

Kommunikasjonsplanen bygger oppunder Kommuneplanens samfunnsdel 2020-2032, med overordnede mål, tiltak, verdier og visjon for Senja kommune

Kommunikasjonsplan

For perioden 2022-2025

Oriertert om oppsett og fokus: Rådmann	21.03.22
Gjennomgang/Innspill: Rådmann	10.08.22
Høring/Innspill: Leder virksomhet Organisasjon og rådmann	17.08.22
Høring/Innspill: HTV	15.09.22
Høring/Innspill: Virksomhetsledere	23.09.22
Godkjent: Strategisk ledergruppe	24.10.22

Innhold

1	Sammendrag – Situasjonsbeskrivelse.....	2
2	Omdømme	3
	Hvordan skape godt omdømme.....	3
	Hva er god lederkommunikasjon.....	3
3	Hvem vi ønsker å nå – Interessentene	4
4	Hvorfor strategisk kommunikasjon.....	4
5	Kommunikasjonsstrategi og prinsipper	4
	Kommunikasjonsstrategien	4
	Kommunikasjonsprinsipper	5
6	Suksesskriterier	5
	Bevisstgjøring.....	5
	Kunnskap om interessentene.....	5
	Bygge team	6
	Handlingsplaner gjennomføres	6
	Alle medarbeidere kjenner kommunens visjon, verdier, strategi og mål	6
	Visjon.....	6
	Verdier.....	6
	Raus.....	6
	Framoverlent.....	6
	Bærekraftig	6
7	Hva vi vil oppnå – Målbildet	7
8	Mål og kommunikasjonsaktiviteter	7
8.1	Barnas kommune.....	7
	Kommunikasjonsaktiviteter	7
8.3	Et godt sted å leve hele livet.....	7
	Kommunikasjonsaktiviteter	7
8.3	Utviklingsmotor i Nord	8
	Kommunikasjonsaktiviteter	8
8.4	Senjasamfunnet bygger på bærekraft	8
	Kommunikasjonsaktiviteter	9
8.5	En kompetent, omstillingsdyktig og offensiv organisasjon – Intern kommunikasjon.....	10
	Kommunikasjonsaktiviteter	10
9	Handlingsplan kommunikasjon 2023	10
10	Måling av tiltakene	11
11	Kommunikasjonsveiledning	11

1 Sammendrag – Situasjonsbeskrivelse

Senja kommune sin kommunikasjonsplan underbygger kommunen sin overordnede strategi i [Kommuneplanens samfunnsdel 2020-2032](#), som er Senja kommune sin strategi for å møte framtidens utfordringer.

Samfunnsdelen legger de overordnede og langsiktige strategiene for hvordan vi ønsker å utvikle samfunnet vårt, våre mål, verdier og visjon. Den gjenspeiler samfunnsendringer, utfordringer, muligheter og forventninger, og ut ifra dette skaper vi et ønsket bilde av Senja kommune i 2032.

Senja kommune har en viktig rolle i påvirkningen av innbyggernes holdninger og handlinger, i forhold til tjenestene kommunen leverer og hvordan kommunen skal utvikle seg.

Som kommune ble fire daværende kommuner – Tranøy, Torsken, Berg og Lenvik – slått sammen januar 2020. I mars samme år ble vi – på linje med resten av verden – fram til våren 2022, rammet av Covid-19-pandemien og kommunen ble satt i krisehåndteringsmodus.

Vi har derfor fra 2022 behov for å bygge omdømmet vårt, posisjonere oss som én kommune og formidle at Senjaregionen er et godt sted å leve hele livet.

Dette gjør vi blant annet gjennom å formidle de gode historiene våre og folkene bak tjenestene, i samhandling med innbyggerne. Samtidig skal vi ikke underkommunisere det som ikke går bra eller konsekvensen av det; Vi forteller om utfordringene og er framoverlent på hva vi gjør for å forbedre og utvikle, iht. de planer og mål vi har for de tjenestene vi leverer. Det ene utelukker med andre ord ikke det andre.

Omdømmet vårt er summen av de holdninger som interessentene har til Senja kommune. Kommunikasjon er et viktig strategisk virkemiddel, for å påvirke omdømmet positivt og bygge tillit.

Med et godt omdømme hos interessentene, er det lettere å få tillit når en krise skjer. Det er derfor viktig å kjenne til oppfatningen som interessentene har til oss.

Tillit og troverdighet gjør påvirkning og endring i brukeradferd enklere.

Vår oppgave er å informere og påvirke interessentene våre, slik at de forstår og tar ansvar for at «kommunen er innbyggerne og visa versa»; Vi må jobbe sammen om vi skal nå målene i Kommuneplanens samfunnsdel.

Ett av våre viktigste strategiske virkemidler for å lykkes med å nå målene våre, er målrettet strategisk kommunikasjon sammen med raise og framoverlente ansatte som leverer tjenestene i samhandling med interessentene våre, samt bærekraftig ressursutnyttelse i alle deler av samfunnet vårt.

God kommunikasjon og «orden i eget hus» betyr verdibasert organisasjonskultur, god intern kommunikasjon og et trygt arbeidsmiljø og internkontroll på tjenesteleveranser, forvaltning og økonomi.

God kommunikasjon bidrar til at vi kan være i forkant i forhold til potensielle negative saker, og som igjen signaliserer kontroll og oversikt.

I denne planen legger vi fram hva omdømme er, hvem vi ønsker å nå, hvordan strategisk kommunikasjon kan bidra til å nå målene våre, kommunikasjonsstrategi- og prinsipper, suksesskriterier og hva vi vil underbygge og oppnå.

Vi har også laget en kortversjon i form av en Kommunikasjonsplakat for alle medarbeidere og en Kommunikasjonsveiledning for ledere for perioden, og kvalitetssikrer en årlig handlingsplan med aktiviteter for kommunikasjon per år.

2 Omdømme

Omdømmet vårt er summen av de holdninger som interessentene har til Senja kommune. Kommunikasjon er et viktig strategisk virkemiddel, for å påvirke omdømmet vårt positivt.

God kommunikasjon og «orden i eget hus» – det vil si verdibasert organisasjonskultur, godt arbeidsmiljø og god internkontroll på forretningsmessig drift/forvaltning og økonomi – bidrar til å unngå saker i media som signaliserer manglende kontroll og oversikt.

Brukerundersøkelser er nyttige for å avklare hvordan interessentene ser på oss og vurderer tjenestene våre.

Med et godt omdømme hos interessentene, er det lettere å få tillit når en krise skjer. Det er derfor viktig å kjenne til oppfatningen som interessentene har til oss.

Dette betyr at vi må bruke ulike spørsmål til ulike interessentgrupper i brukerundersøkelsene. I dag er dette en oppgave som gjennomføres av de enkelte kommunale fagområdene.

Det er viktig å koordinere denne informasjonen, slik at vi totalt sett og helhetlig kan jobbe systematisk for å utvikle tjenestene våre og dermed omdømmet vårt positivt.

Hvordan skape godt omdømme

Vi bør alltid begynne med oss selv – rydde i eget hus. Bevisstgjøring og søkelys på kommunikasjon, forbedrer intern samhandling og informasjonsflyt.

Vi forbedrer omdømmet vårt gjennom å:

1. Utvikle videre en verdibasert organisasjonskultur og kommunikasjon med interessentene våre.
2. Leverer de tjenestene vi lover til innbyggerne våre, følge opp brukerundersøkelser og ha en tett dialog på ulike nivåer med interessentene våre. På den måten ivaretar vi også kunde- og serviceperspektivet.
3. God lederkommunikasjon og være synlige på og fortelle om de gode historiene om både tjenestene og folkene bak – eksempelvis utviklingsprosjekter. Da ivaretar vi det nasjonale perspektivet på godt omdømme. Samtidig skal vi ikke underkommunisere det som ikke går bra eller konsekvensen av det; Vi forteller om utfordringene og er framoverlent på hva vi gjør for å forbedre og utvikle, iht. de planer og mål vi har for de tjenestene vi leverer. Det ene utelukker med andre ord ikke det andre.

Positive nyheter alene kan ikke endre adferd – hverken internt eller eksternt. Det må også komme fra lederne i organisasjonen – de må gå foran.

Dersom en kultur skal endres, må folk gjøre ting annerledes. De må endre adferd. En effektiv kanal for å endre adferd, er lederne. Vi må operasjonalisere organisasjonskultur, omdømmebygging og kommunikasjon til målbare størrelser.

Hva er god lederkommunikasjon

Informasjon til og kommunikasjon med interessentene internt og eksternt, er et lederansvar.

Leder må derfor prioritere tid til å kommunisere spesielt godt med sine medarbeidere, gjennom informasjon, involvering, oppfølging og svar på spørsmål.

For å sikre god informasjonsflyt, hjelper det generelt med helhetlige og hensiktsmessige informasjonskanaler, målbare kommunikasjonstiltak og gjerne ha en dedikert person som har informasjonskoordinatorrollen for virksomhetsområde- og/eller fagenhet, i tillegg til leder.

Kommunikasjonssjef bidrar i form av råd, veiledning og evt. med faglige bidrag.

God lederkommunikasjon er:

- Lytte, se og prøve å forstå, men ikke nødvendigvis ta alt til følge. Ivareta helheten
- Informere, kommunisere og involvere
 - Være tilgjengelig og synlig. Skreddersy
 - Sette av tid til uformell dialog og tilbakemeldinger

3 Hvem vi ønsker å nå – Interessentene

Målet er at vi skal ha et aktivt og profesjonelt forhold til våre viktigste interessenter.

Ulike målgrupper relatert til tjenestene vi tilbyr innbyggerne – næringsaktører, media, frivillige lag, organisasjoner, etc. – og alle medarbeidere i kommuneorganisasjonen, er interessenter vi bør bli bedre kjent med.

Ved bruk av [interessentanalyse](#) får vi kartlagt hvem interessentene er, hvordan vi kan kommunisere med dem, i hvilke kanaler og når. Interessentanalysen er dynamisk og følger endringer, faser og utviklingen ellers.

Ledere i Senja kommune har et spesielt ansvar for å definere sine (3) viktigste interessenter, og følge opp disse.

Overordnet er Senja kommunes viktigste interessenter:

- Innbyggere og brukere av tjenestene våre
- Ansatte
- Næringsliv / organisasjoner / kultur / reiseliv/lag og foreninger, etc.
- Politikere
- Myndigheter
- Leverandører og samarbeidspartnere
- Media

4 Hvorfor strategisk kommunikasjon

Kommunikasjonsstrategien bygger oppunder Kommuneplanens samfunnsdel 2020-2032.

Strategi betyr å velge en retning og ekskludere en annen. Valgt strategi skal gjøre at vi når målene vi har satt oss, både internt og eksternt.

[Kommuneplanens samfunnsdel 2020-2032](#) er Senja kommune sin overordnede strategi for å møte framtidens utfordringer, og legger føringer for hvordan vi ønsker å utvikle samfunnet vårt. Planen gjenspeiler samfunnsendringer, utfordringer, muligheter og forventninger, og ut ifra dette skaper vi et ønsket bilde av Senja kommune i 2032.

[Planstrategi Senja kommune 2020-2023](#) er dokumentet som skal legge føringer for kommunens planlegging og prioriteringer kommende kommunestyreperiode. Planstrategien skal ta stilling til om gjeldende kommuneplan eller deler av denne skal revideres, eller om de skal videreføres uten endringer.

I handlingsplanen med aktiviteter for den overordnede kommunikasjonen vår, avspeiles taktikken. Det vil si hvor, når og hvor ofte vi skal ut med budskapet overfor interessentene.

5 Kommunikasjonsstrategi og prinsipper

Kommunikasjonsstrategien ivaretar at det er samsvar mellom det vi *sier* vi skal gjøre, og det vi faktisk *gjør*. Den er basert på visjonen vår, verdiene våre, en strategisk kommunikasjonsmodell og kommunikasjonsprinsipper vi ønsker å følge.

Kommunikasjonsstrategien

1. Vår kommunikasjon er raus, framoverlent og bærekraftig – en verdidrevet kommunikasjon.

2. For å bygge omdømmet vårt, ønsker vi å få fram de gode historiene om tjenestene våre og folkene bak, i samhandling med innbyggerne i kommunen. Samtidig skal vi ikke underkommunisere det som ikke går bra eller konsekvensen av det; Vi forteller om utfordringene og er framoverlent på hva vi gjør for å forbedre og utvikle, iht. de planer og mål vi har for de tjenestene vi leverer. Det ene utelukker med andre ord ikke det andre.
3. Lederne og medarbeiderne i organisasjonen er bevisst på hvor viktig god kommunikasjon og informasjonsflyt er, og har felles oppslutning om kommunikasjonsstrategi og kommunikasjonsmål. Å kommunisere på best mulig måte, er et felles ansvar:
 - Informasjonen skal være lett tilgjengelig og presenteres slik, at interessentene på en enkel måte kan tilegne seg informasjonen.
 - Ledere er ansvarlig for å sette seg inn i kommunens strategi, mål, verdier, visjon, kommunikasjonsplan- og veiledning, og informere om egen virksomhet – både internt og eksternt.
 - Medarbeidere er ansvarlig for å holde seg informert og oppdatert. Det dreier seg om engasjement, ansvarlighet og profesjonalitet. Dette er grunnlaget for yrkesstolthet og arbeidsglede. Mobilisering av ansatte reduserer sykefravær, øker engasjementet og effektiviserer driften vår.

Kommunikasjonsprinsipper

Vi legger følgende prinsipper til grunn for informasjons- og kommunikasjonsarbeidet i Senja kommune:

1. Øverste ledelse – hhv. rådmann og ordfører – har overordnet ansvar og delegerer myndighet der dette er hensiktsmessig. Det vil si til kommunikasjonssjef, kommunalsjefer, virksomhetsledere, avdelingsledere og fagansvarlige.
2. Kommunikasjons- og informasjonsansvaret følger linje- og saksansvar.
3. Budskapet skal være mottakerrettet – det vil si tilpasset interessentene – ha et [klart språk](#) iht. den nye [Språklova](#) og være forståelig. Felles overbygning er:
 - **Ha et klart språk.** I vår kommunikasjon skal vi være raus, åpen, tydelig, tilgjengelig og ha et klart språk.
 - **Legge til rette for medvirkning.** Vi tar de berørte interessentene med på råd og involverer dem i utforming av budskap, tjenester, endringer, etc.
 - **Sikre at vi når fram.** Sørger for at relevant informasjon når fram til berørte interessenter til rett tid, ved å bruke de rette kanalene – analogt og digitalt.
 - **Er framoverlent og aktiv.** Er framoverlent i informasjons- og kommunikasjonsarbeidet om mål, tiltak, tjenester, endringer, muligheter, rettigheter, plikter, konsekvenser, etc.
 - **Helhetlig og bærekraftig.** Kommunikasjonen skal oppleves helhetlig, samordnet og legge til rette for samhandling og dialog.

6 Suksesskriterier

For å lykkes med å nå kommunikasjonsmålene våre, forutsetter det 5 suksesskriterier, det vil si kriterier som forsterker kommunikasjonsarbeidet vårt:

Bevisstgjøring

Lederne og medarbeiderne i organisasjonen er bevisst på hvor viktig god kommunikasjon og informasjonsflyt er, og har felles oppslutning om kommunikasjonsstrategi og kommunikasjonsmål.

Kunnskap om interessentene

Målet er at vi skal ha et aktivt og profesjonelt forhold til våre viktigste interessenter.

Vi viser respekt og imøtekommenhet i vår kommunikasjon med interessentene, ved å være ærlig, vise interesse for dem og bry oss.

Hver leder og prosjektleder i Senja kommune kartlegger sine (3) viktigste interessenter – gjerne ved bruk av en [interessentanalyse](#) – og følger dem opp. Hvordan interessentene følges opp og hvem som er ansvarlig i organisasjonen avklares av **leder**.

Bygge team

Suksessfaktorene for å lykkes som team (lag), er definert for organisasjonen – og følges. Blant annet benyttes medarbeidertilfredshetsundersøkelser og medarbeidersamtale for å kartlegge og følge opp det mellommenneskelige i organisasjonen. Vi ønsker en inkluderende og lærende kultur.

Handlingsplaner gjennomføres

Veien fremover er skissert i oversiktlige handlingsplaner for hver virksomhet/fagområder i organisasjonen. Vi gjennomfører aktivitetene, evaluerer og korrigerer om nødvendig, og informerer berørte interessenter underveis om framdrift.

Alle medarbeidere kjenner kommunens visjon, verdier, strategi og mål

Vi «lever» verdiene i hverdagen og kjenner målene for organisasjonen.

Visjon

Et hav av muligheter – Sammen skaper vi en sterk, livskraftig og attraktiv bo- og næringskommune.

- Visjonen skal gi oss tro på framtiden, motivere og gi oss noe å strekke oss etter.
- Visjonen er vår felles drivkraft til å skape et godt samfunn for alle i Senja kommune.
- Visjonen er samlende for alle og den vil være en viktig bærebjelke i den videre kultur- og identitetsbyggingen i vår kommune.
- Vi tar felles ansvar for vår kultur og historie, og visjonen legger til rette for innovasjon og utvikling for å skape varige verdier for individ og samfunn når vi griper de muligheter som finnes akkurat her i Senja kommune.

Verdier

Felles verdier motiverer og forplikter oss i møtet med hverandre, og verdiene skal gjennomsyre både holdninger og metoder for hvordan kommuneorganisasjonen og Senjasamfunnet vil møte utfordringene og mulighetene som står framfor oss.

Tre utvalgte verdier skal bidra til at vi lykkes på vei mot våre felles mål i kommunesamfunnet og hvordan vi kommuniserer budskapet:

Raus

Det betyr at vi er rause og inkluderende i kommunikasjonen og i møte med interessentene, vi er tolerante og åpen og har fokus på samarbeid i hverdagen.

Gjennom kommunikasjon skaper vi gode relasjoner og forteller historien vår med stolthet.

Framoverlent

Vi er framoverlente i kommunikasjonen vår og nysgjerrige på interessentene, og deler kunnskap og erfaring både i arbeidssammenheng og i fritid.

Vi har grunn til optimisme, ser muligheter og viser pågangsmot. I Senja kommune har vi tro på oss selv, hverandre og at vi sammen skaper utvikling.

Bærekraftig

I kommunikasjonen med interessentene har vi fokus på bærekraftig ressursutnyttelse på alle nivåer og i alle deler av samfunnet.

7 Hva vi vil oppnå – Målbildet

Vi skal drive aktiv strategisk og operativ kommunikasjon, som bygger oppunder målbildet 2020-2032:

- bedre folkehelse
- økt befolkningsvekst og bostedsattraktiviteten i hele kommunen
- økt tilgang på kompetent og stabil arbeidskraft
- sikre gode tjenestetilbud for alle innbyggerne
- en bærekraftig kommuneøkonomi og ressursbruk

Følgende fem fokusområder/mål – gjeldende fra 2020-2030 – underbygges med strategisk og operativ kommunikasjon, for å bidra til å skape en sterk, livskraftig og attraktiv bo- og næringskommune:

8 Mål og kommunikasjonsaktiviteter 2022-2025

Målene er i [Kommuneplanens samfunnsdel 2020-2032](#). Kommunikasjonsaktivitetene underbygger disse målene, og er spesifikke, målbare, oppnåelige, relevante og har en tidsramme i årlig handlingsplan for kommunikasjon. Kommunikasjonsaktivitetene skissert under, fordeles over perioden 2022-2025 og kan suppleres eller endres i årlig handlingsplan:

8.1 Barnas kommune

Alle barn som vokser opp i Senja kommune skal oppleve trygghet, mestring, utvikling og læring. Det innebærer at de møter anerkjennelse, omsorgsfulle og tydelige voksne i familien, barnehage, skole og øvrige nettverk.

Kommunikasjonsaktiviteter

1. Informere om tjenestetilbudene for ivaretagelse av fysisk og psykisk helse og koordinering og tverrfaglig samarbeid rundt tjenestetilbud for barn og unge – på tvers av sektorer. Eks. fra helse: HOPP, skolehelsetjeneste, kommunal psykolog, folkehelsekoordinator, etc.
2. Formidle historiene til barn og unge i Senja direkte og i interaksjon med tjenester innen skole, barnehage, helse, bibliotek, frivilligsentral, frisklivsentral, kultur, fritidstilbud, idrett, undersøkelser om oppvekst, forebyggende prosjekter.
3. Formidle viktige saker fra Barnas kommunestyre og Ungdomsråd med deres blikk, og stimulere både gutter og jenter til engasjement og få barn og unges deltagelse i samfunnsdebatten og i spørsmål som angår nærmiljøet. Bl.a. gjennom sosiale medier og innsalg til media og gjennom råd fra målgruppen ift. kommunikasjon overfor barn og unge.

8.3 Et godt sted å leve hele livet

Senja kommune er et godt sted å besøke, etablere seg, bo og leve. Hele livet.

I Senja kommune skal vi legge til rette for økt trivsel, reell deltagelse og involvering der vi møter morgendagens behov med kreativt og innovativt felles engasjement. Vokse sammen til én kommune.

Kommunikasjonsaktiviteter

1. Produsere og formidle den gode historie fra folk i bygdene, byen og kommunen, gjerne relatert til tjenestene i kommunen fra krybbe til grav, og som direkte og indirekte forteller at her er det godt å være og påvirker positivt vårt omdømme.
2. Informere om konkrete tjenestetilbud i alle deler av kommunen. Eksempelvis
 - Strategisk eiendomsutvikling og boligtilbud inkl. startlån for ressursvake, møteplasser og infrastruktur.
3. Informere om videreutvikling av Finnsnes som by og kommune- og regionsenter med urbane kvaliteter, gjennom byplanlegging, gode bomiljø og satsing på variert kultur-, service- og tjenestetilbud i gangavstand og mangfoldig aktivitet.
4. Dele informasjon i egne kanaler fra frivillige, lag og foreninger og næringsliv i kommunen, om trivselsskapende initiativ innen natur/friluftsliv/fritid/opplevelser/kultur/helse og bolyst i Senja kommune.

5. Utvikle videre dialogen mellom ordfører/kommuneadministrasjon og innbyggere, gjennom folkemøter, deltakelse på arr., konferanser, foredrag, etc., for å skape felles kultur og tilhørighet.
6. Sikre profesjonell videoproduksjon/presentasjon av kommunen og videreutvikle Profilmanual.
7. Ha god dialog med rådene i kommunen. Eksempelvis
 - Eldrerådet som aktive medaktører og ressurspersoner i samfunnslivet. Kvalitetsreformen «Leve hele livet»
 - Som koordinator av lokalrådene, bidra til å styrke og sikre politisk deltagelse og et velfungerende og aktivt lokaldemokrati. Dette gjennom reetablering fra utvalg til lokalråd, koordinere mellom lokalråd og kommuneadministrasjon og evaluering/utvikling av rådene.
8. I tett samarbeid med **folkehelsekoordinator, kommunepsykolog, kommuneoverlege, kommunalsjef og ledere i Helse og omsorg**, informere om målrettet helseforebyggingsarbeid for alle aldersgrupper, hvor målet er å
 - styrke innbyggerens evne til selv å forebygge og mestre sykdom og krisesituasjoner

8.3 Utviklingsmotor i Nord

Senja kommune skal være en framoverlent aktør i samfunns- og næringsutvikling, og en driver i regionale, nasjonale og internasjonale klynger og partnerskap for økt verdiskaping i Nord.

Kommunikasjonsaktiviteter

1. Formidle saker om Senja kommune som framoverlent aktør i samfunns- og næringsutvikling, en driver i regionale, nasjonale og internasjonale klynger og partnerskap for økt verdiskaping i Nord. Eks. Entreprenørskapskultur i samarbeid med Ungt Entreprenørskap i barnehager, skoler, arbeidsliv og lokalsamfunn, presentere lærlinger og bedrifter som kommunen har medeierskap og lønnsomme bedrifter innen sjømat, reiseliv og industri, landbruk/matproduksjon, samisk næringsutøvelse og utnyttelse av naturressurser i et bærekraftig og langsiktig perspektiv, deltakelse på konferanser og seminarer, at vi er lyttende til råd fra klynger, er en løsningsorientert tilrettelegger, veileder, samfunns- og næringsutvikler, inviterer ministre og fylkesråd til kommunen, etc.
2. Informere om konkurransefortrinn som trafikknutepunkt mellom vei og sjø, forbedring av infrastruktur ved havneutvikling, vei, tunneler, ferjer, strøm, kollektivtilbud, bredbånd og fiber i hele, satsing på sjømatveiene og Midt-Troms samt opprettholde og utvikle levende bygger i kommunen.
3. Kommuniserer at vi opprettholder og styrker tilbud om videregående opplæring og distriktsbasert høyere utdanning i regionen, i samarbeid med utdanningsinstitusjoner, næringshage og andre.

8.4 Senjasamfunnet bygger på bærekraft

Senja kommune skal ha søkelys på bærekraftig ressursutnyttelse på alle nivå og i alle deler av samfunnet, i tråd med [FNs bærekraftsmål](#).

Bærekraftig utvikling handler om å ta vare på behovene til mennesker som lever i dag, uten å ødelegge framtidige generasjoners muligheter til å dekke sine. Bærekraftmålene reflekterer de tre dimensjonene i bærekraftig utvikling: klima og miljø, økonomi og sosiale forhold.

Sosial bærekraft – handler om å sikre at alle mennesker får et godt og rettferdig grunnlag for å leve et anstendig liv. Alle i samfunnet skal ha lik tilgang til sysselsetting, kultur, et anstendig hjem og egnet bomiljø, utdanning, sikkerhet og deltagelse i samfunnet.

Økonomisk bærekraft – handler om å sikre økonomisk trygghet for alle. En bærekraftig økonomi er rettferdig og varig, slik at alle har råd til å dekke sine behov nå og i fremtiden. Økonomisk bærekraft handler om å forvalte ressursene på en slik måte at det ikke går ut over fremtidig verdiskaping.

Miljømessig bærekraft – handler om forvaltning av miljø- og naturressursene for etterslekten. Vi må forvalte naturen og klimaet på en måte som ikke ødelegger muligheten for neste generasjon. Motvirke klimaendringer, hindre forurensning og bevare naturmangfold er viktige faktorer i miljømessig bærekraft

Kommunikasjonsaktiviteter

1. I samarbeid med **Plan og utvikling, Visit Senja og andre naturlige** samarbeidspartnere på området, formidle vår miljøprofil i alle kanaler, basert på kommunens ansvar som forurensningsmyndighet overfor innbyggere og næringsaktører som forsøpler, legge til rette for og bidra aktivt til strandrydding, oppfølging av kommunens ansvar som plan- og bygningsmyndighet når det gjelder sikring av bygg og anlegg som er til fare for omgivelsene, sikre allmennheten god tilgjengelighet til natur og nære friluftsområder – både for naturopplevelse, fysisk aktivitet, møtested og læring.
2. Informere om Ånderdalen Nasjonalpark, og sammen med **Nasjonalt parkrådet, Sazza, Visit Senja og andre**, utvikle en sterkere profilering i forhold til miljøvennlig reise- og friluftsliv med strategi for informasjon til tilreisende og lokale brukere av naturen.
3. Formidle informasjon rundt **Plan og utvikling** sitt arbeid, med å etablere en langsiktig og miljøvennlig arealstrategi og balansere behovene for bruk og vern av arealer og naturressurser. Dette gjelder både på land, i sjø og vassdrag. Vi tar vare på landbrukets kulturlandskap ved å legge til rette for beiting, slått og skogrydding/hogst – viktige kulturmiljø bevares gjennom bruk – og konsentrert og miljøvennlig utbyggingsmønster som reduserer transportbehov.
 - Påvirke at innbyggere, næringsliv, lag og foreninger påvirkes til å engasjere seg i klima- og miljøspørsmål,
4. Formidle informasjon fra **Vann og avløp**, som sørger for at befolkningen har tilgang på rent vann og ren luft, og sikrer tilfredsstillende avløps- og avfallshåndtering i hele kommunen.
5. I samarbeid med **Samfunnsutvikling** informerer om arbeidet for å øke befolkningens bevissthet og motivasjon i forhold til valg av miljøvennlige energikilder og andre miljø-/klimatiltak og tilrettelegging for kollektive transporttilbud, samt mulighet for å gå eller sykle mellom daglige gjøremål, arbeidet for tilfredsstillende transporttilbud i hele kommunen – både for personer og gods.
6. Delta i **Kriseledelse** på kommunikasjon og bidra, slik at **Samfunnsutvikling** er i stand til å håndtere uønskete hendelser og kriser for i størst mulig grad kunne redusere konsekvensene av disse
7. Profilere Senja kommune sin prioritering og gjennomføring av følgende av FNs bærekraftsmål:



Mål 3 God Helse – Sikre god helse og fremme livskvalitet for alle, uansett alder

Mål 4 God utdanning – Sikre inkluderende, rettferdig og god utdanning og fremme mulighet for livslang læring for alle.

Mål 8 Anstendig arbeid og økonomisk vekst – Fremme varig, inkluderende og bærekraftig økonomisk vekst, full sysselsetning og anstendig arbeid for alle.

Mål 9 Innovasjon og infrastruktur – Bygge robust infrastruktur og fremme inkluderende og bærekraftig industrialisering og bidra til innovasjon.

Mål 11 Bærekraftige byer og samfunn – Gjøre byer og bosettinger inkluderende, trygge, motstandsdyktige og bærekraftige.

Mål 13 Stoppe klimaendringene – Handle umiddelbart for å bekjempe klimaendringene og konsekvensene av dem.

Mål 17 Samarbeid for å nå målene – Styrke virkemidlene som trengs for å gjennomføre arbeidet, og fornye partnerskap for bærekraftig utvikling.

8.5 En kompetent, omstillingsdyktig og offensiv organisasjon – Intern kommunikasjon

Utvikling av intern kommunikasjon, kan bidra til at Senja kommune når målet om å ha en kompetent, innovativ og omstillingsdyktig organisasjon. Dette målet skal medføre at tjenester tilbys i nødvendig omfang og kvalitet i alle livsfaser og til alle befolkningsgrupper.

Kommunikasjonsaktiviteter

1. Aktiv og framoverlent kommunikasjon i samarbeid med **strategisk ledelse, Virksomhetsområde Organisasjon og hovedtillitsvalgte**, som bygger oppunder at kommunen er **dialogbygger, forenkler og identitetsskaper både internt og eksternt**.
 - Blant annet gjennom trepartssamarbeid og god informasjonsflyt.
2. Legge til rette for god tverrfaglig internkommunikasjon- og informasjonsflyt og valg av interne kanaler – eksempelvis interaktivt intranett – som kan bidra til å styrke samspill- og utviklingskultur i alle deler av kommuneorganisasjonen. Eksempelvis gjennom å:
 - Avklare kvaliteten på informasjonsflyt og beslutte type interne kommunikasjonskanaler.
 - Oppsummere kommunikasjons- og informasjonsbehov hos ansatte fra bl.a. svar i medarbeiderundersøkelser og i dialog med hovedtillitsvalgte (HTV).
 - Kartlegge og spørre tillitsvalgte og ansatte gjennom spørreundersøkelse, om deres type behov for hhv. kommunikasjons- og informasjonskanaler og kommunikasjonsveiledning, og forankre behovet overfor strategisk ledelse og øvrige ledere.
 - Lage rutiner for informasjonsflyt og sørge for at kanalene er enkle å bruke og fungerer ift. intensjonene.
3. Formidle hvordan kommunen internt jobber med kommunikasjon, trepartssamarbeid og utviklingsprosjekter.
4. Følge opp og støtte **lederne** i arbeidet med å formidle overfor interessentene, resultater fra innbygger- og fagområdeundersøkelser. Bidra overfor **lederne** til å bygge relasjoner internt og eksternt for god tverrfaglig kommunikasjon.
5. Støtte **strategisk ledelse** i å sikre og videreutvikle organisasjonskultur, utvikling og tverrfaglig kommunikasjon og samarbeid i kommuneorganisasjonen.
6. I tett samarbeid med **Virksomhetsområde Organisasjon**, legge til rette for intern informasjon og kommunikasjon og hensiktsmessige kanaler, for å oppnå
 - et godt fysisk, faglig, sosialt og utviklingsorientert arbeidsmiljø
 - sterk servicekultur til rett tid med riktige virkemidler
 - brukermedvirkning
 - leder- og kompetanseutvikling
 - utvikle samarbeid med privat og frivillig sektor innen beredskap, samfunns- og næringsutvikling
7. I tett samarbeid med **folkehelsekoordinator, kommunepsykolog, kommuneoverlege, kommunalsjef og ledere i Helse og omsorg**, informere om målrettet helseforebyggingsarbeid for alle aldersgrupper, hvor målet er å
 - styrke innbyggerens evne til selv å forebygge og mestre sykdom og krisesituasjoner
 - ta hensyn til at kommunens ansatte i ulike faser av livet har forskjellige ressurser, ønsker og behov.

9 Handlingsplan kommunikasjon 2023

I handlingsplanen per år, finner vi tiltak skissert i denne kommunikasjonsplanen, som avspeiler taktikken. Det vil si hvordan kommunikasjon underbygger budskapet – målbildet for Senja kommune 2020-2032.

Vi spesifiserer hvor, når, hvordan og hvor ofte vi skal ut med budskapet, og ansvarlig (avsender).

Kommunikasjonsaktivitetene skal være spesifikke, **målbare**, oppnåelige, relevante og ha en tidsramme.

Tiltakene må med andre ord spisses i selve handlingsplanen, i form av antall/prosentvis forbedring, etc. i forhold til fjoråret (der dette er mulig) eller ift. standard i bransjen og gjennom spørreundersøkelser hos interessentgruppene.

Se vedlegg 1 – Handlingsplan med tiltak 2023.

10 Måling av tiltakene

Vi tar utgangspunkt i følgende modell.

Se vedlegg 2 – Presentasjon av [Måling av kommunikasjon og strategi i Senja kommune](#).

11 Kommunikasjonsveiledning

Se vedlegg 3 – Kommunikasjonsplakat. Ferdigstilles desember 2022.

Se vedlegg 4 – Kommunikasjonsveiledning for ledere. Ferdigstilles desember 2022.