

Saksframlegg til

Styret for Sykehuset i Vestfold HF

Møtedato: 22.02.2023

Saksnr: 11/23

Sakstype: Tema

Saksid: 21/02707-4

Saksbehandler: Merete Bugsett Lindahl

Temasak: omdømme og kommunikasjon i SiV HF

Vedlegg:ingen

Hensikten med saken:

Hensikt med saken er å følge opp bestilling fra styret i møtet 13. desember 2022, der administrasjonen ble bedt om å legge frem en sak om kommunikasjon og omdømme.

Forslag til vedtak:

Saken tas til orientering

Tønsberg, 16. februar 2023

Stein Kinserdal
administrerende direktør

Fakta grunnlag:

De siste årene med pandemi, innflytting i nytt bygg, utfordringer i akuttsenteret, press på sengepostene, økonomiske utfordringer med mer, har blitt omtalt i en rekke medieoppslag som potensielt påvirker Sykehuset i Vestfolds tillit i befolkningen. Samtidig står SiV i og foran betydelig utfordringer, der driften må tilpasses sykehusets økonomiske rammer og en økende pasientpågang må håndteres uten å øke antall ansatte. Det er derfor å forvente at oppmerksomheten og kritisk søkelys på SiV vil vedvare.

Denne saken skisserer et rammeverk for hva som påvirker SiVs omdømme, med særlig vekt på kommunikasjonsaspektet. Rammeverket vil være utgangspunkt for en presentasjon i møtet om kommunikasjonsarbeidet og kommunikasjonsutfordringer fremover.

Hva er omdømme?

Omdømme kan defineres som omgivelsenes oppfatning av en organisasjon over tid. For offentlige organisasjoner brukes ofte begrepet synonymt med tillitt. En organisasjon med liten tillitt eller dårlig omdømme har et dårlig utgangspunkt for å jobbe med forbedringer, rekruttering m.m. En organisasjon med et godt omdømme får mer «fred» til å jobbe med oppgavene, rekrutterer bedre og kommer raskere tilbake når «omdømmekriser» oppstår.

Hva vet vi om SiVs omdømme?

Helse Sør-Øst gjennomfører årlig en undersøkelse som måler befolkningens oppfatning av sykehustilbudet i regionen. Undersøkelsen måler blant annet tilfredshet med sykehustilbudet og tiltro til å få nødvendig behandling. Omdømmeundersøkelsen har et lite antall respondenter og bør kun brukes som en indikasjon på utvikling i omdømme og tillitt.

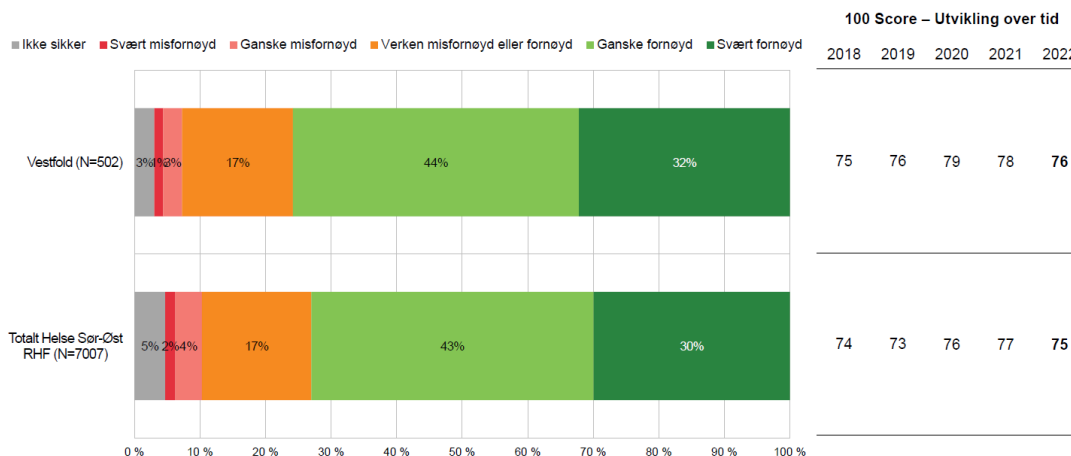
Siste undersøkelse ble gjennomført i perioden 1.mars til 24. mars 2022. Dette var rett etter og delvis under en periode med flere medieoppslag om varslinger ved akuttsenter og kreftsenter. Undersøkelsen er basert på 502 telefonintervju i Vestfold.

SiV, øvrige foretak og HSØ samlet gikk ned på de parameterne som ble målt i undersøkelsen, sammenlignet med tidligere år. Dette kan forklares av at resultatene gikk opp gjennom de to foregående pandemiårene. 2021-resultatene var det høyeste nivået målt i undersøkelsen siden starten i 2011. Resultatene i 2022 er tilbake til «førpandemi-tid».

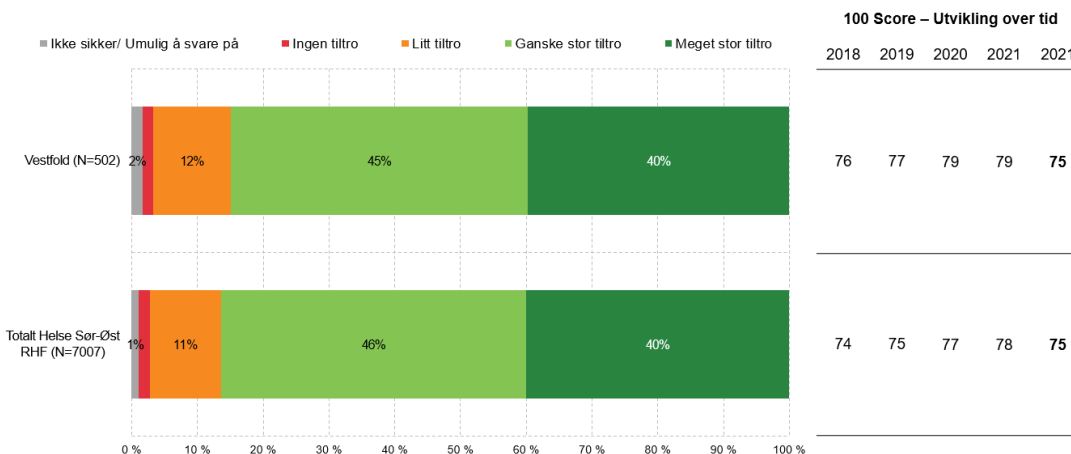
SiVs resultater er på gjennomsnittet i Helse Sør-Øst, og avviker ikke verken i positiv eller negativ retning sammenlignet med de andre foretakene. Det er små endringer sammenlignet med undersøkelsene som ble gjennomført før pandemien.

**TILFREDSHET MED DET SAMLEDE SYKEHUSTILBUDET I NÆROMRÅDET
– SAMMENLIGNET MED RESULTATET TOTALT FOR HELSE SØR-ØST RHF**


Hvor fornøyd er du med det samlede sykehus tilbudet der du bor? Er du...

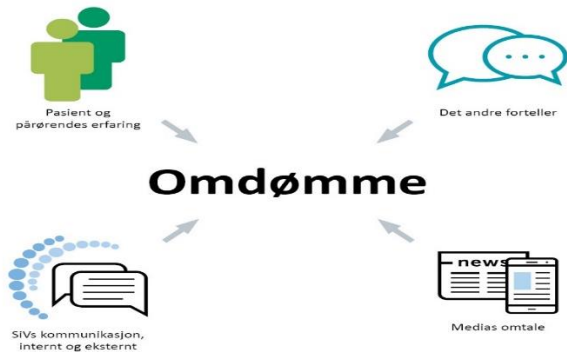

**TILTRO TIL Å FÅ NØDVENDIG BEHANDLING
– SAMMENLIGNET MED RESULTATET TOTALT FOR HELSE SØR-ØST RHF**


Hvor stor tiltro har du til at du vil få den behandlingen du trenger hvis du skulle bli syk eller skadet og få behov for sykehusbehandling? Har du... / Område



Hva påvirker omdømme?

Omdømmeundersøkelsen kartlegger ikke årsakene til befolkningens oppfatning av sykehus tilbudet. Faglitteratur beskriver at det er fire hovedelementer som skaper virksomheters omdømme: Brukeres egne opplevelser og erfaringer, andres opplevelser og erfaringer, virksomhetens kommunikasjon og hva media formidler. Illustrert i denne figuren:



Erfaringene den enkelte innbygger selv har med SiVs tjenester, samt hva venner, kolleger og andre forteller om sine opplevelser, er trolig det viktigste for den enkeltes tillitt til helsetjenesten. Pasientmøtet er «sannhetens øyeblikk», og omdømme over tid vil avhenge av kvaliteten på møtet og om «leveransen» møter forventningene.

Denne saken omhandler imidlertid kommunikasjonsaspektet. Videre i saken beskrives derfor de to faktorene *medieomtale* og *SiVs egen kommunikasjon internt og eksternt*.

Medieomtale og mediehandling

SiV tilbyr grunnleggende velferdstjenester som direkte påvirker befolkningens liv og helse, og må forvente et vedvarende kritisk søkelys fra media. Medienes redaksjonelle linje; hvilke saker de publiserer, vinklinger og omfang har SiV begrenset mulighet til å påvirke. SiVs etterstreber en profesjonell og god dialog med mediene, som baserer seg på følgende prinsipper:

- Kommunikasjon og informasjon er et leder- og linjeansvar
- Kommunikasjon med mediene skal baseres på åpenhet og meroffentlighet
- Informasjon som gis pressen skal være korrekt og helhetlig

Både ved beredskapssituasjoner og andre hendelser som får stor oppmerksomhet, påvirkes omdømme av hvordan disse håndteres når de oppstår. Både forskning og praktisk erfaring tilsier at en strategi basert på proaktivitet, tilgjengelighet og åpenhet forebygger spekulasjoner og mediekriser. Ett perspektiv som er blitt mer fokusert, er den belastning det er hvor enkelt ansatte eller ledere som står i kritisk mediedekning over tid.

SiVs egen kommunikasjon

Mens medieoppslag i liten grad kan påvirkes, styrer SiV selv egen kommunikasjon. SiV som organisasjonen kommuniserer på mange plan mot pasienter, ansatte og befolkningen. I denne sammenheng legges det vekt på den kommunikasjonen som ledelsen står for eller kan påvirke.

Internkommunikasjon

Med om lag 5.500 ansatte som kommuniserer om sin arbeidsplass er internkommunikasjon viktig for sykehusets omdømme. Internkommunikasjon kan være avgjørende for å lykkes med omstillings- og endringsarbeid, bygge kultur, stolthet og identitet.

SiV bruker formelle kanaler som faste møtearenaer, intranett, sms, e-post og sosiale medier for å nå ansatte med informasjon. Det er en utfordring å nå alle medarbeidere og informasjon «gjennom linja» kan stoppe både på vei opp og ned i organisasjonen. Mye

av kulturen skapes utenom disse arenaene, gjennom den uformelle kommunikasjonen i lunsjen, korridorene og ved kaffemaskinen.

Ekstern kommunikasjon

SiV kommuniserer eksternt til Vestfoldsamfunnet i hovedsak gjennom sosiale medier, nettsider og mediene. Temaer er blant annet helseinformasjon, forskning, tiltak og aktiviteter. Hensikten er å vise organisasjonens kompetanse og tilbud, for å bidra til å skape trygghet og tillit til tjenesten i befolkningen.

I oppfølging av strategisk innsatsområde 6 - medarbeidere er *arbeidsgiverprofilering* ett av oppfølgingstemaene. Dette handler om å kommunisere utad og innad hvorfor SiV er en attraktiv arbeidsplass, og det arbeides med konkrete kommunikasjonsaktiviteter med denne hensikt.

Ledelseskommunikasjon

Både intern og ekstern kommunikasjon er et leder- og linjeansvar, på alle nivåer. Lederkommunikasjon og endringskommunikasjon blir særlig viktige i de utfordringene SiV står foran. «*Kommunikasjon er for viktig til at du kan overlate det til andre. Har du ikke tid til å kommunisere, har du heller ikke tid til ledelse*» (Audun Farebro, Oslo Met). Å utvikle ferdigheter i ledelseskommunikasjon er foreslått inn som et av målene i lederutviklingsprogrammet

Vurdering:

Sykehuset i Vestfold står i en situasjon som krever omstilling og endring. Med økende pasientpågang må videreutvikling av sykehuset skje uten å øke antall ansatte, men gjennom nye arbeidsformer og teknologi, utnytte kompetanse på tvers og prioritering av tilbud og oppgaver.

I denne situasjonen må det forventes at mediene vil følge utviklingen i sykehuset tett. Medieoppslag vil kunne ha forsterkende effekt på hvordan tjenestene oppleves, men kan i liten grad styres. Fokus bør derfor være på SiVs egen kommunikasjon både ovenfor pasienter, ansatte og befolkningen. Lederkommunikasjon og endringskommunikasjon blir særlig viktig. Så vil det over tid være kvaliteten på pasientbehandlingen og hvordan den blir «overlevert» som er viktigste for tillitten.