



Riktlinjer för Götene kommuns kommunikation

Antagen av kommunstyrelsen: KS § 125
23 April 2014

Sammanfattning

Målet med Götene kommuns kommunikationsarbete är att bli en kommunikativ organisation. Målet utgår från kommunens övergripande mål att utgöra en verksamhet i toppklass för våra medborgare. För att vi ska nå målet krävs att alla i organisationen, utifrån respektive förmåga och yrkesroll, arbetar utifrån dessa kommunikationsriktlinjer.

För att vi ska kunna bli så bra som möjligt på att kommunicera måste vi veta vilka vi vill kommunicera med och anpassa kommunikation utifrån dem. Våra främsta målgrupper är medborgare, medarbetare och förtroendevalda, lokala företag, föreningar och organisationer, massmedia, besökare, presumtiva inflyttare och arbetssökande samt andra myndigheter. Beroende på syfte och situation kan andra målgrupper komma att bli aktuella.

Det finns ett antal lagar som styr hur och vad vi får kommunicera. Dessa lagar är bland andra offentlighetsprincipen, yttrandefriheten och meddelarfriheten, personuppgiftslagen, förvaltningslagen och upphovsrättslagen.

För att vi ska kunna bli en kommunikativ organisation är det viktigt att ha strategier som leder oss till målet och hjälper oss att bli bättre på att kommunicera för att på sikt kunna öka förtroendet för och förbättra medborgarnas attityd till Götene kommun. Strategierna innebär att vår kommunikation ska vara öppen och ärlig, proaktiv, mottagarfokuserad, enkel, vårdad och begriplig, varumärkesbyggande samt planerad och genomtänkt.

Alla medarbetare har ett kommunikationsansvar. För vissa roller eller funktioner är kommunikationsansvaret särskilt utpekad, till exempel för chefer, men det är viktigt att alla medarbetare känner och tar ett kommunikationsansvar, oavsett befattning.

Götene kommun har en mängd olika kommunikationskanaler. Den personliga kontakten och den öppna dialogen är det effektivaste sättet att skapa ömsesidig förståelse. Trycksaker tas fram när ytterligare information behövs för att förstärka budskap och intentioner men kan aldrig ersätta den personliga kontakten. Internetbaserade kanaler ska användas främst till snabb och övergripande kommunikation. Eftersom massmedierna är en viktig kommunikationskanal till medborgarna är det viktigt att ha en god relation med journalisterna och se till att det är enkelt för dem att komma i kontakt med kommunen.

För att vi ska veta när vi har nått våra kommunikationsmål och kunna utveckla vår kommunikation är det viktigt att utvärdera kommunikationsinsatserna. Det finns flera olika metoder för att utvärdera kommunikationen och de kan utföras under planeringsfasen eller genomförandet av kommunikationsinsatserna eller efter att de är avslutade.

Innehållsförteckning

1	Vad är kommunikation och varför ska vi ha riktlinjer för kommunikationen?	5
1.1	Kommunikation är en social handling	5
1.2	Kommunikationsriktlinjerna sätter ramarna	5
1.3	Därför angår kommunikationsriktlinjerna dig	6
2	Vad ska kommunikationsarbetet leda till?	7
2.1	Vart står vi idag?.....	7
2.2	Utmaningar på vägen.....	7
2.3	Kommunikationsmål	7
2.4	Framgångsfaktorer.....	8
3	Vilka vill vi kommunicera med?.....	9
3.1	Medborgare.....	9
3.2	Medarbetare och förtroendevalda.....	9
3.3	Lokala företagare, föreningar och organisationer.....	9
3.4	Massmedia	10
3.5	Besökare, presumtiva inflyttare och arbetssökande	10
3.6	Andra myndigheter	10
4	Lagar och regler som styr vår kommunikation	11
4.1	Offentlighetsprincipen	11
4.2	Yttrandefrihet och meddelarfrihet	11
4.3	Personuppgiftslagen.....	11
4.4	Förvaltningslagen	11
4.5	Upphovsrättslagen	11
5	Hur ska vi kommunicera?	12
5.1	Öppet och ärligt	12
5.2	Proaktivt.....	12
5.3	Med mottagaren i fokus	12
5.4	Enkelt, vårdat och begripligt	12
5.5	Varumärkesbyggande	13
5.6	Planerat och genomtänkt	13
6	Vem ansvarar för kommunikationen?.....	14
6.1	Medarbetare	14
6.2	Chefer	14

6.3	Förtroendevalda	15
6.4	Informationsavdelningen	15
6.5	Informationsteamet	15
6.6	Val av talesperson.....	16
6.7	I händelse av en kris	16
7	Vilka kommunikationskanaler ska vi använda?	17
7.1	Interna kanaler	17
7.2	Externa kanaler	17
7.3	Massmedierelationer.....	17
8	Hur vet vi att vi har lyckats?	18
8.1	Hur ska vi utvärdera?.....	18
8.2	När ska vi utvärdera?.....	18
8.3	Vem ansvarar för utvärderingen?	18
	Fördjupning	19

1 Vad är kommunikation och varför ska vi ha riktlinjer för kommunikationen?

Allt är kanske inte avsiktlig kommunikation, men allt kommunicerar något. Det är därför viktigt att bli medveten om hur och varför vi kommunicerar och aktivt arbeta med att förbättra kommunikationen för att så långt som möjligt nå de resultat vi eftersträvar. Med kommunikation skapar vi kännedom om vilka vi är, vad vi kan, vad vi gör och vad vi står för. Genom kommunikation får vi också förståelse för våra medborgare och vår omvärld samt skapar goda relationer med kommuninvånarna. Bra kommunikation bidrar även till en god arbetsmiljö med ett gott arbetsklimat. Dessa kommunikationsriktlinjer hjälper till att nå dit.

1.1 Kommunikation är en social handling

Kommunikation förväxlas ofta med information och att kommunicera används synonymt med att informera. Men det är två skilda saker. Ordet kommunikation betyder ursprungligen *ömsesidigt utbyte*. Verbet att kommunicera betyder *att göra gemensamt*. Information är själva innehållet, det vill säga fakta, värderingar, åsikter och så vidare. Att kommunicera handlar om att skapa en gemensam förståelse av innehållet. Detta görs genom att försöka sätta sig in i vem man kommunicerar med och utifrån det paketera informationen med hjälp av bland annat ord, bilder och kroppsspråk, att välja kanaler som passar mottagaren och att aktivt arbeta för att en gemensam förståelse ska uppstå.

I Götene kommun strävar vi därför efter att kommunikation ska vara mer än bara en överföring av information mellan individer. I Götene kommun ser vi kommunikation som en social handling mellan människor, oavsett om det är genom en tidningsannons eller ett telefonsamtal vi kommunicerar, vare sig individerna möts eller aldrig ens blir medvetna om varandras existens. Målet är att skapa gemensam förståelse, oavsett om det gäller enkel information eller komplexa och känsliga ärenden.

1.2 Kommunikationsriktlinjerna sätter ramarna

Riktlinjerna för kommunikation är en samling grundprinciper för utformningen av olika kommunikationsinsatser¹. Syftet med riktlinjerna är att bidra till att kommunens övergripande mål uppfylls samt för att medvetandegöra kommunikationens betydelse i det dagliga arbetet. De ska således hjälpa oss att bli bättre på att kommunicera och på så vis bli en bättre kommun för våra medborgare.

Kommunikationsriktlinjerna ska ses som en ram för vilka delar som ska reflekteras över när en kommunikationsinsats planeras. De anger även ett gemensamt sätt att se på information och kommunikation som ska genomsyra hela verksamheten, även när inte någon specifik kommunikationsaktivitet planeras.

¹Kommunikationsinsatser är aktiva kommunikativa handlingar, såsom att skriva texter till hemsidan, hålla en presentation, ingå i ett samtal, arrangera en presskonferens, göra en informationsfolder och så vidare.

1.3 Därför angår kommunikationsriktlinjerna dig

Du är ambassadör för Götene kommun.

Du är en av Götene kommuns medarbetare och därför är du Götene kommun. Allt du säger och gör representerar Götene kommun. Det är genom kommunikationen vi skapar vår organisation, möter människor och förmedlar bilder av vilka vi är och vad vi står för. För att kommunens medborgare ska ha en bra uppfattning om och känna ett starkt förtroende för kommunen är det viktigt alla bidrar till att skapa en bra bild av Götene kommun. Vi behöver därför bli medvetna om kommunikationens betydelse i allt vi gör och att du är den viktigaste pusselbiten till att göra Götene kommun till en kommunikativ organisation.

2 Vad ska kommunikationsarbetet leda till?

För att kunna arbeta medvetet och långsiktigt med kommunikationen är det viktigt att veta vad vi vill uppnå genom vår kommunikation. För att lyckas behöver vi också veta vilka förutsättningar vi har, vilka utmaningar vi behöver ta oss igenom och vad vi behöver för att lyckas.

2.1 Vart står vi idag?

Vi kommunicerar hela tiden. Det vi säger, skriver eller på annat vis uttrycker, är dock inte alltid i förväg planerat. Detta innebär att vi ibland gör misstag som hade kunnat undvikas genom att på förhand tänka igenom vem eller vilka vi ska kommunicera med, under vilka omständigheter och hur vi på bästa sätt ska uttrycka det vi vill förmedla för att en gemensam förståelse ska uppstå. Vi behöver också bli medvetna om att det vi säger och gör speglar hela kommunen och att vi genom strategiskt kommunikationsarbete har möjlighet att öka medborgarnas förtroende för kommunen.

2.2 Utmaningar på vägen

De ekonomiska resurserna för kommunikationsinsatser är små. Detta innebär att vi måste vara välplanerade, kreativa och tydliga i vår kommunikation för att med små medel nå större resultat. Vi måste ta varje tillfälle som ges att aktivt och medvetet kommunicera med våra målgrupper och ständigt jobba för att hela tiden bli lite bättre.

2.3 Kommunikationsmål

Kommunikation är inget självändamål utan ska bidra till att uppfylla kommunens övergripande mål. Det övergripande målet för Götene kommun är:

- En verksamhet i toppklass för våra medborgare

En verksamhet i toppklass för våra medborgare kräver att vi har en organisation som aktivt kommunicerar med medborgarna. Detta för att de ska ha insyn, inflytande och delaktighet i de beslutande processerna, ska veta vilka tjänster och service vi erbjuder samt hur dessa utförs. Vår kommunikation är också viktig för att medborgarna ska kunna vara positiva förespråkare för Götene kommun. Det kommunikativa målet för Götene kommun är därför:

- Att vara en kommunikativ organisation

En kommunikativ organisation kännetecknas av att:

- alla i organisationen är övertygade om att kommunikation skapar värde och är en avgörande konkurrensfaktor
- kommunikativa effekter vägs in i beslutsprocesserna
- allt fler medarbetare blir allt bättre på att kommunicera
- cheferna är föredömen med sitt sätt att leda och kommunicera
- alla är duktiga på att lyssna på och respektera andra människor.

För att lättare kunna avgöra när målet ”att vara en kommunikativ organisation” har uppnåtts har det brutits ner i följande delmål:

- Kommunens medarbetare är medvetna om kommunikationens betydelse i deras dagliga arbete
- Kommunens medarbetare känner till de kommunikationsverktyg som finns att tillgå och känner till det stöd som kommunens informatörer erbjuder
- Götene kommuns medborgare har ett ökat förtroende för kommunen och våra verksamheter
- Medborgarnas attityd till Götene kommun och våra verksamheter har förbättrats.

2.4 Framgångsfaktorer

För att Götene kommun ska kunna uppnå sina kommunikationsmål krävs att hela organisationen arbetar åt samma håll. Detta innebär att samtliga anställda oavsett tjänst, anställningsgrad eller uppdrag följer dessa kommunikationsriktlinjer och utifrån sin yrkesroll och förmåga gör sitt bästa för att bidra till att göra Götene kommun till en kommunikativ organisation. Varje medarbetare måste också se sig själv som ambassadör för Götene kommun och se det som en del i sin yrkesroll.

3 Vilka vill vi kommunicera med?

Götene kommun är en stor organisation med många varierande verksamheter, vilket innebär att vi dagligen kommunicerar med en mängd olika individer och grupper utifrån hundratals syften. För att vi ska kunna bli så bra som möjligt på att kommunicera med våra målgrupper gäller det att vi vet vilka dessa målgrupper är och varför vi vill, bör och ska kommunicera med dem. På så vis kan vi lättare anpassa vår kommunikation för att passa den specifika målgruppen. Här följer en beskrivning av våra främsta målgrupper. Utöver dessa kan fler målgrupper tillkomma beroende på situation och kommunikationssyfte.

3.1 Medborgare

Kommunen finns för medborgarnas skull. Därför är medborgarna vår främsta målgrupp. God och regelbunden kommunikation med våra medborgare är en förutsättning för att vi ska kunna utföra vårt uppdrag som kommun och vinna medborgarnas förtroende och gillande.

Medborgarna kan delas in i fyra målgruppskategorier:

- Medborgare i egenskap av väljare och skattebetalare med rätt till insyn, inflytande och delaktighet i den kommunala beslutsprocessen
- Medborgare i egenskap av brukare av kommunala tjänster och service
- Medborgare som kund
- Medborgare som ambassadör för Götene kommun

3.2 Medarbetare och förtroendevalda

En god intern kommunikation, såväl mellan chefer och medarbetare som mellan medarbetare på den egna avdelningen samt mellan olika enheter och funktioner, är en förutsättning för att vi ska kunna göra ett bra jobb och vara en bra kommun för våra medborgare. En väl fungerande internkommunikation är viktigt för att:

- Välinformerade, kunniga och motiverade medarbetare är kommunens viktigaste tillgång för en bra kommunikation gentemot medborgarna och omvärlden.
- Den bidrar till samhörighet, engagemang och förståelse för varandras verksamhet inom och över enhets- och sektorsgränser.
- Den skapar gemenskap. En organisation som arbetar åt samma håll, har samma mål i sikte och är stolta över vad kommunen är och står för skapar bättre förutsättningar för att medarbetarna gör ett bra jobb och för att det även ska synas utåt.

3.3 Lokala företagare, föreningar och organisationer

En viktig del av Götene kommuns utveckling är de lokala företagare, föreningar och organisationer som finns här. För att Götene ska bli en kommun som attraherar nya medborgare krävs att vi även attraherar näringsidkare och andra typer av verksamheter som kan bidra till att göra Götene kommun till en attraktiv boendeplats. Det är därför viktigt att kommunen har en god relation med de som verkar i Götene kommun.

De målgrupper som kan räknas in här är:

- befintliga företag
- blivande företagare, nya önskvärda företag, institutioner och utbildningsanstalter

- lokala näringslivsorganisationer
- lokala föreningar och frivilligorganisationer

3.4 Massmedia

Medierna utgör dubbla funktioner, dels som målgrupp i sig själv och dels som en kommunikationskanal till medborgarna. Ju bättre relation vi har med medierna och ju öppnare, aktivare och tydligare vi är i vår kommunikation, desto färre överraskningar blir det i morgondagens nyhetsrapportering. Vi behöver kommunicera med medierna för att de är:

- en kanal till medborgarna
- opinionsbildare
- granskare av den kommunala verksamheten

3.5 Besökare, presumtiva inflyttare och arbetssökande

Vi vill växa. För att Götene kommun ska kunna locka till sig nya medborgare, turister och kompetent arbetskraft krävs att vi marknadsför oss och aktivt kommunicerar de positiva värdena och fördelarna med Götene kommun till:

- Medborgare i omkringliggande kommuner
- Turister och besökare
- Studenter
- Arbetssökande

3.6 Andra myndigheter

För att vi som kommun ska kunna göra ett bra jobb och kunna erbjuda våra medborgare den bästa servicen krävs att vi även har ett gott samarbete med andra myndigheter, exempelvis:

- Länsstyrelsen
- Västra Götalandsregionen
- Arbetsförmedlingen
- Med flera

4 Lagar och regler som styr vår kommunikation

Som kommun finns det ett flertal lagar och regler som styr hur vi får och bör kommunicera. Det är därför viktigt att vi är noga med att hålla oss inom ramarna för dessa bestämmelser. Utöver de nedan uppräknade lagarna finns ytterligare lagar av betydelse för hur, vad och varför vi kommunicerar, såsom kommunallagen och diskrimineringslagen.

4.1 Offentlighetsprincipen

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

4.2 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 och innebär att alla anställda inom offentlig verksamhet får lämna uppgifter till massmedia i syfte att dessa ska publiceras. Det finns ett efterforskningskydd som innebär att arbetsgivaren inte får undersöka anställdas kontakter med massmedia.

4.3 Personuppgiftslagen

Personuppgiftslagen (PUL) värnar om den personliga integriteten. PUL förbjuder att namn och andra personuppgifter, i såväl text som bild, läggs ut på Internet, om inte berörd person gett skriftligt eller muntligt samtycke. Undantag görs för namnuppgifter som publiceras i litterära, konstnärliga eller journalistiska sammanhang. Så kallad harmlös information får också publiceras utan samtycke. Vad som räknas som harmlöst bedöms från fall till fall, men utgångspunkten är att det publicerade inte kan uppfattas som kränkande för den enskilde.

4.4 Förvaltningslagen

Enligt förvaltningslagen är kommunen skyldig att ge allmänheten god service. Detta innebär bland annat att ge information om hur kommunen styrs och vilka möjligheter som finns att påverka innan beslut fattas. Kommunen ska också upplysa om rättigheter och skyldigheter, om vart medborgaren kan vända sig i olika frågor samt vem som ansvarar för vad.

4.5 Upphovsrättslagen

Upphovsrättslagen innebär att den person som har skapat ett verk (till exempel en text, en bild eller ett ljud) har ensamrätt att bestämma hur detta verk får användas. Detta innebär att det inte är tillåtet att kopiera text, bild eller ljud för att använda i olika sammanhang utan upphovsmannens medgivande.

5 Hur ska vi kommunicera?

För att vi ska kunna bli en kommunikativ organisation är det viktigt att ha strategier som leder oss till målet. Följande kommunikationsstrategier är utvalda för att vi ska bli bättre på att kommunicera och på sikt ska kunna öka förtroendet och förbättra medborgarnas attityd till Götene kommun.

5.1 Öppet och ärligt

Öppenhet och ärlighet varar längst. Det är därför viktigt vi är ärliga och baserar vår kommunikation på fakta, även när det tar emot. Detta innebär att vi inte mörkar eller undanhåller information som för oss kan vara ofördelaktig men som kan vara av intresse för allmänheten. Det innebär också att vi är transparenta och aktivt kommunicerar vad vi gör och varför och ger intresserade insyn i våra verksamheter. På så sätt vinner vi förtroende och behåller vår trovärdighet.

5.2 Proaktivt

Vi tar själva initiativet till att kommunicera om både positiva och negativa händelser inom kommunen. Vi strävar efter att själva föra fram information om händelser och situationer innan de upptäcks av andra. På så vis behåller vi kontrollen över situationen och överläter den inte till medierna eller andra aktörer. Genom att vara proaktiva visar vi också på handlingskraft och att det händer mycket mer i kommunen än som syns utåt. Samtidigt strävar Götene kommun efter att alltid kommunicera viktiga beslut och förändringar som rör den egna verksamheten till organisationens medarbetare innan de når externa målgrupper.

5.3 Med mottagaren i fokus

Vi utgår alltid ifrån mottagaren av vår kommunikation, oavsett om vi kommunicerar skriftligt, muntligt, med ljud och bild eller på annat vis. Vi strävar efter att så långt som möjligt kommunicera utifrån mottagarens villkor och förutsättningar.

För att kunna kommunicera utifrån mottagaren behöver följande frågor besvaras:

- Vem eller vilka vill du kommunicera med?
- Hur vill denna person eller målgrupp bli kommunicerad med?
- Hur tror du att din mottagare kommer ta emot ditt budskap?
- Vad kan du göra för att ni ska nå en gemensam förståelse och inte pratar förbi eller missförstår varandra?

Det är inte alltid att alla dessa frågor kan besvaras på förhand, men om vi ställer oss dessa frågor innan är chansen större att vi lyckas i vår kommunikation.

5.4 Enkelt, vårdat och begripligt

I Götene kommun använder vi klarspråk². Detta innebär att allt Götene kommun skriver, säger eller på något vis förmedlar, ska uttryckas med ett språk som är enkelt, vårdat och begripligt. Vi undviker krångliga och byråkratiska ord och uttryck, facktermer, kanslispråk

² Klarspråk står för myndighetstexter skrivna på ett vårdat, enkelt och begripligt språk. Klarspråk handlar ytterst om demokrati: att alla ska ha tillgång till och rätt att förstå vad som står i texter som skrivs av myndigheterna. Det finns en språklag (2009:600) som fastslår att vi som kommun ska använda klarspråk.

och förkortningar. Vi strävar efter att ha tydligt strukturerade texter, utan alltför långa meningar med många bisatser, och där det som är viktigt nämns så tidigt som möjligt. På så vis undviker vi onödiga missförstånd, ökar tillgängligheten till kommunen och bidrar till en ökad insyn i kommunens verksamheter.

5.5 Varumärkesbyggande

Götene kommun är ett varumärke och det är Götene kommuns anställda som med sitt kunnande, agerande och kontakter med omvärlden skapar kommunens varumärke.

Ett varumärke består av både innehåll (en vara eller tjänst) och känsla. Båda är lika viktiga för att bygga ett starkt varumärke. Känslor, associationer och relationer blir ännu viktigare delar av varumärket när varor eller tjänster till sin funktion är lika, såsom till exempel när kommuner konkurrerar. Det innebär att de värden och känslor som vi tillskriver varumärket Götene kommun måste bli synliga och genomsyra all vår kommunikation. Samtidigt måste vi ständigt kunna bevisa att vi faktiskt är det vi påstår oss vara och se till att vi kan bli igenkända i de kännetecken, värderingar och känslor som vi har satt upp för oss. Ju fler som aktivt deltar i detta arbete desto starkare, tydligare och trovärdigare blir varumärket.

Därför ska all kommunikation som har kommunen som avsändare bidra till att fylla varumärket Götene kommun med positiva associationer. Ordval, bilder, ljud och känsla ska spegla Götene kommuns positiva värden och bidra till att en positiv attityd skapas gentemot kommunen som plats och kommunen som organisation.

5.6 Planerat och genomtänkt

Att planera och tänka igenom sina kommunikationsaktiviteter handlar om att så långt som möjligt säkerställa att kommunikationen kommer i rätt tid, till rätt målgrupp, med rätt innehåll och i rätt omfattning. På så vis kan vi på bästa sätt anpassa kommunikationen utifrån målgruppen och nå bästa möjliga resultat.

Att planera sin kommunikation kan vara väldigt enkelt eller väldigt omfattande. Oavsett vilken nivå man väljer ska följande frågor reflekteras kring och besvaras:

1. Syfte – Vad är det jag vill kommunicera och varför?
2. Mål – Vad vill jag uppnå genom min kommunikation?
3. Målgrupp – Vem vill jag kommunicera med?
4. Budskap – Hur anpassar jag innehållet så att min målgrupp förstår vad jag vill säga?
5. Aktiviteter och kanalval – Hur ska jag kommunicera informationen?
6. Tidplan – När ska jag genomföra kommunikationsaktiviteterna?
7. Ansvarsfördelning – Vem gör vad?
8. Utvärdering – Hur får jag reda på om kommunikationsinsatserna blev framgångsrika?

För att öka sannolikheten att kommunikationsinsatserna blir framgångsrika kan en situationsanalys göras inför formulerandet av budskap samt aktivitets- och kanalval. Detta gör du genom att ta reda på rådande förutsättningar, såsom målgruppens förkunskaper, intresse och engagemang samt pågående samhällsdebatt i ämnet. Fundera sedan över vilka för- och nackdelar detta innebär för ditt budskap och hur du kan anpassa din kommunikation utifrån dem.

6 Vem ansvarar för kommunikationen?

Alla som jobbar i Götene kommun har ett kommunikationsansvar. För vissa roller eller funktioner är kommunikationsansvaret särskilt utpekat, till exempel för chefer, men det är viktigt att alla medarbetare känner och tar ett kommunikationsansvar, oavsett befattning.

6.1 Medarbetare

Alla medarbetare har ett personligt ansvar för att i det dagliga arbetet bidra till en väl fungerande verksamhet. Medarbetarens kommunikativa förmåga och kompetens är avgörande för att kunna förbättra verksamhetsresultaten och kunna ge mervärde, vilket gör kommunen till en bättre kommun för våra medborgare.

Medarbetaren tar sitt ansvar för att kommunikationen ska fungera genom att:

- Själv söka och dela den information som behövs för att fullgöra sitt uppdrag
- Bidra till organisationens utveckling genom att aktivt inhämta och dela med sig av idéer, kunskaper och perspektiv
- Ta ansvar för relationer och det sociala klimatet på arbetsplatsen
- Påtala befintliga kommunikationsproblem så att dessa så snabbt som möjligt kan lösas
- Bemöta våra intressenter utifrån riktlinjerna i kommunens kommunikationsstrategi
- Se till att uppdaterad information om det egna verksamhetsområdet finns tillgänglig för andra att ta del av i de befintliga kommunikationskanalerna, såsom hemsida och intranät.

6.2 Chefer

Forskning om ledarskap och kommunikation visar att cheferna utgör den absolut viktigaste informationskanalen för medarbetarna. Med chefsrollen följer således ett stort kommunikationsansvar. Chefens ansvar är att konkretisera övergripande visioner, mål, förändringar och beslut samt att skapa dialog, delaktighet och engagemang kring dessa. De är också viktiga föredömen för kommunikationen. Det kommunikativa ledarskapet ska leda till ett öppet och tillåtande klimat som ger medarbetaren kommunikationsutrymme, vilket är en förutsättning för att ett kommunikativt medarbetarskap ska kunna utvecklas.

Cheferna ska:

- Uppmärksamma kommunikationsbehov och kommunikationsproblem inom den egna verksamheten
- Aktivt kommunicera både internt och externt
- Samråda med informationsavdelningen i kommunikationsfrågor
- Vara tydliga i sitt sätt att kommunicera såväl mål som förväntningar och återkoppling
- Vara ett föredöme vad gäller att följa riktlinjer för kommunikation och att använda beslutade kommunikationskanaler
- Alltid väga in kommunikativa effekter i beslutsprocesserna
- Se till att medarbetarna har kunskap och möjlighet att fullfölja sitt kommunikativa ansvar.

6.3 Förtroendevalda

På samma sätt som de förtroendevalda utgör en viktig del i den kommunala verksamheten utgör de också en viktig del i den kommunala kommunikationen. Få medborgare ser skillnad på en förtroendevald och en tjänsteman. Ännu färre ser skillnad på en förtroendevald i rollen som partipolitiker och i rollen som verksamhetsföreträdare för Götene kommun. Det innebär att oavsett vilken roll den förtroendevalda intar är hon eller han utifrån sett alltid representant för Götene kommun.

Detta medför att det är viktigt att varje förtroendevald blir medveten om sin dubbla kommunikationsroll och, i den mån det är möjligt, tydliggör i egenskap av vilken roll hon eller han kommunicerar. Detta för att underlätta för förståelsen av budskapen samt för att undvika missförstånd. Det innebär också att ibland avstå från att kommunicera och istället låta den person som i egenskap av sin roll är bäst lämpad att hantera kommunikation i just den frågan.

De förtroendevalda tar sitt kommunikationsansvar genom att:

- Förstå och reflektera kring betydelsen av att ha dubbla kommunikationsroller
- Tydliggöra för mottagaren när de agerar som verksamhetsföreträdare och när de företräder det politiska partiet
- Reflektera kring vem som utifrån medborgarens perspektiv är bäst lämpad att framföra budskapet.

6.4 Informationsavdelningen

Informationsavdelningen ansvarar för att utveckla kommunens kommunikation och driva arbetet mot att bli en kommunikativ organisation. Informatörerna ansvarar för:

- Att ta fram och förankra styrdokument för Götene kommuns kommunikationsarbete
- Att tillhandahålla stöd och handledning till chefer och medarbetare i planerandet, genomförandet och uppföljandet av kommunikationsaktiviteter
- Kommunens kommunikationskanaler, såsom hemsida, intranät och sociala medier, vad gäller utveckling, utbildning och sakkunnighet.
- Kommunens bildhantering och bildbank

6.5 Informationsteamet

Informationsteamet består av representanter från de övergripande verksamhetsområdena inom kommunen. De har till uppdrag att:

- Utveckla kommunikationen och utgöra ett stöd i kommunikationsarbetet inom de olika verksamheterna
- Arbeta för ett bra kommunikationsklimat, underlätta kommunikationsflödena såväl internt som externt samt bidra till insyn och delaktighet i kommunens verksamheter
- Höja prioriteringen av kommunikationsfrågorna inom kommunens verksamheter

Informationsteamet sammankallas och leds av kommunens informatörer.

6.6 Val av talesperson

När kommunen som organisation väljer talesperson bör den politiker, chef eller sakkunnig som har mest insyn i verksamheten eller sakfrågan vara den som uttalar sig enligt följande ansvarsfördelning:

Sakområde	Talesperson
Politiska frågor och fattade beslut	Kommunstyrelsens ordförande, respektive nämndordförande eller kommunfullmäktiges ordförande
Kommunövergripande frågor	Kommunchefen eller kommunstyrelsens ordförande
Specifika sakfrågor eller verksamhetsfrågor	Ansvarig chef för den verksamhet det gäller eller den sakkunnige som chefen hänvisar till

6.7 I händelse av en kris

Vid inträffandet av en kris eller extraordinär händelse tas en särskild kriskommunikationsplan i bruk. En på förhand utvald och tränad kriskommunikationsorganisation kallas in för att hantera kommunikationen om den inträffade händelsen.

Krisledningsstaben, som består av bland andra kommunchefen, beslutar om när kriskommunikationsplanen ska tas i bruk samt när och i vilken omfattning kriskommunikationsorganisationen ska kallas in.

7 Vilka kommunikationskanaler ska vi använda?

Götene kommun har en mängd olika kanaler för att kommunicera med våra målgrupper, men det är inte alltid självklart vilken kanal man ska välja.

Den personliga kontakten och den öppna dialogen är det effektivaste sättet att kommunicera och det enklaste sättet att se till att ömsesidig förståelse skapas. Som komplement finns e-post, telefon och brev. Trycksaker tas fram där ytterligare dokumentation behövs för att förstärka budskap och intentioner, men skriftlig information ska aldrig ersätta den direkta kommunikationen. Internetbaserade kommunikationskanaler är både snabba och övergripande och ska därför användas till just snabb och övergripande kommunikation. För beskrivningar över hur och när kanalerna ska användas se respektive kanalstrategi eller regler för den specifika kanalen.

7.1 Interna kanaler

De interna kommunikationskanalerna används för att kommunicera inom organisationen. Götene kommuns främsta interna kommunikationskanaler är:

- E-post
- Intranätet Källan
- Möten

7.2 Externa kanaler

De externa kommunikationskanalerna används för att kommunicera med våra externa målgrupper, såsom medborgare och massmedia. Götene kommuns främsta externa kommunikationskanaler, utan inbördes rangordning, är:

- Broschyrer, foldrar, och informationsblad
- E-post
- Facebook
- Hemsidan
- Kommunrutan i Götene Tidning
- Medborgarkontoret
- Möten
- Pressmeddelanden och presskontakter
- Twitter

7.3 Massmedierelationer

Massmedierna har ett samhällsuppdrag att granska offentliga myndigheters verksamheter och påverkar i mycket hög grad allmänhetens uppfattning om Götene kommun. Massmedia är således en betydelsefull kommunikationskanal för att nå medborgarna och goda relationer med journalisterna bidrar till att öka kunskapen om kommunen och våra verksamheter. Därför ska det vara enkelt för media att komma i kontakt med Götene kommun och de ska mötas av en öppen och serviceinriktad attityd.

8 Hur vet vi att vi har lyckats?

För att veta om vi har uppnått det vi eftersträvade genom våra kommunikationsinsatser är det viktigt att utvärdera dem. Detta för att ta reda på vad som gick bra och vad som gick mindre bra. På så vis får vi ett facit på vilka delar av kommunikationen vi ska fortsätta med, utveckla vidare och vilka delar vi måste tänka om eller ta bort. Det är det enda sättet för att hela tiden bli bättre på att kommunicera och på sikt bli en kommunikativ organisation.

8.1 Hur ska vi utvärdera?

Utvärderingar av kommunikationsinsatser kan göras i större eller mindre skala. Det viktiga är att ta reda på om målet nåddes, vad som fungerade bra och vad som fungerade mindre bra. Här följer några exempel på utvärderingsmetoder som kan användas:

- **Enkätundersökning av målgruppen** – ställ enkla frågor med fasta svarsalternativ till en större grupp människor för att ta reda på till exempel om de tagit del av informationen, hur de uppfattade den och vad de tyckte om kanalvalet.
- **Intervjuer med utvalda ur målgruppen** – ta reda mer djupgående på hur ett par stycken ur målgruppen uppfattade din kommunikation, vad de upplevde som bra och vad de tyckte var mindre bra.
- **Inventering av publicitet i media** – hur många har skrivit eller rapporterat om ditt budskap och har innehållet i reportagen varit positiva eller negativa i förhållande till det du kommunicerade?
- **Analys av den egna arbetsprocessen** – hur fungerade planeringsarbetet inför och genomförandet av kommunikationsaktiviteten, hade något kunnat göras annorlunda för att nå ännu bättre resultat och vad tar du med dig till nästa gång?

8.2 När ska vi utvärdera?

Utvärderingen kan genomföras vid olika tillfällen i kommunikationsarbetet utifrån olika syften.

- **Under planering eller genomförande:**
För att se till att vi gör rätt saker på rätt sätt. Är förutsättningarna desamma som när vi började planeringen eller har de förändrats? Har arbetsgruppen samma uppfattning om vad som ska göras eller arbetar vi åt olika håll? Har vi missat någon väsentlig aspekt? Har vi valt rätt budskap och kanal utifrån målgruppen? Och så vidare.
- **Efter genomförandet:**
För att ta reda på om vi gjorde rätt saker på rätt sätt. Nådde vi målen? Fungerade arbetet i arbetsgruppen? Vad gick bra och mindre bra? Och så vidare.

8.3 Vem ansvarar för utvärderingen?

Den person som har ansvar för genomförandet av kommunikationsaktiviteten ansvarar även för att arbetet blir uppföljt. Informationsavdelningen finns tillgängliga för stöttning och vägledning vid behov.

Fördjupning

Kommunikationsriktlinjerna utgör ett förhållningssätt och ett övergripande styrdokument som inte alltid ger konkreta tillvägagångssätt i hur kommunikationen ska eller kan genomföras. Därför finns det ett antal dokument samlade på kommunens intranät som hjälper dig att praktiskt utforma dina kommunikationsaktiviteter, bland annat:

- Anvisningar och rutiner för telefoni
- Grafiska riktlinjer
- Kriskommunikationsplan
- Regler för e-posthantering
- Skrivriktlinjer