



Kommunikationspolitik

1. Indledning.

Nærværende kommunikationspolitik er vedtaget af kommunalbestyrelsen i møde den 30. juni 2009.

Kommunikationspolitikken formulerer vision og mål for kommunikationen og beskriver målgrupper for kommunikationen.

Kommunikationspolitikken udmøntes i en kommunikationsstrategi, som vedtages af direktionen. Strategien beskriver indsatsområder, roller og ansvar.

2. Vision.

Norddjurs Kommune er en åben og udviklingsorienteret virksomhed, hvor kommunikationen med omverdenen sættes højt på dagsordenen. Desuden skal den sunde fornuft råde, og der skal være mulighed for at eksperimentere og udføre prøvehandlinger med det formål at yde den bedst mulige service.

Kommunikationen tager udgangspunkt i kommunens værdier, som er:

- åbenhed
- ligestilling
- dialog

Visionen er fundamentet for kommunikationen, og skal

- bidrage til, at målgrupperne får kendskab til og forståelse for kommunens ydelser, tilbud, værdier, visioner, mål og opgaver
- medvirke til at fremme den demokratiske debat
- understøtte borgernes adgang til kommunens serviceydelser
- understøtte kommunens værdigrundlag, og danne grundlag for markedsføring og profilering af kommunen
- understøtte helhedstænkningen i organisationen.

3. Mål.

Åbenhed.

Kommunikationen skal præges af åbenhed uanset kommunikationens form og indhold under iagttagelse af bestemmelserne om tavshedspligt.

Kommunen informerer f.eks. via pressen, hjemmesiden, borgermøder, arrangementer m.v.

Kommunen står til rådighed for pressen, som er en vigtig medspiller.

Kommunen informerer uanset om noget går godt, og noget går mindre godt.

Kommunikation indgår i alle organisationens aktiviteter, og tænkes ind tidligt i forløbet.

Ved enhver ny opgave vurderes det, hvem der skal informeres og hvorfor, om hvad, hvornår og hvordan.

Dialog.

Relevante medspillere inddrages i kommunikationen, og koordinerer kommunens budskaber, således at indtrykket af en sammenhængende organisation styrkes.

Borgere, virksomheder, medarbejdere og andre informeres så vidt muligt om konkrete beslutninger før offentliggørelse af beslutningerne. Desuden sørger kommunen for at videreformidle relevante informationer fra f.eks. borgere, erhvervsliv og andre interessenter internt i organisationen.

Forståelig.

Kommunikationen skal være let at forstå og anvende for de målgrupper, kommunen henvender sig til.

Der skal være overensstemmelse mellem det, der siges, og det der gøres. Derfor skal kommunikationen være ærlig, korrekt og rettidig.

Helhed.

Kommunen er en helhed, og skal opleves som sådan. Alle afdelinger og institutioner skal i kommunikationen vise tilhørsforholdet til kommunen. Der skal være ensartethed i f.eks. layout af pressemeddelelser, plakater, skrivelser m.v.

4. Målgrupper.

Kommunikationen retter sig dels udadtil (ekstern) og dels indadtil (intern).

Eksterne målgrupper:

- borgere, herunder potentielle tilflyttere
- virksomheder, herunder nye
- samarbejdspartnere
- pressen

Pressen har en særlig rolle i den eksterne kommunikation. Det gælder både den lokale presse og pressen i almindelighed.

Norrdjurs Kommunes forhold til pressen skal derfor være størst mulig åbenhed og troværdighed. Pressens repræsentanter skal have let adgang til information og oplysninger om kommunale forhold.

Interne målgrupper:

- politikere
- medarbejdere

5. Evaluering.

Ved udgangen af hvert kalenderår foretages en evaluering af kommunikationsindsatsen, som forelægges direktionen og behandles af denne.

6. Ikrafttræden.

Kommunikationspolitikken er vedtaget af kommunalbestyrelsen i møde den 30. juni 2009, og har virkning fra samme tidspunkt.