

# Kommunikasjonsstrategi

## Bærum kommune

Vedtatt i Formannskapet 20. mai 2015



*Bilde fra visjonsprosessen: Mitt Bærum ved Levre skole*

### Innhold:

1. Innledning og kommunikasjonspyramiden
2. En visjon for bærumssamfunnet
3. Kommunens tre verdier og kommunikasjonsprinsipper
4. Hovedmål for kommunikasjonsevne
5. Strategiske satsinger
6. Kommunikasjonsvirkemidler og kanaler

## **1. Innledning og kommunikasjonspyramiden**

Bærum kommune er i vekst og veksten vil fortsette de nærmeste 15-20 år. Det setter sitt preg på bærumssamfunnet. Det er også endrede forventninger fra innbyggerne til kommunen. Fremtiden må bygges sammen med innbyggerne. Det stiller krav til kommunens kommunikasjonsvirksomhet.

God kommunikasjon bygger tillit og engasjement i befolkningen. Vi engasjerer innbyggerne i utviklingen av kommunen vår. Vi sikrer at nye og etablerte brukere har relevant og korrekt informasjon og muligheter for å påvirke løsninger, avklarer forventninger og - ikke minst – bidrar til stolte bæringer. Med denne strategien ønsker vi å sette innbyggeren og brukeren i sentrum.

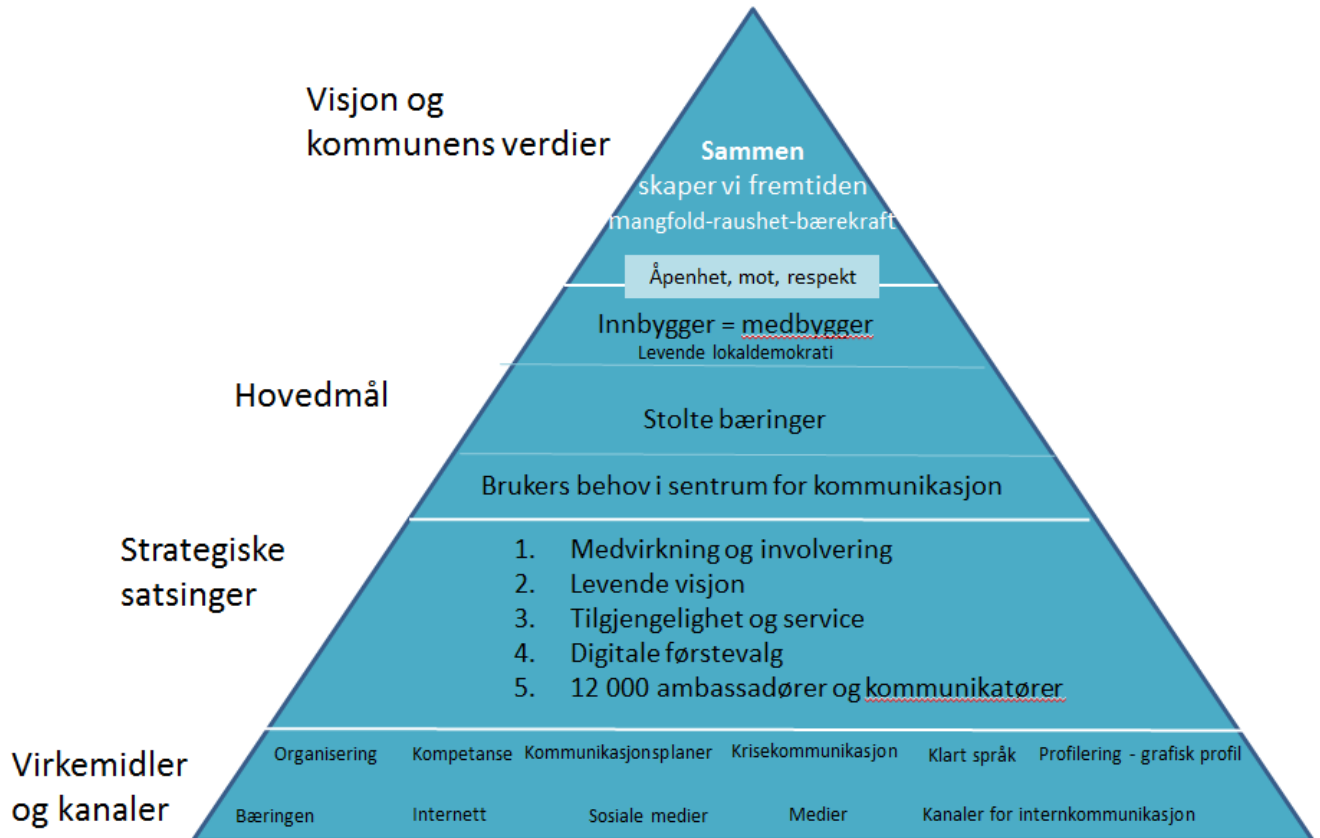
**Strategien omfatter hele kommuneorganisasjonen.** De viktigste møtene er mellom kommunens medarbeidere og brukere. God intern informasjon er derfor en sentral del av kommunens kommunikasjonsstrategi.

Kommunikasjonsstrategien legger til grunn at digitale løsninger skal være førstevalg i fremtidens kommune. Vi velger likevel å anbefale at innbyggeravisen *Bæringen* fortsetter som papiravis for å nå ut til de tusen hjem med viktige politiske saker og for å bygge identitet.

Strategien skal være tuftet på kommunens visjonsprosess og overordnede strategiske mål. Den angir en del prinsipper, strategier og målsettinger for kommunikasjonsarbeidet. Den sier noe om målgrupper og kanaler, samt roller og ansvar. Kommunikasjon er et strategisk verktøy i alle beslutninger som fattes og implementeres i organisasjonen.

Dette dokumentet bygger på sak: 024/2014 *Revidering av kommunikasjonsstrategi* som trekker opp utfordringsbilde og rapportering på innværende strategi. Under behandlingen i Formannskapet 20. mai 2015 ble følgende vedtatt: *Bærum kommunes kommunikasjonsstrategi legges til grunn for videre utvikling av kommunens kommunikasjonsvirksomhet. Strategien oppdateres ved behov.*

## Kommunikasjonspyramiden



## 2. En visjon for Bærumssamfunnet

Formannskapet 20. mai vedtok også en visjon for bærumssamfunnet. Visjonen er blitt til gjennom et samarbeid mellom innbyggere, medarbeidere i kommunen og politikere gjennom et helt år. Visjonen er et løfte om medvirkning og involvering:

SAMMEN SKAPER VI FREMTIDEN  
Mangfold – raushet – bærekraft

## 3. Kommunens verdier og kommunikasjonsprinsipper

Bærum kommunes tre verdier: *åpenhet, mot og respekt* gir retning og veivalg for kommunikasjonsvirksomheten.

**Åpenhet:** Innsyn i kommunens virksomhet er viktig for å gi befolkningen god og forståelig informasjon om vurderinger og arbeidsoppgaver. Åpenhet er en forutsetning for tillit til å utføre våre oppgaver.

**Mot:** Prøver nye ideer, nye måter å jobbe på og være utradisjonell. Frykter ikke åpenhet.

**Respekt:** Handler om å kommunisere en serviceholdning, på et språk og i en form som er tilgjengelig for alle innbyggerne.

### 3.1 Fem prinsipper for kommunikasjon<sup>1</sup>

**Helhetsprinsippet** innebærer at all informasjon som gis fra en instans i kommunen i størst mulig grad skal samordnes slik at den framstår som helhetlig for mottakeren. Det skal så langt det er mulig være av underordnet betydning for den enkelte om informasjonen kommer fra den ene eller andre kommunale instans.

**Kommunikasjonsprinsippet** innebærer at virksomheten i størst mulig grad skal ta hensyn til både avsenders og mottakers behov. Det skal forebygges at informasjonen blir avsenderstyrt og ensidig på kommunens premisser.

**Linjeprinsippet** innebærer at sektorene og programområdene er ansvarlig for informasjonsvirksomheten innenfor sine fagområder. Dette er nødvendig for å sikre at informasjon som gis er korrekt, gis til riktig tid og på riktig sted.

**Prinsippet om aktiv informasjon** innebærer at kommunen skal være proaktive og ta initiativ til å informere.

**Prinsippet om intern og ekstern informasjon som lederansvar** innebærer at en leder ikke kan delegere ansvaret for informasjon, men kan delegere myndighet til å løse bestemte oppgaver.

## 4. Tre hovedmål for kommunikasjonsvirksomheten

### **Innbygger = medbygger**

Bærum kommune vil utvide og bedre lokaldemokratiet. Innbyggere er opptatt av muligheten til å påvirke lokalsamfunnet. Kommunen har mye å lære av en kompetent befolkning. En systematisk bruk av medvirkning vil gi bedre beslutningsgrunnlag.

En befolkning som deltar i beslutningene som angår dem, vil også være bedre i stand til å forstå og akseptere beslutninger som fattes i kommunen eller valg som politikere må ta. På denne måten kan involvering avklare forventninger til fremtidig tjenesteyting. Innbyggerne skal involveres i beslutninger som angår dem.

### **Stolte bæringer**

Gjennom god bruk av kommunikasjonstiltak kan viktige prosesser og endringer for bærumssamfunnet løftes frem. Det gjelder å avklare forventninger til fremtidige utfordringer når det gjelder økonomi og oppgaveløsning. Et viktig arbeid er å synliggjøre det som er oppnådde resultater og prosesser, - og dermed å gjøre bæringene stolte. Arbeidet med kommunereform aktualiserer behovet for dette.

### **Brukers behov – sentralt i kommunikasjonen**

Kontakten mellom brukeren og kommunen er «sannhetens øyeblikk». Vi skal gjøre disse møtene gode for brukeren. Det være seg når brukeren prøver å nå frem på telefon, skal finne frem på nettsider etc. Brukernes behov skal ligge grunn i all kommunikasjon, fra språkform,

---

<sup>1</sup> Basert på Statens kommunikasjonspolitikk. Fastsatt av Fornyings- og administrasjonsdepartementet. 16. oktober 2009

utforming av skjemaer og informasjonskanaler. Det handler også om holdninger til service. Det handler også om å bruke kommunikasjonsverktøy for å gi innbyggere mer brukervalg.

I tråd med visjon, verdier, mål og prinsipper er det definert fem strategiske satsingsområder.

## **5. Strategiske satsingsområder**

### **5.1 Involvering og medvirkning**

Kommunikasjonsvirksomheten skal bidra til at

- Innbyggerne kjenner til og opplever å bli hørt i saker som angår dem
- Innbyggere og brukere har flere tilgjengelige kanaler for å bidra med sin kompetanse i utviklingen av samfunnet
- Medarbeiderne kan involvere seg og oppleve medvirkning
- Kommunen søker dialog der det er mulig

Prioriterte virkemidler og kanaler:

- «Klart språk» i utadrettet informasjon og kommunikasjon
- Invitere til og sikre bred deltakelse på dialogmøter, ideseminarer o.l. der det er hensiktsmessig
- Innbyggeravisen *Bæringen* videreføres som en viktig informasjonskanal med bred dekning saker der innbyggere involveres
- Nye nettsider som kanal for involvering  
(Se for øvrig kap 6)

### **5.2 Levende visjon**

Kommunikasjonsvirksomheten skal bidra til at:

- Innbyggerne kjenner visjonen og er trygg på at den «lever» også i det kommunale systemet
- Vi feirer det som gjør oss stolt av kommunen

Prioriterte virkemidler og kanaler

- Visjonen skal kommuniseres gjennom grafiske virkemidler og helhetlig materiell fra kommunen
- Tydeliggjøre identitetsmarkørene i Bærum og formidle gode historier om Bærum og bæringene

### **5.3 Tilgjengelighet og service (en dør inn)**

Kommunikasjonsvirksomheten skal bidra til at:

- Innbyggere får respons når de henvender seg til kommunen, og forutsigbarhet når saker ikke kan besvares raskt
- Innbyggerne kjenner til selvbetjeningsløsningene
- Innbyggere får mest mulig informasjon fra ett sted – en dør inn

Prioriterte virkemidler og kanaler:

- Åpningstider på servicetelefon og chat tilpasset brukernes behov
- Nettsider som bygges på kunnskap om brukernes behov
- Praktisere meroffentlighet jfr offentlighetsloven
- Engelsk er prioritert andrespråk i innbyggerinformasjonen

## 5.4 Digitalt førstevalg

Kommunikasjonsvirksomheten skal bidra til at:

- Innbyggerne og medarbeiderne motiveres til å ta i bruk og mestre kommunens digitale kommunikasjonskanaler.
- Elektronisk kommunikasjon skal være førstevalg i forvaltningens kontakt med innbyggerne
- Kommunen utnytter mulighetene til dialog og feedback

Prioriterte virkemidler og kanaler

- Sosiale medier tilpasset ulike målgrupper: Facebook, Twitter, Snapchat, Instagram, m.m
- Nettsider som gir god og lettfattelig tilgang til selvbetjeningsløsninger
- Kommunikasjonsplan som skal motivere og trygge innbyggere og brukere for å foreta digitale førstevalg

## 5.5 Kommunens 12 000 ambassadører og kommunikatører

God internkommunikasjon legger grunnlaget for ekstern kommunikasjon.

Kommunikasjonsvirksomheten skal bidra til at:

- Medarbeidere blir engasjert og føler stolthet, - og bygger en helhetlig identitet.
- Medarbeidere har et godt grunnlag for god ekstern dialog og kommunikasjon

Ytringsfrihet:

Alle ansatte kan som privatpersoner ytre seg fritt om alle kommunale forhold, så lenge dette ikke innebærer brudd på taushetsplikten.<sup>i</sup>

Prioriterte virkemidler og kanaler

- Lederes kommunikasjonskompetanse
- Strategisk og god internkommunikasjon
- Intranett
- Bare:Bærum

---

## 6. Kanaler og virkemidler

### 6.1 Strategiske kanaler i kommunikasjonsvirksomheten

#### Bæringen - innbyggeravisen

Avisen skal bidra til å opplyse innbyggerne om viktige politiske prosesser og danne grunnlag for dialog og involvering, samt generell informasjon. Hele befolkningen er målgruppen til avisen som fulldistribueres til 50 000 husstander seks ganger i året. Bæringen er etablert som «merkevare» i bærumssamfunnet.

### **Bærum kommunes internettportal – for brukerrettede tjenester og involvering**

En portal som den vi skal forvalte er omfattende og stor, da kommunene er en av de største i Norge og målgruppene er store og komplekse.

Kommunen skal formidle og gjøre tilgjengelig mange ulike typer tjenester som er aktuelle for innbyggerne i ulike faser av livet. Kommunen har en plikt til å informere om rettigheter, prioriteringer og bruken av skattekrone. Kommunen ønsker større medvirkning fra innbyggerne. Dette gjelder også deltakelse i de politiske prosessene i kommunen.

Kommunens nettsider skal også bidra til mer effektiv og kostnadsbesparende kommunikasjon. Nettsidene skal være bygget på en oppgave/brukerorientert nettsidestruktur. Nettsidene skal også fungere optimalt uansett om man besøker de fra mobil, lesebrett eller desktop.

### **Sosiale medier – for å nå ulike målgrupper**

Bærum Kommune skal være tydelig tilstede i de sosiale kanalene, der innbyggerne er og bruker mye tid. Kommunen jobber strategisk med Facebook hva gjelder beredskap, innbyggerinvolvering og informasjon, samt aktiv bruk av Twitter, LinkedIn og Flickr. Kanalene blir overvåket for økt kjennskap til omdømme og brukerinteresser. Samtidig følges utviklingen av nye tjenester og kanaler. Det er viktig for kommunen i større grad være tilstede på ungdommens arena.

### **Media – offensiv og aktiv mediestrategi**

- Kommunen skal fremstå troverdig, tydelig og inkluderende i media. Kritiske forhold møtes med åpenhet, medmenneskelighet og lærevilje.
- Mediekontakt er en del av lederansvaret og omfatter strategisk medieplanlegging, gjennomføre utspill med informasjon, kommentere og forsvare eller beriktige opplysninger om kommunens virksomhet overfor de ulike medier. Den konkrete mediehåndteringen kan delegeres til fagpersoner.
- Ledere oppfordres til å samarbeide tett med Kommunikasjonsenheten.
- Det er viktig for kommunen at Bærum har en levende og kritisk lokalavis.

### **Styringsdokumenter og andre skriv fra kommunen**

Bærum kommune legger stor vekt på at dokumenter, mailer og brev er utformet på en forståelig måte og slik at mottaker skjønner hensikten med dokumentet.

### **Internkommunikasjon – grunnlaget for all annen kommunikasjon**

Kommunens internkommunikasjon er i utvikling, og skal styrkes betydelig. Det vurderes en egen internkommunikasjonsstrategi. Arbeidet med kommunens nye elektroniske kanal for internkommunikasjon skal gjennomføres som en innovativ anskaffelse. Regler og håndbøker for medarbeidere i kommunen innarbeides i et eget «kunnskapsbibliotek». Kommunen har også et eget internt magasin, Bare:Bærum.

## **6.2 Virkemidler i kommunens kommunikasjonsvirksomhet**

### **Klart språk og andre virkemidler for formidling av budskap**

Som offentlig virksomhet har vi et stort ansvar for å ordlegge oss enkelt og forståelig. Det er viktig for lokaldemokratiet og for tjenesteutøvelsen. For å nå ut med kunnskap om plikter og rettigheter, tjenestenes innhold, planer og vedtak, må vi skrive på en slik måte at mottakerne forstår. Det innebærer også andre språk. Kommunen skal møte krav til universalitet.

Kommunen bør også for å nå flere grupper ved å utvide bruken av film, bilder og andre virkemidler i formidlingen.

### **Profilering**

Som et ledd i levendegjøringen av ny visjon og utviklingen av et nytt nettsted, er det behov for en ny profil. Den vil også danne grunnlag for et mer helhetlig uttrykk i kommunenes materiell.

### **Organisering av kommunikasjonsvirksomheten**

Kommunikasjon er et lederansvar i Bærum kommune. Ledere kan delegere til fagpersoner å uttale seg, men det overordnede ansvaret tilhører lederen i tråd med kommunikasjonsprinsippene.

Kommunens sentrale kommunikasjonsenhet skal støtte og bistå ledere i dette arbeidet. Kommunikasjonssjefen er pressekontakt i større saker.

### **Kompetanse**

Alle tjenesteledere og relevante fagpersoner i kommunen skal gjennomgå medietrening. Dette er viktig for at kommunen skal fremstå på en trygg og troverdig måte. Det avholdes jevnlig kurs i klart språk og presentasjonsformidling.

### **Kommunens kriseinfo**

Egne planer med følgende informasjonsprinsipper som styrende ved krisehåndtering:

- Informasjon er et lederansvar. Den som leder krisehåndteringen er ansvarlig for at informasjon blir gitt korrekt, raskt og målrettet.
- Kommunikasjonsenheten skal umiddelbart ta kontakt med berørt tjenestested med tilbud om aktiv bistand.
- Informasjon skal gis samordnet fra alle ledd og fremstå enhetlig for mottakeren.

---

<sup>i</sup> Note om ytringsfrihet: *Ytringsfriheten er nedfelt i Grunnloven, og regnes som en sentral menneskerettighet. Unntakene fra ytringsfriheten er få, begrensede og krever sterke grunner. Det mest praktiske unntaket for ansatte i kommunen er bestemmelsene om taushetsplikt. Ansatte har videre en lojalitetsplikt overfor arbeidsgiver, som innebærer en plikt til lojalt å slutte opp om arbeidsgivers interesser, og ikke motarbeide disse. Det skal imidlertid mye til før lojalitetsplikten innebærer begrensninger i ytringsfriheten. Så lenge ansatte uttaler seg på egne vegne vil spillerommet være stort – både med tanke på form og innhold – for uttalelser om eget fagområde og egen arbeidsplass. Arbeidsgiver kan imidlertid bestemme hvem som skal uttale seg på kommunens vegne.*