



HÄSSELBY-VÄLLINGBY STADSDELSFÖRVALTNING

STABEN

Anne-Kaisa Johansson

Telefon: 508 04 022

DNR 1.5.1-478-2011

TJÄNSTEUTLÅTANDE
24 OKTOBER 2011

SID 1 (4)

Till
Hässelby-Vällingby stadsdelsnämnd

Kommunikationsprogram för Stockholms stad 2012-2015

Svar på remiss från kommunstyrelsen, dnr 050-2895/2010

Förslag till beslut

Stadsdelsnämnden överlämnar förvaltningens tjänsteutlåtande som svar på remisen från Kommunstyrelsen.

Leif Spjuth
stadsdelsdirektör

Sammanfattning

Ett kommunikationsprogram har tagits fram för att ersätta kommunikationspolicyn som slutar gälla vid årsskiftet 2011/2012. Det nya styrdokumentet ska genom att innehålla mål och förslag till indikatorer vara ett långsiktigt måldokument som anger önskvärd utveckling för stadens kommunikation.

Bland annat har visionen om ett Stockholm i världsklass, som antogs 2007, tillkommit sedan kommunikationspolicyn skrevs. Kopplingen till visionen är bredvid mål och förslagen till indikatorer den största utvecklingen av styrdokumentet. I programmet beskrivs även kommunikationens syfte och mål, visionen om ett växande Stockholm i världsklass, stadens varumärke, strävan mot en kommunikativ organisation m m.

Förvaltningen ställer sig positiv till förslaget till nytt kommunikationsprogram samt kompletteringen med konkreta mål och indikatorer. Ett tydligt program ökar förutsättningar för Stockholms stad att utvecklas som kommunikativ organisation.

Bilagor: Remisshandlingar 2011-09-06 från kommunstyrelsen.

Ärendets beredning

Detta tjänsteutlåtande har utarbetats inom stadsdelsdirektörens stab.

Sammanfattning av remissen

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. Kommunstyrelsen har begärt yttrande för ett framtaget förslag senast den 30 november 2011 från samtliga nämnder och bolag inom staden.

Programmet är ett långsiktigt måldokument där kommunfullmäktige anger utvecklingen för stadens kommunikation. Det kompletteras årligen med en kommunikationsplan som bland annat beskriver övergripande budskap, målgrupper, rollfördelningar och aktiviteter för förvaltningens kommunikation.

En väl utvecklad och tydlig 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, tydlig och samlad kommunikation. Kommunikation är navet i den demokratiska processen, den vardagliga kontakten med stockholmarna och i det interna arbetet för att nå våra mål.

Mål för kommunikationen 2015 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

Målen översätts till nämndmål.

Med resultatstyrd kommunikation och kommunikation som strategiskt ledningsverktyg ska nämnder och bolag styra mot och nå målen i sin verksamhet.

Stockholms stad med alla verksamheter är *en* kommunkoncern och *ett* gemensamt varumärke. Genom att planera och samordna kommunikationen, samt genom att vara konsekventa i budskap och det visuella, stärker vi bilden av ett Stockholm där alla samverkar och strävar mot gemensamma mål.

Stockholm - The Capital of Scandinavia är ett budskap som stärker Stockholms stad och hela regionen och beskriver hur vi vill uppfattas på den internationella



arenan. Budskapet ska förmedlas i ord eller som en symbol och ska finnas med i stadens övergripande kommunikation.

Hur väl förvaltningen når sina verksamhetsmål och hur väl stockholmarna upplever att förvaltningen producerar nytta och god service, beror i hög grad på kommunikativ kompetens och engagemang hos medarbetare och chefer.

Förvaltningen har ett ansvar för att lyssna till dem förvaltningen möter i sitt arbete. Förvaltningen ansvarar för att skapa förståelse för servicen och verksamheterna och för att staden växer och utvecklas. På så sätt är alla inom förvaltningen kommunikatörer - stadens ambassadörer och bärare av varumärket Stockholm. Chefer i förvaltningens verksamheter är ansvariga för kommunikationen med alla dem som berörs av den verksamhet de leder.

Stockholms stad kommunicerar *aktivt, trovärdigt och tillgängligt*. Förvaltningen ska kommunicera vad som görs och göra vad vi kommunicerar - stockholmarna ska alltid kunna lita på att förvaltningen håller vad den lovar. Förvaltningen ska vara öppen, bygga förtroende och stärka det demokratiska samtalet, genom att underlätta för medborgarna att delta i utvecklingen av verksamheterna.

Logotypen S:t Erik symboliserar Stockholms stads verksamhet och ska finnas med i all kommunikation för att tydligt visa att staden är avsändare. Stockholms stads grafiska profil ska användas konsekvent för att stärka stadens varumärke.

Till kommunikationsprogrammet finns en bilaga med förslag till indikatorer 2012-2015.

Förvaltningens synpunkter och förslag

Stadsdelsförvaltningen ställer sig positiv till kommunikationsprogrammet och ser stora fördelar i att samordna och styra utvecklingen av stadens kommunikation i ett långsiktigt perspektiv. Förvaltningen är också positiv till uppföljning av kommunikationsarbetet inom stadens integrerade ledningssystem.

Under rubriken *Resultatstyrd organisation* kan ett förtydligande av hur kommunikationen ska vara resultatstyrd vara ändamålsenligt för att klargöra processerna.

I programmet anges att ” *Stockholm - The Capital of Scandinavia är ett budskap som ska förmedlas i ord eller som en symbol och ska finnas med i all stadens övergripande kommunikation.* ” En viss oklarhet kan uppkomma här angående vad övergripande kommunikation innefattar. I dagsläget så finns budskapet med i alla



mallar för extern information, och används då i alla nivåer i organisationen som till exempel enheters foldrar, inbjudningar och annonser.

De nya föreslagna indikatorerna blir en ny och viktig del i förvaltningen kommunikationsarbete. Det är angeläget att dessa är tydligt utformade och väl genomtänkta. För ökad tydlighet så är det bra att sträva mot konsekventa benämningar. Under förslag till mål, indikatorer och nyckeltal så används orden ”*invånare*”, ”*medborgare*” och ”*stockholmare*” för vad som torde vara hänvisning till samma målgrupp.

Stadsdelsförvaltningen ställer sig också frågande till hur man fångar upp och mäter indikatorn ”*Andelen medarbetare och chefer som bidrar till ett Stockholm i världsklass*”.

Förslag till beslut

Stadsdelsnämnden överlämnar förvaltningens tjänsteutlåtande som svar på remisen från Kommunstyrelsen.
