

Återremissyrkande

Demokraterna, Moderaterna, Liberalerna,
Kristdemokraterna

Datum 2025-03-21

Ärendenummer SLK-2024-01187

Yrkande angående – Revidering av Göteborgs Stads riktlinje för kommunikation samt redovisning av två uppdrag om köp av externt upphandlad kommunikation, varumärkesbyggande och marknadsföring

Förslag till beslut

I kommunstyrelsen och kommunfullmäktige:

1. Göteborgs Stads riktlinje för kommunikation återremitteras till kommunstyrelsen för att utvärdera och föreslå revidering av stadens styrdokument med syfte att Göteborgs Stad framför allt ska kommunicera saklig och opartisk myndighetsinformation.
2. Göteborgs Stads policy för kommunikation (kommunfullmäktige 2019-12-10 § 6) upphör *inte* att gälla.

I kommunstyrelsen:

1. Redovisning av kommunstyrelsens uppdrag 2024-02-21 § 154 punkt 3 till stadsledningskontoret, att återkomma med konkreta åtgärder för att tydligt minska den totala mängden externt upphandlad kommunikation, antecknas och förklaras fullgjort.
3. Redovisning av kommunstyrelsens uppdrag 2024-02-21 § 154 punkt 4 till stadsledningskontoret, att genomföra en översyn av hur resurser som läggs på varumärkesbyggande och marknadsföring kan effektiviseras och minskas i Göteborgs Stad *återremitteras* till kommunstyrelsen för en ny fördjupad utredning. Den fördjupade utredningen ska utvärdera nämnder och bolags närvaro på sociala medier, med särskild hänsyn till syfte, innehåll och effektivitet. Resultatet ska redovisas tillsammans med förslag på eventuella förändringar, inklusive möjlig avveckling.
4. Stadsledningskontoret får i uppdrag att avveckla nättidningen ”Vårt Göteborg”.

Yrkande

Göteborgs Stad måste prioritera saklig och opartisk myndighetsinformation samt effektivisera sin kommunikation. Stadsledningskontorets utredning visar att staden 2024 lade 268 mnkr på kommunikation, varav en stor del utanför ramavtal. En skärpt inköpsstyrning och ökad beställarkompetens behövs för att minska kostnaderna utan att påverka viktig samhällsinformation.

Den föreslagna revideringen av riktlinjerna tydliggör att nämnder och styrelser ska arbeta strategiskt med kommunikation och noga pröva behovet av externt upphandlade tjänster.

Vi anser dock att styrningen bör skärpas ytterligare för att säkerställa att kommunikation enbart sker utifrån stadens kärnuppdrag.

För att säkerställa en tydlig, effektiv och ändamålsenlig kommunikationsstrategi bedömer vi att det finns ytterligare möjligheter att minska resursåtgången inom kommunikationen. Vi föreslår därför att samtliga nämnder och styrelser genomför en fördjupad utredning av sina verksamheters närvaro på sociala medier. Utredningen ska särskilt beakta syfte, innehåll och effektivitet. Resultatet ska redovisas tillsammans med förslag på eventuella förändringar, inklusive möjlig avveckling av konton där närvaron inte anses motiverad. Detta minskar tidsåtgång och säkerställer en enhetlig kommunikationsstrategi.

Dessutom framgår det att stadens webbplats har ca 45 000 besökare per dag, medan "Vårt Göteborg" endast har 50 000–60 000 per månad. För att minska dubbelarbete och onödig administration bör nättidningen avvecklas och resurserna omfördelas till stadens primära kanaler.

Mot denna bakgrund bör ärendet återremitteras för att ytterligare minska kommunikationskostnaderna, skärpa styrningen och säkerställa att stadens information är saklig, effektiv och ändamålsenlig.

Tilläggsyrkande
2025-02-21
Rev 2025-03-21



SLK-2024-01187

Tilläggsyrkande angående Revidering av Göteborgs Stads riktlinje för kommunikation samt redovisning av två uppdrag om köp av externt upphandlad kommunikation, varumärkesbyggande och marknadsföring

Förslag till beslut

I kommunstyrelsen och kommunfullmäktige:

1. I den reviderade riktlinjen för kommunikation ska följande mening läggas till under avsnittet 'Göteborgs Stads information och kommunikation är enhetlig och effektiv' på sidan 8: *"Göteborgs Stad ska inte använda bilder eller visuellt material där unga kvinnor och barn bär slöja."*

I kommunstyrelsen:

1. Kommunstyrelsen får i uppdrag att inventera samtliga sociala medier-konton som hanteras av Göteborgs Stad, redovisa hur dessa används och vilka resurser som krävs för deras hantering.

Yrkandet

Det är positivt att Göteborgs Stad i det reviderade styrdokumentet begränsar andelen särprofilerade varumärken för att skapa en mer enhetlig kommunikation och undvika onödiga utgifter. Samtidigt kvarstår en stor mängd sociala medier-konton inom stadens verksamheter, ofta hanterade av anställda som inte är kommunikatörer.

Sverigedemokraterna har i ett tidigare yrkande betonat vikten av att skala ner antalet digitala kommunikationskanaler och fokusera på stadens kärnuppdrag. För att ta ett första steg i denna riktning krävs en fullständig inventering och återrapporering av hur stadens sociala medier används och vilka resurser som krävs för att hantera dem.

Vidare är det oroväckande att Göteborgs Stad stundvis använder bilder på unga kvinnor och barn i slöja i sin kommunikation, vilket är ett plagg som i många fall är en symbol för kvinnoförtryck. För många flickor och unga

kvinnor är slöjan inte ett fritt val, utan något som påtvingas dem genom sociala, kulturella eller religiösa normer. Genom att avstå från att använda sådana bilder i stadens kommunikation tar Göteborgs Stad tydligt avstånd från uttryck som kan förknippas med begränsningar av flickors och kvinnors frihet. Offentlig kommunikation ska inte legitimera förtryckande strukturer, utan spegla en fri och jämställd samhällsvision."



Tjänsteutlåtande

Utfärdat 2025-01-30

Ärendenummer SLK-2024-01187

Handläggare

Lisa Berlin, Magnus Junsäter

Telefon: 031-368 05 09, 031-368 02 27

E-post: fornamn.efternamn@stadshuset.goteborg.se

Revidering av Göteborgs Stads riktlinje för kommunikation samt redovisning av två uppdrag om köp av externt upphandlad kommunikation, varumärkesbyggande och marknadsföring

Förslag till beslut

I kommunstyrelsen och kommunfullmäktige:

1. Göteborgs Stads riktlinje för kommunikation revideras i enlighet med bilaga 4 till stadsledningskontorets tjänsteutlåtande.
2. Göteborgs Stads policy för kommunikation (kommunfullmäktige 2019-12-10 § 6) upphör att gälla.

I kommunstyrelsen:

1. Redovisning av kommunstyrelsens uppdrag 2024-02-21 § 154 punkt 3 till stadsledningskontoret, att återkomma med konkreta åtgärder för att tydligt minska den totala mängden externt upphandlad kommunikation, antecknas och förklaras fullgjort.
2. Redovisning av kommunstyrelsens uppdrag 2024-02-21 § 154 punkt 4 till stadsledningskontoret, att genomföra en översyn av hur resurser som läggs på varumärkesbyggande och marknadsföring kan effektiviseras och minskas i Göteborgs Stad, antecknas och förklaras fullgjort.

Sammanfattning

Kommunstyrelsen beslutade 2024-02-21 § 154 att ge stadsledningskontoret i uppdrag att återkomma med konkreta åtgärder för att tydligt minska den totala mängden externt upphandlad kommunikation samt genomföra en översyn av hur resurser som läggs på varumärkesbyggande och marknadsföring kan effektiviseras och minskas. Ett viktigt verktyg på kommuncentral nivå för att möta de givna uppdragen är att se över den övergripande styrningen i staden. Därmed har uppdragen hanterats tillsammans med redan identifierat behov att revidera styrningen inom kommunikationsområdet.

I ärendet redovisas uppgifter avseende stadens inköp inom område kommunikation, marknad och PR. Utifrån uppgifterna gör stadsledningskontoret bedömningen att det inte krävs ny styrning inom upphandlingsområdet för att möta de krav som redan finns uppställda i Göteborgs Stads riktlinje för inköp och upphandling. I stället betonas bland annat vikten av efterlevnad av beslutad styrning och att höja inköpsmognad och beställarkompetens i staden.

I förslaget till ny riktlinje för kommunikation tydliggörs vad som förväntas av nämnder och styrelser generellt och kommunstyrelsen, nämnden för Intraservice och nämnden för demokrati och medborgarservice specifikt. En tydligare ansvarsfördelning bedöms ge bättre förutsättningar för effektiva arbetssätt. I förslaget till reviderad riktlinje för kommunikation finns även skrivningar som förstärker nämnders och styrelserns ansvar för att arbeta strategiskt med kommunikationsinsatser, det vill säga att planera, genomföra, följa upp och utvärdera kommunikationsinsatser i förhållande till verksamhetens uppdrag och mål. I förslag till riktlinje ställs krav på nämnder och styrelser att noga pröva behovet av så väl köp av externa kommunikationstjänster som marknadsföring.

Stadsledningskontorets bedömning är att den förändring som görs i styrningen, tillsammans med andra åtgärder beskrivna i tjänsteutlåtandet, svarar upp mot uppdragen att minska köp av externa kommunikationstjänster samt att minska resurser som läggs på marknadsföring och varumärkesarbete. Vidare bedöms övriga justeringar i riktlinje för kommunikation samt upphörande av policy för kommunikation bidra till en mer ändamålsenlig styrmiljö.

Bedömning ur ekonomisk dimension

Det ingår i varje enskild nämnds och styrelses mandat att göra de inköp eller utforma de kommunikationsinsatser som de bedömer behövs för genomförandet av sina respektive uppdrag. Kommunfullmäktige beslutade 2024-04-25 § 155 att ge samtliga nämnder och styrelser i uppdrag att aktivt överväga möjligheter till ökat samutnyttjande av resurser inom kommunikationsområdet. I yrkandet som ligger till grund för beslutet finns även skrivningar som förstärker att stadens totala kostnader för externt upphandlad kommunikation kan minska genom införandet av åtgärder som nämnder och styrelser själva förfogar över. Kommunfullmäktige gav även ett uppdrag i budget 2025 att nämnder och styrelser ska minska administrativa arbetsuppgifter och kostnader och att besparingen även ska innefatta marknadsföring. Därutöver framgår av kommunfullmäktiges budget 2025 att arbetet för att väsentligt minska andelen timanställda och arbetstid som utförs av konsulter ska fortsätta.

För att uppnå en ökad resurseffektivitet bedömer stadsledningskontoret att nämnder och styrelser både behöver se över hur och vilken kommunikation som produceras samt öka effektiviteten i användandet av egna och stadeninterna resurser exempelvis genom att samordna kommunikationsinsatser och samnyttja resurser.

Stadsledningskontoret bedömer även att de förstärkta skrivningarna i förslaget till ny riktlinje för kommunikation om att noga överväga såväl köp av externa kommunikationstjänster som behovet av marknadsföring och varumärkesarbete tydliggör för nämnder och styrelser hur och vilka kommunikationsinsatser som ska prioriteras. Förslaget till ny riktlinje innehåller dessutom förstärkta skrivningar om vikten av att kommunikationsinsatser noga värderas i förhållande till nyttan samt sker så resurseffektivt som möjligt. Sammantaget bedöms detta kunna bidra till att mindre resurser läggs på just marknadsföring och varumärkesbyggande.

Bedömning ur ekologisk dimension

Stadsledningskontoret har inte funnit några särskilda aspekter på frågan utifrån denna dimension.

Bedömning ur social dimension

Göteborgs Stads samlade kommunikation både internt och externt är viktig utifrån den sociala dimensionen, inte minst ur ett demokratiperspektiv. Stadens målgrupper behöver till exempel ha kännedom om den verksamhet som erbjuds och hur den fungerar.

Kommunikationen behöver anpassas både vad gäller innehåll och kanalval för att nå ut till olika målgrupper. I förslaget till reviderad riktlinje för kommunikation förtydligas kraven på att information och kommunikation från staden ska vara tillgänglig och inkluderande för alla. Det tydliggörs att stadens kommunikation ska vara utformad så att olika målgrupper kan ta del av och förstå informationen, exempelvis utifrån funktionsnedsättning, ålder eller utifrån att tillhöra en nationell minoritet.

Bilagor

1. Kommunstyrelsens protokollsutdrag 2024-02-21 § 154
2. Gällande Göteborgs Stads riktlinje för kommunikation
3. Göteborgs Stads policy för kommunikation
4. Förslag till reviderad Göteborgs Stads riktlinje för kommunikation

Ärendet

I ärendet lämnar stadsledningskontoret förslag till reviderad styrning på kommunikationsområdet. Kommunstyrelsen beslutade 2024-02-21 § 154 att ge stadsledningskontoret i uppdrag att återkomma med konkreta åtgärder för att tydligt minska den totala mängden externt upphandlad kommunikation (punkt 3) samt genomföra en översyn av hur resurser som läggs på varumärkesbyggande och marknadsföring kan effektiviseras och minskas i Göteborgs Stad (punkt 4). Ärendet är också en återrapportering av dessa uppdrag.

Beskrivning av ärendet

Stadsledningskontoret har sedan tidigare identifierat ett behov av att revidera styrningen på kommunikationsområdet. Detta lyftes i redovisningen av uppdragen att utreda hur stadens kommunikationsarbete kan effektiviseras (SLK-2023-01017). Ett viktigt verktyg på kommuncentral nivå för att påverka nämnder och styrelser i den riktning som framgår av uppdragen är att se över den stadenövergripande styrningen. Uppdragen har därför hanterats tillsammans med det redan identifierade behovet att revidera styrningen inom kommunikationsområdet och redovisas i detta ärende tillsammans med förslag till reviderad riktlinje för kommunikation.

För att inhämta synpunkter på revideringen av riktlinjen för kommunikation från förvaltningar och bolag har stadsledningskontoret haft avstämningar i nätverket för stadens kommunikationschefer.

Angränsande uppdrag

Kommunstyrelsen beslutade 2024-02-21 § 154, punkt 2 att ge stadsledningskontoret i uppdrag att i samverkan med nämnden för Intraservice och nämnden för demokrati och medborgarservice återkomma med förslag på hur delar av de centrala kommunikationsfunktionerna kan organiseras under en eller två nämnder i stället för tre som idag. Det uppdraget redovisas i ett separat ärende (SLK-2024-00326). Om kommunfullmäktige fattar beslut om en förändrad ansvarsfördelning mellan berörda nämnder behöver följdändringar göras i förslaget till ny riktlinje för kommunikation.

Kommunfullmäktige beslutade 2024-04-25 § 155 att ge samtliga nämnder och styrelser i uppdrag att aktivt överväga möjligheter till ökat samutnyttjande av resurser inom kommunikationsområdet.

I budget för 2025 uppdrar kommunfullmäktige 2025-11-07 § 451 nämnder och styrelser att minska administrativa arbetsuppgifter och kostnader och att besparingen även ska innefatta marknadsföring. Därutöver framgår av kommunfullmäktiges budget 2025 att arbetet för att väsentligt minska andelen timanställda och arbetstid som utförs av konsulter ska fortsätta.

Externt upphandlad kommunikation, varumärkesbyggande och marknadsföring

Stadsledningskontoret har fått i uppdrag av kommunstyrelsen att återkomma med konkreta åtgärder för att tydligt minska den totala mängden externt upphandlad kommunikation samt genomföra en översyn av hur resurser som läggs på varumärkesbyggande och marknadsföring kan effektiviseras och minskas i Göteborgs Stad.

Stadsledningskontoret har haft som utgångspunkt i sitt arbete att uppdragen syftar till att minska mängden producerad kommunikation totalt sett, där externt upphandlade kommunikationstjänster inom marknadsföring och varumärkesarbete är särskilt utpekade.

Verksamhetens uppdrag inom marknadsföring och varumärkesarbete

Det uppdrag som lämnats avseende att effektivisera och minska mängden resurser som läggs på marknadsföring och varumärke behöver ställas i relation till de uppdrag om marknadsföring och varumärkesarbete som kommunfullmäktige i olika sammanhang har gett framför allt till några bolagsstyrelser men också nämnder.

Kommunfullmäktige har genom ägardirektiv gett några bolag i uppdrag att marknadsföra Göteborg ur olika aspekter, men också att vårda och utveckla varumärket. De bolag som främst är berörda av detta är Göteborg & Co AB, Business Region Göteborg AB, Got Event AB och Göteborgs Hamn AB.

Kommunfullmäktige har också i några program och planer lämnat uppdrag till flera nämnder och styrelser som handlar om marknadsföring och att stärka stadens varumärke/arbetsgivarvarumärke. De program och planer som tydligast omfattar styrning om marknadsföring och varumärke/arbetsgivarvarumärke är Näringslivsstrategiska programmet 2023-2035, Göteborgs Stads program för destinationsutveckling 2023-2030 och Göteborgs Stads plan för kompetensförsörjning 2024-2026.

Utöver rena uppdrag om marknadsföring och varumärkesarbete bedriver flera bolag och förvaltningar verksamhet på en konkurrensutsatt marknad och/eller verksamhet som är beroende av intäktsfinansiering och som behöver göras känd genom marknadsföring och varumärkesarbete. Detta gäller exempelvis kulturförvaltningen, Liseberg AB, Göteborg Energi AB och Stadsteatern AB.

Användande av externt upphandlade kommunikationstjänster

Göteborgs Stads riktlinje för inköp och upphandling anger att det inför ett inköp ska undersökas om staden har möjlighet att tillgodose behovet med egna resurser innan inköpet görs externt. Det kan handla om resurser inom egen förvaltning eller bolag, men också om andra verksamheter inom staden som har ett uppdrag att tillhandahålla eller samordna varor och tjänster till övriga verksamheter. När det gäller tjänster inom kommunikation kan sådana köpas internt av enheten Visuellt kommunikation på förvaltningen Intracommunity. Vissa begränsningar kan dock finnas i möjligheten att köpa tjänster internt eftersom anskaffning mellan olika bolag eller mellan bolag och förvaltning ibland kan vara upphandlingspliktiga.

Stadsledningskontoret har i tidigare ärenden om uppdrag att minska konsultkostnader (dnr 0128/22 och dnr 0545/23) redovisat orsaker till att stadens verksamheter anlitar konsulter av olika slag. Det kan exempelvis handla om att det finns behov av särskild specialistkompetens som inte finns i den egna organisationen, främst på grund av att det är kompetenser där det inte finns ett stadigvarande behov, men kan även bero på att det är bristyrken på arbetsmarknaden och att det inte varit möjligt att rekrytera.

Inköp av externa kommunikationstjänster

Av Göteborgs Stads riktlinje för inköp och upphandling framgår att nämnder och styrelser ansvarar för att upphandlade stadengemensamma ramavtal eller dynamiska inköpssystem används.

Det framgår vidare att nämnder och styrelser ansvarar för att säkra och stärka inköps- och beställarkompetensen samt att utveckla och förbättra inköpsmognaden i sina respektive förvaltningar och bolag.

Stadsledningskontoret har inhämtat uppgifter avseende inköp inom kommunikationsområdet från inköp och upphandlingsförvaltningen. Inhämtade uppgifter har sin grund i spendrapporter, vilka är årliga sammanställningar av Göteborgs Stads samlade inköp. Rapporterna omfattar samtliga utbetalningar som gjorts föregående år. Syftet med en spendrapport är att skapa en överblick över inköpen för att kunna användas som faktabaserad grund för det inköpsstrategiska arbetet i staden. I spendrapporterna inkluderas alla inköp oavsett om det är fråga om köp på ett ramavtal, en direktupphandling, en entreprenadupphandling, ett lokalt avtal etcetera. Inom spend används kategoriträd för kategorisering av samtliga utbetalningar. Inom kategorin Administrativa & Externa tjänster finns området marknad, kommunikation och PR, vilket bland annat innefattar kommunikationstjänster, medieförmedling, marknads-, opinions- och attitydundersökningar, tryckeritjänster och utställningsmaterial. Viktigt att påpeka är att inköp inom område marknad, kommunikation och PR inte givet rör sig om marknadsföring eller varumärkesarbete. Det kan exempelvis vara kommunikationstjänster i form av samhällsinformation eller information om stadens utbud och tjänster.

Tabellen nedan visar en översiktlig bild av inköpsvolymen inom område marknad, kommunikation och PR under perioden 2020-2024. I tabellen visas även kostnader för köp från ramavtalsleverantörer inom delområdena kommunikationstjänster och medieförmedling för samma period. Kommunikationstjänster innefattar bland annat strategisk kommunikation, produktionsbyrå och marknadsförings- och kommunikationstjänster. Medieförmedling är medieförmedlingstjänster inom olika mediekanaler som exempelvis radioreklam, direktreklam och digitala och sociala medier.

	2020	2021	2022	2023	2024 (preliminära siffror)
Område marknad, kommunikation och PR i helhet	210,4 mnkr	263,1 mnkr	315,9 mnkr	325 mnkr	268 mnkr
Ramavtalsleverantör inom kommunikationstjänster och medieförmedling	94,9 mnkr	136,4 mnkr	167,4 mnkr	157,6 mnkr	114 mnkr

Tabell 1 Ovan visas totala inköpsvolymen som registrerats inom område marknad, kommunikation och PR från spendrapport. Detta område omfattar kommunikationstjänster och medieförmedling, men även marknads-, opinions- och attitydundersökningar, tryckeritjänster och utställningsmaterial samt okategoriserade utbetalningar. Siffrorna för 2024 är preliminära siffror.

Vid en nedbrytning av underlaget görs ett antal iakttagelser. När det gäller omfattningen av de totala inköpen inom området är det förvaltningar eller bolag som har marknadsföring inom sitt uppdrag eller agerar på en konkurrensutsatt marknad som har de högsta kostnaderna. Liseberg AB, Göteborgs Energi AB, Göteborg & Co AB, Göteborgs Hamn AB och kulturförvaltningen står exempelvis för närmare 50 % av inköpen inom område marknad, kommunikation och PR under perioden 2020-2024. De preliminära siffrorna för 2024 visar en minskning av utbetalningar jämfört med 2022 och 2023.

Jämfört med 2023 är minskningen 57 mnkr, och tre fjärdedelar av denna minskning kan härledas till de fem bolag eller förvaltningar som har mest utbetalningar i område marknad, kommunikation och PR. Att det är högre belopp som utbetalats för åren 2022 och 2023 beror till stor del på riktade marknadsföringsinsatser relaterade till Göteborgs 400 års-jubileum, Lisebergs 100-årsjubileum, Hotell Curiosa samt Oceana. Detta visar hur stor påverkan de större aktörerna har på den totala kostnaden avseende kommunikationsinsatser och marknadsföring.

Av de totala inköpen som genomförts inom område marknad, kommunikation och PR under perioden 2020 till 2024 är drygt 40 % från andra leverantörer än de som har ramavtal inom området. Av uppgifterna framgår inte varför det görs avsteg från ramavtalsleverantörerna. Många av de inköp som gjorts utanför ramavtalsleverantörerna består av relativt låga belopp från ett stort antal leverantörer. Även om det inte är höga belopp per faktura blir den totala kostnadsbilden relativt hög i förhållande till de inköp som görs genom ramavtal. Merparten av dessa köp är inte heller möjliga att gruppera till en specifik typ av tjänst, utan spänner brett i vilken typ av tjänster som det kan röra sig om. Att döma av underlaget verkar det också till viss del kunna röra sig om varor och tjänster som inte nödvändigtvis kan definieras som inköp inom marknad, kommunikation och PR. Underlaget visar dock att de utbetalningar som är kategoriserade inom delområdena kommunikationstjänster och medieförmedling i stor utsträckning är avropade från ramavtalsleverantörer.

Från och med 2024 började nya ramavtal inom område marknad, kommunikation och PR att gälla. De nya ramavtalen innehåller, till skillnad från tidigare ramavtal, möjligheter till förenklad hantering av förnyade konkurrensutsättningar (FKU) på avtalsbelopp upp till 200 000 kronor. Detta skulle kunna minska antalet köp utanför ramavtal, då det i många fall kan upplevas administrativt tungt med normalt förfarande av FKU när det rör avtal på mindre belopp. De preliminära siffrorna för 2024 visar inte att de nya ramavtalen gett några direkta effekter avseende mängden leverantörer och avrop utifrån ramavtal. Det kan dock ta tid innan effekter av förändrade ramavtal syns. Detta bland annat utifrån att löptider på direktupphandlade avtal behöver avslutas innan nya avrop kan göras genom ramavtalen.

Samnyttjande av resurser inom kommunikationsområdet

Kommunfullmäktige beslutade 2024-04-25 § 155 att ge samtliga nämnder och styrelser i uppdrag att aktivt överväga möjligheter till ökat samutnyttjande av resurser inom kommunikationsområdet. För att minska behovet av externa inköp av kommunikationstjänster bör intern kompetens i organisationen användas i så hög utsträckning som möjligt. En genomgång av nämnders och styrelseras rapportering av hur uppdraget tagits om hand visar på att flera förvaltningar och bolag samordnar sitt kommunikationsarbete på olika sätt. Det är främst förvaltningar och bolag med liknande uppdrag eller bolag inom en koncern som redovisar både etablerade och nya arbetssätt för samordning inom kommunikationsområdet. Detta ger indikationer på att det finns en ambition att effektivisera genom ökad samverkan i staden.

Styrning som verktyg för att minska köp av externa kommunikationstjänster samt effektivisera marknadsföring och varumärkesarbete

Ett viktigt verktyg på en stadenövergripande nivå för att påverka nämnder och styrelser att minska köp av externa kommunikationstjänster samt effektivisera marknadsföring och varumärkesarbete är styrning.

I detta ärende föreslås en revidering av styrningen inom kommunikationsområdet, där riktlinjen för kommunikation kompletteras med skrivningar som syftar till att uppnå detta.

Behov av förändrad styrning på kommunikationsområdet

Göteborgs Stads policy för kommunikation samt Göteborgs Stads riktlinje för kommunikation beslutades vid kommunfullmäktiges sammanträde 2019-12-10 § 6. Det har sedan detta beslut endast genomförts mindre redaktionella förändringar i de båda dokumenten. I policy för kommunikation fastställs ett antal grundläggande principer inom kommunikation. Vad dessa principer innebär för verksamheten konkretiseras i riktlinjen för kommunikation. I återslagrapporteringen av uppdragen om hur stadens kommunikationsverksamhet kan effektiviseras (kommunstyrelsen 2024-02-21 § 154) pekades på behovet av att se över policy samt riktlinje för kommunikation. Att stärka styrningen över användandet av digitala kanaler och sociala medier, men också att se över innehåll och styrning i övrigt är rätt avvägd, ändamålsenlig och effektiv var delar som lyftes. En tydligare styrning bedömdes kunna bidra till ökad följsamhet och därmed effektivare arbetssätt.

En utgångspunkt i revideringen av styrningen är att säkerställa en ändamålsenlig styrmiljö. Nuvarande policys skrivningar återges i sin helhet i riktlinjen. Utifrån ett styrperspektiv är det viktigt att säkerställa att den styrning som ska åstadkommas ligger på rätt detaljeringsnivå, vilket i detta fall bedöms vara inom ramen för en riktlinje. Fokus har därmed varit på att revidera riktlinjen för kommunikation, och i förlängningen har bedömningen gjorts att en policy för kommunikation inte är nödvändig då styrningen inom området omhändertas i riktlinjen. Utöver policy och riktlinje för kommunikation finns även styrdokumentet riktlinje för kriskommunikation samt anvisning för politikers medverkan i stadens kanaler och stadens kontakter med massmedia. Bedömningen är att det inte finns skäl att se över dessa två styrdokument inom ramen för denna utredning.

Innehållet i den befintliga styrningen så som den uttrycks i nuvarande policy och riktlinje finns till stora delar kvar i förslaget till reviderad riktlinje. En viktig skillnad är att innehållet har strukturerats på ett annat sätt och att den reglerande styrningen har renodlats. Detta för att tydliggöra vad som förväntas av nämnder och styrelser och därmed öka förutsättningarna för efterlevnad av den beslutade styrningen. Förslaget till reviderad riktlinje har vidare utformats så att den följer stadens bestämmelser kring reglerande styrande dokument och har förts in i stadens mall för riktlinjer.

De grundläggande principerna har utvecklats och är färre till antalet för att skapa en tydlighet i vad som är de viktigaste utgångspunkterna för stadens kommunikationsarbete. Nya och utvecklade skrivningar om nämnders och styrelserns ansvar för att stadens kommunikation ska vara tillgänglig och inkluderande samt enhetlig och effektiv har också lagts till.

I tidigare utredning om hur stadens kommunikationsarbete kan effektiviseras (SLK-2023-01017) framkom också behov av tydligare ansvarsfördelning gällande vad som förväntas av nämnder och styrelser generellt och kommunstyrelsen, nämnden för Intraservice och nämnden för demokrati och medborgarservice specifikt. Detta har omhändertagits i förslaget till ny riktlinje genom att tydligt peka på nämnders och styrelserns ansvar. I angränsande uppdrag om att komma med förslag på hur stadens centrala kommunikationsfunktioner kan organiseras i en eller två nämnder (SLK-2024-00326) föreslås förändringar i ansvarsfördelning mellan kommunstyrelsen,

nämnden för Intraservice och nämnden för demokrati och medborgarservice. De föreslagna förändringarna syftar bland annat till att tydliggöra roller och ansvar.

Kommunikationsinsatser utifrån uppdrag, nytta och resursanvändning

I förslag till ny riktlinje betonas vikten av att arbeta strategiskt med kommunikation genom att planera, följa upp och utvärdera kommunikationsinsatser i förhållande till verksamhetens uppdrag och mål så att dessa är väl avvägda i förhållande till nytta och resursanvändning. Med detta tillkommer även mer riktade skrivningar avseende nämnders och styrelser ansvar att noga pröva behovet av att köpa externa kommunikationstjänster samt att utifrån sina uppdrag noga pröva behovet av kommunikationsinsatser som syftar till marknadsföring.

Ytterligare behov av stöd och styrning

I redovisningen av ärendet om hur stadens kommunikationsarbete kan effektiviseras (SLK-2023-01017) konstaterade stadsledningskontoret att styrningen kring sociala medier behöver stärkas. I förslaget till reviderad riktlinje har flera skrivningar om sociala medier förts in, något som saknas helt i nu gällande riktlinje. Att staden finns i sociala medier är viktigt för att vara tillgänglig och nå olika målgrupper med information och kommunikation. Det poängteras dock i förslaget att sociala medier är ett komplement till andra kanaler, och att det i första hand är stadens gemensamma konton som ska användas. Därutöver pekas på nämnders och styrelser ansvar för att ha rutiner för arbetet med sociala medier. Det finns även sedan tidigare ett omfattande stödmaterial i form av en handbok för sociala medier med tips och råd till förvaltningar och bolag som har tagits fram av stadsledningskontoret.

I förslag till reviderad riktlinje görs även förtydliganden avseende särprofilering. Med särprofilering menas att en verksamhet har möjlighet att ta fram bland annat egen grafisk profil, budskapsplattform (som grundar sig på stadens huvudbudskap) eller egen webbplats för att nå ut med information. I förslaget framgår att beslut avseende särprofilering ligger inom kommunstyrelsens ansvar. Vidare har det lagts till en skrivning att särprofilering innebär att ha en egen grafisk profil, men att ett beslut om särprofilering inte innebär att man kan frånga den styrning som i övrigt finns inom kommunikationsområdet.

Stadsledningskontorets bedömning

Stadsledningskontorets bedömning är att ett viktigt verktyg på kommuncentral nivå för att möta de givna uppdragen är att se över den övergripande styrningen i staden. Därmed har uppdragen hanterats tillsammans med redan identifierat behov att revidera styrningen inom kommunikationsområdet. Stadsledningskontorets bedömning är att den förändring som görs i styrningen svarar upp mot uppdragen att minska köp av externa kommunikationstjänster samt att minska resurser som läggs på marknadsföring och varumärkesarbete.

Uppdrag om köp av externt upphandlad kommunikation, varumärkesbyggande och marknadsföring

Det ingår i varje enskild nämnds eller styrelses mandat att göra de inköp eller utforma de kommunikationsinsatser som de bedömer behövs för genomförandet av sina respektive uppdrag. Kommunfullmäktige beslutade 2024-04-25 § 155 att ge samtliga nämnder och styrelser i Göteborgs Stad i uppdrag att aktivt överväga möjligheter till ökat samutnyttjande av resurser inom kommunikationsområdet.

I yrkandet som ligger till grund för beslutet finns även skrivningar som förstärker att stadens totala kostnader för externt upphandlad kommunikation kan minska genom införandet av åtgärder som nämnder och styrelser själva förfogar över.

Kommunfullmäktige gav även i budget 2025 nämnder och styrelser i uppdrag att minska administrativa arbetsuppgifter och kostnader och att besparingen även ska innefatta marknadsföring. Därutöver framgår av kommunfullmäktiges budget 2025 att arbetet för att väsentligt minska andelen timanställda och arbetstid som utförs av konsulter ska fortsätta. Givna uppdrag från kommunfullmäktige, tillsammans med en förstärkt styrning, bedöms tydligt signalera nämnders och styrelsers ansvar att vara resurseffektiva och återhållsamma i förhållande till köp av externa kommunikationstjänster, marknadsföring och varumärkesarbete.

Stadsledningskontorets ser utifrån de siffror som redovisats från inköp- och upphandlingsförvaltningen inom område marknad, kommunikation och PR att det förekommer många köp utanför ramavtal från flera olika leverantörer.

Stadsledningskontorets bedömning är att det inte krävs ny styrning för att möta de krav som redan finns uppställda i Göteborgs Stads riktlinje för inköp och upphandling. Inköps- och upphandlingsnämnden fick i budget 2024 i uppdrag att i samverkan med kommunstyrelsen följa upp implementeringen av riktlinjen för inköp och upphandling i nämnder och bolagsstyrelser. Uppdraget är planerat att återslagas under våren 2025. Resultatet av uppföljningen skulle kunna påvisa behov av åtgärder vad gäller styrningen inom inköps- och upphandlingsområdet. Stadsledningskontorets bedömning är, oaktat eventuella förändringar i styrning, att det är av stor vikt att beslutad styrning efterlevs. Nämnder och styrelser kan därför behöva höja inköpsmognad och beställarkompetens i sina respektive organisationer. En annan åtgärd inom inköpsområdet kan vara att nämnder och styrelser ser över hur delegationsordning är konstruerad i förhållande till inköp av kommunikationstjänster. Att vara mer strategisk i arbetet med inköp av kommunikationstjänster bör ge mer kostnadseffektiva inköp från av staden godkända leverantörer. Denna typ av åtgärd ligger i linje med vad som framförts i tidigare ärenden om att minska kostnaderna för konsulter i staden (dnr 0128/22 och dnr 0545/23). I dessa ärenden bedömer stadsledningskontoret att det är av central betydelse att förvaltningar och bolag genomför inköpen av konsulttjänster utifrån välgrundade beslut samt att kontrollen över inköpen är god.

Av underlaget framgår vidare att de verksamheter, som har uppdrag att marknadsföra, agerar på en konkurrensutsatt marknad eller har en intäktsfinansierad verksamhet står för en större andel av de utbetalningar som görs till leverantör inom område marknad, kommunikation och PR. Stadsledningskontoret bedömer att detta är rimligt utifrån de uppdrag som kommunfullmäktige givit i olika sammanhang. Det går även se att enskilda satsningar utifrån exempelvis jubileum, får ett stort genomslag på stadens totala kostnader inom området. Den reviderade styrningen som föreslås i ärendet ger en inriktning för alla nämnder och styrelser att noga pröva behov och omfattning av marknadsföring oavsett uppdrag.

Revidering av styrning på kommunikationsområdet

Göteborgs Stad ska inte ha fler styrande dokument än vad som bedöms nödvändigt och ändamålsenligt. Stadsledningskontoret bedömer att stadens policy för kommunikation kan upphöra och att den typ av styrning, genom grundläggande principer för kommunikationsarbetet, som finns i dagens policy för kommunikation, ska integreras i

riktlinjen för kommunikation. De grundläggande principerna som finns i förslag till riktlinje är viktiga ur ett internt perspektiv genom att de sätter ramarna och ger en riktning för stadens kommunikationsarbete. De grundläggande principerna fungerar också i förhållande till externa parter, så som stadens målgrupper och media, då det blir tydligt vad dessa kan förvänta sig av Göteborgs Stads kommunikation.

Ett övergripande syfte med att revidera styrningen på kommunikationsområdet är att uppnå en mer ändamålsenlig styrning för ett mer effektivt kommunikationsarbete. Stadsledningskontoret bedömer att förslaget till ny riktlinje innebär ett tydliggörande av vad som förväntas av nämnder och styrelser generellt och kommunstyrelsen, nämnden för Intraservice och nämnden för demokrati och medborgarservice specifikt. En tydligare ansvarsfördelning bedöms ge bättre förutsättningar för effektiva arbetssätt. Om kommunfullmäktige i samband med hantering av ärende (SLK-2024-00326) skulle fatta beslut om en annan organisering av de centrala kommunikationsfunktionerna än den nuvarande behöver justeringar göras i ansvarsfördelningen så som den beskrivs i förslaget till ny riktlinje för kommunikation.

Stadsledningskontoret kommer under år 2025 utveckla och förtydliga styrningen på en mer detaljerad nivå framför allt när det gäller sociala medier. Det kan exempelvis vara vem som kan fatta beslut om att starta ett konto, tydliggörande av syfte med att använda sociala medier samt vilka lagar och regler som finns att förhålla sig till. Det är även av vikt att säkerställa en korrekt hantering av personuppgifter, där stadens dataskyddsombud ska involveras i arbetet.

Det omfattande stödmaterial som i övrigt finns inom kommunikationsområdet i form av handböcker, exempelvis grafisk manual, handbok för klarspråk och handbok för press och media, bedöms vara ändamålsenligt i förhållande till den beslutade styrningen. Ett mer aktivt arbete med att kommunicera stödmaterial till stadens förvaltningar och bolag bedöms kunna bidra till ett effektivt och ändamålsenligt arbetssätt över staden. Det kommer att genomföras inom ramen för arbetet i stadens gemensamma forum för kommunikation under 2025.

I förslaget till reviderad riktlinje för kommunikation finns skrivningar som förstärker nämnders och styrelserns ansvar för att arbeta strategiskt med kommunikationsinsatser, det vill säga att planera, genomföra, följa upp och utvärdera kommunikationsinsatser i förhållande till verksamhetens uppdrag och mål. I reviderad riktlinje poängteras också att innan inköp av externa kommunikationstjänster sker ska det undersökas om det är möjligt att utföra uppgifterna med egna eller andra resurser inom staden, där det är Visuell kommunikation som säljer kommunikationstjänster internt i staden.

Stadsledningskontorets bedömning är dock att Visuell kommunikation inte kan möta hela det behov som finns av kommunikationstjänster i staden då verksamheten alltid har att förhålla sig till kapacitet och resurser. Anskaffning mellan olika bolag eller mellan bolag och förvaltning kan ibland vara upphandlingspliktiga vilket också är en begränsning i sammanhanget.

Stadsledningskontoret bedömer att samtliga nämnder och styrelser, utifrån sina respektive uppdrag, kan förhålla sig till de krav som föreslås i riktlinjen om att noga pröva behovet av så väl köp av externa kommunikationstjänster som marknadsföring. Vad det konkret innebär i förhållande till den egna verksamhetens uppdrag är upp till respektive nämnd och styrelse att själva värdera.

Det finns flera faktorer som kan påverka bedömningen av om kommunikationsinsatser i form av marknadsföring ska genomföras. Som redogjorts för i ärendet har kommunfullmäktige genom ägardirektiv, program och planer tilldelat flera bolagsstyrelser och i viss mån nämnder uppdrag som handlar om marknadsföring och varumärkesarbete. Några bolag och nämnder agerar också på en konkurrensutsatt marknad och är beroende av intäkter för att finansiera verksamheten. Olika verksamheter har också olika krav på kundrelationer beroende på om dessa är i huvudsak externa eller interna. Samtliga nämnder och bolag behöver också göra en bedömning av en eventuell påverkan på kompetensförsörjningen.

Sammantaget bedömer stadsledningskontoret att reviderad styrning inom kommunikationsområdet, ökad följsamhet gentemot regelverk för inköp och upphandling samt följsamhet mot de uppdrag som givits av kommunfullmäktige bör leda till ett minskat användande av externt upphandlad kommunikation samt effektivisering av varumärkesarbete och marknadsföring. Vidare bedöms övriga justeringar i riktlinje för kommunikation samt upphörande av policy för kommunikation bidra till en mer ändamålsenlig styrmiljö. Stadsledningskontoret bedömer att de uppdrag som är föremål för ärendet kan förklaras fullgjorda.

Lotta Sjöberg

Eva Hessman

Direktör HR och Kommunikation

Stadsdirektör

§ 154 Ärendenummer SLK-2023-01017

Redovisning av uppdrag att utreda hur Göteborgs Stads kommunikationsarbete kan effektiviseras

Beslut

Enligt yrkande från V, S och MP:

1. Redovisning av kommunstyrelsens uppdrag 2023-05-03 § 381 till stadsledningskontoret att närmare utreda hur stadens kommunikationsarbete mer effektivt kan organiseras samt hur styrningen av kommunikationsarbetet kan stärkas, antecknas och förklaras fullgjort.
2. Stadsledningskontoret får i uppdrag att i samverkan med nämnden för intraservice och nämnden för demokrati och medborgarservice återkomma med förslag på hur delar av de centrala kommunikationsfunktionerna kan organiseras under en eller två nämnder istället för tre som idag. Samverkan ska i samband med uppdragets genomförande ske med fackliga parter.
3. Stadsledningskontoret får i uppdrag att återkomma med konkreta åtgärder för att tydligt minska den totala mängden externt upphandlad kommunikation.
4. Stadsledningskontoret får i uppdrag att genomföra en översyn av hur resurser som läggs på varumärkesbyggande och marknadsföring kan effektiviseras och minskas i Göteborgs Stad.

Kommunstyrelsen tillstyrker yrkande från V, S och MP den 16 februari 2024 och föreslår att kommunfullmäktige beslutar:

1. Redovisning av kommunfullmäktiges uppdrag 2022-11-24 § 5 givet i budget 2023 till kommunstyrelsen att utreda hur Göteborgs Stads kommunikationsarbete kan effektiviseras, antecknas och förklaras fullgjort.
2. Samtliga nämnder och styrelser i Göteborgs Stad får i uppdrag att aktivt överväga möjligheter till ökat samutnyttjande av resurser inom kommunikationsområdet. Konsekvenser relaterade till arbetsmiljöaspekter och eventuella upphandlingsregler ska redovisas. Samverkan ska i samband med uppdragets genomförande ske med fackliga parter.

Tidigare behandling

Bordlagt den 10 januari 2024, § 7, den 24 januari 2024, § 61 och den 7 februari 2024, § 111.

Handlingar

Stadsledningskontorets tjänsteutlåtande den 6 december 2023.
Yrkande från SD den 8 januari 2024.



Protokollsutdrag

Sammanträdesdatum: 2024-02-21

Yrkande från M, D, L och KD den 19 januari 2024.

Yrkande från V, S och MP den 16 februari 2024.

Yrkanden

Daniel Bernmar (V) yrkar bifall till yrkande från V, S och MP den 16 februari 2024 och avslag på övriga yrkanden.

Axel Josefson (M) yrkar bifall till yrkande från M, D, L och KD den 19 januari 2024 och avslag på övriga yrkanden.

Jörgen Fogelklou (SD) yrkar bifall till yrkande från SD den 8 januari 2024 och avslag på övriga yrkanden.

Propositionsordning

Ordföranden Jonas Attenius (S) ställer propositioner på yrkandena och finner att Daniel Bernmars yrkande bifallits.

Reservation

Jörgen Fogelklou (SD) reserverar sig mot beslutet till förmån för det egna yrkandet.

Protokollsutdrag skickas till

KF Handling 2024 nr 36

Stadsledningskontoret

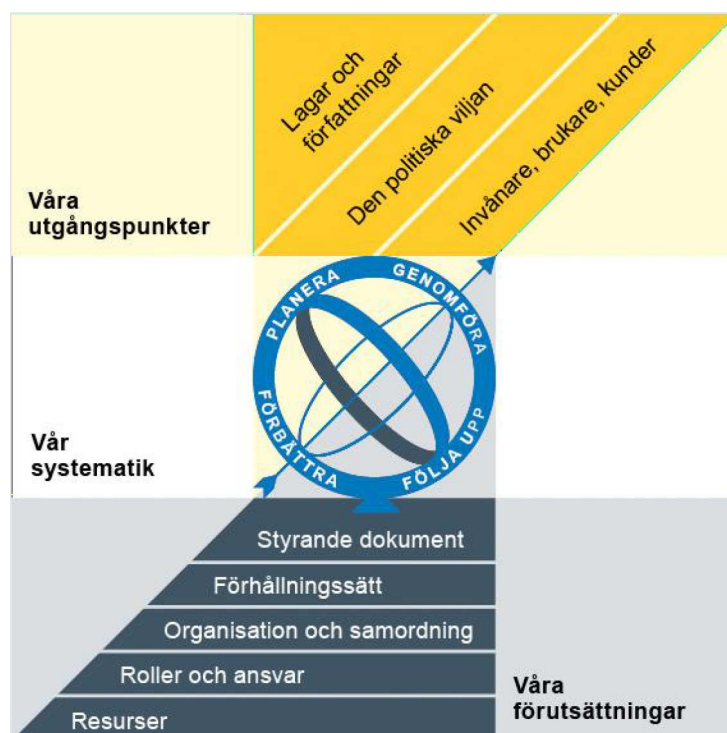
Göteborgs Stads riktlinje för kommunikation

Reglerande styrande dokument

Policy
► **Riktlinje**
Regel
Anvisning
Rutin
Instruktion

Göteborgs Stads styrsystem

Utgångspunkterna för styrningen av Göteborgs Stad är lagar och författningar, den politiska viljan och stadens invånare, brukare och kunder. För att förverkliga utgångspunkterna behövs förutsättningar av olika slag. Stadens politiker har möjlighet att genom styrande dokument beskriva hur de vill realisera den politiska viljan. Inom Göteborgs Stad gäller de styrande dokument som antas av kommunfullmäktige och kommunstyrelsen. Därutöver fastställer nämnder och bolagsstyrelser egna styrande dokument för sin egen verksamhet. Kommunfullmäktiges budget är det övergripande och överordnade styrande dokumentet för Göteborgs Stads nämnder och bolagsstyrelser.



Om Göteborgs Stads styrande dokument

Göteborgs Stads styrande dokument är våra förutsättningar för att vi ska göra rätt saker på rätt sätt. De anger vad nämnder/styrelser och förvaltningar/bolag ska göra, vem som ska göra det och hur det ska göras. Styrande dokument är samlingsbegreppet för dessa dokument.

Stadens grundläggande principer såsom demokratisk grundsyn, principer om mänskliga rättigheter och icke-diskriminering omsätts i praktisk verksamhet genom att de integreras i stadens ordinarie beslutsprocesser. Beredning av och beslut om styrande dokument har en stor betydelse för förverkligandet av dessa principer i stadens verksamheter.

De styrande dokumenten ska göra det tydligt både för organisationen och för invånare, brukare, kunder, leverantörer, samarbetspartners och andra intressenter vad som förväntas av förvaltningar och bolag. De styrande dokumenten ligger till grund för att utkräva ansvar när vi inte arbetar i enlighet med vad som är beslutat.

Styrande dokument			
Kommunala föreskrifter		Planerande och reglerande styrande dokument	
Normgivning mot enskild	Riktade styrande dokument	Planerande styrande dokument	Reglerande styrande dokument

Dokumentnamn: Göteborgs Stads riktlinje för kommunikation			
Beslutad av: Kommunfullmäktige	Gäller för: Nämnder och styrelser	Diarienummer: 0564/19 (SLK-2023-00044)	Datum och paragraf för beslutet: 2019-12-10 § 6
Dokumentsort: Riktlinje	Giltighetstid: Tillsvidare	Senast reviderad: 2023-12-22	Dokumentansvarig: Kommunikationsdirektör
Bilagor: [Bilagor]			

Innehåll

Inledning	3
Syftet med denna riktlinje	3
Vem omfattas av riktlinjen	3
Bakgrund	3
Lagbestämmelser	3
Koppling till andra styrande dokument	3
Riktlinje för kommunikation	4
Information och kommunikation – förutsättning för demokrati	4
Enhetlig och effektiv information och kommunikation	5

Inledning

Syftet med denna riktlinje

Göteborgs Stads riktlinje för kommunikation konkretiserar Göteborgs Stads policy för kommunikation som på en övergripande nivå beskriver hur staden kommunicerar, med vilka och varför. Göteborgs Stads information och kommunikation ska bidra till förverkligandet av Göteborgs Stads beslut, verksamhetsmål och budget. En genomtänkt och målinriktad information och kommunikation hjälper också stadens medarbetare att hålla hög kvalitet på tjänster och service och säkerställer att resurser används effektivt. Genom enhetlig information och kommunikation skapas intern samhörighet och extern tydlighet.

Vem omfattas av riktlinjen

Denna riktlinje gäller tillsvidare och för samtliga nämnder och styrelser i Göteborgs Stad.

Bakgrund

Kommunen har enligt lag skyldighet att tillhandahålla information. Den offentliga förvaltningen arbetar på medborgarnas uppdrag och ska beakta allas likhet inför lagen samt iakttäta saklighet och opartiskhet i enlighet med de krav som uppställs i regeringsformen.

Lagbestämmelser

Lagar att förhålla sig till när man kommunicerar är bland andra offentlighetsprincipen, dataskyddslagstiftningen, språklagen, yttrandefrihetsgrundlagen, kommunallagen, marknadsföringslagen och aktiebolagslagen.

Koppling till andra styrande dokument

Styrande dokument med påverkan på denna riktlinje är:

- Göteborgs Stads policy för kommunikation
- Göteborgs Stads riktlinje för kriskommunikation
- Göteborgs Stads policy för arbetsmiljö, medarbetskap och chefskap
- Göteborgs Stads program för full delaktighet för personer med funktionsnedsättning
- Riktlinje för styrning, uppföljning och kontroll
- Göteborgs Stads riktlinje för informationssäkerhet
- Göteborgs Stads policy för digitalisering och IT

Riktlinje för kommunikation

Denna riktlinje konkretiserar Göteborgs Stads policy för kommunikation genom att sätta ramarna för arbetet med stadens information och kommunikation. Riktlinjen visar hur kommunikationsarbete ska utföras men lämnar visst utrymme för stadens förvaltningar och bolag att själva utforma information och kommunikation utifrån sina mål och målgrupper.

Information och kommunikation – förutsättning för demokrati

Information och kommunikation är en grundförutsättning för att Göteborgs Stads målgrupper ska känna till vad som händer i staden och varför, samt kunna ta tillvara sina demokratiska rättigheter och använda, påverka och utveckla kommunens tjänster och service.

Göteborgs Stads information och kommunikation ska kännetecknas av öppenhet och ett aktivt förhållningssätt samt alltid vara opartisk och saklig

Det betyder att Göteborgs Stads information och kommunikation ska vara faktabaserad och grundad på fattade beslut. På detta sätt stärks trovärdigheten för stadens olika verksamheter och för staden som helhet.

Därför gäller följande:

- Tillgängliggör fattade beslut och informera om syftet med dessa för att skapa möjlighet till insyn och delaktighet.
- Informera och kommunicera inför, efter och i samband med politiska beslut.
- Värdera aldrig fattade beslut i tjänsteutövning.
- Använd inte metoder, finansiering eller kanaler för information och kommunikation som kan innebära att förtroendet för staden på något sätt minskas.

Inom Göteborgs Stad följer ansvaret för information och kommunikation med ansvaret för verksamheten

Därför gäller följande:

- Stadens ledningsgrupper och chefer informerar och kommunicerar om den egna verksamhetens mål och uppdrag.
- Stadens ledningsgrupper och chefer ansvarar för att det finns en struktur för återkoppling mellan verksamhet och ledningsgrupp.
- Stadens ledningsgrupper och chefer följer upp och utvärderar kommunikationsinsatserna i förhållande till de egna målen.

Göteborgs Stad skiljer tydligt på roll och uppdrag när det gäller tjänstepersoners och politikers information och kommunikation

Därför gäller följande:

- Politisk information och kommunikation hanteras av partiernas egna organisationer och i partiernas egna kanaler.
- Partipolitisk information och kommunikation hanteras av partiernas egna organisationer och i partiernas egna kanaler.

Göteborgs Stads kontakter med massmedia ska präglas av öppenhet och proaktivitet

Massmedierna spelar en viktig roll i den kommunala demokratin. De är förmedlare av information, opinionsbildare och kritiska granskare av den kommunala verksamheten.

Därför gäller följande:

- Massmedia ska snabbt kunna komma i kontakt med den tjänsteperson inom Göteborgs Stad som har ansvar eller kompetens i en sakfråga.
- Informera och kommunicera proaktivt och sakligt när det gäller såväl positiv som negativ information och kommunikation.

Enhetlig och effektiv information och kommunikation

Göteborgs Stads målgrupper är boende, besökare och näringsliv samt medarbetare.

Göteborgs Stads information och kommunikation ska utgå från målgruppernas behov och förutsättningar

Därför gäller följande:

- Inhämta kunskap om stadens målgruppers behov och önskemål och anpassa information och kommunikation utifrån detta.
- Informera och kommunicera utifrån respektive förvaltnings/bolags mål och målgrupper.

Göteborgs Stads information och kommunikation ska vara enhetlig och effektiv

Därför gäller följande:

- Kontinuerligt utveckla stadens information och kommunikation för att möta målgruppernas behov.
- Arbeta i enlighet med stadens kommunikationsprocesser.
- Kommunicera effektivt och innovativt.

Göteborgs Stads information och kommunikation ska baseras på Göteborgs Stads budskapsplattformar, grafiska profil och förhållningssätt

Utöver det kommunikativa huvudbudskapet – *Hållbar stad – öppen för världen* – verkar Göteborgs Stads budskapsplattformar som fundament i stadens information och kommunikation. Detta hjälper staden att bli tydlig i sin information och kommunikation och signalera Göteborg som en stad – även om staden har en mångsidig verksamhet. Flera av stadens bolag har egna grafiska profiler men ska kommunicera att de är en del av Göteborgs Stad. Ett fåtal verksamheter inom Göteborgs Stads förvaltningar har så kallad särprofilering och även de ska tydligt kommunicera att de är en del av Göteborgs Stad. Göteborgs Stads information och kommunikation ska också bidra till att skapa bilden av Göteborg som plats såväl som en viktig del i regionen.

Därför gäller följande:

- Informera och kommunicera i enlighet med Göteborgs Stads budskapsplattformar.
- Använd Göteborgs Stads grafiska profil.

- Basera stadens information och kommunikation på Göteborgs Stads förhållningssätt
- Informera och kommunicera vid rekrytering utifrån Göteborgs Stads koncept för employer branding.

Göteborgs Stads gemensamma prioriterade kommunikationskanaler är goteborg.se, nättidningen Vårt Göteborg och Göteborgs Stads intranät

För stadens målgrupper ska Göteborgs Stads digitala kanaler vara den naturliga första kontaktytan för information om stadens tjänster och service. Förväntningar på tillgänglighet, dialog och effektivitet i digitala kanaler ökar.

Därför gäller följande:

- Styr stadens information och kommunikation till de gemensamma prioriterade kanalerna.
- Använd goteborg.se som den gemensamma kanalen för extern information och kommunikation.
- Använd Göteborgs Stads intranät som den gemensamma kanalen för intern information och kommunikation.
- Använd nättidningen Vårt Göteborg som stadens samlade kanal för att berätta vad staden gör, varför och hur det påverkar stadens målgrupper.

Göteborgs Stad ska vara en kommunikativ organisation

Göteborgs Stad ska ha hög kvalitet på kommunikationen med boende, besökare och näringsliv. Därför ska stadens medarbetare vara välinformerade om verksamheten och dess mål. Stadens medarbetare ska också verka som kunskapsbärare och ambassadörer.

Därför gäller följande:

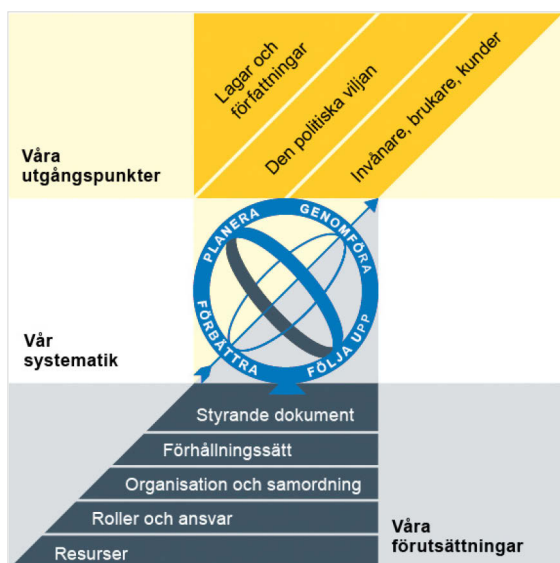
- Stadens chefer säkerställer att medarbetarna har tillgång till relevant information och att förutsättningarna för kommunikation är goda.
- Stadens chefer involverar medarbetarna i tidig och öppen dialog.
- Stadens medarbetare håller sig informerade om det som är av betydelse för de egna arbetsuppgifterna.
- Stadens medarbetare informerar chefer och kollegor om det som är viktigt inom det egna verksamhetsområdet.
- Stadens medarbetare bidrar till ett kommunikativt klimat genom att informera och kommunicera aktivt och konstruktivt.

Göteborgs Stads policy för kommunikation

Reglerande styrande dokument

► Policy
Riktlinje
Regel
Anvisning
Rutin
Instruktion

Göteborgs Stads styrsystem



Utgångspunkterna för styrningen av Göteborgs Stad är lagar och författningar, den politiska viljan och stadens invånare, brukare och kunder. För att förverkliga utgångspunkterna behövs förutsättningar av olika slag. Stadens politiker har möjlighet att genom styrande dokument beskriva hur de vill realisera den politiska viljan. Inom Göteborgs Stad gäller de styrande dokument som antas av kommunfullmäktige och kommunstyrelsen. Därutöver fastställer nämnder och bolagsstyrelser egna styrande dokument för sin egen verksamhet. Kommunfullmäktiges budget är det övergripande och överordnade styrande dokumentet för Göteborgs Stads nämnder och bolagsstyrelser.

Om Göteborgs Stads styrande dokument

Göteborgs Stads styrande dokument är våra förutsättningar för att vi ska göra rätt saker på rätt sätt. De anger vad nämnder/styrelser och förvaltningar/bolag ska göra, vem som ska göra det och hur det ska göras. Styrande dokument är samlingsbegreppet för dessa dokument.

Stadens grundläggande principer såsom demokratisk grundsyn, principer om mänskliga rättigheter och icke-diskriminering omsätts i praktisk verksamhet genom att de integreras i stadens ordinarie beslutsprocesser. Beredning av och beslut om styrande dokument har en stor betydelse för förverkligandet av dessa principer i stadens verksamheter.

De styrande dokumenten ska göra det tydligt både för organisationen och för invånare, brukare, kunder, leverantörer, samarbetspartners och andra intressenter vad som förväntas av förvaltningar och bolag. De styrande dokumenten ligger till grund för att utkräva ansvar när vi inte arbetar i enlighet med vad som är beslutat.

Styrande dokument			
Kommunala föreskrifter		Planerande och reglerande styrande dokument	
Normgivning mot enskild	Riktade styrande dokument	Planerande styrande dokument	Reglerande styrande dokument

Beslutad av:
Kommunfullmäktige

Gäller för:
Nämnder och styrelser

Diarienummer:
0564/19 (SLK-2023-00044)

Datum och paragraf för beslutet:
2019-12-10 § 6

Dokumentsort:
Policy

Giltighetstid:
Tillsvidare

Senast reviderad:
2023-12-22

Dokumentansvarig:
Kommunikationsdirektör

Bilagor:
-

Innehåll

Inledning	4
Syftet med denna policy.....	4
Vem omfattas av policyn	4
Bakgrund	4
Koppling till andra styrande dokument	4
Policy för kommunikation.....	5
Information och kommunikation – förutsättning för demokrati	5
Enhetlig och effektiv information och kommunikation	5

Inledning

Syftet med denna policy

Göteborgs Stads policy för kommunikation beskriver hur staden kommunicerar, med vilka och varför.

Göteborgs Stads kommunikation ska bidra till förverkligandet av Göteborgs Stads beslut, verksamhetsmål och budget. En genomtänkt och målinriktad kommunikation hjälper stadens medarbetare att hålla hög kvalitet på tjänster och service och säkerställer att resurser används effektivt. Genom enhetlig kommunikation skapas intern samhörighet och extern tydlighet.

Vem omfattas av policyn

Denna policy gäller tillsvidare för samtliga nämnder och styrelser i Göteborgs Stad.

Bakgrund

Göteborgs Stads policy för kommunikation beskriver hur staden kommunicerar, med vilka och varför.

Göteborgs Stads kommunikation ska bidra till förverkligandet av Göteborgs Stads beslut, verksamhetsmål och budget. En genomtänkt och målinriktad kommunikation hjälper stadens medarbetare att hålla hög kvalitet på tjänster och service och säkerställer att resurser används effektivt. Genom enhetlig kommunikation skapas intern samhörighet och extern tydlighet.

Koppling till andra styrande dokument

Styrande dokument med påverkan på denna policy är:

- Göteborgs Stads riktlinje för kommunikation
- Göteborgs Stads riktlinje för kriskommunikation
- Göteborgs Stads policy för arbetsmiljö, medarbetskap och chefskap
- Göteborgs Stads program för full delaktighet för personer med funktionsnedsättning
- Riktlinje för styrning, uppföljning och kontroll
- Göteborgs Stads riktlinje för informationssäkerhet
- Göteborgs Stads policy för digitalisering och IT

Policy för kommunikation

Information och kommunikation – förutsättning för demokrati

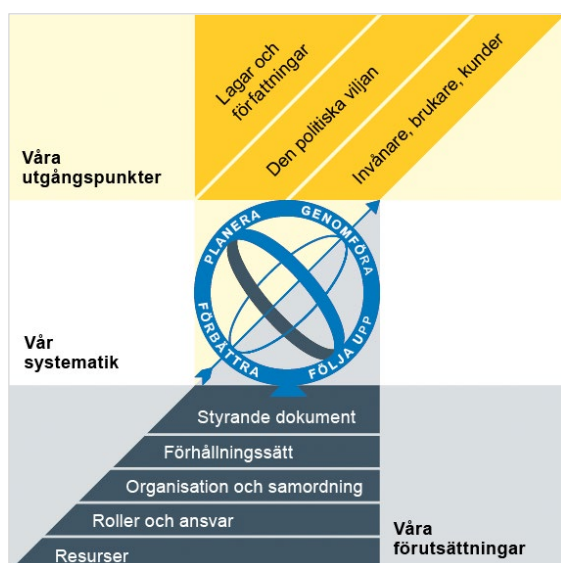
- Göteborgs Stads information och kommunikation ska kännetecknas av öppenhet och ett aktivt förhållningssätt samt alltid vara opartisk och saklig.
- Inom Göteborgs Stad följer ansvaret för information och kommunikation med ansvaret för verksamheten.
- Göteborgs Stad skiljer tydligt på roll och uppdrag när det gäller tjänstepersoners och politikers information och kommunikation.
- Göteborgs Stads kontakter med massmedia ska präglas av öppenhet och proaktivitet.

Enhetlig och effektiv information och kommunikation

- Göteborgs Stads information och kommunikation ska utgå från målgruppernas behov och förutsättningar.
- Göteborgs Stads information och kommunikation ska vara enhetlig och effektiv.
- Göteborgs Stads information och kommunikation ska baseras på Göteborgs Stads budskapsplattformar, grafiska profil och förhållningssätt.
- Göteborgs Stads gemensamma prioriterade kommunikationskanaler är goteborg.se, nättidningen Vårt Göteborg och Göteborgs Stads intranät.
- Göteborgs Stad ska vara en kommunikativ organisation.

Göteborgs Stads riktlinje för kommunikation

Göteborgs Stads styrsystem



Utgångspunkterna för styrningen av Göteborgs Stad är lagar och författningar, den politiska viljan och stadens invånare, brukare och kunder. För att förverkliga utgångspunkterna behövs förutsättningar av olika slag. Stadens politiker har möjlighet att genom styrande dokument beskriva hur de vill realisera den politiska viljan. Inom Göteborgs Stad gäller de styrande dokument som antas av kommunfullmäktige och kommunstyrelsen. Därutöver fastställer nämnder och bolagsstyrelser egna styrande dokument för sin egen verksamhet. Kommunfullmäktiges budget är det övergripande och överordnade styrande dokumentet för Göteborgs Stads nämnder och bolagsstyrelser.

Om Göteborgs Stads styrande dokument

Göteborgs Stads styrande dokument är våra förutsättningar för att vi ska göra rätt saker på rätt sätt. De anger vad nämnder/styrelser och förvaltningar/bolag ska göra, vem som ska göra det och hur det ska göras. Styrande dokument är samlingsbegreppet för dessa dokument.

Stadens grundläggande principer såsom demokratisk grundsyn, principer om mänskliga rättigheter och icke-diskriminering omsätts i praktisk verksamhet genom att de integreras i stadens ordinarie beslutsprocesser. Beredning av och beslut om styrande dokument har en stor betydelse för förverkligandet av dessa principer i stadens verksamheter.

De styrande dokumenten ska göra det tydligt både för organisationen och för invånare, brukare, kunder, leverantörer, samarbetspartners och andra intressenter vad som förväntas av förvaltningar och bolag. De styrande dokumenten ligger till grund för att utkräva ansvar när vi inte arbetar i enlighet med vad som är beslutat.

Styrande dokument			
Kommunala föreskrifter		Planerande och reglerande styrande dokument	
Normgivning mot enskild	Riktade styrande dokument	Planerande styrande dokument	Reglerande styrande dokument

Beslutad av:
Kommunfullmäktige

Gäller för:
Stadens nämnder och styrelser

Diarienummer:
SLK-2024-01187

Datum och paragraf för beslutet:
[Text]

Dokumentsort:
Riktlinje

Giltighetstid:
Tills vidare

Senast reviderad:
[Datum]

Dokumentansvarig:
Direktör HR och kommunikation,
Stadsledningskontoret

Innehåll

Inledning	4
Syftet med denna riktlinje	4
Vem omfattas av riktlinjen.....	4
Bakgrund	4
Lagbestämmelser	4
Koppling till andra styrande dokument.....	4
Stödjande dokument.....	5
Riktlinje	6
Information och kommunikation – en förutsättning för demokrati	6
Göteborgs Stad är en kommunikativ organisation	6
Göteborgs Stads huvudbudskap, målgrupper och prioriterade kanaler	6
Grundläggande principer för Göteborg Stads information och kommunikation .	7
Göteborgs Stads information och kommunikation kännetecknas av öppenhet, ett aktivt förhållningssätt och är alltid opartisk och saklig.....	7
Göteborgs Stads information och kommunikation är tillgänglig, inkluderande och utgår från stadens målgruppers behov och förutsättningar	7
Göteborgs Stads information och kommunikation är enhetlig och effektiv	8

Inledning

Syftet med denna riktlinje

Göteborgs Stads riktlinje för kommunikation beskriver viktiga utgångspunkter och grundläggande principer för stadens arbete med information och kommunikation. Riktlinjen beskriver hur Göteborgs Stads kommunikationsarbete ska utföras. Riktlinjen anger även ansvarsförhållanden.

Vem omfattas av riktlinjen

Denna riktlinje gäller tillsvidare för samtliga nämnder och styrelser i Göteborgs Stad.

Bakgrund

Göteborgs Stads policy för kommunikation samt Göteborgs Stads riktlinje för kommunikation beslutades vid kommunfullmäktiges sammanträde 2019-12-10 § 6. Sedan beslutet 2019 har det identifierats ett behov av reviderad styrning inom kommunikationsområdet. Detta innebär att riktlinjen reviderats samt att tidigare policy för kommunikation har upphört.

Lagbestämmelser

Lagar att förhålla sig till är bland andra offentlighetsprincipen, dataskyddslagstiftningen, språklagen, lagen om tillgänglighet till digital offentlig service, yttrandefrihetsgrundlagen, kommunallagen, marknadsföringslagen och aktiebolagslagen.

Koppling till andra styrande dokument

Styrande dokument som bör läsas tillsammans med denna riktlinje är följande:

Styrande dokument	Koppling till denna riktlinje
Göteborgs Stads riktlinje för kriskommunikation	Göteborgs Stads riktlinje för kriskommunikation beskriver hur staden arbetar samt hur ansvarsfördelningar i staden ser ut vid extraordinära händelser i fredstid och höjd beredskap.
Göteborgs Stads anvisning för politikers medverkan i stadens kanaler och stadens kontakter med massmedia	Anvisningen anger ramarna för politikers medverkan i Göteborgs Stads kanaler och kontakter med massmedia, med utgångspunkt i tjänstepersoners och politikers skilda roller och uppdrag.
Göteborgs Stads policy och riktlinje för arbetsmiljö, medarbetarskap och chefskap	Styrdokumentet stödjer att Göteborgs Stad ska vara en kommunikativ organisation.

Göteborgs Stads riktlinje för inköp och upphandling	Riktlinjen reglerar vad som gäller avseende upphandling och inköp och därmed vad som gäller vid köp av exempelvis kommunikationstjänster.
---	---

Stödjande dokument

Det finns ett antal stödjande dokument, bland annat handböcker som tas fram av stadsledningskontoret. Dessa finns att läsa på stadens intranät under rubriken Styrande och stödjande dokument för kommunikation. På intranätet finns, utöver handböckerna, ytterligare vägledning och stöd på kommunikationsområdet, bland annat Göteborgs Stads kommunikationsprocess, vilken beskriver stadens gemensamma process för att arbeta enhetligt och planerat med kommunikation, från uppdragsbeskrivning till analys och uppföljning. På intranätet finns även stödmaterial för konceptet för employer branding.

Stödjande dokument	Beskrivning av stödjande dokument
Göteborgs Stads handbok för kommunikation	I handboken samlas verktyg och kunskap om kommunikation för att ge stöd i arbetet med interna och externa målgrupper och för att bidra till att staden blir en kommunikativ organisation.
Göteborgs Stads handbok för klarspråk	I handboken beskrivs varför klarspråk är viktigt samt allmänna och specifika klarspråksråd utifrån olika texttyper. Det finns även en checklista för klarspråk och ordlistor med svåra ord och förkortningar.
Göteborgs Stads handbok för kriskommunikation	Handboken innehåller bland annat fördjupning om kriskommunikation, samhällets aktörer vid kris, informationspåverkan och hur staden kommunicerar i alternativa kanaler när el och telefoni inte fungerar.
Göteborgs Stads handbok för press och media	Handboken innehåller stöd till både medarbetare och chefer vid mediekontakter. Handboken är också ett stöd för kommunikatörer när de stöttar medarbetare och chefer i medieutbildningar och mediefrågor.
Göteborgs Stads grafiska manual	Manualen innehåller information om Göteborgs Stads grafiska profil och hur den tillämpas i olika produkter, kanaler och sammanhang. Den innehåller även information om hur Göteborgs Stad ska visas som avsändare för särprofilerade verksamheter och bolag.
Göteborgs Stad handbok för sociala medier	Handboken går bland annat igenom vad som är viktigt att tänka på innan start av ett konto, tips och råd för arbetet i sociala medier och de lagar som styr verksamhet i sociala medier.

Riktlinje

Inom Göteborgs Stad följer ansvaret för information och kommunikation med ansvaret för verksamheten.

Vid samhällsstörningar och höjd beredskap gäller också riktlinjen för kriskommunikation.

Information och kommunikation – en förutsättning för demokrati

Information och kommunikation är en grundförutsättning för att Göteborgs Stads målgrupper ska känna till vad som händer i staden och varför, samt kunna ta tillvara sina demokratiska rättigheter. Information och kommunikation ska ge möjlighet att delta i den demokratiska processen och att använda, påverka och utveckla kommunens tjänster och service. Stadens information och kommunikation ska bidra till förverkligandet av Göteborgs Stads beslut, verksamhetsmål och budget.

Göteborgs Stad skiljer tydligt på roll och uppdrag när det gäller tjänstepersoners och politikers information och kommunikation. Politisk information och kommunikation hanteras av partiernas egna organisationer och i partiernas egna kanaler.

Göteborgs Stad är en kommunikativ organisation

Göteborgs Stad är en kommunikativ organisation där chefer och medarbetare ska ha kommunikativ kompetens och förutsättningarna för kommunikation ska vara goda. En väl utvecklad intern kommunikation är grundläggande för en fungerande organisation och en god arbetsmiljö. Intern kommunikation är också en förutsättning för att Göteborgs Stad ska ha hög kvalitet på kommunikationen med boende, besökare och näringsliv. Medarbetarna är stadens främsta kunskapsbärare och ambassadörer och ska vara välinformerade om verksamheten och dess mål.

I Göteborgs Stad tar chefer och medarbetare ansvar för sin information och kommunikation och håller sig informerade om det som rör det egna verksamhetsområdet. Chefer och medarbetare bidrar till ett kommunikativt klimat genom att lyssna, informera och kommunicera aktivt och konstruktivt.

Göteborgs Stads huvudbudskap, målgrupper och prioriterade kanaler

- Göteborgs Stads huvudbudskap är Hållbar stad – öppen för världen.
- Göteborgs Stads övergripande prioriterade målgrupper är boende, besökare, näringsliv och medarbetare.
- Göteborgs Stads prioriterade kommunikationskanaler är goteborg.se, Göteborgs Stads intranät och nättidningen Vårt Göteborg.

Grundläggande principer för Göteborg Stads information och kommunikation

- Göteborgs Stads information och kommunikation kännetecknas av öppenhet, ett aktivt förhållningssätt och är alltid opartisk och saklig.
- Göteborgs Stads information och kommunikation är tillgänglig, inkluderande och utgår från stadens målgruppers behov och förutsättningar.
- Göteborgs Stads information och kommunikation är enhetlig och effektiv.

Göteborgs Stads information och kommunikation kännetecknas av öppenhet, ett aktivt förhållningssätt och är alltid opartisk och saklig

Göteborgs Stads kommunikation är faktabaserad och grundad på fattade beslut. Genom öppen, opartisk och saklig information och kommunikation stärks förtroendet för stadens olika verksamheter och för staden som helhet. Såväl negativ som positiv information och kommunikation förmedlas på ett proaktivt och sakligt sätt.

Göteborgs Stads kontakter med massmedia ska präglas av öppenhet och proaktivitet. Massmedia spelar en viktig roll i den kommunala demokratin. De är förmedlare av information, opinionsbildare och kritiska granskare av stadens verksamheter.

Nämnder och styrelser ansvarar för

- att kommunicera inför, i samband med och efter beslut i nämnder eller styrelser
- att skapa möjlighet till insyn och delaktighet genom att tillgängliggöra beslut fattade i nämnder och styrelser
- att informera och kommunicera proaktivt och sakligt när det gäller såväl positiv som negativ information och kommunikation
- att massmedia snabbt ska kunna komma i kontakt med den person som har ansvar eller kompetens i en sakfråga.
- att inte använda metoder, finansiering eller kanaler för kommunikation som kan innebära att förtroendet för staden på något sätt minskas

Kommunstyrelsen ansvarar även för

- stadens övergripande arbete med medierelationer så som samordning vid mediegranskning.

Göteborgs Stads information och kommunikation är tillgänglig, inkluderande och utgår från stadens målgruppers behov och förutsättningar

Informationen och kommunikationen från staden är tillgänglig och inkluderande för alla, och utgår från olika målgruppers behov och förutsättningar. Stadens kommunikation utformas så att målgrupperna kan ta del av och förstå informationen, exempelvis utifrån funktionsnedsättning, ålder eller utifrån att tillhöra en nationell minoritet. Stadens gemensamma prioriterade kanaler är tillgänglighetsanpassade.

Nämnder och styrelser ansvarar för

- att anpassa, utforma och utveckla sin kommunikation så att målgrupperna kan förstå och ta till sig informationen och uttrycka behov och synpunkter
- att kommunicera enkelt och begripligt
- att välja kommunikationskanal som ger goda förutsättningar att nå målgruppen
- att i första hand använda det gemensamma bildmaterial som finns inom staden.

Kommunstyrelsen ansvarar även för

- att information ges i enlighet med stadens åtagande som finskt förvaltningsområde.

Göteborgs Stads information och kommunikation är enhetlig och effektiv

Göteborgs Stad ska sträva efter att kommunicera som en stad. Genom enhetlig information och kommunikation skapas intern samhörighet, gemensam förståelse och extern tydlighet samtidigt som stadens resurser används effektivt. En samordnad och målgruppsanpassad information och kommunikation, stadens gemensamma prioriterade kommunikationskanaler, ett gemensamt grafiskt uttryck och budskapsplattformarna är grunden i att kommunicera effektivt och enhetligt.

Strategisk kommunikation är ett verktyg som används för att nå organisationens mål. Det innebär att planera, genomföra, följa upp och utvärdera kommunikationsinsatser i förhållande till verksamhetens uppdrag och mål. De kommunikationsinsatser som genomförs ska vara väl avvägda i förhållande till nytta och resursanvändning. Att samordna kommunikation med andra verksamheter inom staden samt samnyttja resurser ger möjligheter till effektiv verksamhet. Som stöd i arbetet finns stadens gemensamma kommunikationsprocess.

Göteborgs Stad finns i sociala medier för att vara tillgänglig i de kanaler där stadens målgrupper befinner sig. Sociala medier är ett komplement till andra kanaler. Stadens målgrupper ska aldrig vara hänvisade till att hitta information enbart i sociala medier. Vid användning av sociala medier ska verksamheter i första hand använda stadens gemensamma konton. Användningen av sociala medier ska stödja verksamhetens mål och följa övrig styrning på kommunikationsområdet.

De flesta bolag och ett fåtal verksamheter inom stadens förvaltningar har en särprofilering, vilket betyder att de har en egen grafisk profil. Särprofilerade bolag eller verksamheter ska alltid tydliggöra sitt förhållande till staden genom att kommunicera att de är en del av Göteborgs Stad. Kommunstyrelsen fattar beslut om särprofilering. Ett beslut om särprofilering innebär inte att man kan frånga den styrning som i övrigt finns inom kommunikationsområdet.

Nämnder och styrelser ansvarar för

- att kommunikationsinsatser planeras, genomförs, följs upp och utvärderas i förhållande till verksamhetens uppdrag och uppsatta mål för kommunikationsinsatsen
- att använda stadens gemensamma prioriterade kommunikationskanaler samt stadens gemensamma sociala medier

- att använda stadens grafiska profil och utgå från stadens gemensamma budskapsplattformar
- att använda stadens koncept för employer branding vid kompetensförsörjning och rekrytering
- att noga pröva behovet av inköp av externa kommunikationstjänster
- att utifrån sitt uppdrag noga pröva behovet av kommunikationsinsatser som syftar till marknadsföring
- att alla externa digitala kanaler registreras i kanalregistret samt att inlämnade uppgifter är aktuella
- att det finns etablerade arbetssätt för arbetet med sociala medier i den egna förvaltningen eller bolaget.

Demokrati och medborgarservice ansvarar även för

- att förvalta och vidareutveckla goteborg.se och stadens kalendarium
- att förvalta och vidareutveckla stadens gemensamma konton i sociala medier
- kanalregistret för externa digitala kanaler.

Intraservice ansvarar även för

- att förvalta och vidareutveckla stadens intranät
- att förvalta och vidareutveckla stadens grafiska profil.
- att förvalta och vidareutveckla stadens gemensamma konton i sociala medier kopplat till rekrytering och kompetensförsörjning

Kommunstyrelsen ansvarar även för

- att leda, samordna och följa upp Göteborgs Stads kommunikationsarbete
- stadens prioriterade kommunikationskanaler på en övergripande nivå
- stadsövergripande informations- och kommunikationsfrågor som till exempel grafisk profil, budskapsplattformar, stadsinformationstavlor och användande av Göteborgs Stads vapen
- att fatta beslut om särprofilering
- att förvalta och vidareutveckla Vårt Göteborg och ansvara för det redaktionella innehållet i nättidningen
- att förvalta och utveckla stadengemensam information på Göteborgs Stads intranät.