


Så synliggör du EKR i din kommun/region

Tips på kommunikationsaktiviteter och kanaler för energi- och klimatrådgivare

Senast uppdaterat 180410

Innehåll

- 
1. [Kanaler](#)
 2. [Budskap](#)
 3. [Verktyg](#)

Detta dokument är levande och är tänkt att uppdateras löpande.

Har du egna idéer du vill dela med dig av eller har du synpunkter på vad som bör finnas med? Hör av dig till:

ekr@energimyndigheten.se

1. Översikt kommunikationskanaler

- Kommunens kanaler (t.ex. nyhetsbrev, webb, sociala medier, direktutskick, infomöten, mässor)
- Energikontoret eller kommunsamarbetets kanaler (t.ex. nyhetsbrev, webb, sociala medier, direktutskick, infomöten, mässor)
- Informationsträffar (bibliotek, näringslivskontor, bostadsrättsföreningar, samfälligheter)
- Mässor/events
- Andra lokala aktiviteter kopplat till målgrupper
- Press/media

1. Kommunens kommunikationskanaler

Kanal	
Webb	<p>Om det inte redan finns, se till att skapa en separat webbsida om Energi- och klimatrådgivningen på kommunens webbplats med kontaktuppgifter till ansvarig/a rådgivare. Lyssna med kommunens kommunikatör om det under en period, eller med jämna mellanrum, går att lyfta information på kommunens förstasida i en banner eller liknande.</p> <p>Informationen på webben ska ta stöd i de budskap och grafiska riktlinjer som anges i Riktlinjer för kommunikation.</p>
Webbnyhet	<p>Går det att lyfta info om EKR som nyhet i nyhetsflöde på kommunens hemsida? Och har du något särskilt att berätta som är aktuellt just nu? Kanske om insatsprojekten eller något annat projekt som startar i din kommun/region just nu.</p> <p>Tänk på att det ska finnas ett syfte med din nyhet - t ex att marknadsföra EKR i allmänhet, att bjuda in medborgare till ett seminarium/möte etc.</p> <p>Ta hjälp av din kommunikatör för att göra nyheten så välformulerad och intresseväckande som möjligt. Länka från nyheten till webbsidan där dina kontaktuppgifter finns.</p>

1. Kommunens kommunikationskanaler

Kanal	
Nyhetsbrev	<p>Går det ut några nyhetsbrev från kommunen till relevanta målgrupper? Undersök om, och hur, EKR kan medverka. Innehållet i nyhetsbrevet kan bestå av:</p> <ul style="list-style-type: none">• En kort presentation av rådgivarna/rådgivaren i kommunen och länk till webbsidan.• En kort sammanfattning av en nyhet om EKR som just gått ut med länk till huvudnyheten.
Sociala kanaler	<p>Har kommunen Facebook, LinkedIn, Twitter, Youtube, Instagram etc.? Undersök om det går att få ut inlägg om EKR med länk till webbsidan.</p> <p>Fler tips om sociala medier finns i denna presentation!</p>
Press	<p>Regional och lokal press är ett bra sätt att sprida kännedom om rådgivningen i kommun/region. Fundera på vad som kan vara av medialt intresse kopplat till just din verksamhet. Kanske ett seminarium, ett spännande exempel eller resultat kopplat till ett insatsprojekt? Ta hjälp av kommunikatör eller Guide för presskontakt för att öka din chanser att nå ut.</p>
Event	<p>Ställ ut/ordna aktiviteter på kommundagar.</p>

1. Sociala medier

- Vilka sociala kanaler använder din kommun? Hör med din kommunikatör om hur EKR kan medverka i dessa.
- Ibland kan det finnas anledning att starta ett eget socialt konto för den regionala energi- och klimatrådgivningen.

Ta hjälp av din kommuns kommunikatör och/eller funktion för kommunikation.



Nästan tre av fyra (74 %) av internetanvändarna använder någon gång Facebook och över hälften (53 %) gör det dagligen. Andelen som använder Facebook ökar i alla åldrar utom bland de yngre.



Det är något fler män än kvinnor som använder Twitter. Så är det genomgående i alla åldersgrupper. Bland den vanligaste åldersgruppen (16–25 år) använder nästan hälften Twitter. Det är betydligt vanligare bland stadsbor (29 %) än bland de som bor i landsbygd (17 %)



Användningen av Snapchat fortsätter att öka och ökningstakten har stigit. Av alla internetanvändare är det en tredjedel som använder Snapchat någon gång och en femtedel (20 %) som gör det dagligen. Vanligaste åldern är 12-25. Mellan 12-15 år är Snapchat den vanligaste sociala tjänsten av alla.



30 procent av alla internetanvändare använder någon gång LinkedIn. Det är mer vanligt bland män än kvinnor. Bland män i åldern 26–35 år är det över hälften som någon gång använder LinkedIn. Andelen som använder LinkedIn sjunker med stigande ålder.



53 % av alla internetanvändare använder Instagram och nästan en tredjedel gör det dagligen. Användningen har ökat i alla åldersgrupper och mest har den ökat bland de äldre. Det är större andel kvinnorna än män som använder Instagram och så är det genomgående i alla åldersgrupper.

1. Exempel

Skapa ett evenemang



Öka kännedomen



Länka till kommunal webbsida om EKR

Sprid ett erbjudande



Länka till kommunal webbsida om EKR

1. Kampanjer

Idag finns många sätt att nå specifika målgrupper via annonsering i sociala medier. I en annonskampanj kan man till exempel välja att nå personer i ett visst geografiskt område, personer med en viss yrkestitel, visst intresse etc. Men det krävs en viss kompetens och erfarenhet för att få det att funka optimalt.

- Jobbar din kommun med annonsering eller sponsrade poster i sociala medier? Lyssna med din kommunikatör om du i så fall kan få hjälp med att nå dina valda målgrupper i kommunen.
- Tänk på att sätta upp mål som är enkla och mätbara kopplat till kampanjen. Hur många fler webbesök eller deltagare på ett seminarium vill du ha? Genom att mäta och följa upp lär ni er om vad som fungerar eller inte.

2. Budskap

Beroende på var och hur mycket yta du har till förfogande, kan du välja någon av följande texter när du ska beskriva EKR.

1. Energi- och klimatrådgivningen ger lokal, opartisk och gratis rådgivning om energieffektivisering och förnybar energi till hushåll, föreningar och företag.
2. Den kommunala energi- och klimatrådgivningen är en kostnadsfri och kommersiellt oberoende tjänst som riktar sig till hushåll, små och medelstora företag, bostadsrättsföreningar och organisationer. Rådgivning kan ske via telefon, e-post eller via personligt besök.
3. Energi- och klimatrådgivningen hjälper dig med tips på hur du kan minska din energianvändning, gå över till eller öka andelen förnybar energi, sänka dina energikostnader och samtidigt påverka miljön så lite som möjligt. En energi- och klimatrådgivare kan hjälpa dig att få en överblick över olika alternativ och känner till de lokala förhållandena där du bor. Rådgivningen är en kostnadsfri och kommersiellt oberoende tjänst. Den kommunala energi- och klimatrådgivningen finansieras med bidrag från Energimyndigheten.

2. Budskap

Energimyndigheten har tagit fram budskap om fördelar med att energieffektivisera riktat till små- och medelstora företag. Ta gärna stöd i dessa i kommunikation riktat till företag och/eller föreningar.

Minska företagets kostnader för energi och stärk konkurrenskraften

- Med hjälp av en energikartläggning kan företagets energikostnader minska med 5–10 % på 2–3 års sikt.
- Ju mindre energi företaget använder desto mindre känsligt blir företaget för skiftande energipriser.
- Lägre energikostnader ökar konkurrensmöjligheterna både på den svenska marknaden och mot företag i andra länder.

Öka produktiviteten och effektiviteten i ditt företag

- Vid byte till nya energieffektiva system är dessa ofta både tystare och renare. Arbetsmiljön förbättras genom till exempel bättre ventilation, belysning och rutiner.
- Energieffektivisering kan få fler positiva effekter utöver energibesparingen. Till exempel minskade underhållsstopp och ökad produktiv

Öka företagets samhällsansvar och minska miljöpåverkan

- Genom att arbeta med energifrågan minskar ditt företags fotavtryck på klimat och miljöområdet.
- Allt fler företag vill ta ett samhällsansvar och bidra till klimat- och miljöarbetet.

Stärk företagets varumärke och förbättra image

- Ett aktivt energi- och miljöarbete kan öka företagets attraktionskraft som arbetsgivare.
- Genom att energieffektivisera föregår ditt företag med gott exempel och kan bli en inspirationskälla för andra företag.

Lev upp till både krav från kunder och lagar

- Med ett systematiskt och strukturerat energiarbete är företaget proaktivt och står rustat inför framtiden och eventuella skärpta lagkrav.
- Allt fler kunder och andra samhällsaktörer ställer miljökrav på leverantörer. Att arbeta med företagets energianvändning kan stärka företagets varumärke och ge marknadsfördelar.
- Med ett systematiskt och strukturerat energiarbete kan företaget lättare leva upp till miljöbalkens krav på energihushållning och användning av förnybara energikällor i första hand.

3. Broschyrer och foldrar

Energimyndigheten har flera foldrar, broschyrer, säljblad. Här presenteras några exempel från [webbshopen](#). Tänk på att vi mer och mer söker efter information på nätet och att det även kan vara bra att länka till de digitala PDF:erna.



Vägledningar till företag

- [Guide för energieffektiva åtgärder 2017:11](#)
- [Energikoll 2015:14](#)
- [Stegvist införande av systematiskt energiarbete 2014:11](#)
- [Bättre åtgärdsplaner 2017:21](#)
- [Företagets energitrappa 2017:23](#)
- [Energieffektivisering i företag 2017:17](#)
- [Handbok för projektledare 2016:17](#)
- [Energiledningssystem-verktyg för ständig förbättr. 2011:36](#)

Teknikspecifik information till företag

- [Producera egen el med solceller, ET2017:34](#)
- [Energieffektivisering i stora kylsystem, ET2013:23](#)
- [Bättre klimat med smartare ventilationsaggregat, ET2016:03](#)
- [Välja rätt värmepump, ET2010:02](#)
- [Goda råd för ett bättre klimat, ET2010:22](#)

3. Broschyrer och foldrar

Energimyndigheten har flera foldrar, broschyrer, säljblad. Här presenteras några exempel från [webbshopen](#).

Branschspecifikt informationsmaterial

- [Bra belysning i köpcentrum ET2014:21](#)
- [Bra belysning i livsmedelsbutik ET2014:22](#)
- [Metodstöd Energieffektivisering i gjuterier ET2017:25](#)

Information till privatpersonen

- [Producera din egen el med solceller, 2017:7](#)
- [Att tilläggsisolera husfakta, fördelar och fallgropar 2019:19](#)



Mapp

- [Fysisk mapp på tema energieffektivisering](#)

3. Digitalt material

Energimyndigheten har tagit fram flera filmer och digitala verktyg som du som EKR är fri att använda och dela i dina/kommunens kanaler. Här presenteras några exempel.



Filmer

- [Om Energi- och klimatrådgivningen på teckenspråk](#)
- [Bli energismart med Energikalkylen](#)
- [Leksands Knäckebröd – inspirationsfilm om effektivt energiarbete inom livsmedel](#)
- [Bandstål AB - inspirationsfilm om effektivt energiarbete i företag](#)

Webbsidor

- [Belysning](#)
- [10 energispartips](#)
- [Uppvärmning](#)

Digitala verktyg

- [Energikalkylen](#) (online-verktyg för att beräkna potential för energibesparing i småhus och lägenheter).
- [Lampguiden](#) (appen gör det enklare att välja rätt bland energieffektiva lampor)

Lärande exempel

[Här finns flera exempel](#) på företag/organisationer som genomfört energi- och klimatåtgärder. Använd dem digitalt eller printa till event.

3. Bilder/foton

Energimyndigheten har tagit fram bilder som EKR är fria att använda. Du hittar dem på Kontakten.

Tänk på att rådgöra med din kommunikator om vilka eventuella egna bildbanker som finns samt om det finns riktlinjer för bildval i just era kanaler.