

Kommunikationsstrategi for Odense Universitetshospital

Baggrund og forudsætninger

Mens visionen er, at Odense Universitetshospital skal fastholde sin status som et af tre hovedcentre for patientbehandling, -pleje, forskning og uddannelse i det danske sygehusvæsen, så er vilkårene, at hospitalets undersøgelse, pleje, behandling, forskning, udvikling sammen med den daglige drift, er under konstant påvirkning og i massiv fokus.

Det kommer bl.a. til udtryk i den nationale model for kvalitetsudvikling, i det tværamtslige samarbejde omkring web-portalen Sundhed.dk og i anbefalingerne fra rapporten ”Patientens møde med sundhedsvæsenet” samt i oplæggene vedrørende ”Det åbne amt”, ”Strategi for digital forvaltning” og ”Servicestrategien”.

Ifølge udviklingsplanen ”På sund Kurs” skal hospitalet til stadighed arbejde på at være patienternes foretrukne universitetshospital. Og da den oplyste patient i stigende grad vælger behandling og behandlingssted på baggrund af behandlingsresultater, ventetid og serviceniveau, og fremover i mindre grad efter geografiske forhold, stiller det helt specielle krav om at tydeliggøre, hvordan OUH lever op til disse krav.

Den øgede faglige specialisering samt den løbende omlægning af patientbehandlingen fra stationære til ambulante forløb forudsætter en ny måde at kommunikere på. Udfordringen ligger i at opnå den bedst mulige udnyttelse af den stadig kortere tid, personalet er i direkte kontakt med patienten.

På arbejdsmarkedet er kampen om medarbejderne for længst indledt, og det stiller store krav til Odense Universitetshospitals - både i forhold til at fastholde hospitalets nuværende medarbejdere og ikke mindst i bestræbelserne på at tiltrække nye.

Odense Universitetshospital har således en lang række interessenter, som påvirker - og bliver påvirket af - de tiltag hospitalet sætter i værk og af den omtale, disse får i offentligheden.

”Det offentlige rum” er vigtigt, fordi man her møder alle hospitalets interessenter – både de, som aktuelt har en direkte relation til stedet, og de som potentielt kunne få det. Et dårligt omdømme i den brede offentlighed kan medvirke til at skabe utryghed hos nuværende og kommende patienter og afholde kollegaer fra at søge et ledigt job her.

Hver for sig stiller disse udfordring krav til den måde, OUH kommunikerer på, og ansvaret for, at denne kommunikation foregår i åbenhed og dialog, påhviler alle dele af organisationen.

Formål

Formålet med en kommunikationsstrategi for OUH er at skabe overblik over holdninger, målgrupper, strategier og på den baggrund beskrive konkrete indsatsområder, der kan

- sikre at de politiske beslutninger og OUHs visioner, aktiviteter mv. kommunikeres effektivt og hensigtsmæssigt såvel internt som eksternt,
- skabe grundlag for at OUHs kerneydelser synliggøres overfor borgere og medarbejdere.
- støtte op om kommende tiltag vedrørende den elektroniske kommunikation som fx EPJ og Sundhed.dk.

Holdninger til kommunikation

Odense Universitetshospitals kultur skal bygges på en loyal, tillidsfuld, respektfuld og professionel kommunikation, som går på tværs af afdelinger, specialer og opgaveløsninger.

Kommunikation er et ledelsesansvar på lige fod med drift, økonomi og personaleledelse.

God kommunikation er en del af medarbejdernes dagligdag og er først fulden, når den enkelte medarbejder i organisation ikke kun kommunikerer ud fra egne holdninger og normer, men også er parat til at indgå i en dialog med omverdenen som ambassadør for OUH. Denne åbenhed gælder også, når Odense Universitetshospital mødes med kritik. Uanset hvor kritikken kommer fra, og om den umiddelbart er berettiget, modtages den og undersøges i fuld respekt for den anden part.

Grundlaget for god kommunikation er troværdighed. For at Odense Universitetshospital skal fremstå som et troværdigt hospital overfor medarbejdere, patienter og omverdenen, skal der være sammenhæng mellem det ønskede image, hospitalets kultur og omverdenens opfattelse af hospitalet. Derfor skal OUH til stadighed arbejde på at skabe sammenhæng mellem visionerne for vores image og den kulturelle virkelighed, der findes på hospitalet.

Omgivelsernes opfattelse af Odense Universitetshospital hænger naturligt sammen med, hvilke forventninger, der er til hospitalet, og hvad de reelt oplever i deres møde med hospitalet.

Odense Universitetshospital skal løbende informere patienter og offentlighed om hospitalets vilkår og muligheder, så omverdenens forventninger svarer til, de tilbud hospitalet yder.

Opgave- og ansvarsfordeling

Ansvar for, at Odense Universitetshospital lever op til kommunikationsstrategien, ligger ved Områdedelen, Chefgruppen og Afdelingsledelserne. Hvor det er relevant kan opfølgningen på indsatsområderne være en del af kontraktforhandlingerne.

Målgrupper

Odense Universitetshospital kommunikerer med en lang række interessenter blandt patienter, borgere, medarbejdere, politikere, leverandører, embedsmænd, forskere, samarbejdspartnere mv. For at målrettede kommunikationsindsatsen kategoriseres interessenterne i følgende fire målgrupper, som kommunikationsstrategien skal koncentreres om:

- **Kommunikation med patienterne**
- **Intern kommunikation**
- **Ekstern kommunikation**
- **Kommunikation med pressen.**

På trods af opdelingen er det ikke muligt helt at adskille kommunikationen, da målgrupperne overlapper og påvirkes af hinanden, og derfor er der ingen prioritering målgrupperne i mellem.

Hvor det er muligt og relevant, skal Odense Universitetshospital benytte de digitale værktøjer i kommunikationen med målgrupperne.

Kommunikation med patienterne

Målsætning

Information og dialog er en central del af hospitalets kerneydelse overfor patienter og potentielle brugere, og det indebærer bl.a. at patienter har krav på at få tilgodeset behovet for grundig og fyldestgørende information om sygdom, behandling og bivirkninger.

Kommunikationen skal tage udgangspunkt i at gøre patienten så tryk som mulig og afstemme forventningerne hos patienten, så de svarer overens med det tilbud, som Fyns Amts sygehusvæsen stiller til rådighed.

Omgangen mellem patienter og medarbejdere skal foregå i en respektfuld og ligeværdig atmosfære af åbenhed og ærlighed.

Strategi

Ansvar for kommunikationen med patienterne ligger hos hospitalets personale.

OUH tilslutter sig derfor de 20 anbefalingerne i rapporten *Patientens møde med sundhedsvæsenet - de mellem menneskelige relationer* (Bilag 1).

Dialog mellem patienter og personale er en væsentlig del af et patientforløb og har stor indflydelse på den patientoplevede kvalitet. Derfor skal informationen til patienterne være tilstrækkelig, præcis og rettidig, og præsenteres på en sådan måde, at patienterne kan føle sig trygge ved at påbegynde og gennemføre et behandlingsforløb.

Den indsats bliver stadig vigtigere i de kommende år, fordi korte indlæggelser kræver god og målrettet kommunikation. Jo bedre en patient er forberedt, desto lettere flyder kommunikationen med personalet i planlægningen og gennemførelsen af behandlingsforløbet, og desto bedre patienterne er informeret, jo bedre er de rustet til at håndtere mødet med de mange hospitalsmedarbejdere.

Derfor skal al relevant informationsmateriale stilles til rådighed – det vil sige udleveres eller være lettilgængelig for patienterne.

Personalet må samtidig skærpe opmærksomheden i forhold de patienter, som har behov for hjælp til at sortere i de mange oplysninger, det moderne informationssamfund stiller til rådighed. Det er vigtigt at hjælpe den gruppe patienter, der ikke selv magter at skaffe sig oplysninger – og måske endnu mindre læse og forstå dem.

Det er vigtigt, at indhold, sprog og layout i den skriftlige patientinformation er af høj kvalitet og målrettet til brugeren. Den skriftlige patientinformation skal til stadighed være opdateret og aktuel, og den skal være skrevet i et let forståeligt sprog. Samtidig skal OUHs grafiske linie overholdes.

Der tages i al kommunikationsvirksomhed udstrakt hensyn til borgere med syns-, læse-, høre- og /eller talehandicap samt fremmedsprogede.

I takt med at datasikkerheden tillader det, skal OUH være klar til at kommunikere elektronisk med de patienter, der ønsker denne kommunikationsform.

Odense Universitetshospital er åben for dialog med patientforeninger og er selv opsøgende i samarbejdet.

Indsatsområder

Kommunikation, medinddragelse og kontinuitet

- a) Anbefalingerne fra rapporten "Patientens møde med sundhedsvæsenet" diskuteres og implementeres efter de lokale forhold i afdelingerne. Anbefalingerne har fokus på den mundtlige kommunikation mellem personale og patienter/pårørende samt på at skabe rammer, struktur og en kultur i afdelingerne, der støtter op omkring kommunikationen.
- b) Afdelingerne skal integrere kommunikationsindsatsen i planlægningen af ethvert patientforløb. Information skal tænkes med gennem hele forløbet, så det opfylder patientens behov for information både før, under og efter et behandlingsforløb. Planlægningen skal også sikre sammenhæng mellem den mundtlige og skriftlige information.

Skriftlig patientinformation

- c) Områdeledelsens Sekretariat, Informationsgruppen har udarbejdet vejledende standarder for sproget i og opsætningen af patientforløbsprogrammer, patientinformation, indkaldelsesbreve m.v. og etablere elektroniske hjælpværktøjer, som gør det let at efterleve hospitalets grafiske linie. Ved behov tilbydes kurser til afdelingens personale i skriftlig formidling.
- d) Alle afdelinger skal beskrive og offentliggøre relevante patientforløbsprogrammer via ouh.dk, så patienter, pårørende og praksis sektoren har let adgang til informationerne.
- e) Afdelingerne skal jævnligt opdatere deres patientinformationer og sikre sig, at materialet er tilgængeligt på Internettet.
- f) Odense Universitetshospital skal understøtte, at informationen til og kommunikationen med patienterne udnytter de til enhver tid tilgængelige elektronisk muligheder, som fx udvikling af interaktiv patientinformation med lyd og billede til internet og CD-rom.
- g) Kommunikationen med handicappede skal styrkes. Blandt andet skal de elektroniske mediers mulighed for at inddrage lyd og billede udnyttes. Relevante patientforeninger inddrages i arbejdet.
- h) Patientinformationen til patienter af anden herkomst end dansk skal styrkes bl.a. med inddragelse af elektroniske medier, så brugen af lyd og billede kan hjælpe med at bygge bro mellem kultur- og sprogløfter. Samtidig skal der arbejdes hen imod, at alle relevante patientinformationer bliver oversat til de mest anvendte fremmedsprog.

Intern kommunikation

Målsætning

Målsætningen for den interne information er aftalt i Område MED-udvalgets ”Politik for intern information på Odense Universitetshospital” (bilag 2):

Målet med Odense Universitetshospitals informationspolitik er, at medarbejderne

- er velinformede, fordi viden og indsigt giver medarbejderne de bedste vilkår for at udføre deres job på en tilfredsstillende måde og for at indgå som værdifulde samspilspartnere for hospitalets ledere på alle niveauer.
- oplever sig hørt og inddraget i beslutningsprocesserne.
- føler sig i stand til at fremstå som troværdige ambassadører for Odense Universitetshospital.

Odense Universitetshospitals informationspolitik omfatter alle former for intern information og gælder for alle ledere og medarbejdere.

Strategi

Det er lederens ansvar, at de nødvendige rammer for dialog og informationsudveksling er til stede. Samtidig skal den enkelte ansatte også selv være opsøgende i forhold til den information, som er relevant for netop den funktion, han/hun varetager på hospitalet.

Ledere skal have de kommunikative kompetencer, der gør dem i stand til at informere deres medarbejdere på tilfredsstillende vis.

Indsatsområder

Uddannelse og kompetenceudvikling

- a) Udvikling af de kommunikative kompetencer skal indgå i hospitalets lederudvikling, således at alle funktionsledere tilbydes undervisning i konkrete kommunikationsværktøjer, der kan bruges i hverdagen.

Tilgængelig information

- b) Information om hospitalets drift og vilkår skal være let tilgængelig både på OUHs intranet og i papirversion.
- c) Medarbejdere og ledere skal hurtigst muligt have indsigt i verserende sager, der diskuteres eksternt, og som involverer hospitalet.

Elektroniske medier

- d) OUHs intranet er et medie til hurtig og rettidig informations- og vidensformidling, og skal derfor udbredes og udnyttes så meget, som det er muligt.
- e) Den interne elektroniske information og videndeling skal sammen med den digitale forvaltning styrkes:
 - Alle centrale referater fra ledergruppemøder, faglige komite-møder, MED-udvalg og lignende gøres tilgængelige via intranettet.
 - Afdelingerne lægger alt materiale, som kan have fælles interesse, på intranettet - fx kliniske vejledninger, faglige procedurer, e-blanketter etc.
 - Intranettets tilbud med dialogfora skal udnyttes – både som generelt tilbud til alle og til afgrænsede interesseområder.
 - E-mail skal internt erstatte papirbårne breve og meddelelser, hvor det er muligt.

- Medarbejdernes adgang til og kompetencer i at deltage i den elektroniske kommunikation skal styrkes. Der skal tilbydes den nødvendige instruktion i brugen af de elektroniske medier.

Trykte medier

- f) Den interne information sker fortsat også gennem skriftlige medier, der sendes til ledere og medarbejderne. Personalebladet impuls udkommer månedlig og informerer samtlige medarbejdere om hospitalets drift og vilkår.

Ekstern kommunikation

Målsætning

Odense Universitetshospitals eksterne kommunikation skal:

- give borgerne mulighed for indsigt
- sikre at hospitalets budskaber effektivt kommer ud til udvalgte målgrupper
- skabe betingelser for kvalificeret dialog med relevante interessenter
- medvirke til at fastholde hospitalets gode omdømme.

Et godt omdømme går hånd i hånd med kvalitet, og kvalitet handler også om god service, åbenhed, samarbejde og målrettet kommunikation. Kvaliteten af hospitalets arbejde skabes således både gennem det, vi udretter, og den måde vi kommunikerer med brugerne og andre interessenter på.

Kommunikation med borgerne består bl.a. af den direkte kontakt samt tilgængeligt skriftligt informationsmateriale.

En anden væsentlig kommunikation er medarbejdernes daglige samarbejde med interessenter i fx det politiske niveau, erhvervslivet og pressen samt samarbejdspartnere i fx primærsektoren, patientforeninger og andre amter.

Strategi

Odense Universitetshospital skal sørge for, at relevante informationer om hospitalets opgaver, mål, drift og vilkår er tilgængelige for offentligheden primært via www.ouh.dk.

Odense Universitetshospital skal være en åben samarbejdspartner for borgerne og politikerne, og hospitalet skal indgå proaktivt i relevante dialoger og diskussioner på sundhedsområdet.

Borgerne har krav på god service og betjening, når de kontakter Odense Universitetshospital og det gælder - uanset status, ærinde eller personlighed - både hvis man henvender sig personligt, telefonerer eller kontakter hospitalet elektronisk.

Hvor datasikkerheden tillader det, kommunikerer OUH elektronisk med de borgere, politikere, samarbejdspartnere mv., der ønsker denne form for kommunikation.

Det skal være let at finde rundt på hospitalet, uanset om indgangen er bygninger, adresser, telefonnumre eller web-sted.

Den kommunikation, som finder sted mellem den enkelte medarbejder og brugerne/borgerne er vigtig. Det gælder både for konkrete informationer om en bestemt ydelse og generelt i forhold til Odense Universitetshospital omdømme som hospital og arbejdsplads. Medarbejderne er derfor også uden for arbejds-

tiden vigtige ambassadører for Odense Universitetshospital. Gennem OUHs interne informationspolitik forpligter hospitalet sig til at give medarbejderne mulighed for at varetage rollen som hospitalets ambassadører.

Indsatsområder

Kvalitet og åbenhed

- a) Hospitalets eksterne kommunikation skal tilpasses de relevante målgrupper, både hvad angår indhold, sprog og layout, og alt skriftligt materiale skal følge OUHs grafiske linie.
- b) Alt skriftligt borgerrettet materiale, generelle rapporter og information om drift, vilkår, retningslinier, rettigheder mv. publiceres i elektronisk version på OUHs hjemmeside. Materialet skal også kunne rekvireres i papirformat.

Service og tilgængelighed

- c) Odense Universitetshospital skal være let at finde og finde rundt i. Derfor erstattes de medicinske afdelingsnavne over en periode med danske betegnelser, og den korrekte måde at skrive afdelingsbetegnelserne på skal aftales/vedtages, så de fremstår ens uanset hvilket medie, de præsenteres i.
- d) Der skal sættes fokus på god telefonkultur, og servicemålet for området skal som minimum indeholde krav om, at alle telefonopkald i åbningstiden besvares hurtigt, at den som tager telefonen identificerer sig, og at et eventuelt forkert nummer forsøges guidet videre til rette bestemmelsessted.

Valg af medier

- e) Odense Universitetshospital skal fortsat bruge eksisterende medier så som ”Vision”, pressemeddelelser og internettet i sin eksterne kommunikation. Brugen af medier skal til stadighed udvikles og tilpasses udviklingen indenfor de elektroniske medier.
- f) Odense Universitetshospital går nye veje inden for dialogen og inviterer patienter, borgere og andre interesserede til Patientens Dag ca. hvert andet år.

Kommunikation med pressen

Målsætning

Odense Universitetshospital ønsker at pleje sit omdømme og få sine budskaber ud til offentligheden. Det gøres gennem grundig information og en god dialog med alle interessenter – og her spiller samarbejde med pressen en vigtig rolle.

Derfor er det vigtigt, at hospitalets ledere indgår i et åbent samarbejde med pressen. Massemedierne i bred forstand har stor betydning for, hvordan både politikere, borgere, patienter og medarbejdere opfatter Odense Universitetshospital.

Strategi

Et godt samarbejde med pressen er afhængigt af, at OUH er imødekommende, når en journalist henvender sig. Samtidig skal hospitalets medarbejdere være proaktive, så hospitalet som institution selv henvender sig.

der sig til pressen, når det er relevant. Således skal pressen altid inviteres, når der holdes arrangementer, der kan have offentlighedens interesse.

Alle medarbejdere kan i princippet udtale sig til pressen, men udtaler man sig på hospitalets vegne, kan det alene ske i forhold til temaer, som relaterer til ens kompetenceområde. Nærmeste leder underrettes i forbindelse hermed.

Afdelingerne skal kontakte Informationsgruppen i Ledelsessekretariatet, når der er anledning til at udsende pressemeddelelser om emner og hændelser, der kan være af interesse for offentligheden og/eller profilere Odense Universitetshospital. Informationsgruppen vil derpå i samarbejde med den pågældende afdeling udarbejde og udsende pressemeddelelsen samt sikre, at afdelingsledelse, centerchef og områdeledelse har kendskab til pressemeddelelsen, inden den udsendes.

Ikke alle emner er lette at håndtere i "det offentlige rum". Eksempler på vanskelige sager kan være nødvendige, men upopulære beslutninger eller fejl begået af medarbejdere på OUH. I de tilfælde tager OUH selv initiativ til at kontakte pressen for at få mulighed for straks at bidrage med en korrekt fremstilling af sagen og for at forhindre, at upræcis eller fejlagtige oplysninger får lov til at fremstå uimodsagt.

Det er vigtigt, at hospitalet har en form for "presseberedskab", så ledelsen i alle situationer kan indgå i et samarbejde med pressen.

Indsatsområder

Åbenhed

- a) Medarbejdere ved Odense Universitetshospital hjælper altid journalister med at finde frem til den rette person, der har kompetence til at udtale sig.
- b) Alle pressemeddelelser og officielle udtalelser fra OUH offentliggøres på hospitalets hjemmeside.
- c) Det skal være en fast rutine for hospitalet ledere og medarbejdere i det daglige arbejde at overveje, om en hændelse eller en aktivitet er relevant at informere pressen om.
- d) Henvendelser fra pressen skal principielt besvares samme dag. Det skal altid være muligt at finde en person fra område-, center- eller afdelingsledelser, der kan udtale sig på OUHs vegne i en bestemt sag.

Intern rådgivning og kompetenceudvikling

- e) Informationsgruppen i Ledelsessekretariatet rådgiver om enhver form for pressekontakt og yder bistand i forbindelse med udsendelse af pressemeddelelse m.m.
- f) Ledelsessekretariatet stiller et "presseberedskab" til rådighed, der skal sikre, at OUH på det kommunikative område er forberedt i uforudsete krisesituationer ("worst case scenario"). "Presseberedskabet" skal tydeliggøre, hvordan hospitalet forholder sig på det kommunikative område både internt og eksternt i kritiske situationer.
- g) Pressekontakt skal indgå i hospitalets lederuddannelse.
- h) Pjecen "Vejledning om pressekontakt" revideres i forhold til den vedtagne Kommunikationsstrategi.

