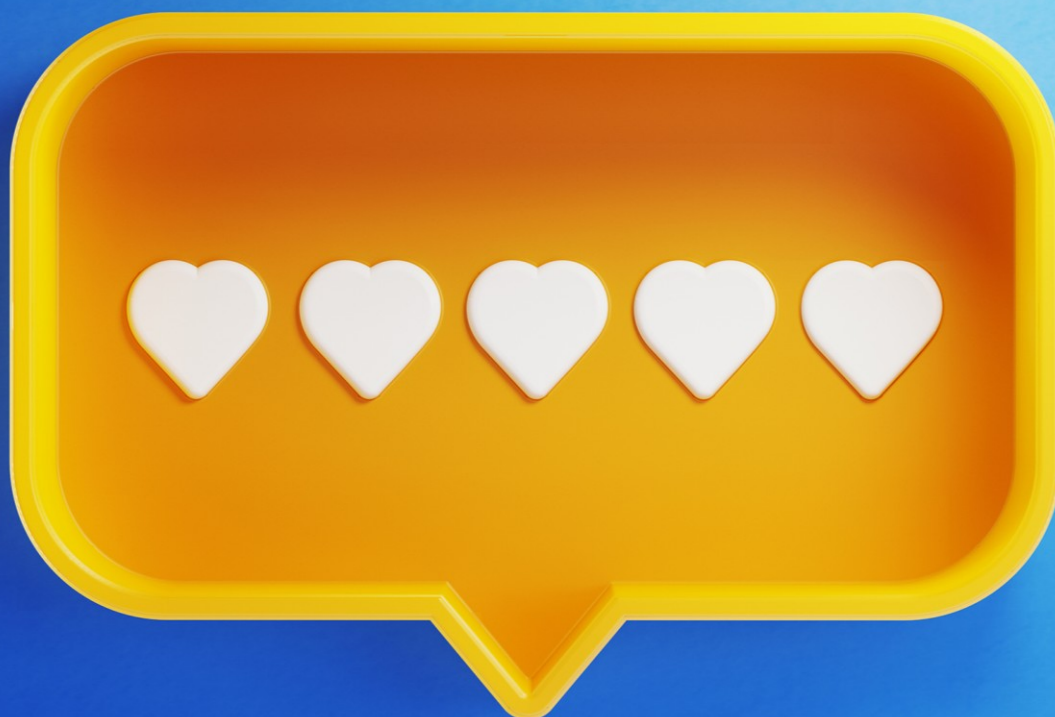




Holmestrand
kommune



Ekstern kommunikasjonsstrategi

Forord

Omdømme skapes av de historiene vi forteller og de historiene som fortelles om oss. Et godt omdømme bygger på gode tjenester, resultater, og vår evne til å formidle disse.

Kommunikasjon er et virkemiddel som kan bidra til at kommunen oppnår sine mål.

Strategien er et overordnet styringsdokument, og skal bidra til at kommunen kommuniserer bedre med sine målgrupper og ivaretar:

- Ytringsfrihet og tilgang til offentlig informasjon (Grunnloven)
- Aktiv informasjon om kommunens virksomhet og å legge til rette for offentlig innsyn (Kommuneloven)
- En åpen og gjennomsiktig organisasjon (Offentlighetsloven)
- En rettssikker, åpen kommunikasjon i tråd med innbyggers rettigheter (Forvaltningsloven)
- Kommunikasjon på et klart og korrekt språk som er tilpassa målgruppa (Språkloven)
- At alle kan delta i samfunnet på lik linje
- Mål i Holmestrand kommunes kommuneplan

Kommunikasjonsutfordringer

Alle kommuner står overfor et komplekst kommunikasjonslandskap preget av både muligheter og utfordringer. Redusert tillit til offentlige institusjoner, økt mangfold, digitalisering, og endringer i mediebruk stiller krav til tydelig, inkluderende og tilgjengelig kommunikasjon – tilpasset ulike behov og plattformer.

Om kommunikasjonsmål

Kommunens ansatte er de beste ambassadørene og omdømmebyggerne. Ansatte er Holmestrand kommunes «førstelinje».

Innbyggere skal ha tilgang på informasjon de trenger. Derfor må vårt budskap og språk være klart, tydelig og forståelig. Vi må ha tydelige rutiner og prioriteringer, og bruke kommunikasjon aktivt som et verktøy for å ivareta tillit.

Vi må tilpasse informasjonen og kommunikasjonen til ulike målgrupper, og ta hensyn til språk, kultur, funksjonsevne, manglende kompetanse eller tilgang til digitale kanaler.

Mål for kommunikasjonsarbeidet

- Kommunens innbyggere er godt informert om kommunens tjenester, beslutninger og aktiviteter
- Det er mulig å delta i demokratiske prosesser
- Kommunen har tillit som en god tjenesteyter, arbeidsplass, hjemkommune og besøksdestinasjon
- Kommunens bidrag til positiv utvikling av lokalsamfunnet synliggjøres
- Kvaliteter og attraktivitet i kommunen synliggjøres
- Informasjon fra kommunen gir innbyggere best mulig forutsetninger for å bruke tjenester og ha dialog med kommunen
- Det er flere positive enn negative saker i mediebildet per år som omhandler kommunen

Kommunikasjonsprinsipper

For å nå kommunikasjonsmålene legger vi vekt på verdiene åpen, trygg og trivelig.

Åpen

Legg til rette for innsyn og praktisere meroffentlighet*

Gjør det tydelig hvordan innbyggere kan komme i dialog med kommunen

Bruk klart og enkelt språk

Universell utforming er bra for alle og nødvendig for noen

Ta en aktiv rolle ovenfor media

Alle ansatte kan fritt ytre seg som privatperson om kommunale forhold som ikke er taushetsbelagt eller unntatt offentlighet

Involver aktuelle grupper i strategiske valg

Trygg

Gi riktig informasjon til rett tid til rett målgruppe

Gjør det enkelt å finne informasjon om kommunens tjenester og tilbud

Sørg for mulighet for rask kontakt med saksbehandlere og ledere

Forvalt innbyggernes tillit til kommunen på en samvittighetsfull måte

Ta ytringer i det offentlige rom på alvor

Trivelig

Lytt for å forstå

Vær løsningsorientert og positiv, gjerne med glimt i øyet

Tilpass budskapet til den gruppen som skal nås

Synliggjør viktigheten av, og resultatene av samarbeid

**Meroffentlighet betyr å gi innsyn der det er mulig, ikke bare der det er pålagt.*

Kommunikasjonsansvar

Kommunikasjon er først og fremst et lederansvar.

Den som har linjeansvar for en tjeneste, har også ansvar for kommunikasjon knyttet til tjenesten.

Ledere skal være oppmerksom på beslutninger eller situasjoner som kan kreve særskilte kommunikasjonsbehov. Ledere må være tidlig ute med informasjon for å forebygge feilinformasjon og unødig tap av omdømme.

Fordeling av ansvar

- Kommunedirektør og ledere i kommunedirektørens ledergruppe uttaler seg om strategiske og prinsipielle forhold og forhold av svært alvorlig karakter
- Kommunedirektør og ledere i kommunedirektørens ledergruppe vurderer når politisk nivå bør kobles på
- Virksomhetsledere uttaler seg om egne virksomheter og tjenester, med mindre saken er av en slik karakter at den er løftet til kommunedirektøren/kommunedirektørens ledergruppe
- Ansatte kan gi allerede kjente faktaopplysninger fra egen enhet og eget fagområde med mindre opplysningene er taushetsbelagt eller unntatt offentlighet
- Kommunikasjonsrådgiver kan fungere som talsperson ved

behov. Kommunikasjonsrådgiver er nettredaktør for kommunens nettside, har hovedansvar for distribusjon og samordning av kommunikasjon i Holmestrand kommunes offisielle kanaler, og bistår med råd og veiledning

Kommunedirektør orienteres om henvendelser fra media når sakene er av prinsipiell karakter eller kan få/har fått stor medieoppmerksomhet.

Kommunikasjonsrådgiver informeres om virksomhetsvise kommunikasjonsplaner og eksisterende rutiner, og orienteres om planlagt mediedekning og eksterne kommunikasjonstiltak.

Kommunikasjon i forbindelse med beredskap håndteres av ledelsen i samsvar med plan for krisekommunikasjon.

Ansatte har ytringsfrihet, men også lojalitetsplikt overfor sin arbeidsgiver. Ansatte må være tydelige på om de uttaler seg som privatpersoner eller på vegne av Holmestrand kommune når de kommuniserer i media.

Målgrupper

Kommunen har mange målgrupper.

- Innbyggere, både nylig tilflyttet og etablerte, i ulike faser av livet
- Potensielle innbyggere
- Folkevalgte
- Samarbeidspartnere
- Potensielle ansatte
- Media
- Besøkende

Kanaler

Brev, telefon/SMS og e-post brukes til å nå personer direkte og er en viktig del av den daglige saksbehandlingen og dialogen. I tillegg til én til én-kontakten gir disse kanalene også rom for massekommunikasjon. Kommunikasjonsprinsippene følges ved bruk av disse kanalene.

Kanalstrategi - massekommunikasjon

Holmestrand kommune skal til enhver tid benytte de kommunikasjonskanaler som gir størst verdi for brukeren og lavest mulig kostnad for kommunen. Dette innebærer at digitale løsninger velges som hovedstrategi for informasjon og kommunikasjon med kommunens målgrupper.

Kanal	Målgruppe	Hensikt primær	(sekundær)
Nettsiden	Alle	Skal tilgjengeliggjøre tilbud/tjenester/relevant informasjon gjennom søk eller navigasjon. søknadsskjemaer, kontakt.	• Landingsside ved krisehendelser • Rekruttere til nyhetsbrev
Holmestrand kommunes facebookside	Innbyggere, 30 + Potensielle innbyggere, 30 +	• Spre kjennskap og engasjement om hendelser og tjenester gjennom innlegg og historiefunksjon • Synliggjøre mangfoldet og aktiviteten i kommunen • Lage store historier ut av små detaljer	• Livesending. • Samle alle relevante FB-arrangementer • Annonsering • Rekruttere til nyhetsbrev
Holmestrand kommunes Instagramkonto	Innbyggere 13-29 Besøkende Potensielle innbyggere	• Dele fine bilder fra kommunen som bygger oppunder kommunen som destinasjon • Dele reels som historiefortelling for å synliggjøre aktuelle saker • #holmestrandkommune	Spre kjennskap og engasjement om hendelser og tjenester, det visuelle vektlegges.
Holmestrand kommunes Linkedinkonto	Potensielle ansatte Samarbeidspartnere	• Dele relevante ledige stillinger • Dele omdømmebyggende saker	Annonsering.
KommuneTV	Innbyggere	Sende politiske møter.	• Arkiv over politiske møter • Sende andre offentlige møter
Holmestrand kommunes nyhetsbrev	Innbyggere Samarbeidspartnere	Informere om aktuelle saker fra nettsiden to ganger i måneden.	• Bygge følgerskare i sosiale medier
Kommunens infoskjermer	Innbyggere	Spre informasjon om aktuelle saker som kurs, aktiviteter, søknadsfrister, kampanjer o.l som kommunen er involvert i.	• Nyheter fra lokalavisa • Siste poster fra FB
Media	Innbyggere Samarbeidspartnere	• Annonsering • Redaksjonelle saker som er relevante for innbyggerne • Samfunnsdebatt	