



Handläggare: Britt-Marie Tallroth
Telefon: 08 508 24 015

Till
Skärholmens stadsdelsnämnd

Kommunikationsprogram för Stockholms stad 2012

Svar på remiss från Kommunstyrelsen dnr 050-289572010

Förvaltningens förslag till beslut

1. Stadsdelsnämnden överlämnar stadsdelsförvaltningens tjänsteutlåtande som svar på remissen.
2. Beslutet justeras omedelbart.

Steinunn Å Håkansson
Stadsdelsdirektör

Sammanfattning

Stockholm stad har tagit fram ett förslag på nytt kommunikationsprogram för 2012-2015 som i alla delar ersätter stadens tidigare kommunikationspolicy. I programmet finns förslag till mål och indikatorer. Programmet är ett långsiktigt måldokument där kommunfullmäktige anger utvecklingen av stadens kommunikation.

Förvaltningen ställer sig positiv till förslaget och anser det ger cheferna den ledning och styrning de behöver för att ytterligare utveckla kommunikationen. Förvaltningen ser också fördelar med att målen för stadens kommunikation följs upp i stadens integrerade system för ledning och styrning.

Bakgrund

Stockholm stad har tagit fram ett förslag på nytt kommunikationsprogram för 2012-2015 som i alla delar ersätter stadens tidigare kommunikationspolicy. Förslaget har utarbetats av kommunikationsstaben vid stadsledningskontoret inom ramen för ett brett stadsövergripande samarbete. Projektorganisationen har haft representation från dryg 25 förvaltningar och bolag i staden. Stadsdelsnämnden har, tillsammans med samtliga nämnder, fått förslaget på remiss.

Ärendet

Kommunikationsprogrammet är ett långsiktigt måldokument där kommunfullmäktige anger utvecklingen för stadens kommunikation fram till och med 2015. Genom programmets mål och förslag till indikatorer ges stadens nämnder och verksamheter förutsättningar att planera, genomföra och utveckla sin kommunikation. De övergripande mål som fastställs i programmet ska översättas till nämndmål. Stadens nämnder och bolag ska utifrån dessa och stadens årliga kommunikationsplan utforma aktiviteter inom sina respektive verksamhetsområden.

Mål för kommunikationen 2012 - 2015

- 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

Kommunikationens syfte

Stockholms stads kommunikation har flera syften. Kommunikation är ett sätt att hjälpa oss att förverkliga stadens vision om ett Stockholm i världsklass. Den interna kommunikationen ska engagera och skapa samhörighet och stolthet hos stadens medarbetare. Den externa kommunikationen ska stärka stadens relationer med alla som vi är till för, medborgare, besökare, företagare med flera. Den externa kommunikationen ska uppmuntra till medverkan och dialog. Det kan vara genom samråd, föräldrars deltagande i förskolornas verksamhet och genom att äldre och deras anhöriga har möjlighet att engagera sig i omsorgens utveckling. Även företag och organisationer som arbetar på uppdrag av Stockholms stad ska ha kunskap om stadens vision. Kommunikationen ska också bidra till att skapa en tydlig bild av staden som arbetsgivare.



Resultatstyrd kommunikation

Vår kommunikation ska bidra till att alla medarbetare känner till och har förståelse för stadens mål. Kommunikation är ett strategiskt ledningsverktyg för staden och varje nämnd och bolag ska använda och utveckla kommunikationen på ett strategiskt sätt för att styra och nå målen i sin verksamhet. Kommunikationen ska vara resurseffektiv och resultatorienterad. Den ska planeras, följas upp och utvärderas.

En stad - ett varumärke

Stockholms stad är en kommunkoncern och har ett gemensamt varumärke. Varumärket är summan av den uppfattning som både andra och vi själva har av staden och det vi gör. Genom kommunikationen om vår vision, vårt uppdrag och våra verksamheter förvaltar och stärker vi stadens varumärke. Genom att planera och samordna kommunikationen, samt genom att vara konsekventa i budskap och det visuella, stärker vi bilden av ett Stockholm.

Visionen om ett växande Stockholm i världsklass

Att Stockholm växer kraftigt innebär flera utmaningar för hela staden och för all vår kommunikation. Visionen om ett Stockholm i världsklass bestämmer inriktningen på allt vi gör. Ur visionen hämtar vi huvudbudskapen i vår kommunikation.

Stockholm - The Capital of Scandinavia

Att Stockholm är Skandinaviens naturliga mittpunkt, ekonomiska centrum och tongivande kulturstad sammanfattas i budskapet Stockholm - The Capital of Scandinavia. Budskapet stärker Stockholms stad och hela regionen och ska förmedlas i ord eller som en symbol. Budskapet ska finnas med i all stadens övergripande kommunikation.

Alla kommunicerar

I en stor organisation som Stockholms stad är det särskilt viktigt att det är enkelt att kommunicera. Därför ska ansvarsfördelningen vara tydlig och information lätt att hitta. Chefer i våra verksamheter är ansvariga för kommunikationen med alla dem som berörs av den verksamhet de leder. Stadens kommunikatörer ska stödja cheferna i detta arbete och hjälpa till att utveckla möjligheterna till målinriktad kommunikation.

Vi kommunicerar aktivt, trovärdigt och tillgängligt

Stockholms stads kommunikation ska genomsyras av samma förhållningsätt som allt annat vi gör i våra verksamheter. Vi ska vara aktiva, trovärdiga och tillgängliga

och vi ska kommunicera vad vi gör och göra vad vi kommunicerar. Vi ska vara öppna och stärka det demokratiska samtalet genom att underlätta för medborgarna att delta i utvecklingen av våra verksamheter. Detta gäller oavsett om vi utför en verksamhet i egen regi eller om den bedrivs av andra utförare.

Vår logotyp S:t Erik

Stockholms stads verksamhet symboliseras av logotypen S:t Erik. S:t Erik ska finnas med i vår kommunikation för att tydligt visa att staden är avsändare. Stockholms stads grafiska profil ska användas konsekvent för att stärka stadens varumärke.

Ärendets beredning

Ärendet har beretts i stadsledningsgruppen. Ärendet har också diskuterats med de kommunikationsansvariga i stadsdelsförvaltningarna Skarpnäck, Enskede-Årsta-Vantör och Farsta.

Förvaltningens synpunkter

Förvaltningen ställer sig positiv till förslaget till nytt kommunikationsprogram. Det nya styrdokumentet har nu en tydlig koppling till stadens vision om ett Stockholm i världsklass. En förutsättning för att nå visionen är att förvaltningens verksamheter når sina mål. Medvetenheten om kommunikationens bidrag till detta har ökat sedan förra policyn och förvaltningen anser att det nya programmet ger cheferna den ledning och styrning de behöver i arbetet med att ytterligare utveckla kommunikationen. Förvaltningen tycker också att programmet är skrivet så att det beskriver för medarbetarna hur staden vill kommunicera. Förvaltningen ser mycket positivt på skrivningen om möjligheten för medborgare att delta i utvecklingen även i de verksamheter som drivs av enskilda entreprenörer.

Förvaltningen ser stora fördelar med att de nya långsiktiga resultatbaserade målen för stadens kommunikation följs upp i stadens integrerade system för ledning och styrning. Genom att planering och uppföljning finns i en gemensam struktur anser förvaltningen att förutsättningarna för verksamheterna att systematiskt planera, genomföra och utveckla sin kommunikation förbättrats.

Vad gäller förslagen på mål, indikatorer och nyckeltal har förvaltningen inga synpunkter men anser att skillnaden mellan indikatorer och nyckeltal behöver förtydligas.



Bilagor:

1. Förslag till Kommunikationsprogram för Stockholms stad 2012-2015
2. Förslag på mål för kommunikationen 2012-2015