

Byrådssak 1038/25

Kommunikasjonsstrategi for Oslo kommune

Sammendrag

Kommunikasjonsfeltet er i stadig utvikling – og det samme er innbyggernes forventninger til kommunikasjon med kommunen. Oslo kommunes kommunikasjonsstrategi ble vedtatt i 2018 i byrådssak 1091/18.

I denne saken foreslås en revidering av strategien som skal erstatte sak 1091/18.

Oslo kommunes kommunikasjon skal bidra til å løse kommunens samfunnsoppdrag og rolle som tjenesteyter, myndighetsutøver, samfunnsutvikler og demokratisk arena. Kommunen skal nå ut til innbyggerne med informasjon om deres rettigheter, plikter og muligheter. Kommunikasjonen skal effektivisere kommunens arbeid og tjenestene som leveres. Strategien skal ligge til grunn for kommunens kommunikasjonsarbeid, og omhandler både eksternt og intern kommunikasjon.

Strategien gjelder for byrådsavdelingene og underliggende virksomheter.

Følgende behov er identifisert:

- Gjøre det enklere for innbyggere å vite hvor de finner informasjon
- Gi innbyggere individuelt tilpasset informasjon
- Øke prioriteringen av, og kvaliteten på, kommunikasjonsarbeidet
- Legge til rette for en opplyst og konstruktiv innbyggerdialog i Oslo
- Forenkle og forbedre internkommunikasjon

Følgende mål er definert:

1. Oslo kommune er én aktør og kommuniserer helhetlig, åpent og med klart språk
2. Innbyggerne kjenner og har tillit til Oslo kommune
3. Ansatte er stolte av å jobbe i Oslo kommune

Følgende innsatsområder er utpekt:

- Kanalstrategi
- Medvirkning og innbyggerorientering
- Styrke internkommunikasjonen
- Integre kommunikasjoner i beslutningsprosesser
- Styrke kompetansen på kommunikasjon

Saksfremstilling:

1. Innledning

Som Norges største by og hovedstad er Oslo hjemsted for stadig flere mennesker, som bruker over 200 forskjellige språk. Oslo er den eneste kommunen i landet som har fylkeskommunale oppgaver. Mer enn 50 000 ansatte jobber i over 50 forskjellige virksomheter og leverer tjenester og opplevelser gjennom hele livsløpet til Oslos over 700 000 innbyggere.

Kommunen skal levere gode tjenester, utvikle samfunnet og byen, 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 for kommunens utvikling.

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 og kunstig intelligens.

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 § 4-1. Kommunikasjonsstrategi for Oslo kommune, byrådssak 1091/18 og Ny designmanual og ny visuell identitet for Oslo kommune, bystyresak 62/19 er i dag de styrende dokumentene for kommunikasjon i Oslo kommune. På området beredskap og krisekommunikasjon gjelder også overordnet beredskapsplan for Oslo kommune (BPO), byrådssak 1116/16.

Kommunikasjons- og teknologifeltet har endret seg mye de senere årene, og særlig utvikling og bruk av kunstig intelligens. Innbyggernes forventninger til kommunikasjon med kommunen stiger i takt med utviklingen av samfunnet. Oslo skal være en foregangskommune for åpenhet, demokrati og medvirkning, og innbyggerne skal inkluderes i beslutninger som angår dem. Kommunikasjonsarbeidet er en viktig del av demokratiarbeidet i en kommune og i Oslo kommune er kommunikasjon et lederansvar.

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.

Strategien omfatter både intern og ekstern kommunikasjon, og vil også gjelde i en krisesituasjon. For den operative krisekommunikasjonen, har kommunen eget planverk.

God kommunikasjon er et viktig virkemiddel for kommunens måloppnåelse og kommunikasjonsstrategien skal gi bedre forutsetninger for kommunens kommunikasjonsarbeid. Kommunikasjonsarbeidet skal blant annet kunne bidra til løsning på samfunnsflokene som kommunen har identifisert, støtte målene for tjenesteutviklingen, samt styrke Oslos internasjonale posisjon og konkurranseevne. Kommunikasjonsstrategien gjelder for byrådsavdelingene og alle underliggende virksomheter. Virksomhetene forankrer egne strategier i denne overordnede kommunikasjonsstrategien.

2. Identifiserte behov

De identifiserte behovene bygger på kartleggingsarbeidet som ble gjort da kommunen fikk sin kommunikasjonsstrategi i 2018, og nye innspill fra flere møter gjennom hele 2024 med en

arbeidsgruppe bestående av kommunikasjonsledere fra kommunen. Videre er det gjennomført en åpen høringsrunde på kommunens verktøy for internkommunikasjon med innspill fra ansatte, og det har vært innspillsrunder på kommunens Kommunikationsforum.

Behovene bygger også på evalueringer av kommunikasjonsarbeidet under pandemien, spørreundersøkelse blant virksomhetene om nettsidene som kommunikasjonskanal (januar 2023), innbyggerundersøkelse 2023 og tre målinger av kjennskap til Oslo kommunes visuelle identitet (desember 2018, august 2021, oktober 2024). I tillegg ligger funn fra målbildeutredningen «Framtidig målbilde for Oslo kommunes portaler og nettløsninger» (februar 2024) til grunn.

Behov: Gjøre det enklere for innbyggere å vite hvor de finner informasjon

Kommunens viktigste kanaler for å nå innbyggerne og andre målgrupper med informasjon er oslo.kommune.no, nyhetsbrev, sosiale medier og saker i media. Oslo kommunes ansvarsområde er stort og mangfoldig, og derfor opprettes ofte egne/nye kanaler for å treffe ulike målgrupper. Dette resulterer i at kommunen får en stadig økende mengde kanaler, noe som igjen kan gjøre det vanskelig for innbyggerne å vite hvor de skal finne informasjon. Det er behov for at kommunen strukturerer sin kanalbruk for å gjøre det enklere for innbyggerne å vite hvor de kan finne informasjonen de trenger.

Behov: 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. Individuelt tilpasset informasjon er viktig for at flest mulig innbyggere skal få med seg relevant informasjon, og kunne delta i samfunnsutviklingen gjennom medvirkning, og dermed styrke demokratiet. Det er viktig for å kunne styrke og bevare tilliten til kommunen.

Behov: Øke prioriteringen av, og heve kvaliteten på, kommunikasjonsarbeidet

Internt i kommunen er det stor variasjon i kommunikasjonsarbeidet. I noen virksomheter er det få eller ingen som har kommunikasjon som fagfelt, mens andre virksomheter har større fagmiljøer med spesialkompetanse på ulike områder innenfor kommunikasjon. Dette gjør at innbyggere kan oppleve ulik informasjon om de samme tjenestene og store forskjeller i kommunikasjonen med kommunen. Oslo kommune bør sikre at informasjon til innbyggere holder tilstrekkelig høy kvalitet og er tilgjengelig der det er behov.

Behov: Forenkle og forbedre internkommunikasjonen

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. Det skal være forutsigbart og intuitivt for ansatte hvilke kanaler som skal benyttes til hvilket formål. For å kunne samarbeide og utnytte kompetanse på tvers, er det derfor behov for effektive verktøy og både kultur for og kunnskap om internkommunikasjon.

Behov: Legge til rette for en forbedret innbyggerdialog

Kommunens samfunnsoppdrag og rolle som samfunnsutvikler og demokratisk arena er avhengig av dialog med innbyggerne. En økende andel av innbyggerne får det meste av sin informasjon fra sosiale medier som er drevet av algoritmer som styres av tredjeparter. Algoritmene favoriserer konflikter og kan gi et dårligere diskusjonsklima og økte opplevde forskjeller. Dette kan igjen bidra til å gjøre det vanskeligere å nå ut med informasjon til

innbyggere, det kan svekke tilliten til myndigheter og fagpersoner og i ytterste konsekvens svekke demokratiet. Vi skal benytte kanaler som legger til rette for en aktiv og direkte kommunikasjon med innbyggerne.

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 med klart språk
2. Innbyggerne kjenner og har tillit til Oslo kommune
3. Ansatte er stolte av å jobbe i Oslo kommune

Oslo kommune oppfattes som én aktør og kommuniserer helhetlig, åpent og med klart språk

Det betyr at kommunikasjonsarbeidet bidrar til at

- vår kommunikasjon er tydelig og lett forståelig, og saksbehandlingen er mer effektiv fordi klart språk benyttes
- innbyggerne får lett tak i rett informasjon
- vår informasjon er inkluderende og har en personlig språklig tone der det er hensiktsmessig
- tjenester er tilgjengelige og enkle å bruke
- vi er helhetlige og gjenkjennelige i vårt profileringsarbeid
- vi er til stede i hensiktsmessige kanaler
- kommunen informerer innbyggerne aktivt om deres rettigheter, plikter og muligheter, når det er behov for det
- vi synliggjør Oslo som en attraktiv by overfor relevante målgrupper i inn- og utland

Innbyggerne kjenner og har tillit til Oslo kommune

Det betyr at kommunikasjonsarbeidet bidrar til at

- innbyggerne har tillit til at Oslo kommune forvalter skattebetalernes midler på en god måte
- innbyggerne har tillit til at de får de tjenestene 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
- informasjon fra kommunen er relevant og brukervennlig
- innbyggerne har tillit til at informasjon fra Oslo kommune er korrekt, oppdatert og pålitelig

Ansatte er stolte av å jobbe i Oslo kommune

Det betyr at kommunikasjonsarbeidet bidrar til at

- arbeidsdagen blir mer effektiv
- ansatte opplever at Oslo kommune er en profesjonell aktør med spennende karrieremuligheter og meningsfylt arbeid
- ansatte i Oslo kommune har en kultur preget av åpenhet, tillit og godt samarbeid – også på tvers i organisasjonen
- ansatte kjenner til de overordnede målene i Oslo kommune
- ansatte er engasjerte ambassadører for arbeidsplassen sin

4. Målgrupper

Oslo kommunes viktigste målgruppe for kommunikasjonen er innbyggerne. De demokratisk valgte organene styrer 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 nå kommunikasjonsmålene.

Samfunnsaktører som for eksempel kultur- og næringsliv, media, internasjonale aktører og frivillige organisasjoner er også viktige målgrupper for kommunen. Innbyggere oppgir i spørreundersøkelser at media er den kanalen hvor de oftest mottar informasjon om Oslo kommune (Ipsos oktober 2024). Derfor er media i en særstilling som målgruppe fordi det også er en av kommunens viktigste kanaler for å nå ut til innbyggere.

Ulike virksomheter i kommunen kan ha andre målgrupper for sin kommunikasjon, og gjør selv en vurdering av disse for å innrette kommunikasjonen best mulig.

5. Strategiske innsatsområder

Kommunikasjonsstrategien har fem innsatsområder:

Kanalstrategi

Det lages en kanalstrategi for Oslo kommune med utgangspunkt i innbyggernes behov, virksomhetenes samlede behov og vurderinger, samt kommunens overordnede felles behov. Strategien skal ta for seg både interne og eksterne kanaler og skal identifisere de største utfordringene med dagens kanalbruk og årsakene til disse. Strategien skal peke på overordnede tiltak og grep som kan bidra til at kommunens fremtidige bruk av kanaler vil være mer effektiv og støtte oppunder kommunens kommunikasjons- og virksomhetsmål.

Medvirkning og åpenhet

For å kunne medvirke må innbyggere kjenne til hvilke muligheter de har for å påvirke i kommunale saker og inkluderes i beslutninger som angår dem. Kommunen skal legge til rette for at innbyggerne kan bli aktive deltakere i lokalsamfunnet. God medvirkning gir mer effektive beslutningsprosesser.

Innbyggere skal motta, eller enkelt kunne finne, informasjon som er relevant. Oslo kommune skal bruke et klart språk og skal en personlig språklig tone der det er hensiktsmessig. Det skal legges til rette for at innbyggere og øvrige målgrupper kan kommunisere med kommunen i relevante kanaler som er enkle å bruke.

For å sikre god og strukturert medvirkning må kommunen ha hensiktsmessige felles verktøy som er enkle å bruke - både for kommunen og den som skal medvirke. Verktøyet må gjøre medvirkning enklere og mer tilgjengelig for innbyggere og næringsliv samt tilrettelegge for å nå ut til brukergrupper som tidligere har vært underrepresentert i medvirkningsprosesser. Det utarbeides felles retningslinjer for å sikre at medvirkning har like rammer og forutsetninger i hele kommunen.

Styrke internkommunikasjonen

Oslo kommune skal styrke og utvikle sin internkommunikasjon. God internkommunikasjon krever prioritering, bevissthet og gode verktøy. Bedre internkommunikasjon gir 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 med hverandre uavhengig av hvor i organisasjonen de jobber. Det er viktig å øke kunnskapen blant ledere og ansatte om verdien av god internkommunikasjon, for å øke fagfeltets prioritering i kommunen.

Integrere kommunikasjon i beslutningsprosesser

Kommunikasjon er et strategisk virkemiddel og en integrert del av beslutningsprosesser. De fleste beslutninger har kommunikasjonsmessige konsekvenser. Vurdering av disse bør gjøres i forkant av beslutningen for å sikre en god og effektiv prosess.

Digitalisering og kunstig intelligens påvirker både samfunnet og arbeidsprosessene. 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 undersøkes og vektlegges.

Ledere skal sørge for at organisasjonen innehar tilstrekkelig og riktig kommunikasjonsfaglig kompetanse for å kunne gjøre nødvendige vurderinger.

Styrke kompetansen på kommunikasjon

Utviklingen på kommunikasjonsfeltet gjør det nødvendig med stadig kompetanseheving og utvikling for at kommunen på best mulig måte skal få nytte av de kommunikasjonsfaglige ressursene. Oslo kommune skal enda bedre utnytte kompetansen til ansatte som jobber med kommunikasjon. Felles faglige samlinger for å heve kompetanse og dele erfaringer gir større effekt for kommunen enn om.

Kommunen vil jobbe for å skape fellessatsinger på kommunikasjonsområdet. Slike satsinger kan bestå av egne prosjektgrupper for å lage felles temasamlinger, nettverk eller etablering av verktøykasser knyttet til fagområder som kommer mange av virksomhetene til gode.

Byrådsleders vurdering

Revideringen av Oslo kommunes kommunikasjonsstrategi er vedtatt i strategiens mandat. I arbeidet med revideringen har det vært mye engasjement og mange innspill fra ansatte i hele kommunen. Den tydeligste tilbakemeldingen er at dagens kommunikasjonsstrategi har fungert og fortsatt fungerer godt. Derfor mener byrådslederen at det er viktig å beholde hovedstruktur og -innhold, med noen justeringer.

I den reviderte strategien blir innsatsområdet visuell identitet erstattet av innsatsområdet kanalstrategi. Oslo kommunes felles visuelle identitet er så godt etablert at vi nå kan prioritere andre strategiske innsatsområder. Den største muligheten for effektivisering av kommunikasjonsarbeidet fremover er å se på kommunens kanalbruk, ved å etablere felles føringer for hvilke kanaler kommunen bør benytte til ulike formål. Tilbakemeldinger på tvers av alle sektorer identifiserer kommunens interne og eksterne kanalbruk som det kommunikasjonsområdet med mest friksjon og størst effektiviseringspotensial. Kommunikasjonsstrategien har derfor som sitt første strategiske innsatsområde at det skal utvikles en kanalstrategi.

I tillegg har klart språk og kommunens egne ansatte fått en tydelig plass i strategien.

Tidligere vedtak

Byrådssak 1091/18 Kommunikasjonsstrategi for Oslo kommune

Økonomiske og administrative konsekvenser

Eventuelle satsinger og tiltak vil følges opp i ordinære budsjettprosesser.

Vedtakskompetanse

Som øverste leder av kommunens administrasjon anses byrådet å ha fullmakt til å vedta denne strategien, jf. kommuneloven § 10-2 første ledd, jf. § 13-1 andre ledd. Strategien har ikke juridiske eller budsjettmessige konsekvenser, og kan også til dels anses å være et administrativt regelverk som omhandler støttefunksjoner for administrasjonen, jf. reglement for byrådet § 3-9.

Byrådslederen innstiller til byrådet å fatte følgende vedtak:

1. Byrådet vedtar følgende kommunikasjonsstrategi for Oslo kommune:

Formål

Oslo kommunes kommunikasjon skal bidra til å løse kommunens samfunnsoppdrag og rolle som tjenesteyter, myndighetsutøver, samfunnsutvikler og demokratisk arena. Kommunen skal nå ut til innbyggerne med informasjon om deres rettigheter, plikter og muligheter. Kommunikasjonen skal effektivisere kommunens arbeid og tjenestene som leveres. Strategien skal ligge til grunn for kommunens kommunikasjonsarbeid, og omhandler både ekstern og intern kommunikasjon.

Mål

1. Oslo kommune er én aktør og kommuniserer helhetlig, åpent og med klart språk
2. Innbyggerne kjenner og har tillit til Oslo kommune
3. Ansatte er stolte av å jobbe i Oslo kommune

Strategiske innsatsområder

- Kanalstrategi
- Medvirkning og innbyggerorientering
- Styrke internkommunikasjonen
- Integrere kommunikasjon i beslutningsprosesser
- Styrke kompetansen på kommunikasjon

2. Byrådets vedtak 1091/18 oppheves.

Byrådslederens kontor, den 15. mai 2025

Eirik Lae Solberg

Byrådet tiltrådte innstillingen fra byrådslederen

Byrådet, den 22. mai 2025

Eirik Lae Solberg