



KOMMUNIKASJONSSTRATEGI

FOR

STRAND KOMMUNE 2012 – 2015

Versjon 08.11.2011

Innhold

1 INNLEIING	3
2 STATUSVURDERING	3
3 KOMMUNIKASJONSMÅL	4
4 MÅLGRUPPER	4
5 ANSVAR OG ORGANISERING	4
6 PRINSIPP FOR KOMMUNIKASJON	5
7 STRATEGIAR OG TILTAK for intern og ekstern kommunikasjon	5
Strategi 1 – deltakande kommunikasjon.....	5
Strategi 2 – målgruppeorientering	5
Strategi 3 – aktiv og planlagt	6
Strategi 4 – roller, ansvar og kompetanse.....	7
8 IMPLEMENTERING	7

1 INNLEIING

Kommunelova §4 regulerer kommunen sine pliktar til å driva aktivt informasjonsarbeid. Vidare legg ny offentleglov sterke føringar for å vera meir open i forvaltninga. Strand kommune har i tillegg vedteke prinsipp om meiroffentlegheit i tenesteproduksjonen. På den andre sida skal kommunen sikra personvernet og følgja personopplysningslova med tilhøyrande forskrift.

Strand kommune har gjennom arbeidet i Kvalitetskommuneprogrammet gjennomført ei omdømmeundersøking blant innbyggjarane i kommunen. Undersøkinga viste kor nøgde innbyggjarane var med kommunale tenester, kommunen som lokalsamfunn og tilliten til lokaldemokratiet. I oppfølginga av undersøkinga er det som eitt av tiltaka anbefalt at kommunen vidareutviklar sin kommunikasjonsstrategi.

Strand kommune har valt visjonen: "Saman om trivsel". Vår kommunikasjon skal byggja opp om denne visjonen samt dei verdiar og målsettingar som går fram av kommuneplanen og andre styringsdokument.

Kommunikasjonsstrategien viser konkrete mål og strategiske val og vil slik vera retningsgivande og styrande for den daglege kommunikasjonen mellom kommunen og våre ulike interessegrupper. Kommunikasjonsstrategien vil saman med ein tiltaksplan leggja klare føringar for kva budskap som skal prioriterast og kva aktivitetar som skal setjast i gang og oppretthaldast av kommunen dei neste åra, sentralt så vel som i dei enkelte verksemdene.

2 STATUSVURDERING

Tenestetilbodet i norske kommunar er i stor grad regulert av lover og forskrifter, noko som legg tydelege føringar for kva tilbod som skal ytast og korleis dette skal leverast. Strand kommune har i tillegg utarbeida eige dokument for samhandling mellom folkevalte og administrasjon, reglement for pressekontakt, etiske retningslinjer, dokument som sikrar folkevalte sin rett til innsyn og plan for kommunikasjon ved krisehandtering. Kommunen har i denne samanheng bygd opp gode løysingar for elektronisk informasjon til innbyggjarar, brukarar, tilsette og media på sine nettsider. Men nettsidene har bare i avgrensa grad løysingar for elektronisk dialog og medverknad.

Kommunen har i varierende grad utvikla gode arenaer for dialog og medverknad. Grunnskulen er eit godt eksempel på ein sektor som over lang tid har utvikla kultur, arenaer og rutinar for aktiv medverknad frå elevar og føresette og folkevalte. Andre sektorar har ikkje i same grad utvikla tilsvarande tilbod.

Kommunen har ein tydeleg visjon. Tydinga av kva visjonen og overordna målsettingar tyder for den enkelte tilsette, er ikkje godt nok innarbeida i organisasjonen.

Kommunen har ikkje utarbeida ein samla grafisk profil som kan nyttast i ekstern og intern kommunikasjon, men har ulike element som blir nytta kvar for seg.

I 2009 gjennomførte kommunen ei omdømmeundersøking blant innbyggjarane i Strand. Undersøkinga viste at brukarane stort sett var nøgde med kommunen sin tenesteproduksjon, men mindre nøgde i høve til tillit til kommunen og til brukarane sitt møte med kommunen.

Dei viktigaste kommunikasjonsutfordringane for kommunen er å:

- ta i bruk kommunikasjonsstrategi som verkemiddel i det daglege arbeidet
- sikre tilbakemeldingar frå brukarane for å avdekkja informasjonsbehov, og utvikla og vidareutvikla velfungerande kommunikasjonskanalar
- bruka eit forståelig språk og ha lik visuell profil
- motivera til dialog og medverknad frå alle grupper til rett tid
- skapa realistiske forventningar til kommunen sine tenestar
- byggja ein felles og samlande internkultur for heile kommunen
- sikra samhandling og klargjera roller og ansvar
- møte media og andre interessentar opent, aktivt og planlagt
- halda på og rekruttera gode medarbeidarar
- ha tilstrekkeleg kommunikasjonskompetanse i heile organisasjonen

3 KOMMUNIKASJONSMÅL

Målsettingane for Strand kommune, slik dei går fram av kommuneplan og andre styringsdokument, skal bidra til å:

- styrkja informasjon, dialog og medverknad på dei enkelte tenestestadene
- gje innbyggjarane god innsikt i kommunen sitt tilbod og tenester
- forbetra kommunal tenesteproduksjon gjennom aktiv deltaking frå innbyggjarar
- forbedra kommunen sitt omdøme
- rekruttera og halda på kompetent arbeidskraft
- styrkja og utvikla lokaldemokratiet gjennom å vidareutvikla dialog mellom folkevalte og innbyggjarane

4 MÅLGRUPPER

Kommunen sine viktigaste målgrupper er innbyggjarar og tilsette, samt næringsliv, turistar og andre besøkande. I tillegg har kommunen ei rekkje andre målgrupper som:

- Fylkeskommunen
- Fylkesmannen
- Andre kommunar
- Departementa
- KS
- Samarbeidspartnarar
- Media

5 ANSVAR OG ORGANISERING

Leiaransvar - kommunikasjon er eit leiaransvar. Kommunikasjon og informasjon skal vera integrert i kommunen sine plan- og styringsdokument.

Linjeansvar - kommunikasjonsansvaret skal følgja linjeprinsippet. Den som har ansvaret for ei teneste, har også ansvaret for å informera om denne tenesta.

Sjå elles kommunen sitt pressereglement.

6 PRINSIPP FOR KOMMUNIKASJON

Open – kommunen vil gje meir informasjon enn minstekrava i lova.

Språk – klart og forståeleg språk tilpassa dei ulike brukargruppene

Deltaking - Strand kommune skal leggja til rette for innbyggjarmedverknad. Alle tilsette må ta aktivt del i arbeidet med å forbetra kommunen sine tenestar og arbeidsmiljø.

Aktiv – kommunen utnyttar alle informasjons- og kommunikasjonskanalar aktivt for å nå måla sine

Til stades – kommunen skal vera tilgjengeleg og til stades for innbygarane sine

Brukarvenleg – kommunen sin organisasjon er avhengig av kommunikasjon og samhandling på mange plan for å utvikla tenestene sine. Planlegging av informasjonstiltak krev kunnskap om målgruppa ein skal kommunisera med

Prinsipp for medieuttalar; Overordna prinsipp er at ordførar og rådmann skal uttala seg på vegne av kommunen. Sjå fleire detaljar i pressereglementet.

Prinsipp for ytringsfridom; Alle tilsette kan som privatpersonar fritt uttala seg om kommunale forhold som ikkje kjem under teieplikta eller som er utanom det offentlege. Ytringsfridomen må vegast mot omsynet til lojalitetsplikta ovafor den aktuelle verksemda, avhengig av mellom anna type verksemd og kva stilling/ posisjon den einskilde har. Tillitsvalde har ein openberr rett til å ha kontakt med folkevalte og andre styrande organ.

Prinsipp for varsling; Strand kommune har eigne kanalar for varsling av kritikkverdige forhold, sjå intranett og internettsidene.

Prinsipp for kriseleiing går fram av eiga handbok.

7 STRATEGIAR OG TILTAK for intern og ekstern kommunikasjon

Strategisk kommunikasjon vil seia at ein i alle faglege, politiske og økonomiske og praktiske val og tek omsyn til at avgjerslene skal formidlast til dei ulike målgruppene.

Strategi 1 – deltakande kommunikasjon

Strand kommune skal leggja til rette for betre kommunikasjon med innbygarane for å bidra til å fornya og effektivisera kommunen sine tenestar og styrka lokaldemokratiet.

TILTAK I) – www.strand.kommune.no

- Ta i bruk dialogtenestar på internettsidene (innbyggjarportal/feilmeldetenester/"mitt nabolag").
- Utvikla funksjonalitet for å kunna visa saksgang elektronisk på internettsidene
- Vidareutvikla kommunen sin bruk av sosiale medier som Facebook, Twitter og Flickr

Strategi 2 – målgruppeorientering

Strand kommune sin kommunikasjon skal vera målgruppeorientert og ta omsyn til mottakaren.

TILTAK II) – universell utforming

- Alle målgrupper skal kommuniserast med i høve til gjeldande retningslinjer for universell utforming.
- Til alle kommunale møter og tilstellingar skal det mellom anna leggest til rette for bruk av rullestol og nytta lydanlegg samt teleslynge i kommunale bygg.

TILTAK III) – målgrupper

- Definera og skaffa kunnskap om målgruppene som skal nås
- Lytta aktivt for å kunna møte målgruppene
- Måla i kva kanalar me best når ut til dei ulike målgruppene
- Vera oppdatert på digitale bruksmønster hos dei ulike målgruppene
- Sikra gode rutinar for handtering av kontakt og tilbakemeldingar i valte kanalar

TILTAK IV) – språk

- Informasjonen frå kommunen skal utarbeidast i tråd med retningslinjer for universell utforming. Den skal være tilgjengelig og forståelig for dei aktuelle målgruppene og utarbeidas i henhold til språkrådet si side www.klarsprak.no
- All informasjon i kommunen blir formidla på norsk, men tilrettelegging av informasjon på andre språk blir vurdert etter behov. Det skal brukast profesjonelle omsetjarar. Kommunen sitt arbeidsspråk er språkøytralt, slik at fordeling av nynorsk og bokmål målføre er likeverdig.

Strategi 3 – aktiv og planlagt

Strand kommune sin kommunikasjon om tenestetilbod, rettar og viktige politiske vedtak skal vera aktiv, offensiv og planlagt i dei rette kanalane.

TILTAK V) – vera til stades og gå fremst

- Bruka kommunikasjon som strategisk verkemiddel
- Leggja til rette for innsyn i forvaltninga
- Vera i forkant - planlegga tiltak i god tid
- Informasjon frå kommunen skal vera oppdatert og relevant
- I kritiske situasjonar skal viktige og presise budskap formidlast på ein effektiv måte (jf. Plan for krisehandtering). Mellom anna må ein i kritiske situasjonar i tillegg gje informasjon på engelsk.
- Kommunen skal vera synleg ved større lokale arrangement

TILTAK VI) - aktiv

- Aktivt opplysa om målgruppene sine rettar, plikter og mulegheiter
- Tydelege og relevante skriv om tenestene i rette kanalar
- Synleggjera kommunen sine resultat
- Skapa engasjement og bidra til deltaking omkring avgjersleprosessar
- Tydeliggjera lokale behov, resultat og ønske til styresmakter

TILTAK VII) – kanalval for informasjon

- Gjera meir tydeleg dei ulike kanalvala i organisasjonen med tanke på god intern kommunikasjon, og særskilt fokus på dei folkevalte, tillitsvalte og administrasjonen sine roller.
- Prioritera internett/intranett og sosiale medium som kommunikasjonskanalar. Kommunen skal ha kompetanse og kunnskap om nye relevante kanalar som kan takast i bruk, og utarbeida retningslinjer for desse etter behov
- Utnytta teknologi som gjer tilsette og innbyggjarar betre og raskare informasjon, mellom anna overføre fleire kommunale møter på web-tv.
- Bruka media aktivt som kanal, særskilt fokus på bruken av lokalavisa.

TILTAK VIII) - tillit og omdømme

- Informasjon frå kommunen skal vera påliteleg og etisk forsvarleg
- Skapa realistiske forventningar til kva kommunen skal/kan levera
- Gjera tilsette og brukarar til våre beste ambassadørar
- Konkretisera kva verdisett som gjeld og evaluera dei etiske retningslinjene. Knyta kommunikasjonsstrategien opp mot dei konkretiserte verdisetta.

Strategi 4 – roller, ansvar og kompetanse

Strand kommune skal vera ein tydeleg og einskapleg avsendar som har et avklart og godt samarbeid internt og med andre samarbeidspartnarar. Kommunikasjonsansvarlege skal inneha rett kompetanse.

TILTAK IX) – samhandling på tvers

- Koordinera kommunikasjon på tvers – involvera og samarbeida med andre relevante avdelingar og verksemdar der fleire blir råka
- Avklara forventningar til-, og samordna kommunikasjonsrelatert arbeid hos samarbeidspartnarar og kommunale og interkommunale selskap

TILTAK X) - Lik visuell profil

- All informasjon skal tydeleg visa kven som er avsendaren
- Kommunen sin profil skal brukast konsekvent og korrekt for å sikra gjenkjenning

TILTAK XI) - Ansvar og organisering

- Definerer kommunikasjonsbehov både knytta til dagleg drift, saksframlegg og til særskilte prosjekt og beredskap - utarbeida planar etter behov.
- Avdekkja og vidareutvikla kommunikasjonskompetanse - og kompetansehevingsbehov
- Tydeleggjera kommunikasjonsansvaret i leiaropplæringa

8 IMPLEMENTERING

Kommunikasjonsstrategien skal godkjennast av Kommunestyret. Utkast til strategi skal ut til høyring i organisasjonen før saka blir lagt fram for kommunestyret før utgangen av 2011.

Implementering startar med informasjon om kommunikasjonsstrategien til heile organisasjonen, med hovudfokus på intern kommunikasjon. I første kvartal 2012 skal rådmannen i samarbeid med verksemdleiarane informera alle tilsette kva følgjer kommunikasjonsstrategien vil få for organisasjonen. Ordførar skal i same periode informera dei folkevalde. Dei hovudtillitsvalde skal informera dei plasstillitsvalde etter gjennomgang med rådmannen i månads møte.

Hovudverneombodet skal informera verneomboda gjennom eit av deira halvårlege møter.

Rådmannen vil i løpet av 2011 utvikla naudsynte opplæringstiltak for å implementera dei ulike delane av kommunikasjonsstrategien. Det skal gjennomførast opplæring i andre kvartal 2012.

Ved den årlige budsjettbehandlinga skal økonomiske konsekvensar av kommunikasjonsstrategien innarbeidast.