



Åtvidabergs
kommun

Styrprinciper för kommunens kommunikation

ÅKF: 2021:5

Ärendenummer: KS 2021/266 1.3.1

Antagen: Kommunfullmäktige § 74, 2021-06-23

Reviderad:-

Dokumentansvarig förvaltning: Kommunförvaltningen, Staben

Dokumentet gäller för: Kommunstyrelsen och dess förvaltning

Dokumentet gäller till och med: 2024-12-31



Innehåll

Inledning	3
Åtvidabergs kommuns vision	3
Strategi	4
Intern kommunikation	4
Extern kommunikation	5
Kontakter med media	6
Rutiner för kommunikation i sociala medier	7
Kriskommunikation	8



Inledning

De övergripande kommunikationsprinciperna tillsammans med varumärkes- och kommunikationsplattformen ligger till grund för en gemensam och långsiktig syn på syfte och mål med Åtvidabergs kommuns kommunikationsarbete.

Åtvidabergs kommuns vision

Visionen är en ledstjärna som motiverar och inspirerar medarbetarna. Den ska ge en tydlig riktning samtidigt som den ska vara nästintill ouppnåelig.

Åtvidabergs kommun genomsyras av framåtanda. Framåtanda är förhållningssättet för att skapa en trygg och robust kommun där det finns innovation och lokal handlingskraft, en plats för utveckling och livslångt lärande samt platser att leva på och uppleva.

Lev och upplev

År 2030 är Åtvidaberg en kommun där möjlighet finns för olika typer av livsstilar och boenden. Med invånarna och kärnverksamheterna i fokus drivs samhället långsiktigt i riktning mot en hållbar utveckling som ger nuvarande och framtida medborgare livskvalitet genom hela livet.

Detta gör Åtvidabergs kommun till en bra plats att både leva i och uppleva.

Vi kommunicerar detta genom att:

- Visa upp kommunens besöksmål och höga naturvärden.
- Lyfta det mångfacetterade kultur- och föreningslivet.

Trygg och robust

År 2030 är Åtvidaberg en av landets tryggaste kommuner, här är samhället öppet och välkomnande. Inom vård, skola och omsorg blir du sedd som individ och är en del av ett sammanhang. I kommunorganisationen finns en jämlik representation och invånarna har tilltro till de demokratiska processerna. Här finns förutsättningar för en jämlik hälsa samt mångfald och jämställdhet som genomsyrar hela samhället.

Detta gör Åtvidabergs kommun till en plats som är trygg och robust.

Vi kommunicerar detta genom att:

- Lyfta kommunens aktiva arbete med hållbar samhällsplanering.
- Visa att kommunen värnar om den biologiska mångfalden och den tätortsnära naturen.

Innovation och lokal handlingskraft

År 2030 är Åtvidabergs kommun en del av ett resurseffektivt och klimatsmart samhälle som medverkar till att skapa lösningar där resurser återanvänds och återvinns. Här finns samverkan mellan kommunorganisation, näringsliv och andra aktörer, både lokalt och regionalt. En cirkulär ekonomi prioriteras och leder till ekonomiska, sociala och miljömässiga vinster.

Detta gör Åtvidabergs kommun till en plats för innovation och lokal handlingskraft



Vi kommunicerar detta genom att:

- Visa att kommunen är en del av en expansiv region med goda förbindelser till omvärlden.
- Lyfta att det både inom näringslivet och inom kommunorganisationen finns mod att testa innovativa lösningar för såväl vardagslivet som resurshantering.

Utveckling och livslångt lärande

År 2030 är Åtvidabergs kommun en plats där barn och unga får chans att utvecklas och där det finns inspiration och möjlighet till ett livslångt lärande. Det finns helhetssyn som gör att vi lär av varandra genom sammanhang och möten över generations- och kulturgränser.

Detta gör Åtvidabergs kommun till en plats för utveckling och livslångt lärande

Vi kommunicerar detta genom att:

- Visa att det finns ett väl fungerande samarbete mellan skola, universitet och näringsliv som är utvecklande för såväl eleverna, kommunens kärnverksamheter och det lokala näringslivet.

Förutsättningen för att uppnå kommunens vision är att ha en helhetssyn och tänka långsiktigt. För att nå målen måste strävan vara ständig förbättring och utveckling. Det är nödvändigt att vara tydlig i kommunikationen, ha mod, sticka ut och prova nya lösningar.

I Åtvidabergs kommun sammanfattas detta i ordet framåtanda.

Framåtanda är ett förhållningssätt som ska genomsyra kommunens arbete och därmed skapa möjlighet för utveckling och tillväxt i ekonomi, befolkning och näringsliv.

Strategi

Intern kommunikation

En väl fungerande intern information och kommunikation ger oss som medarbetare i Åtvidabergs kommun förutsättningar för att kunna utföra vårt arbete på ett effektivt sätt. Intern kommunikation är till för att stödja våra verksamheters mål och visioner. Samtidigt är intern kommunikation grunden för ett hälsosamt och öppet arbetsklimat i vilket vi ska kunna ta del av varandras kunskaper och åsikter.

Strategier för intern kommunikation

- Det ska finnas interna informationskanaler som når alla anställda i Åtvidabergs kommun.
- Vi ska vara öppna för varandras synpunkter och initiativ och vara villiga att dela med oss av våra erfarenheter och vår kunskap. Det ska finnas utrymme för både positiv och negativ kritik.
- Vi ska ge en bra introduktion till nyanställda så att de snabbt ska få inblick i Åtvidabergs kommuns verksamhet, hur vi är organiserade och vilka mål vi har.



- Den interna kommunikationen ska vara begriplig. Därför ska innehåll och form anpassas till olika medarbetares behov och förutsättningar.
- Den interna informationen ska vara hanterbar. Vid varje informationsbeslut ska frågan ställas vilka som omedelbart behöver informationen och för vilka den kan göras tillgänglig genom sökning.
- Den interna kommunikationen ska planeras och samordnas med den externa kommunikationen. Så långt som möjligt ska kommunikationen planeras så att vi som arbetar i Åtvidabergs kommun får information innan den når ut externt.
- Vi ska inte bara förklara en händelse, ett beslut eller en företeelse utan också bakgrunden. På så vis står våra medarbetare bättre rustade i den externa kommunikationen.
- Vi informerar när information finns att ge. När det inte finns information att ge ska det klart framgå varför och när den beräknas komma. Detta är särskilt viktigt i samband med strategiska beslut som påverkar många medarbetare i organisationen.

Extern kommunikation

Den externa kommunikationen är vårt hjälpmedel att sprida kunskap om Åtvidabergs kommun. Tjänstemän och politiker inom kommunen har en viktig roll genom att besvara frågor och informera för att skapa en allsidig och korrekt bild av verksamheten och vår kommun.

Strategier för extern kommunikation

- Det ska vara enkelt att få information om Åtvidabergs kommuns verksamhet och om Åtvidaberg som plats.
- Vi som arbetar i Åtvidabergs kommun ska vara lätta att komma i kontakt med, oavsett i vilken kanal kommunikationen sker. De som kontaktar Åtvidabergs kommun ska uppleva att de snabbt får kontakt med rätt instans och korrekta svar på sina frågor. En återkoppling bör ske inom en arbetsdag.
- E-post ska besvaras snabbt. Om en förfrågan inte kan besvaras inom en arbetsdag ska vi ge besked om vem som behandlar ärendet och när avsändaren kan förväntas få ett svar.
- Åtvidabergs kommuns hemsida, atvidaberg.se är öppen för alla, dygnet runt. Det är därför mycket viktigt att sidorna löpande uppdateras och förbättras.
- Kommunikationen ska vara lätt att läsa och förstå. Budskapet ska vara klart och tydligt och framfört i en vänlig ton. Fackspråk ska endast användas i kommunikation med fackfolk.
- Kommunikationen ska främja dialog. Debatt och dialog skapar engagemang och ger medborgarna i Åtvidaberg möjlighet till inflytande när det gäller de politiska processerna och besluten. Delaktighet är en förutsättning för en positiv utveckling av vår verksamhet.
- Bilden av Åtvidabergs kommun ska vara entydig och tydlig. Det är allas ansvar att den blir det.
- All kommunikation ska utgå från användarens behov. Därför är det viktigt att veta vem man kommunicerar med. Språk och innehåll ska ta hänsyn till bland annat ålder,



social bakgrund, funktionshinder och etnisk tillhörighet. Grundprincipen är att all information ska presenteras på svenska. Engelska är första språk att komplettera med. Översättningar till eller presentationer på andra språk övervägs i varje enskilt fall, med hänsyn till målgruppen.

- Vårt val av kanal ska anpassas efter hur vi på bästa sätt ska nå den aktuella målgruppen.

Kontakter med media

Media spelar en viktig roll för demokratin. De har ett samhällsuppdrag att granska offentliga myndigheters verksamhet och har också en viktig roll som opinionsbildare.

Den bild som tidningar, radio och TV ger av vår verksamhet har en avgörande betydelse för hur Åtvidabergs kommun och Åtvidaberg som plats uppfattas, både av allmänheten och av oss själva. Därför är det viktigt att vi bygger upp en god, långsiktig och professionell relation till medierna, och att mediefrågor får en hög prioritet i det dagliga arbetet. Ytterst syftar medierelationerna till att den bild medierna, tidningar, radio och TV förmedlar av Åtvidabergs kommun ska vara så korrekt och nyanserad som möjligt. Det ligger i vårt intresse att förse media med så korrekt och fullständigt underlag som möjligt och aktivt medverka till att informationen sprids. Dessutom ska vi visa ömsesidig respekt för varandras yrkesroller.

Kommunikation med media

- En öppen och aktiv kontakt med media förutsätter att alla vet vad de ska göra om de blir kontaktade av media. Anställda i Åtvidabergs kommun har rätt att uttala sig såväl som privatpersoner som i sin yrkesroll.
- Verksamhetsansvariga har ett särskilt ansvar att företräda sin verksamhet gentemot medier. Ingen är dock skyldig att yttra sig offentligt. Den som inte är insatt i ett ämne måste inte uttala sig utan kan istället hänvisa till någon som känner till det aktuella området bättre. Vi bör alltid informera närmaste chef och stabens presskontakt när vi har eller har haft kontakt med media. Medarbetare, kollegor och samarbetspartners informeras när mediakontakten kan ha betydelse för dem eller deras arbete.
- Yttrandefriheten ger alla rätt att i tal, skrift, bild eller på annat sätt meddela upplysningar samt att uttrycka tankar, åsikter och känslor. Undantaget är sekretessbelagda uppgifter.
- Meddelarfriheten innebär att alla anställda i offentlig verksamhet har en lagstadgad rätt att ta kontakt med media. Ingen får forska efter vem som lämnat informationen.

Strategier för kommunikation med media

- **Hög tillgänglighet.** Vi ska vara tillgängliga för journalister och villiga att svara på deras frågor. Den som inte själv kan svara ska hänvisa till den i verksamheten som är ansvarig för den aktuella frågan, eller be att få återkomma med korrekta uppgifter. Kan vi inte nå denna eller ta fram en uppgift så snabbt som en journalist önskar är det viktigt att förklara orsakerna till det och försöka skapa en förståelse för våra arbetsvillkor.
- **Insyn och öppenhet.** Offentlighetsprincipen innebär att alla har rätt till insyn i Åtvidabergs kommuns verksamhet. Vi ser till så att journalister möts med största



möjliga öppenhet och får full insyn i våra olika verksamheter, med undantag för de delar som är sekretessbelagda.

- **Eget initiativ.** Vi ska vara offensiva och aktiva i planeringen av vår information till media istället för att vänta på att medierna tar initiativet. Detta gäller alla frågor, oavsett om de kan orsaka positiv eller negativ publicitet. Genom att proaktivt gå ut med missförhållanden och problem ökar vi vår trovärdighet, samtidigt som vi minskar risken för att eventuella rykten och spekulationer kan leda till missvisande publicitet.
- **Internt före externt.** De budskap vi går ut med i planerade mediekontakter ska vara kända och förankrade internt innan de delges media. Om en fråga uppmärksammas i media innan den har kommunicerats internt, bör den ansvariga chefen så fort som möjligt kommentera och förklara händelsen för de berörda medarbetarna.
- **Visa förtroende och respekt.** Relationerna med medierna ska präglas av förtroende och ömsesidig respekt. Vi ska ha kunskap om mediernas roll och arbetsätt och ta hänsyn till och respektera de pressetiska reglerna. Vi påpekar alltid felaktigheter till medierna för att förbättra dialogen.
- **Tydlig avsändare.** I våra kontakter med media ska vi vara noga med att tala om att vi representerar Åtvidabergs kommun och samtidigt berätta om vår roll och plats i organisationen.

Rutiner för kommunikation i sociala medier

Syfte och ändamål

Kommunikationen i de sociala medierna ska främja dialog och engagemang. De sociala medierna ska ses som en integrerad del av kommunens övergripande kommunikation.

Roller och ansvar

Kommunledningsförvaltningens Team Digital har ett samordnande och övergripande ansvar för kommunens sociala medier. Varje förvaltning har dock ansvar för sin egen kommunikation. Därför har varje förvaltning beslutsmandat över:

- Om förvaltningen ska använda sociala medier.
- Vilka verktyg och/eller tjänster som används.
- Vem eller vilka som får representera förvaltningen på sociala medier.

För en utomstående är det inte alltid enkelt att avgöra om kommunikationen i sociala medier sker i tjänsten eller för privata syften. För att kommunikationen ska anses ske i tjänsten bör det därför finnas ett beslut eller någon form av godkännande från ansvarig chef.

Det är alltså ytterst ansvarig chef som beslutar om verksamheten ska använda sig av sociala medier, på vilket sätt det ska ske och av vem. Frågor och kommentarer som uppstår i de valda medierna ska hanteras på samma sätt som i andra kanaler. Det vill säga vem äger frågan och vem ska besvara den?

Förvaltningar som väljer att engagera sig inom sociala medier ska tydliggöra att engagemanget sker som ett led i förvaltningens verksamhetsutövning. Vid användning av kommunens logotyp, e-postadress och/eller telefonnummer som är kopplat till förvaltningen



anses uttalanden alltid gjorda som ett led i tjänsteutövningen oavsett om det finns ett formligt beslut om det eller ej.

När en förvaltning/verksamhet väljer att finnas representerad på sociala medier ska Team Digital på kommunledningsförvaltningen kontaktas för att gå igenom syfte och mål med kanalen, målgrupp, kanalval samt tekniska och praktiska detaljer kring skapandet av kontot.

Kommunledningsförvaltningen ansvarar för att upprätta och underhålla förteckning över de kanaler som används i officiellt syfte inom Åtvidabergs kommun och publicerar förteckningen på <https://www.atvidaberg.se/kommun-och-politik/press/sociala-medier>.

Kriskommunikation

Åtvidabergs kommun utgår från den svenska modellen för att hantera samhällsstörningar. Denna modell tillämpas av kommuner, myndigheter på regional nivå och statliga myndigheter. Den styr även kommunens arbete med kriskommunikation.

De grundläggande principerna i modellen är:

Ansvarsprincipen – att den som har ansvar för en verksamhet i normala situationer också har motsvarande ansvar vid störningar i samhället. Aktörer har även ett ansvar att agera även i osäkra lägen. Den utökade ansvarsprincipen innebär att aktörerna ska stödja och samverka med varandra.

Närhetsprincipen - att samhällsstörningar ska hanteras där de inträffar och av de som är närmast berörda och ansvariga.

Likhetsprincipen – att aktörer inte ska göra större förändringar i organisationen än vad situationen kräver. Verksamheten under samhällsstörningar ska fungera som vid normala förhållanden, så långt det är möjligt

Geografiskt områdesansvar – ansvar att verka för att samordningen fungerar mellan alla som är inblandade i krisberedskapen på lokal, regional respektive central nivå. Kommunerna har det geografiska områdesansvaret i kommunen, länsstyrelserna i länet och regeringen för hela landet. Hur ansvaret ser ut och vad det innebär är olika på de olika nivåerna.

Sektorsansvar – är det ansvar statliga myndigheter har för sina sakfrågor av nationell karaktär, oavsett frågornas geografiska anknytning. Sektorsansvaret ser olika ut beroende på vilken sektor som avses.

I en krissituation eller vid en extraordinär händelse kan särskilda krisplaner för hur kommunen ska agera tas fram. Där ska finnas en tydlig ansvarsfördelning med riktlinjer för kommunikationsarbetet.

I en krissituation eller vid en extraordinär händelse är kommunens externa webbplats den huvudsakliga informationskanalen. För att nå människor som inte är svensktalande finns



översättningsmöjligheter via hjälpmedel på kommunens webbplats. Kommunen tar även vid behov hjälp av andra översättningstjänster.

Vid en mindre allvarlig incident, som inte föranleder krisgruppens sammankallande, har aktuell chef ett ansvar att informera kommundirektören och den kommunikationsansvariga eller motsvarande om pågående situation i ett tidigt skede.

Helhetssyn för att bemöta kommunikationsbehoven

Helhetssyn innebär att ansvariga aktörer utgår från de samlade behoven i samhället snarare än de behov som främst relaterar till den egna organisationens uppdrag. Detta gäller även ur ett kommunikationsperspektiv.

Mer konkret innebär helhetssyn ur ett kommunikationsperspektiv att aktörerna:

- Hjälps åt att kommunicera avgörande budskap, utifrån vad som ska uppnås med hanteringen.
- Ger svar på de frågor som berör människor mest.
- Ger en samstämmig bild av vad som sker.
- Identifierar kommunikationsbehov som ingen enskild aktör har ett tydligt ansvar för.

Aktörsgemensam inriktning och samordning baserad på helhetssynen

Aktörerna ska arbeta för att möta de behov som de bedömer är mest angelägna. Övergripande ska hanteringen alltid värna samhällets skyddsvärden:

- Människors liv och hälsa.
- Samhällets funktionalitet.
- Demokrati, rättssäkerhet och mänskliga fri- och rättigheter.
- Miljö och ekonomiska värden.
- Nationell suveränitet.

MSB:s rekommenderade arbetssätt vid kriskommunikation

1. Bedöm situationen och prioritera behov
2. Träffa överenskommelse om aktörsgemensam inriktning och samordning
3. Konkretisera och planera åtgärder
4. Genomföra åtgärder

Så här arbetar Åtvidabergs kommun operativt med kriskommunikation

Även i samband med kriser gäller våra vanliga handböcker och riktlinjer för kommunens kommunikation. Det innebär att vi tar med oss våra vanliga sätt att arbeta och de riktlinjer vi har för exempelvis kommunikationsstrategier, tonläge, språk och grafisk profil.

Primära målgrupper och kanalval vid kris

Primärt är det fyra grupper som kommunen behöver kommunicera med i händelse av kris:

- Allmänheten
- Internt
- Medier



- Samverkande organisationer och myndigheter såsom Länsstyrelsen Östergötland, Region Östergötland, Myndigheten för Samhällsskydd och Beredskap, Polisen och Räddningstjänsten

Externa kanaler

RAKEL, telefon, kommunens externa webbplats och sociala medier, olika nyhetsmedier, informationsnumret 113 13, Krisinformation.se, VMA, WIS för rapportering till Länsstyrelsen samt strategiska grupper i kommunen.

Interna kanaler

RAKEL, telefon, appen Signal, kommunens externa webbplats, e-post och intranätet.

Förvaltningar och kommunala bolag

Krisledningsstaben samordnar kommunens informationsarbete. Förvaltningar och kommunala bolag stödjer detta genom att fortlöpande rapportera läget inom sina verksamheter, anmäla de informationsbehov som finns och lämna faktaunderlag. Sakkunniga talespersoner från de kommunala verksamheterna ska medverka i kommunens utåtriktade information i den omfattning som kommunikationsfunktionen bestämmer.