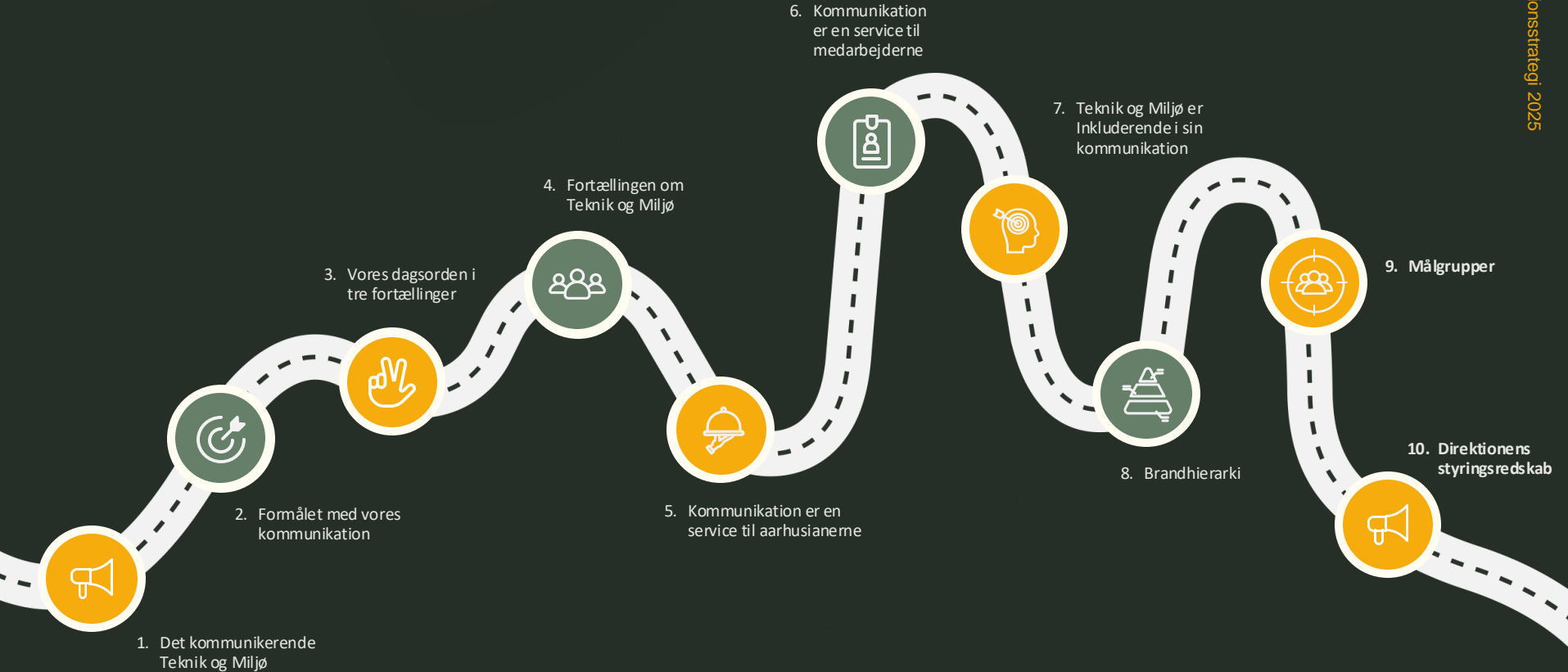


Indholdsfortegnelse



DET KOMMUNIKERENDE TEKNIK OG MILJØ

Aarhus Byråd forventer, at Teknik og Miljø er en åben og involverende organisation.

Det forventes af os, at vi inddrager og lytter. Byrådet forventer, at vi er på dansegulvet, når musikken spiller, og at

vi selv byder borgerne op til dans om de emner, vi beskæftiger os med og om de rammer, vi er med til at skabe i byen.

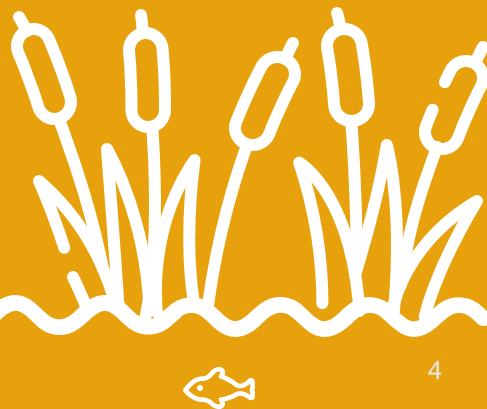
Det kræver, at Teknik og Miljø er en kommunikerende organisation.



Ikke en afgrænset rolle

I en kommunikerende organisation er kommunikation ikke en afgrænset opgave i organisationen. Kommunikation er en del af det daglige arbejde og et særskilt hensyn i hele vores virke. Derfor er alle i Teknik og Miljø ansvarlige for at løse vores opgaver kommunikerende.

Det betyder, at kommunikation, på lige fod med andre fagligheder, er en vigtig del af vores arbejde, som vi alle skal forholde sig til. Det betyder, at hensyn til kommunikation også vejer tungt i forhold til, hvordan vi løser vores opgave.





Både avisforsider og infotavler

Kommunikation handler både om at tale til mange via massemedier og til få i vores direkte kontakt til borgerne. Vores erkendelse af at være en kommunikerende organisation handler altså både om strategisk massekommunikation og det, man kan kalde god service og vejledning. For at ramme de rigtige målgrupper det rigtige tidspunkt, benytter vi en række forskellige kanaler, som vi eller andre er i besiddelse af.



Målgruppen bestemmer

Vi kommunikerer målrettet og forståeligt til vores målgrupper og på målgruppernes præmisser. Vi vil ikke være låst på medier eller egne opfattelser af, hvornår noget skal siges eller gøres. Det er modtagerens behov, som er det vigtigste, og det er modtagerens sprog, der skal tales.

Mange interesserer sig helt naturligt for, hvad vi gør. Derfor prioriterer vi størst mulig åbenhed om vores opgaveløsning.

Vi kommunikerer aktivt, og vi forklarer sammenhænge og retter misforståelser. Det er oftest os, som vil tage initiativet til at kommunikere, men vi lytter efter, hvornår vi forventes at kommunikere. Samtidig forholder vi os til, at vi er en organisation, der skal tage hensyn til sine politiske omgivelser og give dem plads til at udfolde sig.



FORMÅLET MED VORES KOMMUNIKATION

I Aarhus kommune tror vi på, at vi kan sikre borgerne bedre rammer for deres liv, hvis de reelt bliver inddraget i udviklingen og driften af deres by. Borgerne kender deres hverdag og ved, hvad de har behov for, og hvordan vores beslutninger påvirker dem. Deres holdninger og opfattelser er derfor nødvendige for at løse de

kommunale opgaver. Samtidig træffer Aarhus Byråd beslutninger, som forandrer byen og naturen omkring den. Det er en vigtig opgave for Teknik og Miljø at vise forandringerne og hvorfor de sker. Det kræver, at der er stærk kommunikation til borgerne, med borgerne og fra borgerne.



VORES DAGSORDEN I **TRE PEJLEMÆRKER**

Udgangspunktet for vores arbejde og vores kommunikation er Aarhus Byråds fortælling om Aarhus og de retningsættende Aarhusmål. De udgør en fortælling om Aarhus som en bæredygtig by i vækst, og som en aktiv medspiller til at indfri **FN'S VERDENSMÅL**.

I Teknik og Miljø bruger vi aktivt vores virksomheds mission og vision som afsæt for vores kommunikation:



MISSION



Et attraktivt Aarhus for
de næste generationer



VISION



Vi skaber bæredygtige
rammer for livet i Aarhus.

TRE PEJLEMÆRKER

For at gøre missionen, visionen og fortællingen om Aarhus håndgribelige i vores daglige arbejde, har vi udviklet **tre visionspejlemærker**, som vi benytter, når vi kommunikerer til vores omverden om det, vi gør.



NATUR I BALANCE



HØJ LIVSKVALITET OG
SAMMENHÆNGSKRAFT



LØSNINGER GENNEM
PARTNERSKABER

Natur i balance



Aarhus vil gå forrest i den grønne omstilling og gøre kommunen klimaneutral i 2030. Samtidig skal tilbagegangen i naturarealer og biodiversitet vendes til en fremgang. Det er en voldsom anderledes måde at se rammerne for byens udvikling på, end man gjorde i generationerne før os. Vi skal vise vejen for, hvordan både kommunen, borgere og virksomheder kan vende udviklingen. Aarhus skal være en del af løsningen. Ikke en del af problemet.



Høj livskvalitet og sammenhængskraft



Vi skal vise, hvordan vi bruger byens vækst til at bygge byen bedre. Både som hjem for borgere og virksomheder. Både oplandsbyerne og den tætte by skal tilbyde mere liv, bedre adgang til fællesskaber og lyst til at bruge byen. En vigtig komponent i den ambition er at skabe en blandet by, hvor vi ikke deler os efter økonomisk formåen og vender hinanden ryggen, men hvor vi kan møde aarhusianere af alle slags i alle dele af byen.

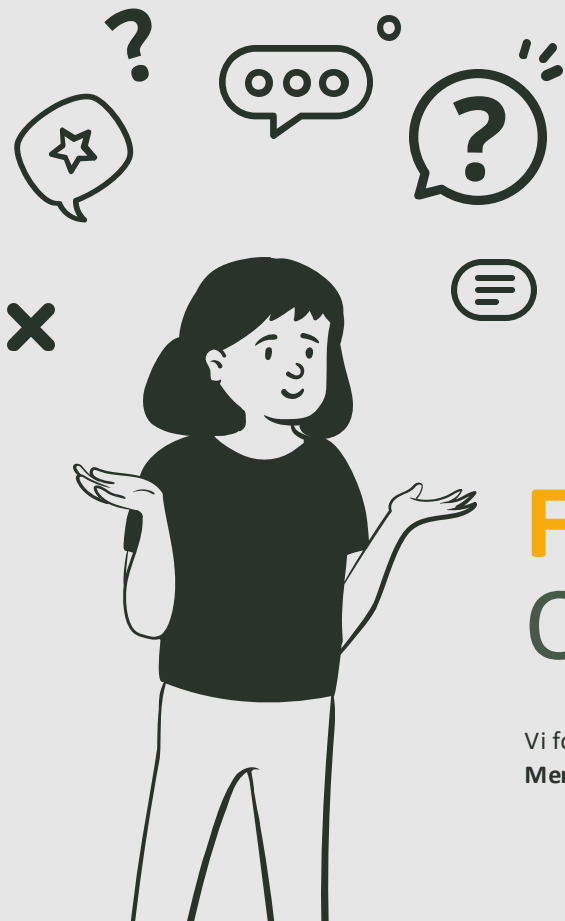


Løsninger gennem partnerskaber



Teknik og Miljø ser sig selv som en organisation, som kun kan lykkes ved at andre lykkes. At andre lykkes med at skabe arbejdspladser eller lykkes med at finde et godt og bæredygtigt sted at bo. Det kræver samarbejde og partnerskaber, som vi gerne vil fortælle om og invitere til. Både som medborgerskab, samskabelse og en hjælpende kommunal hånd, til noget, som ser vanskeligt ud.





FORTÆLLINGEN OM TEKNIK OG MILJØ

Vi fortæller om Teknik og Miljø ved at fortælle om det, vi gør.
Men hvem er vi? Hvem vil vi gerne være?

Når vi kommunikerer, skal vi fremstå på en måde, der understøtter de tre grundlæggende værdier i Aarhus Kommune.

De er lette at huske som TRE:

T

Tro værdighed

R

Respekt

E

Engagement

Fortællingen om Teknik og Miljø

Når vi kommunikerer, skal vi vise, hvem vi gerne vil være. Også når vi ikke lykkedes med at leve op til det.

Det er defineret ved, at vi er fagligt kompetente og arbejder på tværs. Vi er nysgerrige og bruger vores erfaringer. Og så er vi modige og ordentlige.

Det kan udmøntes i diverse særskilte strategier for forskellige kommunikationsindsatser. Fx strategien om at tiltrække flere studerende og praktikanter, der tager udgangspunkt i, at de unge skal

komme her for at blive de dygtigste. Det bygger på vores værdi om at være fagligt kompetente og nysgerrige.

Vi kan derfor altid gradbøje og udvælge, hvad vi vil fokusere på. Men vi må ikke lave strategier, der strider mod værdierne.





KOMMUNIKATION ER EN SERVICE TIL AARHUSIANERNE

Vores grundlæggende opfattelse er, at vores kommunikationsindsats er en del af den service, som Teknik og Miljø yder til sin omverden. Såvel som modtageren er i fokus i den måde vi kommunikerer på, så er modtageren også i fokus, når vi beslutter, hvad og hvornår vi kommunikerer.

Derfor har det forrang for alt andet, når aarhusianerne har behov for at høre fra deres Teknik og Miljø. Det er vigtigere for os at fortælle hvordan et nyt busrutenet kommer til at virke, end at det er os, der har lavet det, eller hvor lang tid vi har brugt på det.

...

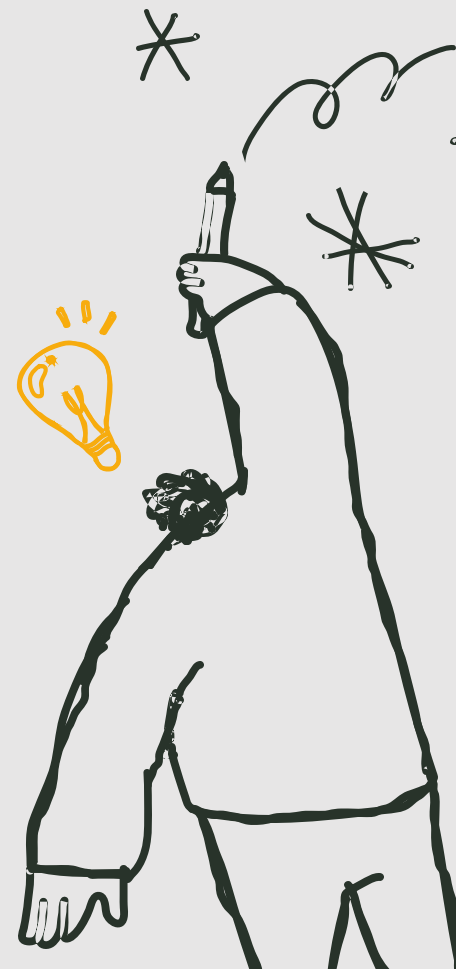
Det er vigtigere for os, at vi bruger kræfterne på, at vores kommunikation gør noget for andre, end at det udbreder kendskabet til os. Vi investerer i skilte og digitale budskaber som er hjælpsomme eller forklarende. Vi investerer ikke i profilmagasiner.

Så selv om Teknik og Miljø sagtens kan lave en rekrutteringsindsats og vise os frem som arbejdsplads, så er modtageren i centrum for vores budskaber.

Dermed skal vi se vores kommunikation som en helt central del af Teknik og Miljø's daglige drift.

Den skal vejlede modtagerne i konkrete situationer. Den skal sætte forandringer ind i en sammenhæng, og den skal give modtagerne mulighed for at se, hvad vi arbejder med ud fra modtagerens behov.

Vores kommunikation er nært knyttet til vores daglige drift og det, vi gør for aarhusianerne. Derfor skal kommunikationen og forretningen passe til hinanden. Vores kommunikation må ikke virke lyttende og fleksibel, hvis vi ikke kan reagere på det, vi hører.

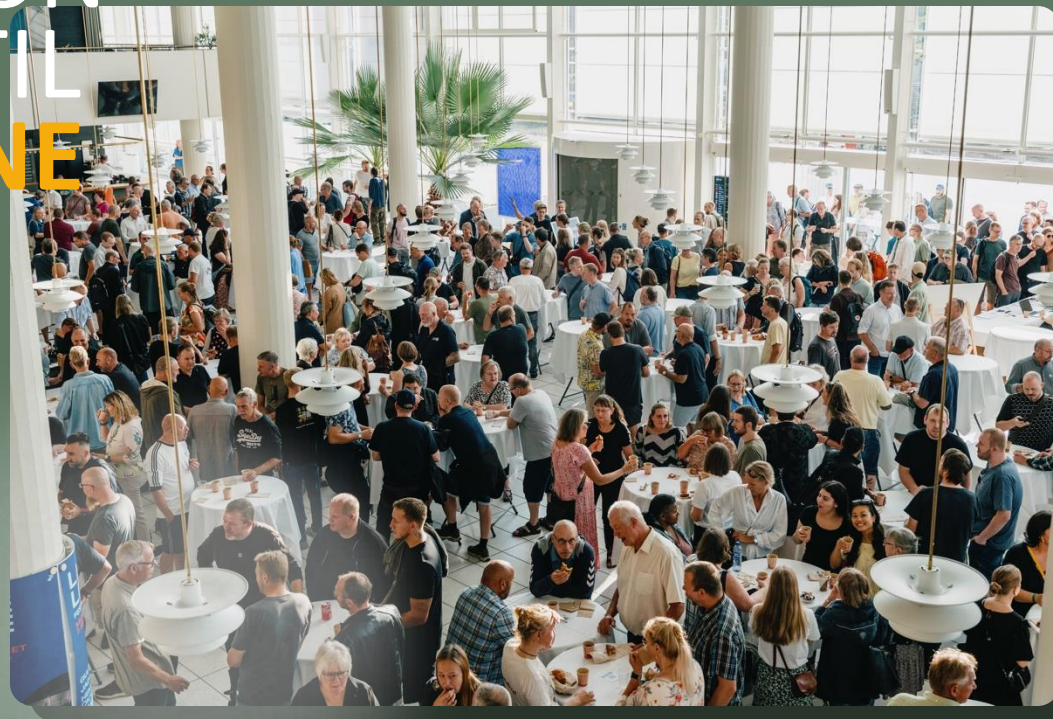


KOMMUNIKATION ER EN SERVICE TIL MEDARBEJDERNE

Intern kommunikation er et vigtigt ledelsesredskab i Teknik og Miljø. Den interne kommunikation skal gøre medarbejderne kloge på ledelsens beslutninger, rammerne for egen arbejdsplads og hvilken opgave vi løfter.

Organisationen har omkring 1500 medarbejdere fordelt på flere hundrede adresser. Vores

fagområder og udgangspunkter er vidt forskellige. Vi er blot bundet sammen af en fælles vision om at skabe bæredygtige rammer for et stærkt Aarhus. Det kan være vanskeligt at overskue for den enkelte. Derfor er Teknik og Miljø's interne kommunikation også tænkt som en service til medarbejderne.



Som modtagere af den interne kommunikation skal de kunne regne med, at den er vedkommende og bygger på samme principper som en udadvendt kommunikation.

Vi lægger os i selen for at svare på de svære spørgsmål til ledelsen og skabe troværdighed internt i Teknik og Miljø.

Den interne kommunikation skal også tjene til at gøre medarbejderne kloge på, hvad virksomheden præsterer. Både for at se samarbejdsmuligheder og forstå sin egen

rolle i den store maskine, som Teknik og Miljø er. Men kendskabet skal også række til at vide noget mere end andre, om de ting, som Teknik og Miljø laver. Vi skal klæde medarbejderne på til at være ambassadører for vores organisation, hvis de synes, vi fortjener det.

Endelig skal den interne kommunikation tjene til at gøre hverdagen lettere for både medarbejdere og ledelse. Den skal understøtte hurtig og nyttig vidensdeling via effektive kanaler og engagerende indhold.



TEKNIK OG MILJØ ER INKLUDERENDE I SIN KOMMUNIKATION

Modtagergruppen for Teknik og Miljø's kommunikation er af gode grunde meget forskelligartet. Den omfatter alle borgerne i Aarhus Kommune og i nogle tilfælde hele Danmark.

Vi respekterer vores modtagere som individer, og vi har som vores udgangspunkt, at de har forskellige måder de enten modtager eller afkoder vores budskaber. Derfor er vi fokuserede på at være inkluderende i vores kommunikation. Både så vi gør den tilgængelig for de borgere, som kan have svært ved at modtage kommunikationen på grund af handicap eller vanskelighed med at læse eller skrive, og på en måde, hvor vores modtagere føler sig respekteret, som

de er, i forhold til køn, seksualitet, etnicitet eller andre forhold, som kan få vores målgruppe til at føle sig udenfor eller fremmede for Teknik og Miljø.

Derfor arbejder vi bevidst med at gøre vores indhold tilgængeligt, så alle kan modtage den information, vi leverer.

Vi arbejder efter Aarhus Kommunes LGBT+ politik i forhold til kønnet sprogbrug og klassiske forudsætninger for kønsroller og familiemønstre.



BRANDHIERARKI

Teknik og Miljø er en del af Aarhus Kommune og derfor også en del af Aarhus Kommunes brandhierarki.

Som følge af magistratstyret og det delte politiske ansvar er Aarhus Kommune som et hele organiseret efter House of Brands modellen, hvor hver magistratsafdeling har hvert sine unikke brands og

brandstrategi under en Aarhus Kommune paraply. Det er afspejlet i designstandarder for, hvordan Aarhus Kommune kan præsentere sig som både "Aarhus Kommune" eller som "Teknik og Miljø"



Brandhierarki

Teknik og Miljø har som en kerneværdi, at vi er ét Teknik og Miljø. Af det følger, at Teknik og Miljø's brand administreres inden for Branded House modellen, hvor alle dele af Teknik og Miljø følger et brand, én grafisk linje og en fælles genkendelighed, der understreger over for modtagerne, at Teknik og Miljø er én sammenhængende organisation.

Det er vigtigt at signalere fagligheden og det uddelegerede ansvar i Teknik og Miljø. Derfor benyttes de enkelte fagkontorer også som afsender, men under Teknik og Miljø's brand. Dermed har fx Mobilitet en afsenderprofil der hedder, "Teknik og Miljø, Mobilitet" i de tilfælde det er vigtigt at signalere, at et budskab kommer fra netop denne afdeling.





Brandhierarki

I Aarhus Ejendomme forholder det sig lidt anderledes. Her er det forvaltningen, som er subbrand til Teknik og Miljø. Dermed kan Aarhus Ejendomme præsentere sig som Teknik og Miljø, eller som Teknik og Miljø, Aarhus Ejendomme, hvis det har afgørende betydning, at det netop er forvaltningen, der er afsender, og det gør en forskel for modtageren af budskaberne, at de kommer fra netop Aarhus Ejendomme.

Kommunikationschefen kan efter en konkret vurdering give mulighed for, at særlige projekter eller tværgående samarbejder opbygger egne brands eller afsenderprofiler, hvis det er vigtigt for forståelsen af afsenderforholdet. Men det er en svækkelse af Teknik og Miljø's brand, som kun må anvendes i helt særlige tilfælde.

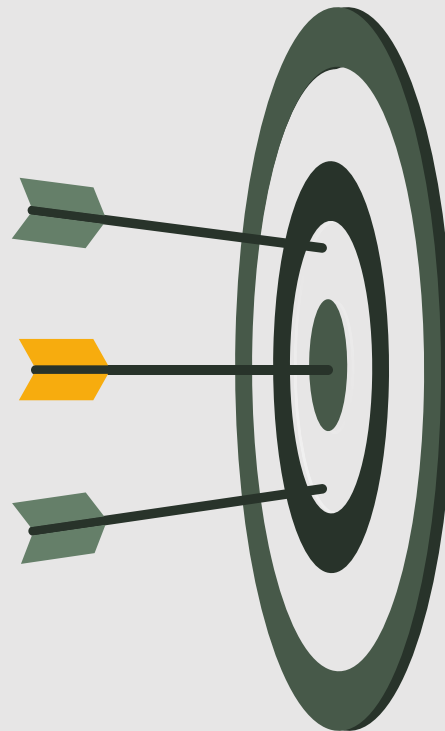


MÅLGRUPPER

Teknik og Miljø har den styrke og udfordring, at målgruppen for vores kommunikation er alle. En styrke fordi mange mennesker og grupperinger i både Aarhus, Danmark og internationalt er interesserede i det, vi gør. En udfordring fordi man ikke kan ramme alle på samme tid med samme budskab via de samme kanaler.

Der er derfor behov for en meget nøje segmentering af modtagergruppen, når Teknik og Miljø kommunikerer, hvis det skal ske på en effektiv og økonomisk ansvarlig måde.

Det er derfor en vigtig del af Teknik og Miljø's kommunikation at blive meget konkret omkring, hvem som kan bruge budskaberne. Er det nogle konkrete virksomheder? Er det borgere i et bestemt område? Er det aarhusianere med en særlig interesse? Er det Teknik og Miljø's egne medarbejdere eller brugerne af Teknik og Miljø's mange ejendomme.



...OG KANALER, DER VIRKER

For at kunne komme ud med budskaber, er det derfor vigtigt at have en række forskellige kanaler til rådighed, der rammer forskellige mennesker på forskellige måder.

Det er Kommunikation, som er ansvarlig for at tilvejebringe de nødvendige kanaler og drive dem på en måde, så de tiltænkte målgrupper har mest mulig glæde af dem.

Det handler både om "push"-kanaler som sociale medier, presse og plakater. Og det handler om "pull"-

kanaler som Teknik og Miljø hjemmesider som for eksempel aarhus.dk, deltag.aarhus.dk, endelaflysningen.dk, brugaarhus.dk osv.

For at kanalerne kan virke godt nok i sammenhæng, skal alle Teknik og Miljø's kanaler samtænkes, så de fungerer på en optimal måde. Både for brugerne og for Teknik og Miljø.



Teknik og Miljø har behov for at være til stede, hvor målgruppen er, så den er tilgængelig. Medielandskabet og modtageres adfærd forandrer sig hele tiden, og derfor skal Teknik og Miljø's kanaler gøre det samme. Fælles er forståelsen for, at Teknik og Miljø skal arbejde aktivt for at have brugbare kanaler, som bringer vores budskaber derhen, hvor der er behov for dem.

For modtagerne betyder det, at Teknik og Miljø's kanaler skal forsøge at følge UX-trekanten for den gode brugeroplevelse: De skal være nyttige, brugervenlige og engagerende. Det gælder både når vi laver selvbetjeningslæsninger, apps, hjemmesider og sociale mediekkanaler.





Vores primære hjemmeside er aarhus.dk, som vi bruger som vores vigtigste informationshub ud fra strategien om, at aarhus.dk findes for at gøre det lettere for aarhusianerne at hjælpe sig selv. Dertil kommer et skriftende antal subsites, der skal være gode brugeroplevelser for at være brugbare.

Det vil være for statisk at beskrive i detaljer, hvilke kanaler, Teknik og Miljø har til rådighed. Men når vi skal være til stede, hvor brugerne er, så betyder det mange push-kanaler, hvor sociale medier i særdeleshed kræver stor opmærksomhed og ihærdighed for at drive dem i overensstemmelse med vores værdier og som effektive kommunikationskanaler i dagligdagen.

Vi tager ansvar for den dialog, der er på vores sociale medier og ønsker at bruge den til noget konstruktivt. Vi er værter for dialogen. Det betyder, at vi påtager os et ansvar for, at den foregår på en måde, som vi kan stå inde for. Men som gode værter skal vi lade gæsterne komme til orde. Det er faktisk vores fornemmeste opgave.

DIREKTIONENS STYRINGSREDSKAB

De omgivelser Teknik og Miljø kommunikerer i, forandrer sig hele tiden.

Aarhusianernes behov og forventninger kan forandre sig fra den ene dag til den anden. Det så vi under pandemien, hvor der pludselig skulle kommunikeres meget på mange nye måder. Det ser vi ved langvarige oversvømmelser, der både presser aarhusianernes hverdag, men som også kalder på svar fra Teknik og Miljø. Og det sker når sneen vælter ned i et omfang, som ikke er set i flere årtier.

Den politiske dagsorden kan også forandre sig, og Teknik og Miljø skal stå til rådighed for samfundet uanset, hvad der sker.

Det skal Teknik og Miljø være forberedt på. I særdeleshed i sin kommunikation.

Derfor er retningen og ressourceforbruget på kommunikation i Teknik og Miljø et direktionensliggende. Kommunikationschefen handler i det daglige på et mandat fra direktionen, som med faste intervaller sætter retningen for Teknik og Miljø's kommunikationsindsats inden for rammerne af Kommunikationsstrategien.

Det sikrer, at alle de ressourcer Teknik og Miljø benytter på kommunikation kan blive brugt strategisk som en service til aarhusianerne.

