

**Handläggare**  
Sandra Lind  
Telefon: 08-508 10 011

**Till**  
Östermalms stadsdelsnämnd

## **Kommunikationsprogram för Stockholms stad**

### **2017-2022**

Remiss från kommunstyrelsen, Dnr 179-2103/2016

#### **Förvaltningens förslag till beslut**

Östermalms stadsdelsnämnd godkänner och överlämnar förvaltningens tjänsteutlåtande som svar på remissen till kommunstyrelsen.

Christina Klang  
Stadsdelsdirektör

Carolina Bjurling  
Kvalitetschef

#### **Sammanfattning**

Stadsdelsförvaltningen ställer sig positiv till förslaget till nytt kommunikationsprogram. Programmet är välskrivet och ett användbart verktyg för att förmedla viktiga principer om stadens kommunikation till medarbetare i olika roller inom verksamheten. Förvaltningen ser också positivt på att målgruppsanpassning av såväl budskap som kanalval lyfts fram som centralt för framgångsrik kommunikation. Ett medskick i det sammanhanget är att det är viktigt att det finns utrymme i stadens kanaler för att arbeta riktat mot lokala målgrupper, inte minst på stadens webbplattformer.

Förvaltningen efterlyser också att företeelsen informationspåverkan ska nämnas i avsnittet om omvärldsbevakning, som en ny typ av säkerhetsfråga som vi behöver ha mental beredskap för och kunskap om för att kunna förhålla oss till.

## **Bakgrund**

Stockholms stad har remitterat kommunikationsprogram för Stockholms stad år 2017-2022 till Östermalms stadsdelsnämnd för yttrande senast 30 juni 2017.

Det senaste kommunikationsprogrammet för Stockholm stad 2012-2015 har löpt ut. Utifrån de omvärldsförändringar som sker såsom den expansiva utvecklingen i staden och globaliseringen samt utifrån de utmaningar som staden idag står inför beslöt kommunfullmäktige att ta fram ett nytt, reviderat program. Programmet har tagits fram av kommunikationsenheten på stadsledningskontoret i samarbete med representanter från förvaltningar och bolag inom Stockholms stad.

Det nya programmet utgår från det tidigare kommunikationsprogrammet med vissa revideringar. Programmet gäller från 2017 till och med 2022.

## **Ärendet**

Kommunikationsprogrammet är ett långsiktigt dokument som beskriver önskvärd utveckling för Stockholms stads kommunikation. Programmet är gemensamt för alla stadens förvaltningar och bolag och riktar sig i första hand till chefer och kommunikatörer i stadens verksamheter.

Kommunikationsprogrammet innehåller mål och strategier för kommunikationen inom Stockholms stad. Det ska ge en gemensam inriktning och tydliga ramar för kommunikations- och varumärkeshantering.

I programmet beskrivs kommunikationsarbetet som ett verksamhetsstöd för att nå kommunfullmäktiges budget och vision. Kommunikationen beskrivs som en självklar del av Stockholms stads arbetssätt och verksamhetsprocesser. Det finns i allt från när förskoleläraren berättar för föräldern hur barnets dag har varit till att kommunicera budgetdokument och kommunfullmäktigebeslut. Utifrån detta blir kommunikation något som berör alla i stadens verksamheter, såväl medarbetare som chefer.

Programmet utgår från nio utgångspunkter för stadens kommunikation:

1. Information och kommunikation är en demokratisk rättighet som ger invånarna insyn i stadens verksamheter
2. Kommunikation är ett verktyg att nå Stockholms stadsmål
3. Stockholms stad är en kommunikativ organisation där alla medarbetare har ett ansvar för kommunikation

4. Stadens kommunikation är planerad och effektiv
5. Staden har en aktiv, tillgänglig och trovärdig kommunikation
6. Det finns en samordning kring stadens kommunikation där Stockholms stad står som avsändare när vi kommunicerar
7. Kommunikationen utgår från stadens gemensamma budskap
8. Staden har sakliga och aktiva mediekontakter
9. Staden har en samordnad och snabb kommunikation i kris

I kommunikationsprogrammet identifieras en rad utmaningar som staden står inför, däribland den växande staden som påverkar alla som bor i den. I detta är det viktigt att förklara vad som händer, varför och vart vi är på väg. Staden beskrivs även som en uppdelad stad där invånarna i olika delar av staden inte har likvärdiga livschanser. I detta har kommunikationen en viktig del för att bidra till jämlika förutsättningar och att alla kan ta del av, och delta i stadens verksamheter och utveckling.

En annan utmaning som beskrivs är att den digitala utvecklingen ställer andra krav på stadens kommunikation och att nya generationer har andra förväntningar på välfärdstjänster och stadens verksamheter. I detta blir det viktigt att staden för dialog med invånarna och att verksamheterna samt kommunikationen utvecklas.

Utifrån dessa utgångspunkter och utmaningar beskrivs ett antal förhållningssätt för stadens kommunikation i programmet:

- 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

I linje med dessa förhållningssätt följer att det är viktigt att använda sig av aktuell kunskap om målgruppen för att kommunicera med den på bästa sätt, att staden har en inkluderande kommunikation och att det finns ett samarbete gällande kommunikation, dels internt inom staden och dels med andra aktörer.

Stadsledningskontoret har i samråd med Stockholms Stadshus AB ett ansvar att följa upp programmet. Detta kommer att göras genom bland annat brukar- och medarbetarenkäter samt varumärkesmätningar.

### **Ärendets beredning**

Ärendet har beretts inom stadsdelsdirektörens stab.

### **Förvaltningens synpunkter och förslag**

Stadsdelsförvaltningen ställer sig positiv till förslaget till nytt kommunikationsprogram. Programmet är välskrivet och ett användbart verktyg för att förmedla viktiga principer om stadens kommunikation till medarbetare i olika roller inom verksamheten. Inte minst tydliggörs på ett pedagogiskt sätt de specifika krav som följer av att staden är en offentlig verksamhet som är till för stockholmarna: Det är en demokratisk rättighet att invånarna ska kunna få information om stadens service och ha möjlighet till insyn och delaktighet. Det leder i sin tur till vikten av goda medierelationer och en strävan efter öppenhet och transparens. Detta är perspektiv som är viktigt att ständigt påminna om, och det är bra att det lyfts fram som en hörnsten i kommunikationsprogrammet.

Förvaltningen ser också positivt på att målgruppsanpassning av såväl budskap som kanalval lyfts fram som centralt för framgångsrik kommunikation. I det sammanhanget ser vi att stadsdelsförvaltningarna har en viktig funktion, genom att kunna vinkla och lyfta det lokala perspektivet. Även centrala budskap vinner på att kommuniceras lokalt och anpassat, i enlighet med klassiska nyhetsvärderingsprinciper där närhetsprincipen är grundläggande. Lokala budskapsbärare, nätverk och samarbetspartners kan fungera som viktiga kanaler för kommunikation med våra målgrupper. Ett medskick i det sammanhanget är att det är viktigt att det finns utrymme i stadens kanaler för att arbeta riktat mot lokala målgrupper, inte minst på stadens webbplattformer.

En annan aspekt av målgruppsanpassning är att omvärldsbevakning får en allt mer central funktion. Inte bara för att fånga vad som skrivs om vår verksamhet, utan också för att få kunskap om vilka kanaler som våra målgrupper använder och hur samtalet förs i de kanalerna. Det är något som skulle kunna förtydligas i avsnittet om omvärldsbevakning.

Förvaltningen efterlyser också att företeelsen informationspåverkan ska nämnas i avsnittet om omvärldsbevakning, som en ny typ av säkerhetsfråga som vi behöver ha mental beredskap för och kunskap om för att kunna förhålla oss till. Här efterlyser vi ett större samarbete inom staden för att vi ska bli bättre rustade och kunna minska risken för att bli offer för eller verktyg för informationspåverkan.

Vidare ser förvaltningen positivt på betoningen av att kommunikation inte bara handlar om att vara avsändare av information. Minst lika viktigt är att lyssna och ha en väl fungerande dialog med våra målgrupper, för att förstå deras behov och få underlag för verksamhetsutveckling. Det är ett perspektiv som är bra att ha med sig i all kommunikationsplanering och som sätter fokus på kommunikationens strategiska betydelse. När saklig kritik framförs så ska det inte bemötas med välpolerade budskap, utan med verksamhetsutveckling där målgrupperna involveras i processen. Verksamheten ska inte bara förändra genom kommunikation, kommunikationen ska också förändra verksamheten. För att detta ska vara möjligt behövs tätare samarbeten mellan olika delar av organisationen, i processer där kommunikationen har en central roll.

Avslutningsvis ser förvaltningen positivt på att programmet är avsett att vara ett långsiktigt måldokument som kan hålla över olika mandatperioder. Det tidigare programmet innehöll vissa ordval som var politiskt laddade, vilket gjorde att det inte blev hållbart över tid.

## **Bilagor**

1. Remissunderlaget