

Handläggare: Lennart Klaesson
Tillgänglighetsprojektet
Tel: 508 26 012
lennart.klaesson@gfk.stockholm.se

2005-03-15

Dnr 05-000-288:1

Till
Gatu- och fastighetsnämnden

Informationskampanj enligt beslut i kommunfullmäktige och pris för god tillgänglighet enligt skrivelse från Roger Mogert (s). Genomförandebeslut.

FÖRSLAG TILL BESLUT

1. Gatu- och fastighetsnämnden beslutar att Tillgänglighetsprojektet får i uppdrag att genomföra en informationskampanj enligt kommunfullmäktiges beslut 2003-11-17 och detta tjänsteutlåtande.
2. Gatu- och fastighetsnämnden överlämnar förslaget om ett årligt pris för god tillgänglighet, enligt skrivelse från Roger Mogert 2005-01-25 och detta tjänsteutlåtande, till kommunstyrelsen för beslut.

Göran Gahm tf

Bertil Strid stf

Lars Cedergrund

SAMMANFATTNING

2003-11-17 beslutade kommunfullmäktige (utl. 2003:93) att ge gatu- och fastighetsnämnden i uppdrag att, inom ramen för Tillgänglighetsprojektet, genomföra en kampanj för att informera stadens alla näringsidkare och anordnare av offentlig verksamhet om vikten av att deras arrangemang är tillgängliga för alla och att de omfattas av de tillgänglighetsmål som staden och riksdagen ställt upp. Kampanjen bör genomföras i nära samarbete med handikapprörelsen och näringslivets organisationer. Beslutet grundades på en motion (2001:64) av Ann-Marie Strömberg (v).

2005-01-25 inkom Roger Mogert (s) med en skrivelse till gatu- och fastighetsnämnden om att instifta ett pris för god tillgänglighet. Idén om ett pris

för god tillgänglighet väcktes i samband med diskussionerna om hur informationskampanjen skulle genomföras. En årlig utmärkelse i form av ett pris för ”bästa butik, bästa restaurang, bästa biograf/teater, etc” skulle kunna vara en del i informationskampanjen som engagerar allmänhet och organisationer i nomineringen och ger publicitet för de goda exemplen.

Kontoret föreslår att Tillgänglighetsprojektet, i samarbete med handikapprörelsen, näringslivets organisationer, Fastighetsägarna, Statens institut för särskilt utbildningsstöd (Sisus), näringslivskontoret och stadens funktionshinderombudsman (FO), får i uppdrag att genomföra informationskampanjen enligt detta tjänsteutlåtande. Förslaget om ett årligt pris för god tillgänglighet överlämnas till kommunstyrelsen för beslut och kan med fördel ingå som en del i informationskampanjen.

UTLÅTANDE

Bakgrund

Stockholms stad har som mål att bli världens mest tillgängliga huvudstad senast år 2010. Staden driver sedan några år ett aktivt arbete för att förbättra tillgängligheten för personer med funktionshinder. Inom ramen för Tillgänglighetsprojektet satsar staden årligen 100 miljoner kronor på förbättringar i stadens yttre fysiska miljö och i stadens egna byggnader. Detta är inte tillräckligt – om hela staden skall vara tillgänglig måste också byggnader och anläggningar i annan ägo vara tillgängliga för människor med funktionshinder.

2003-11-17 beslutade kommunfullmäktige (utl. 2003:93) att ge gatu- och fastighetsnämnden i uppdrag att, inom ramen för Tillgänglighetsprojektet, genomföra en kampanj för att informera stadens alla näringsidkare och anordnare av offentlig verksamhet om vikten av att deras arrangemang är tillgängliga för alla och att de omfattas av de tillgänglighetsmål som staden och riksdagen ställt upp. Kampanjen bör genomföras i nära samarbete med handikapprörelsen och näringslivets organisationer. Beslutet grundades på en motion (2001:64) av Ann-Marie Strömberg (v).

2004 påbörjade Tillgänglighetsprojektet uppdraget med att förbereda kampanjen. En arbetsgrupp med representanter för Tillgänglighetsprojektet, handikapprörelsen, Statens institut för särskilt utbildningsstöd (Sisus) och stadens funktionshinderombudsman träffades för att diskutera hur kampanjen skulle genomföras. Även kontorets informatörer engagerades i arbetet. I samråd med arbetsgruppen tog en annonsbyrå fram ett idéförslag för kampanjen och en kostnadsuppskattning.

2005-01-25 inkom Roger Mogert (s) med en skrivelse till gatu- och fastighetsnämnden om att instifta ett pris för god tillgänglighet. Idén om ett pris för god tillgänglighet väcktes i samband med diskussionerna om hur informationskampanjen skulle genomföras. En årlig utmärkelse i form av ett pris för ”bästa butik, bästa restaurang, bästa biograf/teater, etc” skulle

kunna vara en del i informationskampanjen som engagerar allmänhet och organisationer i nomineringen och ger publicitet för de goda exemplen.

Kampanjens syfte

Informationskampanjens syfte är att alla näringsidkare och anordnare av offentlig verksamhet i Stockholm ska få information om stadens mål för tillgänglighet och motivation för att genomföra förbättringar.

Kampanjens inriktning

Kampanjens bas består av information om stadens och riksdagens mål för tillgänglighet till alla näringsidkare och anordnare av offentlig verksamhet i Stockholm. Denna information bör gå direkt till de personer som har ansvar för utformning av lokaler och verksamheter. Det kan ske genom att sakkunniga från Tillgänglighetsprojektet tillsammans med representanter för handikapporganisationerna informerar på de möten som olika företagarföreningar anordnar lokalt och branschvis. Detta är en naturlig utveckling av det samarbete Tillgänglighetsprojektet redan påbörjat med Fastighetsägarna, Posten, Fastighetsverket m fl. I samarbete med stadens näringslivskontor kommer Tillgänglighetprojektet att kartlägga och uppsöka lokala företagarföreningar, branschorganisationer för offentlig verksamhet och enskilda näringsidkare.

Informationen bör göras på ett positivt sätt, så att näringsidkarna inser fördelarna med att ha lokaler och verksamheter som är tillgängliga för alla. Det handlar inte bara om den fysiska tillgängligheten. Det är också en fråga om tillgänglig information, tillgänglig verksamhet, attityder och bemötande. Informationen bör därför lyfta fram goda exempel som förebilder.

Vid våra förberedande möten med handikapporganisationerna har de lyft fram unga aktiva medlemmar som bra "ambassadörer" för informationskampanjen. Därför kommer tonvikten att ligga på unga människors lust att delta i stadslivet, att handla, att gå på restaurang, klubb, café, bio, discotek etc.

Gatu- och fastighetsnämndens handikappråd är också positiva till denna inriktning av kampanjen. De betonar också vikten av uppsökande verksamhet och direktkontakt med de personer som har ansvaret för utformning av lokaler och verksamheter. Handikapprådet vill också att denna informationskampanj samordnas med stadens arbete med enkelt avhjälpta hinder och stadens tillgänglighetsguide "Entré Stockholm".

S:t Julian-priset

Arbetsgruppen har diskuterat många olika sätt att skapa förutsättningar för att kampanjen ska få ett stort genomslag och leda till konkreta resultat. En utmärkelse i form av ett årligt pris till de fastighetsägare och lokalinhavare som gjort förtjänstfulla insatser för att förbättra tillgängligheten skulle kunna engagera många stockholmare i nomineringsarbetet och ge

god publicitet för kampanjen. Här är arbetsgruppens förslag till genomförande:

S:t Julian-priset delas ut i Stadshuset den 16 februari (Julia/Julius-dagen) varje år fram till 2010 till de fastighetsägare och näringsidkare som gjort förtjänstfulla insatser för att förbättra tillgängligheten i sina lokaler och verksamheter. I bedömningen tas hänsyn både till den fysiska tillgängligheten och till information, verksamhet, attityder och bemötande. Det gäller också att premiera lösningar som förenar bra funktion med en estetiskt tilltalande utformning. Endast verksamheter som uppfyller alla andra samhällskrav och som är positiva för staden kommer i fråga för nomineringar.

Priset bör delas ut för olika kategorier, t ex: butik, restaurang, café, biograf, teater m fl. Inga prissummor kommer ifråga – S:t Julian är en ren hedersutmärkelse som också ger vinnarna mycket goodwill och publicitet.

Juryen kan förslagsvis bestå av representanter för handikapporganisationer, Svenskt Näringsliv, Fastighetsägarna, Sveriges Arkitekter och Stockholms stad. Allmänheten, handikapporganisationer och näringsidkare uppmanas i informationskampanjen att nominera ”bästa butik, bästa restaurang, etc”. Tillgänglighetsprojektet tar hand om nomineringarna och bereder dem innan de tas upp i juryn för genomgång. De bästa nomineringarna i varje kategori offentliggörs en tid innan prisutdelningen för att skapa ytterligare intresse för kampanjen. Prisutdelningen i Stadshuset blir sedan den årliga finalen på kampanjen.

S:t Julian är värdshusvärdarnas och gästfrihetens skyddshelgon, vilket gör honom till den perfekta symbolen för ett stadsliv där alla är välkomna. Prisivinnarna får ett diplom och en S:t Julian-statyett – helt i stil med andra liknande utmärkelser, som t ex S:t Eriks-medaljen (18 maj) och Nelson Mandela-priset (6 juni).

Organisation

Enligt kommunfullmäktiges beslut skall kampanjen genomföras inom ramen för Tillgänglighetsprojektet, som idag finns inom gatu- och fastighetskontorets organisation. I samband med omorganisationen av gatu- och fastighetskontoret är det ännu inte helt klart med Tillgänglighetsprojektets framtida placering inom stadens organisation. Informationskampanjen förutsätter dock att den kompetens som idag finns inom Tillgänglighetsprojektet också kan användas i det fortsatta arbetet med kampanjen.

Kampanjen förutsätter också att Tillgänglighetsprojektet samarbetar med handikapporganisationerna, Statens institut för särskilt utbildningsstöd (Sisus), näringslivskontoret och stadens funktionshinderombudsman (FO). Den statliga myndigheten Sisus verkar för förbättrat bemötande av personer med funktionshinder och har ett uppdrag från regeringen att särskilt följa insatser för förbättrat bemötande i Stockholms kommun. Denna arbetsgrupp föreslås få det operativa ansvaret för kampanjen.

Kampanjen förutsätter också ett samarbete med stadens fastighetsägare, lokal innehavare, näringslivet och Sveriges Arkitekter.

Informationsmöten

I samarbete med näringslivskontoret kartlägger Tillgänglighetsprojektet lokala företagarföreningar och branschorganisationer i Stockholm. Tanken är sedan att sakkunniga i tillgänglighet tillsammans med representanter från handikapprörelsen besöker näringsidkarnas ordinarie möten och sammankomster för att informera om vikten av att deras arrangemang är tillgängliga för alla och att de omfattas av de tillgänglighetsmål som staden och riksdagen ställt upp. Goda exempel visas och ett informationsmaterial delas ut. Tillgänglighetsprojektet och handikapporganisationerna erbjuder sin sakkunskap för rådgivning och uppmanar företagarna att nominera kandidater till S:t Julian-priset.

Informationsmaterial

Tillgänglighetsprojektet tar fram ett informationsmaterial som är riktat till de personer hos näringsidkarna som har ansvar för utformning av lokaler och verksamheter samt för information och personal. Utöver allmän information om samhällets krav på tillgänglighet bör materialet också innehålla praktiska råd, tips och goda exempel.

Informationsmaterialet skickas ut till alla berörda fastighetsägare, lokal innehavare och anordnare av offentlig verksamhet. Materialet delas också ut vid informationsmöten. All information om kampanjen skall också läggas ut på Stockholm stads hemsida.

Stockholmare och media

Om kampanjen ska få ett stort genomslag och leda till konkreta resultat måste allmänheten engageras som en viktig påtryckargrupp. Kampanjen bör betona att frågan om tillgänglighet berör alla, oavsett om man har något funktionshinder eller inte. För att kunna nå alla stockholmare måste media i form av annonser i tidningar, affischer på stan, radioinslag mm användas. Handikapporganisationernas egna tidningar, taltidningar, hemsidor mm är också viktiga media.

En stor mediasatsning under ett par veckor på hösten ska ge kampanjen publicitet och väcka intresse bland stockholmarna. Alla uppmanas att komma med förslag på bra butiker, restauranger etc som är tillgängliga för alla. Höstens mediasatsning följs upp med flera ”påminnelser” i form av tidningsartiklar, radioinslag, ”banners” på stadens och handikappförbundens hemsidor mm och kanske ytterligare en omgång affischer på stan.

Efter ett par månaders ”media-tystnad” återkommer kampanjen strax före prisutdelningen den 16 februari med offentliggörande av de nominerade butikerna, restaurangerna etc. Sedan blir själva prisutdelningen i Stadshuset kampanjens stora årliga final, med allt som kan göras för att ge bra publicitet för S:t Julian-priset i media.

Tidplan

Ett förberedande arbete för informationskampanjen har redan påbörjats. Så snart Tillgänglighetsprojektet fått ett genomförandebeslut kan informationsmaterial tas fram och informationsmöten med företagarföreningar och branschorganisationer kan hållas under hela året.

Höstens mediasatsning förbereds under augusti - september och förslås att gå av stapeln i början av november. Den följs sedan upp med olika typer av ”påminnelser” under resten av november.

En vecka före prisutdelningen offentliggörs de nominerade butikerna, restaurangerna, caféerna etc. På S:t Julians dag, den 16 februari, hålls prisutdelningen i Stadshuset.

Denna procedur återkommer sedan under åren 2006 – 2010.

Ekonomi

Enligt kommunfullmäktiges beslut 2003-11-17 skall informationskampanjen genomföras inom ramen för Tillgänglighetsprojektet. Det betyder att kampanjens kostnader skall rymmas inom de 100 miljoner kronor per år som är avsatta för Tillgänglighetsprojektet i stadens budget.

Förutom kostnader för anställda inom projektet medför informationskampanjen kostnader för informationsmaterial, annonsbyrå, annonser, radiokampanj, affischer, arvoden för prisjury etc. Dessa kostnader beräknas uppgå till totalt 2,0 mnkr år 2005 och 1,5 mnkr de följande åren fram till år 2010.

Utvärdering

Kampanjen kommer att utvärderas genom årliga enkätundersökningar bland berörda näringsidkare och handikapporganisationer. Utvärderingen skall göras på ett sådant sätt att man kan mäta konkreta resultat av kampanjen och att arbetsgruppen snabbt får indikationer på om insatserna ger avsedd effekt. Det ska då vara möjligt att vid behov justera insatserna för att få ut största möjliga resultat av kampanjen. Utvärderingarna kommer också att redovisas för nämnden i samband med Tillgänglighetsprojektets ordinarie redovisningar.

Kontorets förslag

Kontoret föreslår att gatu- och fastighetsnämnden beslutar om ett genomförande av informationskampanjen enligt detta tjänsteutlåtande.

SLUT