

## Protokoll 3/2024

**Tid** Torsdagen den 18 april 2024 kl. 16.30-16:50

**Plats** Stora kollegiesalen, Stadshuset

**Justering** Måndagen den 29 april, §§ 1-10, 12, 14, 15, 17-22

*Omedelbart justerade paragrafer*

**Justering** Torsdagen den 18 april 2024, §§ 11, 13, 16

Lars Strömgren

Dennis Wedin

## Närvarande

### Beslutande ledamöter

Lars Strömgren (MP), ordföranden

Dennis Wedin (M), vice ordföranden

Ulf Walther (S)

Berit Nyberg (S)

Jimmy Lindgren (S)

Irene Dolk Castellanos (S)

Tobias Johansson (V)

Jonas Nilsson (M)

Anders Lindman (SD)

Sara Svanström (L)

Markus Berensson (C)

### Tjänstgörande ersättare

Joel Höglund (V) för Katja Jassey (V)

Torbjörn Erbe (M) för Hamid Ershad Sarabi (C)

### Ersättare:

Lars Arell (S)

Björn Erdal (S)

Abdiaziz Serar (S)

Agneta Sundberg (V)

Robert Westerlund (SD)

Destiny Zandi Lindgren (KD)

**Tjänstemän**

Förvaltningschefen Gunilla Glantz, Sara Bergendorff, Niklas Domeij, Elisabet Elfström, Ulrika Falk, Anna Green, Philip Hall, Lena Lien, Elisabet Munters, nämndsekreteraren Alva Matsdotter, personalföreträdarna Luis Lopez och Tomas Nitzelius §§ 1-11 samt borgarrådssekreteraren Helena Cullemo.

## § 17

### Kommunikationsprogram för Stockholms stad. Svar på remiss från kommunstyrelsen

Dnr T2024-00312

#### Beslut

Trafiknämnden beslutar enligt trafikkontorets förslag:

1. Trafiknämnden godkänner trafikkontorets tjänsteutlåtande som svar på remissen.

#### Reservation

Sara Svanström (L) reserverar sig mot beslutet med hänvisning till sitt förslag.

#### Handlingar i ärendet

Trafikkontorets tjänsteutlåtande från den 4 mars 2024.

#### Nämndens behandling av ärendet

Framlagda förslag till beslut

- 1) Ordföranden Lars Strömgren (MP), Ulf Walther m.fl. (S), Tobias Johansson m.fl. (V), vice ordföranden Dennis Wedin m.fl. (M), Anders Lindman (SD) och Markus Berensson (C) föreslår (se beslutet).
- 2) Sara Svanström (L) föreslår att nämnden beslutar:
  - a. Att delvis bifalla kontorets förslag till beslut
  - b. Att uppdra åt förvaltningen att ta fram skarpare rutiner vid upphandling av kommunikationskonsulter samt inköp av media och profilprodukter m.m.
  - c. Att därutöver anföra följande:

Vi ser positivt på framtagandet av ett nytt program för kommunikation för staden och anser att kommer bli ett bra verktyg för hur vi framför stadens budskap så den blir både relevant och når alla relevanta delar av samhället.

Däremot saknar vi en mer detaljerad rutin kring kostnaderna för kommunikation. Under perioden 2022-11-01 till 2023-07-28 la staden ca 81 mnkr på management- och kommunikationskonsulter, varav trafikkontoret ca 8 mnkr. Ytterligare 42 mnkr lades på trycksaker, reklam och profilprodukter totalt av staden.

Med tanke på det ekonomiska läget som både stad och människor befinner sig i, ser vi ett stort behov av att programmet även innehåller skarpare rutiner kring upphandling av kommunikationstjänster samt tryck- och reklamprodukter.

### Beslutsgång

Ordföranden Lars Strömberg (MP) ställer förslagen mot varandra och finner att nämnden beslutar enligt kontorets förslag som stöds av ordföranden Lars Strömberg (MP), Ulf Walther m.fl. (S), Tobias Johansson m.fl. (V), vice ordföranden Dennis Wedin m.fl. (M), Anders Lindman (SD) och Markus Berensson (C).

### Ersätтарыttrande

Destiny Zandi Lindgren (KD) lämnar ersätтарыttrande enligt följande:

Den offentliga sektorn i Sverige spenderar ca 2 miljarder skattekror per år på PR, reklam och kommunikationstjänster från privata bolag. Utöver detta är det inte ovanligt med egna kommunikatörer som arbetar med att bygga organisationens varumärke, marknadsföra den egna verksamheten eller bedriva påverkanskampanjer. Stockholms stad är inget undantag. Kommunens kostnad för externt upphandlad kommunikation går på ca 110-120 mnkr per år. I stadens förvaltningar och bolag arbetar dessutom nära 200 kommunikatörer.

Stadens kommunikationsprogram är i grunden en förutsättning för en enhetlig och strukturerad kommunikation såväl internt inom organisationen som externt gentemot entreprenörer, medborgare eller andra myndigheter. Det bidrar till effektivitet och möjliggör samverkan. På senare år har däremot offentliga kommunikationsverksamheter svällt i takt med allt mer ambitiösa målsättningar samt en föreställning om varumärken och marknadsföring som avgörande för medborgarnas förtroende och tillit gentemot det offentliga.

Kristdemokraterna förhåller sig mycket skeptiska till detta. Att våra förvaltningars och bolags kommunikation ska vara korrekt, enkel att förstå och enkel att tillgå delar vi till fullo. Likaså att de ska uppfattas professionella och sakliga, samt närvarande och omhändertagande i kris eller under allvarliga händelser. Vi motsätter oss däremot att kommunala bolag ska bygga egna varumärken, att våra

förvaltningar ska fokusera på att marknadsföra sina verksamheter samt en ökad synlighet för sakens skull. Vi motsätter oss särskilt det uttalade syftet att bedriva beteendepåverkande kommunikationsinsatser gentemot våra medborgare.

Mot bakgrund av detta anser vi att stadens kommunikationsprogram i större utsträckning behöver fokusera på renodling av kommunikationsverksamheten för att återgå till en mer ändamålsenlig sådan, samtidigt som resurser kan frigöras för det faktiska utförandet av välfärdsuppdraget. Enligt Kristdemokraterna så är den bästa marknadsföringen för svenska kommuner en välutförd kärnverksamhet fri från symbolpolitik och slöseri – inte en ständigt svällande kommunikationsverksamhet.

Vid protokollet

Alva Matsdotter