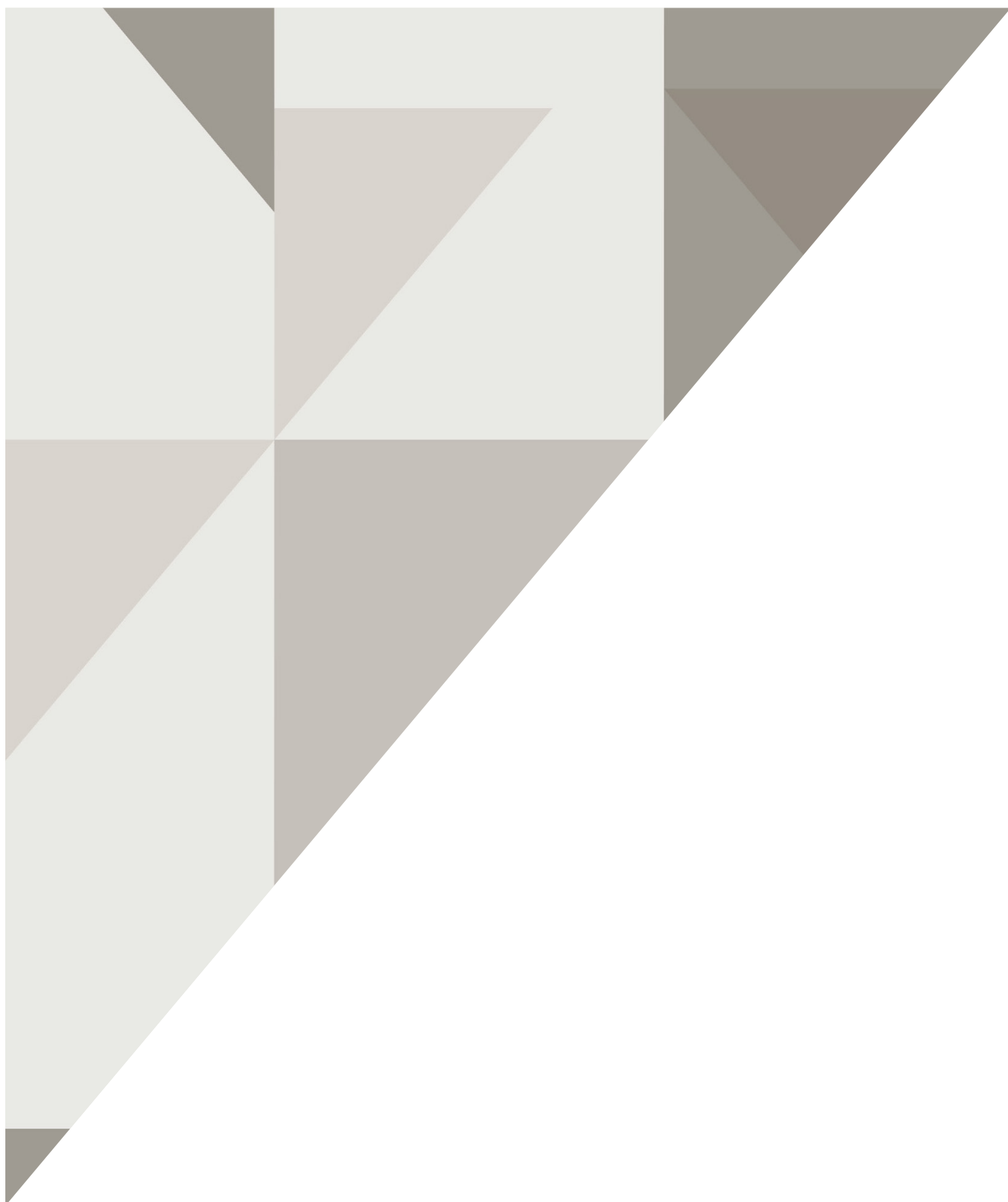


# Kommunikasjonsstrategi 2015-2017



# Kommunikasjonsstrategi 2015-2017

## INNLEIING

Hordaland fylkeskommune er ein sentral aktør i utviklinga av Hordaland. Kommunikasjonsstrategien skal vere eit styringsverktøy som bidrar til at fylkeskommunen når måla sine og stadfestar posisjonen sin som regionsutviklar. Kommunikasjonsarbeidet i Hordaland fylkeskommune skal vere tydeleg, gjennomtenkt og målretta.

Kommunikasjonsstrategien er forankra i Hordaland fylkeskommune sine verdier og visjon.

### KOMPETENT

Vi nyttar kompetansen vår til å sjå heilskapen. Det vi gjer i dag skal og kome framtidige generasjonar til gode.

### OFFENSIV

Vi er pådrivarar for utvikling og verdiskaping. Vi prioriterer og set høge mål.

### I DIALOG

Vi er i dialog med tilsette, innbyggjarar, kommunar og andre samarbeidspartnarar.

Dette er den overordna kommunikasjonsstrategien for Hordaland fylkeskommune for perioden 2015-2017, og gjeld for administrasjonen og alle einingar i fylkeskommunen.

Kommunikasjonsstrategien gjev retningslinjer for korleis vi skal arbeide med kommunikasjon i det daglege og i prosjekt. Han gjev føringar for ansvar og roller.

Kommunikasjonsstrategien vert førande for andre delstrategiar som skal utarbeidast innanfor kommunikasjonsområdet, mellom anna:

- Krisekommunikasjon
- Retningslinjer for mediekontakt
- Hordaland fylkeskommune sin design- og biletprofil
- Webstrategi
- Retningslinjer for bruk av sosiale medium
- Informasjonsplanar knytt til aktivitetar og prosjekt i fagavdelingane

# KOMMUNIKASJONSPRINSIPP

Den statlege kommunikasjonspolitikken byggjer på fem prinsipp: openheit, medverknad, nå alle, aktiv og heilskap. Dette er meint å vere eit utgangspunkt og rammeverk for utarbeiding av lokale planar og strategiar. Desse prinsippa og verdiane våre legg føringar for Hordaland fylkeskommune sine kommunikasjonsprinsipp:

## 1. HFK kommuniserer tydeleg og forståeleg

Vi skal vere opne, tydelege og tilgjengelege. Språket skal vere godt og enkelt å forstå.  
Vi skal leggje til rette for open samfunnsdebatt og for god dialog både med innbyggjarane og med media.

## 2. HFK kommuniserer målretta, og tilpassa dei prioriterte målgruppene

Vi skal gjennom val av kanalar og tydelege budskap sikre at relevant informasjon er tilgjengeleg for dei han vedkjem.  
Vi skal ha eit godt samspel med brukarane og det skal leggjast til rette for elektroniske møteplassar der brukarane kan fremje synspunkta sine.

## 3. HFK kommuniserer offensivt

Vi skal informere aktivt om nye planar og tiltak og om innbyggjarane sine rettar, plikter og moglegheiter i samband med desse.

## 4. HFK er ein synleg aktør i aktuelle samfunnsdebattar

Vi skal dyrke dialog og kommunikasjonsformer med gode moglegheiter for tilbakemelding frå publikum.  
Dialog med brukargrupper som vert særleg påverka av fylkeskommunale vedtak skal prioriterast høgt.

## 5. HFK har ein heilskapleg og samordna kommunikasjon

Vi skal samordne kommunikasjonen internt og eksternt slik at vi står fram som heilskapleg og konsistent.  
Fylkeskommunen skal kommunisere slik at mottakaren forstår det samfunnsoppdraget Hordaland fylkeskommune har og kva det betyr for den einskilde.

# UTFORDRINGAR OG MOGLEGHEITER

I 2010 gjennomførte Hordaland fylkeskommune ei omfattande omdømmeundersøking som synleggjorde fleire kommunikasjonsmessige utfordringar. Undersøkinga inneheld også positive funn som verksemda kan byggje vidare på. Hordaland fylkeskommune har også gjennom nokre år tatt del i PR-barometeret.

Desse funna er like relevante i dag. På bakgrunn av desse fakta kan vi ta utgangspunkt i følgjande utfordringar og moglegheiter:

## Utfordringar

- Innbyggjarane har svake kjenslemessige assosiasjonar til fylkeskommunen.
- Innbyggjarane har lite kunnskap om tenestene vi har ansvar for.
- Samfunnsdebatt om framtida for eit regional folkevald nivå, utan at det er kjennskap til fylkeskommunen.
- Sprikande profilering og ein grafisk profil for fylkeskommunen som ikkje er heilt utvikla
- Skulane sine nettsider er ikkje einskapeleg.

## Moglegheiter

- Fylkeskommunen vert oppfatta som ansvarleg og truverdig.
- Fylkeskommunen har ansvar for tenester som mange innbyggjarar nyttar.
- Personer i alderen 16 til 24 år har mest positivt inntrykk av fylkeskommunen.
- Media viser stor interesse for mange av ansvarsområda våre, mellom anna samferdsel og skulane.
- Intern kartlegging syner stort engasjement for jobben og stoltheit for å jobbe i fylkeskommunen.
- Arbeid med ny nettstad for fylkeskommunen og skulane er starta.

# PRIORITERTE MÅLGRUPPER

Hordaland skal vere eit godt fylke å bu og arbeide i. Hordaland fylkeskommune skal vere ein sentral aktør i utvikling av regionen. Vi rettar oss dagleg mot mange målgrupper, men må prioritere kva målgrupper som er dei viktigaste å nå fram til.

## Prioriterte målgrupper

Kommune, fylkeskommune og stat

Brukarar av tenestene våre

Media

Samarbeidspartnarar



# VAL AV KANALAR

Riktig kommunikasjonskanal og ein tilpassa bodskap for å nå målgruppa er avgjerande for å lukkast i kommunikasjonen vår. Kanalane har sine særtrekk og det er eit mangfald av kanalar, og både tradisjonelle og nye sosiale medium må nyttast i eit godt samspel.

Kommunikasjonsseksjonen har god kjennskap til kva kanalar dei ulike målgruppene kan nåast gjennom. Dette er våre viktigaste kanalar:



## Møteplassar

- Fylkesordføraren sin nyårskonferanse
- Politiske møte
- Deltaking i råd, styre og utval
- Føredrag
- Resepsjonen i fylkesadministrasjonen



## Nettsider og sosiale medium

- Hordaland.no
- Skulane sine nettsider
- Facebook-sider
- Twitter-kontoar
- LinkedIn
- Instagram



## Media

- Redaksjonell omtale
- Pressemeldingar
- Kronikkar
- Pressekonferansar og presse møte
- Personlige møte



## Internt

- Intranett
- Nyhendebrev
- Leiarmøte
- Avdelingsmøte
- Allmøte og informasjonsmøte



## Publikasjonar

- Rapportar
- Årsmelding
- Informasjon til elevar og føresette

# KOMMUNIKASJONSMÅL

## Eksternt

- Å gje innbyggjarane og brukarane av tenestene våre god og relevant informasjon om verksemda og tenestetilbodet.
- Å drive ein open og proaktiv kommunikasjon mot alle målgruppene, og stå fram som truverdig og heilskapleg i all kommunikasjon.
- Å byggje tillit og godt omdømme hos brukarane våre, innbyggjarane og samarbeidspartnarane våre.
- Å vere ein tydeleg regional utviklingsaktør.
- Å vere ein føretrekt avsendar for informasjon om statistikk, fakta og fagkunnskap om dei områda vi arbeidar med.

## Internt

- Å gjere alle tilsette kjende med hovudtrekka i det som skjer i verksemda.
- Å gje alle tilsette tilgang på informasjon om fylkeskommunen.
- Å bidra til å byggje identitet og skape tilhørslse og stoltheit.
- Å bidra til å framstå heilskapleg overfor omverda.

# STRATEGISKE GREP

## Internkommunikasjon

God informasjonsflyt er avgjerande for at det vert skapt identitet og tilhøyrse i organisasjonen. God internkommunikasjon er også grunnlag for god eksternkommunikasjon.

### Derfor skal vi:

- Forbetre intranett, og gjere det til ein prioritert, levande og føretrekt intern kanal.
- Gjere leiarane gode i linjekommunikasjonen.
- Vidareutvikle interne møteplassar, som kurs for nyttilsette, allmøte og avdelingsmøte.
- Styrke og forbetre kompetansen knytt til internkommunikasjon.

## Mediehandtering

Førespurnader frå media utgjer ein stor del av den eksterne kommunikasjonen. Hordaland fylkeskommune må møte media på ein profesjonell og offensiv måte, og yte service slik at media får den informasjonen dei treng.

### Derfor skal vi:

- Etablere gode rutinar for mediekontakt og samordne all mediekontakt med kommunikasjonsseksjonen.
- Jobbe meir offensivt, ha tydelege budskapar og vere ein tydeleg avsender.
- Gjere nøkkelpersonane våre budde på møtet med media, mellom anna gjennom medietrening.
- Leggje til rette informasjon for media på nettsida vår og sikre heilskapen.

## Heilskapleg profil

Vi er ein stor og mangearta organisasjon, men gjennom ein felles visuell profil skal vi syne heilskapen og vise at fylkeskommunen løyser samfunnsoppdraget sitt.

### Derfor skal vi:

- Vidareutvikle den grafiske profilen, som skal prege all ekstern og intern kommunikasjon frå fylkeskommunen.
- Gjennomføre nokre utvalde prosjekt og med gode døme lære organisasjonen å bruke den visuelle profilen i det daglege arbeidet sitt.
- Utvikle eit biletarkiv til bruk på nett og papir.
- Tydeleg forankre ansvaret for forvaltning av visuell profil i kommunikasjonsseksjonen.

## Aktualitet

Vi skal vere med på å setje dagsorden og ta eigarskap til aktuelle saker, slik at fylkeskommunen vert ein synleg samfunnsaktør.

### Derfor skal vi:

- Jobbe aktivt for å få fram relevant og aktuell informasjon om saker som vedkjem mange.
- Ha særleg merksemd på saker som er konfliktfylte.
- Bidra i debattar og med kronikkar.
- Aktivt formidle analyser og undersøkingar som fylkeskommunen har eigarskap til.



## Kanalar

Kommunikasjonsvanane er i endring. Deltaking i sosiale nettverk er kvardagen for mange av målgruppene våre og forventningane til interaktivitet aukar. Informasjon vert stadig meir digital og det er større krav til universell utforming. Hordaland fylkeskommune må tilpasse seg dette biletet.

### Derfor skal vi:

- Utvikle Hordaland fylkeskommune si nettside [www.hordaland.no](http://www.hordaland.no) til den viktigaste elektroniske kanalen, som skal møte brukarane på ein effektiv, heilskapleg og moderne måte.
- Lansere nye nettsider for skulane som skal vere brukarvenlege, moderne, byggje tilhøyrse mellom skule og elev og synleggjere fylkeskommunen som ein ansvarleg skuleeigar.
- Strategisk vidareutvikle aktiviteten vår i sosiale medium og utarbeide gode rettleiarar for våre tilsette.
- Samordne aktiviteten vår på nett og i sosiale medium gjennom strategisk kommunikasjonsarbeid.

## Måling

Måling av effekt og evaluering av kommunikasjonsarbeidet sikrar at vi får ønskt effekt og gjev grunnlag for kontinuerlege forbetringar.

### Derfor skal vi:

- Byggje kompetanse på bruk av måling i kommunikasjonsseksjonen.
- Ha ei god medieovervaking av Hordaland fylkeskommune.
- Sikre måling og evaluering av synlegheit og omdømme.
- Utarbeide relevante rapportar som viser effekt og forbetningspunkt.

# ORGANISERING, ROLLER OG ANSVAR

## Leiarane

Kommunikasjon er eit leiaransvar, og den enkelte leiaren skal informere sine tilsette om saker som vedkjem verksemda, avdelinga og den enkelte.

Direktørar og einingsleiarar kan uttale seg på sine fag- og vedtaksområde.

Spørsmål frå media som gjeld fylkeskommunen sine overordna mål, policy, budsjett eller forhold til andre politiske organ skal berre handterast av fylkesrådmannen eller den han peikar ut i den aktuelle saka.

Kommunikasjonsseksjonen skal rutinemessig orienterast om førespurnader frå media når sakene er av prinsipiell karakter eller kan få stor merksemd. Kommunikasjonsseksjonen skal alltid kontaktast før planlagte utspel til media.

## Kommunikasjonsseksjonen

Kommunikasjonsseksjonen skal vere rådgjever for leiinga og andre i fagavdelingane i kommunikasjonsfaglege spørsmål.

Kommunikasjonsseksjonen skal gi råd i mediasaker, i utforming av informasjonsplanar og i val av kanalar.

Kommunikasjonsseksjonen har ansvar for pressemeldingar, vedlikehald av pressemeldingsarkiv på nettsida og er den som sender ut alle pressemeldingar frå fylkeskommunen. Innhald vert utarbeidd i samarbeid med fagavdelingane.

Kommunikasjonsseksjonen har det overordna ansvaret for nettstaden og profilar i sosiale medium.

Kommunikasjonsseksjonen skal godkjenne all bruk av designprofil og logo.

## Fagpersonar og saksbehandlarar

Fagpersonar har ei viktig rolle i å finne korrekt og relevant informasjon når media tar kontakt. Dei skal bidra med informasjon om sine saksfelt på fylkeskommunen sin nettstad og i sosiale medium.

Fagpersonar kan i nokre samanhengar vere fylkeskommunen sine talspersonar. Dei skal alltid orientere leiaren sin om førespurnader frå media og planlagde utspel. Kommunikasjonsseksjonen vert rutinemessig varsla om dette.

Tilsette skal setje seg in i personalreglement og etiske retningslinjar.

Hordaland fylkeskommune har ansvar for å utvikle hordalandssamfunnet. Vi gir vidaregåande opplæring, tannhelsetenester og kollektivtransport til innbyggjarane i fylket. Vi har ansvar for vegsamband og legg til rette for verdiskaping, næringsutvikling, fritidsopplevingar og kultur.

Som del av eit nasjonalt og globalt samfunn har vi ansvar for å ta vare på fortida, notida og framtida i Hordaland. Fylkestinget er øvste politiske organ i fylkeskommunen.



**HORDALAND  
FYLKESKOMMUNE**

Agnes Mowinckels gt 5  
Postboks 7900  
N-5020 BERGEN

Telefon: 55 23 90 00  
[www.hordaland.no](http://www.hordaland.no)

Januar 2015