

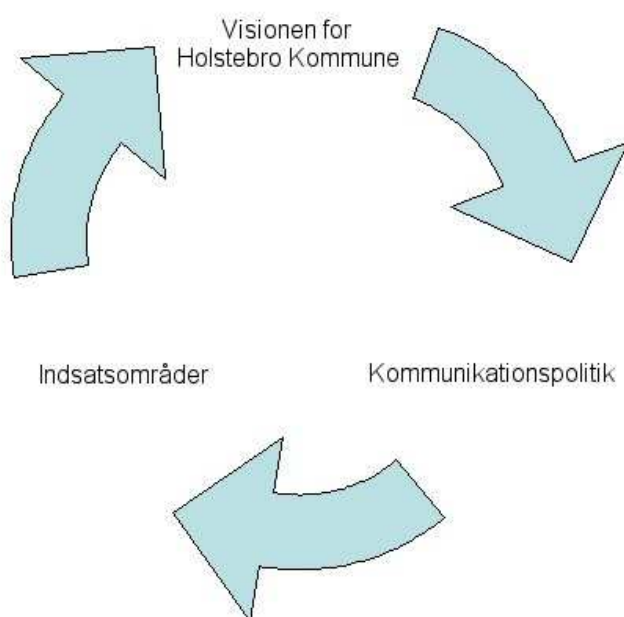
Kommunikationspolitik i Holstebro Kommune

Kommunikationspolitik

- Vi siger det, vi gør – og vi gør det, vi siger
- Vi bruger vores sunde fornuft
- Vi har øje for det utraditionelle

Indsatsområder

1. Den digitale kommune
2. Profilering af Holstebro Kommune
3. Videndeling (intern kommunikation)
4. Annoncestrengi
5. Mediekontakt



Kommentarer – kommunikationspolitikken

En velfungerende kommunikation understøtter vores vision, mål og værdier. Kommunikationspolitikken er den overordnede ramme, som kort beskriver, hvad vi lægger vægt på i vores kommunikation.

Indsatsområderne er vejen til at nå vores mål. Tilsammen dækker indsatsområderne de handlinger og aktiviteter, organisationen ønsker at sætte fokus på. De er en klar prioritering af, hvad der skal informeres og kommunikeres om.

Der kan knytte sig mere konkrete strategier til de enkelte indsatsområder og handlinger i kommunikationspolitikken - f.eks. annoncestrategi, pressestrategi osv. Indsatsområderne og tilknyttede strategier skal revideres og udvikles hvert andet år.

Ansvar for kommunikationspolitikken

Kommunikationspolitikken gælder for alle ansatte i Holstebro Kommune.

Direktionen og den øvrige ledelse er ansvarlig for, at kommunikationspolitikken bliver forstået og efterlevet.

Kommunikationsteamet har ansvaret for at rådgive og vejlede om, hvordan kommunikationspolitikken skal implementeres.

Ansvar for kommunikationen

Ansvaret for kommunikationen ligger hos den, der har ansvaret for sagen.

Alle har et ansvar for at skabe god kommunikation. Det indebærer blandt andet, at vi bestræber os på at sætte os i modtagerens sted og kommunikere på rette tid og sted.

Ledelsen har et særligt ansvar for at skabe og opretholde rammer for god kommunikation, så "den gode historie" kommer frem. For at være troværdige skal vi også fortælle de historier, hvor kommunen måske kan blive negativt omtalt. Uanset historiens art er det bedre, at vi selv *agerer* og lægger historien frem, end at vi *reagerer* på mediernes udlægning.

Det er et fælles ansvar for ledelse og medarbejdere, at kommunikationen planlægges og praktiseres i sammenhæng med arbejdspladsens og kommunens mål.

Medarbejderne har et ansvar for at opsøge og dele nødvendig organisatorisk og faglig viden på tværs af deres arbejdsområder.

Ansvar for kommunikationen ligger altså decentralt i de forskellige afdelinger og forvaltninger. Kommunikationsteamet står til rådighed med hjælp og rådgivning, og teamet har den faglige kompetence til at sikre kvaliteten.

Webredaktører

For at styrke den digitale kommunikation, oprettes der et korps af webredaktører. Deres vigtigste opgave er at sikre information og kommunikation via hjemmesiden og Personaleportalen. Korpsset af webredaktører skal kunne dække alle kommunens fagområder.

Vision og indsatsområder

Holstebro Kommunes overordnede vision er, at vi sætter den kulturelle dagsorden lokalt, nationalt og internationalt.

Vi bruger kultur:

- som drivkraft for udvikling og vækst – især inden for erhverv, uddannelse og sundhed som den røde tråd i vores driftsopgaver og serviceydelser – der er en dråbe af kultur i alt, vi foretager os
- til at skabe fælles identitet og til at profilere og markedsføre Holstebro

Kommunikationspolitikken, og dens fem indsatsområder, understøtter visionen og de mål, der udspringer af visionen.

1. Den digitale kommune, se side 4
2. Profilering af Holstebro Kommune, se side 5
3. Videndeling (intern kommunikation), se side 6
4. Annoncestrengi, se side 7
5. Mediekontakt, se side 8

Indsatsområde 1

Den digitale kommunikation

Mål

Hjemmesiden er vores primære kommunikationsplatform og omdrejningspunktet for alt, vi kommunikerer.

Som udgangspunkt har vi alt relevant på hjemmesiden, der har med Holstebro Kommune at gøre. Vi prioriterer kvalitet frem for kvantitet og lægger vægt på aktualitet, dynamik og interaktion på hjemmesiden.

Vi vil udnytte de oplagte muligheder, som teknologien (www.holstebro.dk, ekstranet, pda'er, sms'er mv.) stiller til rådighed.

Handlinger – i prioriteret rækkefølge

- Vi bringer flest mulige gode historier fra Holstebro Kommune. Vi skal fortsat have fokus på formidling af nyheder.
- Vi markedsfører hjemmesiden via relevante medier.
- Vi øger antallet af abonnenter på nyhedsmails.
- Vi opfordrer alle medarbejdere til at modtage nyhedsmails fra www.holstebro.dk, så de er velorienterede.
- Vi markedsfører udvalgte initiativer, aktiviteter og seværdigheder som fokusområder.
- Vi får så mange borgere som muligt til at benytte de selvbetjeningsløsninger, der findes på www.holstebro.dk
- Vi opfordrer institutionerne til at have egne, selvfinansierede hjemmesider.
- Vi får flere til at give deres mening til kende på hjemmesidens debatforum.

Indsatsområde 2

Profilering af Holstebro Kommune

Mål

Vi skal tiltrække borgere, medarbejdere, virksomheder osv. Derfor er det vigtigt, at vi profilerer os. Det gør vi med initiativer, der understøtter vores vision, så det er tydeligt for alle, hvad Holstebro Kommune rummer og står for.

Handlinger - i prioriteret rækkefølge

- Vi bruger hjemmesiden aktivt som vores ansigt udadtil.
- Vi sætter dagsordenen med pressemeddelelser, artikler, kronikker, indlæg mm.
- Vi samarbejder med andre aktører om nye pendlerarrangementer og tiltrækningsaktiviteter (værnepligtige, medicinstuderende, polske læger m.m.).
- Vi samarbejder med andre aktører om andre aktiviteter, der er med til at sætte Holstebro Kommune på landkortet (f.eks. Holstebro Åben, MGP, Regentbesøg).
- Vi opdaterer Holstebro filmen hvert andet år og markedsfører filmen (sendes til tilflyttere, udleveres til uddannelsesinstitutioner m.m.).
- Vi tager godt imod tilflyttere med en tilflyttermappe, en profilbog og en årlig tilflytterfest.
- Kommunikationsteamet hjælper til med taler, udtalelser, stikord og kronikker til borgmester, udvalgsformænd og kommunaldirektør efter oplæg fra fagforvaltning.
- Vi bringer profilannoncer i landsdækkende, regionale, lokale og andre relevante medier efter behov, hvor vi fortæller, hvad der sker i Holstebro Kommune (evt. i samarbejde med erhvervslivet).
- Vi informerer (f.eks. skiltning, pjecer, annoncer, radioreklamer mm.) om alle byggemodninger, nye projekter, by-renoveringer og så videre. En bestemt procentdel af det samlede projekt-beløb afsættes til informationsopgaven.
- Vi viser besøgende rundt i henhold til deres specifikke interesser.

Indsatsområde 3

Videndeling (intern kommunikation)

Mål

Medarbejderne er kommunens største aktiv. Derfor er det vigtigt, at medarbejderne er velinformede om, hvad der foregår i Holstebro Kommune. På den måde sikrer vi, at alle er i stand til at udføre arbejdet bedst muligt og samtidig har forudsætninger for at være gode ambassadører for organisationen.

Handlinger – i prioriteret rækkefølge

- Vi opfordrer alle medarbejdere til at modtage nyhedsmails via www.holstebro.dk
- Vi opbygger en ny Personaleportal, som erstatter det eksisterende intranet og personalebladet Offline. Personaleportalen er et vigtigt værktøj til brug for tværfaglige projekter, direktionsreferater, ledelsesinformation og til emner, der styrker både det faglige og sociale fællesskab blandt medarbejderne. På Personaleportalen skal det være nemt at printe relevante informationer til de medarbejdergrupper, der ikke har adgang til nettet.
- Forvaltningerne kan desuden udsende egne nyhedsbreve – elektronisk eller på print - til relevante medarbejdere.
- Vi tilbyder medarbejderne undervisning i brugen af Personaleportalens funktioner og muligheder.
- Vi giver nye medarbejdere en god introduktion til Holstebro Kommune (HR Udvikling står for denne opgave).

Indsatsområde 4

Annoncestrategi

Mål

Borgerne skal være godt orienterede om det, der har indflydelse på deres liv i Holstebro Kommune – og hvor de kan få og søge flere informationer.

Interessenter fastholdes og tiltrækkes gennem annoncering, som samtidig profilerer kommunen udadtil og skaber fælles identitet indadtil.

Handlinger – i prioriteret rækkefølge

- Vi gennemfører en ny annoncestrategi. Den bygger på stillingsannoncer i overskriftsform, som samtidig - ved hjælp af billeder og profilttekst - profilerer Holstebro Kommune som et attraktivt sted at arbejde og leve. Ledige stillinger annonceres i Job Midt Vest (De Bergske), Holstebro Onsdag samt relevante fag- og dagblade. Stillingsannoncer i deres fulde ordlyd ligger på nettet.
- Vi annoncerer altid bekendtgørelser og arrangementer m.m. på hjemmesiden. Efter behov annoncerer vi også i Holstebro Onsdag samt i særlige tilfælde relevante fag- og dagblade.
- Vi markedsfører Holstebro Kommune med profilannoncer i landsdækkende medier efter behov.
- Vi understøtter Holstebro Kommunes profil og visioner via annoncer i diverse publikationer fra lokale institutioner, klubber, foreninger osv.

Indsatsområde 5

Medie-kontakt

Mål

Vi benytter pressen proaktivt til at fortælle nyheder fra Holstebro Kommune. Vi er en åben og troværdig kommune, og medierne er en vigtig medspiller.

Handlinger – i prioriteret rækkefølge

- Vi har øje for de gode historier og sørger for at fortælle dem.
- Kommunikationsteamet kvalitetssikrer og udsender **alle** pressemeddelelser - efter oplæg fra direktører og/eller fagmedarbejdere.
- Vi følger med i mediernes omtale af Holstebro Kommune og kommunale emner generelt. Vi agerer efter behov.
- Vi tilbyder kurser i god mediekontakt sammen med eksterne kursusudbydere.
- Vi holder pressemøder, når det er relevant.
- Vi udbygger presserummet på www.holstebro.dk med adgang til mere billedmateriale.
- Vi skaber gode netværk til medierne.