



# Kommunikationspolicy

Typ av styrdokument	Policy
Beslutsinstans	Kommunfullmäktige
Fastställd	2023-10-30, § 81
Diarienummer	KS 2023/882
Giltighetstid	Från och med 15 november år 2023 och tillsvidare
Dokumentet gäller för	Samtliga medarbetare, chefer och förtroendevalda i kommunen
Dokumentansvarig	Kommunikationschef
Tidpunkt för aktualitetsprövning	Vid behov

# Innehåll

Inledning.....	3
Policyns syfte.....	3
Avgränsningar .....	3
Övergripande kommunikationsmål .....	3
Förhållningssätt till omgivningen .....	4
Öppen .....	4
Snabb .....	4
Tydlig .....	4
Tillgänglig .....	5
Målgrupper .....	5
Budskap .....	5
Kanaler.....	5
Grafisk profil .....	6
Ansvarsfördelning .....	6
De politiska partierna.....	6
Kommunstyrelse .....	6
Kommundirektör .....	6
Nämnder och styrelser .....	6
Förvaltningschefer .....	7
Övriga chefer .....	7
Kommunikationsavdelningen .....	7
Förvaltningskommunikatörer .....	7
Medarbetare .....	7

## Inledning

En välfungerande intern och extern kommunikation är en grundförutsättning för att Falköpings kommun ska uppnå sina verksamhetsmål och visionen om ”Det goda livet”. Detta kräver i sin tur att vi inom organisationen har en gemensam syn på kommunikationsfrågorna och att vi alla ser kommunikation som ett viktigt strategiskt och operativt verktyg i vårt arbete.

## Policyns syfte

Kommunikationspolicyn riktar sig till samtliga medarbetare och förtroendevalda i Falköpings kommun. Syftet är att den ska fungera som en vägledning och ange ramarna för hur vi ska kommunicera genom att tydliggöra mål, framgångsfaktorer och ansvarsfördelning i kommunikationsarbetet. Kommunikationspolicyn utgör också ett paraply för övriga strategier, planer, riktlinjer och rutiner inom kommunikationsområdet.

## Avgränsningar

Policyn är inriktad på kommunikationen kring Falköpings kommun som *organisation* och handlar inte om hur vi ska marknadsföra Falköpings kommun som *plats*.

## Övergripande kommunikationsmål

Den gemensamma nämnaren för all intern och extern kommunikation är att den ska hjälpa oss att nå våra verksamhetsmål. Därför är det viktigt att vår kommunikation bidrar till att vi:

- bygger ett starkt förtroende för kommunen och dess företrädare
- ökar kännedomen om och insynen i det demokratiska uppdrag vi ansvarar för
- ökar kännedomen om och tillgängligheten till den samhällsservice vi erbjuder
- synliggör och skapar intresse för den nytta vi gör för invånare och företag
- stärker kommunens varumärke som arbetsgivare
- ger medarbetarna relevant information så att de kan utföra sina arbetsuppgifter samt känna delaktighet, arbetsglädje och motivation
- bygger en intern stolthet och vi-anda som uppmuntrar till en aktiv dialog mellan organisationens olika delar.

För att nå kommunikationsmålen måste kommunikationen vara planerad. Det innebär att vi utformar rätt budskap till rätt målgrupp, vid rätt tillfälle i rätt kanal.

## Förhållningssätt till omgivningen

Kommunens kommunikation ska vara öppen, snabb, tydlig och tillgänglig.

### Öppen

Öppenhet är en förutsättning för att leva upp till offentlighetsprincipen och främja demokratin. Vår utgångspunkt är att vara öppna i såväl positiva som negativa sammanhang. Genom att skapa insyn i kommunens verksamhet skapar vi förtroende och ger invånarna möjlighet att vara delaktiga och ta tillvara sina demokratiska rättigheter. Vi säger som det är och redovisar fakta.

Medier har en viktig funktion i samhället som granskare av kommunens arbete, den demokratiska processen och användandet av skattemedel. Öppenhet och god service till media är därför en prioriterad del av kommunikationsarbetet.

### Snabb

För att ta tillvara möjligheten att förmedla vår bild av viktiga frågor och händelser ska vi vara proaktiva och själva ta initiativ till att kommunicera. Genom att nå ut med vår information först kan vi undvika missförstånd, ryktesspridning och onödig negativ publicitet.

Det är viktigt att planera och samordna den externa kommunikationen med den interna kommunikationen. Så långt som möjligt ska den interna kommunikationen ske före, men senast samtidigt, som den externa kommunikationen. Kommunens medarbetare ska ha tillgång till korrekt förstahandsinformation och inte behöva överraskas av externa nyheter om den egna organisationen som både kan innehålla faktafel och vara vinklad. Välinformerade medarbetare kan lättare svara på frågor och hantera situationer utifrån omvärldens reaktioner på en händelse.

### Tydlig

Enligt språklagen ska språket i offentlig verksamhet vara vårdat, enkelt och begripligt. Därför är det angeläget att Falköpings kommun bedriver ett systematiskt klarspråksarbete där vi i vår kommunikation anpassar innehåll, struktur och språk till mottagaren. Vi undviker fackspråk, förkortningar och byråkratiska formuleringar.

## Tillgänglig

Det ska vara lätt att komma i kontakt med Falköpings kommun. Det förutsätter att vår information är tillgänglig i olika kanaler och att vi i möjligaste mån möter våra målgrupper i de forum och kanaler som de själva föredrar att använda. Vi ska också leva upp till de krav som finns i lagen om tillgänglighet till digital offentlig service.

## Målgrupper

Kommunens verksamhet berör alla invånare, företag, föreningar och övriga organisationer som verkar i kommunen. Alla är viktiga att kommunicera med, men i vår kommunikation lägger vi extra fokus på vissa målgrupper.

Primära målgrupper för den interna kommunikationen:

- Medarbetare
- Förtroendevalda

Primära målgrupper för den externa kommunikationen:

- Kommuninvånare
- Potentiella medarbetare
- Massmedia

## Budskap

Vad vi säger och hur vi säger det formar och förstärker bilden av hur omvärlden uppfattar Falköpings kommun. För att skapa trovärdighet måste vi vara konsekventa i våra budskap på alla nivåer i kommunikationen.

Vårt huvudbudskap är att ”Vi är till för Falköpingsborna”. Det är ingen slogan som vi ska använda, utan handlar om vilken känsla vi ska förmedla genom vår kommunikation.

Ett budskap ska vara rakt, tydligt och enkelt för att det ska vara lätt att komma ihåg. Försöker vi få för mycket sagt vid samma tillfälle är risken stor att vi blir otydliga och att huvudbudskapet går förlorat. När vi formulerar vårt budskap är det viktigt att vi använder ett utifrånperspektiv och utgår från mottagarens förkunskaper och informationsbehov.

## Kanaler

Vi anpassar valet av kanaler utifrån vad det är vi vill kommunicera och den målgrupp vi vill nå. Utgångspunkten är att Falköpings kommun i första hand kommunicerar i digitala kanaler, såväl internt som externt. De kanaler

vi använder ska vara tillgängliga för så många som möjligt oavsett förutsättningar.

Intranätet (Falnet) är vår primära kanal för intern kommunikation. Inom avdelningar, enheter och andra mindre grupper spelar även Teams och fysiska möten en central roll i kommunikationen.

Webbplatsen falköping.se är vår primära kanal för extern kommunikation samt för åtkomst av tjänster och service som vi erbjuder.

## Grafisk profil

Falköpings kommuns grafiska profil ska användas i all kommunikation. Ett korrekt och konsekvent användande av den grafiska profilen skapar igenkännande och gör det tydligt för mottagaren vem som är avsändare för kommunikationen. Internt skapar den grafiska profilen samhörighet.

## Ansvarsfördelning

Kommunikation är allas ansvar, men för vissa är ansvaret särskilt uttalat. Grundprincipen är att den person som ansvarar för en verksamhet också ansvarar för kommunikationen. Ett undantag är vid extraordinära händelser, komplexa frågor eller frågor som riskerar att negativt påverka allmänhetens förtroende för kommunen. Då kan det finnas skäl att utse en särskild talesperson för kommunen som är ansvarig för alla uttalanden i media i den specifika frågan.

### **De politiska partierna**

Partiernas egna organisationer hanterar partipolitisk kommunikation.

### **Kommunstyrelse**

Kommunstyrelsen leder och samordnar kommunens kommunikationsarbete.

### **Kommundirektör**

Kommundirektören ska säkerställa att kommunikation används som ett strategiskt verktyg för ledning, styrning och utveckling i hela organisationen. Kommundirektören ska också verka för att Falköpings kommun har en öppen, tillgänglig och professionell hållning till media i sina förvaltningar samt att nödvändig kunskap finns om reglerna kring allmänna handlingars offentlighet.

### **Nämnder och styrelser**

Varje nämnd och styrelse ansvarar för den egna verksamhetens kommunikation av politiska frågor och beslut.

## **Förvaltningschefer**

Förvaltningschefer har det övergripande ansvaret för den egna förvaltningens kommunikation på tjänstepersonnivå. De ansvarar också för att de olika policyer, planer och riktlinjer som finns för kommunikation implementeras i den egna verksamheten.

## **Övriga chefer**

Varje chef ansvarar för den egna verksamhetens kommunikation och för att kommunikationsplaneringen är en integrerad del i verksamhetsplaneringen.

## **Kommunikationsavdelningen**

Kommunikationsavdelningen ansvarar för att verkställa kommunstyrelsens kommunikationsuppdrag. Det innebär att avdelningen har till uppgift att leda och samordna men också att utveckla kommunens kommunikation.

Avdelningen är bland annat ansvarig för att:

- ge stöd vid kommunikationsplanering i aktuella ärenden, projekt och processer
- vägleda och ge stöd vid mediakontakter
- ta initiativ till nödvändiga kompetensutvecklingsinsatser inom kommunikationsområdet
- vara ett ledningsstöd i det interna och externa kommunikationsarbetet
- förvalta och utveckla kommunens interna och externa kommunikationskanaler
- följa upp och utvärdera kommunens övergripande kommunikationsverksamhet.

## **Förvaltningskommunikatörer**

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

## **Medarbetare**

Varje medarbetare har ett ansvar för att söka, ta del av och dela med sig av information inom sitt arbetsområde.