

Innhold

FORORD	3
BAKGRUNN	4
Sentrale utfordringar for Stord kommune:	4
Dagens mediebilete.....	4
MÅL, OG ØNSKJA SITUASJON	5
Overordna mål med all kommunikasjon:	5
Målgrupper, kven skal me kommunisere med?.....	5
ANSVAR OG ORGANISERING	6
Kven uttalar seg på vegne av Stord kommune?.....	6
Uttaler til media	6
Personlege ytringar i offentlegheita.....	6
PRINSIPP FOR KOMMUNIKASJON	7
STRATEGI OG VEGVAL	8
Kanalar for kommunikasjon:	8
Sosiale medier	8
Fordelar og gevinstar med sosiale medier	8
Målsetting.....	9
Omfang/ avgrensingar.....	9
Organisering av overordna sider i sosiale medier.....	9
10 køyrereglar for bruk av sosiale medier i Stord kommune:.....	9
Råd og tips til einingar som skal ta i bruk sosiale medier	10
Før du opprettar ei side i eit sosialt medium bør du tenkja gjennom.....	10
Døme på informasjonstekst:	11
KOMMUNIKASJON VED KRISER.....	12
TILTAK.....	13

FORORD

Føremålet med Kommunikasjonsstrategien er å leggja rammene for kommunen sitt informasjons- og kommunikasjonsarbeid, - både internt og eksternt. Måla i denne strategiplanen gjev retning for kommunen si vidare satsing, og dannar grunnlag for konkrete tiltak som skal gjennomførast ved hjelp av dei ulike kommunikasjonskanalane.

Stord kommune er ein politisk institusjon med kompleks organisasjonsstruktur, og skal blant anna fyller roller som arbeidsgjevar, velferdsprodusent, utøvar av mynde og planleggings- og utviklingsaktør. Alle desse rollene vert utøvd i krevjande og ofte motstridande omgjevnadar. Ein definert informasjon- og kommunikasjonsstrategi med rette tiltak dannar difor eit viktig grunnlag for at den informasjonen kommunen kommuniserer til ei kvar tid er relevant og oppdatert.

Kommunikasjon skal vera ein naturleg del av all planlegging i kommunen, og skal støtte opp om kommunen sin visjon, verdiar, mål- og resultatstyring. Tiltaka i kommunikasjonsstrategien skal i utgangspunktet etablerast innanfor dei ordinære driftsrammene, både organisatorisk og budsjettmessig. Tiltaka kan likevel vera ressurskrevjande fordi det handlar om organisasjonsutvikling og kompetansebygging for å nå måla i strategidokumentet.

Begrepsavklaring – kva er informasjon og kommunikasjon?

I norsk språkbruk vert ofte omgrepa informasjon og kommunikasjon nytta om ein annan. Ein enkel måte å skilje mellom dei er at kommunikasjon skildrar *sjølve prosessen*, medan informasjon er *produktet* eller *bodskapen*. Informasjon er det som vert formidla når ein kommuniserer:

Ved kommunikasjon forstår me prosessen der kommunen (avsendar) overføre eller deler informasjon til ein annan person, gruppe eller organisasjon (mottakar).

BAKGRUNN

Stord kommune har mangla ein heilskapleg kommunikasjonsstrategi, men har i ulike dokument hatt retningslinjer og føringar for informasjons- og kommunikasjonsarbeid. Desse har vore tilgjengelege i Personalpolitisk plan (kapittel 14) og i Beredskapsplan for administrasjonen i Stord kommune. I tillegg har kommunen retningslinjer for bruk av sosiale medium og ei profilhandbok.

Arbeidet med kommunikasjonsstrategien kom i gang etter fleire førespurnader om kommunen skulle ta i bruk sosiale media, og kva rolle kommunen eventuelt skulle ha her. Den raske teknologiske utviklinga innanfor informasjon og kommunikasjon var også blant årsakene til at ein såg det som ønskeleg å utvikla ein politikk for desse områda.

Sentrale utfordringar for Stord kommune:

- Utnytta kommunikasjon som eit verkemiddel i det daglege arbeidet, både operativt og strategisk, og for å styrkja omdøme.
- Avdekka informasjonsbehov hjå brukarane og utvikla/vidareutvikla fungerande kommunikasjonskanalar.
- Bruka eit klart og forståeleg språk og ha ein einskapleg visuell profil.
- Motivera til dialog og medverknad.
- Profilera kommunen og skapa realistiske forventningar til kommunen sine tenester.
- Sikra samhandling og klargjera roller og ansvar.
- Møta media og andre interessentar opent, aktivt og planlagt.
- Behalda og rekruttera kompetente medarbeidarar.
- Ha kommunikasjonskompetanse i heile organisasjonen.
- Kommunikasjon og informasjonsformidling ved kriser (telefoni, sentralbord og informasjonssystem).

Dagens mediebilette

Dei siste åra har mediebiletet endra seg i raskt tempo. Dei digitale mediekanalane er drivkrefter i ein ny medierøyndom, og Internett er i dag å rekna som den viktigaste mediearenaen. Den digitale utviklinga har også medført endring av kommunikasjonspremissane, som kort summert stiller større krav til tilgjenge og respons.

Dette medfører nye utfordringar for Stord kommune i dialogen med målgruppene. Det er nærmast forventa at kommunen gjev informasjon raskt og er tilgjengeleg i dei kanalane målgruppene nyttar seg av. For kommunen er det dermed gunstig å handtera media på riktig måte. Ved å vita kva som skapar overskrifter og korleis ein skal spreie budskapet får organisasjonen ein meir positiv omtale og byggjer raskare eit godt omdøme. Med riktig mediehandtering kan kommunen treffa eit større publikum på eit nøytralt og truverdig grunnlag. Kunnskap om mediekvardagen og mediebruken er difor vesentleg for god kommunikasjon.

MÅL, OG ØNSKJA SITUASJON

Overordna mål med all kommunikasjon:

- 1) *Innbyggerane har innsikt i kommunen sine tilbod, tenester og prosessar*
- 2) *Innbyggerane er orientert og deltek i politiske prosessar*
- 3) *God intern kommunikasjon og informasjonsflyt*
- 4) *Tilpassa dialog og val av kanalar til dei ulike målgruppene*

Målgrupper, kven skal me kommunisere med?

I den daglege drifta har kommunen fleire målgrupper for sitt kommunikasjonsarbeid:

- a) innbyggjarar
- b) framtidige innbyggjarar
- c) tilsette: noverande og potensielle
- d) fagforeiningane
- e) folkevalde
- f) andre forvaltningsnivå: fylkeskommunen, Fylkesmannen, andre kommunar, departement, Storting
- g) næringsliv
- h) lag og organisasjonar
- i) samarbeidspartar (både i inn- og utland)
- j) media - som er både målgruppe og ein kanal til å nå dei andre målgruppene

Lista er ikkje prioritert, ulike budskap har sine målgrupper. Det er difor viktig å forstå kva målgruppe ein kommuniserer med, og tilpassa korleis budskapet vert formidla til den einskilde målgruppa. Kommunen må vera bevisst at ulike målgrupper kan føretrekkja ulike kommunikasjonskanalar, samt har ulikt informasjonsbehov.

ANSVAR OG ORGANISERING

Ekstern kommunikasjon omfattar all kommunikasjon og informasjon til andre enn kommunen sine eigne folkevalde og tilsette.

Intern kommunikasjon omfattar også kommunikasjon og informasjon mellom administrasjonen i kommunen og folkevalde, tilsette og tillitsvalde. Tilsette har ansvar for å tileigna seg informasjon, samstundes som arbeidsgjevar har eit ansvar for å leggja til rette og informera.

Kven uttalar seg på vegne av Stord kommune?

- **Folkevalde** står fritt til å uttala seg om alle saker. Folkevalde kommuniserer med administrasjonen gjennom rådmannen og bør unngå å uttale seg om einskilde tilsette sitt arbeid.
- **Tillitsvalde** uttalar seg fritt.
- **Ordførar** er kommunen sin fremste folkevalde og som hovudregel det politiske bindeleddet i kommunikasjonen mellom folkevalde og administrasjon. Ordføraren uttalar seg på vegne av Stord kommune, med eit særleg ansvar for ekstern kommunikasjon for Kommunal kriseleiing.
- **Rådmannen** er den øvste administrative informasjonsansvarlege i kommunen og er ansvarleg redaktør for kommunen sine nettsider. Rådmannen uttalar seg på vegne av kommunen, men likevel ikkje i politiske spørsmål. Rådmannen kan delegera informasjonsansvar generelt og i einskildsaker.
- **Medlemmer av Strategisk leiing og einingsleiingar** uttalar seg på vegne av rådmannen innanfor sine fagområde.
- **Einingsleiingar** har også ansvar for at eininga sine nettsider til ei kvar tid er oppdatert, samt drift av ev. offisielle einingskontoar i sosiale medier.
- **Øvrige tilsette** kan gje generelle opplysningar og faktaopplysningar om eigne arbeidsoppgåver. Tilsette på alle nivå har eit sjølvstendig ansvar for å halda seg informert om eigen arbeidsplass og dela informasjon med andre. Sjå også avsnitt om tilsette si rett til yringsfridom.
- **Nettredaktør** har driftsansvar for kommunen sine nettsider.
- **Kundetorget** har hovudansvar for publikumsmottak og å formidla publikum til rette vedkomande. Kundetorget har saman med Eining for kulturtenester ansvar for turistinformasjonen.

Uttaler til media

Dersom nokon er usikre på kva for opplysningar som kan gjevast i ei sak, bør dette opplysast til journalisten. Be om å få undersøkje saka nærare og så ta kontakt igjen når naudsynte opplysningar er henta inn. Be også om å få vita i kva samanheng pressa skal nytta opplysningane. Det er også ein god regel at me alltid ber om å få lesa artikkelen før han vert trykt («sitatsjekk»).

Personlege ytringar i offentlegheita

Ytringsfridomen er ein av hjørnesteinane i demokratiet vårt. Tilsette i kommunen har rett til å uttala seg i det offentlege rom. Offentleg tilsette har same tilgang som andre til å retta kritikk mot institusjonen dei er tilsett i, men heile tida innafor grenser som er sett av lovbestemt teieplikt og

teiingslovnad (jf. Forvaltningslova § 13). Den enkelte tilsette skal gjera merksam på at det dreier seg om personlege ytringar og ikkje ytringar på vegne av kommunen. Kommunen sine kommunikasjonsmidlar (e-post, faks, telefon, brevark m.m.) skal ikkje nyttast ved personlege ytringar.

Ingen tilsette i Stord kommune skal koma med uttale eller vurderingar som kan oppfattast personleg krenkande på enkeltindivid i organisasjonen vår. Uttale på eigne vegne bør ha ei forsvarleg form, og det er god praksis å ta opp forholdet internt først.

PRINSIPP FOR KOMMUNIKASJON

a. **Open og heilskapleg:**

Kommunen skal følgja prinsippet om meirinnsyn (Offentleglova §11). Informasjonen skal vera open, tydeleg og tilgjengeleg. Informasjonen skal vera påliteleg og lettfatteleg.

b. **Medverknad:**

Kommunen skal aktivt involvera innbyggjarane, organisasjonar og næringsliv i utviklinga av kommunen.

c. **Aktiv:**

Kommunen skal aktivt informera innbyggjarane om rettar, plikter og moglegheiter, som er ein føresetnad for demokratisk deltaking.

d. **Inkluderande:**

Kommunen skal tilpassa informasjon og kommunikasjon til dei målgruppene me skal nå ved å innhenta kunnskap om dei ulike gruppene sine informasjonsbehov og føresetnader.

e. **Leiaransvar:**

Informasjon og kommunikasjon er eit leiaransvar, og det er leiar sitt ansvar at medarbeidarane har naudsynt informasjon til å gjennomføra arbeidsoppgåvene.

f. **Avsendar:**

Kommunenamn og logo skal nyttast på alle brev. All informasjon skal vera datert. Signatur med namn, tittel og kontaktinformasjon skal nyttast på all e-post. Artikkelforfattar skal signera sine innlegg (som t.d. nyhende) på nettsida.

g. **Tilgjenge/universell utforming**

Kommunen skal følgja retningslinjer/lovreglar for utforming av dokument og nettsider. Dvs. Referanse katalogen for IT-standardar i offentleg sektor og Diskriminerings- og tilgjengelegheitslova.

h. **Bruk av bilete**

Kommunen skal følgja retningslinjer/lovreglar m.o.t. bruk av bilete, jf. Åndsverklova, Personopplysningslova og Straffelova.

STRATEGI OG VEGVAL

Kommunen har ei rekkje ulike kommunikasjonskanalar. Målet er å setja innbyggjarane i sentrum, og det inneberer at kommunen må vera tilgjengeleg i dei kanalane innbyggjarane nyttar. Skal rett informasjon nå ut til innbyggjarane er det viktig å **definera målgruppe** og velja **riktig kanal**. Utviklinga syner at e-post tek over for telefon, og at augneblinkskanalar som chat og sosiale media breier om seg.

Kanalar for kommunikasjon:

- Kommunen sine nettsider/ tenester på nett (skjema osv.)
- Telefon
- Sentralbord
- E-Dialog (Chatfunksjon på heimesida)
- E-post
- Brev
- Sosiale medier
- Videomøte
- Sanntidsmeldingar via chat
- Direktesending og videoopptak av politiske møte
- Tekstmeldingar (SMS)
- Kalender for møteinnkalling, avtalar og fråvær

Sosiale medier

Difi tilrår offentlege verksemder å ta sosial medier i bruk. Samstundes ber dei oss om å vurdere nøye både kvifor og korleis me skal bruka sosiale medier.

Sosiale medier er eit arbeidsverktøy både for informasjonsmedarbeidarar og kunnskapsarbeidarar i heile verksemda, og det er difor viktig å etablera ei felles tilnærming, forståing og praksis.

Stord kommune sine retningslinjer for sosiale medier er ei overordna rettesnor som skal støtta dei tilsette i god og trygg bruk av sosiale medier på arbeidsplassen.

Fordelar og gevinstar med sosiale medier

Folk i alle aldrar og yrke nyttar sosiale medier. For offentlig forvaltning betyr dette at sosiale medier er potensielle kanalar for å nå fleire.

Informasjon kan formidlast gjennom kanalar der målgruppa allereie er til stades, ved hjelp av tekst, bilete, lyd eller film, i eitt og same medium. Sosiale medier eignar seg difor godt til å korrigera faktafeil og mistydingar.

Sosiale medier kan også vera eit godt supplement til den tradisjonelle krisekommunikasjonen. Mediene er raske, har ei direkte form, og er treffsikre, og me veit kor målgruppa er. I ein eventuell krisesituasjon kan til dømes kanalar som telefoni og kommunen sine heimesider vera ute av drift. Då vil sosiale medier kunna vera eit alternativ.

Målsetting

Målsettinga med å ta i bruk sosiale medier er å:

- nå ut til fleire med informasjon, slik at publikum i større grad vil få innsyn i kommunal verksemd og saker som angår dei. Kunngjeringar, utlysingar, søknadsfristar, førehandsomtalar av politiske møte og høyringar er døme på informasjon som kan eigna seg for spreieing via sosiale medier.
- skapa større engasjement og brukarmedverknad ved å invitera til dialog.
- få fleire til å vitja heimesidene våre.

Jf. kommunelova §4:

“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.”

Omfang/ avgrensingar

- Det vert opna opp for at einingane kan oppretta egne sider i sosiale medier. Det er utarbeida egne retningslinjer som einingane må setja seg inn i og følgja.
- Bruk av sosiale medier som eit verktoy i opplæringa i skulen er eit pedagogisk spørsmål, og er difor ikkje omhandla i Kommunikasjonsstrategi for Stord kommune.
- Sosiale medier skal ikkje erstatta dei allereie etablerte og tradisjonelle kommunikasjonskanalar, men skal vera eit supplement.
- Alle som tek i bruk sosiale medier må avstemma forventningane ovan for brukarane/ mottakar.

Organisering av overordna sider i sosiale medier

Det er Kundetorget som har ansvar for oppretting, drift og vedlikehald av Stord kommune sine overordna sider i sosiale medier. Kundetorget har også ansvar for å svara på meldingar/ spørsmål som måtte koma via dei overordna sidene. Dei overordna sidene i sosiale medier skal i utgangspunktet publisera dei same nyhende som vert publisert på Stord kommune sine heimesider (hovudsidene: www.stord.kommune.no).

Eningsleiar er ansvarleg for drifta av offisielle einingskontoar/ sider/ kanalar for eininga, og nettredaktør skal ha melding om kva som vert oppretta av kontoar i sosiale medier.

Alle som tek i bruk sosiale medier må ta standpunkt til kor aktiv verksemda skal vera, og korleis ho vil delta, og må kommunisere dette tydeleg til brukarane/ mottakar.

10 kørereglar for bruk av sosiale medier i Stord kommune:

1. Oppfør deg på sosiale medier slik som du ville gjort på kontoret. Vis same respekt for arbeidsplassen din, kollegaer og publikum som du gjer elles.
2. Skil mellom arbeid og fritid.
3. Spør om lov før du legg ut bilde eller opplysningar av/om andre.
4. Tilsette har yringsfridom, men teieplikta gjeld også i sosiale medium.
5. Unngå mistydingar. Om du ytrar deg om arbeidsplassen din i fritida, skal du tydeleggjera at du gjer dette på egne vegne.

6. Kan det tåla framsida? Tenk over om det du skriv på sosiale medier, tåler å bli plukka opp av pressa.
7. Publisier aldri andre sine bilde, filmar, musikk eller tekstar utan å innhenta løyve frå eigar. Reglar om opphavsrett gjeld også på sosiale medier.
8. Del aldri personsensitive opplysningar på sosiale medier. I følgje Personopplysninglova, er det ulovleg å dela personsensitive opplysningar i sosiale medier. Dette gjeld også i lukka grupper.
9. Tenk deg om to gonger før du svarar på ein henvendelse eller publiserer noko på sosiale medier. Er du i tvil, drøft med ein kollega eller næraste leiar.
10. Alle brukarar av sosiale medier i tenesta, har ansvar for å følgja med, og eventuelt sletta upassande innlegg snarast råd. Døme på dette kan vera uttalar som kan oppfattast krenkjande for enkeltpersonar.

Råd og tips til einingar som skal ta i bruk sosiale medier

1. Ver til stades, delta i debatten. Hugs at du alltid representerer kommunen
2. Svar på spørsmål og kommentarar :
 - Spre sakene i tid. Ikkje publisér alt på måndag.
 - Svar raskt.
 - Sei takk for skryt .
 - Svar også på nøytrale kommentarar (som er vendt til kommunen).
 - Svar alltid på negative kommentarar, men vurder sjølv kor lenge du vil at dialogen skal halda fram.
 - Rett alltid opp faktafeil.
 - Dersom du ikkje har tid til å gi eit utfyllande svar der og då, kan ei "takk for innspel-melding" med beskjed om at eit mer utfyllande svar eller kommentar kjem, vera ei løysing. Ingen sosiale medier krev umiddelbare svar, men alle forventar respons på innspel innan rimeleg tid.
3. Tilpass forma på svaret etter henvendelsen si form og innhold. Sakleg? Humoristisk? Formell? Unngå ironi og sarkasme.
4. Me skal ikkje driva sakshandsaming i sosiale medier. Dette må gå klart fram på sida.
5. Vær bevisst på skillet mellom administrativt og politisk nivå
6. Ikkje gi egne vurderingar av saker som er til politisk behandling. I staden skal du kun visa til innstilling og godkjent protokoll i politiske saker.
7. Under krisesituasjonar der rådmannen har sett krisestab, skal all kommunikasjon gå via Beredskapsgruppa/ Kriseleiinga.

Før du opprettar ei side i eit sosialt medium bør du tenkja gjennom...

- Målgruppa: kven skal me kommunisera med? (innbyggjarar, kundar, kollega (internt) osv.)
- Sosiale medium skal vera supplement til andre kanalar, og ikkje ei erstatning. All informasjon som skal vera offentleg vert først og fremst lagt på kommunen sine offisielle nettsider.
- Å vera til stades skapar forventningar. Ta standpunkt til kor aktiv verksemda skal vera og korleis ho vil delta, og kommuniser dette tydeleg til brukarane (t.d. responstid).
- Ta stilling til kven som skal utføra oppgåver på den sosiale nettstaden, og om det er behov for overvaking utanom ordinær arbeidstid.

- Kommuniser at offentlige verksemder ikkje kan driva sakshandsaming i sosiale medier, at brukarane ikkje må dela personleg informasjon, kva slags informasjon som vil bli sletta, og kva som ikkje kan akseptast.
- Det kan vera lurt å førebu seg på å måtta svara på vanskelege spørsmål. Tenk gjennom:
«Om nokon spør/skriv om dette ... , skal me svara dette...».

Døme på informasjonstekst:

Hugs at det du skriv kan lesast av alle som vitjar sidene våre. Stord kommune driv ikkje med sakshandsaming via Facebook. Dersom du har spørsmål om dine egne spesifikke saker, ber me om at du kontaktar oss på andre måtar. Våre opningstider er frå klokka 08.00-15.30.

Me gjer merksam på at innlegg som er støytande, sjikanerande, rasistiske eller som trør over grensa for personvernet vert sletta. Kommunen sin Facebookvegg er heller ikkje staden for reklame for kommersielle produkt og tenester.

KOMMUNIKASJON VED KRISER

Ved ei omfattande ulukke eller katastrofe kan ordfører eller strategisk leiing bestemma at kriseleiing blir etablert i kommunen.

Om lag 70 prosent av all krisehandtering handlar om informasjon i ei eller annan form. Ei krise kan gje store kommunikasjonsutfordringar. I ei krise vil behovet for informasjon vera stort og det vil vera ei utfordring å halde oversikt over straumen av informasjon internt og eksternt. Som hovudregel er det ordføreren som uttalar seg på vegne av kommunen ved kriser.

Kriseleiinga i Stord kommune har følgjande samansetning:

- Ordfører
- Rådmann – leiar
- Kommunalsjefar
- Representant frå Kundetorget
- Representant frå personlagruppa

Alt etter kva krisesituasjon det er, vil andre tiltre kriseleiinga, t.d.:

- Brannsjef
- Kommunelege
- Lensmann
- Leiarar for dei kommunale føretaka, Stord vatn og Avlaup og Stord kommunale eigedom
- Representant frå kyrkja
- Representant frå Regulering, byggesak og oppmåling

Prosedyrar for etablering av kriseleiing, varsling og kommunikasjon ved kriser er definert i Stord kommune sin beredskapsplan.

TILTAK

Pri	Tiltak	Handling	Ansvar	Tidsfrist
1.	Betra bruk av elektronisk kommunikasjon	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Utarbeide retningslinjer for bruk av: <ul style="list-style-type: none"> • Talemelding • Vidarekopling • Fråværsmarkering ✓ Aktivt ta i bruk Lync ved å arrangere kurs i bruk av videokonferanse/ møte for dei tilsette ✓ Greie ut korleis ein kan nytte SMS som kommunikasjonsmiddel mot innbyggjarane/ samarbeidspartar 	IKT/ Kunde- torget	2015-2016
2.	Gjera tydeleg at brev og e-post kjem frå Stord kommune	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Utarbeide mal for felles signatur i e-post og oppskrift på korleis ein legg dette inn i e-posten. U:\Felles\IKT\Signatur i outlook ✓ Evaluere alle brevmalar 	Arkiv/ IKT	2015
3.	Ta i bruk intranett som intern kommunikasjonskanal og som verktøy til oppgåvefordeling	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sette ned ei prosjektgruppe som utarbeider eit forprosjekt for implementering av intranett. 	Rådmann/ leing IKT og Kundetorget	2016-2017
4.	Oppgradere kommunikasjonsverktøy i Kundetorget til å fungera betre i beredskapssamanheng	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Vurdere dagens sentralbordløysing m.o.t. kriser ✓ vurdere verktøy for å kunne aktivere krisemodus på nettsidene 	Kundetorget IKT Beredskaps- ansvarleg	2015-2016
5.	Redaksjonell omtale og omdømebygging	<ul style="list-style-type: none"> ✓ arbeida for å få redaksjonell omtale i pressa. ✓ Strategisk bruk av media/ flagga positive saker 	Nettredaktør	
6.	Grafisk profil	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sette ned ei prosjektgruppe som skal revidera profilhandboka/ profileringsmateriale 	Rådmann	2016
7.	Bruk av bilete	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Utarbeida retningslinjer for bruk av bilete 	Kundetorget	2015
8.	God skriftleg framstilling	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gjennomføra skrivekurs i samarbeid med Landssamanslutninga av nynorskkommunar (LNK) 	Personalavd.	2015