



**SOLNA STAD**  
Stadsledningsförvaltningen

1 (7)

2009-06-16

# **Solna stad kommunicerar**

Kommunikationspolicy för Solna stad

## 1. Bakgrund

Solna stad är en av Sveriges främsta tillväxtkommuner med ett starkt näringsliv, rikt kultur- och idrottsutbud, utmärkta kommunikationer och god kommunal service. Fram till år 2025 beräknas staden växa från 65 000 till 80 000 invånare och från 65 000 till 80 000 arbetsplatser. För att möta tillväxten planeras och byggs sex nya stadsdelar med nya bostäder, arbetsplatser, samhällsservice, en ny nationalarena och ett nytt universitetssjukhus. Denna utveckling ställer krav på en utvecklad kommunikation med medborgare, företagare, besökare och medarbetare.

I dagens informationssamhälle ökar dessutom konkurrensen om uppmärksamheten i nya medier och nya kanaler. Det finns ständigt tillgång till lokal, nationell och global information och människor söker på egen hand information. Medborgarna efterfrågar också interaktivitet och att informationen är anpassad till de egna behoven. Dessa förutsättningar ställer krav på Solna stad att säkerställa att stadens kommunikation är tydlig, samstämmig och sker på mottagarens villkor. En väl fungerande kommunikation ger medborgare och andra intressenter en tydlig bild av Solna stad och stadens verksamheter samt goda möjligheter att påverka.

Syftet med kommunikationspolicyn är att beskriva Solna stads övergripande regelverk och förhållningssätt i kommunikationsfrågor. Den lägger en grund för det strategiska kommunikationsarbetet, men också för den dagliga kommunikationen med medborgare, företagare, besökare, medarbetare och andra intressenter. Policyn är stadsövergripande och ska brytas ner och omsättas i konkret handling i stadens olika verksamheter.

## 2. Syfte med Solna stads kommunikation

Solna stads interna och externa kommunikation utgår från stadens uppdrag. Den ska vara ett verktyg för att styra verksamheten mot de mål som kommunfullmäktige har slagit fast. Det handlar ytterst om att kommunikationen ska stödja visionen och de övergripande målen att Solna ska vara en attraktiv stad för boende, företagande och besökare. Kommunikationen ska också tillgodose medborgarnas rätt till god och effektiv samhällsinformation och därmed ge möjlighet till insyn, påverkan och delaktighet i staden och dess verksamheter.

En förutsättning för att staden ska kunna fullgöra sitt uppdrag är en väl fungerande intern kommunikation. Solna stad är en stor organisation med många medarbetare inom olika verksamheter. Det ställer krav på kommunikationen att bidra dels till dialog mellan verksamheter för att skapa en helhetssyn, dels till att skapa ett gott arbetsklimat. Det lägger en grund för att medarbetarna aktivt ska kunna bidra till verksamheternas utveckling och bli goda ambassadörer för Solna stad.

## 3. Övergripande mål för Solna stads kommunikation

Kommunikation är ett effektivt verktyg för att utveckla och driva verksamheten mot uppsatta mål. Därför ska kommunikation användas strategiskt och insatserna mätas och följas upp.

I Solna stad ska kommunikationen vara en naturlig del i verksamhetsplanering och beslut. Alla verksamheter ska följa upp och utvärdera de egna kommunikationsinsatserna i förhållande till de egna kommunikationsmålen. Uppföljningen ska ge stöd i planeringen av kommande insatser.

### **3.1 Mål för den externa kommunikationen**

- Solna stads kommunikation ska säkerställa att medborgarna har tillgång till information om de beslut som staden fattar och har möjlighet att påverka den demokratiska beslutsprocessen.
- Solna stads kommunikation ska säkerställa att medborgarna har tillgång till information om den service och de tjänster som staden tillhandahåller, har möjlighet att påverka den/dem och att jämföra olika alternativ.
- Solna stads kommunikation ska visa en positiv och enhetlig bild av Solna och därmed skapa förutsättningar för staden att behålla befintliga och attrahera nya kommuninvånare, företag, besökare och medarbetare.

### **3.2 Mål för den interna kommunikationen**

- Solna stads kommunikation ska säkerställa att medarbetarna har tillgång till den information som de behöver för att kunna fullgöra sina uppgifter i staden och ge möjlighet till dialog.
- Solna stads kommunikation ska säkerställa att medarbetarna känner sig delaktiga i Solna stads utveckling och har förståelse för hur det egna arbetet bidrar till såväl den egna enhetens mål som till stadens övergripande mål.
- Solna stads kommunikation ska bidra till att skapa en god sammanhållning i Solna stad, som i sin tur bidrar till att skapa arbetsglädje, delaktighet och engagemang hos medarbetarna.

## **4. Övergripande kommunikationsstrategi**

För att kunna uppfylla syftet och målen för Solna stads kommunikation krävs tydliga strategier och tillvägagångssätt. Dessa strategier är följande:

- Solna stad har ett integrerat synsätt på kommunikationen. Det innebär att staden arbetar strategiskt med att skapa en samstämd och enhetlig extern kommunikation, som långsiktigt skapar en tydlig bild av Solna stad.
- Solna stads kommunikation ska tydliggöra vilken service som medborgarna kan förvänta sig av staden för att säkerställa att rätt förväntningar skapas. Den ska också underlätta kundval genom att presentera kvalitativa mått som beskriver de olika alternativen.
- Solna stads kommunikationen ska stimulera till dialog och delaktighet. Det innebär att staden ska tydliggöra beslut, beslutsprocesserna och möjligheterna att påverka. Det innebär också att staden ska skapa förutsättningar för medborgarna och medarbetarna att ta ställning till hur stadens verksamheter fungerar och engagera sig i att förbättra den.
- Solna stad ska aktivt arbeta med media. Genom egna initiativ och kontakter med media kan information spridas om Solna stad och dess verksamheter.
- Solna stad ska arbeta med att förbättra tillgängligheten till stadens information genom olika kommunikationskanaler. En ökad tillgänglighet är viktigt för att under-

lätta för medborgarna att hitta information och att nyttja stadens tjänster.

– Solna stads interna kommunikation ska öka medarbetarnas kunskap om stadens helhetsuppdrag. Alla medarbetare ska ha kunskap om stadens övergripande mål och kunna omvandla dessa till konkreta åtgärder i sin egen verksamhet.

– Solna stads interna kommunikation ska i största möjliga utsträckning komma före extern kommunikation. Medarbetarna måste känna till beslut och förändringar som rör deras verksamhet för att kunna förmedla korrekt information och ge god service.

## 5. Målgrupper

För att Solna stad ska kunna kommunicera med omvärlden på ett framgångsrikt sätt krävs att målgrupperna är väldefinierade och att budskapen är anpassade till respektive målgrupps behov. Målgrupperna kan vara befintliga och/eller presumtiva och kan finnas både innanför och utanför Sveriges gränser.

Huvudmålgrupper för *Solna stads externa kommunikation* är stadens medborgare och brukare. Andra viktiga externa målgrupper är företag, besökare, massmedia, föreningar, organisationer, samarbetspartners, kommuner, landsting och myndigheter.

Huvudmålgrupperna för den *interna kommunikationen* är stadens medarbetare och förtroendevalda. Andra viktiga interna målgrupper är entreprenörer och fackliga organisationer.

## 6. Huvudbudskap

Solna stad har ett gemensamt huvudbudskap som är kärnan i kommunikationen med stadens målgrupper. Det ska brytas ner i konkreta budskap i stadens olika verksamheter eller vid särskilda kommunikationsaktiviteter:

*Solna är en framtidsstad i tillväxt, strategiskt belägen mellan Kungliga nationalstadsparkens lugn och storstadens puls. Här finns attraktiva bostäder, fantastiska livsmiljöer, framgångsrika företag, utmärkta kommunikationer, förstklassig samhällsservice och ett rikt kultur- och idrottsutbud. Solna har någonting att erbjuda alla, såväl boende som besökare och företagare.*

## 7. Kommunikationskanaler

Kommunikationskanaler är de olika vägar som Solna stad har till förfogande för att kommunicera. Ofta krävs en kombination av kanaler för att nå bästa resultat. Vilka kanaler som bör väljas beror på syftet med kommunikationen, målgruppen, budskapet och de resurser som står till förfogande. De främsta kommunikationskanalerna i staden är följande.

– *Det personliga mötet* ger möjlighet till delaktighet och inflytande och är därmed oftast den kanal som är bäst lämpad för att diskutera, förklara, förankra och lösa problem med ett mindre antal människor. Det innebär ett ömsesidigt utbyte av information mellan människor och ger möjlighet till dialog.

– *Solna stads externa webbplats, [www.solna.se](http://www.solna.se)*, är en viktig kanal för att snabbt sprida aktuell information till en stor grupp människor. Webben kan användas för interaktion, snabb återkoppling och för att ta del av synpunkter från stadens intres-

senter. Riktlinjer för webbplatsen, vägledning och råd, finns i dokumentet *Övergripande riktlinjer för webbplatsen solna.se*.

– *Medierna* har tre viktiga funktioner för Solna stad. De är granskare av verksamheten, informationsspridare och opinionsbildare. Det är därför viktigt att ha god beredskap för att möta mediernas krav på snabb respons och insyn.

– Solna stads *intranät* är, på samma sätt som webben, en effektiv kanal för att snabbt sprida och göra information tillgänglig för en stor grupp medarbetare. Det är också ett forum för interaktion och kommunikation medarbetare emellan. Intranätet bidrar även till samordning och styrning av staden.

Därutöver finns ett antal andra kommunikationskanaler och arbetsredskap, som används i staden. Det handlar om telefoni, e-post och skriftliga medier såsom broschyrer, tidningar, annonser, affischtavlor, publikationer, promemorior, brev med mera.

## **8. Ansvar och organisation**

Kommunfullmäktige beslutar om stadens övergripande styrdokument för kommunikation. Kommunstyrelsen har, genom sin stadsledningsförvaltningen, ansvar för att besluten verkställs, följs upp och utvärderas.

Stadsledningsförvaltningen har det övergripande ansvaret för utveckling, samordning och uppföljning av stadens kommunikation. Det omfattar också utveckling och samordning av gemensamma kontaktytor, såsom Solna stads webbplats, intranät och Solna Forum. Stadsledningsförvaltningen ska även vara ett stöd för förvaltningarna i kommunikationsarbetet.

Nämnder och förvaltningar ansvarar för kommunikationen om och från sin verksamhet. Ansvaret för kommunikation och information följer således verksamhetsansvaret. Ytterst ansvarig är förvaltningschefen. Varje förvaltning ska utse en kommunikationsansvarig, som ansvarar för förvaltningens interna och externa kommunikation och operativt driver de kommunikativa aspekterna i verksamheten.

De hel- och delägda kommunala bolagen har, enligt aktiebolagslagen, ansvar för verksamheten utifrån de direktiv som ägaren anger. Det är viktigt att bolagen har samma syn på kommunikationen som staden i övrigt.

Varje chef har kommunikationsansvar gentemot sina medarbetare. Varje medarbetare har rätt att få den information som behövs för att kunna sköta sitt arbete på bästa sätt. Det är också chefs ansvar att ge de fackliga organisationerna den information de behöver för att kunna ge stöd till sina medlemmar. I chefsuppdraget ingår även att underlätta kommunikation och kunskapsöverföring mellan olika personalkategorier och mellan avdelningar och enheter. Det ingår också att kontinuerligt inhämta medarbetarnas synpunkter.

Varje enskild medarbetare ansvarar ytterst själv för att ta del av den information som krävs för att kunna göra ett bra arbete. Det är varje medarbetares skyldighet att aktivt söka och sprida information.

De politiska partierna ansvarar för sin egen information och informationsspridning,

## 9. Grafisk profil

Solna stads kommunikation ska vara enhetlig och tydlig i sin utformning. Den grafiska profilen ger stadens verksamheter möjlighet att kommunicera utifrån sina mål och målgrupper, samtidigt som den tydligt signalerar tillhörigheten till Solna stad. Den grafiska profilen ska bidra till att skapa extern tydlighet och intern samhörighet.

Solna stads verksamheter ska vara Solna stad-profilerade, vilket innebär att verksamheterna ska följa den grafiska profilen. Den grafiska profilen beskriver hur staden använder logotypen, färger, bilder, typografi och grafiska element. En konsekvent använd grafisk profil stärker också intrycket av att staden arbetar professionellt. Den viktigaste gemensamma nämnaren i den grafiska profilen är Solna stads logotyp.

Riktlinjer för den grafiska profilen, vägledning och råd finns i handboken *Grafisk manual för Solna stad*.

## 10. Kriskommunikation

Lagen om kommuners och landstings åtgärder inför och vid extraordinära händelser i fredstid och höjd beredskap (2006:554) reglerar vad som gäller vid kriser. Med extraordinär händelse avses en händelse som avviker från det normala och som kan skada allvarliga samhällsfunktioner som kräver skyndsamma åtgärder.

I arbetet med beredskap inför en extraordinär händelse ingår krisinformation som en viktig del. Det uppstår ofta stora behov av information vid större kriser. Det ställer krav på att snabbt utnyttja och samordna stadens interna och externa kommunikation via de kontaktytor som lämpar sig bäst för den aktuella situationen. I detta sammanhang spelar webbplatsen [www.solna.se](http://www.solna.se) och intranätet en nyckelroll. Även medierna har en viktig roll vid kriser och därför bör medierelationer prioriteras i en krissituation.

En krissituation ställer extra höga krav på beslutsförmåga och möjligheter till snabb och tydlig kontakt. Beroende på krisens omfattning kan det därför vara nödvändigt att frånga ordinarie roll- och ansvarsfördelning.

- Vid kriser av begränsad omfattning vilar ansvaret för hantering av krisen och kris-kommunikationen hos varje nämnd och bolag.
- Vid kriser av större omfattning har stadsledningsförvaltningen ansvar för samordning av krishantering och kriskommunikation. Det gäller i de fall, då krisen inte är så omfattande att kommunstyrelsen har övergått i en krisledningsorganisation, men då samordning krävs.
- Vid kriser av mycket större omfattning eller extraordinära händelser aktiverar Solna stad sin krisledningsorganisation. Då ingår stadsledningsförvaltningens kommunikationsansvariga, som en enhet inom ledningsorganisationen med ansvar för kris-kommunikationen.

## 11. Lagar som reglerar kommunikationsarbetet

Solna stads kommunikation följer det som är reglerat i lagstiftningen. De lagar som särskilt berör kommunikationsarbetet är bland annat Förvaltningslagen, Tryckfrihetsförordningen – *med offentlighetsprincipen och meddelarfriheten*, Yttrandefrihetsgrundlagen, Sekretesslagen, Personuppgiftslagen och Upphovsrättslagen.

### Förvaltningslagen

Enligt serviceskyldigheten i Förvaltningslagen är kommunen skyldig att ge allmänheten god kunskap om hur kommunen styrs och vilka möjligheter som finns att påverka före beslut.

### Yttrandefrihet och meddelarfrihet

Yttrandefriheten innebär att varje medborgare ska kunna förmedla information och uttrycka sina tankar och åsikter i tal, skrift eller bild. Meddelarfriheten innebär att alla har rätt att lämna uppgifter till media med avsikten att de ska publiceras. Journalisten som tagit emot uppgifterna får inte avslöja källan om denna vill vara anonym och myndigheter har heller inte rätt att efterforska vem som lämnat uppgifterna.

### Offentlighetsprincipen

Offentlighetsprincipen innebär att alla myndigheter är skyldiga att lämna ut en allmän handling, så snart det är möjligt, till den som begär det, såvida handlingen inte är sekretessbelagd. En handling räknas som allmän om den är inkommen till eller upprättad hos myndigheten. Med inkommen menas att handlingen inkommit via post, e-post eller på annat vis. Offentlighetsprincipen regleras i Tryckfrihetsförordningen, som är en av Sveriges fyra grundlagar. Staden kan endast vägra att lämna ut en handling om det finns stöd för detta i Sekretesslagen.

### Personuppgiftslagen (PUL)

Lagen syftar till att värna den personliga integriteten. PUL förbjuder att namn och andra personuppgifter, i såväl text som bild, läggs ut på Internet, om inte berörd person har gett sitt samtycke skriftligt eller muntligt.

Sedan den 1 januari 2007 gäller en förenklad reglering för viss behandling av personuppgifter. De flesta bestämmelserna i personuppgiftslagen behöver inte tillämpas när man behandlar personuppgifter i ostrukturerat material, till exempel löpande text. Det kan vara fråga om texter som publicerats på webbsidor. En sådan publicering av personuppgifter är tillåten utan andra restriktioner än att behandlingen inte får kränka den registrerade.

För att den förenklade regleringen ska kunna tillämpas får materialet dock inte ingå i eller vara avsett att ingå i ett dokument- eller ärendehanteringssystem eller någon annan databas.

### Sekretesslagen

Denna lag innehåller bestämmelser om tystnadsplikt i det allmännas verksamhet och om förbud att lämna ut allmänna handlingar. I sistnämnda hänseende innefattar bestämmelserna begränsning i den i tryckfrihetsförordningen stadgade rätten att ta del av allmänna handlingar

### Upphovsrättslagen

Annans rätt till text och bild får inte kränkas. Det är exempelvis inte tillåtet att kopiera text, bild eller ljud från andra webbsidor utan upphovsmannens medgivande.