

Bilaga 5 till kommunfullmäktiges protokoll 2012-03-12 § 19

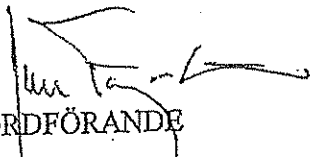


BROMMA STADSDELSNÄMND

Tillhör
KF 2012-03-12 p. 43
Utlåtande 2012:30

RÄTTELSE AV § 6 I PROTOKOLL FRÅN DEN 24
NOVEMBER 2011 HAR SKETT DEN 6 MARS 2012

SAMMANTRÄDESPROTOKOLL
24 NOVEMBER 2011


ORDFÖRANDE


JUSTERARE

§ 6

Kommunikationsprogram för Stockholms stad 2012-2015

Beslut

Nämnden överlämnar tjänsteutlåtandet som svar på remiss om kommunikationsprogram för Stockholms stad 2012-2015.

Ärendet

Stadsledningskontoret har tagit fram ett förslag till kommunikationsprogram. Förvaltningen anser att det är bra att programmet tydliggör hur det kommunikativa arbetet ska följas upp och utvärderas men anser att framtagandet av nämndmål utifrån kommunikationsprogrammets övergripande mål ska begränsas.

Brommas stadsdelsförvaltning hade redovisat ärendet i ett tjänsteutlåtande från den 3 november 2011.
Dnr 322-11-1.5.1.

Beslutsgång

Nämnden ställde sig bakom förvaltningens förslag.

Särskilt uttalande

Anders Lövdin m fl (S) anmälde följande särskilda uttalande till protokollet:

Det är bra att staden har ett Kommunikationsprogram och att målsättningen för programmet är att stadens kommunikation ska vara tillgänglig och tydlig. Även när staden brister i målsättningen att vara en stad i världsklass, eller kanske framförallt då, är det viktigt att kommunikationen är tillgänglig och tydlig. I förslaget läggs bland annat fram ett antal nya mål och indikatorer. Vi vill påpeka att det kan vara ganska svårt att vid de återkommande uppföljningarna av målen förstå hur indikatorerna ska tolkas.



BROMMA STADSDELSNÄMND

SAMMANTRÄDESPROTOKOLL
24 NOVEMBER 2011
BLAD 2

§ 6, forts

En stor del av stadens verksamheter är utlagda på privata händer som t ex äldreomsorgen som till ca 70 procent drivs av privata aktörer. Samma krav som vi ställer på staden måste också ställas på alla andra utförare när det gäller kommunikation. I kommande upphandlingar bör kravspecifikation om att i alla tillämpliga delar följa stadens kommunikationsprogram skrivas in.

Cecilia Obermüller m fl (MP) anmälde följande särskilda uttalande:

Vi tycker förvaltningens kommentarer - speciellt förvirring i begreppet invånare, medborgare, stockholmare, personer – är relevanta och att detta behöver bearbetas noggrannare.

Dessutom menar vi att följande bör ändras/ gås igenom innan slutgiltigt dokument skapas:

Generellt ges ett intryck, att målet är att ALLA skall övertalas till att gilla den vision som staden har. Visionen är den enda rätta och alla skall också tycka så. Speciellt målet att attityden till visionen om ett Stockholm i världsklass och den växande staden skall vara positiv, vi anser att detta kan drivas till att målet helgar medlen och det finns en risk för att staden blir okänslig för kritik. Speciellt farligt blir detta när ett nyckeltal föreslås vara "andelen medarbetare som har en positiv attityd till visionen". Vi tycker, att varje medarbetare och medborgare istället ska uppmuntras att komma med förslag på hur staden skall bli bättre och inte att Staden redan har bestämt hur det skall vara. Om man vill uppmuntra till dialog men samtidigt vill att alla skall ha rätt attityd till redan bestämd vision blir detta motsägelsefullt.

Det finns också en otydlighet om vad Stockholm är och vad som menas med Stockholm:

Ibland är det Stockholm Stad och den service staden ger med egna resurser, men ibland ingår externa utförare. Begreppet verksamheten som skall mätas i olika nyckeltal anger dock inte om det är bara egen regi eller om det även inkluderar externa utförare.

Ibland är ordet Stockholm lika med regionen.



BROMMA STADSDELSNÄMND

SAMMANTRÄDESPROTOKOLL
24 NOVEMBER 2011
BLAD 3

§ 6, forts

De tre olika varumärkena som behandlas behöver förklaras bättre vad de står för, vilket värde som skall förknippas med just detta varumärke och i vilka sammanhang de skall användas. Detta för att alla som skall jobba med varumärkena använder rätt märke vid rätt tillfälle.

Isabel Smedberg Palmqvist (FP) anmälde följande särskilda uttalande, som även Cecilia Obermüller (MP) ställde sig bakom:

Att St: Erik ska användas i stadens kommunikation är självklart, men lika självklart ska det vara att fortsätta använda inarbetade varumärken vid sidan om, som fallet är idag.

Det är därför bra att stadens bolag ges fortsatt möjlighet till att profilera sig genom egna varumärken. Detta måste även gälla för andra verksamheter som ligger utanför Stadshuskoncernen och har ett behov av detta. Bland dessa kan nämnas Kulturhuset, Liljevalchs konsthall, Stockholms Stadsmuseum och Stockholms Medeltidsmuseum, som sedan lång tid har inarbetade varumärken.

De inarbetade och unika varumärkena har ett värde i kommunikationen med besökare, samarbetspartners och sponsorer. Om staden ska nå evenemang i världsklass krävs det att varje evenemang särskiljs och att de attraherar turister och arrangörer i konkurrens med andra stora städer. Eftersom institutionerna har helt olika inriktningar kan de inte likställas. Att avskaffa möjligheterna till särprofilering skulle innebära ett hårt slag mot Stockholms kulturliv och mot varumärken som i sin nuvarande form utgör en del av kulturarvet.