Rossen tjïelte
Røros kommune

Gaskesadtemestrategije / Kommunikasjonsstrategi

Sisbielie våajnoes sjædta alkabielesne / Innsiden reflekteres på utsiden

2023–2026

Denne strategien ble vedtatt av kommunedirektøren 11. april 2023, og oppdatert med tiltak for 2025 i januar 2025



EATNEMENAERPIE / VERDENSARV
INDUSTRIJE / INDUSTRI
KULTUVRE / KULTUR

Vaerien Vuelie
Pulsen i fjellet

Kommunen består av folk som leverer tjenester til folk.









Er vi bevisst i vår kommunikasjon knytter vi sterkere bånd mellom oss.

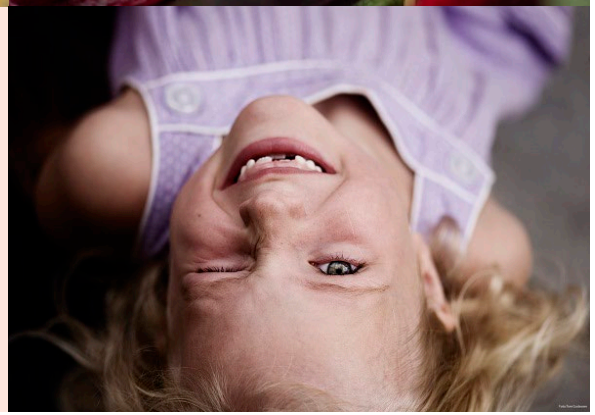








En kommunikasjonskultur skaper vi sammen og innsiden blir reflektert på utsiden.



Innledning 4
Kommunikasjon og bærekraftsmål 5
Definisjoner 6
Dagens situasjon og utfordringer 7-8
Kommunikasjonsmål – tre hovedmål 9
- En god intern kommunikasjonskultur 10
- Et godt omdømme 11
- Reell medvirkning og målrettet kommunikasjon 12
Gjennomgående tiltak 13
Årlig tiltaksplan – 2023 14
Hovedmålgrupper 15
Hvem har ansvar for kommunikasjon? 16
Ytringsfrihet og lojalitet 17
Krisekommunikasjon 18
Verktøy og maler for kommunikasjon 19
Lover og regler 20
Måleparameter 21
Planer og strategier 22

Rørossamfunnet er inkluderende og stolt engasjementet og dugnadsånden pulserer.

Disse verdiene er lagt til grunn for visjonen til Rossen tjïelte / Røros kommune: Vaerien vuelie / Pulsen i fjellet.

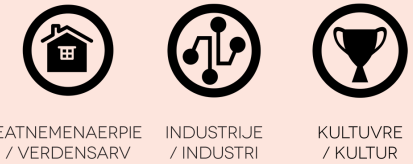
Vaerien Vuelie Pulsen i fjellet

Rørospulsen startet nede i grunnfjellet, frem av den har Rørosbyen vokst frem og her skal den fortsatt slå sterkt.

Pulsen i fjellet inkluderer alle fastboende, tilreisende og tilflyttende. Engasjementet, kulturen og dugnadsånden og stoltheten pulserer. Pulsen slår jevnt hele tiden, samtidig som den varierer i takt med arrangementer, årstider og samfunnsutvikling.

Kvalitetene som betegner, beskriver og gir Rørossamfunnet identitet er:

- Kultur
- Verdensarv
- Industri



Innledning

En god kommunikasjonskultur skaper vi sammen og innsiden blir reflektert på utsiden

Vi har et **felles ansvar** for å kommunisere godt med hverandre, og kommunikasjonsstrategien gjelder for alle som jobber i Rossen tjïelte / Røros kommune. Den beskriver mål, delmål, strategiske grep og tiltak for hvordan vi skal kommunisere med innbyggere, hyttebefolkning, kolleger og andre grupper i samfunnet.

Vår interne og eksterne kommunikasjon skal kjennetegnes av **åpenhet og gjennomsiktighet**, og legge til rette for en tillitsskapende forvaltning.

Når vi kommuniserer godt internt og eksternt:
- oppleves vi som én kommune både innad og utad
- får innbyggere og medarbeidere tillit til oss
- blir kommunens rolle som tjenesteyter, myndighetsutøver, samfunnsutvikler og demokratisk arena synlig
- blir vi i stand til å samhandle på tvers av organisasjonen og med innbyggere og andre samfunnsaktører
- blir intern og ekstern kommunikasjon en naturlig del av all planlegging i hele organisasjonen
- sikrer vi god dialog med innbygger og brukere av tjenestene

Kommunikasjonsstrategien er et verktøy som skal hjelpe alle medarbeidere til å planlegge og gjøre riktige kommunikasjonstiltak, og nå ut til sine målgruppe, med riktig informasjon, til rett tid.

Kommunikasjon er et virkemiddel
Røros kommune er en arbeidsplass, en tjenesteyter, en forvaltningsmyndighet og en samfunnsutvikler. For at organisasjonen skal yte sitt beste i disse rollene er kommunikasjon et viktig virkemiddel. En god kommunikasjonskultur løfter frem mangfoldets kvaliteter og bidrar til at vi sammen kan trekke i felles retning.

Kommunikasjonsstrategien skal hjelpe oss å oppnå kommunens overordna mål. Den tar utgangspunkt i vår visjon og verdier, overordnede mål og sentrale strategier og planer.

Strategien skal underbygge målene i Kommuneplanens samfunnsdel (2016-2028).

Strategien er tett knyttet til arbeidsgiverstrategien og kompetanseplanen. Den er sentral i kommunens strategiske og planmessige utvikling. Vi har en rekke verktøy for å skape en kultur der alle trekker i felles retning. En god kommunikasjonskultur i samspill med andre strategidokumenter, lover og rutiner bidrar til en strategisk helthetlig styring.

Med bakgrunn i kommunens overordna mål og utfordringer har vi tre kommunikasjonsmål for de neste fire årene:

- En god intern kommunikasjonskultur
- Et godt omdømme
- Reell medvirkning og målrettet kommunikasjon

Planprosessen

Denne strategien er en revisjon av kommunikasjonsstrategi 2016–2017.

Virksomhetene har gitt sine innspill gjennom kommunedirektørens ledergruppe (KLG). I tillegg har koordinator for sørsamisk, formannskapssekretær, servicetorg, arealplanlegger og samfunnsplanlegger gitt innspill.

Strategien er utarbeidet av kommunikasjonsrådgiver, og vedtatt i kommunedirektørens utvidede lederteam (KULT).

Vi skal revidere strategien i 2026.

Kommunikasjonsstrategien på ett minutt

Tre kommunikasjonsmål
Kommunikasjonsstrategien skal bidra til å skape en felles organisasjonskultur. Vår kommunikasjon skal bidra til at vi oppnår kommunens overordna mål og satsningsområder gitt i kommuneplanens samfunnsdel og arbeidsgiverstrategien.

1. En god intern kommunikasjonskultur
2. Et godt omdømme
3. Reell medvirkning og målrettet kommunikasjon

Les om de tre målene her

Vi skal oppnå kommunikasjonsmålene gjennom 12 delmål med tilhørende strategiske grep

1. Vi bygger fellesskap på tvers av organisasjonen med interninformasjon
2. Vi har digitale og fysiske rom for kommunikasjon, samarbeid og utvikling
3. Vi har kunnskap om hvordan vi kommuniserer internt
4. Vi skaper engasjerte og ansvarlige ledere og medarbeidere gjennom medarbeiderskap
5. Vi er en attraktiv arbeidsplass
6. Vi synliggjør hvordan vi utvikler Røros kommune til et godt sted for alle
7. Vi er profesjonell og brukerorientert i vår saksbehandling
8. Vi er åpen i møte med media
9. Vi tilbyr et reelt digitalt førstevalg for våre innbyggere
10. Vi er tilgjengelig for våre innbyggere i riktig kanal med tilpasset informasjon
11. Vi kommuniserer forståelig, og som en enhetlig avsender
12. Vi legger aktivt til rette for medvirkning, og motiverer til å delta

Her kan du lese om strategiske grep for:
delmål 1–4
delmål 5–8
delmål 9-12

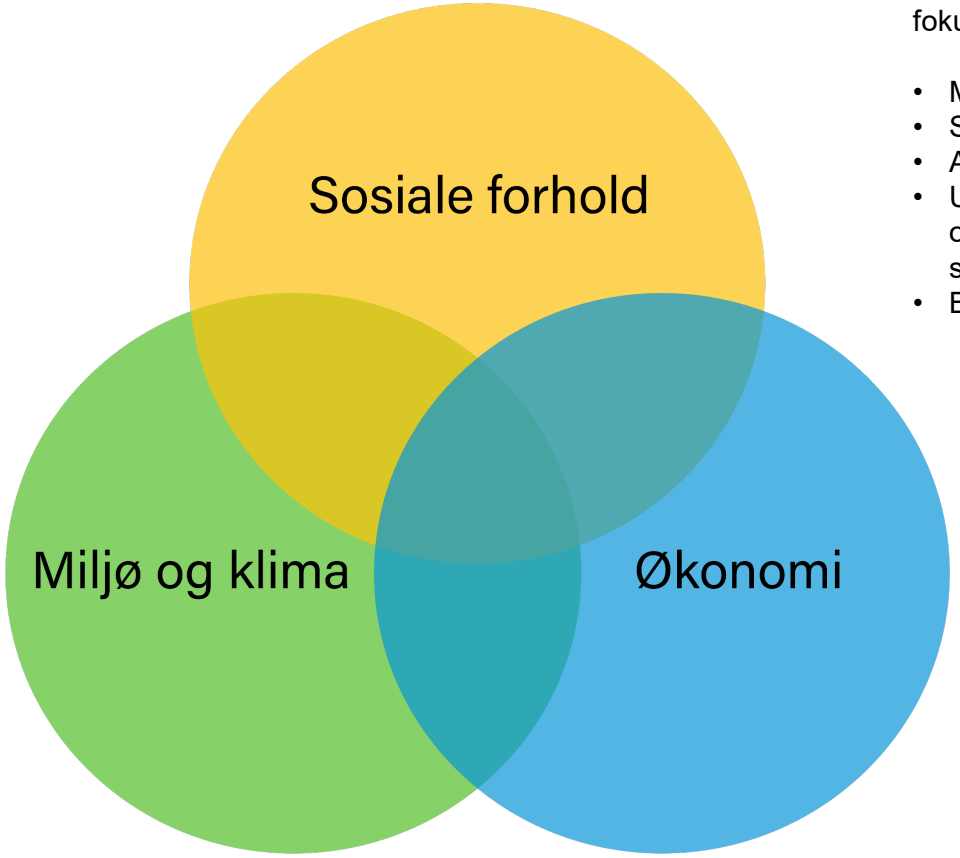
Kommunikasjonstiltak, verktøy og maler
Kommunikasjonsstrategien er et verktøy som skal hjelpe alle oss som jobber i kommunen, i vårt kommunikasjons- og informasjons-arbeid.

Her finner du:
Gjennomgående kommunikasjonstiltak
Årlig tiltaksplan
Verktøy og maler

Kommunikasjon og bærekraftsmål

Bærekraftig utvikling handler om å ta vare på behovene til mennesker som lever i dag, uten å ødelegge framtidige generasjoners muligheter til å dekke sine.

Og for å få dette til må miljøet, de sosiale forholdene og økonomi på gå hånd i hånd.



Bærekraftsmål er del av kommunens planer og strategier
Fra FNs bærekraftsmål, via regjeringen og de nasjonale og regionale føringene, blir de del av vårt samfunnsoppdrag som synliggjøres gjennom kommuneplanen, de strategiske planene, budsjett og økonomiplan til virksomhetsplanene.

Fra kommunedirektørens oppdragsbrev, gir følgende fokusområder retning for vår kommunikasjon:

- Mangfold, inkludering og likestilling
- Sørsamisk språk og kultur
- Attraktiv bo- og arbeidskommune
- Utvikling gjennom samarbeid på tvers av organisasjonen, og ved involvering og samskaping med innbyggere og samfunnsaktører
- Brukerorientert, tilgjengelig og med et digitalt førstevalg

Bærekraftskommunikasjon

Synliggjøre
Vi må fortelle hvordan vi jobber med alle tre dimensjonene, og våre konkrete tiltak.

God kommunikasjon bidrar til å informere publikum, styre forventninger og hjelpe innbyggere, næringsliv og andre samfunnsaktører til å ta gode beslutninger.

Kommunikasjon av bærekraft handler om å engasjere og ha et tydelig budskap – MEN det vi sier må være til å stole på:

- Er det vi sier konkret (nok)?
- Er det vi sier sant, og kan vi dokumentere det?
- Er det vi sier troverdig?

Få alle med
Bærekraftsmålene har et fokus på at alle skal med, og at alle skal bidra. Det betyr at vi alle må gjøre endringer.

Vi bruker ofte kommunikasjon til å endre folks adferd.

Definisjoner

Når vi kommuniserer deler vi informasjon
Kommunikasjon er det vi gjør (prosessen) når vi formidler informasjon. Informasjon er budskapet vi formidler.

Vi kommuniserer både med ord, bevegelse, energi og stemmeleie, og med tekst, bilder og film.

Intern kommunikasjon
er kommunikasjon innenfor organisasjonen, mellom ledere og ansatte, mellom ansatte, når vi utveksler informasjon og ideer, og når vi samhandler med hverandre i avdelingen, i virksomheten og på tvers av organisasjonen.

Ekstern kommunikasjon
er kommunikasjon med målgrupper utenfor organisasjonen; innbyggere, hyttebefolkning, tilflyttere, potensielle ansatte, næringsliv, media, samarbeidspartnere lokalt, regionalt og nasjonalt. Det er også kommunikasjons med brukere av våre tjenester, foresatte og pårørende.

Budskap
er det vi ønsker å kommunisere, altså meningsinnholdet. Budskapet må vi utforme på en måte som gjør at de som er i målgruppen(e) forstår hva vi sier eller skriver. For å få til dette må vi vite hvem vi ønsker å nå.

For å nå fram med et budskap, må vi velge de *kanalene* der vi når ønsket målgruppe.

Kanaler
et hvert medium eller forum der vi formidler et budskap til et publikum eller en gruppe. Vi kommuniserer i en rekke kanaler.

Vi kommuniserer både internt og eksternt via:
- Kommunens hjemmeside
- Facebook, Instagram *(fra 2023)* og andre sosiale kanaler
- Brev
- Aviser og radio
- Plakater og brosjyrer
- Møter
- E-post
- Telefon
- Når vi utfører tjenesten

Våre interne kommunikasjonskanaler er:
- Teams og Sharepoint
- Fredagsbrevet
- Interne møter
- Kommunedirektørens julekaffe

Målgruppe
er den eller de du primært ønsker å nå med et budskap. Skal du kommunisere godt med målgruppa må du ha innsikt i målgruppas forutsetninger, utfordringer og behov. Som kommune har vi flere ulike målgrupper. Les om våre målgrupper her

Synlig eller usynlig?

Når få kjenner til hva vi utretter, vil en dårlig hendelse med presseoppslag kunne få store konsekvenser for tilliten til oss, og omdømmet.

Når innbyggerne kjenner virksomhetene våre, vet hva vi står for og ser hva vi gjør for lokalsamfunnet, vil en dårlig hendelse ha langt mindre konsekvenser for omdømmet – vi har tillitt.

Å være synlig er en forutsetning for vårt samfunnsoppdrag.

Når vi er synlig må vi sørge for at vi leverer det vi har lovet.

Dagens situasjon og utfordringer

Kommunens mål og utfordringer kan ikke løses med kommunikasjon alene. Men vi må bruke kommunikasjon strategisk for å nå målene.

Én kommune – en felles kultur: Vi må få hele organisasjonen med, slik at vi opptrer som én kommune utad – at det er «oss», og ikke «vi og dem». For å få en kultur for samarbeid på tvers av organisasjonen, må vi forstå våre roller og oppgaver, og at de spiller inn i en helhet.

Fysiske og digitale rom for intern kommunikasjon: Vi må prøve ut nye fysiske og digitale måter å møtes på, slik at vi får ulike arenaer der medarbeidere kan treffes sosialt og faglig – på tvers av organisasjon og «linja».

Digital plattform for intern kommunikasjon: Alle skal få mulighet til å bruke vår digitale plattform. Vi trenger også felles skriftlige retningslinjer for når og hvordan de ulike verktøyene skal brukes. For å motvirke ulike kulturer er Fredagsbrevet et viktig tiltak. For å styrke internkommunikasjonen og gi alle ansatte lik og helhetlig informasjon skal vi undersøke muligheten for å bruke Sharepoint som intranett.

Motivere til dialog og medvirkning: Systematisk informasjon om resultatene kommunen oppnår og utfordringer vi har, er viktig for et fungerende demokrati. Strategi for innbyggerdialog, ligger til grunn for arbeidet med dialog og medvirkning. Kommunekompasset 2022 viser at vi kan skape mer rom for medvirkning med; digitalt innbyggerpanel, informasjon om hvordan man kan påvirke, og sammendrag av saker før kommunestyremøter.

Vi må aktivt involvere innbyggere i flere av våre utviklings- og høringsprosesser, sørge for at alle grupper blir representert. Nytt arkiv- og dokumentstyringssystemer skal gi enklere innsyn i postlister og saksbehandling.

Vi skal tilby et digitalt førstevalg: Alle virksomheter må utvikle og ta i bruk digitale skjemaer og selvbetjenings-løsninger. Strategi for digital transformasjon ligger til grunn for arbeidet med å digitalisere prosesser og tjenester, og å være tilgjengelig 24/7. Som ledd i strategien må vi ta i bruk Chatbot, og våre nettsidene og digitale tjenester må være brukervennlig og universelt utformet.

Service og brukerorientering: Servicetorget er innbyggerens vei inn til kommunen, og våre tjenester og fagområder. Virksomhetene og servicetorget må samhandle, og dette jobbes det med som en del av prosjektet «servicetorgets rolle i kommuneorganisasjonen». Kommunekompasset 2022 peker på at en felles standard for hvordan vi møter våre brukere og deres behov er viktig for å gjøre oss mer brukerorientert.

Tilgjengelig for ikke-digitale innbyggere: Vi skal være tilgjengelig for personer som ikke kan bruke digitale løsninger. For ikke-digitale innbyggere har servicetorget en særlig viktig rolle, men vi må ha en plan for hvordan vi når ikke-digitale målgrupper.

Dagens innbyggerne forventer høy tilgjengelighet, brukervennlige digitale tjenester og selvbetjening.

Dagens situasjon og utfordringer, fortsettelse

Samisk språk: Samisk og norsk er likestilte språk. Vi skal jobbe gradvis for å bli en tospråklig kommune, og må videreutvikle rutiner, verktøy og ressurser som gjør samisk språk tilgjengelig for vår samiske befolkning.

Klart språk: Vi bruker klart språk slik at innbyggere forstår sine rettigheter, plikter og muligheter, og kan delta i demokratiske prosesser. Alle skal bruke kommunens språkprofil, og klarspråkprosjektet gir veiledning og opplæring.

Fremmedspråk og minoritetsspråk:
Vi må utarbeide informasjon på engelsk på våre nettsider, slik at innbygger som ikke snakker norsk, finner informasjon den trenger. Vi må også legge til rette for informasjon til minoritetsspråklige.

Eksterne digitale kommunikasjonskanaler:
Nettsiden er vår viktigste kanal, og navet for nyheter, informasjon og digitale tjenester. Nettstedet er stort, med mye informasjon, og vi må sørge for at den blir lett å finne fram i for alle. Vi må prioritere innhold som møter brukerens behov og spørsmål.

Vi bruker sosiale medier (SoMe) for å synliggjøre nyheter og informasjon, og trekke leseren inn på nettsiden vår. Vi skal bruke Facebook og Instagram for å nå bredere ut til våre innbyggere. Vi må også ta stilling til personvernkonsekvenser og identifisere risiko og tiltak, slik at vi bruke SoMe på en forsvarlig måte.

Brukerens forventninger og bruk av nettsider, sosiale medier og andre digitale kommunikasjonskanaler endrer seg raskt. Vi må holde oss oppdatert og løpende vurdere andre digitale kanaler, som app og podcast. For eksempel er kanaler med godt personvern viktig, spesielt når vi retter oss mot barn og unge.

Direkte digital kommunikasjon: Vi skal ta i bruk nytt verktøy for innbyggerdialog, «Innbyggerkontakt». Det lar oss sende varslinger (erstatter «Varsling 24»), informasjon direkte til grupper og enkeltpersoner i befolkningen, og legge opp faste utsendelser, for eksempel velkomstbrev til nye innbyggere.

Krisekommunikasjon: I en beredskapssituasjon trenger befolkningen rask informasjon om hva som har skjedd, hvilke tiltak som blir satt i gang og forstå hva de selv må gjøre.
Vi følger informasjonsplanen som ligger i kommunens beredskapsplan. Planen må oppdateres slik at fremmedspråklige og minoritetsspråklige får kritisk informasjon.

Media har en viktig demokratisk rolle: Vi skal være tilgjengelig og åpen i møte med media. Lokale medier er en viktig kanal for å synliggjøre arbeidet vi gjør for lokalsamfunnet, og fortelle om det som er utfordringer.

Profil: Alle skal bruke kommunens grafiske profil i sin kommunikasjon. Vi oppdaterer løpende vår profilhåndbok og felles maler. Virksomhetene må sørge for at egne maler og dokumenter, blir oppdatert i tråd med profilhåndboken.

Vår kommunikasjon må være inkluderende og møte mangfoldet i samfunnet.

Kommunikasjonsmål – tre hovedmål

1. En god intern kommunikasjonskultur

En god intern kommunikasjonsstrategi er grunnlaget for et godt arbeidsmiljø, med myndiggjorte medarbeidere som får tatt i bruk kompetansen til beste for tjenesteytingen overfor brukere og innbyggere.

Røros kommune består folk som leverer tjenester til folk. I vår organisasjon er vi avhengig av alle, og at vi er et fellesskap på tvers av organisasjonen.

Med god intern informasjon, rom for kommunikasjon og samarbeid, kunnskap om intern kommunikasjon og medarbeiderskap oppnår vi:

- å skape gode relasjoner
- tryggere kommunikasjonsmiljøer
- å bli mer mottakelig for andres ideer
- godt samarbeid som gir gode løsninger
- en gjennomsiktig organisasjon som bygger tillit
- å bli gode ambassadører for virksomheten vår

En god intern kommunikasjonskultur er viktig for **god ekstern kommunikasjon**. Kommuniserer vi godt innad i alle deler av våre arbeidsprosesser, blir vi mer til stede for våre brukere, og vi utøver våre tjenester bedre.

3. Et godt omdømme

Omdømme er resultatet av alt vi gjør; det vi leverer, vår atferd og hvordan vi kommuniserer internt og i det offentlige rom.

Røros kommune skal ha et godt omdømme som arbeidsplass, forvaltningsmyndighet, tjenesteyter og samfunnsutvikler.

Et godt omdømme speiler:

- en organisasjon det er godt å jobbe i, der ansatte bidrar positivt inn i organisasjonen
- en kommune som leverer tjenester med god kvalitet for brukeren
- en kommune innbyggere har tillit til – som samfunnsutvikler og forvaltningsmyndighet

Omdømmet påvirkes av hvordan vi som kommune

- møter samfunnets forventninger og behov
- synliggjør hvordan vi jobber, og resultatene vi skaper
- tydeliggjør våre ansvarsområder og oppgaver – og hva vi ikke kan gjøre
- skaper forståelse for endring og hvordan det påvirker hverdagen
- er åpen om utfordringer og skaper forståelse og ro rundt temaer som kan være vanskelige

3. Reell medvirkning og målrettet kommunikasjon

Vi skal legge til rette for at innbyggere, brukere og næringsliv best mulig forutsetninger for å nyttiggjøre seg kommunens tjenester, ha dialog med kommunen og engasjere seg i demokratiske prosesser.

Røros kommune skal være et samfunn for alle. Som kommune skal vi aktivt inkludere og være tilgjengelig for ulike grupper og personer. Det handler om å:

- tilby et reelt digitalt førstevalg
- være tilgjengelig for personer som ikke kan bruke digitale løsninger
- informere på flere språk
- kommuniserer forståelig og som en enhetlig avsender.
- skape ulike rom og metoder for samhandling og medvirkning
- aktivt inkludere ulike grupper og «de tause stemmene»
- møte målgruppene våre i riktig kanal, med budskap og informasjon tilpasset mottakeren

Hovedmål 1	Delmål	Strategiske grep
En god intern kommunikasjonskultur	1. Vi bygger fellesskap på tvers av organisasjonen med interninformasjon	• Vi er tidlig ute med informasjon til medarbeidere i hele organisasjonen om interne endrings- og utviklingsprosesser og prosjekter • Vi informere internt før vi kommuniserer eksternt, i prosesser som berører medarbeidere • Vi bygger stolthet for hverandre og kommunen som arbeidsplass, ved å løfte frem ansatte • Styringsdokumenter, endringer, vedtak, politiske beslutninger og nyheter er lett tilgjengelig for alle medarbeidere • Vi oppsøker aktivt informasjon vi trenger for å utføre arbeidet vårt, bidra til positiv organisasjonsutvikling og holde oss oppdatert om hva som skjer i organisasjonen • Alle virksomheter bruker fredagsbrevet aktivt slik at alle i organisasjonen får et innblikk i hva de ulike avdelinger og virksomheter bidrar med
	2. Vi har digitale og fysiske rom for kommunikasjon, samarbeid og utvikling	• Alle har tilgang til vår interne digitale informasjons- og kommunikasjonsplattform; teams, sharepoint, compilo, e-post, informasjonsskjermer og fredagsbrevet • Vi har sosiale og faglige møtepunkter der vi møtes på tvers av organisasjonen, både fysiske og digitale • Vi har interne kanaler og arenaer for felles arbeidsprosesser, der ansatte har lyst til å løse utfordringer, komme med innspill og finne løsninger sammen
	3. Vi har kunnskap om hvordan vi kommuniserer internt	• Vi gir ledere opplæring i hvordan de bruker intern kommunikasjon sitt daglige arbeid og som strategisk virkemiddel • Vi har felles retningslinjer for hvordan vi bruker våre interne kommunikasjonskanaler, og sørger for opplæring til alle medarbeidere • Vi er bevisst på vår rolle i organisasjonen og hvordan vi kommuniserer med våre kolleger, hvordan vi lytter, gir ros og konstruktive tilbakemeldinger • Tillitsvalgtapparatet og vernetjenesten er aktive medspillere i arbeidet med god informasjonsflyt, åpenhet og involvering av alle ansatte. • Alle ansatte kan melde inn saker til sin virksomhets arbeidsmiljøgruppe, som arbeider aktivt med helse-, miljø- og sikkerhetsarbeid
	4. Vi skaper engasjerte og ansvarlige ledere og medarbeidere gjennom medarbeiderskap	• Våre ledere legger til rette for åpne og inkluderende arbeidsprosesser, hvor medarbeidere gis tillitt, involveres og tar ansvar • Våre medarbeidere tar ansvar for sitt arbeid, sin relasjon til arbeidsgiver, medansvar for arbeidsmiljøet og er konstruktive medspillere både for ledere og kollegaer

Hovedmål 2	Delmål	Strategiske grep
Et godt omdømme	1. Vi er en attraktiv arbeidsplass	• Ledige stillinger er lett å finne på våre nettsider, og vi tar i bruk relevante sosiale kanaler, kommunikasjonstiltak og rekrutteringsteknologi for å nå personer og miljøer med ønsket kompetanse både nasjonalt og lokalt • Vi er bevisst på hvilke verdier som gjør oss til en attraktiv arbeidsgiver, i konkurranse med bynære kommuner og private arbeidsgivere • Vi bruker både film, bilder og tekst for å fortelle gode historier fra arbeidshverdagen vår, som synliggjør bredden i stillinger og kompetansemiljø, verdien de er med å skape for innbyggere og lokalsamfunn, og hvordan det er å jobbe hos oss • Vi forteller om interne endrings- og utviklingsprosesser, for å synliggjøre hvordan medarbeidere bidrar til positiv organisasjonsutvikling
	2. Vi synliggjør hvordan vi utvikler Røros kommune til et godt sted for alle	• Vi forteller hva vi får til gjennom omstilling og innovasjon, for å vise at vi er langt framme i utviklingen av tjenestene våre for framtidens samfunn • Vi er åpen om utfordringene, det som er vanskelig og forbedringspotensialet vårt. • Vi viser frem positive brukeropplevelser, forteller hvordan vi utvikler tjenestene våre, for å vise hvordan det er å vokse opp, bo og bli gammel her. • Vi synliggjør arbeidet med stedsutvikling, næringsutvikling og samfunnsutvikling, og hvordan vi samhandler med innbyggere, næringsliv og andre samfunnsaktører i utviklingen av fremtidens Røros • Gjennom historiefortelling med innbyggere og næringsdrivende som ambassadører, synliggjør vi verdensarven som et attraktivt boområde, og grunnlag for verdiskaping i lokalt næringsnæringsliv • Vi gjør informasjon på sørsamisk språk tilgjengelig, slik at samisk befolkning finner informasjon på sitt språk og vi synliggjør Røros som samisk boområde • I alle endrings- og utviklingsprosjekter informerer vi tidlig om hva som skal skje, hvorfor endringen er nødvendig og konsekvensene for den enkelte, for å skape forståelse for endringen både blant innbyggere, brukere og medarbeidere
	3. Vi er profesjonell og brukerorientert i vår saksbehandling	• Vi følger våre prosedyrer for saksbehandling, som sikrer en brukervennlig saksbehandling, riktig behandling og behandlingstid. • Vi sørger for å ha en god dialog med søker når vi behandler saker. • Vi bruker klart språk slik at mottaker forstår brev og svar de får av oss, og unngår byråkratiske ord og uttrykk • Vi øker bruken av undersøkelser, råd/panel og brukertesting når vi utvikler og forbedrer våre prosesser for saksbehandling, slik at vi skaper mer rom for involvering av brukere, pårørende og innbyggere.
	4. Vi er åpen i møte med media	• Vi møter media med åpenhet og konstruktivt dialog, og lett tilgang til informasjon om vår organisasjon • Vi styrker mediekompetansen til ledere og andre med pressekontakt gjennom en årlig medietrening • Vi bruker vi vårt pressereglement/rutiner for sosiale medier, og kan få veiledning, når vi svarer på mediesaker. • Vi tar godt vare på medarbeidere i mediesaker

Hovedmål 3	Delmål	Strategier
Reell medvirkning og målrettet kommunikasjon	1. Vi tilbyr et reelt digitalt førstevalg for våre innbyggere	• Vi jobber etter strategi for digital transformasjon, og tilbyr digitale løsninger for selvbetjening, slik at innbyggerne kan løse oppgavene sine selv • Vi har brukervennlige og oppdaterte nettsider der innbyggerne selv kan finne svar på sine vanligste spørsmål • Våre digitale løsninger og nettsider er godt universelt utformet slik at flest mulig kan løse oppgavene sine uten hjelp fra andre
	2. Vi er tilgjengelig for våre innbyggere i riktig kanal med tilpasset informasjon	• Vi har god og lett tilgjengelig informasjon om kommunens tjenester og tilbud, innbyggernes rettigheter og politiske beslutninger, på nettsidene våre og via servicetorget • Vi holder nettsidene våre oppdatert med riktig og aktuell informasjon • Vi bruker våre sosiale kanaler aktivt, og svarer og følger opp spørsmål i kommentarfelt • Vi følger med på brukertrender slik at vi til bruker de mest hensiktsmessige kanalene, med innhold som fungerer i kanalen • Vi sørger for at minoritetsspråklige får informasjon de kan forstå, om kommunens tjenester og tilbud • Vi har lett tilgjengelig informasjon til personer som ikke har digitale ferdigheter eller der digitale løsninger ikke er tilstrekkelig • Vi planlegger vår informasjon og er bevisst på hvem vi henvender oss til, slik at mottakeren får informasjon de forstår, i kanaler de best kan nås.
	3. Vi kommuniserer forståelig, og som en enhetlig avsender	• Vi følger kommunens språkprofil, slik at vi bruker klart språk i all kommunikasjon • Vi følger kommunens grafiske profil i all visuell og skriftlig kommunikasjon • Vi følger prinsippene for universell utforming i skriftlig informasjon, slik de er beskrevet i kommunens profilhåndbok
	4. Vi legger aktivt til rette for medvirkning, og motiverer til å delta	• Vi sørger for at det er enkelt å følge med på høringer, planarbeid, politiske prosesser og utviklingsprosjekter, og finne informasjon om hvordan man kan medvirke. • Vi jobber etter strategi for innbyggerdialog, og lager kommunikasjonsplaner for alle utviklings- og omstillingsprosesser med valg av verktøy og metoder for involvering • Vi kartlegger målgrupper slik at alle får mulighet til å delta, også «de tause stemmene», ulike råd og paraplyorganisasjoner. • Vi bruker aktivt ulike metoder og verktøy, og involvere målgruppene tidlig i prosessen.

Gjennomgående tiltak

Her finner du gjennomgående tiltak som er unike for denne kommunikasjonsstrategien.
Kommunens andre strategier kan ha sine kommunikasjonsstiltak. Disse er ikke nevnt i kommunikasjonsstrategien.

- Vi har en felles årlig publiseringsplan for overordna saker på vår nettside og sosiale kanaler
- Vi sender Fredagsbrevet til alle ansatte hver andre uke, der vi løfter frem en ansatt i spalten «Ukens fredagsgjest»
- Vi har en klarspråk-prosjektgruppe som gir råd og opplæring til virksomheter, fagområder og prosjekter
- Vi arrangerer årlig medietreningskurs for ledere og medarbeidere som har kontakt med pressen
- Vi samles til kommunedirektørens julekaffe i desember, og gjør filmopptak for de som ikke kan møte
- Vi tilbyr kurs i hvordan å oppdatere våre nettsider, og publisere nyhetssaker på nettsiden og facebook
- Vi har en kommunikasjonsrådgiver som besøker jevnlig virksomheter og avdelinger for å snakke om kommunikasjon, gi råd og få innspill fra organisasjonen

Årlig tiltaksplan

Dette skal vi gjøre for å styrke vårt kommunikasjonsarbeid i **2025**:

Tiltak under hovedmål 1	Tiltak under hovedmål 2	Tiltak under hovedmål 3
• Utarbeide en veileder for hvordan vi bruker våre digitale plattformer i internkommunikasjon • Starte et prosjekt for å komme fram til felles faglige og sosiale samlingspunkter, både digitale og fysiske	• Lage en kommunikasjonspakke, med maler for stillingsannonser i sosiale medier • Lage en kommunikasjonsstrategi m/tiltak og maler for rekrutering og stillingsutlysninger • Lage en velkomstgave som nye innbygger får når de flytter til kommunen • Lansere et digitalt velkomstbrev som nyinnflyttede innbyggere får på e-post • Utarbeide en veileder for å øke bruk av sørsamisk språk i vår kommunikasjon • Tilby kurs i mediehåndtering for virksomheter og fagområder i organisasjonen som ønsker dette • Lage en veileder for hvordan vi lager gode; nyhetssaker på nett, innlegg på facebook og instagram • Lage en kanalstrategi for bruk av nettside, SoMe, ikke-digitale kanaler og intranett	• Utarbeide en kravspesifikasjon og utlyse anbud for nye nettsider som møter fremtidens brukeradferd, universelle krav, flere språk (engelsk, samisk, minoritetsspråk), med et brukervennlig publiseringsverktøy. Innbyggerapp og system for utsending av målrettet informasjon på e-post/sms inkluderes og vurderes i dette arbeidet, slik at disse tre viktige kommunikasjonssystemene fungerer sammen • Vurdere kommunens SoMe-kanaler og legge ned de som skal bruke Røros kommunes kanaler • Vi involverer ungdom og unge voksne, eldre og personer med funksjonsnedsettelser for å finne ut hvilke kanaler vi kan bruke for å nå dem med informasjon, og for å involvere dem i demokrati og utviklingsarbeid, inkludert hvordan vi når ikke-digitale målgrupper • Sette i gang et prosjekt sammen med flyktningetjenesten, voksenopplæringen og nav for hvordan vi kommuniserer, involverer og informerer innbyggere med minoritetsspråklig bakgrunn, der vi starter med å arbeide med innhold og klart språk på de av våre nettsider som inneholder de viktigste tjenestene innbyggere trenger • Vi gjør våre nettsider tilgjengelig på samisk • Publisere oppsummering av de viktigste sakene i forkant av hvert kommunestyremøte, i nyhetssak på vår nettside • Lager en nettside med informasjon om hvordan du som innbygger kan påvirke • Vi fortsetter med kurskalender for medarbeidere med kurs i bruk av sosiale medier, klart språk og nettsideredigering

Hovedmålgrupper

Vår viktigste målgruppe er
- Innbyggere, inkludert brukere av tjenestene våre
- Våre medarbeidere, inkludert potensielle arbeidssøkere

I tillegg har vi også flere andre målgrupper
- Samiske innbyggere
- Potensielle tilflyttere
- Næringsliv
- Kulturliv
- Nasjonale og regionale myndigheter
- Journalister og medier
- Samarbeidspartnere
- Minoritetsspråklige
- Ikke-digitale personer
- Hyttebeboere
- Frivillige lag og foreninger

Virksomheter, avdelinger og prosjekter har sine målgrupper
Kommunens fag- og tjenesteområde må kartlegge sine målgrupper.

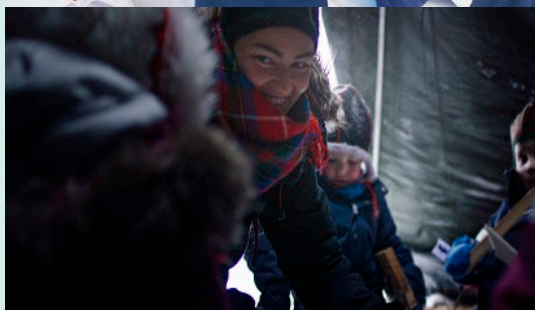
Hva kjennetegner din målgruppe?

En hovedmålgruppe består av mange mindre grupper, med ulik adferd og ulike behov. For å treffe med vår kommunikasjon må vi ha kunnskap om hvem vi trenger å nå i ulike sammen henger.

For eksempel;
- barn
- ungdommer
- unge voksne
- foreldre
- barnefamilier
- eldre
- pårørende
- fremmedspråklige
- flyktninger
- nye innbyggere
- og mer…







Hvem har ansvar for kommunikasjon?

Lederansvar
Ledere har et overordnet ansvar for kommunikasjon, og at kommunikasjon er integrert i kommunens plan- og styringsdokumenter.

Kommunedirektøren og kommunalsjefene er ansvarlig for at kommunikasjonsstrategien etterleves og brukes som et strategisk virkemiddel.

Ansvar i linjen
Den som har ansvar for en virksomhet, tjeneste, fagområde eller et prosjekt, har også ansvar for kommunikasjon og informasjon om sin virksomhet, avdeling, fagområde eller sitt prosjekt.

Ledere i Røros kommune skal sikre at kommunikasjonsstrategien er kjent i egen linje. Det er en leders ansvar at informasjon om saker som angår avdelingen, virksomheten og den enkelte ansatte blir gjort kjent og forstått.

Servicetorget er vår førstelinjetjeneste og har ansvar for å holde sentral og overordnet informasjon om Røros kommune oppdatert i våre offisielle informasjonskanaler.

Kommunikasjonsrådgiver er rådgiver og har det overordnede ansvaret for kommunens hovedkanaler og grafiske profil. Kommunikasjonsrådgiveren kan gi råd og opplæring, og være sparringspartner i kommunikasjonsplanlegging, strategisk viktige saker og i mediehåndtering.

Hvem uttaler seg til media
Det øverste kommunikasjonsansvaret i Røros kommune ligger hos kommunedirektøren og ordføreren.

Virksomhetsledere, avdelingsledere, fagledere og prosjektledere uttaler seg om egen virksomhet, avdeling fagområde og prosjekt, med mindre saken er løftet til et annet nivå.

Ansatte kan gi faktaopplysninger fra eget arbeidsfelt eller fagområde, og uttaler seg om saker i samråd med sin leder.

Fristilte roller fra kommunikasjonsstrategien
Tillitsvalgte og vernetjenesten har en fristilt rolle for å ivareta sine oppgaver.

Leder? Ansatt? Privatperson?
Mottaker av tjenester? Politiker?

Hvilken rolle har du når du uttaler deg?

En tydelig **rolleavklaring** er nødvendig for at mottaker av informasjonen forstår hva vi kommuniserer og hvorfor.

Vi, som kommuniserer på vegne av Røros kommune, kan ha flere ulike roller, alt fra tjenestemottaker, ansatt, leder, pårørende og politiker.

For at mottakeren av informasjon fra kommunen skal kunne skille på hvilken rolle den enkelte har til enhver tid, må vi være tydelig og ryddig i rollene.

Rolleavklaring er også viktig for å sikre god dialog mellom politisk og administrativt nivå.

Ytringsfrihet og lojalitet

Grunnlovens bestemmelser om ytringsfriheten gjelder for alle ansatte i Røros kommune
Røros kommune skal være en åpen organisasjon, og ønsker å kjennetegnes av en god ytringsfrihet med stor takhøyde for at ansatte deltar i det offentlige ordskiftet.

Som ansatt besitter du viktig kunnskap og innsikt som kan ha stor allmenn interesse, og som er viktig for en opplyst samfunnsdebatt.

Lojalitetsplikten har også en sentral rolle i vern av ansatte i arbeidskollektivet
Ansattes ytringsfrihet er en del av den alminnelige ytringsfrihet som er beskyttet av Grunnloven § 100. Et ansettelsesforhold reiser særlige spørsmål fordi ansattes ytringsfrihet kan begrenses av lojalitetsplikten som følger av arbeidsforholdet. For å overholde lojalitetsplikten kan du som ansatt være nødt til å avstå fra enkelte ytringer.

Din rett til å ytre deg i det offentlige strekker seg likevel langt. Som et utgangspunkt kan du som arbeidstaker uttale deg på egne vegne, også om forhold som angår egen arbeidsplass eller arbeidsområde. Grensene for ytringsfriheten må trekkes opp konkret.

Se KS sin veileder om ytringsfrihet og varsling på www.ks.no for mer informasjon. Veilederen belyser også momenter som er sentrale i vurderingen av om en ytring strider mot lojalitetsplikten.

Felles forståelse av ytringsfrihet skaper trygghet
Kommunal- og moderniseringsdepartementet (KMD) fastslår at arbeidet for å sikre de ansatte en reell ytringsfrihet er en kontinuerlig prosess.

Røros kommune er opptatt av å ha et arbeidsmiljø der ansatte føler de kan ytre seg. I tråd med KMDs anbefaling, er Røros kommunes målsetning å ha en ytringskultur hvor du som ansatt føler du kan bidra i samfunnsdebatten.

Denne målsetningen er avhengig av trygghet og felles forståelse av hva en ansatt kan ytre seg om. Gjennom kurs, opplæringsprogram og seminar kan vi sammen arbeide for dette. Ved å sammen trekke opp grensene for ytringsfriheten skaper vi trygghet, bevissthet og felles forståelse hos folkevalgte, administrative ledere og medarbeidere*.

*Regjeringen.no, sivilombudsmannen

Husk:
Som ansatt kan ytringsfriheten begrenses av lojalitetsplikten som følge av arbeidsforholdet. For å overholde lojalitetsplikten kan du som ansatt være nødt til å avstå fra enkelte ytringer.

Denne begrensningen må imidlertid avveies mot ytringsfriheten og deltagelse i den offentlig debatt.

Krisekommunikasjon

«Krise» defineres som en uønsket hendelse som kan få alvorlige konsekvenser for liv eller helse og/eller materielle forhold som ikke dekkes i den vanlige driften. Krise er også en situasjon som truer eller kan true en virksomhets kjernevirksomhet og/eller troverdighet.

Informasjon spiller en avgjørende rolle for å lykkes i en krisesituasjon, der befolkningen raskt trenger å vite hva som har skjedd, hvilke tiltak som blir satt i gang og forstå hva de selv må gjøre.



Hva er krisekommunikasjon?

Det som skiller kriseinformasjon fra annen informasjon, er at en ny og ofte ukjent hendelse skjer, og den oppstår plutselig.

Behovet for informasjon i en slik situasjon er stort. Kommunens kriseinformasjon må gis raskt og skal fremstå som nøktern, etterrettelig, samordnet og oppdatert.

Hvordan jobber vi med krisekommunikasjon?

Når kriseledelsen er etablert, gjelder informasjonsplanen i kommunens beredskapsplanen. Den beskriver hvordan vi skal jobbe med informasjon under en krise.

Informasjonen vi gir skal bidra til å:

- holde innbyggere orientert om situasjonen slik at de så godt det lar seg gjøre er informert om hendelsen
- bidra til å skape trygghet og sikkerhet, redusere unødig frykt/angst
- redusere, avgrense skade, konsekvenser, psykisk/fysisk
- forhindre myter, rykter og feilinformasjon
- rettlede og være rådgivende overfor berørte parter
- styrke tilliten til kommunen og ivareta dens omdømme

Roller i kommunikasjon ved kriser

Kriseledelsen, under ledelse av kommunedirektøren, har ansvaret for informasjon fra kommunen; kontakt med presse, utarbeidelse av skriftlig informasjonsmateriell og pressemeldinger.

- **Kommunalsjef organisasjon og samfunn** har overordnet ansvar for kommunikasjon
- **Ordfører** er kommunens informasjonsansvarlig utad
- **Kommunikasjonsrådgiver** har et dedikert ansvar for kommunikasjon, som informasjonsleder

Informasjonsgruppen under ledelse av informasjonsleder har til oppgave å dekke den totale informasjonsberedskapen i en krisesituasjon i samråd med kriseledelsen

- **Informasjonsleder** inngår i kriseledelsen, og leder informasjonsarbeidet.
- **Informasjonsgruppen** består av informasjonsmedarbeidere og operative ressurser, som informasjonsleder innkaller etter behov.

Den enkelte virksomhet, avdeling eller fagressurser har også ansvar for informasjon som skal ut til publikum og mediene, under en krise. Når kriseledelsen er etablert, koordineres informasjonsbehovet i kriseledelse og krisestab, og informasjonsgruppen bistår med praktisk assistanse.

Kommunens beredskapsplan og vedlegg:

- Overordnet beredskapsplan finner du i Compilo*
- Informasjonsplan i overordnet beredskapsplan* – *ligger i krisestøtteverktøyet CIM*

**Dokumentene er kun tilgjengelig for medarbeidere i Røros kommune*

Verktøy og maler for kommunikasjon

Her har vi samlet alle verktøy og maler som er tilgjengelig for alle medarbeidere å bruke, slik at vår kommunikasjon blir enhetlig og i tråd med vår grafiske profil.

Klart språk
Her får alle medarbeider hjelp til å bruke et klart språk:
- Språkprofil (for Røros kommune) *(Compilo)*
- KS verktøypakke: Klart språk i kommunesektoren

Grafisk profil
Røros kommunes grafiske profil hjelper deg å bruke logo, tekst og farger på riktig måte. I Compilo finner du:
- Grafisk profilhåndbok for Røros kommune
- Prosedyre for grafisk profil

Nettside og sosiale kanaler
Verktøy og hjelpemidler for nettsideredaktører ligger i Compilo
- Veileder for å redigere nettsider og hvordan du publiserer nyheter på facebook
- Prosedyre for å publisere høringer og offentlig ettersyn

Bilder
Vårt **offentlige bildearkiv** med bilder du fritt kan bruke, finner du i Teams på **RK alle** i **Mediebank – foto og film:**
- Bilder til fri bruk

I **Mediebiblioteket på vår nettside**, finner du bilder som du fritt kan bruke i nyhetssaker *(kun for nettsideredaktører som er logget inn)*

Trygg i møte med media
- Pressereglement og rutiner for sosiale media (SoMe) *(i Compilo)*

Maler som alle kan bruke
I Compilo finner du blant annet:
- Mal A og mal B for power point-presentasjoner
- Brevmaler for Røros kommune og samarbeidskommuner
- Signatur i e-post
- Mal for møtereferat og notat
- Mal for rapporter og planer
- Mal for strategiske planer
- Mal for dørskilt

I ACOS WebSak+ finner du blant annet:
- Notatmaler og referatmaler
- Brevmaler for Røros kommune og samarbeidskommunene

Samiske titler og ord
- Samisk oversettelse for titler og andre ord som benyttes ofte i kommunen *(i Compilo)*

Annonsere i lokalmedia
- Annonse i avis og radio *(i Compilo)*



Compilo

Alle ansatte kan logge inn i Compilo og finne veiledere, maler og dokumenter.

Du åpner Compilo fra startsiden på intranettet

Lenker til intranett og Compilo, kan kun åpnes av medarbeidere i Røros kommune

Lover og regler

Kommuneloven
Loven skal legge til rette for en tillitsskapende forvaltning. Lovens § 4 sier at kommuner og fylkeskommuner skal informere aktivt om sin virksomhet, og legge til rette for at alle får tilgang til denne informasjonen.

Offentleglova
Sier at vi som offentlig virksomhet skal være åpen og gjennomsiktig. Det vil si at forvaltningens dokumenter skal være offentlige, så lenge det ifølge loven ikke er unntatt offentlig innsyn.

Forvaltningsloven
Loven inneholder regler for forvaltningens saksbehandling, og skal blant annet sikre at saker behandles slik at avgjørelsene blir riktigst mulig og at bestemte hensyn og interesser blir ivaretatt under saksbehandlingsprosessen. Viktige prinsipper her er rettssikkerhet, partsoffentlighet, taushetsplikt og habilitet. Loven definerer hva som er et enkeltvedtak og gir bestemte regler for muligheten til å klage. Loven påpeker også forvaltningsorganenes plikt til å veilede.

Sameloven
Loven skal sikre at den samiske folkegruppen i Norge kan bruke og utvikle sitt språk, sin kultur og sitt samfunnsliv. Den inneholder bestemmelser om bruk av samisk språk i kommuner innenfor samisk forvaltningsområde.

Språklova
Formålet med språklova er å styrke norsk språk, slik at det skal kunne brukes på alle samfunnsområder og i alle deler av samfunnslivet i Norge. Loven skal fremme likestilling mellom bokmål og nynorsk og sikre vern og status for de språkene som staten har ansvar for, sier blant annet at samiske språk og norsk er likeverdige. Loven også at vi i offentlig forvaltning skal kommunisere på er klart og korrekt språk som er tilpasset målgruppen.

Likestillings- og diskrimineringsloven
Formålet med likestillings- og diskrimineringsloven er å fremme likestilling og hindre diskriminering. Med likestilling menes likeverd, like muligheter og like rettigheter. Likestilling forutsetter tilgjengelighet og tilrettelegging, og loven inneholder blant annet regler og bestemmelser om universell utforming.

Helse- og omsorgstjenesteloven og sosialtjenesteloven
Helse- og omsorgstjenesteloven og sosial-tjenesteloven påpeker også helse- og sosialtjenestens oppgaver med å gi opplysning, råd og veiledning.

Plan- og bygningsloven
Loven gir tydelige føringer for informasjons- og offentliggjøringsplikter i planprosesser. Den har klare regler for medvirkning, konsekvensbeskrivelser og planprosesser. Gjennom medvirkning har innbyggerne rett til å kunne delta og påvirke beslutningsprosesser.

Grunnloven
Grunnlovens § 100 sier: «Ytringsfrihet bør finne sted». Videre heter det at «Frimodige ytringer, om stadsstyret og hvilken som helst anen gjenstand er tilatt for en hver».

Personopplysningsloven
Loven gir regler for hvordan en behandler, oppbevarer, sikrer og eventuelt gir innsyn i personopplysninger. Loven stiller krav til informasjonssikkerhet. Den gjelder for både privat og offentlig virksomhet.

Arkivloven
Formålet med Arkivloven er å sikre arkiv som enten har kulturell eller forskningsmessig verdi eller som inneholder rettslig eller viktig dokumentasjon, slik at dette blir tatt vare på forettertiden.

Arbeidsmiljøloven og Hovedavtalen
Arbeidsmiljøloven og Hovedavtalen har bestemmelser om hvordan partene i arbeidslivet informerer hverandre.

Miljøinformasjonsloven
Miljøinformasjonsloven gir innbyggerne rett til miljøinformasjon og deltakelse i offentlige beslutningsprosesser av betydning for miljøet.

Måleparameter

Vår kommunikasjon – summen av konkrete tiltak og hvordan vi bevisst bruker kommunikasjon i vår hverdag – påvirker helheten.

Noen mål og tiltak i denne strategien kan måles og sammenlignes. Andre resultater vil først og fremst påvirke og gi resultater i en større helhet.

Vi evaluerer kommunikasjonsstrategiens mål, tiltak og resultater i:

- Innbyggerundersøkelsen
- Kommunekompasset
- Åpenhetsbarometeret
- Brukerundersøkelser på tjenesteområdene
- Brukerundersøkelser på Servicetorget
- Medarbeiderundersøkelsen 10-faktor
- Tilbakemeldinger intern og ekstern
- Trafikk og brukeradferd på nettsida og sosiale medier
- Medieomtale og medieovervåking



Planer og strategier

Kommunikasjon er et virkemiddel som hjelper oss å oppnå kommunens overordna mål.

Mål og tiltak i kommunikasjonsstrategien er tett knyttet opp mot følgende overordna planer og strategier:

- Kommuneplanens samfunnsdel
- Arbeidsgiverstrategien
- Kompetansestrategien
- Utviklingsstrategien (ny fra 2023)
- Strategi for innbyggerdialog
- Strategi for digital transformasjon
- Utviklingsplan for samisk språk og kultur
- Strategi for mangfold, likestilling og inkludering



Vaerien Vuelie

Pulsen i fjellet

Rossen tjïelte
Røros kommune