



KOMMUNIKASJONSSTRATEGI FOR OSLO KOMMUNE

Sammendrag:

Kommunikasjonsfeltet har endret seg mye de senere årene - det samme har innbyggernes forventninger til kommunikasjon med kommunen. I saken foreslås en kommunikasjonsstrategi som skal bidra til å øke kunnskapen om kommunens samfunnsoppdrag og rolle som tjenesteyter, myndighetsutøver, samfunnsutvikler og demokratisk arena. Kommunikasjon er et vesentlig virkemiddel for måloppnåelse. Strategien omhandler både eksternt og intern kommunikasjon og gjelder for byrådsavdelingene og underliggende virksomheter.

Følgende behov er identifisert:

- Styrke kjennskapen til kommunens tjenester og arbeid
- Gi innbyggere individuelt tilpasset informasjon
- Øke prioriteringen av, og kvaliteten på, kommunikasjonsarbeidet
- Forenkle og forbedre internkommunikasjon for å styrke samarbeid internt i kommunen
- Bygge en felles kultur og tilhørighet på tvers av kommunen

Kommunikasjonsstrategien har følgende mål:

1. Oslo kommune er én aktør og kommuniserer helhetlig, åpent og profesjonelt
2. Innbyggerne kjenner og har tillit til Oslo kommune
3. Bidra til at ansatte har tilhørighet til Oslo kommune som arbeidsplass

Kommunikasjonsstrategien peker på fem hovedgrep:

- Ny felles visuell identitet for Oslo kommune
- Innbyggerorientering og medvirkning
- Styrke internkommunikasjonen
- Kommunikasjon integreres i beslutnings- og arbeidsprosesser
- Styrke et felles drifts-/ kompetansemiljø for kommunikasjon

Saksfremstilling:

1. Innledning

Oslo er Norges største by og hovedstad og hjemsted for stadig flere mennesker, som bruker over 200 forskjellige språk. Oslo er den eneste kommunen som har fylkeskommunale oppgaver. Mer enn 50 000 ansatte jobber i 51 forskjellige virksomheter og leverer tjenester og opplevelser gjennom hele livsløpet til Oslos over 670 000 innbyggere.

Kommunen skal yte gode tjenester, utvikle samfunnet og forvalte myndighet på vegne av innbyggerne og folkevalgte representanter. Oslo kommune har et parlamentarisk styresett og er en demokratisk arena hvor befolkningens tillit til folkevalgte og offentlig ansatte er en forutsetning.

Tillit bygges ved å levere lovpålagte tjenester og skape gode opplevelser som svarer til innbyggernes forventninger, - og ved at positive opplevelser og tiltak assosieres med kommunen. Innbyggernes forventninger til kommunen vil også påvirkes av større samfunnsmessige endringer, som for eksempel digitalisering.

For at demokratiet i Oslo skal fungere godt må det være sammenheng og åpenhet i kommunikasjon og virksomhet. Det må være tydelig for innbyggerne hva de selv kan påvirke og hva de får av tjenester og opplevelser.

Kommunen har en informasjonsplikt overfor sine innbyggere gjennom kommuneloven § 4. Informasjonspolitik for Oslo kommune (bv sak 395/2007) og Designhåndbok for Oslo kommune (bv sak 363/1996) er i dag de styrende dokumentene for kommunikasjon i Oslo kommune. På området beredskap og krisekommunikasjon gjelder også overordnet beredskapsplan for Oslo kommune (BPO) og «BPO operativ del for krisekommunikasjon».

Kommunikasjons- og teknologifeltet har endret seg mye de senere årene - det samme har innbyggernes forventninger til kommunikasjon med kommunen. Bystyret har vedtatt at Oslo skal være en foregangskommune på medvirkningsprosesser (bv 21.06.17 sak 195) og tillitsbasert styring og ledelse i Oslo kommune skal kjennetegnes av blant annet «bred deltakelse fra innbyggere» og «åpenhet og god kommunikasjon» (byrådssak 1055/17).

I saken foreslås en kommunikasjonsstrategi – i tråd med mandat gitt i byrådssak 1026/17 – for effektivt å etterleve egne plikter og legge til rette for god kommunikasjon med innbyggerne og øvrige målgrupper.

Kommunikasjonsstrategien definerer kommunikasjonsmål, identifiserer hvilke behov som må dekkes for å kunne jobbe bedre med kommunikasjon og hvilke strategiske grep kommunen bør gjøre for å kunne nå de målene som settes.

Kommunikasjonsstrategien vil bidra til å realisere kommunens syv vedtatte informasjonsprinsipper (Bystyresak 395/07):

1. I Oslo kommune er informasjon et lederansvar.
2. Ansatte på alle nivåer i Oslo kommune har ansvar for å holde seg informert og for å dele informasjon med andre.
3. Oslo kommune skal aktivt informere om sin virksomhet og gjøre informasjon lett tilgjengelig.
4. Oslo kommunes informasjon skal være målrettet, brukervennlig og relevant.
5. Oslo kommunes informasjon skal være rask, åpen, samordnet og korrekt.
6. Oslo kommune skal i design og profil være helhetlig og profesjonell.
7. Oslo kommunes kriseinformasjon skal være profesjonell, hurtig og samordnet.

Strategien omfatter både intern og ekstern kommunikasjon, og skal bidra til å støtte oppunder målene for tjenesteutviklingen, samt arbeidet med å styrke Oslos internasjonale posisjon og konkurransevne. Kommunikasjonsstrategien gjelder for byrådsavdelingene og alle underliggende virksomheter.

Virksomhetene forventes å forankre egne strategier i den overordnede kommunikasjonsstrategien.

2. Identifiserte behov

Det er gjennomført et kartleggingsarbeid for å identifisere behov for tiltak. Videre er det hentet innsikt fra innbyggerundersøkelser, fra arbeidet med ny visuell identitet, analyser av kommunikasjonsarbeidet i Oslo kommune og gjennomgang i arbeidsgrupper med representanter fra kommunens virksomheter.

Styrke kjennskapen til kommunens tjenester og arbeid

Mange logoer og visuelle identiteter gjør det vanskelig å forstå hvilke tjenester og opplevelser kommunen leverer. Dette gjør at innbyggerne ofte ikke er klar over at det er kommunen som står bak tjenestene.

Gi innbyggere individuelt tilpasset informasjon

Kommunens virkeområde og sakskompleks er så omfattende at det er krevende å følge med uten å få individuelt tilpasset informasjon. Å gi innbyggerne individuelt tilpasset informasjon basert på deres livssituasjon, er en forventning som øker sammen med digitaliseringen av samfunnet.

Øke prioriteringen av, og heve kvaliteten på, kommunikasjonsarbeidet

Internt i kommunen er det stor variasjon i kommunikasjonsarbeidet. Noen steder er det ingen som har kommunikasjon som fagfelt, mens andre steder er det større fagmiljøer med spesialkompetanse på ulike områder. Dette gjør at innbyggere kan oppleve ulik informasjon om de samme tjenestene og store forskjeller i kommunikasjonen med kommunen.

Forenkle og forbedre internkommunikasjon for å styrke samarbeid på tvers

Internkommunikasjon er utfordrende når mange ansatte ikke har stasjonær arbeidsplass og det leveres døgkontinuerlige tjenester fra mange tjenestesteder. Ulike arbeidsoppgaver på tvers av virksomheter gjør det utfordrende å se hvordan de ulike oppgavene henger sammen og påvirker innbyggerne. For å kunne samarbeide og utnytte kompetanse på tvers, er det behov for effektive verktøy og både kultur for og kunnskap om internkommunikasjon.

Bygge en felles kultur og tilhørighet på tvers av kommunen

Stor variasjon og bredde i type arbeid i Oslo kommune, kan føre til opplevd avstand mellom ansatte. Oslo kommune må styrke tilhørigheten på tvers i organisasjonen. Dette gjør det også enklere å bygge stolthet blant ansatte og tilpasse oss fremtidige endringer i samfunnet.

3. Kommunikasjonsmål

Kommunikasjonsstrategiens overordnede formål er å bidra til å øke kunnskapen om kommunens samfunnsoppdrag som tjenesteyter, myndighetsutøver, samfunnsutvikler og demokratisk arena. Kommunikasjon er et vesentlig virkemiddel for måloppnåelse. Strategien har følgende tre kommunikasjonsmål:

1. Oslo kommune er én aktør og kommuniserer helhetlig, åpent og profesjonelt
2. Innbyggerne kjenner og har tillit til Oslo kommune
3. Bidra til at ansatte har tilhørighet til Oslo kommune som arbeidsplass

Oslo kommune er én aktør og kommuniserer helhetlig, åpent og profesjonelt

Det betyr at:

- Alle oppfatter at det er Oslo kommune som leverer de tjenester og opplevelser som kommunen står bak
- Vår kommunikasjon er tydelig og lett forståelig
- Vår kommunikasjon er inkluderende og har en personlig språklig tone der det er hensiktsmessig
- Vår kommunikasjon gjør tjenester mer tilgjengelige og enklere å bruke
- Vi er helhetlige og gjenkjennelige i vårt profileringsarbeid
- Vi er til stede i de viktigste og mest hensiktsmessige kanalene

Innbyggerne kjenner og har tillit til Oslo kommune

Det betyr at:

- Innbyggere har tillit til at Oslo kommune forvalter fellesskapets midler på en god måte
- Innbyggere har tillit til at de får gode tjenester de har krav på fra kommunen
- Innbyggerne forstår hva og hvordan de har muligheten til å påvirke i beslutningsprosesser
- Det er enkelt å få informasjon og innsikt i beslutningsprosesser og å følge pågående saker
- Vi formidler relevant og brukervennlig informasjon til våre målgrupper når de trenger det
- Innbyggerne får lett tak i rett informasjon ved behov
- Innbyggerne har tillit til at informasjon fra Oslo kommune er korrekt, oppdatert og pålitelig

Bidra til at ansatte har tilhørighet til Oslo kommune som arbeidsplass

Det betyr at:

- Oslo kommune benytter kommunikasjon for å gjøre arbeid dagen mer effektiv for egne ansatte og for å støtte oppunder strategier for lederskap og HR
- Ansatte i Oslo kommune opplever hverandre som kollegaer - også på tvers i organisasjonen
- Ansatte opplever at Oslo kommune er en profesjonell aktør med spennende karrieremuligheter og meningsfylt arbeid
- Ansatte i Oslo kommune har en felles kultur preget av åpenhet og tillit
- Ansatte kjenner til målene i Oslo kommunes overordnede planer
- Ansatte er engasjerte ambassadører for arbeidsplassen sin

4. Målgrupper

Oslo kommunes viktigste målgruppe er innbyggerne. Gjennom demokratiske valg styres byen på vegne av innbyggerne, og de fleste tjenester og opplevelser fra kommunen er rettet mot innbyggerne.

Oslo kommunes egne ansatte er viktige representanter for kommunen og er en helt sentral målgruppe for å oppnå kommunikasjonsmålene.

Samfunnsaktører som for eksempel næringsliv, media, internasjonale aktører og frivillige organisasjoner er viktige målgrupper for kommunen, som er med å forme byen.

Virksomhetene forventes å gjøre en vurdering av egne målgrupper for å innrette kommunikasjonen best mulig.

5. Strategiske tiltak

Kommunikasjonsstrategien har fem grupper av tiltak:

Ny felles visuell identitet for Oslo kommune

Oslo kommunes designhåndbok svarer ikke på mange av problemstillingene som oppstår ved praktisk bruk av Oslo kommunes visuelle identitet. Den er ikke oppdatert på 20 år og har

ingen føringer for digitale flater eller universell utforming. Sak om ny, felles visuell identitet vil bli fremmet for bystyret.

Innbyggerorientering og medvirkning

Innbyggernes behov skal ligge til grunn for utvikling av tjenester, utforming av informasjon og etablering av kommunikasjonstiltak.

Det skal være forståelig og enkelt å fremme egne forslag eller påvirke beslutninger som gjøres i kommunen. Innbyggere skal motta, eller enkelt kunne finne, informasjon som er relevant. Kommunen skal bruke et klart språk og skal benytte en personlig språklig tone der det er hensiktsmessig. Kommunen skal legge til rette for at innbyggerne og øvrige målgrupper skal kunne kommunisere med kommunen i relevante kanaler som er enkle å benytte.

Styrke internkommunikasjonen

Oslo kommune skal styrke og utvikle sin internkommunikasjon. God internkommunikasjon krever prioritering, bevissthet og gode verktøy. Oslo kommunes internkommunikasjon skal gi enklere og mer effektive arbeidsprosesser, bedre flyt av kunnskap og kompetanse, samt bygge kultur og fellesskap på tvers av organisasjonen.

God internkommunikasjon bidrar til et bedre arbeidsmiljø når mål og retning er tydelig formidlet til alle, og ansatte er inkludert og informert om prosesser og beslutninger.

Internkommunikasjon skal være tilrettelagt for at ansatte enkelt kan kommunisere basert på kompetanse, faginteresse og prosjekt. Oslo kommune skal øke kunnskapen blant ledere og ansatte om verdien av god internkommunikasjon, for å øke fagfeltets prioritering i kommunen.

Kommunikasjon integreres i beslutnings- og arbeidsprosesser

Kommunikasjon skal være et strategisk virkemiddel på lik linje med andre virkemidler, en integrert del av beslutnings- og arbeidsprosesser og en naturlig del av all planlegging i kommunen. Det betyr at kommunen skal ta hensyn til at beslutninger og handlinger skal kommuniseres, og at kommunikasjonsfaglige vurderinger gjøres i forkant av beslutninger.

Digitaliseringen påvirker både samfunnet og arbeidsprosessene. Både innbyggere og ansatte har nye og større forventninger til digitale verktøy og tjenester kommunen leverer. Dette vil påvirke utvikling av nye tjenester og fleksibilitet i arbeidsformer. Ved utvikling eller anskaffelse av interne verktøy og tjenester skal de ansattes behov avdekkes og vektlegges.

Kommunikasjonsfaglige vurderinger av beslutninger, arbeidsprosesser og rutiner, vil kreve mer av både ledere og kommunikasjonsmedarbeidere. Ledere skal sørge for at organisasjonen innehar tilstrekkelig og riktig kommunikasjonsfaglig kompetanse.

Styrke et felles drifts-/ kompetansemiljø for kommunikasjon

Det skal utredes om kommunen kan utnytte ressursene bedre ved samordning av ressurser som kan komme alle virksomhetene til gode. Det må vurderes etablert et drifts-/ fagmiljø bestående av tjenester og kompetanse det er hensiktsmessig å utvikle og beholde internt i kommunen, og som er nyttig for flere av kommunens virksomheter.

Det skal i denne sammenheng også identifiseres hvilke kommunikasjonsverktøy, tjenester og hva slags kompetanse som kommer flest virksomheter til gode og som er mest hensiktsmessig å bygge opp.

Tidligere vedtak

Bystyresak 395/07 Informasjonspolitik for Oslo kommune – Byrådssak 156/07
Byrådssak 1026/17 Mandat – Kommunikasjonsstrategi for Oslo kommune

Økonomiske og administrative konsekvenser

Det utvikles et kommunikasjonsprogram med satsinger og tiltak som vil følges opp i ordinære budsjettprosesser.

Vedtakskompetanse

Byrådet kan organisere sin egen virksomhet, jf. byrådsreglementet § 3-3

Byrådslederen innstiller til byrådet å fatte følgende vedtak:

Byrådet vedtar følgende kommunikasjonsstrategi for Oslo kommune:

Formål

Oslo kommunes kommunikasjonsstrategi skal bidra til å øke kunnskapen om kommunens samfunnsoppdrag og rolle som tjenesteyter, myndighetsutøver, samfunnsutvikler og demokratisk arena. Kommunikasjon er et vesentlig virkemiddel for måloppnåelse. Strategien omhandler både ekstern og intern kommunikasjon og gjelder for byrådsavdelingene og underliggende virksomheter.

Mål

1. Oslo kommune er én aktør og kommuniserer helhetlig, åpent og profesjonelt
2. Innbyggerne kjenner og har tillit til Oslo kommune
3. Ansatte har tilhørighet til Oslo kommune som arbeidsplass

Strategiske hovedgrep

- Ny felles visuell identitet for Oslo kommune
- Innbyggerorientering og medvirkning
- Styrke internkommunikasjonen
- Kommunikasjon integreres i beslutnings- og arbeidsprosesser
- Styrke et felles drifts-/ kompetansemiljø for kommunikasjon

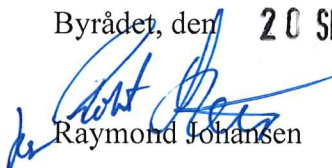
Byrådslederens kontor, den **13 SEPT 2018**



Raymond Johansen

Byrådet tiltrådte innstillingen fra byrådslederen.

Byrådet, den **20 SEPT 2018**



Raymond Johansen

Vedlegg tilgjengelig på Internett: Ingen
Vedlegg ikke tilgjengelig på Internett: Ingen