

KOMMUNIKATIONSPOLICY

BESLUTSDATUM:	2024-12-10
BESLUT AV:	Direktionen
ANSVARIG AVDELNING:	Stabsavdelningen
FÖRVALTNINGSANSVARIG:	Kommunikationschef
DIARIENUMMER:	2024-01010
HANTERINGSKLASS:	ÖPPEN

Kommunikationspolicy

Innehåll och syfte

Denna policy syftar till att förklara hur Riksbanken arbetar med sin kommunikation för att nå sitt mål och utföra sina uppdrag – att hålla inflationen låg och stabil, att se till att det finansiella systemet fungerar väl och att det går att betala säkert och effektivt.

Policyn beskriver Riksbankens övergripande kommunikationsmål, målgrupper, hur den penningpolitiska kommunikationen går till, liksom för övriga lagstadgade uppdrag¹. Ansvar, roller och kanaler vid såväl intern som extern kommunikation beskrivs samt hur direktionen ska agera i sin externa kommunikation.

Målgrupper för denna policy är alla som vill förstå hur kommunikationen planeras och genomförs i Riksbanken.

Riksbankens kommunikationspolicy ses över en gång om året.

¹ De viktigaste budskapen beror på den aktuella sakfrågan och hanteras under beredningen av denna. Strategisk färdriktning och prioriteringar beskrivs i Verksamhetsplaneringen och Kommunikationsstrategin.

Innehållsförteckning

Kommunikationspolicy	1
Innehåll och syfte	1
1 Inledning	3
1.1 Mål för Riksbankens kommunikation	3
1.2 Målgrupper för Riksbankens kommunikation	3
2 Riksbankens kommunikation	3
2.1 Den penningpolitiska kommunikationen	3
2.2 Kommunikation om finansiell stabilitet, betalningar och kriskommunikation	4
2.3 Direktionsledamöternas externa kommunikation	5
3 Kommunikationskanaler	6
4 Roller och ansvar	6
5 Efterlevnad	7
6 Ikraftträdande och övergångsbestämmelser	7

1 Inledning

1.1 Mål för Riksbankens kommunikation

Målen för Riksbankens kommunikation är att bidra till ett högt förtroende genom att

- ge allmänheten, riksdagen, och medierna möjlighet att förstå, granska och utvärdera Riksbankens arbete
- ge finans- och arbetsmarknadens aktörer möjlighet att förstå de analyser och avvägningar som har gjorts inför varje beslut
- ge medarbetarna relevant information så att de kan utföra sitt arbete, känna delaktighet, arbetsglädje och motivation.

1.2 Målgrupper för Riksbankens kommunikation

Riksbanken har många målgrupper med olika behov – alltifrån vår uppdragsgivare riksdagen som behöver stor insyn, medierna som granskar oss och allmänheten som behöver ha generell kunskap om vårt arbete och våra beslut. Andra behöver mer specifik information om olika beslut och avvägningar, till exempel 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

Riksbankens beslut påverkar såväl samhällsekonomin som människors privatekonomi. Därför är det viktigt att vi deltar i samhällsdebatten, lyssnar och svarar på frågor. Eftersom Riksbanken har en hög grad av oberoende är det särskilt viktigt med hög transparens. Riksbanken har därför två ledord för sin kommunikation:

Öppen. Underlag och beslut ska kunna granskas och utvärderas. Information ska vara lätt att hitta och, om möjligt, först ges internt. Om den bedöms vara marknadspåverkande ska den kommuniceras externt och internt samtidigt.

Tydlig. Riksbankens kommunikation ska vara tydlig, vilket innebär att den ska vara begriplig, saklig, relevant och väl underbyggd. Riksbanken ska använda ett språk anpassat till målgruppernas behov och önskemål (klarspråk).

2.1 Den penningpolitiska kommunikationen

Kommunikationen är en integrerad del av den penningpolitiska strategin och kan förstärka effekten av de penningpolitiska åtgärderna. Det innebär att den är ett viktigt

strategiskt verktyg för att genomföra en effektiv och ändamålsenlig penningpolitik. Genom att tydliggöra sitt sätt att resonera kan Riksbanken underlätta för målgrupperna att förutse och agera utifrån de penningpolitiska avvägningarna.

Eftersom räntebeskedet och den penningpolitiska analysen är marknadskänslig ska Riksbanken följa en tydlig kommunikationsprocess:

Riksbanken har åtta ordinarie penningpolitiska möten per år. Vid fyra av dessa möten publiceras en penningpolitisk rapport med prognoser. Efter övriga möten publiceras en penningpolitisk uppdatering.

Riksbanken ska i god tid informera om tidpunkterna för direktionens ordinarie penningpolitiska sammanträden. 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 beslutet senast dagen efter det penningpolitiska sammanträdet. Då ska Riksbanken ge sin syn på det ekonomiska läget och vilken penningpolitik som bedöms lämplig. Det sker normalt genom ett pressmeddelande och en presskonferens. Därefter sker även en rad andra kommunikationsinsatser för att nå viktiga målgrupper.

Riksbanken publicerar ett protokoll cirka fem arbetsdagar efter varje ordinarie penningpolitiskt möte. Här redovisas diskussionen vid sammanträdet. Ledamöterna namnges så att det enkelt går att följa hur de argumenterade och röstade.

Riksbanken skickar även årligen in en redogörelse för penningpolitiken till finansutskottet. Denna ligger sedan till grund för utskottets granskning av Riksbanken.

2.2 Kommunikation om finansiell stabilitet, betalningar och kriskommunikation

Riksbanken ska enligt lag redogöra för sitt arbete med **finansiell stabilitet**. Målet för detta arbete är att bidra till att det finansiella systemet är stabilt och effektivt. Kommunikationen är central för att såväl förebygga som hantera finansiella kriser.

Riksbanken ska bedöma om det finansiella systemet är stabilt och effektivt, identifiera risker för allvarliga störningar eller betydande effektivitetsförluster och redovisa sina bedömningar. För att förbättra målgruppernas kännedom om risker och motståndskraft i det finansiella systemet ska Riksbanken kommunicera sin syn på detta både nationellt och internationellt, så transparent som möjligt². Detta sker bland annat genom den finansiella stabilitetsrapport som Riksbanken publicerar två gånger om året. I kommunikationen ingår ett pressmeddelande, en presskonferens

² Undantaget är om informationen faller under sekretess.

och direktionens externa möten med relevanta målgrupper som behöver förstå Riksbankens bedömningar och agera på dessa. Vid störningar i det finansiella systemet ska Riksbanken mer proaktivt och frekvent kommunicera övergripande bedömningar av den finansiella stabiliteten.

Vidare informerar Riksbanken sina målgrupper, särskilt den finansiella sektorn, om sitt krisförberedande arbete och de verktyg som Riksbanken har tillgång till för att hantera finansiella kriser. Riksbanken sprider också kunskap om nationella och internationella regleringar och ger sin syn på dessa till relevanta målgrupper.

Riksbanken har även ett lagstadgat ansvar att följa och kommunicera sin bedömning av hur väl **betalningsmarknaden** fungerar, inklusive den del Riksbanken själv ansvarar för. Det kan handla om kontanternas ställning som lagligt betalningsmedel eller om e-kronan, men även om till exempel gränsöverskridande betalningar. Genom att kommunicera vår syn på statens roll i betalningssystemet bidrar vi aktivt till att förbättra möjligheterna för alla att kunna betala och sätta in samt ta ut pengar. Detta sker en gång om året men Riksbanken ska löpande och även aktivt delta i debatten för att underlätta för utomstående att följa, förstå och utvärdera Riksbankens arbete på betalningsmarknaden. Riksbanken har också ansvaret att säkerställa att betalningssystemet fungerar såväl i kris som i krig.

Vid störningar som rör den finansiella stabiliteten och/eller betalningsmarknaden finns särskilda rutiner som innefattar proaktiv kriskommunikation och samverkan med andra myndigheter, i synnerhet med Finansinspektionen och Riksgälden samt med finansdepartementet.

2.3 Direktionsledamöternas externa kommunikation

En stor del av ledamöternas arbete går ut på att vara ute, lyssna, förklara och svara på frågor. Det är alltså viktigt att även ledamöternas kommunikation är öppen och tydlig, i synnerhet när det gäller penningpolitiken där omvärlden efterfrågar vägledning och nyanser kring marknadskänsliga beslut. Direktionen fattar beslut kollektivt, men varje ledamot har en individuell röst och syn som ska kommuniceras. För att bidra till en öppen, tydlig och förtroendefull kommunikation ska direktionen därför:

1. Kommunicera såväl Riksbankens syn som sina egna ståndpunkter.

Direktionsledamöterna ska ta gemensamt ansvar för att sprida kunskap om Riksbankens syn, uppgifter och verksamhet. I frågor som rör det penningpolitiska beslutet ska enbart Riksbankens beslut kommuniceras efter det att det penningpolitiska beslutet har publicerats. Först när protokollet har publicerats kan ledamöterna föra fram sina egna ståndpunkter i den ekonomiska debatten.

2. Inte föregripa sitt eget eller direktionens 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 direktionens framtida beslut.

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. Ledamöterna ska visa stor öppenhet för samtal och möten med viktiga målgrupper och ge bred tillgång till information, dock med beaktande av de begränsningar som följer av regleringen om sekretess och ovan krav på att information som bedöms vara marknadspåverkande ska kommuniceras internt och externt samtidigt.

5. Respektera tyst period inför penningpolitiska beslut.

- Direktionsledamöterna ska sju kalenderdagar innan beslutet är publikt avstå från externa uttalanden som berör den makroekonomiska utvecklingen eller penningpolitik. Ledamöterna får dock delta i möten förknippade med sina internationella uppdrag eller i nödvändiga möten med andra myndigheter under denna period.
- Om ledamöten under denna period vill delta i evenemang eller möten om andra verksamhetsområden ska frågan samrådats med kommunikationschefen och övriga ledamöter ska informeras.

6. Sträva efter att uttrycka sig tydligt och kortfattat om sin avvägning.

De penningpolitiska protokollen 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 egna avvägningar.

3 Kommunikationskanaler

Riksbanken kommunicerar på många olika sätt, vid fysiska möten, personalträffar, seminarier, paneler med mera. Den viktigaste egna externa kanalen är webbplatsen riksbank.se. Här ska tal, prognoser, analyser, pressmeddelanden, publikationer och protokoll publiceras³.

De viktigaste interna kanalerna är cheferna (se nedan) och Banconätet. På Banconätet publiceras dels nyheter, dels viktig information till stöd i arbetet. Riksbanken producerar även innehåll på sina officiella sociala mediekonton.

4 Roller och ansvar

Direktionen, kommunikationschefen eller presstjänsten besvarar normalt övergripande frågor från medierna. Däremot är det bara direktionens ledamöter som kommunicerar självständiga slutsatser om penningpolitik och finansiell stabilitet för Riksbankens räkning.

³ En extern nyhetstjänstleverantör används också för att säkerställa att alla får information samtidigt.

Avdelnings- och enhetschefer besvarar frågor om sina verksamhetsområden. Vid mediefrågor hjälper presstjänsten till. Vid frågor från allmänheten ansvarar relevant avdelning för att svara. Cheferna ansvarar för att ge medarbetarna relevant intern kommunikation om både Riksbankens verksamhet som helhet och den egna avdelningen samt hålla andra avdelningar informerade om arbetet med större frågor. Cheferna ansvarar också för att den fasta information om avdelningens ansvarsområden är korrekt och uppdaterad på Banconätet.

Kommunikationsenheten ger råd till direktionen och avdelningarna och föreslår åtgärder vid extern och intern kommunikation, det vill säga ansvarar för samordning av större kommunikationsinsatser, mediekontakter, klarspråk, grafik, översättning och produktion av nyheter, pressreleaser, presskonferenser och olika typer av innehåll till Riksbankens kanaler.

Medarbetare svarar på frågor om sina expertområden efter att ha gjort nödvändiga avstämningar med andra berörda funktioner. Den medarbetare som önskar kan gärna berätta om sitt arbete i sociala medier men det bör tydligt framgå i vilken roll man kommunicerar. Medarbetare måste tänka på att de även i privata kanaler kan uppfattas som företrädare för sin arbetsgivare.

Meddelarfrihet: Medarbetare på Riksbanken har en grundlagsskyddad meddelarfrihet enligt tryckfrihetsförordningen och yttrandefrihetsgrundlagen. Meddelarfriheten gäller dock inte alltid. Det finns tystnadsplikter som gäller viktiga allmänna intressen som har tillåtit inskränka meddelarfriheten, t.ex. tystnadsplikten i 16 kap. 1 § offentlighets- och sekretesslagen.

Vid kris leder kommunikationschefen arbetet med kriskommunikationen i samråd med Riksbankens krisledning. Kommunikationschefen ansvarar också för eventuell samordning med andra myndigheter kring den externa kommunikationen.

5 Efterlevnad

Direktionen har delegerat ansvaret att följa upp kommunikationspolicyn till kommunikationschefen. Kommunikationschefen kontrollerar årligen att policyn efterlevs och rapporterar detta till direktionen i avdelningens tertialrapportering för tertial 1.

6 Ikraftträdande och övergångsbestämmelser

Denna policy träder i kraft den 1 januari 2025 och ersätter då den kommunikationspolicy som beslutades den 14 december 2023 (dnr 2023-01353).