

# Hålogalandsrådet

Interkommunalt politisk råd for:



Harstad



Kvæfjord



Tjeldsund



Evenes



Narvik



Ibestad



Gratangen



Lavangen

På vegne av  
**60.000** mennesker

Kommunikasjonsstrategi

28. august 2020

**Visjon:** Synlig og ledende politisk aktør som bidrar til vekst og utvikling i Hålogalandsregionen.

*«På vegne av 60 000 mennesker.»*

**Verdier internt:** enstemmighet, åpenhet og gjensidig tillit

**Verdier eksternt:** åpen, kompetent, engasjert og ansvarlig

# Overordnede kommunikasjonsmål

## *Eksternt:*

*Synliggjøre, legitimere og ta posisjon på vegne av regionen, lokalt, regionalt og nasjonalt*

## *Internt:*

*Samhandling og godt samarbeidsklima, for å skape tillit og enighet.*



*Synliggjøre, legitimere og ta posisjon på vegne av regionen, lokalt, regionalt og nasjonalt*

**Strategier for å oppnå kommunikasjonsmålet:**

- *Hålogalandsrådet skal refereres til i all kommunikasjon (lokalt, regionalt og nasjonalt) vedrørende regionale saker.*
- *Ett felles, tydelig og målrettet budskap av gangen.*
- *Analysere og identifisere målgrupper*
- *Kanalvalg (påvirkningsmetode) basert på sak og målgruppe, og plan for videre påvirkning.*

Kommunikasjonsplanens  
satsningsområder baserer seg på de  
eksisterende regionale næringsplanene

*Gjennomgående hensyn som skal ligge til grunn for alt arbeid.*

**INNOVASJON (digitalisering, teknologi og entreprenørskap) – KOMPETANSE – FNs bærekraftsmål**

*Alle satsningsområdene ligger på samme nivå og er kun satt på to linjer her for visningens del.*

<b>Ung</b>	<b>Forsvaret</b>	<b>Reiseliv og arrangement</b>	<b>Blå næringer</b>	
<b>Samferdsel/Infrastruktur</b>	<b>Energi</b>	<b>Utdanning</b>	<b>Offentlige arbeidsplasser</b>	<b>Helse</b>

## Strategiområde: UNG

**Kommunikasjonsmål: Synliggjøre, legitimere og ta posisjon på vegne av regionen, lokalt, regionalt og nasjonalt**

Strategisk mål/sak	Gjennomgående hensyn	BUDSKAP	MÅLGRUPPE (nøkkelpersoner, beslutningstakere)	KANAL (påvirkningsmetoder)	ANSVAR Hvem gjør hva?	NÅR Årshjul Frister	RESSURSER (Folk/ penger)
<p>Hindre fraflytting og stimulere til økt tilflytting blant unge for å sikre rekruttering til næringslivet i fremtiden.</p>	<p>Kompetanse</p> <p>FNs bærekraftsmål 3, 4, 8</p>	<p>«Vi tar ungdommen på alvor!»</p> <p>Argumentasjons-liste: <i>Fordi at....</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ungdommen er fremtidens arbeidstakere</li> <li>- Vi trenger ungdommene våre for å unngå avfolking</li> <li>- De demografiske utsiktene i regionen må snus</li> <li>- UE representant</li> <li>- Regionalt ungdomsråd</li> <li>- UNG strategi</li> <li>- UNG konferanse</li> </ul>	<p>Troms og Finnmark fylkeskommune Nordland fylkeskommune</p>	<p>Dialogmøter En-til-en møter nettverksjobbing</p>			
			<p>Kommunestyre</p>	<p>Skriftlig og muntlig orientering Innstilling til vedtak</p>			
			<p>Ungdom</p>	<p>Dialogmøter Sosiale medier</p>			
			<p>Øvrig opinion</p>	<p>Debattinnlegg, Redaksjonell omtale, egne nettsider, sosiale medier</p>			
			<p>Media</p>	<p>Pressemelding, pressekonferanser (Oppfølgingsplan)</p>			

## Strategiområde: FORSVARET

*Kommunikasjonsmål: Synliggjøre, legitimere og ta posisjon på vegne av regionen, lokalt, regionalt og nasjonalt*

Strategisk mål/sak	Gjennomgående hensyn	BUDSKAP	MÅLGRUPPE (nøkkelpersoner, beslutningstakere)	KANAL (påvirkningsmetoder)	ANSVAR Hvem gjør hva?	NÅR Årshjul Frister	RESSURSER (Folk/ penger)
Kompetansemessig rigget til å imøtekomme forsvarets behov knyttet til drift og utvikling							



## Strategiområde: REISELIV OG ARRANGEMENT

*Kommunikasjonsmål: Synliggjøre, legitimere og ta posisjon på vegne av regionen, lokalt, regionalt og nasjonalt*

Strategisk mål/sak	Gjennomgående hensyn	BUDSKAP	MÅLGRUPPE (nøkkelpersoner, beslutningstakere)	KANAL (påvirkningsmetoder)	ANSVAR Hvem gjør hva?	NÅR Årshjul Frister	RESSURSER (Folk/penger)
Utvikle og teste et regionalt reiselivskonsept for Visit Narvik, Visit Harstad og Visit Senja							

## Strategiområde: BLÅ NÆRINGER

*Kommunikasjonsmål: Synliggjøre, legitimere og ta posisjon på vegne av regionen, lokalt, regionalt og nasjonalt*

Strategisk mål/sak	Gjennomgående hensyn	BUDSKAP	MÅLGRUPPE (nøkkelpersoner, beslutningstakere)	KANAL (påvirkningsmetoder)	ANSVAR Hvem gjør hva?	NÅR Årshjul Frister	RESSURSER (Folk/penger)
Påvirke til en fremtidsrettet og bærekraftig utvikling i blå næringer							

## Strategiområde: SAMFERDSEL/INFRASTRUKTUR

*Kommunikasjonsmål: Synliggjøre, legitimere og ta posisjon på vegne av regionen, lokalt, regionalt og nasjonalt*

Strategisk mål/sak	Gjennomgående hensyn	BUDSKAP	MÅLGRUPPE (nøkkelpersoner, beslutningstakere)	KANAL (påvirkningsmetoder)	ANSVAR Hvem gjør hva?	NÅR Årshjul Frister	RESSURSER (Folk/penger)
Påvirke slik at Nord-Norgebanen bygges							

## Strategiområde: SAMFERDSEL/ENERGI

*Kommunikasjonsmål: Synliggjøre, legitimere og ta posisjon på vegne av regionen, lokalt, regionalt og nasjonalt*

Strategisk mål/sak	Gjennomgående hensyn	BUDSKAP	MÅLGRUPPE (nøkkelpersoner, beslutningstakere)	KANAL (påvirkningsmetoder)	ANSVAR Hvem gjør hva?	NÅR Årshjul Frister	RESSURSER (Folk/ penger)
Sikre tilstrekkelig kraft i henhold til næringslivets behov							

## Strategiområde: UTDANNING

*Kommunikasjonsmål: Synliggjøre, legitimere og ta posisjon på vegne av regionen, lokalt, regionalt og nasjonalt*

Strategisk mål/sak	Gjennomgående hensyn	BUDSKAP	MÅLGRUPPE (nøkkelpersoner, beslutningstakere)	KANAL (påvirkningsmetoder)	ANSVAR Hvem gjør hva?	NÅR Årshjul Frister	RESSURSER (Folk/penger)
Utvikle møtearena mellom «partnerskap for utdanning» i Harstad-regionen og Narvikregionen							

## Strategiområde: OFFENTLIGE ARBEIDSPLASSER

*Kommunikasjonsmål: Synliggjøre, legitimere og ta posisjon på vegne av regionen, lokalt, regionalt og nasjonalt*

Strategisk mål/sak	Gjennomgående hensyn	BUDSKAP	MÅLGRUPPE (nøkkelpersoner, beslutningstakere)	KANAL (påvirkningsmetoder)	ANSVAR Hvem gjør hva?	NÅR Årshjul Frister	RESSURSER (Folk/ penger)
Være i forkant og gjøre tiltak for å hindre nedleggelser/ forflytninger av offentlige arbeidsplasser							

## Strategiområde: HELSE

*Kommunikasjonsmål: Synliggjøre, legitimere og ta posisjon på vegne av regionen, lokalt, regionalt og nasjonalt*

Strategisk mål/sak	Gjennomgående hensyn	BUDSKAP	MÅLGRUPPE (nøkkelpersoner, beslutningstakere)	KANAL (påvirkningsmetoder)	ANSVAR Hvem gjør hva?	NÅR Årshjul Frister	RESSURSER (Folk/penger)
Nasjonal helse- og sykehusplan 2022 – 2033 inkl. Helsefelleskap  Ambulansehelikopter							

# Avsjekk når man prioriterer saker og mål

- Gir dette regional effekt?
- Må noen eksterne beslutningstakere påvirkes for å oppnå dette?
- Er dette i tråd med satsningsområdene og de gjennomgående hensyn?



## Fordeling av rådsmedlemmer på satsningsområder

Ung	Forsvaret	Reiseliv og arrangement	Blå næringer

Samferdsel/Infrastruktur	Energi	Utdanning	Offentlige arbeidsplasser	Helse

# Prosessen videre

- Gruppevis arbeid med satsningsområder med presentasjon i rådet i løpet av høsten.
- Etablere Facebook og Twitter
- Presentere for kommunestyre
  - Daglig leder presenterer for hvert kommunestyre
  - Ordfører informerer kommunestyret om nytt fra rådet (fast post)

