



**Stockholms läns landsting**  
Landstingsstyrelsens förvaltning  
Riktlinjer för internkommunikation inom  
Stockholms läns landsting

## **Riktlinjer**

Datum: 2004-04-26  
Version: 1.0

Dokumentnummer: 4  
LS 0404-0775

1(6)

# Riktlinjer för Internkommunikation Stockholms läns landsting 2004

Kompletterande dokument till  
Kommunikationspolicy för Stockholms läns landsting 2004

## Introduktion

Internkommunikation är ett strategiskt verktyg för att nå verksamhetens mål och syften. Internkommunikationen i Stockholms läns landsting (SLL) ska betona vikten av dialog, interaktivitet och processer med stor delaktighet. Ordet intern signalerar "egna medarbetare", men omfattar även organisationer som arbetar på uppdrag för SLL, och som i vissa fall är i behov av samma information som landstingets egna medarbetare.

Dessa riktlinjer omfattar inte den interna kommunikationsprocessen för den politiska organisationen.

## Målgrupper

Målgrupper för intern kommunikation består av dem som arbetar inom SLL eller på uppdrag av SLL.

## Policy

*Citat ur kommunikationspolicyn:*

En väl fungerande intern kommunikation är en förutsättning för att SLL ska kunna fullfölja sina uppdrag gentemot medborgaren. Den interna kommunikationen ska präglas av öppenhet, förtroende och dialog. Målgruppen för den interna kommunikationen består av dem som arbetar inom SLL eller på uppdrag av SLL. Med intern kommunikation menas här kommunikation knuten till verksamhetsutövningen.

Cheferna ska, enligt SLL:s personalpolicy, kunna kommunicera verksamhetens värderingar, visioner, mål och resultat. Det innebär att cheferna har ansvar för att alla medarbetare får den information de behöver för att kunna lösa sina uppgifter i organisationen. Cheferna ansvarar också för att skapa förutsättningar för att medarbetarna ska kunna reagera på informationen så att en intern dialog sker. Information som har stor påverkan på individen ska kommuniceras personligt av närmsta chef medan generell information kan kommuniceras till flera samtidigt. I detta sammanhang har facket en viktig roll att fylla. Det är chefernas ansvar att ge de fackliga organisationerna den information de behöver för att kunna ge stöd till sina medlemmar. I chefsuppdraget ingår också att underlätta kommunikation och kunskapsöverföring mellan olika personalkategorier och mellan avdelningar och enheter. Det ingår också att kontinuerligt inhämta medarbetarnas synpunkter.

Medarbetarna ansvarar för att inhämta information och aktivt delta i dialog på arbetsplatsen.

Våra interna kommunikationskanaler ska väljas utifrån kommunikationens mål och innehåll samt av mottagarens behov av kommunikation. Vi ska också eftersträva tydliga och välkända kanaler. Detta innebär att befintliga kanaler ska användas så långt möjligt och att försiktighet ska råda vid skapandet av nya.

## Syfte

Den interna kommunikationen är ett ledningsinstrument som ska användas för att förankra mål och verksamhetsidé, förbättra organisationens sätt att fungera och höja effektiviteten i arbetet.

För att få medarbetarnas förtroende ska informationen från ledning och verksamhetsansvariga vara konsekvent och tydlig. Generellt gäller att ge rätt mängd

information, vid rätt tidpunkt till rätt grupper. Informationen ska vara lätt att förstå, väcka intresse och vara välstrukturerad. Det ska också finnas möjlighet till återkoppling från medarbetare till ledning. Detta ställer stora krav på ledning, chefer på alla nivåer samt informatörer.

En väl fungerande internkommunikation ska därför eftersträvas och genomsyra såväl löpande verksamhet som projekt.

### **Utgångspunkter**

I en stor och komplex organisation är tydliga och välkända informationskanaler viktiga. Det är också viktigt att rätt avsändare står bakom innehållet för att det ska kunna upplevas som trovärdigt. Om avsändaren inte är trovärdig urholkas förtroendet för ledningen. Möjligheten till återkoppling påverkar också trovärdigheten. Med väl fungerande nätverk finns utrymme för återkoppling både uppåt i organisationen och mellan de egna verksamheterna. Det är här utrymmet för dialog finns och utveckling av verksamheten kan ske. Ofta betraktas medarbetarna som naturligt intresserade av ledningens budskap. Därför görs mer sällan en grundlig analys av målgruppens behov och möjlighet att engagera sig i budskapen. Förutsättningen för ett lyckat internt kommunikationsarbete är emellertid att man planerar och utformar den interna kommunikationen på ett lika omsorgsfullt sätt som med externa målgrupper.

### **Ansvar**

Landstingsstyrelsens förvaltning ansvarar för den koncernövergripande interna kommunikationen med dess olika kanaler och nätverk.

Bolag och förvaltningar ansvarar för sina respektive kanaler och nätverk samt för att återkoppling sker.

Det krävs en tydlig ansvarsfördelning för att få den interna kommunikationen att fungera effektivt. Det största ansvaret ligger på chefen i respektive organisation, som har informationschefen till stöd. Även medarbetaren har ett tydligt ansvar att delta i dialog på arbetsplatsen och att inhämta information.

### **Landstingsstyrelsens förvaltning**

Ansvarar för att:

- Dagordningar, handlingar och protokoll från centrala politiska organ finns lätt tillgängliga på ett sätt som är känt för dem som arbetar i och på uppdrag av SLL.
- Beakta internkommunikation i större arbetsprocesser som t ex budgetprocessen, övergripande utredningar och projekt så att verksamhetschefer och informatörer kan vara väl insatta i arbetets gång.
- På ett tidigt stadium kommunicera information om större projekt och förändringsarbeten till förvaltningar, bolag och entreprenörer.
- Kommunicera policys och riktlinjer som gäller för alla förvaltningar och bolag inom SLL.

- De koncernövergripande kanalerna är väl kända, fungerande och innehåller relevant information.
- Relevanta nätverk finns för att en god dialog och återkoppling ska vara möjlig mellan organisationer inom SLL och, så långt det är möjligt, även med de som arbetar på uppdrag av SLL.

### Chefen

Ansvarar bland annat för att:

- Värdera, tolka och välja både koncernövergripande information och information som berör den egna organisationen, samt att förmedla denna till sina medarbetare.
- Det i definierade arbets- eller projektgrupper alltid finns en person som har ett kommunikationsansvar, och att det i ledningsgrupper alltid finns personer med kommunikationskompetens.
- Själv informera sina direkt underställda medarbetare om förändringar som berör medarbetarna personligen.
- Aktivt delta i och stimulera till dialog mellan medarbetare genom nätverk och mötesplatser samt att återkoppla medarbetarnas synpunkter till ledningen.
- Fackliga organisationerna får information i enlighet med Samverkansavtalet.

### Informationschefen (eller motsvarande)

Ansvarar bland annat för att:

- Vara ett strategiskt stöd och bollplank för ledningen i kommunikationsfrågor.
- Lyfta fram kommunikationsbehoven när beslut bereds, fattas och genomförs.
- Initiera åtgärder för att höja kommunikationskompetensen, så att chefer och medarbetare blir bättre kommunikatörer.
- Bedöma vilka nätverk och kanaler som är lämpliga för olika typer av kommunikation samt att i första hand använda väl kända och inarbetade sådana.

### Medarbetaren

- Ansvarar för att delta i dialogen och på eget initiativ inhämta den information de behöver för att kunna utföra sina arbetsuppgifter på bästa sätt.

## **Kanaler och nätverk**

Innan nya kanaler och nätverk skapas ska det undersökas om informationen kan nå ut via någon redan känd kanal.

Kommunikationen i kanaler och nätverk ska ha väl definierade mål och syften. Det gäller inte minst de digitala kanalerna som har växt fram som snabba och lättanvända kanaler för den interna kommunikationen. Det är relativt enkelt att producera digitala nyhetsbrev eller göra omfattande utskick via e-post men som vid all kommunikation är det viktigt att före start göra en beskrivning av:

- Kommunikationsmål och syfte
- Avsändare
- Mottagare/målgrupp
- Budskap
- Frekvens
- Resursbehov
- Utvärdering och uppföljning
- Tillgänglighet/distribution
- Långsiktig förvaltning

Distributionen av information ska följa linjeorganisationen och dess kanaler med överenskomna undantag.

Vid utskick av e-post ska användandet av tunga filer (bilder, PDF:er etc.) minimeras. Avsändare ska gå att härleda till en person och inte vara anonymiserad med en informell gruppbezeichnung.

### SLL:s koncerngemensamma kanaler:

#### *Nyhetsbrev från koncernledning*

Med bevakning av Landstingstyrelse och Landstingsfullmäktige.

Primär målgrupp: Politisk och tjänstemannaledning i samtliga förvaltningar, bolag och styrelser samt de centrala fackliga företrädarna.

#### *Sting*

Med fördjupning av aktuella frågor för verksamheten ur ett medarbetarperspektiv.

Primär målgrupp: Samtliga medarbetare inom SLL.

#### *Bevakning av landstingfullmäktige via närradio och webb-tvsändningar*

Primär målgrupp: Medborgare och medarbetare.

#### *Landstingsnätet*

Webbplatsen [www.ls.sll.se](http://www.ls.sll.se) som är utformat som ett extranät.

Primär målgrupp: Samtliga medarbetare och intressenter till SLL.

SLL-övergripande verksamhets- och uppdragskanaler inom vård, kollektivtrafik och kultur:

*Uppdragsguiden*

Vård, tandvård - webbplatsen [www.uppdragsguiden.sll.se](http://www.uppdragsguiden.sll.se)  
Primär målgrupp: Egna och privata vård- och tandvårdsgivare.

*BKV-nytt och Tandvårdsnytt*

Vård, tandvård - nyhetsbrev  
Primär målgrupp: Egna och privata vård- och tandvårdsgivare.

*Nyhetsbrev från Läkemedelsenheten*

Primär målgrupp: Egna och privat anställda förskrivare.

*Färdtjänstens nyhetsbrev och webbplats på [www.sll.se](http://www.sll.se)*

Regelverk och nyheter  
Primär målgrupp: Intressenter och uppdragstagare för färdtjänsten.

*Färdtjänstens tidning Din färdtjänst*

Primär målgrupp: Färdtjänstresenärer.  
Sekundär målgrupp: Organisationer och trafikutövare.

*Kulturförvaltningens nyhetsbrev*

Beslut om stöd och arrangemang – webbplats på [sll.se](http://sll.se)  
Primär målgrupp: organisationer och utövare av kultur i länet samt kulturjournalister.

*SL:s kanaler till sina entreprenörer*

Waxholmsbolagets kanal till sina partners är webbplats på [waxholmsbolaget.se](http://waxholmsbolaget.se)  
Primär målgrupp: Resenärer.

*Tidningen Locum Rum*

Primär målgrupp: Samarbetspartners och kunder.

SLL koncerngemensamma nätverk:

Landstingsstyrelsens förvaltning ansvarar för förvaltnings- och bolagschefernas nätverk samt för nätverk inom vård, kollektivtrafik och koncerngemensamma områden som: it, information, personal, miljö och ekonomi samt mötesplatser för branschfrågor inom vården.

**Utvärdering**

Kvalitativ och kvantitativ utvärdering/uppföljning av kommunikationskanalerna ska genomföras kontinuerligt. Start av nya kanaler ska alltid föregås av en analys och genomgång de befintliga.

Frågor om internkommunikation ska ingå i SLL:s medarbetarenkäter.