



Policy

BESLUTSDATUM: 2008-05-07
BESLUT AV: Direktionen
ANSVARIG AVDELNING: Stabsavdelningen
FÖRVALTNINGSANSVARIG: Informationschef, Pernilla Meyersson
Hanteringsklass: ÖPPEN

SVERIGES RIKSBANK
SE-103 37 Stockholm
(Brunkebergstorg 11)

Tel +46 8 787 00 00
Fax +46 8 21 05 31
registratorn@riksbank.se
www.riksbank.se

DNR 2008-449-STA

■ Riksbankens kommunikationspolicy^{*}

1 Mål för Riksbankens kommunikation

Syftet med Riksbankens kommunikation är att:

- bidra till att Riksbankens mål och vision uppfylls,
- möjliggöra granskning och utvärdering samt
- bidra till kvalitet och effektivitet internt.

Riksbankens kommunikation ska bidra till att målet och visionen uppnås. Målet för Riksbankens verksamhet är att se till att inflationen förblir låg och stabil. En av våra huvuduppgifter är också att se till att betalningarna i ekonomin kan ske säkert och effektivt. Riksbankens vision är att vara bland de bästa när det gäller kvalitet, effektivitet och förtroende.

Riksbanken är en myndighet under riksdagen och kommunikationen ska därför möjliggöra granskning och utvärdering. Både allmänheten och uppdragsgivaren, riksdagen, ska på ett enkelt sätt kunna följa och granska Riksbankens arbete.

Kommunikationen ska dessutom bidra till den interna effektiviteten. Varje medarbetare måste ha den information som krävs för att kunna utföra sitt jobb och för att känna delaktighet och arbetsglädje. Alla medarbetare ska ha möjlighet att vara "ambassadörer" för Riksbanken.

Riksbankens kommunikation ska vara en integrerad del i Riksbankens verksamhet. Det innebär till exempel att kommunikationsplanering ska vara en del av verksamhetsplaneringen.

2 Målgrupper och kommunikationskanaler

2.1 Målgrupper

Målgrupperna för Riksbankens kommunikation är flera och inkluderar riksdagens ledamöter, företag, hushåll, banker och andra aktörer på de finansiella marknaderna, myndigheter, organisationer, medier och Riksbankens medarbetare.

^{*} Se vidare Särskild bilaga till Riksbankens kommunikationspolicy, Penningpolitisk kommunikation.

2.2 Kommunikationskanaler

Riksbankens viktigaste egna kanal för extern information till de olika målgrupperna är www.riksbank.se. Andra viktiga kanaler är rapporter om penningpolitik och finansiell stabilitet, tal, pressmeddelanden samt löpande dialog i olika former och forum med prioriterade målgrupper.

Riksbankens chefer på olika nivåer är ansvariga för att informera sina anställda om den egna verksamheten och om Riksbankens övergripande verksamhet. Banconätet är också en viktig kanal för intern information.

3 Riksbankens kommunikation - förhållningssätt

Riksbankens kommunikation ska vara *öppen, begriplig, saklig och aktuell*:

- All information ska vara tillgänglig såväl internt som externt med undantag för de begränsningar som följer av sekretessregler.
- För att Riksbankens verksamhet ska vara begriplig ska den beskrivas med ett enkelt och tydligt språk. Information från Riksbanken ska anpassas till målgruppernas behov och önskemål för att nå fram på bästa sätt.
- Den information som förmedlas ska vara relevant och saklig.
- Information som bedöms påverka de finansiella marknaderna ska offentliggöras så fort som möjligt.

Riksbanken har också en laglig skyldighet att på begäran av någon enskild lämna ut uppgifter ur en allmän handling om inte uppgifterna är sekretessbelagda. Riksbanken är också skyldig att lämna upplysningar som rör bankens verksamhetsområde.

Riksbankens alla anställda ska lägga stor vikt vid att vara öppna och uttrycka sig begripligt om bankens alla verksamheter såväl internt som externt. Alla målgrupper ska kunna förstå vad Riksbanken gör och varför. Det finns flera skäl till varför detta är viktigt. Folkligt stöd för Riksbanken är en grundläggande förutsättning för högt förtroende. Det gör det lättare för Riksbanken att nå målet om prisstabilitet och främja ett säkert och effektivt betalningsväsende. Riksbanken offentliggör därför prognoser och analyser som ligger till grund för beslut inom bankens verksamheter.

Riksbankens självständiga ställning ställer stora krav på att Riksbanken är öppen, begriplig, saklig och aktuell. Det underlättar extern granskning och utvärdering av Riksbankens verksamhet och möjliggör demokratisk insyn. Det blir då lättare att diskutera och utvärdera Riksbankens verksamhet även internt. Detta bidrar till kvalitet och effektivitet i organisationen.

4 Ansvar för information och kommunikation

Informationsansvaret är decentraliserat inom Riksbanken. Det innebär att respektive avdelningschef uttalar sig i frågor som handläggs inom avdelningen och att faktauppgifter lämnas av den berörda handläggaren. I övergripande frågor företräds banken av riksbankschefen eller någon annan direktionsledamot. Även informationschefen, presschefen och stabschefen kan uttala sig.

Det är bara direktionsens ledamöter som ger självständiga uttalanden om penningpolitik och finansiell stabilitet.

För att den externa kommunikationen ska vara väl samordnad ska alla kontakter med medier rapporteras till Riksbankens presstjänst.

I krissituationer samordnas informationsgivningen av informationssekreteriatet tillsammans med Riksbankens ledningsgrupp.

Information och kommunikation är ett chefsansvar. Cheferna ska ge sina medarbetare den information de behöver i det dagliga arbetet och se till att de är väl informerade om Riksbankens verksamhet. Information om Riksbankens vision, mål, strategier och värderingar utformas och sprids av direktionen och cheferna.

Alla medarbetare har ett ansvar för att själva hålla sig tillräckligt informerade för att kunna sköta och utveckla sitt arbete. Att dela med sig av kunskaper, idéer och synpunkter är viktigt för den interna kvaliteten och effektiviteten. Det är också viktigt för ett gott arbetsklimat.

Informationssekreteriatet:

- ger stöd i kommunikationsarbetet som internkonsulter,
- styr, samordnar och utvecklar informations- och kommunikationsinsatser samt
- ansvarar för att budskap, målgrupper, kanalval och tidpunkt för kommunikation planeras i samråd med direktionens ledamöter, avdelningschefer eller berörda experter.

Informationschefen ansvarar för att kommunikationspolicyn efterlevs.