



KOMMUNIKASJONSSTRATEGI

for

KARMØY KOMMUNE 2008 – 2011

0. Bakgrunn og innledning

Kommuneloven § 4 fastslår at: *"Kommuner og fylkeskommuner skal drive aktiv informasjon om sin virksomhet. Forholdene skal legges best mulig til rette for offentlig innsyn i den kommunale og fylkeskommunale forvaltning." Den nye offentleglova har som formål å "leggje til rette for at offentleg verksemd er open og gjennomsiktig, for slik å styrkje informasjons- og ytringsfridommen, den demokratiske deltakinga, rettstryggleiken for den enkelte, tilliten til det offentlege og kontrollen frå ålmenta."* Dette er utgangspunktet for Karmøy kommunes kommunikasjonsansvar

Kommunestyret i Karmøy vedtok 25. september 2007 *Arbeidsgiverstrategi mot 2020 for Karmøy kommune* hvor ett av satsingsområdene er omdømmeutvikling. Utarbeidelse av en kommunikasjonsstrategi inngår som et sentralt tiltak i arbeidsgiverstrategien.

Karmøy kommune har valgt visjonen: "Kommunen som vil at du skal lykkes". Kommunikasjonen fra kommunen skal bygge opp under denne visjonen.

Kommunikasjonsstrategien skal beskrive konkrete mål og strategiske valg og således være retningsgivende og styrende for den daglige kommunikasjonen mellom kommunen og dens ulike interessentgrupper.

Kommunikasjonsstrategien vil sammen med egen tiltaksplan, legger klare føringer for hvilke budskap som skal prioriteres og hvilke aktiviteter som skal settes i gang og opprettholdes av kommunen de neste årene sentralt så vel som i den enkelte etat. Kommunikasjonsstrategien er utarbeidet av en arbeidsgruppe. Kommunikasjonsbyrået Apeland Informasjon har bistått med faglig rådgivning.

1. Nå-situasjonen og kommunikasjonsmål for Karmøy kommune

1.1. LOKALDEMOKRATIETS VILKÅR

Lav valgdeltakelse, moderat engasjement

Nå-situasjon:

- 59,9 % av innbyggerne i Karmøy stemte ved kommunevalget i 2007. På landsbasis var valgoppslutningen 61,7 %.
- Det er lav kvinneandel i kommunestyret og få unge i lokalpolitikken.
- Interessen for lokalpolitikk er moderat. Informasjon om det som skjer på Rådhuset til daglig og i kommunestyremøtene kan oppleves som vanskelig tilgjengelig.

Mål:

- Gjennom aktiv og relevant kommunikasjon skal en bidra til å øke valgdeltakelsen i forhold til forrige kommunevalg, og særlig blant førstegangsvelgerne.
- Øke kunnskapen om og interessen for å delta mer aktivt i lokaldemokratiet, spesielt blant ungdom mellom 12 og 20 år og blant kvinner.

1.2 GEOGRAFISK ATTRAKTIVITET

Karmøy kommune har positiv befolkningsvekst

Nå-situasjon:

- Karmøy kommune har hatt en positiv utvikling i befolkningsveksten siden 2003. Netto befolkningstilvekst var i følge SSB 577 personer i 2007. Fra 1990 – 2008 er befolkningen øket med 3 832 personer.
- Innbyggerne i Karmøy kommune er ifølge en omdømmeundersøkelse utført av Reputation Institute og Apeland Informasjon i 2007 svært fornøyd med hvordan det er å vokse opp og å bo og leve i Karmøy kommune.

Mål:

- Den positive trenden i befolkningsveksten skal opprettholdes ved å kommunisere ut til innbyggere og utflyttede fra regionen hvordan innbyggerne opplever å vokse opp, å bo og leve i Karmøy kommune.

1.3 KOMMUNENS OMDØMME

Karmøy kommune har et godt omdømme

Nå-situasjon:

- Karmøy kommune har et ”godt omdømme” og får en score på 78,5 i en omdømmeundersøkelse utført av Reputation Institute og Apeland Informasjon i 2007.
- Kommunen har imidlertid et forbedringspotensial når det gjelder hvordan næringslivet og nabokommunene oppfatter kommunen.

Mål:

- Karmøy kommune skal i 2010 øke sitt overordnede omdømme, samt omdømme i forhold til næringslivet og til privatpersoner i nabokommunene. Stigningen i omdømmet skal dokumenteres i omdømmeundersøkelser som gjennomføres jevnlig/årlig.

1.4 BRUKERTILFREDSHET OG SERVICE

God på service, kan bli bedre på dialog

Nå-situasjon:

- Karmøy kommune kom i 2007 svært godt ut i servicekåringen til Forbrukerrådet der 431 kommuner ble testet. Kommunen fikk 82 poeng og ble 6. best i landet og beste kommune på service i Rogaland.
- Karmøy kommune er spesielt god på service på telefon (99 av 100 poeng), svar på e-post (76 av 100 poeng - 6 av 7 e-poster ble besvart i tide) og for 21 av 25 spørsmål fantes svar på nettsiden (75 av 100 poeng).
- Kommunens internettside ble av Norge.no i 2006 og 2007 kåret til den beste i Rogaland med 5 av 6 stjerner og den 13. beste kommunale nettside i landet. Siden scorer lavest på *nyttig innhold* blant annet fordi nettstedet ikke er tilrettelagt for dialog med brukerne eller gir innbyggerne mulighet for digital medvirkning.

Mål:

- Tilfredsheten med servicen fra Karmøy kommune på alle nivå skal forbedres ytterligere, spesielt ved å skape bedre muligheter for livsfasetilpasset dialog med innbyggerne og ved å tilpasse valg av budskap og kommunikasjonskanaler etter målgruppe.
- Karmøy kommune skal ha over 82 poeng i Forbrukerrådets neste kvalitetstest og fortsatt være blant de 10 beste i Norge.
- Karmøy kommune skal ha minimum 5 stjerner i neste kvalitetsvurdering som utføres av Norge.no. Kommunen skal innen 2011 ha en 10 % stigning i antall treff på hjemmesiden pr måned (2008, første kvartal: ca. 16 500 treff pr. mnd).

- Innbyggernes innsikt og medvirkning skal økes. Innen 2011 skal minst 4000 av kommunens ca. 40 000 innbyggere bli abonnenter på kommunens ulike elektroniske nyhetsbrev, et tiltak som både skal effektivisere og forbedre kommunikasjonen med innbyggerne.

1.5 ATTRAKTIVITET SOM ARBEIDSGIVER

Kommunen må fremstå som attraktiv arbeidsgiver

Nå-situasjon:

- Et stramt arbeidsmarked og høy gjennomsnittsalder i flere stillingsgrupper vil gi kommunen store utfordringer i rekrutteringsarbeidet fremover. Fra 2020 vil demografiske endringer i befolkningen medføre økt behov for kommunale tjenester, for eksempel i omsorgssektoren, noe som fordrer økt bemanning. Kommunen må gjøre en markert innsats for å rekruttere, beholde eksisterende arbeidskraft og utnytte arbeidskraftreserven. Dette er et av tre hovedmål i Karmøy kommunes Arbeidsgiverstrategi mot 2020.
- Medarbeiderne gir et positivt bilde av kommunen. I omdømmeundersøkelsen utført av Apeland Informasjon og Reputation Institute i 2007, er de ansatte den gruppen som gir kommunen den høyeste omdømmescore.

Mål:

- Kommunen skal styrke sin attraktivitet som arbeidsgiver ved å kommunisere at kommunen tilbyr gode og trygge arbeidsplasser, at kommunen tar vare på sine ansatte og gir gode utviklingsmuligheter. Budskapene skal særlig rettes mot unge og seniorer.
- Det skal fra 2009 tas i bruk en medarbeiderundersøkelse som måleverktøy for å kunne si noe om kommunens attraktivitet som arbeidssted kontra andre kommuner.

1.6 INFORMASJON FRA KOMMUNEN

Lederne har informasjonsansvar, men kan kommunisere bedre

Nå-situasjon:

- Rådmannen har det overordnede ansvaret for at kommunen kommuniserer godt. Ordføreren har også en sentral rolle i å informere og kommunisere på kommunens vegne.
- Formannskapskontoret har ansvar for daglige lokalradiosendinger og for kommunens annonsering i lokalpressen, samt å være behjelpelig overfor publikum med opplysninger om politiske prosesser og vedtak.
- Servicetorget er publikums første møte med kommunen og skal gi alle som henvender seg informasjon, veiledning og tjenester der og da eller videreformidle til riktig fagperson. Servicetorget leder har ansvar for kommunens hjemmesider på Internett.

- Karmøy kommune har desentralisert kommunikasjonsansvaret til lederne i etatene. Det er imidlertid ulik praksis og varierende kvalitet på kommunikasjonen med medarbeidere, brukere og media.
- Omtale av kommunen og dens aktiviteter i media er i noen grad tilfeldig og ofte basert på at media tar kontakt og ikke som et resultat av et aktivt kommunikasjonsarbeid fra kommunens side.

Mål:

- Etatenes ledere skal få hjelp og støtte til å kommunisere bedre med medarbeidere, brukere og media. Å være god på kommunikasjon skal oppfattes som positivt.
- Andelen mediasaker initiert av kommunen skal økes og i større grad være et resultat av aktivt forberedte saker mot media. Kommunens ledere skal siteres hyppigere i lokalmedia med bedre og mer gjennomarbeidede budskap.
- Det skal i løpet av 2009 lages en nullpunktanalyse av medieomtale som omhandler kommunen. Denne skal ligge til grunn for en konkret målsetting for medieomtale.

2. Strategiske satsingsområder fram mot 2011

Med utgangspunkt i nåsituasjon og kommunikasjonsmålene, er det pekt ut seks strategiske satsingsområder som skal være retningsgivende og styrende for kommunikasjonsarbeidet i Karmøy kommune.

2.1 Lokaldemokratiet skal styrkes

- Stimulere til økt deltakelse i kommunevalgene og i lokaldemokratiet ved å gi mer og bedre informasjon om lokalpolitikken, hvordan den fungerer og hvilke konsekvenser politiske vedtak får for den enkelte.
- Videreutvikle og ta i bruk nye kommunikasjonskanaler som kan øke interessen for og politisk engasjement i kommunen, særlig blant barn og unge og kvinner.

2.2 Yngre skal se på kommunen som en attraktiv arbeidsgiver

- Styrke den interne kulturen i kommunen og skape en sterkere felles identitet, for å beholde kompetente og motiverte medarbeidere og fremstå mer helhetlig.
- Øke kommunens attraktivitet som arbeidssted ved å gi spesielt unge mer og bedre tilpasset informasjon om kommunen som arbeidsgiver.

2.3 Karmøy skal oppfattes som et godt sted å bo og flytte til

- Kommunisere bedre til kommunens innbyggere at kommunen vil ivareta den enkelte innbygger, fremme livskvalitet og ha et høyt service-, kultur- og aktivitetsnivå for den enkelte.
- Videreføre og etablere gode kommunikasjonsinitiativ som kan bidra til at utflyttere flytter hjem og at andre etablerer seg i kommunen.

2.4 *Kommunen skal bedre dialogen med næringslivet lokalt og regionalt*

- Styrke opplevelsen av at kommunen er en engasjert og aktiv samarbeidspartner for næringslivet ved å forbedre dagens dialog og kommunikasjon mellom kommunen og næringslivet.

2.5 *En kommune som skal kommunisere mer og bedre*

- Lederne for kommunens ulike virksomheter/etater skal bli mer bevisste på og profesjonelle i sin rolle som kommunikatører og ambassadører for kommunen.
- Målrettet og aktiv bruk av kommunikasjonstiltak skal samlet sett sette lederne i stand til å kommunisere bedre.

2.6 *Serviceopplevelsen skal forbedres*

- Oppnå økt brukertilfredshet ved at innbyggerne blir bedre orientert om sine rettigheter, plikter og muligheter og sikre realistiske forventninger til egen og kommunens innsats.
- Kommunisere raskere, mer elektronisk og i større grad på mottakernes premisser.

2.7 *Målbilde 2011*

Til sammen danner de strategiske satsingsområdene ordet ”LYKKES” som er kjernen i kommunens visjon og som gir en kort beskrivelse av hva kommunikasjonsstrategien skal bidra til:

Lokaldemokratiet er styrket

Yngre vurderer kommunen som en attraktiv arbeidsgiver

Karmøy oppfattes som et godt sted å bo og flytte til

Kommunen har bedre dialog med næringslivet

En kommune som kommuniserer mer og bedre

Serviceopplevelsen er forbedret