

Handläggare
Sara Thor
Emma Wange

Till
Arbetsmarknadsnämnden
den 23 april 2024

Yttrande över remiss av Kommunikationsprogram för Stockholms stad

Remiss från kommunstyrelsen, KS 2024/112

Arbetsmarknadsförvaltningens förslag till beslut

1. Arbetsmarknadsnämnden beslutar att hänvisa till förvaltningens tjänsteutlåtande som sitt yttrande över remissen.
2. Arbetsmarknadsnämnden beslutar att justera paragrafen omedelbart.

Sammanfattning

Kommunstyrelsen har remitterat ärendet *Remiss av Kommunikationsprogram för Stockholms stad* till arbetsmarknadsnämnden för yttrande.

Stadens senaste styrdokument för kommunikationsfrågor, Kommunikationsprogram för Stockholms stad 2017–2022, ska ersättas med nytt styrande dokument för nämnders och bolagsstyrelserns kommunikationsarbete.

Programmet ska stärka nämnders och bolagsstyrelserns förmåga till ändamålsenlig och effektiv kommunikation som bidrar till förtroendet för och tilliten till Stockholms stad. Det ska även underlätta för ett kommunikationsarbete som medverkar till säkerställandet av offentlighetsprincipens innebörd om allmänhetens och medias rätt till insyn och tillgång till information om kommunens verksamhet.

Bakgrund

Stockholms stad har sedan mitten av 1990-talet haft övergripande riktlinjer för stadens kommunikation där det senaste styrdokumentet är *Kommunikationsprogram för Stockholms stad 2017–2022* (dnr 179-2103/2016). Ett nytt kommunikationsprogram ska ta vid som styrande dokument för nämnders och bolagsstyrelserns kommunikationsarbete.

Ärendet

Framtagande

Som utgångspunkt har tidigare kommunikationsprogram och erfarenheter från detta används samt ett antal för området särskilt relevanta styrdokument såsom Kvalitetsprogrammet (Dnr 2021/866) och stadens personalpolicy (Dnr KS 2019/988). I arbetet har lärdomar från forskningsprojekt vid Lunds universitet där Stockholms stad ingått bland medverkande organisationer, projekt *Kommunikativa offentliga organisationer1 2020–2023* och projekt *Kommunikativa organisationer2 2014-2018* använts. Till arbetet har en referensgrupp bestående av kommunikationsansvariga vid förvaltningar och bolag bidragit med erfarenheter och lärdomar.

Omvärldsfaktorer

I arbetet har ett antal omvärldsfaktorer identifierats som särskilt utmärkande för offentliga organisationers kommunikation: Omvärldsutvecklingen har kännetecknats av flertalet kriser och ett förändrat säkerhetspolitiskt läge, en utveckling som innebär ett mer *osäkert omvärldsläge*. Läget kräver offentliga organisationers hantering och förmåga att agera på ett sådant sätt att förtroendet för och tillit till offentliga organisationer bibehålls. Vidare har *den tekniska utvecklingen* med digitalisering och artificiell intelligens gjort, och fortsätter att göra, stora kliv. Offentliga organisationer behöver förhålla sig till att användarbeteenden och förväntningar hos målgrupper och intressenter förändras. Detta kräver god förmåga att i kommunikationsarbetet se förändringar och ansatser. Inom forskningen finns en allt mer utvecklad diskussion om vikten av *kommunikativa organisationer*. Det är organisationer som kännetecknas av öppet kommunikationsklimat, ett aktivt lyssnande för att kunna utvecklas och anpassas till förändringar och av att chefer och medarbetare har kommunikativ kompetens och tar ett aktivt ansvar för kommunikationen.

Om programförslaget

Kommunikationsprogrammet ska stärka stadens förmåga till ändamålsenlig kommunikation som är målgruppsanpassad, sammanhållen och värdeskapande för målgrupper och intressenter. Programmet ska medverka till att nämnders och bolagsstyrelsers kommunikationsarbete gör det enkelt att ta del av stadens service och tjänster och bidrar till förtroendet för och tilliten till Stockholms stad.

Programmet ska stödja en objektiv och saklig kommunikation som är tillgänglig för alla målgrupper. Det ska även underlätta för ett kommunikationsarbete som medverkar till säkerställandet av

offentlighetsprincipens innebörd om allmänhetens och medias rätt till insyn och tillgång till information om kommunens verksamhet.

Programmet anger ansvar och roller för kommunikationsarbetet, definierar dels vad som avses med ett kommunikativt perspektiv på verksamheten dels vad som kännetecknar en strategisk och värdeskapande kommunikation.

Programmet formulerar tre övergripande kommunikationsmål och tre övergripande huvudbudskap vilka syftar till att stödja en sammanhållen bild av staden. Förvaltningar och bolag utgår från dessa när i kommunikationsarbetet formulerar mål och budskap för projekt och aktiviteter inom sina respektive verksamhetsområden.

Programmet anger centralt viktiga arbetssätt för effektiv kommunikation såsom samverkan inom och utom stadens organisation, planering och uppföljning, målgruppsanalys samt kriskommunikation.

Ärendets beredning

Ärendet har beretts inom HR- och kommunikationsstaben vid arbetsmarknadsförvaltningen.

Arbetsmarknadsförvaltningens synpunkter och förslag

Kommunikationsprogrammet är en bra samlad beskrivning av stadens vision, mål och ramar för kommunikationsarbetet. Arbetsmarknadsförvaltningen ser positivt på att tonalitet och principer hänger ihop med stadens övriga styrdokument. Programmet är också ett stöd för kommunikatörer i det dagliga arbetet, där kommunikatörer kan luta sig mot stadens principer, till exempel att stadens kommunikation är för alla, i arbetet med målgruppsanalys och vid val av kanaler.

Angående **bilden av Stockholm – huvudbudskapen** ser förvaltningen det som en önskvärd kultur i staden, men att beskrivningen kan uppfattas som ett nuläge. Förvaltningen ser att det kan utvecklas mer om hur budskapen ska användas och hur staden ska jobba för att nå önskat läge.

Som komplement till kommunikationsprogrammet är det bra att hänvisa till intranätet där ytterligare verktyg för chefer och kommunikatörer finns. Den samlingsplatsen kan med fördel byggas ut och marknadsföras mer.

Då programmet är ett styrande dokument kan en beskrivning av användarmålgruppen läggas till, och hur en mer konkret

beskrivning av hur programmet ska användas, till exempel som det beskrivs på intranätet:

Ett program

- talar om vad staden ska uppnå inom ett särskilt eller avgränsat område på lång sikt
- ska leda till att vi når kommunfullmäktiges mål
- pekar ut en riktning för hur nämnder och bolag bör agera
- visar vilka prioriteringar som är viktiga för att vi ska nå målen
- kan sträcka sig över en mandatperiod
- kan innehålla förslag på aktiviteter, indikatorer och metoder för hur nämnder och bolag ska nå programmets mål.

Källa: [Styrdokument i Stockholms stad](#)

Under stycket **En strategisk och värdeskapande process** skulle stadens kommunikationsprocess med fördel kunna läggas till.

<https://intranat.stockholm.se/stod-i-arbetet/kommunikation/kommunikationsstod/planera-din-kommunikation/>

Karina Uddén
Arbetsmarknadsdirektör
Arbetsmarknadsförvaltningen

Kristian Kindstedt
HR-chef
Arbetsmarknadsförvaltningen

Bilaga

1. Remiss Kommunikationsprogram för Stockholms stad

Attesterat av

Detta dokument har godkänts digitalt av följande personer:

Namn	Datum
Karina Uddén, Arbetsmarknadsdirektör	2024-04-11
Kristian Kindstedt, HR-chef	2024-04-11