



Svar på interpellation av Theo Papiaoannou (VägV) till kommunstyrelsens ordförande om stadens inköp av PR-tjänster

Theo Papiaoannou har i en interpellation ställt följande frågor till mig:

Varför fortsätter olika förvaltningar och bolag att köpa in PR-tjänster när kommunen har en egen stab för detta?

Vad gör kommunen för att ändra detta förfarande?

Varför följs inte LOU?

Svar:

Göteborgs Stad är en demokratiskt styrd organisation och har som sådan ett viktigt uppdrag i att kommunicera med boende, besökare och företagare, samt omvärlden i stort. Idag finns en central kommunikationsavdelning på Stadsledningskontoret bestående av 12 personer. Totalt arbetar 214 medarbetare med information och kommunikation inom stadsdelarna, fackförvaltningarna och de kommunala bolagen.

I samband med att media begärde ut underlag för förvaltningarnas och bolagens inköp av PR-tjänster, gjorde även Stadsledningskontoret samma begäran för att göra en egen kartläggning. Den visade att stadens verksamheter anlitar PR-byråerna på olika sätt. Det rörde sig om:

- rådgivning i mediefrågor
- varumärkesfrågor
- strategi- och analysarbete
- förändringsarbete
- arbete med att ta fram broschyrer och årsredovisningar.

Det kan, ibland, vara motiverat att köpa in konsulttjänster inom kommunikation precis som staden köper tjänster i andra specialismråden. Men naturligtvis ska sådana inköp alltid övervägas noggrant.

Jag anser till exempel inte att det är skäligt att anlita PR-byråer för tjänster som stadens egen organisation kan utföra. Förra veckan publicerade Dagens Samhälle en sammanställning på hur mycket pr-tjänster olika kommuner och landsting köper in. Göteborg ligger väldigt lågt. Stadsdelarna och fackförvaltningarna köpte in tjänster för 3 miljoner kronor under 2012. Detta är mindre än vad man exempelvis köper in för i Växjö och Helsingborg. Och kan jämföras med Stockholms 33,3 miljoner. Av det kan vi nog dra slutsatsen att stadsdelarna och förvaltningarna först och främst använder sig av de egna medarbetarnas kompetens och inte förlitar sig på privata konsulter.

När det gäller att möta media och frågor kring öppenhet och transparens så ska den kompetensen finnas inom stadens organisation. Stadsledningskontoret genomför varje år fyra utbildningar i att möta massmedia för personal på kontoret.

Stadsledningskontoret utför också regelbundet egna medieutbildningar, eller medverkar vid sådana, vid förfrågan från stadens verksamheter. Stadsledningskontoret har under flera år arbetat med utbildningar kring stadens informationspolicy och detta arbete kommer under 2014 dessutom att intensifieras. Vi har sedan hösten 2013 infört regelbundna möten med medierna och kommunikationsansvariga i staden för öka kunskap och förbättra arbetssätt.

När det gäller de övriga områdena bedömer vi att det fortsatt kommer att finnas ett behov inom stadens verksamheter av att ibland anlita externa byråer, men detta ska naturligtvis göras på ett klokt och ansvarsfullt sätt. Sedan en tid tillbaka arbetar vi med en gemensam kommunikationsstrategi för Göteborgs Stad, som bygger på att vi samordnar kommunikationen i staden. Genom ökad samordning hoppas vi kunna hitta synergieffekter och minska behovet av inköp från flera olika håll. Vi vill också kunna säkerställa att när vi använder byråer så ska det vara till tjänster vi behöver, inte till sådant vi redan har kompetens för i staden.

I de fall våra verksamheter kommer fortsätta köpa in kommunikationstjänster gäller det naturligtvis att göra detta enligt gällande lagar och förordningar. Det är svårt att besvara varför LOU inte alltid följs men för att göra det enklare att göra rätt för våra medarbetare kommer vi att gå ut med en central ramavtalsupphandling för staden som helhet. På så vis kan vi garantera att byråerna som används är korrekt upphandlade, och vi kan också utbilda samtliga byråer i Göteborgs Stads informationspolicy, och vilka speciella förutsättningar som gäller när man arbetar för en offentlig verksamhet.

Upphandlingen kommer att påbörjas under våren och leds av Upphandlingsbolaget. En central avtalsgrupp kommer att tillsättas bestående av representanter från Stadsledningskontoret, stadsdelar, fackförvaltningar och kommunala bolag. Den kommer att omfatta flera avtalsområden inom kommunikationsområdet – inte bara PR-tjänster – och beräknas vara klar under 2014.

