



PORSGRUNN KOMMUNE

KOMMUNIKASJONSSTRATEGI

2020-2025



Sammen om Porsgrunn

Innledning



Kommunikasjonsstrategien for Porsgrunn kommune skal brukes av alle ansatte som kommuniserer på vegne av kommunen. Det er ikke bare ledelsen og kommunikasjonsansatte som gjør det, men alle ansatte og politikere på hver sine felt. Rundt 3000 mennesker tar daglig del i kommunens kommunikasjonsarbeid.

Vi trenger kjøreregler for at vi som organisasjon skal fremstå som enhetlig, være tydelig og gjenkjennelige i vår kommunikasjon. Det gir også trygghet for de ansatte å kjenne til hvilke kjøreregler vi har.

Kommunikasjonsstrategien bygger på Porsgrunn kommunes verdigrunnlag. Alt kommunen gjør henger sammen.

Kommunikasjon er aldri et mål i seg selv, men er en selvfølgelig del av all planlegging og et virkemiddel for å nå våre mål og løse oppgaver på en effektiv og god måte.

Strategien skal stake ut en felles kurs for bygging av kommunens omdømme. Den skal bidra til at alle aktiviteter underbygger hverandre – på veien mot å oppnå ønsket posisjon.

Å bruke kommunikasjon strategisk vil si at man i faglige, politiske og økonomiske vedtak, tar hensyn til at beslutninger og handlinger skal kunne kommuniseres.

I tillegg til denne overordnede strategien vil det være behov for egne strategier knyttet til enkeltprosjekt og ulike fagområders virksomhet.

For at kommunikasjonsstrategien skal bidra til at vi går i samme retning, må den være forankret, være kjent og etterleves i hele kommunen.

Dette er oss

Kommunikasjonsstrategien skal støtte opp under Kommuneplanens samfunnsdel (2013-2025). Der er visjon, verdier og utviklingsmål definert.

Vår visjon

«Sammen om Porsgrunn» er vår visjon. Den understreker at vi står sammen om å realisere muligheter og møte utfordringer i vår kommune. Sammen skal folkevalgte og ansatte i kommunen og innbyggerne i Porsgrunn forvalte de ressurser, tradisjoner, kvaliteter og verdier som utgjør Porsgrunn. Kort fortalt skal vi sammen gjøre Porsgrunn til et godt sted å leve og bo, hvor hver enkelt opplever at egen innsats, kreativitet og kompetanse nyttiggjøres.

Våre verdier

Porsgrunn kommunes verdier fellesskap, likeverd, mangfold og raushet skal fungere som en rettesnor i alt vi gjør.

Våre holdninger og verdier skal gjenspeiles i våre handlinger og hvordan vi oppfattes i møte med våre kolleger og kommunens befolkning.

Verdiene våre skal også gjenspeile seg i vår kommunikasjon.

Langsiktige utviklingsmål

Vi har følgende utviklingsmål:

- ✓ En god kommune å bo i
- ✓ En fremtidsrettet byutvikling
- ✓ Et nyskapende og variert næringsliv
- ✓ En organisasjon med evne til endring og forbedring

Innenfor rammen av de fire utviklingsmålene er det to hovedutfordringer som samfunnsdelen vektlegger som særlig viktige:

- ✓ Befolkningsvekst
- ✓ Barn og unge

Mål og strategier som bygger opp under satsingen på befolkningsvekst og barn og unge skal tillegges vekt i prioriteringene.

Bærekraftig utvikling er fellesnevner for målene i kommuneplanen. En bærekraftig samfunns-, areal- og tjenesteutvikling er avhengig av de tre dimensjonene; miljømessig, økonomisk og sosio-kulturell bærekraft.

Kommuneplanens mål og strategier må avstemmes mot bærekraft, og hensynet til miljø, inkludering, folkehelse og samfunnssikkerhet, skal vektlegges og ivaretas på tvers av kommunens planer, mål og strategier.

Kommune i endring

I kommunens handlingsprogram (2020-2023) er det beskrevet flere satsningsområder som definerer retningen på arbeidet fremover. Det er krav til effektivisering, digital transformasjon, konkurransen om den kompetente arbeidskraften, regionale strukturendringer og økt behov for samarbeid mellom partene i arbeidslivet.

Dagens kommunikasjonsutfordringer

Her skisseres noen overordnede og prioriterte kommunikasjonsutfordringer i vår organisasjon:

- ✓ Komplisert og tungt fag- og stammespråk versus klart språk
- ✓ Nå frem med våre budskap– i et medielandskap hvor informasjonsmengden er enorm
- ✓ Tiltrekke oss et godt utvalg av jobbsøkere med ønsket kompetanse
- ✓ Med ønske om oppslag i lokalpressen glemmer man egne ansatte og egne kanaler
- ✓ Møte media og andre interessenter åpent, aktivt og planlagt
- ✓ Engasjere innbyggerne i medvirkningsprosesser
- ✓ Urealistiske forventninger til kommunens tjenester
- ✓ Administrasjon vs politikk: Skape kunnskap blant innbyggerne for ulike roller og ansvar
- ✓ Tilfeldig bruk av kanaler
- ✓ Ha tilstrekkelig og rett kommunikasjonskompetanse i hele organisasjonen
- ✓ At hele organisasjonen anerkjenner og benytter kommunikasjon som strategisk virkemiddel i det daglige arbeidet
- ✓ Store prosjekter settes i gang uten plan for kommunikasjon
- ✓ Svært få ser "totalen" i hva organisasjonen gjør. Vi må skape en sterkere "vifølelse", bygge intern kultur og felles forståelse, synliggjøre suksesshistorier, være stolte av det vi gjør og skryte av hverandre
- ✓ Et intranett som ikke når alle
- ✓ Liten kjennskap til og bruk av grafisk profil
- ✓ Varierende grad av digital kompetanse både blant brukere og ansatte



Overordnede kommunikasjonsprinsipper

Prinsippene skal gi retning for kommunikasjonsarbeidet i kommunen og bidra til at organisasjonen kommuniserer på en helhetlig og god måte. Prinsippene er utledet fra statens kommunikasjons politikk, samt kommunelovens §4-1 om aktiv kommunikasjon.

Åpenhet

Vi skal være åpne, tydelige og tilgjengelige i vår kommunikasjon. Vi skal legge til rette for at målgruppene våre enkelt kan finne viktig informasjon. Dette innebærer at vi prioriterer hva som er viktig innhold og hva som er mindre viktig.

- ✓ Vi sørger for at innbyggere og næringsliv har enkel tilgang til informasjon om sine rettigheter, plikter og muligheter i forhold til kommunale tjenester
- ✓ Vi skal føre et korrekt, godt og klart språk som kan forstås av alle
- ✓ Vi praktiserer meroffentlighet og legger til rette for at publikum, medier og ansatte enkelt kan få innsyn i kommunens virksomhet, beslutningsprosesser og vedtak
- ✓ Vi legger til rette for både digitale og analoge møteplasser hvor våre målgrupper kan ha en dialog med kommunen
- ✓ Vi legger vekt på god dialog med mediene og sikre dem og innbyggerne innsyn i vår virksomhet. Mediene har her en viktig demokratisk rolle

Tillit

Tillit i egen organisasjon og hos våre innbyggere er vesentlig i all vår kommunikasjon. Tydelig kommunikasjon av hva man kan og ikke kan levere bidrar til forutsigbarhet, både internt i egen organisasjon og overfor andre.

Aktiv og planlagt

Vår kommunikasjon om kommunale tjenester og politiske beslutninger skal være aktiv, offensiv og planlagt.

- ✓ Vi bruker kommunikasjon som strategisk virkemiddel: vi planlegger når og hvordan informasjon om tjenester, rettigheter og beslutninger skal kommuniseres
- ✓ Vi identifiserer kommunikasjonsbehov, planlegger budskap, målgruppe og kanal
- ✓ Vi går aktivt ut med informasjon både av positiv og negativ art i aktuelle saker
- ✓ Vi forteller om resultater av vårt arbeid
- ✓ Intern før ekstern

Medvirkning og engasjement

Vi skal legge til rette for medvirkning og muligheter for tilbakemelding fra publikum.

- ✓ Vi informerer om medvirknings- og høringsprosesser i relevante kanaler
- ✓ Vi har systemer og rutiner for høring og medvirkning som er brukervennlige og lett å finne

- ✓ Vi gir publikum mulighet til å komme med innspill og tilbakemeldinger om våre tjenester
- ✓ Vi ser hele tiden etter nye måter å involvere og engasjere publikum på

Nå alle

Vi skal sørge for at relevant informasjon når fram til alle berørte. Med nå alle-prinsippet menes at kommunen gjennom sin informasjonsvirksomhet skal inkludere alle berørte innbyggere og grupper i samfunnet.

- ✓ Vi skal tilpasse informasjon og kommunikasjon til de gruppene man skal nå. I noen sammenhenger er det nok at informasjonen kun gjøres tilgjengelig slik at innbyggerne selv kan gjøre seg kjent med den. I andre sammenhenger kan det være behov for en mer målrettet innsats for å nå de aktuelle målgruppene
- ✓ Vi skal etterstrebe å inkludere alle, ved å tilpasse vår informasjon og kommunikasjon til mangfoldet i befolkningen. Det må tas hensyn til at personer har ulike behov og forutsetninger for å kunne motta kommunal informasjon, med bakgrunn i språk, kultur, funksjonsevne, manglende kompetanse eller tilgang til digitale kanaler
- ✓ Vi må utforme vår informasjon slik at den er lett å forstå for mottakerne i de ulike målgruppene, og bruke de kanaler og virkemidler som er mest effektive for å nå disse – selv om det krever en særskilt innsats. Det siste er særlig viktig for plikt - og rettighetsinformasjon. Gjeldende regler og normer for universell utforming skal legges til grunn i kommunikasjonsarbeidet

Kommunikasjonsmål

Vårt kommunikasjonsarbeid skal bidra til at vi utfører vårt samfunnsoppdrag på best mulig måte. Samfunnsoppdraget kan deles inn i 4 roller. Rollene danner grunnlaget for både hvorfor og hvordan kommunen skal kommunisere:

Samfunnsoppdraget			
Lokaldemokrati	Velferdsprodusent/ tjenesteyter	Myndighetsutøver	Samfunnsutvikler
Kommunen gir ramme for lokaldemokratiet og innbyggerne gis mulighet for deltakelse og engasjement i det offentlige livet. Kommunen representerer nærhet og muligheter for innflytelse. Det er innbyggerne som velger lokalpolitikere, som i neste omgang tar viktige lokale beslutninger. Nærhet mellom velgere og folkevalgte gir gjensidig mulighet til påvirkning og samarbeid. Innbyggerne kan reagere på offentlige beslutninger overfor valgte representanter både lokalt og regionalt.	Kommunen har et overordnet ansvar for mange velferdstjenester til innbyggerne. Vi har blant annet ansvar for grunnskoleopplæringen, barnehager, sosialtjenesten, primærhelsetjenesten og pleie- og omsorgsoppgaver. Velfungerende, trygge og identitetsskapende lokalsamfunn er en avgjørende forutsetning for et godt velferdssamfunn.	Kommunen er myndighetsutøver i en rekke sammenhenger, for eksempel saker som er underlagt sosial- og helselovgivningen, plan- og bygningsloven og tilskuddsforvaltning til frivillige lag og ytre miljø. På mange områder har kommunen myndighet til å fastsette påbud/forbud eller gi tillatelser, tilskudd og bevillinger. Dette er disposisjoner som kan være bestemmende for enkeltindividers, bedrifters eller organisasjoners rettigheter og plikter. Dette stiller krav til juridisk og sektorfaglig kompetanse i den kommunale forvaltning.	Rollen som samfunnsutvikler innebærer at kommunen skal bidra til å utvikle gode lokalsamfunn for innbyggerne. Et samarbeid mellom kommunen som tilrettelegger, næringsliv og frivillig sektor kan skape nye muligheter for utvikling av lokalsamfunnet. Rollen som planmyndighet er også viktig i denne sammenheng, da kommunen er sentral som tilrettelegger for nyskaping og næringsutvikling. I tillegg har vi også en rolle som opplevelsesleverandør, spesielt på kulturområdet.

Vårt strategiske kommunikasjonsarbeid skal bidra til:

- ✓ Øke kunnskap og forståelse for kommunens samfunnsoppdrag
- ✓ Gi innbyggerne innsikt i og kunnskap om kommunens tilbud og tjenester
- ✓ Gi innbyggerne tilgang til og stimulere til medvirkning og deltagelse i den demokratiske prosessen
- ✓ Synliggjøre aktiviteter og resultater i kommunens ulike virksomheter
- ✓ Styrke kommunens omdømme som et attraktivt sted for å bo, arbeide og starte næringsvirksomhet
- ✓ Synliggjøre kommunen som en seriøs og attraktiv arbeidsgiver med god arbeidsgiverprofilering
- ✓ Sikre god og effektiv ekstern- og internkommunikasjon
- ✓ Trivsel, tilhørighet, stolthet, felles målbilde og kultur blant kommunens medarbeidere
- ✓ Øke den digitale kompetansen
- ✓ Velge digitale løsninger der det er hensiktsmessig

Målgrupper - Hvem skal vi nå?

Vår kommunikasjon skal være målrettet og brukerorientert. Å velge riktig kommunikasjonskanal til de ulike målgruppene er viktig og kan være helt avgjørende. Det er også viktig å tilpasse/optimalisere budskapet og virkemidler for hver enkelt kommunikasjonskanal. Hver kanal har sine unike fortrinn, og målgruppene har ulike forventninger til kanalene. Dette må vi ta hensyn til i det operative kommunikasjonsarbeidet.



Folks endrede kommunikasjonsvaner innebærer også et nytt kommunikasjonslandskap med stadig nye kanaler, større krav til interaktivitet, innsyn i offentlig forvaltning og universell utforming

- ✓ Vi tilpasser budskap og kanal til målgruppen, slik at det blir relevant og enkelt å forstå
- ✓ Vi bruker et klart og tydelig språk
- ✓ Vi har digitale kanaler som er oppdaterte, brukervennlige og oversiktlige
- ✓ Vi måler i hvilke kanaler vi best treffer målgruppen

Målrettede og tilpassede budskap er viktigere enn noen gang. Brukerorientert kommunikasjon handler om å innta et brukerperspektiv, ta et steg vekk fra eget fagområdet og reflekter rundt følgende:

- *Hva er det viktig for målgruppen å vite?*
- *Hva er de opptatt av?*
- *Hva må jeg gjøre med mitt budskap for at målgruppen finner det interessant, nyttig og forståelig?*
- *Hvilken kanal bør jeg bruke for treffe målgruppen?*

Ansvar og roller



Kommunikasjon er et lederansvar

Kommunikasjonsansvaret følger saksansvaret og ligger hos den enkelte leder. Det er leders oppgave å sørge for at egen avdeling vurderer og bruker kommunikasjon som et virkemiddel for å nå mål.

- ✓ Den enkelte er ansvarlig for at kommunikasjonsstrategien følges opp i kommunikasjonsarbeidet
- ✓ Roller, oppgaver og ansvar for kommunikasjon må være avklarte og tydelige i den enkelte virksomhet

Prinsippet om kommunikasjon som lederansvar er viktig for å skape en organisasjon som kommuniserer helhetlig og godt.

Den lokale kommunikasjonsinnsatsen må håndteres innenfor virksomhetens rammer og budsjetter.

Noen har spesielt kommunikasjonsansvar knyttet til sine roller. Her følger en overordnet oversikt:

Ordfører

Ordføreren er kommunens øverste politiske leder og representerer kommunen utad. Ordføreren er et bindeledd mellom folkevalgte organ og administrasjonen.

Rådmann

Rådmannen er øverste leder for kommunens administrasjon, og også øverste ansvarlig for all kommunikasjon fra kommunen. Rådmannens ledergruppe er

ansvarlig for at kommunikasjon brukes som et strategisk virkemiddel, og at kommunikasjonsstrategien brukes aktivt i sine kommunalområder.

Virksomhetsledere

Virksomhetsledere har ansvaret for kommunikasjon på eget fagområde, og skal sikre at kommunikasjonsstrategien brukes i kommunikasjonsarbeidet.

Ledere på alle nivåer har ansvar for at informasjon i alle papirbaserte og digitale kanaler om eget ansvarsområde er oppdatert og korrekt, og for at Servicesenteret og andre i førstelinjen er oppdatert og kan gi korrekt informasjon til publikum.

Ledere har ansvaret for at egen virksomhet effektivt samordner kommunikasjonen med tilgrensende virksomheter, både kommunale, statlige og private, slik at informasjonen fremstår klar og helhetlig for mottakeren.

Den enkelte medarbeider

Alle ansatte i Porsgrunn kommune har full ytringsfrihet som privatpersoner, jf. Grunnloven § 100 og Den Europeiske menneskerettighetskonvensjonen (EMK) art. 10. Ansatte som er deltakere i den offentlige samfunnsdebatten om Porsgrunn kommunes ansvarsområde har selv plikt til å presisere overfor mediene at de uttaler seg som privatpersoner. Kritikkk som gjelder eget fagområde og egen arbeidsplass, skal søkes løst tjenestevei og/eller via tillitsvalgte og vernetjenesten. Ansatte skal opptre lojalt overfor politiske og administrative vedtak.

Alle ansatte har ansvar for å gjøre seg kjent med kommunikasjonsstrategien og følge retningslinjer og rutiner for kommunikasjon. Ansatte har ansvar for å dele relevant informasjon med andre i kommunen. Ansatte har et selvstendig ansvar for å holde seg informert om kommunens overordnede planer, strategier og resultater, i tillegg til egen virksomhet og dens ansvarsområde.

Kommunikasjonsrådgiver

Kommunikasjonsrådgivers ansvar og oppgave er å gi råd, tilrettelegge, koordinere og støtte kommunens kommunikasjonsarbeid.

Tillitsvalgte og vernetjenesten

Tillitsvalgte og vernetjenesten har en fristilt rolle for å kunne ivareta sine oppgaver. De er ikke bundet av kommunikasjonsstrategien, men må være bevisst på hvordan utspill og uttalelser kan påvirke kommunens omdømme.

Folkevalgte

De folkevalgte omfattes ikke av kommunikasjonsstrategien. Folkevalgtes ansvar og roller i Porsgrunn kommunes kommunikasjon vurderes av de folkevalgte selv i arbeidet med folkevalgtes arbeidsvilkår, og tas inn i opplæringsprogrammet for bystyret.

Det er svært viktig at folkevalgte er bevisst sin rolle som representanter og ambassadører for kommunen når de kommuniserer med omgivelsene.

I henhold til Kommuneloven er det kommunestyret som er øverste ansvarlige arbeidsgiver. Folkevalgte har derfor en viktig arbeidsgiverrolle for hele

organisasjonen, inkludert rådmannen. Ingen folkevalgte har arbeidsgiveransvar som enkeltrepresentanter, men som en gruppe. Det er heller ingen folkevalgte som har den daglige arbeidsgiveroppgaven, den har administrasjonen.

Mens de folkevalgte har ansvaret for den politiske styringen og rammeverket, skal administrasjonen sørge for utøvelse av politikken. Rådmannen har det formelle ansvaret, og han kan delegere dette videre i organisasjonen.

Eksterne leverandører av kommunale tjenester og selskaper kommunen eier helt eller delvis

Eksterne leverandører og selskaper som leverer tjenester til innbyggerne på vegne av kommunen, skal følge prinsippene i kommunens kommunikasjonsstrategi.

Retningslinjer om hvilke parter som kan uttale seg, og om hva, legges inn i anskaffelsesdokumenter og kontrakter.

Utviklingsprosjekter i planperioden

Her beskrives noen overordnede prosjekter og tiltak på kommunikasjonsfeltet som vi vurderer som sentrale bidrag til å nå kommunikasjonsmålene.

Internt før eksternt

En god regel er å tenke internkommunikasjon før eksternkommunikasjon. I utgangspunktet bør viktige budskap til eksterne målgrupper være forankret internt i forkant. Kommunens 3 000 ansatte er de viktigste ambassadører og omdømmebyggere.

Porsgrunn kommune har stolte ansatte som er kjent med kommunens resultater, strategier, mål og samfunnsoppdrag, og er en stor og positiv kraft som påvirker hvordan omgivelsene oppfatter oss.

- ✓ Bevissthet hos ledere om internkommunikasjon som virkemiddel
- ✓ Gode informasjonskanaler internt som tilrettelegger for god informasjonsflyt. Dette innebærer et behov for bytte ut dagens Ansattportal
- ✓ En intern kultur som preges av åpenhet, deltagelse og deling på tvers
- ✓ Hver enkelt medarbeider har et selvstendig ansvar for å benytte de interne informasjonskanalene for å holde seg informert, selv om de ikke har daglig tilgang til disse

Også våre egne eksterne kanaler først

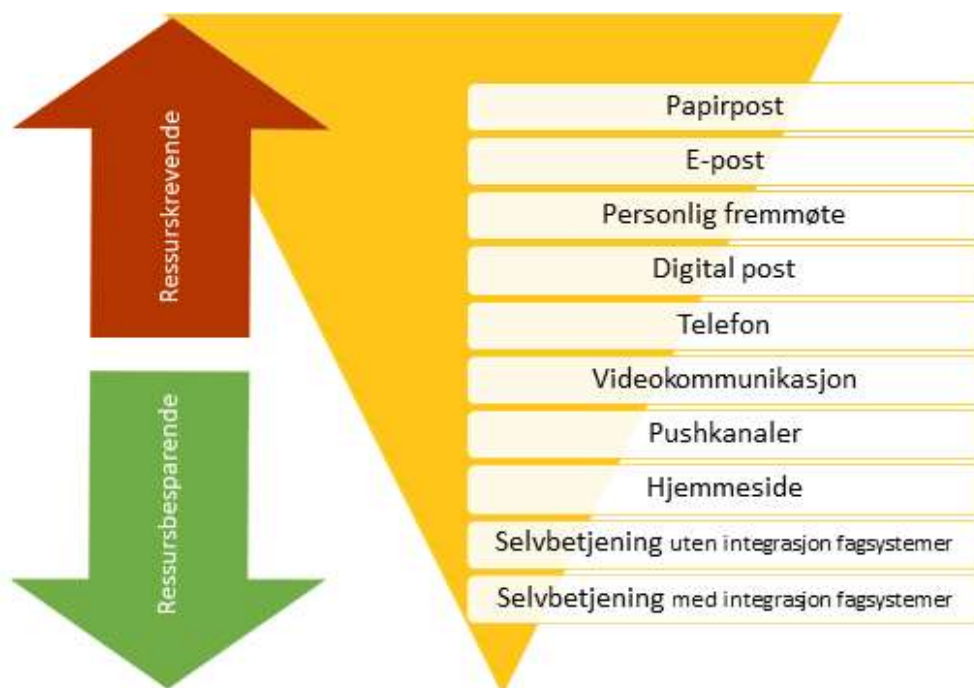
I egne eksterne kommunikasjonskanaler har vi bedre kontroll over funksjonalitet, innhold og utseende. Vi har mulighet til å fortelle vår historie og skape det bildet vi selv ønsker at innbyggerne skal sitte igjen med. Vi har lettere for å få frem vår sak om vi selv sitter i førersetet og er redaktør. Vi ønsker derfor økt bevissthet rundt internt før eksternt også her.

Digitalt førstevalg

Digitalt førstevalg er et prinsipp som innebærer at kommunen så langt som mulig er tilgjengelig på nett, og at nettbaserte tjenester er hovedregelen for vår kommunikasjon med innbyggerne.

Digital forvaltning, bedre tjenester til brukerne, med enklere søknadsprosesser og raskere svar. Dette er i samsvar med brukernes forventninger i en digital hverdag.

Valg av kommunikasjonskanal skal baseres på hvilken kanal som vil gi best effekt i den enkelte situasjon ut fra kostnadseffektivitet. Det kan ofte være nyttig å se bruk av ulike kanaler i sammenheng. Det er store forskjeller i kostnader avhengig av hvilke kanaler vi bruker. Det er derfor et mål å få flest mulig over på digitale kanaler. Det er store besparelser å hente på at kunden betjener seg selv, eller at digitale prosesser automatiseres.



I møte med brukerne er det viktig at de ansatte er i stand til å veilede og flytte brukerne til de mest effektive kanalene for kommunikasjon.

For å lykkes med dette er det avgjørende at de ansatte kan bruke de ulike kommunikasjonskanalene effektivt og sikre at regler for arkivering/journalføring overholdes. I tillegg må de ansatte også kjenne selvbetjeningsløsningene innenfor deres respektive ansvarsområder og kunne veilede brukerne i disse løsningene.

Vi ønsker å redusere digitalt utenforskap, og ønsker derfor å tilby innbyggerne hjelp med digitale løsninger.

Klarspråk

Klarspråk er korrekt, klart og mottakertilpasset språk i tekster fra kommunen. En tekst er skrevet i klarspråk dersom mottakerne raskt finner det de trenger, forstår det de finner, og kan bruke det de finner til å gjøre det de skal.

Informasjon fra det offentlige skal være forståelig for alle. Da er det spesielt viktig at språket er klart og brukertilpasset. Klarspråk er et satsningsområde for KS, og flere kommuner har iverksatt egne klarspråkprosjekter for å gjøre tekstene mer tilpasset publikum. Porsgrunn kommune bør se på mulighetene for en klarspråksatsning. En slik satsning kan skaleres ut fra ambisjonsnivå og ressurser – alt fra små kurs og samlinger for utvalgte saksbehandlere, til mer omfattende satsninger som inkluderer større deler av organisasjonen.

Rekrutteringskommunikasjon/ employer branding



Som Porsgrunns største arbeidsgiver har vi et stort rekrutteringsbehov. Vi utlyser mange stillinger hver eneste måned.

Vår arbeidsgiverpolitikk viser vei inn i et samfunns- og arbeidsliv i endring. Porsgrunn kommunes oppdrag er å levere gode tjenester, være en god samfunnsutvikler og arbeide for videre vekst og utvikling i kommunen.

Det er bare gjennom motiverte og dyktige medarbeidere vi kan løse dette oppdraget. Vi skal være en attraktiv arbeidsgiver med godt omdømme, både for å beholde de medarbeiderne vi har, og for å rekruttere nye medarbeidere.

Kommunen er i konkurranse med andre samfunnsaktører om de beste kandidatene. Vi må derfor synliggjøre og fremheve våre fortrinn ved å være en aktuell, relevant og attraktiv arbeidsgiver.

Vi må tenke bredt, kreativt og alternativt når det gjelder rekruttering.