

**Handläggare**  
Sandra Lind  
Telefon: 0850822034

**Till**  
Hägersten-Liljeholmens stadsdelsnämnd  
2019-05-23

## Policy för sociala medier i Stockholms stad

Yttrande till kommunstyrelsen

### Förslag till beslut

Hägersten-Liljeholmens stadsdelsnämnd godkänner förvaltningens tjänsteutlåtande och överlämnar det till kommunstyrelsen som svar på remissen.

### Sammanfattning

En policy för sociala medier i Stockholms stad har tagits fram, för att göra det tydligare vad som krävs av staden vid närvaro på sociala medier och att främja en hög kvalitet på stadens konton. Förvaltningen är positiv till policyn som helhet och instämmer i att det är angeläget att det finns ett gemensamt och medvetet förhållningssätt till den här typen av kanaler, eftersom de får allt större betydelse i dagens informationslandskap. Förvaltningen lyfter frågan om vad som gäller när entreprenörer har sociala medierkonton för verksamheter som de driver på uppdrag av Stockholms stad. Andra synpunkter gäller att kraven på publiceringsfrekvens och bevakning är högt ställda, samt frågan om det är relevant att målen för verksamheternas konton alltid måste vara mätbara, och i så fall vad som ska mätas.

### Bakgrund

Kommunstyrelsen har skickat en remiss om förslag till policy för sociala medier i Stockholms stad. Policyn slår fast grundläggande principer och ramar för stadens närvaro i sociala medier. Detta för att göra det tydligare vad som krävs av staden vid närvaro på sociala medier och att främja en hög kvalitet på stadens konton.

### Ärendets beredning

Ärendet är berett inom administrativa avdelningen.

### Ärendet

En kartläggning av vilka sociala medier staden använder, visar att staden har över 800 konton på olika plattformar. För att i en högre grad säkerställa att de lagar som råder följs (bland annat den nya Dataskyddsförordningen, GDPR) och att stadens konton håller god kvalitet, har stadsledningskontoret tagit fram

förslag till policy för sociala medier i Stockholms stad, som ska omfatta samtliga nämnder och bolagsstyrelser. I policyn beskrivs tre övergripande inriktningar för Stockholms stad i sociala medier:

- dialog engagemang och tonalitet
- samordning och tydlighet
- verksamhetsnytta, mål och uppföljning.

Vidare redogörs för:

- kommunikations- och uppföljningsansvar i sociala medier,
- i vilken beslutsordning nya konton får startas,
- hur kartläggningen av alla stadens konton hålls uppdaterad
- att stadens grafiska profil ska följas
- vilken basinformation som ska finnas på stadens konton
- publiceringsfrekvens
- hur staden bör hantera inkommande frågor och kommentarer
- de lagar som är relevanta kopplat till stadens användning av
- sociala medier
- sociala medier privat och i tjänsten
- förfarande vid avslutande av konto

### **Synpunkter och förslag**

Förvaltningen är positiv till att en policy för sociala medier i Stockholms stad tagits fram. Det är angeläget att det finns ett gemensamt och medvetet förhållningssätt till den här typen av kanaler, eftersom de får allt större betydelse i dagens informationslandskap. Att offentliga verksamheter som kommuner och myndigheter finns i sociala medier ses av många idag som en självklarhet. Många räknar med att kunna komma i kontakt med både offentliga verksamheter och företag via sociala medier. Man räknar också med att det ska gå snabbt, till och med snabbare än via till exempel e-post och telefon.

Med tanke på målgruppens förväntningar och hur pass vanligt förekommande det är med närvaro i sociala medier idag finns det skäl att betrakta sociala medier som en av stadens viktigaste kommunikationsvägar. Sociala medier fungerar inte längre bara som ett komplement till traditionella kanaler, som webbplats, e-post, annonser, direktutskick osv, utan har en allt större självständig betydelse. Sociala medier är också den typ av kommunikationskanal som staden arbetar med idag där det förekommer störst inslag av dialog med stadens invånare, jämfört med många av våra traditionella kanaler som innebär större andel envägskommunikation. Detta gör sammantaget att sociala medier är mycket viktiga, och att det är angeläget att hålla en konsekvent linje i vårt förhållningssätt.

Förvaltningen är därför positiv till att policyn slår fast att det är respektive förvaltningschef som ytterst har ansvar för beslut om att starta konton i sociala medier, och vidare att respektive chef ansvarar för att förvalta sin verksamhets konto. De är också bra att policyn riktar sig till alla medarbetare i staden, eftersom i stort vem som helst, oavsett tjänst eller roll kan ha ansvar för att hantera ett sociala medier-konto.

Förvaltningen saknar skrivningar kring vad som gäller när till exempel entreprenörer har sociala medier-konton för verksamheter som de driver på uppdrag av Stockholms stad. Bör även de omfattas av motsvarande krav på kvalitet, arbetssätt och registrering? Bör det finnas information om att verksamheten bedrivs på uppdrag av staden, och vad gäller för den grafiska profilen i dessa fall?

När det gäller kravet på att det vid start av nya konton ska tas fram tydligt syfte, mål, ansvarig medarbetare osv är det ett arbetssätt som funnits sedan tidigare. Dock anges nu att målen för kontot ska vara mätbara. Förvaltningen är frågande till om det är möjligt att sätta upp meningsfulla mätbara mål i alla lägen utan att riskera att fastna i mål som ”antal visningar av inlägg” eller ”antal personer som gillat sidan” – det kan vara mer meningsfullt att ange effektmål utifrån kontots syfte.

Konton som inte används eller som inte följer policyn måste stängas ner. En praktisk fråga när det gäller att stänga ned konton är hur man går tillväga i de fall som ett konto administreras av en medarbetare som slutat, eller som vi av någon annan anledning inte kan nå? En möjlig väg att gå kan vara att ställa krav på att ett konto i sociala medier ska ha minst två eller tre administratörer som har rättighet att stänga ner kontot, alternativt att minst en kommunikatör eller ansvarig chef har administratörbehörighet eller lösenord till samtliga konton.

Angående kravet på publiceringsfrekvens ifrågasätter förvaltningen om det är rimligt att ställa ett generellt krav på en publiceringsfrekvens på ”ett par gånger i veckan”, så som anges nu. Detta eftersom det finns så många olika sorters konton, där vissa kanske bara publicerar ett veckoprogram, är aktuella under en viss period eller liknande.

När det gäller bevakning av inkomna inlägg, kommentarer och frågor tycker förvaltningen att kravet på att det ska ske tre gånger dagligen är högt ställt. Det kan vara svårt för medarbetare som inte arbetar framför datorn eller har tillgång till administratörsverktyg i mobilen att leva upp till det. Som jämförelse kan sägas att förvaltningens riktlinje för e-post är att den bör kontrolleras en gång per dag. Om detta krav är baserat på att det är den frekvens som

gäller för att uppsiktsplikten ska kunna anses hållas, bör det anges tydligare i policyn.

Gunilla Davidsson  
tf. stadsdelsdirektör

Lars Wennberg  
avdelningschef

### **Bilagor**

Remissunderlaget - Policy för sociala medier i Stockholms stad

## **Attesterat av**

Detta dokument har godkänts digitalt av följande personer:

<b>Namn</b>	<b>Datum</b>
Gunilla Davidsson, tf. stadsdelsdirektör	2019-05-06
Lars Wennberg, avdelningschef	2019-05-06