



## Lärprojekt Kommunikation för regional utveckling 17-18 januari 2012, Örebro.

### TISDAG 17 januari

#### • Inledning

Eva hälsade välkommen, för sista gången i det här lärprojektet. Många har tyvärr inte kunnat komma loss – Gustaf, Anders M, Anders Å, Christina, Carina, Per.

#### • **Region Halland: Att bilda region**, se även pdf.

*Clas Norell*, samordnare på Statisk och analysavdelningen och *Yvonne Persson*, kommunikationsdirektör i nya Region Halland, berättade om sitt arbete med regionsammanslagningen med fokus på kommunikationsplaneringen. En lång process med olika kommunikationsskedan från lobbying, inför beslut till ett faktiskt genomförande ställer olika krav på kommunikationsarbetet.

*Vad var det som hände?* Det folk i allmänhet tror och uppfattar är att landstinget bytt namn. Det är en kommunikativ utmaning att göra det begripligt och få folk att förstå vad regionbildningen betyder. Vad är nyttan? Hur berör det mig?

*Hur blev Halland en region?* De halländska politikerna jobbade kraftfullt med lobbyning. De hade en gemensam strategi, som bland annat byggde på att ifrågasätta Ansvarskommitténs kriterier för hur stor en region måste vara.

Ett förslag om att stycka Halland i tre delar, väckte starka känslor i länet och en kampanj för att behålla Halland intakt startades. Sommaren 2008 lämnade Halland i total politisk enighet in en ansökan om att få bilda en region av samma typ som Skåne och Västra Götaland. I januari 2009 kom beskedet från alliansregeringen: Halland får bilda region med start 1 januari 2011.

Enskilda personer har haft stor betydelse i kampanjen, många är fantastiska retoriker med bra kontaktnät. Viktigt också med en tydlig yttre fiende att enas mot.

*Exempel på kampanjaktiviteter:* En lyckad lobbyingsatsning var att se till att det fanns en aktiv hallänning som propagerade för att bevara Halland på alla konferenser där regionfrågan diskuterades.

Professionellt genomförd e-kampanj, inte mycket pengar på annonser 2008.

*Genomförandet.* Det är svårt argumentera för vitsen med regionen, följande argument används:

- Näringslivsutveckling, infrastruktur och kultur är beroende av hälso- och sjukvård och vice versa.
- Starkare ställning som region, t ex i EU-samarbeten
- Större legitimitet genom folkvalt fullmäktige.



Politikerna är mer intresserade av regionala utvecklingsfrågor i dag, de har fått ett tydligt lyft. Det finns en kommunberedning som bereder frågorna innan den går upp i regionstyrelsen. Det finns även samverkan på tjänstemannanivå – chefsgrupp Halland, ett mötesforum för samtliga kommunchefer, ledd av regiondirektören.

Organisatoriskt har det inte varit helt lyckat hittills. I dag är man inne i sin andra omorganisation. Två väl fungerande organisationer slogs ihop till ett regionkontor, som enbart skulle vara ett strategiskt stöd till politiken, alla operativa verksamheter lades ner. Nu man bygger upp mer operativa funktioner igen, det funkade inte.

Kommunikationsavdelningen var tidigare 16 personer centralt på regionkontoret, samt 1-2 kommunikatörer på större förvaltningar. I den nya organisationen delas kommunikationsverksamheten i två delar – stab och projekt.

*Förberedelserna:* Det handlar om otroligt mycket praktiska frågor som är lätt att underskatta t.ex. namnbyten, nedläggning av operativa verksamheter.

*Kommunikationsinsatser* – se pdf.

Det är viktigt att stå upp för att det är viktigt att lägga resurser på kommunikation, inte acceptera att ”marknadsföringen inte får kosta”.

Det som nu behövs efter fusionen är bl.a. att försöka hitta igen de tappade sugarna, att skapa mer ordning och reda, att jobba med kulturella skillnader, tydliga uppdrag.

### • Carin om twitter-experimentet i Småland

Carin berättade om Södra Smålands experiment med twitter som kommunikationsverktyg. Så gott som alla 20 medarbetarna twittrar och är positiva till det. Regionwebben samlar alla tweets i ett flöde, för att nå en bredare målgrupp

*Syfte:*

- Nå ut till målgrupper på ett nytt sätt
- Omvärldsbevakning
- Synliggöra en komplex och diversifierad verksamhet med diffusa resultat: näringsliv, kultur, hälsa, miljöfrågor.
- Intern kommunikation: Ge överblick över vad andra gör, vad är på gång inom olika områden.

*Processen.* Förankringen i ledningsgrupp och på avdelningen gick bra. Men det krävs en del handpåläggning för att det ska fungera. Carin gick runt och introducerade/utbildade alla handläggare dem, t.ex. i vad skriva, vad inte skriva? Hur installera konto, lägga in foto, skriva sin första tweet?

Södra Småland har antagit riktlinjer twittrandet: De hitta dem via Reglab-webben:

<http://www.reglab.se/kommunikation/?p=695>

*Utvärdering av försöket efter ca ett halvår.* Följeslagarna ser i dag ut såhär:

- Medier 35
- Intresseorganisationer 53
- Offentliga organisationer i Kronoberg 20



- Offentliga organisationer 41
- Politiker 13
- Lokala företag 19
  
- Antal följare 910
- Antal Tweets 936
- Antal unika följare 262

Totalt ca 75 % är relevanta följare

*Framtida utmaningar:*

- Vad är intressant att skriva om?
- Rutiner, när och hur uppdatera?
- Hur få fler intressanta följare/och att följa

*Fråga: Vad är en offentlig organisation och när är jag privatperson?*

Carin: Det är alltid regionförbundet vi pratar för. Vi ska inte Iuttrycka våra privata åsikter. Det är viktigt att tillföra något som är relevant för andra, till exempel länkar till artiklar eller andra texter.

• **De egna utvecklingsprojekten.** Vi gjorde en uppföljning av de utvecklingsprojekt som deltagarna i gruppen arbetat med på hemmaplan.

*Jaana, Gävleborg:* Har gjort flera omtag på kompetensforumsuppdraget . Jobbar med kompetensfrågor, att skapa mötesplatser, få till dialog mellan utbildningsanordnare och arbetsliv. Ingår i nätverk och har skapat nätverk. Några utmaningar just nu är att ta fram analyser inom dessa områden: projekt, företagsnära kompetensförsörjning, samt att få till dialogen mellan arbetslivet och utbildningssidan.

Mötesplaneraren var ett bra verktyg som hjälpte till att planera ett möte med representanter för alla kompetensutvecklingsprojekt i Gävleborg. Det finns ett behov av att mötas mellan utbildningssidan och kompetensprojekten. Ska fortsätta diskussionen på Facebook.

*Åsa, Norrbotten:* En enkät till landstingspolitiker genomfördes i oktober under en utbildningsdag. Enkäten handlar om hur mycket landstingspolitikerna vet om regional utveckling. Svaren ger fingervisningar för oss som jobbar med regional utveckling – vad vi behöver förstärka och förtydliga. Planerar att genomföra enkäten med jämna mellanrum. Se också pdf.

*Linnea, Stanna i Dalarna:* Projektet Framtidskraft har identifierat att unga inte känner till vilka möjligheter som finns, den röda tråden från utbildning till jobb. Tar fram en webb som ska ge inspiration och visa på möjligheterna. Unga har små möjligheter att skaffa sig arbetslivserfarenheter, kan vi ordna praktik? Få olika aktörer att samverka? Få politiker att se unga som en resurs. Utforma ett helt paket.

*Åsa, Södra Småland:* Har gjort en målgruppsanalys med kommunikationsbyrå. Nu finns utkast till kommunikationsplan med nya kommunikationsmål och strategi. Dock förändring i organisationen – ny kommunikationsgrupp. Vi har gjort en film som ska visas när politikerna



presenterar regionförbundet på turné. Lärprojektet gav oss bra input, vi arbetade om kommunikationsplanen efter diskussionen med er i våras.

*Helene, Dalarna:* Projektet var att hitta struktur och rollfördelning för vår kommunikationsavdelning. Det har vi nu! Prövar hur de olika rollerna fungerar, har haft mycket hjälp av input från alla andra i gruppen.

*Frågor just nu:* Vi vill nå ut till alla projekt och verksamheter. Hur får vi med alla i den röda tråden utan att ta bort själen i det de gör? Det spretar mellan projekt och verksamheter. Vad ska vi göra själva, när ska vi koppla in konsulter?

*Marjetta och Sofia, Örebro:* Vårt projekt handlade om att RUSens strategier ska genomsyra alla verksamheter och få genomslag hos alla samarbetspartners. När vi tittade på de mål vi satte upp i våras, såg vi att vi genomfört och jobbat med det mesta. Det viktiga är att man jobbar med frågorna i praktiken, inte att man vet exakt i vilket dokument det står. Vi har tagit upp våra teman, t.ex. på kommunchefsträffar, vilket har fått effekt. Lokadagarna med bl.a. representanter från näringsliv organisationen, universitet var väl besökta med aktiva diskussioner och workshop.

*Lisbet och Lena, SKL:* Har gjort en kommunikationsplan för att jobba med budskapet att man ska ansöka om att bli region. Mallen har gett bra stöd i planeringen – att strukturera, få ordning. Men regionfrågan i sig ligger inte så bra till... om inte regionerna själva klarar att komma med förslag, kommer Mats Sjöstrand att rita kartan. Behöver prata med några av våra medlemmar om vad de gör nu, vilka är deras strategier och vad vill de att vi ska bidra med?

## **ONSDAG18 jan**

### **• Reflektioner kring gårdagen:**

- Intressanta inspel från Halland och Örebro, som båda handlade om påverkan och lobbying. En slutsats är: Värdet av rätt folk och strategi när man driver kampanjer. Det är bra att ha personer i nyckelfunktioner med stort, nationellt nätverk.
- Rätt timing är viktigt, man kan göra allt rätt utan att få utdelning.
- Örebro inspirerade kring att prioritera och samla krafter runt en fråga, inte jobba som en kulspruta.
- Om man hittar en första fråga att enas kring – exempelvis en stor företagsetablering – går det lättare att enas kring andra frågor sen.
- Södra Smålands twitter-experiment är intressant: Regional utveckling kan framstå som lite roligare, lite mer konkret och handfast om man kan bryta ner det till dagliga iakttagelser.

### **• Kommunikatörens olika roller - övning:**

Många olika roller inom kommunikation av regional utveckling listades.

Tre prioriterades högst:

- Strateg
- Coach
- Formulerare

Andra viktiga roller är

- Omvärldsanalytiker
- Projektledare



- Producent
- Utmanare
- Profilpolis och kontrollant
- Rådgivare

● **Den coachande kommunikátören.** Vi gjorde en djupdykning i en av rollerna: den coachande kommunikátören och tränade oss på coaching-verktyg, som kan vara användbara i vardagen.

För introduktion, se ppt *Coachande kommunikátör* och *Språkets otydligheter* (pdf).

Därefter gjorde vi en coaching-övning: Hur ser jag på min egen roll som kommunikátör?

● **Reflektion, utvärdering av lärprojektet.**

*Karin, Lizette, Lasse:* Vi kunde ha pratat mer om konkret metodik, hur kan vi göra för att få ut våra budskap eller flytta fram positionerna?

Lite för lite pratat om komplexiteten i regional utveckling med så många agendor.

Mycket har varit väldigt bra, strategisk planering, målgruppsanalys, budskapshierarki, fått med oss något vi använder. Men vi har pratat för lite om strukturerna.

*Åsa och Åsa:* Vi har fått bra verktyg, men vi vill gå vidare och knyta ihop säcken, hur kommunicerar vi regional utveckling? Det går kanske inte att kommunicera regional utveckling. Vi kan alltså inte sluta än...

Vore intressant att få möta en forskare och få en diskussion i gruppen kring vad han/hon säger.

Möten, processlederi, samsyn, har varit bra, många intressanta föreläsare. Diskussionerna – då det hettar till och vi får höra varandras åsikter.

*Carin:* Checklistan inför ett möte har vi använt. Utvärderingen av twitter-experimentet har inspirerats av våra diskussioner.

*Sofia, Helen, Lisbet:* Synd att det inte varit bättre närvaro hela tiden, det är bra för gruppdynamiken att det är samma gäng. Det är viktigt att vara tydlig från början med att det är ett ansvar att delta, för att helheten ska bli bra.

Sofia ska nu gå vidare med en strategisk kommunikationsutbildning med mycket coaching i – för att kunna ta den rollen som vår organisation behöver.

*Linnea:* Det vore bra att vara flera från samma projekt, då kan man jobba ihop med verktygen. Värdefullt att man fått kött på benen och handfast med checklistor. Allmänbildande att få höra om regional utveckling.

*Helene:* Blandningen av kommunikátörer och andra är bra – men ibland inte. Ibland blir det för basic, sånt som sitter i ryggraden när man jobbar med kommunikation. Kan man ibland dela upp i olika grupper, så man får olika nivåer?

*Lena:* Hade velat ha mer feedback på vårt case med och kommunikationstänket i vid mening. T.ex. hade Helene kunnat coacha oss (och kan kanske göra det framåt?).



Vad är poängen med hemuppgifter, vad är poängen med att man gör vissa saker hemma och andra på plats?

Handfast användning av kommunikationsmål, mötesmetoder. Motståndspasset, att reflektera över hur jag reagerar. Alla föreläsningar har varit bra och givande. Föreläsare har haft god tid på sig och vi har inte bara fått höra om framgång, utan även om svårigheter. Vi har kunnat och hunnit ställa många frågor.

- **Spridning av resultatet**

Gruppen ska ha en workshop på Reglabs årskonferensen, och ta fram ett gemensamt material – en anteckningsbok.

Affischer lite här och där?

Efter en avslutande runda blev det tack och farväl och, för vissa, på återseende i Malmö.