

STYRDOKUMENT
RIKTLINJE
2023-06-09

Beslutad av kommunfullmäktige den 29 augusti 2023 § 63.
Gäller tillsvidare.



Riktlinje för strategisk kommunikation Laholms kommun

Beslutad av kommunfullmäktige den 29 augusti 2023 § 63.
Gäller tillsvidare.

Innehåll

Inledning	3
Kommunikation – ett gemensamt ansvar	3
Strategisk kommunikation	3
Sammanhållen kommunikation	3
Öppen, enkel, saklig och trovärdig kommunikation	4
Strategi, varumärke och plattform.....	4
Vem kommunicerar och vilka ska vi kommunicera med?.....	5
Val av målgrupp är viktigt	5
Våra huvudmålgrupper	5
Mål	6
Vad ska vi kommunicera?	6
Våra fyra attraktiva sidor	6
Hur ska vi kommunicera?.....	7
Vår grafiska profil och vårt uttryck.....	7
Skriv enkelt och lättfattligt.....	7
Bilder	7
Tillfälliga kampanjer	7
Myndighetslogotypen	7
Destinationslogotypen	7
Var ska vi kommunicera?	7
Intern kommunikation	8
Kanaler	8
Extern kommunikation.....	9
Kanaler	9
Externa media utan inbördes rangordning	9
Massmedia	10
Uppföljning.....	10
Ansvar	10

Beslutad av kommunfullmäktige den 29 augusti 2023 § 63.
Gäller tillsvidare.

Inledning

Riktlinjer för strategisk kommunikation styr hur vi vill att Laholms kommun ska synas och uppfattas. Dokumentet fungerar som vägledning för hur medarbetare och förtroendevalda i kommunen ska bedriva kommunikationsarbetet för att på bästa sätt fullgöra sitt demokratiska uppdrag och understödja förverkligandet av vår vision och våra mål.

Den klargör informations- och kommunikationsansvaret på respektive nivå i den kommunala organisationen och utgör ett långsiktigt dokument. Riktlinjen kompletteras av ett antal strategier, policys och riktlinjer.

Riktlinjerna är övergripande och generella för kommunens alla verksamheter.

Kommunikation – ett gemensamt ansvar

Kommunikation, det är kort och gott att överföra information. En fundamental funktion för att vi människor ska kunna förstå varandra, kunna utbyta information och förmedla budskap. Möjligheterna att göra det på är oändligt många och kanalerna som bärare av information ökar ständigt.

Utgångspunkten för vårt kommunikationsarbete är att vi alla vill, kan och förväntas vara delaktiga i arbetet med att informera och kommunicera från medarbetare till medarbetare, med medborgare, företagare, besökare och andra som har ett intresse av att få kunskap om vår verksamhet och vår kommun. Vi är alla representanter för kommunen och våra respektive verksamhetsområden, vilket ställer krav på oss som anställda, både internt och externt i vårt arbete med kommunikation. Den information vi förmedlar eller får ta del av ska, med hänsyn till sammanhang och syfte, hanteras varsamt och med gott omdöme. Vi jobbar med **strategisk och sammanhållen kommunikation** i Laholms kommun. Informationen som ges är relevant, våra målgrupper slipper få olika budskap och har lättare att ta till sig den information som ges.

Strategisk kommunikation

Strategisk kommunikation är grundat i **data, insikter, dialog och omvärldsanalys**, och är ett av våra allra viktigaste verktyg för att lösa våra uppgifter och uppnå kommunens vision och mål. Den kan vara planerad eller improviserad när det krävs men alltid aktuell och anpassad efter mottagarens behov och gärna långsiktig. Den hjälper oss att stärka vårt varumärke, såväl för den geografiska platsen Laholms kommun som Laholms kommun som organisation.

Tydliga budskap, tillsammans med en gemensam visuell identitet, stärker vår igenkänningsfaktor som avsändare. Det blir också enklare att göra rätt.

Riktlinjer för strategisk kommunikation styr hur vi vill att Laholms kommun ska synas och uppfattas. Riktlinjerna är övergripande och generella för kommunens alla verksamheter.

Kommunstyrelsen ansvarar för att hålla dokumentet aktuellt.

Sammanhållen kommunikation

Sammanhållen, tydlig och enhetlig är ledord som är viktiga för att kommunikation ska få det genomslag som eftersträvas. Sammanhållen kommunikation i rätt tid skapar trygghet och motverkar rykten och

Beslutad av kommunfullmäktige den 29 augusti 2023 § 63.

Gäller tillsvidare.

missuppfattningar. Med sammanhållen avses samstämmig och samordnad för att ge en enhetlig bild av organisationen.

Vi ska också sträva efter att äga initiativet i den dagliga, allmänna debatten genom att vara aktiva och erbjuda rättvisande och relevant förstahandsinformation. Vi är mer proaktiva än reaktiva, vilket ger oss en bättre möjlighet att hålla samman vår kommunikation. Vi jobbar med kommunikationsplaner, huvudbudskap och talespersoner som har kompetens och rätt fakta i frågan.

För att kunna arbeta med sammanhållen och planerad kommunikation i så stor utsträckning som möjligt är det varje förvaltnings ansvar att samarbeta internt i framtagande av mindre eller mer omfattande kommunikationsstrategier/planer i kommande ärenden.

Detta ska göras med god framförhållning och kontaktperson(er)/talesperson(er) ska utses, samt förankras med kommunikationsenheten för god kännedom vid eventuell fortsatt medial hantering.

Öppen, enkel, saklig och trovärdig kommunikation

Vår information, kommunikation och dialog ska präglas av öppenhet, saklighet och trovärdighet. Den ska vara aktuell, relevant, enkel att ta till sig och anpassad till målgrupp. Den ska leda till:

- god kunskap och förståelse för det som pågår i kommunen och vad vi kan erbjuda.
- ett förtroende för vårt kommunala arbete.
- en allmänt positiv inställning till kommunen.
- att stärka vårt varumärke.
- ökad samhörighet inom kommunen.
- ökad kunskapsdelning och samhörighet mellan förtroendevalda, tjänstemannaorganisationen och övriga anställda i kommunen.
- fördjupad dialog.

Strategi, varumärke och plattform

Strategi

Dessa riktlinjer beskriver övergripande hur vi ska kommunicera och marknadsföra Laholms kommun på ett strategiskt och gemensamt sätt för bästa möjliga resultat.

I grunden handlar det om VEM vi kommunicerar med, VAD vi kommunicerar, HUR vi kommunicerar och VAR vi kommunicerar, för att uppnå det resultat vi avser med kommunikationsinsatsen.

I vår ambition att bygga ett starkt varumärke är *långsiktig strategisk kommunikation* en viktig förutsättning.

Vårt varumärke

Varumärket ska berätta vad Laholms kommun är bra på och förstärka det i allt som kommuniceras.

Logotypen är inte detsamma som varumärket. Den är en symbol som ska representera vårt varumärke.

Vår varumärkesguide

Beslutad av kommunfullmäktige den 29 augusti 2023 § 63.

Gäller tillsvidare.

Guiden ska förklara varumärkets kärnvärden och visa relationen mellan den geografiska platsen Laholms kommun och dess invånare, företagare och besökare. Den ska också uttrycka fördelarna med Laholms kommun. Det är viktigt att veta för att kunna förvalta, vidareutveckla och stärka varumärket.

Vår varumärkesguide innehåller information om våra målgrupper, våra kärnvärden och fyra sidor av Laholm.

Vem kommunicerar och vilka ska vi kommunicera med?

Alla i en organisation kommunicerar. För ledning, chefer och kommunikationsfunktion vilar ett särskilt ansvar att dels skapa förutsättningar för ett kommunikativt klimat, dels föregå med gott exempel i både ord och handling.

All kommunikation ska planeras och utformas utifrån målgruppens behov. Vår ambition är att bli en kommunikativ organisation med fokus på lyssnande såväl internt som externt. Fokus på lyssnande stödjer en tillitsbaserad styrning och skapar förutsättningar för en demokratisk organisation.

Val av målgrupp är viktigt

I all kommunikation måste vi bestämma oss för vem vi pratar med. Såväl för att nå rätt målgrupp som för att säga saker som intresserar dem.

Våra huvudmålgrupper

Medarbetare

Här börjar vårt varumärkesarbete. Genom kommunikation bygger vi en gemensam kultur och stärker vi-känslan internt. Med delaktiga, nöjda och stolta medarbetare som ambassadörer blir det betydligt lättare att övertyga andra om Laholms kommuns goda sidor.

Kommuninvånare

Information och kommunikation är en grundförutsättning för att laholmsborna ska ha insyn, känna delaktighet och vara inkluderade samt för att de ska kunna tillvarata sina demokratiska rättigheter och skyldigheter samt vara medskapare i hur Laholm utvecklas. Trivs våra kommuninvånare i sin hemkommun, berättar de för vänner och bekanta om sin kommun på ett positivt och tilltalande sätt.

Inflyttare

Laholms kommun behöver kontinuerligt nya invånare för att växa i lämplig takt.

Företagare

Vi strävar efter att stärka och utveckla det goda företagsklimat som kommunen byggt upp genom åren. För befintliga företag handlar det om att skapa förutsättningar för vidareutveckling och tillväxt. För nya företag att det finns attraktiva lägen för etablering.

Besökare

Besökare är viktiga, inte bara för besöksnäringen utan även för inflyttning och ökad spridning och kännedom om varumärket Laholms kommun.

Beslutad av kommunfullmäktige den 29 augusti 2023 § 63.
Gäller tillsvidare.

Mål

Kommunikation ska vara värdeskapande och är ett verktyg för att underlätta vårt arbete och uppnå våra mål. De viktigaste gemensamma målen för vår kommunikation finns i kommunens samordnade verksamhetsplan.

Andra viktiga mål finns i respektive nämndsplan och verksamhetsplan.

Mer specifika mål framgår av kommunikationsplaner, projektplaner och liknande.

Vad ska vi kommunicera?

Kärnvärden

Kärnvärden är grundstenar i varumärkesplattformen och fångar essensen av Laholms kommun och vår identitet. Våra huvudkärnvärden är **omfamnande** och det är överordnat **enkelt, mänskligt** och **aktivt**.

Omfamnande

Vi ska ha ett välkomnande, gästvänligt sätt och ett genuint intresse av att göra människor sedda och hörda. Detta skapar närhet och tillit mellan människor. Gästvänligheten ökar viljan att växa och bli fler i kommunen.

Enkelt

Det ska vara enkelt för invånare, företagare och besökare att leva, verka och besöka Laholms kommun.

Mänskligt

Här ska det vara gott för alla att leva och verka på jämlika villkor. Goda relationer ska skapas och stödjas.

Aktivt

Det ska finnas förutsättningar för ett aktivt liv, livet igenom och året om. Det gäller såväl en aktiv fritid som samhällligt engagemang.

Våra fyra attraktiva sidor

För att uppnå bästa effekt ser vi gärna att man använder de fyra sidorna tillsammans, men ibland kan man betona någon lite mer.

- ***Livet på den lilla orten***

Vi bor i mindre samhällen och har alltid nära till naturen. Småskaligheten skapar trygghet, ger större social sammanhållning och goda relationer.

- ***En historisk miljö***

Den historiska stadskärnan ger Hallands äldsta stad en egen identitet. De historiska lämningarna i landskapet som till exempel Lugnarohögen och händelser kring oss är intressanta för oss själva och många av våra besökare.

- ***Närheten till vatten***

Vatten har stor betydelse för vår attraktionskraft. Med Laholmsbukten, Lagan, insjöar och vattendrag in på knutarna ges stora möjligheter till naturupplevelser och rekreation så som fiske och bad.

Beslutad av kommunfullmäktige den 29 augusti 2023 § 63.
Gäller tillsvidare.

- **En dynamisk region**

Laholms kommun ligger mitt i en expansiv och framtidsinriktad region med goda kommunikationer. Det gör oss också intressanta som boende- och etableringsort.

Hur ska vi kommunicera?

Vår grafiska profil och vårt uttryck

Lika viktigt som att kommunicera rätt saker till rätt målgrupp är att vara konsekvent i hur "vi ser ut". Det kan du läsa om i Laholms kommuns grafiska profil som beskriver hur all vår kommunikation ska utformas. Det gäller exempelvis typsnitt, färger, logotyper, bilder och hur dessa kombineras.

Skriv enkelt och lättfattligt

Var så konkret som möjligt och undvik engelska uttryck om det går. Svenska myndigheter har sedan 2009 lagkrav på sig att skriva på ett vårdat, enkelt och begripligt språk, det vill säga på Klarspråk (Språket i offentlig verksamhet ska vara vårdat, enkelt och begripligt, språklagen § 11). I dag är många kommunikatörer utbildade i Klarspråk och kan ge rätt stöd till organisationen.

En text bör ge svar på frågorna, när, var, hur, varför och vem. Undvik för många storlekar på texten, versaler, rak högerkant i spalter och många varianter av understrykningar, kursiv text, fet stil, eller förkortningar. Tonläget i vårt språk ska vara personligt och hövligt i allt vi säger – överallt.

Bilder

Ha alltid Laholms kommuns kärnvärden och fyra attraktiva sidor i tankarna när du väljer bilder för att kommunicera Laholms kommun. Representerar bilden Laholms kommun? Är bilden friköpt och hanterad enligt GDPR?

Våra profilmärken kommer från hav och natur. Sträva efter att ha dessa färger med i bilderna när det är möjligt.

Tillfälliga kampanjer

Ibland genomförs större informations- och/eller marknadsföringskampanjer och då kan det i undantagsfall vara aktuellt med tillfälliga logotyper eller symboler. De bör vara bundna till en bestämd tid och kommunicera våra kärnvärden och de fyra sidorna. Formerna ska följa den grafiska profilen.

Myndighetslogotypen

Används enbart av Laholms kommuns politiska organisation och de olika verksamheterna.

Destinationslogotypen

Släktskapet med kommunens logotyp är starkt men det är en viktig skillnad. Symbolen står för den geografiska platsen Laholm och får användas av föreningar, organisationer, näringsliv och vissa kommunala verksamheter.

Var ska vi kommunicera?

Beslutad av kommunfullmäktige den 29 augusti 2023 § 63.

Gäller tillsvidare.

Kortsiktig och mer säljdrivande kommunikation behöver blandas med långsiktigare budskap. Tänk på att välja rätt kanal beroende på syfte och målgrupp.

Intern kommunikation

Den interna informationen till förtroendevalda och anställda ska ge ökad kunskap om vad som sker inom Laholms kommun. Vi ska sträva efter att ge information internt först, innan den når allmänheten, för att skapa motivation, delaktighet och engagemang hos medarbetarna. Den ska också bidra till att göra organisationens gemensamma grundvärderingar och synsätt tydliga för att skapa en gemensam kultur. Informationen ska ge varje medarbetare god kunskap om både den egna verksamheten och de övergripande kommunala målen och strategierna. Den ska även verka för dialog mellan verksamheter för att öka kunskapen om kommunens totala arbete.

Varje enskild medarbetare ansvarar för att ta del av den information som krävs för att kunna genomföra ett bra arbete. **Det är varje medarbetares skyldighet att aktivt via interna kanaler och erbjuden dialog söka och delge information.**

Den interna kommunikationen omfattas i förekommande fall även av kommunala bolag och externa utförare av kommunala tjänster.

Kanaler

Intranätet

Här publicerar vi information som våra kollegor behöver för att kunna sköta sina arbetsuppgifter samt känna till vad som händer i organisationen. Här hittar vi också kommunens styrdokument och mallar. Här finns möjlighet att tagga rätt målgrupp.

Nyhetsbrev

En kanal som du som chef eller medarbetare kan använda dig av för att nå ut till en specifik grupp av kollegor. Vi arbetar med en gemensam mall, den vi har tillgänglig i verktyget esMaker.

Arbetsplatsträff (APT)

Här ska du som chef dela viktig information med dina medarbetare om till exempel olika processer som vi jobbar enligt i kommunen, löneprocessen är ett sådant exempel.

Dialogmöten

En kanal som öppnar upp för diskussion och feedback, kollegor emellan.

Mejl

Används så sparsamt som möjligt. Tänk på att dina mejl är en offentlig handling och mejl av formell karaktär som skickas ut, från organisationen eller kommer in till dig utifrån, ska diarieföras.

Film

Ökar i betydelse, inte minst i samband med digitaliseringen och sociala medier. Kan användas internt och externt.

Appar

Upphandlas enligt ordinarie riktlinjer i kommunen för upphandling. Måste också stämmas av med IT och Kommunikation vad gäller varumärke, logotyper och förvaltning.

Teamsmöten

Den kanal vi använder vid digitala möten. Ger också möjlighet till workshops med gruppindelning.

Livesändningar

Används när kommunfullmäktige sammanträder, eller av ledning vid till exempel information vid större händelser.

Beslutad av kommunfullmäktige den 29 augusti 2023 § 63.

Gäller tillsvidare.

Extern kommunikation

Vi ska sträva efter att hämta den externa informationen ur den interna. Den ska kommunicera kunskap om kommunens verksamhet, tjänster och service, men också skapa förutsättningar för kommuninvånarna att delta i den demokratiska processen. För att nå dithän fordras att de i rätt tid och på ett begripligt sätt får löpande information om beslut och planerade förändringar.

Information och kommunikation ska bidra till att skapa en positiv bild av kommunen, skapa förutsättningar för ökad delaktighet och engagemang hos kommuninvånarna, samt ett ökat attraktionsvärde för potentiella besökare, inflyttare, nya företagare och anställda i kommunen. Vidare ska den externa informationen främja samarbetet med andra kommuner, myndigheter, näringsliv, organisationer och föreningar.

Kanaler

Laholm.se

Laholm.se är vår externa webb. Här kan allmänheten hitta information om kommunen samt de senaste nyheterna.

MyNewsDesk (MND)

Ett externt nyhetsrum för publicering av pressmeddelanden, www.mynewsdesk.com - administreras av kommunikationsenheten. Media känner till vårt nyhetsrum och får notiser när vi publicerar något nytt. Vi kan

också rikta information till media här, samt göra blogginlägg om positiva saker i kommunen. En enklare medieanalys följer med vår tjänst i MND.

Sociala Media (framförallt Facebook, Instagram, Youtube, LinkedIn)

Konton måste anmälas till kommunikationsenheten och förvaltas enligt befintlig riktlinje för sociala media.

All annonsering via sociala medier samordnas via kommunikationsenheten.

Om du startar ett konto så **glöm inte att du är ansvarig för att lämna över eller avsluta detta om din tjänst i kommunen upphör.**

Externa media utan inbördes rangordning

PR och information

Kan resultera i TV- och radioprogram, artiklar och reportage i all press från dagspress till vecko- och månadspress.

Dagspress

Annonsering för kortsiktig kommunikation. Sker sparsamt, då en mätbar effekt oftast inte motsvarar den höga kostnaden.

Vecko- och månadspress

Annonsering för kort och långsiktig kommunikation. Sker sparsamt, då en mätbar effekt oftast inte motsvarar den höga kostnaden.

Internetreklam

Webben har ju ofantliga möjligheter till informationssökning. Det är oftast på webbsidor som våra målgrupper letar information och bokar. Reklamplatser i form av banners finns också att köpa.

Utomhusreklam

Varierar starkt på olika orter men inbegriper ofta reklam på exempelvis citytavlor, reklampelare och stortavlor.

Direktreklam

Beslutad av kommunfullmäktige den 29 augusti 2023 § 63.

Gäller tills vidare.

Bra media för riktade budskap till unika målgrupper. Kan kommunicera med målgruppen när den fungerar som bäst.

Massmedia

Via vårt nyhetsrum Mynewsdesk- en extern plattform där vi publicerar våra pressmeddelanden och Laholm.se samt sociala media kan externa intressenter löpande ta del av vad som händer i kommunen.

Den bild som till exempel tidningar, radio och tv förmedlar, inte minst utifrån sin granskande roll, har stor betydelse för hur vi som kommun uppfattas. Därför är det viktigt att vi arbetar aktivt för goda relationer med massmedia, med målet att ge en så korrekt bild av vår verksamhet som möjligt. Goda relationer med massmedia kräver att vi agerar med öppenhet, snabbhet och med god tillgänglighet, både inför händelser vi bör informera om samt när vi ibland med kort varsel bemöter händelser som inträffat.

Uppföljning

Kommunikation ska mätas och följas upp utifrån fördefinierade kommunikationsmål och effektmål kopplade till verksamheternas mål och är dokumenterade i kommunikationsplanen. Vid fördjupning i mätning av kommunikation kan kontakt tas med kommunikationsenheten.

Anställda i Laholms kommun som arbetar aktivt med marknadsmässig kommunikation är ansvariga att känna till och verka enligt dessa riktlinjer för strategisk kommunikation och det är respektive chefs ansvar att säkerställa detta.

Kommunstyrelsen har ett övergripande ansvar att värna om detta styrdokuments efterlevnad och aktualitet.

Ansvar

- Fullmäktige ansvarar för att fastställa riktlinjen.
- Kommunstyrelsen ansvarar för övergripande information och kommunikation.
- Varje nämnd ansvarar för informationen inom sitt ansvarsområde.
- Verksamhetscheferna ansvarar för att alla medarbetare inom verksamheten får övergripande information om organisationen och dess ekonomi, samt att den övergripande information och kommunikation som sker ut mot medborgare, besökare och företagare är aktuell och korrekt.
- Verksamhetschefer, enhetschefer samt övriga chefer och ledare ansvarar för att all personal på arbetsplatsen får information om frågor som har betydelse för det egna arbetet.

Beslutad av kommunfullmäktige den 29 augusti 2023 § 63.

Gäller tillsvidare.

- Alla medarbetare har personligt ansvar för att hålla sig informerade genom att ta del av de informationskanaler som används internt. Alla medarbetare har även ansvar för att ha en rimlig omvärldsbevakning och hålla sig uppdaterade med det som berör eget ansvarsområde.
- Det är även medarbetares ansvar att se till att aktuell och korrekt information från den egna verksamheten når ut internt såväl som till sin målgrupp externt.