



Upphandling av ramavtal för kommunikationstjänster 2025

Förslag till beslut

Borgarrådsberedningen föreslår att kommunstyrelsen beslutar följande.

1. Stadsdirektören ska, med möjlighet till vidaredelegation, genomföra upphandlingar av tjänster inom kommunikationsområdet.
2. Stadsdirektören ska, med möjlighet till vidaredelegation, besluta om upphandlingsdokument, fatta tilldelningsbeslut, ingå avtal och förlänga avtal med upphandlade leverantörer.
3. Stadsdirektören ska, med möjlighet till vidaredelegation, bjuda in övriga nämnder och bolagsstyrelser att delta i upphandlingarna.
4. Stadsdirektören ska, med möjlighet till vidaredelegation, utifrån affärsmässiga grunder, vid behov vidta förändringar såsom uppsägningar, hävningar, kompletteringar och/eller tillägg till avtalen.
5. Paragrafen justeras omedelbart.

Föredragande borgarråd Karin Wanngård

Sammanfattning av ärendet

Nuvarande ramavtal avseende kommunikationstjänster löper till och med 1 december 2025. Tjänsterna föreslås därför upphandlas på nytt och att stadens nämnder och bolagsstyrelser även denna gång bjuds in att delta i upphandlingarna och att ingå i de olika ramavtalen.

Beredning

Ärendet har initierats av stadsledningskontoret.

Föredragande borgarrådets synpunkter

Jag föreslår att borgarrådsberedningen föreslår att kommunstyrelsen beslutar följande.

1. Stadsdirektören ska, med möjlighet till vidaredelegation, genomföra upphandlingar av tjänster inom kommunikationsområdet.

2. Stadsdirektören ska, med möjlighet till vidaredelegation, besluta om upphandlingsdokument, fatta tilldelningsbeslut, ingå avtal och förlänga avtal med upphandlade leverantörer.
3. Stadsdirektören ska, med möjlighet till vidaredelegation, bjuda in övriga nämnder och bolagsstyrelser att delta i upphandlingarna.
4. Stadsdirektören ska, med möjlighet till vidaredelegation, utifrån affärsmässiga grunder, vid behov vidta förändringar såsom uppsägningar, hävningar, kompletteringar och/eller tillägg till avtalen.
5. Paragrafen justeras omedelbart.

Stockholm den 6 november 2024

Karin Wanngård

Borgarrådsberedningen tillstyrker föredragande borgarrådets förslag.

Reservation av borgarråden Christofer Fjellner och Andrea Hedin (båda M) enligt följande.

Vi föreslår att kommunstyrelsen beslutar följande.

1. Att stadsdirektören ska genomföra upphandlingar av tjänster inom kommunikationsområdet.
2. Att stadsdirektören ska besluta om upphandlingsdokument, fatta tilldelningsbeslut, ingå avtal och förlänga avtal med upphandlade leverantörer.
3. Att stadsdirektören ska, bjuda in övriga nämnder och bolagsstyrelser att delta i upphandlingarna.
4. Att stadsdirektören utifrån affärsmässiga grunder, vid behov vidta förändringar såsom uppsägningar, hävningar, kompletteringar och/eller tillägg till avtalen.
5. Att beslutet i ärendet justeras omedelbart.

Stadens användning av konsulter och externa kommunikationstjänster har ökat kraftigt under de senaste åren och uppgick år 2023 till 1 142 mnkr.

Moderaterna tycker det är viktigt att staden hushållar med skattebetalarnas pengar och prioriterar den kommunala kärnverksamheten. Vi anser därför att staden ska verka för att minska användningen av dyra konsulter – något vi också har föreslagit i vårt budgetförslag 2025.

För att hålla nere stadens kostnader för kommunikationstjänster anser vi att upphandlingen av tjänster inom kommunikationsområdet ska genomföras av stadsdirektören utan möjlighet till vidaredelegation. Detta är en ordning som har gällt tidigare i staden när Moderaterna har styrt.

Reservation av borgarrådet Jan Jönsson (L) enligt följande.

Jag föreslår att kommunstyrelsen beslutar följande.

1. att delvis bifalla föredragande borgarråds förslag till beslut
2. att därutöver anföra följande

Under 2023 granskade Liberalerna bland annat kostnaderna för kommunikationskonsulter i Staden. Liberalerna menar på att det är av största vikt att hanteringen av upphandlade kommunikationstjänster sker med strikta avvägningar och kostnadsmedvetenhet. Att lägga resurser på kommunikationstjänster kan vara nödvändigt för att stödja stadens kommunikationsprogram, men det är samtidigt viktigt att dessa kostnader hålls inom rimliga gränser och att det finns en tydlig nytta för såväl Stockholms såväl som stockholmarnas bästa.

Stadsledningskontorets förslag om att genomföra upphandlingar genom en gemensam ram för kommunikationstjänster kan vara ett bra verktyg för att effektivisera inköp och minska kostnader. Liberalerna menar på att det måste finnas en tydlig och konsekvent uppföljning, genom en avtalscontroller, för att säkerställa att leveranserna är både kostnadseffektiva och relevanta för verksamheten samt målgrupperna som är mottagare för kommunikationen.

Mot bakgrund av de höga kostnaderna som identifierats för representation och konsulttjänster under föregående år, är det särskilt viktigt att hålla kommunikationstjänsternas omfattning i proportion till stadens kärnverksamhet.

För att säkerställa att kommunikationskostnaderna hålls rimliga är det viktigt att staden tydligt definierar målgrupper och anpassar insatserna för att nå dem effektivt. Genom att segmentera målgrupper och rikta budskap till rätt mottagare blir kommunikationen mer träffsäker och relevant, vilket stärker både engagemang och målluppfyllelse. Varje insats bör noga övervägas utifrån sitt specifika syfte för att undvika onödiga kostnader och maximera värdet för stockholmarna. En aspekt som inte får förbises i sammanhanget är att såväl stadsledningskontoret som stadens förvaltningar har mycket kompetenta kommunikatörer och det bör övervägas om dessa resurser kan användas för att genomföra arbetet internt istället för att anlita konsulter.

Kommunstyrelsen

Reservation av Christofer Fjellner, Jonas Nilsson och Kristina Lutz (alla M) som är likalydande med Moderaternas reservation i borgarrådsberedningen.

Reservation av Jan Jönsson (L) som är likalydande med Liberalernas reservation i borgarrådsberedningen.

Ersätтарыttrande av Nike Örbrink (KD) enligt följande.

Den offentliga sektorn i Sverige spenderar ca 2 miljarder skatte kronor per år på PR, reklam och kommunikationstjänster från privata bolag. Utöver detta är det inte

ovanligt med egna kommunikatörer som arbetar med att bygga organisationens varumärke, marknadsföra den egna verksamheten eller bedriva påverkanskampanjer. Stockholms stad är inget undantag. Kommunens kostnad för externt upphandlad kommunikation går på ca 110-120 mnkr per år. I stadens förvaltningar och bolag arbetar dessutom nära 200 kommunikatörer.

På senare år har offentliga kommunikationsverksamheter svällt i takt med allt mer ambitiösa målsättningar samt en föreställning om varumärken och marknadsföring som avgörande för medborgarnas förtroende och tillit gentemot det offentliga. Kristdemokraterna förhåller sig mycket skeptiska till detta. Våra förvaltningars och bolags kommunikation ska vara korrekt, enkel att förstå och enkel att tillgå, likaså ska de uppfattas professionella och sakliga, samt närvarande och omhändertagande i kris eller under allvarliga händelser. Vi motsätter oss däremot att kommunala bolag ska bygga egna varumärken, att våra förvaltningar ska fokusera på att marknadsföra sina verksamheter samt en ökad synlighet för sakens skull. Vi motsätter oss särskilt det uttalade syftet att bedriva beteendepåverkande kommunikationsinsatser gentemot våra medborgare.

Mot bakgrund av detta anser vi att stadens kommunikation i större utsträckning behöver fokusera på renodling av kommunikationsverksamheten för att återgå till en mer ändamålsenlig sådan, samtidigt som resurser kan frigöras för det faktiska utförandet av välfärdsuppdraget. Enligt Kristdemokraterna så är den bästa marknadsföringen för svenska kommuner en välutförd kärnverksamhet fri från symbolpolitik och slöseri – inte en ständigt svällande kommunikationsverksamhet.

Ärendet

Stadsledningskontoret har i uppdrag att samordna strategisk kommunikation och information gentemot medarbetare, invånare, företagare och besökare. En del samordningen är stöd till förvaltningar och bolag i form av ramavtal för inom kommunikationsområdet förekommande tjänster. Förvaltningar och bolag bedömer kostnader och andra resurser för kommunikationsinsatser utifrån väl avvägda analyser av målgrupps- och verksamhetsnytta samt vilken utsträckning inköp av kommunikationstjänster utgör komplement till den kompetens och de resurser verksamheten själv har.

Stadens nämnder och bolagsstyrelser bjuds även denna gång in att delta i upphandlingarna och att ingå i de olika ramavtalen.

Ramavtal bör tecknas för två år med möjlighet till förlängning i ytterligare två år. Nya ramavtal beräknas gälla från och med den 2 december 2025.

Remissammanställningen

Ärendet har initierats av stadsledningskontoret.

Stadsledningskontoret

Stadsledningskontorets tjänsteutlåtande daterat den 2 september 2024 har i huvudsak följande lydelse.

Kostnader för kommunikationstjänster ska vara på motiverbar nivå och göras med god avvägning och som ett komplement till den kompetens och de resurser verksamheten själv har. Stadsledningskontorets upphandling av ramavtal för kommunikationstjänster är ett effektivt sätt att erbjuda förvaltningar och bolag inköp av tjänster. Upphandlingsförfarandet stödjer genomförandet av Kommunikationsprogram för Stockholms stad då samordning och synergieffekter kan inhämtas genom nyttjandet av gemensamma leverantörer.

Stadsledningskontoret föreslår därför att stadsdirektören ska, med möjlighet till vidaredelegation, genomföra upphandlingar av kommunikationstjänster, besluta om upphandlingsdokument, fatta tilldelningsbeslut, ingå avtal och förlänga avtal med upphandlade leverantörer. Stadsdirektören ska, med möjlighet till vidaredelegation, bjuda in övriga nämnder och bolagsstyrelser att delta i upphandlingarna. Vidare föreslår kontoret att stadsdirektören ska, med möjlighet till vidaredelegation, utifrån affärsmässiga grunder, vid behov vidta förändringar såsom uppsägningar, hävningar, kompletteringar och/eller tillägg till avtalen.