



VARBERGS
KOMMUN

Kommunikations- strategi

Policy
Program
Riktlinje
» **Strategi**
Anvisning
Handlingsplan

Beslutad av Kommunikationschef	Beslutsdatum 20210419	Diarienummer KS 2020/0120	Dokumentansvarig avdelning Kommunikationsavdelningen
-----------------------------------	--------------------------	------------------------------	---

Innehållsförteckning

1. Varför en kommunikationsstrategi?	3
1.1 Vår vision och våra övergripande mål	3
1.2 Kommunikationens syfte och förhållningssätt	3
2. Prioriterade utvecklingsområden	4
3. Våra målgrupper	4
3.1 Prioriterade målgrupper	4
3.2 Andra relevanta målgrupper	5
4. Våra kanaler	5
4.1 Prioriterade kommunikationskanaler	5
4.2 Andra relevanta kanaler	5
5. Uppföljning och utvärdering	6
6. Ansvar	6
Bilaga 1	8
Lagar och förordningar	8
Bilaga 2	9
Relaterade dokument	9

1. Varför en kommunikationsstrategi?

Kommunikationsstrategin beskriver hur Varbergs kommunkoncern ska arbeta med kommunikation på ett planerat och proaktivt sätt och vilka som är kommunikationens prioriterade områden.

1.1 Vår vision och våra övergripande mål

Varbergs kommuns vision är att vara Västkustens kreativa mittpunkt. Våra ledord är nytänkande, framåtanda, kunskap och mod, och vår verksamhetsidé är att förenkla människors vardag och inspirera dem att uppnå sina drömmar.

Visionen utgår från två viktiga förhållningssätt:

- hållbarhet, som innebär att vi tillgodoser dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillgodosä sina behov socialt, ekonomiskt och ekologiskt.
- delaktighet, som innebär att vi har ett öppet klimat och ett inkluderande förhållningssätt kännetecknat av mångfald, inflytande och omtanke

Utifrån visionen har Varbergs kommun prioriterat fyra målområden för 2020-2023:

- Ett samhälle för alla
- Hela kommunen lever och utvecklas
- Livskraftigt näringsliv
- Organisation som utmärks av utveckling och förnyelse

1.2 Kommunikationens syfte och förhållningssätt

Kommunikationsstrategin anger riktningen för det gemensamma kommunikationsarbetet i Varbergs kommunkoncern. Strategin anger de kommunikativa förhållningssätt och prioriteringar som krävs för att nå vår vision och uppnå resultat i kommunens prioriterade målområden.

För att visionen Västkustens kreativa mittpunkt ska leva krävs professionell, strategisk och kreativ kommunikation. God, professionell kommunikation är en väsentlig del i medborgarnas serviceupplevelse i kontakt med kommunen. Med god kommunikation stärker vi demokratin och ökar tilliten genom att göra våra medborgare delaktiga i kommunens utveckling. God kommunikation ökar stoltheten och engagemanget hos våra medarbetare och lägger grunden till ett gott ledar- och medarbetarskap.

Varbergs kommuns kommunikationsarbete utgår från fyra viktiga förhållningssätt:

- **Vi utgår från våra målgruppers behov**
Genom att anpassa vår kommunikation till vad användarna vill och behöver förenklar vi människors vardag och gör det lätt att göra rätt. Vår externa kommunikation ger invånare, företagare, besökare och samarbetspartners insyn i vår verksamhet och skapar delaktighet i kommunens utveckling.
- **Vår kommunikation är proaktiv, öppen, snabb och lättillgänglig**
Genom att förutse organisationens och omvärldens informationsbehov når vi tidigt ut med saklig, lättbegriplig och uppdaterad information om vår verksamhet.
- **Vår kommunikation är modig och nytänkande, bygger på kunskap och signalerar framåtanda**

I vår dialog med medarbetare och omvärld vågar vi ta nytänkande, modiga och kreativa initiativ. Vår kommunikation är tillgänglig för alla målgrupper. God kommunikation är en viktig del av ledarskapet

- **Vi är en och samma organisation**

I frågor som berör flera förvaltningar och bolag samordnar vi kommunikationsinsatser och budskap. Vi främjar ”vi-känslan” och agerar i både vår interna och externa kommunikation som EN enhetlig organisation, under det gemensamma namnet ”Varbergs kommun”.

2. Prioriterade utvecklingsområden

För att säkerställa en kommunikation i visionens anda som stödjer de mål som kommunfullmäktige och förvaltningar beslutat om ska koncernens kommunikation arbeta med följande prioriterade utvecklingsområden:

- Förbättrad upplevelse för invånare, besökare och näringsliv i kontakt med kommunen
- Utvecklad styrning, ledning och samordning av koncernens övergripande kommunikation
- Ökad trivsel, delaktighet och stolthet hos medarbetare
- Digital verksamhetsutveckling i form av ny teknik för kommunikation och samverkan.

3. Våra målgrupper

3.1 Prioriterade målgrupper

Medarbetare och chefer

Kommunens medarbetare och ledare är våra bästa ambassadörer, för vår verksamhet och för kommunen som arbetsgivare. Därför är det viktigt att vi kommunicerar internt, innan vi kommunicerar externt. Det är också viktigt att stödja cheferna och öka våra ledares kommunikativa skicklighet.

Framtida medarbetare

2030 beräknas vår kommun ha 80 000 invånare. Att attrahera morgondagens medarbetare är en nyckelfråga för att kunna upprätthålla en offentlig service. Att stärka varumärket Varberg och föra ut bilden av Varbergs kommun som en attraktiv arbetsgivare är en överlevnadsfråga.

Kommuninvånare

Med välinformerade, engagerade och delaktiga kommuninvånare skapar vi förståelse för kommunens utmaningar och de åtgärder vi måste vidta för att hantera dem. En trovärdig kommunikation med våra kommuninvånare är en högt prioriterad tillits- och demokratifråga.

Näringsliv

Ett starkt näringsliv är avgörande för kommunens tillväxt. Vi ska arbeta proaktivt för att stödja kommunikationen med näringsliv och näringsidkare, och vår dialog ska genomsyras av ett serviceperspektiv snarare än ett myndighetsperspektiv.

Media

Medias granskande uppdrag är en av demokratins viktigaste hörnstenar. Därför ska vi underlätta och välkomna denna granskning, så att våra relationer med media präglas av professionalitet, öppenhet, snabbhet och korrekthet. Vi ska

också vara proaktiva och ta egna initiativ till en mediabevakning som stärker förtroendet för kommunens varumärke, medarbetare och verksamhet.

3.2 Andra relevanta målgrupper

Turister och besökare

Dagens besökare kan vara morgondagens invånare, företagare och medarbetare. Med tillgänglig, relevant kommunikation skapar vi en bra upplevelse av kommunens service och hela kommunen som besöksmål.

Myndigheter, organisationer och föreningar

Grunden för Varbergs kommuns samverkan med myndigheter, organisationer och föreningar är en öppen kommunikation.

Fackliga organisationer

Sunda, kreativa arbetsplatser förutsätter en bra dialog med de fackliga organisationerna. De är därför en särskild målgrupp bland medarbetarna.

Förtroendevalda

För att de politiska besluten ska vila på god grund är det viktigt med kommunikation och väl kommunicerade beslutsunderlag.

4. Våra kanaler

4.1 Prioriterade kommunikationskanaler

Varberg.se

Vår externa webbplats är navet i kommunikationen med vår omvärld. Kommunens digitala plattformar uppdateras ständigt, med målet att besökare lätt och enkelt ska hitta den information och de tjänster de behöver, dygnet runt. Vår kommunikation ska vara tillgänglig för och kunna användas av alla människor oavsett till exempel funktionsvariationer.

Medarbetarwebben

Vår medarbetarwebb är navet i vår interna kommunikation. Medarbetarwebben ska utgå från ett användarperspektiv och göra det lätt för medarbetare att hitta och göra rätt.

Sociala medier

Sociala medier ger möjlighet för kommunens företrädare att möta och föra en dialog med medborgarna i plattformar där de redan är verksamma. Basen för vår kommunikation i sociala medier är Varbergs kommuns konton på Facebook, Instagram, Youtube och Twitter.

Fysiska och digitala möten

Det personliga mötet är grunden i vår kommunikation och en naturlig del i vår vardag. Den personliga dialogen är viktigt för att skapa delaktighet och engagemang och hjälper oss att bygga medarbetarnas och omvärldens förtroende.

4.2 Andra relevanta kanaler

E-post och telefon

I det dagliga arbetet är mejl och telefon viktiga kommunikationskanaler. Vi kommunicerar också med externa målgrupper via mejlade nyhetsbrev. En god, serviceinriktad kommunikation via mejl och telefon förutsätter att vi är tydliga som avsändare, använder ett enkelt språk, meddelar kollegor och omvärld när vi inte är tillgängliga och erbjuder alternativa kontaktvägar.

Teams

Vi kommunicerar ofta internt och med externa målgrupper via tjänsten Teams. En god, serviceinriktad kommunikation via digitala verktyg förutsätter att vi är tydliga som avsändare, använder ett enkelt språk, meddelar kollegor och omvärld när vi inte är tillgängliga och erbjuder alternativa kontaktvägar.

Varberg direkt

Varberg direkt är Varbergs kommuns kundservice. Genom Varberg direkt får våra målgrupper en tydlig väg in i kommunen, och kan snabbt och effektivt få den hjälp de behöver. För att det ska vara möjligt har organisationen också stort ansvar för att hålla Varberg direkts kommunvägledare uppdaterade med relevant information.

Trycksaker och publikationer

Ibland är det tryckta ordet att föredra. Därför kommunicerar vi också via magasin, tidningar, broschyrer, affischer, foldrar och flyers, både med längre bäst-före-datum och i små upplagor för särskilda tillfällen.

Köpt annonsplats

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

5. Uppföljning och utvärdering

För att kunna utveckla vårt arbete och veta att vår kommunikation har önskad effekt bör den också utvärderas. För utvärderingen tar vi i huvudsak hjälp av resultaten i:

- Kommunkompassen
- Kommunens Kvalitet i Korthet
- SCB:s medborgarundersökning
- Utvärderingar av krishantering

6. Ansvar

Ansvar för våra kommunikationsinsatser följer kommunens linjeorganisation.

Kommunstyrelsen

Har ansvar för den kommunövergripande informationen och kommunikationen, såväl internt som externt.

Nämnd, styrelse och bolagsstyrelse

har ansvar för den egna verksamhetens information och kommunikation, såväl internt som externt.

Politiska partier

Partipolitisk information hanteras av partiernas egna organisationer.

Kommundirektör

Kommundirektören har det övergripande ansvaret för den kommungemensamma kommunikationen.

Förvaltnings- och bolagschefer

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

Chefer

Varje chef ansvarar för att den egna verksamheten har förutsättningar att bedriva en god kommunikation. I chefsansvaret ligger också att uttala sig i media som representant för sitt verksamhetsområde.

Medarbetare

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.

Kommunikationsavdelningen

Kommunikationsavdelningen har sin hemvist på kommunstyrelsens förvaltning och har det övergripande strategiska ansvaret att leda och samordna Varbergs kommuns kommunikation. Under ledning av kommunikationschefen ansvarar avdelningen för att utveckla kommunikationskanaler, styrdokument och verktyg. Kommunikationschefen leder och samordnar kommunikationens nätverk och har mandat att leda kommunikationen i kris.

Kommunikatörer och medarbetare med motsvarande uppdrag i kommunen

Kommunikatörer, eller personer med motsvarande uppdrag inom kommunens förvaltningar och bolag har ansvar för att ge den egna ledningen stöd i kommunikationsfrågor och arbetar självständigt med att analysera, planera, genomföra och utvärdera kommunikationsinsatser. En viktig uppgift är också att vara en länk mellan den egna verksamheten och kommunikationsavdelningen.

Bilaga 1

Lagar och förordningar

Det finns ett antal lagar och förordningar som styr och påverkar kommunens generella kommunikationsarbete. Det finns också specifik lagstiftning för bolag och förvaltningar. De viktigaste principerna i dessa lagar är:

Tryckfrihetsförordningen och Offentlighetsprincipen som 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.

Meddelarfriheten som 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.

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

Förvaltningslagen som säger att kommunen ska ge allmänheten god service och kunskap om hur kommunen styrs och vilka möjligheter som finns att påverka före beslut. Frågor från allmänheten ska besvaras skyndsamt.

Dataskyddsförordningen - General Data Protection Regulation (GDPR) som bevakar enskildas rätt till skydd av personuppgifter, vilket reglerar hur vi får använda till exempel bilder och namn i vår kommunikation.

Lagen om tillgänglighet till digital offentlig service

Lagen, som började gälla den 1 januari 2019 och införs i sin helhet under 2020, medför större krav på tillgänglighet på offentliga myndigheters webbplatser och mobila applikationer så att de kan uppfattas och hanteras av alla.

Språklagen som reglerar språkens ställning. Den säger bland annat, genom klarspråksparagrafen, att språket i offentlig verksamhet ska vara vårdat, 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 2

Relaterade dokument

Vision 2025 – Varberg Västkustens kreativa mittpunkt

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

Varbergs kommuns grafiska profilmanual

Den grafiska profilmanualen, antagen av kommunstyrelsen, 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 för mediakontakter beskriver hur kommunen ska förhålla sig till och samverka med medierna.

Handbok sociala medier

Handboken är ett stöd i det vardagliga arbetet, men innehåller också riktlinjer för hur Varbergs kommun agerar i sociala medier, till exempel vad som krävs för uppstart av ett nytt konto.

Mål- och inriktningsdokument

Kommunfullmäktige har antagit ett mål- och inriktningsdokument som gäller för åren 2020-2023. Dokumentet är styrande för arbetet i nämnder och förvaltningar.

Styrmodell för Varbergs kommun

Dokumentet "Styrmodell för Varbergs kommun" är ett sammanfattande dokument för våra arbetssätt, målstyrning, roller, ansvar och mandat samt intern kontroll.

Lednings- och informationsplan vid samhällsstörningar och extraordinära händelser

Lednings- och informationsplanen beskriver hur kommunens ledning ska organiseras och dess uppgifter vid samhällsstörningar och extraordinära händelser för att angivna mål och inriktningar ska uppnås. Ett avsnitt beskriver specifikt arbetet med kommunikation och media.