

Kommunikasjonsplan 2026-2029

Innhold

1	Situasjonsbeskrivelse	1
2	Kommunikasjonsstrategi- og prinsipper	1
	Strategisk kommunikasjon	1
	Hvorfor vi har en visjon	1
	Hva verdiene betyr for oss	1
	Vår kommunikasjonsstrategi	2
	Våre kommunikasjonsprinsipper	2
3	Interessentene – hvem vi ønsker å nå	2
4	Suksesskriterier for å nå målene	3
	Lederkommunikasjon	3
	Bevisstgjøring i organisasjonen	3
	Innbyggerdialog	4
	Omdømmebygging	4
5	Satsningsområdene og kommunikasjon	5
	Kommunikasjonsmål	5
	Senjasamfunnet bygger på bærekraft	5
	Være en framtidsrettet og attraktiv kommune for bosetting og næringsliv,	5
	Trivsel og utviklingsmuligheter for barn og unge	5
	Aktiv, meningsfull og trygg alderdom	6
	Intern kommunikasjon	6
6	Handlingsplan og måling av tiltak	6
7	Vedlegg	6
	Kommunikasjonsplakaten	6
	Kommunikasjonsveiledning	6
	Årlig handlingsplan	6

1 Situasjonsbeskrivelse

Senja kommune ble etablert i 2020 etter sammenslåing av kommunene Berg, Lenvik, Torsken og Tranøy. Senja har 14 940 innbygger per 3. kvartal 2025. [Oppdatert statistikk finner du på SSB](#).

Senja kommune sin kommunikasjonsplan underbygger [Kommuneplanens samfunnsdel 2025-2037](#).

Vi har en viktig oppgave med å informere om tjenestene våre, kommunisere både operativt og strategisk for å nå målene i samfunnsdelen, og påvirke positivt innbyggernes holdninger og handlinger i forhold til tjenestene vi leverer og hvordan kommunen skal utvikle seg bærekraftig.

I denne kommunikasjonsplanen finner du kommunikasjonsstrategien- og prinsippene for kommunikasjonen vår, hvem som er interessentene, suksesskriteriene for å lykkes og kommunikasjonsmålene vår.

Vi har i tillegg laget en kortversjon i form av en kommunikasjonsplakat, en kommunikasjonsveiledning for alle medarbeidere som kommuniserer på vegne av kommunen og en årlig handlingsplan for kommunikasjonsaktiviteter.

2 Kommunikasjonsstrategi- og prinsipper

Kommunikasjonsstrategien bygger oppunder overordnet strategi og mål i [Kommuneplanens samfunnsdel 2025-2037](#). Strategi betyr å velge en retning og ekskludere en annen. Valgt strategi skal gjøre at vi når målene vi har satt oss.

Strategisk kommunikasjon

Strategisk kommunikasjon er planlagt og målrettet bruk av kommunikasjon, for å oppnå spesifikke mål og støtte organisasjonens overordnede strategi.

Vi ønsker å være i forkant, gjennom involvering, dialog, informasjon og formidling i alle kanaler.

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

Hvorfor vi har en visjon

Visjonen – Et hav av muligheter – 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. Den legger til rette for å skape varige verdier for individ og samfunn, når vi griper de muligheter som finnes akkurat her i vår kommune.

Hva verdiene betyr for oss

Vi ønsker å ha en verdibasert kommunikasjon. Det vil si at felles verdier motiverer og forplikter oss i møte med hverandre.

Verdiene skal gjennomsyre både holdninger og metoder, for hvordan kommuneorganisasjonen og Senjasamfunnet vil møte utfordringene og mulighetene som står framfor oss.

Tre utvalgte verdier ligger til grunn for 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.

Vår kommunikasjonsstrategi

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

Senja kommunes kommunikasjonsstrategi:

Vår kommunikasjon er raus, framoverlent og bærekraftig. For å bygge omdømmet vårt får vi fram de gode historiene om tjenestene og prosjektene våre og folkene bak, i samhandling med innbyggere og samarbeidspartnere.

Samtidig underkommunerer vi ikke det som ikke går bra eller konsekvensene 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.

Våre kommunikasjonsprinsipper

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

1. Øverste ledelse – hhv. ordfører og kommunedirektør – har overordnet ansvar og delegerer kommunikasjonsmyndighet der dette er hensiktsmessig.
2. Kommunikasjons- og informasjonsansvaret følger linje- og saksansvar.
3. Budskapet skal være tilpasset interessentene og forståelig. Felles overbygning er:
 - **Har et klart språk** iht. [Språklova](#), er åpen, tydelig og tilgjengelig.
 - Er verdibasert – raus, framoverlent og bærekraftig.
 - **Legger til rette for medvirkning.** Vi tar de berørte interessentene med på råd og involverer dem i utforming av tjenester, endringer, etc.
 - **Sikrer at vi når fram** til berørte interessenter til rett tid ved å bruke de rette kanalene.
 - **Er framoverlent og aktiv** når vi kommuniserer 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.

3 Interessentene – hvem vi ønsker å nå

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

Ulike målgrupper relatert til tjenestene vi tilbyr innbyggerne – det være seg næringsaktører, media, frivillige lag, organisasjoner, etc. – og alle ansatte i kommuneorganisasjonen, er interessenter vi bør kjenne eller 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 interesser, og følge opp disse.

Våre viktigste interesser

- Innbyggere og brukere av tjenestene våre
- Ansatte
- Næringsliv / organisasjoner / kultur / reiseliv / grendeutvalg / lag og foreninger, etc.
- Politikere
- Myndigheter
- Leverandører og samarbeidspartnere
- Media – som en viktig aktør for å nå interessentene

4 Suksesskriterier for å nå målene

Lederkommunikasjon

Informasjon og kommunikasjon med interessentene internt og eksternt, er et lederansvar. Positive nyheter alene kan ikke endre adferd – hverken internt eller eksternt. Det må også komme fra lederne i organisasjonen – de må gå foran.

En leder involverer, informerer og kommuniserer, er tilgjengelig og synlig – det vil si setter av tid til uformell dialog og gi konstruktive tilbakemeldinger.

Ledere og medarbeidere i organisasjonen er bevisste på hvor viktig god kommunikasjon og informasjonsflyt er, og slutter opp om kommunens kommunikasjonsstrategi- og prinsipper.

Medarbeidere er ansvarlig for å holde seg informert og oppdatert.

Kommunikasjonssjef bidrar aktivt i form av faglige råd, veiledning og bidrag – både operativt og strategisk. Informasjonen skal være lett tilgjengelig og presenteres slik, at interessentene på en enkel måte kan tilegne seg informasjonen.

Bevisstgjøring i organisasjonen

Ledere og medarbeidere i organisasjonen er bevisste på hvor viktig god kommunikasjon og informasjonsflyt er, og slutter opp om kommunikasjonsstrategi- og prinsippene.

Vi kjenner kommunens visjon, verdier, strategi og mål, og «lever» verdiene i hverdagen.

Kunnskap om interessentene

- Målet er at vi skal ha et aktivt og profesjonelt forhold til våre viktigste interesser. Vi viser respekt og imøtekommenhet i vår kommunikasjon med interessentene, ved å være ærlige, vise interesse for dem og bry oss.
- Hver leder og prosjektleder i Senja kommune kartlegger sine (3) viktigste interesser – gjerne ved bruk av en interessentanalyse – og følger dem opp. Hvordan interessentene følges opp og hvem som er ansvarlig i organisasjonen, avklares av leder i samarbeid med sine medarbeidere.

Bygger lag

- Suksessfaktorene for å lykkes som lag, er definert for organisasjonen og følges. Blant annet benyttes medarbeidertilfredshetsundersøkelse og medarbeidersamtale, for å kartlegge og følge opp det mellommenneskelige i organisasjonen. Vi ønsker en inkluderende og lærende kultur.
- Dersom en kultur skal endres, må folk gjøre ting annerledes. Vi må endre adferd. En effektiv kanal for å endre adferd, er lederne. Vi må operasjonalisere organisasjonskultur, omdømmebygging og kommunikasjon til målbare størrelser.
 - 1) Utvikle videre en verdibasert organisasjonskultur og kommunikasjonen vi har med interessentene våre.
 - 2) God lederkommunikasjon og sørge for å være synlig på og fortelle om de gode historiene om både tjenestene og folkene bak – eksempelvis fagnyheter, investerings- og utviklingsprosjekter, etc. Da ivaretar vi det nasjonale perspektivet på godt omdømme.
 - 3) Levere de tjenestene vi lover til innbyggerne våre og informere om dem, følge opp brukerundersøkelser og ha en dialog med interessentene på ulike nivåer. På den måten ivaretar vi også kunde- og serviceperspektivet.

Handlingsplaner lages og gjennomføres

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

Innbyggerdialog

Senja kommune skal være en profesjonell og tilgjengelig organisasjon for innbyggerne våre.

Skal vi klare å gripe mulighetene, får vi det ikke til alene; Det krever et godt samarbeid mellom offentlig og privat sektor, mellom arbeidsliv og frivilligheten, mellom by og bygd og mellom ung og gammel.

Sammen skaper vi en robust, livskraftig og attraktiv bo- og næringskommune.

God innbyggerkontakt er et viktig kvalitetsmål og en sentral del av omdømmet vårt som kommune. Vi skal gi innbyggerne informasjon om våre tjenester og være åpne, tilgjengelige og profesjonelle – også når budskapet er krevende.

Vi setter mål og følger opp vår dialog med innbyggerne:

- Henvendelser besvares raskere og i tråd med forvaltningsloven og særlover, kommunikasjonen er tydelig og forståelig, og forventninger skal avklares tidlig.
- Informasjon går på tvers av virksomhetene – både i enkeltsaker og i utviklingsarbeid – slik at innbyggerne får svar og opplever helhetlige tjenester.

For å lykkes med å nå målene våre, forutsetter det følgende suksesskriterier som forsterker kommunikasjonsarbeidet vårt:

Omdømmebygging

Omdømmet vårt er summen av de holdningene 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.

For å bygge omdømme får vi fram de gode historiene om tjenestene og prosjektene våre og folkene bak, i samhandling med innbyggere og samarbeidspartnere. Samtidig underkommuniserer vi ikke det som ikke går bra eller konsekvensene av det.

Tillit og troverdighet, gjør påvirkning og endring i brukeradferd enklere.

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

5 Satsningsområdene og kommunikasjon

For at Senja kommune også i framtida skal være robust, livskraftig og attraktiv, er bærekraft et grunnleggende premiss også i vår kommunikasjon.

Vi skal underbygge gjennom informasjon og kommunikasjon, at vi en framtidsrettet og attraktiv kommune for bosetting og næringsliv, at vi har trivsel og utviklingsmuligheter for barn og unge, og gir eldre en aktiv, meningsfull og trygg alderdom.

Satsningsområdene i [Kommuneplanens samfunnsdel 2025-2037](#), er de overordnede målene for vår kommunikasjon.

Kommunikasjonsmål

Et godt fundament for å lykkes med å nå målene, er en verdibasert organisasjonskultur, god intern kommunikasjon, et trygt arbeidsmiljø og internkontroll på tjenesteleveranser, forvaltning og økonomi.

Vi må jobbe sammen på tvers både internt og eksternt, om vi skal nå målene våre.

Vi kommuniserer primært dette gjennom å informere om tjenestene våre og formidle de gode historiene, sammen med ansatte og innbyggere – med utgangspunkt i lokalsentrene Stonglandseidet, Vangsvik, Medby/Sifjord, Gryllefjord/Torsken, Skaland, Senjahopen, Fjordgård, Husøy, Botnhamn, Rossfjord, Kårvik, Trollvik og Gibostad, og byen Finnsnes.

Målene blir konkretisert i form av tiltak i en årlig handlingsplan for kommunikasjon, som forteller hvor, når, hvordan og hvor ofte vi skal ut med budskapet, og ansvarlig avsender. Tiltakene i handlingsplanen skal være spesifikke, målbare, oppnåelige, relevante og ha en tidsramme.

Kommunikasjonsmålene er som følger, per satsningsområde:

Senjasamfunnet bygger på bærekraft

1. Formidle vår miljøprofil og utviklingen innen både økonomisk-, miljømessig og sosial bærekraft.
2. Profilerer i forhold til et bærekraftig næringsliv, reise- og friluftsliv.
3. Informere om utvikling og planarbeid rundt bærekraft og sikre god kommunikasjon i beredskap og krise.

Være en framtidsrettet og attraktiv kommune for bosetting og næringsliv,

1. Fortelle den gode historien om tjenestene og utviklingsprosjektene våre, og folkene bak.
2. Ha god innbyggerdialog med interessentene gjennom grendeutvalg, folke- og dialogmøter, næringsnettverk, spørreundersøkelser, etc.
3. Informere om konkurransefortrinn, samarbeid og styrking av kompetanse- og utdanningsutviklingen i regionen.

Trivsel og utviklingsmuligheter for barn og unge

En god oppvekst legger grunnlaget for et helt liv.

1. Informere om tjenestetilbudet for barn og unge.

2. Formidle historiene til barn og unge i Senja, gjennom Barn og unges kommunestyre, Ungdomsrådet, Aktivitetshuset GNIST Senja, FASE, etc.
3. Bidra med å styrke tverrfaglig kommunikasjon og koordinering mellom tjenestene.

Aktiv, meningsfull og trygg alderdom

1. Gjennom formidling sammen med tjenestene aktivt bidra til, at innbyggere i Senja kommune tar gode valg for egen alderdom og bosituasjon. Eks. gjennom Forebyggende hjemmebesøk for eldre, etc.
2. Stimulere til mer aktive voksne og eldre gjennom å promotere Frisklivsentralen, prosjekter og resultater fra undersøkelser i regi av Folkehelsekoordinatoren, etc.
3. Formidle informasjon om desentraliserte tilbud og tjenester i Innsatstrappa, gjennom samarbeid med de ulike tjenestene for eldre.

Intern kommunikasjon

Utvikling av intern kommunikasjon kan bidra til kultur- og organisasjonsutvikling og å nå flere delmål i [Kommuneplanens samfunnsdel 2025-2037](#).

1. Aktiv og framoverlent intern kommunikasjon, gjennom å gjøre aktuell informasjon og gode historier om ansatte lett tilgjengelig for alle ansatte, og bidra til at arbeidshverdagen blir enklere, styrke samspill- og utviklingskultur, dele kunnskap, påvirke holdninger positivt og bygge en felles kultur.
2. Formidle hvordan vi jobber med trepartssamarbeid og samhandling med innbyggerne, gjennom folkemøter, tilskuddordninger, nettverksbygging, kunnskap om interessentene, etc.
3. Bidra til å informere om resultater fra spørreundersøkelser og hvordan vi følger dem opp.

6 Handlingsplan og måling av tiltak

Vi tar utgangspunkt i en egen modell for måling av strategi og kommunikasjonsiltakene i en årlig handlingsplan. Vedlegg ved forespørsel.

7 Vedlegg

Kommunikasjonsplakaten

Kort oppsummering av kommunikasjonsplanen.

Kommunikasjonsveiledning

Dette er en veiledning fra kommunikasjonssjefen for hvordan vi best mulig kan kommunisere, informere og motta informasjon. Oversikten er ikke uttømmende, men dynamisk og oppdateres når nødvendig.

Veiledningen er for ledere og ansatte i Senja kommune, som kommuniserer og informerer på vegne av kommunen.

Årlig handlingsplan

Handlingsplanen baserer seg på målene i kommunikasjonsplanen, og type aktiviteter følger aktualitet i forhold til kommunestyrevedtak som gjøres innenfor de ulike satsningsområdene,

Vedlegg ved forespørsel.