

A man and a woman are shown from the chest up, looking upwards and reaching their hands towards a large, white, stylized outline of a leaf that is part of a larger graphic in the top left corner. The background is a solid yellow color. The woman is on the left, wearing a light-colored sweater, and the man is on the right, wearing a light-colored t-shirt. The overall mood is positive and collaborative.

Kommunikationsstrategi

Hvem har ansvaret for kommunikation?
Det har vi allesammen.

Rebild
KOMMUNE

INDHOLD

- Den fælles fortælling
- De tre temaer:
 - Vi kommunikerer troværdigt og transparent*
 - Vi kommunikerer modtagerorienteret og værdiskabende*
 - Vi kommunikerer strategisk og understøtter visionen*
- Hvem kommunikerer vi med?
- Hvor kommunikerer vi?
- Roller og ansvar



KOMMUNIKATION

Denne strategi sætter rammen for kommunikationsarbejdet i Rebild Kommune.

Den strategiske kommunikation tager udgangspunkt i byrådets vision og mål for Rebild Kommune. Den fælles fortælling giver en fælles retning i kommunens kommunikation.

Strategien skal kendes og bruges af alle medarbejdere og ledere i organisationen både i den interne og eksterne kommunikation.

Strategien skal sikre, at kommunikation er en naturlig overvejelse i enhver opgave, vi løser.

Den skal gøre det nemmere at vurdere, hvornår og hvad der skal kommunikeres.

KOMMUNIKATIONSVÆRKTØJSKASSE

Kommunikationsstrategien understøttes af en kommunikationsværktøjskasse, som findes på kommunens intranet, Skoven.



DEN FÆLLES FORTÆLLING

- MED AFSÆT I VISON 2035

”

Rebild Kommune ligger midt i naturen og tæt på storbyen. Vi er en lille, tryk kommune og vi har stor tillid til hinanden. Vi har nære og stærke fællesskaber med plads til alle i et aktivt forenings- og kulturliv, drevet af lokale kræfter.

I Rebild Kommune tager vi ansvar for at skabe rammerne for levende lokalsamfund, store som små. Vi ser sammenhænge på tværs og udvikler i fællesskab. Med udgangspunkt i naturens mange muligheder, udvikler vi de lokale samfund for at understøtte et sundt og aktivt liv, både for den enkelte borger, for foreningerne og for vores erhvervsliv. Vi fremtidssikrer vores velfærdstilbud, så de er økonomisk, miljømæssigt og socialt bæredygtige, som fundament for det gode liv i Rebild Kommune.

”

– **Sammen** udvikler
vi Rebild

PEJLEMÆRKER

NATUR

Vores enestående natur er et perfekt rum for udfoldelse og rekreative oplevelser. Det fortæller vi om for at tiltrække turister og nye borgere og for at styrke glæden ved at bo her.

MANGFOLDIGHED

I Rebild Kommune mødes land- og bylivet. Vi fremhæver styrken i mangfoldigheden blandt vores befolkning og i vores kultur.

SAMMENHÆNGSKRAFT

Vi vil medvirke til, at alle borgere, uanset alder, har let adgang til kommunens fællesskaber.

TEMA

VI KOMMUNIKERER TROVÆRDIGT OG TRANSPARENT

Som kommune er vi afhængige af, at borgerne har tillid til os. En troværdig og transparent kommunikation er et væsentligt skridt på vejen til denne tillid.



VORES MÅL

- At opbygge **tillid** ved at sørge for at formidle objektive oplysninger rettidigt.
- At sørge for at nødvendige informationer er nemt **tilgængelige og let-forståelige** for modtageren.



VORES VEJ DERTIL

- Vi ajourfører og opdaterer løbende de kanaler, vi er ansvarlige for.
- Vi formidler både de positive og negative budskaber og informationer.
- Vi planlægger vores kommunikation, og den er en integreret del af alle medarbejderes opgaveløsning.
- Vi kvalificerer altid vores indhold og budskab, eksempelvis ved at en kollega læser korrektur på vores materiale.

TEMA

VI KOMMUNIKERER MODTAGER-ORIENTERET OG VÆRDISKABENDE

Hvis borgerne skal forstå vores kommunikation, skal vi sætte os i deres sted og fremhæve kommunens initiativer og tilbud samt deres værdi for modtageren.



VORES MÅL

- At tage **udgangspunkt** i modtageren, når vi formidler vores budskaber for at gøre dem vedkommende.
- At aktivere vores målgrupper og give dem mulighed for at deltage ved at **invitere til dialog**.
- At formidle formål og den **værdi**, det skaber for modtageren.



VORES VEJ DERTIL

- Vi identificerer vores budskab, vælger målgruppe og kanaler og tilpasser kommunikationsindsatsen dertil.
- Vi undersøger effekten af vores kommunikation, for eksempel ved at identificere nøgletal fra de valgte kanaler eller ved at spørge målgruppen.
- Vi fortæller altid, hvorfor vi handler som vi gør, og hvilken betydning det har for modtageren.



TEMA

VI KOMMUNIKERER STRATEGISK OG UNDERSTØTTER VISIONEN

Vi vil skabe en sammenhængende fortælling med en aktiv kommunikationsindsats.



VORES MÅL

- At kommunikere **aktivt** om Rebild Kommunes virke og tilbud med udgangspunkt i vision, politikker og strategier.
- At sørge for, at der er en **sammenhæng** mellem det vi siger og det vi gør – og at vi også anerkender borgernes oplevelser af det vi kommunikerer.
- At bruge visionen og kommunikationsstrategien aktivt som ramme for at **planlægge og prioritere** vores kommunikationsindsats.



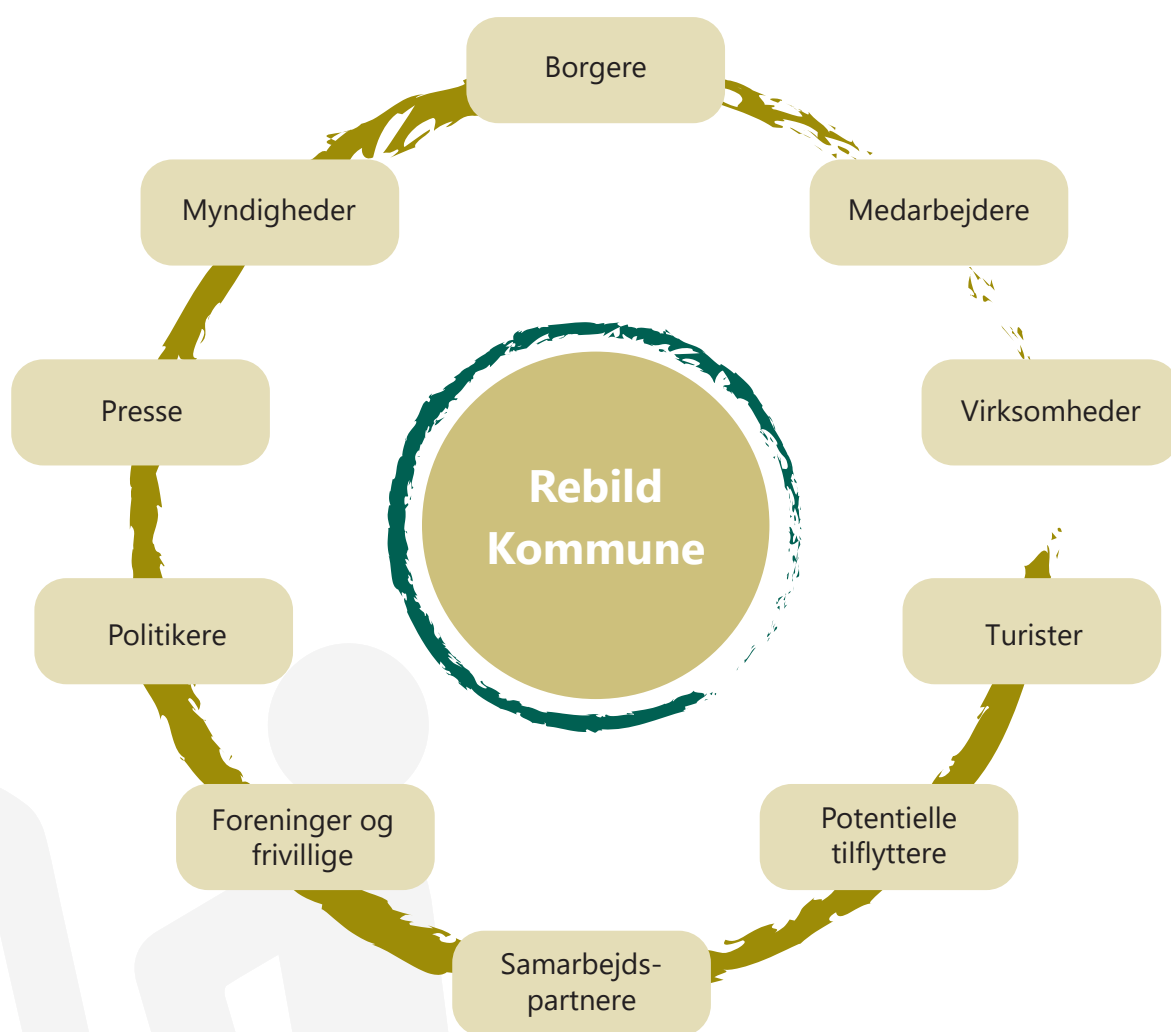
VORES VEJ DERTIL

- Vi tager udgangspunkt i vores kernefortælling, som bygger på byrådets vision.
- Vi gentager og følger op på vores budskaber på relevante platforme.
- Vi afstemmer den strategiske retning for kommunikationen på tværs af organisationen ved at sætte kommunikation på dagsordenen i relevante netværk.
- Vi bruger de fem tværgående politikker til at gøre fortællingerne fagligt forankrede, vedkommende og relevante.

HVEM KOMMUNIKERER VI MED?

Vi kommunikerer med mange forskellige målgrupper, der har mange forskellige behov og forudsætninger. Det er vigtigt at have et klart blik for målgruppens behov og forudsætninger, for at kunne tilrettelægge vores kommunikation, så budskabet er tydeligt.

Læs mere om målgrupper i **Kommunikationsværktøjskassen**.

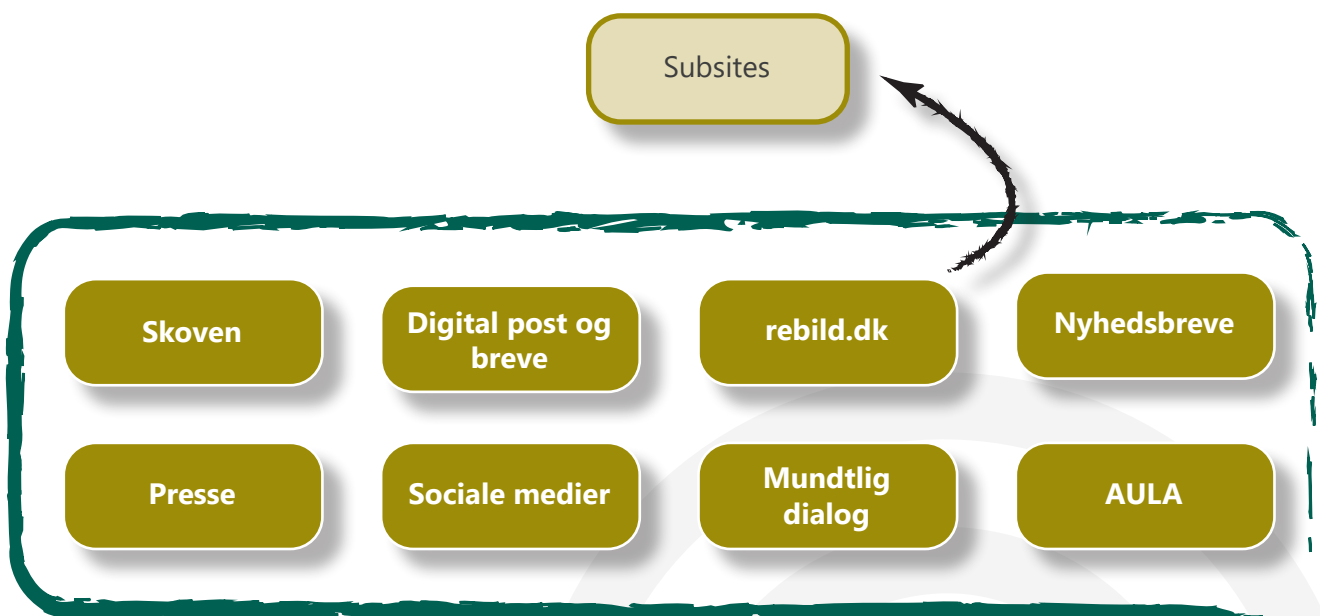




HVOR KOMMUNIKERER VI?

Det er vigtigt at vi tager stilling til hvilken kommunikationskanal, der er den rigtige. Vi bruger forskellige kanaler, alt efter behov, målgruppe og formål med kommunikationen. Den fælles fortælling bliver primært formidlet på de sociale medier og rebild.dk.

Læs mere om de forskellige kanaler i **Kommunikationsværktøjskassen**.







ROLLER OG ANSVAR

Vi har alle ansvar for at tænke kommunikation ind i vores daglige opgaveløsning på alle relevante trin. Det kræver både prioritering i kommunikationsindsatsen og en bevidst fordeling af roller og ansvar for at sikre en god og sammenhængende kommunikation.

Læs om de forskellige roller i **Kommunikationsværktøjskassen**.

Hvem har ansvaret for kommunikationen?

Det har vi allesammen.

Ansvaret for kommunikationen følger altid opgaven, indsatsen eller projektet.

KOMMUNIKATION ER ET FÆLLES ANSVAR

Ansvaret for kommunikationen følger altid opgaven, indsatsen eller projektet, herunder ansvaret for at indholdet bliver produceret. Det kan være en institution, en afdeling eller et projekt, der har en spændende historie at fortælle eller vigtig information, som skal deles. Ansvarer indebærer formulering af det budskab, der skal formidles til modtageren. Indholdet produceres decentralt med hjælp fra fagmedarbejderne i det enkelte center eller vidensområde.

Ansvaret omfatter altså, at indholdet er korrekt og kvalificeret – for eksempel ved, at fagmedarbejderne byder ind med det faglige indhold, målgrupper og hovedpointer.

KOMMUNIKATIONSTEAMET

Kommunikationsteamet, som er del af Fællescenter Sekretariatet, har den kommunikationsfaglige viden og er ansvarlige for at rådgive og understøtte på alle organisationsniveauer.

Kommunikationsteamet

- har det strategiske overblik over organisationens eksterne og interne kommunikation.
- har ansvaret for at se de forskellige historier i en helhed og se sammenhænge på tværs af kommunen og dens kanaler. Det er derfor vigtigt, at Kommunikation holdes opdateret om projekter og pressekontakt.
- understøtter hele organisationen med rådgivning, sparring og opgaveløsning.

The first of these is the fact that the world is not a uniform whole, but a collection of many different parts, each with its own characteristics and interests. This is the principle of diversity, which is the foundation of all life and progress. Without diversity, there would be no room for growth or change, and the world would be a stagnant, lifeless mass.

The second principle is that of balance. Just as a scale must be kept in equilibrium, so must the world be kept in balance. If one part becomes too dominant, it will disrupt the harmony of the whole, leading to chaos and destruction. Balance is not a static state, but a dynamic one, requiring constant adjustment and compromise.

The third principle is that of unity. While the world is made of many different parts, it is also a single, unified whole. All things are interconnected, and the actions of one part can affect the whole. This is the principle of unity, which teaches us that we are all part of the same family, and that our actions have consequences for everyone.

These three principles—diversity, balance, and unity—are the foundations of a just and harmonious world. They are the principles that guide us in our daily lives, and they are the principles that we must strive to uphold in our world.