

Kommunikationspolicy för Västerås stad

Antagen av kommunfullmäktige 12 februari 2009



program



policy



handlingsplan



riktlinje



VÄSTERÅS STAD



program	uttrycker värdegrunder och förhållningssätt för arbetet med utvecklingen av Västerås som ort inklusive koncernen Västerås stad
policy	uttrycker värdegrunder och förhållningssätt för arbetet i koncernen Västerås stad
handlingsplan	anger strategier och konkreta åtgärder för att nå den politiska viljeinriktningen och fastställda mål på olika nivåer i organisationen
riktlinje	säkerställer ett riktigt agerande och en god kvalitet i handläggning och utförande i koncernen Västerås stad



Kommunikationspolicy för Västerås stad

1. Inledning

Västerås stad är en demokratiskt styrd organisation som är till för västeråsarna. Organisationen är kunskapsintensiv vilket ställer höga krav på sättet att kommunicera. Även vissa lagar, till exempel sekretesslagen, påverkar vad och hur vi kommunicerar. Kommunikationspolicyn ska vara ett komplement till Västerås stads övriga styrdokument.

Syftet med kommunikationspolicyn är att skapa en gemensam syn på kommunikationsfrågorna och att detta i sin tur ska präglade beteendet hos organisation och medarbetare.

Traditionellt kallas området information (envägs), men allt oftare handlar det om kommunikation (tvåvägs). Båda begreppen används ibland synonymt.

Västerås stad kommunicerar med tre olika perspektiv:

- Som en **offentlig och demokratisk organisation** ska Västerås stad informera om sådant som berör västeråsare, direkt eller indirekt. Informationen ska anpassas till respektive målgrupp. Den ska ges i god tid, helst redan innan beslut fattas. Information ska också ges om hur det demokratiska systemet fungerar.
- Som **arbetsgivare** ska staden ge medarbetare tillgång till den information de behöver för att de ska kunna utföra sitt arbete på ett bra sätt. Informationen ska bidra till delaktighet, engagemang och ansvar. Speciell information ska finnas tillgänglig för personer som i framtiden kan tänka sig att söka arbete inom Västerås stad.
- Som **marknadsförare** av staden och dess verksamheter, ska både samhällsinformation och marknadsföringsinformation från stadens konkurrensutsatta verksamheter presenteras på ett professionellt sätt. Den övergripande avsändaren ska vara Västerås stad.

2. Värdegrund

En gemensam värdegrund för kommunikationsarbetet ska genomsyra medarbetarnas förhållningssätt och känneteckna den information som lämnas ut. För att lyckas med detta ska ledning och medarbetare arbeta långsiktigt och konsekvent utifrån kommunikationspolicyn. Kommunikation ska vara en naturlig och integrerad del av verksamheten. Den ska skapa engagemang hos västeråsare och medarbetare. Västerås stad ska kommunicera med västeråsarna, vara lyhörda för deras åsikter och ta tillvara deras synpunkter.

2.1 Förhållningssätt

Kommunikationsarbetet ska stödja verksamheten och bidra till att verksamhetsmålen uppfylls. All information från Västerås stad ska kännetecknas av så stor öppenhet som möjligt.

Utgångspunkter

- Informationen från Västerås stad ska omfattas av god etik och inte vara kränkande mot någon.
- Kommunikationsarbetet ska bedrivas på ett aktivt och offensivt sätt. Det ska vara proaktivt, väl planerat och nära kopplat till beslut som fattas inom organisationen.
- Det är målgruppen som ska styra valet av informationskanal, tidpunkt, form och språk. Mottagarnas behov och förutsättningar ska vara vägledande.
- Informationsmottagarna ska - i möjligaste mån - kunna välja den kontaktväg som passar dem bäst.
- Kommunikationsarbetet ska bidra till att varumärket *Västerås stad* stärks.
- Den interna kommunikationen ska ge medarbetare kunskap och delaktighet i syfte att skapa ett öppet och serviceinriktat förhållningssätt.
- Alla chefer och medarbetare är ambassadörer för Västerås stad i sitt dagliga arbete.
- Medarbetare ska själva ta initiativ till att söka information. De har också ett ansvar att dela med sig av information till kolleger och chefer.
- Kommunikationsarbetet ska bidra till att skapa stolthet över Västerås stad som arbetsgivare.

2. 2 Kännetecken - vad information ska kännetecknas av

Informationen ska rikta sig till rätt målgrupp. Den ska komma i rätt tid och vara utformad på lämpligt sätt. Det innebär att information från Västerås stad ska vara *tillgänglig, saklig och begriplig*. Detta gäller såväl den externa som den interna informationen.

Tillgänglig

Västerås stads kommunikationsarbete utgår ifrån grundlagsfästa rättigheter om yttrandefrihet och offentlighet.

I kontakt med allmänheten innebär tillgänglighet att kommunen och dess medarbetare ska vara lyhörda och serviceinriktade. De ska underlätta för den som vill söka och få del av information. Det ska vara enkelt att få reda på var informationen finns. Informationen ska förmedlas så snabbt som möjligt och kommunikation med berörda målgrupper ska i möjligaste mån ske i god tid innan beslut eller genomförande. Detta för att främja inflytande, dialog och delaktighet.

Det ska vara känt inom organisationen vilka som kan uttala sig för Västerås stads räkning i olika frågor. De informationskanaler som används ska vara kända och förankrade.



Saklig

Informationen ska vara saklig och den ska ge en så allsidig och komplett bild som möjligt. Det innebär att den ska vara pålitlig, korrekt och den ska präglas av kunskap om ämnet. För att uppnå detta är det av vikt att den person som uttalar sig är väl insatt i det som informationen gäller. Vid skriftlig kommunikation ska det tydligt framgå vem som är avsändare.

Komplicerade sammanhang ska förklaras ordentligt – allt för att undvika missförstånd. Det ska klart framgå om det som sägs är en privat åsikt eller Västerås stads officiella.

Begriplig

Informationen ska vara lätt att förstå och den ska anpassas vad gäller innehåll, språk och form utifrån de mottagare man vill nå eller utifrån de mottagare som efterfrågar information. Kommunikation med målgrupper ska ske på de platser och via de informationskanaler som passar mottagarna bäst.



VÄSTERÅS STAD

Stadsledningskontoret • 721 87 Västerås
Telefon: 021-39 00 00 • www.vasteras.se