

# Kommunikationspolicy för Sundbybergs stad och koncernen Sundbyberg stadshus AB

**Diarienummer:** KS-0210/2019

**Tidpunkt för fastställande:** kommunfullmäktige den 17 februari 2020, § 44

**Dokumentansvarig:** stadsdirektör

**Intervall för aktualitetsprövning:** 1 år

**Tidpunkt för senaste revidering:** -

**Relaterade styrdokument**

För nämnderna och koncernen Sundbyberg Stadshus AB:

Vision 2030

För nämnderna:

Grafisk profil för Sundbybergs stad

Kriskommunikationsplan för Sundbybergs stad

Riktlinjer för sociala medier

Koncernen Sundbyberg Stadshus AB:

Bolagen antar motsvarande styrdokument för de delar som är relevanta för deras verksamhet

## Inledning

Sundbybergs stad är en offentlig och demokratiskt styrd organisation som ska ge service till stadens invånare och skapa förutsättningar för en positiv samhällsutveckling. Stadens invånare har rätt till information och möjlighet till dialog om den service som staden tillhandahåller via nämnder och bolag; om stadens planer och beslut och om hur de själva kan påverka eller påverkas.

God kommunikation skapas i dialog mellan medarbetare, chefer, styrelser och förtroendevalda. Det är i mötet med stadens målgrupper – de som bor, vistas och verkar i staden – som staden uppnår resultat. Alla som representerar staden har därför ett ansvar för att kommunikationspolicyn blir till verklighet i det dagliga arbetet.

För att kommunikationen ska vara effektiv krävs att staden är samordnad och konsekvent i de budskap som staden förmedlar såväl internt som externt.

Med kommunikation menas här både information och kommunikation (envägs- och tvåvägskommunikation).

## Syfte med kommunikationspolicyn

Syftet med kommunikationspolicyn är att tydliggöra vad som gäller för kommunikationsarbetet i kommunkoncernen. Policyn ska bidra till ett professionellt förhållningssätt där de kommunikativa aspekterna vägs in i beslut och i det dagliga arbetet.

Kommunikationspolicyn är det övergripande och styrande dokumentet för stadens nämnder och bolag. Den kompletteras av riktlinjer och andra styrdokument som mer detaljerat beskriver hur policyn ska konkretiseras i strategier och genomförande.

## Övergripande mål

All kommunikation ska utgå ifrån och stödja Sundbybergs stads vision, övergripande mål och strategiska beslut.

Sundbybergs stad ska vara en kommunikativ organisation. Det betyder att:

- den utgår från ett hela staden-perspektiv
- det kommunikativa förhållningssättet genomsyrar allt staden gör, såväl internt som externt
- alla verksamheter, medarbetare och andra som på något sätt företräder Sundbybergs stad tar ansvar för sin kommunikation

## **Förhållningsätt**

Kommunikationen i Sundbybergs stad ska vara:

### **Öppen**

Vi underlättar för våra intressenter och målgrupper att komma i kontakt med oss och vi uppmuntrar delaktighet och påverkan genom att vara öppna för synpunkter och förslag. Vi är tillmötesgående och ger snabb återkoppling.

### **Trovärdig**

All information som staden lämnar ska vara transparent, trovärdig, saklig och korrekt. Vi säkerställer att stadens information är aktuell, uppdaterad och partipolitiskt neutral.

### **Tydlig**

Vi använder klarspråk och uttrycker oss på ett enkelt och begripligt sätt. Vi anpassar innehåll, form och kanal efter mottagarens behov, kunskap och förutsättningar.

### **Enhetlig**

Det ska framgå tydligt att Sundbybergs stad är avsändare, därför ska stadens grafiska profil alltid följas av samtliga verksamheter i staden. Kommunkoncernens bolag följer sina respektive grafiska profiler.

### **Planerad**

Kommunikationen ska så långt möjligt vara planerad och proaktiv. Den ska stödja stadens processer och ingå tidigt i planeringen av projekt och andra aktiviteter. I en projektplan ska även ingå en kommunikationsplan.

### **Internt förankrad**

Utgångspunkten ska vara att information som berör medarbetare och stadens verksamheter så långt det är möjligt ska kommuniceras internt innan den kommuniceras externt.

## **Målgrupper och intressenter**

Utgångspunkten vid val av målgrupp är alltid kommunikationsinsatsens mål och syfte. För att stadens kommunikation ska vara så effektiv och ändamålsenlig som möjligt ska staden alltid eftersträva att ha god kunskap om målgrupperna och deras förutsättningar. Det gäller oavsett om de finns i Sundbybergs stad, regionen, nationellt eller internationellt. Budskap ska anpassas till olika segment inom målgruppen.

## **Kommunikationskanaler**

Valet av kommunikationskanal ska vara anpassat till målgruppen.

Kommunikationskanalen ska också väljas så att den passar budskapet som ska förmedlas.

Sundbyberg.se och de olika bolagens webbplatser är huvudkanaler för stadens externa kommunikation. Intranäten är huvudkanaler för den interna kommunikationen. En viktig kommunikationskanal är även det personliga mötet.

## **Ansvar**

*Kommunfullmäktige* fastställer kommunikationspolicyn.

Chefer har kommunikationsansvar inom sitt verksamhetsområde, både internt och externt. Alla chefer har ett särskilt ansvar att söka och ta del av information som rör stadens och verksamhetens styrning och ledning och att kommunicera detta med sina medarbetare.

Medarbetare har ett kommunikationsansvar inom sitt verksamhetsområde och gentemot sin närmsta chef, sina kollegor och gentemot medborgare (brukare/kunder). Alla medarbetare har ett ansvar att själva söka och ta del av information som behövs för att kunna utföra sitt arbete.

### **Nämnder och förvaltningar**

Kommunstyrelsen har det övergripande ansvaret för nämndernas och förvaltningarnas kommunikationsfrågor, inklusive varumärke och den grafiska profilen. Kommunstyrelsen beslutar om hur Sundbybergs stads stadsvapen får användas, och kan delegera det ansvaret till förvaltningen.

Stadsledningskontoret har, på kommunstyrelsens uppdrag, ett särskilt ansvar för att samordna och utveckla verktyg för stadens övergripande interna och externa kommunikation. Stadsledningskontoret ger råd, stöd och kvalitetssäkrar kommunikationsinsatser och aktiviteter, samt ansvarar för att leda och säkerställa leverans av kommunikation i stadenövergripande aktiviteter och projekt.

Nämnder och förvaltningsledningar har kommunikationsansvar, som följer verksamhetsansvaret. Alla verksamhetsansvariga ansvarar för att leda och fördela resurser för extern och intern kommunikationen. Kommunikationsarbetet ska bygga på och följa stadens kommunikationspolicy och riktlinjer för kommunikation i Sundbybergs stad.

### **Bolagen**

Bolagsstyrelserna kan besluta om riktlinjer för kommunikation för respektive bolag. En sådan riktlinje ska utgå från den av kommunfullmäktige beslutade kommunikationspolicy, men kan anpassas för att ytterligare förtydliga bolagens kommunikationsarbete.

## Offentlighetslagstiftning och talespersoner

Kommunikationspolicyn bygger på bestämmelser i svensk lag avseende informationsfrihet, yttrandefrihet, offentlighet och sekretess (yttrandefrihetsgrundlagen, tryckfrihetsförordningen och sekretesslagen), informationsansvar (kommunallagen, förvaltningslagen och språklagen) samt arbetsmiljöansvar (arbetsmiljölagen). För bolagen behöver hänsyn också tas till bestämmelser i aktiebolagslagen.

### Meddelarfrihet

Meddelarfriheten regleras i tryckfrihetsförordningen och gäller enskilda medarbetares rätt att uttala sig och lämna information till media. Även undantag från meddelarfriheten finns beskrivet i lagen. Efterforskningsförbud regleras i yttrandefrihetsgrundlagen och gäller förbud mot att efterforska vem som lämnat uppgifter till media.

### Talespersoner

Vid händelser med massmedial uppmärksamhet är det för staden utvalda talespersoner som representerar staden och besvarar frågor i stadens namn. Även för bolagen gäller att utsedda talespersoner representerar och svarar på frågor i respektive bolags namn.