

# Kommunikationsstrategi för Region Östergötland

Kommunikationsstrategin är ett verktyg för att skapa framgångsrik kommunikation för Region Östergötland. Kommunikationsstrategin pekar på hur vi ser på kommunikation externt och internt och har sin grund i det helhetsperspektiv som omfattar Region Östergötlands alla verksamheter, uppdrag och länets sammantagna utveckling. Den ska visa hur vi kan använda kommunikation för att nå Region Östergötlands mål och vision och vara vägledande för dig som arbetar med kommunikation.

En viktig utgångspunkt för kommunikationsstrategin är Region Östergötlands vision:  
**Region Östergötland – drivkraft för hållbar utveckling och livskvalitet**  
**Attraktivitet – Handlingskraft – Goda livsvillkor**

## Bakgrund

Region Östergötlands mest omfattande uppdrag är att erbjuda länsinvånarna en god hälso- och sjukvård och tandvård utifrån ett hälsofrämjande synsätt. Region Östergötland leder också det regionala utvecklingsarbetet för långsiktig och hållbar utveckling i regionen inom områden som näringsliv, kompetensförsörjning, kultur, infrastruktur, landsbygd och kollektivtrafik. Det gör att Region Östergötlands olika verksamheter får stor betydelse för välfärd, utveckling och framtid i länet. Hur verksamheternas kvalitet, tillgänglighet, utveckling och samlade kommunikation uppfattas, påverkar attraktionskraften för både Region Östergötland och länet.

## Kommunikativt förhållningssätt

Kommunikationen i Region Östergötland ska vara öppen, trovärdig, tillgänglig och saklig.

## Extern kommunikation

Den externa kommunikationen kring Region Östergötland ska bidra till att invånarna i länet har kännedom om och är nöjda med den verksamhet som drivs av Region Östergötland och känner sig trygga med att de har tillgång till en god hälso- och sjukvård. Den externa kommunikationen ska stärka bilden av Östergötland som en attraktiv och innovativ region att bo och verka i. Den utgör ett stöd för verksamheterna att nå sina mål samtidigt som den främjar relationerna mellan olika samverkanspartner i regionen. Det ska vara lätt att hitta information om och att kommunicera med Region Östergötlands verksamheter. Kommunikationen ska bidra till att Region Östergötland uppfattas som en attraktiv arbetsgivare.

## Intern kommunikation

Region Östergötland är länets största arbetsgivare med 13 000 medarbetare. Intern kommunikation är högt prioriterad. Våra medarbetare har en särskilt viktig roll när det gäller

länsinvånarnas förtroende och organisationens anseende. De bidrar varje dag till att skapa bilden av Region Östergötland.

En bra intern kommunikation bidrar till att verksamhetsmålen nås, på den egna enheten och övergripande för Region Östergötland. God intern kommunikation skapar förutsättningar för ökad delaktighet i beslut och förändringar, öppna och positiva relationer och gott bemötande både inom och mellan verksamheter och gentemot länsinvånarna. Cheferna är nyckelpersoner i det arbetet. Avgörande är deras ledarskap och förmåga att få medarbetarna att se sin egen roll i helheten och ta ett sidledsansvar till gagn för patienter och övriga målgrupper.

## Målgrupper och aktörer

- Länsinvånare
- Patienter och närstående
- Besökare och kunder
- Samarbetspartner, näringsliv och andra intressenter och aktörer i Östergötland, nationellt och internationellt
- Medarbetare och presumtiva medarbetare, aktörer på arbetsmarknaden
- Media
- Beslutsfattare
- Forskare och studenter

## Kanaler

Region Östergötland arbetar med en rad olika kanaler. Inför varje kommunikationsinsats görs ett val av kanal i förhållande till bland annat målgrupp, kommunikationsmål och kostnads-effektivitet. Kanalvalet är också en viktig faktor för att leva upp till att informationen från Region Östergötland uppfattas som öppen, trovärdig, tillgänglig och saklig.

## Övergripande kommunikationsmål

Målet med kommunikationen är att Region Östergötland uppfattas som en kompetent, nytänkande, öppen, lyhörd och tillgänglig aktör.

Målgrupper och aktörer ska ha kunskap om Region Östergötlands verksamheter och den nytta som dessa tillför.

## Strategier

Det är viktigt att ta tillvara på möjligheter och fördelar med elektronisk kommunikation och e-tjänster.

Region Östergötland har under de senaste åren gjort en medveten förflyttning från ett fokus på tryckt informationsmaterial till att kommunicera i de digitala kanalerna. Detta arbete kommer att fortsätta.

Kommunikationen ska vara målgruppsanpassad i budskap, kanalval och utformning.

## **Kommunikationsenheten kommer under 2016 att lägga extra stor vikt vid att:**

- hjälpa målgrupperna att se sammanhang och förstå huvudbudskap inom Region Östergötlands utpekade fokusområden.
- lyfta fram Region Östergötland i sammanhang där regionen har ett ansvar, medverkar eller bidrar.
- tydligare förmedla information om politiska beslut i olika kanaler.
- bedriva ett aktivt och strategiskt mediearbete som bygger på tillgänglighet och respekt för mediernas uppdrag.
- i organisationen förankra Region Östergötlands webbplatser och elektroniska kanaler som grund för kommunikationen.
- utveckla samspelet mellan kommunikationskanaler.
- i större utsträckning ta vara på möjligheterna med sociala medier.
- utveckla chefers och medarbetares kommunikativa förståelse och förmåga.

## **Fokusområden för kommunikationsinsatser under 2016**

Ett ständigt ökande informationsflöde i samhället är en stor kommunikativ utmaning. Region Östergötland strävar efter att kommunicera tydliga budskap som skapar sammanhang och underlättar för invånare, medarbetare och andra målgrupper att veta vilka frågor som står i fokus. Region Östergötlands politiker fattar inför varje år beslut om strategiska mål och ekonomiska ramar för verksamheterna. Några fokusområden framhävs och det innebär att strategier, resultat och goda exempel inom de aktuella områdena särskilt lyfts fram i kommunikationen. Vissa frågor kommuniceras huvudsakligen internt, andra externt.

## **De regionala utvecklingsfrågorna**

Det regionala utvecklingsarbetet ska stöttas med kommunikativa insatser. Arbetet sker i nära samverkan med regionutvecklingsdirektören.

## **Patientsäkerhet**

Vårdrelaterade infektioner och skador i vården som beror på bristande patientsäkerhet måste minska. Ett omfattande arbete pågår för att nå målet. Detta stöttas med kommunikationsinsatser. Arbetet sker i nära samverkan med vårddirektören.

## **E-hälsa**

Ett paradigmskifte pågår när det gäller patientens kontakter med vården. Utvecklingen inom elektronisk kommunikation gör att patienterna får allt större möjligheter att kontakta vården och utföra tjänster via nätet. Detta kräver stora kommunikativa insatser både till medarbetare och befolkning.

## **Profilering av Region Östergötland och dess spjutspetsar**

Fortsatt profilering av Universitetssjukhuset i Linköping och Region Östergötland för att stärka vår konkurrens- och attraktionskraft. Detta sker i samverkan med universitetssjukhusets ledning och hälso- och sjukvårdens ledningsgrupp.

## Hälsofrämjande livsstil

Region Östergötland ska bidra till en utveckling som förbättrar hälsan för alla invånare oavsett ålder, kön, sexuell läggning, funktionsnedsättning eller religiös och etnisk tillhörighet.

## Jämlik hälsa och vård

Arbetet för att skapa en jämlik vård sker i flera olika insatser och projekt, exempelvis standardiserade cancerförlopp, framtidens bästa primärvård, akuta flöden och screeningverksamheter.

## Visuell identitet

Region Östergötland ska vara ett starkt varumärke, med en tydlig visuell identitet. Ett starkt varumärke är en förutsättning för framgångsrik profilering och kommunikation. De egna medarbetarna tillsammans med hur presentationsmaterial och miljöer ser ut bidrar starkt till hur Region Östergötland uppfattas, både i den egna profileringen och i samverkan med andra aktörer.

För att bidra till största tänkbara tydlighet ska exempelvis alla trycksaker, annonser, skyltar, kontorstryck och profilmaterial ha en enhetlig design. Hur allt material ska se ut i detalj regleras i Region Östergötlands riktlinjer för visuell identitet. Som stöd finns även mallar för olika informationsdokument tillgängliga för alla medarbetare.

## Uppföljning

För att utveckla och effektivisera kommunikationen ska den hela tiden utvärderas och följas upp. Erfarenheter och resultat ska ligga till grund för utvecklingen av framtida kommunikationsinsatser.

## Styrande dokument

Parallellt med denna kommunikationsstrategi regleras kommunikationsinsatserna av lagar och nationella riktlinjer, samt styrande dokument inom Region Östergötland. Riktlinjer finns bland annat inom följande områden:

- Medierelationer
- Webbpublicering
- Sociala medier
- Information i offentliga lokaler som exempelvis väntrum
- Information från privata vårdgivare
- Namnsättning
- Skrivregler

Linköping 2016-06-16

**Ulrika Ohlson** - Kommunikationsdirektör

**Mats Uddin** - Regiondirektör