

Policy



BESLUTSDATUM: 2020-10-07
BESLUT AV: Direktionen
ANSVARIG AVDELNING: STA/KOM
FÖRVALTNINGSANSVARIG: Ann-Leena Mikiver

Senast granskad: 2020-07-30

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 2020-01044

Riksbankens kommunikationspolicy

1. Kommunikationsmål, syfte och målgrupper

Kommunikation är ett viktigt strategiskt verktyg i Riksbanken. Denna policy ska säkerställa att Riksbankens kommunikation är tydlig, genomtänkt och förtroendeskapande. Målen för Riksbankens kommunikation är att:

- Ge Riksdagen, allmänheten och medierna möjlighet att förstå, granska och utvärdera Riksbankens arbete.
- Bidra till en god kunskap och därigenom ett högt förtroende för Riksbankens verksamhet, analys och policybeslut.
- Ge medarbetarna relevant information så att de kan utföra sitt arbete, känna delaktighet, arbetsglädje och motivation.

Syftet är att förklara hur och varför Riksbanken arbetar med sina två huvuduppdrag – att pengar ska behålla sitt värde och att företag och hushåll ska kunna lita på att det finansiella systemet fungerar väl. En genomtänkt kommunikation bidrar också till hög analytisk kvalitet och intern effektivitet.

Riksbanken har många målgrupper med olika behov – alltifrån Riksdagen som i egenskap av uppdragsgivare behöver stor insyn, medierna som granskar och allmänheten som behöver ha generell kunskap. Andra behöver mer specifik information, t ex finansiella aktörer, myndigheter, forskare, näringsliv, arbetsmarknadens parter och, inte minst, Riksbankens egna medarbetare. Riksbanken är också aktiv internationellt och kommunicerar ofta med andra centralbanker och organisationer.

2. Riksbankens kommunikation – förhållningsätt

Riksbanken beslutar bland annat om styrräntan och andra penningpolitiska åtgärder, övervakar det finansiella systemet, ser till att betalningar kan ske säkert och effektivt och tillhandahåller pengar i samhället – det vill säga frågor som påverkar de flesta

svenskar på något sätt. Det är därför viktigt att både lyssna på sina målgrupper och kommunicera trovärdigt med ett språk och format som fångar den breda allmänhetens intresse och som når ut brett i olika kanaler.

Eftersom Riksbanken har en hög grad av oberoende är det särskilt viktigt att kommunikationen är öppen så att beslut kan granskas och utvärderas. Detta bidrar till ett fortsatt högt förtroende för Riksbanken. Öppenhet bidrar till hög kvalitet, intern effektivitet och väl underbyggda beslut. Ledorden för Riksbankens kommunikation är:

- **Öppen.** Information ska vara lättillgänglig såväl internt som externt med de begränsningar som följer av offentlighets- och sekretesslagstiftningen¹. Om möjligt ska kommunikation först ske internt. Om den bedöms vara marknadspåverkande ska den kommuniceras internt och externt samtidigt.
- **Tydlig.** Riksbankens roll och motiv för beslut ska kommuniceras tydligt. Riksbankens kommunikation ska vara begriplig, saklig, relevant och väl underbyggd. Riksbanken ska använda ett enkelt och tydligt språk anpassat till målgruppernas behov och önskemål.

2.1 Särskilt om den penningpolitiska kommunikationen

Kommunikation är också ett viktigt verktyg för att bedriva penningpolitik. Genom att tydliggöra sitt sätt att resonera kan Riksbanken underlätta för målgrupperna att förutse och agera utifrån de penningpolitiska avvägningarna. På det sättet blir penningpolitiken mer effektiv.

Eftersom den penningpolitiska informationen är marknadspåverkande ska Riksbanken följa en tydlig kommunikationsprocess. På så sätt får samtliga målgrupper likvärdiga möjligheter att informera sig om penningpolitiken. Riksbanken ska därför i god tid informera om tidpunkterna för direktionens ordinarie penningpolitiska sammanträden. I anslutning till dessa ska Riksbanken ge sin syn på det ekonomiska läget och vilken penningpolitik som bedöms lämplig. Direktionen kan även fatta penningpolitiska beslut mellan ordinarie möten. När och hur detta ska kommuniceras beslutas i så fall vid varje enskilt tillfälle.

Riksbanken ska kommunicera direktionens beslut senast dagen efter det penningpolitiska sammanträdet. Det sker normalt genom pressmeddelande och presskonferens. Därefter sker en rad andra kommunikationsinsatser för att säkerställa att vi når viktiga målgrupper. Cirka tio dagar efter ordinarie penningpolitiskt möte publiceras ett protokoll som redovisar diskussionen vid sammanträdet.

¹ I tryckfrihetsförordningen och yttrandefrihetsgrundlagen finns bestämmelser om meddelarfrihet i förhållande till medier. Yttrandefriheten och meddelarfriheten är en grundval för ett fritt samhällsskick och skapar förutsättningar för en god genomlysning och kontroll av Riksbankens verksamhet. Riksbanken omfattas också av offentlighetsprincipen - uppgifter ur en allmän handling ska lämnas ut på förfrågan under förutsättning att de inte är sekretessbelagda och Riksbanken ska ge upplysningar som rör bankens verksamhetsområden. Även GDPR-lagstiftning kan ha bäring på kommunikation och behöver efterföljas.

Direktionsledamöterna ska namnges så att det enkelt går att följa hur de argumenterade och röstade. Utöver detta finns även lagkrav kring redogörelser till Riksdagen.

De penningpolitiska besluten påverkar samhället som helhet. Därför ska stor vikt läggas vid att kommunicera dessa beslut i olika delar av landet med hjälp av lokala arrangörer som företräder viktiga målgrupper.

2.2 Särskilt om kommunikationen kring finansiell stabilitet

När det gäller finansiell stabilitet är kommunikationen central i arbetet med att såväl förebygga som hantera finansiella kriser. För att målgrupperna ska kunna bilda sig en uppfattning om risker och motståndskraft i det finansiella systemet kommunicerar Riksbanken sin syn på dessa risker både nationellt och internationellt. Riksbanken har också till uppgift att sprida kunskap om nationella och internationella regleringar och ger sin syn på dessa.

Riksbankens direktion ska regelbundet ge sin bedömning av den finansiella stabiliteten i Sverige och lyfta fram viktiga finansiella stabilitetsrisker samt vid behov rekommendera åtgärder för att motverka dessa risker. Riksbanken ska även verka för att finansiella regelverk och tillsyn, såväl i Sverige som internationellt, skapar förutsättningar för ett effektivt och stabilt finansiellt system. På så sätt kan Riksbanken förebygga hot mot den finansiella stabiliteten. Riksbanken ska så öppet och tydligt som möjligt kommunicera sina bedömningar och analyser av det finansiella systemets stabilitet, så länge informationen inte faller under sekretess.

När det råder oro eller kris i det finansiella systemet bör Riksbanken mer proaktivt kommunicera övergripande bedömningar av den finansiella stabiliteten. Då kan kommunikationen i högre utsträckning behöva samordnas med andra myndigheter, i synnerhet Finansinspektionen och Riksgälden, samt med Finansdepartementet.

2.3 Särskilt om direktionsledamöternas externa kommunikation

Direktionsledamöterna är tillsatta på individuella mandat men fattar beslut kollektivt. Det ställer höga krav på tydlighet när Riksbankens beslut kommuniceras. Ledamöterna ska därför:

1. **Kommunicera såväl Riksbankens syn som sina egna ståndpunkter.**
Direktionsledamöterna ska ta gemensamt ansvar för att sprida kunskap om Riksbankens syn, uppgift och verksamhet. Ledamöterna ska även fritt och med hög integritet föra fram sina egna ståndpunkter i den ekonomiska debatten. I perioden mellan direktionsmöte och publicering av det penningpolitiska protokollet ska enbart Riksbankens beslut kommuniceras.
2. **Inte föregripa sitt eget eller direktionsens framtida beslut.**
När det penningpolitiska protokollet har publicerats kan ledamöterna redogöra för sina personliga avvägningar bakom beslut och prognoser. De kan till exempel kommentera ny statistik och relatera den till den tidigare prognosen samt redogöra för beslutsunderlaget - det vill säga vilka variabler som alltid är viktiga och vilka som kan vara särskilt viktiga vid den aktuella tidpunkten. De ska däremot inte föregripa sitt eget eller direktionsens framtida beslut.

3. **Undvika politiska påtryckningar.** Riksbankens direktion ska vara partipolitiskt obunden. För att värna förtroendet för Riksbanken är det viktigt att ledamöterna undviker att utsätta sig för politisk påtryckning. Däremot är det viktigt att direktionen kan delta aktivt i den samhällsekonomiska debatten. Ledamöterna ska visa stor öppenhet för samtal och möten med viktiga målgrupper och ge bred tillgång till information.
4. **Eftersträva att delta i externa framträdanden som är öppna för medier**
Direktionsledamöternas externa framträdanden ska normalt vara öppna för medierna och annonseras på Riksbankens webbplats. Samtidigt behöver Riksbankens direktion ha möjlighet till dialog med olika målgrupper, även i sammanhang som inte omfattar media. Direktionsledamöterna ska dock inte ge ny information vid dessa möten.
5. **Avstå från makroekonomiska uttalanden före penningpolitiska beslut.**
Direktionsledamöterna bör sju dagar före ett beslut normalt avstå från offentliga uttalanden och möten med externa parter som berör den makroekonomiska utvecklingen eller penningpolitik. I annat fall ska ledamöterna samråda med kommunikationschefen och informera övriga ledamöter om sitt beslut.
6. **Sträva efter att uttrycka sig tydligt och kortfattat om sin avvägning.**
De penningpolitiska protokollen är viktiga dokument som ska möjliggöra granskning av direktionens arbete. De ska återge vad som sagts på mötet. För att underlätta granskningen bör ledamöterna uttrycka sig kortfattat, tydligt och med fokus på sina egen avvägningar.

3. Ansvar för kommunikation

Intern kommunikation är ett chefsansvar. Den interna kommunikationen ska öka förståelsen och engagemanget för verksamheten internt. Cheferna ska ge sina medarbetare den information de behöver och se till att de är väl informerade om Riksbankens verksamhet som helhet. De har även ett ansvar att hålla andra avdelningar informerade om större frågor inom sitt område. Direktionen och cheferna har ett gemensamt ansvar för att informera om Riksbankens vision, mål, strategier och ledord. Kommunikationsenheten samordnar kommunikationen, ansvarar för mediekontakter, producerar innehållet i Riksbankens digitala kanaler och ansvarar för Riksbankens officiella konton i sociala medier.

Medarbetarna ansvarar för att själva hålla sig informerade för att kunna sköta och utveckla sitt arbete. Att dela med sig av kunskaper, idéer och synpunkter är viktigt för den interna kvaliteten, effektiviteten och för ett gott arbetsklimat.

Tydlig och öppen extern kommunikation förutsätter god intern samordning. Den externa kommunikationen ska planeras i samarbete med kommunikationsenheten.

När det gäller extern kommunikation är ansvaret att svara på frågor från allmänheten och medierna decentraliserat. Respektive avdelningschef svarar på frågor som rör

avdelningen medan handläggarna uttalar sig i respektive expertfråga och lämnar faktauppgifter.

I övergripande frågor är riksbankschefen, någon annan direktionsledamot, stabschefen eller kommunikationschefen talesperson. Även presschefen eller presstjänsten kan uttala sig. Det är dock bara direktionens ledamöter som ska kommunicera självständiga slutsatser om penningpolitik och finansiell stabilitet för Riksbankens räkning.

I krissituationer är samstämmiga besked särskilt viktiga. Kommunikationschefen ansvarar då för samordning av kommunikationen i samråd med Riksbankens krisledning. Kommunikationschefen ansvarar för samordning med övriga myndigheters kommunikation.

4. Kommunikationskanaler

Riksbanken använder många kommunikationskanaler, digitala såväl som fysiska möten, seminarier, paneler mm. Innehåll, språk och form ska alltid vara anpassat efter målgruppens behov och gärna uppmuntra till dialog.

Riksbankens viktigaste egna kanal för extern digital information är www.riksbank.se. Här ska tal, prognoser, analyser, rekommendationer, pressmeddelanden, publikationer och protokoll publiceras². Riksbanken producerar även innehåll i sina sociala medier som då kan anpassas bättre efter de målgrupper som finns här. Även medarbetare kan vara aktiva i sociala medier men det bör tydligt framgå i vilken roll man kommunicerar. Medarbetare ska beakta att man även i privata kanaler kan uppfattas som företrädare för sin arbetsgivare. Medierna är, som granskare och även uttolkare av beslut, både en målgrupp och en central kanal för att öka allmänhetens förståelse för Riksbanken.

5. Efterlevnad och beredningsansvar

Kommunikationschefen leder arbetet med Riksbankens kommunikation, med målet att den ska vara öppen och tydlig samt bidra till ett högt förtroende. Direktionen har delegerat ansvaret att följa upp kommunikationspolicyn till kommunikationschefen.

² En extern nyhetstjänstleverantör används också för att säkerställa samtidig informationsgivning.