

Handläggare
Johan Pontén
Telefon: 08-508 28 898**Till**
Miljö- och hälsoskyddsnämnden
2017-06-13, p. 9

Kommunikationsprogram för Stockholms stad år 2017-2022

Remiss från kommunstyrelsen, dnr. 179-2103/2016

Förvaltningens förslag till beslut

Godkänna förvaltningens tjänsteutlåtande som svar på remissen.

Gunnar Söderholm
FörvaltningschefMikael Nyberg
Avdelningschef

Bakgrund

Kommunstyrelsen har remitterat ett förslag till kommunikationsprogram för Stockholms stad 2017-2022 till miljö- och hälsoskyddsnämnden för yttrande.

Stockholms stad har haft övergripande riktlinjer för stadens kommunikation sedan slutet av 1990-talet. Det senaste styrdokumentet, Kommunikationsprogram för Stockholms stad 2012–2015, slutade gälla vid årsskiftet 2015/2016. Detta tillsammans med omvärldsförändringar och de utmaningar staden står inför gör det angeläget att ta fram ett nytt uppdaterat styrdokument som vägledning inom kommunikationsområdet. Programmet omfattar alla bolag och förvaltningar och riktar sig i första hand till chefer och kommunikatörer. Det är tänkt att ge stadens verksamheter gemensam inriktning samt tydliga ramar för kommunikations- och varumärkeshantering.

Stadsledningskontoret har tagit fram förslag till ett nytt kommunikationsprogram som styrdokument för stadens kommunikation, som bygger på det tidigare kommunikationsprogrammet. Förslaget har remitterats till samtliga nämnder samt till Stadshus AB. Remisstiden sträcker sig till den 30 juni 2017.

Ärendet

Kommunikationsprogrammet är avsett att vara ett långsiktigt måldokument som anger önskvärd utveckling för stadens kommunikation. Programmet är gemensamt och gäller alla stadens förvaltningar och bolag. Mål och strategier ska ge kraft och riktning för att möta de utmaningar staden står inför. Det inledande avsnittet med utgångspunkter för vår kommunikation är ett gemensamt ramverk som ger vägledning i det dagliga arbetet. Programmet syftar till att ge nämnder och styrelser förutsättningar att planera, genomföra och utveckla sin kommunikation på ett sätt som ger nytta för verksamheterna och stockholmarna. Inom sina respektive verksamhetsområden utformar de kommunikationsaktiviteter med utgångspunkt från programmet.

Med utgångspunkt i stadens utmaningar och långsiktiga ambitioner formuleras i programmet riktningen för stadens kommunikation i ett antal mål:

- 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 skapa samsyn och kraft kring hur målen ska förverkligas har strategiska vägval identifierats. Programmet slår vidare fast grundläggande principer för vår kommunikation, arbetssätt och ansvar.

Förslaget till nytt kommunikationsprogram har utarbetats av kommunikationsenheten vid stadsledningskontoret inom ramen för ett brett och stadsövergripande samarbete. Arbetet har tagit sin utgångspunkt i tidigare program, andra relevanta styrdokument, modern forskning och omvärldstrender. En nulägesanalys har genomförts för att identifiera behov och förutsättningar.

För att omsätta programmets intentioner till handling krävs att det förs ut och blir känt inom verksamheterna. En medveten och långsiktig implementering är avgörande. Programmets innehåll ska göras tillgängligt och kommuniceras utifrån olika syften och målgruppers behov. Stadsledningskontoret kommer att vara drivande och samordnande i det arbetet.

För att säkerställa att målen nås ska stadsledningskontoret följa upp kommunikationsprogrammet. Det sker genom att samordna och stödja arbetet och genom att ta fram samt följa mätetal för målen. Uppföljning av målen kommer exempelvis att göras genom varumärkesmätningar, brukar- och medarbetarundersökningar och webbstatistik.

Programmet hanterar inte detaljerade anvisningar eller konkreta tillämpningar. Kommunikatörerna har ett särskilt ansvar att förverkliga programmet och skapa relevans i den egna verksamheten. Till stöd genomför stadsledningskontoret utbildningsinsatser och tar fram populärversioner, verktyg och mallar. Stadsledningskontoret har också ansvar för att tydliggöra hur programmet knyter an till andra gemensamma styrdokument.

Förvaltningens synpunkter

Inledningsvis vill miljöförvaltningen betona vikten av att stadens kommunikationsarbete är samordnad och utgår ifrån verksamheternas och medborgarnas behov. Förvaltningen vill därför understryka till exempel formuleringen under punkt 4: ”Vår kommunikation ska vara inriktad på att skapa nytta”. Det är viktigt att allt kommunikationsarbete är ett verktyg och ett stöd för stadens verksamheter, inte att det blir en verksamhet i sig själv.

Förvaltningen anser dock att förslaget till kommunikationsprogram är alltför otydligt för att kunna vara det stöd som verksamheterna behöver. Exempelvis så behöver ett kommunikationsprogram inte slå fast vad en offentlig organisation är, eller mediernas roll i demokratin. Skrivningar av den karaktären tynger istället dokumentet i onödan, och gör att fokus från det primära – hur staden ska kommunicera – riskerar att tappas bort.

Av samma anledning anser miljöförvaltningen att den inledande beskrivningen av hur kommunikation genomsyrar alla stadens verksamheter bör kortas ned – den målande texten tillför inget av värde för det praktiska kommunikationsarbetet. Detsamma gäller även uppräknningen av de olika lagar som berör kommunikation (under punkt 1).

Under punkt 2 (sid 2) så anser förvaltningen att det är minst lika viktigt att kommunicera verksamheternas resultat som dess

uppsatta mål. Det är utifrån de uppnådda resultaten som organisationen kan lära och utvecklas från år till år.

Under punkt 3, femte stycket, slår programmet fast att kommunikatörens roll ska vara strategisk. Förvaltningen menar att även om det strategiska perspektivet är viktigt som en grund för stadens kommunikation, så utförs merparten av det dagliga kommunikationsarbetet utifrån ett operativt och verksamhetsnära perspektiv. Det behöver bli tydligare i programmet.

Under punkt 5 listas tre stycken kärnvärden för stadens kommunikation: *aktiv, tillgänglig och trovärdig*. Dessa beskrivs senare som mål (rubriken Mål, sid 8). Det är olyckligt med en otydlig sammanblandning av vad som är kärnvärden och vad som är mål. Dessa begrepp fungerar dessutom bra som kärnvärden för vår kommunikation, men det kan inte vara ett mål att vara aktiv, tillgänglig och trovärdig. Det är ett sätt att arbeta för att nå uppsatta mål.

Under punkt 8 så anser förvaltningen att texten i programmet skulle kunna kompletteras med en skrivning om att alla medarbetare har rätt att svara på frågor från massmedia, men att det inte ska vara ett krav att göra det och den som inte vill ska istället alltid kunna hänvisa till sin närmaste chef.

Begreppet ”intressenter” förekommer på flera platser i programmet, utan att det närmare förklaras vilka som avses med detta.

SLUT

Bilaga

Kommunikationsprogram för Stockholms stad år 2017-2022