



# **Informations- och kommunikationsstrategi för Munkedals kommun**

Informations- och  
kommunikationsstrategi för  
Munkedals kommun.  
Antagen av kommunstyrelsen den  
2007-04-11  
Dnr **KS 07/34-100**

# Innehållsförteckning

<b>1. INLEDNING.....</b>	<b>3</b>
<b>2. SYFTE.....</b>	<b>3</b>
<b>3. DEFINITIONER.....</b>	<b>3</b>
<b>4. ÖVERGRIPANDE MÅLSÄTTNING.....</b>	<b>4</b>
<b>5. MÅLGRUPPER.....</b>	<b>5</b>
<b>6. ANSVAR OCH ORGANISATION.....</b>	<b>5</b>
<b>7. KOMMUNIKATIONSSTRATEGI.....</b>	<b>6</b>
<b>8. KOMMUNIKATIONSKANALER.....</b>	<b>7</b>
<b>9. RIKTLINJER.....</b>	<b>8</b>
<b>10. LAGAR OCH INTERNA POLICYDOKUMENT.....</b>	<b>10</b>
<b>11. EXTRAORDINÄR HÄNDELSE.....</b>	<b>10</b>
<b>12. LATHUND.....</b>	<b>11</b>
<b>13. CHECKLISTA.....</b>	<b>11</b>

# 1. Inledning

Information och kommunikation är strategiska styrmedel för att uppnå Munkedals kommuns fastställda mål, och också en förutsättning för att fattade beslut ska kunna genomföras med delaktighet och i dialog mellan kommunens invånare, politiker och medarbetare.

Informations- och kommunikationsstrategin ska vara ett långsiktigt dokument som går hand i hand med marknadsföringsstrategin. Som ett komplement till informations- och kommunikationsstrategin ska policy tas fram för bland annat grafisk profilering och riktlinjer vid publicering på kommunens hemsida samt en massmediapolicy. De av kommunfullmäktige antagna dokumentet ”Information vid kommunal beredskap” kommer också att utgöra ett komplement till informations- och kommunikationsstrategin.

All information ska nogsamt planeras för att nå största möjliga effekt. Behovet av information och kommunikation ska beaktas i alla projekt och arbetsplaner. All information och kommunikation ska medverka till kunskap, förståelse, engagemang och aktivitet.

Kommunikation och marknadsföring är också redskap i det långsiktiga arbetet med att skapa och förmedla en gemensam, tydlig och trovärdig profil för Munkedals kommun.

## 2. Syfte

Informationsstrategi ska fungera som stöd och riktlinje till alla anställda inom Munkedals kommun, såväl i deras interna informationsansvar som gentemot medborgare och omvärld. Information är en central del av kommunens verksamhet och såväl politiker som anställda ska beakta informationsaspekten i sitt arbete. Vid beslutsfattande följer följdfrågan ”hur ska vi kommunicera detta”? Informationens roll och betydelse ska lyftas fram och belysas både i det dagliga arbetet och i verksamhetsplaneringen. Syftet är också att öka insikten om att information och kommunikation påverkar alla verksamheters förmåga till framgång.

## 3. Definitioner

Informationsverksamheten bygger på planerad kommunikation och fyller en viktig funktion i kommunen. Informationsverksamheten förvaltar och utvecklar organisationens förtroendekapital och anseende. Anseendet är summan av intressenternas kunskap och attityder.

För kommunledningen är informationsverksamheten ett strategiskt och operativt instrument när det gäller att utveckla de anställdas, invånarnas och andra intressenters kunskap, inställning och engagemang. För medarbetare är den ett medel att uppnå delaktighet. Information är också en förutsättning för en demokratisk beslutsprocess.

När själva arbetsprocessen ska beskrivas används tre begrepp, information, kommunikation och relation.

**Information** – är de strategiska budskapen som ska leda till ökad kunskap. Information ger kännedom och vetskap.

**Kommunikation** – är processen av budskap som bygger på interaktivitet bland dem som deltar i processen. Kommunikation leder till insikt i budskapet och ska leda till motivation och engagemang i det budskapet handlar om och som ska leda till någon form av attityd, eller förhållningssätt.

**Relation** – är målet, det vill säga ett ömsesidigt engagemang eller gemensamt åtagande som ska leda till handling och resultat. Goda relationer leder ofta till stärkt lojalitet.

Information är grunden för meningsfull kommunikation, ömsesidigt bra relationer och önskat resultat. Information, kommunikation och relationsskapande åtgärder är förutsättningar och nödvändiga medel för styrning, ledning och konkurrens.

## 4. Övergripande målsättning

Munkedals kommun strävar efter välinformerade medborgare och engagerade medarbetare. Kommunens information ska förmedla en saklig bild av kommunen och öka den allmänna kännedomen om de kommunala verksamheterna och dess förutsättningar. Om ett budskap ska upplevas som trovärdigt måste mottagaren ha förtroende för avsändaren. Det innebär att Munkedals kommun måste kunna berätta om både negativa och positiva saker som rör kommunen. Alla försök att dölja en obehaglig sanning eller medvetet sprida enbart ”positiva” nyheter skadar kommunens trovärdighet och bör undvikas. Informationen ska ha en tydlig avsändare och vara konsekvent, lättförståelig, öppen och trovärdig.

All information om kommunens verksamheter - som enligt lag inte är belagd med sekretess eller som av andra särskilda skäl inte bör göras offentlig - skall göras tillgänglig och aktivt spridas av kommunen. Informationen skall stimulera och berika den öppna debatten om både aktuella och långsiktigt viktiga kommunala frågor.

Munkedals kommun kan endast bli stark och framgångsrik om dess invånare, politiker och anställda siktar mot samma mål, har ett gemensamt synsätt och delar grundläggande värderingar.

Informationen är det kitt som håller ihop, den speglar verksamheten och bygger långsiktigt, genom öppenhet och trovärdighet, ett förtroende såväl internt som externt.

### **Målsättning intern information**

Den interna informationen inom Munkedals kommun skall bidra till att skapa förståelse för de uppdrag som de olika verksamheterna har, fungera som stöd för att nå uppställda mål samt underlätta för medarbetarna att lösa sina arbetsuppgifter. Informationen skall också bidra till att höja motivationen hos kommunens anställda samt att förstärka engagemanget och samhörigheten inom organisationen. Anställda ska stimuleras till att ta egna initiativ i det dagliga arbetet och dela med sig av sina kunskaper. Munkedals kommun ska eftersträva att sprida verksamhetsrelevant information till berörda medarbetare innan omvärlden informeras. Förtroendevalda ska ges relevant information som grund för sitt ställningstagande.

### **Målsättning extern information**

Kommuninvånare och andra grupper utanför kommunen ska känna förtroende för kommunen och ha god kunskap om dess kompetens och verksamhet. Den externa kommunikationen ska stärka kommunens intressen och omvärldens bild av kommunen. Samarbete med andra lokala och regionala aktörer uppmuntras.

## 5. Målgrupper

Munkedals kommuns informationsverksamhet vänder sig till flera målgrupper som alla har olika informationsbehov. Därför är det viktigt att målgruppsanpassa informationen. Prioriterade målgrupper är anställda inom Munkedals kommun, kommuninvånare, näringsliv, organisationer och företag, besökare och massmedia.

## 6. Ansvar och organisation

Alla verksamheter och anställda inom Munkedals kommun ska känna till och förstå sitt informationsansvar. Varje anställd medverkar till den bild omvärlden får av Munkedals kommun och är viktiga ambassadörer för kommunen, oavsett sammanhang eller tidpunkt.

**Alla anställda** har ett ansvar att själva aktivt söka den information de behöver och dela med sig av sina kunskaper. Att hålla sig informerad om Munkedals kommuns verksamheter och visioner och tillvarata varje tillfälle att sprida kunskap om dessa är ett delat ansvar mellan alla anställda inom Munkedals kommun. En grundläggande utbildning i informationsteknik kommer att genomföras för alla anställda.

**Kommunstyrelsen** har det övergripande ansvaret för informations- och kommunikationsfrågorna i Munkedals kommun.

Partipolitisk information hanteras inom det egna partiets ramar.

**Nämnder och förvaltningar** ansvarar för förvaltningsspecifik information/kommunikation. Förvaltningscheferna har det yttersta ansvaret för intern och extern informationsspridning inom sina verksamheter. Förvaltningscheferna ansvarar också för att kommunens informationsstrategi och grafiska profil följs och tillämpas. Eventuella avsteg beslutas i samråd med informationsansvarige.

**Utvecklingsavdelningen** ansvarar för det strategiska informationsarbetet och den dagliga informationsverksamheten. Informationsansvariges roll är att leda, samordna och ansvara för det övergripande informationsarbetet i kommunen. Att utveckla kommunens informationstänkande och informationsverksamhet och att vara en intern ”konsult” i informationsfrågor. Informationsansvariges övriga ansvarsområden är att ta fram, producera och bearbeta informationsmaterial, bevaka kommunens framtoning i medier och hos andra opinionsbildare, hantera externa frågor, besök och informationskontakter/nätverk. Informationsansvariges vardag är att vara signalförstärkare inifrån organisationen och ut, samt vice versa. Att ansvara för organisationens budskap och spridningen av dessa och att stödja kommunikationsprocessen innebär att informationsansvarige ska komma in tidigt i beslutsskeden och ingå i ledningsgruppen. Inga mötesrum får vara stängda för den informationsansvarige.

Varje förvaltning utser en eller flera representanter som tillsammans med informationsansvarige samordnar den interna informationen. Varje förvaltnings verksamhetsansvarige eller utsedd medarbetare ansvarar för den egna verksamhetsspecifika informationen på kommunens hemsida. Det övergripande ansvaret för kommunens webbplats har kommunstyrelsens förvaltning.

De verksamhetsansvariga skall vara lyhörda och upptäcka informationsbehov och problem samt ta initiativ för att åtgärda dem. Den informationsansvariges roll är att systematiskt avläsa omvärldens uppfattning om kommunens verksamheter och påtala om det finns ett informationsbehov. Ansvar för igångsättandet av en informationsinsats ligger dock alltid på den verksamhetsansvariga. De kommunala verksamheter som äger information av intresse för organisationen eller omvärlden är skyldiga att sprida denna. Ansvar för uppdateringar av verksamhetsspecifikt informationsmaterial, oavsett om det är tryckt eller webbaserad information, åligger respektive verksamhet i samråd med informationsansvarige.

## 7. Kommunikationsstrategi

Munkedals kommun ska aktivt stärka och utveckla den interna och externa informationen och eftersträva dialog och öppenhet.

### **Intern information**

Fungerande interna kommunikationsvägar i organisationen är den viktigaste förutsättningen för att den externa informationen ska fungera väl och vara tydlig, korrekt och lättförståelig.

Strategi för den interna kommunikationen:

- Kommunikationen skall vara snabb och effektiv
- Information från kommunens verksamheter skall kontinuerligt uppdateras
- Regelbundna arbetsplatsträffar inom alla verksamheter och förvaltningar
- Varje medarbetare skall ges regelbunden information om verksamheten och om planerade förändringar i denna av sin närmaste chef och arbetsledare
- Varje anställd är en viktig informationsförmedlare och har ett informationsansvar som skall uppmärksammas och uppmuntras
- När nyanställda introduceras i sina arbetsuppgifter skall de informeras om innebörden av deras informationsansvar

### **Extern information**

Vid kontakter med media representeras kommunen av den för ändamålet mest lämpliga personen eller av en medarbetare som utsetts av förvaltningschefen. Varje medarbetare som på kommunens uppdrag har kontakter med media ska förvissa sig om att den information som lämnas ut är korrekt. Den lagstadgade meddelarfriheten för offentliganställd personal innebär att arbetsgivaren inte har rätt att efterforska källan till den information som når media.

Strategi för den externa informationen:

- Mediekontakterna skall präglas av öppenhet och tillmötesgående
- Information till medierna skall ges så tidigt som möjligt och kommunen skall så långt det är praktiskt möjligt underlätta mediebevakningen
- Målgruppsanpassa informationen. Tänk efter vilken målgruppen är och anpassa informationen efter deras kunskapsnivå
- Vid spridning av extern information skall den som lämnar information ha i särskild åtanke att mottagarna skall ha lätt att återkoppla frågor och synpunkter på informationen till kommunen
- Bjuda in till dialog mellan kommunrepresentanter och medborgare, t.ex. genom hemsidan, sammankomster och mötesplatser

- Nätverk och samarbete är viktigt och bör uppmuntras
- Munkedals kommun ska arbeta aktivt med att informera journalister om kommunens verksamhet. Planerade och offensiva kontakter med media
- I syfte att förstärka verksamheternas förmåga att hantera både planerade och spontana mediekontakter, skall samtliga nämndsordförande, verksamhetsansvariga eller motsvarande genomgå medieutbildning. Medieutbildningarna genomförs lämpligen i inledningen av de kommunala mandatperioderna
- Användningen av radio/TV för utsändningar av ex. kommunfullmäktiges sammanträden bör utredas. Den tekniska utvecklingen har snabbt gjort dessa kanaler kostnadseffektiva
- Munkedals kommun ska vara en tydlig avsändare och informationen som lämnas ska följa den grafiska profilen och inriktningen i marknadsföringsstrategin.

## 8. Kommunikationskanaler

Valet av kommunikationskanal görs vid varje enskilt tillfälle beroende på vem/vilka budskapet vänder sig till, behovet av snabbhet, vilka formella skyldigheter som finns i det aktuella fallet och hur stora kostnaderna är i förhållande till den beräknade effekten. Syfte och mål, budskapets innehåll samt målgrupp är alltid grundläggande vid valet av kommunikationskanal:

### **Interna kommunikationskanaler**

Exempel på interna kommunikationskanaler är:

- Muntlig information i form av arbetsplatsträffar, personalmöten och liknande
- Interna veckobrevet
- Kommunens hemsida/intranät/e-post
- Interna personalblad/publikationer
- Anslagstavlor
- Introduktion av nyanställda
- Övrigt informationsmaterial, övergripande eller lokalt

### **Externa kommunikationskanaler**

Exempel på externa kommunikationskanaler är:

- Kommunens hemsida
- Kommunens hushållstidning "Munkedal- mer av livet" (finns ej idag)
- Kommunens dokumentation från fullmäktige, kommunstyrelsen och övriga nämnder såsom kallelser, protokoll och tjänsteskrivelser
- Trycksaker
- Telefonkatalogen - gröna sidorna
- Annonsering
- Massmedia - pressmeddelanden, presskonferenser
- Information till nyinflyttade
- Muntlig information, till exempel möten och nätverk
- Utställningar
- Mässor, kommunala evenemang

- Receptioner/den centrala kommunväxeln och andra växlar/röstbrevlådor och telefonsvarare
- Svar på förfrågningar per post, telefon, e-post och fax
- Synpunkts- och klagomålshanteringen
- Anställda och förtroendevalda i kommunen

### **Kommuninformation**

Kommunen bör ha en fördjupad, regelbunden återkommande information till kommuninvånarna. Informationen distribueras ut till alla hushåll i kommunen, ca 4 500 st, och Utvecklingsavdelningen ansvarar för distribution och framställning.

### **Det personliga mötet**

Det personliga mötet är fortfarande den oöverträffat bästa kommunikationskanalen. Folkmängden i kommunen gör att olika former av möten mellan människor är lätta att arrangera. De flesta erfarenheterna tyder på stort engagemang bland befolkningen och att en stabil grund finns för den levande demokratin. Möten, rådslag och öppet hus är möjligheter till dialog som bör uppmuntras.

### **Informationsmaterial**

I kommunen ska det finnas ett lättillgängligt informationsmaterial som är giltigt över längre tid. Presentationen skall finnas både som OH, bildspel, elektronisk presentation och trycksak i form av broschyr/folder. Informationen bör också finnas tillgänglig från kommunens hemsida. Nämnderna producerar sitt specifika material i samråd med informationsansvarig. Respektive nämnd håller sitt material uppdaterat och tillgängligt för de som behöver använda detta.

### **Riktade insatser till vissa grupper**

Allmän information och direktkontakter med utflyttade kommunbor, välkomstmateriel och återkommande arrangemang till nyinflyttade, välkomstmateriel till nyfödda, introduktion och information om kommunen till elever på Naturbruksgymnasiet, Processkolan och nyanställda inom kommunen bör tas fram och finnas tillgängligt.

### **Pressmeddelanden och presskonferenser**

Pressmeddelanden och presskonferenser används i olika omfattning för att hålla allmänheten informerad om händelser i de kommunala verksamheterna. De personer som företräder kommunen skall vara pålästa och beredda på att media kan ställa andra frågor utöver de som är tänkta att behandlas vid presskonferensen. Inbjudan till presskonferens bör skickas ut några dagar i förväg och favorisering av vissa medier bör undvikas. Presskonferensen bör om möjligt förläggas till vardagar mellan kl. 10.00 och 14.00. Exakt tid och plats skall noga anges vid inbjudan. Ett pressmaterial med mer utförlig information i frågan bör delas ut under presskonferensen och skickas också ut till media som inte kan närvara. Pressmeddelande och annat material som skickas till media ska ha en klar avsändare och följa gällande mallar och kommunens grafiska profil. Budskapet *Munkedal – mer av livet* som ingår i marknadsföringsstrategin bör synliggöras och spridas så långt det är möjligt.

## **9. Riktlinjer**

Kommunen ska sträva efter att i möjligaste mån göra interna och externa informationskanaler (envägs) till kommunikationskanaler (tvåvägs) – dialogen är en viktig förutsättning för att utveckla kommunen i positiv riktning. Därav följer också att den viktigaste grundläggande



kommunikationskanalen är kommunens egna anställda och förtroendevalda. Även kommunens egna invånare utgör en viktig extern kommunikationskanal.

I både den interna och externa kommunikationen utgör kommunens receptioner, telefon- och e-postkommunikation det omedelbara ansiktet utåt. Utgångspunkten ska vara ett serviceinriktat bemötande och god tillgänglighet. Telefonen är varje anställds personliga ansvar. Målsättningen ska vara att inget samtal ska bli obesvarat, utan att besked ska ges när vederbörande finns anträffbar, alternativa kontaktvägar (e-post, mobiltelefon, annat anknytningsnummer) eller möjlighet att lämna meddelanden. Varje anställd ska ha målsättningen att snarast kontakta den som sökt.

Varje chef/arbetsledare ansvarar för att växeln får information om förändringar, exempelvis ändrade mottagnings- och telefontider, nya arbetsuppgifter, flyttningar och aktiviteter.

E-post ska öppnas och åtgärdas varje arbetsdag och meddelanden ska besvaras så snart som det är möjligt. Om inte svar kan ges ska besked lämnas om när man kan förväntas få svar samt vem som är ansvarig för frågan. Vid bortavaro ska ersättare alltid finnas för att öppna e-posten. Riktlinjer finns i ”Riktlinjer för E-post i Munkedals kommun”.

Praxis är att Munkedals kommun inte medverkar i så kallad stödannonsering, det vill säga annonsering/texter i externt producerat tryckt eller digitalt informationsmaterial som inte har karaktären av informations- eller rekryteringsannons och som inte ingår i planerade informationsåtgärder-/kampanjer. I övrigt ansvarar varje förvaltning för sin egen annonsering samt annonskostnader enligt gällande riktlinjer för annonsering. Praktiska anvisningar finns på kommunens hemsida/intranät.

Munkedals kommun medverkar i rikskatalogen Trestadsdelen med ”gröna sidor” i tryckt form samt på Internet. Kostnader för medverkan belastar varje förvaltning efter utrymme. Övriga typer av telefonkataloger, telefaxkataloger, företagskataloger, kommunkataloger, servicekataloger etc, medverkar kommunen i endast under förutsättning att uppgifter införs kostnadsfritt. Vid medverkan från enskild förvaltning är förutsättningen att förväntad effekt av deltagandet noggrant klargörs i förhållande till kostnaderna.

För Munkedals kommuns hushållstidning *Munkedal – mer av livet* (finns endast i planeringsstadiet) gäller följande;

- Tidningens rättsliga grund är Tryckfrihetsförordningens bestämmelser.
- De spelregler som gäller för press, radio och TV ska vara vägledande för tidningens verksamhet.
- Tidningen ska ge läsvärd och aktuell information om kommunens verksamhet och serviceutbud samt ge orienterande kunskap i frågor som rör kommunens näringsliv, föreningsverksamhet, kultur och andra frågor med anknytning till kommunen och som är av allmänt intresse. Nyhetsvärdet ska härvidlag spela en avgörande roll.
- Tidningen ska vara opolitisk till sin karaktär samt spegla verksamheten objektivt. Den ska vara öppen för synpunkter, idéer och förslag från allmänhet och andra, men ska inte innehålla insändare.
- Tidningen ska inte innehålla annonser.
- Kommunalchefen är ansvarig utgivare.
- Informationsansvarig är ansvarig för det redaktionella arbetet.
- Tidningen ska komma ut två gånger per år och distribueras till samtliga hushåll och företag i Munkedals kommun, övriga grannkommuner, Munkedal-ambassadörer m fl.

## 10. Lagar och interna policydokument

Inom området information och kommunikation finns det tre lagar som är mycket viktiga att känna till:

### **Offentlighetsprincipen**

Offentlighetsprincipen innebär att alla handlingar som inkommit till, eller upprättats av, myndigheten är allmänna och offentliga med undantag för handlingar som faller under sekretesslagen.

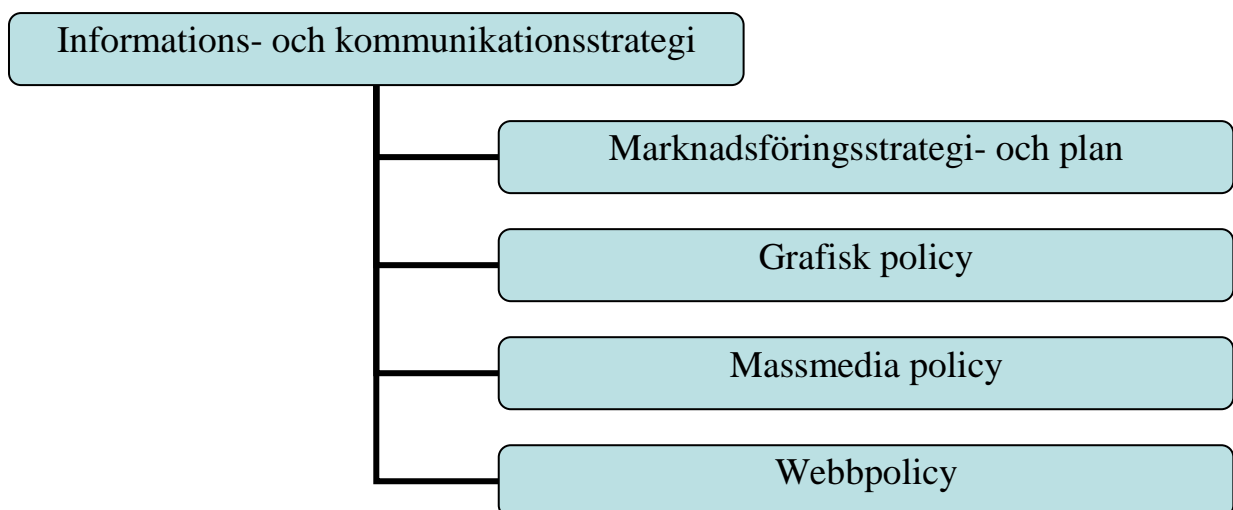
### **Meddelarskydd och -ansvar**

Meddelarskydd och –ansvar innebär att en myndighet inte får undersöka vem som har lämnat ut information till pressen eller undersöka vem som frågar efter offentliga uppgifter.

### **Serviceskyldigheten inom Förvaltningslagen**

Serviceskyldigheten inom Förvaltningslagen pekar på att vi är skyldiga att ge allmänheten god kunskap om hur kommunen styrs och vilka möjligheter som finns att påverka före beslut. Vi ska också upplysa om rättigheter och skyldigheter, om vart man ska vända sig i olika frågor samt vem som ansvarar för vad.

Det är varje förvaltnings skyldighet att känna till och följa de lagar och avtal som gäller inom informationsområdet, liksom framtagna interna policydokument för **tillämpningen** av informations- och kommunikationsstrategin såsom webbpolicy, grafisk policy samt massmediapolicy.



## 11. Extraordinär händelse

Munkedals kommun har en särskild planering för hur informations-/kommunikationsinsatser ska organiseras och genomföras om en allvarlig händelse inträffar.

## 12. Lathund

### Planerade informationsinsatser

Vid alla planerade informationsinsatser bör man alltid utgå från mottagaren och utforma informationen efter målgruppen. Frågorna *Vem? Vad? Hur? När?* bör finnas i bakhuvudet under hela processen.

#### 1. Definiera målgruppen - VEM?

- Vem är mottagaren?
- Varför har jag valt denna målgrupp?
- Hur ser målgruppen ut?

#### 2. Utforma budskapet – VAD?

- Vad behöver mottagaren veta?
- Vad vill de veta?
- Vad vet de redan?
- Vad kommer de att förstå?
- Vad kommer de att ta till sig?

#### 3. Välj informationskanal - HUR?

- Vem är sändare?
- Vad innehåller budskapet?
- Vilka är mottagare?
- Vilket är ämnesområdet?

#### 4. Omvärldsbevakning – NÄR?

- När bör jag gå ut med mitt budskap?
- Vad händer i omvärlden?
- Hur påverkar det mitt budskap?
- Är tidpunkter rätt?

#### 5. Uppföljning

Efter att ha genomfört en informationsinsats är det viktigt att följa upp den. Hur gick det? Fick insatsen avsedd effekt? Hur togs budskapet emot? Gick det fram till mottagaren på det sätt jag avsett? Varför/varför inte? Genom att utvärdera informationsinsatserna kan vi bedöma om det behövs uppföljande insatser. En utvärdering ger också svar på vad som var bra respektive mindre bra och kan förbättras till nästa gång

## 13. Checklista

### Checklista vid kontakt med media

- Ta reda på sammanhanget
- Förhåll dig inte
- Var tillgänglig
- Håll huvudet kallt
- Ställ krav
- Tala enkelt och sanningsenligt
- Tänk journalistiskt!