

# Sammen bygger vi ny kommune

## Kommunikasjonsstrategi for Nye Drammen

### 1. Innledning

En kommunesammenslåing berører innbyggere, ansatte og folkevalgte i tre kommuner. Behovet for kommunikasjon og dialog er stort. Den politiske plattformen presiserer at det skal utarbeides en felles kommunikasjonsstrategi som involverer bredt og involverer mange målgrupper, både interne og eksterne.

De interne målgruppene er:

- ansatte
- folkevalgte
- tillitsvalgte
- ansatte i selskaper som er eid av en eller flere av kommunene og kommunalt ansatte i NAV

Med de eksterne målgruppene menes:

- Innbyggere
- brukere/tjenestemottakere
- næringsliv/leverandører
- lag og foreninger
- kommuner og offentlige etater som de tre kommunene i Nye Drammen har relasjoner til
- potensielle ansatte (rekruttering)

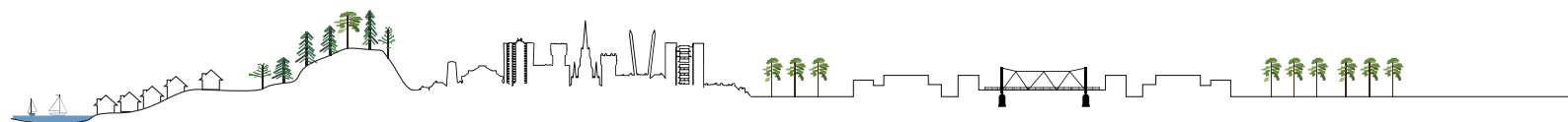
Kommunikasjon er et gjennomgående virkemiddel i kommunesammenslåingen, og må ses i sammenheng med arbeidet som planlegges knyttet til symboler, identitet og kultur. På samme måte som arbeidet med den politiske plattformen var preget av åpenhet, respekt, troverdighet, medvirkning og involvering, skal all kommunikasjon videreføres i samme samarbeidsånd.

Kommunikasjonsstrategien gir overordnede føringer og er samtidig tiltaksorienterte planer for et felles og samkjørt kommunikasjonsarbeid fra og med høsten 2017 og fram til sammenslåingen 1. januar 2020. Strategien må ses i sammenheng med og videreutvikles i tråd med øvrige planer.

Kommunikasjonsstrategien skal fra et kommunikasjonsfaglig ståsted understøtte selve sammenslåingsprosessen. Strategien er et dynamisk dokument.

Kommunikasjonsstrategien for ny kommune angår selve sammenslåingsprosessen og dannelsen av Nye Drammen kommune. Parallelt med dette pågår det eller bør igangsettes øvrige kommunikasjonsprosjekter og -planer som kort nevnes i slutten av dokumentet.

### 2. Overordnede mål for kommunikasjonsarbeidet.



Kommunikasjonsarbeidet skal bidra til at målgruppene

- Kan holde seg informert om sammenslåingen og prosessene knyttet til dette.
- Vet hvor de kan finne informasjonen de trenger
- Har tillit til sammenslåingen og den nye kommunen.
- Har mulighet til å ta del i og medvirke til ulike deler av prosessen.

Dette oppnås gjennom:

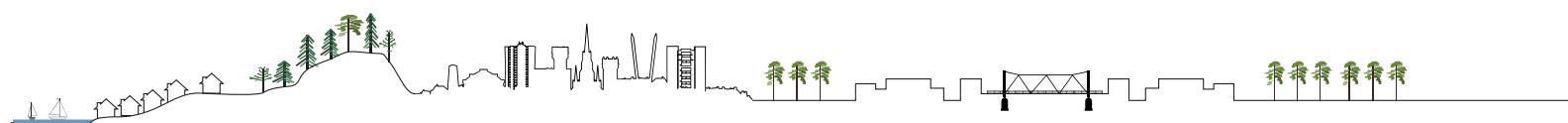
- **Åpen og aktiv kommunikasjon.** Vi informerer om beslutninger, vedtak og prosesser underveis i sammenslåingsprosessen. Vi praktiserer meroffentlighet og legger til rette for innsyn. Vi legger til rette for samhandling og dialog på tvers av organisasjonene og på tvers av opprinnelige kommunegrenser blant annet gjennom sosiale medier. Vi har dialog som prinsipp i kommunikasjon med innbyggerne. Vi tilstreber å informere så tidlig som mulig i prosessene, både på grunn av åpenhet og for å øke muligheten for og anledningen til medvirkning.
- **Samkjørt informasjon.** Selv om kommunene er tre selvstendige enheter ut 2019, er det nødvendig at all kommunikasjon som angår sammenslåingsprosessen, er koordinert og samkjørt. Likevel kan det være behov for lokale tilpasninger. Gjenbruk av relevant informasjon i ulike kanaler er både hensiktsmessig og ønskelig.
- **Tilgjengelige og forståelige budskap for dem det gjelder.** Første gang et budskap som angår alle tre kommunene formidles, skal det skje gjennom kanaler som er tilgjengelige for alle. Det betyr at vi må ha gode, felles rutiner for når og hva vi kommuniserer. Informasjon som først og fremst angår ansatte, skal alltid kommuniseres internt før det går ut til eksterne kanaler. Det gjelder også folkevalgte. Tilgjengelighet handler også om at informasjonen er skrevet på en måte som er lett å forstå for flest mulig (klart språk/universelt utformet)
- **Oppdatert og jevnlig informasjon i prioriterte kanaler.** Vi benytter kanaler som når ut til dem det gjelder. Samme budskap bør formidles i flere kanaler. Digital kommunikasjon er hovedregelen også i sammenslåingsprosessen selv om ikke-digitale formidlingskanaler også benyttes for å nå målgruppene. Fram mot sammenslåing vil eksisterende, egne kanaler opprettholdes.

### 3. Det overordnede budskap.

Å bygge en ny kommune krever god planlegging, solid innsats og samarbeid fra alle parter – både ansatte, folkevalgte og innbyggere. Prosessen fram mot en ny kommuner vil bli krevende og utfordrende. Med bakgrunn i dette, må vi aldri miste det overordnede mål av syne.

De rikspolitiske målene med kommunereformen er formulert i fire hovedpunkter.

- Gode og likeverdige tjenester til innbyggerne.
- Helhetlig og samordnet samfunnsutvikling
- Bærekraftige og økonomisk robuste kommuner.
- Styrket lokaldemokrati.

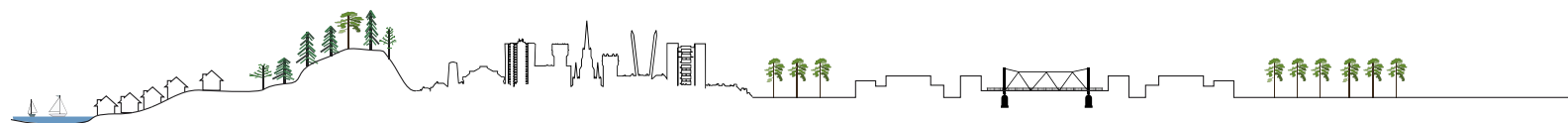


Disse nasjonale målene samsvarer med det vi mener er de viktigste årsakene til at det er hensiktsmessig å danne en ny kommune. Dette lokale, overordnede budskap er formulert i fem punkter. Disse punktene kan ikke gjentas for ofte fram mot sammenslåingen.

- **Vi skal sikre gode og likeverdige tjenester til innbyggerne.** Nye Drammen kommune vil få sterkere fagmiljøer som kan gi et enda bedre tilbud til innbyggerne.
- **Helhetlig samfunnsutvikling.** Nye Drammen vil få bedre muligheter til å utvikle infrastruktur og arealer på en mer hensiktsmessig og effektiv måte. Nye Drammen skal bli en flerkjernet kommune, hvor bysentrum og stedsutvikling i lokale sentra skal ha like høy prioritet.
- **God økonomi.** Kommuner med en stor økonomi har et større økonomisk handlingsrom
- **Styrket lokaldemokrati.** Lokaldemokratiet skal styrkes i den nye kommunen. Det skal blant annet skje gjennom å innføre nye nærdemokratiske ordninger
- **En sterkere stemme.** Den nye kommunen vil ha en sterkere påvirkningskraft overfor sentrale myndigheter.

#### 4. Interne målgrupper og kommunikasjonsbehov

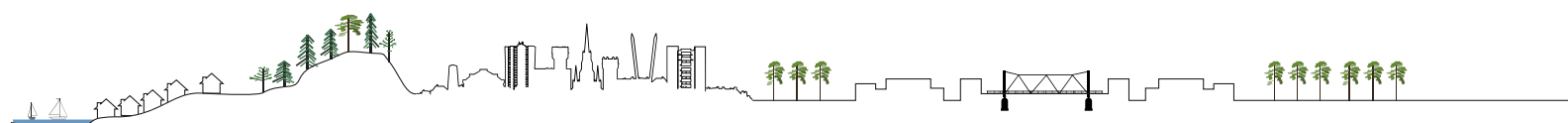
Målgrupper	Antatt informasjonsbehov
Ansatte (medarbeidere, ledere i de tre kommunene, kommunale bedrifter, interkommunale selskaper og den kommunale delen av NAV)	Behov for hyppig og regelmessig informasjon. Hva betyr sammenslåingen for meg og min arbeidsplass? Hvordan blir min nye arbeidshverdag? Hvordan holder jeg meg oppdatert om sammenslåingsprosessen? Hvilke nye muligheter kan sammenslåingen bety for meg? Når skjer endringene hos oss? Hvordan blir mine rettigheter ivaretatt? Hvordan kan jeg bidra til prosessen, hvordan kan jeg delta og påvirke? Hvordan kan jeg som leder bidra til god kommunikasjon? Hvor ofte bør jeg som leder informere? Hvordan kan jeg som leder håndtere usikkerhet og frustrasjon i prosessen? Hvordan kan jeg som leder hele tiden sørge for å være oppdatert, slik at jeg kan gi de beste svarene til ansatte og tillitsvalgte som spør?
Folkevalgte	Behov for hyppig og regelmessig informasjon. Hvilke saker skal opp til behandling og hvilke vedtak gjøres i Fellesnemnda, de enkelte formannskap og kommunestyre? Hvordan holde meg orientert om de ulike prosessene som pågår? Hva skjer i forbindelse med kommune- og fylkestingsvalget i 2019?



Tillitsvalgte og vernetjenesten	<p>Behov for hyppig og regelmessig informasjon (se punktene ovenfor)</p> <p>Hvordan blir de ansattes rettigheter sikret? Hvordan sikres de ansattes og tillitsvalgtes medbestemmelse?</p> <p>Hvordan kan jeg delta i og påvirke til prosessen?</p> <p>Hvilke saker skal opp til behandling, og hvordan kan jeg holde meg kontinuerlig oppdatert om prosesser og vedtak som angår den nye kommunen?</p> <p>Hvilke saker skal opp til politisk behandling og hvilke vedtak fattes?</p> <p>Hvordan kan de ansattes økonomiske betingelser og øvrige vilkår best mulig sikres i en ny kommune, herunder pensjon?</p> <p>Hvordan kan vi bidra til å bygge en god organisasjonskultur?</p>
---------------------------------	--

## 5. Eksterne målgrupper og kommunikasjonsbehov

Målgrupper	Antatt informasjonsbehov
Innbyggere og brukere av kommunale tjenester. (Består av ulike målgrupper, fordelt på blant annet alder, minoriteter med varierte norskerferdigheter)	<p>Hva betyr sammenslåingen for meg? Hvilke konsekvenser får den for de kommunale tjenestene jeg og mine nærmeste bruker?</p> <p>Hvordan blir de kommunale tjenestene påvirket av sammenslåingen?</p> <p>Hvilken innflytelse får jeg i den nye kommunen? Hvordan kan jeg som innbygger påvirke den politiske prosessen fram mot ny kommune?</p> <p>Hvor kan jeg henvende meg for å få svar på de spørsmålene jeg har? Hvem kan gi meg informasjon og hvor finner jeg relevant informasjon?</p> <p>Hvordan kan jeg bli kjent med de to nabokommunene som snart blir «min egen»?</p> <p>Sørger de politiske partiene for at det blir en jevn fordeling av folkevalgte fra de ulike delene av den nye kommunen i det nye kommunestyret?</p> <p>Hvordan blir valget i 2019? Skal vi da velge politikere til den nye kommunen?</p>
Frivillige organisasjoner, lag og foreninger.	<p>Hva blir konsekvensene for oss i frivillig sektor?</p> <p>Hvordan kan vi delta i prosessen fram mot ny kommune, og hvordan kan vi høres? Hvordan kan vi påvirke de beslutningene som fattes?</p> <p>Hvor kan vi henvende oss for å få informasjon?</p> <p>Blir det felles møteplasser?</p>
Næringsliv	Hva blir konsekvensene for næringslivet?



	<p>Hvordan kan vi delta i prosessen fram mot ny kommune, og hvordan kan vi høres? Hvordan kan vi påvirke de beslutningene som fattes?</p> <p>Hvor kan vi henvende oss for å få informasjon?</p> <p>Hvordan kan jeg gjøre meg kjent med næringslivet i nabokommunene?</p>
Regionale og nasjonale myndigheter, herunder fylkeskommunen, Buskerudbyen, Vestre Viken og statlige etater.	Behov for oppdatert, generell informasjon om prosessen.
Innbyggere i nabokommuner og folkevalgte i fylkeskommunen og i Storting.	Behov for oppdatert, generell informasjon om prosessen.
Potensielle ansatte	<p>Vil Nye Drammen bli en attraktiv arbeidsgiver?</p> <p>Vil jeg som nyansatt, og dermed kort ansiennitet, risikere å miste jobben ved en kommunesammenslåing på grunn av rasjonalisering?</p>
Leverandører	<p>Hva blir konsekvensen for oss som i dag er leverandører til Drammen/Nedre Eiker/Svelvik?</p> <p>Hvordan kan vi bli leverandør til Nye Drammen?</p>

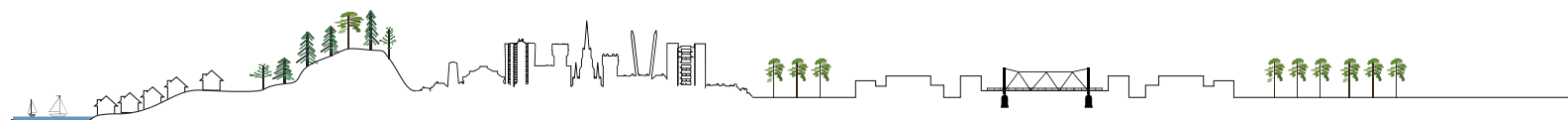
## 6. Kanalstrategiske vurderinger og oversikt

For å nå alle de ovenstående målgruppene på en tilfredsstillende måte, må en bruke ulike kanaler. I følge SSBs statistikk og TNS Gallups undersøkelse over folks medievaner over en gjennomsnittlig uke i 2015, hadde 66 prosent lest en trykt avis, en nedgang fra 73 prosent i 2014. 80 prosent hadde hørt radio og 93 prosent vært innom internett. 70 prosent hadde vært innom Facebook, og 82 prosent hadde brukt smarttelefon.

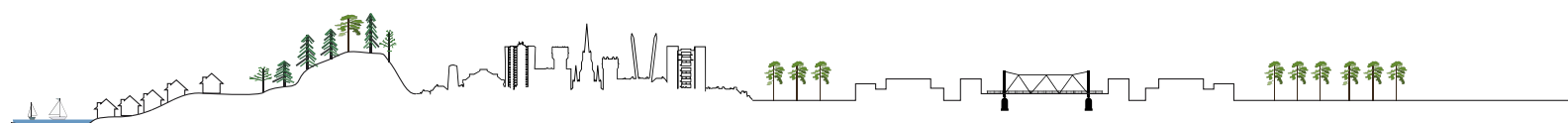
Folks medievaner er i stadig endring. En vurdering av kost- og nytte i forbindelse med kommunikasjon når det gjelder en så komplisert, omfattende og langvarig prosess som en kommunesammenslåing, tilsier en aktiv bruk av internett og egen nettside, en effektiv bruk av sosiale medier og samtidig etablere en god relasjon til de eksisterende lokale massemediene. Dette er likevel ikke nok. Internt er hyppige informasjonsmøter og nyhetsbrev til alle ansatte påkrevd. Det må også vurderes å etablere et felles intranett med relevant informasjon tidlig i sammenslåingsprosessen.

Eksternt må det løpende vurderes løpesedler/brosjyrer, folkemøter og temamøter, informasjonsmøter med og besøk hos lag og foreninger, undervisningsopplegg og besøk hos skoler, osv.

Her er en oversikt over de ulike kanalene, og bruken av dem:



Nettsiden: Nyedrammen.no	Nettsiden sammeni2020.no endrer navn til nyedrammen.no. Dette er de tre kommunenes prioriterte informasjonskanal når det gjelder sammenslåingen. Viktige nyheter som formidles i andre kanaler, eksempelvis i lokale medier, skal også være å finne her. Her skal det også legges til rette for streaming eller opptak av viktige politiske møter, som eksempelvis møter i Fellesnemnda. På denne siden skal både de interne og de eksterne målgruppene kunne få svar på det de måtte lure på eller informasjon om hvor de kan henvende seg.
Sosiale medier	Facebook-siden sammeni2020 vil endre navn til Nye Drammen. Denne Facebook-siden vil bli brukt til å dele informasjon fra nyedrammen.no. Det må jobbes strategisk for å øke antall følgere av Facebook-siden slik at man når flest mulig med informasjonen som legges ut. Å betale for å nå flere vil være et av virkemidlene. Et annet er å formulere innleggene slik at de som leser responderer med en "liker" eller en kommentar. Dette fører til at innleggene spres til deres venner på Facebook. Strategisk bruk av andre sosiale medier som Twitter, Snapchat og Instagram må også vurderes.
Intranett	Brukerstatistikken for intranettene til henholdsvis Drammen, Svelvik og Nedre Eiker, viser at svært få ansatte leser nyheter som legges ut. Det anbefales at det investeres i et nytt, felles intranett og settes av ressurser til dette.
Folkevalgkanal	Eksisterende politikerportal i de tre kommunene er en kanal for de folkevalgte i sitt arbeid. Disse må brukes aktivt for å holde de folkevalgte oppdatert.
Prosjektportal	Denne portalen er en oversikt over de ulike prosjektene som er i gang i forbindelse med etableringen av ny kommune, hvem som medvirker i disse prosjektene og hvor langt de er kommet. Oversikten er først og fremst tenkt å være nyttig informasjon for ansatte og folkevalgte, men det ligger en link på nyedrammen.no til portalen, slik at alle kan følge prosjektene. Ansvarlig for denne prosjektportalen er prosjektledelsen for den nye kommunen. Nettadressen er: <a href="https://drammen.atlassian.net/wiki/display/NK/Ny+kommune">https://drammen.atlassian.net/wiki/display/NK/Ny+kommune</a>
E-post	E-post benyttes blant annet til å sende nyhetsbrev, som er en oversikt over det som har skjedd i reformarbeidet den siste måneden, til alle ansatte i de tre kommunene.
SvarUt	I spesielle tilfeller kan informasjon sendes til alle innbyggere via SvarUt til innbyggernes digitale postkasser (Digipost/Eboks/Altinn). I SvarUt kan man se hvem som åpner tilsendt digital informasjon.

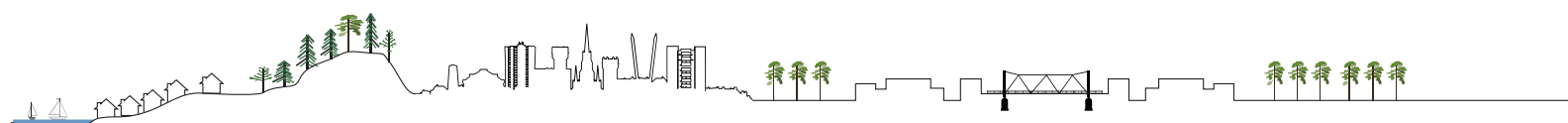


Folkevalgte organer	Både kommunestyremøter, formannskapsmøter og komitémøter (hovedutvalgsmøter) er viktige arenaer for informasjonsutveksling om prosessen med å bygge ny kommune. Status sammenslåing bør være et fast punkt på hvert møte. Det som gis av informasjon bør føres inn i protokollen slik at det er tilgjengelig for alle i etterkant.
Ledelse	Kommunikasjon til ansatte er et lederansvar, samtidig som ansatte selv har et ansvar for å være informert. Ledere må derfor holdes løpende informert om prosessene underveis, slik at de kan gi kvalifisert og relevant informasjon.
Tillitsvalgte og vernetjeneste	Tillitsvalgte har en nøkkelrolle i store fusjonsprosesser, og er kanskje den aller viktigste informasjonskanalen til ansatte, både om selve prosessen og de rettigheter og plikter som medfølger. Dette krever ikke bare at de til enhver tid er informert, men at de også medvirker i prosessene.
Arrangementer og møter	Ulike arrangementer som folkemøter, kulturarrangementer, informasjonsmøter, workshops, allmøter kan alle være effektive møteplasser for utveksling av informasjon og meningsbryting
Husstandsinformasjon	Brosjyrer og nyhetsbrev kan være en kanal for å nå alle
Mediene	Både lokale, regionale og nasjonale medier er viktige kanaler for å nå innbyggerne. Lokalmediene skal behandles likeverdig og gis rimelig muligheter til å sette seg inn i aktuelle saker. Mediehåndtering skal foregå i tråd med overordnede mål og prinsipper for kommunikasjonsarbeidet og i samarbeid med dem som har ansvar for mediehåndtering i de enkelte kommunene.
Øvrige kanaler	Kommunene har ulike kanaler som kan spille en viktig rolle i det helhetlige kommunikasjonsarbeidet – blant annet servicetorg, bibliotek osv. Informasjonen på disse stedene skal være koordinert. De som betjener servicetorg skal ha tilgang på aktuell informasjon slik at brukere og øvrige innbyggere som henvender seg dit, opplever god service og får korrekt og oppdatert informasjon. Det bør tilstrebes at de som betjener slike tjenester får mulighet til å lese viktig informasjon før den legges ut eksternt.

## 7. Suksesskriterier for involvering og kommunikasjon

All kommunikasjon og involvering i prosessen fram mot ny kommune må være basert på følgende suksesskriterier.

- Kommunikasjonen er preget av åpenhet, respekt og troverdighet
- Likeverd og balanse er nøkkelord for både kommunikasjon og involvering.
- Rett mengde kommunikasjon til rett tid til rett målgruppe.
- Innbyggerne skal medvirke i de deler av sammenslåingsprosessen der dette er nødvendig eller naturlig.
- Kommunikasjon skal bidra til å skape en «vi-følelse» for den nye kommunen.
- At det settes mål for kommunikasjonsarbeidet og at effekten måles jevnlig. Endringer må foretas dersom det viser seg at deler av kommunikasjonsarbeidet ikke har den ønskede effekten hos en eller flere målgrupper. Måling kan blant annet gjøres med statistikk fra



nettsider (Google Analytics), de sosiale mediens egne statistikk-funksjoner, spørreundersøkelse via Questback og medieanalyse.

## 8. Ressurser og organisering

Kommunikasjonsarbeidet organiseres, samordnes og bemannes på en måte som sikrer tilstrekkelig med ressurser, koordinering og god kommunikasjonsstøtte i sammenslåingsprosessen både for politisk og administrativt nivå.

Bemanningen av kommunikasjonsfunksjonene i Nedre Eiker og Svelvik tilsier at det ikke er særlig kapasitet utover å drifte kommunens eget kommunikasjonsarbeid. Med mindre prosjektrådmannen oppretter en egen kommunikasjonsenhet, er det Drammen som må sørge for det vesentligste av innholdsproduksjonen i de ulike kanalene. Webredaktøren i Drammen yter teknisk bistand til nettsiden [sammeni2020.no](http://sammeni2020.no).

For å sikre en balansert, inkluderende og målrettet kommunikasjon, fungerer kommunikasjonsgruppa som et redaktørkollegium for innholdsproduksjonen i forbindelse med dannelsen av en ny kommune. Kommunikasjonsgruppa er en av arbeidsgruppene som er nedsatt i forbindelse med kommunereformarbeidet. Kommunikasjonsgruppa består av tre medlemmer, ett fra hver kommune. På den måten sikres balansert kommunikasjon og involvering fra alle tre kommuner. Drammen kommune har fra høsten 2017 en egen multimedieredaksjon. Denne redaksjonen kommer til å samarbeide tett med redaktørkollegiet og prosjektledelsen for ny kommune for å sikre god og målrettet kommunikasjon internt og eksternt.

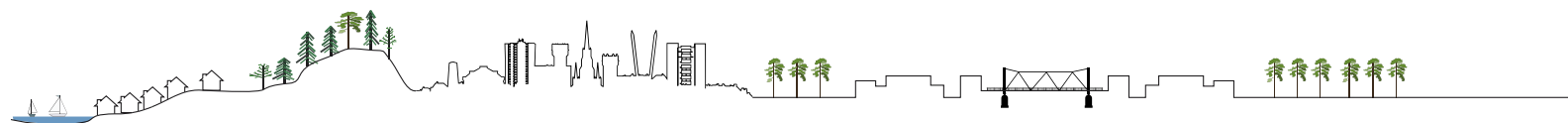
De ansattes representanter er nøkkelpersoner i sammenslåingsprosessen. I prosessen fram mot ny kommune sitter de også med mye kunnskap om hva som skjer ute i organisasjonene, hva ansatte er opptatt av, hva som bekymrer og hva som gleder. Denne kunnskapen er svært viktig for å kunne gi relevant informasjon til dem det gjelder. Med bakgrunn i dette, trekkes også én tillitsvalgt fra hver kommune inn i det kommunikasjonsfaglige arbeidet som en høringsinstans og for å kunne komme med synspunkter, ideer og innspill.

Kommunikasjonsgruppa rapporterer til rådmennene inntil prosjektrådmann blir ansatt.

## 9. Kommunikasjonsutfordringer

Sammenslåingsprosessen vil engasjere målgruppene i ulik grad. Blant de eksterne målgruppene er trolig den største utfordringen at mange trolig ikke vil bry seg noe særlig om prosessen. Hovedandelen av innbyggerne bor i Drammen kommune og har ikke vært engasjert i prosessen tidligere i form av folkeavstemning etc. I Svelvik og Nedre Eiker er engasjementet generelt mye større, men også her er det mange som ikke er nevneverdig engasjert.

Blant de interne målgruppene er det viktig å ta hensyn til at ansatte blir berørt i ulik grad. For mange vil fremtiden være ganske klar, for eksempel ansatte på skoler. For ansatte i tjenester som ikke utføres i egen regi av alle kommunene (for eksempel renhold, vaktmester), eller ansatte som i dag jobber i vertskommunesamarbeid som vil bli oppløst, er usikkerheten mye større. I tillegg er det





viktig å huske på at ansatte i Svelvik og Nedre Eiker ofte har et bredt spekter av oppgaver, i motsetning til ansatte i Drammen som gjerne er mer spesialiserte. For ansatte som har mange ulike oppgaver er det viktig med informasjon om jobbmuligheter i den nye kommunen.

Det er en god del ansatte som ikke bruker pc/ipad i sitt daglige arbeid. Disse er vanskeligere å nå med informasjon. Det er derfor viktig at deres ledere kan skrive ut informasjonen i et godt lesbart format.

Det er viktig at organisasjonskulturen og lederprinsipper den nye prosjektrådmannen utvikler, understøtter de overordnede målene for kommunikasjonsarbeidet.

Det må være et tett samarbeid mellom de som jobber med HR og kommunikasjon. Det må være samsvar med det som HR kommuniserer via linjen/til tillitsvalgte og det som kommunikasjonsfunksjonen kommuniserer til alle. Overordnede tekster i stillingsutlysninger bør utarbeides i fellesskap.

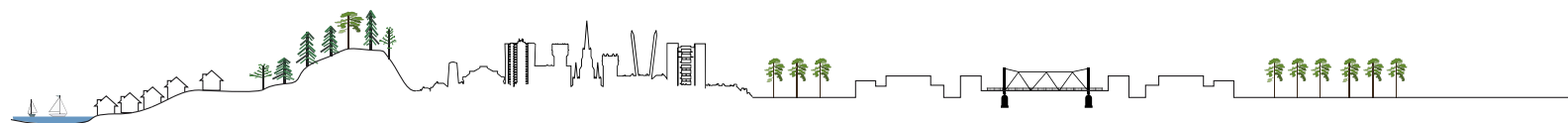
## 10. Kommunikasjonsprosesser for Nye Drammen

Den nye kommunen skal være etablert 1. januar 2020. Denne kommunikasjonsstrategien er et grovkisjet grunnlagsdokument for prosessen fram mot ny kommune. Parallelt må det iverksettes ulike delprosjekter, slik at den nye kommunen er blant de beste når det gjelder både intern og ekstern kommunikasjon i 2020. Fordi vi blir en av landets største kommuner, bør vi også være en av de beste og flinkeste.

Kommunikasjon er viktig ikke bare fordi ansatte og innbyggere trenger å være informert, men fordi et moderne deltakerdemokrati, ulike nærdemokratiske løsninger og bred, folkelig involvering, forutsetter effektiv kommunikasjon.

I den forbindelse pekes her på noen av de delprosjekter som venter på å bli igangsatt og som bør være avsluttet innen 2020.

- Enhetlig visuell profil: Det må utarbeides og vedtas en grafisk profil for Nye Drammen. Denne skal brukes for å sikre gjenkjennelighet i informasjon og kommunikasjon fra den nye kommunen.
- De tre kommunene har i dag egne nettsted. Disse nettsidene må samkjøres til ett nettsted for den nye kommunen.
- Intranettet for de tre kommunene fungerer i dag dårlig, og det er ulike og gamle tekniske løsninger. Den nye kommunen må ha et nytt intranett som kan fungere godt etter dagens forventninger og behov hos de ansatte. Løsningen bør være på plass så snart som mulig, da dette vil lette det interne kommunikasjonsarbeidet.
- Ulike kommunikasjonsaktiviteter må løpende diskuteres for å gjøre innbyggerne kjent i sin nye kommune. Her er det naturlig å tenke seg et samarbeid mellom kommunene og innbyggerne, frivilligheten, næringsliv, media og andre som kan tenke seg å bidra.
- Kanalstrategier. Det bør lages en egen kanalstrategi for den nye kommunen som klarere og tydeligere skisserer kommunikasjon med innbyggerne. Hvordan skal servicetorget i den nye kommunen fungere? Fellesnemnda legger sine møter til biblioteket. Er biblioteket en





fremtidig møtearena mellom folk og folkevalgte? Hva med borgerpaneler og andre digitale løsninger for innbyggermedvirkning? Hva med bruk av sosiale medier? Disse spørsmålene diskuteres i mange kommuner i inn- og utland og må settes på dagsorden også hos oss.

- Hvordan kan informasjonsteknologiske fremtidsløsninger fremme kommunikasjonen mellom forvaltning og innbyggere?
- Hvordan kan vi utvikle og samkjøre de kommunikasjonsfaglige miljøene i de tre kommunene?

