

# ÅBENHED – DIALOG – GOD SERVICE ALLES ANSVAR

---



---

## KOMMUNIKATIONSSTRATEGI

Ledelsessekretariatet 2017

## BAGGRUND

Syddjurs Kommunes kommunikationsstrategi beskriver hvordan vi ønsker at kommunikere indadtil og udadtil. 10 pejlemærker beskriver de værdier, vi ønsker, skal være styrende for vores kommunikation.

KOMMUNIKATIONSSTRATEGIEN HVILER PÅ:

### **Vi gør det sammen – Kommunens vision**

Kommunens vision med titlen "Vi gør det sammen" tegner billedet af en attraktiv bosætningskommune med en "velfærdsalliance, hvor borgeren skal stå i centrum gennem åbenhed, nærhed og inddragelse". Det sætter særlige krav til både vores evne til at lytte, gå i dialog og fornemmelse for god service i vores kommunikation. Ligesom vores vision er ambitiøs, ønsker vi at sætte en høj standard for kommunikation. Det kræver viden og bevidsthed om god kommunikation i hele vores organisation, både når vi er myndighed, og når vi leverer service.

### **Dialog og samskabelse**

Både kommunens vision, politik for borgerinddragelse og den seneste rapport fra udvalget Gentænk Borgerinddragelse understreger behovet for en åben, lyttende og inddragende dialog. Det gælder også dialog i nye former, nye kanaler og hvor kommunen samskaber nye løsninger med borgere og erhvervsliv. Det sætter helt nye krav til en inviterende og åben kommunikation på mange områder. I kommunikationsstrategien ønsker vi at pejlemærkerne skal være med til at understøtte udviklingen af en åben kultur med fokus på dialog og samskabelse, hvor alle medarbejdere er bevidste om denne udvikling.

### **God service og fælles ansvar**

Kommunikationsstrategien knytter også an til kommunens ledelses- og medarbejdergrundlag, der beskriver vores værdier og roller i vores organisation. Alle medarbejdere har et grundlæggende resultatansvar, der indebærer fokus på en god løsning af opgaverne. Det indebærer også, at god kommunikation er en del af at levere god service. Vi skal kommunikere tydeligt. Det er forudsætningen for at vi gennem dialog kan løse vores opgaver optimalt. Vi skal være bevidste om, at alle har et ansvar for kommunikation, men at vi også spiller forskellige roller for at sikre god kommunikation, når vi løser vores opgaver.



## KOMMUNIKATIONSSTRATEGIENS 10 PEJLEMÆRKER

### 1. God kommunikation er god service

Vi vil opleves som professionelle og servicemindede i vores kommunikation - Vi overholder svarfrister og regler for rådgivning – Vi stræber efter at bruge et sprog, som borgerne forstår – vi bruger de kommunikationskanaler, som borgerne tilgår og som er mest effektivt i situationen.

### 2. Vores adfærd er også kommunikation

Vi kommunikerer før vi handler - Vi er klar til at svare på spørgsmål om den service, vi giver – Når vi ændrer service, fortæller vi om det i god tid – Vi sætter os i borgerens sted for at forstå konsekvenserne af ændringer, når vi skal kommunikere.

### 3. God kommunikation er alles ansvar

Alle har et ansvar for skabe en god dialog med de borgere, de møder – Alle har et ansvar for at opsoge viden om den service, de leverer – alle er ambassadører for kommunen som arbejdsplads og servicevirksomhed – Ledelsen har et særligt ansvar for at sikre klarhed over roller, forståelse for opgaver og koblingen til strategi og vision.

### 4. God intern kommunikation er forudsætningen for god ekstern kommunikation

Tillidsbaseret dialog og kommunikation mellem ledelse og medarbejdere er afgørende – alle bør have den nødvendige viden om kommunens vision, strategi og politikker for at løse sine opgaver – Ledelsen har et særligt ansvar for at skabe rammerne for den gode dialog.

### 5. Kommunikation er en naturlig del af opgaveløsningen

God kommunikation behøver ikke være svært, det skal være en naturlig del af opgaveløsningen – det er en del af udmøntningen af vores visioner, politikker og strategier men også af den daglige kontakt med borgerne.

### 6. Vi møder borgerne med åbenhed og dialog

Vi ønsker dialog med borgerne for at udvikle os – Vi modtager borgere - som vil i dialog - med åbenhed, respekt og lydhørhed – vi bruger nye værktøjer og dialogformer for at opsoge borgernes ideer.

## **7. Det skal være let at deltage i udviklingen af vores kommune**

Vi fortæller aktivt og tydeligt om de muligheder borgerne har for at deltage aktivt, både politisk og i civilsamfundet. Vi indgår i tæt dialog med borgere, organisationer og erhvervsliv for at bruge deres viden og kræfter til udviklingen af vores kommune – vi er åbne og klare til at modtage nye henvendelser fra borgere, organisationer og erhverv, som ønsker at skabe nye løsninger i samarbejde med kommunen.

## **8. Det skal være let at følge det politiske arbejde**

Vi oplyser om den politiske proces og giver mulighed for at indgå i dialog, hvor det er muligt – Vi præsenterer det politiske arbejde på forskellige kanaler og i et sprog borgerne forstår – Vi gør en særlig kommunikationsindsats for sager, der kan få betydning for borgernes liv.

## **9. Vi leverer en professionel pressekontakt**

Vi reagerer hurtigt og professionelt på henvendelser fra pressen – Vi vil fortælle den gode historie om det gode arbejde, som laves i kommunen - vi er åbne overfor pressen.

## **10. Vi har tydelige roller i vores kommunikation**

Alle har et ansvar for god kommunikation både udadtil og indadtil, men vi har også hver vores rolle. – Rollerne er beskrevet i vores Ledelses- og medarbejdergrundlag. - For politikere gælder det særligt at borgmesteren understøttes i forhold til ekstern og intern kommunikation, herunder pressemeddelelser. Udvalgsformænd understøttes i forhold til pressekontakt, når de udtaler sig på udvalgets vegne.

## PEJLEMÆRKER – HVORDAN ARBEJDES DER MED DET?

### 1. God kommunikation er god service

**Vi vil opleves som professionelle og servicemindede i vores kommunikation - Vi overholder svarfrister og regler for rådgivning – Vi stræber efter at bruge et sprog, som borgerne forstår – vi bruger de kommunikationskanaler, som borgerne tilgår og som er mest effektive i situationen.**

Der arbejdes med at fremme forståelse for sammenhængen mellem god kommunikation og god service. Der er lavet kulturforandringsprojekt på hele det tekniske område og det vurderes, om de øvrige områder kan drage nytte af deres erfaringer.

Vi anvender målinger af vores driftsområder til også at forbedre vores kommunikation.

Der arbejdes målrettet med at optimere vores forskellige kanaler til borgerne gennem kurser, eftersyn og eksterne analyser. Det gælder både, når vi agerer som myndighed, og når vi leverer service.

Vi samler op på borgernes tilbagemeldinger, for eksempel fra sociale medier, og bruger dem aktivt til at forbedre vores kommunikation løbende.

### 2. Vores adfærd er også kommunikation

**Vi kommunikerer før vi handler - Vi er klar til at svare på spørgsmål om den service, vi giver – Når vi ændrer service, fortæller vi om det i god tid – Vi sætter os i borgerens sted for at forstå konsekvenserne af ændringer, når vi skal kommunikere.**

Der er indskærpet retningslinjer for produktion af dagsordner i det politiske system sådan at sager har den fornødne tid til at borgerne kan nå at reagere. Der arbejdes med at skærpe vores forståelse for at ændringer i vores service eller fysiske ændringer, såsom vejarbejder, kan have stor betydning for oplevelsen af kommunen. Vi vil øge afdelingernes viden om de kanaler, vi har til rådighed. Vi vil arbejde på at inddrage en bred vifte af kanaler til at informere om borgerrettede ændringer i tide.

### **3. God kommunikation er alles ansvar**

**Alle har et ansvar for skabe en god dialog med de borgere, de møder –  
Alle har et ansvar for at opsøge viden om den service, de leverer – alle er  
ambassadører for kommunen som arbejdsplads og servicevirksomhed –  
Ledelsen har et særligt ansvar for at sikre klarhed over roller, forståelse for  
opgaver og koblingen til strategi og vision.**

Der arbejdes med at fremme forståelsen for, at alle har et ansvar for at give et positivt billede af kommunen i mødet med borgeren.

Det kræver tydelighed omkring roller, forståelse for opgaver og koblingen til strategi og vision. Det arbejdes der med i regi af udbredelsen af vores ledelses – og medarbejdergrundlag.

Vi sørger for, at de gode historier, som fortælles om kommunen, er tilgængelige for både borgere og medarbejdere.

Kommunikation er en del af lederudviklingskurser og introkurser for nye medarbejdere.

### **4. God intern kommunikation er forudsætningen for god ekstern kommunikation**

**Tillidsbaseret dialog og kommunikation mellem ledelse og medarbejdere er afgørende – alle bør have den nødvendige viden om kommunens vision, strategi og politikker for at løse sine opgaver – Ledelsen har et særligt ansvar for at skabe rammerne for den gode dialog.**

Der arbejdes målrettet på at sikre en god dialog og et fælles vidensniveau for ledelse og medarbejdere.

Direktionen deltager på de løbende husmøder, ligesom der afholdes flere årlige møder for medarbejderrepræsentanter og ledelse.

## PEJLEMÆRKER – HVORDAN ARBEJDES DER MED DET? (fortsat)

Der arbejdes på en ny og mere involverende medarbejderportal, også med fokus på at en ny løsning skal være lettilgængelig for medarbejdere uden for administrationen.

Der er fokus på det særlige ledelsesansvar for den gode dialog i de strukturerede uddannelsesforløb for koncernledelsen og alle øvrige ledere.

### **5. Kommunikation er en naturlig del af opgaveløsningen** **God kommunikation behøver ikke være svært, det skal være en naturlig del af opgaveløsningen – det er en del af udmøntningen af vores visioner, politikker og strategier men også af den daglige kontakt med borgerne.**

Kommunen har en række af kanaler som rækker ud til borgere, erhvervsliv og andre på forskellige måder. Der arbejdes på at øge medarbejdernes viden om de forskellige kanaler, fra hjemmesiden over sociale medier til annoncer, og hvordan de kan bruge dem i deres opgaveløsning.

Der arbejdes på at gøre overvejelser om kommunikation til del af vores beskrevne rutiner så mange steder som muligt.

Ledelsessekretariatet tilbyder sparring, projektledelse og laver kvalitetskontrol på vores hovedkanal hjemmesiden syddjurs.dk.

### **6. Vi møder borgerne med åbenhed og dialog** **Vi ønsker dialog med borgerne for at udvikle os – Vi modtager borgere - som vil i dialog - med åbenhed, respekt og lydhørhed – vi bruger nye værktøjer og dialogformer for at opsøge borgernes ideer.**

Der skabes en styrket organisering omkring udvikling af dialog, civilsamfund, frivillighed og samskabelse. Der skal etableres kontaktpersoner på alle områder sådan, at det er nemt at matche ideer og ressourcer både internt og eksternt. Positive erfaringer skal deles internt, så vi kan udvikle vores erfaringer.



Vi vil øge områdernes viden om de kanaler, vi har til rådighed, sådan at vi involverer, lytter og går i dialog på platforme, hvor borgerne er.

## **7. Det skal være let at deltage i udviklingen af vores kommune**

**Vi fortæller aktivt og tydeligt om de muligheder, borgerne har for at deltage aktivt, både politisk og i civilsamfundet. Vi indgår i tæt dialog med borgere, organisationer og erhvervsliv for bruge deres viden og kræfter til udviklingen af vores kommune – vi er åbne og klare til at modtage nye henvendelser fra borgere, organisationer og erhverv, som ønsker at skabe nye løsninger i samarbejde med kommunen.**

Der udvikles et samlet overblik som borgerne kan tilgå online og som guider borgeren til den rigtige indgang for sine ideer.

Vores digitale tilstedeværelse skal modsvares af en intern organisering, som er klar til at modtage og reagere på ideer og henvendelser.

## **8. Det skal være let at følge det politiske arbejde**

**Vi oplyser om den politiske proces og giver mulighed for at indgå i dialog, hvor det er muligt – Vi præsenterer det politiske arbejde på forskellige kanaler og i et sprog borgerne forstår – Vi gør en særlig kommunikationsindsats for sager, der kan få betydning for borgernes liv.**

Vi annoncerer løbende for det politiske arbejde i byrådet via lokalavisen og via sociale medier.

Referater fra byrådet foreligger både i tekst og video, ligesom vi transmitterer video live fra byrådsmøder. Vi vil fortsætte med at udvikle og eksperimentere med information og kommunikation af politiske møder.

Ledelsessekretariatet bistår med rådgivning omkring annoncering og involvering omkring særlige sager, som forventes at få stor opmærksomhed.

## PEJLEMÆRKER – HVORDAN ARBEJDES DER MED DET? (fortsat)

### **9. Vi leverer en professionel pressekontakt**

**Vi reagerer hurtigt og professionelt på henvendelser fra pressen – Vi vil fortælle den gode historie om det gode arbejde, som laves i kommunen - vi er åbne overfor pressen.**

Pressekontakten er forankret i ledelsessekretariatet, som bistår områderne. Her fra følges der op på henvendelser fra pressen, som sikres en god service på alle henvendelser.

Områderne opfordres løbende til at bidrage med gode historier fra driften, som kan anvendes i fortællingen om vores kommune.

### **10. Vi har tydelige roller i vores kommunikation**

**Alle har et ansvar for god kommunikation både udadtil og indadtil, men vi har også hver vores rolle. – Rollerne er beskrevet i vores Ledelses- og medarbejdergrundlag. - For politikere gælder det særligt at borgmesteren understøttes i forhold til ekstern og intern kommunikation, herunder pressemeddelelser. Udvalgsformænd understøttes i forhold til pressekontakt, når de udtaler sig på udvalgets vegne.**

HR afdelingen arbejder sammen med områderne på at indarbejde vores Ledelses – og medarbejdergrundlag i vores organisation.

Koncernledelsen har en særlig rolle og både afdelingschefer og direktører vil oftere skulle optræde som talspersoner. Der følges løbende op med sparring og tilbud om kurser rettet mod deres rolle som talspersoner.



## RÅDGIVNING OG HJÆLP

Kommunikationsrådgivning, hjemmesider, sociale medier, tryksager, design, events, presse, kampagner etc.

### **Ole Bjarke Nielsen**

Kommunikationschef  
Syddjurs Kommune, Ledelsessekretariat  
Mobil 60123851  
obn@syddjurs.dk

### **Dorthe Kirstine Høst**

Marketingkonsulent  
Syddjurs Kommune, Ledelsessekretariat  
Mobil 40132725  
dh@syddjurs.dk

Se også vores medarbejderportal, hvor der er ligger guides til blandt andet krisekommunikation, Skriv til borgerne, Indrykning af annoncer etc.