



Torsås
kommun



Kommunikationsstrategi 2025 - 2028

Antagen av kommunfullmäktige
2025-02-10 § 8

Beslutad av: Kommunfullmäktige
Framtagen av: Patrik Långberg
Kommunikatör
Uppdaterad:

Beslutsdatum: 2025-02-10 § 8
Dokumentansvarig:

Diarienummer: 24/KS0254
Giltighetstid: 2025-2028

Ett utskrivet exemplar är alltid en kopia, giltigt original finns på kommunledningsförvaltningen.



Innehåll

Bakgrund	4
Vad är kommunikation	5
Hur ser det ut i omvärlden.....	5
Varför en ny kommunikationsstrategi.....	5
Vision, mål och fokusområden	6
Vision	6
Mål- och fokusområden	6
Målgrupper	7
Intern kommunikation	7
Extern kommunikation	7
Hemsidan.....	8
Facebook	8
Instagram.....	8
Youtube.....	8
Linkedin.....	8
Tryckt material.....	8
Informationsgång vid en nyhetshändelse	9
Turordning vid nyhetshändelse.....	9
Nå flest invånare på effektivaste sätt.....	9
Hur går vi vidare	10
Källhänvisning	10

Bakgrund

Kommunens första och främsta uppgift är att ge god service till medborgarna. I takt med att medborgarna blir vana att ta del av information på sina villkor ökar kraven på kommunen att bistå invånarna med det. Med en ständigt förbättrande kommunikation och dialog ges större möjlighet att tillgodose de ökade kraven. En viktig del för att nå bra kommunikation är att kommunens anställda är lättillgängliga för kommunens invånare oavsett vilken plattform kontakten sker på.

Offentlighetsprincipen och yttrande- och meddelarfriheten är grundpelare i det kommunala arbetet och i den demokratiska processen. Meddelarfriheten enligt Tryckfrihetsförordningen tillåter att all anställd personal kan lämna information till media utan rädsla för att deras identitet ska avslöjas. Detta säkerställer öppenhet vilket är avgörande för en välfungerande demokrati.

Kommunens hemsida är en central plattform för kommunikationen med medborgarna. Men med den snabba utvecklingen inom medielandskapet har kommunikationslandskapet blivit mer varierad och kommer så även att vara i framtiden. Medborgarna förväntar sig inte längre att aktivt söka information på olika webbplatser utan vill i stället få den levererad till sig genom sociala medier. Därför har kommuner, inklusive Torsås kommun, anpassat sig genom att komplettera sina informationskanaler till sociala medier.

I den snabba utvecklingen av medielandskapet måste kommunen vara medveten om att behovet av information från medborgarna kommer att öka, och det är viktigt att inkludera alla, inklusive minoritetsgrupper som personer med funktionsnedsättningar. Lagstiftning som EU:s webbdirektiv och GDPR sätter höga krav på tillgänglighet och dataskydd, vilket måste beaktas i kommunikationsarbetet.

Enligt barnkonventionen ska barns rättighet till att få information på sina egna villkor uppmärksammas och tillgodoses.

Trots den ökande digitaliseringen är det viktigt att komma ihåg att inte alla deltar i det digitala samhället, vilket kräver hållbara informationskanaler som når alla medborgare. Även om kommunens hemsida och sociala medier är huvudkanalerna så är trycksaker ett viktigt komplement för att ha hållbara informationskanaler för alla, oavsett bakgrund, funktionsnedsättning och behov av information på olika språk.

Vilket socialt medie som används varierar över åldrarna lika så vilket socialt medie som är trendigt, det vill säga populärt för stunden. Exempelvis minskar användandet av Facebook och Instagram hos gymnasieelever samtidigt som Facebook är det mest använda sociala mediet hos pensionärer. Det sociala mediet som, enligt undersökningen (Svenskarna och Internet 2023, 2023), används mest över hela åldersspannet är YouTube.

Kommunen ska ha en strategi för att säkerställa att medborgarna kan lita på den information som publiceras och att den når dem på ett effektivt sätt, särskilt i situationer där snabb information är nödvändig. Trovärdighet byggs över tid och kräver ett metodiskt och långsiktigt arbete. Det är dock viktigt att skilja på vardaglig kommunikation och kriskommunikation, som kräver specifika åtgärder och strategier.

Vad är kommunikation

Enligt etymologi härstammar ordet "kommunikation" från latinets communis, vilket betyder gemensam. Det handlar om att göra något gemensamt, att dela något med andra.

Kommunikation är en fundamental process som möjliggör överföring av information, idéer, tankar eller känslor mellan människor genom olika kanaler och med hjälp av olika medel. Kommunikationsprocessen är en komplex process som innefattar flera steg:

- **Kodning:** En avsändare formulerar ett budskap och kodar det i lämplig form (till exempel tal, skrift, bild eller film).
- **Överföring:** Budskapet skickas via en kanal eller ett kommunikationsmedium till en mottagare.
- **Avkodning:** Mottagaren tolkar och avkodar budskapet för att förstå dess innebörd.
- **Respons:** Mottagaren ger en respons tillbaka till sändaren, vilket kan vara ytterligare information, en reaktion eller ett svar (Shannon & Weaver, 1949) och (Kotler, 2003)

Hur ser det ut i omvärlden

Sociala medier har revolutionerat vårt synsätt på media och kommunikation, vilket är en obestridlig realitet i dagens samhälle. Sedan internetets uppkomst har landskapet för modern kommunikation förändrats, men det var inte förrän Facebook och Instagram slog igenom på bred front mot slutet av 2000-talet och början av 2010-talet som vi såg en helt ny vändning i utvecklingen. Det traditionella medielandskapet, där ett fåtal medieaktörer talade till prenumeranter, tittare och lyssnare, har omvandlats till en verklighet där varje medborgare skapar sin plattform och ansvarar för sitt budskap. Detta fenomen är en styrka för demokratin, då det ger människor möjlighet att uttrycka sina åsikter och dela sina erfarenheter fritt.

Samtidigt har den ökade tillgängligheten till informationskanaler på sociala medier även medfört risker. Spridningen av rykten, falsk information och ren desinformation har blivit en vanlig del av den mediala vardagen. Det stora antalet källor gör det också allt svårare att nå ut med ett sitt budskap, då det konkurrerar med en överväldigande mängd andra inlägg och meddelanden.

Användningen av sociala medier är fortsatt högt, 85% av befolkningen använder sig av sociala medier varje dag (2019 var den siffran 65%). 6% internetanvändare använder inte sociala medier alls och 4% av befolkningen använder inte internet. Det finns däremot skillnader vilket socialt medie om används beroende på ålder. Yngre är mer på Youtube, Snapchat, TikTok medan äldre är mer på Facebook, Youtube och Instagram. Den yngre generationen använder sociala medier främst för att bli roade, underhållen av roliga klipp och umgås med vänner. De äldre använder sociala medier för bland annat samhällsnyheter, gratulera på födelsedagen och vara med i grupper med likasinnade. Pensionärer använder sociala medier som en digital kontaktlista över vänner och bekanta, ta del av samhällsnyheter samt att få kunskap, tips och inspiration (Svenskarna och Internet 2023, 2023).

Varför en ny kommunikationsstrategi

Den digitala utvecklingen går i en rasande fart och med ett medielandskap i ständig förändring är behovet av en uppdaterad strategi för kommunikation stort. Det är även viktigt för oss som kommun att hänga med i utvecklingen.

Inför den fortsatta utvecklingen är det nödvändigt för kommunen att vara väl förberedd och genomtänkt när det gäller kommunikationen med invånarna. Medborgarna kräver transparens och ansvar från kommuner och myndigheter. Kommunikationen måste därför vara tydlig, relevant och anpassad för att möta dessa höga förväntningar.

För att möta kraven från kommuninvånarna måste kommunen ha en genomtänkt strategi för vad som förmedlas och hur det görs. Detta innebär att inte bara anpassa sig till den rådande digitala eran utan också att vara proaktiv och föregående när det gäller att förutse och anpassa sig till framtida förändringar och behov.

Vision, mål och fokusområden

Kommunens värdegrund ska genomsyra hela verksamheten, både i den utåtriktade verksamheten såväl som i det interna arbetet. Kommunens kommunikation ska fungera som en drivkraft som flyttar oss framåt och främjar utveckling. Genom att visa en positiv och välkomnande bild av Torsås vill vi förmedla att här är allt möjligt.

Vision

Torsås vision lyder Ett gott liv i en livskraftig kommun. I Torsås kommuns strategiska plan betonas vikten av att medborgarna på ett naturligt sätt kan ta del av information om samhällsutvecklingen. Detta åtagande grundar sig i kommunens värdegrund, DUTT, som står för delaktighet, utveckling, tydlighet och trygghet. Dessa fyra principer fungerar som ledstjärnor och ska genomsyra alla aspekter av kommunens verksamhet. Respekt och ett gott bemötande är två hörnstenar för Torsås kommun och som även ska genomsyra kommunikationsarbetet.

Mål- och fokusområden

Målen med kommunens kommunikationsarbete är att lyfta fram verksamhetens arbete. Men också att ge en positiv och enhetlig bild av Torsås kommun. För att uppnå de övergripande målen är det avgörande att aktivt stödja kommunledning, chefer och andra ansvariga i kommunikations- och mediefrågor. Kommunikationen till kommuninvånarna omfattar både förtydliganden och klargöranden samt information vid olika händelser, vardagliga såväl som akuta. Strategin fokuserar på kommunikation i vardagen, både internt och externt.

Målformulering kommunikationsarbete:

- *Marknadsföra Torsås som en attraktiv kommun för boende, jobb, turism och inflyttning*
- *Utveckla dialogen med den enskilde medborgaren*
- *Sprida kunskap om kommunens verksamhet*
- *Informera om rättigheter och skyldigheter*
- *Bibehålla och rekrytera medarbetare*
- *Belysa och informera om olika kommunala frågor*



Målgrupper

Varje grupp har olika behov och förutsättningar som är avgörande för kommunikationens utfall. En kommunikationsinsats ska tillgodose målgruppens olika behov, villkor och behöver anpassas beroende på om det är intern eller extern kommunikation.

Intern kommunikation

Intern kommunikation är avsedd för de anställda inom kommunen. Den interna kommunikationen ligger till grund för den externa kommunikationen. Välinformerade medarbetare ger en känsla av delaktighet men skapar även goda möjligheter till ett bra arbete. Kommunens medarbetare är viktiga ambassadörer och därför är det viktigt att den interna kommunikationen prioriteras. Det är medarbetarnas ansvar att söka, sprida och ta del av den information som är viktig för sitt arbete men även kommunen som helhet.

Anställda som påverkas av stora beslut bör få information i god tid före beslutet, innan information når media eller andra externa kanaler. Det är avgörande att frågan om vilka som berörs av förändringen och hur de ska informeras tas upp långt innan beslutet fattas. Intern kommunikation bör i första hand ske via intranätet, andra tekniska hjälpmedel och arbetsplatsträffar.

Varje nämnd och förvaltning har ansvaret för kommunikation och information inom sin verksamhet. Chefer har även ansvar för hantering av externa medier, vilket innebär att de måste ha med sig informationsaspekten i sin verksamhetsplanering och i det dagliga arbetet. Detta inkluderar att kommunicera med anställda och se till att information till medborgare sker på ett bra sätt.

E-post bör användas i andra hand för intern information med hänvisning till bestämmelserna om GDPR för att undvika onödig spridning av personuppgifter. Externa kanaler som Torsås kommuns Facebooksida och torsas.se ska inte användas för intern information, då dessa är avsedda för allmänhetens information.

Extern kommunikation

Den externa kommunikationen riktar sig mot olika målgrupper såsom invånare, framtida invånare, media, företag och turister. Det är avgörande att vara medveten om att dessa målgrupper skiljer sig åt och att anpassa utformning, text och tilltal därefter.

Extern kommunikation har som syfte att stödja samhällslivet och demokratin. Därför ska arbetet med att sprida information vara offensivt och aktivt. Kommunikation i god tid, till rätt person och på rätt plats är avgörande för att medborgarna ska kunna vara väl informerade och känna sig delaktiga i kommunens olika verksamheter. Detta ökar förtroendet för kommunen och förståelsen för vårt arbete. Dessutom är det viktigt att vara öppen även vid missförhållanden och problem för att motverka rykten och spekulationer. En ärlig kommunikation skapar långsiktigt förtroende.

Tillgänglighet är ett ledord i all extern kommunikation, både med tanke på EU:s webbdirektiv och för att säkerställa att kommunikationen når alla, oavsett språk eller bakgrund. Därför bör onödigt svåra ord undvikas, liksom långa och invecklade meningar. Tönen i kommunikationen ska vara vänlig, positiv och inkluderande, oavsett kanal.

En framgångsrik informationsinsats kräver att målgruppen alltid står i fokus och att man väljer lämpliga kanaler för att nå dem. Huvudmålgruppen för extern information är allmänheten, vilket innefattar invånare, framtida invånare, företagare, media, andra myndigheter och turister. Olika plattformar når olika målgrupper, så det är viktigt att kombinera flera kommunikationskanaler för att nå ut brett med viktiga budskap.

Det är viktigt att uppmärksamma det digitala utanförskapet, vilket omfattar personer som inte känner sig bekväma med att använda datorer, smartphones eller digitala tjänster i vardagen. Enligt (Svenskarna och Internet 2023, 2023) är det pensionärer, funktionsnedsatta och utlandsfödda som främst drabbas av det digitala utanförskapet. Därför är det nödvändigt att tänka bredare och mer mångfacetterad kommunikation i framtiden. Detta innebär att överväga att i framtiden finnas på fler plattformar och ta hänsyn till invånare som inte har tillgång till eller kunskap om det digitala medielandskapet.

Tendensen är att datoranvändningen överlag minskar till förmån för mobila enheter. Samtidigt får hushåll på landsbygden ökad tillgång till fiber och numera också god mobiltäckning, vilket kan bidra till ökad digital inkludering i dessa områden.

Hemsidan

Medborgarna ska veta hur kommunen drivs och sköts – informationen ska även finnas att tillgås på en plats: hemsidan. Hemsidan är grundpelaren och roten för all information, samhällsinformation och nyheter av vikt. Med nyheter av vikt menas till exempel; information kring en extraordinär händelse, eldningsförbud, vattenläckage, kallelser till kommunfullmäktige, information om olika projekt och i vissa fall när enskilda verksamheter vill göra reklam för någon närstående händelse. Nyheten kan sedan delas från hemsidan till andra sociala medier med rätt anpassning.

Facebook

I dagsläget har Torsås ett huvudkonto och flera underkonton med olika avsändare. Vi förväntar oss nå en bred allmänhet bland 70, 80 och 90-talisterna. Syftet med att ha ett huvudkonto är att vi i denna kanal kan nå ut med information som berör hela kommunens verksamhet. Genom att skapa underkonton, såsom Ungdomssupporten eller Fritidsgården, kan vi lyfta fram och visa upp specifika verksamheter på ett tydligare sätt och göra det lättare för invånarna att snabbt hitta information inom just dessa områden.

Instagram

På Instagram når vi 70, 80, 90, 00-talisterna. Instagram är ett bildvänligt socialt medie där man antingen delar bilder i flödet eller genom Instastories. Tonaliteten är lättsam och det är stort fokus på bilden. Över tid har fler kommunala verksamheter valt att presentera sitt arbete på ett eget konto. På Instagram är det viktigt med hög personlig närvaro, högre än på exempelvis Facebook, uppdateringarna behöver komma tätare.

Liksom på Facebook signalerar obesvarade kommentarer även här ointresse från kontoinnehavaren och sänker därmed såväl Torsås kommuns varumärke som kontots status i det sociala medier kallar för algoritmer. Instagram är i allmänhet mer lättsamt och fokuserar mer på snygga, lockande bilder samt reels (korta filmer). Följarna förväntas möta innehåll med ett lekfullt och humoristiskt tonläge.

Youtube

Enligt (Svenskarna och Internet 2023, 2023) använder 62% av 00-talisterna och 65% av 10-talisterna Youtube dagligen. Detta är en målgrupp vi har svårt att nå idag genom våra andra sociala medier-kanaler. Kommunen har sedan tidigare en Youtubekanal som har använts till och från. Genom att öka närvaron på kommunens Youtubekanal kan vi skapa förutsättningar för att nå ut även till den yngre generationen. Youtube är även med som topp tre det mest använda sociala mediet i alla ålderskategorier.

LinkedIn

Kommunen har ett konto på LinkedIn som är ett yrkesnätverk för kompetensutveckling mellan arbetsgivare och arbetssökande. Med en ökad närvaro på LinkedIn kan vi bygga kommunens varumärke som en attraktiv arbetsgivare. Arbetet med en ökad närvaro har påbörjats och kommer att fortsätta framöver. Torsås kommun kan dra stor nytta av att ha en högre aktivitet på LinkedIn för att knyta viktiga och nyttiga yrkeskontakter. Tonaliteten på LinkedIn är mer strikt och korrekt än exempelvis på Facebook och Instagram.

Tryckt material

Trots det höga användandet av sociala medier finns fortfarande behovet av kommunikation via mer traditionella vägar, så som tryckt media. Tryckt media med tillhörande publiceringskanaler har fortsatt mycket stor räckvidd till kommunens invånare. Via print och digitalt innehåll når exempelvis Barometern-OT 64% av invånarna dagligen (Räckvidd och läsarprofiler, 2024).

Vid behov är det effektivt att nå ut med budskap via annonser i lokala medier. Även mindre tidningar och publikationer kan erbjuda så kallad full hushållstäckning, vilket innebär att tidningen delas ut till alla hushåll i kommunen oavsett prenumeration. Annonsera i traditionell media är idag en kostsam marknadsföringsinsats. Vill man uppnå mer kostnadseffektiva marknadsföringsinsatser bör man överväga annonsering i sociala medier, främst genom Facebook och Instagram.

För att ytterligare nå ut till kommuninvånarna har kommunen sitt kommunblad som skickas ut två gånger om året. Denna strategi möjliggör en omfattande och målinriktad spridning av kommunens information till samtliga invånare.

Informationsgång vid en nyhetshändelse

Media har tre roller; 1. Vara en kanal för att få ut information (särskilt tydligt vid en kris). 2. Granska kommunen. 3. Media är även en målgrupp för riktad information, som pressmeddelanden.

Vid en större nyhetshändelse ska information ges i följande turordning:

1. Intern information till personal, med information på intranätet.
2. Utlägg på extern hemsida.
3. Pressmeddelande eller annan information till pressen.

Det är viktigt och betydelsefullt att Torsås kommun har goda och professionella relationer till media. Media ska få korrekt och saklig information. Genom aktiva mediakontakter minskar riskerna för missförstånd och felaktigheter.”

Vid en större nyhetshändelse ska information ges i följande turordning:

1. Intern information till personal med nödvändig information på intranätet
2. Information till invånarna med relevant information på hemsidan
3. Pressmeddelande eller annan information till pressen.

På detta sätt byggs information från grunden. Kommunens medarbetare informeras först, därefter informeras allmänheten. När pressmeddelandet går ut har pressen möjlighet att hänvisa till hemsidan för mer djupgående information.

Att nå flest invånare på ett effektivt sätt

När kommunen ska nå ut med en nyhet är det fördelaktigt att spalta upp vilka grupper som ska nås och vilka kanaler man når respektive grupp genom. I vissa fall är det självklart och ger sig naturligt; ungdomar nås inte via tidningen eller Facebook. Eller att äldre inte nås i samma utsträckning genom

Instagram. Om kommunen vill nå så brett som möjligt uppnår man bäst effekt vid en kombination av publiceringar på olika plattformar såsom hemsida, Facebook, Instagram och så vidare. Trots att många unga inte använder Facebook är det fortfarande en stark kommunikationsväg där vi når många. Det är viktigt att kommunen följer utvecklingen och är öppen för att hitta nya vägar för att nå bredare.

Att skapa ett framgångsrikt inlägg är något vi bara delvis kan kontrollera. Genom att publicera innehåll som är relevant och viktigt vid rätt tidpunkt gör vi vårt bästa. Därefter tar de sociala mediernas algoritmer över. Eftersom dessa algoritmer förändras över tid, är det viktigt för kommunen att kontinuerligt hålla sig uppdaterad och följer utvecklingen.

Det ingår i spelreglerna för sociala medier att svara på kommentarer. Det gäller oavsett om kommentaren är på Torsås kommuns huvudsida eller på någon annan sida inom kommunen verksamhet. Detta är dels viktigt för inläggets räckvidd, men även engagemanget mot medborgarna och Torsås kommun som varumärke. Ett kommentarsfält utan svar sänker inte bara kommunens trovärdighet, det missgynnar det sociala mediets algoritmer vilket innebär att inlägget får mindre räckvidd och i förlängningen gör att kommunens konto får svårare att nå ut. Mot medborgarna ger det signaler om att frågan inte är viktig eller prioriterad.

Hur går vi vidare

För att uppnå målen i strategin kommer vi att ta fram en handlingsplan. Denna plan kommer att innehålla specifika åtgärder som säkerställer att vi når våra mål inom de kommande fyra åren.

Det är av yttersta vikt att tydligt definiera inriktningen för hanteringen av konton och hur ansvariga för dessa konton ska administrera sina rättigheter, som tidigare nämnts. Detta innebär också att överväga en eventuell utökning av Torsås kommuns aktiva närvaro på fler plattformar och att identifiera vilka dessa skulle kunna vara.

Det är även nödvändigt att klargöra det interna informationsflödet, inklusive vilka befattningar som ansvarar för att publicera innehåll på intranätet. Dessutom bör det specificeras hur ledningen och andra strategiska personer med ansvar för information och kommunikation kan få stöd i sitt arbete med kommunikation.

Det ökande behovet av information gör att handlingsplanen bör skrivas med detta i åtanke. Det är nödvändigt att anpassa strategier och processer för att möta de ökande kraven på information och kommunikation. En noggrann planering och implementering är avgörande för att säkerställa att kommunen kan möta dessa utmaningar på ett effektivt sätt.

Källhänvisning

- (2021). Den framtida befolkningen i Sveriges län och kommuner 2021-2040. Örebro: SCB, Statistiska centralbyrån.
- Misinformation on Facebook got six times more clicks than factual news during the 2020 election, study says. (2021, september 4). Retrieved from The Washington Post: <https://www.washingtonpost.com/technology/2021/09/03/facebook-misinformation-nyu-study/>
- (2008, reviderad 2013). Policy för information och kommunikation. Torsås: Torsås kommun.
- (2014). Riktlinjer för användning av sociala medier i tjänsten. Torsås: Torsås kommun.
- Räckvidd och läsarprofiler. (2024, april 4). Retrieved from Barometern: <https://medieportalen.barometern.se/rackvidd-och-lasarprofiler/>
- (2024). Strategisk plan 2024-2027. Torsås: Torsås kommun.
- (2023). Svenskarna och Internet 2023. Internetstiftelsen.
- Wikipedia. (2024, april 4). Retrieved from Kommunikation: <https://sv.wikipedia.org/wiki/Kommunikation>





Torsås
kommun

Box 503, 385 25 Torsås
Telefon: 010-35 33 100
E-post: info@torsas.se, hemsida: www.torsas.se

Producerad av Torsås kommun 2024

Vill du veta mer eller beställa fler exemplar av Torsås kommun - Kommunikationsstrategi 2024 - 2028,
kontakta kommunledningsförvaltningen, telefon 010-35 33 100, eller hämta den som pdf-fil på Torsås kommuns hemsida www.torsas.se.

