

# Kommunikasjonsstrategi for Bindal kommune

## 1. Formål og forankring

Kommunikasjonsstrategien er kommunens overordnede styringsdokument for all intern og ekstern kommunikasjon. Strategien skal støtte opp under kommuneplanens samfunnsdel og bidra til at kommunen fremstår som en tydelig, samordnet og tillitvekkende aktør.

Kommunikasjon er et strategisk virkemiddel og en integrert del av kommunens virksomhet. Alle ansatte har ansvar for å kommunisere tydelig, profesjonelt og i tråd med kommunens verdier og mål.

Strategien gjelder for hele organisasjonen og omfatter både menneskelig, organisatorisk og digital kommunikasjon.

---

## 2. Lovgrunnlag

Kommunikasjonen i kommunen skal være i samsvar med gjeldende lov- og regelverk, herunder blant annet:

- KommuneLOVEN
  - OffentlighetsLOVEN
  - ForvaltningsLOVEN
  - SpråkLOVEN
  - PersonopplysningsLOVEN (GDPR)
  - ArkivLOVEN
  - EUs webdirektiv (WAD)
- 

## 3. Prinsipper for kommunikasjon

Følgende prinsipper skal ligge til grunn for all kommunikasjon i kommunen, uavhengig av kanal og målgruppe:

### Åpen

Kommunen skal være åpen, etterrettelig og tydelig. Informasjon skal deles på en forståelig og korrekt måte, og vi skal praktisere meroffentlighet.

## Helhetlig

Kommunikasjonen skal være samordnet slik at kommunen fremstår som én avsender, med en gjenkjennelig og konsekvent stil.

## Proaktiv

Kommunen skal være i forkant av informasjonsbehov, forutse spørsmål og gi relevant informasjon til rett tid.

## Medvirkende

Kommunen skal legge til rette for dialog og involvering, og gjøre det tydelig hvordan innbyggere kan medvirke i prosesser og beslutninger.

## Tilgjengelig

Informasjon skal være lett å finne, forstå og bruke, og være universelt utformet slik at den når flest mulig.

---

## 4. Kommunikasjonsmål

Kommunikasjonsarbeidet skal bidra til at:

1. Kommunen fremstår som én samlet og troverdig aktør
  2. Innbyggere har tillit til kommunen og opplever å være godt informert
  3. Ansatte har god informasjon, tilhørighet og eierskap til kommunen som organisasjon
  4. Kommunen kommuniserer moderne, effektivt og i takt med innbyggernes behov
- 

## 5. Målgrupper

### Primære målgrupper

- Innbyggere (barn, unge, voksne og eldre)
- Ansatte
- Folkevalgte

### Sekundære målgrupper

- Næringsliv og arbeidsgivere
- Frivillig sektor og organisasjoner
- Media
- Besøkende og fritidsinnbyggere
- Potensielle innbyggere og arbeidstakere

---

## 6. Strategiske hovedgrep

For å nå kommunikasjonsmålene skal kommunen prioritere følgende:

- Kommunikasjon skal inngå tidlig i planlegging og beslutningsprosesser
  - Styrke helhetlig internkommunikasjon på tvers av organisasjonen
  - Bruke klart språk og tilpasse kommunikasjonen til målgruppen
  - Øke innbyggerorientering, dialog og medvirkning
  - Videreutvikle felles kompetanse og kvalitet i kommunikasjonsarbeidet
- 

## 7. Kanalstrategi

Kommunen skal ta i bruk kanaler som samlet sett gir trygg, effektiv og målrettet kommunikasjon med innbyggere, ansatte og samarbeidspartnere. Kanalvalg skal vurderes ut fra formål, målgruppe og type informasjon – ikke ut fra enkeltløsninger eller leverandører.

### Hovedkanaler

Kommunen skal alltid ha én eller flere **primære, autoritative informasjonskanaler** der innbyggere kan forvente å finne:

- Korrekt og oppdatert informasjon
- Selvbetjeningsløsninger
- Helhetlig oversikt over kommunens tjenester

Disse kanalene vil normalt kunne omfatte:

- Kommunens offisielle nettside
- Kommunens innbyggerapp
- KS Min kommune

Valg og videreutvikling av slike løsninger reguleres gjennom egne beslutninger og handlingsplaner, ikke gjennom kommunikasjonsstrategien.

### Supplerende og forsterkende kanaler

For å nå ulike målgrupper kan kommunen bruke supplerende kanaler, herunder blant annet:

- Digitale skjermer og fysiske informasjonsflater i kommunale bygg
- Sosiale og tredjeparts digitale plattformer
- E-post, SMS og brev

- Medienes kanaler

Disse kanalene brukes primært til å forsterke og peke videre til kommunens hovedkanaler, og ikke som eneste kilde til viktig informasjon.

Strategien er bevisst kanal- og leverandørnøytral. Innføring av nye digitale løsninger, som for eksempel en innbyggerapp, kan skje innenfor denne strategien uten at dokumentet må revideres, så lenge prinsippene og målene ligger fast.

## Prinsipper for kanalbruk

- Viktig og varig informasjon skal alltid være tilgjengelig i kommunens primære kanaler
  - Varsler og korte budskap kan distribueres i flere kanaler samtidig
  - Personvern, informasjonssikkerhet og universell utforming skal alltid ivaretas
  - Kommunen skal aktivt vurdere nye kanaler og løsninger dersom de gir bedre måloppnåelse
- 

## 8. Roller og ansvar

Kommunikasjonsansvaret følger linjeprinsippet.

- Kommunedirektør har overordnet ansvar for kommunikasjon
  - Ledere har ansvar for kommunikasjon innen egne områder
  - Ansatte har ansvar for å bidra til god informasjonsdeling og profesjonell kommunikasjon
  - Digitalisering og IKT gir støtte, rådgivning og kvalitetssikring
- 

## 9. Krise- og beredskapskommunikasjon

Ved kriser og ekstraordinære hendelser gjelder egne planer for beredskap og krisekommunikasjon. Kommunikasjonsstrategien understøtter disse planene, men erstatter dem ikke.

---

## 10. Bruk av sosiale medier

### «Vær varsom»-plakat for folkevalgte

Med «Vær varsom»-plakaten ønsker vi å legge noen rammer for hvordan folkevalgte skal forholde seg til sosiale medier relatert til folkevalgtoppgaven. Vi respekterer at dine kontoer på sosiale medier er private, men grenseoppgangen kan være smal.

### Råd til folkevalgte om bruk av sosiale medier

#### Ytringsfrihet

De folkevalgte har full ytringsfrihet. Samtidig har de plikt til å utvise lojalitet som folkevalgte, og de må tilpasse seg de vedtak som fattes. Folkevalgte som har verv i frivillige organisasjoner og i næringslivet, må være bevisst på at det kan medføre rollekonflikter. Vi ser gjerne at du deltar i debatten, men du bør si at du fremmer dine meninger som privatperson. Husk taushetsplikten, arbeidsgiveransvaret og at vervet medfører en viss offentlighet.

#### Åpen kanal som når langt

Sosiale medier er åpne kommunikasjonskanaler- det du skriver kan bli sett, lest og videreformidlet av mange og til mange, over lang tid.

#### Rolle

Vær varsom med å blande din offentlige og private rolle. Tenk over hvem du skal ha kontakt med.

#### Omgangstone

Vi forventer at de normene for sosial omgang vi har i det daglige, også blir respektert i den digitale verden/på sosiale medier.

---