

Riktlinjer för tillämpning av kommunikations- policy

Kommunikation är en naturlig del av kommunens verksamhet, och ska ingå i all planering och i alla beslut. God kommunikation är en viktig del i den demokratiska processen. Med vår kommunikation strävar vi efter att alla ska få insyn i, kunna föra dialog om och förstå kommunens verksamhet. Öppen och tydlig kommunikation främjar delaktighet och möjlighet att påverka.

Policy

Riktlinje

Rutin/väg-
ledning



HALLSTAHAMMARS
KOMMUN

Beslutad av: Kommunchef på delegation av kommunstyrelsen

Datum: 2018-03-12

Giltighetstid: 2018-2023

Revideringar och omarbetningar:

2019-08-22: Stycket om PUL utbytt mot GDPR

Policy

Riktlinje

Rutin/väg-
ledning

Dokumentet gäller för: Samtliga förvaltningar i Hallstahammars kommun

Dokumentansvarig: Utvecklingschef, enheten för strategisk utveckling och planering



Innehåll

Riktlinjer för tillämpning av kommunikationspolicyn.....	4
Ansvar och organisation.....	4
Ansvarar du för verksamhet ansvarar du också för kommunikation.....	4
Chefsansvar att ge information – medarbetaransvar att söka och ta del av information.....	4
Kommunikationsenheten ger råd, vägleder och stödjer	4
Grundläggande om kommunikation.....	5
Var öppen, ärlig och saklig	5
Kommunicera rakt på sak och utgå ifrån mottagarens behov	5
Välj rätt kommunikationskanal – både för budskap och mottagare.....	5
Var tydlig med vem som är avsändaren – följ den grafiska profilen och ange kontaktuppgifter	5
Uppmuntra till dialog, var lyhörd och återkoppla snabbt.....	6
Samordna och synkronisera kommunikationen med tydlig kommunikationsplan.....	6
Med kommunikationsansvaret följer också att vara talesperson.....	7
Media ska granska oss men är också viktig aktör för att belysa verksamhet och beslut	7
Kommunikation vid kris – bekräftad och korrekt information	8
Lagar som reglerar kommunikationsarbetet.....	9
Offentlighetsprincipen – allmänna handlingar måste lämnas ut	9
Yttrandefrihet och meddelarfrihet – rätten att fritt uttrycka sin åsikt och berätta om missförhållanden	9
Dataskyddsförordningen (GDPR) – ska skydda människors integritet.....	9

Policy

Riktlinje

Rutin/väg-
ledning

Riktlinjer för tillämpning av kommunikationspolicyn

Riktlinjerna ska tydliggöra hur vi arbetar med extern och intern kommunikation i vår verksamhet.

Ansvar och organisation

Kommunstyrelsen har det övergripande ansvaret för kommunens kommunikation. Detta gäller främst policyfrågor, övergripande politiska beslut och frågor som rör hela organisationen.

Ansvarar du för verksamhet ansvarar du också för kommunikation

Nämnderna och förvaltningarna är alla ansvariga för kommunikationen inom sina respektive områden. De som har verksamhetsansvar har även kommunikationsansvar.

Kommunens bolag har eget ansvar för verksamheten utifrån de direktiv som ägaren anger.

Chefsansvar att ge information – medarbetaransvar att söka och ta del av information

Varje chef har kommunikationsansvar gentemot sina medarbetare. Varje medarbetare har rätt att få den information som behövs för att kunna sköta sitt arbete på bästa sätt.

Varje enskild medarbetare ansvarar ytterst själv för att ta del av den information som krävs för att kunna genomföra ett bra arbete. Det är varje medarbetares skyldighet att aktivt söka och sprida information.

Kommunikationsenheten ger råd, vägleder och stödjer

Kommunikationsenheten är en specialist- och stödresurs för samtliga förvaltningar och nämnder och ska vid behov finnas med i kommunikationsplanering och -genomförande. Enheten arbetar fram övergripande strategier och riktlinjer med mera för hur kommunikationsarbetet i kommunen ska fungera och utvecklas. Kommunikationsenheten finns också som stöd i mediekontakter.

Policy

Riktlinje

Rutin/vägledning

Grundläggande om kommunikation

Här följer nio grunder som vi alltid utgår ifrån inför varje planerad kommunikationsinsats och i den dagliga kommunikationen medarbetare emellan och mellan invånare och medarbetare.

1. Var öppen, ärlig och saklig

Medarbetare och invånare ska kunna lita på att kommunens information är sann. Därför ska vi alltid kontrollera fakta innan vi går ut med information. Genom en öppen attityd ska vi bjuda in till dialog. Vi ska uppmuntra till synpunkter av både positiv och negativ karaktär. Är vi ärliga och inte döljer negativa fakta skapar vi förtroende för kommunens verksamhet.

2. Kommunicera rakt på sak och utgå ifrån mottagarens behov

Vi ska anpassa språk och innehåll i budskapet och välja sätt att kommunicera utifrån vem mottagaren är och vilket budskap vi har. Skriv och uttryck dig enkelt, med ett direkt tilltal och korta meningar. Undvik fackspråk och förkortningar. När du vänder dig till en bred eller okänd målgrupp, ta aldrig för givet att mottagaren har förkunskaper i ämnet.

- [Följ råden i Myndigheternas skrivregler som ges ut av Institutet för språk och folkminnen](#)
- [Regeringen har gett ut den Svarta listan som visar på ord och uttryck du bör undvika och ger istället råd om hur du kan uttrycka dig istället](#)

Det är inte alltid, eller enbart, skriven text som lämpar sig bäst för kommunikation. Kom även ihåg rörlig bild och ljud som kommunikationsmedel.

3. Välj rätt kommunikationskanal – både för budskap och mottagare

Webbplatsen hallstahammar.se är Hallstahammars kommuns främsta kommunikationskanal för extern kommunikation. Övriga kanaler, där sociala medier som Facebook, Instagram, YouTube och Twitter ingår, samt foldrar och broschyrer, annonser och affischer, möten (fysiska och digitala) och personligt adresserade brev eller e-brev ska ses som komplement till webben och användas när det är befogat.

Huvudkanaler för den interna kommunikationen är främst arbetsplatsträffar och intranätet, kompletterat med externwebben. Även e-post och andra digitala dialogverktyg, som till exempel Skype, är användbara kanaler särskilt för mer riktad kommunikation.

4. Var tydlig med vem som är avsändaren – följ den grafiska profilen och ange kontaktuppgifter

Genom att alltid följa kommunens grafiska profil visar vi vem som är avsändare och att vi alla representerar en gemensam organisation; Hallstahammars kommun. Det är inte tillåtet för enskilda förvaltningar, enheter eller verksamheter att skapa egna logotyper.

När vi kommunicerar ska vi alltid skriva ut avsändare och uppge kontaktperson med telefonnummer och även e postadress där sådan finns. Observera att särskild mall för e-postsignatur finns och ska följas.

Policy

Riktlinje

Rutin/vägledning

5. Uppmuntra till dialog, var lyhörd och återkoppla snabbt

Vi ska alltid underlätta för invånarna att komma i kontakt med kommunen och att använda våra tjänster. Vi kommunicerar genom att vara lyhörda, ta till vara synpunkter och ge snabb återkoppling.

För att uppnå detta finns olika vägar till kontakt med Hallstahammars kommun. Kundcenter är en central funktion som besvarar frågor och lotsar vidare till rätt person inom organisationen. Invånarna kan göra personliga besök, ringa, e-posta, skriva brev eller använda webbformulär för att skapa kontakt.

Kommuninvånarna, besökare, företagare och medarbetare ska alla uppleva att de snabbt får svar på frågor och kan komma i kontakt med den de behöver och vill kommunicera med. Du som medarbetare ska därför alltid hänvisa din telefon om du inte är anträffbar. Om någon sökt dig per telefon och lämnat meddelande om att hen vill bli kontaktad, ska du ringa upp personen snarast möjligt. Målsättningen är inom en arbetsdag.

Varje medarbetare ska kontrollera sin personliga e-brevlåda samt de funktionsbrevlådor medarbetaren ansvarar för varje arbetsdag. Vid frånvaro ska autosvar med ett frånvaromeddelande läggas in, samt att inkommande e-brev ska vidarebefordras till någon kollega. Målsättningen är att e post ska besvaras inom en arbetsdag.

6. Samordna och synkronisera kommunikationen med tydlig kommunikationsplan

Det är viktigt att vi inom organisation och verksamhet samordnar och synkroniserar vår kommunikation (budskap, informationskanaler och aktiviteter). Med en kommunikationsplan kan du tids- och målgruppsplanera informationen så den blir både tydlig och transparent. Tänk på att särskilt vissa planer och beslut som berör medarbetarna och verksamheten kan behöva kommuniceras internt innan de kommuniceras externt.

En kommunikationsplan behöver inte vara krånglig och komplicerad. Det viktiga är att det framgår:

- ✓ vad som ska kommuniceras (budskapet, ämnet, planen, beslutet, projektet)
- ✓ målgrupp för kommunikationen (vilka som berörs)
- ✓ kommunikationskanaler (hur du når de olika målgrupperna)
- ✓ tidsplan (när olika kommunikationsinsatser behöver ske)
- ✓ ansvarsfördelning (vem som gör vad)

Se bilagor ”Checklista och mall – kommunikationsplan” och ”Exempel på kommunikationsplan”.

Policy

Riktlinje

Rutin/vägledning

7. Med kommunikationsansvaret följer också att vara talesperson

Vi ska vara tillgängliga för journalister och villiga att svara på deras frågor. Det ska finnas en intern överenskommelse som är känd i organisationen om vem som uttalar sig om vad när en fråga väcker medial uppmärksamhet. Huvudregeln är att den som ansvarar för verksamhet också uttalar sig i aktuell fråga. Talespersoner kan var både tjänstepersoner (oftast med chefsbefattning) och förtroendevalda (oftast nämnd- eller styrelseordförande).

Berätta sakligt och håll dig till fakta. Tänk på eventuell sekretess. Kan du inte svara på frågan, be att få återkomma. Du kan alltid fråga om du får se den färdiga intervjun i förväg för att kunna rätta till sakfel och missförstånd. Men media har ingen skyldighet att låta dig göra det.

Du kan alltid få råd och stöd av kommunikationsenheten inför och vid dina kontakter med media.

Ta alltid hänsyn till de pressetiska reglerna och försök inte använda media som reklamforum.

8. Media ska granska oss men är också viktig aktör för att belysa verksamhet och beslut

Vi har ett öppet och serviceinriktat förhållningssätt gentemot media samt visar respekt för medias uppdrag. Medias uppgift är att granska verksamheten hos oss som offentlig myndighet. Media är också viktig ur demokratisynpunkt, där det handlar om att belysa politiska diskussioner och beslut i kommunen. Den bild som tidningar, radio och tv förmedlar vidare har stor betydelse för hur vi som kommun uppfattas. Vi ska ge media en så ärlig och trovärdig bild av vår verksamhet som möjligt.

Media hittar ofta information från kommunen på vår externa webbplats, därför är det ytterst viktigt att det som behöver kommuniceras finns tillgängligt på webben. Bjud också gärna in media att delta vid informationsträffar och andra aktiviteter riktade till allmänheten. Med dessa åtgärder kommer vi långt i att ge media en bred bild både av vilka politiska frågor som finns på dagordningen och av vår verksamhet.

Om ytterligare mediekontakt skulle behöva tas kan du skicka ut pressmeddelande eller bjuda in till presskonferens. Rådgör alltid med kommunikationsenheten vid sådana tillfällen. (Vanligast är att dessa åtgärder används vid särskilda händelser eller vid kris)

Policy

Riktlinje

Rutin/väg-
ledning

9. Kommunikation vid kris – bekräftad och korrekt information

Vid samhällsstörningar och i krissituationer använder vi kommunens kriskommunikationsplan. Grundprinciperna för kommunikation i kris är desamma som till vardags. Var noga med att inte agera alltför snabbt då alla uppgifter måste vara bekräftade från säker källa innan vi går vidare med informationen. Vid kriser ska det alltid finnas en särskilt utsedd person som uttalar sig. Viktigt också att skilja på vilken information som kommunen ansvarar för att kommunicera och vilken information som andra aktörer (exempelvis polis och räddningstjänst) ansvarar för.

- [För kriskommunikation se och följ Hallstahammars kommuns kriskommunikationsplan](#)

Policy

Riktlinje

Rutin/väg-
ledning

Lagar som reglerar kommunikationsarbetet

Här följer en kortfattad beskrivning av de viktigaste lagarna som reglerar kommunens kommunikationsarbete.

Offentlighetsprincipen – allmänna handlingar måste lämnas ut

Offentlighetsprincipen innebär att kommunen som myndighet är skyldig att lämna ut allmänna handlingar till den som begär det. Handlingarna ska lämnas ut så snart det är möjligt. En handling är allmän om den har kommit in till eller är upprättad hos myndigheten. Handlingen kan ha kommit in via post, e-post eller på annat vis. Med upprättad menas att handlingen slutbehandlats eller att den skickats till annan myndighet (gäller även mellan förvaltningar), enskild person eller massmedia.

En myndighet kan vägra lämna ut en allmän handling om det finns stöd för detta i sekretesslagen. Det finns heller ingen skyldighet att lämna ut handlingar som ännu inte är allmänna.

Yttrandefrihet och meddelarfrihet – rätten att fritt uttrycka sin åsikt och berätta om missförhållanden

Yttrandefriheten innebär att varje invånare ska kunna förmedla information och uttrycka sina tankar, åsikter och känslor, i tal, skrift, bild eller på annat sätt.

Meddelarfriheten kompletterar yttrandefriheten. Den innebär att alla anställda inom offentlig verksamhet får lämna uppgifter till massmedia, i syfte att de ska publiceras. Det finns vissa undantag då meddelarfrihet inte gäller. De undantagen finns beskrivna och preciserade i offentlighets- och sekretesslagen. Arbetsgivaren (i det här fallet kommunen) får inte efterforska vem som lämnat uppgifterna. Media får inte avslöja vem som lämnat uppgifterna om hen vill vara anonym.

Dataskyddsförordningen (GDPR) – ska skydda människors integritet

Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2016/679 även kallad GDPR (The General Data Protection Regulation) handlar om att kommunen bara får samla in, behandla och behålla personuppgifter som är nödvändiga för den verksamhet som bedrivs. Behandlingen av personuppgifter måste alltid luta sig mot en rättslig grund. Myndigheter och andra inom offentlig verksamhet använder främst grunderna

- rättslig förpliktelse
- uppgift av allmänt intresse
- myndighetsutövning eller
- avtal.

Obs! Myndigheter får inte använda sig av den rättsliga grunden intresseavvägning. Vad gäller den rättsliga grunden samtycke (att den registrerade har sagt ja till personuppgiftsbehandlingen) är det i många fall varken lämpligt eller ens möjligt att stödja sig på den registrerades samtycke. Överväg därför alltid först om du kan stödja personuppgiftsbehandlingen på någon av de andra rättsliga grunderna.

- [Läs mer om dataskyddsförordningen på Datainspektionens webbplats](#)

Policy

Riktlinje

Rutin/vägledning

Utöver dessa lagar finns även en rad speciallagstiftningar som rör hur vi ska kommunicera beslut som tas i nämnder och förvaltningar.

Policy

Riktlinje

Rutin/väg-
ledning





Checklista och mall – kommunikationsplan

Kommunikation är inget självändamål utan ett medel att nå resultat i arbetet. Se denna checklista som en hjälp att strukturera din kommunikation och få med det viktigaste i din kommunikationsplan. Gå igenom frågeställningarna i tur och ordning (använd hela eller delar av checklistan – vilket som passar dig bäst) – och du har en kommunikationsplan! Använd gärna mallen på sista sidan när du planerar dina aktiviteter.

1. Vad ska kommuniceras?

Jag eller vi behöver berätta om:

- Ett politiskt förslag eller beslut
- Vår verksamhet, vårt uppdrag
- En organisationsförändring
- Ett projekt
- Något annat, vad:

2. Har jag tänkt igenom eventuella reaktioner och frågor som kan uppstå före, i samband med och efter min kommunikationsinsats?

Det är alltid bra att föregå än att bli tagen på sängen. Tänk därför gärna igenom och förbered dig på eventuella frågor som kan dyka upp. Vissa av svaren kanske rent av ska kommuniceras innan frågorna ens ställts.

Jag kan tänka mig att följande frågor skulle kunna uppstå:

- Vem har förslagit eller fattat beslutet?
- När kommer beslut att fattas?
- Vem är ansvarig?
- Hur lång tid kommer det att ta?
- Vad kommer det att kosta?
- Hur påverkar det mig, mina barn, mina närmaste?
- Vilka konsekvenser får beslutet i stort?
- Har ”man” tänkt på konsekvenserna?



3. Varför ska detta kommuniceras?

Jag vill uppnå något genom att kommunicera, exempelvis:

- Få någon att göra något
- Få någon att få vetskap om och förstå något
- Få någon att förändra ett beteende eller en attityd eller åsikt
- Få ett problem löst
- Annat, vad:

4. Vem eller vilka riktar sig kommunikationen till?

Att berätta allt för alla resulterar oftast i att inget når någon. Genom att målgruppsanpassa budskapet är chansen större att nå fram till den mottagare jag vill nå.

Jag:

- vet exakt vem jag riktar mig till (exempelvis person, grupp eller yrkeskår)
- riktar mig till många samtidigt (en ”bred allmänhet”)

De jag riktar mig till:

- har ingen eller liten förkunskap i ämnet
- vet redan mycket om det jag ska kommunicera

De jag riktar mig till kan ha svårt att ta till sig information:

- för att hen inte kan språket så bra
- för att hen har en funktionsnedsättning (fysisk och/eller intellektuell)
- för att hen är stressad, har ont om tid och befinner sig i en miljö där lugn och ro saknas för att ta till sig ett budskap
- för att hen inte är särskilt intresserad av mitt budskap
- för att hen inte är positivt inställd till vår organisation (kommunen)
- annat, vad:



5. På vilket sätt lämpar det sig att kommunicera?

Språklagen säger att du alltid ska uttrycka dig vårdat, enkelt och begripligt. Med språklagen i bakhuvudet väljer du sätt att kommunicera utifrån budskap och mottagare, exempelvis:

- skriven information (eventuellt kompletterad med bild)
- ljud
- film (inklusive textning)
- talad information

Fundera också på om du behöver kommunicera på andra språk:

- svenska
- finska
- engelska
- annat språk, vilket eller vilka:
- teckenspråk
- lättläst svenska

6. Vilka kommunikationskanaler ska jag använda?

Tänk webben först och fundera därefter på vilka kompletterande kanaler som behövs. Kommunikationskanaler som kan vara bra att använda i det här fallet är:

- externwebben, hallstahammar.se (är den främsta kommunikationskanalen för extern kommunikation)
- intranätet (för intern kommunikation, oftast kombinerat med information på externwebben)
- sociala medier (exempelvis Facebook och Instagram)
- folder eller broschyr
- affisch
- annons i media (digitalt eller tryck)
- möte (internt som arbetsplatsträff eller riktat till allmänhet och eventuellt media, fysiskt eller digitalt)
- direktutskick (e-brev, brev, digitala utskick som nyhetsbrev eller skolinformation via digital plattform)
- annat, vad:



7. Vem ansvarar för och vilka är involverade i kommunikationen?

Tänk igenom vem eller vilka som ansvarar för och är involverade i olika delar i kommunikationsprocessen. Grundprincipen är att den som ansvarar för verksamhet också ansvarar för kommunikation.

Ansvarig och involverad:

- chef (ansvarig för verksamhet)
- informationsägare (sakkunnig person i verksamheten, någon med faktakunskaper)
- webbredaktör på förvaltning (ansvarar för att bearbeta textmaterial främst för webbpublicering)
- ”ambassadörer” (personer i organisationen lämpade att föra fram specifikt budskap)
- kundcenter (**OBSERVERA!** involvera alltid kundcenter som är en central funktion som måste ha kunskap om sådant som kan förväntas generera frågor från allmänhet, eller den egna organisationen)
- kommunikatör på kommunikationsenheten (specialist- och stödresurs)

8. När ska jag kommunicera?

Samordna och synkronisera din kommunikation så olika målgrupper får relevant information vid rätt tidpunkt.

Gör en aktivitetsplanering och tänk igenom:

- vad som behöver kommuniceras (budskapet)
- vilka målgrupper som är berörda
- vid vilka tidpunkter kommunikationen ska ske
- hur budskapet ska kommuniceras (aktiviteter och kanaler)
- vem som är ansvarig och utför (producerar och levererar) respektive del i kommunikationen

9. Hur följer jag upp min kommunikation?

Utvärdera gärna hur dina kommunikationsinsatser lyckades. Fyllde kommunikationsinsatsen sitt syfte, nådde vi målet med vår kommunikation:

- Fick jag fram mitt budskap?
- Gjorde mottagarna det jag hade tänkt mig och ville?
- Var det värt kostnaden för kommunikationsinsatserna?



Kommunikationsplan för ...

Budskap (som ska kommuniceras):						
Målgrupp	Datum	Aktivitet	Kanal	Ansvarig	Producent	Leverantör
<i>Målgrupp för kommunikationsaktiviteten</i>	<i>Datum för aktiviteten</i>	<i>Kommunikationsaktivitet och dess syfte</i>	<i>Kanal eller kanaler som ska användas</i>	<i>Person som ansvarar för kommunikationsinsatsen</i>	<i>Vem producerar? Egen verksamhet, förvaltning, kundcenter, kommunikations-enhet eller extern producent?</i>	<i>Vem levererar/publicerar? Egen verksamhet, förvaltning, kundcenter eller extern leverantör (tryckeri)?</i>



Exempel på kommunikationsplan med aktiviteter

Budskap (som ska kommuniceras): "Kontaktperson till någon med funktionsnedsättning" (rättighet, uppdrag samt hitta fler som är intresserade)

Målgrupp	Datum	Aktivitet	Kanal	Ansvarig	Producent	Leverantör
<i>Målgrupp för kommunikationsaktiviteten</i>	<i>Datum för aktiviteten</i>	<i>Kommunikationsaktivitet och dess syfte</i>	<i>Kanal eller kanaler som ska användas</i>	<i>Person som ansvarar för kommunikationsinsatsen</i>	<i>Vem producerar (egen verksamhet/förvaltning, kundcenter, kommunikationsenhet eller extern producent)?</i>	<i>Vem levererar/publicerar (egen verksamhet/förvaltning, kundcenter eller extern leverantör/tryckeri)?</i>
De som har rätt till kontaktperson, samt anhöriga, gode män och liknande	Oktober 2017	Text: "Rätt till kontaktperson vid funktionsnedsättning" : Informera om att stödet "kontaktperson" finns. <i>Syftet är att:</i> 1. ge grundinformation om vad rättigheten innebär 2. leda vidare till ansökan	Externwebben, hallstahammars.se	Chef LSS	LSS-handläggare (faktakunskap), Webbredaktör (textbearbetning) Kommunikatör (stöddresurs)	Webbredaktör (publicerar på webben)
Kundcenter	Oktober 2017	Berätta att "kampanj" planeras. <i>Syftet: att förbereda för frågor från allmänhet.</i>	E-post (alternativt muntlig information)	Chef LSS	LSS-handläggare	LSS-handläggare
De som är intresserade eller kan tänkas bli intresserade av uppdraget som kontaktperson	Oktober 2017	Text: "Att vara kontaktperson till någon med funktionsnedsättning" : Informera om vad uppdraget som kontaktperson innebär. <i>Syftet är att:</i> 1. ge grundinformation och väcka intresse för uppdraget 2. leda vidare till intresseanmälan	Externwebben, hallstahammars.se	Chef LSS	LSS-handläggare (faktakunskap), Webbredaktör (textbearbetning) Kommunikatör (stöddresurs)	Webbredaktör (publicerar på webben)



Målgrupp	Datum	Aktivitet	Kanal	Ansvarig	Producent	Leverantör
De som är intresserade och kan tänkas vilja få ett uppdrag som kontaktperson samt media som för budskapet vidare	Oktober 2017 Februari 2018? Juni 2018?	Text: ” <i>Sträck ut en hand – bli någons kompis</i> ”: Informera om att fler kontaktpersoner behövs. <i>Syftet är att:</i> 1. locka fler att anmäla intresse 2. leda vidare till intresseanmälan	Externwebben, hallstahammars.se och sociala medier som Facebook och Instagram	Chef LSS	LSS-handläggare (faktakunskap), Webbredaktör (textbearbetning) Kommunikatör (stöddresurs)	Webbredaktör (publicerar på webben)
Alla medarbetare i organisationen Hallstahammars kommun	Februari 2018?	Text: Vi ska spela in film... <i>Syftet är att:</i> 1. få personer att medverka 2. ge information om ”kampanjen”	Intranätet	Chef LSS	Kommunikatör i samarbete med LSS-handläggare och webbredaktör	Kommunikatör alternativt webbredaktör (publicerar på intranätet)
De som är intresserade och kan tänkas vilja få ett uppdrag som kontaktperson samt media som för budskapet vidare	Februari 2018? Juni 2018?	Film: ” <i>Sträck ut en hand – bli någons kompis</i> ”: Informera om att fler kontaktpersoner behövs. <i>Syftet är att:</i> 1. locka fler att anmäla intresse 2. leda vidare till intresseanmälan	YouTube – länkas via sociala medier och externwebb	Chef LSS	Kommunikatör i samarbete med LSS-handläggare och webbredaktör	Kommunikatör publicerar på YouTube Webbredaktör (publicerar och länkar på webben)