

Kommunikasjonsstrategi for nytt sykehus og delt drift 2025–2026

Bakgrunn

Alle somatiske senger, akutfunksjoner og nødvendige støttefunksjoner flyttes til Ullandhaug. Planlagt innflytting er november 2025. Det blir fortsatt drift på Våland i en mellomfase fram til byggetrinn 2 er ferdig.

Om kommunikasjonsstrategien

Dette er en overordnet strategi for kommunikasjonsarbeidet knyttet til nytt sykehus. Den skal sikre helhetlig kommunikasjon og koordinerte tiltak og aktiviteter. Dokumentet bygger på SUS sine overordnede strategier og mål, og *Kommunikasjonsstrategi for SUS 2025-2028*.

Nåsituasjonen

Det er mindre enn ett år til vi ønsker første pasient velkommen på Ullandhaug. Mange vil starte drift på det nye sykehuset før den tid. Med tydelig kommunikasjon kan vi bidra til å skape forutsigbarhet i den fasen vi nå går inn i.

Målgrupper

Denne perioden er dette hovedmålgruppene:

- medarbeidere
- ledere
- pasienter, pårørende og innbyggere i Sør-Rogaland
- samarbeidspartnere og myndigheter

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

Kommunikasjonsmål

Vi skal sørge for at målgruppene får relevant og nyttig informasjonen til rett tid. Verdienne kvalitet, trygghet og respekt kjennetegner all intern og ekstern kommunikasjon.

Medarbeidere

Sikre at medarbeiderne er godt informerte og trygge, og forstår hvordan endringene vil påvirke arbeidshverdagen.

Ledere

Sikre at lederne er godt informerte og trygge, slik at de kan forklare og støtte sine medarbeidere gjennom endringene.

Pasienter, pårørende og innbyggere i Sør-Rogaland

Sørge for forståelig og tilgjengelig informasjon, slik at pasienter og pårørende møter forberedt på riktig sted til riktig tid på sykehuset.

Samarbeidspartnere og myndigheter

Sørge for at samarbeidspartnere og myndigheter opplever god dialog og samhandling knyttet til nytt sykehus.

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 videreformidlet i linjen, til den enkelte medarbeider. Det er nærmeste leder som gir budskapet relevans og mening i den enkelte enheten eller medarbeidergruppen, og som skaper rom for dialog.

Intranett (Pulsen)

På intranettet er det oppdatert informasjon på temasiden Nye SUS, i nyhetsbrev og i nyhetssaker.

Nyhetsbrev

Sendes ut på e-post omtrent månedlig, med lenke til intranett. Dette vil kunne brukes hyppigere ved behov når vi nærmer oss innflytting, jamfør erfaringer med statusoppdateringer på e-post under koronapandemien.

Allmøter

Aktuelle temaer med bred målgruppe tas opp i allmøter. De strømmes, og legges ut som opptak.

Sus.no

På sus.no er det oppdatert og lett tilgjengelig informasjon om endringene som kommer. Informasjon om veifinning vil prioriteres.

Sosiale medier

Kommunikasjon i sosiale medier er uformell 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 nytt sykehus, gjør også pressen bedre i stand til å dekke komplekse saksområder.

På sykehuset – Våland og Ullandhaug

Plakater, brosjyrer og de frivillige er viktige kanaler for informasjon til både medarbeidere, pasienter, pårørende og øvrige besøkende.

Andre relevante kanaler

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

Mediehåndtering

Kommunikasjonsavdelingen legger til rette for kontakt med media, deriblant pressemeldinger, innsalg og publisering av nyhetssaker. Kommunikasjonsavdelingen koordinerer og støtter ved pressehenvendelser og -utspill, og bør varsles og involveres for å sikre helhetlig kommunikasjon eksternt, samt vurdere om det må gjøres andre tiltak i forbindelse med mediekontakten. Talspersonene i den enkelte saken vil variere ut ifra tematikk og vinkling. Se «Retningslinjer for mediekontakt».

Måling

Gjennom jevnlig kommunikasjonsundersøkelser får vi innsikt og tilbakemelding om hva medarbeidere mener om kommunikasjon i forbindelse med nytt sykehus. Vi får også antall sidevisninger på nyhetsbrev og øvrige sider om nytt sykehus på intranett. Det samme gjelder på allmøter, der vi har tall på strømming og opptak. Kommunikasjonsteamet med representanter fra tillitsvalgte og vernetjenesten er også en viktig kanal for innspill og diskusjon.

Ansvar og forankring

Kommunikasjonsdirektør har det faglige ansvaret for alt kommunikasjonsarbeid knyttet til nytt sykehus og delt drift.

Kommunikasjonsansvaret skal følge linjeprinsippet; den som har ansvaret for en tjeneste, et område og en 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 medarbeidere på sykehuset har ansvar for å holde seg oppdatert om egen arbeidsplass og sine arbeidsområder.

Alle som jobber med nytt sykehus og delt drift må samarbeide og dele relevant informasjon og materiell, for å sikre en 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.

Dato	Endringslogg	Utarbeidet av
2015		Kommunikasjonsavdelingen
2017	Revidering knyttet til nye faser	Kommunikasjonsavdelingen
2021	Revidering i tråd med overordnet kommunikasjonsstrategi for SUS	Kommunikasjonsavdelingen
2024	Revidering med vekt på flytte og å ta i bruk	Kommunikasjonsavdelingen