



Kommunikasjonsstrategi 2015-18

Vedtatt i kommunestyret, 28. januar 2015

Redigert des. 2016, pga. ny styringsmodell



Innledning

Kommunikasjonsstrategien skal brukes av alle som kommuniserer eller informerer på vegne av Tromsø kommune. For at Tromsø kommune skal lykkes med samfunnsoppdraget og nå egne målsetninger, er en god dialog med innbyggerne avgjørende.

Tromsø kommunes visjon er «**Sammen for et varmt og livskraftig Tromsø**». Visjonen er vårt felles mål. Tromsø kommune skal kommunisere og informere på en måte som gjør at det er samsvar mellom de tjenestene kommunen leverer og innbyggernes forventninger til tjenestene.

Tromsø kommune skal kommunisere i tråd med egne verdier: **respekt, åpenhet, mot, anerkjennelse og tillit**. Vi skal kommunisere og informere der mottaker er, og skal være tilgjengelig både i direkte dialog og i digitale kanaler. Vi er en åpen kommune, som aktivt informerer om tjenester, planarbeid og hendelser.

Den digitale utviklingen gjør at evnen til å informere og kommunisere i stadig større grad er avhengig av teknologi. Det byr på nye muligheter. For å møte digitaliseringen må Tromsø kommune vise betydelig evne og vilje til endring i måten å kommunisere på.

Kommunikasjonsprinsipper i Tromsø kommune:

- Alle har ansvar for omdømmet.
- De som berøres skal informeres først.
- Kommunikasjon er et lederansvar.
- Kommunen skal utøve meroffentlighet.
- Digitale kanaler først.
- Ytringsfrihet gjelder alle.

Definisjoner:

Med kommunikasjon menes prosessen hvor informasjon blir formidlet og mottatt. Kommunikasjon er som regel toveis. Informasjon beskriver det ferdige produktet og/eller budskapet som blir formidlet.

Kommunikasjonsstrategien bygger på kommuneloven, som pålegger alle kommuner å drive aktiv informasjon om sin virksomhet. Andre relevante lov- og regelverk er forvaltningsloven, personopplysningsloven, offentlighetsloven, kravet til meroffentlighet, kommunens etiske retningslinjer og arbeidsreglement.



Innhold

Innledning.....	1
Dagens situasjon	3
Kommunikasjonsprinsipper.....	4
Alle har ansvar for omdømmet.....	4
De som berøres skal informeres først.....	4
Kommunikasjon er et lederansvar	4
Digitale kanaler først.....	4
Ytringsfrihet v/s lojalitetsplikt	4
Roller	5
Kommunikasjonsmål	5
Målgrupper	6
Kommunikasjonskanaler.....	7
Aktuelle dokumenter.....	8

Dagens situasjon

Tromsø kommune kommuniserer og informerer i en rekke kanaler: digitalt, på papir og i direkte møte. Kommunen har et betydelig potensial i å få de forskjellige kanalene til å fungere bedre sammen. I sum oppfyller kanalene i hovedsak kravene til offentlig kommunikasjon. Ifølge omdømmeundersøkelse fra 2010 og medarbeiderundersøkelsene, oppfattes Tromsø kommune som middels god på intern og ekstern kommunikasjon.

Kommunikasjonen har tatt en digital retning, men mye er fortsatt papirbasert. Det finnes ikke en oppdatert kommunikasjonsstrategi.

Intern kommunikasjon: Ansatte orienterer seg i hovedsak gjennom egen leder og kollegaer. Tromsø kommune har et lite brukt intranett. Intern informasjon er lite samordnet, og skjer i dag på flere ulike plattformer. Internavisa Innblikk distribueres på papir fire ganger i året til alle ansatte. Det er grunn til å anta at ansatte i stor grad orienterer seg om forhold i Tromsø kommune gjennom kommunens egen nettside og lokalmedia.

Digitale kanaler: Tromsø kommune har et stort antall digitale kanaler. Disse er i liten grad samordnet. Derfor finnes det flere ulike løsninger for samme type oppgave i de ulike enhetene.

Media: Aldri har nyhetskonsument vært større i Norge enn i dag, aldri har antall nyhetskanaler vært flere enn i Tromsø akkurat nå. Utviklingen er klar: Digitale plattformer overtar nyhetsformidlingen. Sosiale medier er en av samfunnets tydelige trender. Google og Facebook er i dag viktige nyhetsformidlere. Hvert individ og hver organisasjon er sin egen redaktør, farten øker og nye formidlingsarenaer vokser frem.

Retningslinjer for mediehandtering er fra 2004. Det finnes ikke retningslinjer for opptreden i sosiale medier.

Profil: Tromsø kommune har en uklar grafisk profil. Profilhåndboken fra 2004 er utdatert og svakt forvaltet.

Omdømme: Den siste omdømmeundersøkelsen for Tromsø kommune ble gjennomført i 2010. I sammenstilling med bl.a. denne, Forbrukerrådets kommunetest 2005-2013, PR-barometeret 2013, Omdømmebarometeret for Tromsø by (Virke) og Tromsø kommune sin medarbeiderundersøkelse kan man si:

- Tromsø kommune har et middels godt omdømme.
- Oppfattelse av tjenestenivå ligger på fylkesgjennomsnitt.
- Oppfatning hos journalister er middels god.
- Medarbeidertilfredsheten har økt årlig siden 2009, og er god.

Kommunikasjonsprinsipper

Kommunikasjon er et strategisk virkemiddel. Ved å bruke kommunikasjon strategisk, tar man konsekvensen av at man i alle faglige, politiske og økonomiske og praktiske valg tar hensyn til at beslutningene skal kommuniseres. Kommunikasjon må derfor integreres tidlig i arbeidsprosesser, og være en naturlig del av alt planarbeid.

Følgende kommunikasjonsprinsipper gjelder:

Alle har ansvar for omdømmet

Alle ansatte er kommunens ambassadører. Hver enkelt har derfor et selvstendig ansvar for å bidra til at kommunens tillit og omdømme blir ivaretatt.

De som berøres skal informeres først

Det skal etterstrebtes proaktiv informasjon både internt og eksternt. Ansatte skal informeres før eller samtidig med at eksterne aktører informeres. Så langt det lar seg gjøre skal tjenestemottaker som berøres, informeres før offentligheten.

Kommunikasjon er et lederansvar

Alle ledere har ansvar for at kommunikasjon og informasjon er en integrert del av Tromsø kommunes plan- og styringsdokumenter. Den som har ansvaret for en tjeneste eller oppgave, har også ansvaret for informasjon og kommunikasjon knyttet til dette. Ansvaret kan delegeres i linjen.

Tromsø kommune skal utøve meroffentlighet

Også i saker hvor loven åpner for å unnta en sak/et dokument fra offentligheten, skal det vurderes om saken/dokumentet likevel skal offentliggjøres. Dette skal bidra til en åpen, offentlig debatt.

Digitale kanaler først

Digitale kanaler skal være kommunens foretrukne kanal for informasjon og kommunikasjon.

Ytringsfrihet v/s lojalitetsplikt

Grunnlovens bestemmelser om ytringsfriheten gjelder for alle ansatte i Tromsø kommune. Samtidig har alle ansatte en lojalitetsplikt. Som utgangspunkt kan bare ytringer som kan skade kommunens interesser begrenses ut fra hensynet til lojalitetsplikten.



Roller

Ansvaret for kommunikasjon og informasjon følger av hvilken rolle man har. De som kommuniserer på vegne av Tromsø kommune kan ha flere forskjellige roller, man kan f.eks. være både tjenestemottaker, leder, pårørende og politiker. For at mottaker av informasjon fra kommunen skal kunne skille hvilken rolle den enkelte er i til enhver tid, må man være ryddig og tydelig i rollene.

Rolleavklaring er viktig også for å sikre god dialog mellom politisk og administrativt nivå.

Administrasjonssjefen er Tromsø kommune sitt øverste administrative nivå, ordføreren er kommunens fremste folkevalgte.

Administrasjonssjef uttaler seg om administrative forhold på vegne av kommunen. Administrasjonssjefen er ansvarlig for at kommunikasjonsstrategien etterleves og brukes som et strategisk virkemiddel.

Ordfører og varaordfører uttaler seg på vegne av Tromsø kommune i saker hun/han har ansvar for.

Avdelingsdirektør, enhetsleder og andre ledere uttaler seg om egne, administrative tjenester og enhet(er), med mindre saken er løftet til et annet nivå. Ledere i Tromsø kommune skal sikre at kommunikasjonsstrategien er kjent i egen linje. Det er en leders ansvar at informasjon om saker som angår enheten, avdelingen, virksomheten og den enkelte ansatte blir gjort kjent og forstått.

Ansatte kan gi faktaopplysninger fra eget arbeidsfelt/fagområde. Alle ansatte har ansvar for å følge vedtatte retningslinjer og rutiner for kommunikasjon.

Tillitsvalgte og vernetjenesten har en fristilt rolle for å ivareta sine oppgaver. De er ikke bundet av kommunikasjonsstrategien. Samarbeidet med kommunens ledelse også på kommunikasjonsområdet, må baseres på tillit og gjensidig forståelse for hverandres roller.

De folkevalgte medlemmer i kommunestyret og dets komiteer omfattes ikke av Tromsø kommune sin kommunikasjonsstrategi. De står fritt til å uttale seg som politikere i kommunestyret, men ikke på vegne av Tromsø kommune. Folkevalgte må likevel være bevisst på egen rolle i sin kommunikasjon. Rollen kan skifte mellom bl.a. ansatt, styringsrollen og ombudsrollen.

Kommunikasjonsmål

Tromsø kommune skal gjennom sin kommunikasjon og informasjon fremstå enhetlig og redelig i ethvert møte. Kommunens visjon og verdier skal alltid ligge til grunn når man kommuniserer eller informerer på vegne av Tromsø kommune. Målene er det vi skal styre mot. De skal danne grunnlag for de beslutningene som blir tatt. Målene konkretiseres gjennom aktuelle tiltak.

Vi skal:

Engasjere: Kommunikasjonen skal bidra til å skape engasjement og vise hvordan innbyggere og næringsliv kan påvirke kommunale beslutninger. Kommunen skal fylle sin rolle som samfunnsaktør.

Være proaktiv og åpen: Kommunikasjon skal være tilpasset målgruppen. Kommunen skal møte innbyggere, media og andre åpent, aktivt og planlagt. Informasjon om kommunen, beslutninger, resultater og tjenestetilbudet skal være lett tilgjengelig. Alle saksbehandlere skal kjenne offentlighetsloven og kravet til meroffentlighet.



Bli mer digital: Ved å styrke digitale kanaler skal kommunen møte nye krav, få bedre arbeidsprosesser og redusere utgifter. Papirkanaler skal reduseres der de kan erstattes av digitale. Nettsidene skal inneholde oppdatert, riktig og lett tilgjengelig informasjon. Sosiale medier skal brukes som strategisk virkemiddel.

Styrke intern kommunikasjon: Ansatte og tjenestemottakere skal få tidlig og god informasjon direkte fra kommunen. Godt informerte medarbeidere i alle ledd gir bedre forståelse av og forankring for vedtak. Dette vil også være med på å legge grunnlaget for bedre kommunikasjon til tjenestemottakere og eksterne aktører. Man skal enkelt kunne innhente og dele informasjon. Vi skal ha godt opplyste medarbeidere, som enkelt kan dele og få informasjon.

Ha en gjenkjennbar profil: Kommunen skal ha en profilhåndbok som sikrer et enhetlig visuelt uttrykk og bidrar til å styrke identiteten. Profilerings på alt fra dokumenter, annonser og trykksaker til biler og skilt skal følge profilhåndboken.

Ha et robust omdømme: Holde det man lover. Kommunen skal ha et omdømme som en god tjenesteyter, tydelig samfunnsaktør og attraktiv arbeidsgiver. Tromsø skal oppfattes som et godt sted å bo. Omdømmearbeidet skal være basert på fakta.

Ha et godt språk: Kommunen skal bruke et språk som folk forstår. Tjenestemottaker skal oppleve informasjon om kommunens tjenester som helhetlig.

Målgrupper

Alle aktører som arbeider for, har avtale med eller er i kontakt med Tromsø kommune skal behandles av prinsippene som beskrevet i kommunikasjonsstrategien.

Tromsø kommunes viktigste målgrupper i kommunikasjonsarbeidet er:

- Tjenestemottakere
- Innbyggere i Tromsø kommune
- Egne ansatte
- Næringsliv, herunder forsknings- og universitetsmiljøet
- Nasjonale og regionale myndigheter
- Journalister/medier

Kommunikasjonen skal være målrettet og målgruppeorientert. Den som er ansvarlig for en oppgave eller tjeneste skal definere relevante målgrupper og hvordan kommunen kan nå disse. Kommunikasjon og informasjon skal skje i de kanaler og på de steder der målgruppene er.

Tromsø kommune skal være en god lytter. Dette betyr å behandle alle tilbakemeldinger med respekt, og man skal aktivt fange opp relevante og aktuelle problemstillinger.



Kommunikasjonskanaler

Tromsø kommune må forholde seg til at man kommuniserer med ulike målgrupper. Kommunen fremstår også selv i ulike roller: tjenesteyter, myndighetsutøver, samfunnsutvikler og demokratisk arena. Hver rolle vil kunne kreve ulikt valg av kommunikasjons- og informasjonsform.

Folks endrede kommunikasjonsvaner og – behov stiller særlige krav til at kommunens valg av kommunikasjonskanal. Nye valg skal ta særlig hensyn til digitale løsninger, interaktivitet og være kostnadseffektiv.

Digitale kanaler

Kommunens offisielle nettside er hovedkanal for informasjon til innbyggere om tjenestetilbud, ansvarsområde, kontaktinformasjon og politiske saker. Vi skal være til stede på det mest brukte sosiale medier. Digitalisering forutsetter at Tromsø kommune følger arkivloven og praktisk journalføring, og sikrer tilstrekkelig dokumentasjon.

Papirbaserte kanaler

Papirbaserte kanaler er i mange sammenhenger både nødvendig og nyttig. Før papirkanaler velges, skal digitale alternativ vurderes: Papirbaserte kanaler har en klar utfordring ift. blant annet oppdateringer.

Personlig kontakt

Tromsø kommune er en stor tjenesteyter. Vår viktigste kontakt- og kommunikasjonsflate blir derfor i mange sammenhenger det personlige møtet. Det personlige møtet har stor gjennomslagskraft. Alle ansatte i Tromsø kommune må derfor være bevisst på hvordan denne kommunikasjonskanalen brukes i det daglige.

Servicetorget yter i stor grad tjenester til dem som ikke kan nyttiggjøre seg av informasjon på nett, eller på andre måter har spørsmål som krever en direkte dialog. Det må være sammenheng mellom den informasjon Servicetorget gir, og den som kommuniseres i kommunens øvrige kanaler.

Skjema

Det offentlige kommuniserer i stor grad via skjema. Et skjema kan være papirbasert eller digitalt. I Tromsø kommune skal man så langt det lar seg gjøre og er sikkerhetsmessig forsvarlig, benytte digitale skjema. Et skjema skal være brukervennlig, og følge retningslinjer som beskrevet i ELMER (Enklere og mer effektiv rapportering).

Politiske kanaler

Det skal legges til rette for at ordskiftet og dokumenter i politiske organer er allment tilgjengelig. Man skal lett finne informasjon om den politiske organiseringen, kalendere og mandater.

Media

Media er en viktig informasjonskanal. Ansatte i Tromsø kommune skal ha et bevisst forhold til kommunikasjon i media, i tråd med de prinsipper som kommunikasjonsstrategien beskriver. Tromsø kommune har egne retningslinjer for kontakt med media.



Aktuelle dokumenter

Spørsmål om kommunikasjon kan rettes til [kommunikasjonsavdelingen](#) i Tromsø kommune.

Her har vi samlet noen nyttige verktøy. Listen vil bli oppdatert i perioden.

Kommunikasjonsstrategi	Lastes ned her:
Krisekommunikasjon	Les mer på nettsiden
Arbeidsgiverstrategi	Leses på nett
Profilhåndbok	Under arbeid
Retningslinjer for bruk av sosiale medier	Lastes ned fra nettsiden
Retningslinjer for mediekontakt	Lastes ned fra nettsiden
Godt språk i Tromsø kommune	Under arbeid
Retningslinjer for annonsering	Ligger på intranett
Mal for kommunikasjonsplan	Lastes ned fra intranett
Etiske retningslinjer for Tromsø kommune	Lastes ned fra nettsiden .
Retningslinjer og rutiner for varsling av kritikkverdige forhold i Tromsø kommune	Lastes ned fra nettsiden .
Arbeidsreglement	Lastes ned fra nettsiden .