

Kommunikationsstrategi

Afklaringsproces efterår 2015

Kommunikationsstrategien beskriver mål og principper for kommunikation i processen frem til Aarhus Universitets bestyrelses beslutning om fusion af Skolen for Klinikassistenter, Tandplejere og Kliniske Tandteknikere og Institut for Odontologi.

Strategien udgør grundlaget for, hvordan vi tilrettelægger kommunikationsindsatsen og skal udmøntes i en række konkrete kommunikationsplaner. Disse kommunikationsplaner angiver konkret, hvem der kommunikerer med hvem om hvad, hvor, hvornår og hvordan.

Strategien omhandler både den interne og eksterne kommunikation.

En proces frem til beslutning om en eventuel fusion påvirker medarbejderne i væsentlig grad. Udfordringerne består i at sikre medinddragelse og give ejerskab til processen. Dette skal kommunikationsstrategien bidrage til.

Principper for kommunikationen:

Kommunikationen bygger på en åbenhed, tilgængelighed, rettidighed og gennemsigtighed, der fremmer tillid både internt og i forhold til omverdenen. Det betyder:

- Der er størst mulig gennemsigtighed i beslutninger, beslutningsgrundlag og – processer.
- Viden om processen er tilgængelig for interessenterne, interne såvel som eksterne.
- Det skal være let at finde den information, som er relevant for den enkelte.
- Det skal være let for den enkelte at bidrage til kommunikationen.
- Kommunikation skal ske på rette tid og sted, dvs. at budskab, form og valg af kommunikationskanal er tilpasset de enkelte målgrupper.
- Interne målgrupper orienteres før eksterne.
- Ved kommunikation om beslutninger orienteres de målgrupper, som beslutningen primært vedrører, først.

Mål med kommunikationen:

Kommunikation skal inddrages i alle beslutningsprocesser. Det betyder:

- I enhver beslutningsproces skal der tages stilling til, hvad der skal kommunikeres, hvordan, til hvem og hvornår.
- Der skal udarbejdes konkrete kommunikationsplaner for alle større projekter, processer og beslutninger. Planen udarbejdes på grundlag af kommunikationsstrategiens overordnede principper.

Intern og ekstern kommunikation skal ses i sammenhæng. Relevante interne målgrupper skal inddrages i, hvad der formidles eksternt:

Internt skal kommunikationen:

- Medvirke til at sikre medinddragelse, give ejerskab og skabe tilhørsforhold
- Sikre, at de interne målgrupper har adgang til centrale informationer i relation til proces og beslutninger
- Sikre, at de interne målgrupper har kendskab til vision og formål med fusion
- Understøtte de interne målgruppers mulighed for at bidrage til proces og gennemførelse af fusion

Eksternt skal kommunikationen:

- Give kendskab til processen på de to enheder.

Processens primære målgrupper:

- Ansatte ved SKT og IO
- Studerende
- Health
- Det øvrige AU

Eksterne målgrupper:

- Aftagere
- Faglige organisationer
- Studenterorganisationer
- Interesseorganisationer
- Ministerier, styrelser (beslutningstagere og myndigheder)
- Internationale relationer, advisory board
- Medier
- Offentligheden

Ansvars- og kompetencefordeling:

- Dekanen har det overordnede ansvar for kommunikationen.
- Alle involverede i processen har ansvar for, at kommunikationen fungerer internt på skole og instituttet.
- HE KOM har ansvar for den fælles kommunikationsstrategi og kommunikationsplaner.
- HE KOM sikrer, at kommunikationsindsatsen koordineres og udvikles hensigtsmæssigt og i overensstemmelse med kommunikationsstrategien.
- HE KOM har ansvar for den overordnede kommunikation eksternt om processen.
- HE KOM står til rådighed som sparringspartner i spørgsmål om kommunikation.