



**VARBERGS
KOMMUN**

Kommunikationsstrategi

Kommunikationsstrategin beskriver hur Varbergs kommunkoncern ska arbeta med sin kommunikation och prioriterade utvecklingsområden i det gemensamma kommunikationsarbetet under perioden 2016-2017.

| | | |
|--|--|---|
| Dokumenttyp: Strategi | Dokumentnamn: Varbergs kommuns kommunikationsstrategi | Diarienummer: KS 2014/0054 |
| Beslutad av: Kommunstyrelsen | Beslutsdatum: 2016-03-29 | Giltig till och med: 2017-12-31 |
| Gäller för: Varbergs kommunkoncern | Dokumentansvarig avdelning: Kommunkansliet | Senast reviderad: |

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

| | | |
|---|---|--------|
| 1 | Inledning och syfte | sid 3 |
| 2 | Bakgrund | sid 3 |
| 3 | Kommunikationens mål och kännetecken | sid 3 |
| 4 | Prioriterade utvecklingsområden och målgrupper för perioden 2016-2017 | sid 4 |
| 5 | Målgrupper | sid 5 |
| 6 | Kanaler | sid 7 |
| 7 | Uppföljning och utvärdering | sid 8 |
| 8 | Ansvar | sid 8 |
| 9 | Lagar och förordningar | sid 9 |
| | Bilaga | |
| | Relaterade dokument | sid 11 |

1. INLEDNING OCH SYFTE

Kommunikationsstrategin anger inriktningar och prioriteringar för det gemensamma kommunikationsarbetet i Varbergs kommunkoncern. Den ger vägledning för hur vi ska kommunicera för att förverkliga Vision 2025: Varberg – Västkustens kreativa mittpunkt och nå våra gemensamma mål och strategiska inriktningar.

2. BAKGRUND

Information är fakta och budskap och kommunikation är den process som gör saker och ting begripliga och skapar delaktighet. Det kan handla om alltifrån att ge kunskap och skapa förståelse till att förändra beteenden och ha en bra dialog med våra invånare. Allt kommunikationsarbete handlar om att skapa någon form av effekt.

Varbergs kommun växer och kommuninvånarnas förväntningar på insyn och möjlighet till påverkan samt tillgänglighet till information, service och tjänster är stor. Under de närmaste åren arbetar vi med stora utvecklingsprojekt och förbättringsprocesser i Varberg och det förutsätter att vi arbetar planerat, proaktivt och samordnat med vår kommunikation.

Vision 2025

Vår kommunikationsstrategi tar sin utgångspunkt i Vision 2025: Varberg – Västkustens kreativa mittpunkt. Visionens verksamhetsidé är att förenkla människors vardag och inspirera dem att uppnå sina drömmar. Det kräver nytänkande, framåtanda, kunskap och mod för att lyckas.

Förhållningssätten som ska genomsyra det vi gör i vår kommun är hållbarhet och delaktighet.

- Delaktighet innebär att vi har ett öppet klimat och ett inkluderande förhållningssätt som kännetecknas av mångfald, inflytande och omtanke.
- Hållbarhet innebär att vi tillgodoser dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillgodose sina behov socialt, ekonomiskt och ekologiskt.

3. KOMMUNIKATIONENS MÅL OCH KÄNNETECKEN

Målen för vår gemensamma interna och externa kommunikation är:

- Vår interna kommunikation är en väsentlig del i ledarskapet och medarbetarskapet. Den ska skapa delaktighet och engagemang. Kommunikation och dialog ska präglade samspelet i vår organisation.
- Vår externa kommunikation ska göra det möjligt för invånare, företagare, besökare och samarbetspartners att vara delaktiga i kommunens utveckling, mål, inriktning och beslut. Den bidrar också till att målgrupperna får tillgång till den service och de tjänster som erbjuds.

Kännetecknen för vår kommunikation är att vi ska kommunicera öppet, enkelt och aktivt. Det gäller både vår interna och vår externa kommunikation.

... öppet

Vi ska öppet, trovärdigt och korrekt kommunicera om vår verksamhet och göra frågor och skeenden möjliga att följa, förstå och engagera sig i. Det kräver både mod och framåtanda. Det ger möjlighet till den insyn som våra medarbetare, invånare och andra intressenter kan kräva.

... enkelt

Alla ska kunna ta till sig vår kommunikation och delta i samtalet. Det innebär att vi ska anpassa informationen efter olika behov och göra den lättillgänglig. Det ska vara enkelt att få kontakt med oss och avsändaren ska vara tydlig i all kommunikation.

... aktivt

Vi är proaktiva och tar initiativ, med planerad, samordnad och uthållig kommunikation. Detta stärker vår gemensamma identitet och den interna och externa bilden av oss. Med en aktiv kommunikation och nytänkande kan vi utveckla vår service och ett gott bemötande internt och externt.

Vi kommunicerar så långt det är möjligt alltid internt innan vi kommunicerar externt för att förtroendevalda, chefer och medarbetare ska kunna vara goda ambassadörer för kommunen.

4. PRIORITERADE UTVECKLINGSOMRÅDEN OCH MÅLGRUPPER FÖR PERIODEN 2016–2017

Prioriterade utvecklingsområden

För att stödja utvecklingen mot visionen och de strategiska målområdena och inriktningarna har vi ett särskilt fokus på följande utvecklingsområden:

Planerad, proaktiv och samordnad kommunikation

Kommunikationsarbetet i Varbergs kommun ska ständigt sträva efter att genomföras mer planerat, proaktivt och samordnat, för att nå bästa effekt.

Insatser under perioden:

- Ge chefer kompetensutveckling, råd och stöd för att stärka ett kommunikativt ledarskap.
- Samordna våra planerade kommunikationsaktiviteter och utveckla formerna för ett effektivt samarbete över organisations- och funktionsgränserna.
- Utveckla och använda kanaler som främjar dialog som verktyg för ökad närhet till våra målgrupper och för att öka tillgängligheten till våra verksamheter.
- Arbeta mer med uppföljning och analys av kommunkoncernens kommunikationsinsatser för att kunna utveckla och förändra arbetssätt och prioriteringar som leder till en högre effektivitet och värdeskapande internt och ut till våra invånare.

Intranät

Organisationens främsta verktyg för intern kommunikation, vårt intranät, behöver utvecklas och moderniseras. Kommunkansliet och dess kommunikationsenhet har en viktig roll i att driva den frågan. Några mål ur ett kommunikativt perspektiv är att vårt intranät ska stödja organisationens behov av ledning och styrning samt informations- och kunskapsdelning mellan medarbetare. Vidare behöver sökfunktionen optimeras och gränssnittet utvecklas så att det fungerar responsivt, det vill säga fungera tillfredsställande på olika enheter, som dator, läsplattor och mobiltelefoner. Dessutom bör intranätet vara tillgängligt för alla, medarbetare och förtroendevalda, i kommunkoncernen och kontinuerligt utvecklas utifrån organisationens behov.

Prioriterade målgrupper

I vår kommungemensamma kommunikation har vi för att stödja våra strategiska målområden och inriktningar, ett särskilt fokus på följande målgrupper:

- Invånare, för ökade möjligheter till engagemang och delaktighet, att underlätta kundval och göra informationen lättillgänglig.
- Näringslivet, för att gå från myndighetsperspektiv till ett serviceperspektiv, samt att göra informationen lättillgänglig och ge bättre möjlighet till dialog.
- Besökare, för att sprida Varbergs varumärke för att fortsatt utveckla Varberg som en turistkommun.
- Våra chefer i kommunkoncernen, för att öka deras förståelse för sitt kommunikativa uppdrag och deras ansvar för att göra verksamhetsmålen begripliga. Det ger dem möjlighet att sätta in saker i sitt sammanhang för sina medarbetare och göra dem delaktiga.

I nästa kapitel finns en beskrivning av Varbergs kommuns huvudsakliga målgrupper ur ett bredare perspektiv.

5. MÅLGRUPPER

I alla kommunikationsinsatser vi gör, är vi noga med att identifiera vilka våra målgrupper är, deras olika förutsättningar och behov, samt hur och var vi når dem på bästa sätt.

Externt har vi i huvudsak följande målgrupper för vår kommunikation:

Invånare

Invånare i Varbergs kommun ska, genom vår kommunikation, kunna vara delaktiga i kommunens utveckling och få tillgång till den service och de tjänster vi erbjuder. Målgruppen invånare är mångfacetterad och i våra kommunikationsinsatser behöver olika undergrupper definieras för att kommunikationen ska bli effektiv.

Näringsliv

Ett näringsliv som utvecklas är av stor vikt för kommunens tillväxt. Genom att vi agerar proaktivt och stödjer dialogen med näringslivet skapar vi förutsättningar för en god utveckling.

Besökare

Det är viktigt att besökare möter ett välkomnande Varberg och får god information om vår service och om Varberg som besöksmål. Dagens besökare kan vara morgondagens invånare, företagare och medarbetare.

Myndigheter, organisationer och föreningar

Varbergs kommun har gemensamma intressen med många andra myndigheter, organisationer och föreningar lokalt, regionalt och nationellt. Genom kontinuerlig kommunikation stärks vårt samarbete med dem.

Media

Media är en målgrupp för oss och samtidigt en granskare av vår verksamhet. I vårt kommunikationsarbete ska vi alltid vara professionella och öppna gentemot media oavsett vilken roll de har. Media kan också betraktas som en kanal, främst vid annonsering.

Framtida invånare och företagare

Varbergs kommun vill attrahera som plats där det är gott att leva, bo och verka i. Genom vår kommunikation når vi också framtida invånare och företagare.

Framtida medarbetare

Att attrahera morgondagens medarbetare är en viktig utmaning för den offentliga sektorn. Genom vår kommunikation kan vi stärka bilden av Varbergs kommun som attraktiv arbetsgivare.

Samarbetsparter

Det finns en rad samarbetsparter till kommunen: aktörer inom välfärdssystemen, utförare, entreprenörer och leverantörer som arbetar på uppdrag av kommunen. Målgruppen är organisatorisk extern men undergrupper kan i vissa sammanhang närmast betraktas som interna. Det kan till exempel gälla aktörer inom välfärdssystemen som behöver ha tillgång till god information och känna samhörighet med kommunens uppdrag.

Internt har vi följande målgrupper för vår kommunikation:

Medarbetare

Medarbetarna är kommunens viktigaste kontaktyta mot de externa målgrupperna. Medarbetare som är välinformerade och ser sin del i helheten kan vara de bästa ambassadörerna för kommunens verksamheter. Därför är det viktigt att vi kommunicerar internt, innan vi kommunicerar externt.

Chefer

Cheferna i vår organisation har ett viktigt uppdrag i att sätta information, bland annat om uppdrag och mål, i ett sammanhang och att kommunicera den till sina medarbetare. För medarbetarna är närmaste chefen ofta den viktigaste kommunikationskanalen.

Fackliga organisationer

Dialogen med de fackliga organisationerna är en bärande del i utvecklingen av goda arbetsplatser. De är därför en särskild målgrupp bland medarbetarna.

Förtroendevalda

I uppdraget som förtroendevald, på olika nivåer i kommunen, ligger ansvaret att bland annat sätta mål och fördela resurser. För att de politiska besluten ska vila på god grund är det viktigt med kommunikation och väl bearbetade beslutsunderlag.

6. KANALER

Vi arbetar både med informations- och kommunikationskanaler. Förenklat kan man beskriva informationskanaler som enkelriktade och bäst lämpade för tydliga, enkla budskap. Kommunikationskanaler ger utöver det möjlighet till respons och dialog och kan användas för mer komplexa sammanhang samt där man vill skapa ökad delaktighet och förståelse.

Vid varje kommunikationsinsats frågar vi oss vad vi vill uppnå. Därefter väljer vi de mest effektiva och hållbara kanalerna för ändamålet. För att få ut bäst effekt av våra kommunikationsinsatser ska vi arbeta integrerat med kanalerna.

Möten mellan människor är den främsta kanalen, såväl internt som externt. Mötet ger goda möjligheter till dialog.

Våra digitala kanaler är viktiga stödjande nav i kommunikationen. När vi utvecklar nya tjänster och plattformar ska vi ha särskilt fokus på att ge möjlighet till dialog med våra målgrupper.

De viktigaste kommunikationskanalerna är:

Möten

Mötet är främst en kommunikationskanal. Det ger möjlighet till dialog och är viktigt för att skapa delaktighet, både i kommunikationsinsatser av intern och extern karaktär. Alla möten ska ha ett tydligt kommunicerat syfte och agenda. Det är också viktigt att det framgår vad för slags möte det är så att realistiska förväntningar skapas på hur mycket man kan påverka, till exempel om det är ett rent informationsmöte eller om de inbjudna också har möjlighet till inflytande och medbeslutande om det handlar om en beslutsprocess.

Intranätet Vinden

Vinden ska vid sidan av det personliga mötet vara vår viktigaste interna informationskanal för att informera medarbetarna. Vinden ska vara ett användbart verktyg i vardagen för kommunens medarbetare. Den ska ha en sammanhållen och lättnavigerad struktur, kontinuerlig uppdatering och snabba genvägar.

Varberg.se

Vår externa webbplats är en informations- och kommunikationskanal och den är, jämte det personliga mötet, den viktigaste kanalen ut mot våra externa målgrupper. Här ska besökare lätt och enkelt hitta den information de behöver och kontaktvägar in till kommunen. Här finns självservice-tjänster tillgängliga dygnet runt. Information som förmedlas till våra externa målgrupper på annat sätt ska också finnas här.

Sociala medier

Vi finns där invånarna finns. Sociala medier är en kommunikationskanal som vi ska använda som ett interaktivt verktyg. Sociala medier ger möjlighet att i dialog och samtal öka närheten till våra målgrupper. Vi ska förtydliga syftet med vår närvaro i sociala medier samt ha riktlinjer kring hur vi använder och uppträder i dem.

E-post och telefoni

För att ge god service är vi tydliga som avsändare och använder ett enkelt och begripligt språk när vi kommunicerar med e-post. E-post ska inte spridas slentrianmässigt och massutskick ska användas endast i undantagsfall. När vi inte är

tillgängliga via e-post eller telefon ger vi besked om detta och ger den som kontaktar oss besked om alternativa kontaktvägar. Med smarta telefoner öppnas nya möjligheter till sms-tjänster och mobila applikationer.

Tryckt media

Tryckt media är en informationskanal som används för att nå olika målgrupper, internt och externt. Det kan vara allt ifrån magasin och broschyrer med lång aktualitet i stor upplaga, till affischer, foldrar och flyers i små upplagor för ett speciellt tillfälle.

Köpt annonsplats

Genom köpt annonsplats i olika media kan vi informera och marknadsföra Varberg kommuns verksamheter brett till våra målgrupper och komplettera kommunikationsinsatser som vi gör i andra kanaler.

Tyck Om Varberg

Tyck Om Varberg ska vara en tydlig kanal in till kommunen och en del i dialogen med invånare och besökare. De som lämnar synpunkter ska få återkoppling. Dialogen ska präglas av öppenhet genom publicering av synpunkter och svar på varberg.se.

7. UPPFÖLJNING OCH UTVÄRDERING

För att vi kontinuerligt ska kunna utveckla vårt arbete och få bästa effekt, ska vi följa upp och utvärdera alla större kommunikationsinsatser. Vi ska också följa upp och utvärdera hur väl vi lyckas med samordning av våra kommunikationsinsatser.

Underlag för att utvärdera våra samlade kommunikationsinsatser kan hämtas bland annat från Kommunkompassen, SCB:s medborgarundersökning och genom andra interna och externa undersökningar.

8. ANSVAR

Nedan förtydligas och utvecklas ansvarsfördelningen för kommunens kommunikationsinsatser. När informations- och kommunikationsinsatser omfattar flera verksamheter har alla berörda parter ansvar för att initiera och säkerställa samordning.

Kommunstyrelsen har ansvar för den kommunövergripande informationen och kommunikationen, såväl internt som externt i Varbergs kommun.

Varje nämnd, styrelse och bolagsstyrelse har ansvar för den egna verksamhetens information och kommunikation, såväl internt som externt.

Partipolitisk information hanteras av partiernas egna organisationer.

Kommundirektören har det övergripande verkställighetsansvaret för den kommungemensamma kommunikationen.

Förvaltnings- och bolagschefer har det övergripande verkställighetsansvaret för den förvaltnings- och bolagsspecifika kommunikationen.

Varje chef ansvarar för att förutsättningar för information och kommunikation inom det egna verksamhetsområdet finns och fungerar. Det innebär att se till att kommunikationsaspekten finns med i verksamhetsplaneringen och i det dagliga arbetet. I chefsansvaret ligger också att uttala sig för medier som representant för sitt verksamhetsområde.

Varje medarbetare har ett eget ansvar för att söka, ta del av och dela med sig av information samt att aktivt delta i den interna dialogen.

Kommunikationsenheten på kommunledningskontoret har ett strategiskt ansvar för att utveckla Varbergs kommuns övergripande information och kommunikation. Vidare finns ett ansvar att förvalta och samordna organisationens gemensamma budskap, kommunikationskanaler, styrdokument och verktyg. Enheten leder och samordnar kommungemensamma nätverk inom funktionsområdet.

Kommunikatörer, eller personer med motsvarande uppdrag, inom kommunens förvaltningar och bolag stödjer lokal ledning med att analysera, planera, genomföra och utvärdera kommunikationsinsatser inom verksamheten. En viktig uppgift är också att vara en förmedlande, dubbelriktad, länk i kommunikationsfrågor mellan den egna förvaltningen/bolaget och den centrala enheten.

9. LAGAR OCH FÖRORDNINGAR

Det finns olika lagar och förordningar i Sverige som styr och påverkar kommunens kommunikationsarbete och några av de viktigaste nämns nedan. Bolag och förvaltningar ska även förhålla sig till lagstiftning som gäller för deras specifika verksamhet, då den kan påverka deras kommunikationsinsatser.

Offentlighetsprincipen innebär att alla handlingar som kommit in till, eller upprättats av, myndigheten är allmänna med undantag för handlingar som faller under sekretesslagen. Det innebär att allmänheten har rätt att ta del av merparten av våra handlingar. (Tryckfrihetsförordningen)

Meddelarfriheten innebär att alla medarbetare inom offentlig verksamhet får lämna uppgifter till media i syfte att de ska publiceras. Arbetsgivaren har inte rätt att efterforska vem som lämnat uppgifterna (Tryckfrihetsförordningen).

Yttrandefriheten innebär att varje medborgare ska kunna förmedla information och uttrycka sina tankar och åsikter i tal, skrift eller bild (Yttrandefrihetsgrundlagen).

Förvaltningslagen säger att kommunen ska ge allmänheten god service och kunskap om hur kommunen styrs och vilka möjligheter som finns att påverka före beslut. Kommunen ska upplysa allmänheten om rättigheter och skyldighet och vart man kan vända sig i olika frågor samt vem som ansvarar för vad. Frågor från allmänheten ska besvaras skyndsamt.

Personuppgiftslagen (PUL) värnar den personliga integriteten och förbjuder att namn och andra personuppgifter, i såväl text som bild, läggs ut på Internet, om inte berörd person gett sitt samtycke skriftligt eller muntligt. Särskilt utsett PUL-ombud finns på respektive nämnd inom kommunen.

Språklagen reglerar språkens ställning. Den säger bland annat att språket i offentlig verksamhet ska vara värdat, enkelt och begripligt.

Upphovsrättslagen handlar om att annans rätt till text och bild inte får kränkas. Till exempel är det inte tillåtet att kopiera text eller bild från andra webbsidor utan upphovsmannens medgivande.

Bilaga

RELATERADE DOKUMENT

Nedan listas exempel på relaterade dokument. Bilagan kan komma att revideras under kommunikationsstrategins giltighetstid.

Vision 2025 – Varberg Västkustens kreativa mittpunkt

Kommunfullmäktige antog 2011 Vision 2025. Visionens verksamhetsidé är att förenkla människors vardag och inspirera dem att uppnå sina drömmar. För att lyckas krävs nytänkande, framåtanda, kunskap och mod. Förhållningssätten som ska genomsyra det vi gör i vår kommun är hållbarhet och delaktighet.

Varumärkesplattform

Varumärkesplattformen antogs av kommunfullmäktige i september 2015 och omfattar såväl organisations- som platsvarumärke som har Vision 2025 som gemensam grund. Plattformen är ett strategiskt styrdokument som ska underlätta för alla i kommunkoncernen att arbeta i samma riktning och beskriver bland annat vår position, kärnvärden och vilka budskap vi i huvudsak ska kommunicera.

Varbergs kommuns grafiska profilmanual

Den grafiska profilmanualen antogs av kommunstyrelsen i december 2015 och är ett ramverk för vår visuella identitet, både för organisations- och platsvarumärket. Den beskriver och exemplifierar hur vi arbetar med logotyper, typografi, färg, grafiska element, bilder med mera, men beskriver också hur vi förhåller oss till särprofilering och har ett avsnitt om skrivregler.

Riktlinjer för mediakontakter

Riktlinjer från mediakontakter upprättades 2002 och beskriver hur kommunen ska förhålla sig och samverka med medierna.

Kommunikationspolicy

Kommunikationspolicyn antogs av kommunfullmäktige 2011 och beskriver kort kommunens förhållningssätt till kommunikation, målet med vår interna och externa kommunikation samt ansvarsfördelning. Kommunikationsstrategin är en fördjupning av policyn.

Mål- och inriktningsdokument

Kommunfullmäktige antog 2015-05-19 det mål- och inriktningsdokument som gäller för åren 2016-2019 och som är styrande för arbetet i nämnder och förvaltningar. Det utgår från Vision 2025 och innehåller fyra strategiska målområden:

- Miljö och klimat,
- bostäder,
- utbildning och arbete,
- hälsa och social sammanhållning.

I mål- och inriktningsdokumentet finns också tre prioriterade inriktningar:

- Valfrihet och kvalitetskonkurrens,
- attraktiv arbetsgivare,
- god ekonomisk hushållning.

Både målområdena och de strategiska inriktningarna styr horisontellt genom organisationen i uppdrag åt kommunstyrelsen och nämnderna/styrelserna.

Ledning och styrning i Varbergs kommun

Dokumentet Ledning och styrning i Varbergs kommun är ett sammanfattande dokument som innehåller beskrivningar av kultur- och förhållningssätt, kommunikation, dialog och delaktighet, arbetssätt, styrmodell, målstyrning, roller, ansvar och mandat samt intern kontroll.

Lednings- och informationsplan inför och vid särskilda och extraordinära händelser

Lednings- och informationsplanen beslutades i kommunstyrelsen 2014-04-29 och beskriver hur kommunens ledning ska organiseras och dess uppgifter vid en särskild eller extraordinär händelse för att angivna mål och inriktningar ska uppnås. Ett avsnitt beskriver specifikt arbetet med kommunikation och media.

Kommande dokument

Framöver kommer nya relaterade dokument att tas fram alternativt omarbetas. Exempel på detta är en handbok för sociala medier.