



---

Regionreform 2018-2020

# Kommunikasjonsplan

---



# 1. Innleiing

Sammenslåinga til eit nytt storfylket på Vestlandet er ei stor omstilling for dei tilsette i dagens to fylkeskommunar og for innbyggjarane i fylka. Open og samkøyrd kommunikasjon er avgjerande for å lukkast med omstillinga og for å nå interne og eksterne mål.

Samanslåinga gjev ein større og meir kompleks organisasjon både fagleg, geografisk og kulturelt. Det kan få konsekvensar for dei tilsette. Strategiske satsingar blir realiserte gjennom samhandling på tvers av etablerte linjer. Alt dette gjev eit auka kommunikasjonsbehov både internt og eksternt.

Kommunikasjonsplanen omhandlar og avgrensar seg til kommunikasjonsarbeidet i samanslåingsprosessen frå januar 2018 fram til samanslåinga 1. januar 2020. Planen etablerer mellom anna tydelege mål og kommunikasjonsprinsipp. Han skal gje ei tydeleg og sams

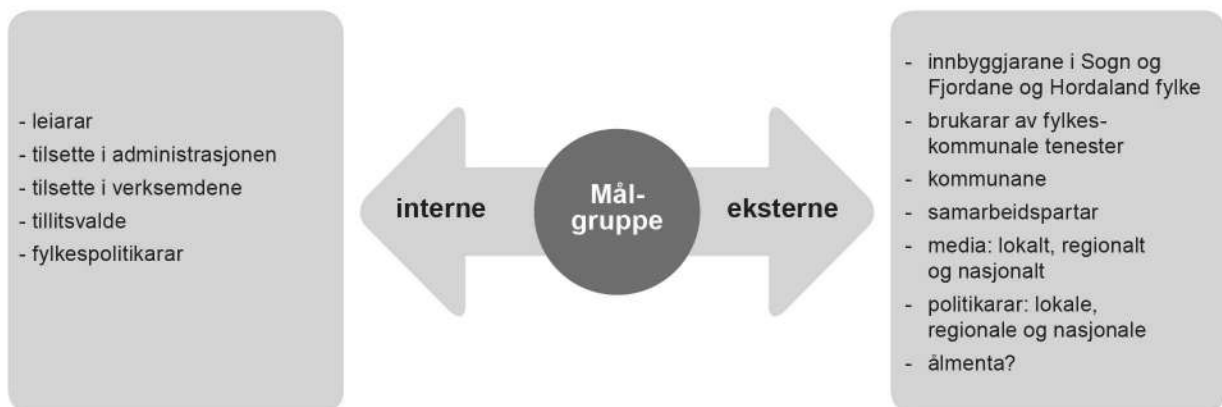
retning på kommunikasjonsarbeidet i dei to fylka og er eit viktig strategisk verktøy. Verdiane i dei to fylka og dei etablerte husreglane for samanslåinga gir føringar for prinsippa.

Vidare vil planen gje oversyn over prioriterte målgrupper, sette tydelege kommunikasjonsmål og peike ut hovudkanalane for kommunikasjon i den avgrensa perioden. Operative tiltaksplanar blir laga fortløpande etter behov.

Føringar for arbeidet er kommunelova § 4, som seier at fylkeskommunane skal drive "aktiv informasjon om sin virksomhet" og "legge forholdene best mulig til rette for offentlig innsyn". Vidare krev offentleglova at vi legg til rette for innsyn i offentlege dokument, og meiroffentlegheitsprinsippet er også førande for å jobbe for openheit i prosessen.

# 2. Målgrupper

**Vi må vite kven målgruppene våre er for å nå fram med informasjon. Då kan vi kommunisere tilpassa og effektivt.**



# 3. Kommunikasjonsmål

Vi set tydelege mål og jobbar strategisk. Hovudmålet er samkøyrd og open kommunikasjon.

## Interne kommunikasjonsmål

Kommunikasjonen skal

- skape tryggleik, tillit og forståing i prosessen
- vere aktiv, tydeleg og regelmessig
- bidra til engasjement rundt det å bygge ein ny, felles kultur og eit nytt arbeidsfellesskap
- vere tilgjengeleg og gjere det enkelt for tilsette å finne relevant informasjon
- bidra til skape involvering og dialog

## Eksterne kommunikasjonsmål

Kommunikasjonen skal

- skape engasjement om den nye regionen, dei nye oppgåvene og det nye folkevalde nivået
- synleggjere kva oppgåver og tenester det nye fylket har som samfunnsaktør
- vere aktiv og tilgjengeleg for målgruppene
- legge grunnlaget for å bygge ein ny identitet i storfylket

# 4. Kommunikasjonsprinsipp

For å nå måla og målgruppene, følgjer vi kommunikasjonsprinsipp som syter for aktiv, samordna og brukarvenleg kommunikasjon. Vi legg til rette for dialog, og for at leiarane skal vere gode på kommunikasjon – både internt og eksternt.

## Kommunikasjonsprinsipp i samanslåingsprosessen

- Kommunikasjonen skal vere aktiv mot alle målgrupper og dekke milepælar og utvikling i prosessen.
- Vi skal ha samordna kommunikasjon i kanalane vi nyttar for å nå målgruppene.
- Kommunikasjonen skal vere lett tilgjengeleg, skape engasjement og vere tydeleg med eit klart språk.
- Vi legg til rette for dialog, lyttar og svarar raskt.
- Vi skal bruke linja og ha leiarar som er synlege, til stades, godt informerte, og som tek med seg innspel frå tilsette vidare.

# 5. Kanalar

**Kommunikasjon må skje i fleire kanalar, for at vi skal nå fram med naudsynt informasjon til ulike målgrupper.**

Som hovudprinsipp skal dei nye, sams kanalane nyttast fram til 2020. Kommunikasjon om samanslåingsprosessen skal vere samordna mellom dei to fylka. I tillegg nyttar vi dei eksisterande, lokale kanalane fram til 1.1.2020.

## Lokale kanaler



## Lokale kanaler



## Eksternt

- **Nettstad:**

Vi etablerer ein førebels felles nettstad så snart som råd i 2018: [www.vlfk.no](http://www.vlfk.no)

Nettstaden skal innehalde all vesentleg informasjon om samanslåingsprosessen, t.d. bakgrunn, politiske prosessar, milepælar og nyhende om framdrift. Også interne målgrupper kan nytte nettstaden for enkelt å få informasjon om samanslåingsprosessen.

- **Sosiale medium:**

På Facebook og Twitter (og Instagram for Hordaland) har fylka i dag etablerte kanalar med mange brukarar der vi når fleire av målgruppene, med moglegheit for video og dialog. Det er hensiktsmessig å bygge opp sosiale medium-kanalar for det nye fylket når vi nærmar oss samanslåinga.

- **Pressekonferanse:**

Vi vurderer større sams pressekonferansar ved viktige milepælar og nyhende.

## Internt

- **Nyhendebrev:**

Vi etablerer eit felles nyhendebrev, som skal utformast i tett samarbeid med prosjektleiinga. Det vil innehalde vesentleg informasjon om milepælar, prosjektaktivitetar, framdrift, deltakarar i delprosjekta og anna. Nyhendebrevet vert sendt som e-post til kvar enkelt tilsett.

- **Samkøyrde allmøte:**

Prosjektleiar vurderer felles allmøte som kanal ny den nye organisasjonen tek form.



## 6. Ansvar for kommunikasjon

**Ansvar for kommunikasjon følger linja. Det betyr at politikarar, leiarar og tillitsvalde har eit generelt kommunikasjonsansvar, særleg innan ansvarsområdet sitt. Tilsette har eit eige ansvar for å halde seg informert. Alle skal bidra til at kommunikasjonsprinsippa vert følgde for å nå dei kommunikasjonsmåla som er sette.**

### Særleg kommunikasjonsansvar

**Fellesnemnda** har ei viktig rolle ved å utøve politisk kommunikasjon og dialog med innbyggjarar, media og andre målgrupper. Den politiske leiinga av fellesnemnda har ansvar for å uttale seg om politiske saker og vedtak. Fellesnemnda vedtek kommunikasjonsplanen.

**Prosjektleiari** har ansvar for å koordinere kommunikasjonen frå delprosjekt og bidra til god informasjon om status og framdrift i arbeidet. Prosjektleiaren uttalar seg i samråd med politisk leiing om det administrative arbeidet med å skape den nye fylkeskommunen, delprosjekta, framdrift og prosess.

**Fylkesrådmennene** har eit overordna ansvar for kommunikasjon i eigen organisasjon. Dei skal halde leiarar og tilsette regelmessig oppdaterte om prosessen og leggje til rette for dialog og medverknad. Fylkesrådmennene uttalar seg på vegner av eigen fylkeskommune og som administrative leiarar.

**Leiarar** har gjennom det ordinære linjeprinsippet ansvar for å informere og å invitere til dialog om spørsmål frå tilsette. Dei skal også bringe problemstillingar raskt oppover i linja i eigen organisasjon.

**Tilsette** har eit eige ansvar for å halde seg oppdaterte og søke informasjon om prosessen.

**Leiarar for delprosjektgrupper og arbeidsgrupper** har ansvar for god informasjonsflyt om status og framdrift i prosjektet til prosjektleiinga og andre relevante, interne målgrupper. Dei skal kontakte kommunikasjonseiningane der det er behov for intern eller ekstern kommunikasjonsfagleg bistand frå delprosjektet.

**Tilsettepresentantar, tillitsvalde og verneombod** har eit medansvar for å bidra til god kommunikasjon med dei tilsette. Dei skal løfte fram innspel frå tilsette og utfordringar til politisk og administrativ leiing.

**Kommunikasjonsavdelingane** har eit operativt ansvar for den løpande kommunikasjonen i ulike kanalar og skal gi kommunikasjonsfagleg bistand. Kommunikasjonsavdelingane skal syte for samordna kommunikasjon i dei ulike kanalane. Til å utføre arbeidet nyttar kommunikasjonsavdelingane breidda i den kommunikasjonsfaglege kompetansen.

## 7. Tiltaksplanar

**Vi følgjer opp kommunikasjonsplanen med operative planar knytte til milepælar og fasar i prosjektet.**

Tiltaksplanane vil skildre detaljerte verkemiddel og korleis vi vil jobbe strategisk for å nå måla. Til dømes vil vi lage ein eigen plan knytt til nytt fylkesvåpen.

# 8. Grafisk profil

For å kommunisere heilskapleg og vise to likeverdige fylkeskommunar som samla er på veg mot eit nytt storfylke på Vestlandet, har vi eit felles visuelt uttrykk med logo, skrifttypar, symbol og fargar.

## Bruk av førebels grafisk profil

Vi nyttar den førebelse grafiske profilen i all kommunikasjon som gjeld samanslåinga. Han skal nyttast på dokument, felles nettstad, sosiale medium, presentasjonar og anna. Den førebelse grafiske profilen gjeld fram til 1. januar 2020.

## Logo

Den førebelse logoen er dei to fylkesvåpena. Dei står i alfabetisk rekkefølge, eit prinsipp som er vanleg å nytte når likeverdige partar står samla. For Sogn og Fjordane og Hordaland er det også meir likevekt i det visuelle uttrykket når dei står alfabetisk.

Dei to fylka har fylkesvåpen med fargar som står i sterk kontrast til kvarandre. Det er difor også utforma logoar i gråtonar, noko som gjev meir balanse i uttrykket.



HORDALAND  
FYLKESKOMMUNE



SOGN OG FJORDANE  
FYLKESKOMMUNE

## Skrifttype

Vi har valt standard skrifttypar:

Font: Arial

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå  
1234567890

Nettfontar:

Overskriftar/ingress: Roboto (Google-font)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå  
1234567890

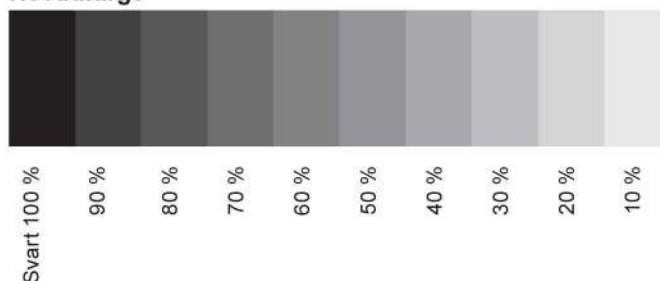
Brødtekst: Lato (Google-font)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå  
1234567890

## Fargar

Både Hordaland og Sogn og Fjordane har grått i dei grafiske profilane sine. Vi har difor valt grått som ein berande farge i den førebelse profilen. Vi nyttar ein rein, grå farge, i tillegg til nokre andre fargar.

### Hovudfarge



### Kontrastfargar



## Symbol

Vi har valt ein grafisk illustrasjon som karakteriserer landskapet i det nye storfylket:

### Grafisk element:

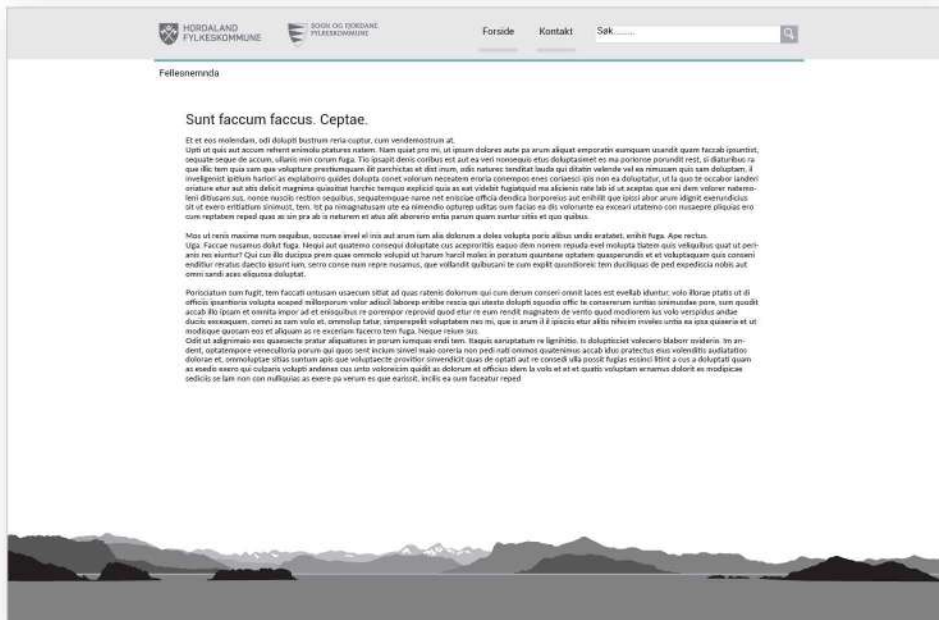


# Skisse ny sams nettsted

Forside:



Underside:





# HUSREGLAR

- **Vi blir betre saman enn kvar for oss.**  
Vi er alle likeverdige partar og møter kvarandre med respekt.
- **Vi finn dei beste løysingane i lag.**  
Vi har takhøgde og integritet i prosessane og er lojale til avgjerdene.
- **Vi lyttar og deler med kvarandre.**  
Slik skal vi nytte den einskilde sin verdifulle kompetanse, innsikt og erfaring.
- **Vi er offensive, vågar og tillèt feil.**  
Slik skal vi skape noko nytt og utvikle oss saman.
- **Vi snakkar med – ikkje om.**  
Slik sikrar vi dialog som er ærleg, direkte, open og vennleg.







