

## Kommunikationsstrategi

### Formål og udbytte

Kommunikationsstrategien for Ikast-Brande Kommune bygger som udgangspunkt på fire principper:

1. Interessentanalyse
2. Rækkefølge for kommunikation
3. Ansvar
4. Metode

Formålet med kommunikationsstrategien er, at:

- skabe klarhed og tryghed for de involverede interessenter
- sikre fundamentet for en gensidig tillid interessenterne imellem

Og således bidrage til at de tre kommuner opleves som én kommune

Det konkrete udbytte af strategien skal være, at:

- der informeres korrekt
- der informeres rettidigt
- der informeres differentieret i forhold til de forskellige målgrupper
- interessenterne er velinformerede
- der via strategien skabes et overblik over hvordan den samlede proces vil forløbe og vished om hvor vi befinder os "nu"
- interessenterne har bredt ejerskab til forandringsprocessen og agerer som medspillere

### 1. Princip, Interessentanalyse

Det er et princip, at selve sammenlægningsprocessen og ethvert projekt herunder skal indeholde en indledende interessentanalyse. Forpligtigelsen for interessentanalysen påhviler til enhver tid den/de projektansvarlige.

Analysen skal sikre, at de parter der berøres holdes orienteret, bliver hørt, får mulighed for indflydelse i relevant omfang.

Overordnet har sammenlægningsprocessen følgende seks interessenter: (se bilag 1)

1. Politikere
2. Ledere
3. Medarbejdere
4. Borgere (bredt anskuet, herunder også brugere og brugerbestyrelser)
5. Leverandører/samarbejdspartnere
6. Pressen

## 2. Princip, Rækkefølge for kommunikation

Det er et princip, at kommunikation skal bestræbes på at ske i en rækkefølge som bygger på, at jo tættere man er på beslutningsprocessen, jo før skal man informeres.

Her udover gælder, at enhver kommunikation skal ske rettidigt, hvilket vil sige så hurtigt som praktisk mulig, og samtidig i hele den nye kommune så vidt mulig.

Interne (Politikere, ledere og medarbejdere) og eksterne (leverandører/samarbejdspartnere og pressen/borgere) interessenter har i politiske emner ikke nødvendigvis samme prioritet. I politiske emner er det op til politikerne at vurdere om f.eks. pressen skal informeres samtidig med "den interne presse".

## 3. Princip, Ansvar

Det er et princip, at ansvaret for kommunikationen følger linjeorganisationens almindelige kompetencestige. Det vil sige, at ansvaret for hvem der informerer hvem, kan opstilles som følger:

- Politikere holdes orienteret af borgmestrene
- Lederne holdes orienteret af direktionerne
- Medarbejderne holdes orienteret af direktionerne på et overordnet niveau og af lederne på detailniveau
- Pressen/borgere holdes primært orienteret af borgmestrene sekundært af øvrige politikere vedrørende politiske emner.
- Pressen/borgere holdes primært orienteret af den administrative styregruppe vedrørende forandringsprocessen hen mod ny Ikast-Brande Kommune.

## 4. Princip, Metode

Det er et princip at kommunikationen skal ske differentieret og målrettet de forskellige interessenter.

Det betyder, at enhver kommunikation skal ske i forhold til målet for kommunikationen og i forlængelse heraf, på hvilken måde der mest hensigtsmæssigt kommunikeres med de givne interessenter således at målet nås.

Som udgangspunkt kan opstilles to yderpunkter for kommunikationsform:

- Formel massekommunikation
- Uformel og personlig kommunikation

Grundreglen er, at jo tættere på beslutningsprocessen jo mere uformel og personlig skal kommunikationen være, og omvendt.

Eksempler på kommunikation i forhold til de to yderpunkter kan ses i tabellen herunder.

Mål for kommunikation	Effektivitet	Medier
Skabe opmærksomhed	Formel massekommunikation	Reklamer, taler, mail-kampagner
Informere		Annoncer, brochurer, intranet, nyhedsbreve
Skabe forståelse og klargøre	Uformel og personlig kommunikation	Stormøder, videoer, bøger
Skabe accept og relevans		Afdelings- og teammøder, personlige breve
Involvare og skabe handling		Personlig dialog, medarbejdersamtaler

### Medie-oversigt

I forbindelse med sammenlægningsprocessen anvendes følgende eksterne massemedier:

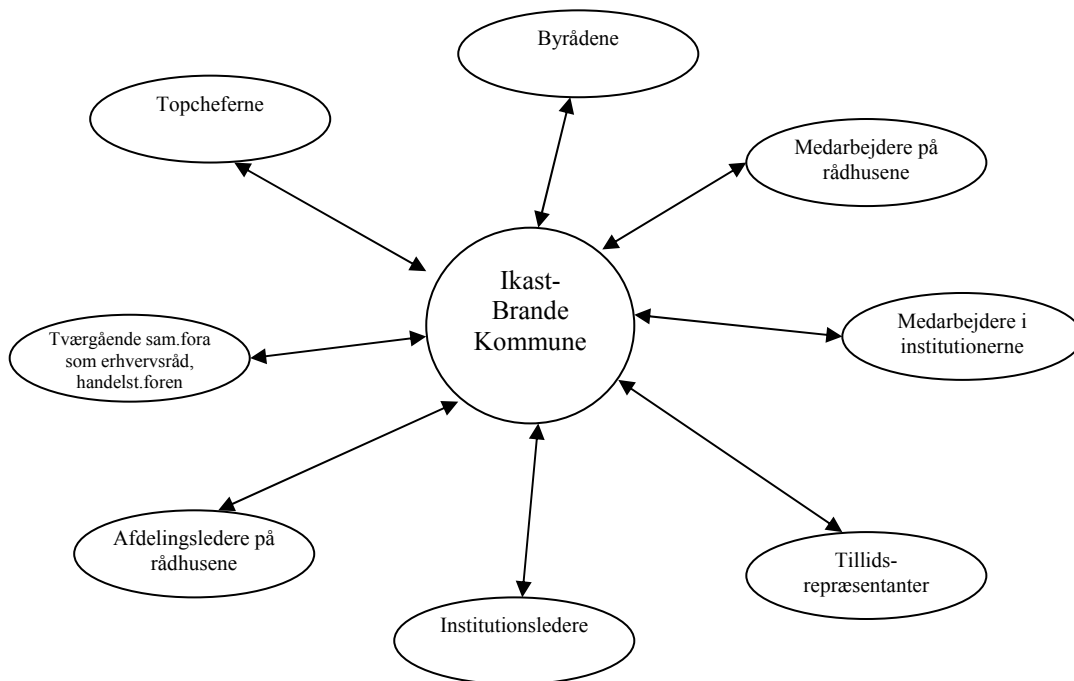
Type	Annoncering	Pressemeddelelser/presse møder	Dagsordner/mødereferater
<b>Medie</b>	Brande Bladet Den Lille Avis Ikast Avis	Brande Bladet Den Lille Avis Herning Folkeblad Horsens Folkeblad Vejle Amts Folkeblad Ikast Avis Midtjyllands Avis Herning Bladet Metro Ekspres Urban TV-Syd TV-Danmark TV-Midt/Vest Danmarks Radio Midt/Vest Radio Midtguld Kanal 94 Vejle Højderygens Lokalradio	Brande Bladet Den Lille Avis Ikast Avis Herning Folkeblad Horsens Folkeblad Vejle Amts Folkeblad Midtjyllands Avis Radio Midtguld Højderygens Lokalradio

.. og følgende interne/eksterne medier

Medie	Anvendelse/hyppighed
Nyhedsbrev	Udkommer efter hvert politisk styregruppemøde
E-mail	Akut information Løbende informationer (Nørre-Snede)
Intranet (Ikast og Brande) (på sigt fælles intranet?)	Løbende/daglig information, nyheder, referater,
Personaleblad	Historiefortælling. Kulturskabende
Events	f.eks. fælles fejring af milepæle
Dialogmøder	"på-vej-hjem møde/på-vej-på-arbejde møde"
Fast punkt på møder	f.eks. på MED-møder, direktionsmøder, ledermøder, personalemøder
Netværk på tværs af kommuner	f.eks. ledernetværk, faglige netværk
Fælles hjemmeside	Mødereferater, generel information til eksterne interessenter.
Pjecer, husstandsomdelt avis	Generel information

Borgermøder, borgerpanel, brugerråd	F.eks. dialogmøder, høringer, mv.
--	-----------------------------------

Interessenter - Internt



Interessenter - Eksternt

