

Arkivsaknr:	2018/957
Arkivkode:	
Saksbehandler:	Petter Kjærnes

Saksgang

Formannskapet
Kommunestyret

Møtedato

13.06.2019
26.06.2019

Strategi for kommunikasjon og informasjon

Rådmannens forslag til vedtak:

1. Arbeidet med kommunikasjon, tilflytting og samfunnskontakt styrkes ved at:
 - Investeringsbudsjettet utvides med 225.000 kr i 2019 og 550.000 kr pr år i perioden 2020-2022 for kjøp av informasjonstjenester knyttet til vedtatte investeringer.
 - Informasjonsarbeid knyttet til næringsutvikling legges inn i kommunens oppdrag til Sjøfossen næringsutvikling.
 - Gildeskål kommune inviterer bedrifter i Gildeskål til samarbeid om Gildeskål-portalen som kan gi rom for kjøp av journalisttjenester.
 - Rådmannen gjør organisatoriske endringer for sine medarbeidere med utgangspunkt i saksframlegget.
2. Gildeskål kommune overtar det formelle og redaksjonelle ansvaret for Gildeskål-portalen. Portalen skal være kommunens primære nettside for publisering av aktuelle saker, mens nettsiden www.gildeskal.kommune.no gir informasjon om kommunens tjenestetilbud og annen statisk informasjon.
3. Rådmannen bes igangsette arbeid for utvikling av en helhetlig strategi for informasjon og kommunikasjon. Saken legges fram for kommunestyret til godkjenning.

Bakgrunn for saken:

Kommunestyret og rådmannen sammen med sine medarbeidere har sett behov for at kommunen styrker sitt arbeid for kommunikasjon, tilflytting og samfunnskontakt. I vedtatt budsjett for 2019 ligger det en stilling som virksomhetsleder for personalpolitikk som også skal ha dette som arbeidsområde. I arbeidet med rekruttering til stillingen har det vist seg vanskelig å kombinere HR/personalpolitikk med kommunikasjon, tilflytting og samfunnskontakt, og rådmannen har derfor sett etter andre mulige løsninger.

Jørn Solli, daglig leder i Sjøfossen næringsutvikling, tok kort tid etter at han ble tilsatt initiativ til utvikling av et nettsted som skulle presentere Gildeskål på en bedre og bredere måte. Utgangspunktet var at nettstedet skulle vise kommunen som et attraktivt og livskraftig sted for investorer, etablerere og potensielle arbeidstakere, og det ble inngått samarbeid med designbyrået By North i Bodø. Arbeidet har vært krevende og har i perioder stått stille pga. bemanningssituasjonen og andre forhold knyttet til SNU, og Jørn Solli har bedt rådmannen om at kommunen tar over arbeidet og ansvaret for Gildeskålportalen.

Vurdering:

I kommuneplanen ligger det en ambisiøs målsettingen om at vi i 2027 har økt innbyggertallet med 10% til 2.250, og det knyttet strategier til dette som handler om tilflytting, boliger og boligtomter, tettstedsutvikling, fritids- og kulturtilbud, næringsutvikling samt kvalitetsutvikling i skoler og barnehager. For å kunne nå denne målsettingen vil det være helt nødvendig å styrke kommunens arbeid for kommunikasjon, tilflytting og samfunnskontakt.

Gildeskål kommune har et offensivt investeringsbudsjett både for 2019 og de neste tre årene. For å få full effekt av investeringene er det nødvendig med god kommunikasjon i planleggingsfasen, under arbeidet og når det er gjennomført. Boligtomter, industriarealer og veilys er eksempler på investeringsområder der vi særlig ser at god informasjon og kommunikasjon er viktig. Derfor foreslås det at en liten del av investeringsbudsjettet også brukes til dette.

I ny virksomhetslederstilling der ikke kommunikasjon, tilflytting og samfunnskontakt inngår, vil det være rom for å håndtere interne utviklingsprosjekter knyttet til områder som digitalisering, personvern og kvalitetssystemer. Samtidig overtar SNU nå flere oppgaver knyttet til utvikling av reiselivet, Dette gir muligheter for at prosjektmedarbeider i rådmannens stab får hovedansvar for intern og ekstern kommunikasjon, herunder utvikling av en helhetlig kommunikasjonsstrategi. I dette vil det også ligge et økt fokus på kontakt og samhandling med lokalutvalgene, bl.a. ved at denne kan være kontaktpunkt for lokalutvalgene til administrasjonen.

Kommunens etablerte nettsider gir god informasjon om vårt tjenestetilbud, men er dårligere egnet som redskap for å presentere kommunen på en attraktiv måte. Gildeskålportalen er i dag i en betaversjon, men den bør i løpet av 2-3 måneder kunne være oppe på et nivå der en kan bli en av kommunens primære informasjonskanaler. Samtidig vil portalen kunne gi et bredere bilde av bedrifter og aktiviteter enn det som ligger på kommunens nettsider i dag. Bl.a. får portalen gode kalenderfunksjoner som skal vise hva som foregår, og lokalutvalgene bør gis større plass.

Bedriftene i Gildeskål vil i stor grad nyte godt av vi framstår på en god måte digitalt. Intensjonen fra Sjøfossen næringsutvikling om å involvere bedriftene i Gildeskålportalen bør derfor følges opp ved at de inviteres til et samarbeid som gir rom for at man til portalen kan

kjøpe journalisttjenester for å løfte fram de gode historiene fra bedriftene. Vi har tro på at gode saker også vil kunne gi grunnlag for redaksjonell omtale i kommersielle nyhetskanaler som aviser, nettsider og TV-kanaler.

Parallelt med at vi øker innsatsen for kommunikasjon, tilflytting og samfunnskontakt og at vi utvikler Gildeskålportalen, vil det være nødvendig å utvikle en helhetlig kommunikasjonsstrategi for kommunen, der målsettinger og tiltak for å nå disse blir tydeliggjort.

Konklusjon:

Informasjonssamfunnet er i rask endring, der de tradisjonelle informasjonskanalene blir mindre viktige og andre kanaler tilsvarende viktigere. I de nye kanalene (som f.eks. Facebook og Instagram) er det like viktig å delta i kommunikasjon som å gi informasjon. Dette øker behovet for at kommunen, bedrifter, lokalutvalg og lag/foreninger tar en mer aktiv rolle i sin kommunikasjon med omverdenen, og rådmannen ber med dette kommunestyret ta grep som kan styrke dette arbeidet.