Yttrande över remiss – Riktlinjer för varumärkesarbetet i Region Stockholm

Nämnden för Stockholms läns sjukvårdsområde (SLSO) har av Rotel I getts möjlighet att avge yttrande över remiss - Riktlinjer för varumärkesarbetet i Region Stockholm.

Ärendet

Rotel I vill av remissinstanserna få in synpunkter på förslaget gällande Region Stockholms varumärkesarbete. Egenprofilerade nämnder och bolag påverkas inte, men där ingår inte SLSO och dess verksamheter. SLSO kommer att påverkas av Region Stockholms varumärkesarbete.

Förvaltningens motivering och yttrande

Sedan Stockholms läns landsting bytte namn till Region Stockholm år 2018 har Stockholms läns sjukvårdsområde (SLSO) genomfört löpande ändring av alla patientnära verksamheters logotyper (ca 126 resultatenheter spridda över länet, där vardera originallogotyp görs i två varianter för tryck och digitalt) samt tagit bort Stockholms läns sjukvårdsområdes logotyp.

Förvaltningen önskar att man inte stör kärnverksamheten med att inventera vad som måste justeras utifrån förändrat varumärkesarbete, utan låter dem fokusera på eventuell vård som skjutits fram och deras patienter.

Förvaltningen anser också att man bör skjuta på ett nytt varumärkesarbete då den ”administrativa uppdrags-/stödskuld” som uppstått på grund av rådande pandemi ska prioriteras. I den ligger bland annat tillgänglighetsarbete, dokumenthantering, utvecklingsbehov, fortsatt utveckling av digitala tjänster etc.

SLSO tycker att de patientnära verksamheterna redan idag tydligt visar att de är en enhetlig aktör, med ett gemensamt varumärke, som kommunicerar med en gemensam avsändare och med en gemensam visuell identitet. Dagens visuella uttryck bidrar till tillgänglighet, transparens, enkelhet och tydlighet i olika sammanhang. Se exempel på dagens logotyper i bilaga 1.

Förvaltningen föreslår även att man inte belastar Region Stockholms ekonomi med att justera varumärkesarbetet ytterligare en gång i närtid. Utan att istället uppdatera befintlig grafiska profilmanual (LS 0409-1809) så att den blir aktuell, där områden som teknisk utveckling och krav på tillgänglighet justeras samt att det upprättas en styrgrupp som årligen uppdaterar riktlinjen efter omvärlden. Det blir både kostnadseffektivt och hållbart.

Förslag till beslut
Nämnden för Stockholms läns sjukvårdsområde föreslås besluta

att avge yttrande över remiss – Riktlinjer för varumärkesarbetet i Region Stockholm enligt ovanstående, samt

att förklara paragrafen omedelbart justerad.

Mikael Ohrling
Sjukvårdsdirektör

Caroline Ekman
Kommunikationsdirektör

Exempel på patientnära verksamheters logotyper idag år 2021

Täby vårdcentral
REGION STOCKHOLM

Solna barnavårdscentral
REGION STOCKHOLM

Regionstyrelsen
Rotel I

REMISS
2021-02-11

Diarienummer
RS 2020-0828

Enligt sändlista

Riktlinjer för Region Stockholms varumärkesarbete

Rotel I remitterar för yttrande bilagt förslag till riktlinje för varumärkesarbete i Region Stockholm. I remissen ligger att roteln vill ha remissinstansernas synpunkter på förslaget.

Remissen är ett led i beredningen av ett ärende avsett att beslutas vid regionfullmäktiges sammanträde den 16-17 november 2021. Mer information om förslaget finns i bilagd promemoria från regionledningskontoret daterad den 20 januari 2021.

Remisstiden sträcker sig till den 28 maj, 2021. Yttranden ska skickas till regionledningskontorets registrator, epost: registrator.rlk@sll.se. Ange diarienummer RS 2020-0828.

Frågor kring remissen kan besvaras av Katarina Winell, kommunikationsdirektör regionledningskontoret, katarina.winell@sll.se, 070-737 35 58.

Gustaf Drougge
Kanslichef

Sändlista
Hälso- och sjukvårdsnämnden
Vårdens kunskapsstyrningsnämnd
Patientnämnden
Stockholms läns sjukvårdsområde
Karolinska Universitetssjukhuset
Trafiknämnden
Färdtjänstnämnden
Tillväxt- och regionplanenämnden
Kulturnämnden
Fastighets- och servicenämnden
Revisorskollegiet

Kommunalförbundet Sjukvård och omsorg i Norrtälje, samt kommunalförbundets bolag TioHundra AB

Södersjukhuset AB
Danderyds Sjukhus AB
Södertälje Sjukhus AB
S:t Eriks Ögonsjukhus AB
Folktandvården Stockholms län AB
Ambulanssjukvården i Storstockholm AB (AISAB)
MediCarrier AB
Locum AB
AB Stockholms Läns Landstings Internfinans
Stockholm Care

Region Stockholm

Regionledningskontoret

PM
2021-02-11

RS 2020-0828

Riktlinjer för varumärkesarbete i Region Stockholm

Remiss-PM

Innehållsförteckning

1. Regionledningskontorets förslag och motivering 3
1.1 Beskrivning 3
1.2 Sammanfattning 3
1.3 Bakgrund 3
1.3.1 Uppdrag 3
1.3.2 Innehåll 4
1.3.3 Arbetsmetod 4
1.3.4 Kompletterande styrande dokument 5
1.3.5 Hantering av befintliga styrande dokument 5
1.3.6 Ekonomiska konsekvenser 5

1. Regionledningskontorets förslag och motivering

1.1 Beskrivning

Ärendet utgörs av ett förslag till riktlinje för varumärkesarbete i Region Stockholm och omfattar nämnder och bolag.

Regionledningskontoret avser föreslå regionstyrelsen föreslå att regionfullmäktige beslutar följande:

1. Att förslag till riktlinje för varumärkesarbete i Region Stockholm fastställs.
2. Att befintliga Riktlinjer för Stockholms läns landstings varumärkesarbete, LS 0409-1809 upphör.
3. Att regionstyrelsen ges i uppdrag att besluta om riktlinjer för visuell identitet.
4. Att regionstyrelsen ger regiondirektören i uppdrag att besluta om kompletterande tillämpningar i form av manual för visuell form.

1.2 Sammanfattning

Förslaget till riktlinje för varumärkesarbetet ska gälla för Region Stockholms nämnder och bolag och syftar till att konkretisera hur organisationen ska arbeta med Region Stockholms varumärken.

Enligt förslaget ska Region Stockholm uppfattas som en enhetlig aktör med ett gemensamt varumärke. Egenprofilerade nämnder och bolag behåller sina egna varumärken.

Riktlinjen för varumärkesarbetet kompletteras med styrande dokument för Region Stockholms visuella identitet.

1.3 Bakgrund

1.3.1 Uppdrag

Nuvarande styrande dokument för varumärkesarbete och grafisk profil, (LS 0409-1809) är från 2005. Sedan dess har förutsättningarna för organisationen Region Stockholm och för kommunikationsområdet utvecklats och förändrats.

I samband med beslut om kommunikationspolicy, (LS 2016-0567), gav fullmäktige regionstyrelsen i uppdrag att återkomma med förslag på styrande dokument för varumärke och visuell identitet i Region Stockholm.

Som ett första steg beslutade fullmäktige i maj 2019 om Användning av logotyp för Region Stockholm, (LS 2018-1282).

Riktlinjen ska konkretisera detta beslut och förtydliga och ange regler och krav för varumärkesarbetet i Region Stockholm. Den ska utformas enligt regionfullmäktiges beslutade regler för kompletterande styrande dokument.

Region Stockholms varumärken ska utgå från Region Stockholms beslutade vision och värderingar vilka tydliggörs i budget samt andra styrande dokument. Det innebär att riktlinjen inte innehåller egna formuleringar av vision och värderingar.

1.3.2 Innehåll

Riktlinjen kompletterar Region Stockholms kommunikationspolicy och andra styrande dokument inom kommunikationsområdet och stödjer övriga styrande dokument inom områdena uppförande och bemötande.

Förslaget till riktlinje syftar till att konkretisera Region Stockholms varumärkesarbete och innebär en varsam och kostnadseffektiv revidering av befintlig riktlinje för anpassning till andra styrande dokument samt för att komplettera och utveckla fullmäktiges tidigare beslut om en gemensam logotyp.

Enligt förslaget till riktlinje ska varumärkesarbetet utgå från att Region Stockholm ska uppfattas som en enhetlig aktör med ett gemensamt varumärke, som kommunicerar med en gemensam avsändare och med gemensam visuell identitet.

De egenprofilerade nämnder och bolag som är starkt kopplade till Region Stockholm behåller och utvecklar sina egna varumärken.

Riktlinjen utgår från att alla Region Stockholms varumärken ska avspegla Region Stockholms beslutade vision och värderingar och följa organisationens utveckling.

I riktlinjen regleras vidare hur Region Stockholms varumärken ska förhålla sig till varandra samt anger regler och krav för egenprofilering, immateriellt skydd och externa aktörers tillgång till regionens varumärken.

1.3.3 Arbetsmetod

Region Stockholms främsta styrande dokument är budget. I denna anges att de styrande dokumenten inom Region Stockholm vid behov ska justeras mot vision och övergripande mål, som de uttrycks i budgeten.

Region Stockholms uppdrag och beslutade vision och värderingar finns således redan på plats och därför har det inte behov funnits av att genomföra en traditionell varumärkesprocess med definitioner av kärnvärden, vision, verksamhetsidé och position i förhållande till andra aktörer.

Förslaget till riktlinje har tagits fram under ledning av avdelningen Strategisk kommunikation och press inom regionledningskontoret i dialog med representanter från nämnder och bolag. Med remissen kommer ytterligare synpunkter inhämtas och beaktas.

1.3.4 Kompletterande styrande dokument

Riktlinje för varumärkesarbetet kompletteras med justerade styrande dokument för Region Stockholms visuella identitet. Dessa anpassas, med beaktande av kostnadseffektivitet och hållbarhet, till den tekniska utvecklingen och krav på tillgänglighet.

1.3.5 Hantering av befintliga styrande dokument

I samband med att förslaget till riktlinje läggs fram föreslås att Riktlinjer för Stockholms läns landstings varumärkesarbete, (LS 0409-1809), beslutas att upphöra.

1.3.6 Ekonomiska konsekvenser

Förslaget till riktlinje bedöms långsiktigt bidra till en effektivare och mer hållbar resursanvändning genom att kostnaderna för att underhålla och vårda ett gemensamt varumärke är lägre än för att stödja flera olika avsändare och visuella identiteter.

På sikt bedöms också kostnaderna minska i samband med namnbyten, omorganisationer och flytt av verksamheter.

Genom att fokusera kommunikations- och informationsinsatser till ett gemensamt varumärke, med en gemensam avsändare och en gemensam visuell identitet, blir kommunikationen också effektivare och de väsentliga ekonomiska värden som Region Stockholms varumärke representerar upprätthålls.

De behov av anpassning av grafiskt material som kan uppstå bör genomföras under en längre period som en del av planerat underhåll. Kostnaden för detta ska rymmas inom varje verksamhets kostnadsram.

Region Stockholm

Diarienummer
RS 2020-0828

Riktlinje

Varumärkesarbete i Region Stockholm

Gäller för Region Stockholm

Dokumenttyp	Fastställd	Giltig till och med
Dokumentnummer 1986826	Fastställd av	Upprättad av
Informationssäkerhetsklass		

1. Bakgrund

Region Stockholm är en stor och välkänd aktör inom länet, nationellt och internationellt och med en lång historia som avspeglar länets utveckling och invånarnas behov. Region Stockholm ansvarar för verksamheter och områden som rör och berör länets invånare och enskilda individer och utformar planer och strategier för länets framtida utveckling. Region Stockholm är arbetsgivare för dagens och framtida medarbetare och uppdragsgivare för upphandlade tjänster.

Region Stockholms varumärken är välkända, trovärdiga avsändare och står som garant för Region Stockholms verksamheter och tjänster. Region Stockholms varumärken ska användas på ett sådant sätt att dessa värden upprätthålls.

I styrande dokument formuleras Region Stockholms vision, värderingar och strategier. I andra styrdokument fastläggs koder för organisationens agerande och det externa och interna bemötandet. Samtliga dessa styrande dokument ska utgöra principiell grund, regler och krav för Region Stockholms varumärkesarbete.

2. Syfte

Riktlinjer för varumärkesbete i Region Stockholm kompletterar fullmäktiges beslutade kommunikationspolicy, LS 2016-0657 och syftar till att konkretisera hur regionen ska arbeta med Region Stockholms varumärken. Riktlinjerna anger principiell grund, regler och krav för Region Stockholms gemensamma varumärke och för nämnder och bolag med egna varumärken.

3. Tillämpning

Riktlinjerna gäller för samtliga nämnder och bolag i Region Stockholm och är överställda lokalt styrande dokument. Riktlinjerna kan kompletteras med vägledande dokument och mallar.

Nämnder och bolag ansvarar för riktlinjernas tillämpning och användning i den egna verksamheten.

För de verksamheter som arbetar på uppdrag av Region Stockholm ska det regleras i avtal hur relationen med Region Stockholm kommuniceras. Sådan reglering ska följa regler och krav för Region Stockholms varumärkesarbete.

4. Definitioner

Varumärke
Med varumärke menas hur mottagaren för kommunikationen uppfattar en verksamhet, organisation eller tjänst. Uppfattningen byggs både historiskt, i samband med tidigare möten med organisationen, och genom de löften som varumärket ger. Till detta samverkar flera områden, inte bara de värderingar och löften organisationen ger uttryck för, utan även vilka verksamheter som organisationen vill associeras med och visuellt uttryck. Här ingår också hur företrädare för organisationen uppför sig och bemöter andra internt och externt. Samtliga dessa områden regleras av andra styrande dokument inom Region Stockholm.

Patent och registreringsverket, PRV, definierar ett varumärke som ”ett kännetecken för ett företag, en produkt eller tjänst. Det kan bestå av exempelvis ord, figurer, bokstäver, siffror, personnamn, slogans, ljud eller kombinationer av dessa”.

I denna riktlinje används båda dessa synsätt.

Varumärkeslag (2010:1877) fastslår att ett kännetecken ska vara unikt och inte gå att förväxla med andra. Det får heller inte strida mot lag eller författning eller kränka någon annans rättigheter. Ensamrätt till ett varumärke kan förvärvas genom registrering eller genom inarbetning. Registreringen kan återkallas, och innehavaren förlora ensamrätten, om innehavaren har använt varumärke i annan form än den som registrerats.

Med *logotyp* menas ett visuellt utformat kännetecken i form av en figur eller en symbol som skapar igenkänning och kan förknippas med en organisation, verksamhet eller tjänst.

5. Riktlinjer

Region Stockholms varumärkesarbete utgår från att Region Stockholm ska uppfattas som en enhetlig aktör, med ett gemensamt varumärke, som kommunicerar med en gemensam avsändare och med en gemensam visuell identitet. Då förenklas invånarnas möjlighet att få kännedom och kunskap om Region Stockholms uppdrag, verksamheter och ansvar. Detta bidrar till invånarnas insyn och därmed möjlighet till deltagande i den demokratiska processen.

När Region Stockholm kommunicerar som en enhetlig aktör, tydliggörs Region Stockholm internt och externt som arbetsgivare, utförare, uppdragsgivare och samarbetspartner.

Ett gemensamt varumärke

- Region Stockholm är en organisation med ett gemensamt varumärke.

- Region Stockholms varumärke ska avspegla Region Stockholms vision och värderingar och följa organisationens utveckling.

- Varumärket ska stärka sambandet mellan organisationens delar och för att tydliggöra Region Stockholm som en enhetlig aktör med ansvar för hälso- och sjukvård, kollektivtrafik och regional utveckling i Stockholms län samt en aktör som bidrar till kulturlivet i länet.

En gemensam avsändare

- Region Stockholm är den gemensamma avsändaren för all kommunikation inom och utom organisationen.

- Avsändaren visualiseras av Region Stockholms logotyp. Logotypen består av symbolen med två stiliserade L samt ordbilden ”Region Stockholm”. Symbolen får endast användas av de nämnder och bolag som ingår i regionkoncernen Region Stockholm.

- Region Stockholms logotyp eller symbol får inte användas på ett sätt som gör att Region Stockholm kan uppfattas som avsändare av kommunikation som kommer från annan organisation, aktör eller privatperson. Detta ska särskilt beaktas i avtal med leverantörer och externa utförare samt vid olika former av samarbeten.

En gemensam visuell identitet

- Region Stockholm ska i sin kommunikation använda Region Stockholms gemensamma visuella identitet. Utöver logotypen omfattar den visuella identiteten typsnitt, färgpalett, grafiska element, namnsättning och benämningar.

- Den visuella identitetens olika delar ska användas så att de bidrar till tillgänglighet, transparens, enkelhet och tydlighet i olika sammanhang.

5.1 Egenprofilerade nämnder och bolag

I regionkoncernen ingår flera starka och välkända varumärken som av tradition är tydligt kopplade till Region Stockholm. Nämnder och bolag som har sådana varumärken benämns egenprofilerade. Dessa varumärken ska behållas och utvecklas.

Egenprofilerade nämnder och bolag ska i sin kommunikation ange att de är en del av Region Stockholm. Undantag från detta görs i specifika brukarrelationer där driften är upphandlad på entreprenad.

Till egenprofilerade nämnder och bolag hör Karolinska Universitetssjukhuset, Södersjukhuset AB, Danderyds Sjukhus AB, Södertälje Sjukhus AB, S:t Eriks Ögonsjukhus AB, Folktandvården Stockholms län AB, Ambulanssjukvården i Storstockholm AB (AISAB), Stockholm Care AB, Locum AB, AB Storstockholms Lokaltrafik (SL), Waxholms Ångfartygs AB (WÅAB), FilmStockholm AB.

5.2 Varumärkesskydd

Regionkoncernens varumärken representerar stora immateriella och finansiella värden och ska kontinuerligt underhållas och vårdas. De ska skyddas genom konsekvent och tydlig användning.

Varje nämnd eller bolag ansvarar för att de varumärken de förvaltar skyddas och är registrerade på korrekt sätt. Alla intrång i varumärket ska påtalas och beivras av den som äger eller förvaltar varumärket.

Nämnder, bolag och verksamheter får inte genom avtal eller överenskommelse helt eller delvis avsäga sig eller överlåta rättigheten att disponera regionkoncernens varumärken.

5.3 Nya varumärken och ny egenprofilering

Sambandet mellan delarna i regionkoncernen ska stärkas och när nya verksamheter, produkter eller tjänster tillkommer ska det i regel ske inom ramen för det gemensamma varumärket. Region Stockholm ska vara restriktiva med att utveckla nya varumärken och ny egenprofilering. Ska det gemensamma varumärket inte användas fattas beslut om detta av regionstyrelsen.

Regionstyrelsen fattar beslut om egenprofilering, liksom om förändringar av varumärket. Nya varumärken och nya egenprofilerade nämnder och bolag ska avspegla regionens vision och värderingar och ska i sin kommunikation ange att de är en del av Region Stockholm. Vid beslut om nytt varumärke ska den egna nämnden eller bolaget registrera och äga varumärket.

I vissa fall har specialsymboler använts för att identifiera tjänster eller uppdrag. Beslut om nya specialsymboler, liksom förändringar av de etablerade specialsymbolerna, fattas av regionstyrelsen. Restriktivitet ska tillämpas.