

Kommunikasjonsstrategi/-plan

Del 1 - Prinsipper og retningslinjer



Grenland brann og redning

2020 - 2021

Innhold

1. Innledning.....	3
1.1 Om oss.....	3
1.2 Visjon og verdier.....	3
2. Mål med kommunikasjon.....	4
3. Overordnede kommunikasjonsprinsipper.....	4
4. Retningslinjer for kommunikasjon	5

1. Innledning

Denne kommunikasjonsstrategi/-planen er utformet for at vi som organisasjon skal fremstå som enhetlig, være tydelige og være gjenkjennelige i kommunikasjonen vi har mot innbyggerne i eierkommunene. Den beskriver hvordan vi skal kommunisere, og skal brukes av alle ansatte i GBR.

Kommunikasjon er ikke et mål i seg selv, men et viktig verktøy vi benytter for virksomhetens omdømme og for å nå våre målsettinger innenfor forebygging.

Kommunikasjonsstrategien til Grenland brann og redning består av to deler; Del 1 tar for seg overordnede prinsipper for kommunikasjonen og retningslinjer for hvordan vi skal kommunisere utad, Del 2 analyserer målgrupper og hvordan vi når disse i det forebyggende arbeidet.

Enkeltprosjekter kan kreve at det lages egne kommunikasjonsstrategier.

1.1 Om oss

Grenland brann og redning IKS (heretter GBR) ble etablert 1. januar 2021 og dekker tre kommuner; Porsgrunn, Bamble og Drangedal. Disse kommunene er over 1600 km² i areal, og har rett i underkant av 55 000 innbyggere.

Virksomheten til GBR består av en beredskap som skal ivareta innbyggerne når hendelser inntreffer, en forebyggende avdeling som jobber med tiltak for å sikre innbyggerne slik at hendelser ikke inntreffer og en samfunnssikkerhetsavdeling som jobber med både forebygging og håndtering av hendelser på et overordnet nivå og ut mot kommunene.

1.2 Visjon og verdier

Kommunikasjonsstrategien skal bygge opp rundt vår visjon og våre verdier, som skal gjenspeile hvordan vi jobber.

Vår visjon er «På jobb for et tryggere Grenland». Den tydeliggjør at vi er til for kommunenes innbyggere, og er beskrivende for det samfunnsoppdraget vi har.

Verdiene våre er «Kompetent», «Engasjert» og «Hjelpsom». Disse verdiene skal vi ha med oss i vårt arbeid, og vi skal alltid møte folk (både internt og eksternt) med holdninger som bygger opp under disse verdiene. All kommunikasjon vi har skal også bygge opp under disse verdiene.

2. Mål med kommunikasjon

Målet med kommunikasjonen til Grenland brann og redning er å bygge opp under det samfunnsoppdraget vi har, og de målsettingene organisasjonen har. Gjennom vår kommunikasjon skal vi blant annet:

- Gi økt kunnskap og forståelse for brannfare og brannforebyggende arbeid.
- Gi innsikt og kunnskap om våre tilbud og tjenester
- Synliggjøre aktiviteter

3. Overordnede kommunikasjonsprinsipper

Vi har tatt utgangspunkt i statens kommunikasjonspolitikk for å utarbeide egne overordnede kommunikasjonsprinsipper ([statens kom pol web.pdf \(regjeringen.no\)](#)).

- Åpenhet

Vi skal være åpne, tydelige og tilgjengelige i vår kommunikasjon til innbyggerne. Det innebærer blant annet at målgruppene enkelt skal kunne finne relevant og viktig informasjon, og at vi må prioritere hva som er viktig og ikke. Språket vi bruker skal være korrekt, men skal også kunne forstås av alle (unngå bruk av fagspråk i kommunikasjon utad). Vi ønsker å være tilgjengelige på flere plattformer, slik at innbyggerne kan få informasjon via flere kanaler.

- Nå alle

Vår kommunikasjon skal tilpasses slik at den når alle, og skal spesielt tilpasses slik at vi når våre målgrupper. Mye av budskapet vi har er rettet inn mot grupper som har høyere risiko for å omkomme i brann, og dermed må vi finne de riktige kanalene for å nå ut med det budskapet. Vi har blant annet erfart at vi ikke alltid når disse gruppene i sosiale medier.

- Linje

Kommunikasjon er et lederansvar, men kommunikasjonsansvaret følger også saksansvar og linjeprinsippet. Det betyr at den som har ansvar for en sak eller et område, også er ansvarlig for kommunikasjonen rundt dette. Leder har ansvar for kommunikasjon ved større saker eller der saken er av slik karakter at det kan gjøre betydelig skade på omdømmet til GBR.

- Helhet

Prinsippet om en helhetlig kommunikasjon bygger på at vi skal samordne den informasjonen vi ønsker å ha ut til innbyggerne, både internt og med andre virksomheter, slik at vi oppleves som en enhet.

4. Retningslinjer for kommunikasjon

For å jobbe med å oppnå de overordnede prinsippene og jobbe med kommunikasjonsutfordringene er det utarbeidet retningslinjer for kommunikasjon. Disse må alle ansatte forholde seg til.

- Generelt
 - Vi skal alltid være ærlige og snakke sant
 - Vi skal være informative og opptre profesjonelt
 - Vi skal følge regler om opphavsrett og personvern
 - Taushetsplikten skal overholdes
 - Saksbehandling skal ikke forekomme i pressen eller i sosiale medier.
 - Offentlighetslovens bestemmelser gjelder også i sosiale medier
 - Vanskelige saker som dukker opp skal alltid håndteres i samråd med nærmeste leder
- Språk og budskap
 - Språket vi bruker skal være korrekt, men skal også kunne forstås av alle.
- Bilder og video
 - Ved bruk av bilder og video der personer kan identifiseres skal vi forholde oss til personopplysningsloven.
 - Vi skal alltid be om muntlig samtykke fra alle som kan gjenkjennes på et bilde før det publiseres (direkte og indirekte). Dette gjelder også egne ansatte.
 - Datatilsynets retningslinjer: [Deling av bilder | Datatilsynet](#)
 - Barn under 15 år: bruk av bilder skal alltid avklares med de ansvarlige på skolen/barnehagen. Barnet skal også spørres før deling av bilder.
 - Beboere på institusjoner: bruk av bilder skal alltid avklares med personalet på institusjonen.
 - Situasjonbilder kan gjengis offentlig uten samtykke. Situasjonbilder er bilder der aktiviteten eller hendelsen er det egentlige motivet, og hvem som er med på bildet er mindre viktig (eksempelvis grupper av mennesker på Åpen brannstasjon).
 - Et samtykke kan trekkes tilbake når som helst, og da må bilde/video fjernes.
- Sosiale medier (Facebook og Instagram)
 - Vi skal ha et tydelig budskap i innlegg vi publiserer
 - Innlegg skal fortrinnsvis publiseres i begge kanalene vi har på sosiale medier
 - Alle innlegg skal planlegges og koordineres slik at vi ikke drukner følgere i egen informasjon. Ansvarlig for koordinering er leder forebyggende avdeling.
 - Våre sosiale medier skal ikke være nyhetskanal for følgere. Innlegg fra hendelser skal vi være ytterst forsiktige med.
 - Husk vær varsomplakaten vår for bruk av sosiale medier.

- Media
 - I enkeltsaker kan saksansvarlig uttale seg til media. Ved slike tilfeller skal det gis beskjed til nærmeste leder.

- Hjemmeside (www.gbr.no)
 - Hjemmesiden, www.gbr.no, skal først og fremst benyttes til å spre brannforebyggende informasjon, samt informasjon om vår organisasjon og hva vi gjør.