

# Manual - samlat stöd för kommunikation

Denna manual samlar och ger stöd för vår gemensamma kommunikation under varumärket Antibiotikasmart Sverige. I manualen beskrivs det samlade kommunikationsstödet, som innehåller instruktioner, mallar, produkter och filtyper.

Samarbetsparter och verksamheter som arbetar för att bli antibiotikasmarta kan använda sig av detta stöd i sin egen kommunikation.

<b>Våra budskap</b>	<b>3</b>
<b>Skriv en nyhetstext</b>	<b>5</b>
<b>Sprid budskapet i sociala medier</b>	<b>6</b>
<b>Använd våra bilder</b>	<b>8</b>
<b>Våra mallar</b>	<b>8</b>

## Våra budskap

Här är våra övergripande budskap. Använd dem som stöd när du berättar om oss och varför Sverige behöver vara antibiotikasmart.

### Bakgrund

- Antibiotika räddar liv varje dag och är en förutsättning för människors och djurs hälsa, för vår moderna sjukvård och för ett hållbart samhälle.
- Om vi alla hjälps åt att förebygga infektioner, förhindra smittspridning och använda antibiotika på ett ansvarsfullt sätt, bidrar vi till att antibiotika ska fortsätta fungera.
- Felaktig och överdriven användning av antibiotika gör att bakterier i allt snabbare takt blir motståndskraftiga, vilket innebär att fler infektioner blir svåra att behandla. Varje år dör 35 000 människor i Europa av antibiotika-resistenta infektioner<sup>1</sup>. 2019 dog 1,27 miljoner människor i världen av samma orsak<sup>2</sup>.

### Detta gör Antibiotikasmart Sverige unikt - vår usp (unique selling point)

- Vi vill samla och engagera hela samhället i att bidra till att antibiotika fungerar och fortsätter rädda liv.
- Vi erbjuder målgruppsanpassad kunskap och stöd för invånare att förstå problemet och hur de kan bidra genom att agera antibiotikasmart varje dag.
- Med antibiotikasmarta kriterier vill vi stimulera regioner, kommuner och deras verksamheter att arbeta strukturerat med antibiotika- och vårdhygienfrågor.
- För att öka nationella samarbeten erbjuder vi en mötesplats för akademi, privat sektor, myndigheter och civilsamhälle.
- Vi arbetar aktivt med internationellt utbyte för att sprida kunskap om vår modell och få inspiration från andra länder i vårt arbete.
- Vi ser civilsamhället som en kraft och viktig partner i skapandet av ett antibiotikasmart samhälle.

1. <https://www.ecdc.europa.eu/en/publications-data/health-burden-infections-antibiotic-resistant-bacteria-2016-2020>

2. Murray et al. Global burden of bacterial antimicrobial resistance in 2019: a systematic analysis. The Lancet 2022

## Enkla byggstenar till text eller tal

- Antibiotikasmart Sverige vill inspirera och motivera hela samhället att arbeta förebyggande för att antibiotika ska fungera och fortsätta rädda liv. Modellen utgår från den erfarenhet och de arbetssätt som byggts upp i Sverige under många år, och har utvecklats för att förstärka och komplettera det arbetet.
- För regioner och kommuner finns kriterier på både lednings- och verksamhetsnivå som tagits fram i dialog med både beslutsfattare och yrkesverksamma personer. Kriterierna ska skapa engagemang, ge inspiration och stödja verksamheter i arbetet med att förebygga infektioner, minska smittspridning och bidra till en ansvarsfull antibiotikaanvändning. Det handlar om att stimulera ett systematiskt förbättringsarbete.
- Det vi alla gör varje dag spelar roll. Antibiotikasmart Sverige syftar därför till att stödja alla i samhället att agera antibiotikasmart. Det kan innefatta initiativ från den enskilda individen, en verksamhet eller beslutsfattare på olika nivåer.
- Vi engagerar individer, kommuner, regioner och nationella och internationella aktörer för att delta i arbetet, utbyta erfarenheter och stimulera till en kraftsamling.
- Vi tillämpar metoder och arbetssätt baserat på implementeringsforskning och beteendeinsikter.
- Antibiotikasmart Sverige leds av Folkhälsomyndigheten, RISE Research Institutes of Sweden, Nationell arbetsgrupp Strama och ReAct - Action on Antibiotic Resistance, i samarbete med flera kommuner och regioner. Initiativet genomförs med finansiering av Vinnova samt ovan nämnda aktörer.
- För mer information besök [www.folkhalsomyndigheten.se/antibiotikasmart-sverige/](http://www.folkhalsomyndigheten.se/antibiotikasmart-sverige/)

## Frågor och svar

På Nationella samverkansfunktionens webb Skydda Antibiotikan beskrivs problemet, lösningarna och vad du kan göra själv. Här finns även svar på de vanligaste frågorna om antibiotikaresistens samt tips och material riktat till Vård & Omsorg, Skola samt Djur & Livsmedel. För mer information besök [skyddaantibiotikan.se](http://skyddaantibiotikan.se)

## Skriv en nyhetstext

Det är bra att lägga ut en nyhetstext på din egen organisations webbplats eller på Antibiotikasmart Sveriges webbplats i samband med en händelse, till exempel om du ska delta i ett möte, konferens, workshop, rapport, artikel eller utbildning för Antibiotikasmart Sveriges räkning.

Alla händelser har inte samma prioritetsnivå. Tänk på var nyheten kommer att publiceras innan du börjar skriva.

För att skapa en engagerande och tillgänglig nyhetstext finns det några saker att tänka på:

**Rubrik:** Lagom lång, mellan fem och tio ord. Ska locka till vidare läsning. Använd gärna ett aktivt verb, till exempel "aktiverar" i stället för "aktiverades". Tänk också på att rubriken ska backas upp av textens innehåll.

**Ingress:** En bra ingress är rakt på sak. Gå direkt på nyhetsvärdet och använd ett lätt och rappt språk. En ingress ska helst inte vara längre än 300 tecken. Om ingressen innehåller en fråga, måste denna besvaras i texten.

**Innehåll:** En bra riktlinje för att producera en intressant text är att svara på frågorna: vad, vem, var, när, hur och varför. Skriv det mest intressanta och viktigaste i början av texten.

Tänk på att skriva begripligt och lättillgängligt. Använd styckesindelning och mellanrubriker för att bryta upp texten. Två till fem textrader per stycke och två till tre stycken under varje mellanrubrik är bra tumregler att förhålla sig till.

Använd dig gärna av olika berättartekniker för att förmedla en känsla. Texter blir också mer levande med bilder och videor.

**Citat:** Använd ett långt streck, så kallat pratminus (-), för att signalera citat. Texter på engelska ska ha citattecken i stället för pratminus.

### Andra bra tips och knep:

- Variera meningslängd och undvik upprepning av ord.
- Se till att återanvända de budskap som etablerats av Antibiotikasmart Sverige så att alla pratar med liknande språk. Högre upp i dokumentet finns våra budskap.
- Förklara svåra ord och begrepp. Undvik utländska ord om de redan finns översatta till svenska.
- Skriv hellre kort än långt. Vi rekommenderar en maxlängd på 3 000 tecken.
- Använd gärna punktlister och faktarutor för att bryta upp texten och/eller summera det viktigaste.
- Koppla texten till externa mål, till exempel hållbar utveckling eller specifika sjukdomsområden.

## Sprid budskapet i sociala medier

Sprid gärna information om antibiotikaresistens, aktiviteter inom Antibiotikasmart Sverige och ert eget arbete med detta i era sociala mediekkanaler (professionella och/eller privata).

Olika sätt att göra detta är exempelvis genom att dela innehåll från de ingående organisationernas sociala kanaler eller inlägg från kollegor i Antibiotikasmart Sverige.

### Olika kanaler passar bra för olika typer av innehåll:

- LinkedIn är ett nätverk för yrkesverksamma och företag att marknadsföra sig själva och vad de arbetar med. Inom folkhälsoarbetet är det en viktig kanal för informationsdelning. Tonen är ofta seriös och sakinriktad.
- Facebook är fortfarande en aktuell kanal, även om den tappat något i aktiva användare bland yngre målgrupper.
- Instagram är bra för bilder och videor. Inläggen stöder även längre texter.
- X (före detta Twitter) är bra för kortfattade meddelanden i text, ibland kompletterat med bilder.

Lägg gärna till en bild eller grafik i inlägget. Generellt får inlägg med en bild eller grafik mer exponering och interaktion i sociala kanaler än inlägg med bara text. Om man gör ett eget inlägg utan egen bild och lägger en länk från Antibiotikasmart Sveriges webb kommer det synas en bild med Folkhälsomyndighetens logotyp.

Olika sociala mediekkanaler har olika rekommendationer för bildformat, men som regel är det bra med 1:1 för bilder i inlägg och 9:16 för bilder och video i "storys"- eller "reels"-format.

### Hashtags

Med hashtags blir ämnen och fraser klickbara länkar i dina inlägg på en sida eller i grupper. Dock har användandet av hashtags generellt blivit mindre viktigt för att tagga upp inlägg. Som riktlinje kan vara att man inte bör använda fler än tre taggar och organisationens eget namn behöver inte läggas till som hashtag, då användare redan hittar er via ert kontonamn.

Använd gärna #antibiotikasmartsverige, det gör att vi kan följa upp inläggen.

Desto viktigare är det att tagga andra användare och organisationer som omnämns i texten. Detta gör du genom att skriva @ och sedan kontots namn. Du kan till exempel tagga @RISE eller @Folkhalsomyndigheten om du vill uppmärksamma dessa organisationer på något inlägg, eller för vidare spridning. För att en tagg med @ ska fungera måste kontot finnas på plattformen.

## Hashtags vi använder

För att delge varandra vad man kommunicerar och för ökad spridning nationellt, ber vi er använda följande taggar: #antibiotikasmartsverige, #visionsdrivenhälsa @vinnova.se

För spridning internationellt (om man vill översätta inlägg till engelska) kan man även använda: #antibioticsmartsweden, #visiondrivenhealth #EAAD, #KeepAntibioticsWorking, #AntimicrobialResistance

Exempel på inlägg för LinkedIn och Facebook:

[Illustration/inbjudan]

*Hur kan svensk sjukvård jobba för att svenskarna ska bli mindre beroende av antibiotikabehandling? I morgon diskuterar vi just det vid ett frukostseminarium tillsammans med @RISE. Anmäl dig på länken: [ri.se/frukost](https://ri.se/frukost).*

#antibiotikasmartsverige #visionsdrivenhälsa

[Bilder]

*Våra medarbetare X och Y under gårdagens frukostseminarium med @RISE. Missade du vår diskussion om antibiotikabehandling? Klicka på länken så får du en one-pager med allt det viktigaste: [antibiotikasmartsverige.se/frukost](https://antibiotikasmartsverige.se/frukost).*

#antibiotikasmartsverige #visionsdrivenhälsa

**Kom ihåg!** På grund av GDPR måste alla som kan kännas igen på bild ge sitt medgivande till publiceringen.

## Använd våra bilder

Du som arbetar i innovationsmiljön Antibiotikasmart Sverige och ska presentera eller representera varumärket Antibiotikasmart Sverige, har möjlighet att använda särskilda bilder från vår bildbank. Bilderna kan även användas i trycksak eller på webbplats inom ramen för Antibiotikasmart Sverige.

Mejla ditt önskemål och beskriv kort vilken typ av bild du söker och i vilket sammanhang den/de ska användas:

[antibiotikasmartsverige@folkhalsomyndigheten.se](mailto:antibiotikasmartsverige@folkhalsomyndigheten.se) så kontakter vi dig med information och bildförslag.

## Våra mallar

På vår webbplats

[www.folkhalsomyndigheten.se/antibiotikasmart-sverige/om antibiotikasmart/kommunikationsstod/mallar](http://www.folkhalsomyndigheten.se/antibiotikasmart-sverige/om-antibiotikasmart/kommunikationsstod/mallar) finns mallar för bland annat faktablad, worddokument, powerpoint, e-postsignatur och logotyp som du kan använda i din kommunikation (på både svenska och engelska). Mallarna är fria att ladda ner från vår webbplats.