



# Strategi for Nordfyns Kommunes kommunikation

2019-2021

# 1. Forord

Kommunikationsstrategien sætter retningen for Nordfyns Kommunes kommunikation frem til 2021. Den understøtter kommunens Vision "Vi skaber fremtidens Nordfyns sammen", ligesom den skal ses i sammenhæng med kommunens øvrige politikker og strategier, herunder brandingstrategien, politik for det aktive medborgerskab, den kommende kanalstrategi og webstrategien.

Kommunikationsstrategien skal hjælpe os alle med at holde den røde tråd i vores kommunikation. Der er nemlig brug for samklang på tværs af kanaler med ensartede budskaber, som er bygget op omkring alt det, der gør vores kommune til noget særligt. Her i strategien bruger vi kernefortællingen om Nordfyn som det, der skal være den røde tråd i vores kommunikation.

Det er os alle, der skal løfte den konkrete kommunikation. Vi skal derfor sørge for at tænke kommunikationen ind i alle vores aktiviteter, hvad enten det gælder det nære møde med borgeren, et opslag til Facebook eller at få en god historie ud i medierne. Vi skal i bund og grund alle være kommunikatører, og det skal vi øve os på.

Borgerne tager i langt højere grad end tidligere del i kommunikationen, og de sociale medier er blevet omdrejningspunkt for en spontan og til tider uforudsigelig dialog mellem borgerne og os som kommune. Det er en god udvikling, fordi det mindsker afstanden, men det kræver også professionalisme i vores håndtering af de sociale medier.

Samtidig er Nordfyns Kommune en politisk styret organisation, hvor politiske beslutninger skal formidles, have liv og synliggøres. Det skal vores kommunikation hjælpe til med, så vores borgere bliver motiveret til at spille med.

Heldigvis begynder vi ikke på bar bund. Under den tidligere kommunikationsstrategi har vi gjort vores entre på Facebook, vi har strammet vores kanaler op, har arbejdet med det gode brev og den gode sagsfremstilling. Vi har øvet os på at blive bedre til at bruge videomediet og har professionaliseret vores presse- og krisehåndtering, så vi i langt højere grad end tidligere er synlig i medierne, både lokalt og på landsplan. Nu samler vi trådene i en opdateret strategi og gør sammen vores kommunikation endnu bedre.

Morten Andersen  
Borgmester

Morten V. Pedersen  
Kommunaldirektør

## 2. Værdier og kvalitet

### VÆRDIER I KOMMUNIKATIONEN

Vores kommunikation skal leve op til fem grundværdier:

- Vi tager initiativ
- Vi er troværdige
- Vi er åbne
- Vi er til at forstå
- Vi går i dialog

### KVALITET I KOMMUNIKATIONEN

God kommunikation for os er, når vi:

- Hver især lever op til vores rolle som aktive kommunikatører
- Giver borgerne de informationer, de har brug for, til rette tid og i et let forståeligt sprog
- Er bevidste om den måde, vi møder borgeren på – i breve, sagsbehandlingen og det fysiske møde.
- Husker at fortælle den gode historie om alt det, vi gør.
- Forebygger kriser ved at være velforberejdede – og forholder os aktivt og reflekterende i vores kommunikation, når en krise er opstået.
- Sørger for at "økonomisere" med vores kommunikation og hellere fortæller én rigtig god historie end fem halvgode.

## 3. Nordfyns kernefortælling

I denne strategiperiode arbejder vi med **kernefortællingen om Nordfyn** som en metode til at fastholde retningen i vores kommunikation og branding. Det vil være med til at sikre sammenhæng i stil, tone og indhold på tværs af kanaler.

Gevinsterne ved at bruge kernefortællingen som fundament for kommunikationen vil være:

- Vi skaber konsistens i vores kommunikation på tværs af formål, kanaler og formater.
- Vi sikrer, at vi taler med én stemme: Både internt og eksternt til borgere, virksomheder og andre samarbejdspartnere.
- Vi får en skarpere tegnet profil og kan skille os ud fra andre kommuner.

Udarbejdelsen af kernefortællingen sker ved involvering af kommunens borgere som en indsats under Erhvervs-, Kultur- og Fritidsudvalget og som led i Nordfyns Kommunes brandingstrategi 2019-2020. Strategi og Politik deltager i dette arbejde for at sikre sammenhæng på tværs

af branding og kommunikation – og for at sikre den fornødne kommunikation om kernefortællingen internt og eksternt.

## 4. Strategi for eksterne kanaler

**Nordfyns Kommunes hjemmeside** er den vigtigste kanal, når borgere, virksomheder, pårørende eller potentielle borgere søger information eller bruger en selvbetjeningsløsning. Det fordrer, at hjemmesiden udvikles i takt med skiftende krav fra brugerne, nye lovkrav fx omkring tilgængelighed og nye designtrends.

Hjemmesiden løser følgende hovedformål:

- Den er en indgang til kommunens selvbetjeningsløsninger
- Den er portal til kommunens øvrige hjemmesider, bl.a. brandingsiden merefyn.dk og Bibliotek- og Borgerservice's hjemmeside.
- Den giver basisinformation om kommunens geografi, indbyggertal, organisation, kommunalbestyrelse osv.
- Den bringer basisinformation om direktørområdernes opgaver og tilbud.
- Den er base for information om kommunalbestyrelsen.
- Den er pressens indgang til kommunen og indeholder oplysninger, der understøtter pressens arbejde.

Som en del af budgetaftalen for 2019 er der afsat midler til etablering af ny hjemmeside. Udviklingen af hjemmesiden vil i strategiperioden blive lagt inden for rammerne af dette udviklingsprojekt og den kommende webstrategi.

**De sociale medier** har overtaget en stor del af den kommunikation, der før fandt sted i de trykte medier. For at være på omgangshøjde med udviklingen vil der i strategiperioden være behov for at styrke Nordfyns Kommunes brug af de sociale medier. Derved kan Nordfyns Kommune i højere grad selv præge kommunens brand og omdømme

**Facebook** har på kort tid udviklet sig til at være en af kommunens vigtigste kanaler, når det gælder dag-til-dag kommunikation og uformel dialog med borgerne. I strategiperioden professionaliseres arbejdet med Facebook. Konkret etableres en stærkere organisering af arbejdet, så det bliver nemmere og mere naturligt for hele organisationen at bidrage med opslag på kommunens Facebookside.

For at bygge oven på de opnåede resultater på Facebook overgår Nordfyns Kommune til mere aktiv brug af **LinkedIn**. Erhvervs- og karriererettede nyheder formidles gennem denne kanal, og indføres en arbejdsgang, så hovedparten af kommunens stillingsannoncer offentliggøres på LinkedIn ved siden af de vante rekrutteringskanaler. Det sker kun sporadisk i dag.

Men vi tænker ikke kun i at udbygge og åbne kanaler. Vi sørger også for at lukke mindre effektive kanaler eller kanaler, der med fordel kan lægges sammen med andre etablerede kanaler. Sådanne kanaler giver støj og manglende fokus. Der er et åbenlyst behov for at tænke Nordfyns Kommunes mange **decentrale hjemmesider og Facebooksider** ind i en helhed, hvor formål, behov og relevans vurderes.

Kommunens ugentlige **annoncer i Ugeavisen** er fortsat læste, især i målgruppen 60+ og fastholdes indtil videre som kanal. Nordfyns Kommune arbejder dog henimod en omlægning af sin annoncestregeri, så en stadig større del af kommunens annoncemidler bruges på webannoncering og annoncering på de sociale medier. Det ligger i naturlig forlængelse af en strategi, hvor kommunen selv bliver stadig mere aktiv på de sociale medier.

Ud over de nævnte kanaler er der naturligvis også andre kanaler i kommunikationen med borgerne. Det handler blandt andet om breve, mail, telefon, møder, selvbetjening mv. Disse kanaler vil være beskrevet og prioriteret i kommunens kommende **kanalstrategi**.

## 5. Værktøjskurser

Kommunikationsansvaret følger altid opgaven, indsatsen eller projektet. Ledere og medarbejdere skal derfor være i stand til at løfte kommunikationen et langt stykke af vejen, naturligvis med opbakning, coaching og feedback fra den presse- og kommunikationsansvarlige i Strategi og Politik.

For at klæde ledere og medarbejdere på til at løfte kommunikationsansvaret, tilrettelægger Strategi og Politik som en del af kommunikationsstrategien **værktøjskurser** med det sigte at klæde ledere og medarbejdere på til at løse kommunikationsopgaver i deres respektive områder. Det kan fx være kurser som:

- Gode råd og værktøjer til Facebook
- Sådan skriver du en pressemeddelelse
- Sådan skriver du en god tekst til hjemmesiden
- Gode råd og værktøjer til præsentationen
- Den gode dialog med borgeren
- For ledere: Den gode lederkommunikation, og hvordan håndterer jeg en krise i medierne?

Det er et krav, at ansatte, der har været på et "værktøjskursus" efterfølgende løser kommunikationsopgaver i deres område og dermed får øvet og vedligeholdt de erhvervede færdigheder. Når kommunens nye E-læringsprogram er implementeret, vil der også blive udfoldet kommunikationskurser på denne platform.

## 6. Pressen

### SÅDAN SAMARBEJDER VI MED PRESSEN

Nordfyns Kommune er en naturlig samarbejdspartner for pressen. De lokale medier, som i særlig grad dækker Nordfyns Kommune, prioriteres højt i Nordfyns Kommunes presseindsats. På

områder som bosætning og tiltrækning af nye virksomheder skal der af sagens natur fortsat arbejdes med at profilere kommunen uden for kommunegrænsen. Nordfyns Kommune ønsker et godt og tillidsfuldt samarbejde med pressen. Løbende kontakt og dialog med medierne har derfor høj prioritet i vores kommunikationsindsats. Vi svarer altid hurtigt på spørgsmål fra journalister, og vi holder altid en aftale. Aktindsigter fra pressen besvares hurtigst muligt og med respekt for de gældende tidsfrister.

## HVEM UDTALER SIG?

**Udtalelser på vegne af kommunen:** Alle medarbejdere har som udgangspunkt ret til at udtale sig på kommunens vegne. Da der er store forskelle mellem de enkelte direktørområders arbejdsfelter, er det dog op til den enkelte direktør at fastlægge de konkrete rammer i det enkelte direktørområde.

**Holdninger og vurderinger af politisk eller ledelsesmæssig karakter** gives af politikerne og direktionen/chefer eller andre, som er udpeget til at udtale sig på kommunens vegne. Når en sag er på dagsordenen til et politisk udvalg, er det som udgangspunkt udvalgsformanden, der er talsperson.

**Udtalelser som privatperson:** Alle ansatte har ret til at udtale sig som privatperson. Når ansatte udtaler sig i den rolle, skal det være tydeligt, at man optræder som privatperson og ikke som talsperson for kommunen. Det er den enkeltes ansvar at sikre, at der ikke opstår tvivl om rollen.

## KRISEHÅNDTERING

Nordfyns Kommune håndterer **mediekriser** proaktivt og strategisk. Gennemtænkt og proaktiv kommunikation kan forhindre, at et mindre problem vokser sig stort og skader kommunens omdømme. Vi skal på banen og påvirke fremstillingen med vores egen version af sagen. Vi skal huske at kommunikere – også når vi møder modstand og kritik.

Vi skal være opmærksomme på sager, som potentielt kan udvikle sig til mediekriser. Det er en væsentlig del af ledelsesopgaven at inspirere til en åben kultur, hvor mulige krisesager bliver afdækket i tide og forberedt kommunikationsmæssigt.

Vi har alle et ansvar for at orientere relevante parter i organisationen, når en sag er på vej i medierne. Den presse- og kommunikationsansvarlige i Strategi og Politik skal orienteres, når medarbejdere har været i kontakt med pressen om emner af væsentlig betydning for organisationen. Det er vores målsætning altid at informere internt, før en kritisk sag rammer medierne.

## TAVSHEDSPLIGT

Vi respekterer altid vores tavshedspligt i sager af personfølsom art. Når vi bliver bedt om oplysninger i den slags sager, forklarer vi, hvorfor vi i henhold til tavshedspligten ikke kan give oplysningerne. Som regel vil vi dog kunne udtale os på et overordnet principielt niveau, hvor vi ikke overtræder vores tavshedspligt. Det kan ofte være en fordel, fordi principielle forhold dermed bliver formidlet og kan bidrage til at skabe øget forståelse for den aktuelle og tilsvarende sager.

# 7. Design og sprog

## DESIGN

Nordfyns Kommunes designguide indeholder retningslinjer for den grafiske udformning af intern og ekstern kommunikation i Nordfyns Kommune. Al kommunikation, der udgår fra kommunen, skal overholde den fælles designlinje.

Designguiden er tilgængelig for alle på intranet sammen med vejledninger i, hvordan man bruger kommunens skabelonsystem til at producere foldere, plakater, rapporter og PowerPoint præsentationer i kommunens design.

I denne strategiperiode opdateres designguiden for at sikre fortsat fokus på nødvendigheden af et ensartet moderne design.

Processen med at opdatere designet skal tænkes i sammenhæng med etablering af ny hjemmeside, så der er grafisk korrespondance også mellem denne platform og øvrig kommunikationsprodukter og -kanaler. Også kommunens principper for webtilgængelighed vil indgå som del af designguiden.

## SKRIVEGUIDE

Tekster i breve, sagsfremstillinger, annoncer, pjecer og hjemmesiden er i høj grad kommunens ansigt udadtil. Med vores sprog sender vi vigtige signaler om, hvem vi er, og hvordan vi ser på modtageren.

At være bevidste om vores sprog og have fælles normer er ligeså afgørende for at kunne agere som en enhed som ensartning af det visuelle udtryk. Af samme grund har Nordfyns Kommune en skriveguide, der skaber klarhed over, hvad der er vigtigt, når vi skriver til vores borgere.

Al skriftlig kommunikation skal være afstemt efter skriveguiden og de seks skriveråd.

# 8. Intern kommunikation

Intranettet er den væsentligste kanal til intern kommunikation og skal være tilgængelig for alle ansatte og politikere via arbejdscomputere, smartphones og/eller tablets. Med adgangen følger også ansvaret for at holde sig orienteret på intranettet og spille aktivt med i udviklingen af form og indhold.

Intranet skal understøtte effektive arbejdsgange, give overblik og lette adgangen til viden, i såvel den enkelte lokale arbejdsenhed som i den brede organisation. Intranettet skal under-

støtte Nordfyns Kommune som en samlet enhed, og skal derfor også indeholde de værktøjer og vejledninger, der sætter organisationen i stand til at agere som sådan.

Samtidig er intranettet den fælles kanal for alle ansatte i Nordfyns Kommune, der også formidler arbejdspladsens personalepolitiske værdier, ledelsesgrundlag og tilbud under sundhedsordningen.

Som en del af budgetaftalen for 2019 er der afsat midler til etablering af nyt intranet. Udviklingen af intranettet vil i strategiperioden blive lagt inden for rammerne af dette udviklingsprojekt og den kommende webstrategi.

Men intranet gør det ikke alene. Intern kommunikation handler i høj grad også om ledelseskommunikation og linjekommunikation, hvor vision, politikker, strategier og målsætninger skal formidles fra det strategiske niveau til noget, der giver mening på det mere praksisnære niveau.

Formulering af strategier skal som al anden kommunikation tage afsæt i Skriveguiden og være målrettet modtageren. Formuleringen skal være kort og klar, uden unødigt fagsprog. En let forståelig strategi har større chance for at flytte noget i virkelighedens verden, end en lang og kompliceret tekst. Det gør den nemmere at arbejde videre med og skabe opbakning til.

Det er den enkelte leders ansvar at tage Nordfyns Kommunes politikker og strategier op i deres afdelinger. En del af ledelsesopgaven handler altså om at sætte nye ord på og bruge eksempler og billeder, der giver mening for den enkelte – også medarbejdere, der er mere modtagelige for det talte ord end det skrevne.

## 9. Fra strategi til handling

Udmøntningen af strategien er beskrevet i Handleplan for kommunikation 2019-2021 ([Link](#))

### Nyttige henvisninger:

- Skriveguide ([link](#))
- Designguide ([link](#))
- Borgerundersøgelse 2018 ([link](#))