



Handläggare: Anette Karlsson
Telefon: 08-508 030 22

Till
Spånga-Tensta stadsdelsnämnd

Svar på remiss om Kommunikationsprogram för Stockholms stad 2012-2015

Förvaltningens förslag till beslut

Spånga-Tensta stadsdelsnämnd överlämnar förvaltningens tjänsteutlåtande som svar på remissen.

Maria Häggblom

Christina Heglert

Stadsdelsdirektör

Avdelningschef

Sammanfattning

Kommunstyrelsen har begärt ett yttrande om kommunikationsprogram för Stockholms stad 2012-2015. Förvaltningen föreslår att nämnden ställer sig positiv till målen, inriktningen och indikatorerna.

Stockholms stad arbetar målmedvetet med olika aspekter av kommunikation där stort fokus ligger på visionen Ett Stockholm i världsklass och att skapa en tydlig bild av staden som arbetsgivare för att behålla och rekrytera nya, kompetenta medarbetare. Staden, nämnderna och bolagen ska använda och utveckla kommunikation på ett strategiskt sätt för att styra och nå målen i sin verksamhet.

Medarbetare och entreprenörer har dagligen dialog med dem vi möter i vårt arbete. Ansvar för att skapa kunskap och förståelse för vår service och våra verksamheter vilar därför på alla medarbetare.



Ärendets beredning

Ärendet har beretts inom avdelningen strategisk stab.

Ärendet

Kommunstyrelsen har bjudit in Spånga-Tensta stadsdelsförvaltning att lämna synpunkter på kommunikationsprogram för Stockholms stad 2012-2015 i syfte att förbättra programmet.

Den nu gällande kommunikationspolicyn slutar gälla vid årsskiftet 2011/2012. Kommunikationsprogram för Stockholms stad är ett nytt styrdokument inom kommunikationsområdet som visar önskvärd utveckling för stadens kommunikation genom tydliga mål och indikatorer. Programmet vänder sig till alla medarbetare inom Stockholms stad, men chefer har en särskilt viktig roll.

Resultatstyrd kommunikation

Staden, nämnderna och bolagen ska använda och utveckla kommunikation på ett strategiskt sätt för att styra och nå målen i sin verksamhet. Kommunikation ska bidra till att medarbetarna känner till och har förståelse för stadens, nämndens och den egna enhetens mål som formuleras i den årliga budgeten.

Kommunikation ska planeras, följas upp och utvärderas så att vi vet att vi använder våra resurser effektivt och skapar goda resultat. Det gäller för intern kommunikation, såväl som för vår dialog med stockholmarna.

En stad – ett varumärke

Stockholms stad med alla verksamheter är en kommunkoncern och ett gemensamt varumärke. Styrkan i varumärket beror på hur stockholmarna vi möter uppfattar kvaliteten på vår service och våra verksamheter. Därför är varumärkets värde något varje medarbetare påverkar varje dag, i varje möte med stockholmarna.

Genom tydlig kommunikation om vår vision, vårt uppdrag och våra verksamheter skapar vi kunskap och förståelse. Det påverkar både andras bild av oss och vår självbild. Kommunikation som är planerad, samordnad och konsekvent förstärker bilden av ett Stockholm.

Visionen om ett växande Stockholm i världsklass

Det är visionen som förser oss med stadens budskap. Visionen hjälper oss att tänka nytt och skapa ännu effektivare verksamheter som sätter stockholmaren i centrum.



Med hjälp av kommunikation stöttar vi cheferna och medarbetarna i dialog och delaktighet kring verksamhetsutveckling.

Alla kommunicerar

Både medarbetare och entreprenörer har dagligen dialog med dem vi möter i vårt arbete. Ansvar för att skapa kunskap och förståelse för vår service och våra verksamheter vilar därför på alla medarbetare. På så sätt är vi alla stadens ambassadörer och bärare av varumärket Stockholm.

Stockholms stad är en stor organisation som kommunicerar med många intressenter dagligen och dessutom genererar en stor mängd information på webben och i andra kanaler. Därför är det av stor vikt att kommunikationen är enkel och tydlig samt lätt att hitta.

Förvaltningens förslag

Spånga-Tensta stadsdelsförvaltning har tagit del av Kommunikationsprogram för Stockholms stad 2012-2015. Förvaltningen föreslår att nämnden ställer sig positiv till målen, inriktningen och indikatorerna.

Ur programmet vill förvaltningen särskilt betona att Stockholm är ett varumärke och vikten av att arbeta med detta. Ett övergripande mål för kommunikationen är att den alltid ska verka för visionen om ett Stockholm i världsklass och att Stockholm som Skandinaviens huvudstad upplevs som norra Europas mest attraktiva plats för boende, besökare och näringsliv. Med samordnad kommunikation och tydliga budskap förstärker vi vårt varumärke. Kärnan i varumärket är alltid kvaliteten på den service och de tjänster vi levererar, och det uttrycker vi i visionen om ett Stockholm i världsklass.

För Spånga-Tensta kan en strategi vara att synas i sammanhang där andra verksamheter i staden som är förknippade med starka värden finns med. På så sätt kan andra aktörers starka värden överföras på stadsdelen och därigenom kan vi bidra till stadens att stärka stadens varumärke.

Ett starkt varumärke betyder att det blir enklare att behålla och rekrytera nya kompetenta medarbetare. Ett starkt varumärke bidrar också till att skapa förtroendefulla relationer med stockholmarna och förenklar dialogen med stadens intressenter.



Vi vill också framhålla vikten av att förklara att alla medarbetare är bärare av varumärket och att de påvekar det varje gång de möter våra intressenter. Just det faktum att alla medarbetare är ambassadörer för stadens varumärke gör det extra viktigt att ladda medarbetarna med kunskap och förståelse för stadens verksamheter och utveckling.

Spånga-Tensta stadsdelsförvaltning anser att Kommunikationsprogrammet är ett användbart stöd för chefer och andra nyckelpersoner att skapa dialog kring allas ansvar för kommunikation samt att motivera och göra medarbetarna medvetna om sin roll som ambassadörer för varumärket Stockholm.

Programmet kommer att vara en viktig hörnsten i den satsning vi påbörjade för något år sedan på ökat samarbete mellan HR och kommunikation i syfte att stötta och hjälpa cheferna att skapa dialog, delaktighet och förståelse bland alla medarbetare. Genom programmet kan vi tydligare peka på fokusområden för kommunikationen och hur kommunikation ska användas och utvecklas för att vi ska nå våra mål.

Bilagor

1. Stockholms stads kommunikationsprogram 2012-2015
2. Mål för kommunikationen 2012-2015