

PÅ FORKANT MED FREMTIDEN

VI KOMMUNIKERER I ALT, HVAD VI GØR

KØGE KOMMUNES KOMMUNIKATIONSSTRATEGI 2017-2021



KØGE KOMMUNE



FORORD

Køge Kommune er en arbejdsplads, der hver dag bliver mødt med spørgsmål og forventninger fra medarbejdere, borgere og erhvervsliv. Alle har de en forventning om en professionel og imødekommende betjening i det personlige, skriftlige eller digitale møde. Her spiller kommunikation en central rolle. Det skal vi som organisation være skarpe på, og uanset om du er leder eller medarbejder, så er din måde at kommunikere på med til at bestemme, hvordan Køge Kommune opleves.

For at leve op til forventningerne skal vores kommunikation give mening. Vi er en kommune under forandring, og vi bestræber os hele tiden på at være på forkant med udviklingen og skabe de bedste løsninger for borgerne. Det skal afspejle sig i vores kommunikation.

Vi skal kommunikere, så vi når alle, og så vi styrker forståelsen, integrationen og sammenhængskraften i kommunen. Som regionalt kraftcenter har Køge Kommune her en rolle, der rækker langt ud over kommunegrænsen.

Køge Kommune ønsker at være på forkant med fremtidens udfordringer og muligheder. Vi mener, at kommunikation er nøglen til at styrke Køge Kommunes omdømme, til at forkorte afstanden til borgerne, til at forventningsafstemme med borgerne om fremtidens velfærd og til at rekruttere dygtige medarbejdere. Kommunikationsstrategien beskriver, hvordan vi kan bruge kommunikation til at understøtte kommunens kerneopgaver og udvikling.

I denne publikation kan du læse mere om Køge Kommunes kommunikationsstrategi 2017-2021.

VI KOMMUNIKERER I ALT, HVAD VI GØR

Vi tænker kommunikation ind i alt, hvad vi laver – fra start til slut.
Vi planlægger vores indsatser og følger op på, om vi er blevet forstået, så vi hele tiden kan gøre det bedre.

Afsættet er den strategiske fortælling **På forkant med fremtiden**, som rummer fortællingen om:

- **at vi er en kommune i vækst og udvikling**
- **at vi skaber løsninger tæt på borgernes hverdag**
- **at vi sammen udvikler os og skaber en attraktiv arbejdsplads.**

Strategien sætter rammerne for, hvordan vi prioriterer og udvikler vores kommunikation frem mod 2021, så den understøtter Køge Kommunes arbejde bedst muligt.



Strategien sætter rammerne for, hvordan vi prioriterer og udvikler vores kommunikation.





FORMÅL

Formålet med kommunikationsstrategien er at understøtte organisationens arbejde, at fungere som løftestang for forvaltningernes kerneydelser og sikre legitimitet fra medarbejdere og omverden.

Kommunikationsstrategien skal ses som et ledelses- og styringsredskab for topledelsen, afdelingsledere, projektledere, kommunikationsansvarlige og de medarbejdere, som i særlig grad arbejder med kommunikation i hverdagen, og som et identitetsredskab for de mange forskellige virksomheder og aktører, som hører under Køge Kommune. Strategien skal altså både sætte retning og ansigt på, hvad Køge Kommune er, kan og vil.



Strategien skal både sætte retning og ansigt på, hvad Køge Kommune er, kan og vil.



FORANDRING

I disse år befinder Køge Kommune sig i en særlig situation. Frem mod 2021 vil køgeområdet udvikle sig til et regionalt kraftcenter, som tiltrækker flere virksomheder og nye borgere med gode vilkår for erhvervslivet, bedre motorveje og hurtigere tog, nye attraktive boligområder, flere uddannelsesinstitutioner og et alsidigt kultur- og idrætsliv. Området vil med andre ord ændre karakter erhvervsmæssigt, infrastrukturelt og geografisk.

Samtidig er relationen mellem borgere og kommune under forandring. Det skyldes især tre forhold:

Kommunens økonomi under pres. Den offentlige økonomi er generelt under stort pres. Det betyder, at de økonomiske rammer for den offentlige sektor i fremtiden vil være strammere. Der er altså færre penge til velfærd, og bl.a. på grund af befolkningsudviklingen, får vi flere borgere, der efterspørger hjælp.

Øget reformpres. Der kommer stadig flere krav om standardisering og centralisering af offentlige ydelser, som i sig selv betyder serviceomlægninger. Det er en forudsætning for at møde fremtidens krav, at vi arbejder systematisk med innovation og inddragelse af borgerne i udvikling af ny velfærd.

Ændret kommunikationsadfærd. Sociale medier giver lyd til nye stemmer i den demokratiske debat. Udviklingen accelereres i takt med, at medie billedet er blevet mere fragmenteret og tempoet skruet op. Borgerne er online 24/7 og forventer tilsvarende, at kommunen reagerer straks, går i dialog og hele tiden er tilgængelig.



**Frem mod 2021 vil køgeområdet
ændre karakter erhvervsmæssigt,
infrastrukturelt og geografisk.**





LØSNING

Køge Kommune vil håndtere udfordringerne ved at være på forkant med fremtiden.

På forkant med fremtiden er den strategiske overliggende ramme for de mangfoldige fortællinger, der i dag findes i organisationen samtidig med, at den peger på den retning, vi som organisation ønsker at udvikle os i, for at være på forkant med fremtiden. Det er en samlet fortælling, der rummer vores mangfoldighed i en tid, hvor udviklingen går stærkt og vores roller og rammer er under forandring. Ambitionen er, at fortællingen skal være med til at skabe fortælle-mæssig sammenhæng på tværs af organisationen, og som samtidig tager vores interesser alvorligt og lever op til kriterierne for en god fortælling.

Fortællingen **På forkant med fremtiden** kan læses som særskilt publikation på www.koege.dk/påforkantmedfremtiden

STRATEGIENS TRE FOKUSOMRÅDER

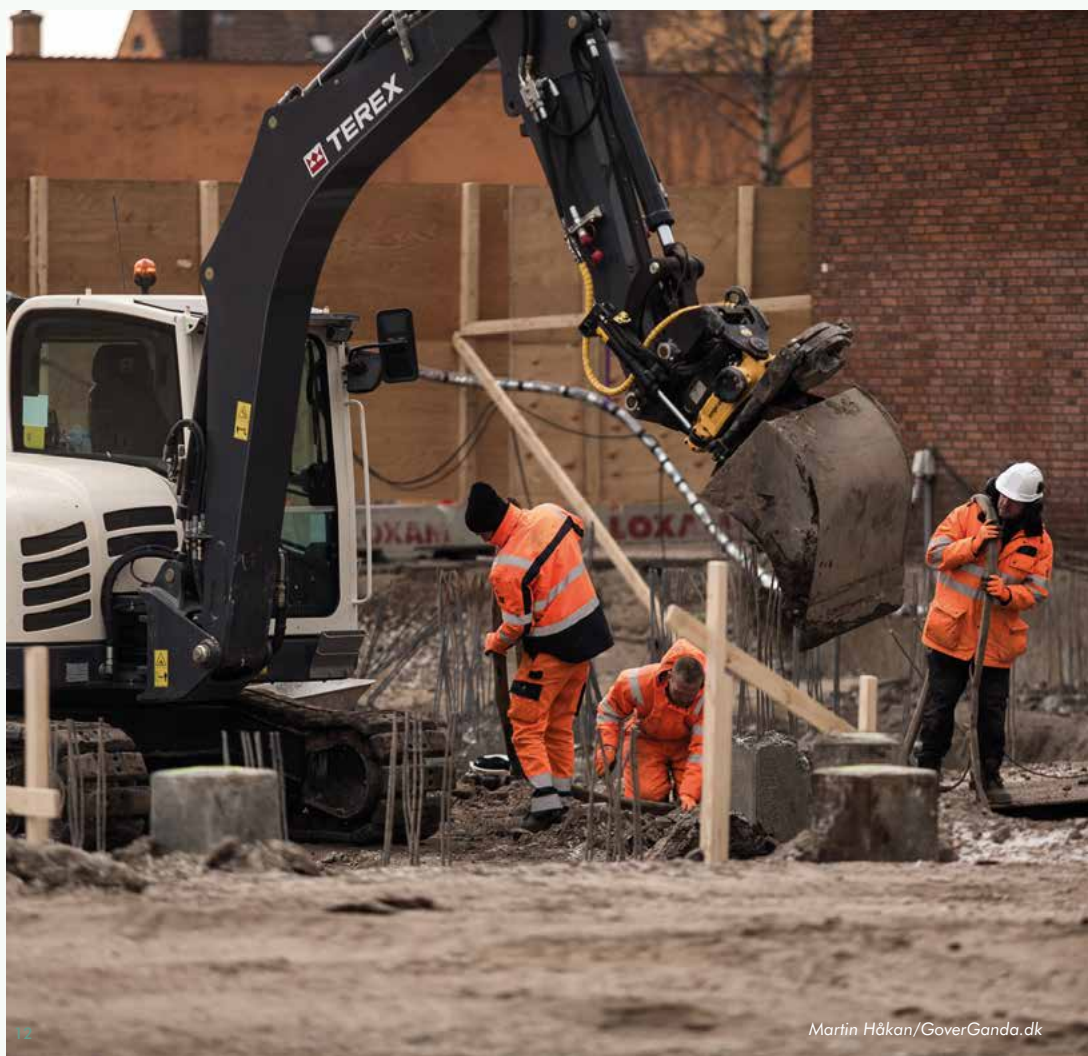
1 **Udvikling & ansvar** sætter fokus på sammenhængen mellem de økonomiske rammevilkår og udviklingen, og hjælper med at forklare, hvor Køge Kommune er på vej hen – både til eksterne målgrupper og til kommunens borgere, virksomheder og medarbejdere.

2 **Nærhed & indflydelse** handler om at favne de nye kommunikationsmuligheder, vi har i kraft af digitalisering og nye dialogværktøjer. Vi skal sikre, at de nye kommunikationsformer opleves som et aktiv for borgere og virksomheder, skaber øget nærhed, forkorter afstanden mellem kommunen og borgerne, mellem land og by og gør det nemmere at være i dialog med kommunen.

3 **Arbejdsplads i udvikling** handler om den interne kommunikation og rekruttering. Kommunens ledelsesprincipper og personalepolitiske grundlag skal spille sammen og sikre, at intern kommunikation bliver et aktiv for kommunen, både i det daglige arbejde og i kampen om fremtidens medarbejdere.

1
FOKUSOMRÅDE 1

UDVIKLING & ANSVAR



KØGE

Køge Kommune er Sjællands nye kraftcenter tæt på København og Europa. Køge er de store udviklingsprojekters kommune – en situation, som vi selv har skubbet på for at få skabt. Alligevel byder fremtiden for alle kommuner på færre penge til velfærd, færre hænder til at løse opgaverne, flere borgere på overførselsindkomst og højere forventninger til, hvad kommunen kan løse for den enkelte. Borgerne skal forstå sammenhængen mellem udvikling og velfærd. Samtidig skal vi kommunikere fortællingen om Køge Kommune ud over kommunegrænsen og skabe en positiv spiral, der tiltrækker virksomheder, investeringer og flere borgere.

Vi skal tydeligt kommunikere, hvordan vi udvikler kommunen, og hvordan det kommer alle borgere til gavn, når udviklingen er med til at finansiere fremtidens velfærd.

Det er vores opgave at forklare, hvad der sker og navnlig at forklare, at udviklingen er en forudsætning for, at vi også fremover kan sikre et ordentligt velfærdsniveau. Vi skal sikre en klar kommunikation af sammenhængen mellem den fysiske forandring, udviklingsprojekter og kommunens udvikling. Vi skal understøtte forståelsen af, at gravearbejder og investeringer i udvikling er en forudsætning for vækst og velfærd.

SÅDAN ARBEJDER VI MED FOKUSOMRÅDE 1

UDVIKLING & ANSVAR

Vi styrker de strategiske fortællinger, vi sætter dagsordener og fokuserer på sammenhænge, visioner og store linjer på tværs af medier og kanaler.



INDSATSER

Strategiske fortællinger

Køge Kommune vil selv være med til at tegne billedet af udviklingen, og hvordan vi påvirker den. Vi laver derfor stærke rammefortællinger og kommunikationsstrategier for vores vigtigste dagsordener i disse år.

Styrke arbejdet med sociale medier

Vi styrker brugen af sociale medier til at engagere og inddrage borgerne i fremtidens løsninger, som dialogredskab og i den dagsordensættende nyhedsformidling. Vi arbejder med klart fokus på at få borgernes holdninger frem og på, hvad vi vil opnå og flytte med vores kommunikation.

Pressearbejde

Vi er på forkant – også i vores pressearbejde. Vi styrker den dagsordensættende PR gennem fængende fortællinger, nye tal og analyser i pressearbejdet og på sociale medier. Vi arbejder systematisk med beredskaber og krisehåndtering.

Visuelt og audiovisuelt løft af kommunikationen

Vi styrker vores formidling visuelt med grafisk design og mere billedbåren og audiovisuel kommunikation på alle kanaler.

MÅL

Vi gør retningen for kommunens udvikling kendt, skaber forståelse for fremtidens velfærd og forandringer og involverer borgere og virksomheder undervejs.

- Alle fagområder bidrager proaktivt til nyhedsformidlingen ved at fortælle om opgaver, resultater og beslutninger. Målet er en samlet PR score på +30.
- Borgere og virksomheder kender og forstår meningen med udviklingen af kommunen.
- Køge Kommune er kendt som udviklingskommune udenfor kommunegrænsen.

MÅLGRUPPER

Beslutningstagere, professionelle aktører, borgere i og udenfor kommunen.

KANALER

Lokal, regional- og landsdækkende presse, fagpresse, sociale medier og partnerskaber.

BUDSKAB

Udvikling er en forudsætning for fremtidens velfærd.

FOKUSOMRÅDE 2

NÆRHED & INDFLYDELSE



Vores kommunikation skal være med til at gøre det nemmere at være borger i hverdagen med god, stednær kommunikation, mobile løsninger og gennem sociale medier. Det skal være let at komme i kontakt med kommunen. Nye medievaner betyder, at borgerne er online altid og forventer det samme af os. Vi skal være tilgængelige på nettet, hvor borgerne færdes. På den måde er vi gennem digitaliseringen og den understøttende kommunikation med til at mindske afstanden til borgerne og styrke sammenhængskraften i kommunen. Den digitale kommunikation skal være med til at styrke oplevelsen af nærhed og indflydelse på egen livssituation. Vores kommunikation skal understøtte samtalen med borgerne og gøre borgerne mindre afhængige af kommunens hjælp.

Stednær kommunikation er også god skiltning og informativ gravekommunikation, som fortæller, hvor vi graver, og hvorfor vi gør det.

Vores kommunikation skal sikre, at strategiske samarbejdspartnere oplever et godt samarbejde og en professionel organisation. Borgerne skal opleve, at de er en del af kommunen, så de tager ansvar for udviklingen af kommunen og velfærden. Vi inddrager og fremmer samskabelse, så kommunens løsninger er i tråd med borgernes behov, og vi skal gøre brug af evalueringer, borgerpaneler og borgergrupper.

SÅDAN ARBEJDER VI MED FOKUSOMRÅDE 2

NÆRHED & INDFLYDELSE

Vi kommunikerer, hvor folk er. Målrettet kommunikation og digitalisering er med til at styrke oplevelsen af nærhed og indflydelse på egen livssituation.



INDSATSER

Borgerinddragelse og effektmålinger

Vi arbejder målrettet på at få borgernes holdninger til økonomiske prioriteringer frem og inddrage dem systematisk i udviklingen af **Velfærd på nye måder**.

Fremtidens borgerbetjening og digitalisering

Borgerne skal mere selv. Vi kommunikerer, hvor de er og arbejder med at guide dem de rigtige steder hen og hjælper dem med at navigere i den digitale verden.

Stednær kommunikation

Vi kommunikerer, hvor folk er ved intelligent brug af sociale medier, data fra web, geodata mv.

MÅL

Vi kommunikerer, hvor folk er og gør det nemt at være i kontakt med kommunen. Vi gør det nemt at se, hvordan kommunen bidrager til køgeområdets udvikling og hjælper borgere og virksomheder.

- Borgerne føler, at de er en del af kommunen og tager ansvar for udviklingen af kommunen og velfærden.
- Brugere oplever, at de bliver involveret i konkrete udviklingsprojekter, som berører deres hverdag.
- Berørte borgere og virksomheder oplever god information om grave- og anlægsarbejder og ændrede trafikforhold.

MÅLGRUPPER

Borgere og lokalt erhvervsliv, borger- og interessegrupper, lokalpresse.

KANALER

Direkte dialog og involvering, breve, sms, medarbejderkontakt med borgere, sociale medier, web/digitale løsninger, skilte, opslag, lokalpresse mv.


BUDSKAB

Vi skaber løsninger sammen.

FOKUSOMRÅDE 3

ARBEJDSPLADS I UDVIKLING





Køge Kommune er en kommunikerende organisation med et klart personalepolitisk grundlag, der bygger på stærke pejlemærker om åbenhed, ordentlighed, faglighed, ansvar og udvikling. Gennem kommunikation skaber vi sammenhæng, forståelse, dialog og stolthed over vores arbejdsplads.

Kendskab til fælles mål og prioriteringer er en forudsætning for, at vi kan trække i samme retning og kommunikere som én organisation. Alle har i dag adgang til intranettet som fælles vidensbank. Udfordringen er at nå ud til medarbejderne der, hvor de er og hente deres viden. Derfor skal intranettet suppleres med strategisk push-kommunikation og nye medier.

Ledelseskommunikation spiller en central rolle. Fremadrettet vil det mobile intranet og apps overtage, men indtil da vil et intelligent miks af video, infoskærme, tryk og Kjukken understøtte en mere dialogisk og engagerende kommunikation internt.

Det personalepolitiske grundlag skal bruges til rekruttering og fastholdelse af dygtige medarbejdere. Med det som afsæt skal nuværende og kommende medarbejdere præsenteres for vores pejlemærker og især forstå, at vi er en arbejdsplads, hvor man ikke bare kan udvikle sig personligt og fagligt, men hvor det forventes af én. Ved at kunne rekruttere dygtige medarbejdere og forblive fagligt fremme i skoene, nysgerrige og åbne, er vi forkant med fremtiden.

SÅDAN ARBEJDER VI MED FOKUSOMRÅDE 3

ARBEJDSPLADS I UDVIKLING

Vi styrker og retænker den interne kommunikation for at fremme engagement, viden og resultater blandt ledere og medarbejdere. Det personalepolitiske grundlag bruges aktivt til at fastholde og tiltrække nye medarbejdere.



INDSATSER

Fremtidens rådhus

Fremtidens rådhus er et kultur- og forandringsprojekt, der kræver en fælles fortælling og fælles ledelseskommunikation. Vi fjerner de mentale og fysiske skranke, vi skaber synergier og samarbejder på tværs. Opgaver, projekter og indsatser skal koordineres og kommunikeres bedre på tværs af forvaltninger og afdelinger.

Styrket intern kommunikation

Nærmeste leder er den vigtigste informationskilde i en organisation. Vi klæder lederne på, så de er godt rustet til at forklare de vigtigste beslutninger og prioriteringer over for medarbejderne. Medarbejdere skal kende til Køge Kommunes retning, mål og prioriteringer. Med løbende information fra og med MED-organisationen og et nyt dynamisk digitalt nyhedsbrev fra ledelsen, kommer den vigtigste information ud – også ud over intranettet.

Rekruttering og employer branding

Fælles fortælling og visuelt identitet om Køge Kommune som arbejdsplads skal styrke os i kampen om fremtidens medarbejdere.

 **MÅL**

Alle ledere og medarbejdere skal kende til Køge Kommunes udvikling, mål og prioriteringer og tage ansvar for kommunikationen.

- Strategiske samarbejdspartnere oplever et godt samarbejde og en professionel organisation.
- Medarbejderne kender retningen for Køge Kommunes arbejde og forstår, hvad det betyder for deres arbejdsområde.
- Medarbejderne oplever, at deres leder giver klar information, lytter og involverer.

 **MÅLGRUPPER**

Ledere, medarbejdere og potentielle medarbejdere.

 **KANALER**

Ledere, Direktionens nyhedsbrev, LinkedIn, Facebook, video, tryk, fysisk og visuel intern kommunikation, evt. infoscærme, apps eller lignende.

 **BUDSKAB**

Vi udvikler os sammen.

FÆLLES ANSVAR FOR KOMMUNIKATION

HVEM GØR HVAD?

Det centrale kommunikationsteam har til opgave at understøtte og udvikle kommunens professionelle kommunikation og rådgive Direktion og forvaltninger.

Kommunikation er en del af vores kernevirkksomhed, hvor der hver dag bliver kommunikeret. Alle medarbejdere og ledere har derfor ansvar for at tage del i vores fælles kommunikation.

Kommunikationsstrategien udgør rammen for kommunikationsarbejdet i Køge Kommune. Ledere og medarbejdere, som arbejder særligt med kommunikation, skal derfor kende strategien i dens helhed, mens vores kommunikationskodeks retter sig mod alle medarbejdere i organisationen.

- **Direktionen** sætter retning og sikrer de grundlæggende rammer om kommunikationen og tænker kommunikation ind i Direktionens eget arbejde.
- **Ledere** skal sikre, at kommunikation indgår i den daglige opgaveløsning, og at der sikres ressourcer og kompetencer til at varetage kommunikationen.
- **Medarbejdere** skal kommunikere på deres eget arbejdsfelt og i egne relationer. MED- og TR har her en særlig rolle.

HJÆLP TIL KOMMUNIKATION

I Kommunikation hjælper vi med rådgivning, planlægning og eksekvering af kommunikationsindsatser.

Kontakt os, hvis du har brug for sparring, hjælp og rådgivning om en kommunikationsindsats.

På Kjukken og koege.dk kan du læse mere og finde gode råd og værktøjer til din kommunikations-indsats.

EVALUERING

Kommunikationsstrategien følges op af en række handlingsplaner, som skal løfte strategien i praksis.

De enkelte forvaltninger udarbejder selv handlingsplaner for de enkelte fagområder.

Kommunikationsteamet vil løbende foretage målinger og evalueringer for at sikre, at kommunikationsstrategien lever op til de strategiske indsatser og mål.

FEM PRINCIPPER FOR GOD KOMMUNIKATION

1

Vi kommunikerer som én organisation

Vi samarbejder, koordinerer og deler viden på tværs af vores arbejdsområder og har en fælles grafisk identitet indadtil og udadtil.

2

Vi kommunikerer klart og målrettet

Vi skræddersyr vores kommunikation til målgruppen og kommunikerer, så det kan forstås både på skrift, i tale og i billeder.

3

Vi lytter og involverer

Vi ser kommunikation som en samtale mellem ligeværdige parter. Vi tager andres synspunkter alvorligt – også når de ser anderledes på tingene. Vi yder god service og lægger os i selen for at guide folk videre til løsninger og klare svar.

4

Vi fortæller, hvad vi gør og hvorfor

Vi fortæller proaktivt om, hvordan vi bidrager til områdets udvikling, om vores resultater og udfordringer. Derigennem er vi med til at øge kendskabet til kommunen, øge forståelsen for vores rolle i samfundet og de politiske beslutninger.

5

Vi sætter barren højt

Vi stiller store krav til os selv og vores kommunikation. Vi kommunikerer, hvor folk er, vi tør være kreative i vores udtryk og bruger tidssvarende medier og kanaler.

