



KONCEPTER  
I SLOTS- OG EJENDOMSTYRELSEN

# Kommunikations- strategi

Juni 2005



Finansministeriet  
Slots- og  
Ejendomsstyrelsen

# Kommunikationsstrategi

## Mission

Den eksterne kommunikation skal sikre, at Slots- og Ejendomsstyrelsen (SES) kendes og anerkendes for sin kompetence, og den skal bidrage til, at SES i kraft af sit omdømme opnår den størrelse og markedsposition, som ønskes. Kommunikationen skal:

- markedsføre de kommercielle aktiviteter på kontorområdet og bidrage til, at de forretningsmæssige mål nås
- formidle de statslige slotte og haver, så de bliver kendt og brugt som national kulturarv med rekreative værdier
- internt i organisationen og i Finansministeriets koncern understøtte SES' mål om videndeling, samarbejde på tværs og effektiv opgaveløsning.

Det overordnede mål for kommunikationen er, at SES' image (omverdenens opfattelse) svarer til SES' profil (ønskede omdømme). Den primære forudsætning for, at det lykkes, er imidlertid, at SES i kraft af sin opgaveløsning lever op til sin profil. Kommunikation hverken kan eller skal bruges til at pynte på faktiske forhold.

### SES' profil:

- SES skaber merværdi for staten og for samfundet.
- SES understøtter den statslige opgaveløsning ved at optimere statens og de enkelte statsinstitutioners lokale løsninger på markedsvilkår.
- SES bevarer, udvikler og nyttiggør statens slotte og haver for at optimere samfundets og de enkelte borgeres nytte af denne betydningsfulde del af kulturarven.
- SES er en moderne ledet kunde- og brugerorienteret organisation, som forvalter fast ejendom ud fra hensynet til de brugere, som skal benytte dem, og til samfundet som helhed.
- SES er en del af Finansministeriets koncern – er loyal overfor sin ejer og åben overfor den store offentlighed

## Vision

Kommunikation og markedsføring i SES skal være en tovejsproces. Vi skal løse vores opgaver i dialog med ejer, kunder og brugere, indgå strategiske partnerskaber og deltage i netværk med de bedste. Den interne kommunikation skal sikre, at SES opleves som en åben og lydhør arbejdsplads af såvel eksisterende som potentielle medarbejdere.

Samlet set skal kommunikations- og markedsføringsindsatsen bidrage til, at SES bliver kendt som:

- de statslige institutioners foretrukne samarbejdspartner omkring fast ejendom, der kan konkurrere med private udbydere på ejendomsmarkedet
- en højt kvalificeret kulturforvalter
- en attraktiv arbejdsplads

## Strategi

SES' kommunikationsindsats skal i et og alt tilrettelægges, så den understøtter SES' overordnede mission, vision og strategi, og så den bidrager til det overordnede kommunikationsmæssige mål: at SES' image svarer til SES' profil.

De konkrete kommunikationstiltag målrettes de relevante interessentgrupper, så kommunikationen er så effektiv som muligt og opleves som vedkommende af modtagerne. Herunder planlægges valg af medier/kommunikationskanaler i forhold til budskab og interessentgruppe.

Endvidere tilrettelægges de konkrete tiltag således, at de er målbare, så effekten af et specifikt kommunikationstiltag kan dokumenteres. Disse strategiske sigtelinier for SES' kommunikation er konkretiseret i denne kommunikationsstrategi. Kommunikationsstrategien SES' kommunikationsstrategi beskriver med udgangspunkt i de fire BSC-perspektiver, hvordan SES skal tænke i bevidst i kommunikation i relationen til de meget forskelligartede interessenter. Strategien omfatter al kommunikation i SES, internt og eksternt - mundtligt og skriftligt - og via alle medier. Strategien gælder alle i SES. Kommunikationsstrategien er dynamisk og skal til enhver tid tage udgangspunkt i SES' aktuelle strategi (BSC). Kommunikationsstrategien suppleres af konkrete handlingsplaner, som er koordineret med resultatkontrakten og enhedskontrakterne.

## God kommunikation i SES

Selvom SES' interessenter er meget forskellige, er der nogle generelle principper for god kommunikation, som det altid er godt at følge:

- At give god service ved henvendelser – SES skal være let at få adgang til
- At kommunikere åbent, ærligt og seriøst
- At formulere sig kort, klart, præcist og direkte – i såvel skrift som tale (undgå kancellisprog)
- At undgå floskler og selvfølgeligheder
- At sætte sig ind i modtagerens informationsbehov, så disse behov så vidt muligt opfyldes, uden at modtageren overfodres med informationer
- At sætte sig ind i modtagerens forudsætninger, det vil fx sige at være bevidst om modtagerens forhåndskendskab til emnet – en overvurdering af forudsætningerne fører let til indforståetheder og uforståelig tale, mens en undervurdering let fører til, at modtageren føler sig "talt ned til"
- At informere alle, som en information er relevant for og alligevel økonomisere med informationen – undgå at "skyde med spredehagl"
- At formulere sig venligt og respektfuldt
- At undgå negativ omtale af tredjemand
- Endelig kan man i de fleste kommunikationssituationer drage fordel af et grundprincip fra journalistikkens verden, nemlig at servere hovedbudskabet først og herefter uddybe budskabet trin for trin.

Alle skal desuden være opmærksomme på de særlige krav til kommunikation, som har at gøre med, at SES er en offentlig myndighed. SES' skriftlige kommunikation, internt som eksternt, er som udgangspunkt offentlig. Derfor bør man undgå en personlig/indforstået kommunikationsstil, som måske er gangbar i den personlige relation mellem afsender og modtager men uforståelig for udenforstående, fx i forbindelse med, at der gives aktindsigt.

## Kommunikation med de enkelte interessenter

I forhold til **ejeren** (ministeren, departementet) skal SES bl.a.:

- altid levere hurtige, korrekte besvarelser, bidrag mv.
- informere om sager, der har eller kan få et politisk indhold
- formidle SES' kompetence og resultater

**SES skal i forhold til offentligheden:**

- være åben og serviceminded
- sikre tilgængelighed til information – også for mennesker med handicap
- give adgang til informationer om SES' mål for borgerservice samt om i hvilken grad SES lever op til disse krav
- illustrere nytteværdien af SES via konkrete historier

**I forhold til pressen skal SES bl.a.:**

- aktivt og systematisk benytte pressen som kanal for styrelsens budskaber
- besvare spørgsmål fra pressen så hurtigt og kompetent som muligt
- koordinere besvarelsen af pressehenvendelser centralt
- henvende sig professionelt til pressen, dvs. med udgangspunkt i viden om medierne og deres behov

**I forhold til nuværende og potentielle kunder og brugere skal SES bl.a.:**

- være serviceminded og huske på, at SES er til for kunderne og brugere
- fortælle om de fordele, der er ved at være kunde/bruger hos SES
- sikre, at den information, som kunder og brugere oplever som mest relevant, er nemt tilgængelig for dem

**I forhold til nuværende og potentielle besøgende skal SES bl.a.:**

- fortælle om de slotte og haver, SES administrerer – både som kultur- og arkitekturhistoriske klenodier og som en levende del af nutiden
- sikre, at den stedlige information signalerer professionel varetagelse af kulturværdierne
- informere konsekvent om større lokale projekter samt projekter, som er umiddelbart synlige, og som derfor vil generere et informationsbehov

**I forhold til samarbejdspartnere og private leverandører skal SES bl.a.:**

- føre en tæt og åben dialog og skabe gode netværk inden for alle relevante fagområder såsom ejendomsdrift, bygningsbevaring, havekunst, kulturformidling, turisme mv.
- tage konkret stilling til og indarbejde krav om private rådgiveres og entreprenørers kommunikationsforpligtelser i forhold til SES i forbindelse med udliciteringer og kontraktarbejde

I forhold til **medarbejderne** skal SES bl.a.:

- sikre, at medarbejdere får direkte informationer om forhold, der vedrører dem
- inddrage medarbejderne aktivt i udviklingen af SES som arbejdsplads
- give medarbejderne nem og hurtig adgang til opdaterede og relevante informationer
- sørge for, at decentralt placerede medarbejdere får opfyldt deres informationsbehov i samme grad som de øvrige medarbejdere
- formidle information fra de decentrale afdelinger til resten af SES
- bidrage til styrkelse af den interne kommunikation på koncernniveau

## At tænke kommunikation ind i det daglige arbejde

Vi har alle et fælles ansvar for kommunikationen i SES – og alle skal tænke kommunikation ind i den daglige opgaveløsning. Kommunikation indgår fremover som et fast element i projektbeskrivelser og miniprojektbeskrivelser.

Om ansvaret for kommunikation i konkrete sammenhænge gælder det generelt, at det følger ansvaret for en sag - men der eksisterer en gensidig initiativpligt mellem de fagligt ansvarlige og Kommunikationsenheden.

Kommunikationsenheden er SES' centrale kommunikationskompetence og stiller sig til rådighed for hele organisationen med bistand og rådgivning indenfor kommunikation. Har du spørgsmål til kommunikationsstrategien, så kontakt Kommunikationsenheden.

# KONCEPTER

I SLOTS- OG EJENDOMSSTYRELSEN

Slots- og Ejendomsstyrelsens (SES') koncepter dækker over en række af styrelsens politikker, strategier mv. Koncepterne omhandler mange forskellige grene af Slots- og Ejendomsstyrelsens arbejde, men fælles for dem er, at de alle kan betegnes som overordnede retningsgivende dokumenter i forhold til vores arbejdsområder. Alle koncepter indledes med en Mission, Vision og Strategi for det enkelte koncept samt en direkte relation til styrelsens strategi, som den er udtrykt i vores strategikort, som er udviklet efter Balanced Scorecard-modellen. På den led tydeliggøres det i hvert enkelt koncept, hvordan og på hvilke områder konceptet understøtter SES' overordnede strategi.

## Om Slots- og Ejendomsstyrelsen

### Mission

Slots- og Ejendomsstyrelsen er en landsdækkende statslig ejendomsvirksomhed. Kernen i virksomheden er at forsyne staten med fremtidssikrede kontorarbejdspladser samt at bevare og nyttiggøre statens slotte og haver.

### Vision

Slots- og Ejendomsstyrelsen skal være en innovativ og professionel statslig ejendomsvirksomhed, som er det naturlige sted for opgaveløsning vedr. statslige ejendomme. Slots- og Ejendomsstyrelsen skal optimere samfundets nytte af statens slotte og haver.



Slots- og Ejendomsstyrelsen  
Løngangstræde 21  
1468 København K

Tlf.: 33 92 63 00  
e-mail: [sesmail@ses.dk](mailto:sesmail@ses.dk)  
Hjemmeside: [www.ses.dk](http://www.ses.dk)