

Kommunikationspolitik

for BUPL MidtVestjylland

B U P L



MidtVestjylland

Introduktion

BUPL MidtVestjylland er en kommunikerende organisation, for hvem det at skabe værdi for medlemmerne gennem kollektiv og individuel interessevaretagelse er en grundlæggende opgave.

I BUPL MidtVestjylland anskuer vi kommunikation som et væsentligt redskab til at løfte denne opgave, herunder at styrke relationen til medlemmerne, skabe resultater og understøtte den politiske indsats.

BUPL MidtVestjylland ønsker:

- At være tæt på medlemmerne og skabe de faglige og politiske resultater, som kan forventes af en effektiv, synlig og indflydelsesrig fagforening, der styrker fællesskabet og pædagogernes position.
- At styrke vores muligheder for indflydelse på dagsordener, der er væsentlige for pædagogprofessionen.

Indhold

1	Formål med kommunikation.....	4
2	Principper	5
2.1	Professionalisme	5
2.2	Timing.....	5
2.3	Faglighed.....	5
2.4	Dialog	5
2.5	Troværdighed	5
3	Målgrupper	5
3.1	Medlemmer.....	5
3.1.1	Ledere	6
3.1.2	Tillidsvalgte.....	6
3.1.3	Potentielle medlemmer	6
3.2	Beslutningstagere, interessenter og medier	6
4	Medier.....	7
4.1	Mediepapir.....	7
4.2	Koncepter	7
5	Udmøntning af kommunikationspolitikken	7

1 Formål med kommunikation

BUPL MidtVestjyllands kommunikation skal være værdiskabende for vores medlemmer og understøtte den samlede indsats for at skabe de bedste løn-, ansættelses- og arbejdsforhold.

Det betyder, at fagforeningens samlede kommunikation skal:

- **Skabe resultater**
Kommunikationen skal medvirke til at opnå politiske og faglige resultater til gavn for medlemmerne.
- **Styrke professionen**
Kommunikationen skal styrke den pædagogiske profession ved at formidle forskning og viden samt italesætte pædagogernes faglighed og værdien af det pædagogiske arbejde.
- **Skabe gennemsækelighed for medlemmerne**
Kommunikationen skal medvirke til, at BUPL MidtVestjyllands beslutninger og handlinger synliggøres overfor vores medlemmer.
- **Bidrage til solidaritet hos medlemmerne**
Kommunikationen skal bidrage til fællesskabsfølelsen, sammenholdet og engagementet hos medlemmerne.
- **Styrke BUPL MidtVestjylland**
Kommunikationen skal være med til at styrke fagforeningens position og indflydelse i samfundet, for derigennem at styrke selve fagforeningen.
- **Profilere BUPL MidtVestjylland**
Kommunikationen skal skabe synlighed og genkendelighed – og medvirke til, at vores medlemmer og omverden ved, hvem vi er og hvad vi står for.

2 Principper

Nedenstående principper er styrende for BUPL MidtVestjyllands kommunikation.

2.1 Professionalisme

Vores kommunikation er i form og indhold professionelt udarbejdet, genkendelig og målrettet de målgrupper, vi ønsker at kommunikere med.

2.2 Timing

Vi kommunikerer det rette budskab til rette tid, både når vi sætter en dagsorden eller når vi reagerer på andres ageren.

2.3 Faglighed

Vores budskaber tager afsæt i den pædagogiske profession, relevant forskning og medlemmernes praksis, viden og erfaringer.

2.4 Dialog

Vi respekterer, at vores målgrupper kan have andre interesser og holdninger end os og opfordrer derfor til dialog.

2.5 Troværdighed

Vi kommunikerer ud fra et princip om, at dét vi siger, er det vi mener og kan stå inde for.

3 Målgrupper

En af forudsætningerne for at opnå effektiv og målrettet kommunikation er en præcis afgrænsning af og et indgående kendskab til de forskellige målgrupper. Målgrupperne for BUPL MidtVestjyllands kommunikation er således opdelt efter funktion og behov, idet behovene hos de enkelte målgrupper kan være forskellige og i nogle tilfælde modstridende.

3.1 Medlemmer

Overordnet set skal vores medlemskommunikation skabe værdi for medlemmerne og være med til at synliggøre, at det er attraktivt for pædagoger at være medlem af BUPL MidtVestjylland. Dette gælder både for medlemmer og ledere generelt og medlemmer, der er tillidsvalgte.

Kommunikationen med medlemmerne tager blandt andet sigte på, at:

- Inspirere medlemmerne i deres daglige arbejde
- Formidle viden og forskning om den pædagogiske profession
- Skabe størst mulig medlemsinddragelse
- Formidle politiske og faglige resultater
- Styrke kendskabet til BUPL MidtVestjylland, herunder fagforeningens holdninger og beslutninger
- Styrke fællesskabet, sammenholdet og medlemmernes engagement
- Kvalificere medlemsdemokratiet

3.1.1 Ledere

Vi skal gennem kommunikationen til ledermedlemmerne have fokus på denne medlemsgruppe, idet lederne er væsentlige ambassadører på den faglige dagsorden og medvirkende til at fastholde og rekruttere den øvrige medlemsgruppe.

Endvidere skal kommunikationen til ledermedlemmerne synliggøre værdien af den service, ledermedlemmet tilbydes gennem sit medlemskab hos BUPL MidtVestjylland.

3.1.2 Tillidsvalgte

- Fællestillidsrepræsentanter (FTR)
- Tillidsrepræsentanter (TR/ITR)
- Arbejdsmiljørepræsentanter (AMR)
- Ledertillidsrepræsentanter (LTR)
- Fagforeningsbestyrelse (FB)
- Lokal lederforeningsbestyrelse (LLB)

Foruden selv at høste værdien gennem medlemskabet, skal medlemmer med tillidshverv også medvirke til at skabe værdi for BUPL MidtVestjyllands øvrige medlemmer. Derfor har vores kommunikation til opgave at motivere og engagere medlemmer med tillidshverv, samt at klæde dem på til at kunne bestride deres tillidshverv.

3.1.3 Potentielle medlemmer

- Pædagogstuderende
- Fejlorganiserede
- Ikke-medlemmer

I arbejdet med at få flere medlemmer, skal kommunikationen bidrage til, at de pædagoger, der endnu ikke er medlem, kan se en værdi i at blive en del af fællesskabet.

3.2 Beslutningstagere, interessenter og medier

- Byrådspolitikere, medlemmer af børne- og ungeudvalg samt børne- og ungeforvaltninger i de otte midt- og vestjyske kommuner
- Andre interessenter (SL, DLF, FOA, VIA, PLS, Skolelederforeningen, forældre, med flere)
- Lokal presse
- Offentligheden

Disse grupper er relevante for BUPL MidtVestjyllands arbejde. Kommunikationen med disse skal understøtte, at vi skaber de bedste løn-, ansættelses- og arbejderforhold for vores medlemmer.

4 Medier

I BUPL MidtVestjylland har vi behov for at kunne kommunikere til og med vores forskellige målgrupper. Derfor benyttes både medier, hvor informationer sendes fra fagforeningen til udvalgte målgrupper, samt medier, hvor fagforeningen kan indgå i dialog med de forskellige målgrupper.

4.1 Mediepapir

Kommunikationspolitikken indeholder en række overordnede målsætninger og principper for BUPL MidtVestjyllands kommunikation. For at disse kan føres ud i livet, kræver det, at der beskrives konkret, hvordan BUPL MidtVestjylland vil udmønte kommunikationspolitikken.

Dette skal ske i et mediepapir, der vedtages af bestyrelsen, som beskriver, hvilke medier og platforme, vi benytter os af og hvordan de bruges i BUPL MidtVestjyllands kommunikation.

4.2 Koncepter

Som tillæg til mediepapiret, kan der desuden udarbejdes koncepter, der mere detaljeret fastsætter rammerne for brugen af de forskellige medier. Det kan f.eks. ske i forbindelse med presseberedskab eller konkrete sociale medier.

5 Udmøntning af kommunikationspolitikken

Det er medlemmerne, der på generalforsamlingen, vedtager kommunikationspolitikken indeholdende en række overordnede målsætninger og principper, mens det er BUPL MidtVestjyllands bestyrelse, der beslutter, hvordan politikken udmøntes.

Godkendt på generalforsamling den 4. oktober 2018.