



Handläggare

Mats Larsson/Karin Bjurholm

Till

Kyrkogårdsnämnden

Telefon: 508 301 00

Kommunikationsprogram för Stockholm stad 2017-2022, svar på remiss

Förvaltningens förslag till beslut

1. Kyrkogårdsnämnden överlämnar detta tjänsteutlåtande som svar på remissen

Mats Larsson, förvaltningschef

Sammanfattning

Kommunstyrelsen har remitterat "Kommunikationsprogram för Stockholms stad år 2017-2022" till kyrkogårdsnämnden för yttrande senast 2017-06-30.

Förvaltningen ser i stort positivt på förslaget till "Kommunikationsprogram för Stockholms stad år 2017-2022". Det beskriver de grundläggande principerna för stadens kommunikation och dess inriktning för de kommande åren. Programmet är skrivet på ett sådant sätt att det håller över tid.

Kommunikationsprogrammet är övergripande och för att det ska vara enkelt för chefer och medarbetare att ta till sig det och att det med lätthet ska kunna används som ett verktyg i den egna kommunikationen, bör det konkretiseras och göras tillgängligt utifrån olika behov och syften.

Kommunikationsmålen i programmet skulle kunna lyftas fram mer och göras tydligare med en underrubrik "Förväntat resultat".

Bakgrund

Stockholms stad har haft övergripande riktlinjer för stadens kommunikation sedan slutet av 90-talet. Det senaste styrdokumentet, Kommunikationsprogram för Stockholms stad

2012-2015, dnr 050-2895/2010 slutade att gälla vid årsskiftet 2015/2016.

Den expansiva utvecklingen i staden, globaliseringen och andra omvärldsfaktorer ställer höga krav på stadens verksamheter. Gemensamma och övergripande kommunikativa mål och strategier – som svarar på samhällsutvecklingen och stadens utmaningar – behövs för att ge organisationen riktlinjer och stöd. En väl utvecklad kommunikation bidrar till att förverkliga stadens långsiktiga ambitioner och att verksamheterna når sina mål. Stadsledningskontorets kommunikationsenhet har därför i ett stadsövergripande samarbete med förvaltningar och bolag, tagit fram ett förslag till ett nytt kommunikationsprogram. Programmet är ett styrdokument för stadens kommunikation som bygger på det tidigare kommunikationsprogrammet.

Ärendet

Förslaget till stadens kommunikationsprogram är ett långsiktigt måldokument som slår fast grundläggande principer för stadens kommunikation och inriktningen för de kommande åren. Det innehåller mål och strategier för åren 2017-2022. Programmet gäller alla Stockholms stads nämnder och bolagsstyrelser och ska ligga till grund för hur stadens verksamheter planerar, genomför och utvecklar sin kommunikation. Inom respektive verksamhetsområden utformas kommunikationsaktiviteter med utgångspunkt från programmet. Kommunikatörer och chefer har ett särskilt ansvar för att programmets innehåll omsätts till handling i det dagliga arbetet.

Utgångspunkter för stadens kommunikation

Det inledande avsnittet med utgångspunkter för stadens kommunikation innehåller grundläggande principer och är ett gemensamt ramverk som ska ge vägledning i det dagliga arbetet. I detta framgår att det ska vara enkelt för stockholmarna att ta del av tillförlitlig information om den service stadens erbjuder. Det ska vara enkelt att ha insyn och vara delaktig i de beslut som staden politiker fattar. Alla stadens kontakter, oavsett form, ska präglas av ett gott bemötande. Staden ska kommunicera på mottagarens villkor genom att anpassa kommunikationen efter målgruppernas behov och förutsättningar samt prova nya sätt att stärka dialogen. Stadens kommunikation ska kännetecknas av att den är aktiv, tillgänglig och trovärdig. Med samordning och tydlighet stärks stadens varumärke. Tillsammans är vi en kommunkoncern som hålls samman av ett

gemensamt varumärke. Staden har en gemensam grafisk profil som alla förvaltningar använder konsekvent.

Stadens mediekontakter präglas av största möjliga öppenhet och insikt om mediernas roll och förutsättningar.

Inriktning för stadens kommunikation 2017-2022

Det andra avsnittet innehåller kommunikationens inriktning för åren 2017-2022 och visar på hur kommunikationen kan bidra i de utmaningar staden står inför. Här finns också mål och strategier beskrivna som ska ge kraft och riktning för att möta dessa utmaningar.

Med utgångspunkt i stadens utmaningar och långsiktiga ambitioner har kommunikationsmål formulerats. Strategier har tagits fram för att skapa samsyn kring hur målen ska förverkligas.

Övergripande mål för stadens kommunikation:

- Stockholms stads kommunikation är aktiv, tillgänglig och trovärdig
- Stockholms stads medarbetare skapar förtroendefulla relationer genom kommunikation
- Medarbetarna och stockholmarna är delaktiga i att förverkliga Stockholms stads vision
- Varumärket Stockholms stad är starkt

För att säkerställa att målen nås ska stadsledningskontoret, i samråd med Stockholms Stadshus AB, följa upp kommunikationsprogrammet. Det sker genom att samordna och stödja förvaltningar och bolag i deras arbete med att förverkliga programmet.

Ärendets beredning

Ärendet har beretts inom förvaltningsledningen.

Förvaltningens synpunkter och förslag

Kyrkogårdsförvaltningen har ett kommunikationsansvar såväl mot besökare på våra begravningsplatser, kunder som köper tjänster av oss (gravskötsel) eller de gravrättsinnehavare som sköter graven själva men också generellt till stockholmarna om vår verksamhet.

I första hand finns kommunens hemsida för att ge information om hur man ska göra när någon nära anhörig avlidit. Webbplatsen www.stockholm.se är en av Sveriges största och har 17 miljoner besök per år (2015). År 2015 blev den utsedd till bästa webbplats bland Sveriges kommuner av Internetworld. Här finns information

om vårt uppdrag under länken

<http://www.stockholm.se/FamiljOmsorg/Begravning-och-kyrkogardar/Begravning/>

Ett problem är att det inte är enkelt för allmänheten att hitta till denna del av stadens hemsida. Begravningsverksamheten har sorterats in under gruppen ”familj och omsorg” i brist på bättre alternativ av stadsledningskontoret.

Begravningsbyrån som dödsboet anlitat är kyrkogårdsförvaltningens viktigaste kommunikationskanal vid ett dödsfall. Vi månar därför om att hålla begravningsbyråbranschen uppdaterad med aktuell information.

Förvaltningen upprätthåller också en relativt stor kundtjänstenhet dit man kan ringa eller maila och få frågor besvarade.

Ansvariga chefer och anställda på respektive begravningsplatser möter besökare, gravrättsinnehavare och anhöriga dagligen i sitt arbete. Det är positivt att medarbetarnas betydelse för en god kommunikation lyfts upp och att bemötandet ses som viktigt i kommunikationen med stockholmarna i förslaget till program. Bemötandefrågor är prioriterat i förvaltningens verksamhet då många medarbetare möter stockholmare som drabbats av nära anhörigs dödsfall.

Förvaltningen har ett särskilt uppdrag att enligt världsarvskonventionen tillgängliggöra och informera om världsarvet Skogskyrkogården. Webbplatsen www.skogskyrkogarden.se som administreras av Stockholm stadsmuseum på uppdrag av kyrkogårdsförvaltningen fyller där en viktig funktion.

Vi har också vårt digitala flaggskepp <http://hittagraven.stockholm.se/> där man kan söka på hundratusentals gravsatta i Stockholm.

Allmänheten söker i allt högre grad information och dialog via nätet. Det gäller även begravningsverksamheten. Exempelvis har ett större antal ”nätbyråer” utmanat den traditionella begravningsbyråbranschen och tagit marknadsandelar.

Ett dilemma är att många som söker information är äldre personer som ännu inte vant sig att hämta information från nätet.

Förvaltningen har också en utmaning att bättre kommunicera med grupper som inte har svenska som modersmål.

Förvaltningen får återkommande såväl positiva som kritiska synpunkter på vår verksamhet. Denna dialog med Stockholmarna är ytterst värdefull. Förvaltningen har en utmaning i att bättre systematisera synpunkts- och klagomålshanteringen för att kunna dra generella slutsatser.

Förvaltningen ser i huvudsak positivt på förslaget till ”Kommunikationsprogram för Stockholms stad 2017-2022”.

Förvaltningen anser att kommunikationsprogrammet har en bra struktur och beskriver tydligt de grundläggande principerna för stadens kommunikation och dess inriktning för de kommande åren. Programmet är skrivet på ett sätt som håller över tid. Det bygger på stadens tidigare kommunikationsprogram, vilket innebär att mycket av innehållet redan är känt av chefer och kommunikatörer. Detta underlättar för målgruppen att ta till sig det som är nytt i programmet.

Kommunikationsprogrammet är övergripande och för att det ska vara enkelt för chefer och medarbetare att ta till sig det och att det med lätthet ska kunna användas som ett verktyg i den egna kommunikationen, bör det konkretiseras och göras tillgängligt utifrån olika behov och syften.

Kommunikationsmålen i programmet skulle kunna lyftas fram mer och göras tydligare med en underrubrik ”Förväntat resultat”.

SLUT

Bilagor

1. Remissen ”Kommunikationsprogram för Stockholms stad 2017-2022”