

kommunikationspolicy



Trosaån en tidig morgon
innan turisterna strömmat till



Innehållsförteckning

1. Inledning	1
2. Skyldigheter att kommunicera	1
3. Vad är bra kommunikation?	2
4. Vem har ansvar för kommunikationen?	2
5. Intern kommunikation	2
5.1. Mål med intern kommunikation	3
5.2. Hur skapar vi bra intern kommunikation och på vilket sätt får vi ut den?	3
6. Extern kommunikation	3
6.1. Mål med extern kommunikation	4
6.2. Hur skapar vi bra extern kommunikation och på vilket sätt får vi ut den?	4
7. Massmedierelationer	4
 Bilaga: Medieträning på en minut Lathund vid intervjuer	

1. Inledning

Vi är alla med och skapar bilden av Trosa kommun. Hur vi kommunicerar är avgörande för hur vi uppfattas. Att kommunicera handlar om att skapa och förmedla information och bilder, att ge uttryck och att ta intryck. Vi måste i vår kommunikation försäkra oss om att vi förmedlar en verklig bild av och rätt budskap om Trosa kommun.

Ett bra kommunikationsarbete ökar kunskapen, delaktigheten och ansvaret hos Trosa kommuns medarbetare. Bra kommunikation ger också kommunens invånare bättre möjligheter till insyn och insikt samt förtroende för Trosa kommun och dess verksamheter. Genom bra kommunikation fogas Trosa kommun samman vilket bidrar till att kommunens mål och visioner enklare kan uppnås.

Bra kommunikation skapas av kommunens ledning samt av chefer och medarbetare. Alla som arbetar inom Trosa kommun har ett dagligt ansvar att se till att vår kommunikationspolicy blir till verklighet. Varje förvaltning ska använda kommunikationspolicyn som ett verktyg i sina konkreta kommunikationsstrategier och kommunikationsplaner.

Trosa kommuns kommunikationspolicy kompletteras med en kommunikationsstrategi och en kommunikationsplan för de närmaste åren. Därutöver finns också en grafisk manual för t ex produktion av trycksaker, annonsering, användning av vapen m m.

2. Skyldigheter att kommunicera

All kommunal verksamhet styrs av lagar. De olika lagarna beskriver våra skyldigheter att kommunicera, både internt och externt och ger medborgare rättigheter till insyn i allt vårt arbete. De lagar som påverkar kommunikationsarbetet är följande:

- *Arbetsmiljölagen*
- *Förvaltningslagen* – varje myndighet ska lämna upplysningar, vägledning, råd och annan hjälp till medborgarna i frågor som rör verksamheten.
- *Marknadsföringslagen* – marknadsföring ska följa god marknadsföringssed för att skydda konsumenten.
- *Offentlighetsprincipen* – vem som helst har rätt att ta del av offentliga handlingar som förvaras hos en myndighet utan att myndigheten kan ställa krav på identitet och syfte hos den som efterfrågar uppgifter.
- *PUL, personuppgiftslagen* – skyddar personuppgifter så att den personliga integriteten inte kränks.
- *Sekretesslagen* – anger vilka uppgifter som kan sekretessbeläggas för att skydda enskilda människor.
- *Upphovsrättslagen* – upphovsrätt till t ex text och bild.
- *Yttrandefrihet och meddelarfrihet* – offentlighetsanställdas rätt att lämna information för publiceringssyfte. Kompletteras med ett förbud för arbetsgivaren att efterforska källan.

3. Vad är bra kommunikation?

Bra kommunikation kräver eftertanke, beredskap och ett långsiktigt förhållningssätt. Planerad och integrerad kommunikation bidrar till delaktighet och kunskap.

Vårt dagliga arbete och den service som vi ger våra målgrupper skapar till stor del bilden av Trosa kommun och bidrar till uppfattningen av varumärket Trosa. Därför är det extra viktigt att vi kommunicerar det vi gör och att vi kommunicerar på rätt sätt.

Det betyder att:

- Kommunikationen ska ses som en naturlig del i planer och beslut som rör våra verksamheter.
- Kommunikationen måste vara målgruppsanpassad och lättillgänglig. Olika målgrupper har olika kunskaper, förutsättningar och behov.
- Kommunikationen måste vara relevant och tydlig så att den ger realistiska förväntningar på vårt arbete. Kommunikationen ska också vara enhetlig samt identitetsskapande och bidra till en positiv bild av Trosa kommun.
- Kommunikationen måste vara välplanerad, långsiktig och integrerad i kommunens ledningsarbete. Varje chef har ansvar för att kommunikationen fungerar på närmaste lägre nivå. Alla medarbetare är också skyldiga att själva söka information och den kunskap som behövs för att kunna genomföra sitt arbete på bästa sätt.
- Den interna och externa kommunikationen måste samordnas. Samma sak skall sägas utåt som inåt och ska sägas samtidigt.

4. Vem har ansvar för kommunikationen?

Kommunstyrelsen har det övergripande ansvaret för kommunikationsfrågorna i Trosa kommun.

Informations- och näringslivschefen har, efter att kommunstyrelsen fattat beslut, ett övergripande ansvar för kommunens externa och interna kommunikation samt för policy-, webb- och varumärkesfrågor. Informations- och näringslivsenheten fungerar också som ett strategiskt stöd och bollplank i kommunikationsfrågor.

Varje nämnd, kommunalt bolag och förvaltning har ett övergripande ansvar för kommunikationen, internt och externt, inom sitt ansvarsområde.

Varje chef har kommunikationsansvar inom sitt verksamhetsområde, gentemot sin personal och sina målgrupper.

Varje medarbetare har ett ansvar att själv söka och ta del av den information som är en förutsättning för arbetets utförande.

5. Intern kommunikation

Den interna kommunikationen ger bra förutsättningar för att vi ska kunna utföra vårt arbete på ett effektivt sätt. Kommunikation mellan olika förvaltningar, nätverk, grupper m m är viktig för kommu-

nens utveckling och skapar stöd för att vi ska uppnå våra mål och visioner.

Målgrupper:

- Medarbetare
- Förtroendevalda
- Kommunala bolag samt till viss del kommunens entreprenörer

5.1. Mål med intern kommunikation

- **En effektiv organisation** – medarbetare ska informeras om den egna verksamhetens mål, strategi, ekonomi och roll i samhället. Varje medarbetare ska också förstå Trosa kommuns roll, vision och mål och sin egen insats betydelse i denna helhet.
- **Ge bättre beslutsunderlag** – ökade kunskaper ger större kompetens att ta rätt beslut. Det vi säger externt måste först förstås internt annars finns risk för att budskapen blir felaktiga eller svåra att förstå.
- **Skapa enighet om mål och vision** – genom ständig dialog är det enklare att arbeta mot samma mål, trots olika verksamheter.

5.2. Hur skapar vi bra intern kommunikation och på vilket sätt får vi ut den?

Den interna kommunikationen måste finnas tillgänglig och ska vara hanterbar. Den ska planeras så att den når rätt personer vid rätt tidpunkt. Interninformation ska präglas av relevans och tydlighet.

Den interna kommunikationen kan spridas t ex genom:

- Muntligt på möten, via nätverk, grupper m m
- Information på intranätet
- Genom interntidningen Trosa.nu
- Introduktionspaket för nyanställda
- Genom trycksaker, informationsmaterial m m

6. Extern kommunikation

Genom bra och långsiktig extern kommunikation kan vi skapa trovärdighet och kunskap kring Trosa kommun och vårt arbete. Det kan ge Trosa kommun ett gott rykte samt bidra till en positiv bild av varumärket Trosa.

Den externa kommunikationen hjälper oss att sprida kunskap om Trosa kommun samt skapar en allsidig och korrekt bild av vår verksamhet och vår stad.

Målgrupper:

- Medborgare
- Massmedia

- Näringsliv
- Turister och besökare
- Myndigheter och organisationer

6.1. Mål med extern kommunikation

- **Nå bättre resultat** – en effektiv kommunikation skapar möjlighet till dialog med de olika målgrupperna och kan på så sätt hjälpa oss att nå våra mål.
- **Bidra till en positiv bild av Trosa kommun** – extern kommunikation är ett verktyg för att skapa en positiv bild av Trosa kommun och stärker varumärket Trosa.
- **Öka medborgarnas engagemang** – ökade kunskaper om och insyn i kommunala frågor medför engagemang. Ökad dialog mellan kommunen och medborgarna skapar bättre förutsättningar för möjlighet till påverkan för medborgarna och ger incitament till ett gott "ambassadörsskap" för Trosa kommun.
- **Ge en grund för korrekt rapportering i massmedierna** – massmedierna ska granska och bevaka offentliga myndigheters verksamhet. Genom bra, tydlig och relevant kommunikation kan vi ge en korrekt bild av Trosa kommun och våra verksamheter.
- **Underlätta för rekrytering och nyetablering** – att skapa en rättvisande bild av Trosa kommun gör det lättare att rekrytera arbetskraft och få företag att etablera sig här.

6.2. Hur skapar vi bra extern kommunikation och på vilket sätt får vi ut den?

Vi som arbetar i Trosa kommun måste vara lättillgängliga, oavsett om det är vid möten, per telefon, via mail eller på webben eller genom andra kanaler. De som kontaktar oss ska uppleva att de får snabb kontakt med rätt person och får korrekta svar på sina frågor. En återkoppling bör ske inom 24 timmar.

Vår hemsida ska vara öppen för alla, dygnet runt. Det ska vara uppdaterad och innehålla rätt information, anpassad till alla målgrupper.

Kommunikationen ska vara enkel att förstå och att ta till sig samt ska främja dialog. Bilden av Trosa kommun ska vara entydig och tydlig och skall utgå från användarens behov.

Val av media, för att föra ut våra budskap, anpassas efter hur vi på bästa sätt når den aktuella målgruppen.

7. Massmedierelationer

Massmedierna fyller en viktig funktion som granskare av kommunens arbete. Massmedierna är också en kanal som vi använder för att sprida fakta och information om våra verksamheter via textpressmeddelanden eller genom annonsering. Goda massmedierelationer bidrar till att öka kunskapen om Trosa kommun. Den publicitet vi får styr till stor del bilden av Trosa samt hur vi uppfattas av omvärlden. Genom medierna kan vi förklara och öka kunskapen kring Trosa kommun.

I vårt land finns en grundlagsskyddad frihet att framföra sina åsikter samt att lämna uppgifter anonymt till massmedia (meddelandefrihet). Detta innebär att alla i Trosa kommun har rätt att uttala sig, såväl som privatperson som i sin yrkesroll. Utan att göra avkall på principerna bör man

dock vara noga med att skilja på sina privata åsikter och de åsikter som man för fram för Trosa kommuns räkning. Ingen är skyldig att uttala sig offentligt. Den som inte är insatt i ett ämne bör hänvisa till någon som känner till det aktuella området. Informera alltid närmaste chef och, vid stor betydelse, även Informations- och näringslivsenheten, i kontakten med massmedia.

Vi i Trosa kommun ska vara tillgängliga för journalister och villiga att svara på deras frågor. Vi förklarar alltid orsaken till varför vissa uppgifter inte kan tas fram på t ex kort tid. Detta ökar förståelsen för våra arbetsvillkor.

Vi ska vara offensiva och aktiva i planeringen av vår information till massmedia. Detta gäller både i frågor som kan orsaka positiv eller negativ publicitet. Det ökar vår trovärdighet och minskar risk för ev. ryktesspridning eller missvisande publicitet. Vid sakfel eller missförstånd i massmedierna kontaktas ansvarig journalist för en rättelse.

Våra budskap, som vi går ut med i planerade massmediekontakter, ska vara förankrade internt innan de går ut externt. Om en fråga uppmärksammas i massmedia innan den kommunicerats internt ska ansvarig chef se till att informera berörda medarbetare.

Se Informations- och näringslivsenheten som en resurs och ta dem till hjälp när det behövs.

Trosa kommun 2007-07-12

Anna Wrangel
Informations- och näringslivschef