

Utlåtande 2017:209 RI (Dnr 179-2103/2016)

Kommunikationsprogram för Stockholms stad 2017– 2022

Kommunstyrelsen föreslår att kommunfullmäktige beslutar följande.

1. Kommunikationsprogram för Stockholms stad 2017– 2022 antas enligt bilaga 2 till utlåtandet.
2. Stockholms Stadshus AB uppmanas att för egen del anta och uppmanas att ge stadens bolagsstyrelser i uppdrag att anta kommunikationsprogram för Stockholms stad 2017– 2022 enligt bilaga 2 till utlåtandet.

Föredragande borgarrådet Karin Wanngård anför följande.

Ärendet

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.

Beredning

Ärendet har initierats av stadsledningskontoret och remitterats till samtliga facknämnder, samtliga stadsdelsnämnder, Stockholms Stadshus AB och kommunstyrelsens råd för funktionshinderfrågor. Stockholms Stadshus AB har i sin tur remitterat vidare till samtliga dotterbolag. Stockholm Vatten och Avfall AB, Stockholm Globe Arena Fastigheter AB, S:t Erik Försäkrings AB, S:t Erik Livförsäkring AB och Bostadsförmedlingen i Stockholm AB har valt att inte svara på remissen. AB Svenska Bostäder, AB Stockholmshem, AB Familjebostäder, Micasa Fastigheter i Stockholm AB och Skolfastigheter i Stockholm AB, SISAB instämmer i skrivningarna och har ingenting att tillägga.

Arbetsmarknadsnämnden ser positivt på att programmet slår fast grundläggande principer för stadens kommunikation och inriktningen för åren 2017-2022, samt anger mål och strategier som ska möta de utmaningar som staden står inför.

Exploateringsnämnden delar de uppfattningar och förslag som presenteras i programmet.

Fastighetsnämnden konstaterar att det presenterade förslaget är väl genomarbetat och innehåller bra mål och strategier för stadens kommunikation, men anser dock att programmet skulle kunna bli ännu mer stringent och tydligt.

Idrottsnämnden anser att programmet generellt är mycket genomtänkt, ambitiöst och välbalanserat.

Kulturnämnden är enig med intentionen i stadens nya kommunikationsprogram och menar att programmet bör skriva ut vad normkritik i ett kommunikationsperspektiv innebär samt att programmet även kan förstärka vilka förutsättningar som bör beaktas beträffande målgruppen barns och ungas särskilda behov.

Kyrkogårdsnämnden ser i stort positivt på förslaget, men menar att det bör konkretiseras och göras tillgängligt utifrån olika behov och syften samt att kommunikationsmålen i programmet skulle kunna lyftas fram mer och göras tydligare med en underrubrik "Förväntat resultat".

Miljö- och hälsoskyddsnämnden välkomnar förslaget och anser att det både är genomtänkt och användbart som vägledning för prioriteringar i det lokala kommunikationsarbetet, samt att det samspelar väl med förvaltningens nyligen framtagna värdegrund, men att det skulle få en större betydelse om innehållet kunde koncentreras.

Servicenämnden stödjer förslaget som bedöms innehålla relevanta utgångspunkter för stadens kommunikationsarbete, men framhåller att det gärna kan förtydligas vad gäller utgångspunkter och strategier för kommunikationen samt att det bör kompletteras avseende hur uppföljningen av programmet ska genomföras.

Socialnämnden ställer sig positiv till förslaget till Kommunikationsprogram för Stockholms stad 2017-2022.

Stadsbyggnadsnämnden anser att förslaget är väl genomarbetat och kommer att ge Stockholms stads verksamheter gemensam inriktning och tydliga ramar för det fortsatta kommunikations- och varumärkesbyggande arbetet.

Trafiknämnden anser att programmet i sin helhet är bra, men anser att beskrivningen av hur uppföljningen ska se ut bör förtydligas samt att programmet tydligare bör definiera vilken eller vilka målgrupper staden arbetar mot då nuvarande formuleringar öppnar för viss otydlighet. Vidare anser nämnden att den inriktning för kommunikationen som pekas ut i programmet i stort är bra, men att de utmaningar som den växande staden innebär bör lyftas fram tydligare.

Utbildningsnämnden tillstyrker förslaget och framför vissa synpunkter.

Äldrenämnden välkomnar det nya programmet och anser att en samordnad och planerad kommunikation bidrar till effektivitet, intern samhörighet och tydlighet.

Överförmyndarnämnden anser att det remitterade förslaget till nytt kommunikationsprogram är bra, men anser att vikten av ett gemensamt varumärke bör betonas mer och ger som förslag att staden tar fram gemensamma riktlinjer för språk.

Bromma stadsdelsnämnd är positiv till stadsledningskontorets förslag om ett gemensamt kommunikationsprogram för staden.

Enskede-Årsta-Vantörs stadsdelsnämnd ser i stort positivt på förslaget, men anser att det måste konkretiseras och göras tillgängligt utifrån olika behov och syften.

Farsta stadsdelsnämnd ställer sig positiv till det nya programmet och tycker att det visar riktningen och utvecklingen för stadens kommunikation, där det är tydligt att både chefer och medarbetare har en viktig roll i kommunikationsarbetet, men menar att förslaget behöver utvecklas på några viktiga områden, bland annat när det gäller tydliga skrivningar om medborgardialoger och digitala verktyg för ungas inflytande.

Hägersten-Liljeholmens stadsdelsnämnd välkomnar det nya programmet och ser det breda perspektivet på kommunikation, där alla medarbetare har en

viktig roll i kommunikationsarbetet, som något positivt, men skulle vilja se förtydliganden, bland annat gällande hur programmet ska implementeras.

Hässelby-Vällingby stadsdelsnämnd är i huvudsak positiv till det föreslagna kommunikationsprogrammet och anser att den lokala målgruppsanpassade informationen bör ges utrymme även om staden ska ha en sammanhållen kommunikation och ett gemensamt varumärke.

Kungsholmens stadsdelsnämnd är positiv till att stadsledningskontoret kommer att vara drivande och samordnande i implementeringen av kommunikationsprogrammet.

Norrmalms stadsdelsnämnd ställer sig positiv till det nya kommunikationsprogrammet.

Rinkeby-Kista stadsdelsnämnd välkomnar förslaget och anser att det både är genomtänkt och användbart som vägledning för prioriteringar i det lokala kommunikationsarbetet, samt att det samspelar väl med förvaltningens nyligen framtagna värdegrund, men att det skulle få en större betydelse om innehållet kunde koncentreras.

Skarpnäcks stadsdelsnämnd ser positivt på förslaget till stadens nya kommunikationsprogram.

Skärholmens stadsdelsnämnd ser positivt på att programmet är gemensamt och gäller alla stadens förvaltningar och bolag.

Spånga-Tensta stadsdelsnämnd har inga erinringar mot förslaget.

Södermalms stadsdelsnämnd ser positivt på "Kommunikationsprogram för Stockholms stad 2017-2022" då kommunikation är viktig och alla stadens kontakter, oavsett form, ska präglas av ett gott bemötande.

Älvsjö stadsdelsnämnd ser positivt på förslaget, men menar att målen för kommunikationen behöver lyftas fram för att göra programmet tydligare.

Östermalms stadsdelsnämnd ställer sig positiv till förslaget och anser att det är viktigt att det finns utrymme i stadens kanaler för att arbeta riktat mot lokala målgrupper, inte minst på stadens webbplattformer och efterlyser att företeelsen informationspåverkan ska nämnas i avsnittet om omvärldsbevakning, som en ny typ av säkerhetsfråga som staden behöver ha mental beredskap för och kunskap om för att kunna förhålla sig till.

Stockholms Stadshus AB anser att kommunikationsprogrammet ger den vägledning som verksamheterna behöver för att kunna kommunicera på ett effektivt och ända-målsenligt sätt.

Kommunstyrelsens råd för funktionshinderfrågor efterfrågar en högre grad av konkretion i programmet och betonar att all stadens kommunikation ska vara tillgänglig för samtliga medborgare, oavsett funktionsförmåga samt att ett gott bemötande ska präglade all information och övriga kontakter.

Mina synpunkter

Stockholms stad är en demokratiskt styrd organisation vars verksamheter dagligen påverkar medborgarna. Staden har ett kommunikativt ansvar på en stor mängd områden och vår förmåga att kommunicera internt inom vår organisation och med brukare och medborgare har stor betydelse för stadens förmåga att leverera god verksamhet.

Hur vi strategiskt arbetar med vår kommunikation har inte bara betydelse i den enskilda kontakten mellan en brukare/medborgare och staden utan också för förtroendet för vårt demokratiska styre. Stadens kommunikation ska utgå från att värna grundläggande demokratiska värden, medborgarnas rätt till insyn och påverkan av beslut, stöd för genomförande av fullmäktiges och den politiska organisationens beslut och tydlighet kring de lagar och regler som omgärdar vår verksamhet.

I det förslag till kommunikationsprogram för Stockholms stad 2017-2022 som nu föreligger kommunfullmäktige för beslut tydliggörs utgångspunkterna för stadens kommunikation såväl internt som externt. Programmet har tagits fram och omarbetats efter en omfattande remissomgång i staden., vilket framgår i bilagan. I vissa fall har språket ändrats för att tydliggöra innebörden medan det i andra fall skett förändringar för att programmet bättre ska anknyta till stadens vision. Programmet ger tydliga förutsättningar för hela stadens verksamhet att genomföra och utveckla sin kommunikation på ett sätt som stöder stadens övergripande målsättningar. Programmet omfattar alla stadens bolag och förvaltningar.

Målen som sätts i programmet ska genomsyra all vår kommunikation:

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

Jag vill understryka att stadens kommunikation aldrig får vara neutral i förhållande till det demokratiska styresskicket. Rätten för medborgarna att påverka och styra staden idag och i framtiden är fundamental. Stadens kommunikation ska stödja och underlätta en demokratisk utveckling och deltagande på alla nivåer. På samma sätt är det också grundläggande att staden inte är blind för de olikheter som präglar stadens invånare och medarbetare.

När staden kommunicerar ska också den mångfald som präglar Stockholm vara synlig.

Utvecklingen i världen präglas i allt större utsträckning av att städer och regioner kliver fram som viktiga aktörer i internationellt samarbete. Genom vårt samarbete med övriga kommuner i regionen och budskapet *Stockholm – the Capital of Scandinavia* arbetar vi för att än mer stärka stadens ställning som plats för investerare och besökare. Det har gett resultat och Stockholm blir en alltmer internationellt tillvänd stad.

En stor del av Stockholms invånare kommer från andra länder och en stor mängd utlänningar bor och arbetar längre eller kortare tid i Stockholm. Vi har under lång tid tagit emot människor som är på flykt och välkomnar dem att bli stockholmare. De har till exempel lett till att staden driver viss verksamhet med internationell prägel, bland annat förskolor, skolor och äldreomsorg. Det behöver också än mer märkas i stadens kommunikation. Alla stadens verksamheter behöver ha ett ökat fokus på att vi har målgrupper som inte talar svenska eller har förförståelse för hur den kommunala servicen fungerar, oavsett om det är en turist som är intresserad av vad som händer på Slussen, en utbytesstudent som vill söka bostad eller en flyktingfamilj som ska förstå hur förskolan fungerar. Genom att kommunicera med människor utifrån vars och ens förutsättningar ska staden medverka till minskad segregation.

Kommunikationsprogrammet berör också hur staden ska kommunicera såväl med dagens medarbetare som med möjliga framtida medarbetare. Det är viktigt att betona att den kommunikation om staden som en god arbetsgivare, som vi vill förmedla i grunden, handlar om den tillit och öppenhet som visas i vardagen. När staden i programmet stadgar att meddelarfrihetens skyddsregler ska följas handlar det givetvis om att grundlagen ska följas men även att i praktiken manifestera övertygelsen om att arbetsplatser som präglas av öppenhet är betydligt bättre arbetsplatser. Det är därför också glädjande att personalens värdering av arbetsmiljön som öppen och respektfull har stärkts kraftigt i 2017 års medarbetarundersökning.

Stockholm har historiskt varit framgångsrik i sin kommunikation både internt och externt och Stockholm åtnjuter ett högt förtroende. Att bygga vidare på denna positiva bild av vår stad och att stärka banden mellan medborgarna, stadens besökare, näringslivsaktörer och staden är viktigt för att staden ska fortsätta stärkas och utvecklas. En gemensam och tydlig kommunikation är en viktig pusselbit i detta.

Bilagor

1. Reservationer m.m.

2. Kommunikationsprogram för Stockholms stad 2017–2022

Borgarrådsberedningen tillstyrker föredragande borgarrådets förslag.

Kommunstyrelsen delar borgarrådsberedningens uppfattning och föreslår att kommunfullmäktige beslutar följande.

1. Kommunikationsprogram för Stockholms stad 2017– 2022 antas enligt bilaga 2 till utlåtandet.
2. Stockholms Stadshus AB uppmanas att för egen del anta och uppmanas att ge stadens bolagsstyrelser i uppdrag att anta kommunikationsprogram för Stockholms stad 2017– 2022 enligt bilaga 2 till utlåtandet.

Stockholm den 20 september 2017

På kommunstyrelsens vägnar:
KARIN WANNGÅRD

Ulrika Gunnarsson

Remissammanställning

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.

För att säkerställa att målen nås ska stadsledningskontoret, i samråd med Stockholms Stadshus AB, 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.

För att göra programmet känt och tillgängligt kommer stadsledningskontoret arbeta aktivt med implementeringen.

Stadsledningskontoret

Stadsledningskontorets tjänsteutlåtande daterat den 6 mars 2017 har i huvudsak följande lydelse.

Varför kommunikationsprogram?

Stadens tidigare kommunikationsprogram 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.

Samordnad kommunikation med stockholmarna i fokus

Kommunikationsarbete är ett verksamhetsstöd för att förverkliga

kommunfullmäktiges budget och vision. Kommunikation är också navet i den demokratiska processen, i den vardagliga kontakten med stockholmarna och i det interna arbetet. Den är en självklar och integrerad del i våra verksamhetsprocesser och hjälper oss att nå våra mål. Genom att vara medveten och planerad bidrar kommunikationen bland annat till effektivitet, utveckling, intern samhörighet och extern tydlighet.

Med god kommunikation stärker vi relationen med alla intressenter. Vi stimulerar dialog, engagemang och samarbete, och löser våra uppdrag bättre. Hur väl vi når våra mål och hur väl stockholmarna upplever att vi producerar nytta och god service, är förenat med kompetens och engagemang hos medarbetare och chefer.

Kommunikation är ett viktigt verktyg för transparens och insyn, och för att skapa rätt förväntningar på kommunens service och våra tjänster, såväl inom organisationen som hos stockholmarna och andra grupper. Det ska vara enkelt för stockholmaren att ta del av vår information och våra tjänster. Stadens kommunikation ska kännetecknas av att den är aktiv, tillgänglig och trovärdig. För stockholmarna finns ett värde i att lätt kunna identifiera kommunens service och vilka stadens verksamheter är. Därför behöver vi sträva efter att kommunicera tydligt och sammanhållet.

Detta ska återspeglas i de former och kanaler vi använder, men också i vårt språk och de bilder vi väljer. Vi måste vara lyhörda för våra målgruppers förutsättningar och behov, och prova nya sätt att stärka dialogen. Särskilt med tanke på stadens mångfald och för att vara inkluderande.

Stockholms stad driver och ansvarar för en rad verksamheter med olika profil och inriktning. Det alla har gemensamt är att de är demokratiskt styrda och arbetar för att leverera kvalitativ kommunal service som fastställs i nämnder och styrelser. Det kommunala uppdraget och den gemensamma visionen förenar oss som arbetar i Stockholms stad – detta är kärnan i varumärket Stockholms stad. Ett sammanhållet varumärke gör det lättare för stockholmarna att förstå vad som ingår i den kommunala servicen och att ta tillvara sina demokratiska rättigheter. Det stärker också staden som arbetsgivare och bidrar till att profilera Stockholm som plats.

Förvaltningarnas gemensamma grafiska profil skapar tydlighet och bidrar till effektivitet. Logotypen S:t Erik är en avsändaridentifikation och kvalitetsgarant. Den grafiska profilen bör även fortsatt kontinuerligt ses över och moderniseras, framför allt till följd av utvecklingen inom digitala medier. Stadens bolag har möjlighet att använda egna logotyper och grafiska profiler, förutsatt att tillhörigheten med staden visas tydligt, enligt anvisningar i varumärkesmanualen.

Övergripande mål och strategier ger riktning och kraft

Med utgångspunkt i stadens utmaningar och långsiktiga ambitioner formuleras 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.

Vi tar särskilt fasta på att Stockholms stad är en visionsstyrd organisation.

Visionen är vårt långsiktiga koncerngemensamma åtagande och ur den hämtar vi vägledning för den stad vi strävar efter att förverkliga:

- Stockholm är en **öppen**, välkomnande och levande stad; fylld av folkliv, kultur, storstadspuls och natur.

- Stockholm är en smart och digital stad, ett nav för **innovation** och världsledande inom it och kreativa näringar.

- Stockholm växer **hållbart** i ett brett perspektiv. Vi värnar om livskvalitet, hushåller med resurser och minimerar klimatpåverkan.

För att göra Stockholms stads identitet och inriktning tydlig återspeglas och uttrycks stadens ambition i ett antal gemensamma övergripande huvudbudskap. Dessa tar vi avstamp från i den verksamhetsegna kommunikationen, och de kan brytas ner, konkretiseras och uttryckas på olika sätt över tid.

Genomförande

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.

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.

Stadsledningskontorets förslag till beslut

Stadsledningskontoret föreslår sammanfattningsvis att kommunstyrelsen föreslår att kommunfullmäktige beslutar att anta kommunikationsprogram för Stockholms stad 2017– 2022. Vidare föreslås att Stockholms Stadshus AB uppmanas att ge stadens bolagsstyrelser i uppdrag att anta kommunikationsprogram för Stockholms stad 2017– 2022.

Beredning

Ärendet har initierats av stadsledningskontoret och remitterats till samtliga facknämnder, samtliga stadsdelsnämnder, Stockholms Stadshus AB och kommunstyrelsens råd för funktionshinderfrågor. Stockholms Stadshus AB har i sin tur remitterat vidare till samtliga dotterbolag. Stockholm Vatten och Avfall AB, Stockholm Globe Arena Fastigheter AB, S:t Erik Försäkrings AB, S:t Erik Livförsäkring AB och Bostadsförmedlingen i Stockholm AB har valt att inte svara på remissen. AB Svenska Bostäder, AB Stockholmshem, AB Familjebostäder, Micasa Fastigheter i Stockholm AB och Skolfastigheter i Stockholm AB, SISAB instämmer i skrivningarna och har ingenting att tillägga.

Arbetsmarknadsnämnden

Arbetsmarknadsnämnden beslutade vid sitt sammanträde den 13 juni 2017 att hänvisa till förvaltningens tjänsteutlåtande som sitt yttrande över remissen.

Arbetsmarknadsförvaltningens tjänsteutlåtande daterat den 1 juni 2017 har i huvudsak följande lydelse.

Arbetsmarknadsförvaltningen ställer sig i positiv till det nya kommunikationsprogrammet. Det breda perspektiv som lyfts fram gällande stadens externa och interna kommunikation är något som förvaltningen välkomnar. Det är viktigt att alla stadens verksamheter och medarbetare ser och förstår att kommunikation ständigt är en del av vardagen och att en stor del av den dagliga verksamheten handlar om att kommunicera – oavsett om det är medarbetare emellan eller med stadens invånare.

I programmet beskrivs att alla chefer och medarbetare har en viktig roll i stadens kommunikation och att förvaltningarnas kommunikatörer ansvarar för att stötta och skapa förutsättningar och strukturer för verksamheternas kommunikation. Att detta tydliggörs i programmet ser förvaltningen som positivt, samtidigt är det nödvändigt att alla medarbetare har kunskap om vikten av kommunikation och vad som är viktigt att tänka på i olika kommunikativa situationer.

I kommunikationsarbetet är det viktigt, såsom det beskrivs i programmet, att utgå från målgrupper och behov. Det handlar om att ta hänsyn till målgruppens drivkrafter, kommunikationsvanor, språkkunskaper och livssituationer för att på bästa sätt utforma kommunikationen. Det är även positivt att programmet betonar

att det utifrån detta är viktigt att noga identifiera de kanaler genom vilka man bäst når den tilltänkta målgruppen. Detta bidrar till att stärka kontakten och dialogen mellan staden och invånarna.

Det är viktigt att genomförandet av programmet bland stadens chefer och medarbetare görs på ett genomtänkt, strukturerat och effektivt sätt. På så sätt ökar möjligheterna till att programmet blir levande och används. I programmet beskrivs det att genomförande ska ske med hjälp av chefer och kommunikatörer ute i verksamheterna samt att stadsledningskontoret har en samordnad roll.

Förvaltningen ser gärna att samordningen förtydligas i syfte att klargöra det ansvar som ligger på förvaltningarna respektive stadsledningskontoret. Förvaltningen skulle också gärna se en mer utförlig beskrivning kring hur genomförandet av programmet är tänkt att genomföras.

För att programmet ska förbli ett aktuellt och levande styrdokument behöver det i genomförandet finnas metoder och material för att både för medarbetare och chefer snabbt ska kunna ta del av det. Det är väsentligt att alla enkelt förstår på vilket sätt programmet berör dem och vad de har för ansvar.

Begreppet aktiv kommunikation är ett ord som kan tolkas på olika sätt.

Begreppet förekommer flera gånger i programmet och det behöver förtydligas så att både chefer och medarbetare har rätt förutsättning för sin aktiva kommunikation.

Arbetsmarknadsförvaltningen vill avslutningsvis framhålla att det finns anledning att se över den ”röda tråden” i programmet. Eftersom programmets olika huvuddelar - utgångspunkter, inriktning, mål och strategier - täcker samma, likväl som olika relevanta områden inom stadens kommunikation, finns en risk för att tappa perspektiv där delarna i stället kunde förstärka varandra.

Exploateringsnämnden

Exploateringsnämnden beslutade vid sitt sammanträde den 8 juni 2017 att besvara remissen med kontorets tjänsteutlåtande.

Särskilt uttalande gjordes av nämnden, *bilaga 1*.

Ersätтарыttrande gjordes av Susanne Wicklund (C) som hänvisade till särskilt uttalande gjort av nämnden.

Exploateringskontorets tjänsteutlåtande daterat den 12 maj 2017 har i huvudsak följande lydelse.

Exploateringskontoret har deltagit i arbetet med att ta fram det nu föreslagna kommunikationsprogrammet och delar de uppfattningar och förslag som presenteras i programmet.

Exploateringsnämnden ansvarar för att kommunicera planerade och pågående stadsutvecklingsprojekt. Nämnden har en viktig roll i att berätta för stockholmarna om de långsiktiga planerna för hur staden ska växa och på kortare sikt om hur de berörs av de byggprojekt som pågår och hur de kan delta i utvecklingen.

Kommunikationen ska bidra till att öka kännedom om och skapa acceptans för ett växande Stockholm och den ska stötta verksamheten att nå målen genom ett proaktivt kommunikationsarbete. Exploateringskontoret och stadsbyggnadskontoret arbetar tillsammans för att utveckla och genomföra de medborgardialoger som kan bidra till att beslut som fattas tar hänsyn till fler perspektiv och blir bättre förankrade.

Under 2017 etableras en utökad besöksmottagning. Genom en professionell hantering av studiebesök till stadsutvecklingsprojekten bidrar arbetet till att positionera Stockholm, inom bland annat hållbarhetsarbete, och att marknadsföra staden gentemot besökare och investerare.

Exploateringskontoret ingår bland annat i styrgruppen för kommunikation om stadsutveckling som leds av stadsledningskontoret och deltar därmed i utvecklingen av flera av de områden som kommunikationsprogrammet tar upp.

Fastighetsnämnden

Fastighetsnämnden beslutade vid sitt sammanträde den 20 juni 2017 att godkänna och överlämna fastighetskontorets tjänsteutlåtande som svar på remissen.

Särskilt uttalande gjordes av nämnden, *bilaga 1*.

Ersätтарыttrande gjordes av Hamid Ershad Sarabi (C) som hänvisade till särskilt uttalande gjort av nämnden.

Fastighetskontorets tjänsteutlåtande daterat den 22 maj 2017 har i huvudsak följande lydelse.

Kontorets synpunkter

Kontoret anser att ett övergripande kommunikationsprogram för staden är bra och en viktig förutsättning för att skapa en samordnad och tydlig bild av hur staden, genom dess verksamheter, hanterar de utmaningar staden står inför – nu och i framtiden – och hur de långsiktiga ambitionerna ser ut.

Kontoret konstaterar att stadsledningskontorets förslag till kommunikationsprogram för åren 2017 – 2022 är väl genomarbetat och innehåller bra mål och strategier för stadens kommunikation. Kontoret anser att programmet har lagts på en lagom nivå så att det kan brytas ner och anpassas till kontorets verksamhet och därmed ge vägledning i kontorets dagliga kommunikationsarbete.

Kontoret anser dock att programmet skulle kunna bli ännu mer stringent och tydligt genom några justeringar.

Utgångspunkter vs strategier

I kommunikationsprogrammet under rubriken *Utgångspunkter för vår kommunikation* beskrivs nio utgångspunkter för stadens kommunikation, det vill säga grundläggande kommunikationsprinciper som vägledning i det dagliga arbetet. På annan plats i programmet under rubriken *Strategier* beskrivs sju strategier för att nå stadens övergripande kommunikationsmål. Kontoret konstaterar att dessa båda begrepp – det vill säga utgångspunkter och strategier – går in i varandra och har, i stort sett, samma textinnehåll. Med denna disposition, där samma sak beskrivs på flera ställen, blir programmet onödigt omfattande och otydligt.

Kontoret anser därför att programmet bör omarbetas så att rubriken *Utgångspunkter för vår kommunikation* mer fokuserar på att beskriva stadens kommunikativa utmaningar och möjligheter, varumärke, organisation och ansvar och att andra delar av nuvarande skrivningar, som enligt kontorets bedömning är strategier för att nå uppsatta mål i programmet, enbart beskrivs under rubriken *Strategier*.

Kommunikationsmålen

Kommunikationsprogrammet ska vara ett långsiktigt måldokument som anger önskvärd utveckling för stadens kommunikation. I linje med detta anser kontoret att programmets kommunikationsmål bör beskrivas tidigt och inledningsvis i programmet.

Budskap som tydligt kopplar till stadens vision

Under utgångspunkt nummer 7 *Vi utgår från gemensamma budskap* i kommunikationsprogrammet anges: *För att göra Stockholms stads identitet och inriktning tydlig har vi gemensamma övergripande budskap som återspeglar stadens ambition.*

Kontoret saknar en koppling till stadens vision, som är stadens långsiktiga och gemensamma åtagande, och anser att det tydligare bör framgå att våra gemensamma budskap tar sin utgångspunkt i stadens vision.

Idrottsnämnden

Idrottsnämnden beslutade vid sitt sammanträde den 20 juni 2017 att som svar på remissen hänvisar idrottsnämnden till förvaltningens tjänsteutlåtande.

Idrottsförvaltningens tjänsteutlåtande daterat den 8 maj 2017 har i huvudsak följande lydelse.

Idrottsförvaltningen anser inledningsvis att programmet generellt verkar mycket genomtänkt och är både ambitiöst och välbalanserat.

Det finns en tydlig koppling till stadens vision och programmet är övertygande i sin pedagogik. Kort sagt har förvaltningen ingenting att anmärka på när det gäller innehållet och ställer sig helt bakom programmets intentioner.

Presens och imperativ

Programmet skulle dock förbättras och förtydligas om det genomgående användes antingen presens eller imperativ. I det remitterade förslaget används båda tempusformerna. Mål och visioner uttrycks i presens, vilket är vanligt i sådana här program. Det följs sedan av uppmanande imperativ, vilket ger ett otydligt intryck och gör det svårare att förstå och ta till sig än det borde kunna vara.

Här är några citat från samma rubrik (6. Samordning och tydlighet stärker varumärket) med exempel på hur presens och imperativ blandas (kursivering av oss):

Det *framgår* alltid att Stockholms stad är avsändare när Stockholms stad kommunicerar. [...]

Det *ska* vara tydligt i stadens kommunikation när något är beslutat eller när det är en politisk vilja som ännu inte beslutats.

Därför *finns* det en tydlig gräns mellan Stockholms stads kommunikation där staden företräds av tjänstemän och partipolitiska budskap som borgarråd och andra politiska

företrädare förmedlar. [...]

Det *ska* gå lätt och snabbt att komma i kontakt med den medarbetare som har ansvar och kompetens i en fråga. Därför är vår beredskap och tillgänglighet hög. [...]

Detta påverkar naturligtvis inte programmets innehåll. Men om presens och imperativ inte blandas i samma sammanhang, kommer programmet bli lättare att förstå och förhoppningsvis kommer fler också ta till sig det.

Jämställdhetsanalys

Jämställdhetsperspektivet bedöms inte som relevant eftersom programmet inte berör kön eller specificerar något kring kvinnor och män.

Kulturnämnden

Kulturnämnden beslutade vid sitt sammanträde den 13 juni 2017 att som svar på remissen överlämna förvaltningens tjänsteutlåtande till kommunstyrelsen.

Kulturnämnden beslutade vid sitt sammanträde den 13 juni 2017 att som svar på remissen överlämnar förvaltningens (stadsarkivet) tjänsteutlåtande till kommunstyrelsen.

Kulturförvaltningens tjänsteutlåtande daterat den 29 maj 2017 har i huvudsak följande lydelse.

Kulturförvaltningen är enig med intentionen i stadens nya kommunikationsprogram. Det finns några områden som förvaltningen anser kan förstärkas:

En tidig dialog om uppföljning och utvärdering är en viktig förutsättning för att kunna hitta mätbara mål. Det krävs också att de olika förvaltningarna och deras avdelningar och enheter är rustade och organiserade för att göra detta möjligt.

Kulturförvaltningens verksamheter har i flera fall varit pilotprojekt i samband med att stadens varumärkesplattform togs fram. I programmet anges att det är summan av alla uppfattningar om Stockholms stads varumärke som är styrkan. ”Tillsammans är vi en kommunkoncern som hålls samman av ett gemensamt varumärke”. En förutsättning för att programmet ska fungera är att profilerade verksamheter verksamma på en marknad, som Kulturskolan Stockholm, Stadsmuseet, Medeltidsmuseet, Stockholmia förlag och Liljevalchs konsthall samt de evenemang som har en egen utarbetad profil, fortfarande kan vara egna undervarumärken till stadens varumärke, enligt den grafiska profil som har tagits fram.

Kommunikationsprogrammet anger att staden ska skapa synergier och tillsammans arbeta för att nå största möjliga effekt för medborgarna med en medveten och strategisk kommunikation. I dagsläget är självstyret i allmänhet i förvaltningarna starkt. Mycket av kommunikationen görs av de publika verksamheterna i kulturförvaltningen. För att få genomslag av programmets strategier behövs ett implementeringsarbete genomföras.

I programmet beskrivs inte de speciella förutsättningar som råder när det gäller barnperspektivet. Staden har tagit fram riktlinjer för Kultur i ögonhöjd – för, med

och av barn och unga, strategisk plan för barn- och ungdomskultur 2009–2012 (dnr: 328-2395/2008). Programmet syftar till att möjliggöra för att alla barn och ungdomar, oavsett förutsättningar och uppväxtvillkor, ska kunna ta del av ett professionellt kulturliv och själva få uttrycka sig, på egen hand och tillsammans med professionella vuxna. Det innebär även att barn och unga har möjlighet att påverka sina kultur- och fritidsaktiviteter och de miljöer de vistas i. Även barn och ungas behov bör vägas in när det gäller kommunikationsprogrammet eftersom denna målgrupp ofta har särskilda krav på kommunikationen.

Jämställdhetsanalys

I programmet skrivs ”För att uppfattas tillgängliga och trovärdiga, och för att bygga förtroendefulla relationer behöver alla känna sig inkluderade.” Kulturförvaltningen har varit pilotprojekt för inkluderande kommunikation. Normkritisk hållning har blivit ett samlingsbegrepp som man behöver beakta i sin kommunikation. Programmet kan förtydliga den normkritiska aspekten, genom att skriva ut vad normkritik innebär och de olika delar som ingår: könsidentitet eller könsuttryck, etnisk tillhörighet, religion eller annan trosuppfattning, funktionsnedsättning, sexuell läggning, ålder och socioekonomi för att få brett genomslag i kommunikationsarbetet.

Stadsarkivets tjänsteutlåtande daterat den 30 maj 2017 har i huvudsak följande lydelse.

Det nya kommunikationsprogrammet ligger helt i linje med hur Stadsarkivet ser på hur strategisk kommunikationen bidrar till att en organisation når sina övergripande mål. Stadsarkivet instämmer både i de grundläggande principer som programmet slår fast och i de mål och strategier för åren 2017-2022 som ingår i programmet.

Stadsarkivet anser att det nya stadsövergripande kommunikationsprogrammet blir en bra utgångspunkt i det fortsatta arbetet med att planera, genomföra och utveckla Stadsarkivets interna och externa kommunikation.

Det aktiva sökandet efter samordningsvinster och synergier i kommunikationsarbetet som uttrycks i kommunikationsprogrammet anser Stadsarkivet är väsentliga. Det gäller även skrivningen om att samverkan, lärande och utbyte mellan stadens verksamheter stöttas. Vi har mycket att lära av varandra inom staden och det är viktigt att resurser utnyttjas effektivt och att idéer återanvänds eller vidareutvecklas så att verksamheter inom staden inte ständigt uppfinner nya hjul.

När det gäller genomförandet av det nya kommunikationsprogrammet kan Stadsarkivet inte nog understryka hur viktigt stödet med implementeringen är från stadsledningskontorets sida, t ex i form av populärversioner av kommunikationsprogrammet samt gemensamma verktyg och mallar som t ex möjliggör uppföljning av målen i olika kanaler, workshops kring hur staden använder sociala medier, etc. Stadsarkivet har förhållandevis små kommunikationsstrategiska resurser vilket innebär att det ofta är medarbetare som

inte är utbildade kommunikatörer som genomför kommunikationsaktiviteterna. Därför är behovet av ändamålsenliga verktyg och mallar som stöttar utförandet stort. Men för att kunna använda mallar och verktyg på ett effektivt sätt krävs trots allt ofta förkunskaper om grunderna i strategisk kommunikation.

Stadsarkivet vill därför lyfta behovet av fortsatt stöd från Stadsledningskontorets kommunikationsenhet både när det gäller gemensamma utbildningar inom olika kommunikationsspecialiteter och när det gäller att vara ett nav som bidrar till att sprida och dela inspiration och goda exempel från olika delar av våra verksamheter. Stadsarkivet menar att de utbildningar för olika specialiteter inom kommunikationsområdet som hittills förekommit sporadiskt, t ex utbildning för kommunikatörer i hur man gör film, kan utökas. Gemensamma utbildningssatsningar är ett utmärkt sätt för att skapa en samlad förståelse och att bygga upp en kunskap som breddar kompetensen och ger en stabil grund för stadens kommunikatörer att stå på.

Även kommunikationsutbildningar som breddar kunskaperna i kommunikation för icke-kommunikatörer är viktigt i arbetet med att skapa en kommunikativ organisation.

Kyrkogårdsnämnden

Kyrkogårdsnämnden beslutade vid sitt sammanträde den 14 juni 2017 att överlämna förvaltningens tjänsteutlåtande som svar på remissen.

Kyrkogårdsförvaltningens tjänsteutlåtande daterat den 31 maj 2017 har i huvudsak följande lydelse.

Kyrkogårdsförvaltningen har ett kommunikationsansvar såväl mot besökare på våra begravningsplatser, kunder som köper tjänster av oss (gravskötsel) eller de gravrättsinnehavare som sköter graven själva men också generellt till stockholmarna om vår verksamhet.

I första hand finns kommunens hemsida för att ge information om hur man ska göra när någon nära anhörig avlidit. Webbplatsen www.stockholm.se är en av Sveriges största och har 17 miljoner besök per år (2015) . År 2015 blev den utsedd till bästa webbplats bland Sveriges kommuner av Internetworld. Här finns information om vårt uppdrag under länken <http://www.stockholm.se/FamiljOmsorg/Begravning-och-kyrkogardar/Begravning/>

Ett problem är att det inte är enkelt för allmänheten att hitta till denna del av stadens hemsida. Begravningsverksamheten har sorterats in under gruppen ”familj och omsorg” i brist på bättre alternativ av stadsledningskontoret.

Begravningsbyrån som dödsboet anlitar är kyrkogårdsförvaltningens viktigaste kommunikationskanal vid ett dödsfall. Vi månar därför om att hålla

begravningsbyråbranschen uppdaterad med aktuell information.

Förvaltningen upprätthåller också en relativt stor kundtjänstenhet dit man kan ringa eller maila och få frågor besvarade.

Ansvariga chefer och anställda på respektive begravningsplatser möter besökare, gravrättsinnehavare och anhöriga dagligen i sitt arbete. Det är positivt att medarbetarnas betydelse för en god kommunikation lyfts upp och att bemötandet ses som viktigt i kommunikationen med stockholmarna i förslaget till program. Bemötandefrågor är prioriterat i förvaltningens verksamhet då många medarbetare möter stockholmare som drabbats av nära anhörigs dödsfall.

Förvaltningen har ett särskilt uppdrag att enligt världsarvskonventionen tillgängliggöra och informera om världsarvet Skogskyrkogården. Webbplatsen www.skogskyrkogarden.se som administreras av Stockholm stadsmuseum på uppdrag av kyrkogårdsförvaltningen fyller där en viktig funktion.

Vi har också vårt digitala flaggskepp <http://hittagraven.stockholm.se/> där man kan söka på hundratusentals gravsatta i Stockholm.

Allmänheten söker i allt högre grad information och dialog via nätet. Det gäller även begravningsverksamheten. Exempelvis har ett större antal ”nätbyråer” utmanat den traditionella begravningsbyråbranschen och tagit marknadsandelar.

Ett dilemma är att många som söker information är äldre personer som ännu inte vant sig att hämta information från nätet. Förvaltningen har också en utmaning att bättre kommunicera med grupper som inte har svenska som modersmål.

Förvaltningen får återkommande såväl positiva som kritiska synpunkter på vår verksamhet. Denna dialog med stockholmarna är ytterst värdefull. Förvaltningen har en utmaning i att bättre systematisera synpunkts- och klagomålshanteringen för att kunna dra generella slutsatser.

Förvaltningen ser i huvudsak positivt på förslaget till ”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.

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, bör det konkretiseras och göras tillgängligt utifrån olika behov och syften.

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

Miljö- och hälsoskyddsnämnden

Miljö- och hälsoskyddsnämnden beslutade vid sitt sammanträde den 13 juni 2017 att godkänna förvaltningens tjänsteutlåtande som svar på remissen.

Särskilt uttalande gjordes av Lars Jilmstad m.fl. (alla M), Sabine Pettersson (L) och Märta Martin Åkesson (C), *bilaga 1*.

Ersätтарыttrande gjordes av Ulrika Hoff (KD) som hänvisade till särskilt uttalande gjort av Moderaterna, Liberalerna och Centerpartiet.

Miljöförvaltningens tjänsteutlåtande daterat den 8 maj 2017 har i huvudsak följande lydelse.

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 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 kommunikatorens 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.

Servicenämnden

Servicenämnden beslutade vid sitt sammanträde den 13 juni 2017 att återropa förvaltningens tjänsteutlåtande som svar på remissen.

Serviceförvaltningens tjänsteutlåtande daterat den 19 maj 2017 har i huvudsak följande lydelse.

Förvaltningen stödjer i huvudsak förslaget till kommunikationsprogram för Stockholms stad. Förslaget omfattar relevanta utgångspunkter för stadens kommunikationsarbete såsom exempelvis att en väl fungerande kommunikation är grundläggande för demokratin. I detta är det en nödvändig förutsättning för den enskilde medborgarens att få möjligheter till insyn och delaktighet, möjligheter att få sina rättigheter tillgodosedda och kunna ta del av stadens service. Kommunikationen är givetvis också en viktig strategisk process som gör det möjligt att uppnå stadens och verksamheternas mål, kommunicera med alla stadens intressenter och förmedla bilden av Stockholm som en stad för alla.

Förslaget kan gärna redigeras något så att programmet blir mer lätt-tillgängligt. De inledande delarna är omfattande och många av de angivna utgångspunkterna för kommunikationen har karaktär av strategier vilka sedan upprepas med vissa tillägg i slutet av programmet. Här kan det övervägas att göra en tydligare åtskillnad mellan utgångspunkter, mål och strategier för att öka tydligheten.

Av stadsledningskontorets tjänsteutlåtande framgår att uppföljning av målen i programmet exempelvis ska göras genom varumärkes-mätningar samt brukar- och medarbetarundersökningar. Förvaltningen bedömer att den planerade uppföljningen av programmet med fördel skulle kunna beskrivas mer utförligt.

Socialnämnden

Socialnämnden beslutade vid sitt sammanträde den 13 juni 2017 följande.

1. Socialnämnden hänvisar till tjänsteutlåtandet som svar på remissen.
2. Socialnämnden överlämnar ärendet till kommunstyrelsen.

Socialförvaltningens tjänsteutlåtande daterat den 24 april 2017 har i huvudsak följande lydelse.

Förvaltningen ställer sig positiv till det föreslagna nya kommunikationsprogrammet. Då kommunikationen bidrar till kvalitén i våra verksamheter och utvecklingen av staden är det viktigt med ett professionellt förhållningssätt. Konkurrenten om målgruppernas uppmärksamhet är större än någonsin vilket gör det än viktigare att kommunicera på deras villkor.

De nio grundläggande principerna som slås fast i programmet ger en god vägledning i att möta stadens utmaningar. En av de viktigaste principerna är att all vår kommunikation ska kännetecknas av att den är aktiv, tillgänglig och trovärdig. En väl fungerande intern kommunikation lyfts upp liksom tydlighet kring stadens varumärke. Kommunikationsprogrammet innehåller även mål och strategier för åren 2017-2022 för att möta de utmaningar staden står inför.

Förvaltningen vill betona att det är viktigt att de fem kommunikationsmålen genomsyrar vår verksamhet och att de finns med när vi planerar framåt. De övergripande budskap som finns i programmet förenklar för de olika förvaltningarna och bolagen att komplettera med sina egna budskap.

Stadsbyggnadsnämnden

Stadsbyggnadsnämnden beslutade vid sitt sammanträde den att godkänna stadsbyggnadskontorets tjänsteutlåtande och överlämna det till kommunstyrelsen som svar på remissen.

Särskilt uttalande gjordes av Kristina Lutz m.fl. (alla M), Björn Ljung (L) och Erik Slottner (KD), *bilaga 1*.

Ersätтарыtrande gjordes av Christina Linderholm (C) som hänvisade till särskilt uttalande gjort av Moderaterna, Liberalerna och Kristdemokraterna.

Stadsbyggnadskontorets tjänsteutlåtande daterat den 9 juni 2017 har i

huvudsak följande lydelse.

Den expansiva utvecklingen i staden, globaliseringen och andra omvärldsfaktorer ställer höga krav på stadens verksamheter. Det är därför angeläget att Stockholm stad har ett uppdaterat kommunikationsprogram med gemensamma övergripande mål och strategier.

Förslaget till nytt Kommunikationsprogram för Stockholms stad är väl genomarbetat och har tagits fram i ett brett och stadsövergripande samarbete, där också stadsbyggnadskontoret deltagit. Kommunikationsprogrammet kommer att ge Stockholms stads verksamheter gemensam inriktning och tydliga ramar för det fortsatta kommunikations- och varumärkesbyggande arbetet.

En väl utvecklad kommunikation bidrar till att förverkliga stadens långsiktiga ambitioner och att verksamheterna når sina mål.

Stadsbyggnadskontoret föreslår att stadsbyggnadsnämnden godkänner förslaget till Kommunikationsprogram för Stockholms stad år 2017-2022.

Trafiknämnden

Trafiknämnden beslutade vid sitt sammanträde den 15 juni 2017 att överlämna kontorets tjänsteutlåtande som svar på remissen från kommunstyrelsen.

Trafikkontorets tjänsteutlåtande daterat den 23 maj 2017 har i huvudsak följande lydelse.

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.

Punkt 2 *Med kommunikation når vi mål och resultat* samt punkt 4 *Vår kommunikation är planerad och effektiv* är nära besläktade och 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.

Formuleringen under *punkt 9 Samordnad och snabb kommunikation i kris* som lyder *Kriser ställer dock särskilda krav på snabb, 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.

Utbildningsnämnden

Utbildningsnämnden beslutade vid sitt sammanträde den 15 juni 2017 följande.

1. Utbildningsnämnden överlämnar förvaltningens tjänsteutlåtande till kommunstyrelsen som svar på remissen.
2. Beslutet justeras omedelbart.

Utbildningsförvaltningens tjänsteutlåtande daterat den 22 maj 2017 har i huvudsak följande lydelse.

Utbildningsförvaltningen tillstyrker förslaget till nytt kommunikationsprogram. Förvaltningen vill också framföra några synpunkter.

Ledningsgruppers kollektiva ansvar

I avsnittet ”Utgångspunkter för vår kommunikation” beskrivs chefernas ansvar och roll i stadens kommunikation. Här vore det lämpligt att även lyfta fram den roll och det kollektiva ansvar som alla ledningsgrupper i stadens verksamheter har för kommunikationen med medarbetarna. Att ledningsgrupper har en samsyn kring centrala och nedbrutna budskap är nödvändigt för att budskap ska nå hela vägen ut och för att kommunikationen ska nå önskad effekt. Ledningsgrupperna har också en viktig uppgift att förmedla återkoppling från sina verksamheter uppåt i linjen.

Kommunikatörens ansvar

I avsnittet ”Utgångspunkter för vår kommunikation” finns följande formulering om kommunikatörens ansvar:

”Kommunikatören ansvarar för att skapa förutsättningar och strukturer för information och kommunikation med verksamhetens målgrupper.”

Det är något oklart vad som menas med att ”skapa förutsättningar och strukturer”. Formuleringen kan tolkas på flera sätt och skulle vinna på att konkretiseras.

En stad för alla

I avsnittet ”Alla ska känna sig inkluderade i stadens kommunikation” beskrivs hur kommunikation ska bidra till att bryta utanförskap, överbrygga hinder och skapa ett jämställt Stockholm. Utbildningsförvaltningen välkomnar skrivningarna. Vi vill också påpeka vikten av att alla verksamheter i Stockholms stad kännetecknas av ett normkritiskt förhållningssätt och motverkar stereotyper, könsroller, diskriminering och ojämlika strukturer. Här har kommunikation och bilder en stor makt.

Från den 1 januari 2017 ställer diskrimineringslagen också utvidgade krav på arbetsgivare att bedriva ett förebyggande och främjande arbete för att motverka diskriminering och verka för lika rättigheter och möjligheter oavsett kön, könsidentitet eller könsuttryck, etnisk tillhörighet, religion eller annan trosuppfattning, funktionsnedsättning, sexuell läggning och ålder. Att aktivt arbeta med dessa perspektiv är också ett led i att vara en attraktiv arbetsgivare.

Utbildningsförvaltningen önskar därför att avsnittet utökas med formuleringar kring vikten av bilders makt, såväl rörliga bilder som stillbilder. I en tid när allt fler tar till sig nyheter via sociala medier och andra digitala kanaler ökar behovet av att säkerställa att samtliga medborgare i Stockholms stad synliggörs i de bilder vi sänder ut. I all vår kommunikation ska ett normkritiskt perspektiv inkluderas och det är viktigt att det i stadens mediabank finns en bred representation av bilder som speglar stadens unika sammansättning och mångfald.

Att hitta i dokumentet

En inledande innehållsförteckning skulle göra det lättare att hitta i dokumentet och att navigera mellan de olika begrepp som används, som till exempel utgångspunkter, principer, inriktning, mål och strategier. Ju mer överskådligt programmet är, desto större är sannolikheten att det faktiskt används i vardagen.

Vikten av implementering

Utbildningsförvaltningen vill slutligen understryka vikten av att det nya programmet implementeras i verksamheterna. För att programmets intentioner ska bli verklighet så måste chefer, kommunikatörer och medarbetare få möjlighet att reflektera kring programmets principer och vad de innebär i deras verksamhet och vardag.

Utbildningsförvaltningen föreslår att utbildningsnämnden överlämnar förvaltningens tjänsteutlåtande till kommunstyrelsen som svar på remissen. Beslutet justeras omedelbart.

Äldrenämnden

Äldrenämnden beslutade vid sitt sammanträde den 20 juni 2017 att godkänna förvaltningens tjänsteutlåtande och överlämna det till kommunstyrelsen som sitt svar på remissen ”Kommunikationsprogram för Stockholms stad 2017-2022”.

Äldreförvaltningens tjänsteutlåtande daterat den 30 maj 2017 har i huvudsak följande lydelse.

Äldreförvaltningen ser positivt på ”Kommunikationsprogram för Stockholms stad 2017-2022”. Förvaltningen anser att en samordnad och planerad kommunikation bidrar till effektivitet, intern samhörighet och tydlighet. Gemensamma övergripande utgångspunkter, strategier och kommunikationsmål är en förutsättning för det.

Äldreförvaltningen delar uppfattningen att stadens kommunikationsarbete ska vara ett verksamhetsstöd för att förverkliga kommun-fullmäktiges budget, mål och vision.

Kommunikationsprogrammet lyfter fram ansvar och roller i kommunikationsarbetet. Kommunikatörer och chefer har ett särskilt ansvar för att programmets innehåll omsätts i handling i det dagliga arbetet. Men programmet lyfter

även fram varje medarbetares ansvar och avgörande roll i stadens kommunikation, något och det tycker som enligt äldreförvaltningens uppfattning är en viktig utgångspunkt.

För att omsätta kommunikationsprogrammets intentioner till praktik krävs att förutsättningarna finns på både övergripande och lokal nivå. Förvaltningen anser att det är värdefullt att stadsledningskontoret kommer att vara drivande och samordnande i implementeringen av programmet och i att skapa goda förutsättningar genom att skapa utbildningstillfällen, verktyg och mallar.

Jämställdhetsanalys

I det nya kommunikationsprogrammet poängteras vikten av att alla ska känna sig inkluderande i stadens kommunikation. Bland programmet ”vägledande strategier” står att vi ska vara medvetna och normkritiska när vi planerar och utformar kommunikation. Det ska återspeglas såväl i vårt språk – vad och hur vi säger saker – som i bild och kanalval.

Ur ett jämställdhetsperspektiv är inkluderande kommunikation viktigt och det är en styrka att kommunikationsprogrammet lyfter denna aspekt. När vi kommunicerar inkluderande bryter vi normer, fördomar och stereotyper, både om kvinnor och män och om människor i stort.

Kommunikationsprogrammet ger goda förutsättningar för en kommunikation som kan bidra till jämställdhet mellan kvinnor och män till exempel genom att:

- framställa både kvinnor och män med respekt och på lika villkor i text och bild
- spegla samhället och de variationer som finns
- medverka till att alla ges samma rätt till det offentliga rummet genom goda exempel förmedla hur vi vill att verkligheten ska se ut och visa vad som är möjligt.

Överförmyndarnämnden

Överförmyndarnämnden beslutade vid sitt sammanträde den 8 juni 2017 att som svar på remissen hänvisa till förvaltningens tjänsteutlåtande.

Överförmyndarförvaltningens tjänsteutlåtande daterat den 15 maj 2017 har i huvudsak följande lydelse.

Överförmyndarnämnden är en tillsynsmyndighet som kontrollerar gode män, förvaltare och förmyndare (ställföreträdare). Förvaltningen utreder även huvudmäns behov av ställföreträdare och rekryterar ställföreträdare.

Förvaltningen har ett stort behov av att nå ut med information om nämndens verksamhet. Det är viktigt att stockholmarna känner till att den som har behov av hjälp

från till exempel, en god man eller förvaltare kan få det. Det är särskilt viktigt att professionella som möter personer som har behov av en ställföreträdare har grundläggande kunskap och lotsar hjälpbehövande rätt.

För att kunna utföra uppdraget krävs att förvaltningens kommunikation skapar korrekta förutsättningar för alla målgrupper. I Stockholms stad har ca 10 000 personer en ställföreträdare. De som har ställföreträdare (huvudmännen) är förvaltningens primära målgrupp. Huvudmännen är personer som, av olika anledningar, inte alltid kan göra sin röst hörd. Denna målgrupp måste ges möjlighet att dels få en ställföreträdare, dels veta vad de kan förvänta sig av denne.

Den andra mycket viktiga målgruppen är ställföreträdarna. Ställföreträdarna är de som ska se till så att huvudmännen har en fungerande vardag. De måste först veta att möjligheten att bli ställföreträdare finns och vad uppdraget innebär. Därefter måste de ges rätt förutsättningar för att utföra sitt uppdrag. Eftersom behovet av nya ställföreträdare ökar och invanda kanaler inte alltid ger samma resultat i rekryteringen som tidigare, måste förvaltningen hitta nya vägar att nå presumtiva ställföreträdare.

Förvaltningens andra målgrupper är professionella som har kontakt med huvudmannen (t.ex. banker, boendepersonal och andra myndigheter) allmänheten (såsom släkt och grannar) medarbetare inom staden.

I valet av kommunikationskanal utgår överförmyndarförvaltningen från målgruppens behov. Det är en stor kommunikationsutmaning att nå målgrupperna. Kommunikationen kan ha såväl rätt ton som rätt innehåll men om den inte sker i rätt kanal, och därmed inte når mottagaren, fyller den inte sitt syfte.

Årligen skickar förvaltningen ut över 50 000 brev till såväl ställföreträdare som huvudmän och andra intressenter, och Kontaktcenter svarar varje månad på cirka 3 000 frågor om överförmyndarförvaltningens verksamhet. För verksamheten, och för mottagarna, är alltså ändamålsenlig kommunikation av högsta vikt.

Förvaltningen använder i dag även redan utarbetade kanaler som webb och mässdeltagande, men är även öppen för alternativa sätt som kan vara bättre för att nå målgrupperna såsom annonsering i stadens kanaler samt anslag hos bibliotek och föreningar. Det finns stora fördelar just med att kunna kommunicera via stadens kanaler, som till exempel Hallå stockholmare och stadens LinkedIn-konto.

Överförmyndarförvaltningens anser att det remitterade förslaget till nytt kommunikationsprogram är bra. Det ger förvaltningen möjlighet att omsätta det i den egna verksamheten. Det visar vilken riktning förvaltningen ska ha, vikten av att vara medvetna och normkritiska och ha tillgång till funktionella kontaktytor, liksom vikten av att möta de egna målgruppernas behov såväl externt som internt.

Förvaltningen anser att vikten av ett gemensamt varumärke bör betonas mer. Att det är *en* stad syns inte enbart i stadens grafiska profil och logotyp. Det stockholmarna och staden har gemensamt bör även visas i hur staden som avsändare uttrycker sig och i hur de e-tjänster staden tillhandahåller ser ut. Ett förslag är att staden tar fram gemensamma riktlinjer för språk.

Bromma stadsdelsnämnd

Bromma stadsdelsnämnd beslutade vid sitt sammanträde den 15 juni 2017 att överlämna förvaltningens tjänsteutlåtande som svar på kommunstyrelsens remiss gällande Kommunikationsprogram för Stockholms stad 2017–2022.

Bromma stadsdelsförvaltnings tjänsteutlåtande daterat den 30 juni 2017 har i huvudsak följande lydelse.

Förvaltningen ställer sig positiv till Stadsledningskontorets förslag till beslut om ett gemensamt kommunikationsprogram för staden. I förslaget till Kommunikationsprogram för Stockholms stad 2017–2022 beskrivs kommunikation som något som genomsyrar all vår verksamhet. Kommunikation ses som en självklar och integrerad del i våra arbetsätt och verksamhetsprocesser, där bilden av Stockholms stad och vår service skapas och upprätthålls i varje enskilt möte, digitalt som fysiskt. Programmet beskriver även kommunens informationsansvar samt vikten av möjlighet till insyn och delaktighet i beslutsprocesser. Ett medvetet kommunikationsarbete blir ett verksamhetsstöd för att förverkliga stadens budget, mål och vision.

Programmet tar sikte på 2022 med olika mål och strategier som ska möta stadens kommande utmaningar. Bromma stadsdelsförvaltning anser att det är bra att programmet omfattar alla stadens nämnder och bolagsstyrelser. Det skapar förutsättningar för samarbete över förvaltningsgränser och stärker bilden av en kommunkoncern, ett varumärke och en tydlig avsändare i all kommunikation. Kommunikationsprogrammet belyser fördelarna med att vara en stor organisation som söker samordningsvinster i kommunikationsarbetet med gemensamma kommunikationsplattformar samt ett lärande och samverkande arbetssätt mellan stadens verksamheter. Samtidigt ska det finnas möjlighet att profilera det unika i våra olika verksamheter inom denna ram, vilket Bromma stadsdelsförvaltning anser vara värdefullt. Med programmet som utgångspunkt kan stadsdelsförvaltningen på ett övergripande plan ta fram en kommunikationsplan i samband med verksamhetsplaneringen. Programmet pekar också ut riktningen för kommunikationsplanering i respektive verksamhet samt vid andra aktiviteter och projekt- och förändringsarbeten i stadsdelsförvaltningen.

Positivt är även att programmet poängterar vikten av att utforma vår kommunikation efter mottagarens villkor som ett recept för framgång. Att förutsättningarna för vår kommunikation är föränderlig och hela tiden bör bygga på aktuella analyser av våra målgruppers behov, drivkrafter, kommunikationsvanor och språkkunskaper. Detta återspeglas sedan i våra kanalval och i hur kommunikationen utformas. Alla ska känna sig inkluderade i vår kommunikation. Med det

stadsövergripande kommunikationsprogrammet som bas kan kunskapen om våra målgruppers förutsättningar för kommunikation inhämtas i olika invånar- och brukarundersökningar eller via våra övriga kontaktytor och sedan spridas förvaltningsöverskridande i organisationen.

Programmet belyser även olika perspektiv och arbetsroller där en medveten kommunikation är något som berör alla som arbetar i Stockholms stad, ett ansvar som bärs upp av samtliga medarbetare. För våra chefer, som har det yttersta kommunikationsansvaret, är kommunikationen en strategisk stödprocess för att styra och utveckla verksamheten. Ett sätt att skapa förståelse, och engagemang för våra mål och vision. Våra medarbetare är

kunskapsbärare och stadens ansikte utåt i mötet med våra målgrupper. I medarbetarrollen framhålls vikten av ett aktivt medarbetarskap i kommunikationen på arbetsplatsen i frågor om bemötande, inhämtande av information samt deltagande i arbetsplatsens dialog för verksamhetsutveckling.

Stadsdelsförvaltningen ser även en stor fördel med Stadsledningskontorets förslag till uppföljning av målen i kommunikationsprogrammet. Stadsledningskontoret tar fram mätetal för målen och följer upp dessa i varumärkesmätningar, brukar- och medarbetarundersökningar och webbstatistik. Det skapar möjlighet för bättre lokal kännedom om våra målgrupper, förutsättningar och utmaningar i Bromma. Som stöd för den lokala implementeringen tillkommer även utbildningsinsatser, populärversioner, verktyg och mallar vilket är värdefullt.

Enskede-Årsta-Vantörs stadsdelsnämnd

Enskede-Årsta-Vantörs stadsdelsnämnd beslutade vid sitt sammanträde den 15 juni 2017 att förvaltningens tjänsteutlåtande överlämnas som svar på remissen om Kommunikationsprogram för Stockholms stad 2017-2022.

Särskilt uttalande gjordes av Gustav Johansson m.fl. (alla M) och ledamoten Peter Backlund (L), *bilaga 1*.

Ersätтарыttrande gjordes av Claes Karlsson (KD) som hänvisade till särskilt uttalande gjort av Moderaterna och Liberalerna.

Enskede-Årsta-Vantörs stadsdelsförvaltnings tjänsteutlåtande daterat den 31 maj 2017 har i huvudsak följande lydelse.

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 används 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 kommunikations-programmet kommer stadsdelsförvaltningen att ta fram en strategi för implementering av programmet i Enskede-Årsta-Vantörs kommunala verksamheter.

Farsta stadsdelsnämnd

Farsta stadsdelsnämnd beslutade vid sitt sammanträde den 15 juni 2017 att överlämna förvaltningens tjänsteutlåtande som svar på remissen av förslag till kommunikationsprogram för Stockholms stad 2017–2022.

Särskilt uttalande gjordes av Lars Jilmstad m.fl. (M) och Peter Öberg (L), *bilaga 1*.

Ersätтарыttrande gjordes av Malena Liedholm Ndounou (C) och Lars Hultkvist (KD) som instämde i särskilt uttalande gjort av Moderaterna och Liberalerna.

Farsta stadsdelsförvaltnings tjänsteutlåtande daterat den 5 maj 2017 har i huvudsak följande lydelse.

Stadsdelsförvaltningen ställer sig positiv till förslaget till nytt kommunikationsprogram. Det visar riktningen och utvecklingen för stadens kommunikation, där både chefer och medarbetare har en viktig roll i kommunikationsarbetet.

Utifrån nämndens och förvaltningens erfarenheter från de senaste årens arbete med två medborgarbudgetprocesser och ett antal medborgarforum ser förvaltningen ett behov av att i programmet tydliggöra vikten av medborgardialoger. Programmet behöver också betona att kommunikationen ska ta hänsyn till olika målgruppers – och även olika individers – skiftande kommunikationsvanor, språkkunskaper och drivkrafter. På inrådan från nämndens demokratiråd vill förvaltningen särskilt peka på det av ungdomar uppmärksammande behovet av digitala verktyg och den större frågan om ungas möjligheter till inflytande. Detta beskrivs på ett intressant sätt i den nyligen presenterade slutrapporten *Utvärdering av digitala verktyg för ungas inflytande* från stadsdelsförvaltningarna Hägersten-Liljeholmen och Älvsjö.

Stadens kommunikation är också mer än enkelriktad information, något som programmet tydligare bör ta fasta på.

För att alla medarbetare och chefer lätt ska kunna ta del av stadens nya kommunikationsprogram är det viktigt att en kortare, mer konkret och lättillgänglig version tas fram.

Förvaltningen föreslår att stadsdelsnämnden överlämnar förvaltningens tjänsteutlåtande som svar på remissen.

Hägersten-Liljeholmens stadsdelsnämnd

Hägersten-Liljeholmens stadsdelsnämnd beslutade vid sitt sammanträde den 18 maj 2017 att godkänna och överlämna förvaltningens tjänsteutlåtande som svar på remissen till kommunstyrelsen.

Hägersten-Liljeholmens stadsdelsförvaltnings tjänsteutlåtande daterat den 25 april 2017 har i huvudsak följande lydelse.

Stadsdelsförvaltningen ställer sig i positiv till det nya kommunikationsprogrammet. Det breda perspektiv som lyfts fram gällande stadens externa och interna kommunikation är något som stadsdelsförvaltningen välkomnar. Det är viktigt att alla stadens verksamheter och medarbetare ser och förstår att kommunikation ständigt är en del av vardagen och att en stor del av den dagliga verksamheten handlar om att kommunicera – oavsett om det är medarbetare emellan eller med stadens invånare.

Alla har en roll i stadens kommunikation

I programmet beskrivs det att alla chefer och medarbetare har en viktig roll i stadens kommunikation och att stadsdelsförvaltningens kommunikatörer ansvarar för att stötta och skapa förutsättningar och strukturer för verksamheternas kommunikation. Att detta tydliggörs i programmet ser förvaltningen som positivt, samtidigt är det nödvändigt att alla medarbetare förses kunskap kring vikten av kommunikation och vad som är viktigt att tänka på i olika kommunikativa situationer.

Anpassa kommunikationen efter målgruppen

I kommunikationsarbetet är det viktigt, liksom det beskrivs i programmet, att utgå från målgruppen och deras behov. Det handlar om att ta hänsyn till målgruppens drivkrafter, kommunikationsvanor, språkkunskaper och livssituationer för att på bästa sätt utforma kommunikationen. Det är även positivt att programmet betonar att det utifrån detta är viktigt att noga identifiera de kanaler genom vilka man bäst når den tilltänkta målgruppen. Detta bidrar till att stärka kontakten och dialogen mellan verksamheterna och invånarna.

Implementering av programmet

Det är viktigt att implementeringen av programmet bland stadens chefer och medarbetare görs på ett genomtänkt, strukturerat och effektivt sätt. På så sätt ökar möjligheterna till att programmet iakttas. I programmet beskrivs det att implementering ska ske med hjälp av chefer och kommunikatörer ute i verksamheterna samt att stadsledningskontoret har en samordnad roll. Utifrån

stadsdelsförvaltningens perspektiv ser vi gärna att denna samordnade roll förtydligas i syfte att klargöra det ansvar som ligger på stadsdelsförvaltningarna respektive stadsledningskontoret. Stadsdelsförvaltningen skulle också gärna se en mer utförlig beskrivning kring hur implementeringen av programmet är tänkt att genomföras.

Lättillgänglig version

För att programmet ska förbli ett aktuellt och levande styrdokument är det viktigt att en lättillgänglig version tas fram som både medarbetare och chefer snabbt kan ta del av för att enkelt förstå på vilket sätt programmet berör dem och vad de har för ansvar. Programmet kan i sin nuvarande utformning upplevas omfattande och svårt att ta till sig. Det finns också en del begrepp som med fördel kan förenklas för att medarbetare och chefer ska kunna ta till sig de på ett enkelt sätt.

Aktiv, tillgänglig och trovärdig kommunikation

Stadsdelsförvaltningen ställer sig positiv till målet att staden ska kommunicera aktivt, tillgängligt och trovärdigt. Begreppet *aktiv kommunikation* är dock ett ord som riskerar att tolkas på olika sätt. Det är inte säkert att mottagaren automatiskt läser in den betydelse som är avsedd. Begreppet *aktiv kommunikation* tas upp på två olika ställen i programmet och beskrivs då på olika sätt. Stadsdelsförvaltningen skulle därför gärna vilja se en utvecklad och mer likartad beskrivning av vad *aktiv kommunikation* innebär.

Sammanhållen kommunikation

Stadsdelsförvaltningen ställer sig positiv till att Stockholms stad har en sammanhållen kommunikation riktad gentemot invånarna. I vissa fall ser förvaltningen dock att det är viktigt att tydligt kunna kommunicera om ett budskap kommer från en särskild stadsdelsnämnd eller förvaltning. Detta för att det behöver vara tydligt för mottagarna vilken förvaltning de förväntas vända sig till i olika ärenden. Att stadsdelsförvaltningen är en del av Stockholms stad måste däremot alltid kommuniceras tydligt.

Hässelby-Vällingby stadsdelsnämnd

Hässelby-Vällingby stadsdelsnämnd beslutade vid sitt sammanträde den 15 juni 2017 att godkänna förvaltningens tjänsteutlåtande som svar på remissen.

Hässelby-Vällingby stadsdelsförvaltnings tjänsteutlåtande daterat den 15 maj 2017 har i huvudsak följande lydelse.

Förvaltningen är i huvudsak positiv till programmet och vill särskilt lyfta ett antal punkter.

Ansvarsfördelning

I det nya programmet tydliggörs kommunikationsansvaret för chefer, medarbetare respektive kommunikatörer vilket förvaltningen ser mycket positivt på. I arbetet med att implementera programmet vill förvaltningen lyfta att det är viktigt att ytterligare konkretisera vad detta ansvar kan innebära i praktiken. Särskilt kan fokus ligga på hur kommunikationen kan fungera som strategisk stödprocess för chefer i att styra, leda och utveckla verksamheten.

Implementering och uppföljning

En strukturerad och genomtänkt implementering av programmet är avgörande för att nå målen. Förvaltningen ser positivt på att utbildningsinsatser, populärversion, mallar och verktyg tas fram. Kopplingen till andra styrdokument bör tydliggöras, till exempel stadens personalpolicy och de lokala utvecklingsprogrammen.

Att anpassa kommunikationen till målgruppen

Förvaltningen är positiv till att programmet lyfter vikten av målgruppanpassning och inkluderande kommunikation. Programmet beskriver att det inte är tillräckligt att utgå från traditionella föreställningar om till exempel geografi eller ålder. Hänsyn behöver tas till behov, drivkrafter, kommunikationsvanor, språkkunskaper och livssituationer.

Målgruppsanpassning är särskilt viktigt i Hässelby-Vällingby stadsdelsområde där skillnaderna i livsvillkor är stora och behoven och förutsättningarna därmed ser olika ut. För förvaltningen kan det till exempel handla om att översätta riktad information till olika språk och att på andra sätt tillgänglighetsanpassa information.

Sammanhållen kommunikation

Förvaltningen är positiv till att Stockholms stad ska ha en sammanhållen kommunikation och ett gemensamt varumärke. Däremot är det i vissa fall viktigt att tydliggöra att ett budskap kommer från en särskild förvaltning. Detta för att mottagarna ska veta var de ska vända sig i olika ärenden.

Programmet beskriver stadens webbplats som stadens främsta digitala kontakt- och serviceyta. Förvaltningen ser att stadsdelsförvaltningarna har en stor och viktig roll i att bygga invånarnas förtroende och tillit till staden. I detta är det viktigt att stadens gemensamma och övergripande kanaler ger utrymme även för den lokala målgruppsanpassade informationen.

Kungsholmens stadsdelsnämnd

Kungsholmens stadsdelsnämnd beslutade vid sitt sammanträde den 15 juni 2017 att besvara remissen med förvaltningens tjänsteutlåtande.

Kungsholmens stadsdelsförvaltnings tjänsteutlåtande daterat den 29 maj 2017 har i huvudsak följande lydelse.

För att omsätta kommunikationsprogrammets 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. Programmet lyfter fram olika roller och ansvar vilket förvaltningen tycker förtydligar kommunikationsarbetet på ett bra sätt. Stadsdelsförvaltningen är positiv till att stadsledningskontoret kommer att vara drivande och samordnande i implementeringen av kommunikationsprogrammet.

Stadsdelsförvaltningen tycker också att det är värdefullt att stadsledningskontoret kommer att genomföra utbildningsinsatser och ta fram populärversioner, verktyg och mallar för att implementera kommunikationsprogrammet samt tydliggöra hur programmet knyter an till andra gemensamma styrdokument.

Stadsdelsförvaltningen kommer att arbeta för att förverkliga programmet och skapa relevans i den egna verksamheten. Förvaltningens kommunikationsstrateg är delaktig i implementeringsarbetet och finns som stöd till förvaltningens enheter i kommunikationsarbetet.

Norrmalms stadsdelsnämnd

Norrmalms stadsdelsnämnd beslutade vid sitt sammanträde den 15 juni 2017 att remissen besvaras med förvaltningens tjänsteutlåtande.

Norrmalms stadsdelsförvaltnings tjänsteutlåtande daterat den 14 maj 2017 har i huvudsak följande lydelse.

Stadsdelsförvaltningen ställer sig positiv till det nya kommunikationsprogrammet. 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.

De fyra kommunikationsmål som formulerats med utgångspunkt i stadens utmaningar och långsiktiga ambitioner bedöms som relevanta för stadsdelsförvaltningens verksamheter. Målen är:

Stockholms stads kommunikation är aktiv, tillgänglig och trovärdig.

Stockholms stads medarbetare skapar trovärdiga relationer genom kommunikation.

Medarbetarna och stockholmarna är delaktiga i att förverkliga Stockholm stads vision.

Varumärket Stockholms stad är starkt.

För att skapa fokus och samsyn kring målen finns ett antal vägledande strategier.

I programmet lyfts alla chefer och medarbetare upp som viktiga för kommunikationen som sker dagligen såväl internt som med stadens invånare. Stadsdelsförvaltningen anser att förhållningssättet på ett positivt sätt påverkar och förtydligar kommunikationens funktion i organisationen och visar på behovet av generell förståelse och kunskap om kommunikation hos medarbetarna.

Stadsdelsförvaltningen anser att det är en styrka att implementeringen av kommunikationsprogrammet ska samordnas av stadsledningskontoret och att det ska tas fram gemensamma utbildningsinsatser, verktyg och mallar i staden.

Rinkeby-Kista stadsdelsnämnd

Rinkeby-Kista stadsdelsnämnd beslutade vid sitt sammanträde den 20 juni 2017 att remissen besvaras med förvaltningens tjänsteutlåtande.

Rinkeby-Kista stadsdelsförvaltnings tjänsteutlåtande daterat den 31 maj 2017 har i huvudsak följande lydelse.

Kommunikationsarbete är ett verksamhetsstöd för att förverkliga kommunfullmäktiges budget och vision. Medveten och planerad kommunikation bidrar till effektivitet, utveckling, intern samhörighet och extern tydlighet. Det är därför välkommet med en uppdatering av stadens styrdokument som anger ramar och inriktning för det arbetet.

Förvaltningen anser att beskrivningen av utgångspunkter och utmaningar i förslaget till kommunikationsprogram är väl genomtänkt och går att använda som vägledning för prioriteringar i det lokala arbetet. Programmet lyfter fram kommunikationens betydelse för demokratisk insyn, rätt förväntningar på kommunens

service och stärkta relationer till våra intressenter. Likaså framhålls en fungerande dialog som nödvändig för att medarbetarna ska kunna vara lyhörda och nytänkande när behov och förväntningar på servicen förändras.

Det rimmar väl med de värdeord som tagits fram gemensamt i förvaltningen för att genomsyra det dagliga arbetet – ”Vi är öppna. Vi är nytänkande. Vi visar och skapar tillit”.

Enligt programmet har kommunikatörer och chefer ett särskilt ansvar för att programmets innehåll omsätts till handling. Detta uppdrag skulle möjligen underlättas om programmet kunde koncentreras. Under rubrikerna ”Mål” och ”Strategier” återkommer innehåll som redan tagits upp i tidigare avsnitt, vilket gör att dokumentet förlorar i tydlighet och kraft.

Ett effektivare sätt att formulera mål skulle kunna vara att utgå från stycket med rubriken ”Stadens utmaningar”. Varje utmaning har en kommunikativ aspekt – ”hur kan kommunikationen bidra?” Om ordet ”kan” ersätts med ”ska” formuleras direkt ett kommunikations-mål för varje prioriterad utmaning under åren 2017-2022 – ”så ska kommunikationen bidra”.

Förvaltningen anser att texten om målgruppsanpassning är ett värdefullt tillskott i förslaget till nytt kommunikationsprogram. En förutsättning som framhålls är att stadens kontaktytor är funktionella och lätta att utveckla för att möta målgruppernas behov. Förvaltningen vill påminna om att den lokala tillhörigheten i en stadsdel också är en egenskap som kan definiera en målgrupp. Till exempel är förändringar av kommunal service i Akalla särskilt intressant för akallabor, så det är viktigt att staden behåller möjligheten till lokalt profilerad kommunikation på sina webbplatser.

Skarpnäcks stadsdelsnämnd

Skarpnäcks stadsdelsnämnd beslutade vid sitt sammanträde den 15 juni 2017 att förvaltningens tjänsteutlåtande överlämnas till kommunstyrelsen som svar på remissen.

Skarpnäcks stadsdelsförvaltnings tjänsteutlåtande daterat den 17 maj 2017 har i huvudsak följande lydelse.

Förvaltningen ser positivt på förslaget till stadens nya kommunikationsprogram och anser att programmet är skrivet på ett sådant sätt att det håller över tid. Det bygger på stadens förra 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. De chefer i förvaltningen som har lämnat synpunkter på programmet anser att det är bra, heltäckande och genomarbetat. Skrivningarna om medarbetarens, chefens och kommunikatörens roll och ansvar är tydligare och mer konkret jämfört med tidigare program vilket förvaltningen tycker är positivt då det

underlättar implementeringen. Förvaltningen utgår från att årliga stadsövergripande kommunikationsplaner kommer tas fram där till exempel konkreta tillämpningar kan framgå.

Staden ska kommunicera aktivt, tillgängligt och trovärdigt. Detta benämns i programmet som ”våra kärnvärden”. I stadens varumärkesstrategi beskrivs dessa tre ord istället som det förhållningssätt som beskriver hur vi ska vara för ett gemensamt och konsekvent agerande. I till exempel stadens evenemangsstrategi finns andra kärnvärden beskrivna. Förvaltningen anser att kärnvärden för staden bör vara något ”större” som knyter an till stadens vision. Alltså bör aktiv, tillgänglig och trovärdig benämnas förhållningssätt.

I avsnittet om kommunikationens inriktning och stadens utmaningar formuleras under respektive utmaning en mening om hur kommunikationen kan möta utmaningen. Förvaltningen anser att dessa meningar bör skrivas i aktiv form presens för att bli tydligare och harmoniera med resten av dokumentet (till exempel ”Stadens kommunikation bidrar till...” istället för ”...kan bidra till...”).

Under respektive kommunikationsmål anser förvaltningen att texten blir tydligare om den får rubriken ”Förväntat resultat”. Målen bör också lyftas fram mer i dokumentet. Även de gemensamma huvudbudskapen bör synas tydligare i dokumentet.

Skärholmens stadsdelsnämnd

Skärholmens stadsdelsnämnd beslutade vid sitt sammanträde den 15 juni 2017 att godkänna förvaltningens förslag till svar på remissen.

Skärholmens stadsdelsförvaltnings tjänsteutlåtande daterat den 10 maj 2017 har i huvudsak följande lydelse.

Förvaltningen ser positivt på att programmet är gemensamt och gäller alla stadens förvaltningar och bolag. Genom att samordna kommunikationen och vara konsekventa i budskap och det visuella, stärker vi bilden av en kommunkoncern som hålls samman av ett gemensamt varumärke, där alla samverkar och strävar mot gemensamma mål.

Förvaltningen ställer sig också positiv till att det i programmet understryks att både medarbetare, chefer och ledning har en viktig roll i kommunikationsarbetet, både internt och externt samt förtydligar chefens samt kommunikatören/kommunikationsansvariges roll.

Detta framkom inte med samma tydlighet i föregående kommunikationsprogram. Kommunikatörer och chefer har ett särskilt ansvar för att programmets innehåll omsätts till handling i det dagliga arbetet.

En grundlig implementeringsprocess av kommunikationsprogrammet kommer att behövas och förvaltningen ser fram emot att vara delaktiga i denna process.

Spånga-Tensta stadsdelsnämnd

Spånga-Tensta stadsdelsnämnd beslutade vid sitt sammanträde den 15 juni 2017 att överlämna förvaltningens tjänsteutlåtande till kommunstyrelsen som svar på remissen om Kommunikationsprogram för Stockholms stad år 2017-2022.

Spånga-Tensta stadsdelsförvaltnings tjänsteutlåtande daterat den 9 maj 2017 har i huvudsak följande lydelse.

Det föreslagna programmet innehåller en tydlig målbild. Det framgår också vilket ansvar respektive roll har för att stadens kommunikation ska bli framgångsrik. Uppföljning av mål är en viktig del och där ser förvaltningen att nämnda undersökningar är ett viktigt komplement.

Programmet hanterar dock inte detaljerade anvisningar eller konkreta tillämpningar. Kommunikatörerna har ett särskilt ansvar att förverkliga programmet och skapa relevans i den egna verksamheten. Implementeringen av programmet är betydelsefull och avgörande för att målen ska nås. Förvaltningen ser därför positivt på lösningar som föreslås med bland annat populärversion, verktyg och mallar. Stadsledningskontoret har också ansvar för att tydliggöra hur programmet knyter an till andra gemensamma styrdokument.

En central del för medarbetare i Spånga-Tensta stadsdelsförvaltning är att kommunicera i en stadsdel där många språk talas. Därför är det angeläget att vara flexibla och lyhörda inför våra målgrupper vilket bland annat kan innebära att utveckla arbetet med översättning av informationsmaterial.

Förvaltningen har inga erinringar mot förslag till Kommunikationsprogram för Stockholms stad år 2017-2022

Södermalms stadsdelsnämnd

Södermalms stadsdelsnämnd beslutade vid sitt sammanträde den 17 maj 2017 att överlämna förvaltningens tjänsteutlåtande som svar på remissen.

Södermalms stadsdelsförvaltnings tjänsteutlåtande daterat den 29 mars 2017 har i huvudsak följande lydelse.

Förvaltningen ser positivt på ”Kommunikationsprogram för Stockholms stad 2017-2022”. Kommunikation är viktig och alla stadens kontakter, oavsett form, ska präglas av ett gott bemötande.

De fyra kommunikationsmål som har formulerats med utgångspunkt i stadens utmaningar och långsiktiga ambitioner bedöms relevanta för förvaltningens verksamheter.

Målen är:

- 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 fokus och samsyn kring hur målen ska förverkligas finns ett antal vägledande strategier.

I kommunikationsprogrammet står det att stadsledningskontoret, i samråd med Stockholms Stadshus AB, ska följa upp målen för att säkerställa att dessa uppnås. Förvaltningen kan inte utläsa hur detta ska ske. Det förra kommunikationsprogrammet för Stockholms stad 2012-2015 följdes upp inom ramen för stadens integrerade system för ledning och styrning. Förvaltningen anser att även uppföljningen av det nya kommunikationsprogrammet bör ske inom ramen för stadens integrerade system för ledning och styrning.

Förvaltningen föreslår att stadsdelsnämnden överlämnar förvaltningens tjänsteutlåtande till kommunstyrelsen som svar på remissen.

Älvsjö stadsdelsnämnd

Älvsjö stadsdelsnämnd beslutade vid sitt sammanträde den 15 juni 2017 följande.

1. Älvsjö stadsdelsnämnd godkänner förvaltningens tjänsteutlåtande och lämnar det som svar på kommunstyrelsens remiss.
2. Till remissinstansen bifogas funktionshinderrådets synpunkt.

Synpunkter från funktionshinderrådet 2017-06-07:

Rådet har tagit del av ärendet och ställde sig bakom kommunstyrelsens råd för funktionshinderfrågors yttrande enligt följande.

Kommunstyrelsens råd för funktionshinderfrågor har tagit del av ärendet. Dokumentet lyfter fram en rad angelägna frågeställningar, många av särskild vikt för personer med olika funktionsnedsättningar.

Stockholms stad har till uppgift att erbjuda stöd och service till sina

invånare. Kommunikation är en förutsättning för att medborgarna ska kunna nyttja dessa tjänster. Det är av extra stor betydelse i en storstad, där kommunikationsvägarna kan vara långa och organisationen är komplex. Rådet anser att Kommunikationsprogrammet dessvärre saknar det dialogperspektiv som borde genomsyra programförklaringen. Vidare präglas skrivningarna av ett ”uppifrån- och nedåt”-perspektiv; staden skall kommunicera sitt budskap ned till medborgare och andra som nyttjar stadens tjänster. Rådet ifrågasätter detta förhållningssätt. Stockholms stad har som sin främsta uppgift att möta behov hos enskilda individer eller grupper. Det är givetvis medborgarna/brukarna som skall stå i centrum och vara utgångspunkten när staden planerar, genomför och marknadsför sina tjänster, inte omvänt.

Kommunikationsprogrammet är ett policydokument och därmed bitvis mer målinriktat än konkret. Rådet vill betona vikten av att de ambitiösa formuleringarna verkligen omsätts i praktiken. Det är lätt hänt att övergripande ärenden som detta stannar vid ord som inte leder till handling. Om skrivningarna i dokumentet är alltför visionära och teoretiska, kan det vara svårt eller omöjligt att omsätta och tillämpa i den praktiska verksamheten. Rådet efterfrågar därför en högre grad av konkretion och någon form av handlingsplan och/eller tidsplan.

I såväl grunddokumentet som i Stadsledningskontorets tjänsteutlåtande, lyfts tillgängligheten fram på flera punkter (bl. a dokumentets punkter no 4 resp. 5).

Rådet vill betona att all stadens kommunikation skall vara tillgänglig för samtliga medborgare, oavsett funktionsförmåga. Vidare skall ett gott bemötande prägla all information och övriga kontakter.

Älvsjö stadsdelsförvaltnings tjänsteutlåtande daterat den 24 maj 2017 har i huvudsak följande lydelse.

Förvaltningen ser positivt på förslaget till Kommunikationsprogram för Stockholms stad 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.

Förslaget på ett nytt kommunikationsprogram har sin grund i det tidigare programmet, vilket innebär att många av målen och strategierna redan är kända. Det gör det lättare för verksamheterna att ta till sig det nya.

Kommunikationen är ett viktigt verktyg för att skapa rätt förväntningar på stadens service och tjänster. Med en aktiv, tillgänglig och trovärdig kommunikation ger vi stockholmarna möjlighet till insyn och att delta i de demokratiska processerna. En bra intern kommunikation bidrar till att stadens verksamheter når sina mål.

Det är positivt att medarbetarnas betydelse för en god kommunikation lyfts upp och att bemötandet ses som viktigt i kommunikationen med stockholmarna. Skrivningarna om medarbetarens, chefens och kommunikatörens roll och ansvar är tydligare och mer konkret jämfört med tidigare program.

En stor del av innehållet under avsnittet som handlar om stadens utmaningar kan med fördel utgå. Mycket av det som skrivs där finns redan under övriga avsnitt.

Utgångspunkterna och målen tangerar varandra vilket innebär att programmet kan upplevas som lite otydligt.

Under respektive kommunikationsmål anser förvaltningen att texten blir tydligare om den får rubriken ”Förväntat resultat”. Målen bör också lyftas fram mer i dokumentet. Även de gemensamma huvudbudskapen bör synas tydligare i dokumentet.

Kommunikationsprogrammet är övergripande och för att det ska vara enkelt för chefer och medarbetare att ta till sig det, måste det konkretiseras och göras tillgängligt utifrån olika syften och behov.

Östermalms stadsdelsnämnd

Östermalms stadsdelsnämnd beslutade vid sitt sammanträde den 15 juni 2017 att godkänna och överlämna förvaltningens tjänsteutlåtande som svar på remissen till kommunstyrelsen.

Östermalms stadsdelsförvaltnings tjänsteutlåtande daterat den 18 maj 2017 har i huvudsak följande lydelse.

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 webbplattformar.

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 kommunikatören 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.

Stockholms Stadshus AB

Stockholms Stadshus AB:s yttrande daterat den 29 juni 2017 har i huvudsak följande lydelse.

Underremiss

Stockholms Hamn AB:s remissvar har i huvudsak följande lydelse:

Stockholms Hamn ser mycket positivt på stadsledningskontorets förslag till kommunikationsprogram. Det ger en tydlig inriktning för kommunikationsarbetet i verksamheterna inom Stockholms stad. 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.

Kommunikationsinsatserna inom Stockholms Hamnar handlar redan idag i stor utsträckning om att arbeta i enlighet med de föreslagna målen i kommunikationsprogrammet. För att nå dessa mål ser bolaget att det krävs ett långsiktigt och kontinuerligt arbete och kommunikationsprogrammet är ett viktigt stöd i denna process.

Att vara ett bolag inom staden innebär att man har uppdraget att vårda både stadens och det egna varumärket. Bolaget ser det som viktigt att arbeta för att på ett tydligt sätt integrera dessa båda intressen i samtlig kommunikation och aktiviteter. Här är det föreslagna kommunikationsprogrammet ett värdefullt stöd.

Nyckeln till att nå målen i kommunikationsprogrammet tror Stockholms Hamn är att fortsätta föra en nära dialog mellan förvaltningar, stadsdelar och bolag om vad visionen och målen innebär för varje respektive part för att lättare kunna bryta ner den till konkreta aktiviteter, få inspiration av varandra och säkerställa att vi tillsammans har rätt riktning som leder mot målen.

AB Stokabs remissvar har i huvudsak följande lydelse:

Stokab välkomnar förslaget till kommunikationsprogram. Stokab instämmer med de grundläggande principer som föreslås utgöra utgångspunkt för kommunikationen samt med den föreslagna inriktningen för de kommande åren. Programmet utgör en bra grund för hur stadens verksamheter kan planera, genomföra och utveckla sin kommunikation.

Stokab anser att det är angeläget att, såsom förslaget föreskriver, varje nämnd/bolag utifrån respektive verksamhet ska utforma sina egna kommunikationsaktiviteter och kan använda egna grafiska profiler, men strävar efter att skapa igenkänning till staden. Det är därför viktigt att varje bolag alltid kommunicerar att de är en del av Stockholms stad.

Stockholm Stads Parkerings AB:s remissvar har i huvudsak följande lydelse:

Stockholm Parkering ställer sig positiv till Kommunikationsprogram för Stockholms stad. Bolaget instämmer i att grunden till en god kommunikation utgår från de nio

principerna som är beskrivna i programmet. För att kunna säkerställa att målen nås, utgår bolaget ifrån strategier och kärnvärden som är gemensamma.

I dagens medielandskap är det lätt att kommunicera, sprida information och åsikter. Detta innebär en ökad konkurrens om uppmärksamhet vilket innebär höga förväntningar på den service staden erbjuder. Det ska vara lätt att känna igen stadens och bolagets verksamheter och komma i kontakt med Stockholm Parkering. På Stockholm Parkering satsas på att kunna erbjuda en god service till bolagets kunder. Bolagets kundservice erbjuder personlig kontakt likväl som kontakt över telefon och mail. Eftersom profilering är viktigt, satsar bolaget på att det tydligt framgår vem som är avsändare. Bolagets kunder ska känna igen sig oavsett om de besöker Stockholm Parkerings reception eller parkerar i bolagets anläggningar genom att synliggöra Stockholm Parkerings varumärke. I bemötandet av Stockholm Parkerings kunder visar bolaget på att verksamhet kännetecknas av respekt och en insikt om alla människors lika värde.

Stockholm Parkering håller med om att det alltid ska framgå att Stockholm stad är avsändare och att bolaget är en del av den när vi kommunicerar. Dock möter bolaget dagligen kunder som inte kan göra skillnad på om det är Stockholm Parkering eller Trafikkontoret som ansvarar för parkeringsplatsen. Eftersom det råder olika lagstiftningar beroende på om p-platsen ligger på gatu/tomtmark så är bolaget noggranna med att även skylta tydligt med Stockholm Parkerings varumärke.

Eftersom Kommunikationsprogrammet är ett långsiktigt måldokument instämmer bolaget med att målen behöver följas upp. På Stockholm Parkering arbetar bolaget med uppföljning genom varumärkesmätningar, medarbetar- och hyreskundundersökningar samt uppföljning av bolagets webbstatistik.

Stockholms Stadsteater AB:s remissvar har i huvudsak följande lydelse:

I arbetet med att bedriva en verksamhet med hög synlighet i staden och med behov av igenkänning för stockholmaren, har Kulturhuset Stadsteaterns logotyp och grafiska profil, en central roll. Kulturhuset Stadsteatern marknadsför med stolthet i text att bolaget är en del av Stockholms stad, som ett sätt att stärka hela stadens varumärke och bolagets egna.

Stockholm Business Region AB:s (SBR) remissvar har i huvudsak följande lydelse:

SBR är positiva till de kärnvärden för stadens gemensamma kommunikation som anges i programmet; aktiv – tillgänglig – trovärdig. Vidare ställer sig bolaget oss positiva till det gemensamma övergripande kommunikationsbudskapet; Stockholm – en öppen, innovativ och hållbar stad. Programmet ger en bra vägledning för hur kommunikationsfrågorna ska hanteras av stadens anställda.

SBR anser samtidigt att programmet inte behandlar stadens internationella kommunikation på något mer genomgripande sätt. Kommunikation bör inte bara riktas till medborgarna utan även till icke-medborgare som vistas i staden. Detta blev tydligt vid terrorattacken 7 april då information huvudsakligen riktade sig till svensktalande. Ett större grepp behöver därför tas kring hela vår internationella kommunikation och hur vi använder budskapsplattformen Stockholm – The Capital of Scandinavia.

Koncernledningens synpunkter

Inledningsvis vill koncernledningen framhålla stadsledningskontorets avdelning för kommunikation och omvärlds föredömliga sätt att i ett tidigt skede förankra programmet med koncernledningen så att bolagens perspektiv tas tillvara och underlättar det fortsatta arbetet.

Koncernledningen anser, tillsammans med bolagen, att programmet ger en god grund för hur stadens verksamheter kan planera, genomföra och utveckla sin kommunikation - med en tidshorisont som skapar långsiktighet. Det är ändamålsenligt att utforma ett program som ett ramverk, som ger varje verksamhet, bolag som nämnd, möjlighet att inom sina respektive verksamhetsområden utforma anpassade kommunikationsaktiviteter och innehåll.

Koncernledningen och bolagen tycker att det är positivt att det i programmet tydligt framgår att bolagen kan använda egna grafiska profiler, parallellt med att bolagen ska sträva efter att skapa igenkänning till staden och att det därför är viktigt att bolagen alltid kommunicerar att de är en del av Stockholms stad. En sådan ordning är i grunden avgörande för att med full kraft i bolagen kunna utveckla verksamheten mot stockholmarna och andra målgrupper.

Eftersom kommunikationsprogrammet är ett långsiktigt måldokument är det värdefullt att målen följs upp. Eftersom programmet är så pass övergripande formulerat finns det även möjligheter att relativt enkelt anpassa de verksamhetsspecifika insatserna utifrån uppföljningens resultat och omvärldens utveckling.

SBR kommenterar ”att programmet inte behandlar stadens internationella kommunikation på något mer genomgripande sätt. Kommunikation bör inte bara riktas till medborgarna utan även till icke-medborgare som vistas i staden. Detta blev tydligt vid terrorattacken 7 april 2017 då information huvudsakligen riktade sig till svensktalande. Ett större grepp behöver därför tas kring hela stadens internationella kommunikation och hur vi använder budskapsplattformen Stockholm – The Capital of Scandinavia.” Den internationella kommunikationen kan utifrån denna plattform utvecklas och hanteras i samverkan mellan bl.a. stadsledningskontoret och SBR för att säkerställa att programmet även omfattar den internationella aspekten.

Sammantaget anser koncernledningen att kommunikationsprogrammet ger den vägledning som verksamheterna behöver för att kunna kommunicera på ett effektivt och ändamålsenligt sätt.

Kommunstyrelsens råd för funktionshinderfrågor

Kommunstyrelsens råd för funktionshinderfrågors yttrande daterat den 8 maj 2017 har i huvudsak följande lydelse.

Kommunstyrelsens råd för funktionshinderfrågor har tagit del av ärendet. Dokumentet lyfter fram en rad angelägna frågeställningar, många av särskild vikt för personer med olika funktionsnedsättningar.

Stockholms stad har till uppgift att erbjuda stöd och service till sina invånare. Kommunikation är en förutsättning för att medborgarna ska kunna nyttja dessa tjänster. Det är av extra stor betydelse i en storstad, där kommunikationsvägarna kan vara långa och organisationen är komplex. Rådet anser att Kommunikationsprogrammet dessvärre saknar det dialogperspektiv som borde genomsyra programförklaringen. Vidare präglas skrivningarna av ett ”uppifrån- och nedåt”-perspektiv; staden skall kommunicera sitt budskap ned till medborgare och andra som nyttjar stadens tjänster. Rådet ifrågasätter detta förhållningssätt. Stockholms stad har som sin främsta uppgift att möta behov hos enskilda individer eller grupper. Det är givetvis medborgarna/brukarna som skall stå i centrum och vara utgångspunkten när staden planerar, genomför och marknadsför sina tjänster, inte omvänt.

Kommunikationsprogrammet är ett policydokument och därmed bitvis mer målinriktat än konkret. Rådet vill betona vikten av att de ambitiösa formuleringarna verkligen omsätts i praktiken. Det är lätt hänt att övergripande ärenden som detta stannar vid ord som inte leder till handling. Om skrivningarna i dokumentet är alltför visionära och teoretiska, kan det vara svårt eller omöjligt att omsätta och tillämpa i den praktiska verksamheten. Rådet efterfrågar därför en högre grad av konkretion och någon form av handlingsplan och/eller tidsplan.

I såväl grunddokumentet som i Stadsledningskontorets tjänsteutlåtande, lyfts tillgängligheten fram på flera punkter (bl. a dokumentets punkter no 4 resp. 5).

Rådet vill betona att all stadens kommunikation skall vara tillgänglig för samtliga medborgare, oavsett funktionsförmåga. Vidare skall ett gott bemötande prägla all information och övriga kontakter.

Reservationer m.m.

Exploateringsnämnden

Särskilt uttalande gjordes av nämnden enligt följande.

Vi konstaterar att kommunikationsprogrammet inte på ett enda ställe nämner tillgängligheten till stadens kommunikation för människor med funktionshinder. Detta bör inte minst ombesörjas avseende tillgängligheten till lokaler för samråd, något som också påtalas av Rådet för funktionshinderfrågor.

Fastighetsnämnden

Särskilt uttalande gjordes av nämnden enligt följande.

Se under exploateringsnämnden.

Miljö- och hälsoskyddsnämnden

Särskilt uttalande gjordes av Lars Jilmstad m.fl. (alla M), Sabine Pettersson (L) och Märta Martin Åkesson (C) enligt följande.

Se under exploateringsnämnden.

Stadsbyggnadsnämnden

Särskilt uttalande gjordes av Kristina Lutz m.fl. (alla M), Björn Ljung (L) och Erik Slottner (KD), enligt följande.

Se under exploateringsnämnden.

Enskede-Årsta-Vantörs stadsdelsnämnd

Särskilt uttalande gjordes av Gustav Johansson m.fl. (alla M) och ledamoten Peter Backlund (L) enligt följande.

Se under exploateringsnämnden

Farsta stadsdelsnämnd

Reservation anfördes av Lars Jilmstad m.fl. (alla M) och Peter Öberg (L) enligt följande.

Se under exploateringsnämnden.