

Kommunikationsplan 2026

Bakgrund

Detta dokument ger inriktningen för riksförbundets kommunikationsinsatser under 2026. Kommunikationsplanen stöds av budskapsstrategin och bryts ner i aktiviteter under året.

Syfte

Syftet är att säkerställa att organisationen har en tydlighet i sin kommunikation och att kommunikationen leder mot organisationens strategi och de prioriterade verksamhetsmålen (fastställda vid riksstämman 2024).

Framgångsfaktorer

- Kommunikationsbudgeten ligger på minst samma nivå som 2025
- Ett starkt infolottanätverk för att samordna kommunikation och aktiviteter

Uppföljning mot mål

Kommunikationen syftar till att:

- stärka gemenskapen i organisationen
- rekrytera nya medlemmar
- behålla medlemmar
- fylla våra uppdrag

Övergripande budskap

- Genom mitt medlemskap gör jag skillnad för totalförsvaret – i vardag, kris och krig.
- Vi stärker totalförsvaret – ökar försvarsviljan - genom att stärka oss själva, samhället och andra
- Som kvinnoorganisation bidrar vi till ett mer jämställt totalförsvaret.

Se budskapsstrategin för vårt huvudbudskap och hur vi använder det i vår kommunikation.

Målgrupper

Internt:

- **Medlemmar** - skapa stolthet och lojalitet för att behålla medlemmarna och öka deras engagemang
- **Funktionärer** – skapa förståelse för hur de bidrar till att nå organisationens mål
- **Överstyrelsen** – skapa förståelse för sin roll i att leda och ge styrning till organisationen

Externt

- **Allmänheten** – skapa förståelse och stärka varumärket
- **Potentiella medlemmar** – öka rekryteringen
- **Myndigheter och potentiella uppdragsgivare** - bygga legitimitet och skapa förutsättningar för avtal och samarbeten
- **Politiker i försvarsutskottet** – skapa förståelse för SLK betydelse för totalförsvaret

Kommunikationsmål

Kommunikationsmålen utgår från de prioriterade verksamhetsmålen:

- Växa genom att behålla medlemmar
- Ökade insatser för att stärka försvarsviljan

Mål	
Öka kunskapen	<p>SLK ska sprida så mycket kunskap som möjligt om vilka och vad SLK är:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Varför behövs SLK • Vilket uppdrag har vi • Vad får man ut av oss, både som individ och samhälle? <p>Vi ska aldrig missa en chans att prata om det här, med våra målgrupper och med andra som kan nå våra målgrupper, till exempel media, myndigheter och samarbetspartners.</p> <p>Vi ska göra oss själva till experter i de här frågorna. För det är nämligen precis vad vi är. Vi ska våga ta den platsen.</p>
Bidra till en positiv opinion	<p>SLK ska, genom faktabaserad kommunikation, låta målgrupperna förstå behovet av beredskapsfrågor, demokratifrågor och utbildning i det området och förmedla det som något positivt och nödvändigt.</p> <p>Målgrupperna ska förstå att SLK och vårt uppdrag är relevant och avgörande framåt. De ska ha kännedom om hur SLK och våra frivilliga kan bidra till samhällets beredskap.</p> <p>SLK är partipolitiskt obundna och kommunicerar därför inte politik. Däremot ryggas vi inte för att ta ställning i politiska frågor som rör vår verksamhet.</p>
Skapa förtroende och relevans för SLK	<p>Målgrupperna ska ha ett högt förtroende för SLK och vi ska öka vår relevans i samhället.</p> <p>Målgrupperna ska ha kunskap om vårt historiska bidrag till samhällets beredskap och hur vi är relevanta idag och i framtiden.</p>

Kanalval

I första hand används sociala medier för att nå målgrupper både organiskt och via annonsering. Detta på grund av möjligheterna att rikta kommunikationen till målgrupper på ett tydligare sätt än tryckta annonser vilket är ett mer effektivt sätt att nyttja tillgänglig budget. Tryckta annonser används när det bedöms vara rimligt utifrån möjlighet att nå ett kommunikationsmål.

Internt är inriktningen att kommunikation primärt sker digitalt.

Så här jobbar vi tillsammans för att lyckas

Kommunikation är ett strategiskt verktyg som bidrar till organisationens mål. Kommunikation påverkar förtroendet hos alla våra målgrupper, det påverkar våra medlemmar, samarbetet med myndigheter och vår synlighet i samhällsdebatten.

Kommunikationsarbetet är inte enbart något som kommunikatören gör utan det behöver genomsyra allt vårt arbete – från överstyrelsen till kårstyrelsen. Kommunikation är inte bara informationsspridning utan bidrar till styrning, positionering och rekrytering. Kommunikation är ett ledningsverktyg som rätt använt hjälper till att fokusera hela organisationen mot verksamhetens mål.

När vi arbetar tillsammans kan vi skapa kommunikativa insatser som verkligen når fram och stärker varumärket. För att arbetet med kommunikation ska bli lyckad behöver vi jobba tillsammans. Kommunikatören håller ihop kommunikationsarbetet och behöver i sin roll involveras tidigt för att skapa förutsättningar för goda och effektiva kommunikationsinsatser.

Överstyrelsen har en viktig roll i kommunikationsarbetet med att ge styrning och tydlighet kring vilka mål organisationen har samt för att skapa engagemang hos kårfunktionärerna. För ett effektivt kommunikationsarbete behöver styrelsen vara bekant med och känna sig bekväm med att kommunicera de budskap som organisationen har. Kommunikatören behöver regelbundna avstämningar för att kunna ge stöd till överstyrelsen.

Infolottorna i kårerna har en viktig roll i att stärka kommunikationen inom kåren men även till målgrupper lokalt inom sitt geografiska område. För ett effektivt kommunikationsarbete behövs regelbundna avstämningsmöten för att planera gemensamma kommunikationsinsatser, det sker genom infolottanätverket.

Inför större beslut och initiativ behövs gemensamma möten för att säkerställa att olika aktörers kommunikation inte krockar samt att vi inte missar något tillfälle att kommunicera om SLK. För att kommunikationsarbetet ska lyckas krävs förtroende och transparens. Om något är oklart är det bättre att stämma av en extra gång.

Ansvar

Kommunikatören är ansvarig för att upprätta plan och genomföra kommunikationsaktiviteter. Infolottan ansvarar för att utifrån riksförbundets kommunikationsplan göra en plan för kårens kommunikationsarbete.

Talespersoner på riksnivå är rikslottachefen, generalsekreteraren och kommunikatören. På lokal nivå kårchefen med stöd av infolottan. Vid varje aktivitet väljs den avsändare som bäst passar budskapet, en talesperson, en LÖ-ledamot, en kårfunktionär, en utbildare eller en medlem.

Material

Generellt rekryteringsmaterial kan kårerna beställa kostnadsfritt från Lottashopen. Materialet förnyas och utvecklas över tid.

Bilder att fritt användas finns i Bildbanken.

Så mäter vi effekt

Varje kommunikationsaktivitet följs upp efter genomförande och stäms av mot dess mål. Vi mäter effekt genom:

- antal pressomnämnannden,
- medlemsantalet ökar
- engagemang på sociala medier
- antal ansökningar till utbildningar
- antalet medlemmar som väljer att förnya sitt medlemskap

Varje månad följs medlemsantalet upp. Sista mars följs antalet förnyade medlemskap upp.

Kvartalsvis följs mål och statistik upp för att se trender och styrning framåt.

Under oktober görs undersökning med utträdna i syfte att ge underlag för framtida utveckling av kommunikation och organisation.

Informationskanaler

Interna

Namn	Målgrupp	Publiceringsfrekvens	Syfte
Webbplatsen	Medlemmar Kårfunktionärer	Löpande	Här har vi full kontroll på innehållet och kan publicera det som är viktigt för oss. För medlemmarna navet där de hanterar sitt medlemskap. För funktionärer i lottakår navet för att hantera kårens webbsida och medlemmar.
Rikslottachefens kårbrev	Kårfunktionärer	Efter varje fysiskt LÖ möte	Rikslottachefen ger inriktning på arbetet framåt och vad som är i fokus. Publiceras som pdf och läggs i Funktionärshandboken samt att en blänkare skickas till alla som är aktiva funktionärer i medlemssystemet och har en e-postadress registrerad.
Funknytt	Kårfunktionärer	Varannan vecka	Operativ information från kansliet. Publiceras som pdf i Funktionärshandboken samt att en blänkare skickas till alla som är aktiva funktionärer i medlemssystemet och har en e-postadress registrerad.
Lottaposten	Medlemmar	Första onsdagen varje månad	Elektroniskt nyhetsbrev som skickas till alla medlemmar med en e-postadress registrerad i medlemssystemet. Syftet är att hålla medlemmarna informerade om vad som är på gång i organisationen, ge aktuell information, påminna genom ett kalendarium och berätta vad som hänt i lottakåren för att dela tips och idéer på aktiviteter.
Lottabladet	Medlemmar utan e- postadress	3 ggr/år	Publiceras som pdf och läggs i Funktionärshandboken. Syftet är att ge lottakåren en möjlighet att, om de vill, göra utskick till medlemmar som inte har en e-postadress. Innehåller korta notiser som publicerats i Lottaposten med tonvikt på verksamhet från lottakåren.
Lottarummet	Medlemmar	Löpande	Digitalt forum för medlemmar i SLK. Syfte är att skapa en känsla av gemenskap på nationell nivå. Speciellt för

			medlemmar som inte har en aktiv kår eller har ett medlemskap utan lokal kårtilhörighet. Dela erfarenheter, ställa frågor, tipsa varandra om aktiviteter.
Infolottanätverket	Infolottor i kåreerna	Fyra gånger per år	Nätverk där funktionärsrollen infolottor samlas för att ta del av nyheter, riksförbundets planer och tillsammans skapa gemensamma aktiviteter samt inspirera varandra.

Externa

Namn	Målgrupp	Periodicitet	Syfte
Lottapodden	Samhällsintresserade kvinnor	Varannan vecka	Här har vi full kontroll på innehållet. Vi ska nå nya målgrupper med Svenska Lottakårens grundbudskap kopplat till totalförsvaret, mänskliga rättigheter, demokrati och arbetet med Ögat och FN resolutioner om kvinnor, fred och säkerhet. Vårt eget radioprogram på internet där personer som jobbar för mänskliga rättigheter, demokrati, ett säkrare och tryggar samhälle och kvinnors rättigheter intervjuas. I huvudsak intervjuas externa personer men även lottor kommer att ta plats i Lottapodden. Genom att intervjua externa personer drar vi nytta av deras nätverk i att marknadsföra Lottapodden.
Webbplatsen	Samhällsintresserade kvinnor	Löpande	Rekrytera och behålla fler medlemmar samt öka andelen sökande till våra utbildningar.
Pressrummet	Journalister	Löpande	Genom att skapa relation med journalister, nationellt och lokalt, etablerar vi oss som experter inom beredskap och kvinnors roll i försvaret samt synliggör vår verksamhet.
Instagram	Samhällsintresserade kvinnor Medlemmar	Löpande	Vi visar upp vår verksamhet i bilder för att väcka intresset hos potentiella medlemmar men också för att stärka stoltheten hos existerande medlemmar. Kontot delas även ut till medlemmar som berättar från olika event eller utbildningar.
Facebook	Medlemmar Samhällsintresserade kvinnor	Löpande	Vi visar upp vår verksamhet och dela information kopplat till våra intresseområden. I första hand riktad mot medlemmar.
LinkedIn	Uppdragsgivare civila området Samhällsintresserade kvinnor	Löpande	Vi lyfter fram våra civila uppdrag för att väcka intresse hos potentiella uppdragsgivare.
X	politiker, journalister, samhällsdebattörer	Löpande	En kanal som blivit alltmer polariserad. Vi bevakar men gör få inlägg själva.