

## KOMMUNIKATIONSPOLITIK

*Forord ved Borgmester Lars Erik Hornemann*

Som den største virksomhed og kraftcenter for udvikling på Sydfyn har Svendborg Kommune en forpligtelse til at yde service over for borgere og virksomheder, som gør det attraktivt at bosætte sig og investere i kommunen.

En af forudsætningerne herfor er, at vi evner at informere og kommunikere tydeligt og målrettet omkring, hvad vi som kommune står for samt tilbyder.

Desuden vil vi som byråd, når der vedtages politikker sikre os, at disse tager udgangspunkt i kommunens vision samt de vedtagne værdier, omhandlende:

- Borgeren i centrum,
- Helhed i opgaveløsningen,
- Trivsel
- Læring og udvikling

Denne kommunikationspolitik, skal udstikke de overordnede rammer for, hvad der i Svendborg Kommune betragtes som god information og kommunikation over for såvel brugere, borgere, ansatte som pressen og andre med interesser i kommunale forhold.

Men intet er statisk, hvorfor vi samtidig med vedtagelsen af denne kommunikations- og informationspolitik, har sikret os, at kommunikations- og informationspolitikken bliver evalueret og justeret inden udgangen af 2008.

*Svendborg Kommunes Byråd 2007*

## **INDLEDNING**

### **KOMMUNIKATIONS OG - INFORMATIONSPOLITIKKEN**

#### **Mål**

Det er kommunikation- og informationspolitikens mål at sikre at de aktiviteter, som igangsættes i Svendborg Kommune understøtter kommunens vision og værdier. Hele kommunikations- og informationsområdet skal professionaliseres.

De kommunikations- og informationsaktiviteter, som igangsættes skal sikre at brugerne/borgerne er velinformede om kommunens ydelser og vilkår og rammer for ydelserne, ligesom Svendborg Kommune skal være åben og lyttende.

Kommunikations- og informationspolitikken skal desuden sikre, at kommunen som områdets største "spiller" er med til at sætte den sydfynske dagsorden.

Kommunikation- og information skal være centrale anliggender for hver enkelt medarbejder, således bevidstheden omkring disse emner skærpes og bliver et naturligt led i de daglige rutiner.

Der tages afsæt i at:

- Alle ansatte i Svendborg Kommune er som udgangspunkt informationsansvarlige overfor borgere, samarbejdspartnere, organisationer og pressen. Det overordnede ansvar ligger hos byrådet og direktionen.
- dialog og samarbejde er et krav til ledere og medarbejdere – både i den interne kommunikation og i den daglige eksterne kontakt med brugerne, hvad enten det er borgere, kunder, virksomheder eller pressen.
- Svendborg Kommune ønsker at være en borgerorienteret kommune, der fokuserer på borgernes forskellige behov og på, at det skal være let at komme i kontakt med kommunen.
- Kommunikationspolitikken skal indarbejdes på alle niveauer. Målet er en synlig kommune med en fælles ensartet identitet og et højt service niveau.
- kommunikationspolitikken skal have et ensartet og genkendeligt grafisk udtryk - såvel i de trykte som i de digitale udgivelser.
- kommunikation og information skal tænkes ind i enhver opgave.
- kommunikation og information kræver tryghed og et tillidsfuldt forhold mellem ledelse og medarbejdere. Ledelsen skal sikre en løbende træning, uddannelse og servicering af medarbejdere.

## **Begrebsafklaring - Kommunikation og information**

Kommunikations – og informationspolitikken for Svendborg Kommune arbejder med begreberne kommunikation og information. Disse områder skal være en naturlig del af alle medarbejderes hverdag.

Vi har i denne kommunikations og informationspolitik valgt af benytte såvel kommunikation og information som begreber, idet politikken skal dække over såvel dialogen som enkeltstående budskaber.

### **Information – en vej:**

af latin: informare, fremstille, skildre, oplyse, underrette

### **Kommunikation – to veje - dialog:**

at tale og skrive sammen i forskellige situationer med bestemt adresse, i bestemt hensigt

**Kommunikation**, af latin: communicare, "at gøre fælles" Kommunikation udgør en grundlæggende forudsætning for alt socialt fællesskab

## **PRINCIPPER**

Visionen – *Sydfynsk Udvikling* - skal være med til at placere Svendborg på landkortet, medens de grundlæggende værdier er platformen for alle politikere og medarbejdere i kommunen.

Svendborg Kommunes kommunikations- og informationspolitik bygger på en række principper for kommunikation, der skal være med til at underbygge visionen og de grundlæggende værdier.

Ansvar for udmøntningen af kommunikations- og informationspolitikken ligger hos ledelsen i den enkelte afdeling eller institution og påhviler hver enkelt ansat at efterleve i dagligdagen.

Derfor bygger kommunikations- og informationspolitikken på en række principper, som både ledelse og medarbejdere skal indarbejde i deres daglige arbejde.

### **Informationspolitikken bygger på følgende principper**

#### **1. God intern kommunikation og information er en forudsætning for god ekstern information og kommunikation.**

Information, kommunikation og viden deling er nøgleord i Svendborg Kommune. Alle ansatte skal være informerede – både om beslutninger og baggrund for beslutninger - for at kunne yde den mest kvalificerede service til borgerne. God intern information sker før eller samtidigt med en offentligørelse.

Ledelsen skal sørge for at skabe rammerne for god kommunikation, så alle kan yde god kommunikation og information.

#### **2. Kommunikation og information indgår i enhver aktivitet og beslutning.**

Alle ledere og medarbejdere har ansvar for at tænke information ind i dagligdagen. Hvem skal have information om hvad, hvordan og hvornår?

Informationsmængden er meget stor. Det er derfor afgørende, at de formidlede budskaber og den dermed tilknyttede dialog er både målrettet og præcis.

Målrettet i forhold til interessenter. Præcis i forhold til indhold, form og tidspunkt for levering. Troværdig kommunikation kræver, at der er sammenhæng mellem ord og handlinger.

Information og/eller kommunikation er ikke et mål i sig selv, men et middel til at nå det ønskede mål. Afsenderen skal være bevidst om og respektere at forskellige målgrupper har brug for information på forskellige måder afhængig af uddannelse, alder, handicap, etnisk baggrund m.m.

3. **Svendborg Kommunes kommunikation og information følger en fælles designlinie.**

Informationen skal være med til at styrke kommunens profil udadtil og skabe fælles identitet indadtil, ligesom den skal gøre det let at orientere sig.

4. **Kommunikation er dialog med brugerne**

Når borgerne inddrages i dialog og debat skal de have en klar og præcis information om, hvilke rettigheder og muligheder de har for at få indflydelse.

5. **Informationer er kun noget værd, hvis de bliver anvendelig viden for brugeren.**

Al kommunikation og information skal foregå i et klart letforståeligt sprog.

Det er Svendborg Kommunes opgave at informere og kommunikere målrettet og skelne mellem modtagerne afhængig af alder, uddannelse, handicappede osv.

## DELPOLITIKKER

Vi har nu beskrevet såvel formål med kommunikationspolitikken som opstillet principper, beskrevet ansvar og målgrupper for den gode information og kommunikation.

For at kommunikationspolitikken kan bruges i praksis og kommunen dermed kan nå de ønskede mål, er det nødvendigt at arbejde med følgende områder:

- Intern kommunikation- og information
- Ekstern kommunikation- og information
- Presse og mediepolitik
- Digital kommunikation
- Sprogpolitik
- Designpolitik

Der udfærdiges ikke i forbindelse med kommunikationspolitikken en færdig værktøjskasse for de enkelte politikker. Til gengæld forventes det, at hver enkelt arbejdsplads videreudvikler og skriftliggør, hvorledes de i praksis arbejder med de forskellige delpolitikker. Disse erfaringer opsamles årligt af de kommunikationsansvarlige med henblik på videndeling i hele organisationen.

Gennemgående for alle delpolitikkerne er nedenstående guidelines:

- det er ledelsens ansvar at skabe rammerne for god kommunikation og information, mens det er alle ansatte i Svendborg Kommunes ansvar, at have kommunikation og information indarbejdet som en del af de daglige opgaver.
- kommunikation skal indtænkes i alle handlinger, hvorfor det er nødvendigt at afsætte tid og økonomi hertil
- kommunikation og information skal planlægges, så den kan praktiseres og være i overensstemmelse med kommunens vision og mål

### Pejlemærker til intern kommunikation- og information

| Emne                | Handling / værktøj / overvejelse   |
|---------------------|--|
| Vi forventer at du: | søger den fornødne information.<br>spørger igen, hvis du er usikker på svaret.<br>taler og skriver så andre kan forstå det<br>giver en konkret tilbagemelding på det, du hører og læser<br>fortæller hvor du er og i hvilken anledning, når andre kan have nytte af at vide det<br>informerer din leder, hvis du mener, du udfører en uhensigtsmæssig opgave<br>formidler ønsket information til kolleger. |

|   |  |
|---|--|
| Du har ret til:                                       | <p>At informere andre om dine opgaver</p> <p>At efterspørge information om andres ansvarsområder</p> <p>At sende ikke-forståeligt materiale retur: "Læst, men ikke forstået"</p> <p>når du tilbagemelder, at sige din mening om det, du hører og læser</p> <p>At foretage de nødvendige aftaler for at løse dine opgaver</p> <p>At have en kritisk holdning til informationsmængden, både internt og eksternt.</p> |
| Dagsordener og referater                              | <p>En stor del af den interne kommunikation foregår via mødevirksomhed. Det er derfor nødvendigt at der er nem adgang til dagsordener og referater, og at disse er tilgængelige i rimelig tid før og efter mødet</p> <p>Der skal endvidere i forbindelse med mødets referat fremgå, hvorledes beslutningen og eller indsatsen kommunikeres videre</p>  |
| Sammenhæng mellem intern og kommunikation til pressen | <p>Hver gang man informerer til pressen, skal man også informere internt, for at undgå at medarbejdere via medierne hører om emner, som de burde have været informeret om internt</p>  |

### Pejlemærker for ekstern kommunikation- og information

| Emne  | Handling / værktøj / overvejelse  |
|---|---|
| Tydlig kommunikation om kommunens mål og service.                       | Afpas informationen til den målgruppe, der skal nås, således at der skelnes mellem brugere og borgere, samt tages bevidst afsæt i hvilket medie (hjemmeside, foldere, annoncer m.m.) man benytter |
| De gode historier og lysten til at fortælle dem er nøglen til fremtiden | Vær proaktiv i forhold til brugere, borgere og samarbejdspartnere. 10 gode historier  |

|   |  |
|---|--|
|   | opvejer 1 mindre god historie  |
| De dårlige historier  | Ingen virksomhed undgår at lave fejl. Erkend dem over for de pågældende og lær af dem  |
| Ingen beslutning er gyldig, før end det er besluttet, hvordan den kommunikeres ud | Lav en kommunikationsplan i forbindelse med beslutninger – handlinger, der berører borgere, brugere og samarbejdspartnere                |
| Der skal kommunikeres målrettet   | Kommunikation skal foregå i et klart og letforståeligt sprog, der skal målrettes modtagerne afhængig af alder, uddannelse, handicap m.m. |
| Det er ledelsens pligt at skabe rammer for god kommunikation                      | Ledelsen skal i sin strategi sikre afsat den fornødne tid og økonomi til at alle ansatte kan yde god kommunikation                       |

### Pejlemærker for presse- og mediepolitik

| Emne  | Handling / værktøj / overvejelse   |
|---|--|
| Pressen skal opleve Svendborg Kommune som åben og troværdig                           | Svendborg skal være offensiv og korrekt i samarbejdet med pressen, hvorfor emnet debateres og aftales på alle arbejdspladser   |
| <p>Offentlige ansattes ytringsfrihed:</p> <p>Hvem udtaler sig på kommunens vegne?</p> | <p>Som offentlig ansat er man som alle andre borgere beskyttet af grundlovens bestemmelser om ytringsfrihed og kan på egne vegne deltage i den offentlige debat og fremsætte personlige meninger og synspunkter. Dette gælder også emner, der vedrører ens eget arbejdsområde.</p> <p>Det er som regel borgmesteren, udvalgsformændene, direktørerne eller ledere, der udtaler sig til pressen, men alle medarbejdere betragtes som kommunikationsmedarbejdere.</p> <p>Ledelsen skal være villig til at svare på spørgsmål fra pressen, og medarbejderne skal være parat til at levere de nødvendige oplysninger til ledelsen.</p> <p>Som medarbejder må man udtale sig om emner inden for sit fagområde. Det er ikke en pligt, ønsker man ikke at udtale sig, skal man sørge for at journalisten kommer</p> |

|                                       |   |
|---------------------------------------|---|
|                                       | <p>i kontakt med en som kan og vil svare.</p> <p>Hvis man som medarbejder udtaler sig til pressen på kommunens og eller områdets vegne, skal man orientere sin nærmeste leder.</p> <p>Som medarbejder kan man udtale sig om alle områder, hvis udtalelsen sker på egne vegne.</p> |
| Enhver medarbejder har initiativpligt | Medarbejderen skal i hverdagen være opmærksom på om en sag har en pressemæssig vinkel, og i så fald gøre nærmeste leder opmærksom herpå   |

### Pejlemærker til digital kommunikation

| Emne   | Handling / værktøj / overvejelse   |
|--------|--|
| E-post | <p>E-post er en kommunikationsform, der skal behandles som almindelig papirpost.</p> <p>Der er ikke udarbejdet særlige svarfrister for E-post, men det forventes at disse besvares efter de samme retningslinier som alm. papirpost.</p> <p>Brugen af E-post kan medføre hurtigere og mere fortolknings-bare udsagn. Dette bør undgås.</p> <p>Vær lige så omhyggelig med sprogbrugen i E-post, som i almindelige breve</p> <p>Det er tilladt at modtage og afsende privat e-post i begrænset omfang i arbejdstiden.</p> <p>E-post er underlagt de samme arkiveringsregler som alm. papir post.</p> <p>E-post er ikke personlig</p> <p>Du skal sikre dig at mindst en kollega kan åbne din post</p> <p>Etablere automatisk svar-funktion, når du er fraværende, på kurser, ferie m.m.</p> |

### Pejlemærker til sprogpolitik

| Emne                     | Handling / værktøj / overvejelse   |
|--------------------------|--|
| Et let forståeligt sprog | Al skriftlig og mundtlig kommunikation skal være venlig og let forståelig. |

|   |   |
|---|---|
|   | Sproget skal være tidssvarende og signalere god service.  |
| Modtageren skal hurtigt kunne danne sig et overblik over budskabet. | De vigtigste budskaber skrives først og formuleres i en for modtageren logisk rækkefølge  |
| Borgerens forskellige forudsætninger                                | Vores sprog- og skriftsprog skal tage hensyn til modtagerens alder, sociale baggrund, etniske tilhørsforhold m.m.   |
| Tiltaleform i skrift og tale  | Som udgangspunkt anvendes i Svendborg du, I og jeres som tiltaleform frem for De, Dem og Deres. Dog svares med De, Dem og Deres i fald afsenderen benytter denne form |

### **Designpolitik**

Der er udarbejdet en manual omhandlende Svendborgs Designlinie. Den kan hentes via en hjemmesideadresse.