



MARIESTAD

Kommunikationspolicy

Mariestads kommun



**Antaget av
Kommunfullmäktige
Mariestad 2019-01-28**

Innehållsförteckning

Kommunikationspolicy	3
Inledning	3
Grundläggande värderingar	3
Övergripande mål	3
Förhållningssätt och principer	4
Varumärket Mariestads kommun	4
Intern kommunikation.....	5
Extern kommunikation.....	5
Kanaler	5
Marknadskommunikation	6
Massmedia	6
Ansvar	7
Lagar som styr	7
Relaterade dokument.....	8



Kommunikationspolicy

Inledning

Denna policy är ett ramverk för kommunikation som omfattar Mariestad kommuns grundläggande värderingar och gemensamma förhållningssätt för kommunikation.

Policyn riktar sig till medarbetare och andra som kommunicerar för kommunens räkning. Den ger samsyn kring vad som menas med god kommunikation och ska användas som vägledning för samtliga verksamheter vid kommunikation i det dagliga arbetet samt ligga till grund när mål, strategier och planer för kommunikation tas fram.

De kommunala bolagen är en del av Mariestads kommun och omfattas därmed av kommunikationspolicyn som är koncernövergripande.

Kommunikationspolicyn uppdateras vid behov.

Grundläggande värderingar

I Mariestads kommun har vi en positiv och öppen grundinställning till att kommunicera i både med- och motgång och vi värnar en god dialog, delaktighet och hållbara relationer. Öppenhet och transparens kring den kommunala verksamheten är en självklarhet. Kommunikation ska prägla vårt förhållningssätt gentemot omvärlden, därigenom kan också idéer och synpunkter som kan främja kommunens utveckling fångas upp.

Övergripande mål

Kommunikation är ett strategiskt verktyg som ska skapa värde och bidra till att nå vision och mål som sätts av kommunfullmäktige, nämnder, styrelser och verksamheter. Ett väl utfört kommunikationsarbete i alla led är en framgångsfaktor och Mariestads kommun ska vara en kommunikativ organisation.

Kommunens övergripande mål med att informera och kommunicera är;

- Att välinformerade och delaktiga kommuninvånare, företagare och medarbetare känner till kommunens uppdrag, service, fattade beslut och de sätt de kan komma i kontakt med kommunen och hur de kan påverka.
- Att demokrati och dialog med våra intressenter främjas samt att engagerade kommuninvånare och medarbetare känner ansvar och bidrar till kommunens utveckling och tillväxt.

- Att uppnå ett starkt varumärke med ett gott rykte i omvärlden samt bygga en hög attraktionskraft för Mariestad som leder till positiv organisations- och platsutveckling.

Förhållningssätt och principer

Kommunikationen ska präglas av objektivitet, öppenhet och snabbt finnas lätt tillgänglig.

Intern kommunikation, med berörda medarbetare, ska eftersträvas innan information sprids externt. Kommunikation i egna kanaler ska eftersträvas innan information förmedlas till andra.

Kommunikationsaspekten ska beaktas när beslut fattas och kommunikationsinsatser ska integreras i det dagliga arbetet, planeras och utvärderas. Till större projekt och händelser ska en kommunikationsplan upprättas.

Vi strävar efter att använda moderna och hållbara metoder för vår kommunikation och prioriterar digitala kanaler.

För Mariestads kommun innebär god kommunikation att den är;

Saklig och relevant

Vår kommunikation ska vara korrekt, uppdaterad och ett vårdat, enkelt och begripligt språk ska användas. Kommunikationen ska vara anpassad till målgruppen och passa sammanhanget.

Planerad och proaktiv

Vi tänker igenom innan vad som ska kommuniceras, varför, till vem, när det ska göras och hur det ska utvärderas, då ökar chanserna att insatsen når sitt syfte. Vi är proaktiva och tar initiativ till kommunikation och agerar hellre än reagerar.

Tydlig och enhetlig

Kommunikationen ska följa organisationens grafiska profil, det ska alltid framgå att kommunen är avsändare, det ger igenkänning och ökad trovärdighet. För starkare genomslag och stärkt varumärke strävar vi efter att samordna vår kommunikation.

Tillgänglig och öppen

Alla har rätt till insyn i vår verksamhet, ta del av handlingar, beslut och information samt vara delaktiga i den demokratiska processen. Vi underlättar detta genom att välkomna dialog, synpunkter och frågor samt se till att information finns tillgänglig.

Varumärket Mariestads kommun

Alla medarbetare och verksamheter i Mariestads kommun utgör tillsammans varumärket. I varje möte med omvärlden byggs bilden av Mariestads kommun. Vid personliga möten, telefonsamtal eller vid annonsering, skapas en föreställning av hur Mariestads kommun är. Alla som företräder Mariestads kommun ska agera, bemöta andra och kommunicera på sådant sätt att mötet med kommunen upplevs positivt och därigenom stärker varumärket.

Intern kommunikation

Den interna kommunikationen ska ge medarbetare kunskap om och förståelse för kommunens och den egna verksamhetens uppdrag, mål, strategier och resultat samt skapa delaktighet och engagemang. Genom intern kommunikation ska medarbetare ges förutsättningar att kunna utföra sitt arbete på bästa sätt och bidra till vision och mål.

Intern kommunikation ska bidra till öppenhet, möjlighet för medarbetare att delge sina synpunkter, påverka, föra en öppen dialog och lära av varandra. Insatta och kunniga medarbetare ökar vår servicegrad, trovärdighet och kvalitén på extern kommunikation höjs.

Målgruppen är medarbetare och förtroendevalda.

Extern kommunikation

Den externa kommunikationen ska sprida kunskap om och insyn i verksamhet, skapa trovärdighet, förståelse och främja demokratin.

Kommuninvånare och andra som verkar i kommunen ska enkelt hitta information om vårt uppdrag, tjänster och service, lätt kunna komma i kontakt med oss och uppleva att vi finns till för dem och lyssnar på deras åsikter. Extern kommunikation ska stärka kommunens varumärke, anseende och attraktionskraft samt ge en positiv bild av Mariestads kommun som plats, organisation och arbetsgivare.

De viktigaste externa målgrupperna är kommuninvånare, näringsidkare, föreningar, besökare, andra organisationer och media samt i marknadsföringssyfte potentiella inflyttare, etablerare, kunder, studenter, turister, besökare och framtida medarbetare.

Kanaler

Kanal för kommunikationsinsatsen ska väljas utifrån målgruppen, målet med kommunikationen samt rådande omständigheter och möjligheter. God kunskap om målgruppen är viktigt för valet av kanal.

Exempel på viktiga externa kanaler

Webb (primär informations- och servicekanal)

Sociala medier

E-tjänster

Media (pressmeddelanden, presskontakter)

Synpunktshantering

E-post

Telefon

Annonsering

Trycksaker

Personliga möten

Öppna sammanträden

Dialogmöten
Utställningar och mässor

Exempel på viktiga interna kanaler

Intranät
Webb
Digitala arbetsytor
Personliga möten
Arbetsplatsträffar
E-post
Telefon

Marknadskommunikation

Marknadskommunikation är ett prioriterat område med syfte att öka kommunens attraktionskraft och därigenom nå uppsatta tillväxtmål, så som fler invånare, besökare, studenter, kunder, investeringar och företag.

Kommunenens varumärkesplattform ska ligga till grund för vår marknadskommunikation och när mål, strategier och planer tas fram. Vår positionering ska tillsammans med varumärkeslöftet skapa förutsättningar för en effektiv marknadskommunikation som klargör våra mervärden för målgruppen och marknadsför platsen Mariestad, organisationen, eller båda.

I kommunikationen ska vi sträva efter att förmedla en gemensam bild, då blir det enklare för våra målgrupper att höra vårt budskap och välja Mariestad.

Massmedia

I kontakten med media ska vi vara tillgängliga, öppna och professionella. Vi ska vara proaktiva, skicka pressinformation samt ta initiativ till kontakt och bjuda in media till öppna informationsmöten och aktiviteter.

Ytterst är det chefen som ansvarar för kontakten med journalister i frågor om rör egna verksamheten men alla medarbetare ska uppfattas som goda servicegivare till media. Alla medarbetare har rätt att tala med media men behöver inte och kan hänvisa till chef om han eller hon inte kan eller vill uttala sig för kommunens räkning.

Massmedia har en viktig roll som granskare av offentlig verksamhet och spridare av information. Massmedia förmedlar information om kommunen och den bild som sprids om oss har stor betydelse för hur vi uppfattas. Goda relationer med media ska bidra till att öka omvärldens kunskap om kommunens verksamhet och ge en så korrekt bild som möjligt.

I vårt land finns en grundlagsskyddad frihet att framföra åsikter samt en grundlagsskyddad rätt att anonymt lämna uppgifter till media, så kallad meddelarfrihet. Det är viktiga hörnstenar i ett demokratiskt samhälle. När vi uttalar oss bör vi, utan att göra avkall på dessa principer, skilja på personliga åsikter och information vi för fram för Mariestad kommuns räkning.

Kriskommunikation

Vid en extraordinär händelse har kommunen ansvar för att sprida information till allmänheten och ska verka för att informationen samordnas. Vid extraordinära och allvarliga händelser ska kommunens budskap samordnas av kommunikationschef och kommunikation sker då enligt särskild krisinformationsplan.

En extraordinär händelse avviker från det normala, innebär en allvarlig störning eller överhängande risk för en allvarlig störning i viktiga samhällsfunktioner. Kommuner har ett långtgående ansvar för krishantering och för extraordinära händelser finns särskild beredskap och planer för kommunens agerande.

Ansvar

Ansvar för kommunikation följer verksamhetsansvaret.

Kommunfullmäktige fastställer och beslutar om kommunövergripande policy för kommunikation.

Kommunstyrelsen leder och samordnar kommunikationsfrågorna i kommunen. Fastställer kommunövergripande riktlinjer för kommunikation.

Nämnd/styrelse är ansvarig för den interna och externa kommunikationen inom sitt ansvar och att kommunikationspolicy och övriga styrdokument följs.

Kommunikationschef ansvarar för strategier och styrning av extern och intern kommunikation. Tar fram policy, regler och riktlinjer rörande kommunikation och varumärke. Ger stöd till organisationen i kommunikations- och massmediefrågor. Ansvarar för kriskommunikation.

Chef har kommunikationsansvar för sitt verksamhetsområde, internt och externt. Ansvarar för spridning och uppföljning samt att kommunikationen utförs i enlighet med denna policy och övriga styrdokument. Chef ansvarar för att verksamheten har de informationsproducenter som krävs, exempelvis redaktörer för intern och extern webb.

Enskild medarbetare har eget ansvar att aktivt söka information och kommunicera med andra om sådant som är av betydelse för den egna uppgiften och verksamhetsområdet. Medarbetare som kommunicerar för verksamhet eller område ansvarar för att kommunikationen utförs i enlighet med denna policy och övriga styrdokument.

Lagar som styr

Som offentlig verksamhet har vi lagstyrd skyldighet att kommunicera, vara öppna med information, ge medborgarna insyn i verksamheten och möjlighet att påverka.

De viktigaste lagarna när det gäller kommunikation är;

Offentlighetsprincipen (Tryckfrihetsförordningen) innebär att alla handlingar som kommit in till, eller upprättats av myndigheten är allmänna och offentliga med undantag för handlingar som faller under sekretesslagen. Myndigheter är skyldiga att skyndsamt lämna ut handlingar som till den som begär det utan att ifrågasätta begäran.

Serviceskyldigheten enligt förvaltningslagen talar om att kommunen har ett ansvar att ge allmänheten god service samt informera om hur kommunen styrs och vilka möjligheter som finns att påverka.

Meddelarfrihet- och skydd innebär att medarbetare i offentlig verksamhet muntligen får lämna uppgifter till media och att ingen får efterforska vem som har lämnat ut informationen eller undersöka vem som frågar efter offentliga uppgifter.

Fler lagar som påverkar kommunikation; diskrimineringslagen, språklagen, marknadsföringslagen, upphovsrättslagen, dataskyddsförordningen, webbtillgänglighetsdirektivet, offentlighets- och sekretesslagen, arkivlagen, med flera.

Relaterade dokument

Utöver denna policy finns fler styrdokument för kommunikation, de viktigaste är varumärkesplattform, grafisk manual, riktlinjer för sociala medier och skrivhandbok.