

## Høringsvar budget 2024:kommunikationsteamet

-Konsekvenser af reduktion i bistand til kommunikationsopgaver og generel reduktion i kommunikationsindsatsen.

### **Borgerne bliver de store tabere**

De seneste års arbejde med at styrke samarbejdet om kommunikation imellem kommunikationsafdelingen og centrene vil gå tabt. Konsekvensen er en betydelig forringelse af kvaliteten og omfanget af kommunikation til borgerne på grund af:

- Ingen eller meget lidt koordinering af informationer og kommunikation
- Færre kanaler vil indskrænke størrelsen af målgrupper og antallet af borgere, vi kan nå ud til
- Større risiko for fejl og lav kvalitet ved hurtig og begrænset produktionstid

### **Mindre kommunikation giver øget pres på andre kommunale medarbejdere**

Mindre tid til proaktiv kommunikation medfører øget forbrug af øvrige medarbejdernes tid i form af flere telefoniske og skriftlige henvendelser fra borgerne, for eksempel om vejarbejde, snerydning, tilbud til sårbare borgere, ændring i skatteregler og skoleindskrivning.

### **Den effektive fortælling om Rebild vil forsvinde**

De seneste års arbejde med at styrke fortællingen om Rebild igennem positive hverdagshistorier vil gå tabt. Branding af kommunen og derigennem tiltrækning af turister, fastholdelse af borgere og øget bosætning er dybt afhængig af, at der arbejdes aktivt og effektivt med fortællingen om hvad Rebild kan tilbyde.

I en tid, hvor Rebild Kommune skal spare drastisk på en række områder – også på kernevelfærden – er det ekstremt vigtigt, at der er fokus på at fortælle om de tilbud, kommunen har; om det, der fungerer, og det, der går godt. Det er selvsagt lige så vigtigt, at der er mandskab til at fortælle om, hvordan vi arbejder for at forbedre det, der ikke går så godt. Konsekvensen af manglende information til borgerne og kommunikation med borgerne (potentielle som herboende) kan nemt blive, at vi mister vores tiltrækningskraft som bosætningskommune. Men - endnu mere alvorligt – de borgere, der bor her i forvejen og betaler skat og er aktive frivillige, begynder at søge mod andre kommuner, hvor der er mere "overskud" til at imødekomme deres behov.

### **De negative historier vil dominere fortællingen om Rebild**

Færre penge til annoncering i for eksempel ugeaviser og sociale medier samt reduktion i PR-indsatsen og andre gratis formidlingsformer medfører automatisk et drastisk fald i informationen til borgerne og Rebild Kommunes brand forringes. De negative historier kommer af sig selv og kommer både til at dominere fortællingen og vil blive styrket for hver gang, de ikke bliver modsagt.

Pressen opsøger i udgangspunktet sjældent selv positive historier. Deres arbejdsmetode er at modtage tips fra utilfredse borgere og at monitorere sociale medier for at opsnuse "brændpunkter". Det er Rebild Kommunes egen opgave at fodre pressen med fordelagtige dagsordener via pressemeddelelser, brug af netværk og sociale medier. Lader vi i stedet pressen sætte dagsordenen, kan vi altså fremover forvente historier af mere negativ karakter – og vi vil så skulle håndtere historierne på bagkant i stedet for at have serveretten.

### **Kommunikation er altid vigtig – men særligt i krisetider**

Kernefunktionen i kommunikation er at fokusere på og formidle de kvaliteter, tilbud og værdier, der er til rådighed. Det skaber fællesskab, sammenhold og begejstring, som er en essentiel drivkraft for udvikling, der bringer os igennem og ud af krisen.