

Handläggare  
Ingrid Storm, 08-508 29 786

Till  
Finansroteln

## Remissvar Policy för sociala medier i Stockholms stad

Svar på remiss från Finansroteln (Dnr KS 2018/1303)

### Sammanfattning

Sammantaget anser koncernledningen att policy för sociala medier i Stockholms stad ger den vägledning som verksamheterna behöver för att hantera närvaro på sociala medier och främja en hög kvalitet på sina konton. Tillägg bör dock göras i styckena start av konto och grafisk profil för att anpassas till bolagens förutsättningar och verksamhet.

### Ärendet

Stockholms stad har sedan 2012 en handledning med rekommendationer kring användning av sociala medier men riktlinjer/policy saknas. En policy har nu tagits fram som slår fast grundläggande principer och ramar för stadens närvaro i sociala medier. Detta för att göra det tydligare vad som krävs av stadens förvaltningar och bolag vid närvaro på sociala medier och att främja en hög kvalitet på stadens konton.

### Ärendets beredning

Finansroteln har remitterat ”Policy för sociala medier i Stockholms stad” till bl.a. Stockholms Stadshus AB. Remissen har även skickats till bolag inom koncernen som svarar direkt till finansroteln, d.v.s. ingen underremittering har hanterats av Stockholms Stadshus AB.

### Koncernledningens synpunkter och förslag

Koncernledningen anser det ändamålsenligt att utforma policyn med tydlig inriktning, vilken basinformation som ska finnas och vilka lagar som är relevanta kopplat till stadens användning av sociala medier.

När det gäller beslut kring start av nya konton i sociala medier vill koncernledningen dock göra en justering då kommunallagens bestämmelser om delegation av beslutanderätt inte gäller för bolag på samma sätt som för förvaltningar. Koncernledningen ser gärna att följande tillägg görs till policyn ”För bolagen ankommer på bolagsdirektör att i förekommande fall säkerställa att bolagets organisation har lämpad funktion som beslutar om start av nya konton.”

I stycket gällande grafisk profil framgår att förvaltningarnas konton i sociala medier ska följa stadens grafiska profil enligt varumärkesmanualen. Här skulle tillägg kunna göras

om vad som gäller för stadens bolag. Detta kan förslagsvis göras genom tillägget ”För stadens bolag gäller det som framgår i varumärkesmanualen. Stadens grafiska profil får användas av bolagen och bolag som har en egen grafisk profil kommunicerar alltid att de är en del av Stockholms stad.”

Sammantaget anser koncernledningen att policy för sociala medier i Stockholms stad ger den vägledning som verksamheterna behöver för att hantera närvaro på sociala medier och främja en hög kvalitet på sina konton.

Krister Schultz  
vVD

## **Attesterat av**

Detta dokument har godkänts digitalt av följande personer:

<b>Namn</b>	<b>Datum</b>
Krister Schultz, vVD	2019-06-17