

Protokoll 5/2024

fört vid Norra innerstadens stadsdelsnämnds sammanträde
torsdagen den 18 april 2024 kl. 18:00-20:00, Väderkvarnens
samlingsal, Brunngatan 26

Ledamöter

Petter Martinsson (S) Ordförande
Petra Gardos Ek (M) 1:e vice ordförande
Bo Magnusson (MP) 2:e vice ordförande
Anna Ekström (S)
Bengt-Olov Tengmark (S)
Noor Karim Löfgren (S)
Tomas Dillén (V)
Camille Gelfgren (V)
Amelie Langby (M)
Magnus Granat (M)
Anders Lindman (SD)
Linnéa Sandström Lange (L)
Daniele Fava (C)

Ersättare

Fredrik Boeke (S)
Sanna Eliasson (S)
Ola Olsson (S)
Luna Recabarren (S)
Jaime Barrios (V)
Maria Walter (MP)
Fredrik Strömsten (M)
Douglas Ahlberg (M)
Ann-Christine Carlberg (SD)
Göran Råsmar (C)
Gaby Roseen (KD)

Övriga närvarande

Jesper Ackinger Stadsdelsdirektör
Adam Berglund Förvaltningssekreterare
Karin Ekrin Avdelningschef
Anders Forsberg Avdelningschef
Gosia Holmberg Avdelningschef
Maria Härenstam Avdelningschef
Helena Näslund Avdelningschef
Cornelia Schroeder Lundberg Avdelningschef
Nina Svensson Nämndsekreterare
Helena Wiberg Avdelningschef
Hanna Wirde Avdelningschef

Paragraf §15

Sekreterare Nina Svensson

§ 15**Remiss av Kommunikationsprogram för Stockholms stad**

NI 2024/166

Beslut

Norra innerstadens stadsdelsnämnd godkänner förvaltningens tjänsteutlåtande och överlämnar det till kommunstyrelsen som svar på remissen.

Sammanfattning av ärendet

Norra innerstadens stadsdelsnämnd har fått en remiss av kommunstyrelsen för yttrande senast den 29 april 2024. Remissen består i ett reviderat kommunikationsprogram för Stockholms stad. Stockholms stads kommunikationsprogram är ett styrande dokument för nämnders och bolagsstyrelsers kommunikationsarbete. Programmet ska stärka stadens förmåga till en målgruppsanpassad och sammanhållen kommunikation som skapar värde för dagens och morgondagens stockholmare, näringsliv, samarbetspartners, besökare och medarbetare. Kommunikationen ska bidra till att beslut, uppdrag, arbetssätt och stadens utveckling är transparent och tillgänglig för målgrupperna. I programmet beskrivs stadens övergripande kommunikationsmål och huvudbudskap. Programmet lyfter även fram stadens arbete med kriskommunikation.

Förvaltningen ställer sig i huvudsak positiv till det föreslagna kommunikationsprogrammet för Stockholms stad. Förvaltningen lämnar ett antal synpunkter, bland annat vad gäller behovet av att bryta ner och målgruppsanpassa stadens huvudbudskap, önskemål om tydligare skrivningar vad gäller ansvars- och rollfördelning inom staden samt vikten av strategisk och strukturerad intern kommunikation.

Ersätтарыttranden

Gaby Roseen (KD) lämnar följande ersätтарыttrande till protokollet:

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.

Stadens kommunikationsprogram är i grunden en förutsättning för en enhetlig och strukturerad kommunikation såväl internt inom organisationen som externt gentemot entreprenörer, medborgare eller andra myndigheter. Det bidrar till effektivitet och möjliggör samverkan. På senare år har däremot 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. Att våra förvaltningars och bolags kommunikation ska vara korrekt, enkel att förstå och enkel att tillgå delar vi till fullo. Likaså att de ska 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 kommunikationsprogram 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.

Handlingar i ärendet

- NI 2024/166-2 Svar på remiss av kommunikationsprogram för Stockholms stad
- NI 2024/166-1.2 Bilaga 1. Kommunikationsprogram för Stockholms stad
- NI 2024/166-1.1 Bilaga 2. Stadsledningskontorets tjänsteutlåtande

Signerat av

Detta dokument har signerats digitalt av följande personer

Namn	Datum
Pétra Helena,Gardos Ek	2024-04-25
Alf Petter Henrik,Martinsson	2024-04-25