



Bergs kommun
Bierjen tjielte

Kommunikations- policy med strategi

Beslutad av kommunfullmäktige 2021-11-22

Policy

Riktlinje

Rutin

Strategi

Inledning

Som kommun går det inte att inte kommunicera. Allt vi gör och säger kommunicerar – liksom allt vi inte gör och säger. Genom att planera vår kommunikation kan vi i Bergs kommun vara med och påverka hur och vad vi kommunicerar, oavsett vilken verksamhet vi finns inom, och därmed också påverka bilden av och uppfattningen om vår organisation.

En väl fungerande kommunikation skapar engagemang och bidrar till att utveckla våra relationer med personal, invånare, massmedier, besökare, näringsliv och föreningar. Tydlig kommunikation stärker helt enkelt förtroendet för vår organisation och gör det möjligt för oss att genomföra vårt uppdrag bättre.

Kommunikationspolicyn utgör ett ramverk för koncernen Bergs kommuns interna och externa kommunikation, och ska fungera som ett stöd för samtliga verksamheter.

Kommunikationens syfte och värde

Kommunikation är ett strategiskt verktyg som bidrar till att utveckla, förmedla och förankra visioner, förutsättningar, mål och beslut såväl internt som externt. Med hjälp av kommunikation kan vi bygga relationer med vår omvärld, och genom relationerna skapa positiva attityder till Bergs kommun, både som organisation och som plats.

Vår interna kommunikation ska ge kunskap om vad som sker inom organisationen, såväl för att kunna bidra till att vi uppnår våra mål som för att skapa trivsel, engagemang och delaktighet.

Vår externa kommunikation ska ge våra medborgare, besökare, näringsliv, föreningar och andra intressenter kunskap om Bergs kommuns verksamhet och tjänster, samt om möjligheter, rättigheter och skyldigheter.

Det demokratiska perspektivet ska alltid finnas med i våra kanaler då vi är en organisation som styrs via fria offentliga val. Vi är skyldiga att verka för ökat intresse och engagemang för kommunala frågor och därmed stimulera till delaktighet.

Bergs kommun är samisk förvaltningskommun. Det innebär för kommunikationsfunktionens räkning att kommunens samiska medborgare ska kunna använda sitt språk i kontakt med myndigheter, både skriftligt och muntligt.

Grundläggande principer

Bergs kommuns kommunikationsarbete ska präglas av några grundläggande principer.

Tillgänglig och tillförlitlig

Vår kommunikation ska vara tillgänglig för alla berörda oavsett ålder, kön, funktionsvariation, etnisk tillhörighet, kulturell bakgrund eller tekniska förutsättningar.

Det ska vara lätt att komma i kontakt med medarbetare och förtroendevalda, och den som vänder sig till Bergs kommun ska känna sig väl bemött och omhändertagen.

Vi ska alltid ta vara på dialog och uppmuntra till synpunkter, positiva som negativa, och se dessa som en resurs för vår utveckling och förbättring.

Vi ska med handlingskraft agera offensivt och själva ta initiativ till att kommunicera, i såväl medgång som i motgång, för att undvika missförstånd, ryktesspridning och negativ publicitet.

Vår information ska vara sann, saklig, relevant och väl underbyggd, samt följa eventuella lagar och förordningar. Det ska gå att lita på den information som kommer från Bergs kommun.

Planerad & samordnad

Vi ska genom anpassad och planerad kommunikation sträva efter att kostnadseffektivt nå rätt målgrupp, vid rätt tidpunkt, genom rätt kanal och med rätt innehåll.

Vi ska sträva efter att alltid använda enhetliga tekniska lösningar, exempelvis webbverktyg och applikationer, både för att minska sårbarheten kopplat till kompetens och för kostnadseffektiviteten.

Vi ska prioritera digitala lösningar och e-tjänster i alla de fall där det är lämpligt.

Vi ska samordna vår kommunikation, vår information och våra kanaler, både interna och externa, för att få större tyngd och genomslagskraft.

Tydlig & anpassad

Allt kommunikationsmaterial, digitalt och tryckt, ska utformas på ett enhetligt sätt som följer vår grafiska profil. Det ska alltid klart framgå att det är Bergs kommun som är avsändare.

När enskilda avdelningar/enheter kommunicerar med egna webbplatser, sociala mediekonton eller med egna logotyper ska det alltid ske inom ramen för kommunens grafiska profil och med kommunens logotyp.

Vi ska kommunicera vårdat, enkelt begripligt och anpassat utifrån mottagaren behov.

Vi ska ha en gemensam ståndpunkt i sakfrågor som handlar om organisationens hållning, och alltid vara tydlig med vad som är personliga åsikter och vad som är organisationens.

Intern kommunikation

Den interna kommunikationen vänder sig till samtliga medarbetare och förtroendevalda inom Bergs kommun.

En väl fungerande intern kommunikation är en förutsättning för

- att varje medarbetare ska kunna utföra sitt arbete,
- att vi ska kunna förverkliga mål,
- att uppnå en god arbetsmiljö,
- att kunna genomföra organisationsförändringar,
- att ha en god kommunikation med medborgare och andra intressenter.

Strategiska val

Vi ska alltid sträva efter att kommunicera internt innan vi kommunicerar externt. I dagens snabba informationssamhälle är det inte alltid möjligt, men måste alltid övervägas. För att minimera ryktes-spridning, samt minska risken att det vi kommunicerar externt uppfattas som svårbegripligt och oklart, måste informationen först spridas och förstås internt. Genom välinformerade medarbetare ökar vi värdet på den externa kommunikationen.

Genom att ständigt kommunicera kommunens mål, strategier, roll i samhället och framtida utvecklingsplaner ska vi tillgodose behovet av att förstå både helheten och detaljer. På så sätt skapas förutsättningar för delaktighet, engagemang och tillhörighet till organisationen.

I den dagliga interna kommunikationen ska vi vara öppna för varandras synpunkter och idéer, och uppmuntra varandra till att dela med oss av kunskap och erfarenheter. Vi ska också verka för ökad intern kommunikation mellan olika verksamheter och bolag för att skapa för höjd kunskap kring organisationen, samt ökad förståelse och samverkan.

Vi ska prioritera muntlig kommunikation fram för skriftlig då mellan chef och medarbetare, då muntlig kommunikation är det främsta verktyget för dialog. Det ska ske genom formella möten som arbetsplatsträffar, men kan även handla om informella möten som fikaraster och dagliga samtal medarbetare emellan.

Förutom muntlig kommunikation finns ett antal kanaler som vi kan använda vid intern kommunikation där e-post, teams och Insidan är de vanligaste. All information som riktar sig till alla medarbetare ska alltid finnas på Insidan, det är den primära kanalen. Samtliga medarbetare ska ha den kunskap som krävs för att själv aktivt kunna söka information på Insidan.

Extern kommunikation

Den externa kommunikationen vänder sig till medborgare, brukare, övrig allmänhet, massmedia, andra myndigheter, näringsliv, föreningar och övriga organisationer.

Genom god extern kommunikation kan vi sprida kunskap om och förståelse för verksamhetens agerande i olika situationer. Vi kan skapa intresse och engagemang för kommunala frågor och därmed stimulera till delaktighet. Genom en planerad och sammanhållen extern kommunikation skapar vi en positiv attityd till Bergs kommun, vilket skapar förtroende och stärker oss som arbetsgivare. Den externa kommunikationen syftar även till att öka attraktionskraften för att besöka, bosätta sig och verka i kommunen.

Strategiska val

Bergs kommun ska vara lättillgänglig oavsett om kontakten sker personligt, via brev, via telefon eller via digitala medier.

Medarbetare och förtroendevalda som har direktkontakt med våra målgrupper är våra främsta kommunikationskanaler. Genom väl fungerande intern kommunikation, där vi skapar förståelse och kunskap om både helhet och detaljer, ökar vi kvalitén på den externa kommunikationen.

Kommunens webbplats berg.se är öppen för alla dygnet runt, och ska vara vår främsta kommunikationskanal. All extern information kring kommunens verksamhet och tjänster ska gå att hitta där. För tillgänglighetens skull ska vi också verka för att tillgodose behovet av olika typer av kommunikationskanaler; till exempel annonser, trycksaker, telefon, e-post, mässor och öppet hus, radio- och tv-reklam, och olika typer av digitala kanaler och e-tjänster.

Massmedier har en viktig roll som granskare av offentliga myndigheters verksamhet. En korrekt och professionell relation till massmedierna ska därför upprätthållas.

All extern kommunikation ska utgå från målgruppens behov och förutsättningar. Vi ska därför anpassa språk och budskap beroende på vem vi vill kommunicera med.

Genom vår gemensamma grafiska profil skapar vi förutsättningar för att ge ett samlat och entydigt intryck utåt. Det ska synas att en verksamhet eller aktivitet bedrivs eller erbjuds av Bergs kommun och det ska alltid klart och tydligt framgå att det är Bergs kommun som är avsändare när vi kommunicerar, oavsett om det sker i tal eller skrift.

Varumärket Bergs kommun

Ett varumärke handlar om ett löfte och de förväntningar som det löftet skapar. Ett starkt varumärke är starkt för att det värderas högt av de som berörs av produkten eller tjänsten. Ett varumärke är inte en logotyp eller ett namn – dessa är endast symboler som skapar en grafisk igenkänning av ett varumärke.

Syftet med vårt varumärkesarbete är att skapa samhörighet, och tydliggöra kommunens identitet som organisation för omvärlden. Vi profilerar vår verksamhet, både som utförare och som arbetsgivare, och vi rustar oss för att stå starkare i kriser. Vårt varumärkeslöfte ger oss en gemensam bas för samtliga verksamheter att arbeta utifrån när vi planerar, agerar och kommunicerar. Varumärkeslöftet syftar till att visa vad vi vill i framtiden, och ska medverka till att driva utvecklingen framåt.

Plats- & organisationsvarumärke

Viktigt att tänka på är att Bergs kommun har två olika varumärken, ett organisationsvarumärke och ett platsvarumärke. Platsen Bergs kommun syftar till den geografiska ytan där vi konkurrerar med andra kommuner om att vara den bästa platsen att besöka, bo och verka på. Ett starkt platsvarumärke skapar stolthet bland kommunmedborgarna, och uppmuntrar till besök, inflyttning och nyetablering av företag.

Organisationen Bergs kommun äger inte platsvarumärket Bergs kommun, och kan därför inte ensamt kontrollera vad det står för. Platsvarumärket ägs tillsammans med medborgare, näringsliv, föreningar med mera, även om organisationen Bergs kommun leder arbetet med att utveckla och stärka det.

Platsvarumärket och organisationsvarumärket är däremot inte helt separata, utan påverkar i hög grad varandra. Kommunens verksamhet är en betydande del av samhället, och har en betydelsefull roll i dess utveckling. En negativ händelse vid en kommunal verksamhet påverkar alltid platsvarumärket negativt, och tvärtom. En samverkan kring arbetet i att stärka både organisations- och platsvarumärket är därför nödvändig.

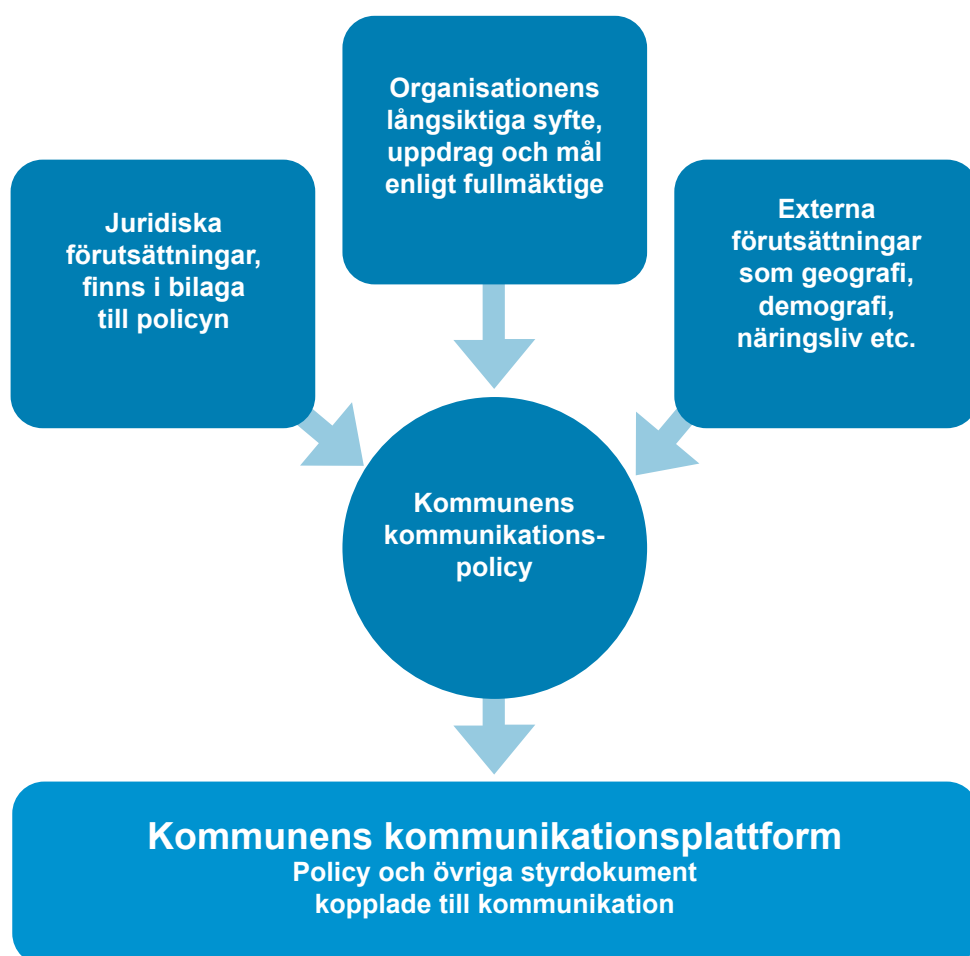
Kommunikationsplattform

Bergs kommun ska ha en kommunikationsplattform som fungerar som ett samlat stöd för organisationens regler, riktlinjer och strategier kopplat till kommunikationsarbetet. Koncernens övergripande kommunikationspolicy – denna skrift – utgör basen i kommunikationsplattformen. Policyn ska granskas och utvärderas av kommunikationsansvarig vid behov.

Övriga styrdokument som ska finnas i kommunikationssystemet är:

- Grafisk profil
- Riktlinjer för webb
- Riktlinjer för mediekontakter
- Kanalstrategi
- Riktlinjer för sociala medier
- Kriskommunikationsplan
- Varumärkesplattform/-strategi

Styrmodell för Bergs kommuns kommunikation



Kommunikationsansvar

Kommunfullmäktige tar beslut om kommunövergripande kommunikationspolicy. Det är därefter kommunstyrelsens ansvar att själv eller via delegation till kommundirektören följa upp och utvärdera policyns efterlevnad och aktualitet.

Det löpande kommunikationsansvaret ligger i linjen. Varje chef har kommunikationsansvar inom sitt verksamhetsområde, både internt och externt, utifrån det ramverk som anges i denna policy. Därutöver har varje medarbetare ett kommunikationsansvar gentemot sin närmsta chef, samt ett eget ansvar att söka, inhämta och förmedla den information som krävs för att genomföra sitt arbete.

Bergs kommuns helägda bolag har ett kommunikationsansvar, både internt inom bolaget och koncernen samt externt, utifrån det övergripande ramverk som anges i denna kommunikationspolicy.

Kommunikationsansvarig och webbansvarig ansvarar för att utveckla, planera, samordna och stödja det interna och externa kommunikationsarbetet för organisationen. Det är också dessa funktioner som ansvarar för att styrdokumentet i kommunikationsplattformen tas fram och implementeras.

Tillväxtavdelningen ansvarar för arbetet med att ta fram strategier för det externa varumärket, samt för kommunens marknadskommunikation.

BILAGA: Juridiska ramar

Alla svenska myndigheter är enligt lag skyldiga att informera om sin verksamhet och ge möjlighet till både insyn och påverkan. Nedan finns en kort beskrivning av de viktigaste lagar och regleringar som styr eller påverkar kommunens kommunikation.

Kommunallagen

Kommunallagen beskriver kommuners skyldighet att informera om sin verksamhet.

Förvaltningslagen

Förvaltningslagen reglerar bland annat myndigheters handläggning av ärenden, samt skyldighet att ge service, lämna upplysningar, vägledning och annan hjälp till enskilda, samt att vara tillgänglig för allmänheten i största möjliga utsträckning.

Tryckfrihetsförordningen

Tryckfrihetsförordningen reglerar förutom tryckfriheten också frågor om meddelarfrihet, meddelarskydd och offentlighet. Meddelarfrihet innebär rätt att lämna upplysningar till media i syfte att informationen ska publiceras. Meddelarskydd innebär att en myndighet inte får efterforska vem som har lämnat information till massmedia eller undersöka vem som frågar efter offentliga uppgifter. Offentlighetsprincipen innebär att alla handlingar som kommit in till, eller upprättats av, myndigheten är allmänna och offentliga med undantag för handlingar som faller under sekretess. Allmänna handlingar ska lämnas ut skyndsamt till den som begär det.

Yttrandefrihetsgrundlagen

Yttrandefriheten innebär att alla medborgare har rätt att uttrycka tankar och åsikter mot det allmänna. Yttrandefrihetsgrundlagen kompletterar också tryckfrihetsförordningen genom att den värnar om yttrandefriheten i andra medier än tryckta skrifter, till exempel radio och tv.

Offentlighets- och sekretesslagen

I offentlighets- och sekretesslagen finns bestämmelser om myndigheternas handläggning vid registrering, utlämnande och övrig hantering av allmänna handlingar. Lagen innehåller också bestämmelser om tystnadsplikt, om förbud att lämna ut allmänna handlingar och sekretess.

Dataskyddsförordningen (GDPR)

Dataskyddsförordning (General Data Protection Regulation, GDPR) gäller för alla organisationer och branscher som sparar eller på något sätt hanterar personlig information om sina anställda eller andra intressenter.

Upphovsrättslagen

Upphovsrätten är den lagliga rätt som den eller de som skapat ett verk har, rätten att bestämma vad som får göras med verket. Rätten gäller oavsett uttrycksform, dvs. om det är tryckt material, från internet eller i annan form. Skyddet går inte att ansöka om utan uppstår automatiskt när verket kommer till.

Marknadsföringslagen

Marknadsföringslagen gäller för marknadsföring av varor, tjänster, fast egendom, arbetstillfällen och andra nyttigheter. Lagen anger att reklam ska följa god marknadsföringssed, vilket betyder att den måste följa vissa regler för att skydda konsumenterna.

Språklagen

I denna lag finns bestämmelser om svenska språket, de nationella minoritetsspråken och det svenska teckenspråket. Språklagen slår fast att språket i offentlig verksamhet ska vara vårdat, enkelt och begripligt.

E-plikt

E-plikt, eller pliktleverans av elektroniskt material, innebär att vissa utgivare av digitalt material måste leverera det till Kungliga biblioteket, på samma sätt som länge gällt för tryckt material.

Barnkonventionen

Barnkonventionen innehåller regler för barns rättigheter, och är svensk lag sedan 1 januari 2020.

BBS-lagen

Lagen handlar om elektroniska anslagstavlor, vilket är definitionen på alla webbplatser som inte omfattas av utgivningsbevis. Det innebär att alla som tillhandahåller allmänna digitala tjänster där personer kan förmedla meddelanden är ansvariga för att ha uppsikt över tjänsten och ta bort samt förhindra spridning av meddelanden som bryter mot vissa lagar.

Lagen om tillgänglighet till digital offentlig service

Offentliga aktörers webbplatser och mobila applikationer ska vara tillgängliga. Kravet på tillgänglighet finns i lagen om tillgänglighet till digital offentlig service. Med offentlig aktör avses statliga och kommunala myndigheter, beslutande församlingar i kommuner och regioner, offentligt styrda organ samt sammanslutningar av dessa aktörer. I begreppet offentlig aktör ingår även vissa privata aktörer inom exempelvis skola och sjukvård.