



Tjänsteskrivelse

Datum

2024-10-04

Vår referens

Nicklas Sjöqvist

Enhetschef

nicklas.sjoqvist@malmo.se

Upphörande av utgivning av tidningen Vårt Malmö STK-2024-1372

Sammanfattning

Sedan starten 1967 har Vårt Malmö informerat om kommunens beslut och verksamheter för att öka medborgarnas förståelse. I takt med den digitala utvecklingen har kommunikationskanalerna mångfaldigats, och idag når Malmö stad sina invånare genom malmo.se, sociala medier och andra digitala plattformar. Medborgarnas preferenser har förändrats, och intresset för tryckt media minskar, särskilt bland yngre. I dagens medielandskap är papperstidningen mycket kostnadskrävande och inte längre en effektiv kommunikationskanal. Förslaget är att lägga ner tidningen och i stället satsa på nya kommunikationskanaler och digitala lösningar för att nå fler målgrupper och främja en aktiv inkludering och delaktighet bland Malmöborna.

Förslag till beslut

Kommunstyrelsens arbetsutskott föreslår kommunstyrelsen besluta

1. Kommunstyrelsen beslutar att upphöra med utgivningen av tidningen Vårt Malmö och i stället satsa på effektivare kommunikationskanaler för att nå Malmöborna.

Beslutsunderlag

- G-Tjänsteskrivelse KSAU 241007 Upphörande av utgivning av tidningen Vårt Malmö
- Svenskarna och Internet 2023
- Läsvärdesundersökning Vårt Malmö 2022
- Befolkningens IT-användning (<https://www.scb.se/hitta-statistik/statistik-efter-amne/levnadsforhallanden/levnadsforhallanden/befolkningens-it-anvandning/>)

Beslutsplanering

Kommunstyrelsens arbetsutskott 2024-10-07

Kommunstyrelsen 2024-10-15



Beslutet skickas till

Stadskontoret, kommunikationsavdelningen
Stadskontorets handläggare

Ärendet

Stadskontoret har under 2024 gått igenom gjorda läsundersökningar och analyserat effekten av tidningen Vårt Malmö för att komma fram till hur kommunen effektivast når denna målgrupp och vilka andra alternativ som finns utifrån dagens digitala medielandskap.

När Malmö stads hushållstidning Vårt Malmö startade 1967 var syftet att informera om kommunens beslut och verksamheter och för att komma närmare medborgarna. Tidningen har med åren utvecklats över tid men syftet är detsamma idag. Vårt Malmö ska utifrån medborgarnas vardag beskriva effekterna av politiska beslut och beskriva den kommunala verksamhetens visioner, syften och mål i syfte att öka förståelsen för kommunens verksamhet.

De senaste årens digitala utveckling har medfört att antalet kommunikationskanaler har ökat och att merparten är digitala och ständigt föränderliga. Idag når kommunen medborgarna genom flera olika kanaler som malmo.se, sociala medier men även via kontaktcenter. Uppdraget är att beskriva både politiska beslut och öka förståelsen för den kommunala verksamheten. Medborgarna som målgrupp förändras också över tid och behöver hanteras som en heterogen målgrupp indelad efter olika behov utifrån flera parametrar för att kommunens budskap ska nå fram på ett effektivt sätt. För att klara detta behöver kommunen använda flera olika kanaler med anpassade budskap för att nå medborgare med olika förutsättningar som exempelvis yngre, äldre, nyinflyttade med flera. Svårigheten att nå Malmöbor som inte har svenska som modersmål har varit speciellt stor.

Läsvärdesundersökningar

Det har genomförts tre större läsvärdesundersökningar genom åren, 2011, 2014 och 2022. Av dessa kan man se att observationsvärdet stadigt sjunker bland alla åldrar men är särskilt markant bland Malmöbor under 50 år. Detta gäller inte bara Vårt Malmö utan är en generell trend för tryckt media.

I Vårt Malmös läsvärdesundersökning 2022 angav lika många att man skulle föredra att ta del av information på kommunens webbplats ”malmo.se” (45 procent), som via en papperstidning som distribueras till bostaden (45 procent).

Antalet som vill ta del av information via sociala medier ökade (36 procent jämfört med 21 procent 2014 och 21 procent 2011). Personer 39 år eller yngre föredrog att ta del av information via sociala medier (44 procent jämfört med 26 procent av personer 50 år



eller äldre). Äldre personer vill i högre utsträckning fortsatt ta del av information via papperstidning som distribueras till bostaden (65 procent jämfört med 22 procent under 30 år).

Generellt sett vill Malmöborna tillgodogöra sig de nämnda kanalerna så här:

- Ålder 18–50 Facebook och Instagram (sociala medier)
- Ålder 40–65 malmo.se/aktuellt (webb/Internet)
- Ålder >60 tryckt media (papperstidningar)

Läsandet ökar i våra officiella digitala kanaler Facebook och Instagram. På malmo.se/aktuellt kan medborgarna prenumerera på innehållet och få artikelsammanfattningar med länkar via mejl. I dagsläget finns det cirka 1 300 prenumeranter.

Inkluderande och tillgänglig kommunikation

Malmö stad har en utvecklad kommunikationsstruktur med ett flertal kanaler där Malmöborna kan ta del av och föra dialog om kommunens verksamheter för att känna sig delaktiga. Utvecklingen av denna struktur måste hela tiden fortsätta, och nya sätt att nå våra målgrupper behöver löpande utforskas. Det gäller generellt och det gäller även specifikt för att nå en större inkludering av Malmöbor med annan språklig bakgrund än svenska. Stadskontorets kommunikationsavdelning kommer därför att initiera en förstudie för att utreda möjligheterna att på ett effektivare sätt nå denna målgrupp.

Användningen av internet och sociala medier bland äldre har ökat markant de senaste åren. Nästan alla svenskar i åldern 65–74 år använder internet, och även i åldersgruppen 75–85 år är användningen hög. Sociala medier: Användningen av sociala medier är också utbredd. Bland 65–74-åringar använder 43 procent sociala nätverkssajter, medan 27 procent av de som är 75–85 år gör detsamma, visar rapporter från Internetstiftelsen och SCB.

Det är därför rimligt att framöver i första hand fokusera våra insatser på våra digitala kanaler.

Malmo.se ägs och kontrolleras av Malmö stad vilket gör att informationen är både tillgänglighetsanpassad, faktagranskad och utan inverkan av externa algoritmer eller desinformation. Det är också en mycket etablerad kanal i kommunikationen mot medborgarna, med långt över 10 miljoner besök under 2023.

Malmö stad har länge varit en av de kommuner som satsat mest på att skapa närhet och dialog med medborgare i sociala medier, vilket gett goda resultat. Via våra sociala



kanaler finns möjligheten att rikta budskap direkt till medborgare med olika förutsättningar, exempelvis äldre, yngre, och grupper som talar andra språk än svenska - och dessa arbetssätt kan fördjupas ytterligare.

Många i den grupp som säger sig ha mest nytta av Vårt Malmö, personer över 60 år, finns i digitala kanaler – både på webben och i sociala medier – och de Malmöbor som fortsatt föredrar tryckt media i första hand kan nå genom andra befintliga kanaler som hanteras av Hälsa-, vård- och omsorgsförvaltningens kommunikationskanaler och tidningar, exempelvis ”Vi Tillsammans” och ”Spaning” som båda når Malmöbor 70+.

Förslaget är att lägga ner tidningen Vårt Malmö i slutet av 2024 eller början av 2025 med hänsyn till ingångna avtal med leverantörer.

Ansvariga

Mats Holmström Kommunikationsdirektör

Magdalena Bondeson Sektionschef

Andreas Norbrant Stadsdirektör