

Ishøj Kommune

Kommunikationsstrategi

Borgerrettet kommunikation
i Ishøj Kommune





Ishøj Kommune er en arbejdsplads, der hver dag bliver mødt af forskellige forventninger fra en mangfoldig kommune med mere end 100 forskellige nationaliteter og borgere med vidt forskellige behov. Det er dem, vi er til for, så derfor er vores fornemste opgave at kommunikere med og til vores borgere på en måde, så de forstår os, og så vi hjælper dem med at få opfyldt deres behov.

Den største og vigtigste kommunikationsopgave for os som kommune ligger i det daglige møde med Ishøj-borgerne, lige fra skolelærerens møde med eleven til sosu-assistentens møde med den ældre. Vi skal kommunikere på en måde, så borgerne oplever, at vi behandler alle lige, men ikke ens, da alle har forskellige behov. Vi ønsker, at de skal se os som en åben og moderne kommune, der bidrager til og skaber rammerne for det gode liv i Ishøj.

Med kommunikationsstrategien ønsker vi at arbejde målrettet og strategisk med kommunikationsindsatser på alle niveauer – både i forhold til den enkelte Ishøj-borger, grupper af borgere og verden omkring os. Vi vil være på forkant og kommunikere korrekt, til tiden og med de gode historier om aktuelle sager, der har stor betydning for Ishøj-borgernes hverdag og kommunens udvikling.

Kommunikation er nøglen til at styrke kommunens omdømme, og derfor vil vi arbejde på at skabe en fortælling om Ishøj, som kan skille os ud fra mængden og få omverdenen til at lytte til alle de gode historier om Ishøjs mange kvaliteter. Det har vi brug for, hvis vi også i fremtiden skal kunne tiltrække nye borgere og dygtige medarbejdere.

Vi tror på, at en unik fremtidsfortælling om Ishøj som kunstens by med ARKEN som flagskibet kan være med til at løfte den samlede fortælling om Ishøj som en attraktiv kommune at bo og arbejde i. I 2030 skal Ishøj være den by, som hele Danmark taler om som det gode eksempel på et sted, hvor kunst er for de mange, og hvor kunsten bringer os sammen, uanset hvem vi er, og hvor vi er i livet.

Jeg er glad for, at vi med denne kommunikationsstrategi får et redskab, der kan understøtte vores politiske visioner, mål og værdier og den særlige Ishøj-ånd, hvor alle er en del af fællesskabet og sammen kæmper for Ishøj.



Ole Bjørstorp

Strategien for ekstern kommunikation beskriver vores tilgang til to ting:

1. Principper for kommunikationen med vores vigtigste målgruppe i det daglige, som er borgerne i Ishøj

Strategien opstiller principper for, hvordan vi ønsker, at alle ansatte møder borgeren i dagligdagen, da det er i mødet mellem borgeren og den enkelte medarbejder, at det meste af vores kommunikation finder sted.

2. Vores strategiske kommunikation med særlig vægt på en fremtidsfortælling om Ishøj som kunstens by

Strategien beskriver, hvordan vi vil arbejde målrettet og strategisk med den kommunikation, vi foretager med resten af omverdenen. Vi skal formidle de aktuelle dagsordener på en måde, der er til gavn for den samlede fortælling om Ishøj Kommune. Med en strategi for ekstern kommunikation ønsker vi at være proaktive og selv bidrage mere systematisk til fortællingen om Ishøj Kommune.

Principper for god kommunikation

Vores generelle tilgang til, hvordan vi kommunikerer med borgere og resten af omverdenen:



Borger får hjælp i hjemmet



Lærer hjælper elev med skoleopgave



Vejleåparken i Ishøj

1. Vi er tydelige og tilgængelige

- Vi kommunikerer rettidigt, letforståeligt og korrekt
- Vi er lettilgængelige, når borgere og andre har brug for informationer
- Vi sikrer en rød tråd i vores kommunikation

Det betyder, at:

- vi skriver i et letforståeligt hverdags-sprog til vores borgere, så alle kan forstå det

- vores grafiske linje gør det let for alle borgere at genkende og identificere Ishøj Kommune som afsender

- vi overholder regler om håndtering af personfølsomme oplysninger

2. Vi brænder igennem

- Vi har noget på hjerte og Ishøj på sinde i vores kommunikation
- Vi er stolte over at formidle gode historier fra Ishøj
- Vi har fokus på at ramme de rigtige målgrupper

Det betyder, at:

- vi har et særligt fokus på at prioritere historier, der har borgeres og politikeres bevågenhed

- vi vælger de kanaler, som de relevante målgrupper ser og anvender

- vi arbejder med det visuelle udtryk, så det understøtter vores historier og fremtidsfortællingen om kunstens by



Frivillige samler skrald på Ishøj strand



Cykling uden alder

3. Vi er inddragende

- Vores kommunikationsindsats understøtter lokalsamfundets ildsjæle og deres aktiviteter
- Vi tør afprøve nye, kreative kommunikationsformer og er i interaktion med borgerne
- Vi samarbejder og anvender input fra andre professionelle aktører i vores formidling

Det betyder, at:

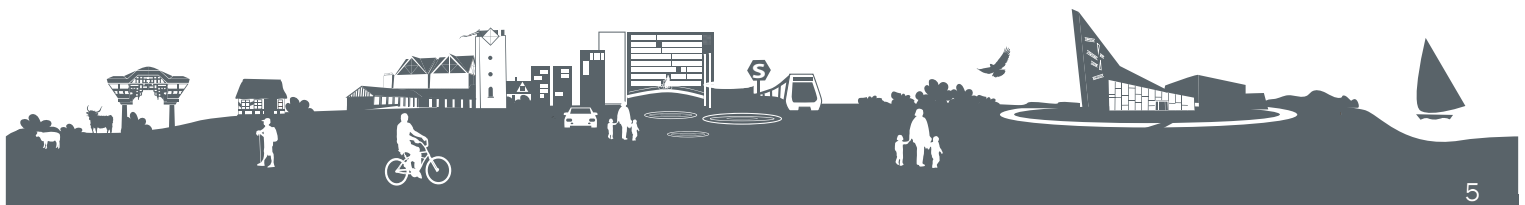
- vi fortæller de gode historier om lokale borgeres bidrag til det kommunale fællesskab
- vi bruger lokale netværk til at sprede budskabet om vores fællesskab til omverdenen
- medarbejderne spiller en aktiv rolle som formidlere og medskabere af den gode fortælling om Ishøj

4. Vi har blik for fremtiden

- Vi har øje for udviklingen og de nyeste tendenser indenfor kommunikation
- Vi har løbende fokus på, hvordan behov og teknologiske muligheder ændrer sig
- Vi er optaget af den langsigtede fortælling om Ishøj som kunstens by

Det betyder, at:

- vi anvender og er tilgængelige på relevante digitale platforme
- vi er åbne, men også velovervejede i vores tilvalg eller fravalg af nye digitale løsninger og kanaler
- vi arbejder strategisk med fortællingen om kunstens by





Mødet med borgeren

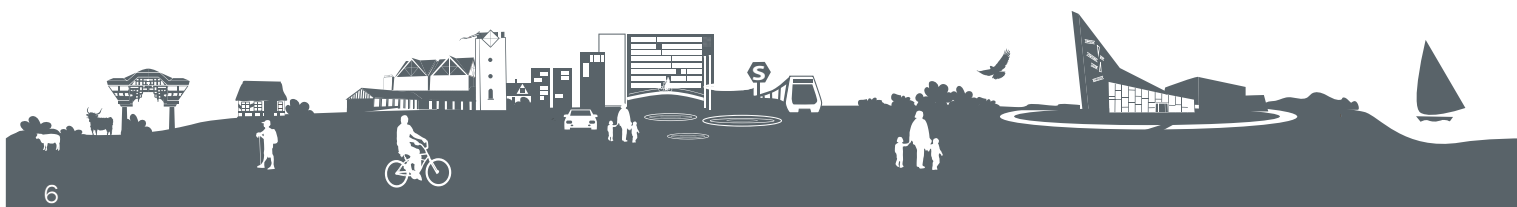
Ishøjs borgere er den vigtigste målgruppe for vores kommunikation. Den daglige kontakt og kommunikation med kommunens borgere foregår både i det personlige møde og på skrift i form af skilte, breve, hjemmesider, sociale medier som Facebook, diverse tryksager mv. Det er her, vi dagligt viser kommunens ansigt udadtil, og alle – ledere såvel som medarbejdere – skal leve op til ansvaret om at være formidlere og ambassadører for kommunen. Når vi kommunikerer med og til Ishøjs borgere, tager vi afsæt i vores Medborgerpolitik:

"Ishøj Kommune handler ud fra den enkeltes behov. Det betyder, at Ishøj Kommune behandler alle borgere lige, men ikke nødvendigvis ens, da borgere har forskellige behov."

Vores roller og ansvar

Vores strategiske kommunikation skal understøtte de politiske visioner, værdier og mål for Ishøj Kommune. Den skal sikre sammenhæng og timing i de budskaber, vi kommunikerer til vores borgere. Det kræver en klar prioritering af kommunikationsindsatsen og en klar fordeling af roller og ansvar for at sikre en god og sammenhængende kommunikation.

**Når vi
kommunikerer med
og til Ishøjs
borgere, tager vi
afsæt i vores
Medborgerpolitik**



Vores roller og ansvar

Ishøj Byråd

Beslutter de politiske visioner og ambitioner for kommunen. Kommunens seks hovedpolitikker er vedtaget som den politiske overlægges for den retning, Ishøj Byråd ønsker, at Ishøj skal bevæge sig i:

Medborgerpolitikken: "Alle ser mangfoldighed som en styrke. - Alle kan noget, men ingen kan alt"

Velfærdspolitikken: "I 2025 er borgerne i Ishøj blandt de borgere i Danmark, som oplever den højeste livskvalitet"

Børne- og Ungepolitikken: "Børn og unge sejrer i eget liv og når deres fulde potentiale"

Miljøpolitikken: "Et grønt miljø, der giver plads til at være og blive"

Erhvervs- og Beskæftigelsespolitikken: "Ishøj på arbejde - på arbejde i Ishøj"

Kulturpolitikken: "Kulturliv skaber øget indsigt og udsyn på tværs af verdener"

Direktion

- Oversætter de politiske visioner og ambitioner til strategiske dagsordener.
- Udstikker retningen for kommunikationen i Ishøj Kommune på et strategisk og værdimæssigt plan.

Centerchefer

- Bidrager til de strategiske dagsordener og oversætter dem til deres eget fagområde.
- Sikrer at kommunikation er en integreret del af opgaveløsningen.

Afdelings- og driftsstedsledere

- Formidler de strategiske dagsordener til medarbejderne.
- Sikrer at medarbejderne er klædt på til at løse kommunikationsopgaven.

Enkelte medarbejdere

- Er daglige ambassadører og formidlere på kommunens vegne.

Kommunikationsafdelingen

- Understøtter den samlede kommunikationsindsats i kommunen.
- Bidrager i særligt omfang til at formidle strategiske og aktuelle dagsordener samt branding af Ishøj som kunstens by.

Valg af kanaler

Vi møder borgerne dér, hvor de er – på skrift, via publikationer, med tv-indslag og på de sociale medier. Derfor anvender vi en række kanaler, der tilgodeser så mange behov som muligt.

Vi kan ikke ramme alle på én gang med vores kommunikation, men vi kan kommunikere med alle, så de kan forstå det. Derfor anvender vi et miks af forskellige skriftlige og visuelle udtryksformer, der giver os mulighed for at tilgodesse den mangfoldighed, der kendetegner vores primære målgruppe – Ishøjborgerne.





Strategisk kommunikation i flere lag

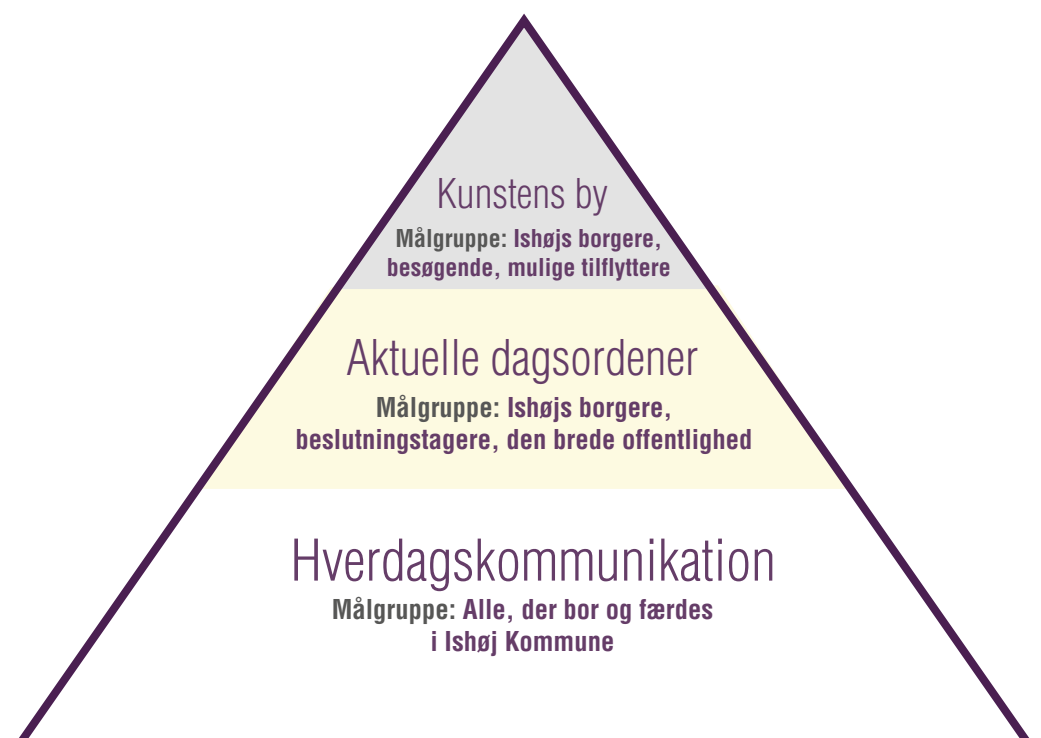
Al kommunikation er et middel til at skabe sammenhæng og mening hos modtageren. I vores tilgang til en sammenhængende og strategisk kommunikation opdeler vi kommunikationsopgaven i flere lag, der strækker sig fra det daglige møde med vores borgere til en fokuseret indsats for at brande os og skabe en stærk fortælling om det, der gør Ishøj til noget særligt.

Kommunikationspyramiden

Pyramiden illustrerer, hvad der fylder mest i den samlede kommunikationsindsats for hele Ishøj Kommune.

Hverdagskommunikation udgør størsteparten af vores kommunikation, og udgør fundamentet i pyramiden. I midten ligger de skiftende dagsordener, der afføder særlige kommunikationsindsatser af kortere eller længere varighed.

I toppen af pyramiden har vi den del af kommunikationsindsatsen, som er den særlige langsigtede indsats for at brande Ishøj som kunstens by.



**Hverdagskommunikation
ligger som fundamentet
i pyramiden og udgør
langt størstedelen
af den kommunikation,
der udgår fra
Ishøj Kommune.**



Borger får hjælp i Borgerservice

Hverdagskommunikation

Hverdagskommunikation

Hverdagskommunikation ligger som fundamentet i pyramiden og udgør langt størstedelen af den kommunikation, der udgår fra Ishøj Kommune. Det er det daglige møde med borgeren, hvor vi kommunikerer i kraft af at være en myndighed, der yder service overfor mange af kommunens borgere i både specifikke og generelle sager, hvor kommunen gør en forskel for en eller flere borgere. Det kan for eksempel komme til udtryk i skolelærerens møde med eleverne, i hjemmehjælperens møde med den ældre borger, i vores måde at skrive breve til borgerne på eller den skiltning, vi vælger i byrummet.

Målgrupper: Ishøjs borgere er den primære målgruppe. Hertil kommer alle, der færdes i kommunen og i øvrigt er i kontakt med Ishøj Kommune.

Aktuelle dagsordener

Denne del af kommunikationsindsatsen retter sig mod aktuelle sager og dagsordener, noget der er "stort" i en periode, og som har stor betydning for Ishøj-borgernes hverdag og kommunens udvikling. Det kan være særlige projekter og indsatser, som vi ønsker at sætte særlig fokus på, og hvor der i en periode er behov for en ekstra kommunikationsindsats. Det kan også være større, nationale dagsordener, der udspringer af landspolitiske initiativer og lovgivning. For eksempel sætter vi ind for at påvirke alle relevante beslutningstagere, når udligningsreformen lurer, og kommunens økonomi står på spil. Kommunikationsindsatsen på dette niveau understøtter også kommunens egne prioriteringer, og skal for eksempel sikre, at vi får kommunikeret både korrekt og rettidigt, men også positivt og inspirerende om købet af Brohuset og alle de forandringer, det medfører.

Målgrupper: Både Ishøjs borgere og resten af omverdenen kan være relevante målgrupper, alt efter om vi skal påvirke en politisk dagsorden, som kan få stor betydning for kommunens udviklingsmuligheder, eller om vi skal kommunikere til borgerne om konkrete projekter, der sættes i værk fra kommunens side.



Borgmester Ole Bjørstorp holder tale ved indvielse af Landsbyskoven

Kunstens by – en fremtidsfortælling om Ishøj

Målet for denne del af vores strategiske kommunikation er, at vi får skabt en samlet stærk modfortælling til en mere problemorienteret fortælling om Ishøj, som let kan komme til at fylde meget, hvis vi lader andre om at vælge de dagsordener og historier, der skal være kendetegnende for Ishøj Kommune. Derfor vil vi brande os særligt på "Ishøj – Kunstens by".

Både borgere og ansatte skal være aktive deltagere, medskabere og medfortællere frem for blot passive modtagere af budskabet om kunstens by. Fremtidsfortællingen og identiteten som kunstens by skal opbygges og videreudvikles gennem borgerinddragelse.

Når vi sætter spot på Ishøj som kunstens by, er det fordi, vi tror på, at vi kan noget helt særligt med kunst i det offentlige rum som en del af et mangfoldigt kommunalt fællesskab, og at det er værd at vise andre. Vi brander os på, at kunsten er synlig og nærværende i kommunen. ARKEN er det store flagskib, men også lysudsmykninger på stationsforpladsen, Bjørn Nørgårds facadeudsmykninger i Vejleåparken eller den kommende ARKENWALK er alle særlige kendetegn, som er med til at gøre Ishøj til kunstens by.

Målgrupper: Ishøjs borgere og resten af omverdenen. Kunstens by skal bidrage til en fælles identitet for alle, der bor i Ishøj, men også være med til at vise Ishøjs kvaliteter til besøgende, turister og mulige tilflyttere.



Lysudsmykning på Ishøj Stationsforplads



Kæmpen Oscar – er en del af det samlede værk "De seks glemte kæmper" skabt af Thomas Dambo



ARKENs nye vartegn, Elmgreen & Dragsets rytterstatue af en jublende dreng højt på hest



www.ishoj.dk

