

NASJONAL SLAGKRAFT, REGIONAL ATTRAKTIVITET OG LOKAL IDENTITET

Forslag til kommunikasjonsstrategi for nye Ålesund kommune, første gang presentert 6. oktober 2016. Rev: nov./des. 2016, jan-17, april-17.

Innhold

Innledning.....	2
Bakgrunn og tidsløp.....	2
Mandat	3
Mål.....	3
Strategier	4
Åpen	4
Tilgjengelig.....	4
Troverdige og redelige	4
Samkjørt	4
Roller og ansvar	5
Politisk ansvar.....	5
Styringsgruppa/fellesnemndas ansvar	5
Administrativt ansvar	6
Prosjektkoordinator	6
Kommunikasjonsansvarlig.....	5
Budskap	6
Målgrupper.....	7
Målgruppeanalyse	8
Målgruppens behov	8
Kanaler.....	9
Tidsplan	10
Utfordringer i kommunikasjonen.....	10

Innledning

15. juni 2016 ble det inngått en intensjonsavtale om eventuell kommunesammenslåing mellom Sandøy, Skodje, Haram og Ålesund. Kommunestyret i Ålesund vedtok avtalen 22. juni, Skodje kommunestyre 29. juni og Sandøy i sitt kommunestyremøte 27. juni. Kommunestyret i Haram vedtok å trekke seg fra avtalen i sitt møte 22. juni. Ørskog beslutta å gå inn i den nye kommunen i november 2016.

Formålet med intensjonsavtalen er å skape et felles grunnlag for kommunene mot ei eventuell sammenslåing 1. januar 2020.

Målet med nye Ålesund kommune er i følge intensjonsavtalen å skape en sterk organisasjon for å utvikle regionen - i samspill med næringslivet, frivillig sektor, forsknings- og utdanningsinstitusjoner, og andre offentlige instanser- inn i fremtida.

De deltakende kommunene går sammen om å skape en ny kommune, ingen av kommunene skal inn i én av de eksisterende kommunene.

Både tettsted og bygder skal ta del i og finne sin plass i en helhetlig utvikling.

Bakgrunn og tidsløp

Stortinget vedtok i 2014 at det skal gjennomføres en kommunereform. Det er klare nasjonale føringer for at kommuner skal ha en viss størrelse og regjeringa legger opp til færre og større kommuner mer i samsvar med bo- og markedsregionene.

Kommunene hadde frist til 1. juli 2016 med å inngå intensjonsavtale. Denne fristen ble forlenget ut 2016.

Fylkesmannen var klar med sin tilråding 1. oktober 2016. Han tilrådte at også Haram, Giske og Sula blir med i nye Ålesund. På lang sikt mener fylkesmannen at Stordal og Norddal kommuner også må bli en del av nye Ålesund.

7. april kom Kommunal- og moderniseringsdepartementet med sin innstilling om kommunereform til Stortinget. Departementet foreslår at Haram blir med i nye Ålesund, på tvers av det lokale vedtaket gjort i juni 2016. Haram deltok etter dette i arbeidsutvalgs- og styringsgruppemøter og ble en del av arbeidet med prosjektet.

Stortinget bestemmer endelig hvilke kommuner de mener som bør slå seg sammen, 8. juni 2017.

Fellesnemnda for den nye kommunen blir oppnevnt etter Stortingets vedtak. Fellesnemnda får det formelle ansvaret for å forberede den nye kommunen i samsvar med føringene i intensjonsavtalen og kan ansatte prosjektleder og rådmann for den nye kommunen.

21. juni kaller fylkesmannen inn til felles kommunestyremøte i Ålesund med alle involverte kommuner. Det blir over 130 politiske representanter som blir samla til møtet. Et felles kommunestyremøte er nødvendig fordi Haram er foreslått sammenslått på tvers av lokale vedtak.

Om de deltakende kommunene hadde hatt gjensidige vedtak, kunne nye Ålesund søkt fylkesmannen om fritak fra felles kommunestyremøte.

Det blir kommunestyrevalg høsten 2019.

Nye Ålesund kommune er i drift fra 1. januar 2020

Mandat

Fra intensjonsavtalen: «Fellesnemnda skal utarbeide ein kommunikasjonsstrategi for god informasjonsflyt til kommunestyra og innbyggjarane. Denne skal innehalde informasjon om fellesnemnda sitt arbeid og korleis kommunestyra og innbyggjarane kan involverast i arbeidet i tida fram mot den nye kommunen trer i kraft 1. januar 2020.»

Fellesnemnda er enda ikke på plass men styringsgruppa ser behovet for å være i forkant og proaktive med kommunikasjonsarbeidet, både til ansatte, politikere og innbyggere i nye Ålesund.

Kommunikasjonssjef i Ålesund kommune har på bakgrunn av dette utarbeida et forslag til kommunikasjonsstrategi på oppdrag fra arbeidsgruppa, som var forløperen til styringsgruppa. Forslaget er bearbeida av arbeidsgruppa for kommunikasjon, som består av kommunikasjonsansvarlige i hver av de deltakende kommunene.

Mål

Kommunikasjonsstrategien for nye Ålesund kommune frem mot 2020 tar utgangspunkt i intensjonsavtalen inngått mellom kommunene og arbeider frem mot disse målene:

- Kommunikasjonen skal sørge for at innbyggere, ansatte og folkevalgte til enhver tid holdes orientert om kommunesammenslåingens prosesser, resultater og målsettinger.
- Kommunikasjonsarbeidet skal sikre at sentrale demokratiske prinsipper blir ivaretatt med hensyn til åpenhet, innsyn og demokratisk medvirkning.
- Kommunikasjonsarbeidet skal bidra til å skape forståelse for reformen hos innbyggere, ansatte og folkevalgte.
- Kommunikasjonsarbeidet skal gi ansatte en trygghet for egen arbeidsplass og eventuelle forandringer de står overfor i den nye kommunen.
- Godt kommunikasjonsarbeid bidrar til å skape tillit til prosessen og den nye kommunen.
- Kommunikasjonsarbeidet skal bidra til å skape entusiasme og på sikt en felles identitet og kultur på tvers av kommunegrensene.

Strategier

For å kunne utarbeide gode budskap og lykkes med informasjonsarbeidet, er tidlig tilgang på informasjon og forståelse for bakgrunn og argumentasjon avgjørende.

Prosessen og kommunikasjonen må være:

Åpen

Åpenhet og innsyn styrker folkevalgtes, innbyggernes og ansattes tillit. Dette gjelder både innholdet i beslutningene og begrunnelsene som ligger til grunn for at de har blitt tatt. Det er større sjanse til å lykkes om alle føler seg involverte i, og informerte om, prosessen.

Tilgjengelig

Kommunikasjon er utveksling av informasjon og kunnskap. Det betyr dialog mellom avsender og mottaker. I denne sammenheng innebærer det sikring av at alle grupper og interesser blir hørt. Målgruppene skal ha mulighet til å komme frem med sin mening, kommentere og få svar på spørsmål underveis.

Kommunikasjonen i forbindelse med reformen skal være tilgjengelig for alle. Vi må benytte verktøy og kanaler som når ut bredt og umiddelbart.

Kommunikasjonen må være forståelig for folk flest og tilpasses det faktum at innbyggere, politikere og ansatte ikke er like oppdaterte på temaet som styringsgruppa/fellesnemnda.

Troverdig og redelig

Ved å opptre redelig i kommunikasjonen med målgruppene vil kommunikasjonen legge et godt grunnlag for den nye kommunens omdømme hos innbyggerne og deres oppfatning av kommunereformen.

Samkjørt

Selv om kommunene frem mot 1. januar 2020 er selvstendige enheter, er det viktig at alt som kommuniseres om sammenslåingsprosessen er samkjørt. Det må legges en tidsplan for hvilken informasjon som skal ut når og i hvilke kanaler. Dette gjelder internt i den enkelte kommune og eksternt. Utspill og uttalelser til pressen må koordineres og samsvare med det valgte hoved- og støttebudskapet.

Det må i fellesskap utarbeides hovedbudskap og støttebudskap når det er ønskelig at noe skal kommuniseres.

Et viktig budskap kan aldri gjentas for ofte.

Roller og ansvar

Politisk ansvar

Ordførerne uttaler seg på vegne av egen kommune og nye Ålesund kommune. Ordførerne kan delegere dette ansvaret.

Folkevalgte står fritt til å uttale seg om alle saker. Det er viktig å huske på at dette er et samarbeidsprosjekt og at folkevalgte har et arbeidsgiveransvar .

Styringsgruppa/fellesnemnda

Styringsgruppa/fellesnemnda har ansvaret for å være åpne om det arbeidet som skjer og sørge for at de beslutninger som tas spres i egen organisasjon.

Ved slutten av arrangerte samlinger/møter besluttes hovedbudskap eller signaler fra møtet, som formidles via egne kanaler og media.

Kommunikasjonsarbeidet skal være en fast post ved hvert møte i styringsgruppa/fellesnemnda.

Prosjektleder/ny rådmann

Den nye rådmannen har et ansvar for å oppdatere den nye organisasjonen på arbeidet som foregår og bygge opp den nye organisasjonen gjennom god medvirkning og involvering i prosessene.

Prosjektleder uttaler seg om prosjektet og om den nye kommunen.

Prosjektkoordinator

Prosjektkoordinator samkjører informasjonen og kommunikasjonen mellom arbeidsgruppe, styringsgruppe/fellesnemnd. Prosjektkoordinator har kontordager i alle de gjeldende kommunene og jobber tett opp mot kommunikasjonsansvarlig.

Kommunikasjonsansvarlig

Kommunikasjonsansvarlig tilrettelegger for god informasjon og kommunikasjon internt og eksternt, iverksetter tiltak etter planen og gir kommunikasjonsfaglige råd i samarbeid med kommunikasjonsansvarlige i den enkelte kommune.

Kommunikasjonsansvarlig er leder for delprosjektet kommunikasjon.

Kommunikasjonsansvarlig skal sørge for å holde de som publiserer på nettsider og sosiale medier i de enkelte kommunene oppdatert om status for prosjektet.

Kommunikasjonsansvarlig har ansvaret for å vurdere når det skal opprettes felles kommunikasjonsplattformer på nett og i sosiale medier for nye Ålesund kommune.

Tillitsvalgte/verneombud

Tillitsvalgte og verneombud som er representanter i styringsgruppa/fellesnemnd og/eller delprosjekt, representerer alle ansatte og har et medansvar når det gjelder informasjon til øvrige tillitsvalgte og verneombud. Det gjelder informasjon om prosessen, tidsperspektiv, avgjørelser og annen aktuell informasjon.

Administrativt

Rådmennene i de gamle kommunene har et overordna kommunikasjonsansvar i egen organisasjon og uttaler seg i saker som gjelder de gamle kommunenes administrasjon.

Budskap

Når prosessen frem mot nye Ålesund kommune skal kommuniseres ut og underbygges, så er det noen hovedelement i intensjonsavtalen en bør bygge kommunikasjonen rundt. I tillegg finnes det generelle budskap det kan være greit å løfte frem

Hva oppnår vi og hvorfor gjør vi dette?

Nye Ålesund kommune har per 1. januar 2016 nærmere 55 000 innbyggere og vil være en regional motor kulturelt, utviklingsmessig og når det gjelder næring. Nye Ålesund er nasjonalt ledende innen maritime næringer, fiskeri og havbruk og er tyngdepunkt i fylket innen møbel og trevare, turisme (Møre og Romsdal fylkeskommunes kommunestatistikk 2016).

Hvordan kommuniserer vi?

Innbyggerne og andre har til enhver tid behov for å holde seg oppdaterte om reformarbeidet, kommunenes rolle og hvordan tilbud, rettigheter og tjenester vil bli ivaretatt i prosessen. Det er derfor viktig med hyppig og tydelig kommunikasjon med innbyggerne og ansatte. For å nå frem med budskapet i et samfunn der vi bli bombardert med inntrykk er det viktig å velge hovedbudskap og støttebudskap som underbygger den informasjonen som skal ut.

Det er vanskelig at alle føler seg tilstrekkelig oppdatert til en hver tid, og budskapene må derfor gjentas for å sikre at flest mulig har fått dem med seg.

I tråd intensjonsavtalen bør vi fokusere på følgende budskap:

Intensjonsavtale:

En intensjonsavtale er et utgangspunkt for et videre arbeid. Når fellesnemnda er på plass, vil intensjonsavtalen bli erstatta av en endelig avtale som tar for seg detaljer i drifta av den nye kommunen.

Demokrati:

Lokaldemokratiet vil bli ivaretatt på en god måte i en ny kommune gjennom politisk organisering.

Nye Ålesund kommune skal sikre et levende lokaldemokrati basert på en vid forståelse av demokratibegrepet og gjennom utprøving av nye former for medvirkning.

Det blir etablert en ny kommune, mindre kommuner blir ikke en del av en eksisterende større kommune.

Tjenester:

Kommunereformen er nødvendig for å kunne opprettholde de gode tjenestene vi har i de enkelte kommunene i dag.

Den nye kommunen skal sikre alle innbyggere gode tjenester der de bor.

De beste tjenestene får vi ved å hente og utnytte det beste fra hver kommune.

Økonomi:

Kommunereformen er nødvendig fordi kommunene vil få strammere økonomiske rammer til å utøve sine oppgaver fremover.

De større kommunene vil få stordriftsfordeler. De mindre kommunene vil miste inntekter om det nye inntektssystemet blir vedtatt.

Kommunen som arbeidsgiver:

Alle ansatte vil få tilbud om stilling i tilsvarende størrelse og tidsperiode som vedkommene alt har avtale om.

Ansatte vil bli representerte og kan påvirke arbeidet med den nye kommunen gjennom tillitsvalgte, verneombud og arbeidstakerorganisasjoner .

Interkommunale samarbeid:

Overgangen til en ny kommune krever at behovet for videre interkommunalt samarbeid blir grundig vurdert.

Det er fellesnemnda som får i oppgave å vurdere hvilke samarbeid som skal fortsette i form av en ny avtale.

Målgrupper

Interne

- Folkevalgte
- Tillitsvalgte og vernetjeneste

- Ansatte (administrasjon, ledere og andre)

Eksterne

- Innbyggere i alle involverte kommuner
- Næringsliv og organisasjoner
- Regionale og nasjonale myndigheter

Målgruppeanalyse

Folkevalgte: Premissleverandører og viktige målbærere av argumenter i sammenslåingsprosessen.

Arbeidsgiver: Ansvar for å ha rutiner for god informasjon til organisasjonen. Rutinene bør være felles for alle deltakende kommuner. Ønske om å ha en organisasjon som fungerer både før og etter sammenslåing.

Tillitsvalgte og vernetjeneste: Ønsker ryddige prosesser i arbeidet med å bygge en ny kommune og er essensielle i dialogen og informasjonen om og med ansatte.

Ansatte: Opptatte av lokalisering av arbeidssted, egen arbeidssituasjon og ny arbeidshverdag. Viktig å samordne informasjonen og dialogen med ansatte.

Innbyggere: Opptatte av hva dette betyr for lokalsamfunnet og deres egen hverdag, mens næringslivet er opptatt av om det blir sentralisering av tilbud og handelslekkasje.

Organisasjoner: Opptatte av å ikke miste tilbud i nærmiljøet.

Regionale og nasjonale myndigheter: Opptatte av ryddige prosesser og konkrete løsninger.

Målgruppenes behov

Oversikten viser hva vi tror de ulike målgruppene ønsker informasjon om og hvilke tema det er viktig å kommunisere om.

Målgrupper		BEHOV - Hvilke spørsmål skal besvares?
Interne	Ansatte/ Tillitsvalgte/ vernetjeneste	<p>Framdriftsplan i prosjektet</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Når kan jeg forvente...? ○ Når kan jeg påvirke? ○ Hvordan er prosjektorganisasjonen tenkt? <p>Informasjon om personalprosessen</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Hvordan kan eg melde inn mine behov i forhold til egen arbeidssituasjon? ○ Må jeg søke på ny jobb? ○ Skal det gjennomføres en kompetansekartlegging? ○ Hvordan blir de ansattes rettigheter sikret? ○ Hvordan sikres de tillitsvalgte/ansatte medbestemmelse? ○ Vil noen miste jobben? <p>Om den nye kommunen</p>

		<ul style="list-style-type: none"> ○ Hvilke konsekvenser har sammenslåingen for meg og min arbeidsplass? ○ Hvordan blir min nye arbeidshverdag?
	Folkevalgte	<p>Hvilke saker skal opp til politisk behandling og hvilke vedtak gjøres? Hvilke demokratiske prosesser ligger til grunn for vedtakene?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Framdriftsplan ○ Korleis kan vi påvirke den politiske organiseringa av den nye kommunen? ○ Hvilke begrunnelser ligger bak de enkelte avgjørelsene? <p>Hvilke konsekvenser får sammenslåingen for folkevalgte organer?</p>
Eksterne	Innbyggere	<p>Hvordan kan jeg påvirke den videre prosessen? Hvor kan jeg henvende meg for å få svar på spørsmål? Jeg vil gjerne bli bedre kjent med alle deler av den nye kommunen – hva bør jeg gjøre? Hvordan blir min hverdag etter 2020?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Hvordan blir tjenestene påvirket av sammenslåingen? ○ Blir det sentralisering? ○ Hvordan skal lokaldemokratiet ivaretas?
	Regionale og nasjonale myndigheter	Oppdatert, generell informasjon om prosessen
	Innbyggere, ansatte og folkevalgte i andre kommuner	Oppdatert, generell informasjon om prosessen

Kanaler

For å spre informasjon må vi bruke kommunens egne og eksterne kanaler. Når vi bruker våre egne kanaler har vi bedre kontroll over hvilken informasjon som når ut, men et samspill med eksterne kanaler, som media, er ekstremt viktig for å nå ut til alle på best mulig måte.

Når vi velger kanaler som er formålstjenlige for det aktuelle budskapet, er det viktig at vi alltid velger å kommunisere i mer enn én kanal.

Oversikt over kanaler, deres funksjon og hvilke målgrupper vi når:

Kanal	Målgruppe	Funksjon	Dialog	Info
Nettsider	Alle	Faktainformasjon		X
Sosiale medier	Alle	Faktainformasjon	X	

Medier	Alle	Faktainformasjon/dialog/argumentasjon	X	X
Folkemøte/ informasjonmøte	Alle	Faktainformasjon/dialog/argumentasjon	X	X
Postombæring	Alle	Faktainformasjon		X
Digital post	Alle	Faktainformasjon		X
Intranett	Ansatte/ tillitsvalgte/ verneomb.	Faktainformasjon	X	X
Info.møter og dialogmøter	Ansatte/ tillitsvalgte/ verneomb.	Faktainformasjon/dialog/argumentasjon	X	X
Politiske møter	Folkevalgte	Faktainformasjon/dialog/argumentasjon	x	x

Tidsplan

Tidsplan for kommunikasjon i egne og eksterne kanaler finnes i eget vedlegg.

Utfordringer i kommunikasjonen

SWOT-analyse er et effektivt verktøy for å få en rask oversikt over indre og ytre svakheter. Analysen er et godt utgangspunkt for avgjørelser og for å få oversikt over områder for forbedringer.

S= Strengths - styrker

W=Weakness - svakheter

O=Opportunities - muligheter

T= Threats - trusler

Det er ikke gjort en SWOT-analyse for nye Ålesund kommune, men i denne strategien er det satt opp et forslag til antatte styrker og svakheter basert på generelle synspunkt og diskusjoner rundt kommunereformen. Dette for å få et utgangspunkt for kommunikasjonstiltak til de påståtte styrkene og svakhetene, muligheten og truslene.

I denne kommunikasjonsstrategien har vi valgt å legge vekt på generelle styrker og svakheter, muligheter og trusler ved å bli en ny storkommune, og hvilke kommunikasjonsmessige grep vi kan ta i prosessen for å fremheve de sterke sidene og motvirke de svake.

Eksternt

Eksternt	Antatte styrker:	Antatte svakheter:
	<p>En kommunikasjonsstrategi som tar for seg alle aspekt ved kommunikasjonen i prosessen.</p> <p>Gode rutiner for samkjøring og informasjonsslepp internt og til presse, nett og sosiale medier.</p> <p>God og åpen dialog om lokale kommunikasjonsutfordringer.</p> <p>All informasjon blir delt åpent på nettsider og i sosiale medier.</p>	<p>Flere kommuner med forskjellige plattformer og rutiner/muligheter til å publisere.</p> <p>Vi kan få problemer med å fremstå som en enhet.</p> <p>Det kan være vanskelig å engasjere innbyggerne i prosessen.</p>
	Antatte muligheter:	Antatte trusler:
	<p>Formulere et sett korte og forståelige fordeler med den nye kommunen - der en også tar for seg mulige utfordringer.</p> <p>Underbygge mål, verdier og visjon.</p> <p>Utvikle en tydelig visuell identitet.</p> <p>Fortelling om nye Ålesund – særtrekk ved den nye kommunen</p> <p>"Den lille og den store fortellingen." (regional styrke osv...)</p> <p>Fører til:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Mulighet til å få innbyggerne til å engasjere seg i samfunnsutviklinga i kommunen. ○ Skaper kunnskap om den nye kommunen og tjenestene. ○ Mulighet til å markedsføre heile regionen med vårt særpreg, tilbud og muligheter. <p>Få folks forventninger til å stemme med det</p>	<p>Lang planleggingsperiode kan føre til at folk ikke vet hvor de skal henvende seg.</p> <p>Det kan være vanskelig å nå ut med all informasjon til alle til riktig tid.</p> <p>At alle tettstedene føler seg ivaretatt gjennom kommunikasjonen.</p> <p>Innbyggerne kan føle seg overkjørte av selve prosessen.</p> <p>-----</p> <p>Partipolitikken går foran prosjektet og gruppas kommunikasjon utad sprekker.</p> <p>Kommunikasjonen mellom arbeidsgruppa/fellesmønd og kommunik. flyter ikke slik den skal slik at innbyggerne ikke får riktig informasjon til riktig tid.</p> <p>Manglende forståelse fra</p>

	<p>som kommunen faktisk kan tilby.</p> <p>Sikre gode rutiner når det gjelder kommunikasjon med arb.gruppe/fellesnemnd.</p> <p>Mulighet for å «oppdra» innbyggerne i den nye kommunen hvor de skal gå for å finne informasjon.</p>	<p>arb.gruppa/fellesnemnda om at ting tar tid og må planlegges – også kommunikasjonsmessig sett.</p> <p>Manglende kapasitet hos kommunik. til å håndtere alle kommunik.oppgaver som bør håndteres.</p> <p>Informasjon som burde vært delt forblir udelt.</p> <p>De involverte glemmer at det finnes en overordna kommunikasjonsstrategi som definerer mål og mening.</p>
--	---	--

Internt	Antatte styrker:	Antatte svakheter:
	<p>Kommunikasjonsstrategien ivaretar også de ansattes informasjonsbehov.</p> <p>Informasjon og dialog gjennom jevnligte møter både med ledelse og tillitsvalgte gjør at de ansatte føler seg trygge i prosessen og for sin nye arbeidshverdag.</p> <p>Alle prosesser er åpne og blir fulgt av informasjon og dialog med de ansatte og deres representanter.</p> <p>Informasjonen som går ut til ansatte i alle kommunene er samkjørte både budskaps- og tidsmessig.</p> <p>Ledelsen er tilgjengelig for spørsmål fra de ansatte om både prosessen og fremtida.</p> <p>Det blir «designa» informasjon direkte til de ansatte.</p>	<p>Det er vanskelig for alle ansatte å få med seg all informasjon.</p> <p>Det kan være vanskelig å kontrollere at informasjonen kommer til de ansatte den gjelder.</p> <p>I en slik prosess vil det alltid være noen som mener at de ikke er informert nok.</p>

	Antatte muligheter:	Antatte trusler:
	<p>Sette mellomlederne i stand til å fortelle hva prosjektet handler om, og hvordan vi løser de oppgavene som ligger i dette. Gjennom dette sørge for at de har et eierskap til prosjektet og til prosessen.</p> <p>Fører til:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Skaper forståelse for reformen. ○ Engasjerer de ansatte i å utforme egen hverdag og forbedre tjenesten. ○ Kunnskapsdeling. ○ Skaper en positiv dravilje hos de ansatte. <p>Være et rom for innovasjon og nytenking.</p>	<p>De ansatte føler at de ikke vet hvem de skal henvende seg til.</p> <p>Det er lett at ryktene begynner å gå om for eksempel oppsigelser, nedleggelse og flyttinger.</p> <p>Ansatte i en kommune får annen informasjon en i en annen kommune.</p> <p>-----</p> <p>Folkevalgte føler at de ikke får tilstrekkelig informasjon til rett tid.</p>

Inspirasjon: Kommunikasjonsstrategien til nye Sandefjord og Sørums-Fedt-Skjedsmo, fylkesmannen i Buskerud og Nasjonalt Kunnskapscenter for helsetjenesten(SWOT), Flatanger kommune (SWOT).