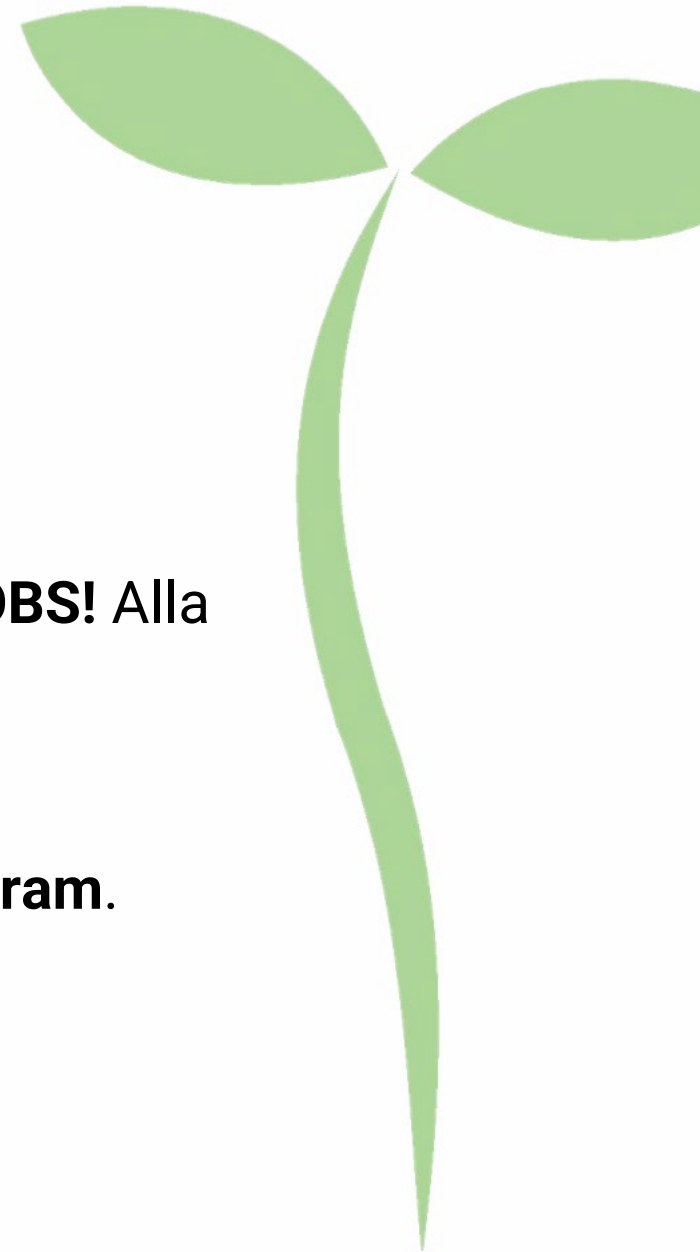
- Nya projektägare vågar ta steget genom att prata med befintliga/tidigare projektägare som de identifierar sig med. Utbyten mellan sektorer sker med hjälp av nätverksträffar.

3. Vi utbildar i hållbar omställning genom lokalt ledd utveckling

- Vi förser ett tryggt sammanhang för att tillsammans lära om hållbar omställning, och stöttar positiv förändring på lokal nivå.



Kommunicera med målgrupperna



Process för informationsspridning

1. Vid behov → Publicera nyhet på **hemsidan**
2. Inkludera informationen (om relevant) i nästa **nyhetsbrev**. **OBS!** Alla inbjudningar går ut i nyhetsbrev
3. Skapa **LinkedIn** inlägg
4. Andra sociala medier som används är **Facebook** och **Instagram**.
→ För publicering och marknadsföring av evenemang

Vi länkar alltid till hemsidan, om inlägget finns publicerat där.

Mål:

Kortsiktiga mål:

- Ha 600 nätverksdeltagare före 2027.
- Ha 80 föreningsmedlemmar med rösträtt före 2027.
- 500 följare på LinkedIn före 2027.
- 600 följare på Instagram före 2027.

Långsiktiga mål:

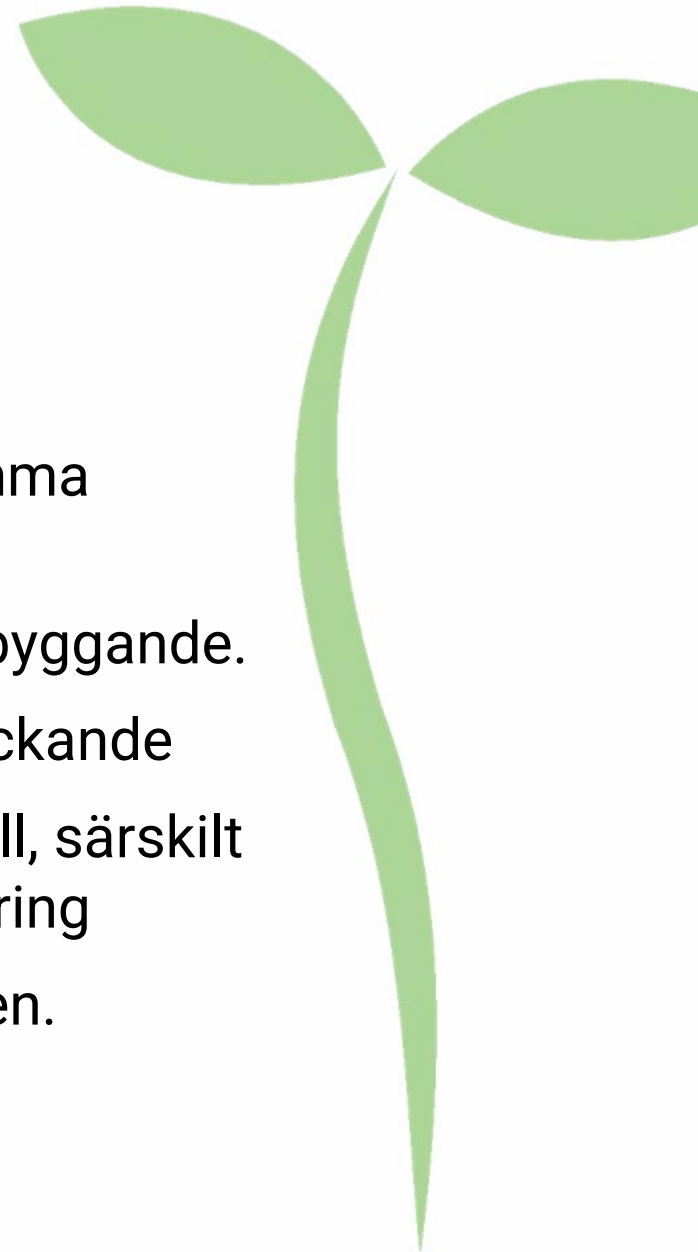
- Fler känner till vår verksamhet, och är med och bidrar till en hållbar omställning inom Upplandsbygd.



Kommunicera med målgrupperna

*Hur pratar vi på ett enhetligt sätt på **hemsidan** och i **nyhetsbrev**?*

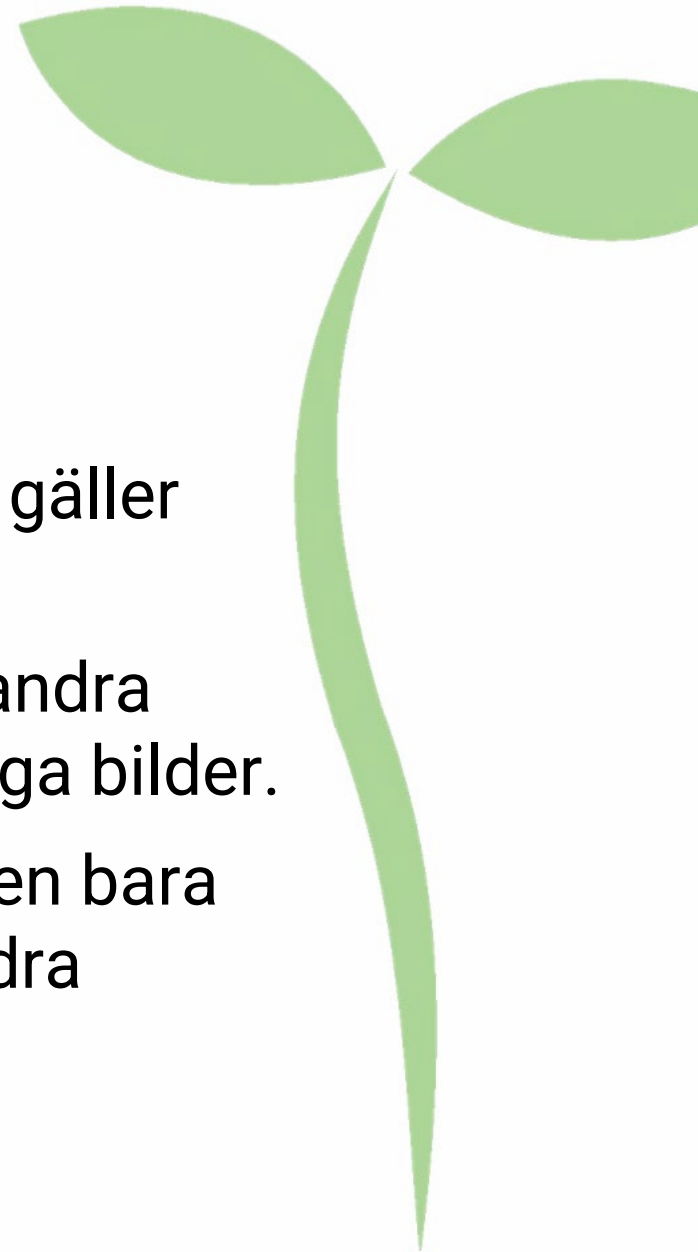
- **Formalia:** Se till så liknande sidor har liknande format, ex. samma informationstext, typsnitt och rubriker.
- **Nyheter:** Mer lättsam ton, med personliga inslag → Relationsbyggande.
- **Inbjudan till events:** Professionell ton, informativt , intresseväckande
- Sträva efter samma nivå på texter vad gäller längd och innehåll, särskilt när det gäller projektbeskrivningar → transparens och inkludering
- Vi vill gärna ha personer på bilder, och porträtt av projektägaren.



Kommunicera med målgrupperna

*Hur pratar vi på ett enhetligt sätt på **sociala medier**?*

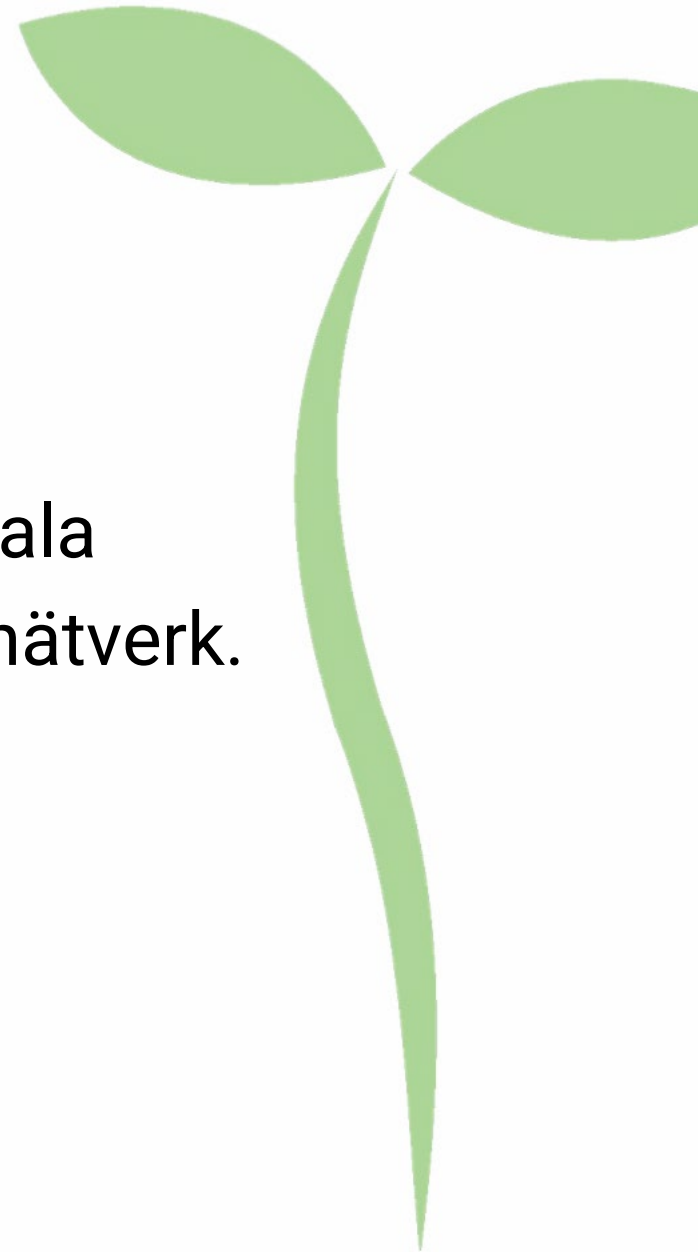
- **Formalia:** Bra om inläggen är håller samma nivå vad gäller språk och bildkvalité → Mer enhetligt.
- **Instagram och Facebook:** Mer lättsam ton, når ofta andra målgrupper än LinkedIn. Möjlighet att publicera många bilder.
- **LinkedIn:** Professionell ton, bjud in till diskussion. Men bara om det finns tid att bevaka tråden. Samma gäller andra sociala medier.
- Sträva efter att uppdatera minst en gång i veckan.



Marknadsföring av ULLU

Hur ska vi marknadsföra?

- **Sprida digitalt material:** Inbjudan till events, digitala affischer, sprida i personliga och professionella nätverk. Ambassadörer.
- Betalda digitala annonser via Meta och LinkedIn.
- **Fysiskt material:** Uppdaterade roll-ups.



Ambassadörer

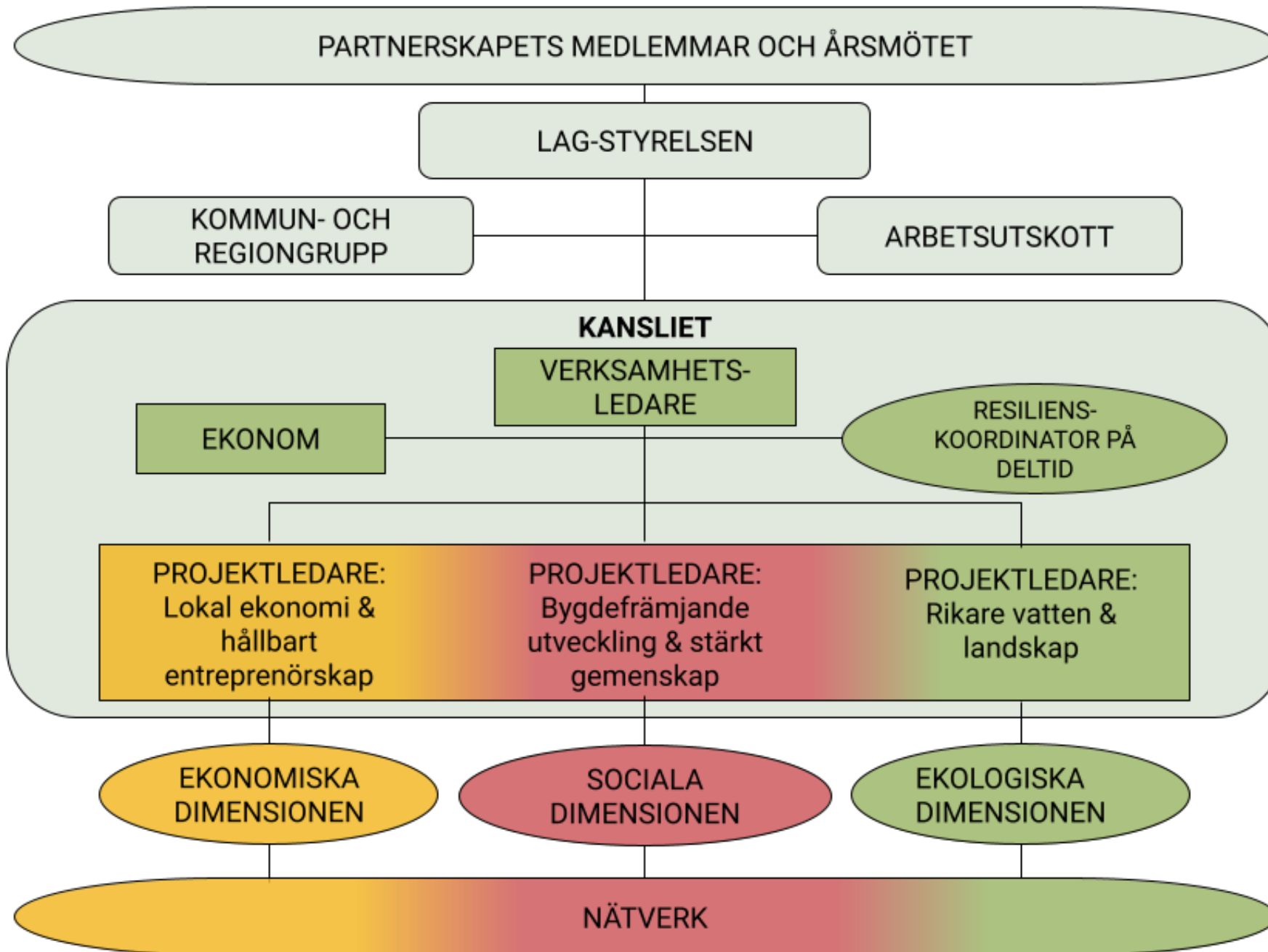
Vem? Ambassadörer är projektägare som tidigare har haft ett projekt hos oss och de som för närvarande har ett projekt. Även de som sitter i styrelsen och kommungruppen är ambassadörer.

Varför? Ambassadörskap gör vår verksamhet mer transparent och legitim, samtidigt som ambassadörerna kan inspirera och agera förebild till de som är intresserade av att starta ett projekt. Genom vår plattform får projektägarna en chans att visa upp deras projekt och berätta mer om dem.

Vad gör vi för ambassadörerna?

- Bjuder in till nätverks- och inspirationsträffar, och träffar med styrelsen.
- Bjuder in ambassadörer att presentera sitt projekt under öppna seminarium som ska anordnas minst 3 gånger per år.
- Uppdaterar projektägarnas projektbeskrivningar på hemsidan.
- Presentera styrelsens ledamöter på sociala medier.
- Tillhandahålla ambassadörernas presentationsmaterial.







UTBILDNING

4 GOD UTBILDNING
FÖR ALLA



15 EKOSYSTEM OCH
BIOLOGISK MÅNGFALD

