

Kommunikasjonsstrategi for byggingen av ny Vestfold og Telemark fylkeskommune

1. Om dette dokumentet

Vestfold og Telemark fylkeskommuner er vedtatt sammenslått fra 1. januar 2020. Dette dokumentet beskriver kommunikasjonsstrategi for prosessen med å bygge nytt fylke, og gjelder fra det er vedtatt i fellesnemnda frem til kommunikasjonsstrategi for den nye fylkeskommunen er vedtatt.

kommunikasjonsstrategien er en levende plan, som oppdateres fortløpende.

- For å bli en kommunikasjonsstrategi som er solid fundert i den reelle situasjonen i organisasjonene, og i tråd med prosjektledernes og politisk ledelses ønsker, er første leveranse å betrakte som en foreløpig plan, som justeres før politisk behandling.
- Faktagrunnlag innhentes i mars.
- En kort innspills- og forankringsprosess med politisk og administrativ ledelse samt tillitsvalgte og vernetjeneste foretas i mars/april.

Del 1 av dokumentet beskriver overordnede prinsipper for hvordan kommunikasjonsarbeidet skal utøves.

Del 2 av dokumentet er en tiltaksplan, og oppdateres fortløpende (vedlegg til planen).

2. Hovedprinsipper: Åpen, aktiv, forutsigbar og samtidig

ÅPEN: Prosessen med å bygge nytt fylke skal preges av åpenhet. Informasjon om prosessen skal være tilgjengelig for alle til enhver tid. Relevant informasjon skal være brukervennlig og lett å finne.

AKTIV: Vi skal ta initiativ til informasjonstiltak i god tid, slik at ansatte, innbyggere, samarbeidspartnere og andre målgrupper er orientert om saker de er interessert i. Aktiv internkommunikasjon betyr at ledere og medarbeidere skal informere hverandre i god tid for å sikre medvirkning, dialog og samhandling, og at det legges opp til gode felles interne kanaler.

FORUTSIGBAR: Informasjon om prosessen skal i størst mulig grad være planmessig og forutsigbar.

SAMTIDIG: Informasjon skal gjøres tilgjengelig samtidig i begge fylkeskommunene, i den grad dette er praktisk mulig.

All informasjon vi publiserer i alle våre kanaler skal være korrekt og kvalitetssikret. Medier som dekker regionreformen stiller ikke nødvendigvis like strenge krav til sitt innhold, Det er

ikke en ambisjon å være ute med informasjon samtidig som mediene, men å ha korrekt og kvalitetssikret informasjon tilgjengelig i egne kanaler så raskt som mulig.

3. Utfordringsbildet

Arbeidet med kommunikasjon må bygge på og evalueres opp mot fakta; det er derfor vesentlig at kommunikasjonsarbeidet funderes i regelmessige interne og eksterne undersøkelser og innspillprosesser.

Hovedutfordringene vurderes foreløpig til å være:

FORMÅL: Målsetningen og formålet med sammenslåingen kan virke uklart.

NEGATIVITET: Vi bygger det nye fylket etter en prosess som til en viss grad var preget av politisk uenighet og tautrekking mellom fylkene.

UAVKLART:

- Uavklarte arbeidsforhold for deler av organisasjonen kan føre til usikkerhet for enkelte ansatte, og særlig i Vestfold ettersom hovedsetet er lagt til Skien.
- I påvente av Stortingets behandling av ekspertutvalgets forslag, er oppgavene til den nye fylkeskommunen heller ikke klare.

IDENTITET: Byggingen av en ny organisasjon utfordrer identiteten i begge fylker (eksternt) og i begge organisasjoner (internt).

USYNLIGHET: Mange har et uklart bilde av hva fylkeskommunen er og hvilke oppgaver vi løser i samfunnet. Det er en demokratisk utfordring at få engasjerer seg i det regionale forvaltningsnivået, og at få stemmer ved fylkestingsvalg.

Utfordringsbildet vil være gjeldende både eksternt og internt, men vurderes som mest kritisk internt, med kompetanseflukt som en mulig konsekvens.

4. Ønsket situasjon

På bakgrunn av utfordringsbildet tegnes det opp en ønsket situasjon der det nye fylket bygges på solid politisk enighet og vilje, og administrative gode prosesser mellom de to opprinnelige fylkene:

- De ansatte er godt orientert om prosessen, og opplever seg ivaretatt av arbeidsgiver i forhold til utfordringene de opplever ved å stå i et uavklart arbeidsforhold over lengre tid.
- Målsetningen med reformen og eventuelle nye oppgaver er tydelige for både ansatte, samarbeidspartnere og innbyggere i den nye regionen.
- Den nye regionen har aktualisert og revitalisert fylkeskommunes posisjon som forvaltningsnivå. Det er tydelig hvilke oppgaver den nye fylkeskommunen vil løse bedre i fellesskap enn det de to opprinnelige fylkene gjorde hver for seg.

- Vi har fokus på felles identitet og muligheter i den nye regionen, uten at vi underslår utfordringene knyttet til kulturforskjeller.

5. Kommunikasjonsmål

Kommunikasjonsarbeidet i prosessen med å bygge ny fylkeskommune skal være et strategisk virkemiddel som bidrar til å løse utfordringsbildet beskrevet tidligere i dokumentet, og som bidrar til å flytte oss fra utfordringsbildet til ønsket situasjon.

Det er definert et overordnet kommunikasjonsmål som skal være retningsgivende for all kommunikasjonsinnsats. Det overordnede kommunikasjonsmålet er:

Synliggjøre formålet og mulighetene som ligger i den nye regionen. Legge til rette for en transparent og forutsigbar prosess som er lett tilgjengelig for hele organisasjonen.

Del-kommunikasjonsmål er:

Utfordringen med at formålet med regionreformen er utydelig, og at prosessen frem mot enighet var preget av negativitet, svares opp kommunikasjonsmessig:

- Kommunikasjonsmål: Synliggjøre gevinstene og mulighetene som ligger i den nye regionen. Legge til rette for en transparent og forutsigbar prosess som er lett tilgjengelig for hele organisasjonen.

Utfordringen med mange uavklarte forhold over en lang periode svares ut kommunikasjonsmessig:

- Kommunikasjonsmål: Sørge for at informasjon om sammenslåingsprosessen, særlig det som er relevant for ansattes arbeidsforhold, til enhver tid er oppdatert og tilgjengelig i våre kanaler. Tilrettelegge for fysiske møter og dialog, og gi kommunikasjonsstøtte til ledere.

Utfordringen med å bygge en ny organisasjon og et nytt fylke svares ut kommunikasjonsmessig:

- Kommunikasjonsmål: Synliggjøre og fokusere på felles identitet og muligheter i den nye regionen, uten å underslå utfordringene knyttet til kulturforskjeller.

Utfordringen med at fylkeskommunen har vært et lite synlig forvaltningsnivå svares ut kommunikasjonsmessig:

- Kommunikasjonsmål: Synliggjøre fylkeskommunens forsterkede samfunnsrolle i en ny, større og mer slagkraftig region.

6. Målgrupper

Proessen med å bygge en ny fylkeskommune har en bred og sammensatt interessentgruppe. Kommunikasjonsarbeidet skal rettes mot både interne og eksterne målgrupper, men det vil likevel være viktig å legge ekstra vekt på god og regelmessig informasjon til de ansatte i prosessen.

De mest sentrale interessentene er:

- Ansatte
- Innbyggere
- Kommunene
- Næringsliv
- Samarbeidspartnere og nettverk
- Folkevalgte
- Tjenestemottakere

For å nå kommunikasjonsmålet i en krevende omstillingsperiode er det vesentlig å prioritere målgruppene.

De prioriterte målgruppene er:

- Ansatte på fylkeshuset
- Ansatte på eksterne virksomheter
- Innbyggere (i forbindelse med valget 2019)

7. Hovedbudskap

Interne budskap formuleres i dialog med prosjektleder.

Eksterne budskap avhenger av en god innspillprosess og politisk og administrativ forankring. Foreløpige forslag til budskap er:

- Vestfold og Telemark fylkeskommune er en ny og styrket organisasjon, som vil ivareta hele regionens interesser enda bedre enn de tidligere fylkeskommunene kunne.
- Vi bygger en ny fylkeskommune, vi slår ikke bare sammen to organisasjoner.
- Fylkeskommunen får flere oppgaver gjennom ekspertutvalget. Det krever større organisasjoner for å løse de nye oppgavene.

8. Kommunikasjonskanaler

Fylkeskommunens egne kanaler skal være det foretrukne stedet for informasjon om den nye fylkeskommunen. Informasjon i fylkeskommunens kanaler skal være korrekt, fullstendig og kvalitetssikret.

Følgende hovedkanaler brukes til informasjon i prosessen med å bygge ny fylkeskommune.

- www.vtfylke.no: felles nettside for prosjektet. Nettsiden skal ikke informere om de to fylkeskommunenes ordinære virksomhet, men bidra til enhetlig og samtidig kommunikasjon om prosessen med å bygge ny fylkeskommune.
- Lederkanalen: Nærmeste leder er den viktigste kanalen for informasjon for den ansatte, og lederstøtte er et av de viktigste tiltakene i sammenslåingsfasen.
- Møter: Det skal jevnlig avholdes allmøter for de ansatte på fylkeshusene, da disse er mest berørt av prosessen. Dialog og samhandling med hele organisasjonen sikres via jevnlig møter på team/seksjons- og avdelings/virksomhetsnivå. Andre typer dialogmøter vurderes fortløpende ut i fra behov.
- De allerede etablerte sosiale mediekanalene til hver fylkeskommune. Etablering av felles sosiale medieplattformer vurderes.

9. Organisering, roller og ansvar

Fellesnemnda vedtar overordnede prinsipper for kommunikasjonen, jf. dette dokumentet. Prosjektleder for sammenslåingen vil ha det formelle ansvaret for kommunikasjonsarbeidet i forbindelse med etableringen av ny fylkeskommune. Kommunikasjonssjefene i begge organisasjoner har et strategisk og utøvende ansvar for kommunikasjonsarbeidet.

Samtidig påligger det et betydelig kommunikasjonsansvar i de eksisterende organisasjonene, i tråd med etablerte prinsipper: Kommunikasjon er et lederansvar. Lederne og mellomlederne har et særlig ansvar for å legge til rette for møteplasser, for å sikre god dialog rundt spørsmål de ansatte er opptatt av, og for å bringe eventuelle problemstillinger videre i linja eller til prosjektledelsen.

Tillitsvalgte har et medansvar i å bidra med god informasjon til de ansatte.

Talspersoner:

Politisk ledelse

Den øverste politiske ledelsen i fellesnemnda har ansvar for å gi politiske kommentarer og uttalelser på vegne av fellesnemnda.

Prosjektleder og fylkesrådmennene

Prosjektleder har det overordnede ansvaret for kommunikasjon om sammenslåingsprosessen.

Fylkesrådmennene i Telemark og Vestfold har et særlig ansvar for kommunikasjon i egne organisasjoner i prosjektperioden.

Spørsmål som gjelder overordnede mål og politikk, retningslinjer, budsjettsaker eller polemikk med politiske myndigheter skal bare håndteres av fellesnemndas øverste politiske ledelse.

Virksomhets-, avdelings- og seksjons/teamledere

Direktører/avdelingsledere, virksomhetsledere og team/seksjonsledere kan uttale seg om faglige spørsmål innen sine fag- og beslutningsområder i tråd med den enkeltes organisasjons mediereglement.

10. Grafisk profil

Det er utarbeidet en midlertidig grafisk profil som skal gjelde fram til 1.1.2020. Den grafiske profilen, med tilhørende malverk, skal brukes på dokumenter og flater som berører sammenslåingsprosessen.

Ny grafisk profil for Vestfold og Telemark fylkeskommune skal utarbeides og ferdigstilles innen juni 2019.

11. Tiltaksplan

kommunikasjonsstrategien følger prosjektplanens fremdriftsplan og oppdateres fortløpende. Internkommunikasjon har høyeste prioritet i sammenslåingsfasen.

For å minske utrygghet i organisasjonene og bygge ny, felles organisasjonskultur bør kommunikasjon og personal/HR samarbeide tett gjennom hele sammenslåingsfasen, med organisasjonenes verdier som utgangspunkt.

12. Budsjett

Midlertidig nettside	170 000
Lisenser, support og drift av midlertidig nettside	50 000
Midlertidig grafisk profil	100 000
Årlige innbyggeranalyser (nullpunktsanalyse)	200 000
Utvikling av ny, felles nettside	Spesifiseres i prosjekt digital fylkeskommune
Ny ansattportal (intern samhandlingsplattform)	Spesifiseres i prosjekt digital fylkeskommune
Ny grafisk profil og nytt fylkesvåpen	400 000
«Promoteringsfilm» for det nye fylket	Tilbud innhentes

Omskiltning av bygninger og virksomheter	Utredes
<p>Støtte til kommunikasjonsarbeid i sammenslåingsprosessen.</p> <p>I 2018 og 2019 skal kommunikasjon for eksisterende organisasjoner ivaretas samtidig med nye oppgaver:</p> <ul style="list-style-type: none">• kommunikasjon om sammenslåingsprosessen• opprettelse og drift av midlertidige kanaler• oppbygging av ny kommunikasjonsinfrastruktur for ny fylkeskommune <p>Kommunikasjon er et helt sentralt strategisk virkemiddel for å bidra til gode omstillingsprosesser. Det er krevende arbeid som vanskelig lar seg utføre "på sida" av andre oppgaver. For å sikre et strategisk og kvalitetsmessig godt kommunikasjonsarbeid i omstillingen, ser vi behov for å styrke kapasiteten på kommunikasjon i perioden.</p>	Utdypes nærmere