



Kommunikationspolicy

Grästorps kommun

Fastställd av Kommunfullmäktige 2018-11-26, § 129 Uppdateras före 2022-1120



1. Syftet med kommunikationspolicyn

Kommunikationspolicyn syftar till att skapa en gemensam syn på kommunikation i organisationen. Policyn är ett hjälpmedel för samsyn kring hur vi ska kommunicera internt och externt, vilka principer och lagar som styr kommunikationen och hur vi ska hantera media och eventuella kriser.

Genom ett gemensamt förhållningssätt till kommunikationen blir vi en tydlig avsändare som kommunicerar på ett sätt som passar målgruppen, i lämpliga kanaler, i rätt tid.



2. Kommunikation i enlighet med Grästorp 5.0

Grästorp 5.0 handlar om fem sätt att tänka i allt vi gör för att möta framtiden och dess utmaningar. Dessa fem sätt att tänka ska även genomsyra all vår kommunikation.

❖ **Vi tänker värdskap i allt vi gör**

Kommunikationen ska bidra till att anställda och medborgare känner sig välkomna i kommunen och bidra till ett gott värdskap genom tillgänglig och enkel kommunikation med mottagarens behov i fokus.

❖ **Vi tänker helhet i allt vi gör**

Kommunikationen ska bidra till ett helhetsperspektiv och samverkan genom en god kännedom om varandras roller och verksamheterna i organisationen.

Kommunikationen ska också bidra till att sprida goda exempel och lärdomar över verksamhetsgränserna för ett gemensamt lärande som gynnar organisationen som helhet.

❖ **Vi tänker digitalisering i allt vi gör**

Kommunikationen ska i största möjliga utsträckning vara tillgänglig även digitalt och ibland enbart digitalt om det är lämpligt utifrån målgrupp och ämne.

❖ **Vi tänker medledarskap i allt vi gör**

Kommunikationen ska bidra till att medledare känner delaktighet och ansvar genom ett gott kommunikationsklimat som präglas av tillgängliga och lyhörda chefer, feedbackmöjligheter, informationstillgång, möjlighet till dialog och öppenhet.

❖ **Vi tänker innovation i allt vi gör**

Kommunikationen ska användas på nya, innovativa sätt för att nå, engagera och involvera medborgarna och medledarna. Kommunikationen ska också bidra till att inspirera till innovation och sprida innovationer i kommunen och mellan samverkanskommuner.



3. Ansvar och organisation

Kommunstyrelsen har det övergripande ansvaret för kommunens information. Det gäller främst policyfrågor, övergripande politiska beslut och frågor som rör hela organisationen.

Chefer har kommunikationsansvar gentemot sina medledare, medborgare och ledning. Som chef översätter och sällar du information så att relevant och värdefull information når medledarna. Du är också tillgänglig, skapar dialog och förmedlar medledarnas idéer och tankar vidare för att skapa ett gott kommunikationsklimat och delaktighet bland medledarna. Du säkerställer att medborgare får viktig information om verksamheten och du för en ständig dialog med andra chefer och ledning för att uppdatera och hålla dig uppdaterad.

Medledare ansvarar för att ta del av den information som krävs för att kunna genomföra ett bra arbete. Som medledare söker och sprider du aktivt information som är viktig för verksamheten till dina kollegor och brukare.

Kommunikatören är en resurs för samtliga verksamheter och stöttar i kommunikationsfrågor. Kommunikatören tar också fram övergripande riktlinjer och strategier för hur kommunikationsarbetet i kommunen ska fungera och utvecklas.

Även om vi har olika funktioner och ansvarsroller inom kommunikationsområdet är det ett gemensamt ansvar att bidra till den externa och interna kommunikationen.



4. Kommunikationens grunder

När vi kommunicerar externt och internt i Grästorps kommun följer vi nio grundregler.

Enkel och anpassad.

Vi anpassar språk och kanalval utifrån mottagarens behov och förkunskaper. Vi använder ett enkelt, kortfattat språk utan fackuttryck och förkortningar.

Inkluderande.

Vi använder tilltal snarare än omtal i vår kommunikation. Vi tänker normkritiskt och har ett genusperspektiv med oss för att vår kommunikation ska vara så inkluderande som möjligt.

Intern före extern.

Vi kommunicerar i regel internt innan vi kommunicerar externt till massmedia och kommuninvånare. Det är extra viktigt när det handlar om större beslut och förändringar i kommunens verksamheter.

Snabb och korrekt.

Vi förmedlar information snabbt och kontrollerar fakta. Det är särskilt viktigt vid en kris. Då är det viktigare med snabba korta uppdateringar snarare än att invänta en heltäckande bild.

Öppen och proaktiv.

Vi är öppna och ärliga med vad som händer i kommunen. Vi är proaktiva och informerar om både positiva och negativa händelser i förebyggande syfte för att motverka spekulationer och missuppfattningar. Vi bjuder också in till dialog och synpunkter.

Tydlig avsändare.

Vi använder kontaktuppgifter, logga och grafisk profil för att skapa igenkänning och tydlighet kring vem som är avsändare.

Tidigt och samordnat.

Vi tänker in kommunikationen i ett tidigt skede och samordnar kommunikationen för en tydlig och effektiv kommunikation. Vi kommunicerar beslut och förändringar tidigt för att ökad förståelse, känsla av delaktighet och acceptans.

Tillgängliga och välkomnande.

Vi svarar den som söker oss snabbt och bemöter alla på ett trevligt, välkomnande sätt. Vi besvarar e-post inom två dagar och lägger till en e-post-signatur med kontaktuppgifter enligt den grafiska profilen. Vi förmedlar kontaktuppgifter till den som är ansvarig om vi inte själva kan besvara en fråga.

Dialog vid förändringar.

Vi bjuder in till dialog om större beslut och känsligare frågor. Dialog möjliggör direktåterkoppling, minimerar risken för missuppfattningar och ökar acceptansen för utfallet även om det går emot ens vilja. Vi har en dialog med de som är berörda samtidigt för att undvika ryktesspridning.



5. Profilering - vårt varumärke

Grästorps kommun har tagit fram en varumärkesplattform för att kommunen lättare ska kunna kännas igen, och för att såväl kommunens medarbetare som politiker och invånare ska kunna enas om vad kommunen står för.

Varumärket sammanfattas med följande budskap:

Lev din lantliga dröm i händelsernas centrum

För att förklara lite mer vad varumärket Grästorps kommun står för finns tre fördjupningar:

Lantligt men centralt – Bo lantligt med närhet till arbetsmarknad, utbildning och fritidsutbud tack vare bra vägar och kollektivtrafik.

Välkomnande med hjärta och kunskap – I Grästorp överträffas ofta förväntningarna på service och bemötande.

Grästorp kan – tillsammans och med kreativitet – Grästorpsandan innebär att vi gör det omöjliga möjligt. Idrottsanläggningar i toppklass och Nossan Ljusfestival är några exempel.

Budskapen ligger till grund för all marknadsföring av Grästorps kommun och är kärnvärden som vi alltid ska komma ihåg att lyfta fram.



6. Grafisk profil

Den grafiska profilen bestämmer vilka typsnitt, färger och logotyper som används i Grästorps kommun.

Fördelarna med en gemensam grafisk profil är att:

- Vi skapar en positiv helhetsbild av kommunen genom ett samlat och professionellt yttre.
- Vi stärker helhetsperspektivet genom att främst profilera kommunen framför den egna verksamheten.
- Vi sparar resurser i form av tid och pengar genom att återanvända mallar för annonser och dylikt som är utformade enligt den gemensamma grafiska profilen.
- Vi blir en tydlig avsändare, vilket ger förtroende för kommunens verksamhet och möjlighet till återkoppling.

En viktig del av den grafiska profilen är Grästorps kommuns två olika logotyper:

Kommunvapnet – när vi kommunicerar i form av *myndigheten Grästorps kommun*, till exempel när vi söker nya medledare, skickar brev/fakturor till kommuninvånare och på interna och politiska dokument.

Älglogotypen – när vi kommunicerar i form av *platsen Grästorp* och vill jobba med vårt platsvarumärke utåt.

På hemsidan och intranätet hittar du en manual som beskriver den grafiska profilen och hur den ska användas. Du kan kontakta kommunikatören om du har frågor som rör den grafiska profilen.



7. Massmediarelationer

Massmedia har en mycket viktig roll för en kommun. Det är medias uppgift att granska offentliga myndigheter och den bild som tidningar, radio och tv förmedlar har stor betydelse för hur vi som kommun uppfattas. Därför är det viktigt att vi har en god relation med massmedia, där vi hela tiden strävar efter att ge en så korrekt bild av vår verksamhet som möjligt.

Kriterier för ett gott massmediaarbete:

- **Tillgänglighet.** Vi ska vara tillgängliga när media tar kontakt. Den person som har ansvar för den aktuella frågan ska svara media. Om det är någon annan så hänvisar du media dit och hjälper till med kontaktuppgifter. Kommunens kommunikatör finns för stöd och råd.
- **Snabbt men inte förhastat.** Du strävar efter att ge ett svar så fort som möjligt men om du är osäker på vad du ska säga ber du att få återkomma inom kort. Du kan också be att få frågorna innan.
- **Proaktivitet.** Om du mistänker att en händelse, ett beslut eller likande kan bli aktuellt i media kontaktar du kommunens kommunikatör så att vi kan föregå media med information externt och internt och får möjlighet att ge vår syn på saken.
- **Media som kanal.** Tänk på att media är en viktig, och många gånger effektiv, kanal för att nå ut med budskap. Använd därför media som ett sätt att nå ut med kommunens information, både vid negativa och positiva händelser. Kontakta kommunens kommunikatör för att sprida pressmeddelanden och bjud gärna in media på plats vid större evenemang eller liknande.
- **Internt före externt.** Vi ska i den mån det är möjligt informera våra medledare före informationen når ut i media. Om du blir uppringd av en journalist ska du därför ta kontakt med kommunens kommunikatör så att vi har chans att nå ut med informationen i förväg.



8. Krisinformation

Grästorps kommuns kriskommunikation:

- Utgår från vad mottagaren behöver känna till och inte främst vad vi själva vill förmedla.
- Är snabb och korrekt. Vi uppdaterar informationen ofta, även om det inte finns mycket nytt att berätta, och vi går inte ut med information som inte är bekräftad.
- Går ut både externt och internt. Det är viktigt att inte glömma den interna kriskommunikationen och i den mån det är möjligt är det bra om information når ut internt före den når media och medborgare.
- Fokuserar på information om den fysiska och psykiska hanteringen av krisen (instruktioner och anpassning) före rykteshantering.
- Bygger på tillit som vi har byggt upp i kommunen under tider av normalläge och som vi vårdar genom ärlighet och öppenhet i kristider.

Varje kommun ska ha en krisinformationsplan som beskriver hur kommunikationen ska organiseras vid en extraordinär händelse. Kommunikatören är ansvarig för krisinformationsplanen som ska ses över årligen och uppdateras vid behov.

Kommunikatören ingår i Grästorps kommuns krisledningsstab. Vid en extraordinär händelse samordnar kommunikatören intern och extern krisinformation med utgångspunkt i den aktuella lägesbilden.

En intern informationsgrupp kan sammankallas vid en kris för att stötta kommunikatören med intern information till verksamheterna om läget och vilka beslut som ledningen har fattat. Verksamheterna informerar i sin tur till ledningen för att ge bra beslutsunderlag.



9. Lagar som reglerar kommunikationsarbetet

Här följer en kortfattad beskrivning av några av de viktigaste lagarna som reglerar kommunens kommunikationsarbete.

Språklagen

Enligt språklagen ska språket i offentlig verksamhet vara vårdat, enkelt och begripligt. Klarspråk är ett begrepp för myndighetstexter som uppfyller de kraven. Grästorps kommun ska i största möjliga mån sträva efter klarspråk i både intern och extern kommunikation.

Offentlighetsprincipen

Offentlighetsprincipen innebär att alla myndigheter är skyldiga att lämna ut allmänna handlingar, så snart det är möjligt, till den som begär det, såvida inte handlingarna är sekretessbelagda.

Yttrandefrihet och meddelarfrihet

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

Meddelarfriheten kompletterar yttrandefriheten. Den innebär att alla anställda inom offentlig verksamhet muntligen får lämna uppgifter till massmedia, i syfte att de ska publiceras. Förbud gäller även att efterforska källan till uppgifterna samt att media inte får avslöja källan om den vill vara anonym.

GDPR, Dataskyddsförordningen

Dataskyddsförordningen (GDPR) innehåller regler om hur man får behandla personuppgifter och syftar till att stärka skyddet för den personliga integriteten. Förordningen gäller sedan 25 maj 2018 och ersätter personuppgiftslagen (PuL).

Vanliga personuppgiftsbehandlingar inom kommunikationsområdet är behandling av bilder och filmer. För kommunikationsarbetet i Grästorps kommun innebär Dataskyddsförordningen bland annat att:

- Vi behöver använda samtycken när vi exempelvis fotograferar och filmar om inte någon av de rättsliga grunderna (såsom allmänt intresse) ger stöd för behandlingen.
- Samtyckena behöver vara dokumenterade (blankett, filmat, digitalt etc.). Du hittar en mall för samtycke för foto/filmpublicering på intranätet.
- Bara de som är behöriga ska kunna komma åt behandlade personuppgifter. Det innebär bland annat att bildbanken behöver ha en begränsad tillgänglighet.