

A photograph of three people in a clinical setting. On the left, a female physiotherapist with short blonde hair, wearing a white uniform with a blue collar and a lanyard, is assisting a patient. The patient is a woman with blonde hair in a ponytail, wearing a green t-shirt, and has her arms raised. On the right, a male physiotherapist with grey hair, also in a white uniform with a blue collar and a lanyard, is smiling and looking towards the patient. The background shows a white wall and a doorway.

# Budskapsplattform

2026

# Innehåll

- Syfte
- Så här använder du budskapsplattformen
- Från budskap till argument
- Målgrupp
- Roll och ansvar per nivå
- Skillnaden mellan budskapen mot målgrupperna
- Fysioterapeuternas röst / tonalitet
- Budskapshus
- Underbudskap (förstå, känna, göra)
- Matris extern / intern
- Prioriterade aktiveringar
- Prioriterade områden utifrån researchunderlag

# Syfte

Budskapsplattformen ska skapa en gemensam och tydlig grund för Fysioterapeuternas kommunikation.

Den ska stärka förståelsen för fysioterapeuters roll, bygga engagemang både internt och externt och bidra till ökad tydlighet.

Plattformen ska underlätta och vara ett stöd för olika aktörer internt att kommunicera insatser, påverkan och konkreta resultat. Budskapen kan anpassas till situation och målgrupp.

# Så här använder du budskapsplattformen

## 1. Börja med målgruppen

Fundera först på vem du vill nå.

Är det en intern målgrupp (medlemmar, kollegor, förtroendevalda) eller en extern målgrupp (politiker, media, myndigheter, samarbetspartners)?

## 2. Anpassa budskapet

Välj det underbudskap som passar bäst i situationen och för målgruppen.

## 3. Använd rätt argument

Stärk budskapet med fakta och exempel från faktaunderlaget – till exempel inom områden som kvinnors hälsa, stillasittande, arbetsliv eller försvar.

## 4. Koppla till mottagarens perspektiv

Lyft det som är mest relevant för mottagaren – exempelvis folkhälsa, vårdens kapacitet, arbetsförmåga eller människors livskvalitet.

# Från budskap till argument

## **Budskapet**

Utgå från ett av plattformens underbudskap.

## **Argumenten**

Använd fakta, statistik och exempel från researchunderlaget (eller annan källa) för att visa varför budskapet är viktigt.

## **Exempel:**

Underbudskap 1: Fysioterapi är en bärande del av vården och stärker välfärdens kapacitet.

Argument:

- Förebygger fallskador hos äldre
- Förkortar rehabilitering efter sjukdom och operation
- Stärker människors arbetsförmåga

## **Resultat:**

Du kan formulera ett tydligt budskap som är relevant för mottagaren och förankrat i fakta.

# Målgrupp

## Extern (primära)

- **Politiska beslutsfattare** på nationell, regional och kommunal nivå samt tjänstepersoner inom dessa nivåer
- **Opinion & samhälle** (exempelvis media, patientorganisationer, civilsamhälle)
- **Myndigheter och nationella aktörer** som Socialstyrelsen, Folkhälsomyndigheten, Försäkringskassan, IVO, Myndigheten för vård- och omsorgsanalys, SKR (Sveriges Kommuner och Regioner)
- **Övriga/allmänheten**

# Målgrupp

## Intern

- **Medlemmar** (anställd, företagare, chef/ledare, studerande)
- **Förtroendevalda**
- **Framtida medlemmar** – yrkesverksamma och studenter

# Roll och ansvar per nivå

Politiker, beslutsfattare och andra aktörer finns på olika nivåer och har inflytande över olika delar av hälso- och sjukvården, fysioterapeuters villkor, lön och profession. Förteckningen nedan är inte komplett, men ger en fingervisning om vem som kan påverka i olika frågor.

**Riksdag och regering:** Sätter de nationella ramarna för folkhälsa och hälso- och sjukvård genom lagstiftning, styrning och finansiering.

**Myndigheter:** Ansvarar för riktlinjer, kunskapsstöd, statistik, föreskrifter, tillsyn, tillstånd mm.

**Arbetsgivarorganisationer:** Företräder arbetsgivarna. Tecknar kollektivavtal på nationell nivå.

**Fack- och professionsförbund:** Företräder medlemmarna. Tecknar kollektivavtal på nationell och lokal nivå. Verkar för frågor som berör medlemmarnas villkor, professionen och dess roll i samhället.

# Roll och ansvar per nivå, forts.

**Regioner:** Största arbetsgivarna inom hälso- och sjukvården (primärvård och specialiserad vård). Ansvarar för medarbetarnas arbetsmiljö samt lönesättning. Styr över ersättningsmodeller, organisation, resursfördelning, mm. Tecknar kollektivavtal på lokal nivå.

**Kommuner:** Arbetsgivare inom hälso- och sjukvård och socialtjänst. Primärvård, MAR, äldreomsorg, elevhälsa/skola, mm. Ansvarar för medarbetarnas arbetsmiljö samt lönesättning. Tecknar kollektivavtal på lokal nivå.

**Övriga arbetsgivare (stat, privat, ideellt):** Ansvarar för medarbetarnas arbetsmiljö samt lönesättning. Styr över organisation, intern resursfördelning. Tecknar kollektivavtal på lokal nivå.

**Patientföreningar och andra intresseorganisationer:** Representerar olika gruppers intressen. Viktiga samarbetspartners för Fysioterapeuterna för påverkan i olika sakfrågor.

# Skillnaden mellan budskapen mot målgrupperna kan beskrivas så här:

## **Externt**

(politiker, regioner, kommuner, myndigheter)

- Fakta och effekt
- Samhällsekonomiskt relevant
- Systemperspektiv
- Beslutsunderlag

Kommunikationen ska vara saklig, lösningsorienterad och tydligt kopplad till samhällsekonomisk nytta och välfärdens kapacitet.

## **Intern**

(medarbetare, medlemmar, förtroendevalda)

- Stärkande och stolthetsskapande
- Identitetsskapande
- Bekräftande av kompetens
- Samlande

Kommunikationen ska vara stärkande, engagerande och stolthetsskapande – med fokus på professionens betydelse för individens liv och samhällets utveckling.

# Fysioterapeuternas röst / tonalitet

**Samlande:** Vi talar som ett förbund.

**Tydlig och konkret:** Klarspråk, korta och raka budskap som stöds med fakta och konkreta exempel.

**Tillgänglig och välkomnande:** Enkelt, förklarande och inkluderande språk.

**Inspirerande:** Öppet, nyfiket och framåtblickande.

**Trygg och professionell:** Sakligt, konsekvent och trovärdigt uttryck som bygger förtroende. Få överord och superlativer.

# Budskapshus

## Huvudbudskap: Fysioterapi lyfter samhället och får det i rörelse

**Förklarande variant:** I ett samhälle med ökande vårdbehov, en åldrande befolkning och vår tids största folkhälsoutmaningar är rörelse en avgörande resurs. Fysioterapeuters arbete bidrar till att minska samhällskostnader och utgör en bärande del av vården samt stärker människors möjlighet att leva ett aktivt och självständigt liv. När fysioterapin prioriteras stärks hela samhällets hållbarhet.

### Underbudskap "Vi lyfter vården" (externt)

1. Fysioterapi är en bärande del av vården och stärker välfärdens kapacitet.
2. Fysioterapi möjliggör ett längre och hållbart arbetsliv.
3. Fysioterapi förebygger ohälsa och sparar samhällskostnader.

### Underbudskap "Vi lyfter yrket" (internt)

1. Vi möjliggör ett aktivt och självständigt liv genom rörelse.
2. Vi stärker människors egen förmåga att påverka sin hälsa.
3. Vi förbättrar människors livskvalitet genom rörelse, funktion och evidensbaserad behandling.

**Aktiveringar**

**Aktiveringar**

Här är fokus  
systemnivå,  
folkhälsa  
och ekonomi  
(samhälls-  
kostnader)

Här är fokus  
individnivå,  
arbets-  
förmåga och  
livskvalitet

Varje underbudskap bryts ned i tre byggstenar som visar hur det ska landa hos målgruppen:

1

Vad de ska  
förstå

2

Vad de ska  
känna

3

Vad de ska  
göra

## Externt

### Budskap

#### **Budskap 1:**

Fysioterapi är en bärande del av vården och stärker välfärdens kapacitet.

#### **Budskap 2:**

Fysioterapi möjliggör ett längre och hållbart arbetsliv.

#### **Budskap 3:**

Fysioterapi förebygger ohälsa och sparar samhällskostnader.

### Förstå

- Att satsningar på fysioterapi är en nödvändig del av lösningen på vårdens och välfärdens kapacitetsutmaningar.
- Att bristande tillgång till fysioterapi får systemeffekter för vård, arbetsförmåga och samhällsekonomi.
- Att fysioterapi behöver prioriteras strategiskt för att möta ökande vårdbehov och stärka samhällets hållbarhet.

### Känna

- Förtroende och engagemang inför fysioterapins roll.
- Trygghet i att ökade satsningar ger konkret och mätbar samhällsnytta.
- Intresse och nyfikenhet.

### Göra

- Aktivt verka för att stärka fysioterapins roll och status.
- Söka mer kunskap och initiera dialog.
- Samverka och beslut som ökar patientens tillgång till fysioterapi.
- Agera för att stärka professionens förutsättningar och bidra till ett hållbart yrkesliv med goda villkor.

## Aktivering

## Internt

### Budskap

#### Budskap 1:

Vi möjliggör ett aktivt och självständigt liv genom rörelse.

#### Budskap 2:

Vi stärker människors egen förmåga att påverka sin hälsa.

#### Budskap 3:

Vi förbättrar människors livskvalitet genom rörelse, funktion och evidensbaserad behandling.

### Förstå

- Att fysioterapi gör konkret skillnad i människors liv genom ökad rörelse, funktion och självständighet.
- Att professionens kunskap bidrar till bättre hälsa, livskvalitet och ett mer hållbart samhälle.
- Att den egna yrkesrollen är central i att stärka människors förmåga att leva aktiva och självständiga liv.

### Känna

- Stolthet över professionens betydelse för människors hälsa och livskvalitet.
- Engagemang och motivation att bidra till professionens utveckling.
- Samhörighet med andra fysioterapeuter och tilltro till den gemensamma kompetensen.

### Göra

- Vara ambassadörer för professionen och synliggöra fysioterapins värde i möten med patienter, kollegor och omvärld.
- Prata om medlemskapet med andra fysioterapeuter.
- Ta kontakt med lokala beslutsfattare.
- Bidra till att stärka professionens utveckling, status och villkor genom engagemang i förbundet och i yrkesrollen.
- Ta del av verktyg som finns tillgängliga.
- Bli medlemmar.

## Aktivering

# Aktiviteter

## **Mot en extern målgrupp:**

- ”Följ ett yrke i rörelse”
- Debattartikel/artiklar som kan delas lokalt
- Mejl att skicka till politiker
- Affischer som uppmärksammar yrket

## **Mot intern målgrupp:**

Lokalt:

- Lyft en kollega
- Internationella fysioterapins dag 8 september
  - material att ge medlemmarna, samt material som uppmärksammar yrket



Fysioterapeuterna