

Kommunikationsstrategi 2014-2017

Fastställd av SITES styrelse den 21 maj 2014. Reviderad av SITES styrelse den 25 maj 2016.

1. Inledning

SITES (Swedish Infrastructure for Ecosystem Science) är en nationellt samordnad infrastruktur för terrester och limnisk fältforskning. SITES ska bidra till att stärka svensk forskning baserad på mätningar och experiment utförda i fält. SITES är tillgänglig för forskare på lika villkor oavsett forskarens hemvist. SITES består av nio forskningsstationer, Abisko, Tarfala, Svartberget, Röbbäcksdalen, Grimsö, Erken, Asa, Skogaryd och Lönnstorp. Tillsammans täcker stationerna in vitt skilda naturtyper och klimatzoner, från jordbrukslandskap, skogsmark, fjälltrakter och våtmarker till olika typer av inlandsvatten. Bakom initiativet står Vetenskapsrådet (VR) som tillsammans med huvudmännen finansierar satsningen. SITES drivs av huvudmännen för stationerna, det vill säga Göteborgs universitet, Polarforskningssekreteriatet, Sveriges Lantbruksuniversitet (SLU), Stockholms universitet och Uppsala universitet. Vård och koordinator för SITES är SLU.

2. Syfte

Syftet med SITES kommunikation är att bidra till att de övergripande strategiska målen för SITES uppnås. Detta genom att:

- synliggöra SITES som en integrerad och sammanhållen infrastruktur med en effektiv resursanvändning så att svenska såväl som internationella forskare attraheras, och en långsiktig fältbaserad ekosystemforskning av världsklass främjas
- underlätta förståelsen för verksamheten hos relevanta målgrupper
- att profilera och att stärka SITES varumärke
- att fånga forskarnas intresse och inhämta kunskap om deras behov av forskarstöd

Kommunikationsstrategin ska användas som ett verktyg för dessa syften så att rätt information kommuniceras till rätt målgrupp vid rätt tidpunkt. Kommunikationsplanen kommer att revideras en gång per år. SITES interna och externa kommunikation ska vara:

- Sanningsenlig och korrekt
- Tillgänglig och transparent
- Trovärdig och begriplig
- Relevant och intresseväckande

3. Övergripande kommunikationsmål

- Att öka kännedomen om SITES och vilka resurser som erbjuds inom infrastrukturen, det vill säga existerande databaser samt tidigare, pågående och planerad forskning inom SITES, liksom vilket användarstöd som erbjuds
- Att öka antalet forskare som nyttjar de resurser som SITES erbjuder
- Att öka antalet internationella forskare som nyttjar de resurser som SITES erbjuder
- Att inspirera till nya experiment där flera av stationerna inom SITES utnyttjas
- Att stimulera forskare att komma med inspel på hur SITES ska utvecklas för att möta framtida forskningsbehov
- Att göra den forskning som bedrivs vid stationerna välkänd så att resultaten nyttjas i samhället

4. Budskap, målgrupper och kanaler

Huvudbudskap

SITES erbjuder unik infrastruktur och kompetens som främjar långsiktig fältbaserad ekosystemforskning av världsklass

Stödjande budskap

Ett antal stödjande budskap kommer att tas fram för att användas mot olika målgrupper.

Målgrupper

Interna målgrupper

- Styrelsen
- Personal vid fältstationerna
- Huvudmännen för stationerna
- Vetenskapsrådet

Externa målgrupper

- Forskare, i Sverige och internationellt, såväl befintliga som potentiella användare av SITES
- Andra infrastrukturer i Sverige och internationellt
- Myndigheter och andra potentiella användare av SITES-data
- Forskningsfinansiärer

Kanal/medieval

- Digitala kanaler (webb, nyhetsbrev, e-post, sociala medier)
- Mänskliga kontakter (möten, seminarier, workshops, konferenser, hearings, nätverk, lobbying, roadshows)
- Media (TV, radio, tidningar, personaltidning, pressmeddelanden, debattartiklar)
- Tryckt material (rapporter, broschyrer, roll-ups, affischer, visitkort, skyltar och profilprodukter)

I kommande kommunikationsplaner ska de kanaler som ska användas för respektive målgrupp preciseras.

5. Uppföljning och effektmätning

Mätbara aktiviteter:

- Webbstatistik
- Antalet prenumeranter på nyhetsbrev
- Antal besök på metadaportalen
- Besök: antal besökare på konferensen/mötet, inbjudningar att tala
- Synlighet i media: tidningsartiklar och positiv/negativ publicitet
- Trycksaker: antalet utdelade reklambroschyrer
- Antal publikationer som baseras på nyttjande av SITES, inklusive data
- Antal användarmöten och antal deltagare/avnämare
- Antal studiebesök

6. Tid-, aktivitetsplan och budget

Preciseras årligen i en kommunikationsplan som utgör en del av SITES verksamhetsplan och budget. Budgeten för SITES kommunikationsverksamhet fastställs årligen i samband med verksamhetsplanen.

Kontaktpersoner:

Anders Lindroth

Ida Taberman