

Kommunstyrelsen

## Remiss av riktlinjer för information och kommunikation

### Förslag till beslut

1. Förslag till riktlinjer för information och kommunikation remitteras till samtliga nämnder och bolag.
2. Remissvar ska vara kommunstyrelsen tillhanda senast den 30 april 2023.

### Sammanfattning

Ett förslag till nya riktlinjer för information och kommunikation föreslås gå på remiss till samtliga nämnder och bolag. Riktlinjerna redogör bl.a. för den kommunikativa organisationen, hur vi planerar och prioriterar i kommunikationsarbetet, text och tonalitet, grafisk profil, kommunikationskanaler och redaktionellt arbete, skyltning och citydress, medierelationer och meddelarfrihet samt ansvar. Riktlinjerna bygger på kraven i kommunikationspolicyn och kompletteras av riktlinjer inom områdena delaktighet, service och tillgänglighet, kriskommunikation samt attraktivitet och platsvarumärke.

### Ärendebeskrivning

2012 beslutade kommunfullmäktige om en ny kommunikationspolicy för kommunkoncernen. Efter beslutet har policyn omsatts till olika riktlinjer som beslutats av kommunfullmäktige samt till rutiner och anvisningar som beslutats på tjänstemannanivå.

I samband med programmet för en effektivare administration och den effektivisering och omorganisering som då skedde har en översyn av styrningen av kommunikationsområdet gjorts. Kommunikationsarbetet har under åren förändrats och utvecklats. Kommunikationsområdet har blivit alltmer omfattande och en förutsättning för en fungerande demokratisk och effektiv organisation. Alla medarbetare, chefer och förtroendevalda har ett viktigt kommunikationsuppdrag. Parallellt har de beslut som tidigare fattades politiskt blivit mer av en verkställighetsfråga, exempelvis grafisk profil, sociala medier, skyltning.

Därför föreslås en ny riktlinje för information och kommunikation beslutas som skapar en gemensam styrning av flera olika frågor inom kommunikationsområdet. Den kompletterar kommunikationspolicyn och är ett styrande dokument som ska säkerställa ett korrekt agerande och god kvalitet i kommunikationsarbetet. Riktlinjerna

kompletteras med anvisningar, rutiner och instruktioner som beslutas på tjänstemannanivå.

Riktlinjerna redogör för hur vision, värden och varumärke hänger ihop, den kommunikativa organisationen, hur vi planerar och prioriterar i kommunikationsarbetet, text och tonalitet, grafisk profil, kommunikationskanaler och redaktionellt arbete, skyltning och citydress, medierelationer och meddelarfrihet samt ansvar.

Riktlinjen ersätter fyra tidigare politiska beslut om grafisk profil, sociala medier, internkommunikation och skyltning. Efter beslut ska riktlinjerna brytas ned till anvisningar och rutiner som beslutas på tjänstemannanivå. Dessutom kompletteras riktlinjen av riktlinjer som beslutas av kommunfullmäktige inom områdena delaktighet, service och tillgänglighet, kriskommunikation samt attraktivitet och platsvarumärke.

Riktlinjerna har tagits fram i ett brett samarbete med kommunens förvaltningar.

Riktlinjerna föreslås skickas på remiss till samtliga nämnder och bolag.

### **Finansiering**

Riktlinjerna bedöms inte leda till några nya kostnader.

### **Konsekvenser för hållbar utveckling och en effektiv organisation**

En professionell kommunikationsverksamhet är avgörande för att säkra god delaktighet i kommunens angelägenheter och likvärdig tillgång till kommunens service och tjänster. Det är också viktigt för att upprätthålla en god arbetsmiljö och en effektiv organisation. Riktlinjerna tydliggör vilka krav som ställs på kommunikationen för att den ska vara tillgänglig för alla.

KOMMUNLEDNINGSKONTORET

Tommy Malm  
Kommundirektör

Eva Norberg  
Kommunikationsdirektör

### **Beslutet skickas till:**

Samtliga nämnder och bolag

## STYRDOKUMENT

### Riktlinjer för information och kommunikation

<b>Beslutad när</b>	
<b>Beslutad av</b>	Kommunfullmäktige
<b>Diarienummer</b>	KSKF/2022:333
<b>Ersätter</b>	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
<b>Gäller för</b>	Samtliga nämnder och bolag.
<b>Gäller fr o m</b>	
<b>Gäller t o m</b>	Tillsvidare
<b>Dokumentansvarig</b>	Kommunikationsdirektör
<b>Uppföljning</b>	

#### 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

En väl fungerande kommunikationsverksamhet är avgörande för att kommunkoncernen kan fullgöra sitt uppdrag, nå de strategiska målen och åtaganden i årsplan samt skapa förtroende hos invånare och verksamma i Eskilstuna.

Eskilstuna kommunkoncerns kommunikationspolicy redogör för förutsättningar, inriktningsmål och värden för information och kommunikation inom kommunkoncernen.

Kommunikationen har följande fem huvudfunktioner:

- Göra medarbetare delaktiga och välinformerade
- Tydliggöra kommunkoncernens uppdrag och tjänster
- Främja demokratin
- Hantera kriser
- Bidra till Eskilstunas attraktionskraft.

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

## 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, 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 även i kommunikationen så ska vårt kommunikationskoncept genomsyra vår kommunikation 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 det 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.

Kommunkoncernens tjänster är en viktig del av platsvarumärket. En bra kommunal verksamhet påverkar platsen positivt och tvärtom. En attraktiv plats påverkar i sin tur kommunkoncernens varumärke och arbetsgivarvarumärke.

### **Den kommunikativa organisationen**

Allt kommunicerar. Det handlar inte bara om det personliga mötet, det handlar även om hur invånare, brukare och kunder möter kommunkoncernen i skrift, digitalt, i våra lokaler och i stadsmiljön.

Uppdraget i den interna och externa 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, verksamma, besökare 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 skapar en sammanhållen kommunikationsstrategi där olika kommunikationsinsatser stöttar varandra.

Kommunikativ förmåga är en allt viktigare kompetens för att vi ska klara vårt uppdrag och ha en god arbetsmiljö. 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**

En tydlig ledningskommunikation, som utgår från de politiskt fattade besluten, utgör grunden för att kunna skapa en sammanhållen och effektiv verksamhet. Ledningens kommunikation om organisationens vision, framtid och nuläge är en viktig drivkraft i att skapa tillhörighet och engagemang hos medarbetarna och ökar dessutom medarbetarnas vilja att ta ett kommunikativt ansvar.

För att lyckas behöver ledningens kommunikation vara tydlig och prioriterad utifrån de frågor som är allra viktigast för organisationen, chefer och medarbetare. Vidare behöver ledningen vara synlig samt agera som

visionärer, inspiratörer och föregå med gott exempel. Slutligen behöver ledningen lyssna och skapa delaktighet, skapa rimliga förväntningar på vad som är möjligt att påverka samt återkoppla 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, men samordnar även kontakter med andra avdelningar. Det är chefens ansvar att skapa delaktighet och främja 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 för att skapa delaktighet.

Medarbetarna har en stor kommunikativ betydelse för en välfungerande intern och extern kommunikation. Därför är det viktigt att medarbetare har rätt förutsättningar för att kunna 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.

### **Kommunikationens effekter**

Grundläggande i kommunikation med invånare är att skapa insyn, delaktighet och förståelse för de politiska beslut som fattas i kommunkoncernen. 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 delaktighetstrappan som utgångspunkt, där dialogen är ett centralt verktyg.

Information och kommunikation bidrar till att tydliggöra och tillgängliggöra kommunkoncernens uppdrag och service för invånare, brukare, kunder, näringsliv och andra målgrupper. Den lägger även en grund för bilden av Eskilstuna kommunkoncern. Vårt uppdrag och våra tjänster kommuniceras tydligt i första hand i våra etablerade kanaler. Bemötandet är gott, tillgängligheten god och frågor besvaras snabbt och tydligt. Det är enkelt 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.

En extraordinär händelse som medför allvarliga störningar i viktiga samhällsfunktioner och kräver snabba och omfattande insatser. 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. Kommunikationsarbetet är centralt vid extraordinära händelser och utgår från krisledningsplanen samt riktlinjer för kriskommunikation.

Kommunikationen är samordnad mellan de involverade parterna och vi strävar efter största möjliga öppenhet i alla situationer.

Eskilstunaborna ska kunna känna stolthet över sin ort. De ska ha möjlighet att leva ett aktivt liv och ta del av det utbud som orten erbjuder och kunna vara viktiga ambassadörer och värdar för många besökare. Det är även angeläget att hela Eskilstuna utvecklas med fler invånare, fler studenter, fler arbetstillfällen och en utvecklad besöksnäring. I det arbetet är platsvarumärket centralt och 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 för de enskilda verksamheternas återkommande kommunikationsbehov samt en planering utifrån aktuell verksamhetsplan.

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

Tydliga kommunikationsmål behöver sättas och följas upp för att säkra att kommunikationsinsatser och de resurser som avsätts ger avsedda effekter.

### **Text och tonalitet**

Tonaliteten i vår kommunikation beskrivs i vårt kommunikationskoncept och bidrar till att kommunkoncernen uppfattas som öppen, modig och ansvarsfull. Vår tonalitet ska kännas mellan raderna och förmedlas genom både ord och bild. Grundtanken är att tonaliteten ska 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 vardat, 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 kan användas 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 samt en färgpalett. Tillsammans bildar det en grafisk form som blir signifikant för Eskilstuna kommunkoncern.

Kommunens logotyp utgår från Eskilstuna kommuns heraldiska vapen och används i monokront utförande (svart eller vitt). Vid representation eller högtid används det heraldiska vapnet i fullfärg. Kommunkoncernen använder beslutade typsnitt som är lättlästa liksom en specifik färgpalett som stärker avsändaren och tydligheten.

Ibland kan det finnas anledning att tillåta särprofilering. Beslut om särprofilering fattas av kommunikationsdirektören utifrån fastställda kriterier. Det kan handla 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 kan ha 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 ska ha det kommunikationssystem som behövs för att säkerställa att invånare, näringsliv, besökare och samarbetspartners kan ta del av verksamheternas tjänster, beslut samt främja insyn, delaktighet och det demokratiska uppdraget. Kommunikationssystemet består av de kanaler, verktyg, rutiner och metoder som behövs för att klara av kommunikationsuppdraget.

Eskilstuna.se utgör plattformen för kommunkoncernens externa kommunikation, visiteskilstuna.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 behöver besluta om vilka kanaler som används för att deras verksamheter klarar sitt kommunikationsbehov medan enhetschefer är ansvariga 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, ha 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 ska den övervakas och modereras.

Kanalerens målsättningar följs upp årligen för att säkra att de ger avsedd effekt. Kanaler som inte motsvarar de mål som är uppsatta eller inte används ska avvecklas.

### **Skyltning och citydress**

Skyltning är en del av kommunkoncernens kommunikationssystem och en viktig beståndsdel för en god tillgänglighet i våra lokaler men bidrar även till en attraktiv stad och landsbygd. Det är en förutsättning för att människor kan lokalisera sig i innerstaden, i friluftsområden, till besöksmål och på landsbygden. Genom en sammanhållen och enhetlig skyltning går det att förstärka bilden av en plats men också locka till besöksmål.

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

Genom Citydress kläs stadsmiljön in 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 bidrar till att skapa trivsel, fler besöksanledningar och en attraktiv stadsmiljö, synliggöra och skapa intresse och engagemang för evenemanget, ger besökare en upplevelse av ett välkomnande värdskap samt bidrar till att bygga stolthet i Eskilstuna. I Eskilstuna prioriteras citydress för evenemang eller teman som stärker Eskilstunas platsvarumärke och attraktivitet.

### **Medierelationer och meddelarfrihet**

Aktiva och väl fungerande medier är viktiga och grundläggande delar av det demokratiska systemet och arbetet med att spegla och granska kommunkoncernens verksamheter ska därför underlättas. Chefer och sakkunniga behöver därför ha kunskaper om medias villkor, kan möta media och hantera frågor på ett professionellt sätt samt visar hänsyn till medias arbetsvillkor, bidrar med fakta i sakfrågor och besvarar medias frågor skyndsamt.

Kommunkoncernen arbetar proaktivt med mediakontakter. Det sker genom att ta egna initiativ till mediekontakter och att planera för vilka skeenden och händelser som är av intresse för media och har beredskap för att kommunicera händelser och politiska beslut.

Samtidigt kännetecknas organisationen av en öppen attityd samt besvarar frågor sakligt, snabbt, tydligt och korrekt. 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 uppmanas att medverka i kontakter med media, det är värdefullt att specialister och experter inom olika verksamheter bidrar med kunskap om sina specialområden och erfarenheter. Ingen medarbetare ska dock känna sig tvingad att mot sin vilja medverka i media. Alla medarbetare har möjlighet att överlämna mediekontakterna till sin chef. Men med vissa befattningar följer även en skyldighet att kunna besvara frågor gällande sitt ansvarsområde.

Alla som uttalar sig i Eskilstunas kommunkoncerns namn måste respektera att de företräder hela organisationen.

Kommunfullmäktiges presidium samt nämndordföranden har viktiga roller och uttalar sig å kommunkoncernens vägnar om aktuella händelser, beslut och situationer inom sina respektive ansvarsområden. Ordföranden kan även uttala sig 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 brukare och kunder 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.

Lokal media som har den bästa räckvidden till kommunens invånare och verksamma prioriteras. Även nationell och internationell media samt branschmedia kan vara aktuella för mediekontakter.

Alla medarbetare och chefer ska känna 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. Chefer, medarbetare och förtroendevalda i kommunkoncernen får inte efterforska vem som lämnat information till media.

## 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 brukare, kunder och invånare. Medarbetaren söker den information de 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 och ansvarar för att det finns ett tydligt kommunikationssystem och ett årshjul för de kommunikationsinsatser som behövs 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 kommunikationsstrateger, kommunikationsutvecklare och kommunikatörer ansvarar för att

- Utveckla effektiva och standardiserade kommunikationsprocesser samt värdeskapande kanaler och verktyg.
- Ha helhetssyn, planera och prioritera kommunikation som skapar största värdet för kommunkoncernen samt för invånare, kunder, besökare och verksamma så att kommunkoncernen når sina mål.
- Formulera och paketera kommunikationsinsatser så att de bidrar till transparens, är enhetliga, målgruppsanpassade, relevanta, samordnade och ger avsedd effekt.
- Omvärlds- och invärldsbevaka för att fånga upp händelser och skeenden som kan leda till kriser eller riskerar att bidra till förtroendeskada.
- Ställa om och ansvara för kriskommunikation vid allvarliga och extraordinära händelser.

- Vara goda rådgivare, strategiska partners och bidra med sin kommunikationskompetens.
- Utveckla kommunkoncernens kommunikativa förmåga för att stödja ett tillitsfullt förhållningssätt.
- Visa på kostnader för och effekter av och 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) samt arbetsmiljöansvar (Arbetsmiljölagen).

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

- Upphovsrättslagstiftningen,
- Språklagen
- Meddelarfriheten
- GDPR
- Lag om tillgänglighet till digital offentlig service
- 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 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