



EXPLOATERINGSKONTORET
STADSBYGGNADSKONTORET
TRAFIKKONTORET

2011-11-02
TJÄNSTEUTLÅTANDE
DNR E2011-000-01365
DNR 2011-15503-00
DNR T2011-330-03837

Kontaktperson exploateringskontoret

Petra Dalunde
Administrativa avdelningen
Telefon: 08-508 264 53
petra.dalunde@stockholm.se

Till

Exploateringsnämnden 2011-11-24
Stadsbyggnadsnämnden 2011-12-08
Trafik- och renhållningsnämnden
2011-11-24

Kontaktperson stadsbyggnadskontoret

Birgitta Holmström
Staben
Telefon: 08-508 265 91
birgitta.holmstrom@stockholm.se

Kontaktperson trafikkontoret

Fredrik Alfredsson
Staben
Telefon: 08-508 287 37
fredrik.alfredsson@stockholm.se

Kommunikationsprogram för Stockholms stad 2012-2015. Svar på remiss

Förslag till beslut

1. Exploateringsnämnden, stadsbyggnadsnämnden och trafik- och renhållningsnämnden besvarar remissen av förslaget till kommunikationsprogram med detta tjänsteutlåtande.
2. Exploateringsnämnden förklarar beslutet omedelbart justerat.
Stadsbyggnadsnämnden förklarar beslutet omedelbart justerat.
Trafik- och renhållningsnämnden förklarar beslutet omedelbart justerat.

Krister Schultz

Susanne Lindh

Per-Anders Hedqvist



Sammanfattning

Stadsledningskontoret har fått i uppdrag av kommunstyrelsen att ta fram ett kommunikationsprogram med anledning av att nu gällande kommunikationspolicy slutar gälla vid årsskiftet 2011/2012. Det nya styrdokumentet på programnivå ska genom att innehålla mål och förslag till indikatorer vara ett långsiktigt måldokument som anger önskvärd utveckling för stadens kommunikation.

Stadens mål för kommunikationen är

- Stockholms stads kommunikation är tillgänglig och tydlig
- Stockholms stad är en kommunicerande organisation
- Attityden till visionen om ett Stockholm i världsklass och den växande staden är positiv
- Förtroendet för varumärket Stockholms stad är starkt

Kommunikationsprogrammet ska bidra till:

- att öka intern samhörighet och extern tydlighet
- att stödja förutsättningar för dialog och engagemang, stolthet och ambassadörskap
- att utveckla det kommunikativa ledarskapet
- effektiv resursanvändning och hög kvalitet i tjänster och service
- att stödja och utveckla verksamheterna
- ökad samordning och ökat samarbete
- ett arbetsklimat som stimulerar stadens medarbetare att själva utvecklas och att utveckla verksamheten
- att staden uppfattas som en koncern och ett gemensamt varumärke samt
- att skapa förtroendefulla relationer med alla intressenter, såväl internt som externt.

För de tre tekniska förvaltningarna, som huvudsakligen verkar inom stadsutvecklingsområdet och på ett väldigt konkret sätt bygger och förvaltar staden, är kommunikationen en mycket viktig del av arbetet. Att kommunikationen i staden nu samordnas och får en så tydlig och viktig roll välkomnas.

Sammanfattningsvis konstaterar kontoren, utifrån de fyra föreslagna kommunikationsmålen att:

- målet om att Stockholms stads kommunikation är tillgänglig och tydlig är ett bra och tydligt mål som bidrar till att kommunikationen i och från stadens förvaltningar och bolag befinner sig på en bra nivå och upplevs som relevant och lättillgänglig.

- målet om Stockholms stad som en kommunicerande organisation lyfter väldigt tydligt fram kommunikationens betydelse i alla verksamheter och delar av densamma, vilket välkomnas.
- attitydmålet om en positiv inställning till ett Stockholm i världsklass bidrar till att kontoren i sin kommunikation kan förstärka målet att skapa positiva känslor och relationer till den växande staden samt att skapa en känsla av delaktighet i och inflytande över på vilket sätt det sker.
- målet om att stärka förtroendet för ett starkt varumärke borde kompletteras med att även stärka förtroendet för avsändarlogotypen S:t Erik.

Bakgrund

Förslag till kommunikationsprogram för Stockholms stad har utarbetats av kommunikationsstaben vid stadsledningskontoret inom ramen för ett brett, stadsövergripande samarbete. Projektorganisationen har haft representation från drygt 25 förvaltningar och bolag i staden.

Remissbehandlingen

Förslaget till kommunikationsprogram har remitterats till samtliga nämnder samt Stockholms Stadshus AB.

Ärendet

Remissens syfte

Stadsledningskontoret har fått i uppdrag av kommunstyrelsen att ta fram ett kommunikationsprogram med anledning av att nu gällande kommunikationspolicy slutar gälla vid årsskiftet 2011/2012. Det nya styrdokumentet på programnivå ska genom att innehålla mål och förslag till indikatorer vara ett långsiktigt måldokument som anger önskvärd utveckling för stadens kommunikation.

Visionen om ett Stockholm i världsklass som antogs 2007 har tillkommit sedan det förra styrdokumentet skrevs, och kopplingen till visionen är bredvid mål och förslag till indikatorer, den största utvecklingen av styrdokumentet.

En väl utvecklad kommunikation bidrar till att verksamheterna når sina mål och är en förutsättning för att förverkliga visionen om ett Stockholm i världsklass. Den kraftiga expansions- och utvecklingsfas som Stockholm står inför, ställer stora krav på en konsekvent och samlad kommunikation. Kommunikation kan bidra till att skapa sammanhang och förståelse både internt och externt för den växande staden och en allt större befolknings behov och förväntningar.



Kommunikationsprogrammet

Kommunikation är navet i den demokratiska processen, den vardagliga kontakten med stockholmarna och i det interna arbetet för att nå våra mål. Stockholms stads kommunikation ska skapa intern samhörighet och extern tydlighet. Tydlig och planerad kommunikation får våra verksamheter att fungera och hjälper oss att utveckla stadens verksamheter utifrån stockholmarnas behov.

Mål för kommunikationen 2012-2015

Nedanstående mål för kommunikationen 2012-2015 ska översättas till nämndmål och bilagt till Kommunikationsprogram för Stockholms stad 2012-2015 finns förslag till indikatorer.

- Stockholms stads kommunikation är tillgänglig och tydlig
- Stockholms stad är en kommunicerande organisation
- Attityden till visionen om ett Stockholm i världsklass och den växande staden är positiv
- Förtroendet för varumärket Stockholms stad är starkt

Stockholms stad är en koncern och ett gemensamt varumärke. Alla som arbetar i kommunkoncernen är med och påverkar hur omvärlden uppfattar vår mångsidiga verksamhet. I all vår kommunikation och i alla våra handlingar ska vi vara aktiva, trovärdiga och tillgängliga. Tydlig kommunikation skapar förståelse och stolthet och bidrar till att utveckla både hur vi själva och andra ser på oss och våra verksamheter, alltså vårt varumärke.

Med kommunikation stärker vi relationen med alla intressenter. Vi stärker dialog, engagemang och samarbete och löser våra uppdrag bättre. All vår kommunikation ska bidra till effektivitet och att vi uppnår verksamhetsmålen. Det skapar engagerade medarbetare och stockholmare som känner sig delaktiga och har rätt förväntningar.

Vi satsar strategiskt på att utveckla ledarnas kommunikativa förmåga och medarbetarnas förutsättningar för delaktighet och engagemang. Vi strävar hela tiden efter att utvecklas som effektiv kommunikativ organisation för stockholmarnas och medarbetarnas bästa.

Vi ska använda väl kända och trovärdiga former och kanaler för vår kommunikation men också pröva nya sätt att stärka dialogen, särskilt med tanke på stadens mångfald och utifrån utveckling och ny teknik, för att utveckla delaktighet och engagemang. En ökande kommunikation i omvärlden ställer allt

högre krav på samordning och enhetlighet i såväl grafiskt uttryck som i budskap, för att stödja verksamheternas uppdrag och mål.

Kommunikationsprogrammet uttrycker en långsiktig önskvärd utveckling av stadens kommunikation och hur kommunikation är en förutsättning för att förverkliga visionen om ett Stockholm i världsklass och ska ge stadens organisation ökade förutsättningar för en planerad, samordnad och målinriktad kommunikation till nytta för stockholmarna. Sedan gällande kommunikationspolicy antogs, har medvetenheten om kommunikationens bidrag till att nå verksamhetens mål ökat. Samtidigt har staden vuxit kraftigt. Den expansiva utvecklingen i staden, globaliseringen och andra omvärldsfaktorer ställer nya krav på stadens organisation. Detta program ska ge organisationen stöd i att möta de utmaningar staden står inför.

Kommunikationsprogrammet ska bidra till:

- att öka intern samhörighet och extern tydlighet
- att stödja förutsättningar för dialog och engagemang, stolthet och ambassadörskap
- att utveckla det kommunikativa ledarskapet
- effektiv resursanvändning och hög kvalitet i tjänster och service
- att stödja och utveckla verksamheterna
- ökad samordning och ökat samarbete
- ett arbetsklimat som stimulerar stadens medarbetare att själva utvecklas och att utveckla verksamheten
- att staden uppfattas som en koncern och ett gemensamt varumärke samt
- att skapa förtroendefulla relationer med alla intressenter, såväl internt som externt

Kontorens synpunkter

De tre tekniska kontoren – där stadsbyggnadskontoret står för visioner, idéer och ansvarar för planprocessen, exploateringskontoret ansvarar för markförvaltning och genomförande av stadsutvecklingsprojekt och trafikkontoret som ansvarar för strategisk trafikplanering samt drift- och anläggningsförvaltning – har under flera år samverkat inom kommunikationsområdet och det arbetet har på senare år intensifierats

Kontoren, som huvudsakligen verkar inom stadsutvecklingsområdet och på ett väldigt konkret sätt bygger och förvaltar staden, är kommunikationen, både den gemensamma och den enskilda, en mycket viktig del av arbetet. Att kommunikationen i staden nu samordnas och får en så tydlig och viktig roll välkomnas.



Kommunikationens syfte och mål

Kommunikationsprogrammets ambition, att med hjälp av kommunikation skapa stolta och engagerade medarbetare samt delaktiga och kunniga stockholmare med realistiska förväntningar på staden, är mycket bra.

Kontoren arbetar ofta i projektform. Inom ramen för dessa kan kommunikationen brytas ner och se olika ut i olika faser. Det tidiga skedet, planskedet och genomförandeskedet skiljer sig åt till både karaktär och omfattning. En samordnad och enhetlig kommunikation ska bidra till att underlätta för parter och intressenter att följa projekten genom hela processen.

Trafikkontoret har dessutom uppdraget att få huvudstaden att fungera, dygnet runt, året runt samt planera för att huvudstaden ska fungera i en framtid. Sammantaget innebär detta ett omfattande arbete där olika intressen och behov måste vägas mot varandra för att skapa bästa funktion i gatumiljö, trafiksystem och avfallshantering. Allt med stockholmarens behov i fokus och med ett tydligt framåtriktat perspektiv i enlighet med stadens gemensamma vision – Vision 2030.

Kontoren konstaterar sammantaget att gentemot en av de viktiga målgrupperna, stockholmarna, har de gemensamt ett särskilt ansvar att lyssna på och bemöta synpunkter och önskemål samt få dem att känna sig delaktiga i och ha inflytande över hur staden växer, utvecklas och förvaltas. Det är också viktigt att kontoren är proaktiva och kommunicerar de prioriteringar som görs samt bakgrunden till dessa för att skapa rätt förväntansnivåer rörande de ansvarsfrågor som kontoren har.

Resultatstyrd kommunikation

Kontoren välkomnar att staden väljer att ha en resultatstyrd och resurseffektiv kommunikation som ett strategiskt ledningsverktyg för staden.

För de tre tekniska kontoren är det centralt att kommunikationen även resulterar i att stockholmarna upplever att de har inflytande över och känner sig delaktiga i hur staden utvecklas och förvaltas. Detta avser förvaltningarna, utifrån sina olika verksamhetsperspektiv, årligen att mäta. Kontoren ska även mäta hur kontoren kommunikativt lyckas placera in sina verksamheter och projekt i relation till helheten Vision 2030 – på väg mot ett Stockholm i världsklass. Det tredje området som ska mätas är hur stockholmarna reagerar på de konsekvenser som stadsutvecklingsprojekten får i deras vardag.

En stad – ett varumärke och en avsändare

Kontoren instämmer i påståendet att staden stärker bilden av ett Stockholm där alla samverkar mot gemensamma mål genom att planera och samordna kommunikationen samt genom att vara konsekventa i budskap och använda samma visuella uttryck.

Kommunikationsprogrammet beskriver staden både som varumärke och avsändare. De tre stadsutvecklingskontoren vill understryka vikten av en tydlig avsändare och hur detta ska förstärkas i den gemensamma stadsutvecklingskommunikationen. Kontoren vill även poängtera att avsändarlogotypen S:t Erik ska uppfattas som en garanti för kvalitet, likabehandling, tillgänglighet, öppenhet, vilket också kommer att stärka stadens varumärke.

Visionen om ett växande Stockholm i världsklass

Kontoren anser att det är en styrka att staden har en så tydlig vision att hämta budskap ur. Hur staden växer och vilka konsekvenser det får är några av de frågor som de tre kontoren ansvarar för inom sina verksamhetsområden. Att staden så tydligt kommunicerar sin vision om ett Stockholm på väg mot världsklass och att växa till en miljonstad till 2030 utgör ett väldigt konkret stöd. Stadsutvecklingskommunikationen ska självklart utgå från detta och stadens översiktsplan Promenadstaden.

Exploateringskontorets uppdrag, att markanvisa 100 000 bostäder fram till 2030, ställer särskilt höga krav på kommunikationen, som ska vara strategisk, samordnad, långsiktigt hållbar, tillgänglig samt leda till att de många projekten håller tidplaner och budget.

Stadsbyggnadskontorets uppdrag, att planera för en stad som utvecklas arkitektoniskt och samtidigt bibehåller sina särdrag, kräver god förankring hos stockholmarna. Med Stockholms stad som en tydlig avsändare i kommunikationen kan vi både förmedla information och hålla dialog med flera olika målgrupper, från den enskilda individen till hela gruppen stockholmare.

Trafikkontoret har ett centralt viktigt kommunikationsuppdrag kopplat till staden som växer och det rör trafiksystemet och resandet idag och imorgon. En ökande befolkning i kombination med en stor mängd trafikpåverkande arbeten ställer stora krav på ett strategiskt och långsiktigt kommunikationsarbete som berättar om hur trafiksystemet förändras och skälen till detta. Kommunikationen ska stödja att stockholmare, näringsliv och trafikanter har rätt förväntningar på hur resande och framkomlighet kommer att se ut på vägen mot det framtida Stockholm. Kontorets kommunikationsinsatser ska väva samman hur trafik-



systemet ser ut idag, vilka stora arbeten som påverkar framkomligheten och vad staden gör för att öka framkomlighet och trafiksäkerhet på vägen mot 2030.

Alla kommunicerar

Kontoren håller med om att kommunikation är en viktig del i verksamheten samt att en effektiv kommunikation bidrar till att uppnå uppsatta mål och förverkliga stadens vision. Det är särskilt viktigt att ansvarsfördelningen är tydlig och information lätt att hitta för att det ska vara enkelt att kommunicera i en så stor organisation som Stockholms stad.

Ambitionen för kontorens kommunikation är att vara samordnad, enhetlig och relaterad till helheten. Det innebär att kommunikationen ska upplevas som sammanhållen och inte skilja sig åt i karaktär beroende på var i processen ett projekt befinner sig och vilket kontor som är ansvarigt. Alla kontorens medarbetare kommunicerar och därför är arbetet med att samordna budskap och information i projekten mycket viktigt.

Vi kommunicerar aktivt, trovärdigt och tillgängligt

Att Stockholms stads kommunikation ska genomsyras av att vara aktiv, trovärdig och tillgänglig är något som kontoren värdesätter. Tillsammans ska kontoren arbeta med att nå ut med kommunikationen genom att nytänkande och engagemang. Öppenhet, förtroende och stärkt demokratiskt samtal ska genomsyra kommunikationen, vilket underlättar för medborgarna att delta i utvecklingen av våra verksamheter.

Kontoren ser gärna en tydligare skrivning om vikten av att kommunikationen ska vara tillgänglig för personer med olika funktionsnedsättningar, i enlighet med stadens nya "Program för delaktighet för personer med funktionsnedsättning 2011-2016". Tillgänglighet ur ett grafiskt perspektiv som komplement till ett enkelt och tydligt språk bör lyftas fram.

Slut