

Strategi Program Plan

Policy Riktlinjer Regler



Styrdokument

Riktlinjer för kommunikation

ANTAGET AV: Kommunstyrelsen

DATUM: 3 november 2014

ANSVAR UPPFÖLJNING/REVIDERING: Kommunikationsstrateg

GÄLLER TILL OCH MED: 2020, förlängd till 2021



ULRICEHAMNS
KOMMUN

Våra styrdokument

[Normerande]

Policy - Vår hållning, övergripande

Riktlinjer - Rekommenderade sätt att agera

Regler - Absoluta gränser och ska-krav

[Aktiverande]

Strategi - Avgörande vägval och strategiområden från fullmäktigeberedningar

Program - Avgörande vägval och programområden från andra än fullmäktigeberedningar

Plan - Uppdrag, tidsram och ansvar

INNEHÅLL

4 **KOMMUNIKATIONSPLATTFORM**

5 **BAKGRUND**

6 **ANSVAR FÖR KOMMUNIKATION
GRAFISKA REGLER**

7 **TRE FOKUSOMRÅDEN I VÅR KOMMUNIKATION**
INTERN KOMMUNIKATION
interna kommunikationskanaler

8 **EXTERN KOMMUNIKATION**
målgrupper
externa kommunikationskanaler

11 **MARKNADSFÖRING**

12 **KRISKOMMUNIKATION**

13 **LAGAR ATT FÖRHÅLLA SIG TILL**
tryckfrihetsförordningen
förvaltningslagen
yttrandefrihetsgrundlagen
offentlighets- och sekretesslagen
lagen om upphovsrätt
personuppgiftslagen

Kommunikationsplattform för Ulricehamns kommun

Riktlinjer för kommunikation bildar tillsammans med styrdokumenterna *Kommunikationspolicy* och *Grafiska regler* den plattform från vilken allt kommunikationsarbete i Ulricehamns kommun har sin utgångspunkt.

Bakgrund

Alla kommunicerar

Kommunikation är en viktig del i kommunens verksamhet. Vi kommunicerar dagligen på våra arbetsplatser utan att kanske reflektera över att det är just kommunikation vi ägnar oss åt.

En av de viktigaste formerna av kommunikation är det personliga samtalet och mötet, såväl mellan kollegor som mellan kommunens personal och medborgare/kund/samarbetspartner. Därför har alla som arbetar i Ulricehamns kommun ansvar för sitt bemötande, uttryckssätt och beteende.

Vi kommunicerar också via andra kanaler såsom extern webbplats, e-post, telefonsamtal, sociala medier, intranät med flera.

Hur vi uttrycker oss

Egentligen är det enkelt; vi ska kommunicera vad vi gör och göra vad vi kommunicerar. Men att lyckas med sin kommunikation kan ändå vara svårt. Därför är det viktigt att vi tänker på hur vi uttrycker oss för att minska risken för missuppfattningar, öka tillgängligheten och skapa förståelse. Språket vi använder i skrift ska vara enkelt, korrekt och tidsenligt. Fackspråk, interna förkortningar och ”kanslisvenska” ska undvikas.

Varför riktlinjer för kommunikation?

Riktlinjerna ska lägga grunden för ett planerat, gemensamt och målinriktat kommunikationsarbete. Med stöd av kommunikationsplattformen blir Ulricehamns kommun en kommunikativt enhetlig organisation.

Riktlinjerna gäller alla verksamheter som ryms inom Ulricehamns kommun. Kommunstyrelsen beslutar om kommunens övergripande styrdokument för kommunikation.

Målgrupper

Kommunens information berör många olika målgrupper, både externt och internt. Det kan exempelvis vara medarbetare, förtroendevalda eller kommuninvånare. Oavsett målgruppen är det viktigt att nå rätt målgrupp med information som är relevant för just den. Därför är det viktigt att veta vilken som är den primära målgruppen vid varje informationsinsats och anpassa informationen därefter. Detta synsätt ska genomsyra allt arbete med text, bild, formgivning och val av kanal. Också vid personliga möten ska mottagarens förutsättningar och behov stå i fokus. Då undviker vi missförstånd och skapar en positiv bild av Ulricehamns kommun.

Ansvar för kommunikation

Chefer ... har ett särskilt ansvar för att se till att riktlinjerna följs i det dagliga arbetet. Som chef är kommunikationsaspekten en viktig del i ledarskapet, både i planeringsstadiet och i det dagliga arbetet. Chefer bör också fånga upp synpunkter och åsikter från medarbetare och föra dem uppåt i organisationen. Vid strategiska möten är det en god regel att alltid ha med kommunikation som en punkt på dagordningen.

Medarbetare ... i Ulricehamns kommun ansvarar för att själva söka och ta del av den information som är nödvändig för att arbetet ska kunna utföras på ett bra sätt. Vi har alla ansvar för att lyssna på dem som vi möter i vårt arbete. Våra kunder ska få ett bra bemötande och en god service. Vi är alla ambassadörer för Ulricehamns kommun.

Det strategiska ansvaret ... för kommunikation i Ulricehamns kommun har kommunikationsstrategen. Strategen leder det övergripande utvecklingsarbete inom kommunikation, ser till att kommunikationsplattformen förvaltas och används på rätt sätt. Kommunikationsstrategen har med sin centrala placering ett särskilt ansvar för förvaltningsledningens kommunikation.

Kommunens informatörer ... fungerar som stöd och rådgivare i kommunikationsfrågor. De ska stödja cheferna i kommunikationsfrågor och hjälpa till att utveckla möjligheterna till målinriktad kommunikation. De har också operativa uppgifter i informationsarbetet.

Kommunikationsplanering

God kommunikation är målgruppsanpassad, lättbegriplig och välplanerad. Detta innebär att informationsinsatser ska planeras och budgeteras för att utformning och anslag ska bli rätt. Kommunikationsarbetet blir då en integrerad del av verksamheten och ett aktivt stöd i ledningsarbetet. Det är viktigt inte minst då det rör beslut och händelser som påverkar många.

Vid större projekt eller enskilda informationsinsatser ska alltid en kommunikationsplan upprättas. Det gör vi för att rätt målgrupp ska få rätt information i rätt kanal. En kommunikationsplan skapar struktur och är ett viktigt stöd i arbetet. På intranätet i kommunikationshandboken, finns en enkel mall för kommunikationsplanering.

! Kontakta alltid kommunens informatörer innan du beslutar om en kommunikationsinsats.

Grafiska regler

Ulricehamns kommuns kommunikation ska vara enhetlig och tydlig i sin utformning. Därför finns Grafiska regler som anger hur vi ska utforma vårt grafiska material. De Grafiska reglerna är ett stöd i arbetet med att skapa en extern tydlighet och en intern samhörighet. I reglerna anges vilka färger, typsnitt och bilder vi använder. Logotypen är den viktigaste gemensamma nämnaren i de Grafiska reglerna.

De Grafiska reglerna finns tillgängliga på intranätet och på externa webben. Vår logotyp finns för nedladdning på www.ulricehamn.se/logotyp.

Tre fokusområden i vår kommunikation

All kommunikation i Ulricehamns kommun ryms inom kommunikationspolicyns tre fokusområden. Internt ska kommunikationen bidra till en effektiv och måluppfyllande organisation där medarbetare kan utforma sitt arbete på bästa sätt. Externt bidrar den till en god bild av Ulricehamns kommun som organisation och en attraktiv plats att leva, utvecklas och verka i. Detta faller inom ramen för marknadsföring. Kommunikationen ska också bidra till att demokratiska principer upprätthålls. Som politiskt styrd organisation är Ulricehamns kommuns service till för medborgarna. En tillgänglighet och öppenhet kring information är därför väsentlig. Kundens fokus ska vara primärt perspektiv vid all extern kommunikation.

Intern kommunikation

God internkommunikation gör Ulricehamns kommun till en effektiv arbetsplats. Syftet med den interna kommunikationen är att den ska fungera som ett stöd för alla medarbetare och skapa delaktighet och engagemang. Genom den interna kommunikationen ska medarbetarna få kunskap om kommunens verksamhet, mål och förutsättningar i syfte att kunna utföra sitt arbete på bästa sätt. Grafiskt material är lätt åtkomligt för den som behöver och motsvarar de behov som verksamheten har. Vi eftersträvar att nyheter och förändringar som rör organisationen kommuniceras internt först.

Målgrupper

Kommunanställda är den primära målgruppen för den interna kommunikationen. Andra viktiga interna målgrupper är förtroendevalda politiker och fackligt förtroendevalda i samverkansorganisationen.

Interna kommunikationskanaler

Den interna kommunikationen har flera olika kanaler. Budskap, målgrupp och sammanhang avgör vilken kanal som är lämpligast. Det är viktigt att komma ihåg att kommunens medarbetare har skiftande tillgång till och olika förutsättningar att använda de olika kanalerna.

Intranätet ”KommUnityn”

... är vårt primära forum för intern information. Det är en kanal där informationen kan spridas till stora grupper medarbetare. Det är också möjligt att styra informationen till vissa grupper eller verksamheter.

Intranätet är ett gemensamt arbetsverktyg med syfte att uppnå en effektiv och samverkande organisation. Det är en mötesplats för att stärka samhörighet och helhetssyn.

Möjligheten att skapa samarbetsytor på intranätet underlättar samverkan i hela organisationen. Möjligheten att skapa både längre och kortare nyheter säkerställer snabb, aktuell och samtidig information till medarbetare inom Ulricehamns kommun.

Möten

... kan vara en kraftfull kommunikationskanal. Att väl förbereda det som ska kommuniceras är nödvändigt, inte minst för att möten lätt blir resurskrävande och kan upplevas ineffektiva. Den som kallar till möte bör klart förmedla syftet med mötet och förväntningar på deltagarna.

Trycksaker

... bör användas med eftertanke i den interna kommunikationen. En trycksak är resurskrävande att utforma och hålla uppdaterad. Information på intranätet bör prioriteras före trycksaksproduktion när målgruppen är intern.

E-post, telefonsamtal och sms

... använder vi för den dagliga kommunikationen. I särskilda fall kan möjligheten att skicka e-post till samtliga kommunanställda användas, men **huvudregeln** är att intranätet i möjligaste mån ska användas för kommunikation till samtliga medarbetare.

Extern kommunikation

Den externa kommunikationen är vårt ansikte utåt och den ska genomsyras av ett kundperspektiv. Ulricehamns kommun finns ytterst till för sina invånare. Kommunikation i god tid, på rätt plats och på ett tillgängligt sätt är nödvändigt för att invånarna ska känna delaktighet, ha insyn i och kunna påverka våra verksamheter.

God kommunikation med invånarna är också ett viktigt led i att utveckla våra verksamheter. Dialog med invånare och andra intressenter är en möjlighet för kommunen att förbättra servicen.

Den externa kommunikationen bidrar också till att demokratiska principer upprätthålls genom att kommuninvånarna ges möjlighet att följa politiska beslutsprocesser och ärenden i förvaltningen. Genom våra externa kanaler kan vi även stödja medborgardialogen som bedrivs av exempelvis de politiska beredningarna.

Tillgänglighet är en hörnsten i den externa kommunikationen. Det handlar om att alla människor oavsett funktionsförmåga ska kunna vara delaktiga i samhället. Vi strukturerar information ur mottagarens perspektiv och har tydlig information om våra verksamheter för att det snabbt och enkelt ska gå att hitta och förstå. Tillgänglighet handlar om både teknik men också till stor del om innehåll, språk och pedagogik.

Vi har också invånare från andra språkområden än det svenska. Det ska beaktas i möjligaste mån.

Målgrupper

Kommuninvånarna är den primära målgruppen för den externa kommunikationen.

Men Ulricehamns kommun har också andra viktiga målgrupper i och utanför Ulricehamn. Det kan exempelvis vara företagare, media, andra myndigheter, blivande ulricehamnare, framtida medarbetare, organisationer och föreningar eller andra kommuner och regioner både i Sverige och i andra länder.

En annan viktig målgrupp som kan vara både intern och extern är våra förtroendevalda politiker. De kan ses som externa ur den synvinkeln att de är medborgarnas representanter och våra uppdragsgivare. De kan ses som interna ur det perspektivet att våra interna processer, beslut och aktiviteter ofta innebär att vi behöver informera våra politiker som en del av vår verksamhet.

Externa kommunikationskanaler

Den externa kommunikationen har många olika kanaler. Vilken kanal vi använder för att nå ut med information beror på vilken målgrupp vi vill vända oss till. De olika målgrupperna har skiftande tillgång till och olika förutsättningar att använda de olika kanalerna.

Personliga möten, e-post och telefon

I arbetet kommunicerar vi som kommunens företrädare. Ett respektfullt och serviceinriktat bemötande är därför en självklarhet både vid personliga möten, i telefon och i e-postkorrespondens.

Kontakter som kräver ett svar ska hanteras skyndsamt. Om det är svårt att lämna snabbt svar bör det kommuniceras varför och när svar kan förväntas.

E-postmeddelanden ska ha en förvald signatur som följer mallen i de Grafiska reglerna.

Externa webben

Ulricehamn.se är Ulricehamns kommuns primära kanal för extern kommunikation och en plattform för service. Använd därför webbadressen så mycket som möjligt i annan kommunikation (exempelvis broschyrer, affischer). Ulricehamn.se är en webbplats med kundens fokus när det gäller innehåll, struktur och tilltal. Webbplatsen ska vara tillgänglig både innehållsmässigt och tekniskt. Det innebär bland annat att den ska fungera i dator såväl som smart telefon eller surfplatta. Den ska också vara tillgänglig för exempelvis besökare som har någon form av funktionsnedsättning.

Layouten ska vara tilltalande och bidra till en positiv bild av kommunen som en professionell, tydlig och attraktiv organisation. Analyser av besöksstatistik visar att besökarna i stor utsträckning söker sig till ulricehamn.se med ett klart syfte. Man letar efter exempelvis öppettider, söker fakta om skolor eller använder blanketter. Den typen av aktiviteter bör därför prioriteras i strukturen så det blir lätt för besökaren att hitta det den söker.

Textmaterialet ska vara väl anpassat för webb och hålla så hög kvalitet att det också kan användas i exempelvis trycksaker. Grundregeln är att all publicering på ulricehamn.se hanteras av informationsfunktionen. Informatörerna ansvarar också för layout och struktur.

För att webbplatsen ska kunna motsvara dessa riktlinjer, krävs en god förvaltning och en utveckling i takt med omvärlden. Frekventa mindre förbättringar är därför att föredra istället för stora omställningar mer sällan.

För e-tjänster är webbplatsen den naturliga ingången. I de fall e-tjänsternas gränssnitt hamnar utanför webbplatsen, ska layouten anpassas så att användaren upplever att man ändå befinner sig inom ramen för kommunens tjänster.

Sociala medier – kanal för interaktiv, snabb kommunikation

En stor del av invånarna använder sociala medier dagligen. Dessa plattformar är därför en oöverträffad snabb informationskanal. De är också en möjlighet för interaktiv kommunikation som kan användas i olika situationer. Inte minst ger sociala medier tillfälle till delaktighet och dialog.

För att kommunikationen i kommunens sociala medier ska fungera är det viktigt att många invånare och andra intressenter följer kommunens aktivitet. Tilltalet i sociala medier bör vara personligt men korrekt. Det som förmedlas ska vara intressant och relevant för följarna samt gärna uppmana till delaktighet. Uppdatering bör ske regelbundet för att kanalerna ska vara levande. Ett bra mått är ett inlägg en gång om dagen. Frågor som kommer in via sociala medier bör besvaras skyndsamt. Kommentarer eller inlägg från extern part kan vara av en sådan art att det ska diarieföras. Personuppgiftslagen gäller även på sociala medier (läs mer på sidan 13). En organisation som använder sociala medier måste hålla regelbunden uppsikt över publiceringar för att hinna upptäcka kränkande inlägg och (om sådana uppgifter upptäcks) skyndsamt ta bort dem.

Det är fritt för kommunens verksamheter att medverka på sociala medier. Innan man startar ett konto, bör verksamheten dock överväga om resurser finns för att väl sköta sociala medier enligt ovan. Det krävs ett genomtänkt syfte och mål för närvaro i sociala medier. Från kommunens övergripande sociala medier kommuniceras hela verksamheten, vilket ibland kan vara tillräckligt. Verksamhetens egna konton ska anmälas till informationsfunktionen. Det måste klart framgå på det sociala mediet vilken verksamhet som ansvarar för kontot samt att det rör sig om verksamhet inom Ulricehamns kommun. På intranätet återfinns de förhållningsregler som gäller för besökare och som ska finnas med på samtliga kommunens Facebooksidor. Ansvarig för sidan ska se till att dessa förhållningsregler följs.

Media

Media rapporterar ofta om kommunens verksamhet. En fri press är en av demokratin grundpelare. Området regleras i två av Sveriges fyra grundlagar – yttrandefrihetsgrundlagen och tryckfrihetsförordningen.

För kommunen har media tre roller: kanal, målgrupp eller granskare.

Kanal

Via media finns en stor möjlighet att berätta om det som sker med god spridning bland invånarna. Presskontakter på kommunens initiativ sker främst genom pressmeddelanden. För ett professionellt intryck ska en mall användas (se Grafiska reglerna). Grundregeln är att alla pressmeddelanden korrekturläses och skickas ut av informationsfunktionen. På så sätt kvalitetssäkrar vi informationen och säkerställer att inget media glöms bort utan alla behandlas likvärdigt. Informationsfunktionen kan även planera för kommunikationsinsatser i andra kanaler, för uppföljning av pressinsatser och ha beredskap i större frågor som media är intresserade av.

Vi svarar på insändare och debattinlägg snabbt och sakligt i de fall det bedöms som aktuellt.

Vi använder oss av annonser på ett genomtänkt sätt.

Målgrupp

Det ligger både i kommunens och invånarnas intressen att media får tillgång till korrekt och allsidig information om våra verksamheter. Det kan bland annat handla om att se till att media får tillgång till föredragslistor och handlingar till politiska sammanträden. Offentlighetsprincipen som bland annat innebär att vi lämnar ut allmänna handlingar är en självklarhet.

Granskare

Att granska politik och offentlig förvaltning är en av medias huvuduppgifter. I kontakter med media är vi sakliga och korrekta. En god relation med respekt för de olika rollerna i samhället ska eftersträvas.

Meddelarfriheten i tryckfrihetsordningen innebär att alla medarbetare kan lämna uppgifter till media, och att ingen har rätt att efterforska källan. Undantaget är vissa uppgifter som omfattas av sekretess.

Annonsering, brev, trycksaksproduktion och skyltning

Vid extern kommunikation av detta slag, är det viktigt att de Grafiska reglerna följs. Det ska alltid tydligt framgå att det är Ulricehamns kommun som är avsändare. Informationsfunktionen stödjer verksamheten med utformning av denna typ av material. Mallar och mer infor-

mation återfinns i de Grafiska reglerna. Där hittar du också information om annonsering i lokalpress och övrig media samt vad som gäller för skyltar.

Mässor

För att stärka varumärket Ulricehamns kommun som till exempel attraktiv arbetsgivare kan mässor vara en bra arena. Kommunikationen vid mässor består av grafiskt material – stort som smått - som tillsammans med det personliga mötet skapar bilden av Ulricehamns kommun. Utformning av monter, bemötande av besökare och budskap bör tänkas igenom noga och kommunikationen utformas därefter.

Marknadsföring

Ulricehamns kommuns tillväxtmål 25 000 invånare 2020 samt kommunens attraktivitet som arbetsgivare står i centrum när vi arbetar med varumärket Ulricehamn.

Ansvar för marknadsföring av Ulricehamn delas mellan Ulricehamns kommun och det kommunala bolaget Näringsliv Ulricehamn AB, NUAB. Ulricehamns kommun ansvarar för marknadsföringen av de kommunala verksamheterna medan NUAB sköter den övergripande marknadsföringen av Ulricehamn som tillväxtkommun och turistort. Även om ansvaret är uppdelat, ska samverkan mellan förvaltningen och NUAB eftersträvas och prioriteras för bästa möjliga resultat.

Det viktigaste verktyget för att ge Ulricehamns kommun ett gott rykte är dess medarbetare. Alla vi som jobbar inom kommunen är med och påverkar hur vår organisation uppfattas. Inget kan ge bättre anseende än ett korrekt och positivt bemötande vid personliga kontakter.

Tillsammans bidrar vi till den goda bilden av Ulricehamns kommun som organisation och som en attraktiv plats att leva, utvecklas och verka i.

Kriskommunikation

Vid en samhällsstörning eller extraordinär händelse är kommunikation om det inträffade och de åtgärder som vidtas av stor betydelse. Den som har ordinarie ansvar för en verksamhet behåller ansvaret för kommunikation även i händelse av en kris. Informationen ska vara samordnad, snabb, saklig och bekräftad. Verksamheten kan alltid få hjälp och stöd av informationsfunktionen vid denna typ av händelse.

Vid en extraordinär händelse aktiveras en särskild krisledningsorganisation där kriskommunikationsarbetet ingår. Krisledningsorganisationen tar då över ansvaret för samordning av informationen.

Vid extraordinär händelse i fredstid eller vid höjd beredskap ska all information följa de riktlinjer som finns fastställda i styrdokumentet "Plan för samhällsstörningar och extraordinära händelser. Ledning och information." Denna återfinns i Författningshandboken som nås via intranätet.

Lagar att förhålla sig till

Förutsättningarna för kommunikationen internt och externt i Ulricehamns kommun styrs i stor utsträckning av bestämmelser i svensk lag. Lagar som berör kommunikationsfrågor beskrivs kortfattat nedan. För vissa kommunala verksamheter gäller speciell lagstiftning. Dessa berörs inte i detta dokument.

Tryckfrihetsförordningen

Handlingsoffentligheten – Vem som helst har rätt att ta del av allmänna handlingar som förvaras hos en myndighet. Undantag från detta regleras i sekretesslagen. Offentlighetsprincipen gäller alla och myndigheten har varken rätt att kräva identifikation eller syfte hos den som efterfrågar uppgifterna.

Meddelarfrihet – Alla offentligt anställda har rätt att lämna information till medierna i publiceringssyfte. Denna rätt kompletteras med ett förbud för arbetsgivaren att efterforska källan.

Förvaltningslagen

Varje myndighet ska lämna upplysningar, vägledning, råd och annan hjälp till medborgarna i frågor som rör verksamheten.

Yttrandefrihetsgrundlagen

I Sverige har du rätt att tycka och säga nästan vad du vill. Du har rätt att uttrycka dig i radio, i tv och på webben. I yttrandefrihetsgrundlagen står det om dessa rättigheter. Där står också vad du inte får göra, till exempel förtala eller kränka en annan person. Yttrandefrihetsgrundlagen är den yngsta grundlagen och har stora likheter med tryckfrihetsförordningen. Förbudet mot censur, meddelarfriheten, rätten till fri informationsspridning och anonymitet samt förbudet att forska efter källor gäller även här.

Offentlighets- och sekretesslagen

Offentlighets- och sekretesslagen innehåller bestämmelser om myndigheters handläggning vid registrering, utlämnande och övrig hantering av allmänna handlingar. Lagen innehåller vidare bestämmelser om tystnadsplikt och om förbud att lämna ut allmänna handlingar. Sekretess innebär ett förbud att röja en uppgift, vare sig det sker muntligt eller genom att en allmän handling lämnas ut eller det sker på annat sätt. Sekretessbelagda uppgifter får inte publiceras på webben.

Lagen om upphovsrätt

Framställningar i tal eller skrift, datorprogram, databaser, musikaliska och sceniska verk, bildkonstverk, byggnadskonst, brukskonst, liksom alla typer av återskapande av ett litterärt eller konstnärligt verk, är skyddade genom upphovsrättslagen. Lagen ger konstnärer, författare, kompositörer eller andra skapande personer rätt att bestämma över hur deras litterära eller konstnärliga verk ska användas. För att ett alster ska anses vara ett verk måste det ha uppnått verkshöjd. Upphovsrätten varar under upphovspersonens livstid och 70 år efter hans eller hennes död.

Personuppgiftslagen

Syftet med personuppgiftslagen (PuL) är att skydda människor mot att deras personliga integritet kränks när personuppgifter behandlas. I personuppgiftslagen finns regler för hur personuppgifter får behandlas. Lagen bygger i hög grad på samtycke och information till de registrerade. Det finns också regler om säkerhet och rättelse av felaktiga uppgifter.