

Handläggare
Ola Eriksson
08-508 26 133**Till**
Trafiknämnden
2017-06-15**Kommunikationsprogram för Stockholms stad 2017-2022.
Svar på remiss från kommunstyrelsen**

1. Trafiknämnden överlämnar kontorets tjänsteutlåtande som svar på remissen från kommunstyrelsen.

Jonas Eliasson
FörvaltningschefElisabet Munters
Avdelningschef**Sammanfattning**

Trafiknämnden har från kommunstyrelsen fått ärendet Kommunikationsprogram för Stockholms stad 2017-2022 på remiss.

Programmet slår fast grundläggande principer för stadens kommunikation och inriktningen för de kommande åren. Det innehåller mål och strategier för åren 2017–2022 som ska möta de utmaningar staden står inför.

Kontoret ser positivt på att staden har ett strategiskt kommunikationsprogram som sätter riktlinjer för stadens kommunikationsarbete, både för förvaltningar och bolag. Programmet är i sin helhet bra.

Stadsledningskontorets förväntningar på hur programmet ska implementeras hos den enskilda förvaltningen/bolaget samt hur

stadsledningskontorets uppföljning av programmet är tänkt att se ut, ser kontoret som en viktig handledning och underlag för att på bästa sätt kunna förverkliga programmet. Beskrivningen av hur uppföljningen ska se ut bör förtydligas i programmet.

Trafikkontoret anser också att programmet tydligare bör definiera vilken eller vilka målgrupper staden arbetar mot, nuvarande formuleringar öppnar för viss otydlighet.

Kontoret ser det som positivt att begreppen aktiv, tillgänglig och trovärdig fortsatt är centrala i stadens kommunikation, både som utgångspunkt och som mål i kommunikationen. Det ger en kontinuitet och koppling till tidigare kommunikationsprogram.

Kontoret anser att den inriktning för kommunikationen som pekas ut i programmet i stort är bra men de utmaningar som den växande staden innebär bör lyftas fram tydligare

Remissen

Trafiknämnden har fått Kommunikationsprogram för Stockholms stad 2017-2022 på remiss från kommunstyrelsen. Remisstiden sträcker sig till och med den 30 juni 2017.

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 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.

Kommunikationsprogrammet innehåller övergripande utgångspunkter för stadens kommunikation och en del som rör inriktningen för kommunikationen 2017-2022. Här listas stadens utmaningar och hur kommunikationen kan bidra tillsammans med mål och strategier.

Programmet gäller alla Stockholms stads nämnder och bolagsstyrelser och ska ligga till grund för hur stadens verksamheter planerar, genomför och utvecklar sin kommunikation.

Programmet innehåller en rad punkter som stadens kommunikation ska utgå från och som hjälper staden att uppfylla det kommunala uppdraget. De gäller över tid och ska ge staden vägledning i det dagliga arbetet. Punkterna beskriver kommunikationen som en demokratisk rättighet som ska användas för att nå mål och resultat. Det beskriver också staden som en kommunikativ organisation där kommunikationen är planerad och effektiv.

All stadens kommunikation ska kännetecknas som aktiv, tillgänglig och trovärdig och staden ska gemensamt kommunicera ett varumärke – Stockholms stad. Kommunikation ska också utgå från gemensamma budskap.

Förslaget biläggs detta tjänsteutlåtande, bilaga 1.

Ärendets beredning

Ärendet har beretts inom trafikkontoret. Synpunkter från Rådet för funktionshinderfrågor vid trafiknämnden och Stockholms stads Parkerings AB har därtill inhämtats och inarbetats i kontorets synpunkter.

Trafikkontorets synpunkter

Trafikkontoret välkomnar ett uppdaterat kommunikationsprogram som ligger i linje med stadens nuvarande vision. Kontoret ser positivt på att staden har ett strategiskt kommunikationsprogram som sätter riktlinjer för stadens kommunikationsarbete.

Kontoret ser det som positivt att kommunikationsprogrammet sträcker sig över en längre tidsperiod och därmed ger utrymme för kontinuitet, och på sikt också synkroniseras med mandatperioderna. Däremot ser vi att den längre tidsperioden bör ge utrymme för revidering av kommunikationsprogrammet om sådant behov finns. Mycket kan hända fram till 2022 som har bäring på stadens övergripande strategiska program för kommunikation.

Kontoret anser också att det är av vikt att programmet tydligt arbetas in hos stadens förvaltningar och bolag.

Stadsledningskontorets förväntningar på hur programmet ska implementeras hos den enskilda förvaltningen/bolaget samt hur stadsledningskontorets uppföljning av programmet är tänkt att se ut ser kontoret som en viktig handledning och underlag för att på bästa

sätt kunna förverkliga programmet. Kommunikationsprogrammet är av förklarliga skäl visionärt och framåtriktat och precis som stadsledningskontoret skriver i sitt tjänsteutlåtande ligger det på verksamheterna och kommunikatörerna att förverkliga programmet och skapa relevans i den egna verksamheten.

Det vore önskvärt om det i programmet tydligare framgår hur kommunikationsprogrammet ska följas upp. Detta skulle till exempel kunna ske genom att punkten *Uppföljning* adderas sist under rubriken *Kommunikationens inriktningsåren 2017-2022*.

Trafikkontoret anser också att programmet tydligare bör definiera vilken eller vilka målgrupper staden arbetar mot. Programmet hänvisar både till *stockholmarna* och till *intressenter* som målgrupp. Begreppet *intressenter* skulle behöva definieras tydligare. Inkluderar detta *stockholmarna*, *företag* och *besökare*? Om inte, anser kontoret att det är otydligt hur programmet förhåller sig just till *företag* och *besökare*. Programmet nämner också *investerare* utan att definiera vad som menas med detta.

Trafikkontoret har tagit del av synpunkter från Rådet för funktionshinderfrågor vid trafiknämnden och Stockholms stads Parkerings AB som framhåller att det är viktigt att stadens information och möjligheterna till kommunikation ska vara tillgänglig även för personer som har en funktionsnedsättning. Det gäller bland annat att beakta de särskilda behov som finns för personer med nedsatt eller helt obefintlig syn eller hörsel liksom personer med nedsatt kognitiv förmåga.

Trafikkontoret instämmer i vikten av att stadens kommunikation är tillgänglighetsanpassad.

Nedan framförs specifika synpunkter på kommunikationsprogrammets olika delar.

Utgångspunkter för vår kommunikation

Programmet anger nio olika punkter som utgångspunkt i vår kommunikation. Nedan lämnar kontoret synpunkter punkt för punkt.

Punkterna som listas under rubriken är alla relevanta och sammanfattar bra hur staden bör arbeta.

stadsledningskontoret bör fundera om dessa punkter ska följa efter varandra i avsnittet.

Trafikkontoret tycker det är viktigt att medarbetarnas roll, oavsett om man är chef eller ej, tillsammans med det interna arbetet lyfts fram i programmet, se punkt 3 *Stockholms stad är en kommunikativ organisation*. Programmet påpekar att det ingår att söka och ta del av relevant information i ett aktivt medarbetarskap. Kontoret ser det som viktigt att poängtera att det är av lika stor vikt att delge relevant information i ett aktivt medarbetarskap.

Det är vidare viktigt att poängtera att kommunikatörens roll gentemot verksamheterna förutom planering, samordning och genomförande av insatser också bör inkludera uppföljning.

Det är bra att begreppet bemötande fortsatt lever kvar eftersom detta är väl inarbetat i organisationen, se punkt 4 *Vår kommunikation är planerad och effektiv*, och att det härmed poängteras att alla kontakter staden har bidrar till helheten. I programmet skrivs att staden varje dag har *hundratusentals kontakter* inom verksamheten och med vår omvärld. I programmet skrivs vidare, se punkt 6 *Samordning och tydlighet stärker varumärket*, att staden har *tusentals möten* dagligen. Det uppstår viss otydlighet om detta rör två olika typer av möten/kontakter eller om det är samma. Om det senare gäller bör staden vara överens om vilken siffra vi sätter på detta.

Kontoret ser det som positivt att begreppen aktiv, tillgänglig och trovärdig fortsatt är centrala i stadens kommunikation, både som utgångspunkt och som mål i kommunikationen. Det ger en kontinuitet och koppling till tidigare kommunikationsprogram, se punkt 5 *Vi kommunicerar aktivt, tillgängligt och trovärdigt*.

Programmet menar att stadens kommunikation ska utgå från gemensamma övergripande budskap, se punkt 7 *Vi utgår från gemensamma budskap*. Enligt programmet ska dessa fastslås av kommunfullmäktige. Om det är budskapen som listas under *strategier* i kommunikationsprogrammet, och således fastslås i samband med att hela kommunikationsprogrammet beslutas, bör detta framgå även under punkt 7. Om det inte är dessa budskap som avses bör programmet vara tydligare med var/hur/när de övergripande budskapen tas fram och fastslås.

samordnad och kontinuerlig kommunikation som baseras på fakta om den aktuella situationen öppnar upp för att det finns situationer (icke-kris) där faktaunderlaget i kommunikationen inte är lika relevant. Kriser ställer särskilda krav på snabb, samordnad och kontinuerlig kommunikation men inkluderingen av faktabegreppet ger utrymme för tolkning att det finns tillfällen där samma krav på faktagrund inte finns. Kontorets uppfattning är att denna formulering bör ses över. Det bör framgå att fakta alltid måste vara utgångspunkten i stadens kommunikation för att nå våra kärnvärden om aktiv, tillgänglig och trovärdig.

Kommunikationens inriktning åren 2017-2022

Kommunikationsprogrammet pekar ut inriktningen för kommunikationen de kommande åren och hur kommunikation kan hjälpa staden att klara de utmaningar som framtiden står inför. Här nämns bland annat utmaningen att ge alla stockholmare jämlika förutsättningar att ta del av och delta i stadens verksamheter och utveckling och att staden växer snabbt vilket innebär att kommunikationen måste förklara vad som händer i staden, varför och vart staden är på väg. Programmet listar också ett antal mål och strategier.

Kontoret anser att helheten är bra men har ett antal synpunkter.

Stadens utmaningar – hur kan kommunikationen bidra?

Formuleringarna är alla bra och täcker in en stor del av stadens största utmaningar. Kontoret anser dock att perspektivet att Stockholm växer och att det är något bra bör tydliggöras. Den första punkten, *med vår kommunikation kan vi förklara vad som händer runt om i staden, varför och vart vi är på väg*, tangerar ämnet men kontoret ser gärna att det tydliggörs att stadens kommunikation ska visa på att det är något positivt att staden växer.

Formuleringarna med ”kan” som är återkommande under avsnittet kan uppfattas som något passiva, vår uppfattning är snarare att kommunikationen ”ska”. Det vill säga, *med vår kommunikation ska vi förklara vad som händer runt om i staden, varför och vart vi är på väg*. Detta gör också kommunikationen mer aktiv vilket ligger i linje med våra mål.

Kontoret ser också en problematik i formuleringen *De nya stockholmarna ska kunna skapa ett hem och ett gott liv*. Att enbart rikta sig till ”nya” stockholmare kan upplevas som exkluderande. Frågor runt bostadsbyggande, infrastruktur och samhällsservice gäller i alla högsta grad även ”gamla” stockholmare. Att kunna

skapa sig ett hem och ett gott liv i Stockholm är något som även de som bott här under lång tid och inte ser sig själva som ”nya stockholmare” eftersträvar. Trots att man bott i staden under lång tid kan man såklart uppleva problemen med brist på bostäder eller önskemål om utbyggd infrastruktur i form av gång, cykel eller kollektivtrafik. *De nya stockholmarna* bör således omformuleras till bara *stockholmarna* alternativt *både nya och befintliga stockholmare*.

Mål

Målen i kommunikationsprogrammet är bra och det är som sagt positivt att begreppen aktiv, tillgänglig och trovärdig genomsyrar programmet. Som tidigare nämnts ser kontoret dock behovet av en tydlighet runt hur uppföljningen av målen, och därmed kommunikationsprogrammet, ska se ut och genomföras.

Kontoret saknar också ett mål om att stadens kommunikation ska bidra till att sätta förväntningarna hos målgruppen om vad Stockholms stads uppdrag är. Detta skulle till exempel kunna beskrivas under *trovärdighet* under målet *Stockholms stads kommunikation är aktiv, tillgänglig och trovärdig*.

Strategier

Stadens övergripande budskap är mycket centrala i den faktiska kommunikationen och viktiga i arbetet med att sätta det gemensamma varumärket Stockholms stad. Kontoret ser det därför som viktigt att de övergripande budskapen inkluderar stadens alla verksamheter på ett tydligt sätt. Den växande staden och de utmaningar och möjligheter som detta innebär är oerhört centrala i trafikkontorets verksamhet och kommunikation. Vår uppfattning är att det övergripande budskapet *Stockholm – en öppen, innovativ, hållbar stad* bör innehålla ordet växande för att tydliggöra detta; *Stockholm – en öppen, innovativ och hållbart växande stad*.

Under rubriken *Alla ska känna sig inkluderade i stadens kommunikation* skriver vi att *Vi strävar efter att bryta utanförskap, överbrygga hinder och för ett jämställt Stockholm*. Staden bör överväga att använda det bredare begreppet *jämlikt*, istället för *jämställt* för att säkerställa fler aspekter när staden beskriver kommunikationen som inkluderande.

Kontorets förslag

Kontoret föreslår att trafiknämnden överlämnar detta tjänsteutlåtande som svar på remissen från kommunstyrelsen.

Slut

Bilagor

1. Kommunikationsprogram för Stockholms stad 2017-2022