



Plattform for kommunikasjon

Kommunikasjonsstrategi for Sarpsborg kommune

September 2023



Sarpsborg
kommune

Mål for kommunikasjonsarbeidet

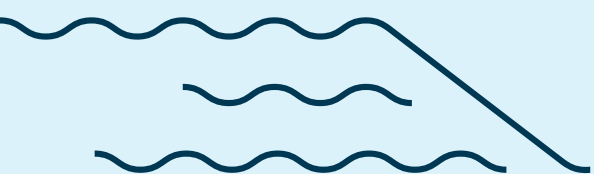
Betydningen av kommunikasjon i det offentlige har aldri vært større enn i dag. Det er en stor utfordring å nå gjennom med viktige budskap i en medieverden som flommer over av informasjon. Kommunikasjonen må være **forståelig**.

God kommunikasjon og informasjon er avgjørende for at Sarpsborg kommune skal gi best mulige tjenester og for at innbyggere, næringsliv og andre brukere skal få mest mulig nytte av dem. Kommunikasjonen må være **nyttig**.

Sarpsborg kommunes omdømme er avhengig av god kommunikasjon. Gjennom kommunikasjon kan kommunen påvirke innbyggernes forventninger slik at de samsvarer best mulig med opplevelsene. Kommunikasjonen må være **troverdig**.

Kommunen forvalter fellesskapets ressurser, og er demokratisk styrt. Et fungerende lokaldemokrati forutsetter at innbyggere, media, organisasjoner og næringsliv kan få kjennskap til saker og påvirke beslutningene. Kommunikasjonen må være **åpen**.

Målet er derfor at kommunikasjonen i Sarpsborg kommune skal være forståelig, nyttig, troverdig og åpen.



Hovedgrep

Målet skal vi nå gjennom disse fem hovedgrepene:

- 1** Ta felles ansvar for å bygge et godt omdømme
- 2** Kommunisere i strategisk valgte kanaler, både internt og eksternt
- 3** Invitere til samarbeid, dialog og engasjement
- 4** Prioritere kommunikasjon av kommunens viktigste satsinger og føringer
- 5** Utforme budskap som når målgruppene og er troverdige



1

Ta felles ansvar for å bygge et godt omdømme

Innbyggerundersøkelsen som ble gjennomført i juni 2023 viser at et stort flertall av innbyggerne synes Sarpsborg er et godt sted å bo og leve. Den viser også at de er nokså fornøyde med de kommunale tjenestene, men at det er store variasjoner innenfor tjenestespekteret. Løpende medieovervåking viser at det skrives langt flere positive enn negative artikler om kommunen.

Samtidig er hets og negativitet i kommentarfelt og sosiale medier en utfordring, som også berører kommunen. Dette kan på sikt påvirke innbyggernes og ansattes oppfatning av kommunen.

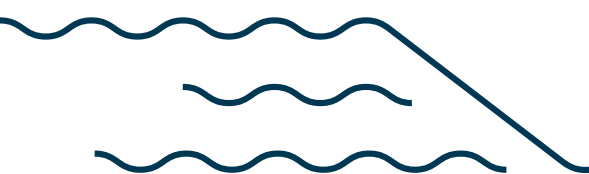
Kommunen er stor og sammensatt. Sarpsborg kommune har rundt 4.500 ansatte og leverer et stort mangfold av tjenester. Derfor er det viktig å utvikle et fellesskap som bygger et godt omdømme for Sarpsborg kommune. God kommunikasjon og tett dialog kan også bidra til å utvikle de kommunale tjenestene.

Kommunikasjonsfaget handler om å utforme strategiske budskap og formidle disse i rett form i de rette kanalene. Dette krever spesialkompetanse. Samspillet mellom kommunikasjonsfaget og de andre fagområdene i kommunen er avgjørende for et godt resultat.



Derfor skal vi:

- a. Bygge kompetanse om kommunikasjon og mediehåndtering i kommunens organisasjon, med særlig vekt på ledere
- b. Bevisstgjøre ansatte og folkevalgte til å være gode ambassadører, også i private sammenhenger
- c. Invitere innbyggerne til å bidra til et godt omdømme for kommunen de bor i
- d. Håndtere saker med stor omdømmeeffekt så tidlig som mulig
- e. Sørge for at budskapene, der det er mulig, fremmer et positivt omdømme basert på fakta
- f. Styrke forståelsen for god mediehåndtering i kommunens organisasjon
- g. Bruke Sarpedia som en kanal til å bygge fellesskap for alle kommunens ansatte
- h. Utvikle et best mulig samspill mellom kommunikasjonsavdelingen og den øvrige organisasjonen
- i. Styrke interne møtepunkter for å sikre god koordinering av kommunikasjonsaktivitetene
- j. Synliggjøre at god kommunikasjon kan frigi ressurser og forbedre de kommunale tjenestene



2

Kommunisere i strategisk valgte kanaler, både internt og eksternt

Den digitale utviklingen har medført en radikal endring av medievanene. I gjennomsnitt bruker nordmenn flere timer hver eneste dag på nettet. Tradisjonelle medier som papiraviser, radio og direkte-TV, er i stor grad erstattet av nettaviser, sosiale medier og strømming av lyd og bilder.

Egne kommunikasjonskanaler for kommunal informasjon er viktigere enn noensinne. Disse må være så gode at innbyggerne forholder seg til disse kanalene framfor andre, mindre troverdige kanaler. Kanalene bør være så kjent at innbyggerne naturlig benytter disse også i en krisesituasjon.

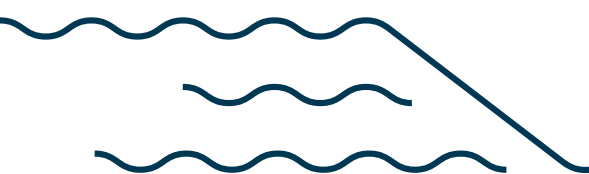
Facebook har gjennom mange år vært en viktig kanal for informasjon og dialog med innbyggerne i Sarpsborg. At denne kanalen er på en ekstern plattform innebærer en risiko, særlig med tanke på personvern. Behovet for å nå ut til innbyggerne raskt og effektivt tilsier likevel at kommunen fortsatt bør benytte Facebook.

Sarpsborg kommune er en stor arbeidsgiver med mange fysiske arbeidsplasser. Det gjør det utfordrende å kommunisere riktig budskap til rett tid internt. Dette forsterkes av døgntkontinuerlig drift, mange ulike fag- og interesseområder og ansatte som ikke har PC som daglig arbeidsverktøy.



Derfor skal vi:

- a. Utarbeide sentrale føringer for kanalbruk og det generelle kommunikasjonsarbeidet som forplikter hele organisasjonen
- b. Utvikle helhetlige retningslinjer for bruk av interne samhandlingsverktøy som e-post og Teams, som skal gjelde for hele organisasjonen
- c. Formidle viktig informasjon fra kommunen til innbyggerne i egne kanaler, i tillegg til andre relevante kanaler
- d. Legge til rette for god samhandling med redaktørstyrte medier
- e. Påse at kommunikasjonsstrategiske veivalg gjøres med grunnlag i brukernes behov
- f. Fornye nettsidene med vekt på lett tilgjengelig informasjon og selvbetjening
- g. Videreutvikle Sarpedia som den viktigste kanalen for samtidig informasjon til alle eller store deler av de ansatte
- h. Styrke posisjonen på Facebook og forsterke tilstedeværelsen i andre sosiale mediekanaler
- i. Være bevisst på personvern og informasjonssikkerhet ved bruk av sosiale medier
- j. Innføre nye løsninger, som for eksempel innbyggerapp og nyhetsbrev, og øke bruken av SMS
- k. Kommunisere målrettet mot områder og berørte innbyggere der det skjer, for eksempel der det graves eller er dårlig badevann
- l. Utvikle kanalene med sikte på at de også skal være effektive i en krisesituasjon



3

Invitere til samarbeid, dialog og engasjement

Innbyggerundersøkelsen forteller at de som bor i Sarpsborg er opptatt av kommunen og de kommunale tjenestene. De viser også et stort engasjement i andre sammenhenger, blant annet i sosiale medier. På kommunens Facebook-side er det stor aktivitet, ikke bare mellom enkeltinnbyggere og kommunen, men også innbyggerne imellom.

I tillegg til innbyggerne, er det andre målgrupper som også trenger spesiell oppmerksomhet og områder der det er naturlig å samarbeide tett med eksterne aktører. Samarbeid og dialog er spesielt viktig mellom kommunen og aktører innen handel, kulturliv og frivillighet.

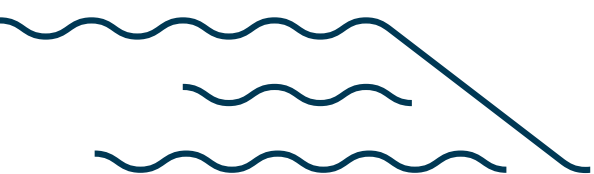
Det er ønskelig at innbyggere og næringsdrivende blir kjent med saker som berører dem på et tidlig tidspunkt. Da vil kommunen også komme i dialog og berørte kan komme til orde i saker som har stor betydning for den enkelte, og for sarpsborgsamfunnet som helhet.

Ungdom er en målgruppe det kan være vanskelig å nå med de kommunikasjonskanalene som kommunen benytter. Derfor kan det være behov for å ta i bruk alternative kanaler.



Derfor skal vi:

- a. Synliggjøre attraksjoner og arrangementer som fremmer handels- og kulturliv, i samspill med iSarpsborg
- b. Kommunisere mer om hvilke ordninger lag og foreninger kan benytte seg av for å øke aktiviteten
- c. Sørge for at nyheter og fakta som er relevant for kommunens innbyggere er lett tilgjengelig
- d. Etablere nye løsninger for å involvere innbyggerne best mulig, for eksempel i planarbeid og politiske prosesser
- e. Invitere innbyggerne til å dele viktige budskap med familie, venner og andre
- f. Vurdere bruk av alternative kanaler i saker der ungdom er en viktig målgruppe



4

Prioritere kommunikasjon av kommunens viktigste satsinger og føringer

Sarpsborg kommune styres gjennom politiske prioriteringer og overordnede føringer i planer og strategier. Målrettet kommunikasjon skal sikre best mulig effekt av tiltakene.

En stor utfordring for kommunen framover vil være å skape forståelse i befolkningen for den omleggingen av tjenestene som kommuneøkonomien vil kreve.

Arbeidet med å redusere utenforskap og å utvikle Østre bydel er også områder hvor kommunikasjon er avgjørende for å lykkes.

Næringslivet er en prioritert målgruppe. Det gjelder både eksisterende og mulige nye næringsaktører, som trenger informasjon om hvilke muligheter som finnes.

Målet om å redusere klimautslipp gjør at det innføres tiltak som kan være upopulære og kontroversielle i befolkningen. Det er behov for å kommunisere hvorfor denne type tiltak er nødvendig. Eksempelvis viser

innbyggerundersøkelsen at parkeringstilbudet er noe av det kommunens innbyggere er minst fornøyde med. Det er da ønskelig både å skape forståelse for en politikk som skal begrense bilbruken, men samtidig synliggjøre det parkeringstilbudet som finnes.

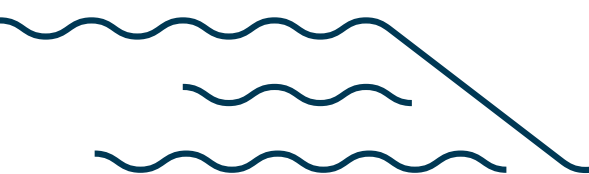
Kommunens omsorgstjenester skal i framtiden ivareta langt flere innbyggere, uten at ressursene vil øke tilsvarende. Forsterket samhandling med pårørende vil være nødvendig for at tilbudet skal oppleves som godt nok.

Pandemien har vist hvor viktig det er med tydelig og presis kommunikasjon i krisesituasjoner. Beredskap for å kunne håndtere ulike typer kriser må derfor vektlegges.

For at Sarpsborg kommune skal drive effektivt framover er det viktig at løsninger som innføres sentralt i kommunen, eksempelvis digitale verktøy, tas i bruk og utnyttes i hele organisasjonen. God intern kommunikasjon vil bidra til dette.

Derfor skal vi:

- a. Styrke kommunikasjonen om tilbud til barn og unge
- b. Styrke kommunikasjonen mot næringslivet i samarbeid med blant annet Sarpsborg næringsforening
- c. Kommunisere hvilke muligheter bedrifter har for å etablere seg i Sarpsborg, og muligheter for eksisterende bedrifter til å danne nettverk og bygge kompetanse
- d. Kommunisere nødvendigheten av tiltak for å redusere klimautslipp, men også få fram hvilke muligheter og alternativer innbyggerne har
- e. Styrke kommunikasjonen mot pårørende, blant annet ved å utvikle informasjon for målgruppen på kommunens nettsider
- f. Sørge for at vi er godt forberedt på eventuelle kriser gjennom gode rutiner for krisekommunikasjon og regelmessige øvelser
- g. Internt legge vekt på å kommunisere valgte fellesløsninger og hvordan disse skal utnyttes



5

Utforme budskap som når målgruppene og er troverdige

Mediemangfoldet og den store mengden tilgjengelig informasjon, gjør det stadig vanskeligere å nå gjennom med gode og viktige budskap. I tillegg har vi falske nyheter og utfordringene med kunstig intelligens. Det stiller helt andre krav til mottakeren enn tidligere med hensyn til medieforståelse og kildekritikk, og dette i en tid der særlig barn og unge bruker stadig mindre tid i redaktørstyrte medier.

Kommunen skal oppfylle krav til universell utforming og føringer om klart språk. Selv om det er naturlig og hensiktsmessig å prioritere den digitale informasjonen, må kommunen også ivareta den delen av befolkningen som ikke er digitale.



Derfor skal vi:

- a. Formidle strategiske budskap på en forståelig måte og gjenta disse ofte
- b. Fortelle oftere om det som skal skje og det som skjer, enn om det som har skjedd
- c. Påse at viktig informasjon er tilgjengelig for alle
- d. Tilstrebe at alle får informasjon når de trenger det
- e. Legge vekt på klart språk som er lett forståelig, også i formell kommunikasjon med innbyggerne om vedtak og tjenestetilbud
- f. Bidra med fakta når det er behov for å supplere eller korrigere innbyggernes inntrykk av saker

