

Kommunikationsstrategi

April 2010

Journalnr.

10/11870

Kontaktperson

Ole Bjarke Nielsen

Udmøntning af kommunikationsstrategien

Værdierne for kommunikationsstrategien kan læses i den politisk vedtagne "Syddjurs Kommunes værdier for kommunikation". Udmøntningen er et administrativt dokument og tilpasses løbende.

Indhold

1. Ekstern kommunikation
 - 1.1 Borger
 - 1.2 Presse
 - 1.3 Markedsføring og Branding
2. Intern kommunikation
 - 2.1 MED udvalg
3. Opfølgning
4. Indsatsområder

Forord

Kommunikationsstrategien sætter de **grundlæggende** retningslinjer for kommunikation i kommunen. Det anbefales at læse "Syddjurs Kommunes værdier for kommunikation" først.

Kommunikationsstrategien er **ikke** en markedsførings- eller brandingstrategi.

Til mindre markedsføringsprojekter bør der udarbejdes egne kommunikationsstrategier.

Husk at strategier ikke gør det alene. Det er vigtigt, at den enkelte medarbejder og leder holder sig for øje at evaluere den interne og eksterne kommunikation i det daglige.

Udmøntningen af kommunikationsstrategien er et **dynamisk papir** som skal afstemmes løbende. Det skal være i overensstemmelse med kommunens værdier, de politiske mål og ledelsens strategier.

Med udgangspunkt i kommunikationsstrategien skal institutioner og afdelinger, ledelse og medarbejdere imellem, **lokalt drøfte hvordan kommunikationen**

Opbygning

Kommunikationsstrategien er delt i to dele: Syddjurs Kommunes værdier for kommunikation og Udmøntning af kommunikationsstrategien. Værdidelen er politisk vedtaget.

I tillæg til strategien vil der løbende blive udarbejdet retningslinier af mere praktisk karakter, såsom faktaark.

Faktaark

Der findes indtil videre følgende faktaark

Vejledning i Pressekontakt

Ytringsfrihed for offentligt ansatte

Skriv til borgeren

Få borgeren på nettet

kan forbedres. Det gælder for eksempel retningslinier for at udtale sig til pressen og ansvar for ekstern kommunikation.

Retningslinier, som udarbejdes lokalt, skal tage udgangspunkt i værdierne i den overordnede kommunikationsstrategi.

1 Ekstern Kommunikation

God intern kommunikation er forudsætningen for god ekstern kommunikation.

Det vil sige at første skridt til at informere borgere og presse er at sikre, at kollegaer og medarbejdere i relevante afdelinger er informeret.

De enkelte områder er ansvarlige for, at de relevante politiske udvalg er orienterede om de informationer, der udsendes til borgere og presse. Pressemeddelelser og orienteringer til pressen sendes desuden også til byrådet, så de ved, hvad der sendes til pressen.

Lav en strategi

Skal der formidles en sag til presse og borgere over længere tid eller med flere initiativer, er det vigtigt, at der udarbejdes en strategi. Strategien bør kort beskrive forløbet og målet med arbejdet. Sørg for at dele strategien med involverede i projektet og egen afdeling.

Kriser

Kriser er kendetegnet ved, at det er en kritisk situation, der udvikler sig. Det kræver at den eksterne kommunikation koordineres fra start og undervejs i forløbet. Det er væsentligt, at der i tilfælde af en krise hurtigt sker en afklaring af de forskellige roller i den eksterne kommunikation.

Yderligere om krisekommunikation uddybes i et faktaark.

1.1 Borgeren

Borgere skal let kunne orientere sig om de forpligtelser, tilbud og services som kommunen varetager. Ændringer og nyheder om kommunens drift og services skal formidles hurtigt og letforståeligt.

Borgere skal have let adgang til indsigt om deres egne oplysninger i det offentlige, og offentlige og personlige sager i kommunen. Borgere skal have mulighed for at interagere elektronisk med oplysningerne, hvor det er muligt.

Borgere skal have let adgang til viden om den politiske proces og adgang til at indgå i konstruktiv dialog, hvor det er muligt.

Kommunikation til borgere skal være:

Se også faktaark om:

Vejledning i
Pressekontakt

Ytringsfrihed for
offentligt ansatte

Faktaarkene kan
hentes på intranettet.

Du kan også få gode
råd og vejledning hos
kommunikations-
konsulenten

- Letforståeligt i dagligdags sprog.
- Rettidig så borgeren er informeret inden ændringer i praksis foretages, og så borgere kan nå at reagere i den politiske proces.
- Lettilgængelig med anvendelse af flere kommunikationskanaler – både elektronisk og fysisk.
- Med respekt for at forskellige borgergrupper har forskellige krav til let forståelig kommunikation – såsom ældre, unge og handicappede.
- Lyttende sådan at tilbagemeldinger fra borgere høres af de relevante ledere og politikere i kommunen.

Henvendelser fra borgere på mail og brev skal besvares rettidigt, så borgeren er sikker på at kommunen har modtaget henvendelsen.

Kommunikationskanaler

Annoncering i lokalaviserne

Syddjurs Kommune bringer ugentligt informationsannoncer, herunder stillingsannoncer, i lokalaviserne. Annoncerne sættes op i Syddjurs design. Annoncerne skal være indbydende grafisk, overskuelige og letlæselige. Annoncerne kan ses på hjemmesiden.

Hjemmesiden

Syddjurs Kommunes hjemmeside varetages i et samarbejde mellem direktionsekretariatet og de enkelte afdelinger. Hjemmesiden skal være opdateret og indeholde de oplysninger, borgeren har brug for i kontakten med det offentlige. Afdelingerne har selv ansvaret for, at oplysningerne er fagligt rigtige.

Udgangspunktet for hjemmesiden er borgerens behov for service.

Hjemmesiden skal give borgeren en relevant, personlig og nem adgang til oplysninger og selvbetjeningsløsninger i det offentlige.

Service til borgeren i borgerservicecenteret og digitalt på hjemmesiden skal være sammenhængende og understøtte hinanden. Strukturering af information fra administrationen på hjemmesiden skal understøtte servicestrategien.

MitSyddjurs giver borgeren en personlig indgang, der giver indblik i mange oplysninger på en gang, blandt andet ens CPR og boligoplysninger, låneroplysninger fra biblioteket, ens børns skoleskemaer. Løsningen er under udvikling i samarbejde med andre kommuner og er enestående af sin art i Danmark.

Hjemmesiden indeholder NemSag og NemIndsig, der dels giver adgang til ens personlige sager med login, dels alle de offentlige sager i kommunens sagsbehandlingssystem.

Hjemmesiden giver adgang til dagsordner og referater fra den politiske proces. Der bringes video fra byrådets møder, og der er link direkte fra referaterne.

Der fokuseres på de nye tekniske muligheder i arbejdet med at gøre den politiske proces levende og lettilgængelig for borgeren.

Borgerinddragelse – borgermøder og høringer

Syddjurs Kommune tilstræber en høj grad af borgerinddragelse. Det er væsentligt for udviklingen af kommunen og for at sikre kvaliteten i kommunens arbejde, at der alsidigt arbejdes med møder, høringer og andre former for borgerinddragelse.

Borgermøder er gode til at informere og forankre projekter lokalt, men også til at høre borgernes kritik og ideer. Borgermøder anvendes efter behov. Der kan anvendes forskellige former for borgermøder, såsom cafemøder, idemøder og stormøder, for at udvikle erfaringerne med borgermøder.

Høringer anvendes naturligt på planområdet men kan også anvendes på andre områder for at få en bredde i borgernes stemme i den politiske proces.

Der bør eksperimenteres med alternative høringsformer, eksempelvis elektroniske, for at udvikle og fremme den demokratiske inddragelse af borgerne.

Herudover henvises til kommunens politik for borgerinddragelse.

Kampagner

Kommunen udarbejder løbende kampagnemateriale, enten for sig selv eller i samarbejde med andre aktører. Det er væsentligt, at der udarbejdes kommunikationsstrategier for de enkelte kampagner og projekter, der har offentlighedens interesse.

1.2 Pressen

Pressekontakt

Pressen skal betragtes som en medspiller i forhold til den politiske proces og borgernes kontakt til det offentlige.

- Vi er smidige i betjeningen af pressen.
- Vi er hjælpsomme med at få oplysninger til pressen inden deres deadline.

Tip dine kollegaer

Sørg for at dine medarbejdere eller kollegaer er orienteret om hvad der meddeles til pressen. De er måske pressens næste kontakt.

- Vi overholder aftaler om at ringe tilbage og om at samle oplysninger ind.

Før pressen ringer

Det er vigtigt at de lokale retningslinier for pressekontakt er afklaret med din nærmeste chef før der tales med pressen.

Læs mere og hjælp

Se Vejledning i pressekontakt for at få mere at vide. Du kan altid kontakte kommunikationskonsulenten i direktionssekretariatet for hjælp til pressekontakt eller for at få hjælp til en kommunikationsstrategi.

Kommunikationskanaler

Pressemøder

Et pressemøde skal forberedes godt og bør kun afholdes, når der er relevante stof, som pressen kan dække.

- Der skal være en god historie som berettiger mødet.
- Der skal være ledere eller politikere, som kan uddybe og besvare spørgsmål.
- Budskab og sted bør passe sammen, vælg eventuelt lokaler, der har relation til emnet.

Pressebriefing

Er der områder, hvor pressen kan klædes bedre på med baggrundsinformation i forhold til drift eller økonomi, er det en god ide at afholde en briefing. Det er et mere uformelt møde, der giver mulighed for at orientere pressen uden at have en konkret historie.

Pressemeddelelser

En pressemeddelelse er god, når der er en kort afgrænset nyhed. En pressemeddelelse skal indeholde: overskrift, indledning, dokumentation og perspektivering. Husk kontaktperson med telefonnummer og gerne citat fra kerneperson.

Orientering til pressen

Er der nyt til pressen, som ikke kan bære en hel pressemeddelelse, kan man formidle faktuelle oplysninger gennem en orientering. Det er en mere faktuel uformel form. Kontakt gerne kommunikationskonsulenten for vejledning.

Direkte kontakt

Er der et bestemt medie, der arbejder med en sag, er det fint at kontakte journalisten direkte for præcisering og opfølgning på en sag. Det er vigtigt at få rettet forkerte oplysninger eller kritik, som er uberettiget.

1.3 Markedsføring og Branding

Syddjurs Kommune brander sig på god kommunikation i forbindelse med relevante enkeltprojekter. Det kan være DRs By på skrump, nationalparkens tilblivelse eller erhvervstænketanken. Kommunen arbejder således ikke på en egentlig brandingsstrategi.

Der bør udarbejdes egne strategier for de mindre markedsføringstiltag der opstår løbende, for eksempel i forbindelse med tiltrækning af erhverv og tilflyttere. Særlige markedsføringstiltag skal være i overensstemmelse med kommunens vision og værdier. Overvejelser omkring markedsføring bør desuden inddrage forhold som målgrupper, afgrænsning af brug og samarbejdsproblematik i forhold til Djursland.

De enkelte markedsføringsmuligheder der opstår for kommunen vil blive koordineret med udgangspunkt i direktionssekretariatet.

2 Intern kommunikation

Vi ønsker en konstruktiv dialog mellem ledelse og medarbejdere. Forudsætningen for det er at medarbejderne har kendskab til byrådets politik, de strategiske mål og de praktiske opgaver.

Det er først og fremmest driftsområdernes ansvar at kommunikere med medarbejderne om opgaver, mål og strategi. Den tværgående kommunikation til alle medarbejdere fra direktionssekretariatet vil i den sammenhæng være et vigtigt supplement.

Det er den enkelte leders ansvar, at medarbejderne er orienteret om sine opgaver og sammenhæng med kommunens mål og strategi.

Det gælder både i forhold til de enkelte opgaver og koblingen til direktionens og byrådets overordnede mål.

Den enkelte medarbejder har også et eget ansvar for at holde sig orienteret om opgaver og strategi, både for sin egen afdeling og for kommunen som helhed

Mere fokus på kommunikation

Den enkelte institution eller driftsområder såsom skoler eller daginstitutioner skal drøfte kommunikationsstrategi. Med udgangspunkt i værdierne i kommunikationsstrategien skal det drøftes hvordan den interne og eksterne kommunikation kan forbedres.

Efter behov udarbejdes der lokale kommunikationsstrategier. Direktionssekretariatet er til rådighed for råd og vejledning.

Tværgående kommunikation til hele organisationen

Når man kommunikerer ud til alle i organisationen, på tværs af områder og institutioner, skal det først og fremmest være relevant – er det ikke det, bør informationen begrænses til den relevante afdeling.

Kommunikation til alle formidler:

- driftsændringer på tværs af organisationen
- viden om strategi og mål for organisationen
- vores kulturer i organisationen og indblik i det daglige arbejdsliv
- gode eksempler og gode historier fra alle dele af organisationen
- debat og kritisk dialog

Det er væsentligt, at der arbejdes på, at den tværgående kommunikation når ud til alle medarbejdere, således at alle føler sig informeret. Nye medier og trykformer bør overvejes for at nå så bredt ud som muligt.

Den enkelte medarbejder har et eget ansvar for at holde sig orienteret gennem de tværgående kanaler, der stilles til rådighed.

Kommunikationskanaler

Direktionen

Direktionen varetager den strategiske udvikling af organisationen og har derfor en særlig rolle i forhold til den interne kommunikation. Direktionen arbejder på at styrke viden om strategi og udvikling af organisationen dels gennem lederne i kommunen og dels gennem det personlige møde. Der udarbejdes desuden nyheder til intranettet og personalebladet efter behov, ligesom direktørerne kan

henvende sig via NemPost eller mail til alle medarbejdere efter behov.
Referater fra direktionsmøderne er tilgængelige på intranettet.

Den nærmeste leder

Medarbejderundersøgelser af intern kommunikation peger på den nærmeste leder som den mest troværdige kilde til viden om organisationens mål og strategier. Som leder er det derfor vigtigt at informere om både den daglige drift og den overordnede strategi for afdelingen og for kommunen.

Lederne har samtidigt et ansvar for at indgå i en dialog med medarbejderne om drift og strategi. Lederne skal, hvor det er muligt, give tilbagemeldinger til direktionen eller egne nærmeste leder om medarbejdernes ideer.

I forbindelse med kompetenceudvikling af lederne skal der sættes fokus på udvikling af den enkelte leders kommunikative evner. I tilknytning til udmøntningen af kommunikationsstrategien bør der desuden udarbejdes et faktaark med gode råd til lederen om kommunikation med medarbejderne.

Møder – medarbejder og ledelse – områder, afdelinger og institutioner

Det personlige møde mellem medarbejdere og mellem medarbejdere og ledere er væsentligt.

Der skal afholdes møder med regelmæssige intervaller, hvor personalet informeres om ændringer i drift og overordnede strategier. Mødet tilrettelægges, så der er en dialog mellem ledelse og medarbejdere.

Se desuden Med – udvalg for personalemøder.

Intranet

Intranettet indeholder nyheder, stillingsopslag, IT driftsstatus, vejledning og retningslinier. Desuden findes her meget anden relevant tværgående information.

På intranettet befinder sig også en række relevante driftsværktøjer såsom booking af mødelokaler og telefonbog. Intranettet vil løbende blive udviklet med sådanne funktionaliteter.

Vær opmærksom på at sagsrelevant materiale skal findes i kommunens elektroniske dokumenthåndteringssystem, når det gælder administrationen.

Der arbejdes målrettet på at gøre intranettet tilgængelig for alle medarbejdere. Det gælder også dem der ikke anvender IT i det daglige arbejde.

Der arbejdes på at gøre intranettet til en personaliseret indgang til organisationen. Her vil det være muligt at abonnere på informationer om det, der er relevant for den enkelte.

Dagsordner og referater

Dagsordner og referater fra direktionens møder og hovedudvalget er en kilde til viden om den løbende udvikling af mål og strategi. Begge kan findes på intranettet og hovedudvalget desuden på www.syddjurs.dk.

Personaleblad

Personalebladet udkommer elektronisk 4 gange om året. Bladet skal skabe sammenhæng i organisationen, fokus på historier om den enkelte medarbejder, viden om de gode projekter, byrådets beslutninger, direktionens strategier og organisationens liv. Desuden skal der være plads til debat og kritisk dialog.

Redigeres i direktionens sekretariat i samarbejde med en personalebladsgruppe af medarbejdere og direktionen. Ideer til bladet kan tilsendes kommunikationskonsulenten.

Der bør løbende arbejdes på at forbedre distribution og indhold af bladet for at nå alle medarbejdere i kommunen.

Mails

Mails kan anvendes i den daglige kommunikation. Undgå så vidt muligt mails til store grupper. Send i stedet en nyhed til Intranettet eller via et afdelingsvist nyhedsbrev.

Direktionens sekretariatet udsender et ugentligt nyhedsbrev med en opsamling af nyheder fra intranettet.

Nyhedsbreve

Direktionens sekretariatet udsender ugentligt et nyhedsbrev med en opsamling af nyheder fra intranet og anden tværgående information. Her medtages også links til de pressemeddelelser og orienteringer, der er udgået til pressen, sådan at medarbejderne er informerede. Nyhedsbreve kan også oprettes område eller afdelingsvist efter behov.

2.1 MED - udvalg

Lokale MED udvalg

De lokale MED og samarbejdsudvalg skal selv sørge for at relevante ledere og medarbejdere er orienterede om de beslutninger og drøftelser, der finder sted i

udvalget. Formand og næstformand fra udvalget har ansvaret for formidling af udvalgets drøftelser.

Hovedudvalget

Hovedudvalget er hovedsamarbejdsudvalg for Syddjurs Kommune og spiller som sådan en særlig rolle. HR og personaleafdelingen yder almindelig sekretariatsbistand til udvalget, mens direktionssekretariatet yder bistand til formidling efter hvert møde.

Dagsordener og referater kan ses på hjemmesiden og intra, særlige emner tages op i personalebladet og der laves et resume efter hvert møde til nyhedsbrev og intranettet.

Se desuden kommunikationsstrategi for Hovedudvalget og MED aftalen på intranettet.

3 Opfølgning

Byrådet drøfter kommunikationsstrategiens værdier og mål en gang i løbet af valgperioden.

Udmøntningen af kommunikationsstrategien justeres løbende og principielle ændringer tages op til vurdering i direktionen og hovedudvalget.

Udmøntningen af kommunikationsstrategien skal drøftes løbende i de lokale MED grupper og på personalemøder. Der udarbejdes lokale notater, der peger på de indsatsområder, der skal ses på i løbet af året.

Lokale retningslinier

Fagområderne skal med udgangspunkt i kommunikationsstrategien drøfte deres egne retningslinier for kommunikation. Nedskevne retningslinier kan udarbejdes i samarbejde med direktionssekretariatet. Disse skal følge hovedprincipperne fra kommunikationsstrategien.

Målinger

Det bør løbende overvejes, om der skal måles på kommunikationen i organisationen. Det kan være målrettet på fokusgrupper, for eksempel på medarbejdernes tilfredshed med kommunikation, eventuelt som en del af medarbejder-tilfredshedsundersøgelser. Det kan også være interviewrunder med journalister eller repræsentative borgere.

Elektroniske borgerpaneler kan også anvendes til at undersøge borgerens anvendelse af de forskellige kommunikationskanaler kommunen har til rådighed.

Faktaark

Følgende faktaark er indtil videre udarbejdet og kan findes på intra:

- Ytringsfrihed
- Vejledning i Pressekontakt
- Kommunikation fra Hovedudvalget
- Skriv til borgeren
- Få borgeren på nettet

4 Indsatsområder

Særlige indsatsområder i den løbende byrådsperiode:

Besvarelser på henvendelser

Borgerne skal have en bekræftelse på at deres henvendelse er modtaget i kommunen. Breve til borgeren skal komme inden for relevante svarfrister og de skal være skrevet i et dagligdags sprog. Der arrangeres kurser i brevskrivning og der skabes øget opmærksomhed omkring besvarelser. Alle afdelinger bør desuden gennemgå og evaluere deres eksterne kommunikation.

Sagsfremstillinger til byråd og udvalg

Forudsætningen for, at borgeren kan følge med i den politiske proces, er at sagsfremstillinger til de politiske dagsordner kan forstås. Der arbejdes med at gøre dem mere lettilgængelige.

Øget brug af kommunikationsstrategier

For at de enkelte projekter og kampagner kan formidles bedst muligt internt og eksternt, er det nødvendigt med en bevidst og planlagt kommunikation. Derfor arbejdes der med at øge opmærksomheden om at lave kommunikationsstrategier for de enkelte projekter. Det kan være gennem rådgivning fra kommunikationskonsulenten eller via skabeloner.

Skiltning

Det kan være en kilde til mange misforståelser og frustrationer, når borgerne oplever arbejder på natur og vejområdet, som man ikke forstår. Derfor arbejdes der på at lave mere informativ skiltning der forklarer baggrunden.

Opfølgning på borgerinddragelsespolitik

Der følges op på borgerinddragelse med henblik på at evaluere på erfaringerne

fra sidste periode. Direktionen drøfter erfaringerne og tager tiltag for videre udvikling af borgerinddragelsespolitikken.