

KOMMUNIKASJONSSTRATEGI FOR ØSTLANDSSAMARBEIDET  
2020-2023

## **Innledning**

Østlandssamarbeidet ble formelt etablert 19. mars 1993 og er et politisk samarbeid mellom Oslo kommune, Innlandet fylkeskommune, Vestfold og Telemark fylkeskommune og Viken fylkeskommune. Samarbeidet skal bidra til bedre ressursutnyttelse og større gjennomslagskraft for fylkene på Østlandet.

I Østlandssamarbeidets samarbeidsavtale er formålsparagrafen:

*Østlandssamarbeidet er et politisk samarbeid som skal bidra til å utvikle Østlandet som en bærekraftig og konkurransedyktig region i Europa med en regional balansert utvikling i landsdelen.*

Kommunikasjonsstrategien skal bidra til å forsterke effekten av fylkeskommunenes felles innsats og samarbeid i landsdelen. Kommunikasjonsstrategien er derfor et strategisk redskap for fylkeskommunene og sekretariatet i arbeidet med å virkeliggjøre visjonen ovenfor.

Kommunikasjonsstrategien gjelder for perioden 2020-2023. Representantskapet besluttet på sitt forrige møte at man i 2020 skal revidere Østlandssamarbeidets strategi. Gjennom denne prosessen skal fylkeskommunene bestemme retning, innhold og organisering av det fremtidige landsdelssamarbeidet på Østlandet. Det kan derfor bli aktuelt å revidere kommunikasjonsstrategien i forbindelse med denne prosessen.

## **Kommunikasjonsmål**

Fylkeskommunene har følgende mål for kommunikasjonsarbeidet gjennom Østlandssamarbeidet:

1. Det skal være enkelt å forstå at Østlandssamarbeidet er en samarbeidsarena for fylkeskommunene på landsdelsnivå.
2. Det skal også være enkelt å forstå hva fylkeskommunene samarbeider om, hva man i fellesskap ønsker å oppnå og hvordan samarbeidet fungerer.
3. Kommunikasjonsaktivitetene skal bidra til bedre ressursutnyttelse og større gjennomslagskraft for fylkene på Østlandet.

## **Kommunikasjonsprinsipper**

Følgende prinsipper ligger til grunn for fylkeskommunenes kommunikasjonsarbeid gjennom Østlandssamarbeidet:

- Kommunikasjonen skal være åpen, forståelig og profesjonell.
- Kommunikasjonen skal være strukturert, målrettet og effektiv.
- Informasjonen skal være lett tilgjengelig og oppdatert
- Den visuelle profilen skal være helhetlig og gjennomgående på ulike kommunikasjonsflater.
- Kommunikasjonsarbeidet skal også ivareta behovene for engelskspråklige samarbeidspartnere

## Målgrupper

Gjennom Østlandssamarbeidet kommuniserer og samarbeider fylkeskommunene med en rekke ulike målgrupper. Målgruppene er nærmere omtalt nedenfor:

### *Interne målgrupper*

Når det gjelder interne målgrupper handler kommunikasjonsarbeidet i hovedsak om forankring, kunnskapsdeling og samhandling.

For Østlandssamarbeidet er dette de viktigste interne målgruppene:

- Egne fylkespolitikere
- De ansatte i fylkeskommunene på Østlandet
- De politiske utvalgene i Østlandssamarbeidet
  - Representantskapet
  - Fagpolitiske utvalg
  - Andre politiske utvalg
- De administrative utvalg/grupper i Østlandssamarbeidet
  - Administrasjonsutvalget
  - De administrative gruppene
  - Faggruppene
- ØstsamUng
- Østlandsutstillingen
- Sekretariatet i Østlandssamarbeidet

### *Eksterne målgrupper*

Overfor eksterne målgrupper handler kommunikasjonsarbeidet primært om dialog og politisk påvirkning. Østlandssamarbeidet skal fremme synspunktene til fylkene på Østlandet og promotere Østlandet som en bærekraftig og konkurransedyktig region. De viktigste eksterne målgruppene for fylkeskommunen er i denne sammenheng:

- Regjeringen
- Stortinget
- Departementene
- EU-institusjoner

### *Andre samarbeidspartnere*

For at fylkeskommunene gjennom Østlandssamarbeidet skal få større gjennomslagskraft både nasjonalt og internasjonalt, vil det være behov for samarbeid og koordinering av kommunikasjonsaktiviteter med andre parter.

Eksempler på slike samarbeidspartnere er:

- Interesseorganisasjoner som KS, NHO og LO
- Kommuner og byer i regionen
- Andre fylkeskommuner i landet
- Utdannings- og forskningsinstitusjoner

- Utenlandske regioner
  - STRING-korridoren
  - Scandria Alliance
  - BSSSC
  - Svenske regioner/fylker
- Osloregionen
- Osloregionens Europakontor

## Operative hovedgrep

Sekretariatet har det operative ansvaret for å følge opp kommunikasjonsstrategien til Østlandssamarbeidet. Følgende operative aktiviteter vil i denne sammenheng være spesielt viktig å prioritere:

### Ny visuell identitet for Østlandssamarbeidet

Østlandssamarbeidet har hatt en utydelig grafisk/visuell profil med en logo som ikke har vært endret på cirka tjuufem år. Representantskapet har derfor bestemt at en ny visuell profil skal utvikles. Det visuelle uttrykket på eksisterende og nye kommunikasjonsflater oppgraderes derfor i løpet av første halvår 2020.

### Forsterket kommunikasjonsinnsats

Østlandssamarbeidet skal forsterke sitt kommunikasjonsarbeid og følgende tiltak skal prioriteres:

- Nettsiden [www.ostsam.no](http://www.ostsam.no) skal oppgraderes
- Publisering av nyheter også på Twitter og Facebook
- Regelmessig utsendelse av nyhetsbrev
- Bruk av Microsoft Teams som verktøy for å bedre internkommunikasjonen.
- Bruk av nye digitale løsninger for møtekalender, saksflyt og samhandling i Østlandssamarbeidets politiske og administrative organer.

### InterCity

InterCity er viktig for fylkeskommunene på Østlandet og det er derfor avgjørende at fylkeskommunene forsterker kommunikasjons- og informasjonsarbeidet for å sikre fortsatt prioritering og fremdrift i planlegging og utbygging av InterCity. En egen landingsside der fylkeskommunene i felleskap kan promotere Intercity-prosjektet lanseres i løpet av første kvartal 2020. Det er tidligere bestemt at redaktøransvaret skal ivaretas av sekretariatet.

### Forsterket samarbeid med fylkenes kommunikasjonsavdelinger

Det er ønskelig å forsterke kommunikasjonsarbeidet mellom fylkeskommunene og sekretariatet. Dette kan bidra til økt gjennomslag i viktige saker og enda bedre ressursutnyttelse.