

Strategi for nyhedsformidling

# Din kommune lige nu



KØGE KOMMUNE

## Initiativ til flere historier og nyheder



**Din kommune lige nu – strategi for nyhedsformidling** konkretiserer, hvordan vi tager initiativ til at bringe historier og nyheder ud i verden. Som stor velfærdsvirksomhed rummer Køge Kommune mange potentielle historier om vores daglige virke, resultater og nye tiltag, som vi med rette kan være stolte af. Men udfordringen er at få lokaliseret og formidlet dem. Det skal vi alle bidrage til på vores respektive fagområder.

Læs mere i Køge Kommunes nyhedsstrategi.

### Indhold

Initiativ til flere historier	3
Hvad er en nyhed?	5
Forbered nyheden	7
Vælg de rette medieer	8
Vores tre målsætninger	10
Brug for hjælp?	18

Borgere, virksomheder og andre interessenter stiller stadig flere krav til kommunen som velfærdsproducent, ligesom der også er større forventninger til graden af involvering, dialog og åbenhed fra kommunens side. Det kræver en offensiv og professionel kommunal kommunikation.

Køge Kommune er i dag god til kommunikation, og vi vil gerne være endnu bedre – blandt andet til nyhedsformidling. Nogle områder står allerede stærkt på nyhedsfronten. Men det er vigtigt, at alle medarbejdere i hele kommunen har en fælles nyhedsforståelse, så nyhedsformidlingen fremover bidrager til at tegne et billede af Køge Kommune som en helhedsorienteret servicevirksomhed og en mangfoldig arbejdsplads med et utal af fagligheder.

Nyhedsformidling bidrager til tre overordnede formål:

- Information
- Synlighed og profilering
- Rekruttering og fastholdelse

## Hvad er en nyhed?



Nyheder er først og fremmest et redskab til at få fortalt om og forklaret vores virke, vores resultater, tiltag og prioriteringer over for borgere og lokale virksomheder, så de er velinformede om, hvad de får for deres skattekrone. Samtidig er nyheder et middel til at profilere kommunen og de enkelte fagområder uden for kommunegrænsen, og kan dermed bidrage til at tiltrække nye borgere og virksomheder – og fremtidige gode kolleger. Nyheder har også stor betydning for, hvordan vi som ansatte oplever vores arbejdsplads.

Med denne strategi for nyhedsformidling ønsker Køge Kommune at styrke arbejdet med den aktive og koordinerede nyhedsformidling på tværs af forvaltninger og institutioner i kommunen.

Det er ønsket og målet, at alle vores medarbejdere er opmærksomme på de nyheder, der skabes overalt i vores virksomheder - og sammen med nærmeste leder sikrer, at historien også bliver fortalt, hørt eller læst.

Målet for nyhedsarbejdet er at formidle viden og information på en såvel faktuel og præcis som fortællende, vedkommende og inspirerende måde.

En nyhed behøver ikke at være den store sensation set i global forstand, men må heller ikke være en nyhed blot for nyhedens egen skyld. Vores nyheder skal således leve op til et eller flere af de journalistiske nyhedskriterier (se næste side).

Hovedparten af Køge Kommunes nyheder har et lokalt sigte, hvor kriterierne aktualitet og identifikation især gør sig gældende. Vil vi nå den bredere offentlighed er det også vigtigt at tænke i væsentlighed og sensation – eksempelvis hvis kommunen skiller sig ud på et givent område eller går nye veje.



### De journalistiske nyhedskriterier:

- **Aktualitet**

Historien skal være ny. Det vil sige, at nyheden skal have baggrund i netop skete eller nært forstående begivenheder samt emner, der er eller forventes at blive udbredte samtaleemner.

- **Væsentlighed**

Historien skal komme målgruppen ved og have betydning for den, eller have generel samfundsmæssig relevans.

- **Identifikation**

En større målgruppe skal kunne identificere sig med historiens indhold.

- **Sensation**

Historien skal indeholde noget, der aldrig eller sjældent er set før - noget uventet eller usædvanligt.

God forberedelse er altafgørende for at sikre gennemslagskraft for den enkelte nyhed:

- Hvad er det nye?
- Hvem er modtagerne af nyheden?
- Hvad er dit budskab/dine budskaber til målgruppen/målgrupperne?
- Hvilke medier er relevante for nyheden/målgruppen?
- Hvornår skal hvem have nyheden?

Ofte kan der være flere målgrupper og dermed også flere budskaber til samme nyhed. Det fordrer versionering af nyheden, hvor nyheden udarbejdes i flere udgaver, så den i form, indhold og medievalg matcher de forskellige målgrupper. Eksempelvis er der stor forskel på, hvordan en nyhed om nye miljøkrav til virksomheder kan præsenteres for miljøspecialister, virksomheder og borgerne i nærområdet. Versionering er også relevant i forhold til intern kommunikation, hvor medarbejdere kan have brug for andre eller flere oplysninger end offentligheden.

## Vælg de rette medier



Nyhedsformidlingen i Køge Kommune hviler på tre ben:

- Hjemmesiden [www.koege.dk](http://www.koege.dk)
- Pressen – lokal-, regional- og landspresse samt fagblade
- Thyra

Hjemmesidens fordel er, at kommunen selv er herre over form, indhold, tone og timing af nyhederne. Samtidig er hjemmesiden tilgængelig for alle borgere og andre interessenter – også uden for kommunens grænser. Ulempen er til gengæld, at borgerne selv skal gøre en aktiv indsats for at opsøge nyhederne.

Ved brug af pressen til nyhedsformidling har vi derimod mulighed for at nå borgere, som aldrig eller måske kun sjældent lægger vejen forbi kommunens hjemmeside. Køge Kommune har i dag et godt forhold til den lokale presse, der som regel viderebringer pressemeddelelser.

Via eksempelvis solohistorier er det i større grad muligt at nå landsdækkende medier og fagblade, samt nå målgrupper uden for hjemmesidens og lokalpressens rækkevidde.

Pressen og hjemmesiden supplerer således hinanden godt, og skal begge tænkes ind i nyhedsformidlingen.

Herudover er Thyra et vigtigt medie i forhold til at nå egne kolleger og alle kommunens ansatte. Køge Kommunes medarbejdere skal altid have god mulighed for at orientere sig om aktuelle forhold og begivenheder, som berører dem og deres arbejde – vel og mærke inden, de hører om det gennem eksterne medier. Hovedreglen er, at kolleger som minimum bør have de samme informationer, som fx pressen får.

# Vores tre målsætninger



Køge Kommune har tre bærende målsætninger for nyhedsformidlingen.

## Målsætning 1

*Køge Kommune vil i gennemsnit publicere tre nyheder om ugen – og gerne flere*

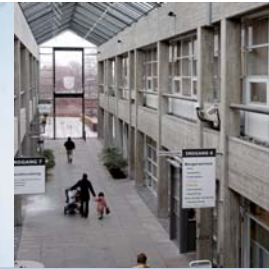
Som stor velfærdsvirksomhed rummer Køge Kommune mange, potentielle nyheder. Den store udfordring er at spotte dem og omsætte dem i ord og billeder. Kilder til nyheder kan være dagsordener til udvalgs- og byrådsmøder, virksomhedsplaner, undersøgelser, resultater, afsluttede projekter eller nye initiativer. For at styrke organisationens evne til at se og ikke mindst skrive nyheder vil der løbende via intranettet blive tilbud om workshops om nyhedsformidling.

Koordination og inspiration på tværs af forvaltninger og afdelinger er samtidig helt afgørende for at kunne leve op til målsætningen om at publicere gennemsnitlig tre nyheder om ugen. Det er derfor vigtigt at sikre vidensdeling omkring nyhedsarbejdet.

## Ansvar

- Den enkelte direktør og afdelingschef sætter for sit område rammerne for nyhedsarbejdet og varetager koordineringen mellem institutioner og forvaltning. Det kan eksempelvis ske gennem allerede eksisterende lederfora.
- Større eller mere strategiske nyheder varsles over for den ansvarlige direktør, borgmester og kommunaldirektør/Ledelsessekretariat, så de er orienterede og kan kommentere på sagen ved henvendelse fra presse eller andre.
- Den Tværgående Kommunikationsgruppe (med repræsentanter fra hver forvaltning) har nyhedsformidling som fast dagsordenspunkt på dens møder hver anden måned med henblik på vidensdeling, inspiration og læring – og koordinerer ellers nyhedsformidlingen (særligt større nyheder) efter behov.

Kommunikationsgruppens medlemmer forventes at være ajour med potentielle nyheder og hjælpe til med, at de kommer ud i verden.



- Ledelsessekretariatet har ansvar for særligt strategiske nyheder samt løbende faglig sparring og rådgivning om nyhedsformidling til organisationen, herunder også afvikling af workshops.

### **Målsætning 2**

*Alle nyheder skal som udgangspunkt på hjemmesiden – og på intranettet*

Hjemmesiden er et vigtigt omdrejningspunkt i Køge Kommunes kommunikation, og skal så vidt muligt rumme alle nyheder. Undtagelser kan eksempelvis være meget lokalt prægede nyheder fra institutioner, som alene ligger på den pågældende institutions hjemmeside.

Mange nyheder kan også sendes direkte til pressen (som fx en pressemeddelelse eller solohistorie), men ikke alle. Det gælder, hvis der fx kun er tale om mindre nyheder. Eller hvis et medie allerede har bragt historien, og vi blot ønsker at følge op med egen nyhed for at sikre, at alle borgere har mulighed for at orientere sig. Det afhænger af den enkelte sag. For hvert enkelt nyhed skal det således vurderes, om den er presseegnet – og i givet fald i hvilken form og hvilke medier, der skal have den.

Som udgangspunkt skal alle nyheder som nævnt også lægges på Thyra for at understøtte en god intern kommunikation.



Hjemmesiden overvåges dagligt (af webansvarlige) for at sikre, at de rette nyheder ligger på forsiden. Det vil oftest betyde de nyeste nyheder, men indimellem kan der være strategiske overvejelser i at lade en historie være på forsiden i længere tid. Nogle nyheder skal således fjernes fra dag til dag, mens andre kan 'tåle' at være på i længere tid. Ældre nyheder vil dog altid kunne findes i presserummets nyhedsarkiv, så det er muligt at orientere sig bagud i tid.

Det overvejes at gøre det muligt at abonnere på nyheder fra hjemmesiden, så fx borgere løbende kan få serveret alle nyheder per mail frem for at skulle omkring hjemmesiden for at finde dem.

### Ansvar

- Den, der "ejer" nyheden vurderer, hvorvidt der alene er tale om en hjemmesidenyhed eller om nyheden er presseegnet – efter behov i samråd med forvaltningens repræsentanter i kommunikationsgruppen og/eller Ledelsessekretariatet.

- Nyhedsejer har ansvar for, at nyheden bliver lagt på hjemmeside og Thyra og/eller bliver sendt til pressen.
- Ledelsessekretariatet har ansvar for at prioritere og fjerne ældre nyheder fra hjemmesidens forsider.



### **Målsætning 3**

*Der gennemføres en systematisk evaluering af nyhedsformidlingen hvert halve år*

For at vurdere effekten af nyhedsarbejdet og målrette indsatsen fremadrettet er det vigtigt at evaluere nyhedsformidling løbende. Evalueringen skal blandt andet vise, hvilke emner og historier (som vi selv bringer til verden), der har størst gennemslagskraft, og hvor der er brug for en særlig nyhedsindsats.

Evalueringen sker med udgangspunkt i målinger. For hjemmesidens vedkommende kan trafikken følges teknisk ved at udtrække statistik om hyppighed af hits, typer af læste nyheder mv. Pressedækning kan følges via Infomedias presseklip, som kommunen i forvejen har abonnement på.

### **Ansvar**

- Ledelsessekretariatet udarbejder hvert halvår en evalueringsrapport, som fremlægges for borgmester og direktørgruppe.

## Brug for hjælp?



### **Brug for hjælp?**

Du er velkommen til at kontakte Ledelsessekretariatet og få gode råd, sparring og assistance omkring presse og kommunikation.



**Ledelsessekretariatet  
Fællesforvaltningen**

**Køge Rådhus  
Torvet 1  
4600 Køge**

**Telefon: 56 67 20 28**



**KØGE KOMMUNE**