

vi har
sammen.

Vi er generøse
organisationen –
kompetencer i spil

Vi har et højt fagligt niveau, so-
bidrager med i tværfaglige løsni-
gavn for borgerne

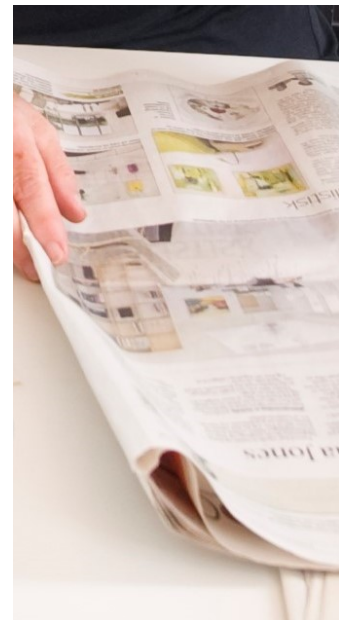
ærd er noget, vi skaber sammen

g tør prøve nye



STRATEGI FOR INTERN KOMMUNIKATION

i Jammerbugt Kommune



Service og
samarbejdning

Demokratiske
indflydelse

Vores kommune

Har du kan vi hjælpe dig med?

For dig, din familie, dit erhverv
og jeres forening.



STRATEGI FOR INTERN KOMMUNIKATION

i Jammerbugt Kommune

Den interne kommunikationsstrategi skal styrke sammenhængskraften blandt kommunens ansatte og understøtte, at vi bruger hinandens fagligheder. Vi er spredt over mange lokaliteter og fagligheder. Alligevel skal vi arbejde ud fra en fælles kultur baseret på kultur-nøglerne: helhedstænkning, løsningsorienteret, generøsitet, én indgang, risikovillighed og samskabelse. Derved bidrager vi til en velfungerende, effektiv og kompetent Jammerbugt Kommune.

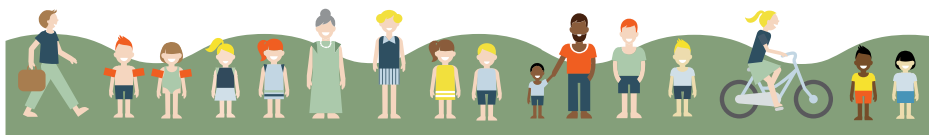
DET VIL VI OPNÅ:

- Medarbejdere bidrager til at styrke samarbejde på tværs af afdelinger, forvaltninger og fagligheder. Vi løfter i flok
- Styrke kendskabet til retning og strategier i alle dele af organisationen så alle ansatte udfører arbejdsopgaverne i overensstemmelse hermed
- Medarbejdere kommunikerer tydeligt, imødekommende og troværdigt
- Medarbejdere tager medansvar for dialogen med deres leder eller kolleger og bidrager til bedre beslutninger
- Direktører, chefer og ledere er synlige og sætter retning i forhold til organisationens mål, strategier og vision. De er bindeled mellem det politiske og det administrative niveau
- Medarbejderne er ambassadører for Jammerbugt Kommune med udgangspunkt i, hvad der særligt kendetegner kommunen. Vi taler Jammerbugt op
- På Jammerbugt Kommunes intranet, TRYK, informerer vi og giver let adgang til viden og værktøjer
- Intranettet er den primære digitale informationskanal til formidling af organisatorisk viden, nyheder og redskaber for medarbejdere i kommunen. Det indeholder bl.a. kommunens overordnede personalepolitik og ledelsesgrundlag
- I det interne nyhedsbrev, Jammerbugt Indefra, kommunikerer HovedMED og Direktionen om vigtige projekter og om nyheder, der vedkommer en større del af de ansatte

SÅDAN GØR VI:

- Afdelinger med relevante informationer understøtter, at direktører, chefer, ledere og medarbejdere let kan finde de informationer, de har brug for, og at de er klædt på til at udfylde rollen som kommunikatører i mødet med kolleger, borgere, virksomheder og samarbejdspartnere
- Direktører, chefer og ledere er tydelige. Det er de ved at skabe retning og rammer for, hvad der forventes af andre og os selv i forhold til de enkelte opgaver. De er tydelige i forhold til vision og strategier
- Medarbejdere understøtter, at de gode historier spredes ud i organisationen og videre ud til omverdenen, ligesom ledelsen også gør i kraft af deres rolle som ambassadører for Jammerbugt Kommune, som det også er beskrevet i Jammerbugt Kommunes ledelsesgrundlag. Det gør vi ved enten selv at tage kontakt til relevante afdelinger, lægge det på TRYK, få det i det interne nyhedsbrev "Jammerbugt Indefra", tage det op på personalemøder eller i andre interne fora. Kommunikationsteamet i Sekretariat, Udvikling og Kommunikation bistår gerne med assistance
- Både direktører, chefer, ledere og medarbejdere medvirker til, at kommunikationskulturen er udpræget åben og konstruktiv. Direktører, chefer, ledere og medarbejdere opsøger og deler relevant viden
- Direktører, chefer, ledere og medarbejdere er ansvarlige for at opsøge viden om Jammerbugt Kommune som organisation og for at gøre ændringer relateret hertil lettilgængelige i de interne kommunikationskanaler
- Vi efterlever den overordnede kommunikationspolitik og tilhørende strategier
- På personalemøder på den enkelte arbejdsplads og på fællesmøder formidles relevante informationer. Dvs. information der har indflydelse på medarbejdernes daglige virke. Det er både afdelingsnære ting men også formidling af beslutninger taget i politiske udvalg, Direktionen, Strategisk Chefforum m.v.
- MED-udvalgene spiller en aktiv og vigtig rolle i den interne kommunikation og i forbindelse med organisationsændringer. Udvalgene orienteres og inddrages, når der er emner relateret hertil, og MED-udvalgene sørger for, at medarbejderne er orienteret om emner, der er behandlet i udvalgene
- Medarbejdere får adgang til intranettet. Alle ansatte er ansvarlige for jævnlige at holde sig opdateret om organisationsændringer m.v. via intranettet. Adgang hertil fås ved henvendelse til kommunikationsteamet i Sekretariat, Udvikling og Kommunikation. Indholdet på intranettet udarbejdes, publiceres og vedligeholdes af webkoordinatoren og redaktører fra hele organisationen
- Fire gange årligt udkommer det interne nyhedsbrev, "Jammerbugt Indefra", hvor bl.a. Hoved-MED informerer. Nyhedsbrevet laves i en PDF og sendes ud digitalt - med mulighed for print til ophæng for de medarbejdere, der ikke har adgang til TRYK eller ikke arbejder ved PC

- Ved opgaver og projekter inddrager vi relevante fagpersoner og afdelinger i god tid for at få den bedste opgaveløsning, for at vise respekt for hinandens tid og for at planlægge kommunikationsaktiviteter relateret til opgaven/projektet
- Ledelseslaget er en af de vigtigste "interne kanaler" for at få budskaber rundt i Jammerbugt Kommune. Det er en ledelsesmæssig forpligtelse at sørge for, at den øvrige organisation får relevant information. Derfor bruger vi bevidst og koordineret ledelseslagene (direktører, chefer og ledere) til at formidle og "oversætte" kommunikation om: politik, vigtige begivenheder, personalemæssige emner, organisationsændringer, administrative retningslinjer og procedurer. Det kan f.eks. være personligt eller via video, hvor budskabet skal ud til mange ansatte



Vi har
sammen.

Vi er generøse
organisationen –
kompetencer i spil

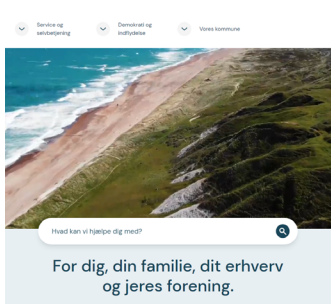
Vi har et højt fagligt niveau, so
bidrager med i tværfaglige løsni
gavn for borgerne

Særd er noget, vi skaber sammen
g tør prøve nye



STRATEGI FOR HJEMMESIDEN

jammerbugt.dk



STRATEGI FOR HJEMMESIDEN

JAMMERBUGT.DK

Jammerbugt.dk er kommunens primære digitale indgang for alle, der ønsker information om eller kontakt med Jammerbugt Kommune. Hjemmesiden stiller service og informationer til rådighed for borgere, virksomheder og samarbejdspartnere i kommunen, så de får let og effektiv adgang hertil, og så Jammerbugt Kommune fremstår som én samlet virksomhed.

DET VIL VI OPNÅ:

- Jammerbugt.dk er stedet, hvor borgeren og virksomheden let kan betjene eller medbetjene sig selv
- Jammerbugt.dk er kommunens væsentligste digitale informationskanal udadtil i forhold til borgere og virksomheder
- Hjemmesiden er kommunens formelle digitale ansigt over for offentligheden
- Jammerbugt.dk er bygget op i et responsivt design, der automatik tilpasser sig det medie, det tilgås fra. Derfor kan jammerbugt.dk tilgås fra alle enheder; computer, tablet og mobil
- Brugervenligheden skal være i højsædet
- Jammerbugt.dk er intuitiv og logisk at navigere rundt i. Informationerne er nemme at finde og forstå. Sproget er letforståeligt, der skal være tilgængelighed for alle, og designet er up-to-date, visuelt orienteret og indbydende
- Indholdet på jammerbugt.dk tilrettelægges og prioriteres ud fra borgernes, erhvervslevets og foreningernes behov for informationer og selvbetjening
- Søgefunktionen skal kunne benyttes til at navigere på hjemmesiden

SÅDAN GØR VI:

- Webarbejdet udføres af en central webkoordinator og decentrale redaktører i Staben og de tre forvaltninger
- Vi foretager altid en vægtning og prioritering af indholdets placering på siden ud fra data om efterspørgsel, nyhedsværdi m.v.
- Kommunikationsteamet i kommunen er ansvarlig for den generelle information, kvalitetssikring og udvikling af hjemmesiden, mens ansvaret for hjemmesidens indhold ligger hos redaktørerne. Ansvaret for selvbetjeningsløsningerne ligger hos de forvaltninger, der har ansvaret for den opgaveløsning, som selvbetjeningen knytter sig til
- Hver side på jammerbugt.dk skal søgeoptimeres, så indholdet er let at finde både i den interne søgning og i Googles organiske søgning. Det er redaktørernes ansvar, at "deres" sider er søgeoptimerede ved at tilføje søgeord, overskrifter m.v.
- Jammerbugt.dk er overskuelig med grafiske elementer, fotos osv. Punktstilling og andre funktioner benyttes til at skabe overskuelighed for læseren og sikre et ensartet og stringent look på hjemmesiden, og vi sørger for at siderne er visuelt indbydende med f.eks. billeder og video
- Teksten på jammerbugt.dk er skrevet i et letforståeligt sprog, hvor vi tænker over at henvende os med dig/du og undgår et formelt og indforstået sprog. Teksten er så kortfattet som muligt og opdelt i afsnit for at skabe overskuelighed
- På jammerbugt.dk offentliggøres høringer, og her kan borgere afgive høringsvar digitalt
- Redaktører har mulighed for at aktivere muligheden for kommentarer til specifikke sider - f.eks. debat, artikler og nyheder
- Kommunikationsteamet underviser redaktørerne og faciliterer nye funktioner. Det sker løbende på workshops og kan ske ved konkrete behov
- Vi har fokus på webtilgængelighed, så eksempelvis svagtseende kan få læst teksten på hjemmesiden op. Derfor sætter vi ALT-tekster på billeder, når vi lægger dem ind. Det samme gælder, når vi tilføjer links i en tekst
- Kampagnesider, såsom derforjammerbugt.dk, er en integreret del af jammerbugt.dk



vi har
sammen.

Vi er generøse
organisationen –
kompetencer i spil

Vi har et højt fagligt niveau, so
bidrager med i tværfaglige løsnin
gavn for borgerne

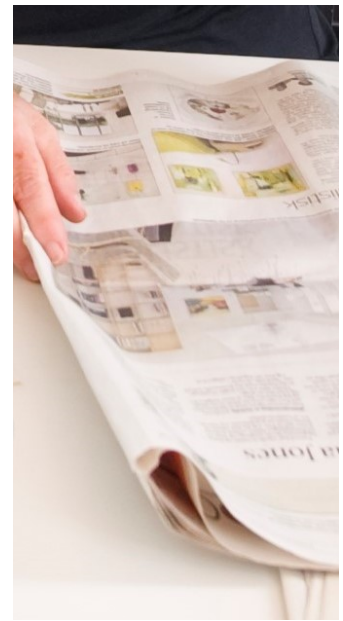
ærd er noget, vi skaber sammen

g tør prøve nye



SOME-STRATEGI

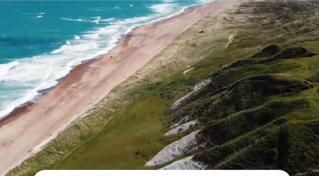
for Jammerbugt Kommune



Service og
samarbejde

Demokrati og
indflydelse

Vores kommune



Har du kan vi hjælpe dig med?

For dig, din familie, dit erhverv
og jeres forening.



SOME-STRATEGI

for Jammerbugt Kommune

Jammerbugt Kommune har på nuværende tidspunkt profiler på Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube og Twitter. Vi tager løbende stilling til hvilke sociale medier, vi skal være på. Vi er på de sociale medier, fordi Jammerbugt Kommune ønsker at informere og yde en god service over for borgere, virksomheder m.v.

Ud over at være synlig og være til stede, hvor borgerne er, ønsker Jammerbugt Kommune at sprede kendskabet til kommunen og de tiltag, der sker. Via de sociale medier kan vi kommunikere med borgere og samarbejdspartnere på en anden måde end på kommunens mere traditionelle platforme. Samtidig tilbyder de sociale medier en platform, hvor kommunen uafhængigt af traditionelle medier kan fortælle store og små historier fra Jammerbugt Kommune.

Når vi kommunikerer via de sociale medier, er det som ambassadører for organisationen, Jammerbugt Kommune. De sociale medier er ikke et privat forum. Her kan alle læse, det du skriver. Grænserne mellem det personlige og det professionelle er ikke altid tydelig på de sociale medier. Derfor overvejer vi som medarbejdere altid, om vi ytrer os som privatperson eller som repræsentant for Jammerbugt Kommune. Og selvom man optræder som privatperson, kan man i sin interaktion på de sociale medier blive opfattet som repræsentant for Jammerbugt Kommune, hvilket ansatte bør have med i sine overvejelser.

DET VIL VI OPNÅ:

- Få den gode historie ud. Med et betydeligt antal følgere på de sociale medier, når vi ud til flest mulige borgere og har samtidig en potentiel mulighed for at øge antallet af læsere på jammerbugt.dk
- Give borgere, virksomheder og potentielle tilflyttere et mere nuanceret, positivt og personligt billede af Jammerbugt Kommune - og dermed en større tilknytningsfølelse til kommunen
- Bedre og mere markedsføring for pengene. Vi når ud til en specifik målgruppe med målrettede budskaber ved hjælp af f.eks. Facebook, som er billig og lettilgængelig, når det handler om annoncemuligheder
- Skabe større synlighed omkring events, kulturelle tiltag, kampagner, borgermøder m.v. og eksponere arrangementer, der kan skabe et øget kendskab og antal deltagere

- Formidle gode råd, guides og anbefalinger, f.eks. på forsynings- og sundhedsområdet. Men også information om f.eks. bestilling af pas, råd om rottebekæmpelse, digitale selvbetjeningsløsninger og andre sæsonbetonede ting
- Styrke borgerinvolvering og nærdemokrati og være lydhør over for borgerne omkring, hvad der rører sig (se den særskilte strategi for Borgerinddragelse)

SÅDAN GØR VI:

- Jammerbugt Kommunes navn og/eller logo fremstår altid, når vi poster indhold eller svarer på spørgsmål, så ingen er i tvivl om, at Jammerbugt Kommune er afsender af opslagene på de sociale medier
- Vi bestræber os på at gøre interaktionen med borgerne så personlig og nærværende som mulig. Det sker i talesprog, krydret med emojis
- Når vi kommunikerer på de sociale medier, overholder vi god takt og tone og forventer det samme af borgerne. Indlæg der indeholder chikane, racisme, mobning, nedladende kommentarer, personfølsomme oplysninger m.v. - og i det hele taget ikke er formidlet i en god tone – bliver slettet. Vi underretter altid personen, hvis opslag vi sletter, jf. vores retningslinjer beskrevet på kommunens Facebook-side
- Vi laver ikke sagsbehandling på de sociale medier. Spørgsmål der kræver sagsbehandling, henviser vi til den rette afdeling eller fagpersoner i kommunen - og derefter i visse tilfælde fjerner det gældende opslag, hvis det indeholder personfølsomme oplysninger. Vi kvitterer altid med et svar til borgeren – også inden vi evt. sletter et opslag
- I alle tilfælde hvor vi som administratorer sletter et opslag eller en kommentar, skriver vi til afsenderen først og forklarer, at vi gør det og hvorfor. Vi kommunikerer betænksomt på de sociale medier og overvejer, hvilket signal vores budskab sender. Vi kommunikerer altid som ambassadører for Jammerbugt Kommune og som tydelig afsender herfra
- Eksempler på indhold på sociale medier er: konkurrencer, events, projekter, lokalnyt, nye tiltag, fællesskabet, trafik/beredskab, hverdagens helte, fejring, nytteværdi for borgere, virksomheder m.v.
- Jammerbugt Kommunes officielle Facebook-side, LinkedIn, Twitter, Instagram og YouTube-profil administreres af kommunens kommunikationsteam i Sekretariat, Udvikling og Kommunikation
- Når kommunikationsteamet laver opslag på sociale medier, der omhandler andre afdelinger, får afdelingerne besked - så de er informeret og har mulighed for at dele opslaget. Ligesom afdelinger kontakter kommunikationsteamet, hvis de har historier decentralt, der kan deles centralt på kommunens Facebook-side
- Afdelinger og institutioner kontakter kommunikationsteamet med mulige emner til

sociale medier

- Spørgsmål på sociale medier besvares af den/de relevante afdelinger. Kommunikati-onsteamet koordinerer og lægger det endelige svar på det/de sociale medier. Svar fra kommunen sker altid med Jammerbugts profil som afsender
- På de sociale medier er vi særligt opmærksomme på tavshedspligten, GDPR og IT-sikkerhedspolitikken, og vi overholder altid rammerne for offentligt ansattes ytringsfrihed
- Vi tænker videoer ind, hvor det understøtter formidlingen
- Afdelinger og/eller fagområder i Jammerbugt Kommune kan oprette sine egne pro-filer på de sociale medier, f.eks. en Facebook-side for de kommunale dagplejere i kommunen. Disse sider har de enkelte afdelinger eller institutioner ansvaret for at vedligeholde, ligesom de har ansvaret for at svare på henvendelser på de sociale platforme, der er oprettet til/af dem. Disse sider skal leve op til kommunens Kanal-strategi. Svar fra disse sider sker altid med den aktuelle afdelings- eller fagområde-sprofil som afsender
- Sider uden aktiviteter bør lukkes. Ejerne af siderne har ansvar for, at dette sker
- Administratorerne af de forskellige sider overvåger hver især aktiviteterne på de sociale medier og sikrer, at eventuelle spørgsmål og henvendelser bliver besvaret hurtigst muligt. Vær opmærksom på, at debatter kan udvikle sig hurtigt på de sociale medier.
- I og med rigtig mange borgere er kommet på de sociale medier, ser vi et stigende antal ytringer rettet mod kommunens ansatte og kommunalbestyrelsesmedlemmer. Jammerbugt Kommune søger den gode debat og dialog med borgerne, men sam-tidig ønsker vi at sikre, at vores medarbejdere og kommunalbestyrelsesmedlemmer kan passe deres arbejde uden at blive angrebet med ærekrænkende og injurierende bemærkninger, og vi vil sikre dem ordentlige vilkår, når der kommunikeres. Ansatte eller kommunalbestyrelsesmedlemmer kan rette henvendelse til Sekretariat, Udvik-ling og Kommunikation, hvis de bliver opmærksomme på, at der via offentlige opslag eller på anden måde sker udbredelse af ytringer, der virker injurierende eller ære-krænkende. Retningslinjerne for dette kan findes på TRYK: <https://tryk.jammerbugt.dk/sadan-gor-du/procedure-vedaerekraenkelse/>

VÆRKTØJER

SÅDAN BRUGER VI DE ENKELTE SOCIALE MEDIER

Facebook

- Formidle nyheder og aktiviteter fra Jammerbugt Kommune
- Informere bredt ud til borgerne og andre interesserede
- Være en direkte og uformel kanal for dialog med borgerne om aktiviteter i Jammerbugt Kommune
- Være en kanal hvor borgerne kan henvende sig med spørgsmål til Jammerbugt Kommune
- Skabe trafik til kommunens hjemmeside

Instagram

- Instagram bruger vi aktivt til branding og borgerinvolvering
- Vi opfordrer borgerne til at dele deres billeder fra kommunen og benytte sig af #derforjammerbugt og #jammerbugtkommune, ligesom vi selv benytter disse hashtags i vores opslag på Instagram

LinkedIn

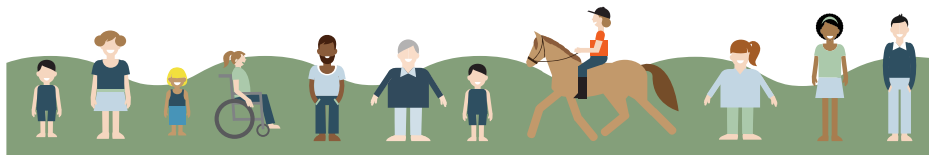
- Vi informerer om erhvervsnyheder, byggegrunde, ledige jobopslag, nyansættelser af chefer/direktører og lignende i Jammerbugt Kommune

Youtube

- Youtube er vores primære video-kanal. Vi benytter YouTube til at lægge relevante videoer op, der har en sjov, informerende eller på anden måde interessant billedside, som skal kommunikeres ud til borgerne

Twitter

- På Twitter opslår vi servicemeddelelser og orienterer om udvalgte nyheder fra og om kommunen
- Vores tilstedeværelse tjener bl.a. det formål at "være til stede" og være med til at sætte dagsordenen for Jammerbugt Kommunes omtale. Twitter benyttes primært af journalister, politikere og generelle meningsdannere



Vi har
sammen.

Vi er generøse
organisationen –
kompetencer i spil

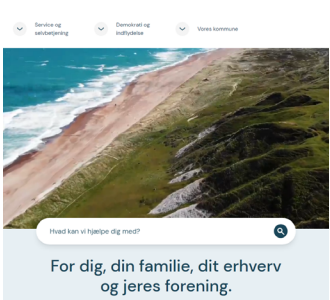
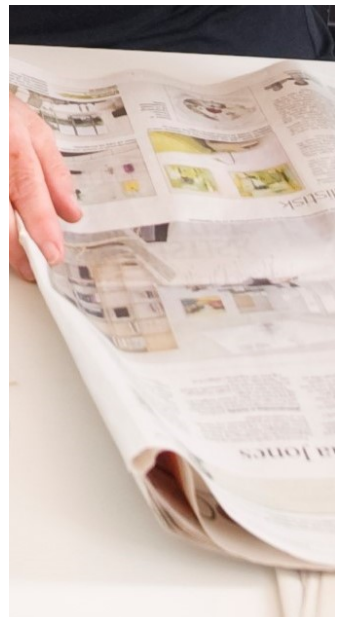
Vi har et højt fagligt niveau, so
bidrager med i tværfaglige løsni
gavn for borgerne

ærd er noget, vi skaber sammen
g tør prøve nye



PRESSESTRATEGI

for Jammerbugt Kommune



PRESSESTRATEGI

for Jammerbugt Kommune

Medier og journalister skal opleve Jammerbugt Kommune som en åben og tilgængelig kommune. Det er med til at sikre, at de gode historier bliver fortalt fra og om Jammerbugt Kommune. Lige så vigtigt er det, at vi arbejder strategisk med at håndtere negative historier, når disse opstår i nyhedsbilledet.

DET VIL VI OPNÅ:

- Med afsæt i kommunens vision fortæller vi den gode historie – som udgangspunkt med særligt fokus på at brande de fem temaer i handlingskataloget: Attraktiv bostætningskommune, Mere i gang i erhverv og turisme, Flere unge får en uddannelse, Forbedring af rammevilkår, Dit gode liv – men også andre historier, der umiddelbart ikke hører under et af de fem temaer
- Vi ønsker at bevare og udvikle det gode samarbejde ved fortsat at være en åben og tilgængelig kommune uanset, om henvendelserne er af positiv eller negativ karakter
- At ledere og nøglepersoner prioriterer formidlingsopgaven og er tilgængelige, når det kræves
- At kommunen er på forkant, når det kommer til at håndtere pressesager og at forebygge og håndtere potentielle krisesager

SÅDAN GØR VI:

- Vi ønsker at skærpe det proaktive og strategiske pressearbejde, så pressearbejdet i endnu højere grad understøtter Jammerbugt Kommunes vision og planstrategi
- Vi har løbende dialog med pressen
- Vi tænker potentialet i pressedækning ind i hverdagens aktiviteter og tiltag, der kan brande kommunen for at øge kendskabet og dermed tiltrække borgere, besøgende og virksomheder. Det kan være at invitere pressen til åbning af en ny uddannelse, rejsegilde og lignende eller at sende en pressemeddelelse om et projekt, der er på vej inden for sundhed, byplanlægning osv. Det gør vi for at sikre, at pressedækningen rummer kommunens mangfoldige virke
- Vi er bevidste om, at den lille case-historie ofte er eksemplet på den konkrete historie, der demonstrerer visionen

- Vi udvælger presseemner ud fra dagsordenen til pressemeddelelser, der kan sendes ud efter møderne; både i fagudvalgene, Økonomiudvalget og Kommunalbestyrelsen
- Vi vælger talspersoner (politikere og/eller fagperson), som er tilgængelige for pressen, og som er relevante for historien; er det udvalgsformandskabet, borgmesteren, en fagperson fra forvaltningen eller en institutionsleder?
- Vi er opmærksomme på timingen i forhold til at sende pressemeddelelser ud
- Ansatte i kommunen formidler aktivt de gode historier til kommunens kommunikationsteam i Sekretariat, Udvikling og Kommunikation, som i et samarbejde kan videreudvikle historien. Personer der citeres i en pressemeddelelse eller kontaktpersoner i en konkret sag, er altid orienteret herom, og de er tilgængelige for pressen
- Mindre og/eller tilbagevendende begivenheder på kommunens arbejdspladser vil typisk blive sendt direkte fra f.eks. institutionen til lokalpressen
- På alle chef- og ledermøder, hvor konkrete tiltag og projekter behandles, tænker mødedeltagerne potentiel pressedækning ind
- En potentiel pressehistorie, begivenhed, event m.v. bliver som udgangspunkt altid sendt forud for selve aktiviteten, så pressen har mulighed for at dække den selv. Vi følger selv op med omtale på egne medier og sender fotos, video og tekst, hvis pressen ikke selv har dækket historien
- Ved potentielle mediekrisesager (f.eks. aktindsigtssager eller følsomme projekter), orienteres og evt. inddrages kommunikationsteamet. Både til generel rådgivning og for udarbejdelse af presseplan. Se i øvrigt særskilt Mediekrisestrategi
- Det er et lokalt ledelsesansvar at tænke kommunikation og pressedækning ind i opgaverne og hjælpe med at lave oplæg til pressemeddelelser
- Vi bruger medieovervågning til at følge dækningen af Jammerbugt Kommune, til at følge op på sager med en potentiel case fra kommunen og til at støtte op om det strategiske pressearbejde
- Vi har løbende kontakt med pressen. Både den daglige kontakt og ved pressemøder
- Alle medarbejdere i Jammerbugt Kommune kan udtale sig til pressen om faktuelle forhold. Dette sker dog altid efter aftale med nærmeste leder eller chef og øvrige interessenter. Det er ligeledes god kutyme at give Kommunikationsteamet besked, hvis pressen har henvendt sig

DEN GODE HISTORIE

En god historie for afsenderen er ikke altid en god historie for modtageren (som er mediet, men i sidste ende læseren/lytteren/seeren). En journalistisk historie skal leve op til et eller flere af følgende elementer:

- Sensation (uventet og usædvanligt)
- Identifikation (det kunne ha' været mig)
- Aktualitet (sker her og nu).
- Konflikt (strid mellem personer og interesser).
- Væsentlighed (vigtigt for mange)

Overvej om din historie har et eller flere af mediernes kriterier for en god historie og tænk over, hvilke medier din historie vil være relevant for: Er det en historie, der egner sig bedst til levende billeder, tekst eller radio? Og har den karakter af en lokal-, regional eller landsdækkende historie?

Endelig kan du vurdere, om du sidder med en sag, der kan blive en historie ud fra disse hv-spørgsmål:

- Hvad er kernen i din historie?
- Hvad er nyhedens baggrund?
- Hvilken konsekvens har nyheden?
- Hvad er nyhedens forløb, dvs. hvordan føres ideen ud i livet?

I nogle tilfælde kan det være en god idé at sende en pressemeddelelse til flere medier, men ofte vil det bedste være at kontakte journalisten eller mediet direkte. Kommunikati-onsteamet hjælper dig gerne med at vinkle og distribuere pressemeddelelsen.

VÆRKTØJER

Når pressen kontakter Jammerbugt Kommune

HUSK ALTID FØLGENDE:

- Få journalistens navn og telefonnummer og mediets navn. Gør dig klart, hvilket medie journalisten arbejder for
- Spørg ind til hvad journalisten vil fortælle i sin historie; hvad er din/kommunens rolle i forhold til historien, og hvem medvirker ellers i artiklen/indslaget?
- Spørg ind til hvor længe interviewet varer
- Har du brug for betænkningstid, kan du tilbyde at ringe tilbage eller bede journalisten om at sende spørgsmålene på mail
- Spørg ind til journalistens frist for, hvornår du skal vende tilbage, og hvornår interviewet bliver bragt (i hvilket medie)
- Bed altid om at få dine citater til gennemsyn, inden en artikel offentliggøres
- Orientér relevante ledere, kolleger, samarbejdspartnere og Kommunikationsteamet. Overvej om din leder eller nogle af dine kolleger kan blive kontaktet om den samme sag eller har behov for at vide, at historien er på vej til medierne. Orientér dem om henvendelsen og fortæl, hvad du selv har sagt
- Ledelsen vurderer om det politiske niveau skal orienteres

Har du brug for konkret rådgivning inden, du deltager i et interview, er du altid velkommen til at kontakte Kommunikationsteamet.

SELVE INTERVIEWET

I en presset situation kan man let komme til at sige noget, som man bagefter fortryder. Derfor:

- Hold dig til sagen og det du ved noget om
- Brug kun fagudtryk når det er nødvendigt
- Vær ikke bange for pauser. Ti stille selvom journalisten ikke siger noget - det er ikke din opgave at holde samtalen gående
- Bliver du usikker undervejs, kan du foreslå at undersøge sagen og vende tilbage
- Regn med at alle udtalelser er til citat
- Husk det er altid ok at melde tilbage, at du ringer tilbage - gør det inden for kort tid

Presseplan

Når krisen rammer eller når flere fra kommunen udtaler sig

Journalisten kan ved visse emner og ved emner, der er aktuelle i en længere periode i medierne ønske at komme i kontakt med flere medarbejdere i kommunen. Hvis flere udtaler sig, uden det koordineres, har ingen overblik over, hvem der har sagt hvad og til hvem. Derfor er det en god idé at udarbejde en presseplan, hvor budskaber, talsperson(er) og spørgsmål/svar er listet. En presseplan er med til at sikre, at fakta er på plads og at flere afsendere får samme budskab ud.

[Skabelon til presseplan](#)



Vi har
sammen.

Vi er generøse
organisationen –
kompetencer i spil

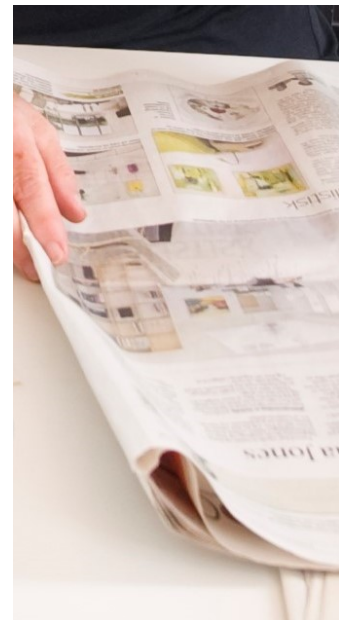
Vi har et højt fagligt niveau, so
bidrager med i tværfaglige løsni
gavn for borgerne

ærd er noget, vi skaber sammen
g tør prøve nye



MEDIEKRISESTRATEGI

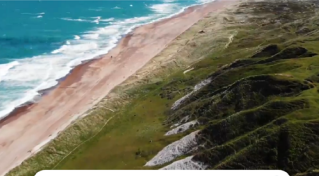
for Jammerbugt Kommune



Service og
samarbejde

Demokrati og
indflydelse

Vores kommune



Har du kan vi hjælpe dig med?

For dig, din familie, dit erhverv
og jeres forening.



MEDIEKRISESTRATEGI

for Jammerbugt Kommune

En krise er en pludseligt opstået hændelse eller situation, som udvikler sig hurtigt, kræver øjeblikkelig reaktion, skaber usikkerhed og truer kommunens omdømme, relationer, drift eller i værste fald; borgerne. Det kan f.eks. være: pandemi, vejrhændelser m.v.

På disse typer sager vil der ofte være stor bevågenhed udefra. Ved mediekriser ønsker vi at arbejde for at komme på forkant af mediekrisen. Ofte vil håndteringen afhænge af den konkrete sag, og der er typisk ingen endegyldig farbar vej. Men overordnet arbejder vi for at spotte mediekrisen så tidligt som muligt, samle interessenter og få overblik, uddelegere ansvar, kommunikere med hinanden og interessenter løbende, rette op på problemet, vise villighed til forandring og blive bedre.

DET VIL VI OPNÅ:

- Kort reaktionstid til medierne ved mediekrisens start
- En fast arbejdsgang i forhold til koordinering, hvem der informeres ved mediekriser, talsmand osv.
- At egne medarbejdere, direktion og borgmester informeres internt, så de ikke kun hører om mediekrisen gennem medierne

SÅDAN GØR VI:

- Ved mediekriser udarbejdes straks en presseplan. Presseplanen hjælper til at få overblik over sagen, udpege en talsperson, forberede sig på journalisters spørgsmål og lægge en strategi
- Den udvalgte talsperson er proaktiv og taler med pressen og anser den som en vigtig kanal for information til borgerne
- Vi udtaler os ikke om personsager, men kan udtale os om generelle procedurer og lovgivning
- Ved længerevarende kriser etableres en krisestab, jf. "Plan for fortsat drift", hvor repræsentanter fra Sekretariat, Udvikling og Kommunikation indgår
- Presseplan udarbejdes i samspil med relevante fagpersoner. Presseplanen er kendt af borgmesteren, direktion, relevante fagchefer, Kommunikationsteamet og øvrige

nøglemedarbejdere. Den distribueres straks til relevante chefer, politikere og medarbejdere og følges op af telefonisk kontakt til nøglepersoner i den specifikke sag

- Vi spørger os selv hver gang: Hvordan ser det ud udefra?
- Talspersonen står til rådighed for pressen, og alle henvendelser fra pressen henvises til denne talsperson
- Har talspersonen brug for forberedelse inden mødet med pressen, kan Kommunikationsteamet hjælpe med dette, f.eks. ved at stille/øve spørgsmål og interviewsituationen
- Gruppen omkring krisen hjælper hinanden og har dialog om hvilke budskaber, der er vigtige
- Gruppen omkring krisen koordinerer løbende internt, mens sagen kører

Presseplan

Når krisen rammer eller når flere fra kommunen udtaler sig

Journalisten kan ved visse emner og ved emner, der er aktuelle i en længere periode i medierne ønske at komme i kontakt med flere medarbejdere i kommunen. Hvis flere udtaler sig, uden det koordineres, har ingen overblik over, hvem der har sagt hvad og til hvem. Derfor er det en god idé at udarbejde en presseplan, hvor budskaber, talsperson(er) og spørgsmål/svar er listet. En presseplan er med til at sikre, at fakta er på plads og at flere afsendere får samme budskab ud.

[Skabelon til presseplan](#)

Når journalisten ringer

- Køb dig tid så du kan forberede dig ("Det skal jeg først tjekke op på")
- Interview journalisten; hvad er vinklen, hvem skal også indgå som kilde, hvornår bringes historien, hvad er vores rolle i historien m.v.
- Lav en klar aftale, f.eks. om passager, hvori dine citater indgår og få dem til gennemsyn. Det er til enhver tid journalistens afgørelse, om han/hun vælger at sende citater til faktatjek
- Ved TV-optagelser sørg for, at kulissen for optagelsen ser ordentlig ud (at den ikke er rodet. Vælg f.eks. et sted hvor der er grønne planter eller andet, som får dig til at se mindre "systemagtig" ud)
- Betragt det som en talerstol - ikke en skriftstol (vær ikke bange for tavsheden. Det er journalisten, der har ansvaret for, at interviewet fungerer. HUSK at LYTTE til spørgsmålene)
- Orienter opad i hierarkiet for at sikre, at direktøren, udvalgsformandskabet og evt. borgmesteren er orienteret
- Meld alle henvendelser fra pressen ind til Kommunikationsteamet i Sekretariat, Udvikling og Kommunikation, så de er orienteret og opdateret



Vi har
sammen.

Vi er generøse
organisationen –
kompetencer i spil

Vi har et højt fagligt niveau, so-
bidrager med i tværfaglige løsnin-
gavn for borgerne

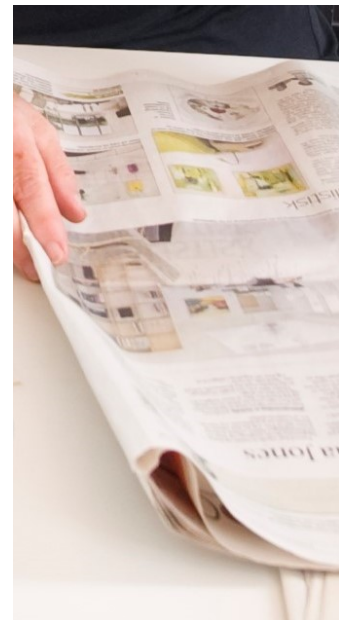
Særd er noget, vi skaber sammen
borgerne

g tør prøve nye



KANALSTRATEGI

for Jammerbugt Kommune



Service og
samarbejde

Demokrati og
indflydelse

Vores kommune

Har du kan vi hjælpe dig med?

For dig, din familie, dit erhverv
og jeres forening.



KANALSTRATEGI

for Jammerbugt Kommune

Kanalstrategien er rammen for, hvordan Jammerbugt Kommune håndterer henvendelser fra og til borgere, virksomheder, foreninger og samarbejdspartnere. Vi ønsker, at alle der er i kontakt med kommunen, oplever den samme service og føler sig mødt - uafhængig af den medarbejder, afdeling eller institution, de henvender sig til.

Vi vælger altid den kanal, der passer bedst til budskabet og til den eller de modtagere, vi kommunikerer med – ud fra en prioritering af at levere en god service til borgerne så effektivt og billigt som muligt.

Strategien omfatter alle typer af henvendelser til og fra kommunen, uanset om de omhandler kommunikation, sagsbehandling, vejledning eller anden kontakt. Det gælder personlige, telefoniske, analoge og digitale henvendelser.

Ud over selve kanalen handler kanalstrategien i høj grad også om videreudvikling af servicekulturen – herunder implementeringen af 'Én indgang' (for både borgere og virksomheder) og om kulturnøglerne.

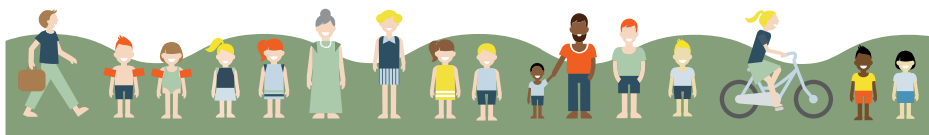
DET VIL VI OPNÅ:

- Alle der kontakter Jammerbugt Kommune skal opleve en god service og en helhedsorienteret tilgang til samarbejdet med kommunen
- Vi tænker principperne bag 'Én indgang' ind i den daglige kontakt via telefon, mail, brev, møder, dialog osv.
- Vi tager initiativet til at invitere til samarbejde med kolleger andre steder i den kommunale organisation, når det er relevant
- Vi vil give brugerne en nem og enkel adgang til den mest hensigtsmæssige kanal
- Vi vil anvende de billigste og mest sikre kanaler
- At borgere, foreninger, virksomheder og samarbejdspartnere oplever en klar, effektiv og tryk kontakt med kommunen
- En effektivisering af arbejdsgange

SÅDAN GØR VI:

- Vi tænker altid over, hvilken kanal, vi vælger. Det afhænger af, hvem vi henvender os til, hvad der er billigst/hurtigst, og hvilken der giver den bedste service
- Styrker eksisterende kanaler, så de fungerer optimalt
 - Herunder hjemmeside, selvbetjeningsløsninger, sociale medier, telefonbetjening, KommuneTV/WebTV fra kommunalbestyrelsesmøder
 - Gennemgår sproget og indholdet i breve
- Implementerer nye kanaler og selvbetjeningsløsninger, når det giver mening
- Afvikler kanaler, når de ikke længere er hensigtsmæssige
- Lederne følger jævnligt op på medarbejdernes brug af kalendere iht. Kanalstrategien samt overholdelse af GDPR
- Relevante afdelinger benytter og henviser til Den Digitale Hotline (DDH)
- Ved telefonopkald præsenterer vi os med navn og Jammerbugt Kommune – evt. afdeling
- Alle ansattes numre og mailadresser oplyses som udgangspunkt direkte i mailsignaturer i Outlook og til borgere m.v., der ønsker at komme i kontakt med en bestemt person – medmindre jobfunktionen ikke gør det muligt
- Vi medflytter eller viderestiller altid vores telefon, når vi forlader vores arbejdsplads inden for arbejdstiden. Det er den enkelte afdeling/arbejdsplads, der er ansvarlig for at telefonen passes
- Har din kollega glemt at medflytte/viderestille sin telefon, så medflyt/viderestil telefonen til din telefon, så telefonen ikke står ubesvaret, mens kollegaen holder fri. Hvis der afholdes personalemøder, interne kurser og lignende for hele afdelingen/forvaltningen så husk at give Omstillingen besked på omstilling_DIS@jammerbugt.dk
- Vi opdaterer Outlook med møder, ferie m.v., så kolleger ved, hvor vi er, og evt. kan give beskeden videre til en udefrakommende. Vi sætter autosvar på i Outlook, når vi holder fri
- Vi hjælper borgeren, pressen, virksomheden eller samarbejdspartneren videre til den rette person – ud fra principperne om 'Én indgang', hvis vi ikke selv kan hjælpe. Hvis du omstiller et opkald, så sørg for, at vedkommende kollega svarer i den anden ende, inden du slipper røret. Eller tag imod besked
- Vi aflytter og besvarer telefonbeskeder hurtigst muligt

- Vi læser vores post og svarer på relevante henvendelser. E-mails, digital post og breve der kræver svar, skal besvares inden ti arbejdsdage efter modtagelsen. Enten med endeligt svar eller med oplysning om, at henvendelsen er modtaget, og at vi vil vende tilbage til sagen, når yderligere oplysninger foreligger. Hvis det er muligt, oplyses hvornår afgørelsen kan forventes
- Vi følger retningslinjerne i IT-Sikkerhedspolitikken
- Vi følger guiden for digital post (ved forsendelser til borgere, virksomheder og myndigheder)
- Vi følger anbefalingerne til 'Én indgang'



Vi har
sammen.

Vi er generøse
organisationen –
kompetencer i spil

Vi har et højt fagligt niveau, so-
bidrager med i tværfaglige løsninger
gavn for borgerne

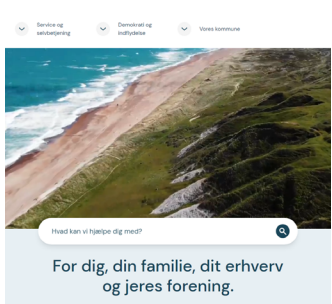
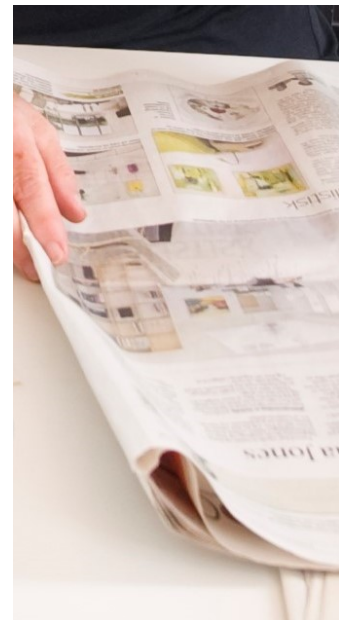
Særd er noget, vi skaber sammen
borgerne

g tør prøve nye



DESIGNSTRATEGI

for Jammerbugt Kommune



DESIGNSTRATEGI

for Jammerbugt Kommune

Designstrategien skal understøtte den kommunikation, Jammerbugt Kommune har med omverdenen. Ligesom den skal gøre det let at genkende information og kommunikation fra kommunen.

DET VIL VI OPNÅ:

- Vi vil fremstå troværdigt, kompetent og professionelt – både digitalt og i fysisk materiale
- Vores design understøtter, at modtageren føler sig sikker på vores professionelle håndtering af sager og henvendelser. Modtageren må aldrig være i tvivl om afsenderen
- Vi ønsker, at vores formidling er letforståelig, målrettet og vedkommende. Det kan kræve individuelle designløsninger, f.eks. når vi laver kampagner. Her gør vi brug af det udtryk, der er mest hensigtsmæssigt i forhold til den målgruppe, vi vil henvende os til

SÅDAN GØR VI:

- Vi følger standarderne for visitkort, e-mailsignaturer og skiltning, så vores visuelle profil altid fremstår ensartet
- Vi integrerer designskabeloner i vores fagsystemer. På den måde er skabelonerne lettilgængelige for alle medarbejdere. Når I oplever mangler i jeres behov for designskabeloner, opfordrer vi jer til at gå i dialog med Kommunikationsteamet i Sekretariat, Udvikling og Kommunikation, så vi i fællesskab kan udarbejde nye skabeloner, der matcher jeres behov
- Ved brug af billeder i publikationer fra Jammerbugt Kommune vælger vi fotos med realistiske motiver (allerhelst billeder som er taget i Jammerbugt Kommune). Det er vigtigt, at miljø og mennesker ligner os – det skaber genkendelighed og nærvær over for modtageren
- Vi overholder GDPR for brugen af billeder og sørger for samtykke, inden vi publicerer billederne på vores kanaler

VÆRKTØJER

Designmanual

På Jammerbugt Kommunes S-drev (S:\Designmanual - Jammerbugt Kommune) og på intranettet/TRYK kan du finde kommunens designmanual. Designmanualen giver dig adgang til kommunens officielle designelementer i forskellige filformater og farver samt retningslinjerne for, hvordan du skal bruge de forskellige elementer i den rette kontekst.

I forlængelse af designmanualen har du adgang til en række forskellige skabeloner og designeksempler, som du kan bruge, når du skal udarbejde dine egne dokumenter. Vi udbygger værktøjskassen med skabeloner løbende. Det er naturligt, at der opstår nye og individuelle behov hen ad vejen, efterhånden som vi tager flere og andre kommunikationsplatforme i brug.

Fotos og illustrationer

SKYFISH

I Jammerbugt Kommune har vi vores egen billedbank, Skyfish, som alle medarbejdere kan få adgang til ved henvendelse til Kommunikationsteamet i Sekretariat, Udvikling og Kommunikation for oprettelse. Billedbanken opdateres løbende med nyt og relevant billedmateriale. Det er et fælles ansvar at fodre portalen med billeder og tilføje keywords, der gør det let for andre at søge billederne frem. På den måde kan vi alle få gavn af det materiale, du ligger inde med! Kommunikationsteamet sikrer, at billederne på Skyfish opfylder gængse krav i forhold til f.eks. opløsning og rettigheder.

Alle billeder kommunen bruger, skal der indhentes samtykke til.

COLOURBOX

Alle medarbejdere i kommunen kan også få adgang til at downloade fra et eksternt arkiv, Colourbox, med fotos og illustrationer. De billeder der bliver downloadet, vil automatisk være tilgængelige for alle i Skyfish. Adgang med login til Colourbox fås ligeledes ved henvendelse til Kommunikationsteamet i Sekretariat, Udvikling og Kommunikation.

Alle i kommunen kan frit bruge billederne fra Colourbox i arbejdsmæssig sammenhæng, når de er downloadet.

