



Kommunikationsstrategi

Socialförvaltningen

Fastställt av socialnämnden
Datum 2026-09-17
Ärendenr SON 2026/302
Version 3.0

Kommunikationsstrategi

Innehåll

Kommunikationsstrategi	1
Socialförvaltningen	1
1. Inledning	2
2. Kommunikationsmål	3
3. Värdegrund	3
4. Detta kännetecknar vår kommunikation	3
4.1 Planerad och proaktiv	3
4.2 Målgruppsanpassad	4
4.3 Öppen	4
4.4 Lyssnande	4
5. Ansvar och arbetsfördelning	4
5.1 Chefens ansvar	4
5.2 Medarbetarens ansvar	5
5.3 Förvaltningskommunikatörens ansvar	5
5.4 Marknadsförarens ansvar	5
6. Budskap	5
7. Målgrupper	5
7.1 Interna målgrupper	5
7.2 Externa målgrupper	6
7.3 Svårnådda målgrupper	6
8. Kanaler	6
8.1 Interna kanaler	6
8.1.1 Intranät	6
8.1.2 Teams	6
8.1.3 Verksamhetssystem	6
8.1.4 E-post	7
8.1.5 Arbetsplatsträffar, APT	7
8.1.6 Samverkansgrupper	7
8.1.7 Avdelningarnas ledningsgrupper	7
8.1.8 Förvaltningens ledningsgrupp	7
8.1.9 Telefon	7

8.1.10 Chefsforum och chefsmöte.....	7
8.1.11 Nyhetsbrev	7
8.2 Externa kanaler	7
8.2.1 Gotland.se	7
8.2.2 Samarbetswebben.....	8
8.2.3 Sociala medier	8
8.2.4 Telefon.....	8
8.2.5 E-post	8
8.2.6 Media.....	8
8.2.7 Annonser i tryckta medier	8
8.2.8 Trycksaker	8
8.2.9 Digitala skärmar.....	8
8.2.10 Informations- och dialogmöten.....	8
8.2.11 Branschråd	9
8.2.12 Muntlig information	9
8.2.13 Digitalt utskick	9
8.2.14 Planeringsvertyg.....	9
9. Arbetsgivarvarumärke och marknadsföring	9
9.1 Arbetsgivarlöfte	9
9.2 Budskap	9
9.3 Chefer och medarbetares roll i varumärkesbyggandet.....	9
10. Medierelationer	9
10.1 Talespersoner	10
10.2 Omvärldsbevakning	10
11. Grafisk profil.....	10
12. Bilder	11
13. Ekonomi.....	11
14. Reglerat i lagen	11
14.1 Offentlighetsprincipen.....	11
14.2 Tystnadsplikt.....	11
14.3 Meddelarfrihet och meddelarskydd	11
14.4 Förvaltningslagen	11
14.5 Dataskyddsförordningen GDPR.....	12
14.6 Webbdirektivet (tillgänglighetsdirektivet).....	12
15. Kriskommunikation	12
16. Revidering av kommunikationsstrategin	12

1. Inledning

Kommunikationsstrategin anger den grundsyn och de värderingar som kommunikationen ska präglas av. Här anges riktlinjer och ansvarsfördelning för socialförvaltningens kommunikation.

Syftet med kommunikationen är att stötta förvaltningens uppdrag att bidra till goda livsvillkor för människor som vistas på Gotland. Den ska också gå i linje med

förvaltningens interna vision: "En förebyggande socialtjänst - lätt att nå, lätt att förstå".
Socialförvaltningens kommunikation ska:

- skapa en öppenhet som främjar god kvalitet, utveckling och arbetstrivsel
- bidra till ökad kunskap om våra verksamheter och förståelse för hur skattepengarna används.
- stödja det gemensamma förhållningssätt som ska prägla vårt arbete och därmed också vårt bemötande av brukare, och varandra som kollegor.

Strategin bygger på Region Gotlands kommunikationspolicy, [STY-20499-v.3.0](#)

2. Kommunikationsmål

Målen för den interna kommunikationen är att:

- Ge medarbetarna den kunskap som krävs för att utföra sina uppdrag
- Skapa delaktighet, motivation och trivsel
- Ge överblick och helhetsbilder
- Bidra till ökad stolthet
- Ge kunskap och få acceptans om de beslut som fattas

Målen för den externa kommunikationen är att:

- Vara en socialtjänst som är lätt att nå, lätt att förstå
- Få människor att söka stöd och hjälp i tid, innan problem växer sig stora
- Sprida en sammanhållen bild av förvaltningens verksamhetsområde
- Skapa engagemang för förvaltningens verksamhetsområde
- Bidra till ökat förtroende
- Ge kunskap och få acceptans om de beslut som fattas
- Skapa intresse för våra yrken och bidra på ett positivt sätt till kompetensutmaningen.

3. Värdegrund

All kommunikation vilar på regionens gemensamma värdegrund: delaktighet, förtroende och omtanke. Verktyg för kommunikation är öppenhet, tillgänglighet och dialog.

4. Detta kännetecknar vår kommunikation

Socialförvaltningens kommunikation ska vara:

- Planerad och proaktiv
- Målgruppsanpassad
- Öppen
- Lyssnande

4.1 Planerad och proaktiv

Planerad och integrerad i beslutsprocessen

- Skapar framförhållning och beredskap för oväntade händelser
- Ges i rätt tid och vara proaktiv
- Samordnad

Förvaltningens kommunikation är ett strategiskt arbete för att nå fastställda mål. Den är också en förutsättning för att fattade beslut ska kunna genomföras. Kommunikationsaspekten ska därför diskuteras och planeras i samband med annan verksamhetsplanering.

Kommunikationsplaner ska upprättas av ansvarig chef i samband med varje större händelse eller beslut.

Nyanställda medarbetare och chefer ska få in introduktion i kommunikation.

4.2 Målgruppsanpassad

- Vänder sig till rätt målgrupp vid rätt tillfälle.
- Anpassad till målgruppen vid val av budskap, kanal och språk.
- Lätt att känna igen, avsändaren är tydlig och följer den grafiska profilen.
- Lättillgänglig och begriplig.

4.3 Öppen

- Saklig och ärlig
- Relevant
- Tillgänglig

4.4 Lyssnande

Att lyssna är ett sätt att kommunicera. Lyssnande ska ha en viktig plats i organisationen.

5. Ansvar och arbetsfördelning

5.1 Chefens ansvar

Det ingår i chefskapet att ansvara för såväl den interna som den externa kommunikationen inom respektive verksamhetsområde.

Chefen har att förhålla sig till:

- Socialförvaltningens kommunikationsstrategi (detta dokument)
- Region Gotlands kommunikationspolicy, [STY-20499-v.3.0](#)
- Riktlinjer för Region Gotlands externa webbplats, [STY-11682-v.7.0](#)
- Riktlinjer för användning av sociala medier i tjänsten, [STY-14316-v.3.0](#)
- Region Gotlands grafiska profil, [STY-31715-v.1.0](#)
- Socialförvaltningens beredskapsplan med plan också för kommunikation i kris, [STY-47887-v.1.0](#)

Varje år tar avdelningarna fram kommunikationsaktiveter till en gemensam och förvaltningsövergripande aktivitetsplan.

Vid större projekt och planerade förändringar i verksamheten ska en kommunikationsplan upprättas i samråd med förvaltningens kommunikatör.

Genom saklig information i rätt tid undviks ryktesspridning. Berörda medarbetare ska i möjligaste mån informeras före allmänhet och media.

5.2 Medarbetarens ansvar

Alla är vi i någon mening kommunikatörer och bidrar till att sprida bilden av den egna arbetsplatsen, inom och utanför organisationen. Det är varje medarbetares ansvar att hålla sig uppdaterad och ta del av den information som ges. Medarbetaren har ansvar för att aktivt bidra till ett bra kommunikativt arbetsklimat.

Medarbetaren ska också ha ett källkritiskt förhållningssätt till information utifrån, exempelvis via e-post. Gärna ställa sig frågan: Var kommer informationen ifrån? Kan jag lita på informationen?

5.3 Förvaltningskommunikatörens ansvar

Förvaltningskommunikatören sitter i förvaltningens ledningsgrupp och är ett strategiskt och operativt stöd till förvaltningsledningen. Till kommunikatörens arbetsuppgifter hör bland annat mediehantering, kommunikationsplanering, omvärldsbevakning, kriskommunikation, nyhetspublicering och sociala medier. Kommunikatören bistår socialnämnden med att kommunicera nämndens beslut. I övrigt kommunicerar politikerna i sina egna kanaler och med kommunikationsstöd från sina politiska sekreterare. Kommunikatören ingår i nätverk med regionens övriga kommunikatörer.

5.4 Marknadsförarens ansvar

Socialförvaltningen har en marknadsförare som arbetar med kommunikation kring kompetensförsörjning och arbetsgivarvarumärke. Se mer under kapitel 9.

6. Budskap

- Vi bidrar till goda livsvillkor och folkhälsa för människor som vistas på Gotland.
- Brukarna står i centrum.
- Genom en rättssäker myndighetsutövning skapar vi trygghet och förtroende
- Vi arbetar enligt socialtjänstlagens intentioner om en förebyggande, jämlik, jämställd, kunskapsbaserad och lätt tillgänglig socialtjänst.
- Vår interna vision är "En förebyggande socialtjänst – lätt att nå, lätt att förstå".

7. Målgrupper

7.1 Interna målgrupper

- Medarbetare och chefer
- Politik
- Koncernledning
- Fackliga förtroendevalda
- Interna nätverk
- Övriga förvaltningar

7.2 Externa målgrupper

- Brukare
- Anhöriga
- Företrädare, gode män och förvaltare
- Boende på Gotland
- Blivande medarbetare
- Andra myndigheter, regioner och kommuner
- Externa nätverk
- Externa utförare och underleverantörer
- Föreningar
- CIVILSAMHÄLLET
- Universitet och utbildningsarrangörer
- Företagare, branschorganisationer
- Media

7.3 Svårnådda målgrupper

- Barn och unga
- Äldre
- Nya i Sverige
- Icke digitala
- Personer med en funktionsnedsättning
- Personer med lågt förtroende för socialtjänsten

8. Kanaler

8.1 Interna kanaler

8.1.1 Intranät

På intranätet finns bland annat nyheter, medarbetargrupper, system och styrdokument. På våra förvaltningssidor publiceras nyheter för förvaltningens medarbetare. Avdelningarna ansvarar själva för sina gruppssidor och uppmuntras att i samråd med kommunikator publicera nyheter på förvaltningens övergripande sida.

8.1.2 Teams

Teams, som är en applikation i Microsoft 365, används för att kommunicera och samarbeta i realtid. Där delas endast öppen (offentlig) och intern information (arbetsmaterial). Teams lämpar sig bäst för kommunikation mellan medarbetare och i grupper. Intranätet är bästa kanalen för att nå ut till stora delar av förvaltningen.

8.1.3 Verksamhetssystem

Det går att nå ut med information via olika verksamhetssystem, exempelvis Treserva, Lifecare, Lifecare SP och digitalt planeringsverktyg. Via planeringsverktyg finns möjlighet att nå brukare och anhöriga i exempelvis hemtjänsten.

8.1.4 E-post

Allmän praxis är en signatur enligt den grafiska profilen och ett vårdat och begripligt språk. Tänk på att många har ett stort inflöde av e-post och risken finns att viktig information försvinner. Undvik massmejl.

Information som innehåller känsliga personuppgifter ska skickas via säkra meddelanden.

8.1.5 Arbetsplatsträffar, APT

Återkommande möten där medarbetare får ta del av den senaste informationen, synpunkter tas till vara och beslut förankras. Arbetsplatsträffarna är ett viktigt forum för att skapa samsyn och dialog.

8.1.6 Samverkansgrupper

Representanter för de fackliga organisationerna och arbetsgivaren träffas för att samverka kring förändringar och beslut på olika nivåer.

8.1.7 Avdelningarnas ledningsgrupper

I avdelningarnas ledningsgrupper tas avdelningsövergripande beslut. Ledningsgruppsmötena är ett viktigt forum för att skapa samsyn och dialog över enhetsgränserna.

8.1.8 Förvaltningens ledningsgrupp

Återkommande möten för förvaltningsledning och verksamhetsledning. Här tas förvaltningsövergripande beslut. Ledningsgruppsmötena är ett viktigt forum för att skapa samsyn och dialog över avdelningsgränserna. Minnesanteckningar från ledningsgruppens möten finns i dokument- och processhanteringssystemet Docpoint.

8.1.9 Telefon

För en god tillgänglighet har vi en telefonkultur där vi utnyttjar de möjligheter som röstbrevlådor, vidarekoppling och hänvisningar erbjuder då vi själva inte kan svara i telefon.

Det är särskilt känsligt för socialförvaltningen att skicka sms till brukare. Riktlinje för sms-kontakt med brukare/klient: [STY-28585-v.1.0](#)

8.1.10 Chefsforum och chefsmöte

Chefsforum är ett återkommande möte för regionens samtliga chefer. Mötet arrangeras av koncernledningsgruppen. Socialförvaltningen har chefsmöte en gång i månaden.

8.1.11 Nyhetsbrev

På måndagar skickar förvaltningskommunikatören ett mejl till alla medarbetare. Det innehåller rubriker från "Senaste nytt från intranätet". En gång i månaden görs ett veckobrev i form av en PDF som kan skrivas ut och sättas upp i lunchrum och dylikt. Avdelningar och enheter har egna rutiner kring vecko-/månadsinformation till medarbetare.

8.2 Externa kanaler

8.2.1 Gotland.se

Gotland.se är regionens externa webbplats och används för nyhetsförmedling, evenemang och för att tillhandahålla information till brukare och medborgare. Riktlinjer för publicering

på gotland.se finns på intranätet. Förvaltningen ansvarar, genom en grupp webbredaktörer, för att hålla informationen uppdaterad.

8.2.2 Samarbetswebben

Samarbetswebben är en systerwebb till Gotland.se. Där finns information om exempelvis projekt, rutiner och kvalitetskrav. Informationen vänder sig till egenregion och privata utförare, så att dessa får samma information samtidigt. Samarbetswebben har en prenumerationsfunktion.

8.2.3 Sociala medier

Förvaltningen är aktiv i regionsgemensamma konton på Facebook, Instagram, Youtube och LinkedIn. Vissa verksamheter har också egna konton i sociala medier.

Riktlinjer för användning av sociala medier i tjänsten, [STY-14316-v.3.0](#)

8.2.4 Telefon

För en god tillgänglighet har vi en telefonkultur där vi utnyttjar de möjligheter som röstbrevlådor, vidarekoppling och hänvisningar erbjuder då vi själva inte kan svara i telefon.

Det är särskilt känsligt för socialförvaltningen att skicka sms till brukare. Riktlinje för sms-kontakt med brukare/klient: [STY-28585-v.1.0](#)

8.2.5 E-post

Allmän praxis är att alla medarbetare har en signatur enligt den grafiska profilen och att språket i e-post är vårdat och begripligt. Tänk på att många har ett stort inflöde av e-post och risken finns att viktig information försvinner om du skickar massmejl.

Information som innehåller känsliga personuppgifter ska skickas via säkra meddelanden.

8.2.6 Media

Media är en viktig kanal för att nå ut med information till allmänheten. Medierelationerna är proaktiva, öppna och ärliga. Pressmeddelande eller pressinbjudan ska formuleras och distribueras av förvaltningens kommunikator enligt gällande rutiner.

Vid pressfrågor; rådfråga förvaltningens kommunikator.

8.2.7 Annonser i tryckta medier

Annonsering i tryckta medier är i regel ett kostsamt sätt att kommunicera. Vid annonsering; rådfråga förvaltningens kommunikator.

8.2.8 Trycksaker

Vid framtagande av trycksaker ska den grafiska profilen för Region Gotland följas. Tips: kolla först med kollegor och andra avdelningar/enheter om det redan finns framtaget material. Börja alltid med att rådfråga förvaltningens kommunikator.

8.2.9 Digitala skärmar

Region Gotland förfogar över ett antal digitala skärmar som vi kan använda för att få ut budskap. Akutmottagningen, Korpens huvudentré, Wisbygymnasiet, biblioteken och badhusen är några exempel. Kontakta förvaltningens kommunikator för mer information. Socialförvaltningen har digitala skärmar inom IFO och på särskilda boenden.

8.2.10 Informations- och dialogmöten

Informations- och dialogmöten arrangeras för frågor som berör allmänheten och andra intressenter då man vill uppnå dialog, fördjupad kunskap och engagemang.

8.2.11 Branschråd

På branschråden möts utförare inom egenregi och privata utförare för att få information och utbyta erfarenheter. Det finns branschråd för särskilt boende, hemtjänst och omsorg om personer med funktionsnedsättning.

8.2.12 Muntlig information

Att öka möjligheten till dialog med våra målgrupper är en viktig kommunikationsuppgift. Möten, konferenser, föredrag, studiebesök är exempel på effektiva sätt att sprida information.

8.2.13 Digitalt utskick

Kivra är en tjänst för säker digital post från företag och myndigheter. Region Gotland använder sig av tjänsten.

8.2.14 Planeringsverktyg

Via planeringsverktyg finns det möjlighet att nå brukare och anhöriga i exempelvis hemtjänsten.

9. Arbetsgivarvarumärke och marknadsföring

9.1 Arbetsgivarlöfte

Socialförvaltningens kommunikation kopplat till arbetsgivarvarumärket grundar sig i vårt regiongemensamma arbetsgivarlöfte:

”Utvecklande för mig. Skillnad för Gotland.

Genom mitt arbete i Region Gotland får jag möjlighet att utvecklas och växa, både som individ och tillsammans med andra. Öns största arbetsgivare ger mig trygghet, möjligheter, utmaningar och gemenskap.”

9.2 Budskap

Våra budskap ska bygga på det som är sant, relevant och hållbart över tid: att våra yrken gör skillnad, att Region Gotland är en trygg arbetsgivare och att arbetet inom socialförvaltningen är en viktig del av ett fungerande samhälle. I marknadsföringen riktad till fastlandet kan i viss mån även Gotland som platsvarumärke lyftas fram.

9.3 Chefer och medarbetares roll i varumärkesbyggandet

Arbetsgivarvarumärket formas inifrån och ut. Det innebär att marknadsföring aldrig kan ersätta en god arbetsmiljö, ett närvarande ledarskap eller en trovärdig kommunikation. Marknadsföringen är ett kompletterande verktyg för att synliggöra det som finns och fungerar i verksamheterna. Chefer har ett särskilt ansvar att genom sitt ledarskap och sin kommunikation bidra till positiva arbetsplatser. Alla medarbetare är viktiga bärare av bilden av socialförvaltningen som arbetsgivare.

10. Medierelationer

Media påverkar i mycket hög grad allmänhetens uppfattning om socialförvaltningen. Våra kontakter med media ska präglas av förtroende, öppenhet och transparens. Pressmeddelanden eller pressinbjudningar ska formuleras och distribueras av förvaltningens kommunikatör. Vid pressfrågor; rådfråga gärna förvaltningens kommunikatör.

10.1 Talespersoner

Meddelarfrihet och meddelarskydd gäller i all offentlig verksamhet. Både medarbetare och chefer har grundlagsskyddad rätt att uttala sig i media utan att fråga chef eller ledning först. Se mer under 14.3.

När förvaltningen som organisation väljer talesperson bör den politiker, chef, medarbetare eller sakkunnig som har mest insyn i verksamheten vara den som uttalar sig enligt följande ansvarsfördelning:

- Politiska frågor: nämndens ordförande.
- Förvaltningsövergripande frågor: förvaltningsdirektör.
- Specifika sakfrågor eller verksamhetsfrågor: den chef som är ansvarig för den verksamhet det gäller, alternativt en sakkunnig eller en medarbetare som chefen hänvisar till.

Förvaltningens kommunikator kontaktas för att diskutera hur ärendet ska hanteras. Att tänka på i kontakt med media:

Alltid

- Ta god tid på dig
- Tänk efter innan du svarar
- Håll dig inom ditt eget område
- Säg om du inte vet, kan eller får svara på frågan
- Håll dig till fakta
- Antag att allt är "on the record"
- Var bestämd, rättvis och ärlig

Aldrig

- Ljug, gissa eller ha egna teorier
- Bli upprörd eller förbannad
- Låta situationen eller reportern stressa dig
- Använda fikonspråk/fackspråk
- Diskutera sekretessbelagd information
- Använda uttrycket "ingen kommentar"
- Tala om sådant som är utanför ditt yrkesområde

Källa: Myndigheten för civilt försvar, MCF

10.2 Omvärldsbevakning

Det är viktigt att följa hur media rapporterar om socialförvaltningen. Därför gör förvaltningskommunikatören en omvärldsbevakning varje vecka. Den skickas ut till alla chefer, och förtroendevalda i socialnämnden.

11. Grafisk profil

Det ska alltid framgå att det är regionen som står bakom en verksamhet, en digital kommunikation eller en trycksak. Den grafiska manualen ska därför alltid följas. Verksamheter, projekt eller initiativ får inte presenteras utan regionens logotyp. Detta gäller

för korrespondens, annonser, trycksaker och digital kommunikation. Förvaltningens verksamheter får inte profilera sig grafiskt så att den regiongemensamma avsändaren blir otydlig.

12. Bilder

Socialförvaltningen använder bilder på medarbetare och brukare med respekt och enligt GDPR. Om inte allmänintresset kan hävdas för bilden ska bildavtal skrivas med dem som medverkar. Se socialförvaltningens rutin GDPR för bild, film, ljud, text, [STY-29471-v.3.0](#)

13. Ekonomi

Alla kommunikationsinsatser inom förvaltningen finansieras inom givna ekonomiska ramar och av den verksamhet som kommunikationen berör.

14. Reglerat i lagen

14.1 Offentlighetsprincipen

Offentlighetsprincipen innebär att alla handlingar som kommer in till, eller upprättats av, myndigheten är allmänna och offentliga med undantag för handlingar som faller under sekretesslagen.

14.2 Tystnadsplikt

Alla vi som arbetar i Region Gotland har tystnadsplikt. Det innebär att man inte får röja eller utnyttja uppgifter som är sekretesskyddade.

Tystnadsplikten gäller även om man slutat sin anställning och oavsett om man undertecknat någon sekretessförbindelse eller inte.

Sekretess gäller inom socialtjänsten för uppgift om enskilda personliga förhållanden, om det inte står klart att uppgiften kan röjas utan att den enskilde eller någon närstående till denne lider men.

14.3 Meddelarfrihet och meddelarskydd

Meddelarfrihet innebär att alla anställda inom offentlig verksamhet, eller anställda på ett företag som har en myndighet som huvudman, utan risk för påföljder, kan prata med och lämna uppgifter till media för publicering. Meddelarfriheten gäller inte sekretessbelagda handlingar.

Meddelarskydd innebär att en myndighet inte får undersöka vem som lämnat ut information till media eller undersöka vem som frågar efter offentliga uppgifter (efterforskningsförbud). Myndigheten får heller inte straffa den som lämnat uppgifter (repressalieförbud). Meddelarskyddet innebär också att media inte får uppges uppgiftslämnarens namn om denne vill vara anonym.

14.4 Förvaltningslagen

Serviceskyldigheten inom förvaltningslagen anger att vi är skyldiga att ge allmänheten god service vilket bland annat innebär att ge information om hur kommunen styrs och vilka möjligheter som finns att påverka före beslut. Vi ska också upplysa om rättigheter och skyldigheter, om vart man kan vända sig i olika frågor samt vem som ansvarar för vad.

14.5 Dataskyddsförordningen GDPR

Alla verksamheter som hanterar personuppgifter måste följa dataskyddsförordningen. När vi i kommunikations- och marknadsföringssyfte använder bilder, ljud eller text som innehåller personuppgifter behöver personer som medverkar skriva ett avtal med regionen. Socialförvaltningen har tagit fram en särskild rutin för detta, se under rubrik 9.

14.6 Webbdirektivet (tillgänglighetsdirektivet)

Webbdirektivet är ett EU-direktiv med syftet att öka webbplatserns tillgänglighet. Sverige har även antagit DOS-lagen, Lagen om tillgänglighet till digital offentlig service i Sverige.

15. Kriskommunikation

Vid en kris eller allvarlig händelse är kommunikation viktig. I vissa lägen kan den interna och externa kommunikationen försvåras, till exempel vid IT-störningar eller strömavbrott. Då kan digitala kanaler försvinna. Vid sådana lägen har cheferna ett ansvar att säkra kommunikationsflödet. Det är chefer på olika nivåer, eller av dessa utsedda personer, som fysiskt blir informationsbärare.

Region Gotland har en kriskommunikationsplan, [STY-13184-v.7.0](#) och förvaltningskommunikatören ingår i regionens krisorganisation.

Socialförvaltningen har en beredskapsplan, [STY-47887-v.1.0](#). I den finns ett avsnitt om kriskommunikation.

16. Revidering av kommunikationsstrategin

En första version av kommunikationsstrategin fastställdes av socialnämnden 2017. Strategin reviderades av socialförvaltningen 2022 utan beslut från nämnd. I september 2026 godkände socialnämnden det förslag till revidering som förvaltningen tagit fram under våren 2026. Nämnden beslutade att framtida revideringar görs av socialförvaltningen.