

Omdømmebygging i kommunene

NFR prosjekt mellom UiT, UNI Rokkan, Univ. i Aalborg

Juni 2013

Hilde Bjørnå

Hva er omdømmebygging?

Litteraturen: sier ikke så mye om å omdømmebygge demokratier

- Sier noe om å markedsføre – promotere steder, attraksjoner og kjennetegn slik at man tiltrekker seg bosettere, turister, investorer med mer.
- Sier noe om å bygge rennommeet til organisasjoner – basert på faktiske kvaliteter - slik at de appellerer og tiltrekker seg målgrupper/får støtte og lojalitet. Tiltrekke seg kompetanse.

Felles: stå fram som unik



Debatt i Norge

- Foss (KR 18.april): dette er dødsfelle for folkestyret – krefter brukes for å bygge fasade og holde problemområder under teppet
- Men litteraturen sier at det handler om å levere på de forventninger som skapes. Verdiene man bygger sin identitet på skal være autentisk/reelle.



Flere utgangspunkt

A: stedet som utgangspunkt

Alle stader kan ikkje tilfredsstillе alle forventningar. Det gjeld både for næringsverksemd, arbeidsmarknad og offentlege og private tenestetilbod. Det er dei unike kvalitetane til den enkelte staden som er avgjerande for busetjingsval. Her vil det vere skilnader mellom byar og bygder av ulik storleik.

- St.meld. nr. 25 (2008-2009) Lokal vekstkraft og framtidstru Om distrikts- og regionalpolitikken, Kap 2

77 kommuner har fått hjelp av Omdømmeskolen til Distriktssentret



«Saman om ein betre kommune»

B: Kommuneorganisasjonen som utgangspunkt

- Kommunenes omdømme er nært knyttet opp mot hva de gjør på temaene sykefravær, heltid/deltid og kompetanse og rekruttering.
- I denne sammenheng vil kommunens omdømme som arbeidsgiver være viktig.
- 110 kommuner, første opptak høst 2011

Generelle forventninger til kommunene

- Holde på bosetting
- Få til utvikling: samarbeid mellom by og omland
- God service
- Levende demokrati
 - kommunene vektlegger dette ulikt i sin omdømmebygging



Kommunene:

Kommunene er spesielle organisasjoner:

- Politisk institusjon
- Tjenesteytende organisasjon
- Sted

Det er et poeng å være bevisst på hva slags dimensjon man evt. omdømmebygger og hvordan man kombinerer disse sidene ved en kommune i slike prosesser.



Vårt prosjekt viser så langt at

Kommunene

- er svært opptatt av dette
- vil være autentiske: vise hvem «man er»
- har ulike og sammensatte strategier
- det er forskjeller mellom små og store kommuner
 - Små : ofte opptatt av stedsutvikling og bosetting
 - Større : ofte opptatt av tjenesteutvikling, åpenhet er en verdi som går igjen



Hva gjøres i kommunene

Ofte store prosesser med å definere verdier:
Vektlegger befolkningens involvering/meninger

Har gjerne slagord

Politisk oppslutning er ansett som viktig, men det er noen ganger vanskelig å prioritere en verdi/identitet over en annen

Kommunene ser ut til å ha vansker med å fremstå som unik – vesensforskjellig fra hverandre



Men

- Omdømmebygging er ikke uten utfordringer
- Vi vet enda lite om hva kommunene har gjort, hvorfor de har gjort det og hva som kommer ut av omdømmeprojektene (planlagte og ikke-planlagte effekter)



Betyr omdømmebygging noe?

- Omdømmebygging har fått kommuner til å reflektere over sine egne kvaliteter
- Kommunene vil gjerne vise frem at de er gode og betyr noe
- Omdømmebygging er engasjerende og har skapt media-oppslag og debatter – ikke kjedelig, de fleste har en mening om dette
- Satsingen på omdømmebygging har dermed hatt en virkning

