

# Kommunikasjonsplan

for

utviklingen av nye Roan og Åfjord kommune



For perioden 23.08.2017 – 31.12.2019

# Innhold

1. Innledning.....	3
2. utfordringer .....	3
3. Målgrupper.....	4
4. Mål.....	5
5. Tiltaksdel, delmål 1 .....	5
6. Tiltaksdel, delmål 1 + 2.....	6
7. Tiltaksdel, delmål 2 + 3.....	7
8. Tiltaksdel, delmål 3 + 4 + 5.....	8
9. Tiltaksdel, delmål 5 .....	9

## **Innledning**

8. juni 2017 vedtok Stortinget en sammenslåing av Roan og Åfjord kommuner. Den nye kommunen vil gjelde fra 1. januar 2020. Navn på kommunen er per 23. august 2017 ikke bestemt. En slik sammenslåing berører både innbyggere, ansatte og folkevalgte i de tre kommunene. Behovet for kommunikasjon og dialog er stort.

Åfjord og Roan laget en felles kommunikasjonsplan, for prosessen før vedtaket om sammenslåing. Den nye kommunikasjonsplanen bygger blant annet på erfaringene fra den forrige.

### **Utfordringer i prosjektet før kommunikasjonsplanen settes i gang:**

- Prosessen med kommunereform har vært langvarig og kompleks. Mange har mistet interessen for temaet. Engasjementet er generelt lavt.
- En sammenslåing Roan + Åfjord har «ligget på vent» en god stund. Mange er derfor ikke oppdatert på hva en sammenslåing innebærer.
- Innbyggerne bruker ulike kanaler for informasjon. Det gjelder ikke minst ungdom og seniorer.
- Noen i lokalmiljøene er imot sammenslåingen. En del av motstanden er basert på følelser.
- Arbeidsgruppene for prosjektet er ikke så kjent blant innbyggerne
- Informasjonen oppfattes ikke alltid som objektiv
- Uavklarte spørsmål i prosessen
- Fordommer mellom ansatte og innbyggere i kommuner og bygder

### **Hvordan kan god kommunikasjon løse utfordringene?**

- Vi når ut med informasjon til så mange som mulig. Det skjer ved å definere målgrupper, budskap og kanaler for kommunikasjonen. Det bidrar til mer kunnskap blant folk, slik at de vet hva som skjer underveis.
- Formidle tilstrekkelig med fakta. Slik kan folks holdninger til prosessen i større grad baseres på kunnskap, i stedet for følelser.
- Oppklare misforståelser som fører til usikkerhet
- Gjøre kompliserte budskap mer forståelige
- Åpne for mer dialog med innbyggerne. Konstruktive innspill kan brukes i prosessen. I tillegg føler folk seg inkludert i den.
- Gjøre arbeidet og fremdriften i prosjektet mer oversiktlig og forutsigbart
- Skape optimisme og et felles mål for befolkning og ansatte
- Redusere avstanden mellom beslutningstakere og befolkning
- Skape ny giv i folket og blant ansatte
- Skape generell tillit til hele prosessen og den nye kommunen

Kommunikasjon kan planlegges, men utfallet er uforutsigbart. Planen må derfor kunne revideres underveis, hvis det er behov for det.

Denne planen gjelder for prosessen fram til sammenslåing 1. januar 2020. Det vil senere lages en overordnet kommunikasjonsstrategi for den nye kommunen. En slik helhetlig strategi vil utarbeides når det nærmer seg sammenslåing, og gjelde etter at den nye kommunen er i drift.

## Målgrupper

Ved å definere målgrupper blir det lettere å nå ut til alle. Det er for eksempel lett å tenke på innbyggerne som en hel gruppe mennesker. Forskjellen på for eksempel ungdom og eldre er derimot stor. Ikke minst når det gjelder mediebruk og tilegning av informasjon. Vi ønsker å sikre at alle gruppene inkluderes best mulig i prosessen.

Målgrupper for kommunikasjonen er:

- Ungdom som bor i kommunene
- Eldre som bor i kommunene
- Andre innbyggere i kommunene
- Ansatte i kommunene
- Næringsliv
- Frivillige lag og organisasjoner
- Nabokommuner
- Andre offentlige myndigheter
- Politikere
- Media

Det er naturlig å vurdere målgruppene ut fra følgende:

- Hvilke forventninger ligger hos de ulike?
- Hvem vil bli sterkt påvirket av det som skal skje?
- Hvem har felles mål?
- Hvem bør/må bidra i prosessen? Hvem kan og vil være med?
- Hvem skal ha hvilke roller i prosessen?



## Mål

Proessen med sammenslåingen skal være åpen, inkluderende og forutsigbar. Alle målgrupper skal gis god mulighet til å medvirke underveis. Det skal bidra til engasjement for og tillit til prosessen og den nye kommunen.

Målet skal nås ved følgende delmål:

1. Informasjon om prosessen skal være lett tilgjengelig for alle.
2. Det skal legges til rette for god dialog med målgruppene i prosessen.
3. God kommunikasjon internt skal danne grunnlaget for god kommunikasjon eksternt.
4. Informasjonen skal være helhetlig og samordnet. Den må være forankret i begge kommunene.
5. Prosessen skal bidra til å skape felles identitet, stolthet over og tilhørighet til den nye kommunen

## Tiltaksdel

Tiltaksdelen i plana er konkret, og skal bidra til at ord blir til handling. Tiltaksdelen tar for seg hvert punkt i delmålene i denne plana (se ovenfor). Tiltakene skal sørge for at målene blir nådd, med fokus på å dekke alle målgruppene.

<b>Delmål 1: Informasjon om prosessen skal være lett tilgjengelig for alle.</b>		
<b>Tiltak</b>	<b>Kanal</b>	<b>Målgruppe</b>
Informasjon legges ut på kommunenes hjemmesider på Internett. Denne samles under siden "Ny kommune", samt som fortløpende nyheter. Og etter hvert på hjemmesiden til den nye kommunen. Informasjon kan være møterefater, vedtak og andre nyheter	Kommunenes og den nye kommunens hjemmesider på Internett	Alle innbyggere, andre offentlige myndigheter, nabokommuner
Legge ut egne sider for fremmedspråklige på hjemmesidene. En side hver med begrenset informasjon på engelsk, polsk og arabisk.	Hjemmesider på Internett	Fremmedspråklige innbyggere
Streaming av politiske møter, når det er mulig	Lenke via hjemmeside/Facebook	Alle innbyggere
Holde åpne folkemøter om prosessen, som filmes på video.	Video legges ut på hjemmesidene. Deles via sosiale medier.	Alle innbyggere

Ny informasjon skal deles via Facebook og eventuelle andre sosiale medier	Facebook / sosiale medier	Alle innbyggere
Valgfag ved Stokksund oppvekstsenter produserer egne videoer om prosessen. Videoer av og for ungdom.	Sosiale medier. Som via Åfjord kommune/Åfjord ungdomsråds Snapchat-konto, samt Facebook.	Ungdom
Brosjyre / infoskriv til alle husstander. 1-2 ganger per år. Hovedvekt på hva som er nytt. Alternativt gi ut brosjyre kun i Roan, samtidig med og med samme informasjon som i Åfjordingen informasjonsavis.	Brosjyre / Infoskriv	Alle innbyggere, spesielt de eldre
Oppdateringer om prosessen i Åfjordingen informasjonsavis. To ganger årlig.	Åfjordingen informasjonsavis	Alle innbyggere i Åfjord, spesielt de eldre. Samt fritidsbeboere.
Kort informasjon / lenker til mer informasjon legges ut på infoskjerm på rådhuset i Åfjord	Informasjonsskjerm	Alle innbyggere
Ha skoletimer med kommunesammenslåing som tema. Informasjon fra for eksempel ordførere, med mulighet for innspill / gruppeoppgaver for elevene. Samt benytte sammenslåingen som tema i andre oppgaver / timer i skolene.	Skoletimer. Personlig oppmøte på skolene. Samt få markedsført Åfjord ungdomsråds Snapchat-konto	Ungdom
Informere via Åfjord Utvikling sine nyhetsbrev	E-post / nyhetsbrev fra Åfjord Utvikling	Næringslivet og fritidsbeboere
Aktiv bruk av Fosna-Folket / NRK / Adresseavisen, til å formidle nyheter.	Media	Alle innbyggere, andre kommuner
<b>Delmål 2: Det skal legges til rette for god dialog med målgruppene i prosessen.</b>		
<b>Tiltak</b>	<b>Kanal</b>	<b>Målgruppe</b>
Markedsføre og åpne for at alle innbyggere kan komme med innspill.	Markedsføre via alle kanalene som nevnes i plana. Innspill kan gis via sosiale medier, e-post, brev og personlig oppmøte	Alle innbyggere

Få innspill via åpne folkemøter	Åpne møter. Invitasjon via plakater, sosiale medier og SMS	Alle innbyggere, spesielt de eldre
Benytte sosiale medier som arena for meningsytring og dialog med innbyggerne	Facebook / sosiale medier	Alle innbyggere
Ha kommunereformen som egen post på frokostmøtene for næringslivet (i regi Åfjord Utvikling)	Åpne møter	Næringslivet
Egne samlinger med ledere i lag og foreninger	Personlige møter	Lag og foreninger
Ungdomsråd skal involveres aktivt i prosessen, og bidra til tettere dialog med ungdom.	Ungdomsråd	Ungdom
Seniorråd skal involveres aktivt i prosessen, og bidra til tettere dialog med eldre.	Seniorråd	Eldre innbyggere
Bruke politisk aktivitet som kanal for debatt, dialog og folkelig engasjement	Møter og andre arenaer	Alle innbyggere
Ordførerne holder nettmøter med innbyggerne, eventuelt i Fosna-Folket eller live på Facebook.	Media, eventuelt Facebook	Alle innbyggere
<b>Delmål 3: God kommunikasjon internt skal danne grunnlaget for god kommunikasjon eksternt.</b>		
<b>Tiltak</b>	<b>Kanal</b>	<b>Målgruppe</b>
Kommunikasjon skal være egen post på alle interne samlinger / møter om prosessen. «Har vi et (nytt) budskap til andre? Til hvem og hvordan?»	Interne møter / samlinger	Alle som deltar i prosessen.
Sende ut nyhetsbrev for de ansatte, med nytt siden sist. Bør gjøres cirka hver måned.	Internt nyhetsbrev. Sendes ut via e-post, samt henges opp på sentrale steder. Samt benytte infoskjermer.	Ansatte

Alltid sette kommunereformen som tema for ledere og ansatte. Ha tillitsvalgte som egen post på programmet. Bevisstgjøre og påminne hvor viktig lederne er for god intern kommunikasjon.	Ledermøter og ansattmøter	Ansatte / tillitsvalgte
Dele nyheter og informasjon via Zokrates, skolenes digitale plattform.	Zokrates digitale skoleplattform	Ansatte på skolene
Dele nyheter og informasjon via infoskjermer	Infoskjermer på skole(r) og rådhus	Ansatte på skolene og rådhus
Rådmennene bør tidlig i prosessen lede interne infomøter for de ansatte. Det viser at dialogen med de ansatte er forankret i ledelsen. Og at hver enkelt ansatt tas på alvor i prosessen.	Interne møter på avdelingene	Alle ansatte
Vi skal tidlig i prosessen tilby en intern spørreundersøkelse til alle ansatte. Der de gir innspill på hvilke spørsmål de har om prosessen, og hva de eventuelt er usikre på/ønsker av informasjon.	Skriftlig intern spørreundersøkelse, for eksempel via e-post	Alle ansatte
Få på plass/investere i en god løsning for intranett. Fram til da: Ha en egen boks for ansatte på hjemmesiden	Intranett / hjemmeside	Ansatte
Sette sammenslåingen som tema på alle politiske møter	Politiske møter	Politikere
Ha ekstra tett/direkte dialog med fag- og gruppeledere, samt enhetsledere, innen helsesektoren. Mange av deres ansatte bruker ikke e-post. Dialog om kommunereformen skal være fast post på alle møter mellom gruppeledere og sine ansatte. Eventuelle tilbakemeldinger skal gis kommunikasjonsgruppa.	Oppfølging med fag- og gruppeledere innen helsesektoren via personlige møter, telefon og e-post. Gruppelederne når sine ansatte via gruppemøtene.	Gruppeledere og ansatte innen helsesektoren
All skriftlig informasjon skal henges opp ved renholdernes vaskestasjoner. Mange av renholderne bruker ikke kommunal e-post.	Nyhetsbrev / skriftlig kommunikasjon	Renholderne



Ny og viktig informasjon deles straks med politikerne i kommunestyret / fellesnemnd	E-post	Politikere
<b>Delmål 4: Informasjonen skal være helhetlig og samordnet. Den må være forankret i begge kommunene.</b>		
<b>Tiltak</b>	<b>Kanal</b>	<b>Målgruppe</b>
Møtereferat og eventuelle nye budskap fra interne møter skal deles med den felles arbeidsgruppa for kommunikasjon (Informasjon og medvirkning).	Personlige møter, e-post, sosiale medier, telefon	Alle som deltar i prosessen
All informasjon som gjøres offentlig skal først deles/avklares med den andre kommunen. Slik kan info legges ut samtidig i begge kommunene.	Personlige møter, e-post, sosiale medier, telefon	Ansvarlige for kommunikasjon / hjemmesider
Kommunikasjonsplanen skal jevnlig evalueres i fellesskap. Det gjøres minst en gang i måneden	Interne møter/dialog i kommunikasjonsgruppa	Arbeidsgruppa for Informasjon og medvirkning
<b>Delmål 5: Prosessen skal bidra til å skape felles identitet, stolthet over og tilhørighet til den nye kommunen.</b>		
Lage et digitalt kart som presenterer alle større grender i den nye kommunen. Trykker man på en grend, får man opp info og bilder av området. Info vil være om gamle dager og hvordan grenda er per i dag. Folk bør kunne legge inn/sende inn bilder selv, noe som involverer innbyggerne i større grad	Lenke til hjemmesider og Facebook / sosiale medier	Alle innbyggere, først og fremst gi kunnskap om den andre kommunen
Dele info om det digitale kartet via sosiale medier. Eventuelt lage en «teaser-video» som brukes til å promotere siden.	Facebook / Snapchat	Alle innbyggere
Lage et magasin som presenterer alle større grender i kommunen i rekkefølge. Med info og bilder fra hvert område.	Magasin / brosjyre	Alle innbyggere, spesielt de eldre
Lage og promotere ny felles hjemmeside på Internett.	Ny hjemmeside	Alle innbyggere

Bli kjent-samlinger for ansatte innen hver sektor	Interne samlinger	Alle ansatte
Ny felles rådmann besøker alle virksomhetene	Personlig oppmøte	Alle ansatte
Felles skoledager / skidager på Momyrstua	Personlig oppmøte	Ungdom / elever på skolene
Holde folkemøter, der innbyggerne kan gi innspill til temaene kultur og identitet. Innspill gis til en felles kulturplan. Samt til ny visjon og grafisk profil for den nye kommunen.	Åpne folkemøter	Alle innbyggere
Felles markedsføring av arrangement / kulturkalender	Hjemmesider / afjord.no / sosiale medier / plakater	Alle innbyggere
Felles markedsføring av arrangement i kommunene	Aktivitetskalender på hjemmesider / sosiale medier	Alle innbyggere
Lage felles kart for turskilt i den nye kommunen	Sosiale medier / afjord.no	Alle innbyggere