

Kommunikasjonsstrategi for Nye Stavanger universitetssjukehus 2021–2024

ENDRINGSLOGG

Versj.	Dato	Endring	Utarbeidet av
1.0	7.jan 2015	-	Kommunikasjonsavdelingen
2.0	2017	Revidering knyttet til nye faser	Kommunikasjonsavdelingen
3.0	2021	Revidering og oppdatering i tråd med overordnet kommunikasjonsstrategi for SUS	Kommunikasjonsavdelingen

BAKGRUNN	3
OM KOMMUNIKASJONSSTRATEGIEN	3
NÅ-SITUASJONEN	3
KOMMUNIKASJONSUTFORDRINGER	3
MÅLGRUPPER	4
KOMMUNIKASJONSMÅL	4
KJERNEBUDSKAP	4
KOMMUNIKASJONSKANALER	5
MEDIEHÅNDTERING	6
MÅLING.....	6
ANSVAR OG FORANKRING	6
KOMMUNIKASJONSTEAM	7

Bakgrunn

Stavanger universitetssykehus (SUS) er et av landets seks universitetssykehus og blant Norges største akutt sykehus. Sykehuset har mer enn 8000 medarbeidere fra over 30 nasjoner, og betjener en befolkning på 370 000. Foretaket har de senere år hatt en betydelig aktivitetsøkning og store utfordringer med tilstrekkelige behandlingsarealer. Med dette som bakgrunn ble Prosjekt sykehusutbygging startet høsten 2011. Sykehusutbygging utløser et stort behov for utviklingsarbeid, og arbeidet med organisasjonsutvikling ble etablert som eget prosjekt i 2016.

Nye SUS skal sikre langsiktige løsninger for å oppnå et helsemessig godt og samfunnsøkonomisk effektivt sykehusstilbud til befolkningen i Sør-Rogaland. Dette innebærer trinnvis utbygging og drift på to lokasjoner, Våland og Ullandhaug.

Planleggingen av byggetrinn 2 er i gang, i tråd med tidligere styrevedtak i 2017 (forprosjektrapporten).

Om kommunikasjonsstrategien

Dokumentet er en overordnet strategi for kommunikasjonsarbeidet knyttet til nytt sykehus. Kommunikasjonsstrategien bygger på SUS sin overordnede strategi og mål og *Kommunikasjonsstrategi for SUS 2021-2024*. Strategien skal sikre helhetlig kommunikasjon og koordinerte tiltak og aktiviteter.

Kommunikasjonsstrategien skal revideres årlig. Det blir også utarbeidet en årlig detaljert handlingsplan som understøtter kommunikasjonsmålene.

Nå-situasjonen

Et så omfattende prosjekt har store og komplekse kommunikasjonsutfordringer, spesielt når det gjelder internkommunikasjon. Gjennom spørreundersøkelsen høsten -20, kom det innspill fra medarbeidere på kommunikasjon om nytt sykehus.

Det er et tydelig skille mellom hvor medarbeidere *får* informasjon, og i hvilke kanaler de *helst vil ha* informasjon. Medarbeiderne foretrekker informasjon fra nærmeste leder og på intranett (heller enn fra eksterne kilder som presse eller sosiale medier). Gjennom fritekstfelt er det tre hovedområder som opptar medarbeidere: mangel på info og vanskelig å få oversikt, usikkerhet om involvering og bekymring knyttet til hvorvidt sykehuset bygges stort nok.

Det er tydelige forventninger og mange ulike behov blant målgruppene internt på sykehuset. Det stiller krav til mer målrettet og tilpasset kommunikasjon framover.

Kommunikasjonsutfordringer

- Skape forståelse for fremdriftsplan og konsekvensene av denne, spesielt blant ledere.
- Tilrettelegge for at lederne kjenner vedtatte rammer og forutsetninger for nytt sykehus.
- Sørge for oppdatert informasjon etter hvert som nye elementer kommer til, som for eksempel B-bygget og byggetrinn 2.
- Følge opp innspill og involvering gjennom langvarige prosesser.
- Møte ulike og varierende forventninger, engasjement og informasjonsbehov blant målgruppene.

- Nå ut med budskapet til medarbeiderne på SUS med ulik tilgang til kommunikasjonskanaler.
- Møte spørsmål, bekymring og usikkerhet blant medarbeiderne på en åpen, ærlig og tydelig måte.
- Bruke et språk som folk forstår, internt og eksternt.
- Ivareta den visuelle profilen, internt og eksternt.
- Være koordinert i møte med pressen og sikre at journalister får god kjennskap til prosjektet.

Målgrupper

I arbeidet fram mot nytt sykehus er det mange og ulike målgrupper. For denne perioden er dette hovedmålgruppene:

- Medarbeidere
- Ledere (nivå 2,3,4)
- Samarbeidspartnere og myndigheter
- Innbyggerne i Sør-Rogaland

Tillitsvalgte, vernetjenesten og brukerrepresentanter er viktige målgrupper og videreformidlere, i tillegg til å være formelle aktører i sentrale organer. De er representert i prosjektstyret og i brukergrupper/prosjektgrupper.

Kommunikasjonsmål

Verdiene kvalitet, trygghet og respekt kjennetegner all intern og ekstern kommunikasjon.

Medarbeidere

- har forståelse for at nytt sykehus innebærer endringer og nye måter å jobbe på
- opplever at innspill og bekymringer blir håndtert på en god måte

Ledere

- har innsikt og kunnskap om at arbeidet med nytt sykehus innebærer endringer de som ledere må bringe videre gjennom å motivere sine medarbeidere og vise mulighetene som finnes i nytt sykehus
- opplever at innspill og bekymringer blir håndtert på en god måte

Samarbeidspartnere og myndigheter

- opplever god dialog og samhandling knyttet til Nye SUS

Innbyggerne i Sør-Rogaland

- har kjennskap til at det bygges nytt sykehus, og tillit til at vi utvikler trygge og framtidsretta helsetjenester
- opplever at pasienten er i sentrum i utvikling av nytt sykehus

Kjernebudskap

Sammen skal vi skape pasientens sykehus

Vi utvikler pasientens helsetjeneste gjennom å bygge et moderne sykehus, sikre høy faglig kvalitet i behandlingen og skape en god arbeidsplass for våre medarbeidere.

Et sykehus som svarer på fremtidens behov

Infrastruktur, teknologi, organisasjon, pasientforløp og arbeidsprosess. Det stilles store krav om forbedring og utvikling til oss som jobber i sykehus. For å kunne tilby den beste pasientbehandlingen må vi være villige til å endre måter å arbeide på.

Verdien av byggene ligger i innholdet

Det utføres kvalitet- og utviklingsarbeid i sykehuset hver dag. Medarbeiderne kjenner arbeidshverdagen og møter pasientene, det er de som ser hva som fungerer og hvor skoen trykker. Arbeidet fram mot 2024 skal støtte noe av det arbeidet som allerede pågår, samtidig gir det anledning til å tenke nytt og teste ut fremtidsrettede ideer og tjenester.

Kommunikasjonskanaler

Gitt de prioriterte målene og målgruppene er dette de viktigste kommunikasjonskanalene:

Nærmeste leder

Ansikt til ansikt-dialog med nærmeste leder er viktigst i endringskommunikasjon. For å nå fram med budskapet er det avgjørende hvordan informasjonen blir viderefremmet i linjen - til den enkelte medarbeider. Det er nærmeste leder som gir budskapet relevans og mening i den enkelte enhet eller medarbeidergruppe, og som skaper rom for dialog.

Intranett

På intranettet skal man finne oppdatert informasjon om Nye SUS. Det gir også mulighet til å lage nyhetssaker med generell informasjon til en bred målgruppe.

- Temaside Nye SUS
- Nyheter

Besøksenter

Det er etablert et besøksenter i Innovasjonsparken på Ullandhaug i samarbeid med HelseCampus. Lokalet inneholder møterom og et pasientrom med bad. Pasientrommet er identisk med rommene som er planlagt i nytt sykehus. Det er også et sengetun med en ytre og indre arbeidsstasjon, der alt teknisk utstyr er identisk med det som kommer i Nye SUS. Her vil medarbeidere, og etter hvert andre, kunne se, teste og bidra til å utvikle løsninger. Det er også et egnet sted for blant annet møter, workshops, table top-øvelser. Sammen med omvisninger på byggeplassen, vil dette være en viktig kanal for kommunikasjon.

Sus.no

På sus.no skal man finne oppdatert og lett tilgjengelig informasjon om Nye SUS.

Sosiale medier

Kommunikasjon i sosiale medier er uformell, brukerstyrt og stiller krav til tilpassede budskap, oppfølging og svar. Via sosiale medier når vi også en betydelig andel medarbeidere.

Media

Media er en viktig kanal for å nå sentrale målgrupper. Å gi journalister innsikt i og kunnskap om arbeidet med sykehusutbygging gjør også pressen bedre i stand til å dekke komplekse saksområder.

Andre relevante kanaler

Utsendelser til spesifikke mottakere, arrangementer, trykksaker, brukergrupper og prosjektgrupper, møter og allmøter, informasjonsskjermer på sykehuset, e-læringskurs og blogg.

Målgruppe	Kanaler
Medarbeidere	Nærmeste leder, temaside Nye SUS på intranett, nyheter på intranett, brukergrupper / prosjektgrupper, allmøter, på sykehuset
Ledere	Nærmeste leder, månedsbrev fra administrerende direktør, utvidet ledermøte (ULM), intranett, , brukergrupper / prosjektgrupper, allmøter
Samarbeidspartnere og myndigheter	Faste møter, besøkssenter
Innbyggere i Sør-Rogaland	Lokale medier, sosiale medier, på sykehuset

Mediehåndtering

Kommunikasjonsavdelingen tilrettelegger for kontakt med media, deriblant utsending av pressemeldinger, innsalg av saker og publisering av nyhetssaker.

Kommunikasjonsavdelingen koordinerer og støtter ved pressehenvendelser og -utspill, og skal alltid varsles og involveres for å sikre helhetlig kommunikasjon eksternt, samt vurdere om det må gjøres andre tiltak i forbindelse med mediekontakten.

Talspersoner

Talspersonene i den enkelte sak vil variere ut ifra tematikk og vinkling. Se «Retningslinjer for mediekontakt».

Måling

Det er helt avgjørende å få tilbakemelding fra målgruppene. Vi ønsker derfor å gjennomføre en årlig undersøkelse om hvordan medarbeidere mener om kommunikasjonsarbeidet knyttet til Nye SUS. Målene følges opp og konkretiseres gjennom handlingsplanen og resultatmål.

Ansvar og forankring

Det er administrerende direktør og byggherre, Helle Schøyen, som har det øverste ansvaret for kommunikasjon om Nye SUS. Kommunikasjonsdirektør Helga Strand Vestbø har det faglige ansvaret for alt kommunikasjonsarbeid i Nye SUS.

Kommunikasjonsansvaret skal følge linjeprinsippet; den som har ansvaret for en tjeneste, område, enhet har også ansvaret for å informere. Når det gjelder internkommunikasjon har alle ledere ved SUS et særskilt ansvar for kommunikasjon med sine medarbeidere.

Alle aktører i Nye SUS må samarbeide og dele relevant informasjon og materiell, for å sikre koordinert og helhetlig kommunikasjon. Innhold og utseende på informasjonen til målgruppene må være samkjørt.

Kommunikasjonsavdelingen deltar og samarbeider med de øvrige ansvarlige i prosjektene om kommunikasjonsaktiviteter, deltar i relevante prosjektmøter og har et spesielt ansvar for å koordinere, utvikle og kvalitetssikre kommunikasjonsarbeidet.

Kommunikasjonsteam

Hensikten med et kommunikasjonsteam er å kontinuerlig få innspill og tilbakemeldinger fra medarbeidere for å sikre at den informasjonen som gis, og måten det kommuniseres på, faktisk treffer dem det gjelder og at den blir forstått.

Deltakere:

- Kommunikasjonavdelingen
- Tillitsvalgte
- Vernetjeneste