



ÖVERGRIPANDE KOMMUNIKATIONSPLAN 2010

1. BAKGRUND OCH SYFTE

Med en planerad och samordnad kommunikation skapar vi tillsammans intern samhörighet och extern tydlighet. Ett övergripande mål för kommunikationen är att den alltid ska verka för visionen om ett Stockholm i världsklass och att Stockholm som Skandinavien huvudstad upplevs som norra Europas mest attraktiva plats för boende, besökare och näringsliv. All kommunikation och alla aktiviteter ska samordnas för att stötta målen och ytterst skapa förtroendefulla relationer med stadens intressenter. Med samordnad kommunikation och tydliga budskap förstärker vi varumärket Stockholms stad.

Syftet med kommunikationsplanen är att slå fast övergripande budskap, målgrupper och aktiviteter för 2010. Planen ska bidra till att KF:s övergripande inriktnings- och verksamhetsmål i staden nås. En aktivitetslista som biläggs denna plan uppdateras löpande under året av stadsdelens informationsansvarige.

EN GEMENSAM VISION:

– extern kommunikation: Ett Stockholm i världsklass – Vision 2030 – till detta kopplas exempelvis budskap kring tillväxt och miljö, att Stockholm växer och att det finns en klar ambition att sätta medborgaren i centrum, t ex att det ska vara enkelt att vara stockholmare, att jämföra tjänster och göra egna val.

– intern kommunikation: Tillsammans skapar vi ett Stockholm i världsklass – det övergripande budskapet i den interna kommunikationen. Till detta kopplas budskapen kring att kommunicera goda exempel och hur medarbetarna arbetar med att utveckla och förbättra kvaliteten i stadens service och tjänster

LOKAL KOMMUNIKATION

Kommunikationen ska i allt vara aktiv, trovärdig, tillgänglig och lätt att förstå. Stadsdelsförvaltningens kommunikationssystem ska skapa relationer och samordna olika aktörer, kanaler och budskap på ett effektivt sätt. Det lokala budskapet är En stadsdel i världsklass.

– extern kommunikation: Medborgarna ska ges möjlighet att ta del av de politiska besluten, förvaltningens verksamhet, få råd, stöd och söka information inom de områden vi ansvarar för, göra jämförelser och ta del av förvaltningens tjänster.

– intern kommunikation: Förvaltningens medarbetare och chefer ska vara informerade eller känna att de kan hitta den information som de behöver i sitt arbete t ex om de förändringar som pågår.

NULÄGE

Hässelby-Vällingby är en stadsdel i förändring. Inom stadsdelsområdet sker utbyggnad av bostäder i huvudsak genom flerfamiljshus. Befolkningen i stadsdelen beräknas på tio års sikt öka med närmare 6 000 personer, från drygt 63 000 till närmare 69 000 personer. Sedan början på 2000-talet sker inflyttning till stadsdelen - främst direkt från utlandet men även genom omflyttning inom staden och då företrädesvis från Järvaområdet. Drygt 32 % av befolkningen i stadsdelsområdet har internationell bakgrund. Denna förändring innebär nya förutsättningar för att möta alla medborgares behov.

Arbetet för en förbättrad miljö uppmärksammas under miljöhuvudstadsåret 2010. Medborgarna erbjuds att ge synpunkter och vara delaktiga i angelägna stadsmiljöfrågor.

Under året så arbetar förvaltningen chefer att utveckla det kommunikativa ledarskapet. Förvaltningen arbetar även övergripande med att minska sjukfrånvaron bland annat genom byte av erfarenheter samt att sprida metoder och goda exempel till cheferna.

Förvaltningen kommunicerar kontinuerligt under året budget- och personalfrågor internt, för att öka medvetenhet och insikt i dessa frågor. Ekonomiska förutsättningar kommuniceras tydligt. Om det är möjligt utvärderar förvaltningen effektiviteten i de metoder man valt i kommunikationssammanhang.

2. RAMAR

Kommunikationen inom Hässelby-Vällingby stadsdelsförvaltning ska verka för kommunfullmäktiges och stadsdelsnämndens mål, utveckla demokratin och skapa möjlighet för delaktighet och påverkan.

Till grund för kommunikationen inom Hässelby-Vällingby stadsdelsförvaltning finns förutom denna kommunikationsplan även följande dokument på stadens intranät (sidan I min yrkesroll/Stödfunktioner/Kommunikation) :

- Kommunikationspolicy för Stockholms stad
- Kommunikationsplan Stockholms stad 2010
- Grafisk manual
- Strategi för Stockholm webb

Stadens kommunikationssystem omfattar kanaler, gränssnitt, budskap, aktörer och finns beskriven på stadens intranät under rubrikerna I min yrkesroll/ Stödfunktioner/ Kommunikation.

För den interna kommunikationen inom stadsdelsförvaltningen prioriteras interna möten, intranätet och personalbladet. För den externa kommunikationen prioriteras stadens webbplats, den gemensamma månadsannonseringen och möten med särskilda målgrupper.

3. STRATEGISKA VÄGVAL

INTERN KOMMUNIKATION

Den interna kommunikationen har hög prioritet och förvaltningen ska tidigt, tydligt och konsekvent kommunicera vad vision, verksamhetsmål och beslut betyder för den enskilde medarbetaren. Medarbetare och chefer ska vara väl informerade om de förändringar som pågår. De ekonomiska förutsättningarna ska kommuniceras tydligt. En så stor säkerhet som möjligt ska finnas kring vad som händer i organisationen.

Alla medarbetare ska kunna hitta den information de behöver i sitt arbete. Prioriterade kanaler för intern information är möten, intranätet, personalbladet och chefsforum.

EXTERN INFORMATION

I den externa kommunikationen ska förvaltningen tydligt och konsekvent kommunicera vad vision, verksamhetsmål och beslut betyder för den enskilde medborgaren och för övriga externa intressenter.

Beslutsprocesser liksom möjligheter att påverka ska vara tydligt beskrivna. Förvaltningen ska skapa forum för dialog och underlätta för stadens medborgare, brukare och kunder att överblicka stadens service, tjänster och utbud, göra jämförelser och egna val. Förvaltningen ska beakta och överväga huruvida olika dokument behöver översättas till lättläst.

Budskapen och utformningen av kommunikationen ska alltid utgå från målgruppens perspektiv och behov – kommunikationen ska alltid ha ett utifrån-och-in-perspektiv.

Såväl internt som externt ska förvaltningen aktivt lyfta fram exempel och framgångsrika verksamheter och visa vilka resultat staden åstadkommer.

4. ANSVAR OCH ROLLER

Förvaltningen ska ha kännedom om, förmedla och bidra till spridningen av de övergripande budskapen och i god tid, då synpunkter fortfarande kan tas i beaktande och samordning kan ske, informera stadsledningskontoret om den egna planeringen vad gäller mål, budskap, tid, aktivitet och kanal. Förvaltningen ansvarar också för att knyta de lokala budskapen i sin egen kommunikationsplan till de övergripande budskapen. Förvaltningen ansvarar för att årligen utarbeta kommunikationsplaner för sina verksamheter och de projekt förvaltningen är delaktiga i.

Inom Hässelby-Vällingby stadsdelsförvaltnings stab finns ansvaret för den övergripande interna och externa kommunikationen genom en informationsansvarig. För att effektivisera och samordna kommunikationsarbetet finns även en avdelningsredaktör för varje avdelning som samverkar i en kommunikationsgrupp tillsammans med den informationsansvarige.

ALLA CHEFER

Cheferna har informationsansvaret gentemot medarbetarna. Därför är det av stor vikt att cheferna har tillgång till information, vet hur de ska hitta den samt förstår hur de ska kommunicera den vidare. Cheferna ska efter sina förutsättningar och sitt ansvarsområde prioritera kommunikationen för att uppnå verksamhetsmålen. De ska bland annat:

- Ge relevant information och tillgängliggöra kommunikation.
- Formulera tydliga mål.
- Vara tydliga i sin kommunikation och med förväntningarna på var och en.
- Följa upp att information nått fram med önskvärt syfte.
- Skapa och bidra till dialog, delaktighet och öppenhet.
- Väcka intresse och lyssna aktivt i sin målgrupp.

Förvaltningens chefer hittar information och verktyg för att utveckla sin kommunikation på intranätet under rubrikerna I min yrkesroll/Chef/ Chefens kommunikationsverktyg.

MEDARBETARE

Cheferna har informationsansvar gentemot medarbetarna, men medarbetarna har också ansvar för att ta reda på information som behövs i det dagliga arbetet.

AVDELNINGSCHEF

Avdelningschefens ska även:

- Vara övergripande ansvarig för sin avdelnings information
- Utse avdelningsredaktör ansvarig för intranät och/eller webbplats.
- Ge förutsättningar för redaktören att genomföra sitt uppdrag.

FÖRVALTNINGENS INFORMATIONANSVARIGE

Övergripande ansvar är:

- Huvudredaktörskap för intranät.
- Huvudredaktörskap för stadsdelsförvaltningens delar på webbplatsen stockholm.se, Jämför Service samt fristående siter.
- Annonseringen Hallå Stockholmare varje månad i tidningen Mitt i Västerort.
- Personalblad cirka en gång varannan månad.
- Rapportering från stadsdelsnämnd.

Stöd till stadsdelsdirektören och ledningsgruppen genom att:

- Föra ut ledningens budskap.
- Föra ut Vision 2030.
- Arbete med synpunkter och klagomål.
- Ta fram kommunikationsåtgärder för viktiga övergripande ärenden.

Stöd till chefer och medarbetare genom att:

- Utforma och skicka pressmeddelanden.
- Stödja avdelningarna i kommunikationsfrågor.
- Stödja avdelningarna i att själva ta fram trycksaker.
- Stödja avdelningarna i att informera om olika val/alternativ när det gäller äldreomsorg, funktionshinder, barnomsorg m m.

I huvudredaktörskapet för webbplats och intranät ingår att:

- Publicera nyheter på webb och intranät.
- Tekniskt ansvarig – support till avdelningsredaktörerna.
- Regelbundet kontrollera att informationen som finns på webbarna är korrekt och aktuell. Förutsättning för att detta ska fungera är att avdelningsredaktörerna meddelar ändringar till huvudredaktören.
- Hålla regelbundna möte med webbredaktörerna.
- Ansvara för att redaktörerna har den utbildning i webbpubliceringsverktyget EpiServer som krävs.

Informationsansvarige säkerställer att vi följer stadens riktlinjer genom att:

- Delta i kommunikations- och informationsnätverks samt webbredaktörmöten.
- Bevaka utvecklingen av webb och intranät.
- Bevaka styrdokument inom området.

AVDELNINGSREDAKTÖR FÖR WEBB OCH INTRANÄT

Varje avdelning har minst en avdelningsredaktör som är en viktig nyckelperson i informationsarbetet och har ansvaret att kommunicera med olika intressenter som t ex det personal eller medborgare behöver veta om avdelningens verksamhet.

I arbetet ingår:

- Ansvara för och uppdatera informationen på avdelningens sidor på hemsida och intranät
- Tipsa huvudredaktören om nyheter som berör medborgare och medarbetare
- Ha god kännedom om vad som händer inom sin avdelning
- Avsätta tid till webb- och intranätsmöten

Nödvändiga befogenheter och kunskap för uppdraget:

- En god övergripande bild av hela sin avdelnings verksamhet och kunna förmedla det som är av intresse för olika intressenter, men även kunna sälla information som är mindre viktigt.
- Koppling till avdelningens ledningsgrupp.
- Vara utbildade i webbverktyget.
- Intresse och känsla för språk och bildhantering.
- Känna till de informationskanaler som finns i förvaltningen.

Avdelningsredaktörer mars 2010

Äldre	Kerstin Dahlström
Socialtjänst	Hans Peters, Birgith Grunditz, Ursula Christofferson
Förskola	Kenneth Wernqvist
Ekonomi	Kafa Chahrstan
Personal	Marianne Lindberg
Stadsdelsmiljö och teknik	Gabrielle Ljungberg
Nämndkansliet	Charlotte Brandorf

INTRESSENTER

Intressenter för Hässelby-Vällingby stadsdelsförvaltning är:

- Medborgare i stadsdelsområdet
- Medarbetare
- Näringsliv
- Lokala politiker
- Besökare
- Journalister

- Opinionsbildare
- Samarbetspartners
- Myndigheter och kommuner (nationellt och internationellt)
- Ideella organisationer
- Fackliga organisationer

Våra målgrupper finns bland intressenterna, de finns främst i stadsdelsområdet för Hässelby-Vällingby, det vill säga stadsdelarna Hässelby Gård, Hässelby Strand, Hässelby Villastad, Grimsta, Kälvesta, Nälsta, Råcksta, Vinsta och Vällingby, men kan även finnas inom andra delar av staden, i Sverige eller internationellt.

Förvaltningen ska alltid överväga hur man effektivast kommunicerar med målgruppen i den givna situationen och använda kommunikationssystemet som finns. Kommunikationen sker i första hand på intressentens villkor, såvida det är kostnadseffektivt.

6. ÖVERGRIPANDE BUDSKAP

De övergripande budskapen som beskrivs i Kommunikationsplan Stockholms stad 2010 och ska planerat, samordnat och konsekvent kommuniceras under hela verksamhetsåret 2010 i förvaltningens samtliga kanaler. Budskapen ska brytas ned, konkretiseras och formuleras så att de blir så verklighetsnära som möjligt för målgrupperna både internt och externt.

ETT HUVUDBUDSKAP:

Stockholm – The Capital of Scandinavia – ska vara med i kommunikation, internt såväl som externt. Det ska användas som ett budskap i text eller genom att använda budskapslogotypen.

EN VISION:

– extern kommunikation: Ett Stockholm i världsklass – Vision 2030

Till detta kopplas exempelvis budskap kring tillväxt och miljö, att Stockholm växer och att det finns en klar ambition att sätta medborgaren i centrum, t.ex. att det ska vara enkelt att vara stockholmare, att jämföra tjänster och göra egna val. Under 2010 kommuniceras visionen övergripande genom budskapen om Stockholm - Europas första miljöhuvudstad och Sveriges Kvalitetskommun.

– intern kommunikation: Tillsammans skapar vi ett Stockholm i världsklass är det övergripande budskapet i den interna kommunikationen. Till detta kommunicerar vi goda exempel och hur medarbetarna arbetar med att utveckla och förbättra kvaliteten i stadens service och tjänster. Under 2010 kommuniceras visionen om en stad i världsklass genom budskapen om Stockholm - **Europas första miljöhuvudstad** och **Sveriges Kvalitetskommun**. När det gäller utnämningen till Sveriges kvalitetskommun är det särskilt viktigt att alla medarbetare känner till utnämningen och förstår hur de genom sitt eget arbete bidrar till kvalitetsutvecklingen.



LOKALA BUDSKAP

Det lokala budskapet är En stadsdel i världsklass, vilken används i kommunikationen både externt och internt i den skrivna texten.

7. KANALER OCH AKTIVITETER

Det personliga mötet, medier, intranätet och stockholm.se är prioriterade kanaler. I stadsdelsförvaltningens kommunikation läggs även fokus på annonsering i lokaltidningarna, internt personalblad samt foldrar och broschyrer.

Att löpande lyssna av hur målgrupperna tar till sig kommunikationen är avgörande för att nå resultat. Detta görs genom Kontaktcenter och analys av brukarundersökningar och andra mätningar.

AKTIVITETER SOM SAMORDNAS

Redaktionell planering

Redaktionell planering för de interna centrala kanalerna intranätet, S:t EriksNytt och StockholmsEko finns på intranat.stockholm.se/kommunikation. Denna planering ska fungera stödjande och vägledande för vårt lokala intranät, nyhetsbrev och aktiviteter. De lokala planerna ska också anslås på samverkansytan.

Redaktionell planering för de externa kanalerna stockholm.se, Hallå Stockholmare, stadens gemensamma samarbeten kring bilagor, stortavlor, m.m. finns också på intranat.stockholm.se/kommunikation.

Central kommunikationsplanering

Central projektplanering ska fungera stödjande och vägledande för andra lokala aktiviteter. Förvaltnings-, projekt- eller aktivitetsspecifika kommunikationsplaner ska anslås på intranätet av respektive ansvarig.

LOKALA KANALER

Internt

Intranätet

Intranätet Insidan är den viktigaste övergripande informationskanalen till medarbetarna. På intranätet läggs fortlöpande nyheter ut. Här finns också det arbetsmaterial man behöver i sitt arbete. På intranätet läggs såväl central (SLK och fackförvaltningar) information ut som lokal.

Personalbladet

Personalbladet är i mångt och mycket en pappersvariant av intranätets nyheter där anställda ”ute på fältet” kan ta del av den aktuella information som presenteras på intranätet. Personalbladet kommer ut cirka varannan månad och distribueras i pappersform till enheterna. På huvudkontoret läggs Personalbladet på intranätet.

E-post

E-post är ett av de vanligaste sätten att kommunicera internt inom förvaltningen och inom staden, och även externt. Stadsdelsförvaltningens e-postpolicy har nyligen reviderats (jan 2009).

Internt chefer

Chefsforum

Förvaltningsledningen håller cirka åtta chefsforum per år. Det är korta träffar där stadsdelsdirektören, representanter för ledningsgruppen och även inbjudna talare informerar om för cheferna viktiga frågor.

Intranätet

Ett viktigt verktyg för chefernas kommunikation är intranätet. Vissa sidor har specifik chefsinformation.

På arbetsplatser där medarbetarna har egen dator har de tillgång till intranätet där det nästan dagligen läggs ut nyheter. På de arbetsplatser där medarbetarna inte har egen dator är det av desto större vikt att cheferna informerar om det som meddelas på intranätet, t ex på APT och vid andra tillfällen.

Chefsmeddelande i personalfrågor

Från personalavdelningen skickas med jämna mellanrum ut ett Chefsmeddelande med nyheter inom personalområdet.

Externt

Våra främsta kanaler till medborgarna är telefon, e-post, förvaltningens webbplats samt den månatliga helsidesannonseren i Mitt i Västerort.

Kommunikationen med medborgarna ska förstärka stadsdelsnämndens mål, utveckla demokratin och skapa möjlighet för delaktighet och påverkan. Medborgarna ska lättare kunna söka information för att kunna välja mellan de olika verksamheterna inom förvaltningen, staden och mellan privata alternativ.

Informationsfunktionen arbetar med övergripande information gentemot medborgarna. Varje verksamhet och enhet kommunicerar med mer specifika målgrupper med för dem anpassade kanaler.

Webbplats

Webbplatsen utvecklas kontinuerligt. Likaså utvecklas funktionen Jämför Service så att man i ännu högre grad enkelt ska kunna jämföra olika alternativ inom olika verksamheter. Nya e-tjänster tas löpande fram.

Annonsering

Cirka en gång i månaden annonseras en helsida i lokaltidningen Mitt I Västerort. Stadsledningskontoret kompletterar med en helsida med central information. Kompletterande annonsering sker vid behov i lokaltidningarna.

Trycksaker

Förvaltningen är restriktiv vad gäller produktion av trycksaker, då uppgifter ändras och trycksaker mycket snabbt blir inaktuella. En större övergripande folder samt ett litet antal trycksaker produceras dock varje år. Färdiga mallar finns Word. Enkla trycksaker i form av A4-blad och A5-foldrar kan således göras av verksamheterna själva. Informatören hjälper i mån av tid till att ta fram informationsmaterial.

Allt material som ska tryckas ska godkännas av informationsansvarig så att text, bild och grafisk utformning överensstämmer med de riktlinjer som finns inom staden.

Centralt informationsmaterial om staden översätts till flera språk, inom vissa verksamhetsområden. Därför finns i nuläget ingen efterfrågan på översatta trycksaker från förvaltningen.

Språkprojekt

För att medborgarna ska kunna ta del av förvaltningens information krävs att språket är tydligt, lättillgänglig och enkelt. Föreläsningar av språkexpert, som lär ut ett bättre skriftspråk, planeras både för de som arbetar med dokument av olika slag och för dem som arbetar med webbaserad information.

Information, klagomål och synpunkter

Genom att kontaktcenter avvecklats är det av största vikt att kontakten med medborgarna vad gäller frågor, synpunkter, klagomål även i fortsättningen är effektiv och snabb.

Riktlinjer för detta har tagits fram under 2009 och finns på intranätet under Kommunikation/Stöd- och styrdokument. Under 2010 görs en översyn av riktlinjerna.

Information från nämnden

Genom caféträffar med politikerna i samband med nämndmötena finns möjlighet att träffa de förtroendevalda och ställa frågor. De nås även på andra sätt, främst genom telefon och e-post.

Dagordning, ärenden och protokoll från nämndmötena läggs ut på webben (Insyn). Nämnden arrangerar också medborgarmöten med olika tema kring frågor i stadsdelen, t ex bebyggelse, barnomsorg m m.

8. MÅL OCH UPPFÖLJNING

De övergripande målen för stadens samlade kommunikation är att skapa ökad kunskap om och tillgänglighet till stadens service och tjänster samt ökad kunskap och förståelse för stadens utveckling.

För 2010 är målet med kommunikation med stadens prioriterade intressenter att förmedla:

- Kunskap om visionen för stadens framtid
- Kunskap om och stolthet över att Stockholm är Europas första miljöhuvudstad
- Kunskap om och stolthet över att Stockholm är Sveriges Kvalitetskommun
- Kunskap om att staden kommer att växa och att staden planerar för att möta utmaningarna det medför
- Kunskap om att stadens satsning på e-tjänster gör det enklare att vara stockholmare
- Kunskap om att valfriheten bland stadens tjänster ökar
- Kunskap om hur man kan jämföra stadens tjänster
- Kunskap om stadens arbete med kvalitetsutveckling

Varje enskilt projekt och aktivitet ska utvärderas och följas upp. Erfarenheterna dokumenteras och goda exempel ska spridas i organisationen.

För att säkerställa att en ökad satsning på samordning av stadens övergripande budskap når sina mål och utnyttjar resurserna effektivt ska den samordnade kommunikationen för 2010 utvärderas och följas upp. Ansvaret för detta delas mellan kommunikationsstaben på SLK och samtliga förvaltningar och bolag.

KOMPLETTERANDE MATERIAL:

ÖVERGRIPANDE DOKUMENT

- Kommunikationspolicy för Stockholms stad
- Kommunikationsplan Stockholms stad 2010
- Grafisk manual
- Strategi för Stockholm webb

LOKALA DOKUMENT

- E-postpolicy Hässelby-Vällingby
- Kommunikationsaktiviteter 2010 (Hässelby-Vällingby)