

Kommunikasjonsstrategi 2018–2020



Innhold

1. Innledning	4
2. Kommunikasjon og kommunens samfunnsoppdrag	6
3. Våre verdier	8
4. Kommunikasjonsmål	9
5. Kommunikasjonsutfordringer	10
6. Prinsipper for kommunikasjon	12
ÅPEN	12
AKTIV OG PLANLAGT	12
MEDVIRKNING OG ENGASJEMENT	12
MÅLRETTET OG BRUKERORIENTERT	12
KOMMUNIKASJON ER ET LEDERANSVAR	13
INTERNT FØR EKSTERNT	13
7. Ansvar og roller	14

8. Private ytringer om arbeidsgiver i det offentlige rom	15
9. Fire anbefalte utviklingsprosjekter i planperioden	16
OPPDATERTE INTRANETTSIDER / PLATTFORM FOR SOSIAL INTERNKOMMUNIKASJON, SAMHANDLING OG DELING	16
KLARSPRÅK	16
MEDIETRENING	16
REKRUTTERINGSKOMMUNIKASJON / EMPLOYER BRANDING	16

1. Innledning

Kommunikasjonsstrategien gir retning for hvordan Larvik kommune skal kommunisere internt og med sine omgivelser i perioden 2018–2020.

Strategien bygger på Larvik kommunes samfunnsoppdrag og verdier, prinsippene i den statlige kommunikasjonspolitikken, samt kommunelovens § 4 om aktiv kommunikasjon.

Målet med kommunikasjonsstrategien er å sikre helhet og sammenheng i kommunens kommunikasjonsarbeid.

Kommunikasjon er aldri et mål i seg selv, men et virkemiddel for å nå kommunens mål og løse oppgaver på en effektiv og god måte. For å oppnå dette må kommunikasjon anerkjennes som et strategisk virkemiddel, integreres tidlig og være en naturlig del av planleggingen i Larvik kommune. Her har kommunens ledere et spesielt ansvar.

Måten mennesker og virksomheter kommuniserer på har de siste årene endret seg mye, og endringene bare fortsetter – i stadig høyere tempo. Informasjonsmengden er overveldende, kanalene er utallige og nye, sosiale medier gjør at

«alle» kan publisere og få oppmerksomhet om sitt innhold. Dette stiller nye krav til kommunens måte å kommunisere på, samtidig som det gir muligheter til å kommunisere med omgivelsene på en helt annen måte enn tidligere.

I det nye medielandskapet er det krevende å utvikle egne kanaler med innhold som er så godt og relevant at innbyggerne vil bruke det og ha nytte av det. Kravet til relevant og engasjerende innhold og god brukervennlighet er større enn noensinne. Dette er krav som kommunen må møte om vårt innhold skal få oppmerksomhet.

Kommunikasjonsstrategien er ingen tiltaksplan, men skal være et grunnlagsdokument for alle kommunikasjonstiltak som kommunen iverksetter. Planlegging og praktisk gjennomføring av tiltak må tilpasses det som til enhver tid er behovet og rammebetingelsene i hver enkelt virksomhet.

Strategien skisserer mot slutten noen strategiske satsnings-områder som anbefales gjennomført i planperioden.

Jan Arvid Kristengård
Rådmann
Larvik kommune



“Kommunikasjon er aldri et mål i seg selv, men et virkemiddel for å nå kommunens mål og løse oppgaver på en effektiv og god måte.”

JAN ARVIK KRISTENGÅRD, RÅDMANN

2. Kommunikasjon og kommunens samfunnsoppdrag

Larvik kommunes kommunikasjonsarbeid skal bidra til at vi utfører vårt samfunnsoppdrag på best mulig måte. Samfunnsoppdraget kan oppsummeres gjennom «de fire søylene» som danner grunnlaget for både hvorfor og hvordan kommunen skal kommunisere.

1. KOMMUNEN ER RAMMEN FOR LOKALDEMOKRATIET

Kommunen er rammen for lokaldemokratiet og gir innbyggerne muligheter for deltakelse og engasjement i det offentlige livet. Kommunene representerer nærhet og muligheter for innflytelse. Det er innbyggerne som velger lokalpolitikere, som i neste omgang tar viktige lokale beslutninger. Gjennom nærhet mellom velgerne og de valgte har innbyggerne mulighet til å påvirke utviklingen i kommunen. Innbyggerne kan reagere på offentlige beslutninger overfor valgte representanter både lokalt og regionalt.

2. KOMMUNEN SOM VELFERDSPRODUSENT

Kommunene har et overordnet ansvar for velferdstilbudet

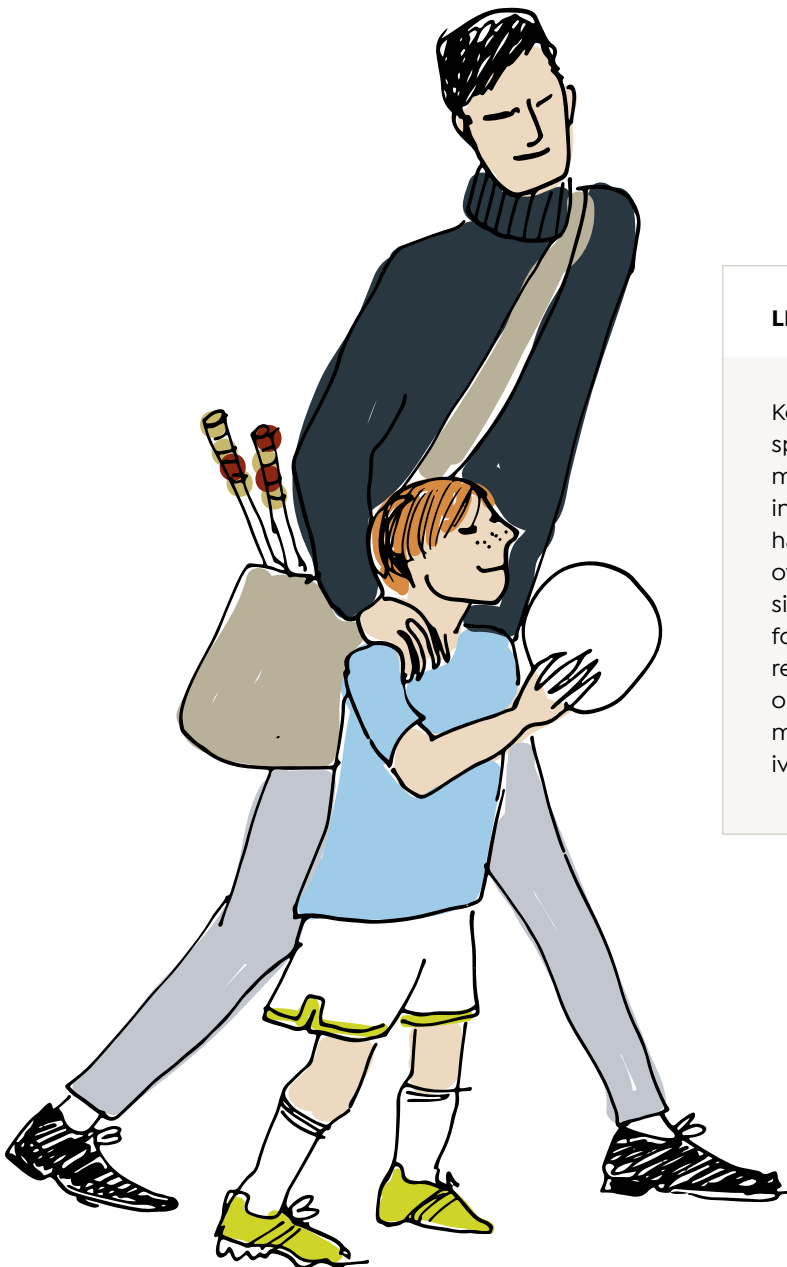
til sine innbyggere. De har blant annet ansvar for grunnskoleopplæringen, barnehager, sosialtjenesten, primærhelsetjenesten og pleie- og omsorgsoppgaver. Kommunene er sentrale for å bygge grunnleggende legitimitet til lokaldemokratiet. Velfungerende, trygge og identitetsskapende lokalsamfunn er en avgjørende forutsetning for et godt velferdssamfunn.

3. KOMMUNEN SOM MYNDIGHETSUTØVER

Kommunene er myndighetsutøver i en rekke sammenhenger, for eksempel på saker etter sosial- og helselovgivning, plan- og bygningsloven og tilskuddsforvaltning til frivillige lag. På mange områder har kommunene myndighet til å fastsette påbud og 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.

4. KOMMUNEN SOM SAMFUNNSUTVIKLER

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 kommunene er sentrale som tilretteleggere for nyskaping og næringsutvikling.



LITT OM RETTSSIKKERHET

Kommunenes samfunnsoppdrag, og da spesielt rollen som velferdsprodusent og myndighetsutøver, stiller store krav til å ivareta innbyggernes rettssikkerhet. Rettssikkerhet handler om at enkeltindividet beskyttes mot overgrep og vilkårlighet fra myndighetenes side, samtidig som de skal ha mulighet til å forutberegne sin rettsstilling og forsvare sine rettslige interesser. Klar og tydelig informasjon om muligheter, rettigheter og plikter fra myndighetene er et viktig virkemiddel for å ivareta denne rettssikkerheten.

3. Våre verdier

Larvik kommunes virksomhetside, filosofi, verdier og omdømmeambisjon er med på å gi retning for hvordan og hva vi skal kommunisere.

VÅR VIRKSOMHETSIDÉ

Gjennom åpne prosesser, dialog og ansvarlighet skal vi bli mer attraktive overfor innbyggere, næringsliv og egne medarbeidere.

VÅR FILOSOFI:

- Vi skaper de beste løsninger gjennom samhandling
- Vi gjør hverandre gode og vil hverandre vel

VÅRE VERDIER:

NÆR: nysgjerrig, ærlig og raus

- At vi er NYSGJERRIGE på å finne de beste løsningene.
- At vi er ÆRLIGE i møte med hverandre, innbyggerne og samarbeidspartner.
- At vi er RAUSE i møte med hverandre, innbyggerne og samarbeidspartnere.

VÅR OMDØMMEAMBISJON

Vi ønsker å bli oppfattet som:

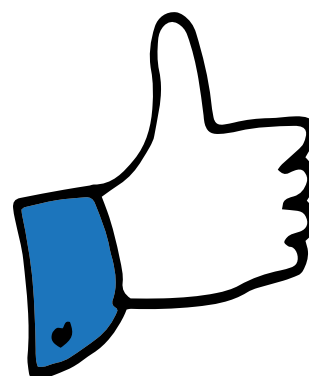
- En organisasjon som leverer «varene» og som er effektiv og styrbar både politisk og administrativ.
- En organisasjon preget av åpenhet, innsyn og deltakelse i sentrale prosesser.
- En organisasjon som ligger i forkant og hele tiden klarer å drive fram nye innovasjoner både når det gjelder demokrati, ledelse, brukerorientering, struktur og kultur, samarbeid og styring.
- En organisasjon som forvalter kunnskap ved å ta vare på og videreutvikler de ansatte og folkevalgte.
- En nettverksorientert organisasjon, både internt og eksternt
- En organisasjon med evne til å mobilisere samfunnets totale ressurser i arbeidet med å nå fastlagte mål.

* I forbindelse med kommunesammenslåingen skal verdiene revideres.

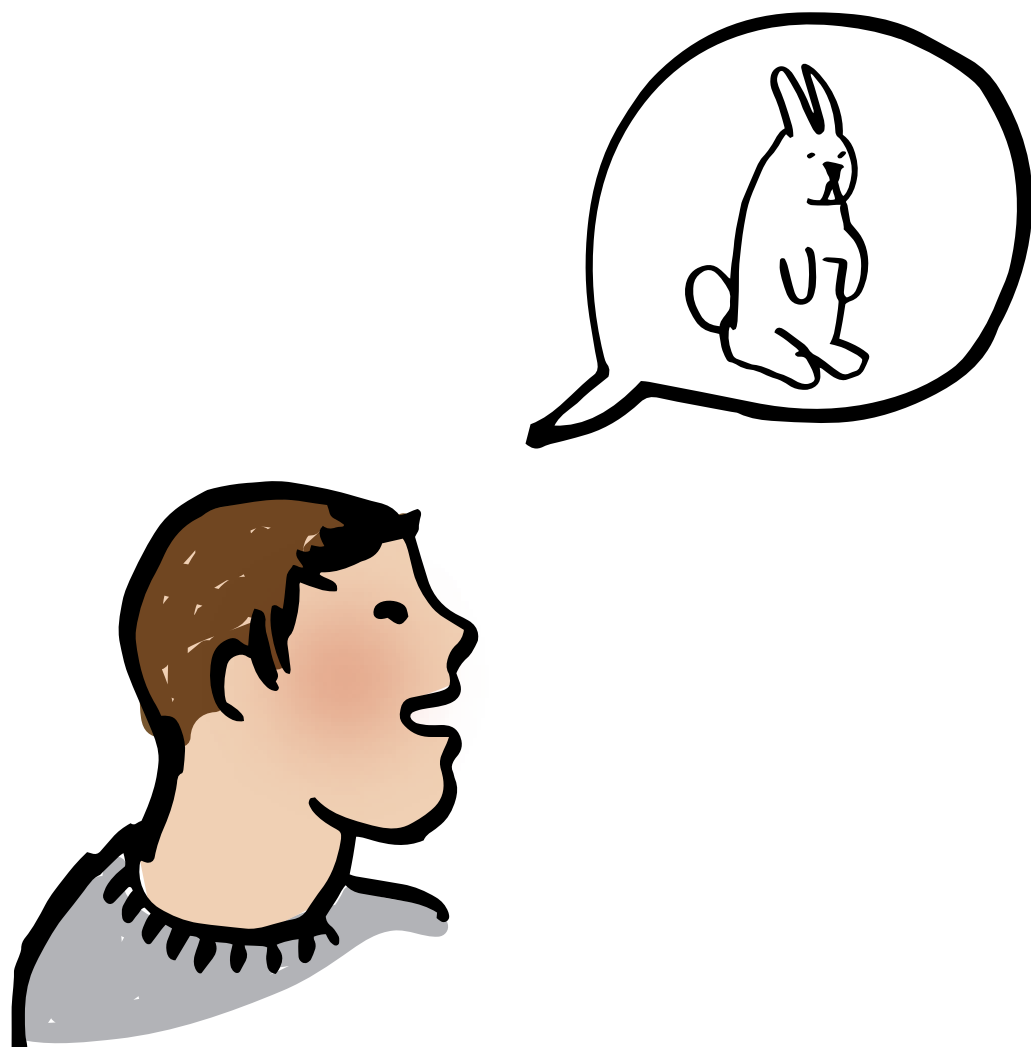
4. Kommunikasjonsmål

Larvik kommunes strategiske kommunikasjonsarbeid skal bidra til å:

- 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.
- Økt kunnskap og forståelse for kommunens fire samfunnsoppdrag blant befolkningen.
- Styrke kommunens omdømme som et attraktivt sted for å bo, arbeide og starte næringsvirksomhet.
- Trivsel, tilhørighet, stolthet, felles målbilde og kultur blant kommunens medarbeidere.

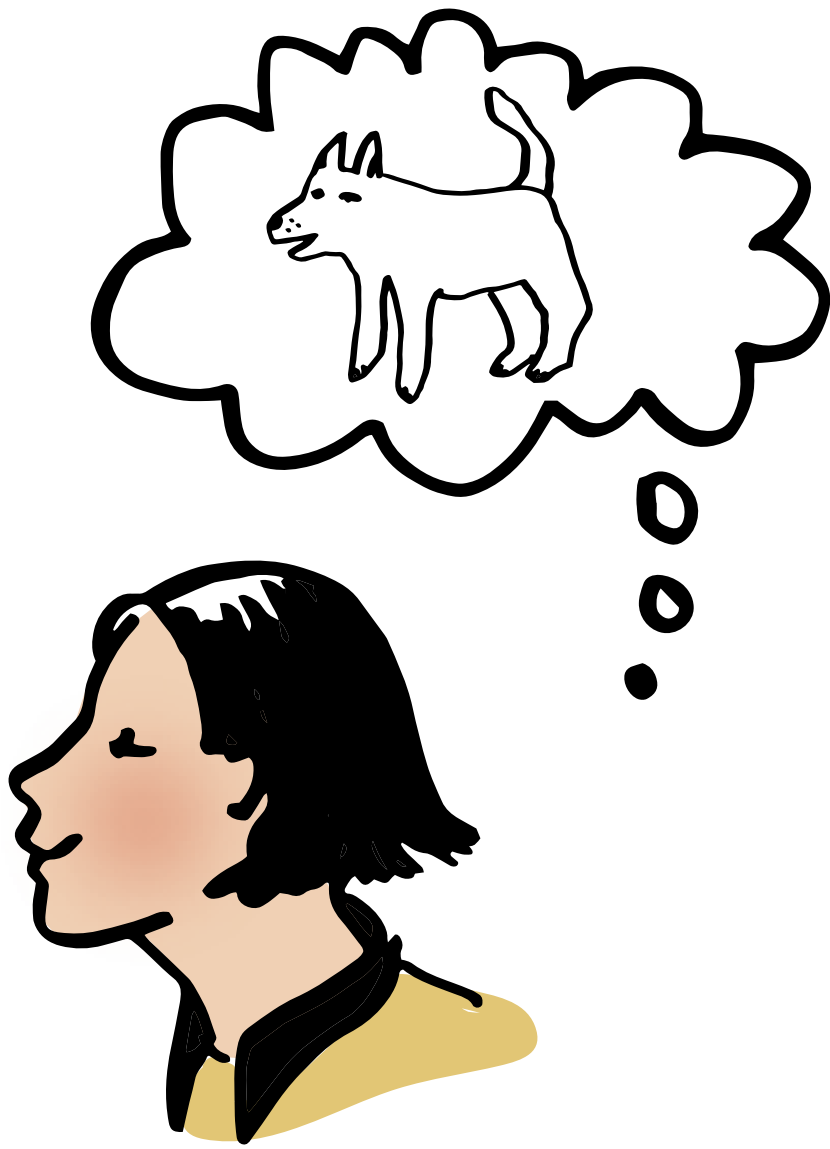


5. Kommunikasjonsutfordringer



Her skisseres noen overordnede og prioriterte kommunikasjonsutfordringer

- Bruke et klart og tydelig språk og en enhetlig visuell profil
- Nå frem med våre budskap – i et medielandskap hvor informasjonsmengden er enorm
- Etablere og drifte gode kanaler for internkommunikasjon
- Bygge en felles og samlende internkultur for hele kommunen
- Beholde og rekruttere gode medarbeidere
- Møte media og andre interessenter åpent, aktivt og planlagt
- Engasjere innbyggerne i medvirkningsprosesser
- Ha tilstrekkelig og rett kommunikasjonskompetanse i hele organisasjonen
- At hele organisasjonen anerkjenner og benytter kommunikasjon som strategisk virkemiddel i det daglige arbeidet
- Administrasjon VS Politikk: Skape kunnskap blant innbyggerne for ulike roller og ansvar
- Skape realistiske forventninger til kommunens tjenester



6. Prinsipper for kommunikasjon

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 kommunikasjonspolitikk, samt kommunelovens §4 om aktiv kommunikasjon.

ÅPEN

Larvik kommune skal være åpen, tydelig og tilgjengelig i sin kommunikasjon med sine målgrupper.

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
- Vår informasjon er korrekt og etterrettelig
- 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.

AKTIV OG PLANLAGT

Larvik kommunes 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

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

MÅLRETTET OG BRUKERORIENTERT

Larvik kommunes kommunikasjon skal være tilpasset målgruppen.

- Vi tilpasser budskap og kanal til målgruppen, slik at det blir relevant og enkelt å forstå.
- Vi bruker et klart og tydelig språk. Vi ser på mulighetene for klarspråkkurs for ansatte i kommunen.

- Vi har digitale kanaler som er oppdaterte, brukervennlige og oversiktlige
- Vi forsøker å måle 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 reflektere 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?

KOMMUNIKASJON ER ET LEDERANSVAR

Kommunikasjonsansvaret ligger ikke hos kommunikasjonsavdelingen. Det 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.
- Leder er ansvarlig for at kommunikasjonsstrategien følges opp i kommunikasjonsarbeidet.
- Virksomhetene må sette av ressurser for å ivareta dette ansvaret
- 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 – spesielt i store organisasjoner som Larvik kommune.

Kommunikasjonsavdelingen skal være en faglig støtte og bidra operativt om det vurderes som nødvendig. Men det er lederen som er ansvarlig for gjennomføringen.

INTERNET 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 3700 ansatte er de viktigste ambassadører og omdømmebyggere Larvik kommune har. Stolte ansatte som er kjent med kommunens resultater, strategier, mål og samfunnsoppdrag 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
- 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.

7. Ansvar og roller

Ansvar for kommunikasjon er knyttet til roller. Her følger en overordnet oversikt.

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 tjenesteområder.

LEDERE

Ledere 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 Servicetorget 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 har ansvar for å gjøre seg kjent med kommuni-

kasjonsstrategien og følge vedtatte 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.

KOMMUNIKASJONSAVDELING/-RÅDGIVER

Kommunikasjonsavdelingens ansvar og oppgave er å gi råd, tilrettelegge og støtte kommunens kommunikasjonsarbeid. Kommunikasjonsrådgiver er ikke ansvarlig for kommunikasjon i kommunen, men har et fagansvar for kommunikasjon, og er en kommunikasjonsfaglig ressurs og støtte.

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.

DE FOLKEVALGTE

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

Men det er svært viktig at folkevalgte er bevisste sin rolle som representanter og ambassadører for Larvik kommune når de kommuniserer med omgivelsene.

8. Private ytringer om arbeidsgiver i det offentlige rom

Ytringsfriheten er forankret i Grunnloven § 100, og den gjelder alle ansatte.

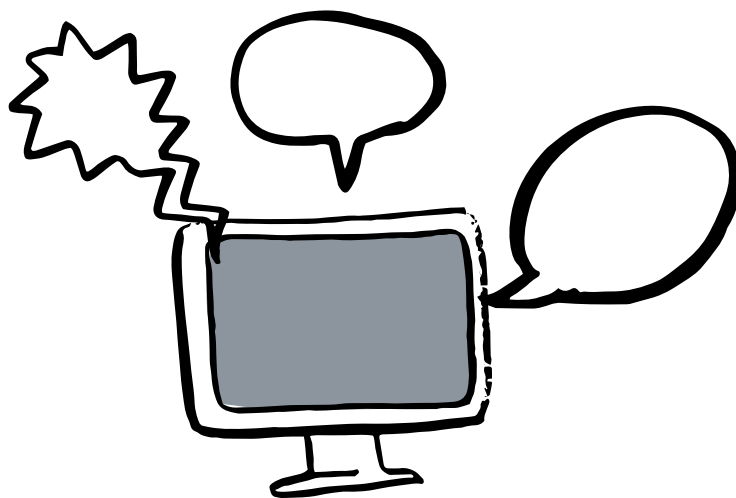
Som utgangspunkt gjelder ytringsfriheten også om forhold på arbeidsplassen. Det gir ansatte et vidt spillerom for offentlig å gi uttrykk for sin mening – både i form og innhold.

Samtidig gjelder også en lojalitetsplikt ovenfor arbeidsgiver. Det innebærer en plikt til å unngå å ytre seg på en måte som skader arbeidsgivers interesser. Arbeidsgiver kan derimot ikke uten videre slå ned på ytringer som oppfattes som uønskete, uheldige eller ubehagelige.

Det vil vanligvis være anledning til å komme med uttalelser som gir uttrykk for den ansattes egne oppfatninger, så lenge ikke saken eller opplysningene er undergitt taushetsplikt. Ledere i kommunen har et særlig ansvar for å vurdere om de kan uttale seg som privatpersoner.

Tenk gjennom hva du ytrer deg om, spesielt i saker som kan kobles til rollen din som ansatt i kommunen. Vær tydelig på hvem du er og at du uttaler deg som privatperson.

Er du i tvil om spørsmål rundt dette eller om opplysningene i en sak er undergitt bestemmelser om taushetsplikt, så kan saken drøftes med kommuneadvokatkontoret.



9. Fire anbefalte utviklingsprosjekter i planperioden

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

OPPDATERTE INTRANETTSIDER/PLATTFORM FOR SOSIAL INTERNKOMMUNIKASJON, SAMHANDLING OG DELING

Dagens intranettplattform ble utviklet og lansert i 2016 og er definert som primærkanalen for internkommunikasjon i Larvik kommune. Det er utfordringer knyttet til designet og mulighetene i CMSet til dagens intranett. Det er krevende for redaktører og innholdsprodusenter å presentere innholdet på en måte som kommuniserer godt.

En eventuell utvikling av et nytt intranett må sees i sammenheng med en plattform for deling og samhandling. Larvik kommune er en kompleks virksomhet med mange ulike fagmiljøer fordelt på mange lokasjoner. Samtidig har vi et uttalt mål om å være en nettverksorganisasjon hvor deling og samarbeid på tvers av virksomhetsområder er sentralt for måloppnåelse.

En intern plattform for sosial og uformell kommunikasjon ville kunne bidra til å skape stolthet, entusiasme, økt delingskultur, felles kultur og målbilde på tvers av virksomhetene. Eksempler på plattformer er Workplace, Yammer og Slack.

Mange organisasjoner, også kommuner, har tatt i bruk

slike plattformer den siste tiden. Larvik kommune bør sette i gang et forprosjekt for å undersøke mulighetene til å innføre et slikt system.

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. Larvik 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.

MEDIETRENING

Ledere med mye mediekontakt bør tilbys opplegg for medietrening. Videre bør kommunikasjonsstrategien implementeres i kommunens lederskole/lederoppplæring, slik at strategien forankres hos lederne. I denne implementeringen bør kommunens retningslinjer for mediekontakt tillegges spesiell vekt.

REKRUTTERINGSKOMMUNIKASJON/ EMPLOYER BRANDING

Som en av Vestfolds største arbeidsgivere har Larvik kommune et stort rekrutteringsbehov, og utlyser mange stillinger hver eneste måned. Det anbefales at Larvik

kommune v/HR- og kommunikasjonsavdeling sammen jobber frem en kommunikasjonsstrategi/-konsept m/tiltak for å styrke kommunikasjonsarbeidet knyttet til rekruttering og markedsføring av Larvik kommune som arbeidsgiver. HR-avdelingen har også dette som et prioritert tiltak i HR-strategien som skal vedtas våren 2018.

*Disse utviklingsprosjektene er kommunikasjonsavdelingens faglige anbefalinger på prosjekt som ville løftet kvaliteten på kommunikasjonsarbeidet i kommunen. Prosjektene er ikke lagt inn i virksomhetenes budsjetter og eventuelle kostnader knyttet til prosjektene må i utgangspunktet dekkes innenfor den økonomiske rammen som den aktuelle virksomheten disponerer.





**Larvik
kommune**

larvik.kommune.no