



Norad

Norads
kommunikasjonsstrategi mot 2015

SANNHETEN GODT FORTALT

Innhold

FORORD: STRATEGIDOKUMENTET	1
KORT FORTALT: NORADS KOMMUNIKASJONSSTRATEGI	2
I: SITUASJON	3
Norske prioriteringer	
Norads utfordring	
Arbeidsdeling med Utenriksdepartementet	
Åpenhet	
II: AMBISJON	5
Målområder	
Profil	
Posisjon	
Omdømme og kunnskap	
III: STRATEGI	6
Målgrupper	
Strategigrep	
Strategigrep 1: Profilering	
Strategigrep 2: Posisjonering	
Strategigrep 3: Samfunnsdialog	
IV: INNHOLD, KANALER OG VIRKEMIDLER	10
Aktører og aktualitet	
Samarbeid med andre	
Tematisk konsentrasjon	
Historien og historier	
Kommunikasjonsavdelingens oppgaveløsning	
Koordinering	
NORADS KOMMUNIKASJONSLØFTER, INTERNT OG EKSTERNT	13

Foto: GMB Akash
Design: Grafisk Form
Produksjon: Grafisk Partner

ISBN 978-82-7548-572-2

Forord

STRATEGIDOKUMENTET

Kommunikasjonsstrategien er primært et internt styringsdokument som gjelder for hele Norad, der kommunikasjonsavdelingen har hovedansvaret for den daglige oppfølgingen. Den skal sikre at kommunikasjon på best mulig måte bidrar til at Norad løser sitt oppdrag og når sine mål.

Strategien skal brukes til å klargjøre Norads rolle, oppdrag og ambisjoner på området – og til å legge et best mulig grunnlag for samarbeid i den offentlige bistandsforvaltningen og samspill med andre aktører på feltet.

Kommunikasjon betyr egentlig å «gjøre felles». Vi skal sørge for å skape kontakt med våre omgivelser – og skape et fellesskap.

All kommunikasjon handler om å vinne kampen om troverdigheten. Vi kjemper daglig om å holde på troverdigheten vi har – og for å bli enda mer troverdige.

Og hva er så troverdighet?

Det ligger i disse tre k'ene:

- **kompetanse**
- **karakter**
- **karisma**

Altså forholdet mellom den kunnskapen vi har og kvaliteten på det arbeidet vi faktisk gjør. Om vi oppfattes som en institusjon som har karakter – og om vi evner å formidle oss på en måte som skaper sympati og forståelse – karisma.

Med troverdighet skapes en posisjon vi kan jobbe ut fra, for å profilere oss som en aktør med en rolle, et oppdrag. Da blir vi lagt merke til og lyttet til: historiene våre blir hørt, argumentene forstått. Vi når fram – og vi kan skape resultater.

Kjell Terje Ringdal

kommunikasjonsdirektør

Mars 2011

Kort fortalt: Norads kommunikasjonsstrategi

VÅR LEDESTJERNE

«Sannheten godt fortalt»

Resultater i kampen mot fattigdom er Norads visjon, mens virksomhetsideen er at Norad sikrer bistandens kvalitet. Gode råd og klok håndtering av et komplisert saksfelt, krever at vi evner å formidle hva som skjer på en effektiv måte. Vi må engasjere, motivere og begrunne valgene som blir gjort og formidle resultatene som blir oppnådd. Suksessene, utfordringene og feilslagene må ha den samme rettesnor: De må formidles, de må formidles sant – og de må forstås.

SLIK KOMMER VI DIT

Norad skal være en aktør på utviklings- og bistandsområdet og en stemme i debatten. Norad skal bringe kunnskap om norsk bistand og bistandens resultater for fattige land og folk. Og Norad skal fremme ideen om utviklingsideen og begrunnelsene for den innsatsen nasjonen yter på bistandsområdet.

- **Profilering** for kjennskap og tydeliggjøring
- **Posisjonering** for gjennomslag og effekt
- **Samfunnsdialog** for engasjement og kunnskap

Altså: Vi må gjøre saksfeltet tydelig. Da må vi være en tydelig aktør med en plass i debatten. For å komme dit må vi skape dialog med det samfunnet vi er en del av.

SLIK MÅ VI JOBBE

Vi må fremkalle virkeligheten.

Vi skal innhente kunnskap, fremkalle bildene og sammenhengene – og tydeliggjøre dem.

Historiene må forstås.

Vi skal forståre elementer i en komplisert virkelighet – og løfte dem fram.

Historiene må formidles.

Vi skal formidle kunnskap for å skape forståelse – og fremme engasjement.

HVA SKJER DA?

Ett Norad- - ett avtrykk – ett inntrykk.

I Situasjon

Norads strategi mot 2015 peker på at etaten skal sikre bistandens kvalitet og resultater ved å

- Holde trykket oppe på resultatoppfølging fra beslutning via gjennomføring til avsluttede tiltak, og innhente, analysere og formidle resultater fra hele bredden av norsk bistand
- Vri ressursene for å sikre at de store pengene som går til de globale problemstillingene blir brukt på best mulig måte
- Være navet og pådriveren i den norske samfunnsdebatten om bistand og utvikling

Dette gir marsjordren for hovedinnholdet i det etaten skal kommunisere frem mot 2015: resultater fra hele bredden av norsk bistand og bistandens bidrag til globale problemstillinger.

De globale utfordringene er store, og målene er krevende. Vi er en del av det store apparatet som skal bidra til at norske prioriteringer og globale mål blir gjort om til praksis. Det er krevende – og krever at vi utvikler oss selv og våre metoder.

NORSKE PRIORITERINGER

Norge bidrar i det globale samarbeidet for utvikling på mange måter.

Utviklingspolitikken med bistanden er én viktig del. Norge legger vekt på globale fellesgoder som forutsetning for å lykkes med prioriterte satsinger i bistanden.

De overordnede områdene i norsk utviklingspolitikk er klima, konflikt og kapital.

NORADS UTFORDRING

Norad er en fagetat som skal bidra til kvalitetssikring av bistanden. Fra et kommunikasjonsstøtsted står Norad særlig overfor utfordringer knyttet til profil og posisjon: Profilundersøkelser viser at Norad og etatens oppdrag er lite kjent og ikke påkaller den interesse i det norske samfunnet som er nødvendig for å sikre debatter preget av kunnskap framfor myter. Undersøkelser viser også at Norads posisjon blant aktørene i bistandsbransjen er betydelig svekket de siste årene. Lavt kjennskap, utydelig profil og svak posisjon legger store begrensninger for hva vi kan formidle til hvem og muligheten til å bli hørt som en interessant aktør utenfor den harde kjernen av bistandsaktører og andre spesielt interesserte.

For de som kjenner oss - våre oppdragsgivere, brukerne av Norads råd og mottakerne av Norads tilskudd - er Norads posisjon og rolle i norsk bistandsforvaltning godt kjent. For andre tyder tilbakemeldinger og refleksjoner i bistandsdebatten på at vi fremstår utydelig. Noen oppfatter oss som en frivillig organisasjon, mens andre har en oppfatning av at vi er den myndigheten som forvalter det meste av norske bistandsmidler. Utfordringen blir å tydeliggjøre Norad og det oppdraget vi har. Vi skal være tydelige på at vi er den etaten i det offentlige bistandsapparatet som sikrer bistandens kvalitet og resultater, og at vi gir tilskudd til organisasjoner, bedrifter og andre som deltar i utviklingssamarbeidet med fattige land.

ARBEIDSDDELING MED UTENRIKSDEPARTEMENTET

Norad er et direktorat som jobber på oppdrag fra Utenriksdepartementet. På kommunikasjonsområdet er arbeidsdelingen mellom Utenriksdepartementet og Norad at Utenriksdepartementet ivaretar den daglige oppfølgingen av utviklingspolitikken, utviklingspolitikkenes betydning i forhold til andre politikkområder og dagsaktuelle hendelser, mens Norad ivaretar langsiktighet og utfyllende dybdekunnskap overfor opinionen. Norad skal tilstrebe å tilrettelegge og tilgjengeliggjøre sin fagkunnskap på en måte som utfyller Utenriksdepartementets innsats.

ÅPENHET

Norad praktiserer meroffentlighet og legger vekt på åpenhet om alle sider av norsk bistand.

II Ambisjon

Etatens ambisjon er å bidra til at norsk utviklingspolitikk og internasjonalt utviklings-samarbeid skaper merkbare resultater i den globale kampen mot fattigdom og for rettferdighet.

Informasjonsavdelingens ambisjon er å være et kraftsenter i Norad, den kommunikasjonsfaglige koordinatoren i norsk bistandsforvaltning, og navet for informasjon om norsk utviklingssamarbeid.

En felles ambisjon for etaten og avdelingen er å tydeliggjøre Norads unike rolle, og skape en felles identitet og stolthet hos alle medarbeidere, basert på **«Ett Norad – ett avtrykk – ett inntrykk»**.

MÅLOMRÅDER

Hovedmål innen fire strategiske områder for Norad som etat:

PROFIL

Norad skal ha en tydelig profil, med et merke som har et innhold og gir ønskede assosiasjoner.

POSISJON

Norad skal ha en tydelig posisjon, med en klar rolle og funksjon i norsk bistandsforvaltning.

OMDØMME OG KUNNSKAP

Norad skal oppleves som en faglig sterk etat som sikrer høy kvalitet på norsk bistand, og bidra til at kunnskapen om og motivasjonen for norsk bistand øker.

Gjennom den årlige virksomhetsplanlegging skal operative mål med målbare indikatorer formuleres. Kommunikasjonsavdelingen skal jevnlig sørge for at det gjennomføres undersøkelser i opinionen og prioriterte målgrupper for å måle status og fremdrift i forhold til målene.

III Strategi

Strategien tar utgangspunkt i Norads samfunnsoppdrag generelt og informasjonsoppdraget spesielt. Norads oppdrag omfatter helhetlige strategisk kommunikasjon innen offentlig norsk bistandsforvaltning, med KOMM som faglig koordinator.

MÅLGRUPPER

KOMM skal sørge for at informasjon tilpasses kjente mottakergrupper og at kommunikasjonen engasjerer prioriterte målgrupper. Dette innebærer at vi skal være bevisste på kommunikasjonsområdet vi opererer i, basert på kunnskap om interessentene, kompetanse om virkemidlene og vurderinger av effekten målt mot av innsatsen. Som en offentlig etat har Norad i prinsippet hele befolkningen som målgruppe. Samtidig prioriteres enkeltgrupper ut fra vurdering av mål og hensikt. Kunnskapsformidling er plattformen for den bredt anlagte basisinformasjonen, samfunnsdialog en ramme for kommunisering med befolkningen generelt og prioriterte grupper spesielt.

Interne målgrupper omfatter primært Norad, dernest den øvrige offentlige norske bistandsforvaltningen i Utenriksdepartementet og på utestasjonene som forvalter bistandsmidler.

Eksterne målgrupper omfatter dels bistandsmiljøet, dels hele samfunnet med prioriterte målgrupper, og i enkelte tilfeller grupper internasjonalt.

PRIORITERTE MÅLGRUPPER I DET NORSKE SAMFUNNET MOT 2015:

Skattebetalerne: De som finansierer Norads virksomhet og norsk utviklingssamarbeid

De unge: De som skal overta samfunnsutviklingen – og har vilje til å endre

Offentlig sektor: De mange aktører som bidrar med kompetanse i utviklingsarbeidet

Frivillig sektor: De mange aktørene som står for den operative utviklingsinnsatsen

Privat sektor: De mange aktørene som er aktive i fattige land, og/eller kan bidra til utvikling

Akademia: De som har spisskompetanse, er premissleverandører – og kritikere

Media: De som har variable interesse og kompetanse, men former mye av bildet

STRATEGIGREP

Oppdragsløsningen skal bidra til kunnskap om og engasjement for bistand og utvikling, gjennom tre grep:

- profilering som skal bidra til kjennskap og tydeliggjøring av Norad. Den som er ukjent og utydelig blir verken spurt eller hørt
- posisjonering som skal bidra til å plassere etaten i en posisjon som kan gi større gjennomslag og effekt. Norads rolle som kvalitetssikrer av bistanden er unik og kan brukes til manøvrere etaten til en posisjon som nav for debatt og kommunikasjon av bistands- og utviklingsinformasjon
- samfunnsdialog som skal bidra til kunnskap og skape engasjement og oppslutning. Nye grupper skal engasjeres og tilbys kunnskap om norsk bistand, bistandens resultater og utviklingen i fattige land

STRATEGIGREP 1: PROFILERING

Profilering er viktig for tydelighet: En klar profil innebærer at Norad framstår som en tydelig aktør i norsk utviklingssamarbeid – at omverdenen har en klar assosiasjon til merket. Kjennskap til Norad og etatens virksomhet og målgruppens evne og vilje til å ta stilling til etatens virksomhet, er viktige indikatorer på profilens tydelighet. Det er til Norad media og academia skal henvende seg først når de ønsker bistandsfaglige innspill, råd og uttalelser. Norad skal profileres som fagetat og kvalitetsmerke for norsk utviklingssamarbeid.

Fortellingen om Norad skal gis nytt innhold, med nye assosiasjoner. Utgangspunktet er Norads historiske posisjon og nåværende funksjon. Innholdet skal knyttes til dagens fagetat, med ønsket posisjon og omdømme. Profileringen skal ta utgangspunkt i Norads særlige ansvar for kvalitetssikring av norsk bistand. Norad skal framfor alt assosieres med faglig kompetanse som sikrer kvaliteten på bistanden, for slik å oppnå resultater i kampen mot fattigdom.

Ett av målene er at Norad ved strategiperiodens utløp skal være på pallen blant aktørene i bistandsbransjen når det gjelder uhjulpel kjennskap: Norad skal være blant de tre mest kjente i undersøkelser om kjennskap til norske aktører som jobber med bistand og utvikling.

STRATEGIGREP 2: POSISJONERING

Posisjonering er viktig for effekt: En sterk posisjon innebærer at Norad oppfattes som en verdifull aktør i norsk utviklingssamarbeid – at etaten har rom for å løse sitt oppdrag. Kjennskap til Norad og etatens virksomhet og etterspørsel fra andre fagmiljøer og media om Norads deltakelse i debatter om bistand, er viktige indikatorer på etatens posisjon.

Norads fagfolk og ledelse skal delta aktivt i bistandsdebatten, både i media, på de arenaene Norad selv tilrettelegger og arenaer andre aktører inviterer til.

KOMM skal bidra til å forenkle bistandspråket, tydeliggjøre etatens budskap og bistå øvrige avdelinger med innsalg av saker til media.

KOMM skal klargjøre Norads rolle og oppdrag, og formidle kunnskap om Norads bidrag til kvalitetssikring av norsk bistand.

KOMM skal gjennom kompetanseutvikling, initiativ og tilrettelegging av faglige møteplasser, styrke sin posisjon som koordinator i det samlede utviklingspolitiske kommunikasjonsmiljøet.

Dette innebærer en sterk forankring av kommunikasjon som fag og kommunikasjonsstrategien som veivalg i Norads ledelse og organisasjon, i ledelsen av norsk bistandsforvaltning samt en kommunisering av avdelingens og etatens rolle og retning i hele det norske bistandsmiljøet. En avklart og tydeliggjort rolle og funksjon, oppgaver og ansvar for KOMM er en forutsetning for at Norad skal levere gode resultater fra kommunikasjonsinnsatsen.

STRATEGIGREP 3: SAMFUNNSDIALOG

Samfunnsdialog er kommunikasjonspilaren: Samfunnsdialog innebærer at Norad inviterer til et ordskifte om utviklingsspørsmål og bistand – som grunnlag for forankring og forbedring.

Med samfunnsdialog mener vi at vi skal være åpne og lydhøre for ulike gruppers kunnskaper og tilbakemeldinger, både enkeltvis og ved å gjennomføre undersøkelser om folks kunnskaper og engasjement. Norad skal være drivkraften og navet for norsk bistandsdebatt gjennom å tilrettelegge debattarenaer og delta som en aktør med Norads kunnskap og erfaringer.

KOMM skal engasjere det norske samfunn i en dialog om norsk utviklingssamarbeid generelt og enkelte problemstillinger spesielt, tuftet på kunnskap om utviklingsspørsmål.

KOMM skal utvikle arenaer, kanaler og systemer for reell dialog, som engasjerer den interesserte offentlighet og involverer interessenter i menings- og erfaringsutveksling.

Samfunnsdialogen skal bidra til engasjement for bistanden, tilbakemeldinger på politikken og praksisen og forankring og forbedring bistanden. Samtidig er dialogen en del av en prioritert relasjonsbygging til sentrale aktører i samfunnet. Relasjonsbyggingen er en plattform for å skape allianser for større slagkraft.

Norad skal invitere til dialog med samfunnet generelt og enkeltgrupper. Norad skal bygge relasjoner til og allianser med relevante samfunnsaktører og ulike miljøer.

IV Innhold, kanaler og virkemidler

Norad skal formidle av kunnskap om bistandens mål, metoder og resultater. Både ved å spisse budskap mot utvalgte målgrupper og å gjøre kunnskapen enkelt forståelig og tilgjengelig for bredere grupper i det norske samfunnet. Budskap og virkemidler skal tilpasses ulike målgruppers ståsted, kunnskaper og engasjement. Vi skal uttrykke oss på måter som folk forstår og har lyst til å lytte til.

KOMM skal legge kunnskap til grunn for kommunikasjonen for å skape grunnleggende forståelse av utviklingssamarbeidet og Norads oppdrag og virksomhet. KOMM skal benytte eksisterende og skape nye arenaer for engasjerende samfunnsdialog.

Egne kanaler består vesentlig av norad.no, Bistandsaktuelt og bistandsaktuelt.no, Utviklingshuset og dets hjemmesider, konferanser og arrangementer i forbindelse med framlegging av rapporter o.l. Interne kanaler er intranett, profileringseffekter, Infotorg, styrkefrokost mm. **Andres kanaler** er vesentlig av konferanser og møteplasser i regi av andre, og medier publisert av andre i utviklingssektoren, akademien, politikk og media.

AKTØRER OG AKTUALITET

KOMM skal prioritere sentrale og aktuelle problemstillinger for å formidle kunnskap og skape forståelse og engasjement. KOMM skal utvikle løsninger og iverksette aktiviteter som fremmer forståelse og formidler resultater innen prioriterte områder, i tillegg til den helhetlige informasjonen.

Dette innebærer en strategisk vurdering av hvordan politiske prioriteringer og faglige innsats best kan kommuniseres, og en taktisk vurdering av hvilke arenaer, tiltak, budskap, etc. som er best egnet. Til dette hører også mulighetene for samordning av tiltak og budskap blant aktørene i offentlig norsk bistand, og samarbeid med andre aktører – både innen utviklingssektoren og i andre deler av samfunnet.

SAMARBEID MED ANDRE

Norad skal i henhold til arbeidsdelingen med Utenriksdepartementet koordinere den offentlige bistandskommunikasjonen. Vi skal initiere samarbeid med andre bistandsaktører og inspirere enda flere til å ta opp utviklingsrelaterte spørsmål.

KOMM forvalter ikke tilskuddsordninger utover journaliststipender og kulturstipender, men kan bruke informasjonspenger på samarbeidstiltak ut fra en kost-nytte analyse av potensialet for å formidle kunnskap og skape forståelse og engasjement.

KOMM skal invitere til samarbeid med relevante aktører innen politikk og akademia, offentlig og privat sektor, media og kultur, og bruke både egne og andres kanaler for størst mulig samlet effekt.

TEMATISK KONSENTRASJON

Norad skal satse på et fåtall prioriterte kommunikasjonstemaer hvert år. Vi skal velge temaer som både er sentralt i utviklingspolitikken, prioritert i Norads virksomhetsplan og som kan treffe sentrale målgrupper gjennom kunnskapsformidling og samfunnsdialog.

KOMM skal initiere bredt anlagte opplegg for tematisk, konsentrert kommunikasjon, bl.a. gjennom bruk av kampanjer. Relevante aktører skal inviteres til å delta i helhetlige opplegg for størst mulig samlet effekt.

HISTORIEN OG HISTORIER

KOMM skal formidle historiene og fortelle om erfaringene, bl.a. som bakteppe for å forstå sammenhenger og utfordringer i samfunnsutvikling og utviklingssamarbeidet.

KOMM skal bruke kunnskapen etatens fagfolk har til å utarbeide engasjerende fortellinger fra samtiden. KOMM skal også formidle kunnskap om dagens situasjon og resultater i fattige land gjennom fortellinger som er forankret i historien og erfaringene med utviklingssamarbeid.

Dette innebærer et bevisst forhold til historien og rammene for norsk og internasjonal bistand, også for å fange oppnådde resultater og forstå erkjente svakheter. Til sammen inngår dette i fortellingen om Norad og norsk utviklingssamarbeid, som en referanseramme for det norske samfunnet. En erfaringsbasert plattform er også en kommunikasjonsmessig styrke når engasjerende historier skal fortelles for å forklare dagens bistand.

KOMMUNIKASJONSAVDELINGENS OPPGAVELØSNING

KOMM skal løse oppdragene som gis av Norad og Utenriksdepartementet, basert på virksomhetsplanlegging i etaten og styringsdialog med departementet.

Enkelte hovedoppgaver gis Norad fra Utenriksdepartementet i årlige tildelingsbrev. Andre prioriterte oppgaver fastsettes i Norads egen virksomhetsplanlegging. I forrige strategiperiode besto de gitte oppgavene særlig utgivelse av Bistandsaktuelt og

etablering av Utviklingshuset samt resultatformidling og generell informasjon, bl.a. gjennom nettstedet norad.no. Disse oppgavene skal videreføres og ses i sammenheng med andre tiltak, i den strategiske rammen.

KOMM skal bidra til å sikre forståelse for norsk utviklingspolitikk som grunnlag for engasjement og oppslutning om fortsatt bistand – og forsterket kamp mot fattigdom.

Dette fordrer at informasjonen anrettes for å sikre nødvendig kunnskap og forståelse, ved bruk av så vel tradisjonelle som moderne plattformer og virkemidler. Kunnskapen er samtidig en forutsetning for å engasjere brede grupper i en samfunnsdialog omkring utviklingspolitikk og bistand. Mens kunnskapsformidling er fundamentet i Norads kommunikasjonsvirksomhet, er samfunnsdialogen – møtet mellom direktoratet og interessentene – testen på om innsatsen lykkes. Eksamen er målinger knyttet til Norads posisjon og omdømme, og kjennskapet til og kunnskapen om norsk utviklingssamarbeid.

KOORDINERING

KOMM skal bidra en helhetlig koordinering av offentlig norsk bistandskommunikasjon på strategisk nivå, med vekt på resultatformidling fra hele den norske utviklingssektoren.

KOMM at skal jobbe på tre nivåer:

AVDELING: KOMM skal utvikles til en relevant og reell bidragsyter til at Norad løser sitt oppdrag, og at effektiv koordinering kan utføres

ETAT: KOMM skal bidra til at Norad tar den posisjonen som kreves for å løse sitt oppdrag, leverer sine resultater og når sine mål. For å bidra til at etaten fremstår helhetlig eksternt – ett Norad - skal KOMM forvalte Norads grafiske profil, koordinere media-arbeidet, planlegge og gjennomføre etatens massekommunikasjon og bidra til å foredle den faglige formidlingsvirksomheten

SEKTOR: KOMM skal i henhold til arbeidsdelingen med Utenriksdepartementet koordinere kommunikasjon fra og om offentlig norsk bistand samt formidle resultater fra hele bredden av offentlig finansiert bistand. KOMM skal også være pådriveren for at Norad oppfyller ambisjonen om å være navet i den norske bistandsdebatten

Norads kommunikasjonsløfter, internt og eksternt:

INTERNT	EKSTERNT
<p>OVERORDNET KOMM skal styrke Norads identitet, skape stolthet over innsats og resultater, og derved motivere og inspirere medarbeidere og partnere.</p> <p>KOMM skal tilby kompetanse innen hele spekteret av fagområdet, og bistå de enkelte avdelinger med så vel rådgiving som operative tjenester.</p> <p>KOMM skal være lett tilgjengelig, og rask til å respondere på henvendelser, enten det gjelder råd eller hjelp til framskaffing av informasjon.</p>	<p>OVERORDNET Norad skal utøve en aktiv, åpen og ansvarlig kommunikasjons- og informasjonsvirksomhet, basert på systematikk og etterrettelighet.</p> <p>Norad skal bidra til enkel tilgang på så vel samlet som spesifikk – komplett og korrekt – informasjon om offentlig norsk bistand.</p> <p>Norad skal være lett tilgjengelig, og rask til å respondere på henvendelser, inkl. identifisering av rett instans og framskaffing av informasjon.</p>
<p>PROFIL KOMM skal bidra til at Norad framstår med en tydelig profil, visuelt og verbalt – og til å gi Norad som merke relevant innhold og ønsket assosiasjon.</p>	<p>PROFIL Norad skal skape og stille til rådighet møteplasser for offentlig ordskifte og samfunnsdialog, og delta bredt i erfarings- og meningsutveksling.</p>
<p>POSISJON KOMM skal bidra til at Norads unike posisjon blir tydeliggjort og forsterket, og at etaten blir enda mer etterspurt som anerkjent faginstans.</p>	<p>POSISJON Norad skal være den aktør som gir det norske samfunn kunnskap om norsk bistand og grunnlag for forståelse av globale problemstillinger.</p>
<p>TROVERDIGHET KOMM skal bidra til at Norads troverdighet – ift. så vel egen virksomhet som norsk offentlig bistand – blir opprettholdt og forsterket.</p>	<p>TROVERDIGHET Norad skal bidra til troverdigheten til norsk bistand gjennom åpen og etterrettelig informasjon og engasjerende og involverende kommunikasjon.</p>
<p>VERDISKAPING KOMM skal bidra til å tydeliggjøre Norads samfunnsoppdrag, og dokumentere den skapte samfunnsverdi.</p>	<p>VERDISKAPING Norad skal systematisere og tilgjengeliggjøre informasjon om offentlig ressursbruk til bistand, og formidle erfaringer og resultater fra innsatsen.</p>
<p>OMDØMME KOMM skal bidra til å forsvare og forsterke Norads omdømme, og derigjennom tilliten til og oppslutningen om norsk bistand i samfunnet.</p>	<p>OMDØMME Norad skal bidra til et godt omdømme for norsk utviklingssamarbeid gjennom kvalitetssikring av bistanden og formidling av kunnskap.</p>



Norad

Direktoratet for utviklingssamarbeid
Norwegian Agency for Development Cooperation

Postadresse:
Postboks 8034 Dep, NO-0030 OSLO
Besøksadresse:
Ruseløkkveien 26, Oslo, Norway

Tel: +47 22 24 20 30
Fax: +47 22 24 20 31

postmottak@norad.no
www.norad.no