

## Riktlinjer för kommunikation för Marks kommun

### Inledning

Riktlinjer för kommunikation för Marks kommun är en fördjupning av Kommunikationspolicy för Marks kommun.

Varumärkesarbete bygger på hög kompetens, arbetsglädje och serviceanda. Här är engagemang, omtänksamhet och utveckling viktiga förutsättningar för att vi ska kunna åstadkomma ett bra resultat – helt i enighet med kommunens värdegrund.

Ett annat viktigt begrepp är förtroende, som är viktigt för att hela verksamheten ska fungera. Vi behöver verka för förtroendefulla relationer såväl inom organisationen som i relationen mellan kommunen och dem vi finns till för. Det är grunden för att vi ska få arbetsro för att utföra vårt uppdrag på ett tillfredställande sätt.

I kommunens kommunikationspolicy fastslås ett antal grundläggande principer för kommunikation i Marks kommun. Dessa principer är:

- All kommunikation ska stödja och leva upp till Marks kommuns vision, mål och beslut
- Kommunikation är en demokratisk rättighet för Marks kommuns invånare
- Kommunicera internt så långt det är möjligt före externt
- All kommunikation utgår från mottagarens behov
- Dialog är grunden för en bra kommunikation

### Krav på kommunikationen

För att kunna leva upp till de övergripande kommunikationsprinciperna som bygger på värderingar måste Marks kommuns kommunikation vara **öppen, tydlig, planerad** och **tillförlitlig**, i både med- och motgång. Med det menar vi:

#### Öppen

- **Tillgänglig.** Alla medborgare har rätt till insyn i Marks kommuns verksamhet, med undantag för information som är sekretessbelagd. Därför ska vår information vara tillgänglig oavsett olika typer av funktionsnedsättning. Det ska vara lätt att komma i kontakt med oss som arbetar i Marks kommun och vi ska vara öppna för information, kritik och synpunkter från allmänheten.
- **Allsidig.** Vi ska bemöda oss om att belysa olika aspekter på en fråga, det ökar vår trovärdighet.
- **Tillåtande.** Vi ska uppmuntra varandra att komma med idéer, synpunkter och initiativ. Att alla medarbetare har rätt till en egen åsikt och ge uttryck för denna är en självklarhet. Vi ska

<b>Dokumenttyp</b> Riktlinje	<b>Fastställd av</b> Kommunstyrelsen	<b>Beslutsdatum</b> 2021-12-15	<b>Giltig till</b> 2027
<b>Dokumentansvarig</b> Kommunikationschef	<b>Gäller för</b> Nämnder	<b>Granskad/ reviderad</b>	<b>Diariennr.</b> KS 2021-108 105

också ta hänsyn till olika behov och dela med oss av kunskaper och erfarenheter.

#### *Tydlig*

- **Lätt att förstå.** Vi ska uttrycka oss enkelt och begripligt.
- **Relevant.** Innehåll och form ska anpassas till mottagarnas behov, kunskaper och förutsättningar.
- **Tydlig avsändare.** Det ska alltid klart framgå att det är Marks kommun som är avsändare av en viss information.

#### *Planerad*

- **Samordnad.** Intern och extern kommunikation ska samverka och stödja varandra. Det gäller såväl budskap och kanaler som kommunikationsaktiviteter.
- **Genomtänkt.** För varje kommunikationsinsats ska det tydligt framgå vad vi har för syfte med kommunikationen, vad som ska kommuniceras, till vem, när det ska ske och hur insatsen ska utvärderas.
- **Proaktiv.** Vi ska vara "steget före" och själva ta initiativ till att kommunicera, istället för att vänta på rykten och påtryckningar från allmänhet, massmedia eller kollegor.

#### *Tillförlitlig*

- **Sann.** Man ska kunna lita på den information som kommer från Marks kommun. Det är alltid bättre att kontrollera fakta en extra gång än att lämna felaktiga uppgifter.
- **Saklig.** Vi ska säga som det är och inte dölja fakta som kan uppfattas som negativa. Vi är tydliga med vad som är personliga åsikter och organisationens hållning i sakfrågan.
- **Entydig.** Vi ska ha en gemensam ståndpunkt i sakfrågor och handling, för att undvika missförstånd och dubbla budskap. Detta gäller i såväl intern som extern kommunikation.

### Intern kommunikation

En väl fungerande intern information och kommunikation ger oss som medarbetare i Marks kommun förutsättningar för att kunna utföra vårt arbete på ett effektivt sätt. Intern kommunikation är till för att stödja våra verksamheters mål och visioner. Samtidigt är intern kommunikation grunden för ett hälsosamt och öppet arbetsklimat i vilket vi ska kunna ta del av varandras kunskaper och åsikter.

#### *Mål med den interna kommunikationen*

- **En effektiv organisation.** Alla medarbetare ska ha den information som var och en behöver för att utföra sina arbeten på ett effektivt sätt. Medarbetare i Marks kommun ska förstå sin egen och den egna verksamhetens roll i arbetet med att nå kommunens mål och visioner. Den interna kommunikationen ska tillgodose medarbetarnas behov av både helhet och detalj.

Delaktighet och mening uppstår när medarbetarna dels förstår Marks kommuns roll, mål och visioner, dels förstår den egna arbetsinsatsens roll i denna helhet. Därför måste centrala budskap brytas ner och anpassas till respektive verksamhet.

- **Skapa enighet om mål.** Genom en ständigt levande dialog om vart Marks kommun är på väg och varför just dit, blir det enklare att enas om färdväg och metoder. Vi blir effektivare om vi trots våra olika verksamheter kan dra åt samma håll.
- **Ge bättre beslutsunderlag.** Om vi som medarbetare har tillgång till rätt information får vi ökade kunskaper och därmed större kompetens att ta bättre beslut. Det är viktigt inte minst på grund av att det vi säger externt först måste förstås av oss internt. Om inte den interna kommunikationen är tydlig i alla led, finns risk för att budskapen utåt uppfattas som luddiga och svårbegripliga.
- **Ett gott arbetsklimat.** Genom en aktiv och öppen dialog skapar vi förutsättningar för delaktighet och engagemang. Det är just genom delaktighet och engagemang vi skapar en bra bas för utveckling av enskilda medarbetare, såväl som för effektivisering och utveckling av organisationen.
- **Hög kvalitet på den externa kommunikationen.** God intern kommunikation är viktig för att säkra kvaliteten på kontakten med medborgare, brukare och andra intressenter. Oavsett vem man kommer i kontakt med i Marks kommun ska det gå att få information eller hjälp att hitta rätt i organisationen. Detta bygger på att vi har en fungerande struktur på vår kommunikation och en vilja hos var och en av oss att både vilja ha och dela med sig av information.

### *Strategier*

- Den interna informationen är tillgänglig. Det ska finnas interna informationskanaler som når alla anställda i Marks kommun.
- Det ska vara högt i tak. Vi ska vara öppna för varandras synpunkter och initiativ och vara villiga att dela med oss av våra erfarenheter och vår kunskap. Det ska finnas utrymme för konstruktiv kritik, såväl positiv som negativ.
- Vi ska ge en bra introduktion till nyanställda så att de snabbt ska få inblick i Marks kommuns verksamhet, hur vi är organiserade och vilka mål vi har.
- Den interna kommunikationen ska vara begriplig. Därför ska innehåll och form anpassas till olika medarbetares behov och förutsättningar.
- Den interna informationen ska vara hanterbar. Det betyder att vi ska vårda våra olika kommunikationskanaler och inte låta dem översållas. Vid varje informationsbeslut ska frågan ställas vilka som omedelbart behöver informationen och för vilka den kan göras tillgänglig genom sökning.

- Den interna kommunikationen ska planeras och samordnas med den externa kommunikationen. Så långt som möjligt ska kommunikationen planeras så att vi som arbetar i Marks kommun får information innan den når vår omvärld.
- Vi ska inte bara förklara en händelse, ett beslut eller en företeelse utan också bakgrunden. På så vis står våra medarbetare bättre rustade i den externa kommunikationen.
- Vi informerar när information finns att ge. När det inte finns information att ge ska det klart framgå varför och när information beräknas komma. Detta är särskilt viktigt i samband med strategiska beslut som påverkar många medarbetare i organisationen.

### Extern kommunikation

Den externa kommunikationen är vårt hjälpmedel för att sprida kunskap om Marks kommun. Anställda inom Marks kommun har som en viktig uppgift att besvara frågor och informera för att skapa en allsidig och korrekt bild av verksamheten och vår kommun.

Viktiga målgrupper för den externa kommunikationen är: medborgarna, näringsliv, besökare, myndigheter, föreningar och övriga organisationer samt massmedia.

Den externa kommunikationen riktas främst till dem som bor och verkar i Marks kommun. För att den ska fungera måste vi vara lyhörda för Markbornas synpunkter och idéer. Här är dialogen viktig. En öppen dialog med medborgarna skapar engagemang och stimulerar till aktivitet och medinflytande.

#### *Mål med den externa kommunikationen*

- **Skapa nytta och nå bättre resultat.** En effektiv extern kommunikation ska sprida fakta, påverka attityder och beteenden samt öka förtroendet för Marks kommun. Extern kommunikation är ett av flera styrmedel för att nå våra mål och skapar möjligheter till dialog både med direkta målgrupper och med en bredare omvärld.
- **Stärka bilden av Mark.** Den externa kommunikationen är vårt verktyg för att skapa en positiv bild av Marks kommun och på så vis också stärka platsvarumärket Mark. De kunskaper och värderingar våra mottagare har om oss och vår kommun har lika stor betydelse vid deras val som de kunskaper och värderingar som finns om de tjänster vi producerar.
- **Öka medborgarnas engagemang.** Att bygga en önskvärd bild av Marks kommun genom ökade kunskaper tar tid och kräver målmedvetet arbete. Genom en trovärdig dialog med medborgarna ökar vi möjligheten för engagemang.
- **Underlätta rekrytering.** Att skapa en rättvisande bild av kommunen gör det lättare att rekrytera arbetskraft. Här spelar den externa kommunikationen en viktig roll.

#### *Strategier*

- Det ska vara enkelt att få information om Marks kommuns verksamhet och om Marks kommun som plats.
- Vi som arbetar i Marks kommun ska vara lättillgängliga, oavsett om kontakten sker öga mot öga, per telefon, per brev, på webben, eller genom andra kanaler. De som kontaktar Marks kommun ska uppleva att de snabbt får kontakt med rätt instans och korrekta svar på sina frågor.
- Marks kommuns webbplats mark.se är öppen för alla, dygnet runt. Det är därför viktigt att sidorna löpande uppdateras och förbättras. Alla kommunens förvaltningar bidrar genom att ansvara för den information som rör sina respektive verksamheter.
- Kommunikationen ska vara lätt att förstå. Budskapet ska vara klart och tydligt och framfört i en vänlig ton. Fackspråk ska vi bara använda när vi kommunicerar internt inom vår yrkesroll.
- Kommunikationen ska främja dialog. Debatt och dialog skapar engagemang och ger Markborna möjlighet till inflytande på de politiska processerna och besluten. Delaktighet är en förutsättning för en positiv utveckling av vår verksamhet.
- Bilden av Marks kommun ska vara entydig och tydlig. Det är allas vårt ansvar att den blir det.
- All kommunikation ska utgå från användarens behov. Därför är det viktigt att veta vem man kommunicerar med. Språk och innehåll ska ta hänsyn till bland annat ålder, social och språklig bakgrund, samt funktionsnedsättningar. Grundprincipen är att all information ska presenteras på svenska. Engelska är första språk att komplettera med. Översättningar till eller presentationer på andra språk övervägs i varje enskilt fall, med hänsyn till målgruppen.
- Vårt val av media ska anpassas efter hur vi på bästa sätt ska nå den aktuella målgruppen.
- Prioritera massmedia. Massmedierna har en särställning som målgrupp. Förutom att vara förmedlare av information och opinionsbildare, har de även en grundlagsstadgad uppgift att bevaka och granska offentliga myndigheters verksamhet på allmänhetens vägnar.

### Massmedierelationer

Massmedia spelar en viktig roll för demokratin. De granskar offentliga myndigheters verksamheter och har också en viktig roll som opinionsbildare. Marks kommun bevakas noga främst av de lokala massmedierna. Den bild som tidningar, radio och TV ger av vår verksamhet har betydelse för hur Marks kommun och det geografiska Mark uppfattas, både av allmänheten och av oss själva.

Därför är det viktigt att vi bygger upp en god, långsiktig och professionell relation till massmedierna och att mediefrågor får en hög prioritet i det dagliga arbetet. Ytterst syftar massmedierelationerna till

att den bild som medierna förmedlar av Marks kommun ska vara så korrekt och nyanserad som möjligt. Det ligger i vårt intresse att förse massmedia med så korrekt underlag som möjligt och aktivt medverka till att informationen sprids. Dessutom ska vi visa ömsesidig respekt för varandras yrkesroller.

#### *Kommunikation med massmedia*

En öppen och aktiv kontakt med massmedia förutsätter att alla vet vad de ska göra om de blir kontaktade av massmedia. Anställda i Marks kommun har rätt att uttala sig såväl som privatpersoner som i sin yrkesroll. Verksamhetsansvariga har ett särskilt ansvar att företräda sin verksamhet gentemot massmedier.

Ingen är dock skyldig att yttra sig offentligt. Den som inte är insatt i ett ämne måste inte uttala sig utan kan istället hänvisa till någon som känner till det aktuella området bättre.

Vi bör alltid informera närmaste chef och kommunens pressansvarige när vi har eller har haft kontakt med massmedia. Medarbetare, kollegor och samarbetspartners informeras när mediakontakten kan ha betydelse för dem eller deras arbete.

#### *Medias tre roller*

För Marks kommun har media tre roller:

- De är en kanal vi använder för exempelvis annonser och pressmeddelanden.
- De är en målgrupp som vi regelbundet ska förse med korrekt information.
- De är granskare av vårt arbete.

Vi ska alltid vara öppna och professionella gentemot media, oavsett vilken roll de har. Här följer en kort beskrivning av hur vi ska förhålla oss:

Kommunens kommunikation ska vara proaktiv. Det innebär att vi själva tar initiativet till kontakter med massmedia. Därmed bidrar vi till att information når ut snabbare och risken minskar för missförstånd och felaktigheter i komplicerade frågor och händelseförlopp.

I kontakterna med massmedia ska vi se till att media får tillgång till korrekt och saklig information. Öppenhet, tillgänglighet och snabb respons när massmedia kontaktar kommunen, borgar för att korrekta faktauppgifter kommer fram.

Vi strävar också efter att snabbt möta upp frågor och kritik med egen extern kommunikation, för att få ut korrekta uppgifter, nyansera bilden eller förklara.

#### *Strategier*

- **Eget initiativ.** Vi ska vara offensiva och aktiva i planeringen av vår information till massmedia istället för att vänta på att medierna tar initiativet. Detta gäller alla frågor, oavsett om de kan orsaka positiv eller negativ publicitet. Genom att själva "gå ut" med missförhållanden och problem ökar vi vår trovärdighet,

samtidigt som vi minskar risken för att eventuella rykten och spekulationer kan leda till missvisande publicitet.

- **Visa förtroende och respekt.** Relationerna med massmedierna ska präglas av förtroende och ömsesidig respekt. Vi ska ha kunskap om massmediernas roll och arbetssätt och ta hänsyn till och respektera de pressetiska reglerna.
- **Tydlig avsändare.** I våra kontakter med massmedia ska vi vara noga med att tala om att vi representerar Marks kommun och samtidigt berätta om vår roll och plats i organisationen.

## Sociala medier

Sociala medier är ett samlingsbegrepp för ett flertal olika digitala medier. Användningen av sociala medier i samhället är stor och ökar hela tiden.

Skillnaden mellan sociala medier och traditionella webbplatser är att användarna själva enkelt skapar konton och deltar i olika diskussioner, delger varandra information och tips, kommenterar och lägger upp bilder, filmer och länkar. Användarna själva bidrar på detta sätt till innehållet, och dialog och nätverkande är genomgående funktioner.

Syftet med närvaro i sociala medier är att öka servicenivån, fånga upp olika idéer och uppfattningar, bidra till ökad delaktighet och dialog samt att ytterligare öka insynen och transparensen i kommunens verksamhet

### Strategier

- **Regelbunden uppdatering och ständig bevakning.** Närvaro i sociala medier kräver att vi arbetar med kontinuitet och regelbundet uppdaterar med aktuell information, samt att vi ständigt bevakar våra konton och besvarar de inlägg och frågor som kommer in – precis som med våra mejlkonton.
- **Vi fångar upp viktiga frågor.** Informationsbehov inom sociala medier kan också visa att vi behöver utveckla information på andra sätt, via andra kanaler.
- **Vi har en ledig tonalitet.** Tonaliteten beskriver de känslor vi vill uttrycka och förmedla i ord, bild och design, och styrs av kommunens värderingar. När det kommer till sociala medier skiljer sig tonaliteten något från traditionella kanaler. I sociala medier är det extra viktigt att uppmuntra till dialog. Det ska kännas inbjudande att prata med Marks kommun. Därför strävar vi efter en tonalitet som är lättsam, positiv, varm, enkel och personlig.
- **Handläggning av ärenden som rör enskilda individer, i synnerhet sådant som innefattar myndighetsutövning, får inte förekomma i sociala medier.** Vid sådana frågor hänvisar vi till de kanaler där Marks kommun vanligtvis hanterar enskilda ärenden, till exempel telefonväxel, e-post eller e-tjänsteplattformen.