

STYRDOKUMENT

Riktlinjer för information och kommunikation

Beslutad när	2023-06-20--21 § 99
Beslutad av	Kommunfullmäktige
Diarienummer	KSKF/2022:333
Ersätter	Ny grafisk profil för Eskilstuna kommun, KSKF/2015:456 Riktlinjer för internkommunikation för Eskilstuna kommunkoncern, KSKF/2014:46 Skyltprogram för Eskilstuna kommunkoncern, KSKF/2015:455 Riktlinjer för sociala medier; KSKF/2014:58
Gäller för	Samtliga nämnder och bolag.
Gäller fr o m	2023-07-01
Gäller t o m	Tillsvidare
Dokumentansvarig	Kommunikationsdirektör
Uppföljning	I samband med bokslut

Program

Ett program är ett styrande dokument som ska visa en färdriktning genom att innehålla vad som ska uppnås inom ett visst område. Det tar inte ställning till utförande, prioriteringar och metoder. Program ska vara långsiktiga, ej tidsbegränsade och beslutas av kommunfullmäktige eller av berörd nämnd.

Plan

En plan är ett styrande dokument som ska visa en färdriktning genom att innehålla konkreta mål och riktlinjer. Den ska vara tidsbegränsad och beslutas av kommunfullmäktige eller av berörd nämnd.

Policy

En policy är ett styrande dokument som ska visa ett övergripande förhållningssätt och som ska tjäna som vägledning inom ett område, med angivande av övergripande mål och värden som ska eftersträvas. Policys ska vara långsiktiga, ej tidsbegränsade och beslutas av kommunfullmäktige.

Riktlinje

En riktlinje är ett styrande dokument som ska säkerställa ett korrekt agerande och god kvalitet i handläggning och utförande. Riktlinjer ska vara långsiktiga, ej tidsbegränsade och beslutas av kommunfullmäktige eller av berörd nämnd.

Ämnesområde och bakgrund

Eskilstuna kommunkoncerns kommunikationspolicy tydliggör på en övergripande nivå vad som gäller för informations- och kommunikationsarbetet för att organisationen ska nå sina mål och ytterst Eskilstunas vision. Policyn beskriver kommunikationens förutsättningar, kommunkoncernens löfte, inriktningsmål, grundläggande värden och principer samt ansvar.

Denna riktlinje förtydligar hur medarbetare, chefer och ledning förväntas agera för att skapa kvalitet i kommunikationsarbetet. Riktlinjerna kompletteras med anvisningar, rutiner och instruktioner.

Med Eskilstuna avses hela Eskilstuna, inklusive Torshälla och landsbygden. I dokumentet används begreppen invånare, kunder och verksamma. Med kunder avses alla som nyttjar kommunens service och tjänster, till exempel brukare, elever, vårdnadshavare, näringsidkare, besökare, med flera. Med verksamma avses bland annat näringsidkare, föreningsliv och personer som arbetar i Eskilstuna. Med invånare avses alla som är bosatta i Eskilstuna, permanent eller tillfälligt. Med ledning avses politisk ledning, koncernledning samt förvaltnings- och bolagsledningar. Med kommunkoncern avses kommunens nämnder och bolag.

Riktlinjer för information och kommunikation

Vision, värden och varumärke

Varumärket är det övergripande löftet som en stad, organisation, kommun, företag eller en produkt förknippas med, och de förväntningar det skapar. Varumärket formas av omvärldens attityder, förväntningar och uppfattningar. Det innebär att vårt varumärke är precis så bra eller dåligt som våra målgrupper upplever att det är.

Alla som arbetar i eller på uppdrag av Eskilstuna kommunkoncern bidrar till att skapa bilden av vår verksamhet, det vill säga kommunkoncernens varumärke. Varumärket går som en röd tråd genom hela verksamheten, den löper från kommunkoncernens vision som tydliggör vilken förflyttning vi ska göra, via de tjänster som vi levererar varje dag till det sätt som vi agerar på, som grundar sig i organisationens värden.

Eskilstuna kommunkoncerns mångfald av verksamheter hålls samman av vårt gemensamma varumärke. Kommunkoncernens varumärkeslöfte Goda hållbara möten är den gemensamma kompassen i det dagliga arbetet. För att leva upp till vårt löfte ska vårt kommunikationskoncept genomsyra kommunikationen och hjälpa oss att förmedla tydliga budskap med rätt tonalitet och bildspråk och därmed underlätta vår kommunikation i vardagen. Klarar vi av att leva upp till löftet i alla våra möten, i de tjänster vi

levererar och det även löper som en röd tråd i vår kommunikation så skapar vi förtroende och därmed även ett starkt varumärke.

Därtill kommer Eskilstunas platsvarumärke och kommunikationskonceptet som används för att på ett enhetligt sätt utveckla och kommunicera Eskilstuna som en attraktiv plats att besöka, studera i, driva företag eller bo i. Platsvarumärket ägs av alla som bor och verkar på platsen.

Den kommunikativa organisationen

Allt kommunicerar. Det handlar inte bara om det personliga mötet, det handlar även om hur flickor och pojkar, kvinnor och män möter kommunkoncernen i skrift, digitalt, i våra lokaler och i stadsmiljön.

Uppdraget i kommunikationen är att

- Tydliggöra, synliggöra och skapa förståelse för kommunkoncerns uppdrag, tjänster och resultat.
- Göra politiska beslut, verksamhetsutveckling, händelser och förändringar begripliga internt och externt.
- Stärka Eskilstunas attraktivitet för invånare, kunder, besökare, verksamma och investerare.
- Ansvara för att kommunikationsarbetet är effektivt och ger avsedda effekter.

Information och kommunikation bedrivs integrerat, så att intern och extern kommunikation hålls samman ur ett helhetsperspektiv och olika kommunikationsinsatser stödjer varandra.

Som kommunikativ organisation har vi ett öppet kommunikationsklimat som bygger på tillit, det vill säga att medarbetarna litar på chefer och ledning och att chefer och ledning litar på att medarbetarna gör sitt yttersta i sitt arbete. Det innebär också att medarbetarna tar ett större ansvar för sitt sätt att kommunicera med externa målgrupper och vill vara ambassadörer för sin verksamhet.

Tydlig lednings- och internkommunikation

Ledningens kommunikation (från nämnd, koncernledning samt förvaltnings- och bolagsledningar) om organisationens vision, framtid och nuläge är en viktig drivkraft i att skapa tillhörighet och engagemang hos chefer och medarbetare och ökar dessutom viljan att ta ett kommunikativt ansvar.

För att lyckas är ledningens kommunikation tydlig och prioriterad utifrån politiskt fattade beslut och de frågor som är allra viktigast för organisationen, chefer och medarbetare. Vidare är ledningen synlig samt agerar som visionärer, inspiratörer och föregår med gott exempel. Slutligen lyssnar ledningen och skapar delaktighet och rimliga förväntningar på vad som är möjligt att påverka samt återkopplar på de synpunkter som förts fram.

Chefen är den viktigaste källan för information, kommunikation och som meningsskapare för medarbetarna. Chefen leder och kommunicerar med den

egna gruppen av medarbetare och samordnar kontakter med andra avdelningar. Chefen skapar delaktighet och främjar ett aktivt medarbetarskap. I uppdraget ingår även att prioritera och kommunicera strategiska ledningsfrågor som påverkar arbetsgruppen, inte minst att förklara konsekvenserna av det som händer i organisationen. Projekt-, process och programledare har ett liknande ansvar och skapar delaktighet inom sina ansvarsområden.

Medarbetarna har en avgörande kommunikativ betydelse för en välfungerande intern och extern kommunikation. Medarbetarna tar ett stort ansvar för en fungerande kommunikation men har även förutsättningar för att vara ambassadörer för kommunkoncernen. Det innebär att förståelse för kommunikationens betydelse och kommunikativ kompetens är viktiga förutsättningar, men lika viktigt är delaktighet i verksamhetens utveckling samt förståelse för sin roll i helheten.

I vårt kommunikationsuppdrag tar vi stöd i modigt ledarskap och modigt medarbetarskap, där vi har ett gemensamt språk, en gemensam syn på medarbetarskap samt gemensamma metoder och förhållningssätt.

Kommunikationens effekter

Det är lätt att ha insyn, vara delaktig och kunna påverka i ett tidigt skede i den demokratiska processen. Politiska organ och förtroendevalda är väl kända, mötestider offentliga, handlingar och protokoll finns tillgängliga via olika kanaler. Kommunikationsaspekter är väl integrerade i den demokratiska processen med utgångspunkt från Sveriges och regioners kommuners ”delaktighetstrappa”, som bidrar till att klargöra vad kommunens avsikt är med kommunikationen, där dialogen är ett centralt verktyg. Kommunikationen stödjer arbetet med hållbar utveckling.

Vi tydliggör och tillgängliggör kommunkoncernens uppdrag, service och tjänster för invånare, kunder och verksamma, oavsett kön, bakgrund och var i kommunen de bor. Vi kommunicerar vår service och våra tjänster tydligt och begripligt, i första hand i kommunkoncernens etablerade kanaler. Bemötandet är gott, tillgängligheten god och frågor besvaras utan dröjsmål. Det är enkelt, smidigt och säkert att komma i kontakt med kommunkoncernen och att lämna synpunkter, oavsett vem som är huvudman. Dialog och medskapande är viktiga verktyg för att utveckla kommunkoncernens verksamheter och kommunikation.

Kommunikationsarbetet är centralt vid händelser, allvarliga händelser och extraordinära händelser och utgår från krisledningsplanen samt riktlinjer för kriskommunikation. I en kris är snabbheten avgörande. Ju längre tid det tar innan kommunikationsarbetet kommer i gång, desto större risk är det för ryktesspridning och kaos. Därför är kommunikationen samordnad mellan de involverade parterna och vi strävar efter största möjliga öppenhet i alla situationer.

Eskilstunaborna känner stolthet över sin ort och är viktiga ambassadörer och värdar för många besökare. Hela Eskilstuna utvecklas med fler invånare, fler studenter, fler arbetstillfällen och en utvecklad besöksnäring. I det arbetet är platsvarumärket centralt samt en aktiv kommunikation för att visa vad Eskilstuna har att erbjuda olika målgrupper.

Planera och prioritera kommunikation

Kommunkoncernens kommunikationsarbete planeras utifrån de prioriteringar som görs i kommunkoncernens strategiska inriktning, årsplan samt nämndernas verksamhetsplaner och bolagens affärsplaner. Avgörande är även de enskilda enheternas prioriterade målgrupper och deras behov.

Planering och prioritering görs årligen i samband med beslut om verksamhetsplan och beslutas av respektive förvaltnings- och bolagsledning och förankras med ansvarig nämnd och styrelse. Kommunikationsfrågor som är gemensamma för flera förvaltningar och bolag drivs samordnat.

Det finns en årshjulsplanering, som tydliggör de återkommande kommunikationsinsatser som behövs genomföras under året för att verksamheten ska klara sitt uppdrag, samt en planering utifrån aktuell verksamhetsplan.

För frågor som berör många invånare, kunder, verksamma och/eller medarbetare och därmed kräver mer omfattande kommunikation tas kommunikationsplan fram och resurser för kommunikationsarbetet säkras.

Tydliga kommunikationsmål sätts och följs upp för att säkra att kommunikationsinsatser och de resurser som avsätts ger avsedda effekter.

Text och tonalitet

Tonaliteten i vår kommunikation bidrar till att kommunkoncernen uppfattas som öppen, modig och ansvarsfull. Vår tonalitet känns mellan raderna och förmedlas genom både ord och bild. Grundtanken är att bidra till en känsla av vägledning, vi gör det enkelt för invånarna att ta del av kommunkoncernens tjänster.

Kommunkoncernen använder klarspråk i all sin kommunikation, oavsett om det är information om kommunkoncernens tjänster, beslut eller information om händelser och förändringar. Med klarspråk avses ett språk som är vårdat, enkelt, begripligt och anpassat utifrån mottagarnas behov.

Kommunkoncernen har även ett ansvar att skydda och främja de nationella minoritetsspråken. Som finskt förvaltningsområde har kommunkoncernen ett särskilt ansvar för att invånare kan kontakta kommunkoncernen på finska och även få viss information på finska.

Bilder, illustrationer och filmer används för att förtydliga och förstärka. De speglar kommunkoncernens vision, värden och löftet om goda hållbara möten.

Kommunkoncernens kommunikation är tillgänglig och följer nationella och internationella standarder. Den är även inkluderande och normmedveten så att den främjar ett mångsidigt och icke-stereotypt samhälle.

Grafisk profil

Eskilstuna kommuns grafiska profil gäller för alla verksamheter som ägs och drivs av kommunkoncernen. Den underlättar och tydliggör kommunikationen mot alla våra målgrupper. Profilen består av kommunens logotyp Eskilstuna kommuns stadsvapen, fastställda typsnitt som är lättlästa liksom en specifik färgpalett som stärker avsändaren och tydligheten. Tillsammans bildar det en grafisk form som blir signifikant för Eskilstuna kommunkoncern. Kommunens logotyp utgår från Eskilstuna kommuns heraldiska vapen.

Ibland finnas det anledning att tillåta särprofilering. Beslut fattas av kommunikationsdirektören utifrån fastställda kriterier. Det handlar om verksamheter som drivs av flera aktörer, inte är en renodlad samhällsservice, har en tydlig konkurrenssituation som kräver marknadsföring eller är en tidsbegränsade kampanj.

Kommunala bolag har en särprofilering som utgår från kommunens grafiska profil. De behöver inte använda kommunens vapen men uppger i sin kommunikation att de är en del av Eskilstuna kommunkoncern.

Kommunikationskanaler & redaktionellt arbete

Kommunkoncernen har det kommunikationssystem som behövs för att säkerställa att invånare, kunder och verksamma, oavsett kön, bakgrund och var i kommunen de bor, tar del av verksamheternas tjänster, beslut samt främjar insyn, delaktighet och det demokratiska uppdraget. Kommunikationssystemet består av de kanaler, verktyg, rutiner och metoder som behövs för att klara av kommunikationsuppdraget och nå verksamhetens prioriterade målgrupper.

Eskilstuna.se utgör plattformen för kommunkoncernens externa kommunikation, visiteskiltuna.se för kommunkoncernens kommunikation inom besöksnäringen och Interportalen för den interna kommunikationen. Därutöver används de kanaler som på det mest kostnadseffektiva sättet bidrar till att kommunkoncernen klarar sitt uppdrag.

Varje förvaltning och bolag beslutar om vilka kanaler som används för att deras verksamheter klarar sitt kommunikationsbehov, medan enhetschefer ansvarar för att upprätta ett kommunikationssystem som motsvarar verksamhetens behov av kommunikation och som är rimligt att driva och upprätthålla.

Alla upprättade kanaler och plattformar, oavsett om de är ägda eller ej, har en tydlig finansiering, ansvariga/ägare med rätt mandat för kanalen samt redaktörer som ansvarar för att innehållet är korrekt, kanalen uppfyller tillgänglighetskrav och i övrigt uppfyller de krav som ställer på text, bild och film. I de fall det finns möjlighet till interaktivitet övervakas den och modereras.

Kanalernas målsättningar följs upp årligen för att säkra att de ger avsedd effekt. Vi avvecklar kanaler som inte motsvarar de mål som är uppsatta eller inte används.

Skyltning och citydress

Kommunkoncernens sammanhållna och enhetliga skyltning bidrar till god tillgänglighet i våra lokaler samt stärker Eskilstuna som destination så att invånare, kunder, besökare och verksamma, oavsett kön, bakgrund och var i kommunen de bor, kan lokalisera sig i innerstaden, i friluftsområden och till besöksmål.

Kommunkoncernens skyltning är tydlig, tilltalande och följer en enhetlig grafisk profil.

Genom Citydress kläs stadsmiljön med utsmyckning och information kopplat till ett evenemang eller ett tema (t.ex. säsong eller högtid), vilket gör att evenemanget blir en del av staden som plats. Det synliggör och skapar intresse och engagemang för evenemangets samt ger besökare en upplevelse av ett välkomnande värdskap. I Eskilstuna prioriteras citydress för evenemang eller teman som stärker Eskilstunas platsvarumärke och attraktivitet.

Medierelationer och meddelarfrihet

Kommunkoncernen bidrar till att medier kan fullgöra sitt uppdrag att spegla och granska kommunkoncernens verksamheter. Chefer och sakkunniga har kunskaper om medias villkor samt visar hänsyn till medias arbetsvillkor. Det innebär en öppen attityd, att besvara frågor sakligt, tydligt och korrekt samt bidra med fakta i sakfrågor. Det är av vikt att alltid säga som det är och inte dölja fakta som kan uppfattas som negativa.

Frågor från media besvaras i första hand av den person som har den bästa kunskapen om frågeställningen. Enskilda medarbetare uppmuntras att medverka i kontakter med media. Ingen medarbetare ska känna sig tvingad att mot sin vilja medverka i media, alla medarbetare har möjlighet att överlämna mediekontakterna till sin chef. Med vissa befattningar följer dock en skyldighet att kunna besvara frågor gällande sitt ansvarsområde.

Alla som uttalar sig i sin tjänst gör det utifrån sitt verksamhetsuppdrag samtidigt som de förstår att de representerar Eskilstuna kommunkoncern.

Kommunfullmäktiges presidium samt nämndordföranden uttalar sig å kommunkoncernens vägnar om aktuella händelser, beslut och situationer inom sina respektive ansvarsområden. Ordföranden uttalar sig även tillsammans med ansvarig förvaltningschef/bolagschef alt sakkunnig tjänsteman. Vid citat anges alltid partitillhörighet. Uttalanden som handlar om politiska viljeinriktningar hanteras dock inom ramen för respektive parti.

Chefer och medarbetare ansvarar för att invånare, kunder och verksamma inte blir intervjuade, fotograferade eller filmade mot sin vilja när de deltar i kommunkoncernens verksamheter. Detta är särskilt viktigt när det gäller barn, personer med skyddad identitet samt inom verksamheter inom hälso- och sjukvården.

Kommunkoncernen arbetar proaktivt med mediakontakter. Det sker genom att ta egna initiativ till mediekontakter, att planera för vilka skeenden och händelser som är av intresse för media och har beredskap för att kommunicera händelser och politiska beslut. Lokal media som har den bästa räckvidden till kommunens invånare, kunder och verksamma prioriteras. Även nationell och internationell media samt branschmedia är aktuella för mediekontakter.

Alla medarbetare och chefer känner till meddelarfriheten, som innebär att offentligt anställda som lämnar uppgifter för publicering i en tryckt skrift, radio eller tv är fri från ansvar och har rätt till anonymitetsskydd.

Ansvar

I kommunikationspolicyn fastslås att ansvaret för kommunikation och information följer verksamhetsansvaret. Det innebär att varje nämnd/styrelse och förvaltning/bolag ansvarar för kommunikationen inom sitt verksamhetsområde, varje chef för sin verksamhet och varje medarbetare för sitt ansvarsområde.

Alla medarbetare har ett ansvar för att upprätthålla en värdeskapande kommunikation med invånare, kunder och verksamma, oavsett kön, bakgrund och var i kommunen de bor. Medarbetaren söker den information den behöver för att utföra sitt arbete, delar med sig av sina egna kunskaper samt medverkar i och skapar dialog. Projekt-, process- och programledare har liksom andra nyckelpersoner ett ansvar för att säkra kommunikationsperspektivet i sitt uppdrag.

Chefer har ett kommunikationsansvar för sitt verksamhetsområde. Det innebär ett ansvar för att det finns ett beslutat kommunikationssystem, ett årshjul för verksamhetens årliga kommunikationsinsatser samt fastställda kommunikationsprioriteringar för att bedriva verksamheten ändamålsenligt. Chefen ansvarar dessutom för mediakontakter inom sitt sakområde.

Respektive förvaltningschef/VD ansvarar i samråd med sin **nämndordförande** och **kommunikationschef/kommunikationsstrateg**

för att förvaltningar och bolag tar fram tydliga kommunikationsprioriteringar i samband med beslut om verksamhetsplan. Gemensamt ansvarar de för att kommunikationen fungerar inom ramen för nämndens/bolaget ansvar.

Kommunikationsdirektören leder, samordnar, följer upp och utvärderar det gemensamma strategiska informations- och kommunikationsarbetet i kommunkoncernen utifrån kommunikationspolicy med tillhörande riktlinjer och anvisningar.

Kommunikationsfunktionen med kommunikatörer i olika roller

- Utvecklar effektiva och standardiserade kommunikationsprocesser samt värdeskapande kanaler och verktyg.
- Har helhetssyn, planerar och prioriterar kommunikation som skapar största värdet för kommunkoncernen samt för invånare, kunder och verksamma så att kommunkoncernen når sina mål.
- Formulerar och paketerar kommunikationsinsatser så att de bidrar till transparens, är enhetliga, målgruppsanpassade, relevanta, samordnade och ger avsedd effekt.
- Omvärlds- och invärldsbevakar för att fånga upp händelser och skeenden som kan leda till kriser eller riskerar att bidra till förtroendeskada.
- Ställer om och ansvarar för kriskommunikation vid händelser och kriser.
- Är goda rådgivare, strategiska partners och bidrar med sin kommunikationskompetens.
- Utvecklar kommunkoncernens kommunikativa förmåga för att stödja ett tillitsfullt förhållningssätt.
- Visar på kostnader för och effekter av kommunkoncernens kommunikationsinsatser.

Gällande lagstiftning och annan rättslig reglering

Riktlinjerna bygger på bestämmelser i svensk lag avseende informationsfrihet, yttrandefrihet, offentlighet och sekretess (Yttrandefrihetsgrundlagen, Tryckfrihetsförordningen och Offentlighets- och sekretesslagen), informationsansvar (Kommunallagen, Förvaltningslagen och Språklagen) arbetsmiljöansvar (Arbetsmiljölagen) samt integritet (Dataskyddsförordningen, Dataskyddslagen).

I utövande av kommunikation är det viktigt att ta hänsyn till följande lagstiftning:

- Upphovsrättslagstiftningen
- Språklagen
- Meddelarfriheten
- GDPR
- Lag om tillgänglighet till digital offentlig service
- Tillgänglighetsdirektivet
- Lag om ansvar för elektroniska anslagstavlor
- Marknadsföringslagen.

Förhållande till redan fattade politiska beslut

Riktlinjen konkretiserar delar av Eskilstuna kommuns policy för kommunikation och gäller tillsammans med övriga riktlinjer inom kommunikationsområdet.

- Riktlinjer för service och tillgänglighet
- Riktlinjer för kriskommunikation
- Riktlinjer för medborgardialog
- Plattform för varumärket Eskilstuna
- Riktlinjer för informationssäkerhet

Riktlinjer för information och kommunikation ersätter tillsammans med Policy för kommunikation:

- Kommunikationspolicy, KSKF/2012:219
- Ny grafisk profil för Eskilstuna kommun, KSKF/2015:456
- Riktlinjer för internkommunikation för Eskilstuna kommunkoncern, KSKF/2014:46
- Skyltprogram för Eskilstuna kommunkoncern, KSKF/2015:455
- Riktlinjer för sociala medier; KSKF/2014:58