

3 Definisjoner og struktur i notatet

«Omdømme» er et ord i vinden. Fra 1999 til 2010 økte bruken av ordet «omdømme» i mediene med over 200 prosent (Wæraas, Byrkjeflot et al. 2011: 20). Fokuset på omdømme og omdømmebygging begynte opprinnelig i næringslivet, der man antok at det eksterne omdømmet til en bedrift ville påvirke hvordan bedriften gjorde det, både i forhold til børsverdi og salg av bedriftens produkter eller tjenester (ibid.). Men hva betyr egentlig omdømme? Og hvordan skal vi forstå det når det er kommune-Norge som er konteksten? Her tar vi utgangspunkt i en enkel definisjon, som kommunikasjonsrådgiver Nils Apeland benytter i sin bok *Det gode selskap*: «Omdømmet er summen av oppfatninger som ulike grupper har om en virksomhet» (Apeland 2010: 31). Disse «gruppene» kan være eksterne, i kommunens tilfelle for eksempel folk som ikke har tilknytning til kommunen, eller som bor i en annen kommune. Men gruppene kan også være interne, for eksempel folk som jobber i eller er tillitsvalgte i en kommune, eller som er involvert i kommunens tjenester.

Når det gjelder arbeidet med omdømme i kommuner har omdømme blitt forstått på ulike måter (Amdam and Groven udatert). Dels kan det forstås som omdømmet til kommunen som sted og lokalsamfunn. Omdømmet til Lyngdal kommune, for eksempel, blir da forstått som omdømme til Lyngdal som sted eller område. Men omdømmet til Lyngdal kommune kan også forstås som omdømmet til Lyngdal kommune forstått som organisasjon, politisk enhet eller virksomhet. Omdømmet til Lyngdal kommune vil ut fra en slik forståelse handle om omdømmet til den kommunale virksomheten i Lyngdal, i motsetning til næringslivet, sivilsamfunnet eller naturen på samme sted.

Disse to forståelsene av omdømmet til en kommune kan også tenkes å henge sammen med ulike forståelser av hvorfor et godt omdømme skulle være viktig. Dersom fokus er på omdømmet til kommunen som sted, kan man tenke seg at formålet med å bygge et godt omdømme er å tiltrekke nye mennesker eller nytt næringsliv til kommunen – altså tilflytting og næringsetablering. Men dersom fokuset er på omdømmet til kommunen som organisasjon, politisk enhet eller virksomhet kan man tenke seg at formålet med å bygge et godt omdømme er å rekruttere nye mennesker til arbeid i selve kommunen, eller å bygge tillit til kommunen som virksomhet blant eksterne og interne aktører.

Men omdømme kan også være viktig av andre grunner. Forskning på drabantbyer i Oslo øst har vist at dårlig stedsrykte – det som også har blitt kalt *territorielt stigma* – kan oppleves som en stor belastning for menneskene som lever i området (Vassenden 2008, Elgvin, Rogstad et al. 2013). Omdømme kan derfor være viktig både for kommunen som sted, for kommunen som organisasjon, og for livsopplevelsen til menneskene som bor i kommunen.

En rask gjennomgang av kommunene som har deltatt på KRD sin omdømmeskole viser at de aller fleste er mindre utkant- eller fraflyttingskommuner, med noen unntak¹. Det kan tyde på at behovet for å jobbe med omdømme har blitt opplevd som mest prekært for kommuner som opplever fraflytting og/eller nedleggelse av næringsvirksomhet – og at målet

¹ <http://www.distriktssenteret.no/nettverk/omdommeskolen>

Olav Elgvin: «Saman om» et bedre omdømme – en kunnskapsstatus», Fafo notat 2013:04

med omdømmebyggingen kan være å snu slike trender. Det tyder på at den den viktigste utfordring for mange av kommunene som har ønsket å jobbe med omdømme ikke er omdømmet til kommunen som organisasjon, men omdømmet til kommunen som sted og lokalsamfunn.

Samtidig er Saman om-programmet ikke primært orientert ut fra stedsomdømme-perspektivet. I styringsdokumentet for Saman om står dette som hovedmål for omdømmesatsingen: «Programmetts mål innenfor tema omdømme er å styrke kommunenes omdømme gjennom å utvikle og synliggjøre kommunenes arbeid og lokale prosjekter» (Saman om ein betre kommune 2012: 10). Dette målet er løst definert, og kan innebære prosjekter som fokuserer på både stedsomdømme og organisasjonsomdømme. I brødteksten om omdømme står dette: «Kommunesektorens omdømme er avgjørende for kommunenes legitimitet som tjenesteytere og som utøvere av lokaldemokratiet» (ibid., s. 10) – noe som tyder på at det er *kommunesektoren* og ikke kommunen som sted som skal omdømmebygges.

Det ideelle ville derfor være en kunnskapsstatus som fokuserte mest på omdømmebygging av kommunen som organisasjon og demokratisk virksomhet. Som vi skal se har imidlertid en stor andel av omdømmeprosjektene t i Norge handlet om omdømmebygging av kommunen som sted – eller i det minste hatt som hovedmål at stedet skal få flere innbyggere eller flere arbeidsplasser. Et klart flertall av de forskningsrapportene og evalueringene som har blitt gjort av omdømmeprosjekter i Norge har også handlet om stedsomdømme. En kunnskapsstatus som utelot stedsomdømme ville derfor bli relativt amputert, og den ville ikke forholdt seg til den forskningen som har blitt gjort på omdømmebygging i kommune-Norge. I utviklingen av fremtidige omdømmeprosjekter er det viktig å være klar over hva som har preget omdømmeprosjekter som har blitt utført tidligere, og hvordan de ser ut til å ha fungert. Målet med denne kunnskapsstatusen blir dermed flerdelt. Disse temaene vil bli undersøkt:

- Hvilke tiltak har norske kommuner satt i verk for å bedre omdømmet?
- Vet man noe om hvordan disse tiltakene har fungert i forhold til å bedre det generelle omdømmet?
- Vet man noe om hvordan disse tiltakene har fungert i forhold til å skape tilflytting, næringsutvikling eller rekruttering av personell?
- Hvilke tiltak kan være fruktbare for kommuner som er opptatt av omdømmebygging?

Notatet beskriver det som er skrevet faglig i Norge om omdømmebygging i kommunal sektor. Dette er basert på søk i bibsys og google scholar, der søkeordene «omdømme», «omdømmebygging», «stedsomdømme» og «omdømme+kommune» har blitt brukt. Ettersom en del av litteraturen som har blitt brukt i utviklingen av omdømme i norske kommuner ikke er strengt akademisk, har dette blitt supplert med vanlige google-søk ut fra søkeordene «omdømme+kommune» og «omdømmebygging+kommune». Vi trekker også inn noe litteratur fra Danmark og Sverige. Den danske og svenske litteraturen er imidlertid ikke gjennomgått systematisk slik som den norske.

Fokus er gjennomgående på litteratur som undersøker hvordan tiltak *virker*, og ikke bare beskrivelser av *hva* som har blitt gjort. Denne kunnskapsstatusen er kvalitativ og diskuterende heller enn kvantitativ, ettersom det ikke er skrevet så mye om omdømmebygging i

Olav Elgvin: «Saman om» et bedre omdømme – en kunnskapsstatus”, Fafo notat 2013:04

kommunesektoren at det gir mening med en kvantitativ tilnærming. Noen av bidragene blir derfor diskutert mer dyptgående enn andre.