



**Bømlo**  
kommune

**Kommunikasjonsplan  
2013-2017  
for Bømlo kommune**

PS 64/2013 Vedteken Kommunestyret 23.09.2013

## INNHALD

### Innhold

DEFINISJONAR .....	2
SAMANDRAG .....	3
VISJON OG HOVUDMÅL .....	3
ORGANISERING – ROLLER - ANSVAR .....	4
SAMANHENG MED ANDRE PLANAR .....	5
KOMMUNIKASJON – STATUS .....	6
IKT- STATUS .....	7
TILTAKSPLAN 2013-2017 .....	9
OM UTARBEIDING AV PLANEN .....	14

### DEFINISJONAR

**Kommunikasjon** – handlar om å formidla opplysningar slik at mottakaren forstår dei og kan gjere seg nytte av dei.

**Sosiale medier** - er ein arbeidsmåte og kommunikasjonsform. Nettsamfunn og nettaktivitetar basert på brukerskapt innhald, gjer det mogleg å dele informasjon, vidareutvikla egne og andre sine idéar, og innhente kunnskap på ein ny måte. Sosiale medier skil seg frå tradisjonelle medier som er avsenderkontrollert, ved å vere meir uformelle og brukerstyrte.

Nokre av dei mest kjende og brukte sosiale mediene er:

- Mikrobloggtjenesten **Twitter** - utveksler budskap med maksimalt 140 teikn.
- Det sosiale nettverket **Facebook** - hovudsakleg brukt til formidling av innhold av sosial karakter. Fleire offentlege verksemder har etablert seg på Facebook og funne nye måtar å kommunisere med målgruppene sine på.
- **Wikipedia** er verda største brukarskapt leksikon, utvikla gjennom samarbeid på tvers av alle formelle samfunnsstrukturar.
- **YouTube** - kanal for utveksling av filmsnutter, formidlar budskap ved hjelp av små filmsekvenser eller innslag frå til dømes pressekonferansar og reiser. Fleire offentlege verksemder brukar YouTube til å formidla levande bilete frå egne arrangement.
- **Flickr** - kanal for utveksling av bilete. Mange brukar Flickr til å formidla offisielle bilete frå ulike arrangement og viser dei som treng biletmateriell til verksemda sin Flickr-konto.
- **Instagram** - eit gratis foto-delingsteneste og sosialt nettverk som blei lansert i oktober 2010. Tenesta gjer det mogleg for brukarar å ta eit bilde, legge til enkle effektar, og deretter dela det med andre Instagram-brukarar som er koplå til på det sosiale nettverket. Instagram har i dag 80 millionar registrerte brukarar.
- **SlideShare** - kanal mange brukar for å utveksla og dela Power Point-presentasjonar.
- **Chat** – elektronisk diskusjons- og kontaktforum gjennom tekstmeldingar.

**IKT** – informasjons- og kommunikasjonsteknologi

**Difi** – Direktoratet for forvaltning og IKT

## SAMANDRAG

Bømlo kommune sin kommunikasjonsplan er eit verkty som seier kva me ynskjer å oppnå med vår kommunikasjon. Planen syner korleis dette arbeidet skal organiserast og syner ansvarsforhold. Den skal gi eit oversyn over utfordringar kommunen har på kommunikasjonssida.

Kommunikasjonsplanen inneheld mål med strategiar og tiltak som skal setjast i verk i planperioden. Den skal hjelpe administrative leiarar til å kommunisere betre. Planen skal også vere ein rettleiar for kommunikasjon med brukarar, kollegaer, leiarar, media og andre. Til hjelp i dette arbeidet er det også utarbeidd Rettleiar for bruk av sosiale medier i Bømlo kommune og Mediehandbok for Bømlo kommune.

Kommunikasjonsplanen gjeld for fire år om gongen.

## VISJON OG HOVUDMÅL

Bømlo kommune skal produsere tenester av høg kvalitet. Bømlo kommune skal ha eit ope tilhøve til media og eigne tilsette. Informasjon frå Bømlo kommune skal vere godt tilrettelagt og lett tilgjengeleg i dei kanalar og på dei stader som publikum forventar å finne informasjonen. All kommunal informasjon skal vere klar og lett forståeleg – godt norsk i nynorsk språkdrakt. (jmf. Målbruksplan for Bømlo kommune).

Dette skal me realisere gjennom fem hovudmål:

1. **Samhandling** internt og eksternt basert på tillit, tryggleik, vilje, evne og haldning for å bli betre. Gjennom avklaring av mål og forventningar skal me bryta med vanleg grensetenking.
2. **Å ha god og rett kompetanse** der me er utviklingsorienterte og viljuge til å skapa endringar. Me skal rekruttere, utvikla og ta vare på våre tilsette gjennom påfyll og overføring av kunnskap.
3. **Omdømmebygging** basert på forventningsavklaring til kva som er forsvarlege og gode tenester i høve til våre økonomiske rammer og levering på dette løftet.
4. **Setje brukaren i sentrum** – på systemnivå gjennom planprosessar, på individnivå og tenestetilbod og gjennom aktiv bruk av grendalag, lag og organisasjonar, informasjonsmøter med meire.
5. **Felles profil.** Vi set krav til at grafisk design gir tydeleg signal om éin avsendar, og at vi står fram som ein kvalitetsmedviten, effektiv og open organisasjon.

## Slik når me våre mål for informasjon og kommunikasjon

Uavhengig av kanal skal kommunen si informasjonsverksemd pregast av profesjonalitet, informasjonsfagleg kompetanse, høgt presisjonsnivå og respekt for mottakarane av budskapet. Vidare skal våre etiske retningslinjer med vekt på å vera open og ærleg, lojalitet og rolleforståing liggje til grunn for arbeidet.

Bømlo kommune føl dei overordna prinsippa i den statlege informasjonsstrategien. Eigne mål og tiltak er utarbeidd i tråd med desse, og inneber mellom anna at nettbaserte tenester skal vera hovudløysinga for å utføre oppgåver der det let seg gjera.

### Fem prinsipp for informasjon

- 1 **Kommunikasjonsprinsippet.** Verksemda skal byggje på dialog med omverda. Dette inneber tovegs kommunikasjon med innbyggjarar, tilsette og andre interessentar.
- 2 **Prinsippet om aktiv informasjon.** Kommunen skal drive aktiv informasjon om verksemda. Forholda skal leggjast best mogeleg til rette for offentleg innsyn i den kommunale forvaltning.
- 3 **Heilskapsprinsippet.** Informasjon skal i størst mogeleg grad vera samordna og framstå heilskapeleg. Mottakaren skal kunna forstå at den informasjon som kjem frå t.d. oppvekst og kultur har same avsendar som informasjon som kjem frå helse- og omsorgsavdelinga – nemleg kommunen.
- 4 **Linjeprinsippet.** Informasjonsoppgåvene skal følgje organisasjonen sine linjer slik at den som har ansvar for eit bestemt område også har ansvaret for å vurdere informasjons- og kommunikasjonsbehov.
- 5 **Prinsippet om informasjon som leiaransvar.** Leiaren for ei verksemd, avdeling, seksjon eller eining har informasjonsansvaret på sitt område.

### Føresetnadene for å nå desse måla er at me må:

- ha kunnskap om målgruppene sine behov, føresetnader og synspunkt
- delta i samfunnsdebatten og understøtte auka demokratisk deltaking
- bruke eit godt og klart språk som alle kan forstå
- sikre at offentleg informasjon og kommunikasjon er påliteleg og samordna
- kommunisere og informere målretta og effektivt slik at ein når målgruppene
- utnytte potensiale som ligg i ny teknologi og nye kanalar effektivt og føremålstenleg
- vise respekt og imøtekommande haldningar i kommunikasjonen vår

## ORGANISERING – ROLLER - ANSVAR

Informasjonsansvaret i Bømlo kommune er organisert slik:

- ❖ **Ordførar og rådmann** har det overordna ansvaret for kommunikasjon med media og tilsette, og dermed forvaltninga av Bømlo kommune sitt omdømme. Det er berre ordførar og rådmann som kan uttala seg om strategi og planverk.
- ❖ **Rådmannen** har det overordna informasjonsansvaret knytt til administrasjon av Bømlo kommune. Rådmannen er ansvarleg redaktør for nettportalane til kommunen.
- ❖ **Verksemdsleiarar** har informasjonsansvar. Informasjon er ei leiaroppgåve. Verksemdsleiarane kan uttala seg til media om faktiske tilhøve i eiga verksemd. Dei har informasjonsansvar ovafor sine tilsette.
- ❖ **Tilsette** vert oppmoda til å kommunisera i tråd med kommunen sine verdiar. Til hjelp i dette arbeidet er det utarbeidd Rettleiar for bruk av sosiale medier i Bømlo kommune.

- ❖ **Kundetorget/Turistinformasjonen** har ei sentral rolle i formidling av informasjon om tenestetilboda til kommunen. Kundetorget skal byggja nettverk inn mot avdelingane for å sikra at denne informasjonen vert god. Det er likevel kvar enkelt **avdeling/saksfelt** som eig informasjonen, og som skal sørge for at Kundetorget har den informasjon som er naudsynt for å møte publikum.
  
- ❖ **Informasjonssjefen** har som ei sentral oppgåve å styrka det overordna kommunikasjons- og informasjonsarbeidet, og ha ein rådgjevande, koordinerande og utøvande funksjon. Informasjonssjefen skal organisasjonsmessig vera så tett knytta opp til rådmannsteamet som mogleg. Fagleg rapportering skal skje direkte til rådmann. Informasjonssjefen er redaktør for kommunen sitt intra- og internett, og skal sørge for at all informasjon som ligg på kommunen sine heimesider er oppdatert. Så langt det er mogleg skal kost-/nytteberekningar av informasjonstiltak synleggjerast og gje tilbakemelding om korleis informasjonstiltak har verka.
  - **Informasjonssjefen skal for innbyggjarane:**
    - arbeida for at innbyggjarane har tilgang til offentleg informasjon
    - arbeida for at kommunale tenestetilbod er kjent og tilgjengeleg
    - leggja til rette for at publikum lett kan finna fram til rett kommunal person eller instans
  - **for media:**
    - leggja tilhøva til rette slik at det er lettast mogleg å kommunisera med kommunen
    - distribuera informasjon om kommunal verksemd
  - **for tilsette:**
    - arbeida for at tilsette får god informasjon om kva som skjer i organisasjonen
    - gje opplæring for publisering i digitale kanalar og råd om korleis informasjon/kommunikasjon kan nyttast i organisasjonen
    - medverka til at informasjon er ein del av planlegging, utgreiing og sakshandsaming
    - medverka til at språk har ei form som målgruppene skjønar

## SAMANHENG MED ANDRE PLANAR

Bømlo kommune skal aktivt bruka kommunikasjon som strategisk verkemiddel og styringsverktøy for å nå organisasjonen sine mål nedfelt i denne planen, Kommuneplanen, og i andre kommunale planar (t.d Velferdsplan, Strategisk næringsplan, Bustadplan). Kommunikasjonsplanen kan bidra til ei betre samordning av detaljplanar (t.d arkivplan, målbruksplan, IKT-strategi, beredskapsplan m.fl), og vil vera eit grunnlagsdokument for arbeid med handlingsplan og økonomiplan.

Rett bruk av kommunikasjon eksternt og internt skal bidra til å styrkja lokaldemokratiet og gjere kommunen meir effektiv. Kor gode me er til å kommunisera internt og eksternt, har avgjerande betydning for kor godt me gjer jobben vår på vegne av innbyggjarane i Bømlo.

Beredskapsplanen for Kommunal kriseleiing (KKL), kapittel 9, inneheld kriseinformasjonsplan.

### Kort om Omdømme

Omdømme kan definerast slik: «Summen av oppfatningar som ulike grupper har om ei verksemd eller ein stad». Omdømmet vårt vert skapt der våre tilsette kjem i direkte eller indirekte kontakt med brukarar, innbyggjarar og samarbeidspartnarar med fleire. Alt me gjer og ikkje gjer i informasjons- og kommunikasjonsarbeidet vårt er med og byggjer opp eller riv ned omdømmet vårt.

Vårt omdømmearbeid må sjåast over to dimensjonar – som kommunal organisasjon og som ein stad å bu, arbeida og vitja. Bømlo kommune skal vere ein god tenesteytar, ein positiv utviklingsaktør i Bømlo-samfunnet og ein attraktiv arbeidsgjevar. Å tenkje omdømme er særst viktig i alle deler av organisasjonen i vårt daglege virke der me arbeidar mot vår visjon og hovudmål.

## KOMMUNIKASJON – STATUS

Kommunikasjon handlar om å formidla opplysningar slik at mottakaren forstår dei og kan gjere seg nytte av dei. Bømlo kommune ynskjer å kommunisera på ein måte som inviterer til dialog med innbyggjarane og andre der det er naturleg. Kommunen skal framstå som open og leggje til rette for innsyn.

### Føringar og lovverk

Kommuneplanen er overordna Kommunikasjonsplanen. Kommunelova seier: «Kommuner og fylkeskommuner skal drive aktiv informasjon om sin virksomhet. Forholdene skal legges best mulig til rette for offentlig innsyn i den kommunale og fylkeskommunale forvaltning».

#### Eksterne føringar:

- § 100 i Grunnlova om ytringsfridom.
- Offentleglova slår fast at alle dokument i forvaltninga i utgangspunktet er offentlege.
- Forvaltningslova har også reglar om innsynsrett og informasjon.
- Plan- og bygningslova pålegg kommunen å sjå til at det vert lagt til rette for medverknad i planprosessar, også dei som vert utført av andre offentlege organ og private.
- Rettleiar i sosiale medier frå Direktoratet for forvaltning og IKT (DiFi). Denne tilrår at forvaltninga tar i bruk sosiale medier som formidlingskanal, samarbeidsarena og til deling av kunnskap. Sosiale medier skal ikkje brukast til sakshandsaming.
- Arkivlova, Fylkesmannen, Datatilsynet og Sivilombudsmannen har oppfølgingsansvar og tilsynsansvar som gjev dei høve til å koma med pålegg som og kan påverka kommunen si informasjonsverksemd.

#### Interne føringar:

- Etiske retningslinjer for tilsette og folkevalde i Bømlo kommune.
- Kommunale reglement - t.d tilsetjings- og arbeidsreglementet, Rettleiar for bruk av sosiale medier i Bømlo kommune, Håndbok for mediekontakt, Profilhåndbok og annonseplan.

### Dagens situasjon

Lokale medier har vore blant Bømlo kommune sine viktigaste informasjonskanalar, både gjennom redaksjonell omtale og annonsering. Andre viktige kanalar er mellom anna brosjyrar, årsmelding, eigen nettstad og Kundetorget som tek imot og handterer førespurnader. I tillegg kjem direkte kontakt med brukarane munnleg eller gjennom brev og andre skriv.

Bømlo Folkebibliotek og Turistinformasjonen nyttar også Facebook og andre sosiale medier til å formidla informasjon og for å kome i dialog med innbyggjarane.

### **Vidare utvikling**

Papirbaserte kanaler for informasjon og kommunikasjon skal i stor grad erstattast av elektroniske kanalar av omsyn til økonomi og miljø. Kvalitetsomsynet er også viktig: Informasjon på internett er lett å oppdatera og den er tilgjengeleg når brukaren treng den. Elektronisk svar på førespurnader kjem fram til brukaren raskare enn brev. For å nå ut til flest mogleg med informasjon skal kommunen bruka fleire kanalar.

Mellom anna er sosiale medier godt eigna i eit samspel med nettsidene. Kundetorget skal ta i bruk sosiale medier for å nå ut til kundane der dei er og der dei forventar å finna kommunal informasjon. Der det er viktig at informasjonen når ut til flest mogleg innbyggjarar kan det vere naudsynt å kombinera elektronisk informasjon med avisannonsering, brosjyrar, skriv og møter. Dette gjeld også for å ivareta innbyggjarar som ikkje kan gjere seg nytte av dei elektroniske kanalane.

Det er ein føresetnad at informasjon til og kommunikasjon med mellom anna næringsliv, organisasjonar og jobbsøkjjarar i hovudsak kan skje gjennom elektroniske kanalar, men avisannonsering kan brukast for å gjere mottakarane merksam på informasjonen. Vidare bør innbyggjarar som sjølv tek kontakt elektronisk så langt som mogleg få svar elektronisk.

Bømlo kommune skal utnyttta nye teknologiske verkty til å styrka si opplysningsverksemd ovanfor innbyggjarane. Kommunen kan på ein annan måte enn tidlegare halde innbyggjarane oppdatert om til dømes snøbrøyting, om turløyper eller om ein epidemi. Dette fordrar at informasjonen er tilgjengeleg på ulike plattformar som t.d smarttelefonar og nettbrett.

Uavhengige medier skal framleis vere viktige informasjonskanalar for Bømlo kommune. Kommunen skal aktivt leggje til rette for at media fritt kan formidla informasjon om kommunen si verksemd. Bømlo kommune skal praktisera meiroffentlegdom.

Bømlo kommune ynskjer myndiggjorte og ansvarsfulle medarbeidarar. Då må medarbeidarane også vere informerte. Tett dialog mellom leiarar og medarbeidarar samt utvikling av gode interne kommunikasjonskanalar er viktig for å oppnå dette.

## **IKT- STATUS**

IKT betyr informasjons- og kommunikasjonsteknologi. Bømlo kommune ynskjer å bruka IKT som verktoy for å yte gode tenester og for å kommunisere effektivt for å nå våre fem hovudmål.

### **Føringar og lovverk**

FAD (Fornyings- administrasjons- og kirkedepartementet): *«Informasjons- og kommunikasjonsteknologi (IKT) blir i stadig sterkere grad en forutsetning for velferdssamfunnet. IKT effektiviserer offentlige tenester – IKT øker produktiviteten i landet. Derfor er også digital kompetanse i befolkningen, gode offentlige elektroniske tenester og forutsigbare rammevilkår helt avgjørende for at Norge fortsatt skal være verdens beste land å bo i.»*

Andre føringar:

- Samarbeidsportalen for «Min side» / ID-porten. Digital dialog med innbyggjarane (innsynsløysingar)
- Altinn - Næringslivets felles portal for alle elektroniske tenester frå offentlig sektor.
- eKommune 2012, lokal digital agenda frå KS
- Ny nasjonal referanse katalog
- Stortingsmelding nr. 17: Et informasjonssamfunn for alle

Blant lovane som regulerer dette området er Kommune-loven, Offentleglova, Personopplysningsloven og Helseregisterloven.

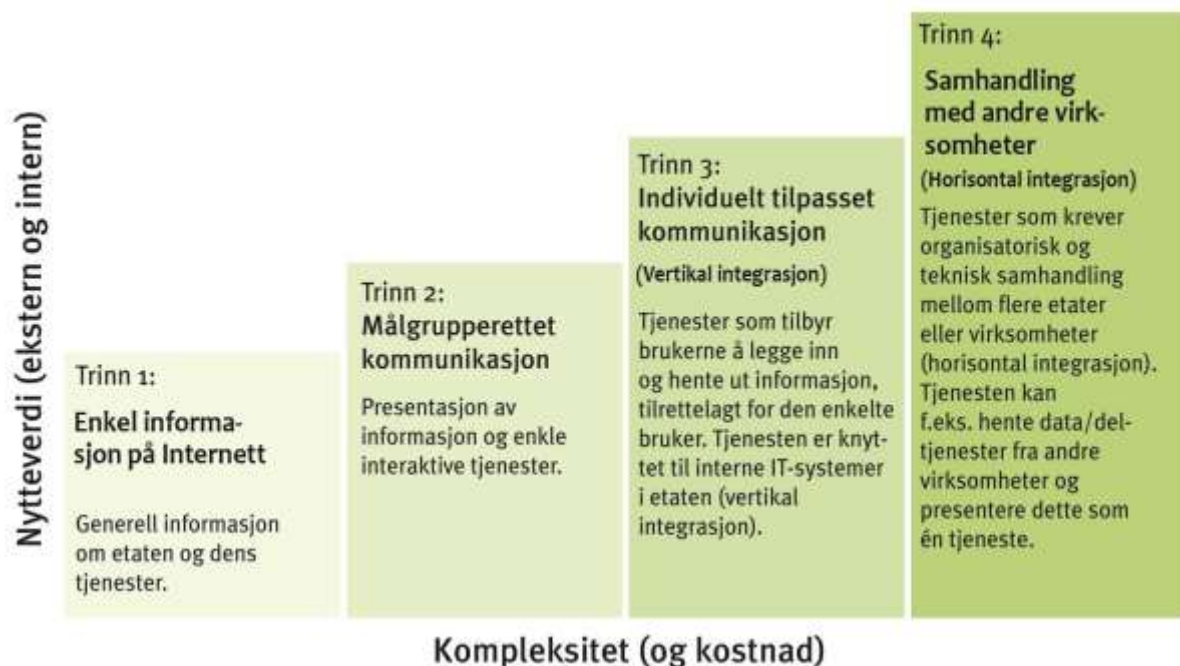
### Dagens situasjon

Bømlo kommune har dei seinare år gjort monalege investeringar i si IKT-plattform. Dette gjer at dei tilsette har betre verkty, og at kommunen kan effektivisere interne prosessar og samhandla meir effektivt med andre.

I dag nyttar Bømlo kommune mange ulike digitale kanalar i sin kommunikasjon både innad og utad, som til dømes E-post, SMS, Innsyn, Politkarportalen, Fonnakart m.fl.

Løysingar for innsyn har me i lengre tid hatt gode løysingar på, og er i ferd me å innføre ein heilt ny versjon. Nye løysingar for sjølvbetening med mellom anna elektroniske skjema og stillingssøknadar er me komen i gang med etter innføring av ny portal i 2010. Samstundes er utfordringane kring informasjonstryggleik og personvern vorten større etter kvart som løysingane vert meir avanserte.

Bømlo kommune er i dag delvis på Trinn 3 i Tenestetrappa der sentrale mål er definert i m.a St.melding nr. 17. Det betyr at kommunen så vidt er i gang med tovegs kommunikasjon med innbyggjarane (gjennom t.d elektroniske søknadsskjema).



Tenestetrappa (Difi)



### Vidare utvikling

Ei viktig målsetting er å nå innbyggjarane i Bømlo med effektiv informasjon. For å lukkast med det må kommunen ha ei aktiv rolle i bruk av ikt-teknologi, og ha gode innbyggjartenester og medarbeidarar som bidrar med spreiding av kompetanse.

Det er også ein klar forventning hos innbyggjarane, næringsliv og andre om at kommunen sine tenester er lett tilgjengelege. For mange er sjølvbetjening på nett den einaste tenkelege måten å få gjort ting på. Born og unge veks opp med ein høgare digital kompetanse enn tidlegare. Bruken av sosiale medier veks i rekordfart, og krafta som ligg i sosiale medier er stor. I samfunnet generelt er innsynsløysingar der ein kan følgja sine eigne pågåande saker og samhandla med det offentlege no utbreidd. Kommunen må møte forventningane på dette området. Det betyr å nå opp til trinn 4 i tenestetrappa.

## TILTAKSPLAN 2013-2017

Følgjande tiltaksplan skal bidra til at me klarar å leve opp til våre fem hovudmål. Den må oppdaterast/rullerast kvar vår for å vere aktuell og for prioritering i budsjettarbeidet. IKT-løysingane våre skal bidra til å møte forventningane til våre innbyggjarar vedrørande sjølvbetjening, innsynsløysingar, lett tilgjenge, universell utforming, samt god og effektiv samhandling slik at me langt på veg vil nå våre fem hovudmål.

1. SAMHANDLING		
<b>Samhandling</b> internt og eksternt basert på tillit, tryggleik, vilje, evne og haldning for å bli betre. Gjennom avklaring av mål og forventningar skal me bryta med vanleg grensetenking.		
TILTAK	RESSURSAR	GJENNOMFØRING
Kundetorget tilgjengeleg i sosiale medier – i første omgang Facebook og chat (Chatløysing er tilgjengeleg i eksisterande portalløysing)	Oppgåve som del av arbeidsdagen i Kundetorget. Innan vedtekne økonomiske rammer.	2013
Meldeteneste som «Fiks gata mi» der publikum melder inn om t.d manglande gateljos, hol i vegbana, manglande snøbrøyting etc.	Oppgåve som del av arbeidsdagen til vakthavande for teknisk etat i Kundetorget. Innan vedtekne økonomiske rammer.	2014
Gjere informasjon tilgjengeleg på alle plattformer - internett, mobil, nettbrett.	Må investere i løysingar for mobil	Budsjett 2014
Opprydding framsida nettportalen	Konsulentonorar ACOS 25 000	2014
Oppretta nettverk/hovudredaksjon av alle publiseringsgansvarlege frå kvar verksemd	Innan vedtekne økonomiske rammer.	2013

## 2. GOD OG RETT KOMPETANSE

Å ha god og rett kompetanse der me er utviklingsorienterte og viljuge til å skapa endringar. Me skal rekruttere, utvikla og ta vare på våre tilsette gjennom påfyll og overføring av kunnskap.

TILTAK	RESSURSAR	GJENNOMFØRING
Nytt intranett	Innan vedtekne økonomiske rammer.	2013-2014
Deltaking på årleg brukarseminar til portalleverandør	Kursavgift og reiseutgifter – ca. 15.000 kr. årleg (1 person)	Heile perioden
Oppgradering publiseringsverktøy	Innan vedtekne økonomiske rammer.	2013
Intern kursing innan webpublisering og mediekontakt	Innan vedtekne økonomiske rammer.	Heile perioden
Utnemna ansvarlege for nettpublisering og oppdatering i kvar verksemd	Innan vedtekne økonomiske rammer.	2013

### 3. OMDØMMEBYGGING

**Omdømmebygging** basert på forventningsavklaring til kva som er forsvarlege og gode tenester i høve til våre økonomiske rammer og levering på dette løftet.

TILTAK	RESSURSAR	GJENNOMFØRING
Ny Innsyn-modul – enklare tilgjenge postlister, møteplan og politikarar	Innanfor vedtekne økonomiske rammer	2013
Adresselister – lett tilgjengeleg kontaktinformasjon med e-post og tlf.nr til alle tilsette med utadretta verksemd	Innanfor vedtekne økonomiske rammer	2013
Deltaking på Utdanningsmessa for Sunnhordland	Innan vedtekne økonomiske rammer	Heile perioden
Ordførarkaffi	Innan vedtekne økonomiske rammer	Heile perioden
Faste informasjonspunkt i ulike møter, råd og utval	Innan vedtekne økonomiske rammer	Heile perioden
Kommunikasjonsfagleg kompetanse skal nyttast i ein tidlegare fase i prosjekt og omleggingar som vedgår innbyggjarane	Innan vedtekne økonomiske rammer	Heile perioden
Informasjon på alle kommunen sine nettsider skal vere oppdatert	Innan vedtekne økonomiske rammer	Heile perioden

#### 4. SETJE BRUKAREN I SENTRUM

**Setje brukaren i sentrum** – på systemnivå gjennom planprosessar, på individnivå og tenestetilbod og gjennom aktiv bruk av grendalag, lag og organisasjonar, informasjonsmøter med meire.

TILTAK	RESSURSAR	GJENNOMFØRING
Halde informasjonsmøter ved behov i særlege saker	Innanfor vedtekne økonomiske rammer	Heile perioden
Språkplan – unngå byråkratspråk, fleire språk	Ikkje utgreidd	
Universell utforming av nettsidene	Del av opprydding framsida, gjere nettsidene tilgjengeleg alle plattformer	2014

#### 5. FELLES PROFIL

Me set krav til at grafisk design gir tydeleg signal om éin avsendar, og at me står fram som ein kvalitetsmedviten, effektiv og open organisasjon.

TILTAK	RESSURSAR	GJENNOMFØRING
Innføring av profilplan	Innanfor vedtekne økonomiske rammer	2013
Intern opplæring i Power-point	Innanfor vedtekne økonomiske rammer	Heile perioden
Skiltplan for rådhuset	Ikkje utgreidd	2016
Utarbeida annonseplan	Innanfor vedtekne økonomiske rammer	2014

<b>IKT-TILTAK</b>		
<b>TILTAK</b>	<b>RESSURSAR</b>	<b>GJENNOMFØRING</b>
Ny Innsyn-modul – enklare tilgjenge postlister, møteplan og politikarar	Innanfor vedtekne økonomiske rammer	2013
Adresselister – lett tilgjengeleg kontaktinformasjon med e-post og tlf.nr til alle tilsette med utadretta verksemd	Innanfor vedtekne økonomiske rammer	2013
Innføring og bruk av elektroniske kommunal brevhodemalar med ny design	Innanfor vedtekne økonomiske rammer	2014 -> i takt med utskifting av kopimaskinar
Kommunal brevhodemalar i ePhorte med ny design	Innanfor vedtekne økonomiske rammer	2013
Nettsider i alle kanalar – smarttelefonar, nettbrett etc.	Ca. 20000,- i lisensar + ca. 6000,- årleg vedlikehald (ACOS)	2014
Analyseverktøy	Fins gratisløyisingar (t.d Google Analytics). Påreknne opplæring: ca 15.000,-	2014
Bømlo Turistinformasjon	Avventar avklaring	

## OM UTARBEIDING AV PLANEN

Kommunikasjonsplan 2013-2017 for Bømlo kommune vidarefører gjeldande Kommunikasjonsplan for Bømlo kommune 2003 (Vedteke i Kommunestyret 26.05.2003). Under arbeidet har kommunikasjonsplanen vore drøfta i leiargruppa og informasjonssjefen har hatt ein presentasjon for formannskapet 27. mars 2012.

### Referanser:

1. Statens kommunikasjonspolitikk: Fastsett av Fornyings- og administrasjonsdepartementet 16. oktober 2009
2. Rettleiar for bruk av sosiale medier i Bømlo kommune: Difi - Veileder i sosiale medier, KS - Veikart for sosiale medier i kommunesektoren (Frank Langva, Alf Tore Meling, Jon Wessel Aas), Utsira kommune, Finnmark fylkeskommune, Rogaland fylkeskommune
3. Mediehandbok for Bømlo kommune: Oppland fylkeskommune - Informasjons- og kommunikasjonsstrategi / Håndbok for ansatte