



Kansliavdelningen

SOCIALTJÄNSTFÖRVALTNINGEN

Handläggare: Karin Wallander
Tfn: 508 25 023

TJÄNSTEUTLÅTANDE
2006-04-10

SOCIALTJÄNSTNÄMNDEN

2006-04-25
DNR 106-0134/2006

Till
Socialtjänstnämnden

Kommunikationspolicy för Stockholms stad

Svar på remiss av förslag
(1 bilaga)

Förslag till beslut

1. Socialtjänstnämnden hänvisar till tjänsteutlåtandet som svar på remissen.
2. Tjänsteutlåtandet överlämnas till kommunstyrelsen.

Dag Helin

Eddie Friberg

Sammanfattning

Förslaget till kommunikationspolicy beskriver stadens förhållningssätt i kommunikationsfrågor. I policyn tydliggörs vilka staden kommunicerar med och varför, här anges mål och budskap, rättigheter och skyldigheter.

Förvaltningen är i allt väsentligt positiv till förslaget till kommunikationspolicy för Stockholms stad. Förslaget tar en bred ansats och bör kunna lägga en bra grund för hur staden ska kommunicera med medborgare, anställda, besökare och övriga intressenter.

Bakgrund

Kommunstyrelsen har till socialtjänstnämnden för yttrande överlämnat remiss av kommunikationspolicy för Stockholms stad. Förslaget 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. Arbetet har föregåtts av nulägesanalyser samt en bred förstudie med djupintervjuer, fokusgrupper mm.

Detta tjänsteutlåtande har utarbetat inom kansliavdelningen.

Förslaget i korthet

Kommunikationspolicyn beskriver stadens förhållningssätt i kommunikationsfrågor. I policyn tydliggörs vilka staden kommunicerar med och varför, här anges mål och budskap, rättigheter och skyldigheter. Policyn gäller för stadens alla förvaltningar och bolag och alla medarbetare omfattas av policyn. Chefer och kommunikationsansvariga har ett särskilt ansvar att se till att policyn omsätts i handling i det dagliga arbetet. Policyn kompletteras med handböcker inom olika områden som ger ytterligare vägledning och stöd. Policyn innehåller också regler för hur logotypen S:t Erik används.

I policyn anges att stadens kommunikation ska ses som en naturlig del i verksamhetsplanering och beslut. Alla förvaltningar och bolag ska följa upp och utvärdera de egna kommunikationsinsatserna i förhållande till de egna kommunikationsmålen.

I policyn anges följande förhållningssätt för kommunikationsarbetet i staden

- Vår kommunikation ska planeras och följas upp
- Våra intressenter är i fokus
- Vår kommunikation ska vara trovärdig, tillgänglig och aktiv
- Vår kommunikation skapar förtroendefulla relationer med våra intressenter
- Stockholms stad med alla sina verksamheter gör huvudstaden till en attraktiv plats att bo och verka i, besöka och återvända till
- Kommunikation är allas ansvar, men för vissa är ansvaret särskilt uttalat
- Vår interna kommunikation har hög prioritet
- Vi har alla del i den externa kommunikationen
- Kriser ställer särskilda krav på kommunikationen
- Vi följer vår gemensamma grafiska profil
- Vår kommunikation följer det som är reglerat i lag

Förvaltningens synpunkter

Förvaltningen är i allt väsentligt positiv till förslaget till kommunikationspolicy för Stockholms stad. Förslaget tar en bred ansats och bör kunna lägga en bra grund för hur staden ska kommunicera med medborgare, anställda, besökare och övriga intressenter. Policyn måste emellertid preciseras för respektive förvaltning och bolag.

Förslaget till kommunikationspolicy lyfter fram ett flertal angelägna och grundläggande förhållningssätt för stadens kommunikationsarbete. Här anges bl a att stadens kommunikation ska vara trovärdig, tillgänglig och aktiv, vikten av en målgruppsanpassad kommunikation och av en väl fungerande internkommunikation. Förvaltningen har ingen annan uppfattning i dessa frågor än vad som anges i förslaget. Den informations- och kommunikationspolicy som förvaltningen har antagit och arbetar utifrån ligger också väl i linje med föreslagna policy. Det finns dock några områden som förvaltningen särskilt vill kommentera.

Media

En viktig intressent för staden är media, inte minst som informationsspridare. Det är därför angeläget att stadens medarbetare har den kompetens som krävs för att kommunicera med media och förmedla en rättvisande bild av stadens verksamheter.

Flera av de verksamheter förvaltningen ansvarar för är föremål för en aktiv mediabevakning. Under 2005 förekom socialtjänstnämnden eller förvaltningen vid drygt 80 tillfällen i Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, Metro och City. Huvuddelen av artiklarna handlade om nämndens ansvar för serveringstillstånd vid stadens restauranger samt om nämndens ansvar för arbetet med hemlösheten. Övriga artiklar rörde ämnen som drog- och brottsprevention, ungdomar och det yttersta skyddet för barn som far illa.

Samtliga chefer inom förvaltningen har genomgått mediaträning. Därutöver har ett antal nyckelpersoner som arbetar i verksamheter som ofta förekommer i media genomgått en särskild utbildning för att vara extra rustade.

I syfte att förmedla information till stadens medborgare om förvaltningens verksamheter har förvaltningen vid tre tillfällen givit ut tidningsbilagor som distribuerats med Svenska Dagbladet. För närvarande pågår arbetet med ytterligare en sådan bilaga som ska distribueras med DN till en läsekrets på ca 700 000 i samband med skolavslutningarna. I bilagan presenteras förvaltningens verksamheter som riktar sig till barn och ungdomar. Förvaltningens erfarenhet är att bilagorna har tagits emot väl och mött stort intresse bland stadens medborgare.

Samhällsinformation

Staden har en uttalad skyldighet att förmedla samhällsinformation till medborgarna. I den skyldigheten ligger bl a att informera om vilka verksamheter som

finns, vart man som medborgare vänder sig, när det är öppet och vad det kostar. Den främsta kanalen för att nå ut med denna information är, som också anges i policyförslaget, webbplatsen. Många av förvaltningens verksamheter vänder sig till medborgare i utsatta situationer, exempelvis kvinnor som utsätts för hot och våld, personer med akuta sociala problem och hemlösa. För många av dessa målgrupper är webbplatsen inte den kanal som fungerar bäst. Här är det särskilt viktigt att informationen anpassas efter målgruppens specifika situation.

S:t Erik

Förvaltningen instämmer helt i förslaget att det tydligt ska framgå att det är Stockholms stad som är avsändare av kommunikationen genom ett konsekvent användande av logotypen S:t Erik. Detta är inte heller någon förändring i förhållande till tidigare policy. I förvaltningens kommunikationspolicy anges också att det klart ska framgå att verksamheten är en del av Stockholms stad och en del av socialtjänstförvaltningen. Detta gäller såväl pappersprodukter som elektronisk presentation.

Flera av förvaltningens verksamheter utgör det yttersta skyddet för stadens medborgare bl a genom de sociala jourverksamheter som tar vid när stadsdelsnämnderna har stängt. För dessa verksamheter är det särskilt viktigt med stadens logotype som tydlig avsändare och en garant för trygghet, kvalitet, service och kompetens.

Kriskommunikation

I förslaget anges vikten av en väl fungerande kommunikation vid kriser. Förvaltningen delar helt den uppfattningen och menar också att den roll- och ansvarsfördelning som föreslås är bra.

Förvaltningen har genom socialjouren ett ansvar för katastrofberedskap. Detta innebär att socialjouren ska larmas vid större olyckor. Jourens första uppgift är att bege sig till olycksplatsen och göra en bedömning av hur många människor som behöver hjälp med t.ex. logi och mat. Vid behov ger socialjouren samtalsstöd i det akuta skedet. Därefter kopplas den/de berörda stadsdelsnämnderna in och därmed också stadens ordinarie kris- och katastroforganisation. Förvaltningen har således inte något övergripande informationsansvar vid större kriser och katastrofer i staden utöver det ansvar som gäller för de egna verksamheterna och personalen. Dock har förvaltningen och jouren självfallet behov av snabb och relevant information om läget vid en kris.