



Asker  
kommune

# Kommunikasjonsstrategi for perioden 2012-2015

- MULIGHETENES KOMMUNE -



## Innledning

Asker kommunes kommunikasjonsstrategi er et fireårig styringsdokument som gir føringer for arbeidet med kommunens handlingsprogram og virksomhetsplaner, så vel som alles kommunikasjon i det daglige.

Kommunikasjonsstrategien bygger på Asker kommunes visjon og verdier, samt prinsippene i den statlige kommunikasjonspolitikken (ligger vedlagt). Kommunikasjonsstrategien er utarbeidet på bakgrunn av en analyse av dagens ståsted, trender og utviklingstrekk samt behov og ønsker. Analysen er nærmere utdypet i det vedlagte utfordringsdokumentet.

Det har skjedd store endringer på kommunikasjonsområdet i Norge de senere årene. Bruken av internett har eksplodert, sosiale medier gjør "alle" til journalister, og den enkelte innbyggers mulighet for innsyn og deltakelse har økt betraktelig. Dette stiller store krav til omstilling i kommunens måte å kommunisere på, og gir også nye muligheter for å trekke innbyggerne sterkere og oftere med i de demokratiske prosessene.

Målet med kommunikasjonsstrategien er å sikre helhet og sammenheng i kommunens kommunikasjonsarbeid og bidra til at kommunikasjon brukes som et strategisk virkemiddel i Asker kommune. Å bruke kommunikasjon strategisk vil si at man i alle valg også tar hensyn til at beslutninger og handlinger skal kommuniseres.

Kommunikasjon er aldri et mål i seg selv, men et virkemiddel for å nå kommunens mål og løse oppgaver på en effektiv og god måte. For å oppnå dette må kommunikasjon integreres tidlig i alle prosesser og være en naturlig del av all planlegging i Asker kommune. Her har kommunens ledere et spesielt ansvar.

Kommunikasjonsstrategien har blitt til etter bred involvering fra ulike grupper og enkeltpersoner i kommunen. Strategien peker i sluttkapittelet på de overordnede veivalgene for Asker kommunes kommunikasjonsarbeid i den neste fireårsperioden. Konkrete tiltak for å nå kommunikasjonsmålene skal årlig vurderes i kommunes ordinære planprosesser.

Lars Bjerke (sign.)  
rådmann

# Innhold

|  |        |
|--|--------|
| Innledning .....                               | - 1 -  |
| Innhold .....                                  | - 2 -  |
| Kommunikasjonsplakat .....                     | - 3 -  |
| Kommunikasjonsmål.....                         | - 4 -  |
| Demokrati og medvirkning.....                  | - 4 -  |
| Samfunnsutvikling .....                        | - 4 -  |
| Tjenester.....                                 | - 5 -  |
| Medarbeidere .....                             | - 6 -  |
| Ansvar og roller .....                         | - 7 -  |
| Generelle prinsipper.....                      | - 7 -  |
| Ulike roller og ansvar for kommunikasjon ..... | - 7 -  |
| Målgrupper .....                               | - 10 - |
| Kommunikasjonskanaler .....                    | - 11 - |
| Overordnede veivalg 2011-2014 .....            | - 13 - |
| Vedlegg: .....                                 | - 15 - |

# Kommunikasjonsplakat

Kommunikasjon er alles ansvar og et av verktøyene vi har for å løse den viktige jobben vi forvalter for kommunens innbyggere. Kommunikasjonsplakaten oppsummerer hva vår kommunikasjon skal kjennetegnes av.

## Visjon og verdier

- Asker kommunes kommunikasjon skal støtte opp under visjonen: Mulighetenes kommune
- All vår kommunikasjon skal kjennetegnes av våre verdier: åpenhet, troverdighet og gjensidig respekt

## Overordnet mål

**Asker kommunes kommunikasjon er lett å forstå og bidrar til dialog og medvirkning.**

Jeg skal kommunisere på en måte som er:

- tilpasset målgruppen - jeg er ansvarlig for at budskapet blir forstått
- inkluderende for alle uavhengig av alder, funksjonsdyktighet, kompetanse og kulturell bakgrunn
- aktiv og i forkant
- helhetlig for mottakeren uavhengig av hvordan kommunen er organisert

God kommunikasjon starter med den enkelte medarbeider.



# Kommunikasjonsmål

Asker kommunes kommunikasjonsutfordringer, både generelle og for de enkelte områdene, er nærmere utdypet i det vedlagte utfordringsdokumentet.

## Demokrati og medvirkning

Undersøkelser viser at Askers innbyggere mener kommunen er god til å informere om hvilke saker som diskuteres i politikken, men informasjon om satsningsområder, kommunale vedtak og resultater bør bli bedre. Kommunen kan også bli bedre på å stimulere til aktiv deltakelse i demokratiske prosesser.

Det er viktig å sikre fremtidig rekruttering til politiske verv, både på kort og lang sikt, og administrasjonen må være bevisst på at det å bygge et godt omdømme rundt politikerne og lokaldemokratisk virksomhet, kan bidra til dette. Bevissthet om de ulike rollene til folkevalgte og administrasjonen, er også viktig i begge grupper for å sikre best mulige prosesser.

Asker kommune har lenge arbeidet med å innhente brukernes synspunkter i utviklingen av tjenestene. Kommunen må være bevisst på hvordan de ulike innspillene brukes. Å be om tilbakemeldinger skaper i seg selv en forventning om at noe skal skje. Kommunen må bli flinkere til å kommunisere hvordan innspillene blir brukt.

### Mål for demokrati og medvirkning:

1. Vi gjør det enkelt for innbyggerne å få innsikt i beslutningsprosesser og delta i lokaldemokratiet.
2. Vi skaper oppmerksomhet om de folkevalgtes arbeid og bidrar til å sikre fremtidig rekruttering til politiske verv.
3. Vi gjør rollefordelingen tydelig og sikrer god dialog mellom politisk og administrativt nivå.
4. Vi kartlegger aktivt synspunkter fra innbyggere og brukere, og legger til rette for brukermedvirkning og dialog. Vi kommuniserer hvordan vi bruker innspillene.

## Samfunnsutvikling

Asker kommune har en utfordring i å vise innbyggerne hvordan samfunnsutviklingen vil bli, og sikre deltakelse i prosessene. Oppmerksomhet om samfunnsutvikling har kommet litt i bakgrunnen i forhold til informasjon om kommunens leveranse av tjenester. Kommunen gjennomfører det som er lovpålagt av informasjon og medvirkning knyttet til store planer, men har ikke noe system for å trekke innbyggerne bedre med i hele prosessen. Det er ofte de ressurssterke som lar seg høre.

Det er et mål for kommunen å utvikle det lokale næringslivet og tiltrekke seg bedrifter innenfor visse segmenter. Det er også et mål å snu pendlerstrømmen og få flere innbyggere til å arbeide "kortreist". Kommunen ønsker dessuten å få det lokale næringslivet mer på banen i felles satsninger for askersamfunnet.

Med mange relativt nye innbyggere har Asker en utfordring i å bygge askeridentitet. Informasjon om opplevelsestilbud i Asker, bør derfor først og fremst rette seg mot egne innbyggere. Andre målgrupper kan være konferansegjester, næringslivet og besøkende.

### **Mål for samfunnsutvikling:**

1. Vi synliggjør samfunnsutviklingen, skaper lokalt engasjement og sikrer innspill i planprosesser.
2. Vi skaper bevissthet om lokalt arbeidsliv og tiltrekker oss nye arbeidsplasser som passer inn i kommunens langsiktige planer.
3. Vi bygger Asker-identitet blant våre innbyggere og bidrar til at Asker oppleves som en god kommune å bo i, jobbe i og besøke.

## **Tjenester**

Innbyggerne skal kjenne sine rettigheter og plikter og ha enkel tilgang til den informasjonen de trenger. I mange tilfeller overøses innbyggerne av informasjon på et tidspunkt da de selv ikke opplever at de trenger det, mens informasjonen blir mer sparsom eller uteblir lenger ut i prosessen. Det er behov for en sterkere orientering mot informasjon på brukernes premisser.

Innbyggerne oppfatter stort sett kommunen som åpen i sin kommunikasjon, men mener kommunen blir mer lukket når saker blir vanskelige eller ubehagelige.

Informasjon om tjenester gis hovedsakelig gjennom tre kanaler: kommunens nettsider, Servicetorget og egne ansatte. Det er en utfordring å sikre at kommunikasjonen gjennom de tre kanalene er samstemt, slik at kommunen fremstår helhetlig utad. For å sikre et godt omdømme må det også være samsvar mellom brukernes forventninger og den tjenesten som leveres.

### **Mål for tjenester:**

1. Vår informasjon om kommunens tjenester er lett tilgjengelig og tilpasset brukerne.
2. Vår kontakt med tjenestebrukerne bygger på dialog. Det er samsvar mellom brukernes forventninger og det kommunen leverer.
3. Brukerne opplever informasjon om kommunens tjenester som helhetlig uavhengig av hvilken enhet de er i kontakt med og hvilken informasjonskanal informasjonen gis gjennom.

## Medarbeidere

Ansattes foretrukne informasjonskanaler for intern informasjon er INNsiden, e-post og nærmeste leder. INNsiden bør brukes til informasjon som skal nå alle. Lokale ledere må videreformidle viktig informasjon til ansatte som ikke bruker pc i det daglige. Det er viktig med åpenhet, også underveis i prosesser.

De ansatte er et virkemiddel for å bygge opp gode tjenester og har den største kontaktflaten mot kommunens tjenestemottakere. Den interne informasjonen må sørge for at de ansatte er oppdatert på og føler eierskap til det som skjer i kommunen, slik at de er i stand til å være gode informasjonsbærere til kommunens innbyggere, og bringe synspunkter fra innbyggerne videre til kommunens ledelse.

Det vil bli stort behov for arbeidskraft i årene fremover, spesielt innen områdene helse og omsorg og oppvekst. Vi må være bevisst på at vi i fremtiden kommer til å trenge både breddekompetanse og spesialistkompetanse slik at vi gjennom rekrutteringstiltak snakker til ulike typer mennesker med ulik bakgrunn. Asker kommune har et godt omdømme. Dette må brukes både til å beholde medarbeidere vi har, og til å rekruttere nye. Også i arbeidet med å beholde og rekruttere medarbeidere må det være samsvar mellom forventninger og muligheter.

### Mål for medarbeidere:

1. Vår interne kommunikasjon er kjennetegnet av åpenhet og dialog og bidrar til å bygge en felles bedriftskultur.
2. Den interne kommunikasjonen bidrar til en effektiv og hensiktsmessig utførelse av arbeidet, fremmer samhandling mellom enhetene og sørger for gode serviceholdninger internt i organisasjonen og ut mot innbyggerne.
3. Vi styrker Asker kommunes attraktivitet som arbeidsgiver gjennom systematisk arbeid med omdømme.



# Ansvar og roller

## Generelle prinsipper

### **Kommunikasjon er et lederansvar**

Ledere på alle nivåer er ansvarlig for at kommunikasjon og informasjon brukes på en profesjonell og etisk forsvarlig måte både internt og eksternt.

### **Kommunikasjonsansvaret følger linjeprinsippet**

Linjeprinsippet innebærer at ansvaret for informasjon og kommunikasjon følger ansvaret for en oppgave eller en sak. Kommunikasjon er et virkemiddel på lik linje med andre virkemidler for at kommunen skal nå ønskede resultater, og må integreres tidlig i arbeidsprosessene.

### **Alle har ansvar for kommunens omdømme**

Ansatte, ledere, tillitsvalgte og folkevalgte blir oppfattet som kommunens "ambassadører". Alle har derfor et selvstendig ansvar for å bidra til at kommunens tillit og omdømme blir ivaretatt.

## Ulike roller og ansvar for kommunikasjon

Ansvaret for kommunikasjon og informasjon er knyttet til roller. Samme person kan inneha ulike roller i ulike sammenhenger. En leder kan for eksempel også være ansatt og innbygger.

Det kan være vanskelig for mottakerne av informasjon å skille hvilken rolle den enkelte er i til enhver tid. Det gjør det ekstra viktig å være ryddig og tydelig slik at rollene ikke blandes i vår kommunikasjon med omverdenen.

### **Ordfører**

Ordføreren er kommunens øverste politiske leder og representerer kommunen utad. Ordføreren er et bindeledd mellom folkevalgte organ og administrasjonen.

### **Rådmann**

Rådmannen er øverste leder for kommunens administrasjon, og som sådan også øverste ansvarlige for all kommunikasjon fra kommunen.

Rådmannen er ansvarlig for at kommunikasjonsstrategien settes ut i livet og at kommunikasjon brukes som et strategisk virkemiddel i Asker kommune. Innenfor rammene av kommunikasjonsstrategien tar rådmannen beslutninger om regler og retningslinjer for kommunikasjon og ressursfordeling på kommunikasjonsområdet.

Rådmannens ledergruppe er ansvarlig for at kommunikasjonsstrategien følges opp innenfor egne ansvarsområder.

## **Ledere**

Virksomhetsledere har eierskap til informasjon på eget fagområde, og skal følge opp kommunikasjonsstrategien gjennom egne mål. Virksomhetslederne skal sikre at kommunikasjonsstrategien er godt kjent og etterlevs i virksomheten.

Ledere på alle nivåer har ansvar for at informasjon i nettbaserte og papirbaserte kanaler om eget ansvarsområde er oppdatert og korrekt, og for at Servicetorget og andre i førstelinjen er oppdatert og kan gi korrekt informasjon til publikum.

Ledere har ansvaret for at den enkelte virksomhet effektivt samordner kommunikasjonen med tilgrensende virksomheter, både kommunale, statlige og private, slik at informasjonen fremstår helhetlig for mottakeren.

Ledere skal informere sine medarbeidere om saker som angår virksomheten, avdelingen og den enkelte. Det skal legges vekt på å skape forståelse for bakgrunnen for beslutninger som er fattet.

## **Den enkelte medarbeider**

Alle ansatte har ansvar for å etterleve kommunikasjonsstrategien og følge vedtatte retningslinjer og rutiner for kommunikasjon.

Ansatte har ansvar for å dele relevant informasjon med andre i kommunen.

Ansatte har et selvstendig ansvar for å holde seg informert om kommunens organisasjon og om egen virksomhet og dens ansvarsområde.

## **Kommunikasjonstjenesten**

Kommunikasjonsmedarbeidernes oppgave er å gi råd, tilrettelegge og støtte i kommunikasjonsarbeidet.

## **Eksterne leverandører av kommunale tjenester og selskaper kommunen eier helt eller delvis**

Eksterne leverandører og selskaper som leverer tjenester til innbyggerne på vegne av kommunen, skal følge prinsippene i Asker kommunes kommunikasjonsstrategi. Retningslinjer om hvilke parter som kan uttale seg, og om hva, legges inn i anskaffelsesdokumenter og kontrakter.

## **Tillitsvalgte og vernetjenesten**

Tillitsvalgte og vernetjenesten har en fristilt rolle for å kunne ivareta sine oppgaver. De er ikke bundet av kommunikasjonsstrategien, men må være bevisst på hvordan utspill og uttalelser kan påvirke kommunens omdømme.

## **De folkevalgte**

De folkevalgte har ulike roller; arbeidsgiverrollen, styringsrollen og ombudsrollen, og må være bevisst på det i sin kommunikasjon. Ledere av komiteer, råd og utvalg må også være bevisst på hvordan de kommuniserer når de uttaler seg på vegne av komiteen, rådet eller utvalget.

De folkevalgte omfattes ikke av Asker kommunes kommunikasjonsstrategi. Folkevalgtes ansvar og roller i Asker kommunes kommunikasjon og omdømmebygging vurderes av de folkevalgte selv i arbeidet med folkevalgtes arbeidsvilkår, og tas inn i opplæringsprogrammet for kommunestyret.

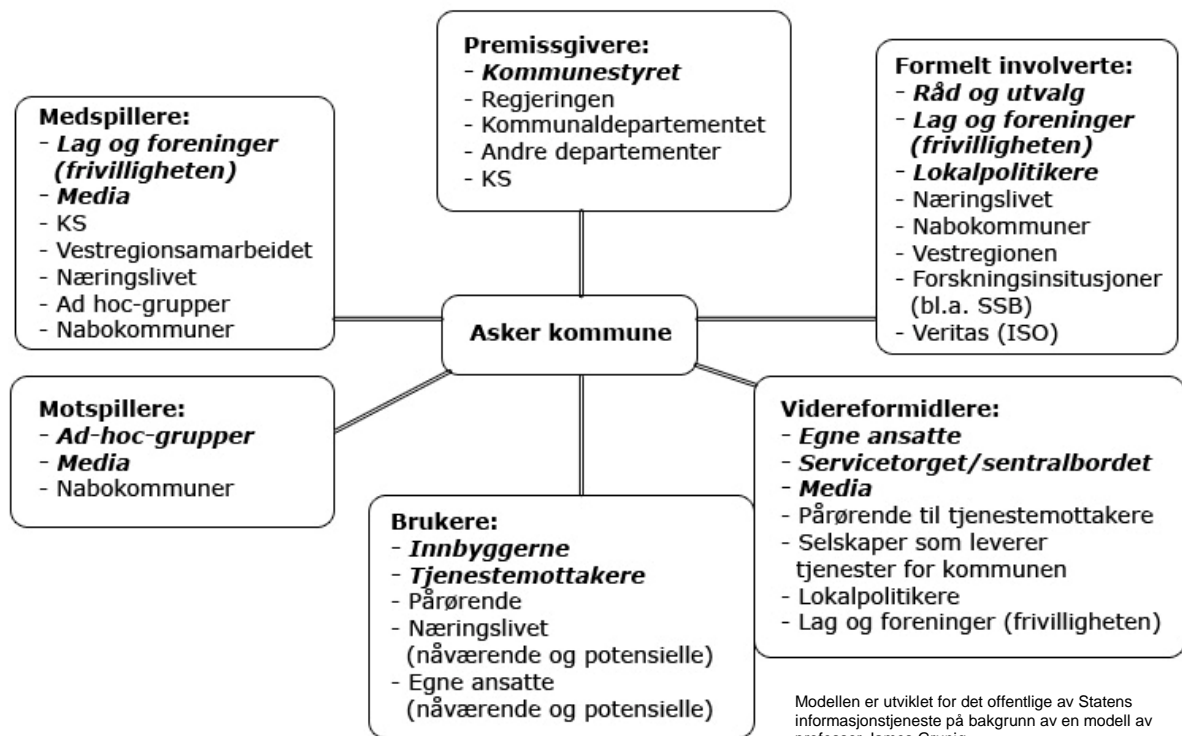
# Målgrupper

Asker kommune forholder seg til mange og til dels svært ulike målgrupper i sin kommunikasjon:

- de som tildeler ressurser og legger premisser for kommunens virksomhet
- de som er formelt involvert gjennom samarbeid eller som leverandører av faglig kunnskap
- videreformidlere som kommunen kan samarbeide med og benytte seg av for å nå frem på arenaer og til målgrupper som det kan være vanskelig å nå direkte
- sluttbrukere som er de som mottar tjenester og service og har rettigheter og plikter på de områdene kommunen har ansvar for
- mulige medspillere og utfordrere i kommunens kommunikasjon med omverden

Forskjellige målgrupper krever ulike former for kommunikasjon.

Interessentkartet under viser noen av de viktigste aktørene i Asker kommunes omverden på overordnet nivå, og hvilke funksjoner og roller disse aktørene kan ha. En og samme aktør kan ha ulike roller i forhold til kommunen og dermed befinne seg i flere kategorier.



Interessentkartet bidrar til å bli bevisst på hvor *viktige* de forskjellige aktørene er for virksomheten eller for en sak, og hva slags *relasjoner* vi har med de forskjellige aktørene eller interessentene. Det er nødvendig å prioritere hvilke målgrupper som er de viktigste å nå. Asker kommunes prioriterte målgrupper innenfor hver kategori er satt i kursiv.

Interessentkartet kan også brukes i enkeltsaker. Da settes saken i sentrum og ulike målgrupper defineres ut fra den rollen de har i forhold til aktuell sak.

# Kommunikasjonskanaler

Asker kommune har ulike målgrupper å forholde seg til og fremstår også selv i ulike roller: som politisk beslutningsmyndighet, som forvaltningsorganisasjon og som tjenesteyter. Dette krever bevissthet omkring valg av best egnede kommunikasjonskanaler. Folks endrede kommunikasjonsvaner innebærer også et nytt kommunikasjonslandskap med stadig nye kanaler, større krav til interaktivitet, innsyn i offentlig forvaltning og universell utforming.

Valg av kommunikasjonskanal skal baseres på hvilken kanal som vil gi best effekt i den enkelte situasjon ut fra kostnadseffektivitet. Det kan ofte være nyttig å se bruk av ulike kanaler i sammenheng.

## Elektroniske kanaler

Elektronisk kommunikasjon skal være den primære kommunikasjonskanalen mellom innbyggerne og kommunen. Elektroniske kanaler omfatter blant annet nettsider, sosiale medier, mobile løsninger, e-post, chat og sms.

Kommunens nettside [www.asker.kommune.no](http://www.asker.kommune.no), skal være hovedkanalen for informasjon om kommunens tjenestetilbud, ansvarsområder og politiske saker. Her skal innbyggerne og andre interessenter finne det de trenger samlet på ett sted. Gode nettsider sikrer innbyggere mulighet for selvbetjening og døgnåpen forvaltning. Andre elektroniske kanaler brukes til å skape oppmerksomhet om informasjon på nettsidene, og til dialog. Som underlag for å utvikle nye internettsider for Asker kommune vil det bli utarbeidet en nettstrategi som peker ut retningen for utvikling av elektroniske kanaler sett i sammenheng.

De senere årenes oppblomstring av sosiale medier gir kommunen helt nye muligheter for å følge med på hvordan innbyggerne oppfatter kommunen og for dialog med enkeltpersoner og grupper. I etterkant av kommunikasjonsstrategien vil det bli utarbeidet retningslinjer for Asker kommunes bruk av sosiale medier.

Fra 1. juli 2011 stilles det krav gjennom diskriminerings- og tilgjengelighetsloven om universell utforming av nettsider og IKT-løsninger som underbygger virksomhetens alminnelige funksjoner. Både ansvarlige for nettsider og eiere av informasjon som skal legges ut elektronisk, må ta hensyn til dette når informasjonen utarbeides.

## Personlig kontakt

De ansatte møter brukerne gjennom sitt arbeid hver dag. De er den største kontaktflaten Asker kommune har med sine innbyggere, og den viktigste kommunikasjonskanalen. "Ansikt til ansikt" er den kommunikasjonsformen som har størst gjennomslagskraft. Vi stoler mer på den informasjonen som kommer fra levende mennesker. I det personlige møtet ligger det unike muligheter for å kunne forklare nærmere og sjekke om budskapet blir forstått. Både ledere og ansatte må være bevisst på hvordan denne kommunikasjonskanalen brukes i dette daglige.

## **Servicetorget**

Servicetorget yter tjenester til dem som ikke kan nyttiggjøre seg informasjon på nett, eller som har spørsmål som er for kompliserte eller sammensatte til at de enkelt kan besvares på nett. Det er viktig at det er sammenheng mellom informasjonen på nettsidene og den informasjonen Servicetorget gir. Servicetorget skal alltid holdes oppdatert om viktige begivenheter og om endringer i tjenestetilbudet til kommunen.

## **Media**

Aviser, radio og tv når ut til mange mennesker og er dermed en viktig informasjonskanal. Et godt forhold til media er viktig for å sikre en god dekning av kommunens aktiviteter. I etterkant av kommunikasjonsstrategien vil det bli utarbeidet retningslinjer for mediekontakt i Asker kommune. Retningslinjene vil både gi nærmere bestemmelser om uttalelser til media og gi gode råd for mediekontakt.

## **Papirbaserte kanaler**

Papirbaserte kanaler kan være for eksempel brev, brosjyrer, magasiner, oppslag, annonser, trykte dokumenter og lignende. Papirbaserte kanaler kan være både nødvendig og nyttig i mange sammenhenger. De har imidlertid også noen begrensninger. Før papirbaserte kanaler velges, må det tas stilling til effekt i forhold til produksjons- og distribusjonskostnader. Papirbaserte kanaler har også utfordringer knyttet til oppdateringer. Det er viktig å være oppmerksom på innvirkningen på miljøet gjennom produksjonsprosess og avfallshåndtering.

## **Grafisk profil**

Asker kommune skal fremstå som en helhet for ansatte, innbyggere og brukere. All informasjon skal vise hvem avsenderen er. Virksomhetene skal profileres visuelt på en helhetlig måte, og det skal være tydelig at det er Asker kommune som står bak. Retningslinjer for kommunens grafiske profil, finnes i kommunens grafiske profilhåndbok og i retningslinjer på INNSiden.

## **Språk**

Én av tre har problemer med å forstå hva det offentlige skriver. I all informasjon fra Asker kommune uavhengig av kanal, skal det legges vekt på å ha et klart og forståelig språk. I etterkant av kommunikasjonsstrategien vil det bli utviklet en språkprofil for Asker kommune med råd og retningslinjer for språkbruk.

## **Kriseinformasjon**

Alle krisesituasjoner har også et kommunikasjonsaspekt. De fleste kriser bærer kimen i seg til også å bli en mediekrise. I krisesituasjoner kan det være behov for andre regler for kommunikasjon enn dem som gjelder i det daglige. Asker kommune har en egen kriseinformasjonsplan med retningslinjer for kommunikasjon i krisesituasjoner.

## Overordnede veivalg 2012-2015

En strategi består av tre hovedelementer: utgangspunktet; der vi er i dag, som er utdypet i det vedlagte utfordringsdokumentet, målet; dit vi ønsker å komme, som er utdypet i kapitlene foran og de veivalgene vi må ta for å komme dit. Dette kapitlet inneholder de overordnede veivalgene på kommunikasjonsområdet for Asker kommune i neste fireårsperiode. Konkrete tiltak skal hvert år beskrives og tas inn i kommunens ordinære planverk.

### Digital kommunikasjon

- Internett skal være hovedkanalen for informasjon fra Asker kommune. Som en oppfølging av kommunens IKT-strategi vedtatt i november 2010, skal det utarbeides nye nettsider for kommunen. De nye nettsidene skal være brukertilpasset samtidig som de ivaretar kompleksiteten i kommunens ulike oppgaver. Det skal legges vekt på kvalitet i innhold og oppdateringer. Det skal sikres tilpasning til andre plattformer som mobil og sosiale medier.
- Sosiale medier skal tas i bruk som en kanal for dialog og for kartlegging av omverdenens oppfatning av Asker kommune. Det skal utarbeides retningslinjer for kommunens bruk av sosiale medier med utgangspunkt i DIFIs veileder for bruk av sosiale medier i det offentlige.
- Intranettet INNsiden er Asker kommunes hovedkanal for intern informasjon. INNsiden skal utvikles i takt med nye muligheter og kommunens behov.

### Omdømme

- I samsvar med Arbeidsgiverpolitisk plattform skal det lages en rekrutteringsstrategi der Asker kommunes omdømme brukes aktivt for å beholde og rekruttere nødvendig kompetanse på kort, mellomlang og lang sikt.
- Kommunens omdømme skal brukes aktivt i arbeidet for å utvikle kommunens næringsliv i ønsket retning.
- I samarbeid med lokalt næringsliv og frivillige organisasjoner skal kommunen markedsføre Askers mange tilbud overfor egne innbyggere, lokalt næringsliv og besøkende.

### Media

- Det skal utarbeides medieretningslinjer for Asker kommune med råd om mediekontakt og retningslinjer for hvem som kan uttale seg om hva.
- Medieopplæring legges inn i kommunens lederopplæring. Ledere med mye mediekontakt skal gjennomgå egen medietrening.
- Når kommunen kjøper tjenester på det eksterne markedet, skal retningslinjer om hvilke parter som kan uttale seg, og om hva, legges inn i anskaffelsesdokumenter og kontrakter.
- Asker kommune skal følge med på hvordan kommunen omtales i media og samfunnet forøvrig og bruke denne kunnskapen aktivt i kommunikasjonsarbeidet.

## **Service og tilgjengelighet**

- Gjennom lederopplæring og bevisstgjøring av ansatte skal det jobbes med å utvikle gode serviceholdninger i Asker kommune, både internt og eksternt. Brukerne skal settes i sentrum, og det skal legges vekt på helhetlig kommunikasjon og samhandling mellom enhetene i kommunen.
- Standardene for universell utforming skal legges til grunn for kommunens skriftlige og muntlige kommunikasjon. Det skal vurderes hvordan kommunikasjon med fremmedspråklige innbyggere kan gjøres bedre.
- Med bakgrunn i statens klarspråksprosjekt og andre kommuners erfaringer skal det utarbeides en språkprofil for Asker kommune.
- Kommunens ansatte skal få opplæring i bruk av klart språk, blant annet gjennom lederopplæringen og i kommunens saksbehandleropplæring.

## **Demokrati og medvirkning**

- Det skal gjøres tiltak for å stimulere til og gjøre det enkelt for innbyggerne å delta aktivt i de demokratiske prosessene, blant annet gjennom ny demokratiportal på kommunens nettsider.
- Det skal ses på nye muligheter for innbyggerdialog knyttet til store planer.
- Det skal legges vekt på å skape arenaer i Asker som gir muligheter for dialog fysisk, metodisk og elektronisk.
- De enkelte virksomheter og avdelinger skal vise hvordan innspill fra brukerne blir brukt i arbeidet med å forbedre tjenestene.

## **Folkevalgtes ansvar og roller**

- Folkevalgtes ansvar og roller i Asker kommunes kommunikasjon og omdømmebygging vurderes av de folkevalgte i arbeidet med folkevalgtes arbeidsvilkår, og tas inn i opplæringsprogrammet for nytt kommunestyre.

## **Implementering av kommunikasjonsstrategien**

- Ved gjennomgang og revidering av kommunens målekart skal det vurderes om kommunikasjonsstrategien skal gi nye føringer og mål.
- Det skal legges inn tiltak for å nå målene i kommunikasjonsstrategien i det årlige arbeidet med handlingsprogram og virksomhetsplaner.
- Det skal gjøres en gjennomgang av organisering og bemanning av kommunens informasjonsfunksjon. Ansvar og arbeidsmåter for at Asker kommune best kan bruke kommunikasjon som strategisk virkemiddel, skal gjennomgås.



## **Vedlegg:**

- Utfordringsdokument
- Kommunikationsplakat for Asker kommune
- Statens kommunikasjonspolitikk

