

Handläggare
Maria Blomberg
kanslichef
Kommunledningsförvaltningen
[0140-687 45](tel:0140-68745)
maria.blomberg@tranas.se

Mottagare
Kommunstyrelsen

Införande av kommunal kommunikationsavdelning

Förvaltningens förslag till beslut

- att** Tranås kommun säger upp överenskommelsen med Tranås United AB vad gäller kommunikationsuppdraget från och med 1 juni 2024,
- att** Tranås kommun skapar från och med 1 januari 2024 en kommunikationsavdelning som organisatoriskt placeras under kommunledningsförvaltningen, samt
- att** föreslagen verksamhet finansieras inom ram enligt förvaltningens förslag till fördelning.

Sammanfattning

Kraven på kommunens kommunikation har förändrats drastiskt sedan 2008 då kommunen beslutade att köpa kommunikation och marknadsföring av Tranås United AB. Kommunledningsförvaltningen föreslår att kommunstyrelsen skapar en egen organisation för att kunna möta de nya krav som ställs inom kommunikation och marknadsföring.

Kommunikationsuppdraget idag

Det övergripande ansvaret för kommunens kommunikation och marknadsföring ligger på kommunstyrelsen vilket regleras i kommunstyrelsens reglemente. Kommunstyrelsen har dock ingen egen organisation för kommunikation utan köper sedan 2008 kommunikation och marknadsföring från Tranås United AB.

Kommunikationsuppdraget regleras genom en överenskommelse mellan Tranås kommun och Tranås United AB. Överenskommelsen bygger på att kommunen beställer olika uppdrag av bolaget. Beställningarna ska enligt överenskommelsen ske i dialog mellan Tranås kommun och Tranås United AB där Tranås kommun som beställare godkänner slutprodukten. I denna dialog ska Tranås United AB ha en konsulterande och rådgivande funktion utifrån sin kompetens inom kommunikation. Beställningarna ska skickas via e-post till Tranås United AB. Ärenden hanteras och tilldelas till kommunikatör enligt en särskild prioriteringslista.

Tranås kommun står som motpart i de avtal som tecknas inom området kommunikation och där kommunen har kostnadsansvaret. Tranås kommun ansvarar även för infrastrukturell IT-drift (genom data- och serviceavdelningen).

Enligt överenskommelsen innefattas följande i Tranås United AB uppdrag:

- System/plattformar som är kopplade till kommunikationsuppdraget.
- Alla kommunikationskanaler och valet av dem i samråd med kommunen.
- Operativt kommunikationsstöd till verksamheten under kontorstid samtliga vardagar.
- Proaktivt stöd till utformande av pressmeddelanden och kommunikationsstrategi efter initiativ från kommunens verksamheter.
- Samordna kommunikation i samband med extraordinär händelse.
- Stöd och utbildning till tjänstepersoner och politiker som har många mediakontakter.
- Arbeta fram, utveckla och administrera samt säkerställa generell användbarhet gällande informationsmaterial, mässmaterial, skyltar (exkl. admin.), grafisk profil, sociala medier, mallverktyg, webbplats, intranät, design, filmer etc.
- Kommunens e-tjänster.
- Bevaka och besvara kommentarer i sociala medier.

Nya krav på kommunikation

Ny teknik och nya sätt att kommunicera skapar nya möjligheter men också andra krav på kommunens kommunikation. Mottagarna av information från kommunen förväntar sig både snabb och transparent information som är tillgänglig för alla. Bild och rörlig media tar mer och mer över efter textbaserat innehåll. Samtidigt ska kommunen leva upp till lagstadgade krav på skydd av personuppgifter, diarieföring av allmänna handlingar samt gallring eller arkivering av ärenden, oavsett medium.

De senaste årens händelser i vår omvärld med pandemi, krig och energibrist har visat på behovet av snabb och tydlig information och kommunikation. Förutsättningar kan ändras snabbt vilket ställer krav på flexibilitet. Missinformation, desinformation och ryktesspridning ökar i oroliga tider, vilket har blivit än mer aktuellt under de senaste åren.

Den digitala utvecklingen tog flera stora steg under pandemin och nu finns också nya krav och förväntningar på kommunikationen inom kommunorganisationen. Precis som den externa, utåtriktade kommunikationen behöver den interna kommunikationen vara öppen och bjuda in till delaktighet. Intern kommunikation ökar medarbetarnas kunskaper om mål och uppdrag, vilket leder till engagemang, vi-känsla och att det blir roligare att gå till jobbet. God intern kommunikation bygger relationer genom dialog och ger kommunen fler ambassadörer.

Omvärldsbevakning

Mjölby kommun har idag 9 heltidstjänster som arbetar med kommunikation och marknadsföring och en budget på cirka 9 miljoner kronor. Att kommunicera turism och besöksnäring ingår inte i enhetens ansvar.

Eksjö kommun har cirka fyra heltidstjänster som arbetar med kommunikation och marknadsföring och en budget på 2,8 miljoner kronor. Att kommunicera turism och besöksnäring ingår inte i enhetens ansvar.

Tidningen Dagens Samhälle tar i sitt nummer från 23 mars 2023 upp kommunikatörernas allt viktigare roll och hur antalet anställda kommunikatörer ökar i många kommuner:

Kommun	Antal kommunikatörer 2022	Antal kommunikatörer 2015
Stockholm	180	93
Göteborg	273	145
Växjö	23	12
Jönköping	22	20
Borås	25	18
Karlstad	35	22

(Uppgifterna kan vara något osäkra ang vad som räknas som "kommunikatör".)

Undersökning

På uppdrag av kommundirektören har kansliavdelningen genomfört en undersökning i samtliga förvaltningar för att utreda hur verksamheterna ser på utförandet av kommunikations- och marknadsföringsuppdraget idag. Samtliga förvaltningschefer samt ett antal nyckelpersoner intervjuades. Undersökningen visar på stor förbättringspotential och att verksamheternas förväntningar som

finns när det gäller kommunikation inte uppfylls. Verksamheterna anser att ansvarsfördelningen mellan Tranås United AB och kommunen i praktiken är otydlig och att det är svårt att samarbeta med någon utanför den kommunala organisationen när det gäller kommunikation. Vidare efterlystes en mer strategisk och drivande kommunikationsfunktion för ändamålsenlig och kostnadseffektiv kommunikation.

Kommunledningsförvaltningens analys

Kraven på kommunens kommunikation har förändrats drastiskt sedan 2008 då kommunen gav Tranås United AB kommunikations- och marknadsföringsuppdraget. Kommunen behöver vara närvarande i flera olika kanaler och forum och förväntningarna på att kunna få svar när som helst och var som helst ökar. Det är viktigt att synas på rätt plats på rätt sätt för att nå rätt målgrupp. Det gör att en tydlig struktur för informationsflöde, målgrupper och kanalval blir allt viktigare i kommunikationsarbetet.

Till detta kan tilläggas att mediabevakningen på Tranås kommun är omfattande då kommunen har två lokala tidningar.

Mer resurser till kommunikation och marknadsföring

För att kunna möta de nya kraven från både invånare och anställda krävs mer resurser än de 1,7 miljoner kronor som kommunstyrelsen avsätter för kommunikation idag. Kommunledningsförvaltningen uppskattar att det skulle behövas åtminstone sex heltidstjänster för att kunna leva upp till de förväntningar som finns från både invånare och anställda. Det finns också en tydlig trend i kommunsverige idag att man satsar alltmer på marknadsföring och kommunikation. För att kunna hävda sig i konkurrensen behöver även Tranås kommun göra det.

Samlad kompetens inom kommunikation och marknadsföring

Idag har Tranås United AB uppdraget att tillhandahålla både samhällsinformation och att lyfta fram Tranås som plats att leva, bo och verka på. Platsvarumärket är ett verktyg för att kunna nå ut bättre till fler, men det är också ett verktyg som kan användas för att samtidigt gynna Tranås kommun som organisation. Kommunledningsförvaltningen ser fördelar med att ha alla kompetenser inom kommunikation och marknadsföring under samma tak. Gränsdragningen mellan de olika disciplinerna blir allt otydligare och en intern avdelning enligt förslaget gör också verksamheten mer flexibel och mindre sårbar.

Ny organisation

En kommunikationsavdelnings uppgift är att styra, samordna, utveckla och stödja verksamheterna i sitt kommunikationsarbete och framför allt genom

dialog förankra mål och metoder för kommunikationen i hela organisationen. För att lyckas med det behöver det finnas ett omfattande förtroende för avdelningen från övriga verksamheter. Kommunikatörerna måste ha god kunskap om kärnverksamheten och det verksamhetsuppdrag som finns och i vissa fall också ha förmåga att sätta sig in i enskilda beslut och varför beslutet blev som det blev. Allt detta talar för att det krävs en egen organisation för att kommunstyrelsen ska klara sitt uppdrag gällande kommunikation i Tranås kommun.

Kommunledningsförvaltningen föreslår att en kommunikationsavdelning skapas som organisatoriskt placeras under kommunledningsförvaltningen. Tranås United AB har enligt det här förslaget kvar uppdragen näringslivsarbete, turism/destinationsutveckling samt evenemang. Även det s k Bo och Leva-uppdraget kvarstår.

Avdelningen ska dels utföra direkta kommunikationsinsatser, dels fungera som en stödfunktion gällande kommunikation för hela den kommunala förvaltningen (inklusive Tranås United AB i de uppdrag som utförs åt kommunen). Avdelningen ska också ansvara för arbetet med kommunens marknadsföring och platsvarumärke.

Kommunikationsavdelningen behöver ha förutsättningar för att bestå av sammanlagt sex anställda varav en kommunikationschef som ska leda arbetet. Kommunikationschefen ska vara direkt underställd kommundirektören och ingå i kommunens ledningsgrupp.

Verksamheten ska vara processansvarig, stödjande, styrande, drivande och utvecklande för kommunens marknadsföring samt externa och intern kommunikation. Kunder i det uppdraget är kommunens förvaltningar och nämnder, Tranås United AB vad gäller delarna näringsliv, turism/destinationsutveckling och evenemang samt bolagen utifrån de uppdrag som beställs av dem.

Ekonomi

Budgeten för kommunikationsavdelningen föreslås till 3 mkr tkr år 2024 och 6 mkr 2025 och framåt (tillkommer ramökning för respektive år enligt pris- och lön enligt samma beräkningsgrunder som för övrig verksamhet).

Socialförvaltningen är mitt i ett stort besparings- och effektiviseringsarbete och har därav koncernledningsgruppens stöd att inte behöva bidra med mer än den schablonmässigt beräknade effektiviseringsvinsten gällande annonsering.

Finansiering av kommunikationsavdelning (belopp i tkr)

	2024	2025
Budgeterade medel hos Kommunstyrelsen för kommunikation*	950	1 700
Medel kommunikation Holaveds gymnasiet	350	600
Inteckning kvarvarande tillväxtmedel enligt beslut i Kommunstyrelsen XX-XX-XX	1 000	1 000
Besparing annonsering egen regi, proportionell fördelning nämnder**	-	500
Finansiering från nämnder**	700	2 200
Summa	3 000	6 000

* Medlen finansierar kommunikation hos Tranås United t o m 240430

** Socialnämnden undantagen förutom från proportionell besparing annonsering

****Finansiering per nämnd**

Kommunstyrelsen	700	1 217
Bygg- och miljönämnden		40
Teknik- och griftegårdsnämnden skattefinansierad		145
Teknik- och griftegårdsnämnden avgiftsfinansierad		150
Kultur- och fritidsnämnden		175
Barn- och utbildningsnämnden		873
Socialnämnden		100
Summa	700	2 700

Tillfälliga medel öronmärkta för marknadsföring nya kommuninvånare tillkommer med 1 000 tkr för år 2024 (Beslut i kommunstyrelsen t o m 2024)

Konsekvenser av förslaget

Kommunledningsförvaltningen ser många fördelar med att kommunen har en kommunikationsavdelning i egen regi. Förutom att kommunikationsarbetet blir en del av verksamheten och därmed gör beslutsvägarna kortare och relationerna närmare innebär förslaget också mindre fakturering och därmed mindre administration.

Då det saknas avtal mellan kommunen och Tranås United AB uppstår ibland problem med uppföljning och styrning. Ingår verksamheten i kommunens förvaltning blir insynen bättre och kommunen har större möjligheter att följa upp arbetet. Därmed finns det också bättre möjligheter till ett mer ändamålsenligt och kostnadseffektivt arbete.

Kommunledningsförvaltningen anser att förslaget skulle leda till att den problematik med otydlighet som lyfts fram i undersökningen som gjordes med förvaltningscheferna, kommer att lösas. Idag kan det uppstå missförstånd i kommunikationen då det ibland är oklart vilket mandat Tranås United AB har och vems talan som bolaget för.

Tranås kommun köper dock inte enbart kommunikation och marknadsföring av Tranås United AB utan även tjänster rörande näringslivsutveckling och destinationsutveckling. Bolaget har ett nära samarbete med kommunens näringsliv och kommunikation en viktig del i det arbetet.

Kommunledningsförvaltningen menar att den nya avdelningen kan stötta Tranås United AB i de uppdrag som de utför åt kommunen på samma sätt som den ska stötta den kommunala verksamheten. Då kommunen nu också, enligt förslaget,

satsar mer pengar på sin kommunikation och marknadsföring så borde det finnas goda möjligheter för att detta arbete även i fortsättningen ska fungera bra eller rent av kan stärkas.

Förslaget innebär att kommunen behöver anställa medarbetare. Det finns en risk att kommunen inte hittar rätt kompetens för uppdragen. Det finns också en risk att det uppstår ett glapp i arbetet innan den nya organisationen finns på plats. Därför planerar kommunledningsförvaltningen att påbörja rekryteringen av medarbetare till den nya avdelningen redan efter sommaren, det vill säga i god tid innan årsskiftet. Däremot föreslås att Tranås United AB har kvar uppdraget under perioden januari-maj 2024 för att kommunikationsavdelningen ska hinna skapas innan skarp drift 1 juni 2024.

Tranås kommunen och Tranås United AB har sedan många år ett nära samarbete som har gynnat Tranås näringsliv och handel. Det är viktigt föreslagen förändring inte leder till att denna relation störs. Kommunledningsförvaltningen har därför hållit bolaget väl informerat om kommunens preliminära planer att inrätta en kommunikationsavdelning. Detta för att bolaget i god tid ska kunna planera sin verksamhet och kunna anpassa sin organisation inför förändringen.

Samråd

Samråd har skett med kommunens koncernledningsgrupp som samtycker till förslaget.

Beslutsunderlag

Kommunledningsförvaltningens tjänsteutlåtande 2023-05-10

Beslutet skickas till

Samtliga nämnder
Tranås United AB

Kommunledningsförvaltningen

Pär Thudeen
Kommundirektör

Maria Blomberg
Kanslichef