

# Katrineholms kommuns kommunikationspolicy

Övergripande inriktningsdokument

Senast reviderad av kommunfullmäktige 2018-03-19, § 33  
Giltighetstid 2013-12-16--2019-12-31



## Beslutshistorik

Giltighetstid 2013-12-16—2019-12-31

Antagen av kommunfullmäktige 2013-12-16, § 204

Uppdaterad 2014-03-24 (informationsavdelningen)

Ändring kommunfullmäktige  
2014-10-20, § 9 (anpassning till styrsystemet)  
2018-03-19, § 33 (förlängd giltighetstid)

## Förvaltare<sup>1</sup>

Informationschef

## Uppföljning

Hur:

Informatör kontrollerar att policyn nyttjas och är aktuell genom att bl.a. inhämta erfarenheter och eventuella synpunkter från kommunikationsrådet och kommunens förvaltningar.

När:

Kontinuerligt följa och eventuellt revidera policyn. Minst sex månader innan giltighetstiden upphör ska synpunkter och erfarenheter inhämtas innan policyn ses över.

---

<sup>1</sup> Förvaltarens ansvar innebär att

- dokumentet efterlevs
- är tillgängligt
- följa eventuellt ändrade förutsättningar för dokumentet
- dokumentet följs upp och revideras
- dokumentet är aktuellt och uppdaterat

## Katrineholms kommuns kommunikationspolicy

### Syfte

Katrineholms kommun bygger och utvecklar relationer med invånare, näringsliv, medarbetare, massmedier och andra som visar intresse för kommunen, våra verksamheter och den geografiska platsen. Genom vår kommunikation vill vi skapa tydlighet och samhörighet.

Kommunikation fyller en viktig funktion i Katrineholms kommun. Den förvaltar och utvecklar organisationens förtroendekapital och skapar därmed handlingsutrymme för pågående och planerad verksamhet. Kommunikation är ett strategiskt och operativt instrument för genomförande av kommunikationsprocesser och kommunikationsinsatser mellan organisationer och dess olika intressenter.

Vår kommunikation ska bidra till att Katrineholms kommuns vision, verksamhetsmål och beslut blir kända och genomförda. Kommunikation ger möjlighet att tillsammans med dem vi är till för utveckla och/eller förbättra nya tjänster och produkter.

### Mål

*En väl fungerande intern kommunikation lägger grunden för en effektiv och samstämmig extern kommunikation och bidrar till hög kvalitet i varje medarbetares möte med invånarna som bor i kommunen eller med dem som är på tillfälligt besök.*

Tydlig kommunikation medför att mottagaren förstår innebörden av den information den får. När vi kommunicerar ska vi alltid ta hänsyn till mottagarens kunskaper, behov och vilka kommunikationskanaler som fungerar. I möjligaste mån ska vi följa upp att vår kommunikation fungerat.

Kommunens verksamheter identifierar själva vilka målgrupper det är viktigast att kommunicera med inom det egna området. Ibland kan riktad information och kommunikation behövas till en viss målgrupp, t ex när informationen behöver ske på flera språk.

### Principer

Att kommunicera är en del av vardagen för oss som arbetar inom Katrineholms kommun. Att kommunikationen fungerar är viktigt för att vi ska trivas i arbetet, utföra vårt arbete väl och därmed ge invånarna bästa möjliga service. Genom att bygga relationer skapar vi ett större värde tillsammans inom kommunen och med våra kunder.

Hur vi kommunicerar och löser våra uppgifter påverkar omvärldens bild av Katrineholms kommun. Vi är alla kommunens ansikte utåt.

Kommunikationspolicyn är ett stöd för alla medarbetare och beskriver hur kommunikationen ska fungera i Katrineholms kommun.

Policyn är uppbyggd kring sex olika principer för kommunikationen.

### *1. Våra tre hörnstenar*

Kommunikationspolicyn vilar på tre hörnstenar; kommunens Vision 2025, varumärket Sveriges Lustgård, organisationen Katrineholms kommuns värdegrund RÖTT.

Vision 2025: Katrineholm – Läge för liv & lust. En vision uttrycker ett framtida önskvärt tillstånd i gränslandet mellan det möjliga och omöjliga. Visionen beskriver en viljeinriktning – vart strävar vi; åt vilket håll vill vi att utvecklingen ska gå?

Sveriges Lustgård: platsen Katrineholms varumärke. Finns närmare beskrivet i varumärkeshandboken, som finns att hämta på kommunens webbplats.

RÖTT: Organisationen Katrineholm kommuns värdegrund; Respekt, Öppenhet, Tydlighet och Tillit. Alla anställda ska ha en arbetsplats och arbetsuppgifter som ger stimulans, engagemang och möjligheter till utveckling.

### *2. Tydlig, tillgängligt och relevant*

Det vi kommunicerar ska vara tydligt, tillgängligt och relevant. Detta ställer krav på alla medarbetare i kommunen.

Med tydligt menar vi att kommunikationen ska vara saklig, lätt att förstå och ta del av. Tillgängligt innebär att kommunikationen ska utgå från målgruppens/mottagarens behov såsom när, var, hur mottagaren/målgruppen vill kommunicera. Relevant betyder att innehållet i kommunikationen ska vara anpassad för mottagaren. Detta är viktigt när du kommunicerar med personer med särskilda behov.

Informations- och kommunikationsverksamheten utgår från de lagar och regler som finns om informationsfrihet, yttrandefrihet, offentlighet, sekretess och informationsansvar.

Vi anpassar vår kommunikation beroende på vad vi vill uppnå. För att exempelvis uppnå delaktighet och en djupare förståelse är det viktigt med dialog och samverkan. Detta kan ske bland annat genom fysiska möten, via sociala medier. Viktiga komplement och stöd i dialogen är tryckt och digital kommunikation (exempelvis broschyrer, webb, digitala skyltar).

Ambitionen är att medarbetarna ska få information om sådant de berörs av innan det kommuniceras externt och vår kommunikation ska vara relevant för den målgrupp vi vänder oss till.

I all kommunikation strävar vi efter öppenhet och insyn för att skapa förståelse för de beslut som fattas och de verksamheter vi bedriver. I större frågor som påverkar många ska vi kommunicera både före och efter beslut samt under hela processen fram till ett beslut.

Alla som vill ska ges möjlighet att ta del av information och kunna bilda sig en egen uppfattning för att kunna påverka och delta i den demokratiska debatten.

### *3. Jämställd kommunikation*

Vår övertygelse är att alla människor ska ha samma möjligheter till kommunikation med Katrineholms kommun. I all vår kommunikation med invånarna har vi ett jämställdhetsperspektiv när vi väljer bilder, skriver texter, val av kanaler, tidpunkt för kommunikationen. Med invånare menar vi alla kvinnor och män, pojkar och flickor oavsett ålder och bakgrund.

### *4. Planerad kommunikation*

Kommunikationen ska vara planerad i det avseendet att den ska vara genomtänkt, i rätt tid nå fram till målgruppen och uppfattas som meningsfull och relevant för mottagaren.

### *5. Dialog och samverkan*

Dialog och samverkan med invånarna är väsentlig för kommunens kommunikation. Tillsammans med invånarna utvecklar verksamheterna servicen till kommunens invånare och företagare.

Katrineholms kommun ska prova nya metoder till dialog i syfte att bygga och stärka relationer samt utveckla kommunens tjänster.

### *6. Förenklar vardagen*

Vår kommunikation ska också underlätta för medborgarna att göra medvetna val och ta del av kommunens service. Vi kommunicerar om vilka rättigheter och skyldigheter män, kvinnor, pojkar och flickor har som boende i kommunen.

## **Ansvar**

Vi har alla ett ansvar för att kommunicera med dem vi möter i vårt arbete. Vi ansvarar för att skapa kännedom om och förtroende för vår service och våra verksamheter. Därför är det viktigt att ansvarsfördelningen är tydlig.

### ***Kommunstyrelsen***

Kommunstyrelsen ska verka för att kommuninvånarna, andra myndigheter, media och övriga intresserade får en god och riktig information om kommunens verksamhet och politiska beslut. I kommunstyrelsens ledningsfunktion ligger att leda och samordna bl.a. informationsverksamhet.

Kommunstyrelsen ansvarar för kommunens centrala informations- och marknadsföringsverksamhet. För att möjliggöra detta ska kommunstyrelsen verka för att effektiva övergripande kommunikations- och informationstekniska lösningar utvecklas med syfte att öka tillgängligheten.

### ***Nämnder***

Varje nämnd ansvarar för att anställda, brukare och medborgare får möjlighet till insyn i och kunskap om verksamheten.

### ***Kommunledningsförvaltningen***

Till sin hjälp har kommunstyrelsen kommunledningsförvaltningen som ansvarar för att driva och utveckla de olika ansvarsområdena, vara ett stöd för förvaltningarna och upprätthålla controllerfunktionen (uppsiktsplikten). Kommunledningsförvaltningen går in som kommunstyrelsens verkställande organ och samordnar informations- och kommunikationsinsatser när flera förvaltningar och verksamheter berörs.

### ***Informationsavdelningen***

Informationsavdelningen har det övergripande ansvaret för att driva och stödja utvecklingen av information, kommunikation och marknadsföring i hela kommunen. Informationsavdelningen är kommunledningens stöd i arbetet med att uppnå fastställda mål och skapa förtroende. De ansvarar också för att de riktlinjer som finns inom området är kända och följs av hela organisationen samt hålls uppdaterade.

### ***Ledare/chefer i förvaltningarna***

I varje chefsuppdrag ingår ett informationsansvar. De ska tolka och förklara viktig information och skapa förutsättningar för en öppen dialog på arbetsplatsen. Därmed skapas delaktighet, engagemang och förståelse för hur vi alla bidrar till helheten. Det är också chefernas ansvar att beakta och planera kommunikationen kring de beslut de är ansvariga för. Cheferna har också en nyckelroll i arbetet med att bygga varumärket och förankra visionen.

### ***Medarbetare***

Som medarbetare har vi ansvar för att söka och ta del av den information vi behöver för att kunna lösa våra arbetsuppgifter.

## **Massmediekontakter**

Syftet med alla massmediekontakter är att ge allmänheten korrekt och allsidig information. Via massmedia är det också möjligt att få ut snabb och viktig information till medborgarna. Alla anställda har rätt men inte skyldighet att uttala sig för massmedierna.

## **Kommunikation vid kriser**

Vid en kris ställs särskilt stora krav på att snabbt utnyttja och samordna vår interna och externa kommunikation via kommunens informationskanaler. Krisen och bilden av krisen måste hanteras parallellt och vid en kris ska vi agera snabbt och kraftfullt, med stor öppenhet i vår kommunikation. Vid kriser ska Katrineholms kommun kriskommunikationsplan användas.

## **Grafisk profil - ett kommunikationsstöd**

En gemensam grafisk profil ger ett samlat intryck utåt och gör det lätt att känna igen kommunens verksamhet och service. Det ska synas att en verksamhet bedrivs av Katrineholms kommun. Den Grafiska profilen beskriver också hur verksamheter som tillåts särprofilera sig ska kommunicera internt och externt.

Den grafiska profilen syns på bland annat brev, trycksaker, webbplats, skyltar, bilar, arbetskläder och i Powerpoint-presentationer. Vår Grafiska profil finns tillgänglig på kommunens webbplats.

## **Kompletterande riktlinjer och anvisningsdokument**

Som komplement till den övergripande Kommunikationspolicyn finns ett antal hjälpmedel som stöd i vårt arbete med kommunikation.

Vision 2025 – Kommunens kommunikation ska genomsyras av visionens intentioner.

Skyltmanual – Manualen visar hur utformningen av olika typer av skyltar inom den kommunala verksamheten ska se ut.

Riktlinjer för Katrineholms kommun externa webbplatser – Styrdokument för webbpublicering som ska säkerställa god informationskvalitet och service gentemot kommuninvånare och externa besökare. De ska också vara ett stöd för dem som skapar nya webbplatser, publicerar information och skapar e-tjänster.

Riktlinjer vid användande av sociala medier – Ett stöd i hur vi kommunicerar via sociala medier.

Kriskommunikationsplan – Vid kris finns en särskilt framtagen plan som ska användas.

Lathund vid kontakter med pressen – Ett stöd om du i din yrkesroll kommer i kontakt med media.

Checklista vid jämställd kommunikation – Ett stöd hur du ska tänka vid val av bilder, kanaler etc. Sveriges Kommuner och Landsting har tagit fram en Guide till jämställd kommunikation.

Handbok i dialog – Arbeta på rätt sätt för att fler människor delaktiga i samhällsutvecklingen. Brukar – och medborgardialog.

Wordmallar, powerpointmallar, Lathund för e-postsignatur m.m. finns på intranätet Communis.

Varumärkeshandbok – Varumärket Sveriges Lustgård. Handboken beskriver hur och vad vi ska kommunicera med omvärlden när vi vill profilera den geografiska platsen Katrineholms kommun.

Skrivhjälpen – syftet med skrivhjälpen att skapa ett gemensamt ansikte utåt. Skrivhjälpen, Grafisk profil för Katrineholms kommun samt Riktlinjer för Katrineholms kommuns externa webbplatser utgör tillsammans grunden för hur allt från brev och protokoll till annonser och broschyrer ska utformas.

### **Lagstiftning inom området information/kommunikation**

Tryckfrihetsförordningen och Offentlighets- och sekretesslagen - alla handlingar som kommit in till, eller upprättats av, myndigheten är allmänna och offentliga - med undantag för handlingar som faller under sekretess.

Förvaltningslagen - enligt lagen är kommunen skyldig att ge allmänheten god kunskap om hur kommunen styrs och vilka möjligheter som finns att påverka före beslut. Kommunen ska även lämna upplysning, vägledning och råd i frågor som rör kommunens verksamhetsområde.

Meddelarskyddet - Det står var och en fritt att meddela uppgifter i någon fråga. Kommunen får inte undersöka vem som har lämnat ut information till massmedia eller vem som frågar efter offentliga uppgifter.

Upphovsrättslagen - Alla texter och bilder har upphovsrättsligt skydd, både ideellt och ekonomiskt.

Personuppgiftslagen - skyddar människors personliga integritet mot behandling av personuppgifter.

Diskrimineringslagen – Samtliga diskrimineringsgrunder ska beaktas vid kommunens kommunikation.



Språklagen – I denna lag finns bestämmelser om svenska språket, de nationella minoritetsspråken och det svenska teckenspråket. Lagen innehåller även bestämmelser om det allmännas ansvar för att den enskilde ges tillgång till språk samt om språkanvändning i offentlig verksamhet och i internationella sammanhang.

Klarspråk – Myndighetstexter ska vara skrivna på ett vårdat, enkelt och begripligt språk. Klarspråk handlar ytterst om demokrati: att alla ska ha tillgång till och rätt att förstå vad som står i texter som skrivs av myndigheterna.

### **Kontakt vid kommunikationsstöd**

Informationsavdelningen ger råd och stöd med kommunikationsplaner, kommunikationsmetoder, kanalval, strategier, målgruppsanpassning, målgruppsanalyser, mediefrågor, omvärldsbevakning, sponsring.

Informationsavdelningen producerar och tar fram informationsmaterial samt svarar på frågor om den grafiska profilen. Här finns även redaktionerna för webb och sociala medier.

---