

Remiss av Kommunikationsprogram för Stockholms stad

Svar på remiss från Kommunstyrelsen KS 2024/112

Sammanfattning

Bolagen ställer sig i huvudsak positiva till programmet. Det är viktigt för bolagen att även fortsättningsvis använda och arbeta för att stärka det egna varumärket – dels ur ett affärsmässigt perspektiv men också för att underlätta att förstå vem som är avsändare.

Gällande bolagens kommunikation så lyfts det i programmet kopplat till stadens grafiska profil. Det är bra att programmet slår fast att bolagen har egna grafiska profiler samt att de använder andra verktyg för att visa att de är en del av Stockholms stad.

Koncernledningen anser dock att denna del av programmet skulle kunna utvecklas. Det är viktigt att bolagen uppfattas som en del av Stockholms stad, samtidigt som de har ett behov av att kommunicera sina egna varumärken. Bolagens roll i stadens samlade kommunikation kan tydliggöras bättre.

Programmet lyfter på ett förtjänstfullt sätt utmaningarna som kommer med teknikutvecklingen, exemplifierat med bland annat den snabba utvecklingstakt som sker inom AI-området. Flera bolag anser att denna del bör utvecklas. Möjligtvis bör stadens kommunikativa förhållningssätt gällande AI utvecklas i särskild ordning.

Sammanfattningsvis bedömer koncernledningen att programmet ger ett bra övergripande stöd samt vägledning för förvaltningar och bolag i deras strategiska och operativa kommunikationsarbete inom ramen för stadens samlade kommunikationsarbete.

Ärendet

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*. Ett nytt kommunikationsprogram ska ta vid som styrande dokument för nämnders och bolagsstyrelser kommunikationsarbete.

Programmet ska stärka stadens förmåga till en målgruppsanpassad och sammanhållen kommunikation. Programmet ska medverka till att nämnders och bolagsstyrelser kommunikationsarbete gör det enkelt att ta del av stadens service och tjänster och bidrar till förtroendet för och tilliten till Stockholms stad.

Programmet ska 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.

Kommunstyrelsen har remitterat *Kommunikationsprogram för Stockholms stad* till bland annat Stockholms Stadshus AB som i sin tur remitterat vidare till dotterbolagen AB Svenska Bostäder, AB Familjebostäder, AB Stockholmshem, Bostadsförmedlingen i Stockholm AB, Micasa Fastigheter i Stockholm AB, Skolfastigheter i Stockholm AB (SISAB), Stockholm Globe Arena Fastigheter AB (SGA Fastigheter), S:t Erik Markutveckling AB, Stockholms Stads Parkerings AB, Stockholms Hamn AB, Stockholm Vatten och Avfall AB, AB Stokab, Kulturhuset Stadsteatern AB, Stockholm Business Region AB, S:t Erik Försäkrings AB och Mässfastigheter i Stockholm AB.

AB Mässfastigheter, AB Stockholm vatten och avfall AB, Stockholms Hamn AB, Stockholm Globe Arena Fastigheter, AB S:t Erik Försäkrings AB, S:t Erik Markutveckling har valt att inte svara på remissen.

Nedan följer en redovisning av bolagens remissvar i huvudsak. Remissvaren i sin helhet återfinns i bilagor.

Underremiss

AB Stockholmsheims remissvar har i huvudsak följande lydelse (bilaga 1)

Bolaget ställer sig positivt till kommunikationsprogrammet.

AB Stockholm Parkerings remissvar har i huvudsak följande lydelse (bilaga 2)

Bolaget ställer sig positivt till kommunikationsprogrammet och framhåller att det är viktigt för bolaget att även fortsättningsvis använda och arbeta för att stärka det egna varumärket – dels ur ett affärsmässigt perspektiv men också för att hjälpa besökare att särskilja Stockholm Parkering från Trafikkontoret. Om sammanblandning sker så ökar belastningen på bolagets kundservice vilket inte är önskvärt.

AB Svenska Bostäders remissvar har i huvudsak följande lydelse (bilaga 3)

Det är positivt att programmet lyfter fram tre övergripande kommunikationsmål. För att de ska vara lättare att komma ihåg, föreslår bolaget att stryka den andra delen av målen, som är snarlik eller synonym, så att målen istället lyder: Tillit, Tillgänglighet, Delaktighet. Bolaget saknar ett tydliggörande av de kommunala bolagens roll i stadens kommunikation. Vidare hade bolaget önskat mer vägledning om hur AI kan och bör vara en del av stadens kommunikation.

Skolfastigheter i Stockholm ABs remissvar har i huvudsak följande lydelse (bilaga 4)

SISAB välkomnar förslaget. En kompletterande handledning skulle vara välkommen för att stärka kunskaperna om nya digitala verktyg. Förslaget lyfter även att information om stadens verksamheter bland annat ska vara tillgänglighetsanpassad i de digitala tjänsterna. SISAB uppskattar att staden fortsätter att bevaka och återkoppla eventuella förändringar och skärpningar av lagkrav.

Familjebostäders remissvar har i huvudsak följande lydelse (bilaga 5):

Familjebostäder välkomnar ett nytt kommunikationsprogram. Programmet skulle stärkas ytterligare genom klarare struktur, tydligare målformuleringar och enhetlighet i val av attribut för kommunikationen, detaljerade synpunkter återfinns i bolagets remissvar i sin

helhet. Bolaget menar att frågan om digitalisering och AI bör ha en tydligare ansats i de möjligheter som skapas med den nya tekniken.

Stockholm Business Region ABs remissvar har i huvudsak följande lydelse (bilaga 6):
Stockholm Business Region är positiv till förslag av kommunikationsprogram. Förslaget bidrar till ökad tydlighet och att Stockholms varumärke och position kan stärkas.

AB Stokabs remissvar har i huvudsak följande lydelse (bilaga 7):
Stokab tillstyrker förslaget. Stokab anser dock att nuvarande kommunikationsprogram tydligare definierar själva kommunikationsuppdraget för respektive intern målgrupp genom tydliga underrubriker. I förslaget till nytt program har ledningsgruppens ansvar för kommunikationen försvunnit. Stokab anser att det vore förtjänstfullt att tydliggöra detta ansvar då ledningsgrupperna har påverkan på den löpande verksamhetens kommunikation.

Micasa Fastigheter i Stockholm ABs remissvar har i huvudsak följande lydelse (bilaga 8):
Micasa Fastigheter ställer sig i det hela positiv till förslaget och har inga ytterligare kommentarer.

Kulturhuset Stadsteatern AB remissvar har i huvudsak följande lydelse (bilaga 9):
Bolaget ställer sig bakom programmet och framför att det ligger i linje med Kulturhuset Stadsteaterns inriktning avseende kommunikationsområdet.

Bostadsförmedlingen i Stockholm AB remissvar har i huvudsak följande lydelse (bilaga 10):
Bostadsförmedlingen stödjer förslaget. Bolaget menar att det är positivt att programmet innehåller en mer utförlig beskrivning jämfört med tidigare av hur kommunikationen ska göras inkluderande. Bolaget framhåller att det är viktigt att överväga hur fortsatt arbete med programmet kan omfatta artificiell intelligens på ett mer utvecklat sätt.

Koncernledningens synpunkter

Koncernledningen välkomnar förslaget och anser att det på ett bra sätt omhändertar de aspekter som berör offentliga organisationers kommunikationsarbete.

Gällande bolagens kommunikation så lyfts det i programmet kopplat till stadens grafiska profil. Det är bra att programmet slår fast att bolagen har egna grafiska profiler samt att de använder andra verktyg för att visa att de är en del av Stockholms stad.

Koncernledningen anser dock att denna del av programmet skulle kunna förtydligas och utvecklas. Det är viktigt att bolagen uppfattas som en del av Stockholms stad, samtidigt som de har ett behov av att kommunicera sina egna varumärken. Bolagens roll i stadens samlade kommunikation kan tydliggöras bättre.

Programmet lyfter på ett förtjänstfullt sätt utmaningarna som kommer med teknikutvecklingen, exemplifierat med bland annat den snabba utvecklingstakt som sker inom AI-området. Koncernledningen anser att denna del bör utvecklas. AI är en aspekt som i allt större grad påverkar all kommunikation, vilket belyser behovet av en rad principiella ställningstagande gällande såväl egen användning av den typen av teknik, som hur det offentliga förhåller sig till AI-genererad kommunikation som kan tänkas

påverka verksamheterna. Möjligtvis bör stadens kommunikativa förhållningsätt gällande AI utvecklas i särskild ordning.

Sammanfattningsvis bedömer koncernledningen att programmet på ett positivt sätt bidrar till nämnders och bolagsstyrelsers förmåga till en ändamålsenlig och effektiv kommunikation. Vidare ger det ett bra övergripande stöd samt vägledning för förvaltningar och bolag i deras strategiska och operativa kommunikationsarbete inom ramen för stadens samlade kommunikationsarbete.

För kompletterande och mer utförliga synpunkter kring remissen hänvisar koncernledningen till dotterbolagens remissvar.

Anette Scheibe Lorentzi
Vice VD

Bilagor

1. Stockholms shems remissvar
2. Stockholm Parkerings remissvar
3. Svenska Bostäders remissvar
4. SISABs remissvar
5. Familjebostäders remissvar
6. Stockholm Business Regions remissvar
7. Stokabs remissvar
8. Micasa Fastigheters remissvar
9. Kulturhuset Stadsteaterns remissvar
10. Bostadsförmedlingens remissvar

Attesterat av

Detta dokument har godkänts digitalt av följande personer:

Namn	Datum
Anette Scheibe Lorentzi, Vice VD	2024-04-23