



Kommunikasjonsstrategi

2021-2023



Jevnaker
kommune

1. Kommunikasjon i kommunen

Kommunikasjon er et strategisk verktøy. Vi må være oss bevisst at dette er et verktøy for å bygge tillit, et godt omdømme og skape fellesskap både for ansatte og innbyggere i Jevnaker kommune. Jevnaker kommunes kommunikasjonsstrategi skal bidra til å øke kunnskapen om kommunens rolle som tjenesteyter, myndighetsutøver, samfunnsutvikler og demokratisk arena.

Ordet kommunikasjon bygger på det latinske ordet communis og betyr fellesskap. Dette kjenner vi igjen i det engelske ordet common og i ordet kommune. Når vi kommuniserer så deler vi. Kommuniserer vi godt øker vi sjansen for et godt fellesskap, god samhandling og forståelse. Svikter kommunikasjonen, kan det føre til misforståelser, avstand og konflikter. (Kommunikasjonsstrategi, Røros kommune 2017-2022)

I kommunikasjonsstrategien presenteres mål og strategier for hvordan kommunen skal informere og kommunisere med innbyggerne, ansatte og andre interessenter. Kommunikasjon skal være en naturlig del av all planlegging i kommunen, og et strategisk virkemiddel på lik linje med andre virkemidler.

Strategisk gyldighet

Kommunikasjonsstrategien er gjeldene for all kommunikasjon i vår kommune, og gjelder for både ledere og medarbeidere. Vi er alle representanter, ambassadører og omdømmebyggere for Jevnaker kommune. Hovedtillitsvalgte og folkevalgte er ikke bundet av kommunikasjonsstrategien, men vi håper at den kan gi retningslinjer for hvordan vi ønsker å snakke med og om hverandre.

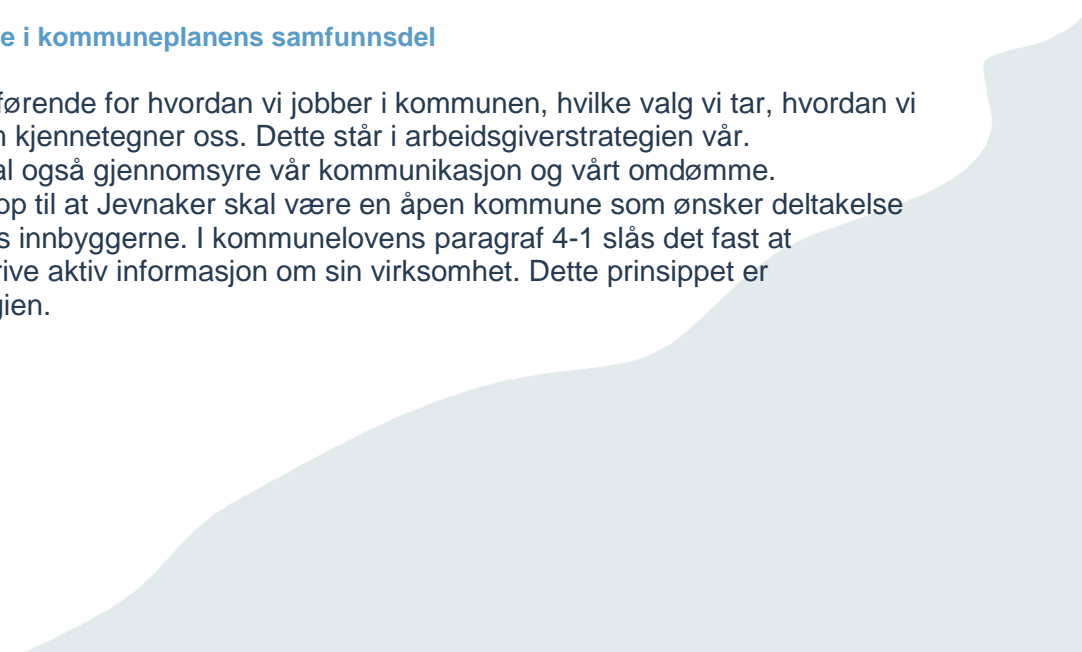
Strategien revideres ved behov.

2. Hva bygger strategien på?

Strategien tar utgangspunkt i og baserer seg på:

- **Kommunens verdier: «Nytenkende – åpen – redelig»**
- **Visjonen om Jevnaker som fjordlandsby**
- **Hovedmålene i kommuneplanens samfunnsdel**

Verdigrunnlaget er førende for hvordan vi jobber i kommunen, hvilke valg vi tar, hvordan vi opptrer, og hva som kjennetegner oss. Dette står i arbeidsgiverstrategien vår. Verdigrunnlaget skal også gjennomsyre vår kommunikasjon og vårt omdømme. Strategien legger opp til at Jevnaker skal være en åpen kommune som ønsker deltakelse og engasjement hos innbyggerne. I kommunelovens paragraf 4-1 slås det fast at kommunene skal drive aktiv informasjon om sin virksomhet. Dette prinsippet er innarbeidet i strategien.



Kommunens hovedmål

Kommuneplanens samfunnsdel er Jevnaker kommunes overordnede virksomhetsplan. Den skal peke ut den langsiktige utviklingen i Jevnaker kommune, og angår derfor alle som bor, jobber og lever i kommunen. Planen består av to deler: En samfunnsdel og en arealdel. Det er startet opp revisjon av kommuneplanens samfunnsdel.

I den gjeldende samfunnsdelen finner vi disse fire satsingsområdene med respektive hovedmål:

Fjordlandsbyen Jevnaker

Hovedmål: fra tettsted til Fjordlandsbyen Jevnaker

Bærekraftig utvikling

Hovedmål: Utvikle Jevnaker til en klimaklok kommune

Levekår og folkehelse

Hovedmål: Et godt sted å leve, hvor alle kan ta gode valg og oppleve mestring

Kommunen som organisasjon

Hovedmål: En innovativ og samskapende kommune



3. Hva oppnår vi med god kommunikasjon?

God kommunikasjon handler om å være bevisst situasjonen, målgruppe, og hva som kan skape misforståelser. Det betyr at vi må tilpasse språk, bilder og det vi signaliserer til den enkelte sak eller situasjon.

God kommunikasjon handler om å være seg bevisst hva vi ønsker å oppnå; hva er målet og hensikten?

1. Treffe hodet; Informere om fakta, gi innsikt og forståelse
2. Nå hjertet; Vekke følelser og skape engasjement
3. Bevege hendene; Skape aktivitet og handling



Kilde: Fredrikstad kommune

4. Kommunikasjonsstrategiens oppbygging

Hvor skal vi?

Målene i strategien beskriver tilstanden eller resultatene vi ønsker å oppnå for brukerne, samfunnet, og for organisasjonen og medarbeiderne. Målene er inndelt i hoved- og delmål. Hvert delmål skal bidra til at vi oppnår hovedmålene.

Hvordan kommer vi dit?

Strategiene er våre overordnede veivalg og satsinger, som viser hvilke endringer vi skal prioritere i de nærmeste årene fremover for at kommunen skal nå de overordnede og langsiktige mål.

Hva gjør vi?

Strategiene konkretiseres deretter gjennom tiltak og handlinger.

Administrasjonen vil i trinn to av arbeidet med strategien, definere tiltak tilhørende de ulike kommunikasjonsmål.

5. Kommunikasjonsmål og strategier

Strategien har følgende tre hovedmål:

1. **Innbyggerne kjenner våre tjenester og har tillit til Jevnaker kommune**
2. **Sikre god internkommunikasjon og skape stolthet av Jevnaker kommune**
3. **Engasjere og fremme deltakelse, samarbeid og demokrati**

Nedenfor presenteres de ulike strategiene på hvert av de tre hovedmålene. En handlingsplan med tiltak for å nå de overordnede mål og strategier vil bli utarbeidet.

Hovedmål 1:

Innbyggerne kjenner våre tjenester og har tillit til Jevnaker kommune

Strategier:

- Vi kommuniserer i tråd med verdiene våre
- Innbyggerne i Jevnaker opplever at de er godt informert om Jevnaker kommunes tjenester og tilbud.
- Innbyggere og næringslivet i Jevnaker bruker digitale tjenester som hovedkanal i dialog med kommunen
- Innbyggerne får lett tak i rett informasjon når de selv ønsker det
- Innbyggerne har tillit til at informasjon fra Jevnaker kommune er korrekt, oppdatert og pålitelig
- Innbyggere har tillit til at Jevnaker kommune forvalter fellesskapets midler på en god måte

Hovedmål 2:

Sikre god internkommunikasjon og skape stolthet av Jevnaker kommune

Strategier:

- Medarbeidere opplever at de er godt informert
- Ansatte finner den informasjonen de trenger - når de trenger det

- Vi er bevisste og aktivt opptatt av å søke informasjon som påvirker eget arbeidsfelt
- Vi har kanaler og arenaer hvor ansatte har lyst til å løse utfordringer, komme med innspill og finne løsninger internt
- Ansatte har forståelse for hva ytringsfrihet, taushetsplikt og lojalitet er
- Jevnaker kommune er kjent som en attraktiv arbeidsplass

Hovedmål 3:

Engasjere for å fremme deltakelse, samarbeid og demokrati

Strategier:

- Innbyggerne opplever at kommunen legger til rette for medvirkning i utviklingen av tjenestene.
- Vi møter innbyggerne der de er
- Ansatte i Jevnaker kommune involveres i endringer og tas med på råd.
- Innbyggerne i Jevnaker opplever at de kan påvirke utviklingen av tjenestene våre.
- Bruke digitale kanaler aktivt for å fremme dialog og involvering
- Administrasjonen fremsnakker folkevalgtrollen og de politiske arenaene

6. Målgrupper

Mange mennesker er avhengig av god informasjon fra Jevnaker kommune. For å treffe brukerne der de er, må vi definere målgruppene. Vi velger kanal basert på effekten vi ønsker å oppnå, hvem vi snakker med, hvor komplekst informasjonen er og hvor raskt budskapet må komme fram. Språket som brukes og informasjonen som skal formidles må tilpasses målgruppen.

Kommunens viktigste målgrupper er innbyggere og tjenestemottakere, pårørende, folkevalgte, tillitsvalgte samt ansatte.

I tillegg har vi disse målgruppene:

- Potensielle innflyttere
- Potensielle arbeidssøkere
- Næringsliv
- Nasjonale og regionale myndigheter
- Andre kommuner
- Media
- Organisasjoner



7. Kommunikasjonskanaler og verktøy

Jevnaker kommune har mange målgrupper å forholde seg til, og vi innehar også ulike roller. Vi er:

- *Tjenesteyter*
- *Myndighetsutøver*
- *Samfunnsplanlegger*
- *Demokratiutvikler og –forvalter.*

I tillegg til dette er kommunen også en opplevelsesaktør, gjennom visjonen Fjordlandsbyen Jevnaker, Visit Innlandet og de store turistattraksjonene. De mange rollene krever bevissthet omkring valg av best egnede kommunikasjonskanaler.

Kommunikasjonskanaler

Jevnaker kommune har ulike kanaler for å formidle informasjon.

Følgende er våre hovedkanaler:

- Jevnaker.kommune.no (egen hjemmeside)
- Sosiale medier (Facebook, Instagram, Youtube)
- Media
- Annonser/kjøpt spalteplass
- Kommunal post/brev
- Vi & vårt, internblad
- E-post
- Grafisk profil
- Informasjonsskjerm, Servicetorget.
- Folkemøter og workshops

Digitale kanaler

Jevnaker har i sin digitaliseringsstrategi at nettbaserte tjenester er hovedregelen for kommunikasjon mellom kommunen og innbyggerne. Det gjelder også informasjonsarbeidet. De siste års utvikling av nettløsninger, apper, mobilbruk og sosiale medier gjør at Jevnaker kommune må bruke ulike digitale plattformer for å nå ut med informasjonen.

Kommunens hjemmeside (www.jevnaker.kommune.no) er hovedkanalen for informasjon om vårt tjenestetilbud, ansvarsområder og politiske saker. Her skal innbyggere og andre interessenter finne det de trenger på ett sted. Gode nettsider sikrer innbyggere mulighet for selvbetjening og døgnåpen forvaltning. Andre digitale kanaler brukes til å skape oppmerksomhet om informasjon på nettsidene, og til dialog.

Facebook er den viktigste kanalen på sosiale medier. Postene skaper engasjement og oppmerksomhet. Vi har mange følgere og innbyggere som deler innleggene våre. De fleste sakene fra nettsiden vår, bør deles på Facebook. Jevnaker kommune er også på bildedelingstjenesten Instagram. Her er det bildene som er det viktigste. Uten gode, fargerike, hyggelige bilder – ingen innlegg. Dette brukes som en markedsføringsplattform med bilder fra bygda vår, tatt av oss i kommunen eller andre brukere på Instagram.

Jevnaker kommune har egen Youtube-kanal. Der legges informasjonsfilmer som lages i og for kommunen eller ved markeringer og arrangement.

Media

Aviser, radio og tv når ut til mange mennesker og er svært viktige informasjonskanaler og samarbeidspartnere for oss i Jevnaker. Et godt og profesjonelt forhold til media er viktig for å sikre en god dekning av kommunens tjenester og aktiviteter. Jevnaker kommune er kjent for å ha et åpent og godt forhold til lokalmedia.

Papir og trykte kanaler

Papirbaserte kanaler kan være for eksempel brev, brosjyrer, magasiner og annonser. Papirbaserte kanaler kan være både nødvendig og nyttig, men de har også noen begrensninger. Før papirbaserte kanaler velges, må vi vurdere effekten opp mot produksjons- og distribusjonskostnader. Papirbaserte kanaler er også mer utfordrende å holde oppdatert. Av miljøhensyn bør man til enhver tid vurdere behovet for bruk av papir. Målgruppe er viktig i vurderingen av trykte publikasjoner.

Annonsering/kjøpt spalteplass

Jevnaker kommune annonserer jevnlig kunngjøringer i begge lokalavisene. I tillegg kjøper vi stillingsannonser i ulike kanaler. Jevnaker kommune har også et samarbeid med Radio Randsfjord. Der kan vi få ut viktig informasjon til innbyggerne våre. I beredskapssammenheng er også lokalradioen en viktig samarbeidspartner.

Folkemøter og workshops

For å sikre god medvirkning og involvering fra innbyggere kan folkemøter eller workshops være en god arena. Denne form for samhandling krever særlig oppmerksomhet og bevissthet rundt hensikt med møtet. Deltakerne må oppleve reel medvirkning.

Grafisk profil

Jevnaker kommune sin grafiske profil som er basert på visjonen «Fjordlandsbyen Jevnaker», og har påvirket fargevalg og grafikk. Begrepet rammer inn den framtidige utviklingen av Jevnaker som sted, et turistmål ved Randsfjorden som har noen av de mest besøkte turistattraksjonene i Norge med Hadeland Glassverk og Kistefos.

Det nye grafiske elementet er hentet fra omrisset av Randsfjorden. Kommunevåpen, fonttyper, fargevalg og grafisk element vil være bærende elementer i profilen, og vil bli benyttet i maler, skilting, på nettsiden, annonsering m.m.





Farger



Typografi

DM Serif

Klassisk

Jevnaker kommune byr på
mange flotte muligheter rundt
den vakre Randsfjorden

—
abcdefghijklmnop
qrstuvwxyzæøå
ABCDEFGHIJKLMNQP
QRSTUVWXYZÆØÅ

DM Sans

Moderne

Jevnaker kommune byr på
mange flotte muligheter rundt
den vakre Randsfjorden

—
abcdefghijklmnop
qrstuvwxyzæøå
ABCDEFGHIJKLMNQP
QRSTUVWXYZÆØÅ

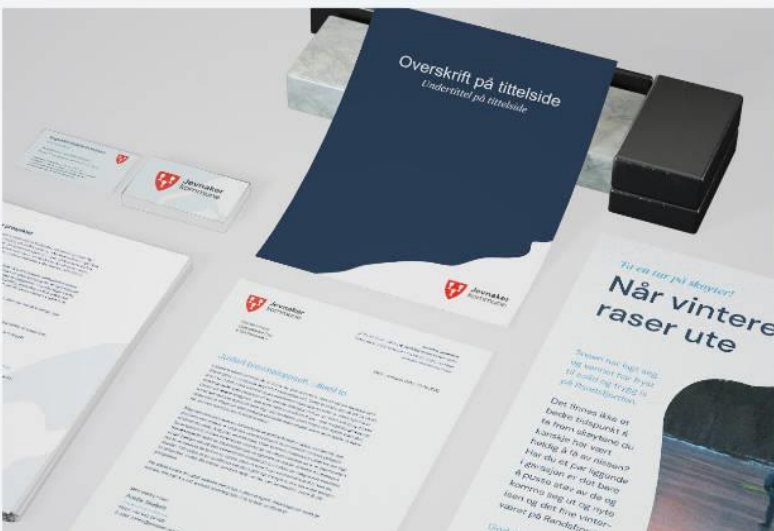
Elementer i bruk



Grafisk element: Randsfjorden



Ny grafisk profil basert på
visjonen om Jevnaker som
fjordlandsby



8. Roller og ansvar

Ansvar for kommunikasjon og informasjon er knyttet til roller. Samme person kan ha ulike roller i ulike sammenhenger. En leder kan for eksempel også være ansatt og innbygger. Det kan være vanskelig for mottakerne av informasjon å skille hvilken rolle den enkelte leder eller medarbeider har til enhver tid. Å være ryddig og tydelig på hvilken rolle vi har i ulike saker, er viktig og nødvendig slik at rollene ikke blandes eller misforstås i vår kommunikasjon med omverdenen.

Det øverste kommunikasjonsansvaret i Jevnaker kommune ligger hos rådmann og ordfører.

Rådmann

Rådmann er øverste leder for kommunens administrasjon, og som sådan også øverste ansvarlige for all kommunikasjon fra kommunen. Rådmannen er ansvarlig for at kommunikasjonsstrategien settes ut i livet og at kommunikasjon brukes som et strategisk virkemiddel. Rådmannen er ansvarlig redaktør for nettsidene.

Ordfører

Ordfører er det høyeste tillitsvervet kommunen og er også kommunens rettslige representant. Ordføreren skal være en samlende person for kommunens befolkning og representere kommunen utad. Ordføreren er et bindeledd mellom folkevalgte organ og administrasjonen. Ordfører er i utgangspunktet ikke bundet av kommunikasjonsstrategien slik som vanlig ansatte da han er folkevalgt. Vi oppfordrer likevel ordfører til å være seg bevisst sin rolle. Ordfører blir sett på som «kommunen» og har et stort ansvar for å bidra til at kommunens tillit og omdømme blir ivaretatt. Ordførerens kommunikasjon og opptreden i media, er viktig for kommunen. Dette gjelder også i sosiale medier.

Kommunalsjefer

Kommunalsjefene er ansvarlig for at kommunikasjonsstrategien etterleves i sine tjenesteområder, og at den brukes som et strategisk virkemiddel. Kommunalsjefene uttaler seg i media når det gjelder det overordnede ansvaret for tjenesteområdene, og skal informeres dersom media tar kontakt for intervju med ansatte.

Virksomhetsleder, avdelingsledere og fagledere

Ledere uttaler seg om egne, administrative tjenester og virksomhet/avdeling, med mindre saken er løftet til et annet nivå. Ledere i Jevnaker kommune skal sikre at kommunikasjonsstrategien er kjent i egen linje. Det er en leders ansvar at informasjon om saker som angår avdelingen, virksomheten og den enkelte ansatte blir gjort kjent og forstått.

Ansatte

Ansatte kan gi faktaopplysninger fra eget arbeidsfelt eller fagområde. Alle ansatte har ansvar for å følge vedtatte retningslinjer og rutiner for kommunikasjon. Husk å informere/involvere kommunalsjef og kommunikasjonsrådgiver.

Tillitsvalgte

Tillitsvalgte har en fristilt rolle for å ivareta sine oppgaver. De er ikke bundet av kommunikasjonsstrategien. Samarbeidet med kommunens ledelse innenfor kommunikasjonsarbeid er basert på tillit og gjensidig forståelse for hverandres roller.

Folkevalgte

Folkevalgte medlemmer i kommunestyret og andre råd og utvalg omfattes ikke av kommunikasjonsstrategien. De står fritt til å uttale seg som politikere i kommunestyret, men ikke på vegne av Jevnaker kommune. Folkevalgte må likevel være bevisst på egen rolle i sin kommunikasjon. Rollen kan skifte mellom bl.a. ansatt, arbeidsgiverrollen og ombudsrollen. Her er det viktig å tydeliggjøre rollen.

9. Prinsipper for kommunikasjon

Vi skal strekke oss etter visjonen om å være Fjordlandsbyen, og våre kommunikasjonsmål er å bygge tillit til kommunen, sikre god internkommunikasjon samt engasjere for å fremme deltakelse og samarbeid. Likevel kan det være utfordrende å vite når, hvordan og hvorfor vi skal kommunisere.

Her er fem prinsipper for kommunikasjon:

- 1. Vi kommuniserer i tråd med våre verdier** - Det betyr at nytenkende, åpen og redelig skal skinne igjennom alt vi sier og gjør. Være en åpen kommune - åpenhet og meroffentlighet skal praktiseres.
- 2. Si det viktigste først, til den viktigste først** - strategisk kommunikasjon
- 3. Bruke klart språk og gode bilder** - Vi er lette å kjenne igjen. Det betyr at kommunevåpenet er lett synlig på all offisiell kommunikasjon og at den grafiske utformingen kjennetegnes av kvalitet, og kommuniserer med et klart språk på en imøtekommende og profesjonell måte.
- 4. Sett brukeren i sentrum** - Vi skal legge til rette for innbyggermedvirkning, og vi tilpasser oss målgruppen.
- 5. Ta lederansvar** - kommunikasjon er et lederansvar. Kommunikasjon og informasjon skal være integrert i kommunens plan- og styringsdokumenter. Kommunikasjonsansvaret skal følge linjeprinsippet; den som har ansvaret for en tjeneste eller sak har også ansvaret for å informere om denne tjenesten.

Prinsipp for:

- **medieuttalelser** - overordnet prinsipp for å uttale seg til mediene er at den som er nærmest saken og kjenner den best, skal uttale seg på vegne av kommunen.
- **ytringsfrihet** - alle ansatte kan som privatpersoner fritt uttale seg om kommunale forhold som ikke er taushetsbelagt eller unntatt offentligheten. Ansattes ytringsfrihet er en del av den alminnelige ytringsfrihet som er beskyttet av Grunnloven § 100. Ansattes ytringsfrihet kan begrenses av lojalitetsplikten som følger av arbeidsforholdet., avhengig av blant annet type virksomhet og hvilken stilling/ posisjon den enkelte har. Denne begrensningen må imidlertid avveies mot ytringsfriheten og deltagelse i den offentlig debatt.
- **varsling** - Jevnaker kommune har egen rutine for varsling av kritikkverdige forhold, se personalhåndboken.

10. Aktuelle dokumenter

Her er det samlet flere dokumenter som indirekte er knyttet til kommunikasjonsstrategien. Disse er nyttige verktøy i Jevnaker kommunes kommunikasjonsarbeid. Listen oppdateres fortløpende i perioden.

- *Kommuneplanens Samfunnsdel 2019 - 2030*
- *Overordnet beredskapsplan*
- *Digitaliseringsstrategi Jevnaker kommune 2019-2022*
- *Arbeidsgiverstrategi*
- *Arbeidsreglement*
- *Etiske retningslinjer*
- *Rutiner for varsling av kritikkverdige forhold i Jevnaker kommune*
- *Reglement: bruk av sosiale medier*

11. Kilder

- «*Hvordan lage en kommunikasjonsstrategi*», https://www.regjeringen.no/globalassets/upload/krd/vedlegg/komm/sobk/kommstrat_sombek_2012.pdf
 - «*Kommunikasjonsstrategi – innsiden reflekteres på utsiden*», Røros kommune 2017
 - «*Kommunikasjonsstrategi 2019-2022, Fredrikstad kommune*»
 - «*Kommunikasjonsstrategi for Oslo kommune*», vedtatt 2018, byråddssak 1091/18
- 