

God kommunikation i Region Syddanmark

Kommunikationspolitik



Åbenhed, dialog og borgerinddragelse



Region Syddanmark



Introduktion

Kommunikationspolitikken er delt i to

- 01** Den første del beskriver de overordnede rammer og principper for kommunikation i organisationen Region Syddanmark.
- 02** I anden del er visionen og principperne udmøntet i en række strategiske fokusområder, hvor indsatsen fra Kommunikation i regionshuset vurderes at have størst effekt det pågældende år. For hvert fokusområde angives Region Syddanmarks holdning til god kommunikation. Herefter er der opstillet mål for, hvordan holdningen kan omsættes i praksis. Koncernledelsen reviderer de kommunikationsstrategiske fokusområder hvert andet år.

Indhold

- 01** Kommunikationspolitik side 04
- 02** Fokusområder 2007/2008 side 12

01 Kommunikationspolitik

Forord

Velfungerende og sammenhængende kommunikation er ryggraden i en moderne organisation. Derfor vægtes kommunikation højt i Region Syddanmark.

Gennem kommunikation holder medarbejderne og organisationen hinanden, borgerne og brugerne orienteret om udviklingen i regionen og organisationens projekter.

Gennem kommunikation kan medarbejderne involvere borgerne og brugerne i beslutningerne og på den måde sikre åbenhed, dialog og borgerinddragelse i processer og beslutninger.

For at skabe en velfungerende og sammenhængende kommunikation skal alle leve op til et fælles sæt af principper og målsætninger. Det betyder, at medarbejderne har et ansvar for at kommunikere, når de udfører deres opgaver. Samtidig skal kommunikation indgå i alle beslutninger, så de kendes af medarbejdere, borgere og interessenter.

Regionsrådet er ambassadør for Region Syddanmarks kommunikation og har derfor vedtaget denne kommunikationspolitik, der beskriver de grundlæggende mål og principper for al kommunikation i organisationen Region Syddanmark. Politiken gælder for alle medarbejdere, både når de kommunikerer med hinanden, og når de kommunikerer med omverdenen.



Carl Holst
Regionsrådsformand



Kjeld Zacho Jørgensen
Adm. direktør



Kommunikationspolitikken vedrører al kommunikation i organisationen Region Syddanmark. Den er vedtaget i regionsrådet og er retningsgivende for koncern-, sygehus- og institutionsledelser, som har ansvaret for, at politikken gøres til virkelighed. Decentrale kommunikationspolitikker på sygehuse og institutioner følger principperne i den overordnede kommunikationspolitik.

Formålet med kommunikationspolitikken er at understøtte organisationen Region Syddanmarks og medarbejdernes kommunikation i arbejdet med at nå regionens tre overordnede mål - internt såvel som eksternt.

Organisationen Region Syddanmarks tre overordnede mål er:

1.

Med brugerne som omdrejningspunkt vil Region Syddanmark tilrettelægge sin virksomhed ud fra sammenhæng og kvalitet.

2.

Region Syddanmark vil være konkurrencedygtig, fornyende og dagsordensættende.

3.

Region Syddanmark vil skabe en attraktiv arbejdsplads, der konkurrerer blandt de bedste med udviklingsmuligheder for den enkelte.

Gennem kommunikationen skal organisationen Region Syddanmark

- Skabe åbenhed, dialog og borgerinddragelse, så alle med andel i Region Syddanmark bliver involveret og engageret i regionens aktiviteter
- Skabe overblik og klarhed for interessenterne, så borgerne kan se, at de er omdrejningspunktet for alt arbejde
- Understøtte samarbejde og videnuddeling, så medarbejderne kan blive konkurrencedygtige, fornyende og dagsordensættende
- Skabe et troværdigt omdømme som samarbejdspartner og arbejdsplads.



Vision:
Vi arbejder for, at kommunikation er en naturlig del af alle medarbejders arbejde og indgår i alle beslutninger.

Principper

Kommunikation er vigtig, og alle medarbejdere har et ansvar for, hvordan og hvad der kommunikeres - internt såvel som eksternt. Al kommunikation i organisationen Region Syddanmark skal leve op til principperne om: Åbenhed, dialog og borgerinddragelse.



” Åbenhed – skal give viden og indsigt

Åbenhed – skal give viden og indsigt

Beslutninger og processer skal være gennemsigtige, så det er let at skabe overblik og få indblik i detaljer.

Vi deler gerne viden med hinanden og med pressen og udtaler os gerne om vores fagområde.

Det betyder, at:

- Vi fortæller åbent om, hvad der sker i organisationen
- Vi kommunikerer med hinanden for at skabe et højt internt videnniveau
- Vi har et åbent samarbejde med pressen og sætter proaktivt dagsordenen i medierne
- Vi melder ud og er tilgængelige for pressen, både når vores omgivelser omtaler os positivt og kritisk
- Alle kan kommunikere åbent om alt, der ikke er underlagt tavshedspligt
- Alle har frihed til at ytre sig om en sag i Region Syddanmark
- Alle medarbejdere informerer deres nærmeste leder, når de kommunikerer med pressen i sager, som har betydning for regionen, kolleger og politikere.

Dialog skaber engagement

Det er lige så vigtigt at lytte som at tale. Derfor tager vi os tid til dialog med vores interessenter og medarbejdere.

Det betyder, at:

- Vi lytter til argumenterne i en sag
- Vi deltager ikke i offentlig polemik i medierne, hvis vi ikke samtidig har kontakt med modparten på anden vis
- Vi anvender de medier og metoder, der bedst muligt giver borgere og interessenter adgang til beslutninger og kommunikationen af dem.

Borgerinddragelse fører til ejerskab

Når vi tager beslutninger, tror vi på, at flere hoveder tænker bedre end et. Derfor inddrager vi brugere, borgere og specialister i beslutningsprocesser.

Det betyder, at:

- Vi aktivt skaber fora, hvor interesser i en sag kan komme til orde
- Vi opsøger muligheder for at mødes med vores vigtigste interesser
- Vi kommunikerer med involverede parter i en sag, før vi handler
- Der er sammenhæng mellem ord og handling
- Vi integrerer inddragelsen af borgere og interesser i projektmanualer og styringsværktøjer.

Opfølgning og ansvar

Alle medarbejdere har et ansvar for kommunikationen i organisationen Region Syddanmark - gennem det vi siger, det vi gør, og måden vi opfører os på. Dermed er alle med til at tegne billedet af organisationen, og alle er med til at opbygge Region Syddanmarks omdømme. Koncernledelsen har et særligt ansvar for at skabe rammerne for en vel-

fungerende og sammenhængende kommunikation i hele organisationen og for løbende at evaluere kommunikationen.

Lederne i organisationen har et særligt ansvar for at gå foran og sikre, at al kommunikation i deres område eller afdeling lever op til principperne om åbenhed, dialog og borgerinddragelse. Samtidig har lederne ansvaret for at følge op på og evaluere både egen og medarbejdernes kommunikationsindsats.

Kommunikation i regionshuset har et særligt ansvar for at tilbyde værktøjer og træning, så forudsætningerne for en velfungerende kommunikation er til stede. Samtidig har Kommunikation i regionshuset et ansvar for at sikre en god intern og ekstern kommunikation af regionsrådets og koncernledelsens beslutninger. Endelig har Kommunikation ansvaret for at koordinere indsatsen på tværs af virksomheden.

Kommunikationsafdelinger placeret decentralt har et særligt ansvar for at implementere kommunikationspolitikken og værktøjerne i alle afdelinger, så

medarbejderne kan leve op til kommunikationspolitikken og dens principper. Samtidig har de decentrale kommunikationsafdelinger ansvaret for at sikre en effektiv intern og ekstern kommunikation om aktiviteter på deres område.



Målgrupper

Organisationen Region Syddanmark kommunikerer med mange forskellige målgrupper både internt og eksternt. Det er derfor altid nødvendigt at prioritere ressourcer og interesser. Følgende interesser skal altid indgå i overvejelserne om kommunikation:

- Brugere af Region Syddanmarks ydelser
- Borgere i regionen
- Medarbejdere
- Samarbejdspartnere.

Virkemidler

Der skal være sammenhæng i organisationen Region Syddanmarks kommunikation med omverdenen. Derfor har organisationen en fælles klar visuel identitet, som skal anvendes i udformningen af al kommunikation. Retningslinjerne for design og brug af logo skal følges af alle i koncernen. Designguiden og retningslinjer kan ses på www.regionsyddanmark.dk/design eller fås hos Kommunikation i regionshuset.

Det skrevne og talte sprog er et vigtigt virkemiddel. Et klart og forståeligt

sprog viser, at organisationen Region Syddanmark kommunikerer i øjenhøjde med modtageren. Folderen "Det gode sprog" kan hentes på www.regionsyddanmark.dk/kommunikation eller fås hos Kommunikation i regionshuset.

Måling

Kommunikation i organisationen Region Syddanmark skal hjælpe organisationen med at nå de overordnede mål. Derfor måler såvel koncernen som alle enheder og afdelinger løbende, at kommunikationen har den ønskede effekt.

Hvert andet år udarbejder Kommunikation i regionshuset et samlet kommunikationsregnskab og en tilhørende rapport til regionsrådet om de kommunikationsaktiviteter, der indgår i regionens strategier, og som ligger i forlængelse af kommunikationspolitikken.

Hvert andet år laves en samlet måling med udgangspunkt i Region

Syddanmarks tre overordnede mål. Den første måling blev lavet i foråret 2007 og bliver benchmark for fremtidige målinger. Med udgangspunkt i det forrige års resultat fastlægger Kommunikation i regionshuset i samarbejde med koncernledelsen og regionsrådet hvert år nye mål for det følgende års arbejde.

Med udgangspunkt i virksomhedens overordnede mål er her de tre områder, der indgår i kommunikationsregnskabet:

1. Region Syddanmark vil have brugerne og borgerne som omdrejningspunkt og tilrettelægge vores virksomhed ud fra sammenhæng og kvalitet.

Kommunikationsmåling: Årlig undersøgelse af brugernes og borgernes opfattelse af Region Syddanmark, dens ydelser og dens kommunikation.

2.

Region Syddanmark vil være konkurrencedygtig, fornyende og dagsorden-sættende.

Kommunikationsmåling: Årlig undersøgelse af pressens og samarbejdspartneres opfattelse af Region Syddanmark, dens ydelser og dens kommunikation.

3.

Region Syddanmark vil være en attraktiv og involverende arbejdsplads.


Kommunikationsmåling: Måling af arbejdsklima og intern kommunikation blandt Region Syddanmarks medarbejdere. Måling skal udpege, hvordan medarbejderne oplever kommunikationen og danne grundlag for fremtidig prioritering af indsatsen.

02 Fokusområder 2007/2008

I 2007/2008 har koncernledelsen udpeget følgende strategiske fokusområder for kommunikationen i organisationen Region Syddanmark:

- **Det gode sprog**
- **Samarbejdet med pressen**
- **Intern kommunikation**

Koncernledelsen reviderer de strategiske fokusområder hvert andet år med henblik på at udpege nye indsatsområder.



De strategiske fokusområder er de områder, hvor koncernledelsen mener, at indsatsen fra Kommunikation i regionshuset vil give størst udbytte i det følgende år.

Fokus: Det gode sprog

Koncernledelsen mener, at et ensartet og moderne sprogbrug er et fokusområde for Region Syddanmark, fordi det...

- viser, at organisationen Region Syddanmark møder omverdenen i øjenhøjde

Åbenhed kræver forståelse. Derfor sætter vi os i modtagerens sted, når vi udformer vores kommunikation. Vi kommunikerer i øjenhøjde med alle og bruger et sprog og en tilgang, som kolleger, brugere og borgere kan forstå. Vi henvender os altid direkte, i en venlig tone og på forståeligt dansk.

- sikrer, at organisationen Region Syddanmarks budskaber bliver forstået

Organisationen Region Syddanmarks beslutninger og meninger har stor betydning for mange mennesker. Derfor kommunikerer alle medarbejdere i et sprog, som alle kan forstå. Et klart sprog er det bedste værn mod misforståelser.

- viser omverdenen, hvem organisationen Region Syddanmark er, og hvad vi står for

Medarbejdernes sprog afspejler værdierne. Ligesom vores handlinger og adfærd præsenterer Region Syddanmark som en åben, dialogsøgende og inddragende organisation, skal vores sprog også afspejle disse værdier.

- skaber et sammenhængende udtryk for hele organisationen Region Syddanmark

Region Syddanmark er en samlet enhed, der i fællesskab løser en række vigtige funktioner og opgaver for brugere og borgere. Et fælles sprog sikrer, at vores medspillere altid ved, at de har med Region Syddanmark at gøre. Vores sprog er en lige så vigtig del af vores identitet som vores logo.

Målsætninger

Koncernledelsen har opsat følgende mål for det gode sprog...

- alle tekster skal skrives, så modtageren kan forstå dem

Alle tekster, som f.eks. brochurer, breve, interne nyhedsbreve og breve til patienter, skal skrives, så de er lette at forstå. Alle medarbejdere skriver nutidigt og i dagligdags vendinger.

- vi sikrer, at modtagerne forstår vores tekster

Organisationen Region Syddanmarks ambition er at være let at forstå. Derfor måler Kommunikation i regionshuset løbende, hvad modtageren forstår og om budskaberne står klart. Alle medarbejdere, tilbydes hjælp til at blive endnu bedre til at skrive klart og tydeligt, f.eks. gennem træning, netværk og faglig sparring.

Sådan når vi målene

Tekster skal være skrevet, så modtageren kan forstå dem

- Kommunikation i regionhuset udgiver en folder om det at skrive godt
- Kommunikation i regionshuset laver en "tjekliste" med ti gode råd til alle, som vil have et hurtigt indblik i, hvordan de forbedrer deres sprog i regionshuset
- Kommunikation i regionshuset sætter en lix-måler på intranettet, så det er muligt at tjekke læsbarheden af sin tekst.

Vi skriver nutidigt og i dagligdags vendinger

- Kommunikation tilbyder skrivekurser til alle medarbejdere.

Vi sikrer, at modtagerne forstår vores tekster

- Kommunikation i regionshuset gennemfører løbende effektmålinger, så vi ved, hvordan brugerne oplever kommunikationen, og hvor vi skal sætte ind.



” Vi sikrer, at modtagerne forstår vores tekster

Fokus: Samarbejde med pressen i organisationen Region Syddanmark

Koncernledelsen mener, at et godt samarbejde med pressen er vigtigt for Region Syddanmark, fordi pressen...

- er med til at forme Region Syddanmarks omdømme

God eller dårlig omtale i pressen er afgørende for offentlighedens opfattelse af os.

- er en vigtig kommunikationskanal mellem regionen og borgerne

En stor del af borgerne orienterer sig igennem medierne og danner sig deres mening om os på baggrund af medierne. Derfor er pressen den mest effektive kanal, når der skal sættes en dagsorden - både i regionen og på landsplan. Samtidig bruger vores med- og modspillere aktivt pressen som kanal for deres budskaber.

- påvirker medarbejdernes opfattelse af deres arbejdsplads

Stolte og engagerede medarbejdere er gode ambassadører for Region Syddanmark. Derfor er det vigtigt, at medarbejderne føler, at de får en version af en historie, som både de og Region Syddanmark kan stå inde for.

Målsætninger

Koncernledelsen har sat følgende mål for samarbejdet med pressen...

- organisationen Region Syddanmark er offensiv og sætter gerne dagsordenen

Gennem pressen vil Region Syddanmark give borgerne og brugerne de bedste muligheder for at få viden om vores indsats og resultater. Vi er med til at sætte dagsordenen i medierne ved på eget initiativ at fortælle om regionen og de opgaver, vi løser. Vi sætter gerne selv dagsordenen.

- organisationen Region Syddanmark har et åbent samarbejde med pressen

Åbenhed i forhold til pressen giver borgerne det bedste udgangspunkt for at deltage i de demokratiske beslutningsprocesser. Pressen er en vigtig medspiller for Region Syddanmark, som vi forholder os åbent og offensivt til. Region Syddanmark sætter en ære i at være tilgængelig for pressen. Vi tager hensyn til pressens vilkår og arbejds-

metoder, når vi planlægger vores aktiviteter, og inddrager pressen i vores løsninger, hvor det giver mening.

- organisationen Region Syddanmark melder ud

Region Syddanmark opfører sig ordentligt, både når vores omgivelser omtaler os positivt og kritisk. Dårlig medieomtale - berettiget eller uberettiget - betyder ikke, at samarbejdet med pressen afbrydes. Region Syddanmark stiller sig til rådighed, fremlægger fakta og indrømmer fejl. Målet er, at omverdenen får et retvisende billede af regionen.

- alle medarbejdere kan kommunikere med pressen

Alle medarbejdere har frihed til at ytre sig om en sag i Region Syddanmark. Alle medarbejdere må udtale sig om deres fagområde til pressen. Den nærmeste leder informeres.

Sådan når vi målene

Organisationen Region Syddanmark er med til at sætte dagsordenen ved at være offensive

- Kommunikation i regionshuset udvikler en strategi, en plan og et beredskab med en oversigt over emner og områder, hvor vi vil sætte dagsordenen
- Kommunikation i regionshuset gennemfører en intern kommunikationsindsats, så alle medarbejdere er opmærksomme på, at det er hver enkelt medarbejders, afdelings og institutions ansvar at holde pressen orienteret om aktiviteter og nye opgaver
- HR-afdelingen udvikler en projektmanual, hvor det fremgår, at alle projektledere tænker kommunikation ind fra starten, når de planlægger projekter eller aktiviteter.

Organisationen Region Syddanmark har et åbent samarbejde med pressen

- Kommunikation i regionshuset udvikler et sæt baggrundsinformationer om Region Syddanmark, så alle medarbejdere, der er i kontakt med pressen, let kan orientere den journalist, de har kontakt med
- Kommunikation i regionshuset opbygger et indrapporteringssystem, så der skabes overblik over alle pressehenvendelser, der sker til regi-

ionshuset. Koncernledelsen kan på den måde sikre, at regionen og dens institutioner svarer på henvendelser fra pressen.

- Kommunikation i regionshuset udvikler en folder i pressehåndtering med anbefalinger til, hvordan man skal agere, når pressen henvender sig, eller vi henvender os til pressen
- Kommunikation i regionshuset laver en årlig rundspørge hos journalisterne for at sikre et godt samarbejde.

Organisationen Region Syddanmark melder ud

- Kommunikation i regionshuset og de decentrale kommunikationsafdelinger laver en årlig analyse af pressedækningen for at sikre, at vi optræder i medierne med relevans
- Kommunikation i regionshuset laver kommunikationsplaner og etablerer et beredskab i større sager. I planerne tages stilling til, hvem der informeres, hvem der informeres til, hvad der informeres om, og hvornår der informeres
- Alle medarbejdere informerer relevante parter, kolleger, ledere og politikere, når de kommunikerer med pressen i sager af betydning for regionen.

Fokus: Intern kommunikation i organisationen Region Syddanmark

Koncernledelsen mener, at god intern kommunikation er et fokusområde for Region Syddanmark, fordi den...

- sikrer, at medarbejderne træffer gode beslutninger gennem åbenhed, dialog og borgerinddragelse

Fordi åbenhed, dialog og borgerinddragelse er kernen i vores interne kommunikation, sikrer vi, at vi sammen altid tager de gode beslutninger. Den interne kommunikation er samtidig en forudsætning for en vellykket ekstern kommunikation.

- løfter Region Syddanmarks omdømme og troværdighed

Kvaliteten af den interne kommunikation påvirker organisationens image og omdømme, fordi medarbejderne er ambassadører for organisationen. Som privatpersoner er medarbejderne en vigtig budbringer af viden til omverdenen, og deres opfattelse af Region Syddanmark former derfor omverdens opfattelse af regionen.

- skaber tilfredse og engagerede medarbejdere

Moderne medarbejdere forventer at blive inddraget i beslutningsprocesserne. Det kræver et højt informationsniveau og åbne og ærlige kommunikationsgange. Ved at fokusere på den interne kommunikation får vi tilfredse og engagerede medarbejdere.

Målsætninger

Koncernledelsen vil nå følgende mål for den interne kommunikation...

- alle medarbejdere kommunikerer klart og forståeligt

Medarbejderne kommunikerer, så det er til at forstå for modtageren. Lederne er uddannet, så de forstår, at kommunikation med medarbejderne er afgørende.

- alle medarbejdere fortæller åbent om, hvad der sker i koncernen

Kommunikation i regionshuset udgiver en håndbog med konkrete værktøjer om god kommunikation i Region Syddanmark

- alle medarbejdere fokuserer på den daglige kommunikation

Den daglige kommunikation kan kun fungere, når alle påtager sig et ansvar for den. Forskellige synspunkter skal respekteres, og Region Syddanmark betragter åben intern diskussion som en mulighed for at få belyst sager fra flere sider.

Sådan når vi målene

Alle medarbejdere kommunikerer klart og forståeligt

- Ansvar for kommunikationen ligger hos den enkelte, men Kommunikation i regionshuset hjælper med rådgivning om brug af nyhedsbreve, skriftlig såvel som mundtlig kommunikation, intranet osv.
- Kommunikation i regionshuset laver årlige målinger af kommunikationen, så organisationen får en solid viden om, hvorvidt brugerne forstår os, og hvor vi kan gøre det bedre.

Alle medarbejdere fortæller åbent om, hvad der sker i Region Syddanmark

- Kommunikation i regionshuset udgiver et fælles personalemagasin ti gange om året, hvor medarbejderne kan komme til orde. Personalemagasinet henvender sig til medarbejdere i hele organisationen.
- Kommunikation i regionshuset etablerer et fælles intranet, så vi har en platform, hvorfra vi kan formidle de daglige nyheder direkte til alle medarbejdere, så alle kan orientere sig hurtigt

- Kommunikation i regionshuset udgiver en håndbog om god kommunikation i Region Syddanmark, som angiver konkrete værktøjer til håndtering af kommunikation i hverdagen
- Kommunikation i regionshuset uddanner ledere i at kommunikere med medarbejderne. Linjekommunikation har en høj troværdighed og er derfor medarbejdernes foretrukne kanal til viden i store organisationer. Uddannelsen skal hjælpe lederne at blive synlige både på afdelingsmøder, på tomandshånd, til MUS osv.

Den daglige kommunikation

- Ledelsen i de enkelte enheder skal skabe rammerne for, at den interne kommunikation fungerer
- Ledelsen i de enkelte enheder skal derfor sikre, at beslutninger og øvrige informationer er tilgængelige, at medarbejderne får mulighed for at tilegne sig den nødvendige viden og mulighed for at stille spørgsmål og forslag
- Der er åbenhed om sager, som berører ledelsen og medarbejdere. Det gælder også sager, hvor sagsbehandleren eller dennes leder kun kan informere foreløbigt. Opstår der rygter, be- eller afkræftes de af den

- nærmeste leder eller enhedens øverste ledelse
- Alle medarbejdere har et ansvar for selv at opsøge de informationer, der er nødvendige for at kunne arbejde effektivt.

Region Syddanmark
Damhaven 12
7100 Vejle

regionsyddanmark.dk

AKJAERS-DK

Få svar på spørgsmål

Har du spørgsmål til Region Syddanmarks kommunikationspolitik, er du velkommen til at besøge os på regionsyddanmark.dk/kommunikation eller kontakte Kommunikation i regionshuset.

God fornøjelse med Region Syddanmarks kommunikationspolitik.

Kommunikation i regionshuset
Region Syddanmark