



HELSINGBORG

2008-10-22
POLICY
DNR:680/2007
SID 1(6)

Kommunikations- policy

PROGRAM PLAN **POLICY** RIKTLINJER

Helsingborgs stads styrdokument

Aktiverande

syftar till förändring och utveckling

PROGRAM – anger långsiktiga ambitioner och viljeinriktningar

PLAN – anger konkreta åtgärder, tidsramar och ansvar

Normerande

reglerar befintlig verksamhet och vårt förhållningssätt till en given situation

POLICY – anger principer och vägledning

RIKTLINJE – anger absoluta gränser och ska-krav

Beslutat av: Kommunfullmäktige

Datum: 22 oktober 2008

Dokumentet gäller för: Alla nämnder och förvaltningar

Dokumentansvarig: Kommunikationsavdelningen vid
stadsledningsförvaltningen



Kommunikationens värden

Kommunikation ger kunskap, skapar dialog och engagemang. Med hjälp av ett strategiskt kommunikationsarbete har vi bättre förutsättningar att nå våra verksamhetsmål, både på stadsgemensam- och förvaltningsnivå. Beslut får snabbare och bättre genomslag. Kommunikation är alltså en avgörande framgångsfaktor i det kommunala arbetet. Dessutom är kommunikation avgörande för att medborgarna ska kunna ta tillvara sina rättigheter och skyldigheter, för att de ska kunna nyttja, påverka och bidra i utvecklingen av Helsingborgs stad.

Tillgänglig, tydlig och relevant information underlättar för den enskilde att ta till sig innehållet i kommunala beslut och verksamheter. Men kommunikation är inte bara utbyte av information vid enskilda tillfällen. Kommunikation är en process som kräver att man för en ständig dialog med målgruppen och är lyhörd inför dess behov och upplevelser av stadens tjänster. Kommunikation bidrar till delaktighet och föder engagemang. Kommunikation är en förutsättning för demokrati.

Denna policy visar inriktning samt ger direktiv för hur vi kommunicerar i Helsingborgs stad. Samtidigt syftar den till att generera värden och lyfta dialogens betydelse både internt och externt.

Ett strategiskt verktyg för Helsingborgs stad

Kommunikation är ingen isolerad del av kommunens verksamhet utan ett viktigt strategiskt verktyg för att uppfylla kommunfullmäktiges övergripande mål. Kommunikationsarbetet bidrar till att utveckla, förmedla och förankra verksamheternas idéer och mål. Det innebär att såväl anställda som politiker alltid ska beakta kommunikationsaspekten i arbetet samt under hela beslutsprocessen. Kommunikationens roll ska tydliggöras och integreras i den årliga verksamhetsplaneringen, i styrkortet och finnas med i budget och årsredovisningar.

All information ska ha en tydlig avsändare, som inte lämnar några tvivel om att det är Helsingborgs stad som ansvarar för informationen. Oavsett medium ska Helsingborgs stads grafiska manual följas. En visuell konsekvens i informations- och kommunikationsarbetet både underlättar för målgruppen och stärker vår profil.

Genom aktiv och planerad kommunikation förmedlar vi en entydig bild av Helsingborgs stad, vilket i sin tur bidrar till att stärka stadens varumärke.

Det kommunikativa arbetet ska ske i linje med stadens varumärke.

Intern information och kommunikation

En välinformerad medarbetare har lättare att känna delaktighet, motivation och ansvar än en som är mindre informerad. Välinformerade medarbetare upplever oftare att de kan påverka och känner mer engagemang i sitt arbete.



Medarbetare är stadens budbärare

Stadens verksamhet bygger till stora delar på mänskliga möten. Medarbetarna i Helsingborgs stad har en viktig roll som kunskapsbärare och representanter för verksamheten. En förutsättning för att nå hög kvalitet i kommunikationen med helsingborgarna är därför att stadens medarbetare har tillgång till aktuell information om verksamheten och dess mål.

Alla medarbetare har ett personligt ansvar att upprätthålla goda förutsättningar för kommunikation med sina kollegor. Medarbetare har också ansvar att hålla sig informerade och att informera andra, om sådant som är av betydelse för de egna arbetsuppgifterna och det egna verksamhetsområdet.

Chefer har ett särskilt ansvar

Chefer har ett särskilt stort ansvar att förse medarbetare med relevant information. Det är viktigt att skapa goda förutsättningar för kommunikation. Chefer ska inspirera till dialog, delaktighet och samverkan mellan medarbetare. Det är chefernas ansvar att resurser avsätts för kommunikation.

Chefer i Helsingborgs stad ansvarar också för att tydliggöra för den enskilda medarbetaren hur dennes uppdrag förhåller sig till den egna verksamhetens mål och strategier samt till Helsingborgs stads övergripande mål. Chefer ska även verka för dialog mellan verksamheter och för att öka medarbetarnas kunskap om kommunens totala arbete.

Extern information och kommunikation

Rättsliga grunder

Lagar och rättstraditioner ställer höga krav på vår information. Informationen ska skapa möjligheter för medborgarna att delta i den demokratiska processen och beskriva den service som staden erbjuder. Offentlighetsprincipen ålägger myndigheter att så snart som möjligt låta den som önskar ta del av innehållet i offentliga handlingar. Förvaltningslagen ålägger kommunen att så snart som möjligt lämna upplysningar, vägledning och annan hjälp till enskilda samt att vara tillgänglig för allmänheten i största möjliga utsträckning. Personuppgiftslagen, Sekretesslagen och meddelarfriheten är andra exempel som styr över kommuners kommunikationsarbete.

God kommunikation skapar trovärdighet

Kommunen har alltså enligt lag skyldighet att tillhandahålla information, men Helsingborgs stad vill göra betydligt mer än så!

Staden ska i alla lägen eftersträva lättillgänglighet, tydlighet och aktualitet i sin kommunikation. All kommunikation ska därtill anpassas efter målgruppens förutsättningar, behov och önskemål. Såväl innehållsmässigt och språkligt som i val av informationskanaler.



Grunden är att information från Helsingborgs stad ska bygga på saklighet och fakta. I den mån bolag och förvaltningar önskar kommunicera värderingar ska dessa tydligt kunna härledas till källan. I tillfälle ett bolag eller en förvaltning avser marknadsföra en företeelse eller ett fenomen ska syftet med informationen/kommunikationen tydligt framgå för medborgaren, medelst val av medium/kanal, utformning, formuleringar eller muntliga förklaringar. För bibehållen trovärdighet i det dagliga informationsarbetet krävs en hög integritet i marknadsföring av kommunen och dess verksamheter.

Helsingborgs stad ska också sträva efter att i alla sammanhang vara förutseende och proaktiv i sitt kommunikationsarbete.

Kontakter med massmedia

Medierna spelar som förmedlare av information, opinionsbildare och inte minst granskare av den kommunala verksamheten en viktig demokratisk roll. Sammantaget utgör medierna också en ovärderlig kanal till medborgarna som Helsingborgs stad i största möjliga mån ska tas tillvara, särskilt då det förs fram kritiska åsikter om verksamheten. En öppenhet i kommunikationen stärker stadens trovärdighet medan tystnad undergräver den. Chefer ska verka för att anställda betraktar massmedia som en möjlighet att nå medborgarna med kunskap och information samt för att öka förståelsen inför medias roll.

Stadens kontakter med massmedia ska genomsyras av respekt, förståelse, öppenhet och serviceanda. I relationen med journalister bör vi vara korrekta, sakliga och professionella.

Så långt som möjligt är det verksamhetsansvarig som ska svara på medias frågor om den egna verksamheten. Journalister ska snabbt komma i kontakt med den eller de medarbetare som har ansvar och/eller kompetens i frågan.

Yttrandefriheten ger alla rätt att ge upplysningar samt uttrycka tankar, åsikter och känslor i medier. Alla är däremot inte skyldiga att göra det. Om en medarbetare väljer att avstå ska denne verka för att journalisten snarast får kontakt med ansvarig chef.

Helsingborgs stads ambition, att genom medierna kommunicera med medborgarna, kräver att stadens organisation har beredskap för att kommunicera händelser som har stort allmänintresse och därmed får stor uppmärksamhet i media.

Kommunikation i kris

Vid en kris ställs extra höga krav på en god kommunikation med medborgare och anställda. Vid en kris gäller samma principer som ovan men med skillnaden att man måste agera extra snabbt, ha högre krav på tydlighet, kunna kommunicera empatiskt och ta ansvar gentemot drabbade. Ansvarig för stadens krisinformationsorganisation är kommunikations och utvecklingsavdelningen vid kommunstyrelsen.



Genomförande och ansvar

Kommunstyrelsens förvaltning, kommunikations- och utvecklingsavdelningen, har det övergripande ansvaret att tillse att kommunikationspolicyn i alla dess delar efterlevs.

