



Kontaktperson
Anna Wahlström
Staben
Telefon: 08-508 268 12
anna.wahlstrom@fsk.stockholm.se

Till
Fastighets- och saluhallsnämnden
2006-04-20

Kommunikationspolicy för Stockholms stad. Svar på remiss från Stadsledningskontoret.

FÖRSLAG TILL BESLUT

1. Fastighets- och saluhallsnämnden beslutar att besvara remissen med kontorets utlåtande.

Sten Wetterblad

SAMMANFATTNING

Förslag till kommunikationspolicy för Stockholms stad samt regler för användandet av logotypen S:t Erik har utarbetats av kommunikationsavdelningen vid Stadsledningskontoret inom ramen för ett brett, stadsövergripande samarbete. Projektorganisationen har haft representation av kommunikationsansvariga, chefer och andra nyckelfunktioner inom förvaltningar och bolag. Samtliga stadens förvaltningar och bolag har även beretts möjlighet att lämna synpunkter på förslaget underhand.

Fastighets- och saluhallskontoret ställer sig positiv till förslaget till kommunikationspolicy för Stockholms stad. Kontoret ser det som särskilt positivt att policyn framhåller kommunikation som en strategisk ledningsfråga och lyfter fram chefernas kommunikationsansvar.

UTLÅTANDE

Bakgrund

År 2001 fattade kommunfullmäktige beslut om ”Bildn av Stockholms stad och hur vi kommunicerar den – en plattform för stadens information och kommunikation”. Plattformen gav uttryck för stadens intentioner av att ha

ett helhetsperspektiv på stadens kommunikation. Ett förhållningssätt som är relevant även för den närmaste framtiden och denna nya policy.

Grafisk profil och Regler för användandet av S:t Erik

Dagens profildokument täcker inte verksamheternas behov. Stadens verksamheter har behov av att kommunicera sina budskap så att det når fram i dagens informationsbrus och marknadsföra den egna verksamheten. Nuvarande grafiska profil anger riktlinjer för logotypen och i övrigt främst för kontorstryck, men saknar anvisningar som är av betydelse för den visuella delen av modern kommunikation. Därför är det samlade intrycket av Stockholms stads kommunikation idag spretigt och otydligt.

Förstudie

Arbetet med att revidera och uppdatera styrdokumentet för stadens kommunikation har föregåtts av nulägesanalyser samt en bred förstudie med djupintervjuer, fokusgrupper mm. Förarbetena har bland annat kartlagt behoven av ramverk och stöd inom kommunikationsområdet och legat till grund för detta förslag till kommunikationspolicy.

Kommunikationen bör utgå från våra värden

I stadens kommunikationsplattform från 2001 finns en särskild värdegrund för stadens kommunikation. Staden har däremot inte satt ord på de generella värderingar organisationen har mot bakgrund av sitt uppdrag. Denna brist har bland annat kommit till uttryck i förarbetena. Med utgångspunkt från det kommunala ansvaret och visionen om att Stockholms ska upplevas som en av norra Europas mest attraktiva platser för boende, besökare och näringsliv, har därför även formulerats ett förslag till förhållningssätt för stadens organisation inom projektets ram.

Ärendets beredning

Förslaget till kommunikationspolicy för Stockholms stad samt regler för användandet av logotypen S:t Erik har utarbetats av kommunikationsavdelningen vid stadsledningskontoret inom ramen för ett brett, stadsövergripande samarbete. Projektorganisationen har haft representation av kommunikationsansvariga, chefer och andra nyckelfunktioner inom förvaltningar och bolag.

Samtliga stadens förvaltningar och bolag har genom ett särskilt utskick beretts möjlighet att lämna synpunkter på förslaget underhand.

Stadsledningskontoret skickade sitt förslag till ny kommunikationspolicy på remiss till samtliga nämnder och styrelser 2006-03-13. Remissvaren ska lämnas senast 2006-05-08 för att Stadsledningskontoret ska kunna lämna sitt slutgiltiga förslag inklusive remissammanställning till beredning inför beslut i Kommunstyrelse och Kommunfullmäktige.

Förslaget i korthet

Ny kommunikationspolicy

Kommunikationspolicyn för Stockholms stad beskriver mål, budskap, strategier och förhållningssätt för stadens kommunikation. Den ska vara till stöd och nytta för styrning, genomförande, uppföljning och utveckling av organisationens kommunikation. En genomtänkt och målinriktad kommunikation bidrar till effektivt resursutnyttjande och hjälper oss att hålla hög kvalitet i stadens tjänster och service. Kommunikationspolicyn ska ge de olika verksamheterna möjlighet att kommunicera utifrån sina mål och målgrupper. Kommunikationen ska samtidigt signalera att det här är *en* stad, det här är Stockholms stad.

I kommunikationspolicyn formuleras övergripande förhållningssätt för Stockholms stad. Den har sin utgångspunkt i det kommunala uppdraget och ska vägleda medarbetarna i det dagliga arbetet, präglade stadens organisationskultur och ska återspeglas i stadens kommunikation.

För att kunna bedöma om kommunikationen är framgångsrik och ger önskade resultat, betonar den nya kommunikationspolicyn behovet av utvärdering och uppföljning. En strävan har varit att hitta fram till, och formulera, kommunikationsmål som både bidrar positivt till kommunens uppdrag och utmaningar i stort, men som också går att mäta och följa upp.

En utvecklad grafisk profil

Stockholms stads nya utvecklade grafiska profil och regler för användandet av logotypen S:t Erik ska ge tydlig och god vägledning för stadens förvaltningar och bolag. Sammantaget ska profilen verka för intern samhörighet och extern tydlighet.

Kontorets synpunkter

Fastighets- och saluhallskontoret ställer sig positivt till förslaget till ny kommunikationspolicy för Stockholms stad. Kontoret anser att förslaget är tydligt och enkelt, vilket ökar nyttan och användbarheten.

Värdegrunder, kommunikationsmål och strategier känns rimliga och möjliga att applicera på kontorets verksamhet. Särskilt positivt är det att policyn framhåller kommunikation som en strategisk ledningsfråga och lyfter fram chefernas kommunikationsansvar samt att kommunikationsarbetet – liksom övriga strategiska frågor – ska planeras, följas upp och utvärderas.

Det är också bra att policyn pekar på vikten av att kommunicera via personliga möten, såväl när det gäller intern som extern kommunikation.



Förslaget till kommunikationspolicy omfattar samtliga medarbetare i Stockholms stad, vilket ställer särskilda krav på tydlighet och enkelhet i dokumentet. Här anser kontoret att dokumentets längd möjligen kan utgöra ett problem när det gäller förankring ute i organisationen.

Kontoret anser avslutningsvis att policyn ligger på en lagom övergripande nivå som ger Fastighets- och saluhallskontoret utrymme att, med policyn som grund, utveckla kommunikationen så att kontoret på bästa sätt uppnår fastställda mål.

SLUT