



# Kommunikationsstrategi

.....  
Levende kommunikation  
- med vision og ambition  
.....

**2020-2026**



**Nyborg**  
KOMMUNE

# Nyborg Kommune

## - Kommunikation med vision og ambition

---

Det er dejligt at bo, arbejde i og besøge Nyborg Kommune. Vi har en af Danmarks bedste beliggenheder, hvilket igennem historien har gjort os til det naturlige samlingspunkt og mødested i Danmark. I dag afspejles det tydeligt i vores rige kultur- og foreningsliv og i vores stærke lokale sammenhold.

Derudover er der fart på udviklingen. Renoveringen af Nyborg Slot er i fuld gang, og der arbejdes på højtryk for, at Nyborgs historiske bykerne optages på UNESCO verdensarvsliste. I 2022 hviler alles øjne på Nyborg, når Tour de France-feltet besøger vores smukke by, og hele verden indbydes til folkefest.

Vi har med andre ord en lang række attraktive styrkepositioner, som gør os til noget helt særligt. Dem vil vi gerne blive endnu bedre til at fortælle om.

### **En fælles kerneopgave**

I Nyborg Kommune arbejder vi målrettet med vores kerneopgave:

*"At understøtte borgere og virksomheders muligheder for at udfolde deres potentiale i et forpligtende samarbejde".*

Vi bliver hver dag mødt med forventninger og spørgsmål fra borgere, medarbejdere og erhvervsliv, og det er afgørende, at vi som kommune er i stand til at håndtere og imødekomme de mange forskellige behov og ønsker på en professionel og nutidig måde med udgangspunkt i kerneopgaven.

Det gælder både i vores skriftlige kommunikation, i vores daglige møder med borgerne og i vores historiefortælling. Det kræver en koordineret indsats og en strategisk tilgang til arbejdet med kommunikation.

### **Fremtidssikret kommunikation**

Vi har lavet denne strategi, fordi det er helt afgørende, hvordan vi som kommune kommunikerer med vores omverden, hvis vi skal indfri vores ambitioner. Vi er én fælles kommune med en fælles målsætning. Det skal vores kommunikation altid understøtte.

Kenneth Muhs  
Borgmester

Lars Svenningsen  
Kommunaldirektør

# Strategiens formål

---

Denne kommunikationsstrategi har et overordnet formål: At sikre én fælles retning i hele organisationen med udgangspunkt i vores fælles kerneopgave.

Når vi som kommune kommunikerer, skal det altid være med kerneopgaven for øje. Vi er her for at understøtte borgere og virksomheder, og det må vi aldrig glemme.

Kerneopgaven er derfor det vigtigste styringsredskab for vores kommunikationsindsatser og -aktiviteter.

Vores kommunikationsstrategi hviler desuden på en kernefortælling om Nyborg Kommune.

Kernefortællingen er den fortælling, som alle borgere, medarbejdere, erhvervslivet og øvrige samarbejdspartnere skal kende og hjælpe os med at genfortælle. Hver gang vi kommunikerer skal vores kernefortælling være synlig, central og genkendelig.

Med udgangspunkt i et fokuseret arbejde med kerneopgaven og en fælles kernefortælling sikrer vi, at vi som kommune altid kommunikerer med én fælles stemme og bevæger os i en fælles retning.



# VORES KERNEOPGAVE

---



# Kerneopgaven

## - Vores fundament for den gode kommunikation

---

I Nyborg Kommune arbejder vi efter kerneopgaven:

*"At understøtte borgere og virksomheders muligheder for at udfolde deres potentiale i et forpligtende samarbejde".*

Desuden ligger der i relation til kerneopgaven 7 velfærdsopgaver, som vi hver dag arbejder målrettet og professionelt for at løse.

Kerneopgaven er omdrejningspunktet for enhver handling i vores organisationen – således også vores kommunikation. Kerneopgaven skal sikre, at alle arbejder i samme retning, og den skal gøre det nemmere at prioritere i opgaverne og fokusere på det vigtigste.

Kerneopgaven beskriver den værdi, vores ydelser/handlinger/arbejdsopgaver skal skabe hos borgeren og virksomheder. Vi skal have blik for de ydelser, vi leverer, men i særdeleshed også hvordan, de opleves. Således er kerneopgaven også et vigtigt fundament for vores kommunikation og dialog.

Kerneopgaven er et vigtigt element både i vores planlægning og eksekvering af kommunikation samt i vores arbejde med at måle effekten af den.



Nyborg slot

# VORES KERNEFORTÆLLING

---

## Vi mødes i hjertet af Danmark

"Nyborg Kommune binder Danmark sammen. Vores placering i landet har gennem historien gjort Nyborg til det naturlige mødested.

I Nyborg Kommune hylder vi fællesskaber, ambitioner, visioner og mod. Vores position som Danmarks knudepunkt samler mennesker og skaber nye initiativer.

Vi er forbundet gennem foreninger og fællesskaber. Det skaber unikke muligheder for at styrke sammenhængen og skabe et liv, hvor den smukke natur, de mange kulturtilbud og historien er med os hver dag.

Vores virksomheder nyder godt af den centrale placering, og vi byder alle velkommen til gavn for samlet vækst på Østfyn."

---

# Kernefortællingen

## - Vores vigtigste styringsværktøj i hverdagen

---

Vores kernefortælling danner rammen og fundamentet for kommunikationen i Nyborg Kommune - både internt og eksternt.

Kernefortællingen samler de karaktertræk og kendetegn i vores historie, fællesskab, kultur, geografi, natur og attraktioner, der gør Nyborg Kommune til noget helt særligt.

Vi er stolte af vores kernefortælling, og vi fortæller den gerne højt og tydeligt, så alle kan høre den.

Kernefortællingen er det vigtigste arbejdsredskab i vores arbejde med kommunikation, branding og indsatser. Kernefortællingen hjælper os på tre vigtige parametre.

**1** Kernefortællingen sikrer os et fundament og en ensartethed i vores kommunikation, så ingen bliver i tvivl om, hvad Nyborg Kommune står for og tilbyder. Den sikrer, at vi taler med én stemme på tværs af vores kommunikationskanaler og modtagere. Kernefortællingen hjælper os med at vinkle, vurdere og redefinere vores kommunikation, så udgangspunktet altid hviler solidt i vores kernefortælling.

**2** Kernefortællingen er i høj grad brand- og imageopbyggende for Nyborg Kommune. Kernefortællingen om Nyborg Kommune rummer de karaktertræk, vi vil kendes for i hele Danmark. Nyborg Kommune som mødested er her et af nøgleordene – hvad end det gælder kultur, historie, natur eller stærke fællesskaber.

**3** Nyborg Kommune er en stor organisation med flere tusinde medarbejdere. Det betyder, at vi kan have mange forskellige budskaber og forventninger til vores kommunikation. Kernefortællingen hjælper os med at selekttere og prioritere mellem de mange gode historier.

# VORES FEM VÆRDIER FOR GOD KOMMUNIKATION

## **1** Åbenhed

Vi møder borgere, kollegaer og samarbejdspartnere med åbenhed og gennemsigtighed. Det gør vi ved at sikre dialog og inddragelse. Vi kommunikerer i et letforståeligt sprog og indgår aktivt i dialog. Vi efterstræber gennemsigtighed og ærlighed i vores kommunikation.

## **2** Troværdighed

Vi ønsker, gennem vores kommunikation, at fremstå som en troværdig organisation. Det skal sikres ved, at der er overensstemmelse mellem tale og handling og ved, at vi har en klar retning og klart definerede arbejdsopgaver, som vi tager ansvar for.

## **3** Rettidighed

Vi er proaktive, og ved at være på forkant sikrer vi større forståelse og opbakning både internt og eksternt. Vi bestræber os på at kommunikere rettidigt i forhold til vores beslutningsprocesser.

## **4** Dialog

Vi indgår aktivt i en ligeværdig dialog med borgere, erhvervsliv, medarbejdere og samarbejdspartnere. Vi er altid interesserede i at høre, hvad de tænker.

## **5** Præcision

Vi målretter vores kommunikation efter behov, og vi udtrykker os på en måde, som præcist og tydeligt kommunikerer det budskab, som vi ønsker leveret. Der må ikke efterlades plads til fortolkning. Kommunikationen skal være gennemtænkt og velformuleret.





# En levende kernefortælling med fælles retning

## - fire veje mod vores mål

---

Denne kommunikationsstrategi har to mål. For det første ønsker vi at forankre al vores kommunikation, branding, aktiviteter og initiativer omkring vores kernefortælling, så den bliver levende og genfortalt langt uden for kommunegrænsen.

Derudover er vores formål med strategien at sikre en fælles retning i hele organisationen omkring kerneopgaven og kernefortællingen, så hele vores kommune kommunikerer med én fælles stemme og bevæger sig i samme retning.

For at nå vores mål arbejder vi i strategiens periode med fire specifikke indsatsområder. De skal med hver deres initiativer og fokus være med til at sikre, at vi opnår vores ambitioner og mål. De specifikke handlinger og initiativer beskrives yderligere i individuelle handleplaner, understrategier, principper og arbejdsdokumenter i relation til - og som følge af - denne strategi.

På de følgende sider præsenteres indholdet og baggrunden for valget af de fire strategiske spor. De konkrete tiltag, der skal være med til at sætte handling bag ordene i denne strategi præsenteres sammen med dem.

- 1** Hele kommunen kommunikerer
- 2** Principper for brug af egne kommunikationskanaler
- 3** Proaktivt relationsarbejde med eksterne medier
- 4** Involvering, tilgængelighed og inddragelse

"VI ØNSKER AT FORANKRE AL VORES  
KOMMUNIKATION, BRANDING,  
AKTIVITETER OG INITIATIVER  
OMKRING VORES  
KERNEFORTÆLLING."



# Hele kommunen kommunikerer

---

En kommunikationsstrategi er intet værd, hvis den ikke lever og udleveres i hele organisationen. Vores medarbejdere er hver dag i kontakt med tusindvis af borgere, virksomheder og organisationer. De er derfor vores allervigtigste kommunikationsressource. Den ressource skal vi naturligvis gøre brug af.

Det er vigtigt, at både ledere og medarbejdere tager et aktivt ansvar og ejerskab for den gode kommunikation. Det kræver foruden kendskab og forståelse for vores kernefortælling og kerneopgave også mulighed for sparring, træning og feedback i hverdagen.

Ingen skal være i tvivl om, hvordan de håndterer fx pressehenvendelser, borgerhenvendelser eller utilsigtede hændelser. Ingen må heller ikke være i tvivl om deres beføjelser.

Vores kommunikationsressourcer skal bringes i spil ved hjælp af et styrket samarbejde mellem de kommunikationsfaglige medarbejdere og vores fagområder.

Der skal altid være hjælp at hente til at arbejde med fx borgerrettet kommunikation, historievinkling og/eller pressehenvendelser. Ligeledes forventes det, at alle ledere med hjælp og vejledning kan kommunikere korrekt og forståeligt inden for deres fagområde.

Vores pressechef og kommunikationsmedarbejdere er nøgleaktører i denne opgave, og de står til rådighed med kompetent sparring i forhold til skriftlig kommunikation, pressehåndtering og grafik for de enkelte fagområder, ligesom de samarbejder tæt med de enkelte fagchefer.

Vores interne kommunikation spiller desuden en vigtig rolle i dette arbejde.

Kernefortællingen og kerneopgaven skal leve og fortælles i nyhedsbreve, i introprogrammer, til lederdage og medarbejderarrangementer, så alle medarbejdere stolt kan gen- og viderefortælle dem.

---

*”En kommunikationsstrategi er intet værd, hvis den ikke lever og udleveres i hele organisationen.”*

---



Vandtårnet på Volden

## Sådan når vi derhen

---

### Medarbejdere og ledere klædes på til kommunikationsopgaven

- Der udvikles forløb, der klæder relevante medarbejdere og ledere på til at arbejde med kommunikationsopgaven.

### Rollefordelingen tydeliggøres i kommunikationsindsatsen

- Der udvikles en tydelig rollefordeling og talsmandsstruktur for Nyborg Kommunes arbejde med kommunikation. Relevante parter involveres.

### Kerneopgaven og kernefortællingen som udgangspunkt for intern kommunikation

- Den interne kommunikation bygges i større grad op omkring kernefortællingen og kerneopgaven. Her gælder blandt andet nyhedsbreve, lederdage, medarbejderarrangementer, intranet m.v.

# Principper for brug af egne kommunikationskanaler

---

Der er mange måder at kommunikere på og endnu flere medier og kanaler til rådighed. Vores brug af medier og kommunikationsbehov udvikler sig hele tiden, og som kommune er det derfor vigtigt at være på forkant med udviklingen og have en klar holdning til, hvordan vores kommunikation og kernefortælling bedst udfoldes og tilpasses på de enkelte kommunikationsplatforme.

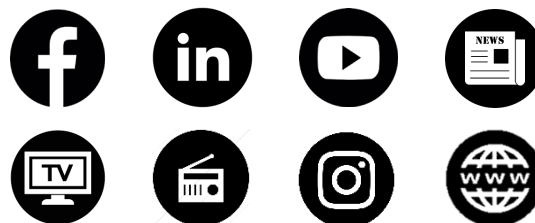
Vores kommunikation skal målrettes de modtagere, vi henvender os til, via de kanaler der giver den størst mulige effekt. De traditionelle kommunikationsveje kan være gode til nogle former for kommunikation, mens de sociale medier kan være gode til andre former.

Det vigtige er, at vi taktisk vælger, hvilke kommunikationsveje vi benytter hvornår, så vi opnår det bedste match mellem historie/budskab, medie og målgruppe.

Her gælder det om at udvikle principper for brug af vores egne portaler, platforme og medier.

Vi må aldrig glemme målgruppen og deres forudsætninger for at forstå vores budskaber. Det er vores ansvar, at kommunikationen er modtagerorienteret, lettilgængelig og udtrykt i et sprog, der giver mening i relation til både modtager og medie.

Det kræver alt sammen, at vi har en klar ansvarsfordeling og klarhed over, hvem der kommunikerer via de forskellige kanaler og hvornår. Det skal være tydelig for alle, hvem der koordinerer indhold, udtryk og volumen, så kommunikationen er modtagerorienteret, og altid har afsæt i Nyborg Kommunes kernefortælling og kerneopgave.



*”Det vigtige er, at vi taktisk vælger, hvilke kommunikationsveje vi benytter hvornår, så vi opnår det bedste match mellem historie, medie og målgruppe.”*

---

## Sådan når vi derhen

---

### Der laves principper for de interne medier og kanaler

- For hvert af vores egne medier beskrives målgruppe, tone of voice, budskabshierarki, volumen samt fremtidig rolle i vores kommunikationsindsats.

### Designkabeloner og hjemmesider opdateres

- Designkabeloner og hjemmesider skal altid opdateres, så de er i overensstemmelse med strategiens mål, indsatser, principper og kernefortælling.

### I relation til kommunikationsstrategien udarbejdes principper for:

- Pressehåndtering, krisehåndtering samt design og grafik.

# Proaktivt relationsarbejde med eksterne medier

---

En vigtig forudsætning for at gøre vores kernefortælling levende er at fortælle den så mange steder som muligt. Her er de eksterne medier en vigtig samarbejdspartner. Med en proaktiv tilgang kan vi være med til at vinkle og bringe historier til live, som ellers ikke ville blive fortalt.

Det skal være nemt og attraktivt for eksterne medier at samarbejde med Nyborg Kommune. Vi hjælper gerne med at finde cases, resultater, baggrundsviden og borgere/medarbejdere, der kan kvalificere historien.

Det skal desuden være tydeligt for alle, at der altid er en god historie i Nyborg Kommune. Og det er tiden værd for os at få den fortalt.

En proaktiv tilgang stiller store krav til os selv. Det er ikke nok bare at sende en pressemeddelelse afsted eller lægge en nyhed på hjemmesiden og så afvente eventuelle reaktioner.

Vi må selv tage kontakt og hjælpe med at vinkle og berige historien, så den passer til de enkelte medier. En historie kan se meget forskellig ud alt efter, hvilket medie den fortælles i.

En proaktiv tilgang hjælper os desuden i arbejdet med krisekommunikation og negative sager, da vi hele tiden er på forkant.

Et godt samarbejde med eksterne medier er funderet i et godt internt samarbejde mellem fagområderne og den centrale administration.

Medierne skal have én indgang til kommunen, så vi professionelt og effektivt kan koordinere henvendelserne i vores interne samarbejde mellem direktionen, fagchefer, kommunikationsansvarlige, ledere og medarbejdere. Det skal desuden hjælpe os med en skarp vinkling på budskaber og en styrket mulighed for sparring.

*”Det skal være tydeligt for alle, at der altid er en god historie i Nyborg Kommune.”*

---



## Sådan når vi derhen

---

### Intern plan for identifikation af de gode historier

- Der udarbejdes en struktur, der styrker arbejdet med at identificere de gode historier i kommunen.

### Kommunikationsressourcerne samles og fokuseres

- Det sikres, at de nødvendige ressourcer og kompetencer er til rådighed i relation til at udmønte strategien.

### Der etableres en central pressetjeneste

- Medierne får én adgang til kommunen gennem en central pressetjeneste, som sørger for at koordinere og hjælpe med at vinkle historier og budskaber.

# Involvering, tilgængelighed og åbenhed

---

Mediebilledet er konstant under voldsom forandring, hvilket har en afgørende betydning for vores kommunikations- og relationsarbejde.

Nyheder spredes og deles hurtigere og hurtigere. Der forventes hurtige og klare svar på stort og småt. Og det har aldrig været lettere at bidrage til og påvirke de lokale og nationale dagsordener fra sin egen computer/telefon.

Samtidig muliggør nye teknologiske platforme og systemer øgede muligheder for involvering og borgerservice. Alt dette skal vi kunne navigere i professionelt, ansvarligt og tidssvarende.

Arbejdet med involvering, tilgængelighed og åbenhed er derfor et vigtigt element i denne strategi.

I Nyborg Kommune ønsker vi at involvere og inddrage vores borgere og virksomheder i de politiske processer og arbejdsgange. Bl.a. streames byrådsmøder nu live, og vi arbejder på at inkludere borgermøder. Det arbejde skal vi fastholde, fortsætte og forfine.

Vi tror på, at jo bedre dialog og samarbejde vi kan skabe med vores borgere – jo bedre et udgangspunkt får vi også at kommunikere ud fra.

Nye muligheder for kommunikation med borgerne og virksomheder skal undersøges og følges. Derudover skal der arbejdes aktivt med nye former for dialog, som matcher forventninger og udnytter muligheder. Det er derfor naturligt, at denne strategi afløser og bygger videre på strategi for borgerinddragelse.

Samarbejdspartnere i erhvervs-, handels-, forenings- og kulturlivet skal være medfortællere af vores kernefortælling og være ambassadører for kommunen.

Vi stiller store krav til vores kommunikation og dialog. Derfor vil vi løbende arbejde med at måle effekten af vores kommunikation, så vi løbende kan lære af vores indsatser og videreudvikle os.

*”Vi vil arbejde aktivt med nye former for dialog, som matcher forventninger og udnytter muligheder.”*

---



## Sådan når vi derhen

---

### Styrket samarbejde med samarbejdspartnere og øvrige aktører

- Målrettet arbejde med at involvere og kvalificere samarbejdspartnere og aktører, så de bliver medfortællere af vores kernefortælling.

### Nye metoder for involvering og borgerinddragelse undersøges

- Nye former for borgerinddragelse og – involvering undersøges og afprøves. Fx dialogbutikker, digitale borgerpaneler og øvrige digitale platforme

### Fortsat arbejde med digitale borgermøder

- En forsøgsperiode med streaming af borgermøder igangsættes, så flere borgere kan involveres og inddrages via nye platforme.



**Nyborg**  
KOMMUNE

Torvet 1  
5800 Nyborg  
[www.nyborg.dk](http://www.nyborg.dk)

Kommunikationsstrategien er godkendt 15.9.2020 af Nyborg byråd.

10.9.2024 besluttede byrådet at forlænge strategien til 2026.