



Handläggare
Karin Bjurholm
Telefon: 08-508-20-021

Till
Enskede-Årsta-Vantörs stadsdelsnämnd

Kommunikationsprogram för Stockholms stad år 2017-2022

Svar på remiss, Dnr: 179-2103/2016

Förvaltningens förslag till beslut

Förvaltningens tjänsteutlåtande överlämnas som svar på remissen om Kommunikationsprogram för Stockholms stad 2017-2022.

Lena Lundström Stoltz
Stadsdelsdirektör

Sammanfattning

Kommunstyrelsen har remitterat "Kommunikationsprogram för Stockholms stad år 2017-2022" till Enskede-Årsta-Vantörs stadsdelsnämnd för yttrande senast 2017-06-30.

Förvaltningen ser i stort positivt på förslaget till Kommunikationsprogram för Stockholms stad år 2017-2022. Det beskriver de grundläggande principerna för stadens kommunikation och dess inriktning för de kommande åren. Programmet är skrivet på ett sådant sätt att det håller över tid.

Kommunikationsmålen i programmet skulle kunna lyftas fram mer och göras tydligare med en underrubrik "Förväntat resultat".

Kommunikationsprogrammet är övergripande och för att det ska vara enkelt för chefer och medarbetare att ta till sig det och att det med lätthet ska kunna användas som ett verktyg i den egna kommunikationen, måste det konkretiseras och göras tillgängligt utifrån olika behov och syften.

Bakgrund

Stockholms stad har haft övergripande riktlinjer för stadens kommunikation sedan slutet av 90-talet. Det senaste

styrdokumentet, Kommunikationsprogram för Stockholms stad 2012-2015, dnr 050-2895/2010 slutade att gälla vid årsskiftet 2015/2016.

Den expansiva utvecklingen i staden, globaliseringen och andra omvärldsfaktorer ställer höga krav på stadens verksamheter. Gemensamma och övergripande kommunikativa mål och strategier – som svarar på samhällsutvecklingen och stadens utmaningar – behövs för att ge organisationen riktlinjer och stöd. En väl utvecklad kommunikation bidrar till att förverkliga stadens långsiktiga ambitioner och att verksamheterna når sina mål.

Stadsledningskontorets kommunikationsenhet har därför i ett stadsövergripande samarbete med förvaltningar och bolag, tagit fram ett förslag till ett nytt kommunikationsprogram. Programmet är ett styrdokument för stadens kommunikation som bygger på det tidigare kommunikationsprogrammet.

Ärendet

Förslaget till stadens kommunikationsprogram är ett långsiktigt måldokument som slår fast grundläggande principer för stadens kommunikation och inriktningen för de kommande åren. Det innehåller mål och strategier för åren 2017-2022. Programmet gäller alla Stockholms stads nämnder och bolagsstyrelser och ska ligga till grund för hur stadens verksamheter planerar, genomför och utvecklar sin kommunikation. Inom respektive verksamhetsområden utformas kommunikationsaktiviteter med utgångspunkt från programmet. Kommunikatörer och chefer har ett särskilt ansvar för att programmets innehåll omsätts till handling i det dagliga arbetet.

Utgångspunkter för stadens kommunikation

Det inledande avsnittet med utgångspunkter för stadens kommunikation innehåller grundläggande principer och är ett gemensamt ramverk som ska ge vägledning i det dagliga arbetet. I detta framgår att det ska vara enkelt för stockholmarna att ta del av tillförlitlig information om den service stadens erbjuder. Det ska vara enkelt att ha insyn och vara delaktig i de beslut som staden politiker fattar. Alla stadens kontakter, oavsett form, ska präglas av ett gott bemötande. Staden ska kommunicera på mottagarens villkor genom att anpassa kommunikationen efter målgruppernas behov och förutsättningar samt prova nya sätt att stärka dialogen. Stadens kommunikation ska kännetecknas av att den är aktiv, tillgänglig och trovärdig. Med samordning och tydlighet stärks stadens varumärke.

Tillsammans är vi *en* kommunkoncern som hålls samman av *ett* gemensamt varumärke. Staden har en gemensam grafisk profil som alla förvaltningar använder konsekvent. Stadens mediekontakter präglas av största möjliga öppenhet och insikt om mediernas roll och förutsättningar.

Inriktning för stadens kommunikation 2017-2022

Det andra avsnittet innehåller kommunikationens inriktning för åren 2017-2022 och visar på hur kommunikationen kan bidra i de utmaningar staden står inför. Här finns också mål och strategier beskrivna som ska ge kraft och riktning för att möta dessa utmaningar.

Med utgångspunkt i stadens utmaningar och långsiktiga ambitioner har kommunikationsmål formulerats. Strategier har tagits fram för att skapa samsyn kring hur målen ska förverkligas.

Övergripande mål för stadens kommunikation:

- Stockholms stads kommunikation är aktiv, tillgänglig och trovärdig
- Stockholms stads medarbetare skapar förtroendefulla relationer genom kommunikation
- Medarbetarna och stockholmarna är delaktiga i att förverkliga Stockholms stads vision
- Varumärket Stockholms stad är starkt

För att säkerställa att målen nås ska stadsledningskontoret, i samråd med Stockholms Stadshus AB, följa upp kommunikationsprogrammet. Det sker genom att samordna och stödja förvaltningar och bolag i deras arbete med att förverkliga programmet.

Ärendets beredning

Ärendet har beretts av stadsdelsdirektörens stab i samråd med tillfrågade chefer i Enskede-Årsta-Vantörs stadsdelsförvaltning.

Förvaltningens synpunkter och förslag

Förvaltningen ser positivt på Kommunikationsprogram för Stockholms stad 2017-2022.

Förvaltningen anser att kommunikationsprogrammet har en bra struktur och beskriver tydligt de grundläggande principerna för stadens kommunikation och dess inriktning för de kommande åren. Programmet är skrivet på ett sätt som håller över tid.

Det bygger på stadens tidigare kommunikationsprogram, vilket innebär att mycket av innehållet redan är känt av chefer och

kommunikatörer. Detta underlättar för målgruppen att ta till sig det som är nytt i programmet.

Det är positivt att medarbetarnas betydelse för en god kommunikation lyfts upp och att bemötandet ses som viktigt i kommunikationen med stockholmarna. Att vi alla har ett viktigt informationsansvar för att staden ska vara en kommunikativ organisation framgår tydligt i programmet genom ansvarsbeskrivningar för såväl medarbetare, chefer som kommunikatörer.

Kommunikationsmålen i programmet skulle kunna lyftas fram mer och göras tydligare med en underrubrik ”Förväntat resultat”.

Staden ska kommunicera *aktivt, tillgängligt och trovärdigt*. Detta benämns i programmet som ”kärnvärden”. I stadens varumärkesstrategi beskrivs dessa ord istället som det ”förhållningssätt” som beskriver hur vi ska vara för ett gemensamt och konsekvent agerande. Förvaltningen anser att kärnvärden för staden bör bättre knyta an till stadens vision, och därmed bör aktiv, tillgänglig och trovärdig benämnas förhållningssätt.

Kommunikationsprogrammet är övergripande och för att det ska vara enkelt för chefer och medarbetare att ta till sig det och att det med lätthet ska kunna användas som ett verktyg i den egna kommunikationen, måste det konkretiseras och göras tillgängligt utifrån olika behov och syften. Förvaltningen framhåller vikten av att programmet implementeras i förvaltningens verksamheter och ser positivt på om stadsledningskontoret möjliggör gemensamma verktyg för implementering i stadens verksamheter.

Då Stockholms kommunfullmäktige antagit kommunikationsprogrammet kommer stadsdelsförvaltningen att ta fram en strategi för implementering av programmet i Enskede-Årsta-Vantörs kommunala verksamheter.

Bilagor

1. Kommunikationsprogram för Stockholms stad 2017-2022.