



Tid Tisdagen den 22 november 2011 kl 16.30 – 17.25
Plats Stora Kollegiesalen, Stadshuset
Justerat Tisdagen den 22 november 2011

Madeleine Sjöstedt

Jakop Dalunde

Närvarande

Beslutande ledamöter:

Madeleine Sjöstedt (FP) ordförande
Jakop Dalunde (MP) vice ordförande

Billy Östh (M)
Peter Jönsson (M)
Lennart Jansson (M)
Per Altenberg (FP)
Elisabeth Svensson (C) §§ 5- 14
Bengt Sandberg (S)
Sonja Pagrotsky (S)
Nicklas Nilsson (S)
Ewa Larsson (MP)

Tjänstgörande ersättare:

Sten-Åke Larsson (M) för Anna Cederschiöld (M)
Martin Engman (S) för Mattias Ericson (V)
Erik Hafström (M) för Elisabeth Svensson (C) §§ 1-4

Ersättare:

Mikael Eskman (M) §§ 5-14
Petter Krönmark (M)
Johan Möller (M)
Tom Hedrup (M)
Lloyd Lindgren (Fp)
Jeanette Hemmingsson (S)
Daniel Almgren (MP)
Torkel Tigerschiöld (MP)

Tjänstemän

Tillförordnad förvaltningschefen Ingrid Gyllfors, Lena-Maria Karlsson, Anita Granlund, Tommy Waldnert, Daniel Öhman, Jonas Holmer, Karin Dyne –Wernberg, Birgita Andersson, Daniel Edenbergh, Pontur Werlinder. Borgarrådssekreteraren Jonas

Uebel samt personalföreträdarna Rolf Bodin och Lillemor Öhman.

§ 10

Kommunikationsprogram för Stockholms stad 2012-2015. Svar på remiss

Dnr 1.6-370/2011

Beslut

Fastighetsnämnden beslutar enligt fastighetskontorets förslag:

- 1 Fastighetsnämnden överlämnar och åberopar fastighetskontorets tjänsteutlåtande som svar på remissen.
- 2 Fastighetsnämnden beslutar att omedelbart justera paragrafen.

Handlingar i ärendet

Fastighetskontorets tjänsteutlåtande från den 27 oktober 2011.

Nämndens behandling av ärendet

Framlagda förslag till beslut

Nämnden föreslår (se beslutet).

Beslutsgång

Ordföranden Madeleine Sjöstedt (FP) finner att nämnden beslutar enligt fastighetskontorets förslag.

Särskilt uttalande

Särskilt uttalande lämnas av ordföranden Madeleine Sjöstedt m.fl. (FP), Billy Östh m.fl. (M) och Elisabeth Svensson (C) enligt följande:

Det är bra att stadens bolag har möjlighet att profilera sig genom egna varumärken. Detta bör även gälla för andra verksamheter som ligger utanför koncernen och har ett behov av detta. Bland dessa kan bl a nämnas Kulturhuset, Liljevalchs konsthall, Stockholms Stadsmuseum och Stockholms Medeltidsmuseum, som sedan lång tid har inarbetade varumärken. Att St: Erik ska användas i stadens kommunikation är självklart, men lika självklart torde det vara att fortsätta använda inarbetade varumärken vid sidan om, som fallet är idag. 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 andra i konkurrens med andra stora städer. Eftersom institutionerna har helt olika inriktningar kan de inte likställas. Ett företag som vill associera sig med t.ex. Liljevalchs har en strategi som innebär något annat än att t.ex. associera sig med Kulturhuset.

Vid protokollet
Lena-Maria Karlsson

Rätt utdraget intygar:
