



ÄNGELHOLMS  
KOMMUN

# Kommunikationspolicy

för Ängelholms kommun 2019



<b>Dokumentnamn</b>	<b>Dokumenttyp</b>	<b>Fastställd/upprättad</b>	<b>Beslutsinstans</b>
Kommunikationspolicy	Policy	2019	Kommunfullmäktige i Ängelholm
<b>Dokumentansvarig</b>	<b>Diarienummer</b>	<b>Senast reviderad</b>	<b>Giltig till</b>
Karin Wettermark Jonsson			2024-12-31
<b>Dokumentinformation</b>	Ersätter Ängelholms kommuns kommunikationsstrategi som beslutades av Kommunfullmäktige 2012-03-26.		
<b>Dokumentet gäller för</b>	Alla anställda inom Ängelholms kommun.		

# Innehållsförteckning

Innehållsförteckning.....	2
1 Sammanfattning av dokumentets sakliga innehåll.....	1
1.1 Koppling till kommunens mål.....	1
2 Inledning.....	2
2.1 Syfte och mål.....	2
3 Grundläggande kommunikationsprinciper.....	3
4 Ansvar och roller i kommunikationsarbetet.....	5
4.1 Förtroendevalda.....	5
4.2 Chefer.....	5
4.3 Medarbetare.....	5
4.4 Kundtjänst.....	5
4.5 Kommunikationsenheten.....	6
5 Intern kommunikation.....	7
6 Extern kommunikation.....	8
7 Målgrupper för kommunens kommunikation.....	9
8 Medvetna och smarta kanalval.....	10
8.1 Extern webbplats, engelholm.se.....	10
8.2 Intranät, Insikten.....	10
8.3 E-post.....	10
8.4 Telefoni.....	10
8.5 Sociala medier.....	11
8.6 Medborgardialoger, samråd och brukarundersökningar.....	11
9 Kontakter med massmedia en prioriterad fråga.....	12
9.1 Pressmeddelanden.....	12
9.2 Meddelarfrihet - tipsa media.....	12
10 Kriskommunikation.....	13
11 Lagar och regler.....	14
11.1 Offentlighetsprincipen.....	14
11.2 Yttrandefrihet och meddelarfrihet.....	14
11.3 Dataskyddsförordningen.....	14
11.4 Förvaltningslagen.....	15
11.5 Upphovsrättslagen.....	15
11.6 Lag om namn och bild i reklam.....	15

# 1 Sammanfattning av dokumentets sakliga innehåll

Kommunikationspolicyn är Ängelholms kommuns överordnade styrdokument om kommunikation. I policyn tydliggörs vad som gäller för alla som kommunicerar i Ängelholms kommuns namn. Den formulerar och tydliggör viktiga principer för vår kommunikation och formulerar de värden som ska präglade all kommunikation inom och från Ängelholms kommun. Kommunens värdegrund: Öppenhet, Omtanke och Handlingskraft ska genomsyra all kommunikation från Ängelholms kommun.

## 1.1 Koppling till kommunens mål

Kommunikationspolicyn har kopplingar till alla kommunfullmäktiges mål eftersom god kommunikation - internt och externt är avgörande för att uppnå goda resultat. Kommunikationspolicyn är en grundläggande del av det vi kallar Ängelholms kommunikationsplattform. Den samlar alla de styrande och stödjande dokument som ligger till grund för den kommunikation som sker med Ängelholms kommun som avsändare.

För att det ska vara enkelt att göra rätt finns både riktlinjer och praktiska checklistor för det praktiska kommunikationsarbetet. Dessa finns samlade och uppdaterade på vårt intranät.

## 2 Inledning

Ängelholms kommun är en offentlig verksamhet som ytterst är till för medborgarna. Varje dag har vi tusentals kontakter och möten med invånare, företag och besökare. Kommunikation genomsyrar all vår verksamhet, det är en självklar och integrerad del i vårt arbetssätt och i våra processer.

### 2.1 Syfte och mål

Syftet med kommunikationspolicyn är att beskriva kommunens övergripande regelverk och förhållningssätt i kommunikationsfrågor samt de principer som gäller för all kommunikation inom Ängelholms kommun. Den riktar sig till alla medarbetare och lägger grunden både för det långsiktiga kommunikationsarbetet och för den dagliga kommunikationen; internt inom organisationen och externt, till medborgare, civilsamhälle, näringsliv, media och andra intressenter. Kommunikationspolicyn skapar intern samhörighet och extern tydlighet.

Målet är att vi ska kommunicera rätt saker, via rätt kanaler, vid rätt tid och därmed bidra till att förverkliga kommunens mål och vision och tillsammans stärka varumärket Ängelholm.

Ängelholms kommuns kommunikation utgår alltid från kommunens värdegrund som vilar på orden Öppenhet, Omtanke, Handlingskraft. Genom att kommunicera tydligt och genomtänkt bidrar alla medarbetare till att sprida värdegrunden och omsätta den till verklighet.

## 3 Grundläggande kommunikationsprinciper

### Sju principer ska prägla kommunikationen i Ängelholms kommun:

1. Information och kommunikation är en demokratisk rättighet
2. Kommunikationen bygger på vår värdegrund
3. God kommunikation en förutsättning för en agil kommun
4. Vår kommunikation är lika med gott bemötande och hög service
5. Vi kommunicerar tillgängligt och inkluderande
6. Ängelholms kommun är ett gemensamt varumärke
7. Vår kommunikation är planerad och resultatriktad

#### **1. Information och kommunikation är en demokratisk rättighet**

Kommunens invånare och andra målgrupper har en demokratisk rättighet att få ta del av information om kommunens verksamheter och erbjudas möjligheter till kommunikation med kommunen. Medborgarna efterfrågar också interaktivitet och att informationen är anpassad till de egna behoven. Det ställer krav på att Ängelholms kommun säkerställer att kommunikationen är tydlig, tillgänglig och sker på mottagarens villkor. Det ger medborgare och andra intressenter en klar bild av Ängelholms kommun och goda möjligheter till dialog, delaktighet och påverkan.

#### **2. Kommunikationen utgår från vår värdegrund**

Uppfattningen om och upplevelsen av Ängelholms kommun påverkas av alla medarbetares arbete, förhållningssätt och bemötande. Därför har alla ett ansvar att känna till och agera utifrån kommunens värdegrund som vilar på tre ord – öppenhet, omtanke och handlingskraft. Värdegrunden är något alla ska bära med sig i det dagliga arbetet. Den ska vara väl känd hos samtliga medarbetare genom att den kommuniceras i samband med anställningsintervju, introduktion, arbetsplatsträffar och i det årliga arbetet med verksamhetsplaner.

#### **3. God kommunikation en förutsättning för en agil kommun**

Ängelholms kommun är en agil service och utvecklingsorganisation. Det betyder att det agila förhållnings- och arbetssättet är det naturliga i vår organisation. Det ställer krav på chefers och medarbetares förmåga att kommunicera och samarbeta. Den agila kommunikationen kännetecknas också av att vi delar med oss av information och kunskap på ett generöst sätt så att det gynnar fler än den egna verksamheten. Det inspirerar till nya idéer och ständiga förbättringar.

#### **4. God kommunikation lika med gott bemötande och hög service**

Varje dag har vi tusentals kontakter och möten med människor både inom vår organisation och i vår omvärld. Alla kontakter ska präglas av ett gott bemötande och alltid sträva efter att ge en god service. Det betyder att vi bemöter andra med respekt och förståelse, att vi svarar inom utsatta tider och

att vi tar ett stort eget ansvar för att kommunicera utifrån den roll vi har i organisationen.

## **5. Vi kommunicerar tillgängligt och inkluderande**

Enligt stiftelsen Funka, har en fjärdedel av den vuxna befolkningen svårt att läsa och förstå en artikel i en svensk dagstidning. Det kan handla om läs- och skrivsvårigheter, synnedsättning eller annat som gör det svårt att ta till sig information. Information från Ängelholms kommun ska uppfattas som både tillgänglig och begriplig. Den ska vara så väl innehållsmässigt som språkligt korrekt. Som offentlig verksamhet strävar vi efter att använda ett språk som är vardat, enkelt och begripligt. Innehåll, språk och kanalval ska alltid anpassas efter målgruppen. Vi undviker så långt som möjligt förkortningar och vi förklarar facktermer. Vi strävar också efter att använda ett könsneutralt språk. Vi vill ha en bred representation bland dem som är med i vår kommunikation, både i text och i bild, så att så många som möjligt kan känna sig delaktiga och berörda.

## **6. Ängelholms kommun - ett gemensamt varumärke**

Ängelholms kommuns varumärke är summan av alla de uppfattningar som vår omvärld och vi själva har om vår verksamhet. Avgörande är alla de möten vi har med ängelholmare och andra intressenter. Styrkan i vårt varumärke avgörs inte minst av kvaliteten på vår service och våra tjänster. Ett positivt varumärke bygger vi tillsammans och varje del har betydelse. Varje medarbetare bidrar till bilden av Ängelholm.

I vår kommunikation ska Ängelholms kommun tydligt uppfattas som en sammanhållen organisation. Det gäller såväl genom den grafiska profilen som i marknadsföring och andra sammanhang där kommunen förekommer. Det ska alltid framgå att det är Ängelholms kommun som är avsändare när vi kommunicerar. Först i andra hand är det intressant vilket huvuduppdrag, verksamhetsområde eller enhet det är.

## **7. Vår kommunikation är planerad och resultatriktad**

Kommunikation är ett verktyg för att nå effekt och resultat och i förlängningen uppfylla kommunens övergripande mål. Planerad och strategisk kommunikation är avgörande för ett framgångsrikt förändrings- och utvecklingsarbete. Genom att göra kommunikationsplaner, målgruppsanalyser och sätta relevanta mål, säkerställer vi önskade resultat. Bra och effektiv kommunikation är planerad och väl avvägd i förhållande till det syfte som ska uppnås.

## 4 Ansvar och roller i kommunikationsarbetet

Alla medarbetare och chefer har ansvar för en god kommunikation. Med verksamhetsansvar följer kommunikationsansvar. Chefer har ett större ansvar än övriga medarbetare att förmedla information, men alla anställda har ansvar för att tillgodogöra sig den information som behövs för att kunna utföra sitt arbete och för att kommunicera i linje med kommunikationspolicyn.

### 4.1 Förtroendevalda

Förtroendevalda ansvarar för politisk kommunikation och har ansvaret att genomföra medborgardialog för att fånga upp synpunkter från invånarna i Ängelholm. Kommunens tjänstepersoner ska på olika sätt möjliggöra medborgardialogen till exempel genom att tillhandahålla kanaler och annat stöd för medborgardialog till de förtroendevalda inom kommunfullmäktiges nämnder och beredningar.

### 4.2 Chefer

Chefer är ytterst ansvariga för att medarbetarna har tillgång till information som är viktigt för arbetet och för möjligheten att påverka och vara delaktig på arbetsplatsen. Kommunikation är en strategisk ledningsfråga och ingår i varje chefs ledaransvar. Chefer har också ett större ansvar än övriga anställda för att svara på medias frågor om verksamheten. Det är chefernas ansvar att frågor inom deras verksamhetsområde kommuniceras på ett korrekt sätt. En kommunikatör eller annan medarbetare kan bistå chefen med kommunikationen kring en fråga, men chefen har alltid huvudansvaret för kommunikationen inom sitt uppdrag.

### 4.3 Medarbetare

Medarbetare ansvarar för att kommunicera utifrån sin funktion. Alla anställda inom Ängelholms kommun representerar kommunen i sina kontakter med utomstående personer. Var och en har ansvar att kommunicera i linje med kommunens värdegrund och policys. Det är också varje medarbetares ansvar att aktivt söka och ta emot information i frågor som är viktiga för det egna arbetet, liksom att förmedla vidare information som kan vara av vikt för andra.

### 4.4 Kundtjänst

Kundtjänst är ”en väg in” och ansvarar för de flesta kommunikationskanaler in till kommunen som exempelvis huvudnumret 870 00, vår officiella e-postlåda, chatt, digitalt kundforum och receptionen i Stadshuset. Kundtjänst arbetar med



frågor inom alla kommunens verksamhetsområden och kommunicerar dagligen med kommunens medborgare, besökare och företagare.

## 4.5 Kommunikationsenheten

Kommunikationsenheten inom Servicestödet är kommunens centrala enhet för både externa och interna kommunikationsfrågor. Kommunikationsenheten erbjuder strategiskt kommunikationsstöd internt och externt.

Kommunikationsenheten ansvarar för drift och utveckling av kommunens officiella kommunikationskanaler. Enheten ansvarar för kommunens mediestrategiska arbete samt för kriskommunikation.

## 5 Intern kommunikation

En väl fungerande intern kommunikation är grunden för ett gott arbetsklimat och en förutsättning för medarbetare att kunna utföra sitt arbete på ett effektivt sätt. God intern kommunikation bidrar till delaktighet, ansvarskänsla och motivation. Fungerande system för intern kommunikation är nödvändigt för att styra och leda organisationen i en gemensam färdriktning mot kommunens vision och uppsatta mål.

Alla medarbetare har rätt att få relevant information för att kunna utföra sina arbetsuppgifter. Ett gott arbetsklimat där informationsutbyte ingår som en naturlig del gör Ängelholms kommun till en attraktiv arbetsgivare och ökar vår externa service.

### Ängelholms kommuns interna kommunikation ska:

- Skapa förutsättningar för dialog och erfarenhetsutbyte på alla nivåer inom organisationen.
- Underlätta för ett agilt arbetssätt, det vill säga främja samarbeten och innovation.
- Alltid föregå extern kommunikation när det är möjligt.
- Bidra till delaktighet, engagemang och stolthet bland medarbetarna.
- Leda till intern effektivitet som möjliggör bästa möjliga service till våra målgrupper.
- Lägga grunden för en effektiv kommunikation vid kris.
- Styra och leda organisationen mot kommunens vision och uppsatta mål.
- Vara respektfull och vänlig. Vi tar hänsyn till varandra och visar förståelse för varandras uppdrag.

## 6 Extern kommunikation

Ängelholms kommuns externa kommunikation har som mål att invånarna och andra externa aktörer ska uppleva kommunen som öppen, serviceinriktad, trovärdig och modern.

Det gör vi genom att sprida kunskap och föra en dialog om kommunens verksamheter på ett sakligt och tydligt sätt. Kommunens verksamhet ska utgå från medborgarnas behov. I en allt mer föränderlig värld är kommunikationen alltmer nödvändig för att kunna erbjuda bästa möjliga service.

### Sammantaget ska vår externa kommunikation:

- Informera invånarna och övriga målgrupper om Ängelholms kommuns verksamheter och service.
- Stödja och stimulera dialogen mellan invånarna och kommunen och på så sätt bidra till den demokratiska processen i samhället.
- Öka tillgängligheten till kommunen genom att erbjuda tydliga kontaktvägar i de kanaler där våra målgrupper finns.
- Skapa förståelse för beslut genom att informera om bakgrund, syfte och innehåll.
- Bygga förtroende genom att öppet visa upp våra verksamheter.
- Positivt marknadsföra Ängelholm som en attraktiv kommun att bo, verka och vistas i.
- I krissituationer, bidra till hanteringen av krisen genom att erbjuda våra målgrupper relevant, tillförlitlig och tydlig information och kontaktvägar.

## 7 Målgrupper för kommunens kommunikation

Förmågan att nå fram med ett budskap handlar inte enbart om vilket budskapet är och hur det utformas. En minst lika viktig del är vem mottagaren är. Kommunikation sker på mottagarens villkor. För att uppnå effektiv kommunikation är det därför viktigt att fundera över vilken målgruppen för budskapet är och anpassa kanaler och budskapets utformning efter det.

**Ängelholms kommuns huvudsakliga målgrupper är:**

- Invånare och potentiella invånare i Ängelholms kommun
- Medarbetare och presumtiva medarbetare i kommunen, aktörer på arbetsmarknaden
- Förtroendevalda i Ängelholms kommun
- Besökare, anhöriga, kunder, brukare
- Näringslivet, samarbetspartners, föreningslivet, vänorter, investerare och andra aktörer i och utanför Ängelholm.
- Media
- Beslutsfattare och opinionsbildare i och utanför Ängelholm.

## 8 Medvetna och smarta kanalval

För att uppnå önskad effekt och goda resultat behöver vi göra genomtänkta kanalval. Ängelholms kommun använder flera olika kommunikationskanaler för att nå och skapa dialog med olika målgrupper. För att göra rätt val av kanal ska vi alltid göra en analys av vilken målgrupp vi vill nå med kommunikationen. Det som fungerar för en målgrupp fungerar inte alltid för en annan. Det är också viktigt att ta hänsyn till andra faktorer, exempelvis tidpunkt och händelser i omvärlden.

Nedan listas några av Ängelholms kommuns kommunikationskanaler. För flera av kanalerna finns separata riktlinjer som komplement till kommunikationspolicyn.

### 8.1 Extern webbplats, engelholm.se

Ängelholms kommuns webbplats, engelholm.se, är den primära externa kommunikationskanalen. Medborgare och andra målgrupper ska där kunna hitta information om kommunens verksamheter, kommunicera med kommunen och utföra självservice via olika e-tjänster. Övriga digitala kanaler ska ses som komplement till engelholm.se. I kriskommunikation och annan viktig samhällsinformation prioriteras alltid publicering på engelholm.se medan andra kanaler väljs utifrån ämne och målgrupp. Ansvaret för innehållet på engelholm.se följer verksamhetsansvaret.

### 8.2 Intranät, Insikten

Ängelholms kommuns intranät Insikten är den primära kommungemensamma interna kommunikationskanalen. Övriga digitala interna kanaler bör endast användas för att fylla behov som Insikten inte kan fylla. Konkurrerande intranätlikande plattformar, för hela eller delar av verksamheten, är inte tillåtna.

### 8.3 E-post

E-post är en viktig kommunikationskanal både internt och externt. All e-post som behöver ett svar ska besvaras eller återkopplas inom max två arbetsdagar. Förväntningar och krav på den som skickar och besvarar e-post som anställd i Ängelholms kommun beskrivs i riktlinjerna för e-post.

### 8.4 Telefoni

Respektfullt bemötande och god service är grunden i alla former av kommunikation. Det gäller inte minst i samtal via telefon. Förväntningar och

krav på den som använder telefon som anställd i Ängelholms kommun beskrivs i riktlinjerna för telefoni.

## 8.5 Sociala medier

Sociala medier är ofta ett bra komplement både för att nå ut med information och för att kommunicera med specifika målgrupper. Ofta nås dock inte hela målgruppen med hjälp av sociala medier. Vilken social media-kanal som ska väljas är beror helt på vilken målgrupp vi vill nå. Ängelholms kommun har stor närvaro i sociala media, både på kommunövergripande nivå och på verksamhetsnivå. Utförliga separata riktlinjer finns som ska följas.

## 8.6 Medborgardialoger, samråd och brukarundersökningar

Medborgardialoger är en möjlighet för medborgarna att få mer insyn, framföra sin åsikt och påverka utvecklingen i olika frågor. Medborgardialoger initieras och genomförs av förtroendevalda inom Ängelholms kommun och är ett sätt för politikerna att öka kontakten med medborgarna och skapa större delaktighet och inflytande i politiska beslut. Hur medborgardialogen ska genomföras regleras i policy för medborgardialog samt i Handbok för medborgardialog.

Samråd är den del i planprocessen där olika intressenters åsikter hämtas. Hur samråd ska ske regleras via Plan- och bygglagen. Brukardialoger och undersökningar genomförs av tjänstepersoner inom en rad områden för att förbättra den kommunala servicen.

## 9 Kontakter med massmedia en prioriterad fråga

Media är en viktig samhällsfunktion som granskare av vår och andra offentliga myndigheters verksamheter. Våra kontakter med media ska präglas av största möjliga öppenhet och insikt om mediernas roll i det demokratiska samhället. Kommunens relation med massmedia är därmed en viktig del av kommunens kommunikationsarbete. Goda medierelationer bidrar till att öka kunskapen om Ängelholms kommun och dess verksamheter. Den bild som presenteras i media påverkar i hög grad hur vi uppfattas av omvärlden.

Frågor från massmedia har hög prioritet inom Ängelholms kommun och ska besvaras så snabbt som möjligt. Det är viktigt att massmedia får tillgång till aktuell och korrekt information om kommunens verksamheter. Både förtroendevalda och anställda bör medverka till detta.

Verksamhetsansvariga har ett särskilt ansvar att företräda sin verksamhet och svara på frågor från media. Endast i undantagsfall, till exempel vid kriser, kan det vara mer lämpligt att utse en särskild talesperson som besvarar alla frågor.

Alla anställda och förtroendevalda har yttrandefrihet och får som privatperson uttala sig om sitt arbete och om Ängelholms kommun.

### 9.1 Pressmeddelanden

Ett sätt att kontakta media är att skicka pressmeddelanden. Pressmeddelanden från Ängelholms kommun ska alltid skickas ut av kommunikationsenheten via kommunens pressrum som finns på [engelholm.se](http://engelholm.se).

### 9.2 Meddelarfrihet - tipsa media

Ett av de bärande fundamenten i svensk demokrati är offentlighetsprincipen. Meddelarfriheten är en del av offentlighetsprincipen och innebär att anställda vid en myndighet har möjlighet att kontakta media och lämna uppgift om förhållanden på myndigheten till media. Använder du dig av din meddelarfrihet gör du det i egenskap av privatperson, aldrig som representant för kommunen.

## 10 Kriskommunikation

Ibland uppstår händelser som kan betecknas som kriser. De kan vara mer eller mindre allvarliga och beröra ett fåtal eller många människor. När kriser uppstår är det extra viktigt att kommunicera på ett korrekt och tydligt sätt eftersom det kan minska oro och risker för missförstånd.

Ängelholms kommuns agerande vid kriser regleras i krisledningsplanen. Hur vi kommunicerar vid kriser regleras i kommunens riktlinjer för kriskommunikation, som är en bilaga till krisledningsplanen. Där regleras bland annat i vilka lägen kriskommunikationsarbetet aktiveras och vad som då gäller angående roller och ansvar. I en kris är det extra viktigt att ge en samlad bild av vad som sker och att enbart utsedda personer kommunicerar i kommunens namn. Kontakt ska etableras med en kommunikatör i så tidigt skede som möjligt i alla frågor som rör en kris eller kan utveckla sig till en kris.



# 11 Lagar och regler

Ängelholms interna och externa kommunikation regleras av en rad olika lagar och principer. Här presenteras en sammanställning över de som är av störst betydelse för kommunens kommunikationsarbete.

## 11.1 Offentlighetsprincipen

Enligt offentlighetsprincipen ska vem som helst ha rätt att ta del av allmänna offentliga handlingar utan krav på att uppge identitet eller syfte. Kommuner, landsting och statliga organ är skyldiga att utan dröjsmål lämna ut allmänna handlingar till den som begär det, såvida inte handlingen omfattas av sekretess. En myndighet kan vägra att 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.

Offentlighetsprincipen ska se till att myndighetsutövning sker under så öppna former som möjligt och på så vis förebygga maktmissbruk. Av samma anledning finns regeln om handlingsoffentlighet och meddelarfrihet.

Offentlighetsprincipen står inskriven i tryckfrihetsförordningen som är en av Sveriges fyra grundlagar.

## 11.2 Yttrandefrihet och meddelarfrihet

Yttrandefriheten innebär att varje invånare ska kunna förmedla information och uttrycka sina tankar och åsikter i tal, skrift eller bild. Det finns undantag när yttrandefrihet inte gäller. Det handlar om olaga våldsskildring, hets mot folkgrupp, brott mot medborgerlig frihet, olaga hot, hot mot tjänsteperson eller övergrepp i rättssak. Av tryckfrihetsförordningen och yttrandefrihetsgrundlagen framgår att offentliganställda, enligt den så kallade meddelarfriheten, har rätt att lämna information till medier i syfte att de ska publiceras. Denna rättighet gäller i viss utsträckning även sekretessbelagda handlingar. Arbetsgivaren får inte undersöka de anställdas kontakter med massmedier och har inte rätt att efterforska vem som har lämnat en viss uppgift. Journalisten som tagit emot uppgifterna får inte heller avslöja källan om denna vill vara anonym.

Yttrandefriheten regleras i regeringsformen och reglerna angående meddelarfrihet står inskrivna i tryckfrihetsordningen.

## 11.3 Dataskyddsförordningen

Dataskyddsförordningen (GDPR) syftar till att värnas enskildas rätt till skydd av personuppgifter. Dataskyddsförordningen har också till syfte att skapa en enhetlig och likvärdig nivå för skyddet av personuppgifter inom EU så att det fria flödet av uppgifter inom unionen inte hindras.

## 11.4 Förvaltningslagen

Förvaltningslagen reglerar bland annat myndigheters handläggning av ärenden och deras serviceskyldighet gentemot invånarna. Enligt serviceskyldigheten i Förvaltningslagen är kommunen skyldig att ge allmänheten god kunskap om hur kommunen styrs och vilka möjligheter som finns att påverka före beslut. Lagen innebär också att varje myndighet ska lämna upplysningar, vägledning, råd och annan hjälp till enskilda i frågor som rör myndighetens verksamhetsområden. Frågor från enskilda ska besvaras så snart som möjligt. Myndigheter ska också vara tillgängliga för allmänheten i så stor utsträckning som möjligt.

## 11.5 Upphovsrättslagen

Upphovsrättslagen reglerar upphovsrätten till texter och bilder, och andra litterära och konstnärliga verk. Upphovsrätt innebär att det bara är upphovsmannen som har rätt att förfoga över ett verk genom att kopiera det och att göra det tillgängligt för allmänheten. Det gäller både i ursprungligt och ändrat skick, och om verket översatts eller bearbetats. När ett verk kopieras eller görs tillgängligt för allmänheten har upphovsmannen rätt att namnges i samband med användningen av verket. Upphovsrätten gäller i 70 år efter att upphovsmannen är död. Det är ansvarig medarbetare som ansvarar för att se till att upphovsrättslagen respekteras och följs vid produktion av material eller användande av bilder, så väl digitalt som i tryck.

## 11.6 Lag om namn och bild i reklam

Lagen om namn och bild i reklam förhindrar att marknadsföring sker i annans namn eller bild. Konkretiserat innebär det att vi vid marknadsföring av varor, tjänster eller dylikt ej får använda någon annans namn eller bild utan dess samtycke.