

KOMMUNINVEST I SVERIGE AB

Kommunikationspolicy

G7P



Fastställt av styrelsen	Dokumentansvarig	Dokumentägare	Informationsklass
2024-04-25	Kommunikationschef	Styrelsen	Publik
Externa regler			
FFFS 2014:4 5 kap 20§ FSPOS vägledning för krishantering. (version 1.0 2017-01-18)			
Tidigare versioner			
2023-09-22; 2022-09-20; 2021-09-20,			
Bakgrund mm			
<p>Kommuninvest i Sverige AB (nedan Bolaget) ska ha en god styrning och intern kontroll. Styrelsen ansvarar för att tillse att Bolaget följer lagar och tillämpliga nationella och europeiska regelverk som reglerar Bolagets verksamhet. Bolagets styrdokument består av dokument beslutade av styrelse, VD eller respektive ansvarig. Styrelsen fastställer policyer och vissa styrelseinstruktioner. Vid behov kan dessa styrdokument brytas ned i instruktioner, som fastställs av VD. Därefter kan instruktionerna brytas ned i mer detaljerade beskrivningar vilka fastställs av respektive ansvarig. Styrelsen ska fastställa policyer årligen och tillse att dessa efterlevs och regelbundet bedöms i verksamheten. Styrelsen är ytterst ansvarig för att Bolaget har en ändamålsenlig och effektiv verksamhet samt ett väl utvecklat system för riskhantering och regelefterlevnad.</p> <p>Denna policy omfattar Bolagets styrelse, ledning, samtliga anställda, konsulter, samarbetspartners, ombud och uppdragstagare som är berörda av Bolagets verksamhet. Policyn är tillämplig på alla delar av verksamheten och inkluderar även verksamheter och områden som lagts ut till annan part (outsourcing).</p> <p>VD ansvarar för att implementera och följa upp efterlevnaden av denna policy samt rapportera detta till styrelsen. Det åligger också VD att årligen eller vid behov bedöma och uppdatera innehållet i denna policy och föredra den för styrelsen, med eventuella förslag på ändringar.</p>			

1. Därför kommunicerar Kommuninvest

Syftet med Bolagets kommunikation är att den ska stödja Bolagets affärsidé, strategi, mål och operativa verksamhet och ska leda till bättre resultat för hela verksamheten. Tydlig och öppen extern kommunikation är en viktig del i Bolagets dialog med kunder, medlemmar, förtroendevalda, media, investerare och potentiella medarbetare. Tydlig och öppen intern kommunikation är en viktig del i ledningen och styrningen av verksamheten och bidrar till motiverade och engagerade medarbetare.

För att säkerställa att syftet med Bolagets kommunikation uppnås ska Bolaget arbeta enligt en Kommunikations- och budskapsstrategi. Kommunikationschefen ansvarar för framtagande av denna strategi.

2. Mål med kommunikationsarbetet

De övergripande målen för intern och extern kommunikation utgår från att stötta och bidra till Bolagets affär och verksamhetsplan. Tydlig och öppen kommunikation ska beaktas i alla beslut som fattas på olika nivåer inom Bolaget.

Mål med intern kommunikationen är att:

- Förankra Bolagets övergripande affärsidé och strategier, styra organisationens sätt att agera, främja intern dialog och samverkan samt utveckla en lärandekultur
- Medarbetarna har relevant information för att utföra sitt arbete samt känner delaktighet, arbetsglädje och motivation
- Behålla kompetenta medarbetare
- Öka effektiviteten och måluppfyllnaden inom verksamheten samt lägga grunden för god extern kommunikation

Mål med extern kommunikationen är att:

- Stärka Bolagets varumärke och anseende och öka kunskapen om Bolagets uppdrag
- Bolaget ska upplevas som det självklara valet för kommuner och regioner när det gäller hållbar finansiering av investeringar
- Omvärlden uppfattar Bolaget som en stabil, effektiv och kunnig aktör
- Bolagets roll som samhällsnyttig aktör och unik kunskapsförmedlare inom kommunal finansförvaltning är tydlig
- Attrahera och rekrytera nya potentiella medarbetare
- Stärka relationer med investerare i Sverige och internationellt

3. Målgrupper för extern kommunikation

Kommuninvests målgrupper lokalt, nationellt och internationellt är:

- Kunder (befintliga och potentiella kunder)
- Medlemmar (befintliga och potentiella medlemmar)
- Investerare (befintliga och potentiella investerare i Sverige och internationellt)
- Banker
- Potentiella medarbetare
- Politiker, myndigheter och förtroendevalda (lokalt och riks)
- Studenter inom ekonomi, juridik och IT.
- Samhällsaktörer (media, journalister, samarbetspartners, intresseorganisationer samt externa forskare och lärosäten)

4. Kommunikationskanaler och förhållningsätt

Bolaget ska anpassa val av kommunikationskanal så att relevant information når rätt målgrupp på ett sätt som är anpassat efter målgruppens behov både vad gäller format, innehåll och språk. Exempel på interna kanaler är intranätet, större informationsmöten för medarbetare och chefer samt avdelningsmöten. Exempel på externa kanaler är Bolagets webbplats, nyhetsbrev till kunder och investerare, digitala kanaler, medierelationer, kund- och medlemsevent, marknadsföring och profilering.

- **Öppenhet:** Kommunikationen ska levandegöra Bolagets verksamhet och visa på vilken betydelse verksamheten har för våra kunder, medlemmar och samhället i stort. Vi ska utgå från mottagarens behov och förutsättningar och kommunikationsarbetet ska präglas av öppenhet och tillgänglighet. All kommunikation ska kunna granskas och information ska vara lätt att hitta, och om möjligt först ges internt. Investerarinformation kommuniceras internt och externt samtidigt.
- **Tydlighet:** Kommunikationen ska vara saklig, begriplig, ansvarsfull och präglas av hög kvalitet. Vi ska säkerställa att kommunikationen är relevant och intressant för målgruppen. Bolaget uppmuntrar både kunder och medarbetare att engagera sig i verksamhetens kommunikation och förväntar sig att alla medarbetare tar ansvar för sin del i den både när det gäller att söka information och att sprida information om Bolaget, både internt och externt. Alla ska vara tydliga med i vilken roll man kommunicerar.

I krissituationer är ovan beskrivna förhållningsätt särskilt viktiga, varför VD ansvarar för att en Krisplan finns upprättad.

5. Lokal samverkan

Huvudsyftet med Bolagets lokala samverkan är att med hjälp av välutvecklade partnerskap lokalt stärka verksamhetens arbetsgivarvarumärke i Örebro. Bolaget är beläget i Örebro och därmed på en arbetsmarknad som kräver särskilda insatser för att attrahera framtida kompetenser.

Det lokala samverkansarbetet ska:

- förbättra Bolagets möjligheter till rekrytering,
- tydliggöra Bolagets närvaro i lokalsamhället,
- stärka medarbetarnas uppfattning om en attraktiv arbetsplats.

Samarbeten ska etableras med partners som har samhällsengagemang och utvecklingsvilja, uppvisar kvalitet och uthållighet, står för värderingar som matchar Bolagets och erbjuder goda möjligheter för Bolaget att realisera ett aktivt samhällsansvar. Insatserna ska vara verkningsfulla och mätbara. Alla samarbeten ska genomföras i enlighet med Bolagets uppförandekod.

6. Organisation och ansvar

VD innehar det övergripande ansvaret för strategiskt och operativt genomförande av Bolagets externa och interna kommunikation samt lokal samverkan. VD har delegerat kommunikationsarbetet till Bolagets Kommunikationschef.

7. Uppföljning och rapportering

Löpande uppföljning och utvärdering av kommunikationsaktiviteter är en viktig del av kommunikationsarbetet, liksom analys och planering. Rapportering av viktigare händelser i kommunikationsarbetet görs av Bolaget vid behov.