



Vennesla kommune

Sammen om framtida



Kommunikasjonsstrategi for Vennesla kommune 2019-2022

INNHold

Innhold

| | |
|---|----|
| 1.0 PRINSIPPER for Vennesla kommunes kommunikasjonsarbeid | 4 |
| 2.0 HENSIKT Hva skal kommunikasjonen bidra til? | 4 |
| 3.0 MÅLGRUPPER Hvem skal vi kommunisere med? | 5 |
| 4.0 KOMMUNIKASJONSFORM: Kanaler vi skal bruke? | 6 |
| 5.0 «DE TI BUD» når vi kommuniserer og informerer: | 8 |
| 6.0 INTERNKOMMUNIKASJON kultur og omdømme | 9 |
| 7.0 KOMMUNIKASJONSANSVARET og roller | 9 |
| 8.0 VENNESLAS viktigste historie | 10 |
| 9.0 Etterord: | 11 |

«Kommunikasjon er for samspill det som pusten er for å leve».

Søren Kierkegaard

Samspill er og blir en nøkkelfaktor for å nå kommunens mål om å levere gode tjenester og drive offensiv og aktiv samfunnsutvikling. Samspill mellom den enkelte kommuneansatte og brukeren. Samspill mellom de ulike enheter og avdelinger i kommunen. Samspill mellom kommunen, næringslivet og frivilligheten.

Det er når vi holder hverandre informert – og samtidig lytter til hverandre – at vi får til samspillet som bringer oss videre og øker kvaliteten. Kommunikasjon betyr å gjøre felles. Kommune betyr fellesskap.

Vennesla kommune er en mangfoldig virksomhet. Kommunen er tjenesteyter, myndighetsutøver og samfunnsutvikler, men også rammen for det lokale demokratiet.

Alt vi gjør, holdes oppe av tillit. Én definisjon på tillit lyder slik: «Følelsen av at andres ærlighet og dyktighet er til å stole på». Innbyggere og samarbeidspartnere skal ha den oppfatningen av Vennesla kommune

Derfor er åpenhet, ærlighet og inkludering tre grunnleggende verdier som vi skal basere vårt kommunikasjons- og informasjonsarbeid på.

Vennesla kommune har et stort ansvar for å formidle kunnskap og informasjon om kommunen til befolkningen

Det er innbyggerne vi er til for.

God kommunikasjon og informasjon er en forutsetning for at vi i Vennesla skal greie å stå «SAMMEN OM FRAMTIDA».



Rådmann Svein Skisland

1.0 PRINSIPPER for Vennesla kommunes kommunikasjonsarbeid

Åpen: Vennesla kommune skal være så transparent og tilgjengelige som mulig. Åpenhet sikrer tillit til beslutningene, sikrer borgerne medbestemmelse og motvirker korrupsjon og maktmisbruk.

Aktiv: Vennesla kommune skal aktivt kommunisere med innbyggerne. Vi skal ha en proaktiv tilnærming. Bare den som vet på forhånd, kan påvirke en beslutning. Informasjon skal gis så tidlig som mulig.

Gratis: Informasjonen om kommunen skal være gratis. Innbyggernes rett til å vite og delta i demokratiet skal ikke hindres av økonomiske barrierer.

Tilgjengelig: Det skal være lett å få informasjon om og fra Vennesla kommune. Vi skal kommunisere og informere med et enkelt og klart språk og tilby moderne, og tilpassede digitale løsninger. Vi bruker i hovedsak norsk, men åpner for andre språk ved behov.

Ærlig: Informasjonen fra Vennesla kommune skal være riktig, faktabasert og utfyllende. Vi skal også være åpne om utfordringene og det som ikke fungerer, ikke bare suksessene vi er stolte av.

Balansert: Vi må skille mellom kommunikasjonen som politikerne og partiene står for og den kommunikasjon og informasjon som rådmannen har ansvaret for. Kommunens informasjon skal være så saklig, balansert og nøytral som mulig.

Planlagt: Vi planlegger hvordan vi skal informere om tjenester, rettigheter og beslutninger og bruker kommunikasjon som strategisk virkemiddel. Vi identifiserer kommunikasjonsbehov, planlegger budskap, kanal og målgruppe.

Lettfattelig: Vi skal føre et klart og tydelig språk, basert på KS «Klart Språk-prosjekt». Språk kan inkludere eller ekskludere. Vi skal bruke et språk som setter mottakeren i sentrum.

2.0 HENSIKT: Hva skal kommunikasjonen bidra til?

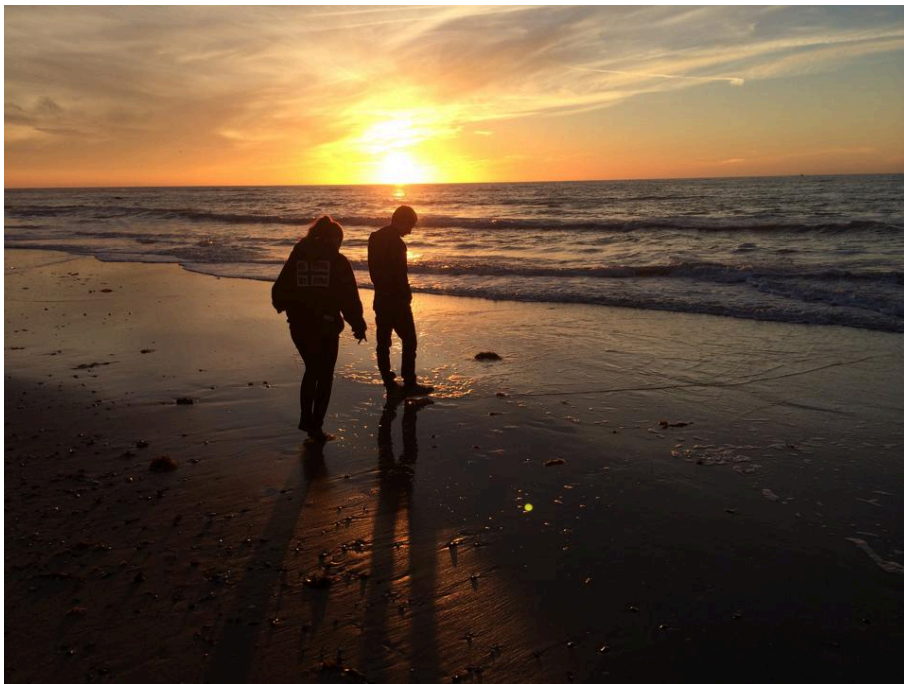
Kommunikasjonsstrategien skal hjelpe Vennesla kommune til å nå sine overordnede mål og å gjennomføre sine oppgaver, samt styrke omdømmet og kunnskapen om oss. Den skal også bidra til at innbyggernes rettigheter, rettssikkerhet og deltakelse sikres. Den skal medvirke til at oppslutningen om og deltakelsen i demokratiet øker.

Strategien skal bygge opp under identitetsfortellingen om Vennesla som en offensiv kommune hvor vi inkluderer og skaper nytt, den grønne urbane bygda, i tråd med

hovedmålene i kommuneplanen: Bedre levekår (likeverd, likestilling og kompetanse) og utvikling (befolkningsmessig og næringsmessig)

Viktige mål for Vennesla kommunes kommunikasjon og informasjon er følgende:

- Engasjement og deltakelse i folkestyre og lokaldemokrati er stor.
- Sterk inkludering, tilhørighet og identitet i lokalsamfunnet.
- Stor kunnskap i befolkningen om kommunens ulike tjenester og oppgaver.
- Stor forståelse for at samspill gir de beste løsningene
- Vennesla kommune har godt omdømme og en sterk posisjon i lokalsamfunnet.
- Vennesla kommune er attraktiv både som arbeidsplass og sted for etablering.
- Stor trivsel, stolthet og sterk felleskultur blant kommunens medarbeidere.



3.0 MÅLGRUPPER: Hvem skal vi kommunisere med?

Vennesla kommune skal kommunisere både med nasjonale og regionale myndigheter, profesjonelle partnere og næringslivet. Men først og fremst skal vi kommunisere med innbyggerne i Vennesla. Den enkelte innbygger skal i utgangspunktet «vite alt» om oss. Vi ønsker likevel å henvende oss til tre målgrupper spesielt.

Barn og unge: KS er bekymret for demokratiets utvikling, ikke minst grunnet hatmeldinger og harde fronter på sosiale medier. Hvis ikke vi fanger interessen til de unge slik at de bygger samfunnsengasjement, er det grunn til bekymring. Vi ønsker derfor å nå de unge spesielt slik at flere av dem engasjerer seg i kommunefellesskapet og ønsker å bidra til å ta Vennesla-samfunnet videre.

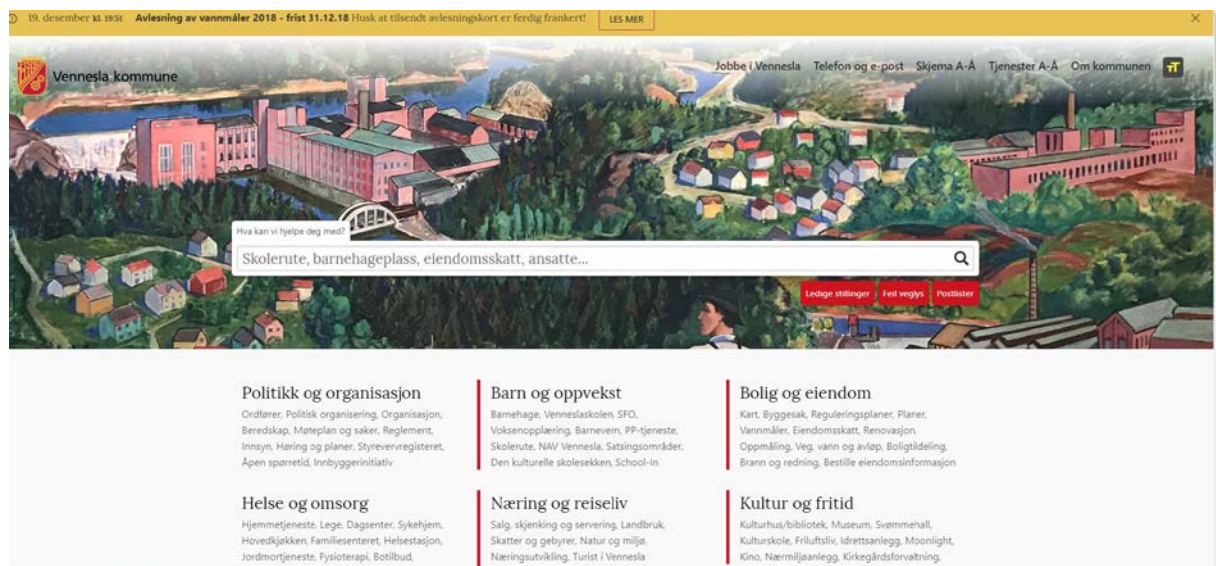
Voksne med lav demokratisk deltakelse: Vennesla kommunes kommunikasjon må bidra til at flest mulig deltar i «spillet på bane» og ikke henvises «til tribunen». Gjennom maktfrie og brukerfokuserede samtaler og innbyggerdialog må vi nå fram til flere og få dem i tale. Vennesla har som alle andre kommuner en

betydelig andel tause innbyggere. Det kan være nye innbyggere som kommer fra andre land, eller det kan være mennesker som enten føler seg på utsiden av fellesskapet eller som omgivelsene har plassert på utsiden. Vi må jobbe spesielt med kommunikasjonen overfor disse gruppene.

De profesjonelle aktørene: Mange i næringslivet, i frivillig sektor, i andre offentlige etater og institusjoner, ikke minst i media, forholder seg til Vennesla kommune i sitt daglige virke på et profesjonelt eller tilnærmet profesjonelt nivå. For å utføre sitt oppdrag godt, er denne gruppen avhengig av å kjenne Vennesla kommune godt. Ved god kommunikasjon skal vi bidra til at «de profesjonelle» kan henvende seg mer treffsikkert til oss, enten det gjelder en sak de ønsker å påvirke eller om de ønsker informasjon om noe. Media har en spesiell rolle som formidler av informasjon. Vi skal være aktive slik at journalister og redaktører har god kunnskap om kommunens arbeid.

Skal Vennesla fortsette sin gode utvikling, er rekruttering av nye medarbeidere avgjørende. Vi må kommunisere spesielt inn mot de faggrupper vi ønsker å tiltrekke oss.

Vi skal mellom én og tre ganger i året utarbeide konkrete tiltak for å nå hver gruppe spesielt. Dette gjøres av aktuelle enheter og kommunikasjonsrådgiver i fellesskap og kan dreie seg fra det helt enkle budskapet til større kampanjer.



4.0 KOMMUNIKASJONSFORM: Kanaler vi skal bruke

Vi må hele tiden vurdere våre informasjonskanaler opp mot behovet til brukere og innbyggere. Vi skal alltid være åpne for nye løsninger.

Det personlige møtet: Samtalen er og blir kommunens viktigste kommunikasjonsarena. Ingenting fungerer så godt som det maktfrie møtet der

mennesker blir ivaretatt og kjenner seg ivaretatt. I alle personlige møter må vi bygge opp under og representere verdiene, åpen, ærlig og inkluderende slik at vi bygger tillit og skaper samspill.

Saksdokumenter: De er og vil fortsatt være fundamentet for den offisielle kommunikasjonen og informasjonen mellom kommunen og innbyggerne. De skal utformes med et enkelt og klart språk. Brev til innbyggerne om vedtak, bør alltid åpnes med å fortelle hva som er besluttet. Begrunnelsen kan komme deretter. Saksframstillinger og vurderinger skal som hovedregel leveres på under tre sider (vedlegg unntatt).

Offentlig journal: Dette er en av de viktigste kanalene for å sikre åpenhet i forvaltningen og på den måten sikre demokratiet og rettssikkerhetsprinsippene. På sikt er fulltekst-publisering et kommunikasjonsmessig mål.

Vennesla kommune skal bidra til innsyn og åpenhet i journal og post i alle enheter og alle selskaper vi styrer eller har eierskap i, basert på Offentleglovas bestemmelser.

Strømmetjeneste av politiske møter: Vennesla kommune skal strøme kommunestyret og vurdere å strøme andre relevante møter. Filmen må kobles opp mot saksbehandlingssystemet slik at det blir lett å følge med i ettertid. Dette vil øke engasjementet og kunnskapen i befolkningen. Ikke minst for Venneslaskolen åpner det seg muligheter og elevene kan på en ny måte bli engasjert i lokaldemokratiet.

«Min side»: Vennesla kommune bør, når det blir teknisk mulig på våre systemer, tilby alle innbyggere «min side». Her skal alle opplysninger og saker som berører den enkelte lett komme fram.

Søkbart byggesaksarkiv: Når byggesaksarkivet er ferdig digitalisert, er målet at Vennesla kommune gjør arkivet søkbart og åpent for alle. Det vil forenkle kommunikasjonen betydelig og utjevne makt.

Chattefunksjon: Som en del av digitaliseringsprosjektet bør det opprettes chattefunksjon via hjemmesiden.

Hjemmesiden: Hjemmesidens viktigste funksjon er å gjøre det enkelt for innbyggerne å finne fram, enten man leter etter skjemaer, søknader eller kunnskap om kommunens ulike enheter og avdelinger.

Telefonkatalog til ansatte skal være lett å finne. Ordfører og kommunestyrerepresentanter skal være tilgjengelige med navn, bilde, telefonnummer og epost. Rådmann, kommunalsjefer, enhetsledere og hovedtillitsvalgte det samme.

Hjemmesiden skal være faktabasert og fremstå som kommunens offisielle kunnskapsbase. Det er også her kommunens offisielle nyheter og budskap legges ut.

Innbyggerdialog: Dialogmøter med innbyggerne vil alltid være en viktig kommunikasjonsform. Kommunen bør ta initiativ til flere debattmøter om viktige temaer i kommunen. Vi må unytte digitale medier til å skape en vesentlig bedre toveiskommunikasjon.

Facebook: Kommunens offisielle facebook-profil skal brukes til å legge ut nyheter, kunngjøringer og meldinger. Facebook er en kanal som åpner for en noe løsere og mer hverdagslig tone enn hjemmesiden. Profilen bør i økende grad brukes til planlagte «historiefortellinger» og videoer som promoterer kommunen. Vi bør etterstrebe interaksjon.

Instagram: Målrettes mot ungdom. Bør bli den foretrukne kanalen for ungdoms kontakt med Vennesla kommune.

Enhetene står fritt til å spesialtilpasse bruken av sosiale medier til sine formål. Et eksempel her er barnehagene som har egne facebooksider og Moonlight med egen snap.

5.0 TI GODE RÅD når vi kommuniserer og informerer

- Du «er kommunen» hver gang du er i kontakt med en innbygger.
- Gi innbyggeren den informasjon og veiledning du selv ville ønsket å ha tilgang til hvis du var i innbyggerens situasjon.
- Være tydelig om roller, men du skal representere likeverd og inkludering. Møtene skal være preget av dialog og være mest mulig maktfrie.
- Vær bevisst personvern og reglene for taushetsplikt. Husk ikke å dele personopplysninger med mindre det er godkjent.
- Snakk og skriv enkelt.
- Vær åpen, ekte og ærlig.
- Veiledning er en bedre kommunikasjonsmetode enn beordring, men ikke hold tilbake ubehagelige ting. Du skal ha respekt nok for innbyggeren til å formidle det riktige også i de tilfeller der informasjonen ikke settes pris på.
- Den som er trygg, er ikke redd for innsyn. Snakk alltid med leder eller kollega hvis du er i tvil om noe. Ikke avvis noen fordi du ikke vet.
- Det er lov å si «jeg vet ikke» eller «jeg gjorde feil» eller «jeg trenger tid før jeg kan svare på dette». Formuleringen «Ingen kommentar» er maktspråk.
- La det aldri gå prestisje i kommunikasjonen. Vi kan ikke alltid si ja, men vi kan alltid oppføre oss ordentlig.

6.0 INTERNKOMMUNIKASJON: kultur og omdømme

Kommunens 1250 ansatte er de viktigste ambassadører og omdømmebyggere som Vennesla kommune har. Ansatte som er kjent med kommunens resultater, strategier, mål og planer er en stor og positiv kraft som påvirker omgivelsenes oppfatning av oss.

God informasjon skaper grobunn for dialog, felles forståelse og gode løsninger. Manglende kommunikasjon og informasjon skaper grobunn for konflikter og motsetninger og misforståelser. Vi bestreber å informere ansatte om ting som berører dem før samme informasjon gis eksternt.

Tre interne verktøy:

- Rådmannens nyhetsbrev: Sendes månedlig på epost til alle ansatte. Tar opp overordnede spørsmål og nyheter og ting rådmannen vil fokusere på.
- Organisasjonsseksjonens nyhetsbrev: Går til alle enhetsledere/kommunalsjefer/hovedtillitsvalgte månedlig med praktiske og personalpolitiske nyheter som enhetslederne og kommunalsjefene har ansvar for å dele videre.
- Kommunalsjefer/enhetsleder kan sende egne nyhetsbrev i tillegg. Det er ulike behov i forhold til mengde.

7.0 KOMMUNIKASJONSANSVARET og roller

Rådmannen har som øverste leder ansvar for all kommunikasjon ut fra kommunens administrasjon. Rådmannens ledergruppe er ansvarlig for kommunikasjon som strategisk virkemiddel og at kommunikasjonsstrategien gjennomføres.

Enhetsledere og kommunalsjefer: Til daglig følger kommunikasjonsansvaret saksansvaret og ligger hos den enkelte leder. Prinsippet om kommunikasjon som lederansvar er viktig i en stor organisasjon som vår. Det er leders oppgave å sørge for at egen avdeling bruker kommunikasjonsstrategien som et virkemiddel for å nå mål. Virksomhetene må sette av ressurser for å ivareta dette ansvaret

Den enkelte medarbeider: Alle ansatte har ansvar for å gjøre seg kjent med kommunikasjonsstrategien og følge vedtatte retningslinjer og rutiner for kommunikasjon. Ansatte har ansvar for å dele relevant informasjon med andre i kommunen. Ansatte må skille mellom sin private ytringsfrihet og rollen som kommunalt ansatt. Når man opptre som ansatt, må man følge kommunens politikk, etikk og retningslinjer.

Kommunikasjonsrådgiveren: Dennes ansvar og oppgave er å gi råd, veilede og tilrettelegge kommunens kommunikasjonsarbeid, samt delta i produksjon av informasjon og være en kommunikasjonsfaglig ressurs og støtte.

Vi har egne planer og instruksjoner for akutte og kritiske situasjoner.



8.0 VENNESLAS viktigste historie:

Alle virksomheter formidler en historie, så også Vennesla kommune. Ingenting symboliserer oss bedre enn kommunevåpenet vårt. Tre kroner utgjør Vennesla, Øvrebø og Hægeland. Skogen, elva og tannhjulene forteller om ressursene som ble tatt i bruk og gjort til industri, hva som skapte det moderne Vennesla.

I dag symboliserer kommunevåpenet kanskje vel så mye klimaet, energien og den menneskelige skaperkraften.

Ved mange tideskifter har Vennesla stått i fremste rekke. Vi fikk papirfabrikk 30 år etter at det ble mulig å produsere papir av tremasse. Vi fikk aluminiumverk 20 år etter at aluminium ble mulig å fremstille industrielt. Nå gjør vi oss klar for en ny rolle i den digitale og den grønne revolusjonen. 25 år etter at world wide web ble en realitet, planlegges verdens største datasenterpark basert på fornybar energi i vår kommune.

Vennesla har alltid vært bygda hvor verdens nyvinninger blir omgjort til lokal kompetanse, arbeidsplasser og velferd, og hvor nye har flyttet til for å bidra i utviklingen. Denne kulturelle og materielle elteprosessen er Venneslas fremste identitet.

Kommunen har i dag 1250 ansatte og 14.600 innbyggere. Vår interne «bedriftskultur» skal preges av at vi er, serviceinnstilte, endringsvillige, ser hverandre, gjør hverandre gode, unner hverandre suksess, er uformelle og folkelige, har det gøy på jobben, tenker løsning i stedet for problem, våger å prøve nye ting og er stolte av arbeidsplassen og kommunen.

Vennesla kommune leverer velferd og tjenester for over én milliard kroner i året. Vi ønsker å videreutvikle Vennesla som Grønn Urban Bygd.

Vi skal være den inkluderende kommunen.

Vi står **SAMMEN OM FRAMTIDA.**

9.0 ETTERORD

Dette dokumentet er utarbeidet av ei arbeidsgruppe bestående av Liv-Karin Leland, Torgeir Haugaa, Bess Thormodsæter, May-Lene Lunde Uberg, Tonje Nyblin og Odd-Inge Uleberg. Rådmannens ledergruppe har vært styringsgruppe for prosessen og de hovedtillitsvalgte har kommet med sine innspill gjennom et eget drøftingsmøte.

Vi har hatt fem møter, hatt foredrag av kommunikasjonsekspert Petter N. Toldnæs om sosiale medier og journalist Tarjei Leer Salvesen om åpenhet i forvaltning. I tillegg har vi latt oss inspirere av en rekke andre kommunikasjonsstrategier, kanskje særlig Stortingets og Larvik kommunes. Vi har også sett hen til kommuneplanens målsettinger og andre relevante kommunale strategier og planer.

Vennesla 13. februar 2019

Vedlegg: Informasjonsreglement oppdatert versjon av 13. februar 2019

