

Strategi för kommunikation med invånarna i Enskede-Årsta-Vantör

Bakgrund

Enskede-Årsta-Vantörs stadsdelsförvaltning har fullt fokus på att förverkliga visionen om ett Stockholm för alla. Samtidigt innebär tillväxten i Stockholm att det ska byggas cirka 25 000 bostäder i stadsdelsområdet till 2030. Förvaltningens verksamheter byggs ut för att möta de nya invånarnas behov av kommunal service. För att lyckas med dessa utmaningar behöver förvaltningen ha en effektiv kommunikation med invånarna i stadsdelen.

Förvaltningen har sedan flera år rutiner och kanaler för kommunikation och dessa finns beskrivna i förvaltningens riktlinjer för kommunikation (bilaga till verksamhetsplan 2018).

Inflyttningen gör att målgruppen förändras och digitaliseringen förändrar i snabb takt stockholmarnas medievanor. Därför gäller det att ha aktuell kunskap om målgrupperna och anpassa kommunikationen därefter.

Det av fullmäktige beslutade Kommunikationsprogrammet för Stockholms stad 2017-2022 ger stöd och vägledning.

Behov och utmaningar

Stadsdelsförvaltningen har flera angelägna kommunikationsbehov och utmaningar för att kunna nå sina mål och förverkliga visionen.

Stadsdelsområdet får varje dag nya invånare och invånarantalet passerar 100 000 under år 2018. Invånargruppen blir alltmer heterogen vilket gör att målgruppsanalys och anpassning blir allt viktigare för att lyckas med kommunikationen. De nya invånarna behöver information om den kommunala servicen och hur den fungerar.

Förvaltningen behöver också, i samarbete med andra delar av staden, kommunicera med invånarna för att skapa förståelse för hur staden utvecklas, om allt som byggs och hur den kommunala servicen byggs

ut. Invånare som känner till vad som händer, förstår hur det är planerat och hur de kan påverka, har högre förtroende för staden/förvaltningen.

Trygghet är en fråga högt upp på agendan i Stockholm och där kan kommunikation göra stor skillnad. Staden gör många trygghetsskapande insatser i den fysiska miljön och i sina verksamheter. Det är angeläget att också berätta om insatserna för att öka den upplevda tryggheten. Många av insatserna bygger på önskemål och förslag från boende. Det är en aspekt som alltid bör återkopplas för att öka invånarnas förtroende för staden och engagemanget för att fortsätta bidra. Det bidrar också till att invånarna känner en ökad trygghet.

Arbetet med att förverkliga visionen om ett Stockholm för alla samordnas i förvaltningens lokala utvecklingsprogram (LUP). Insatserna har fokus på sysselsättning, trygghet och delaktighet i de utvalda stadsdelarna Rågsved, Högdalen, Hagsätra, Östberga och Dalen. I arbetet är det angeläget att hitta väl fungerande lokal kommunikation både för att nå ut med vad vi gör och för att kunna involvera de boende i stadsdelarna. En särskild utmaning är kommunikation med grupper av invånare som vanligtvis inte har så mycket kontakt med samhället.

Demokratisk hållbarhet är en viktig del i visionen, där ambitionen är att alla invånare, både flickor, pojkar, kvinnor och män, är delaktiga i samhället. Staden vill involvera invånarna i dialog kring många frågor, inte bara i de lagstadgade samråden för stadsplanering. Här krävs genomtänkta och uthålliga kommunikationsstrategier för att skapa tillit, engagemang och verklig dialog.

Syfte med strategin

I den här strategin beskrivs hur förvaltningen ska kommunicera med den viktiga målgruppen invånare för att uppnå mål och resultat i verksamheterna. Förvaltningens kommunikationsinsatser bör alltid planeras utifrån aktiviteter och mål i verksamhetsplanen och med kommunikationsstrategin som vägledning. Ytterst ska all kommunikation bidra till att förverkliga stadens inriktningsmål och vision om ett Stockholm för alla.

Målgruppen invånare är olika

Invånarna som bor i stadsdelsområdet är förvaltningens viktigaste målgrupp. Gruppen är dock mycket heterogen och kommunikationen i staden är intensiv. För att lyckas med kommunikationen behöver vi analysera och välja målgrupper omsorgsfullt i varje fråga för att kunna välja kommunikationskanaler och budskap som är relevanta för den

valda målgruppen. Det kan exempelvis vara prioriterat att nå invånarna i en specifik stadsdel, i en viss ålder eller livssituation eller med ett särskilt behov.

Kommunikationsmål

Mål i Stockholms stads kommunikationsprogram till 2022

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

Utifrån stadsdelsförvaltningens behov och utmaningar är de mer konkreta målen att invånarna i stadsdelsområdet:

- vet var de hittar information från stadsdelsförvaltningen om vad som händer i stadsdelsområdet och den service vi erbjuder
- nås av information om stadsdelsförvaltningens satsningar, öppna möten och andra evenemang
- är positiva till och har förtroende för förvaltningen/staden

Strategiska vägval

Prioritera och planera

Vi planerar och fokuserar våra kommunikationsinsatser på de verksamhetsmål och aktiviteter där kommunikation kan göra störst skillnad. I dessa frågor får verksamheten stöd av en kommunikatör att göra en kommunikationsplan och en målgruppsanalys för att formulera relevanta budskap och välja rätt kanaler.

Exempel på aktiviteter:

- Kommunikationsfunktionen gör årsplanering genom möten med varje avdelning
- Kommunikationsfunktionen gör en fördjupad analys av målgruppen invånare för att säkerställa att vi använder effektiva kanaler
- Kommunikationsfunktionen har mallar för och ger stöd i verksamhetens kommunikationsplanering

Nära invånarna

Vi analyserar vår målgrupp och väljer kanaler där invånarna befinner sig. Det handlar både om att välja de sociala medier som den aktuella målgruppen använder, men också om att fysiskt kommunicera där invånarna rör sig och inte minst i de kommunala verksamheter som de besöker.

Exempel på aktiviteter:

- Kommunikationsfunktionen samordnar och utvecklar förvaltningens närvaro i sociala medier genom ett nätverk med ägarna av förvaltningens alla konton.
- Kommunikationsfunktionen marknadsför utvalda inlägg och evenemang på Facebook, samt kartlägger relevanta Facebook-grupper i stadsdelsområdet så att vi kan bidra där med vår information
- Kommunikationsfunktionen, tillsammans med berörda avdelningar, utvecklar vår kommunikation i utemiljön genom till exempel mer effektiv affischering, användande av anslagstavlor, annonsering i T-bana och på digitala anslagstavlor, byggplank med mera.

Berättelser

Vi strävar efter att paketera våra budskap i konkreta berättelser om människor; medarbetare och invånare. Med relevanta och engagerande berättelser skapar vi uppmärksamhet i mediebruset. Genom att öppet och när det händer berätta om vår verksamhet skapar vi förståelse, intresse och tillit. Vi strävar efter att använda bilder och film i vår kommunikation.

Exempel på aktiviteter:

- Utvalda medarbetare från alla avdelningar samarbetar i en filmgrupp. De lär sig enkla verktyg för att kunna göra filmer som kan bidra i förvaltningens kommunikation.
- Kommunikationsfunktionen bygger upp en bank av friköpta fotografier som speglar våra verksamheter, för användning i förvaltningens kommunikation.
- Våra verksamheter är aktiva i att identifiera och kommunicera nyheter och berättelser

Planerad och uthållig medborgardialog

Förvaltningen har ett planerat och uthålligt arbete med medborgardialog. I utvalda frågor lyssnar, involverar och återkopplar vi på riktigt. Dialogen med invånarna är också en viktig del av den dagliga verksamheten.

Exempel på aktiviteter:

- Förvaltningen etablerar en samordningsfunktion för medborgardialog
- Förvaltningen utvecklar metoder för dialog med olika syften och omfattning

**Enskede-Årsta-Vantörs
stadsdelsförvaltning**

Slakthusplan 4
Box 81
121 22 Johanneshov
Telefon 08-508 20 021
Växel 08-508 14 000
Fax 08-508 14 444
karin.bjurholm@stockholm.se
www.stockholm.se/eav

En kommunicerande verksamhet

Den interna kommunikationen är prioriterad. Med den lägger vi grunden för en god arbetsmiljö, en verksamhet av hög kvalitet och en god service till stockholmarna. Kunniga och stolta medarbetare är goda ambassadörer i vår kommunikation med invånarna. Med chefens verksamhetsansvar följer kommunikationsansvar.

Kommunikationsfunktionen finns som stöd och skapar en underlättande infrastruktur för att verksamheten ska kunna kommunicera.

Vi är medvetna om att allt vi gör och säger skapar föreställningar hos dem vi möter och bidrar till bilden av och förtroendet för Stockholms stad. Vi följer därför stadens grafiska profil, och skapar förtroendefulla relationer med invånarna genom att vara *aktiva, tillgängliga och trovärdiga*. Ett gott och jämställt bemötande i alla våra verksamheter bygger ett grundläggande förtroende för oss. Förtroendet bidrar till att invånarna lyssnar när vi kommunicerar och till att de vill delta i dialog med oss.

Exempel på aktiviteter:

- Kommunikationsfunktionen och administrativa avdelningen utvecklar nyhetsbrevet till förvaltningens chefer
- Kommunikationsfunktionen och administrativa avdelningen förbättrar den interna kommunikationen och distributionen av material så att alla medarbetare kan vara goda ambassadörer för aktiviteter och evenemang
- Staben erbjuder intern utbildning i kommunikation, t ex i bemötande, och i att använda stadens dokumentmallar.

Genomförande och uppföljning

Utifrån denna strategi tar förvaltningen fram och beslutar om en aktivitetsplan.

Vi följer löpande upp effekten av de kommunikationsinsatser vi gör. Vi deltar i och följer stadens uppföljning av kommunikationsprogrammet. Dessutom följer vi upp förvaltningens kommunikationsmål genom ett utökat frågebatteri i våra årliga brukarundersökningar eller motsvarande mätningar.