



# Kommunikationsstrategi Örkelljunga kommun

## Innehållsförteckning

<b>1. Syfte</b>	<b>3</b>
<b>2. Grundläggande kommunikationsprinciper</b>	<b>3</b>
2.1 Information och kommunikation är en demokratisk rättighet	3
2.2 Kommunikationen utgår från vår värdegrund	3
2.3 Vår kommunikation är lika med gott bemötande och hög servicenivå	4
2.4 Vi kommunicerar tillgängligt och inkluderande	4
2.5 Örkelljunga kommun – ett gemensamt varumärke	4
2.5.1 Familjen Helsingborg	4
<b>3. Ansvar och roller i kommunikationsarbete</b>	<b>5</b>
3.1 Förtroendevalda	6
3.2 Chefer	6
3.3 Medarbetare	6
3.4 Kommunikationsansvariga	6
<b>4. Extern kommunikation</b>	<b>7</b>
4.1 Externa målgrupper	7
4.2 Tillgänglighet och servicenivå	7
<b>5. Intern kommunikation</b>	<b>8</b>
5.1 Interna målgrupper	8
<b>6. Val av kommunikationskanal</b>	<b>8</b>
6.1 Extern webbplats, <a href="http://www.orkelljunga.se">www.orkelljunga.se</a>	9
6.2 E-post	9
6.3 Telefoni	9
6.4 Sociala medier	9
6.5 Dialoger och samråd	9
6.6 Annonsering i tidningar	10
6.7 Brev	10
6.8 Intranät, <a href="http://www.ljungen.orkelljunga.se">www.ljungen.orkelljunga.se</a> – intern kanal	10
6.9 Teams (M365) – intern kanal	10
6.10 Google Workspace – intern kanal	10
6.11 Personalmöten – intern kanal	11
<b>7. Bilder, filmer och musik</b>	<b>11</b>
<b>8. Kontakter med media</b>	<b>11</b>
8.1 Pressmeddelanden	11
<b>9. Kriskommunikation</b>	<b>12</b>
<b>10. Lagar och regler</b>	<b>12</b>

# 1. Syfte

Syftet med kommunikationsstrategin är att beskriva kommunens övergripande regelverk och förhållningssätt i kommunikationsfrågor samt de principer som gäller för all kommunikation inom Örkelljunga kommun. Den är till för att underlätta för alla involverade parter (tjänstemannaorganisation och det politiska styret) att bidra till en bra kommunikation och en god arbetsmiljö.

Strategin riktar sig till alla medarbetare och förtroendevalda och lägger grunden både för det långsiktiga kommunikationsarbetet och för den dagliga kommunikationen; internt inom organisationen och externt, till invånare, civilsamhälle, näringsliv, media och andra intressenter. Den skapar intern samhörighet och extern tydlighet.

## 2. Grundläggande kommunikationsprinciper

Fem principer ska prägla kommunikationen i Örkelljunga kommun:

- Information och kommunikation är en demokratisk rättighet.
- Kommunikationen utgår från vår värdegrund.
- Vår kommunikation är lika med gott bemötande och hög servicenivå.
- Vi kommunicerar tillgängligt och inkluderande.
- Örkelljunga kommun – ett gemensamt varumärke.

### 2.1 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 kommunens tjänstepersoner och politiker. Invånarna efterfrågar också interaktivitet och att informationen är anpassad till de egna behoven. Det ställer krav på att vi säkerställer att kommunikationen är tydlig, tillgänglig och sker på mottagarens villkor. Det ger goda möjligheter till dialog och delaktighet. Vi välkomnar synpunkter och anger kontaktuppgifter där det är relevant.

### 2.2 Kommunikationen utgår från vår värdegrund

Uppfattningen om och upplevelsen av Örkelljunga kommun påverkas av alla medarbetares arbete, förhållningssätt och bemötande. Därför ska alla medarbetare känna till och agera utifrån kommunens värdegrund<sup>1</sup> som vilar på tre ord – **kunskap, omtanke, handling**. 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, personalträffar och i det årliga arbetet

---

<sup>1</sup> Örkelljunga kommuns värdegrund presenteras på Ljungen.

med verksamhetsplaner.

## 2.3 Vår kommunikation är lika med gott bemötande och hög servicenivå

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.

Vår definition av gott bemötande innehåller tre begrepp: lyssna, tydlighet, håll löfte. De förklaras närmre i varje medarbetares "Uppdragsbeskrivning<sup>2</sup>."

## 2.4 Vi kommunicerar tillgängligt och inkluderande

Information från Örkelljunga kommun ska uppfattas som tillgänglig och begriplig. Den ska vara korrekt, både innehållsmässigt och språkligt. Vi ska använda ett vardat språk, som är enkelt att förstå. Innehåll, språk och kanalval ska alltid anpassas efter målgruppen. Vi undviker så långt som möjligt förkortningar och vi förklarar facktermer.

## 2.5 Örkelljunga kommun – ett gemensamt varumärke

För att varumärket Örkelljunga ska bli tydligt och starkt krävs det att vi vårdar det därefter. Att allt vårt material genomsyras av en tydlig och gemensam grafisk profil<sup>3</sup> är en del i det arbetet. Vår logotyp är den grundläggande byggstenen i den grafiska profilen och denna omfattas av en del regler och bestämmelser som ska följas.

I vår kommunikation ska Örkelljunga 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 Örkelljunga kommun som är avsändare när vi kommunicerar.

### 2.5.1 Familjen Helsingborg

Örkelljunga kommun ingår i det kommunala samarbetet Familjen Helsingborg. Familjen Helsingborg används som avsändare för att främja näringslivetablering, inflyttning och turism och är ett externt varumärke. För kommunikation kopplad till Familjen Helsingborg finns en särskild grafisk manual<sup>4</sup>.

---

<sup>2</sup> Uppdragsbeskrivning upprättas av chef. Se Ljungen för mer information.

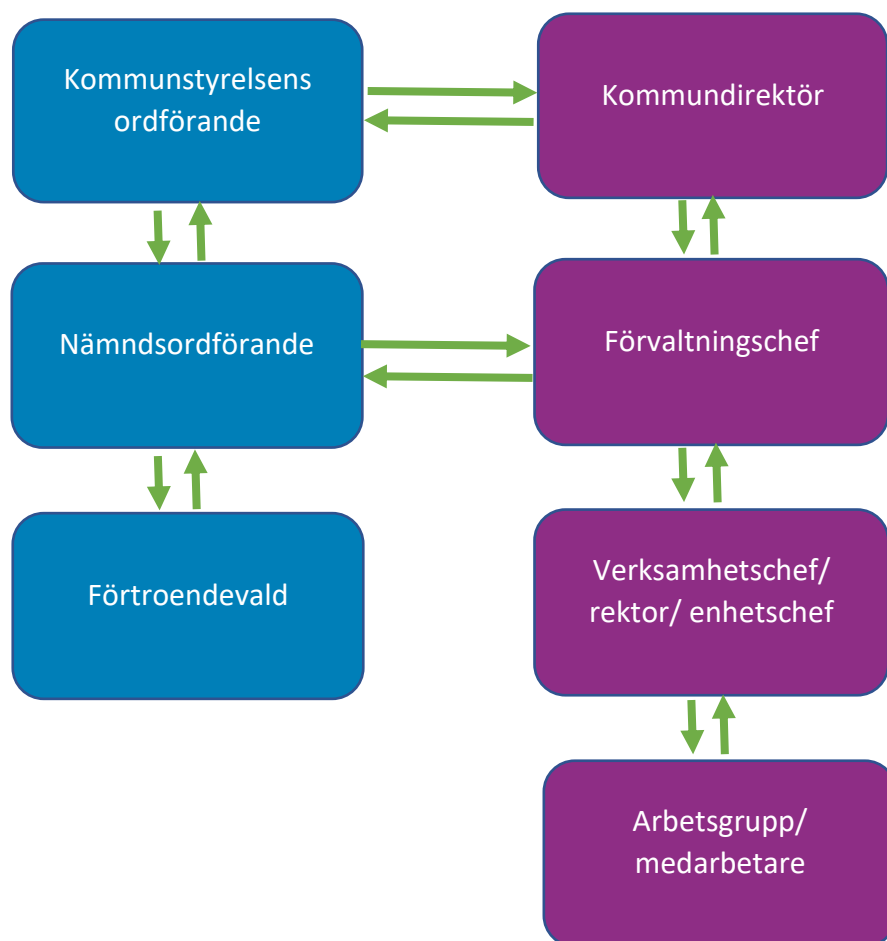
<sup>3</sup> Örkelljunga kommuns grafiska profil finns på Ljungen.

<sup>4</sup> Familjen Helsingborgs grafiska manual finns på Familjens Helsingborgs webbplats.

### 3. Ansvar och roller i kommunikationsarbete

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 kommunikationsstrategin.

För att ge rätt förutsättningar till ansvarig chef ska den interna kommunikationen, gällande prioritering, ledning och fördelning av arbetet inom den egna verksamheten och budgeten, följa kommunikationsschemat nedan:



### 3.1 Förtroendevalda

Förtroendevalda ansvarar för politisk kommunikation och har ansvaret att genomföra medborgardialog för att fånga upp synpunkter från invånarna i Örkelljunga. 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.

### 3.2 Chefer

Chefer är ytterst ansvariga för att medarbetarna har tillgång till information som är viktig 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 massmedias 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.

Vid enskilda projekt där någon av våra målgrupper innefattas bör en kommunikationsplan upprättas. Den kan göras enligt instruktionen ”Kommunikationsplan -så här gör du”<sup>5</sup>.

### 3.3 Medarbetare

Medarbetare ansvarar för att kommunicera utifrån sin roll och befattning. Alla anställda inom Örkelljunga kommun representerar kommunen i sina kontakter med utomstående personer. Var och en har ansvar att kommunicera i linje med kommunens värdegrund och kommunikationsstrategi. 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.

Medarbetare kommunicerar även med arbetsgivaren via kollektivavtalsparterna.

### 3.4 Kommunikationsansvariga

För att säkerställa långsiktigheten i kommunikationsarbetet utser varje förvaltning en kommunikationsansvarig. Kommunikationsansvariga på förvaltningarna stödjer chefer och medarbetare i kommunikationsarbetet.

Kommunikationsansvarig på kommunledningsförvaltningen ansvarar för att ta fram och implementera gemensamma styrdokument för kommunens kommunikation.

---

<sup>5</sup> Instruktion för att skapa en kommunikationsplan finns på Ljungen.

## 4. Extern kommunikation

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

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 invånarnas behov.

### Örkelljunga kommuns externa kommunikation ska:

- Informera invånarna och övriga målgrupper om Örkelljunga 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.

### 4.1 Externa målgrupper

**Örkelljungaborna:** för att de har rätt att få information om händelser och beslut som berör deras liv. De har även rätt att ge oss information om brister och förbättringar i vårt arbete och vår service. Denna målgrupp är våra viktigaste ambassadörer för kommunen, och de ska behandlas därefter.

**Näringslivet och andra intressenter:** för att öka arbetstillfällena och etableringen i kommunen, samt för att företagare ska kunna stanna kvar och utvecklas.

**Presumtiva inflyttare, besökare och medarbetare:** för att öka inflyttningen, turismen och för att kunna nå kommunens övergripande mål.

**Massmedia:** för att vi vill få en positiv nyhetsspridning om Örkelljunga kommun.

### 4.2 Tillgänglighet och servicenivå

De som tar kontakt med Örkelljunga kommun via telefon, sociala medier och e-post bör få svar inom kortast möjliga tid, dock senast inom två arbetsdagar. För fysiska brev gäller svar inom fem arbetsdagar. Om svar inte omedelbart kan lämnas ska vi meddela avsändaren om vem som har ansvaret för handläggningen och när man kan räkna med att få svar. Det ska alltid klart framgå att det är Örkelljunga kommun som är avsändare i kommunikationen och vart invånarna kan vända sig för att få veta mer, diskutera eller lämna en synpunkt.

## 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.

### Örkelljunga kommuns interna kommunikation ska:

- Skapa förutsättningar för dialog och erfarenhetsutbyte på alla nivåer inom organisationen.
- Alltid föregå extern kommunikation när det är möjligt.
- Bidra till delaktighet, engagemang och stolthet bland medarbetarna.
- Styra och leda organisationen mot kommunens vision<sup>6</sup> och uppsatta mål.
- Vara respektfull och vänlig. Vi tar hänsyn till varandra och visar förståelse för varandras uppdrag och roller.
- Verka för en positiv syn på organisationen eftersom våra medarbetare är organisationens främsta ambassadörer.

### 5.1 Interna målgrupper

**Kommunens förtroendevalda politiker:** för att de är representanter för invånarna i kommunen.

**Kommunens medarbetare:** för att de är kommunens representanter och de som möter våra invånare i det dagliga arbetet.

**Kommunens chefer:** för att de leder det dagliga arbetet i kommunen och behöver stöd för att kunna fatta välgrundade beslut och bidra till att medarbetarna känner delaktighet och engagemang på arbetsplatsen.

## 6. Val av kommunikationskanal

För att uppnå önskad effekt och goda resultat behöver vi göra genomtänkta kanalval. Vi använder flera olika kommunikationskanaler för att nå och skapa dialog med olika målgrupper.

Nedan listas några av Örkelljunga kommuns kommunikationskanaler. Specifika system kan förändras över tid. För sociala medier finns särskilda riktlinjer<sup>7</sup>, som komplement till denna strategi.

---

<sup>6</sup> Örkelljunga kommuns vision presenteras på kommunens externa webbplats.

<sup>7</sup> Riktlinjer för sociala medier presenteras på Ljungen.



## 6.1 Extern webbplats, [www.orkelljunga.se](http://www.orkelljunga.se)

Örkelljunga kommuns webbplats, [www.orkelljunga.se](http://www.orkelljunga.se), är den primära externa kommunikationskanalen. Invånare och andra målgrupper ska där kunna hitta information om kommunens verksamheter, kunna kommunicera med kommunen och utföra självservice via olika e-tjänster. Övriga digitala kanaler ska ses som komplement till [www.orkelljunga.se](http://www.orkelljunga.se). I kriskommunikation och annan viktig samhällsinformation prioriteras alltid publicering på [www.orkelljunga.se](http://www.orkelljunga.se) medan andra kanaler väljs utifrån ämne och målgrupp. Ansvar för innehållet på den externa webbplatsen följer verksamhetsansvaret.

## 6.2 E-post

E-post är en viktig kommunikationskanal både internt och externt. Målet är att 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 Örkelljunga kommun beskrivs i riktlinjerna för e-post.<sup>8</sup>

## 6.3 Telefoni

Respektfullt bemötande och god service är grunden i alla former av kommunikation. Det gäller inte minst i samtal via telefon. Det omfattar även kommunikation via sms. Tillgängligheten ska vara god och varje verksamhet ska säkerställa att de är nåbara via telefon, enligt en överenskommen servicenivå. Intalade meddelanden ska avlyssnas och inringaren ska få återkoppling inom max två arbetsdagar.

## 6.4 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 alla målgrupper med hjälp av sociala medier. Vilken kanal som ska väljas beror helt på vilken målgrupp vi vill nå. Örkelljunga kommun har stor närvaro i sociala medier, både på kommunövergripande nivå och på verksamhetsnivå. Kommunikation i sociala medier följer de separata riktlinjer som finns uppsatta. Notera att sociala medier INTE ska användas för intern kommunikation.

## 6.5 Dialoger och samråd

Brukardialoger, medborgardialoger och undersökningar genomförs av tjänstepersoner inom en rad områden för att förbättra den kommunala servicen. Samråd är den del i planprocessen där olika intressenters åsikter hämtas.

---

<sup>8</sup> Riktlinjer för e-post presenteras på Ljungen.

## 6.6 Annonsering i tidningar

Annonsering i Lokaltidningen eller andra dagstidningar används som komplement till vår webbplats för att nå invånare som inte är digitala eller för att nå specifika branscher. Annonseringen görs via annonsansvarig inom organisationen.

## 6.7 Brev

Traditionell brevpост används framförallt för att förmedla beslut eller statisk information. Det kan vara en viktig kommunikationskanal att använda som komplement även vid andra informationsinsatser, framförallt för att kontakta målgrupper som är mindre digitala men också vid kris eller annat tillfälle då digitala kanaler inte fungerar.

## 6.8 Intranät, [www.ljungen.orkelljunga.se](http://www.ljungen.orkelljunga.se) – intern kanal

Örkelljunga kommuns intranät ”Ljungen” är den primära kommungemensamma interna kommunikationskanalen. Den ska alla medarbetare ha tillgång till för dialog, kompetensutveckling och för att kunna sköta sina administrativa uppgifter. Övriga digitala interna kanaler bör endast användas för att fylla behov som Ljungen inte kan fylla.

## 6.9 Teams (M365) – intern kanal

Teams i Microsoft 365 används som ett samarbetsverktyg mellan kollegor, inom arbetsgrupper eller projektgrupper, men även inom nätverk med andra kommuner. Det är effektivt för digitala möten, projekthantering, samarbete med filer och för interna chattkonversationer.

*VIKTIGT: När handlingar färdigställts ska de slutgiltiga dokumenten sparas på vår gemensamma lagringsplats, Örkelljungas server under S:.  
Anteckningar eller handlingar som sparas i Teams får INTE innehålla känsliga personuppgifter eller personuppgifter om privatpersoner.*

## 6.10 Google Workspace – intern kanal

Google Workspace används som ett samarbetsverktyg mellan kollegor, inom arbetsgrupper eller projektgrupper, framförallt inom utbildningsförvaltningens verksamheter.

*VIKTIGT: När handlingar färdigställts ska de slutgiltiga dokumenten sparas på vår gemensamma lagringsplats, Örkelljungas server under S:.  
Anteckningar eller handlingar som sparas i Google får INTE innehålla känsliga personuppgifter eller personuppgifter om privatpersoner.*

## 6.11 Personalmöten – intern kanal

På personalmöten, månadsforum och medarbetarsamtal redogör, tolkar och förklarar cheferna verksamhetens mål. Det personliga mötet ger möjlighet till dialog, delaktighet, inflytande och kunskapsutbyte.

## 7. Bilder, filmer och musik

Huvudregeln är att vi bara använder bilder, filmer och musik som vi har rättigheter till. Externa fotografier ska omnämnas vid publicering i tryckt material och så långt det går i digitala kanaler.

Vi ska värna om personers integritet och iaktta försiktighet när vi använder material som innehåller personuppgifter. En personuppgift kan till exempel vara en bild på en person, en röst eller annan uppgift som går att härleda till en levande fysisk person. Om vi använder material med personuppgifter måste vi först säkerställa en rättslig grund enligt dataskyddsförordningen (GDPR). Alla personer som medverkar på ett foto måste vara tillfrågade och ha gett sitt medgivande för användning och publicering genom särskilt samtyckesavtal<sup>9</sup>. Se även separata riktlinjer för sociala medier, angående publicering av personuppgifter i sociala medier.

## 8. Kontakter med media

Vi har en professionell och serviceinriktad relation till medierna. Vi är tillgängliga och prioriterar snabb återkoppling till journalister. Vi förser medierna med korrekta och fullständiga underlag och visar respekt för journalisternas yrkesroll.

Yttrandefrihet, meddelarfrihet och offentlighetsprincipen är utgångspunkter för alla mediekontakter. Medarbetare har lagstadgad rätt att ta kontakt med medier och uttala sig som privatpersoner och i sin yrkesroll. Ingen får efterforska vem som lämnat information till medier.

### 8.1 Pressmeddelanden

Ett sätt att kontakta media är att skicka pressmeddelanden. Pressmeddelanden från Örkelljunga kommun ska alltid skickas ut av kommunikationsansvarig på kommunledningsförvaltningen.

---

<sup>9</sup> Samtyckesavtal finns på Ljungen.

## 9. Kriskommunikation

När kriser uppstår är det extra viktigt att kommunicera på ett korrekt och tydligt sätt eftersom det kan minska oro och risker för missförstånd.

Örkelljunga kommuns agerande vid kriser regleras i krisledningsplanen<sup>10</sup>. Hur vi kommunicerar vid kriser regleras i kommunens kriskommunikationsplan<sup>11</sup>. 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.

## 10. Lagar och regler

Örkelljungas 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.

Offentlighets- och sekretesslag (2009:400)

[https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/offentlighets--och-sekretesslag-2009400\\_sfs-2009-400](https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/offentlighets--och-sekretesslag-2009400_sfs-2009-400)

Tryckfrihetsförordning (1949:105)

[https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/tryckfrihetsforordning-1949105\\_sfs-1949-105](https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/tryckfrihetsforordning-1949105_sfs-1949-105)

Yttrandefrihetsgrundlag (1991:1469)

[https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/yttrandefrihetsgrundlag-19911469\\_sfs-1991-1469](https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/yttrandefrihetsgrundlag-19911469_sfs-1991-1469)

Kommunallagen (1991:900)

[https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/kommunallag-1991900\\_sfs-1991-900](https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/kommunallag-1991900_sfs-1991-900)

Förvaltningslagen (2017:900)

[https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/forvaltningslag-2017900\\_sfs-2017-900](https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/forvaltningslag-2017900_sfs-2017-900)

Marknadsföringslagen (2008:486)

<https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk->

---

<sup>10</sup> Krisledningsplanen distribueras inom Krisledningsorganisationen och finns lagrad på S:

<sup>11</sup> Kriskommunikationsplanen är en bilaga inom Krisledningsplanen. Se fotnot ovan.

[forfattningssamling/marknadsforingslag-2008486\\_sfs-2008-486](#)

Dataskyddsförordningen (eu 2016/679)

<https://www.imy.se/verksamhet/dataskydd/det-har-galler-enligt-gdpr/introduktion-till-gdpr/dataskyddsförordningen-i-fulltext/>

Lag om tillgänglighet till digital offentlig service (2018:1937)

[https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/lag-20181937-om-tillganglighet-till-digital\\_sfs-2018-1937](https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/lag-20181937-om-tillganglighet-till-digital_sfs-2018-1937)

Lag (1960:729) om upphovsrätt till litterära och konstnärliga verk

[https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/lag-1960729-om-upphovsratt-till-litterara-och\\_sfs-1960-729](https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/lag-1960729-om-upphovsratt-till-litterara-och_sfs-1960-729)

Språklag (2009:600)

[https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/spraklag-2009600\\_sfs-2009-600](https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/spraklag-2009600_sfs-2009-600)

Pliktinsamling

<https://www.kb.se/insamling-och-pliktleverans/lagar-och-forordningar.html>