



KONTAKT

Lott Jansson  
Kommunikationschef  
08-7372000

Kommunstyrelsen

# Remissvar: Policy för sociala medier i Stockholms stad

AB Familjebostäder (Bolaget) får härmed avge följande remissvar över rubricerat ärende.

## BAKGRUND

Kommunstyrelsen i Stockholms stad har remitterat ett förslag till policy för sociala medier i Stockholms stad. Policyn föreslås omfatta såväl förvaltningar som bolag och det arbetssätt som generellt skall gälla i stadens kanaler i de sociala medierna.

## BOLAGETS SYNPUNKTER

Bolaget delar policyns övergripande målsättningar. Det är viktigt att staden behandlar sina sociala mediekkanaler med samma omsorg och noggrannhet som andra kommunikationskanaler.

Bolaget noterar att policyn nästan uteslutande utgår från stadens förvaltningars perspektiv och vill framhålla att det finns en skillnad mellan bolag och förvaltningar som inte framkommer. Bolagens riktar sig i första hand till hyresgästerna och inte gentemot hela medborgarkollektivet. I bolagens fall har därför kunden ha företräde i många kontakter i sociala medier.

Under punkten 2, "Samordning och tydlighet", framhålls vikten av att det är staden som är avsändare. I sociala medier, likväl som i andra kommunikationskanaler, är bolaget avsändare tillsammans med budskapet "*en del av Stockholms stad*". Det är en grundläggande princip som är stadfast sedan länge i staden. Bolagen arbetar på en konkurrensutsatt marknad med hyresgästerna som primär målgrupp.

Bolaget delar målsättningarna i policyn om att sociala medier är utmärkta verktyg för att föra dialog med och engagera identifierade målgrupper. Bolaget anser även att en huvuduppgift för användningen av sociala medier är att, via våra kanaler, länka in mot relevant information och skapa informationssamband.

Bolaget delar uppfattningen att ansvaret för kommunikationen på sociala medier måste följas av kompetens, resurser och rutiner för att långsiktigt administrera de konton som startas. Under "Beslut om att starta nya konton" anser bolaget att staden bör överväga att ha ett långsiktighetskriterium. Bolaget föreslår också att

publiceringsfrekvensen bör bestämmas i samband med uppstarten av kontot med hänsyn till kontots syfte och tidcykler.

Det ska vara tydligt för användarna vad man kan förvänta sig av kontot. Den basinformation som ska finnas vid varje konto behöver anpassas till respektive format. Förslagsvis kan basinformationen på till exempel Twitter och LinkedIn, där utrymmet är mer begränsat, finnas enkelt att tillgå på stadens och bolagens webbplatser.

I övrigt ansluter vi oss till vad som anges som mål och riktlinjer i policyn.

Stockholm, 2019-06-18

Jonas Schneider  
VD