



Göteborgs
Stad

Miljöförvaltningens riktlinje för omställningskommunikation

Att arbeta strategiskt med kommunikation för att
öka takten i miljö- och klimatomställningen

Reglerande styrande dokument

Policy
► Riktlinje
Regel
Anvisning
Rutin
Instruktion

Beslutad av: Enhetschef IT och kommunikation	Gäller för: Miljöförvaltningen	Diarienummer: -	Datum och paragraf för beslutet: 2026-01-20
--	--	---------------------------	---

Dokumentsort: Riktlinje	Giltighetstid: Tills vidare	Senast reviderad: 2026-02-12	Dokumentansvarig: Kommunikationsstrateg
-----------------------------------	---------------------------------------	--	---

Bilagor:
-

Innehåll

Inledning	3
Syftet med denna riktlinje	3
Vem omfattas av riktlinjen	3
Bakgrund	3
Göteborgs Stads miljö- och klimatprogram	4
Koppling till andra styrande dokument	4
Avgränsning	4
Riktlinje	6
Kommunikationens roll i omställningsarbetet	6
Vad är omställning?	6
Vad är omställningskommunikation?	6
Miljöförvaltningens roll i stadens arbete med omställningskommunikation	6
Mål för omställningskommunikation	7
Primära målgrupper	7
Strategier	8
Engagera och involvera!	8
Ha fokus på målen och hur vi tar oss dit	8
Jobba tillsammans och lära av varandra	9
Prioritera och ta ansvar	9
Tonalitet, avsändare och grafisk profil	9
Kanaler	10
Nya kanaler för att nå göteborgssamhället	10
Utvärdering och uppföljning	10

Inledning

Syftet med denna riktlinje

Denna riktlinje är framtagen som en del i arbetet med miljöförvaltningens uppdrag att driva och samordna den ekologiska dimensionen av hållbar utveckling.

Riktlinjen ska

- stödja miljöförvaltningens arbete med grunduppdraget att driva och samordna den ekologiska dimensionen av hållbar utveckling i Göteborgs Stad
- vägleda miljöförvaltningens arbete med kommunikation som syftar till att Göteborg ska öka takten för att nå målen i miljö- och klimatprogrammet.

I detta dokument ligger fokus i första hand på den kommunikation som miljöförvaltningen gör, enskilt eller tillsammans med andra. Men strategierna och arbetssätten som beskrivs kan med fördel också användas av andra förvaltningar och bolag och andra aktörer i Göteborgssamhället i arbetet att driva omställningskommunikation.

Vem omfattas av riktlinjen

Denna riktlinje gäller tills vidare för chefer och medarbetare på miljöförvaltningen.

Bakgrund

Göteborg är en i raden av städer i världen som i olika utsträckning tagit på sig ledartröjan i den globalt avgörande frågan att ställa om till ett hållbart samhälle. Detta med övertygelsen om att just staden som organisation har en avgörande roll att fylla i att driva samhällsförändring.

Göteborg ska bli en av EU:s 100 första klimatneutrala städer senast 2030. På nationell nivå är Göteborg drivande i arbetet för klimatneutrala städer med ett gott liv för alla inom planetens gränser.

Arbetet för renare hav är ett annat exempel där Göteborg tagit på sig ledartröjan genom samarbete med 80 andra kommuner runt Nordsjön och Östersjön.

Med krafttag för ökad biologisk mångfald tar staden ansvar för att bryta de nedåtgående trenderna för natur och ekosystemtjänster. Ytterligare andra exempel är att Göteborgs Stad ska driva på utvecklingen av den cirkulära ekonomin och minska skadliga ämnen i omlopp.

Att vara ledande i omställningen kräver ett intensifierat arbete inom varje organisatorisk del av staden, men även arbete på tvären mellan olika organisatoriska delar och med aktörer i övriga Göteborgssamhället. Kommunikation är ett verktyg som miljöförvaltningen behöver använda strategiskt för att lyckas med detta.

Göteborgs Stads miljö- och klimatprogram

För Göteborgs Stad utgör miljö- och klimatprogrammet en stor del av svaret på hur staden ska arbeta för att nå FN:s globala hållbarhetsmål/Agenda 2030 samtidigt som vi skapar en bättre miljö för göteborgarna.

Programmet bygger på och visar riktningen för Göteborgs Stads långsiktiga strategiska miljöarbete. Programmet gäller för alla nämnder och bolag i Göteborgs Stad och lägger grunden för omställningen till en ekologiskt hållbar stad 2030.

Rekommendationer i uppföljningen av miljö- och klimatprogrammet

Den uppföljning av miljö- och klimatprogrammet som gjordes 2023 visar att Göteborgs Stads arbete med att nå målen visserligen går åt rätt håll – men att det går för långsamt.

Uppföljningsrapporten lyfter ett antal rekommendationer för hur Göteborgs Stad kan öka takten i arbetet med att nå målen. Flera av rekommendationerna, så som ökad dialog och samverkan, norm- och beteendeförskjutning, påverkansarbete, ökad samhällsdialog med flera, kopplar direkt eller indirekt till kommunikationsområdet.

Vikten av att arbeta mer strategiskt med kommunikation lyfts även i rapporterna *Uppföljningen av miljö- och klimatprogrammets strategier 2023* och *Rapport från Göteborgs Stads klimatråd 2023*.

Koppling till andra styrande dokument

Riktlinjen är att se som en vägledning i hur miljöförvaltningen ska jobba med kommunikation för att bidra till att öka takten i omställningsarbetet och nå målen i *Göteborgs Stads miljö- och klimatprogram 2021–2030* samt uppfylla miljöförvaltningens mål och uppdrag.

På samma sätt ska den ses som ett verktyg för att bidra till uppfyllelse av övriga stadenövergripande och lokala strategier, program, planer, åtgärdsplaner och policys inom miljö- och klimatområdet.

Riktlinjen grundar sig i *Göteborgs Stads riktlinje för kommunikation*.

Avgränsning

Riktlinjen är ”kappan” som beskriver kommunikationens övergripande strategiska utgångspunkter och vägleder kommunikationsarbetet kopplat till omställning på ett övergripande och långsiktigt sätt.

Till riktlinjen tas årligen fram en kommunikationsplan som lyfter de fokusområden som förvaltningen har inom omställningskommunikation de nästkommande åren. Det är i kommunikationsplanen som fokus, prioritering och tillvägagångssätt för kommunikationen konkretiseras för en kortare tidsperiod, med utgångspunkt i riktlinjen. Kommunikationsplanen integreras med verksamhetsplanen för stadsmiljöavdelningen.

Detaljerade kommunikationsplaner/aktivitetslistor kan efter behov därutöver tas fram för ett antal prioriterade projekt och satsningar.



Figur 1: Riktlinjen kompletteras med en årlig plan för omställningskommunikation och mer detaljerade kommunikations- och aktivitetsplaner för särskilda projekt och satsningar.

Riktlinje

Kommunikationens roll i omställningsarbetet

Vad är omställning?

Omställning avser här den övergripande förändring som samhället måste genomgå för att hantera miljö- och klimatutmaningarna och förhindra allvarliga konsekvenser för miljön och människan.

Omställningen innebär en mängd olika stora och små förändringar som behöver ske på kort tid och i olika delar av samhället, till exempel inom transporter, byggande, energi och livsmedel.

Vad är omställningskommunikation?

Omställningskommunikation är den kommunikation som syftar till att nå målen i miljö- och klimatprogrammet och öka takten i omställningsarbetet.

Ska Göteborg lyckas nå målen behöver Göteborgs Stad samarbeta med andra aktörer. Det krävs stor samverkan både mellan förvaltningar och bolag inom Göteborgs Stad och med göteborgssamhällets aktörer. Här har kommunikationen en viktig roll som förändringsdrivare och katalysator för att få ytterligare fart på omställningen och bygga en rörelse bland många aktörer i samhället.

Det är via kommunikation staden sprider budskapet om att alla måste vara med i omställningen, talar om vad Göteborgs Stad gör och vad andra aktörer kan göra och hur de kan vara delaktiga i arbetet.

Omställningskommunikation skapar också tillit genom att visa att Göteborgs Stad jobbar med miljö- och klimatfrågorna, och tar dem på allvar. Den skapar acceptans och delaktighet i den omställning som måste ske för att Göteborg ska nå målen i miljö- och klimatprogrammet.

Miljöförvaltningens roll i stadens arbete med omställningskommunikation

Alla förvaltningar och bolag i Göteborgs Stad har ett ansvar att kommunicera. I Göteborgs Stads riktlinje för kommunikation slås det fast att ”Information och kommunikation är en grundförutsättning för att Göteborgs Stads målgrupper ska känna till vad som händer i staden och varför, samt kunna ta tillvara sina demokratiska rättigheter. Information och kommunikation ska ge möjlighet att delta i den demokratiska processen och att använda, påverka och utveckla kommunens tjänster och service. Stadens information och kommunikation ska bidra till förverkligandet av Göteborgs Stads beslut, verksamhetsmål och budget.”.

Respektive förvaltning och bolag har ansvaret att kommunicera rörande sina uppdrag och ansvarsområden.

Ett av miljöförvaltningens grunduppdrag är att driva och samordna den ekologiska dimensionen av hållbar utveckling i Göteborgs Stad. I det ingår ansvaret att driva och samordna kommunikation som syftar till att nå miljömålen och öka takten i omställningsarbetet. Konkret innebär det att förvaltningen ansvarar för att kommunicera omställning rörande de frågor förvaltningen arbetar med; stadens systematiska miljöarbete, klimat och giftfri miljö, grön/blå-frågor, luft/buller samt energi- och klimatrådgivning.

Ett annat av miljöförvaltningens uppdrag är att samordna stadens tvärgående strategi ”Vi agerar som föregångare” där kommunikation är ett av fokusområdena.

De båda uppdragen ovan innebär att förvaltningen har ett ansvar att driva och samordna Göteborgs Stads kommunikation om miljö- och klimatfrågan i stort – vara en pådrivande och samlade kraft i förvaltnings- och bolagsövergripande kommunikationsplanering och kommunikationsinsatser rörande omställning samt underlätta för förvaltningar och bolag att kommunicera och nå ut med sin omställningskommunikation.

Det innebär ytterligare att förvaltningen, till exempel inom ramen för uppföljningen av stadens systematiska miljöarbete, följer upp, analyserar och ger rekommendationer rörande förvaltningars och bolags omställningskommunikation.

Mål för omställningskommunikation

Det övergripande målet för miljöförvaltningens omställningskommunikation är att *engagera, motivera, bygga förmåga och skapa en rörelse för att ställa om till ett ekologiskt hållbart samhälle, inom Göteborgs Stad och i göteborgssamhället, så att vi når målen i miljö- och klimatprogrammet.*

Delmål för miljöförvaltningens omställningskommunikation är:

- Ökat engagemang, delaktighet, ansvarstagande och handlingskraft i Göteborgs Stads omställningsarbete.
- Ökad kunskap om och tillit till hur Göteborgs Stad arbetar med omställning.
- Ökad förståelse för hur och var man som till exempel förvaltning, bolag, medborgare, medarbetare eller näringslivsaktör kan bidra utifrån sin roll.
- Ökad dialog mellan aktörer inom Göteborgs Stad och med aktörer i samhället i frågor som driver omställning.
- Ökad samverkan mellan Göteborgs Stads förvaltningar och bolag i arbetet med omställningskommunikation.

Primära målgrupper

Målgrupper för omställningskommunikationen är flera och breda. Över tid behöver kommunikationen adressera många och olika målgrupper för att uppnå målet, medan det beroende på fokusområde och nedbrutna mål kommer krävas arbete riktat mot specifika målgrupper.

De primära övergripande målgrupperna för omställningskommunikationen är:

- Medarbetare och chefer i Göteborgs Stad
- Beslutsfattare/förtroendevalda i Göteborgs Stad
- Göteborgssamhället (göteborgarna, civilsamhälle, näringsliv)

Andra viktiga målgrupper är akademi, andra kommuner, myndigheter och offentliga aktörer såväl nationellt som internationellt.

Strategier

För att få driv och genomslag i omställningskommunikationen ska vi sträva efter att engagera och involvera, ha fokus på målen och jobba tillsammans med andra aktörer. Strategierna ska säkerställa en verkningsfull omställningskommunikation.

Engagera och involvera!

För att bidra till att skapa den rörelse, i samhället och inom Göteborgs Stad, som krävs för att omställningen ska få kraft och att Göteborg ska öka takten och nå målen i miljö- och klimatprogrammet ska kommunikationen:

- inspirera, engagera, involvera och väcka lust att delta i arbetet att öka takten i omställningsarbetet
- ingjuta mod och ge energi till de som är engagerade i omställningsarbetet
- vara inlyssnande och uppmuntra till dialog
- vara tillgänglig och möta målgrupperna där de befinner sig
- vara innovativa, inte rädsla för att sticka ut hakan och testa nya sätt att nå och engagera våra målgrupper.

Ha fokus på målen och hur vi tar oss dit

För att öka kunskapen, tilliten och förståelsen ska vi i kommunikationen tydliggöra Göteborgs Stads arbete för omställning och vad det leder till. Genom att:

- visualisera, berätta och sprida kunskap om målen och mervinsterna som omställningen för med sig samt förklara vad som måste göras för att Göteborg ska nå målen.
- skapa uppmärksamhet kring "detta händer", "detta kan du göra...", "här kan du vara med och ..." för att nå målen i miljö- och klimatprogrammet.
- informera/visualisera hur åtgärder och insatser som görs inom miljöförvaltningen/Göteborgs Stad påverkar vår möjlighet att nå miljö- och klimatmålen.
- tydliggöra vikten att ta ansvar för "den egna rollen" i omställningsarbetet.

- trycka på att det är skarpt läge - att det är nödvändigt att Göteborg ökar takten i omställningen - och samtidigt ingjuta känslan av att det är möjligt att nå målen i miljö- och klimatprogrammet.
- lyfta att både systemomställning och omställning ”i vardagen” är viktigt.

Jobba tillsammans och lära av varandra

Omställning är en fråga som berör hela samhället och alla delar av Göteborgs Stad. För att nå målen i miljö- och klimatprogrammet ska vi samverka för att skapa kommunikativ kraft kring omställningsfrågor (internt på miljöförvaltningen, med förvaltningar och bolag i Göteborgs Stad och med aktörer i göteborgssamhället) genom att:

- erbjuda/delta i mötesplatser/arenor för samarbete, samskapande och kunskapsutbyte för att lyssna in och skapa/delta i dialog om miljö- och klimatomställning.
- utveckla stadengemensamma plattformar, kommunikationskoncept, och kanaler för att kommunicera omställningsfrågor.
- driva och delta i kommunikationskampanjer för att skapa kommunikativ kraft kring omställningsfrågor (tillsammans med andra förvaltningar och bolag i Göteborgs Stad, med göteborgssamhällets aktörer och andra).
- lära av, utvärdera och analysera våra egna och andras kommunikationsaktiviteter och arbetssätt för att ständigt utvecklas.

Prioritera och ta ansvar

För att få ut mesta möjlig effekt ur de resurser vi har till vårt förfogande ska vi:

- bedriva en syftesdriven kommunikation där vi vet vad vi vill åstadkomma med kommunikationen vi gör.
- bedriva ett prioriterat och planerat omställningskommunikationsarbete där tid och resurser läggs på frågor som spelar störst roll för omställningsarbetet och där kommunikation på ett effektivt sätt kan bidra för att öka takten i omställningsarbetet.
- ha tydlighet i det egna ansvaret och uppdraget (miljöförvaltningens, avdelningsledningens, handläggarens, kommunikatörens) så att omställningskommunikation är en naturlig del i det löpande arbetet.

Tonalitet, avsändare och grafisk profil

Grundtonen i kommunikationen ska vara ”engagemang”. Miljöförvaltningen ska genom sin kommunikation förmedla lust att delta i omställningsarbetet utifrån roll, möjlighet och förutsättningar samt vilja att göra åtaganden.

De produkter som tas fram (kunskapsunderlag, informationsmaterial etc.) ska vara målgruppsanpassade och lättöverskådliga.

I de fall kunskapsunderlagen är omfattande ska vi ta fram kortversioner och/eller kondenseringsmaterial i form av presentationsmaterial eller film.

Allt kommunikativt material ska utgå från Göteborgs Stads grafiska profil.

Kanaler

Miljöförvaltningen har ett antal kommunikativa kanaler till sitt förfogande. En fullständig lista över miljöförvaltningens kanaler och hur man ska tänka när man väljer kanal finns i *Miljöförvaltningens riktlinje för kommunikationskanaler*.

Nya kanaler för att nå göteborgssamhället

För att nå och engagera aktörer utanför Göteborgs Stad ska vi tänka nytt och testa nya kanaler, samarbeten och arbetssätt som möjliggör mer aktiv och uppsökande kommunikation som möter målgrupperna där de befinner sig.

Utvärdering och uppföljning

Riktlinjen utvärderas årligen. För detta ansvarar ledningen för stadsmiljöavdelningen i samverkan med kommunikationsfunktionen.

Planen för omställningskommunikation ska tas fram årligen och vara en integrerad del i verksamhetsplanen och kommer att följas upp inom ramen för verksamhetsplanen. Den uppföljningen kommer att vara av stor betydelse för uppföljningen av denna riktlinje.