

Kungälvs kommun på sociala medier

Regler

Diarienummer: KS2019/2086
Dokumentansvarig: Kommunikationschef
Beslutad av: Kommunstyrelsen § 18/2016
Datum för beslut: 2015-07-29
Giltighetstid: 2023-12-31
Handläggare: Noel Cornér, Lena Johansson, Lena Lipkin

KOMMUNLEDNINGSEKTORN

**KUNGÄLVS
KOMMUN**



ADRESS Stadshuset · 442 81 Kungälv
TELEFON 0303-23 80 00 vx
FAX 0303-190 35
E-POST kommun@kungalv.se
HEMSIDA www.kungalv.se

1. Inledning

Dessa regler har tagits fram för att visa hur vi i Kungälv kommun ska använda sociala medier på ett positivt och effektivt sätt. Detta bidrar till att förstärka bilden av Kungälv som en modern kommun.

Att delta på sociala medier är ytterligare ett sätt för Kungälv kommun att nå fler personer och bredda målgruppen. På sociala medier möter vi medborgaren på ett annat sätt än via hemsida eller kundcenter och ökar medborgarnas möjlighet till delaktighet. Till skillnad från våra andra kanaler besöker man inte kommunens Facebooksida för att man har ett ärende, man får uppdateringarna direkt i sitt flöde när man ”gillar” kommunen.

Dessutom kan *användarna själva publicera eget innehåll* och *delta i dialogen*.

Exempel på sociala medier:

- Externa webbplatser, till exempel Facebook, Twitter, YouTube, Instagram och LinkedIn.
- Bloggar – antingen på den egna webbplatsen eller på en extern webbplats.
- Bildsajter där man släpper rättigheterna till bilden, på egen webbplats eller på en extern, till exempel Instagram.

Kommunikationsenheten har öppnat officiella konton på Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn och Instagram. Mycket av resonemanget i dessa riktlinjer utgår från Facebook och Twitter, men gäller även för andra befintliga och eventuellt kommande sociala medier.

Sociala medier är en kommunikationsväg bland andra, men med egna förutsättningar, och ska användas i verksamheternas kommunikation där det är lämpligt.

2. Relation till andra styrdokument

Reglerna är kopplade till kommunens kommunikationshandbok och informationspolicy/strategi och är en fördjupning av dessa.

3. Syfte

Det främsta syftet med att använda sociala medier är att skapa dialog med våra medborgare och andra intressenter. Det blir också en plattform där frågor kan besvaras och kritik bemötas.

4. Mål och viljeinriktning

Informationen på de sociala medierna ska ha en tydlig avsändare och präglas av kommunens varumärke och så långt det är möjligt följa den grafiska profilen. Som i all kommunikation är det inte de olika verksamheterna som ska särskilja sig från Kungälv kommun, det är Kungälv kommun som ska särskilja sig från andra aktörer.

Sociala medier är lämpligt att använda i följande sammanhang:

- omvärldsbevakning
- marknadsföring av platser och event
- dialog om aktuella projekt och frågeställningar
- rekrytering genom att länka lediga jobb till flödet
- kriskommunikation
- olyckor och vädervarningar
- trafikomläggningar och köer

5. Vem får använda sociala medier för kommunens räkning?

Kungälv kommunens kommunikationsenhet har ett övergripande ansvar för kommunens kommunikation på sociala medier. Kommunens officiella kanaler hanteras i enlighet med offentlighetsprincipen och bestämmelser om arkivering.

Chef inom en sektor/enhet beslutar om respektive verksamhets kommunikation på sociala medier, och utser vilka personer som i tjänsten ska ansvara för eventuellt eget konto eller publicera på kommunens. Egna konton fungerar bäst för kommunikation till mindre grupper med gemensamt specialintresse. Kommunens konto, med alla sina "vänner" är bäst att använda för att nå ut brett med frågor av allmänt intresse.

Alla inlägg som görs på kommunens konton görs i kommunens namn. Tänk på att alltid ange faktalämnare när du svarar på en inkommen fråga. Tonen i inläggen ska vara lättsam, personlig, men inte privat. När en sektor/enhet väljer att finnas på sociala medier med eget konto, ska det meddelas till kommunikationsenheten. En kommunikationsplan för kontot ska upprättas. Kommunikationsenheten tillhandahåller mall för detta.

6. Kommunens centrala konton på sociala medier

Facebook

I Kungälv kommun använder vi Facebook i huvudsak till bredare kommunikation med medborgare och andra som "gillar" oss och ge dem möjlighet att ställa frågor och lämna synpunkter. Det är viktigt att få många gillare och få dessa att dela inlägg. Det är då vi får ett genomslag. Därför blandar vi lättsamma inlägg med mer seriösa.

Vi har som målsättning att vara tillgängliga och besvara frågor under arbetstid. Facebooksidan administreras av kommunikationsenheten och uppdateras flera gånger dagligen.

Kungälv kommunens centrala Facebooksida har adressen www.facebook.com/kungalvskommun.

Twitter

I Kungälv kommun använder vi Twitter i huvudsak för omvärdsbevakning och kommunikation av nyhetskaraktär direkt från kommunfullmäktige och andra event. Twitterflödet passerar mycket snabbt och formatet, 140 tecken, lämpar sig inte till fördjupningar. Målgruppen främst journalister och politiker. Men vi ser även andra användningsområden, exempelvis serviceinformation, krisinformation och evenemangsinformation.

Ett tweet ska alltid innehålla minst en hashtag. Den officiella hashtagen för Kungälv kommun är #kungälvskommun. Utöver denna kan det förekomma egna hashtags exempelvis #mimershus, #marstrand, #kungälvstadskärna. När det tweetas från kommunfullmäktige eller andra politiska sammanhang i Kungälv använder vi #klvpol. Sträva efter korta hashtaggar eftersom de stjälar utrymme från tweeten.

YouTube

I Kungälv kommun använder vi Youtube i huvudsak som en publiceringsplattform för den rörliga bild vi publicerar för extern visning.

Kungälv har idag en officiell Youtubekanal som heter "Kungälv kommun". Där försöker vi att renodla den information som sprids och allt material som finns där publiceras av kommunikationsenheten. Om någon verksamhet har material som kan passa att publicera på vår officiella kanal kontaktar man kommunikationsenheten.

Om en verksamhet vill starta en ny Youtubekanal kontaktas kommunikationsenheten. Man kan få hjälp av kommunikationsenheten att starta kanalen.

Instagram

Huvudsyftet med vårt instagramkonto är att kunna dela med oss av kommunens alla fina platser, och använda kanalen vid speciella kampanjer eller tävlingar. Här delar vi med oss av bilder och korta filmer. På Instagram, precis som på Twitter använder vi oss av hashtags. #kungälvskommun kan dock gärna användas med andra taggar utifrån syftet för tillfället. Exempelvis #mittmimers Kungälvskommuns centrala Instagramkonto hittar du via sök: "Kungälvskommun" eller "kungalvs_kommun".

LinkedIn

I Kungälvskommun använder vi LinkedIn i huvudsak för rekrytering och marknadsföring av kommunen som arbetsgivare.

7. Ansvar och allmänna handlingar

Datainspektionen har fastställt vägledning för bland annat kommuner som anger att vårt ansvar omfattar både de personuppgifter som vi publicerar själva och de som andra personer publicerar på våra konton. Detta gäller de konton där vi själva kan radera inlägg. Innan radering måste innehållet av meddelandet sparas, till exempel med hjälp av en skärmdump.

De som utsetts som ansvariga för kontot ska ha administratörsbehörighet för att göra inlägg i kommunens namn och kunna radera olämpliga inlägg. Aktuell lagstiftning ska följas. Administratörer för ett konto ansvarar för att dagligen (under kontorstid) bevaka inkomna frågor/inlägg och se till att de hamnar hos rätt handläggare. Ersättare ska finnas utsedda vid frånvaro. Berörd chef är ytterst ansvarig att inlägg besvaras skyndsamt eftersom dessa är att betrakta som inkommen handling.

Sekretessbelagda handlingar får inte förekomma på sociala medier. Inlägg som kan omfattas av sekretess ska plockas bort, där det är möjligt, och registreras i kommunens diarium

8. Levandegöra

Kommunikationsenheten hjälper till och stöttar i frågor rörande användning av sociala medier. Allt från att skapa konton till grafisk profil och tonalitet. En kort introduktion i sociala medier kan anordnas vid efterfrågan.

9. Uppföljning

Kommunikationsenheten har upprättat och underhåller en förteckning på www.kungalv.se över vår närvaro på sociala medier.

En skärmdump ska tas två gånger om året och arkiveras. Detta i syfte att dokumentera kanalen, inte innehållet.

Kommunikationsenheten reviderar dokumentet en gång om året.