

The Swedish Wind Power Association



**Trender inom förankring- och
acceptansfrågor**

Acceptans & kommunikation

- därför hänger de ihop



Source: ENCO Energie

Faran i att inte se de "mjukare delarna" i vindkraftsprojekt

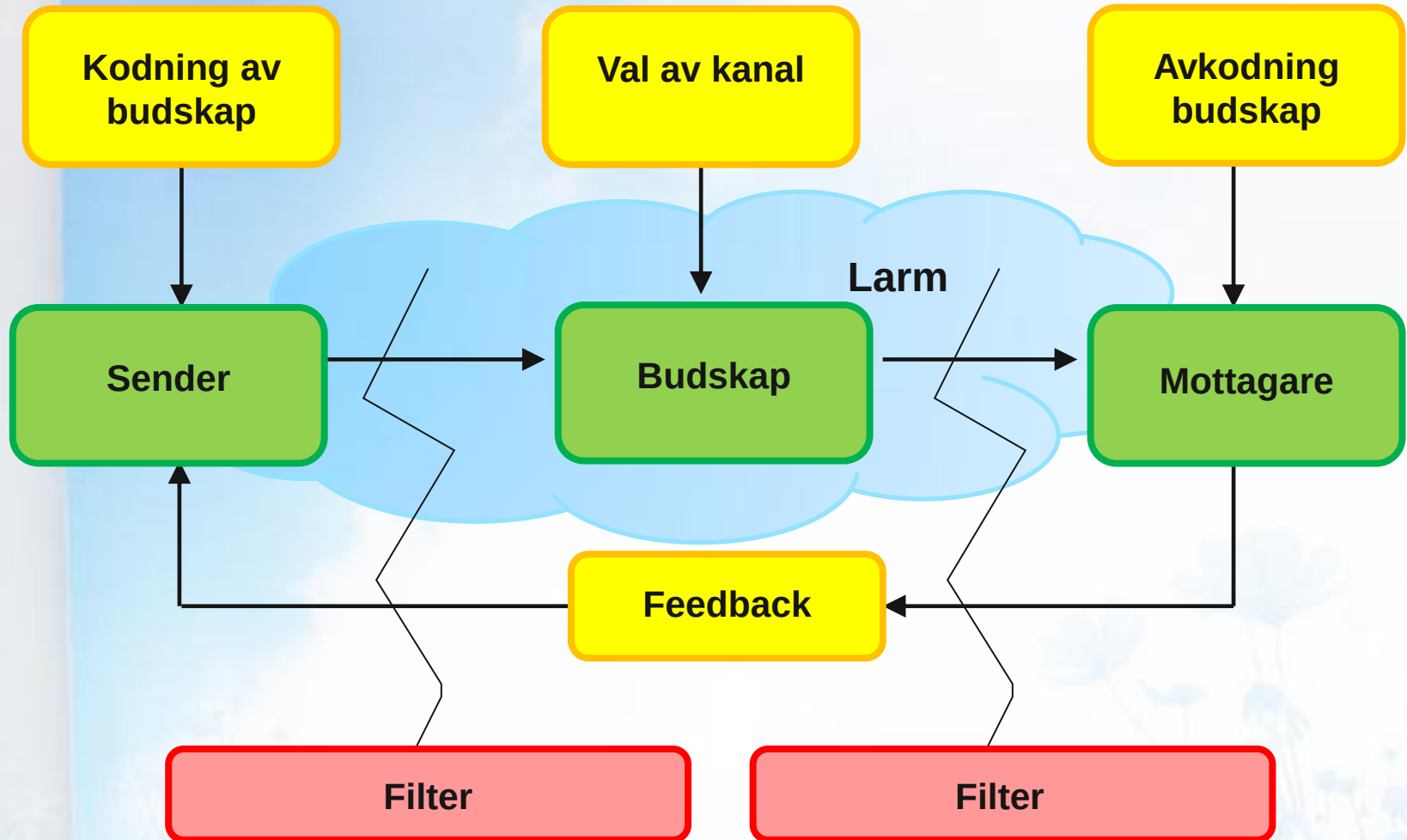
- Mer lokaliseringsfrågor för förnybar energi och lägre output i relation till visuell påverkan (i jämförelse med traditionella energislag).
- Relationen mellan publik och social acceptans kan vara "förrädisk"
- Det finns risk att fastna i (nya) tekniska och ekonomiska detaljer och glömma att ägna kommunikation åt mer samhälleliga och sociala frågor

Kommunicera – hur svårt kan det vara?



Source: Adapted version of Basic Communications model based on Shannon-Weaver

Behov av fokus & kompetens



Trender inom förankrings- & acceptansfrågor

- Skillnaden mellan publik och social acceptans
- Integrerad syn på målgrupper & budskap
- Mer komplicerad mediebild
- Adaptive planning



Source: Favonius. Fotograf Magnus Gotander

Skillnaden mellan publik & social acceptans

Skillnaden mellan publik och social acceptans



Nästa nivå av acceptansdiskussion

- Många tycker att NIMBY-termen börjar bli “sliten”
- Det är egentligen ingenting märkligt med att nationella opinionsundersökningar inte matchar inställningen till specifika projekt
 - >> ingen anledning att jämföra då det handlar om två olika drivkrafter
 - >> så länge som vi inte släpper in medborgare mer i samhällelig planering (nationell) kan vi inte förvänta starkare koppling till publik acceptans. Intressenter känner inte att de har makten att påverka något annat än “konsekvensen” av nationell energipolitik och “central” planering.
- Andra typer av lösningar blir viktigare – andelsägande, kooperativ, smarta nät, etc., men också ökad dialog för att komma till sakens kärna och mer inflytande.

Barn Gymnasium Lätt
 Nyttig Information
 Föräldrar Praktik
 Samhälle Vuxen
 Lärare Svårt
 Ansvar
 Insikt Lärarik Utställning
 Utmaning
 Information Teori
 Spännand Framtiden
 Ungdom Kommunikation
 Lära För Livet Rik
 Lektion Ljus Framtid
 Undervisning
 Skola Föreläsning
 Intressant Spännande

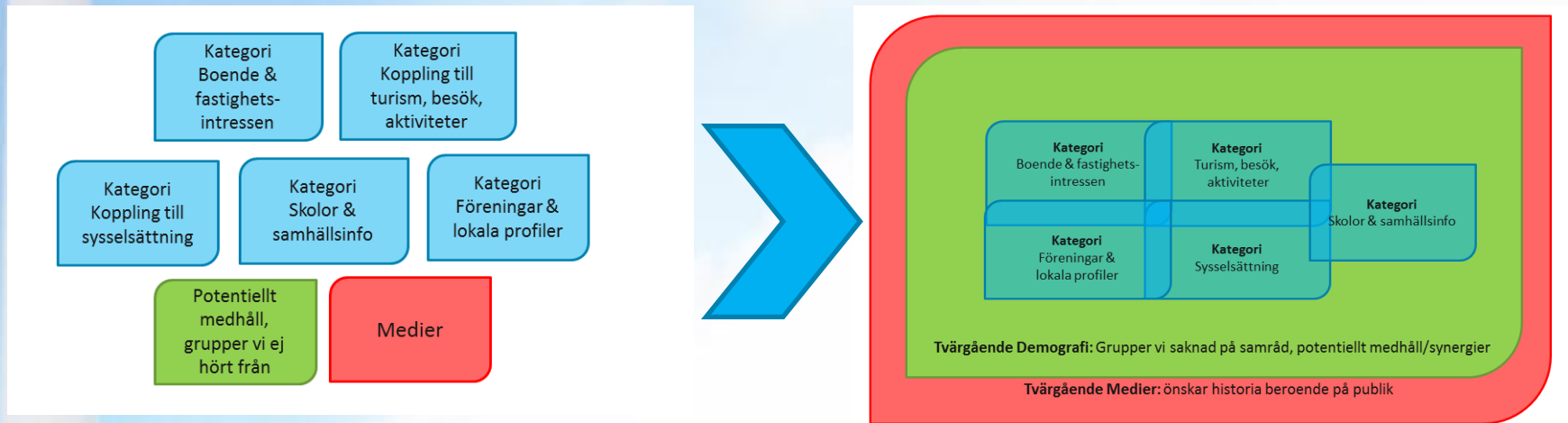


Source: Falkenbergs Näringsliv, Falkenbergs kommun

Integrerad syn på målgrupper & budskap

Integrerad syn

- dem vi saknat är på "samma ställe"...



... räcker samrådsprocessen?

Exempel: Uppdatering av intressenthantering

- efter samråd



Röd = endast påbörjat
Gul = arbetas aktivt på
Grön = klart

[illegible]

Budskap	Målgrupper	Prioriterade Intressenter Samråd	Ytterligare Intressenter
	Kommunikationsplan (inför samråd)		
	Samrådsredogörelse		
	Workshop – fördelar för orten		

”Kom vidare från lokaliseringsfrågan”

Mer fokus på
samexistens
och bidrag till
samhället

Arbeta mer
proaktivt med
koppling till
företagande



Sociala aspekter & Samhällsutveckling:

- Befolkning & Demografi
- Hälsa & Välmående
 - Tillgänglighet
- Samhällsinvolvering & Identitet
- Anställning & Utbildning

Ekonomiska aspekter:

- Företagsmöjligheter
 - Utbildning & Lärande
- Anställningar & Arbetsmiljö
- Hälsa & Säkerhet
- Produktivitet

Miljö:

- Användning av Landskapet & Resurser
- Påverkansfaktorer
- Bidrag till grön och förnybar energi
- Natur & Kultur

Budskap i Moduler



3. Konkreta
exempel för
"visualisering"

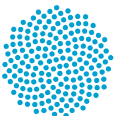
2. Visionära
budskap

1. Grundläggande
budskap från ägare
(varför vi, varför
här, varför nu)



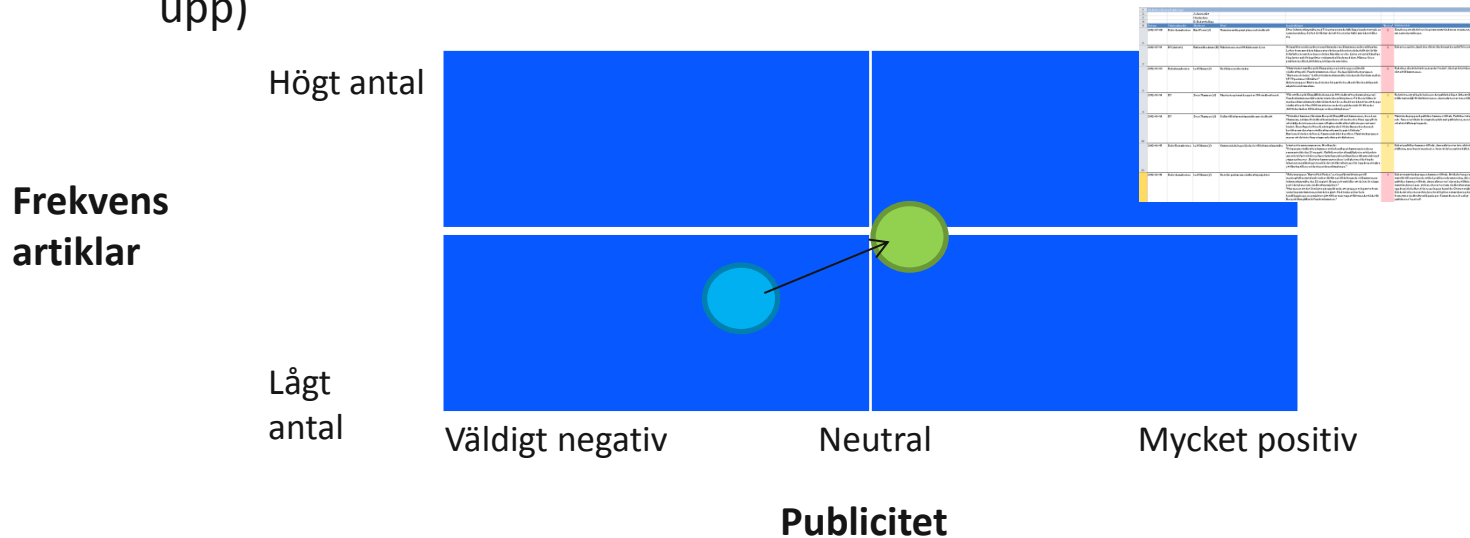
Source: Favonius. Fotograf Magnus Gotander

Medierelationer

Triventus® 

Nya aspekter vid utvärdering av medier

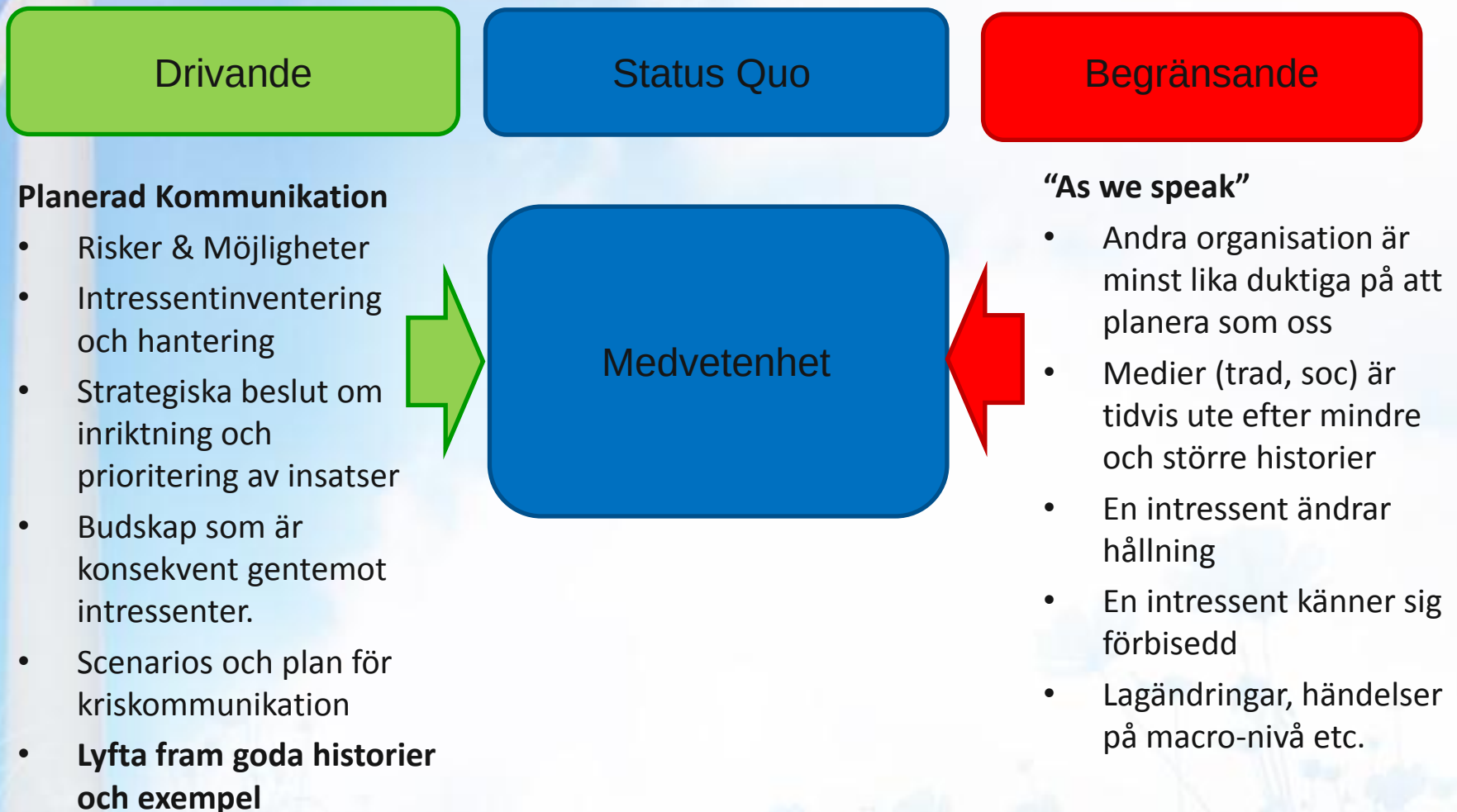
- **Ändringar kommunikationsmönster** (olika parametersrar – nivå av intresse, hur välinformerad en målgrupp är, var de vänder sig för information)
- **Analys av publicitet** (positiv/neutral/negative, vilka kommer till tals) och **nyhetssläpp** (ratio på hur mycket som blivit släppt, och hur mycket som plockats upp)



Vad är nytt?

- Transparens nödvändigt – inte längre något val om att släppa nyheter eller ej
- Integrering med sociala medier ökar, liksom interaktivitet på nätupplagor
- Krävs mycket mer mod av ägare och projektörer

Behålla Status Quo – en insats





Source: Favonius. Fotograf Magnus Gotander

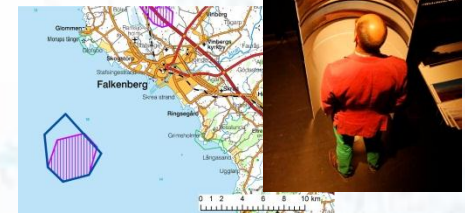
Adaptive Planning

“Adaptive Planning”

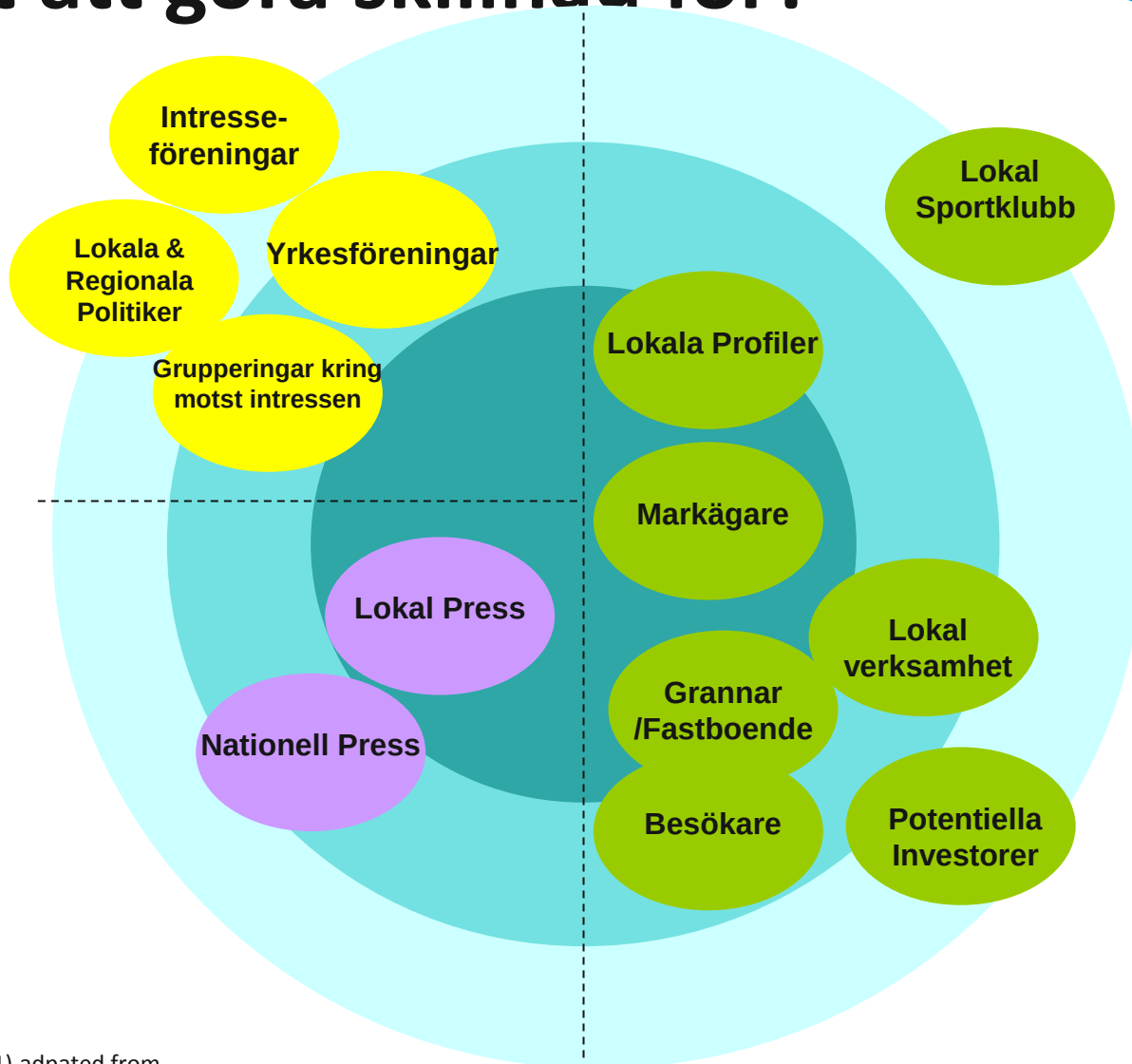
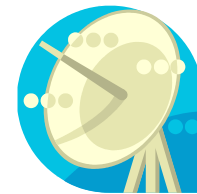
Kortfattat är det inte bara en diskussion kring layout, lokalisering och konsekvenser, men också en aspekt där den som driver projekt ska vara villig att ändra och anpassa efter utvärdering och kontrollprogram (“monitoring” är buzzword)

Exempel på detta:

- Nya typer av landskapsanalyser – processer där man engagerar intressenter för att få en konceptuell förståelse av landskapet och hur det används
- Arbeta stegvis och i etapper
- “Mitigation strategies” – strategier för att anpassa. US har exempel där man har varit villig att ändra efteråt – flytta, ta bort eller ställa om turbiner för att minimera konsekvenser.
- Villighet att se över bilden igen vid repowering



"Adaptive Planning" - vilka intressenter kommer det att göra skillnad för?



Trender inom förankrings- & acceptansfrågor

- Skillnaden mellan publik och social acceptans
- Integrerad syn på målgrupper & budskap
- Mer komplicerad mediebild
- Adaptive planning

Summering

**Mappa
Intressenter**

**Kontakta
Intressenter**

**Skapa
relationer
med
intressenter**

Förstå intressenternas förväntningar

Framgångsrikt förankringsarbete - intressenthantering i 3 steg i förankringsarbete

Source: Adapted version of "Stakeholder expectations" (Zaman n.d.)

The Swedish Wind Power Association



Johanna.Olesen(a)Triventus.com

Hör gärna av er med frågor eller connecta på LinkedIn



<http://www.svtplay.se/video/1240816/21-5-21-45>

Exempel

Triventus® 