

Kommunikationspolitik

BUPL Storkøbenhavn 2017

Som interesseorganisation er BUPL Storkøbenhavn insisterende og vedholdende i sit kommunikationsarbejde, der opererer inden for rammerne af BUPL Storkøbenhavns vedtægter og baserer sig på fem værdier: troværdighed, åbenhed, professionalisme, dialog og helhed.

Visionen - hvor vil BUPL Storkøbenhavn hen med sin kommunikation?

Visionen for kommunikationen i BUPL Storkøbenhavn er, at fagforeningen skal bruge kommunikation som et strategisk værktøj i arbejdet med at nå sine mål. Kommunikation er et middel til at nå et mål og aldrig et mål i sig selv.

Hvem henvender kommunikationspolitikken sig til?

BUPL Storkøbenhavns kommunikationspolitik henvender sig til medarbejder, FTR eller politisk valgt i BUPL Storkøbenhavn. Kommunikation er alles ansvar og arbejdsopgave.

Hvad er formålet med kommunikationspolitikken?

Kommunikationspolitikken skal sikre, at:

- BUPL Storkøbenhavn i sin kommunikation fremstår som en helhed/en sammenhængende organisation over for omverdenen
- BUPL Storkøbenhavn (medarbejdere og valgte) i højere grad samme forståelse af, hvordan vi varetager kommunikationsopgaver

Ved begyndelsen af et nyt år definerer kommunikationskonsulent, formand og sekretariatsleder nye kommunikationsindsatser, der godkendes af DL.

Kommunikationsstrategi

BUPL Storkøbenhavn følger Forbundets kommunikationsstrategi 'Medlemmerne i centrum' (2012). Her formuleres det bl.a., at "Al kommunikation i BUPL's samlede organisation skal være effektiv, målrettet, relevant og værdiskabende for modtageren (...) Al vores aktivitet, også kommunikationsaktivitet skal tage udgangspunkt i værdiskabelse for denne gruppe. Dette er ikke det samme som 'bare at give medlemmerne det medlemmerne vil have', men at finde den rette balance imellem medlemmernes ønsker og behov og de behov, vi som professionel faglig organisation identificerer."

Kommunikationspolitikens værdier

Kommunikationspolitikken er rodfæstet i fem værdier, der udstikker den overordnede ramme for god kommunikation i BUPL Storkøbenhavn:

Troværdighed

Troværdig kommunikation – intern som ekstern – kræver sammenhæng mellem ord og handlinger. Medarbejdere og valgte overdriver ikke problemer eller tager dem ud af sin kontekst, og der er saglig, gerne faktuel eller forskningsbaseret viden, bag argumenter. Alle skal kunne regne med, at det fagforeningen melder ud, er korrekt – og at vi gør, hvad vi siger.

Åbenhed

BUPL Storkøbenhavn prioriterer en aktiv, åben, serviceminded og hurtig kommunikation med pressen og andre eksterne interessenter.

Medlemmer skal have let adgang til informationer, når de har brug for det. Det gælder elektronisk, skriftligt og mundtligt. Kommunikationens skal foregå i et lettilgængeligt sprog og i en

venlig tone. Åbenheden er alene begrænset af hensynet til det enkelte medlem og den fortrolighed medlemmet kan forvente af sin fagforening.

BUPL Storkøbenhavn udtaler aldrig støtte til overenskomststridige strejker inden for BUPL's område eller omtaler størrelsen på beløbet i BUPL's strejkefond.

Professionalisme

For at fagforeningen kan nå sine mål, tænker medarbejdere og valgte kommunikationen ind fra begyndelsen af en aktivitet. Dermed kan medarbejdere og valgte tilrettelægge kommunikationen mest hensigtsmæssigt og målrettet mod de forskellige målgrupper. Fagforeningen evaluerer og måler løbende sine aktiviteter for at sikre effektiv kommunikation.

Dialog

Dialog, hvor medlemmer udveksler holdninger, er en af drivkræfterne bag udviklingen af fagforeningen. BUPL Storkøbenhavns dialog er som udgangspunkt venlig, respektfuld, empatisk og anerkendende. I forbindelse med enhver større beslutning er kommunikationen og dialogen klar, tydelig, respektfuld og venlig fra BUPL Storkøbenhavns side.

Helhed

BUPL Storkøbenhavn kommunikerer som en helhed. Det vil sige, at BUPL Storkøbenhavn som hovedregel altid er den primære afsender af information, også selvom den umiddelbare afsender er en faglig konsulent eller en afdeling. For at sikre fagforeningen en fælles profil er det desuden nødvendigt med genkendelighed i BUPL Storkøbenhavns udadrettede kommunikation, ligesom retningslinjer fra Forbundet vedrørende eksempelvis pressekontakt og design følges så vidt muligt.

Målgrupper for BUPL Storkøbenhavns kommunikation

BUPL Storkøbenhavn kommunikerer med udgangspunkt i målgruppens behov. Forud for enhver kommunikationsopgave skal medarbejdere eller valgte derfor definere, hvem målgruppen er, hvad målgruppens behov er, og hvilken interesse målgruppen har i en given sag. Eksempler på målgrupper er: pædagoger på henholdsvis 0-5 årsområdet, SFO, klub og specialområdet, pædagoger i skolen, ledere, tillidsrepræsentanter, arbejdsmiljørepræsentanter, forældre, lokalpolitikere, kommunale embedsmænd, journalister, ikke fagligt aktive medlemmer osv.

BUPL Storkøbenhavns kommunikationskanaler

BUPL Storkøbenhavn benytter sig af følgende kanaler i sin kommunikation:

- Hjemmeside – hjemmesiden følger forbundets retningslinjer, og må ikke fungerer som arkiv. Det tilstræbes, at der max er 100 sider.
- Nyhedsbreve – udsendes efter behov, og sendes når muligt til snævre målgrupper, som f.eks. ledere og tillidsrepræsentanter.
- Facebook – der tilstræbes 5 ugentlige post.
- Twitter – formand og næstformand tweeter. BUPL Storkøbenhavn retweeter.
- Pressen – der er dialog med redaktører/journalister, og der udsendes pressemeddelelser og læserbreve efter behov.

Tekster vedr. politiske budskaber, kampagner, præsentation af undersøgelser udarbejdes i dialog med fagkonsulenter/valgte og godkendes af samme. Formand orienteres altid ved henvendelser til pressen og ved større lanceringer.

Initiativpligt, ansvar, koordinering og godkendelse

Klare arbejdsgange og kommandoveje suppleret af en fælles forståelse for initiativpligt, koordineringsansvar og godkendelsesprocedurer er en forudsætning for en aktuel og velfungerende kommunikation.

For BUPL Storkøbenhavns vedkommende gælder, at:

- Alle ansatte og valgte har initiativpligt for så vidt, de har viden om sager, initiativer eller forhold (aktuelle eller på vej), der har betydning for eller har interesse for medlemmer og/eller offentligheden. Viden viderefremmes hurtigst muligt til kommunikationskonsulenten, der også tager stilling til kommunikationskanal.
- Kommunikationskonsulenten har et generelt overordnet og koordinerende ansvar, og skal derfor altid orienteres om sager, initiativer eller forhold (aktuelle eller på vej), der har betydning for eller har interesse for medlemmer og/eller offentligheden.
- Formand (i formandens fravær: næstformanden eller sekretariatsleder) godkender på kommunikationskonsulentens foranledning altid pressemeddelelser, nyhedsbreve og information med politisk interesse eller kant til offentliggørelse på facebook eller hjemmeside. Handler pressemeddelelse/nyheder om specifikke kommuner eller særlige fagområder er det kommunikationskonsulentens ansvar også at indhente godkendelse hos faglig sekretær og/eller faglig konsulent.
- FTR og alle andre valgte kan til enhver tid skrive et læserbrev. Ansatte i BUPL Storkøbenhavn har som alle andre borgere i Danmark også ret til at ytre sig. Kommunikationskonsulent bistår med rådgivning deadlines og omfang og kan bistå med redigering af læserbrev. Jurist rådgiver om evt juridiske aspekter.
- Foldere, postkort, nyhedsbreve, annoncer bør så tidligt i idéfasen som muligt diskuteres og koordineres med kommunikationskonsulenten mhp sammen at finde ud af om folder/postkort/nyhedsbrev/annonce er det rigtige medie. Det er ledelsen, der i sidste ende beslutter om fagforeningen skal realisere en idé til en udgivelse. Har ledelsen givet et foreløbigt ja til udgivelsen, så udfylder kommunikationskonsulent og initiativtager til udgivelsen sammen en produktionsplan, som definerer målgruppe, budskab og medie - og tilrettelægger omfang, opsætning, økonomi, distribution osv. Produktionsplanen følger udgivelsen fra idé til forsendelse.
- Læserbreve, nyhedsbrev og pressemeddelelser rundsendes af kommunikationskonsulent til alle i Balleruphuset undtagen a-kassen til orientering

Ytringsfrihed

Enhver valgt, herunder FTR'erne, kan til enhver tid på eget initiativ udtale sig til pressen eller kontakte pressen. Læs mere om ytringsfrihed på <http://www.bupl.dk/ytringsfrihed>.

Design

En professionel kommunikation omfatter også en grafisk identitet, og BUPL/BUPL Storkøbenhavn har udarbejdet en designmanual, der:

- sikrer grafisk identitet og genkendelighed, så modtageren hurtigst muligt kan afkode, hvem afsenderen er
- sikrer, at det visuelle udtryk er appetitligt, tidssvarende og lettilgængeligt

Designmanualen omfatter: BUPL Storkøbenhavns logo, brevpapir, visitkort, annoncer, brochurer/flyers, powerpoint, nyhedsbrev, merchandise og signatur på mail. BUPL Storkøbenhavn benytter sig af følgende logo:



Bilag: Pressekontakt, skriveguide og hørings svar

BUPL Storkøbenhavn har til støtte for et professionelt kommunikationsarbejde udfærdiget følgende vejledninger og guide:

- Vejledning i pressekontakt (bilag 1)
- Skriveguide (bilag 2)
- Politik for anvendelse af email og andre personlige oplysninger (bilag 3)
- Vejledning i at skrive hørings svar (bilag 4)

Revideret d. 4. april 2017

Bilag 1

Vejledning i pressekontakt

Formålet med 'Vejledning i pressekontakt' er at støtte medarbejdere og valgte, der skal i kontakt med pressen samt at klarlægge BUPL Storkøbenhavns kommandoveje i forbindelse med pressekontakt - uanset om pressen kontakter fagforeningen, eller en repræsentant fra BUPL Storkøbenhavn kontakter pressen.

Om at udtale sig til pressen:

Enhver valgt, herunder FTR'erne, kan til enhver tid på eget initiativ udtale sig til pressen eller kontakte pressen. Læs mere om ytringsfrihed på <http://www.bupl.dk/ytringsfrihed>.

Åbenhed:

En af BUPL Storkøbenhavns værdier er åbenhed. I forbindelse med pressekontakt tolker BUPL Storkøbenhavn værdien således:

- Vi reagerer åbent og serviceminded på en pressehenvendelse og gør sig i højeste grad umage for at bistå pressen hurtigt
- Hvis en journalist kontakter en valgt eller en medarbejder, har vedkommende ikke pligt til at svare, men vedkommende har pligt til med det samme at formidle henvendelsen videre til kommunikationskonsulenten, der i samarbejde med ledelsen finder en anden, der kan udtale sig. Vælger vedkommende selv at svare, har vedkommende pligt til at orientere kommunikationskonsulenten.
- Åbenhed gælder også sager, BUPL Storkøbenhavn ikke er stolte af, og som måske ikke viser organisationen fra sin bedste side
- Åbenhed betyder også, at BUPL Storkøbenhavn er offensiv med hensyn til at give pressen, de informationer fagforeningen finder relevant at få omtalt
- Åbenhed er begrænset af hensynet til det enkelte medlem og den fortrolighed medlemmet kan forvente af sin fagforening. BUPL Storkøbenhavn udtaler desuden aldrig støtte til overenskomststridige strejker eller omtaler størrelsen på beløbet på strejkefonden

Troværdighed:

En af BUPL Storkøbenhavns værdier er troværdighed. I forbindelse med pressekontakt tolker fagforeningen værdien således:

- Når valgte og medarbejdere fra BUPL Storkøbenhavn udtaler sig, er der sammenhæng mellem ord og handling
- Begår valgte eller medarbejdere i BUPL Storkøbenhavn fejl, så indrømmer de det - og forklarer, hvad de har lært af sagen
- Gæt aldrig under et interview. Interviewede fra BUPL Storkøbenhavn siger i stedet: "Jeg ved det ikke, jeg vil undersøge det. Jeg vender straks tilbage..". Kommer en valgt eller en medarbejder til at sige noget forkert/upræcist, så ret det omgående: At begå en fejl er menneskeligt, ikke at rette er sjusket og utroværdigt
- Begår BUPL Storkøbenhavn fejl, som ledelsen i samarbejde med kommunikationskonsulenten vurderer at have omverdenens interesse, så informerer fagforeningen selv pressen - det øger troværdigheden, og fagforeningen får mulighed for selv at formulere den første version af sagen

Professionalisme:

En af BUPL Storkøbenhavns værdier er professionalisme. I forbindelse med pressekontakt tolker fagforeningen værdien således:

- BUPL Storkøbenhavn er bevidst om og agerer efter en erkendelse af, at professionel pressekontakt kan betyde forskellen mellem god og dårlig omtale i medierne
- Hvis du som medarbejder eller valgt har udtalt dig til pressen, så er det vigtigt, at du orienterer ledelsen. Du må *gerne* orientere, inden du udtaler dig. Du har *pligt* til at ori-

entere ledelsen efter. Orienteringen gør det nemmere at arbejde professionelt sammen. Det er ikke nemt for en ledelse at agere, hvis den skal læse om forhold i avisen, der burde være orienteret om. Bemærk, at pressemeddelelser, sendt på vegne af fagforeningen og på fagforeningens brevpapir, skal godkendes af repræsentant fra ledelse.

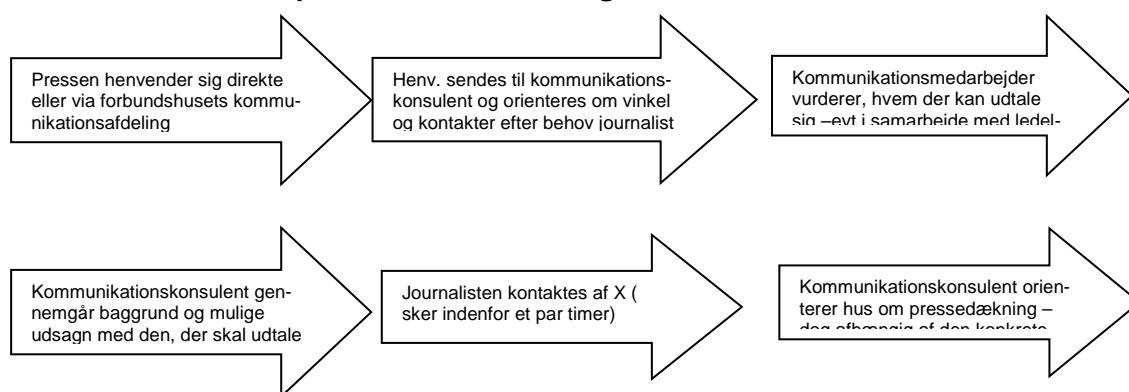
- For at sikre, at fagforeningen i pressekontakten kommer af med sine budskaber i en tydelig og tilgængelig form, opfordrer kommunikationspolitikken her valgte og medarbejdere til, så vidt det er muligt, at kontakte kommunikationskonsulent, inden de udtaler sig.
- Tag pressen og dens deadlines alvorligt. Pressens deadlines er et vilkår, der ikke kan ændres
- Tænk i tid. Medierne i BUPL Storkøbenhavns område er primært ugeaviser. Forsøg at time pressekontakten med deres deadline. De fleste har deadline fredag kl. 12, men nogle har allerede torsdag og andre mandag. Tjek derfor altid deadline på ugeavisernes hjemmesider – eller kontakt kommunikationskonsulenten.

Helhed:

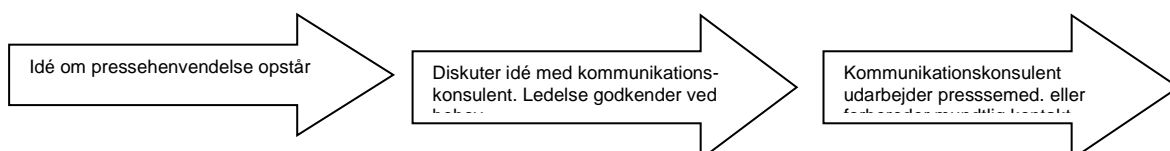
En af BUPL Storkøbenhavns værdier er helhed. I forbindelse med pressekontakten tolker fagforeningen værdien således:

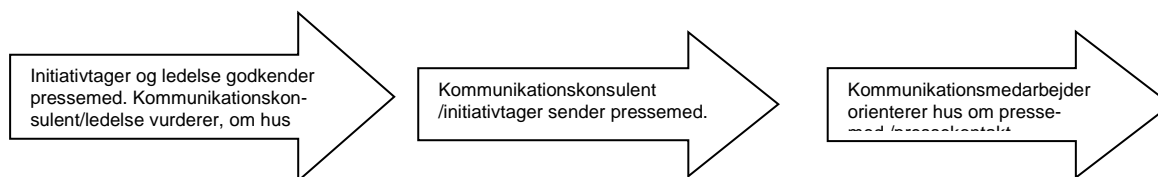
- For at fagforeningen kommunikerer som en helhed, opfordrer ledelsen valgte og medarbejdere til at orientere ledelsen forud for kontakten med pressen. Hensigten er at sikre, at BUPL Storkøbenhavn taler med én tunge og dermed mindsker forvirringen blandt medlemmer og andre eksterne interessenter om fagforeningens holdning. Bemærk, at pressemeddelelser, sendt på vegne af fagforeningen og på fagforeningens brevpapir, skal godkendes af en repræsentant fra ledelsen, inden de sendes.
- Hvis du prioriterer at informere internt, inden du informerer eksternt, er du med til i højere grad at sikre, at BUPL Storkøbenhavn kan arbejde som en organisation, der fremstår som en helhed
- BUPL Storkøbenhavns medarbejdere og valgte har respekt og forståelse for, at FTR'erne også arbejder under kommunernes retningslinjer for pressekontakt. Hvis kommunernes retningslinjer er skabt ud fra et ønske om godt samarbejde internt i kommunen og virker sådan, så bakker BUPL Storkøbenhavn op om retningslinjerne. Oplever fællestillidsrepræsentanten retningslinjerne som begrænsende for deres ytringsfrihed, støtter fagforeningen den FTR, der ønsker at påvirke retningslinjerne.

Det ideelle forløb, når pressen henvender sig:



Det ideelle forløb, når fagforeningen henvender sig til pressen:





Værd at vide om pressekontakt

- Ethvert interview er en form for kontroltab, da journalisten/mediet i sidste ende sætter dagsordenen.
- Vær åben og imødekommende - også selvom du føler dig presset.
- Find ud af hvem du taler med, noter journalistens navn og telefonnummer, stil spørgsmål, så du finder ud af, hvad artiklen skal dreje sig om. Spørg eksempelvis: *"I hvilken sammenhæng skal mine udtalelser bruges? Kommer der til at optræde andre kilder i artiklen? Hvornår skal artiklen bringes?"*
- Har du brug for en tænkepause, så sig, at du lige skal undersøge noget, og at du vender tilbage hurtigst muligt. Aftal evt. hvornår du senest har givet lyd fra dig.
- Spørg om du udtaler dig til citat (dvs. med en udtalelse og dit navns nævnelser), eller om dine udtalelser er baggrundsinformationer.
- Du kan altid spørge, om du må få dine citater til gennemsyn. Spørg gerne inden interviewet går i gang. De fleste journalister siger ja - mange journalister synes endda, at det er rart, at de på den måde minimerer risikoen for fejl. Får du et nej, så accepter det.
- Når du får citater til gennemsyn, kan du alene rette faktuelle fejl eller misforståelser i dine egne citater. Du kan ikke forlange at få ændret andre dele af artiklen, eksempelvis overskriften.
- Øv dig gerne forud for et interview i at "oversætte" fagudtryk til "almindeligt dansk". Journalisten og mediets læsere er som udgangspunkt hverken eksperter i pædagogik eller kommunernes økonomi.

Bilag 2

Skriveguide

Det faglige indhold i tekster, medarbejdere og valgte i BUPL Storkøbenhavn udarbejder, skal altid være i orden, men de skal også skrive tekster i et klart, forståeligt og tidssvarende sprog. Skriveguiden her gælder alle tekster, herunder breve, sms'er, flyers, høringsvar, mails, powerpoint og stof til hjemmesiden.

BUPL Storkøbenhavns valgte og medarbejdere bestræber sig på *ikke* at tale ned til mennesker eller tale hen over hovedet på nogen. Derimod husker BUPL Storkøbenhavns medarbejdere og valgte altid, at de skriver til mennesker og ikke til rudekuerter.

Retningslinjerne i Skriveguiden skulle gerne gøre det nemme for valgte og medarbejdere at sikre en høj kvalitet i det sproglige. Det styrker omverdenens opfattelse af BUPL Storkøbenhavn som en troværdig, professionel fagforening.

Hvem skal læse din tekst?

Du skal altid begynde med at spørge dig selv, hvem der skal læse din tekst. Modtagerne har forskellige forventninger, forudsætninger, behov og relationer til BUPL Storkøbenhavn. Eksempelvis er tonen ikke enslydende i brevet til forvaltningschefen og i brevet til det langtids-syge medlem.

- Teksten skal tage udgangspunkt i modtagerens behov
- Skriver du til andre faggrupper end din egen, så brug ikke fagudtryk
- Hvis din modtager synes, at noget er svært at forstå, så er det svært at forstå. Som udgangspunkt er der aldrig noget i vejen med modtageren, derimod kan der være noget i vejen med din formidling

Hvis du ikke kender den, du skriver til så har "typen" i baghovedet, når du skriver. Forskellige modtagere kan være medlemmer, ledere, forvaltningschefer og andre kommunale embedsmænd, politikere og politiske udvalg eller journalister.

Eksempel på opbygning af et brev ud fra modtagerens interesse

Det er en god idé at følge en disposition, der svarer til de spørgsmål, modtageren sandsynligvis vil stille, for eksempel:

- Hvad blev resultatet?
- Hvorfor blev det sådan?
- Hvilke konsekvenser har det?
- Hvilke muligheder har jeg så?

Skriv en overskrift	Overskriften skal fylde en linje og være dækkende for indholdet. Brug ikke <i>vedrørende</i> og <i>angående</i> i overskriften. Det er unødvendigt og virker bureaukratisk. Gå i stedet direkte til sagen. Skriv derfor ikke: <i>Angående tjenstlig samtale med Annemette Jensen</i> Skriv i stedet: <i>Tjenstlig samtale med Annemette Jensen</i> Som udgangspunkt er modtageren interesseret i at få det vigtigste budskab først. Skriv derfor hovedbudskabet i overskriften.
Sig pænt goddag	Skriv gerne: <i>Kære xxxx</i> eller <i>Hej xxxx</i> Hvis du ikke kender personen, så skriv <i>Kære/Hej</i> og både fornavn og efternavn. Hvis du kender modtagere kan du nøjes med <i>Kære/Hej xxxx</i> Skal brevet have en meget formel tone, så sætter du ikke en hilsen ind mellem overskrift og resume. Overvej nøje og begræns situationerne, hvor du vælger at optræde formelt. Bør eksempelvis som udgangspunkt aldrig ske over for medlemmer.
Resume	Uddyb hovedbudskabet i et resume i begyndelsen af brevet. Et resume gør en tekst nemmere at overskue og afkode.

	Indled uden omsvøb, husk modtageren er interesseret i budskabet. Skriv derfor ikke: <i>Idet der henvises til skrivelse af</i> Skriv i stedet: <i>BUPL Storkøbenhavn har afvist din klage</i>
Hvorfor blev det sådan	Her forklarer du og uddyber argumenterne.
Hvilke muligheder har du nu	Hjælp din læser videre med uafklarede spørgsmål.
Sig pænt farvel	Skriv derfor ikke: <i>Såfremt der er spørgsmål vedr. ovenstående, kan du rette telefonisk henvendelse til undertegnede.</i> Skriv i stedet: <i>Du er velkommen til at ringe til mig, hvis du har spørgsmål.</i> Afslut med at skrive: <i>Venlig hilsen xxxx</i>

Afsender

Breve, brochurer, beretninger og andre skrivelser kan alene som afsender have

- BUPL Storkøbenhavn
- Lederforeningen i BUPL Storkøbenhavn
- Pædagogernes forhandlingsfællesskab Storkøbenhavn (PFF Storkøbenhavn)

Beslutningen om at begrænse antallet af afsendere er truffet ud fra en betragtning om, at det udvander BUPL's eget brand, hvis fagforeningen også skal markedsføre f.eks. kommunegrupper, lederrådet, faglig afdeling osv. osv. Vurderingen er, at BUPL af strategiske årsager (for at holde på lederne som medlemmer) skal markedsføre Lederforeningen i BUPL Storkøbenhavn.

Gode sproglige retningslinjer

(.....og husk! En sjælden gang er der gode grunde til at vige fra retningslinjer!)

- Skriv ikke *vor* og *vore*. Det virker gammeldags. Skriv i stedet *vores*
- Skriv ikke *De*. Det virker distancerede og gammeldags. Skriv i stedet *du*
- Skriv ikke *man*, hvis du i stedet kan hjælpe din læser ved at skrive det mere præcise *du/jeg/BUPL Storkøbenhavn*
- Skriv ikke *vi*, hvis du i stedet kan hjælpe din læser ved at skrive det mere præcise *jeg/BUPL Storkøbenhavn*
- Skriv korte sætninger, men ikke telegramstil. Korte sætninger er lettere at læse end lange, som hovedregel skal sætninger helst ikke være længere end 15-18 ord. Undgå indskudte sætninger, men del i stedet sætningen op i flere sætninger. Vær forsigtig med ord som *idet*, *hvilket*, *hvorfor*, *hvoraf* og *ligesom*. De ord gør sætningerne unødvendigt lange
- Begræns brugen af forkortelser. En tekst med forkortelser er sværere at læse og afkode end en tekst uden forkortelser. Desuden er det langt fra alle, der ved, hvad der skjuler sig bag en forkortelse
- Begræns fremmedord, fagudtryk eller specielle begreber. Hvis du er i tvivl om, hvorvidt din modtager kender ordet, må du forklare det, finde et andet ord eller skrive din tekst anderledes. Fagord og fremmedord sparer plads, og det tager ofte tid og fylder mere at skrive ordet om, men det er du nødt til, når du kommunikerer med udenforstående
- Undgå papiroord - de får din tekst til at virke bureaukratisk og utidssvarende. Papiroord er ord, der typisk forekommer i skriftsproget, men ikke i talesproget. Eksempelvis *såfremt*, *rette telefonisk henvendelse til*, *forespørge*, *under henvisning til*
Skriv derfor ikke: *Såfremt De af helbredsmæssige årsager ikke er i stand til at give møde, bedes De give meddelelse herom...*
Skriv i stedet: *Hvis du er forhindret i at komme på grund af sygdom, så kontakt mig....*
- Undgå lange sammensatte ord - også kaldet bændelormsord. En tekst med mange sammensatte ord er vanskelig at overskue. Hjælp i stedet din læser ved at løse de sammensatte ord op.

Skriv derfor ikke: *Dispensationsmulighed, arbejdsmiljøvurdering, normeringsberegningsmodel*

Skriv i stedet: *Mulighed for dispensation, vurdering af konsekvenserne for arbejdsmiljøet, den model, forvaltningen bruger til at beregne normeringen*

- Skriv aktivt, det vil sige undgå passive former. En passiv form lægger distance mellem afsender og modtager, fordi læseren ikke kan se, hvem der henvender sig til hvem. Brug i stedet personord og skriv hvem, der gør hvad. Du kan altid kende en passiv form på, at udsagnsordet slutter på s eller bliver bøjet ved hjælp af udsagnsordet bliver.

Skriv derfor ikke: *Du bedes indsende din lønseddel*

Skriv i stedet: *Jeg må derfor bede dig om at sende din lønseddel*

- Brug ordbogen: Er du i tvivl om, hvordan du staver et ord, så slå det op. Nudansk Ordbog ligger på Citrix. Husk professionelle skribenter slår ord op dagligt!
- Brug computerens stave- og grammatikkontrol: Din stavekontrol (røde bølgestreger) og grammatikkontrol (grønne bølgestreger) skal altid være slået til. Kontrollen fanger mange fejl, men ikke alle
- Læs din tekst højt. På den måde opdager du mange fejl
- Bed en kollega om at læse din tekst igennem

Særligt om mails

- Modtageren: Mails lægger op til en mere uformel tone end breve, skriv derfor både *hej* og *kære* som indgangshilsen, men tilpas stadig din skrivestil efter modtageren. Afslut din mail med at skrive *Venlig hilsen*. Følg desuden vejledningen i Skriveguiden om at være opmærksom på modtageren
- Medievalg: Overvej om mailen er det korrekte medie, måske skulle du hellere tage telefonen
- Spam: Vis dine kolleger respekt ved kun at sende mail til dem, når du tror, at de har brug for oplysningerne. Du sparer selv tid ved at sende en mail rundt til for eksempel *Alle i Balleruphuset*, men hvad du sparer i tid, bruger dine kolleger i stedet på at forholde sig til noget, der ikke vedkommer dem. Hjælp din modtager ved at skrive en overskrift i emnefeltet, skriv gerne om mailen er til *orientering, en hastesag, til beslutning*
- Fejl: Læs din mail kritisk igennem, inden du sender den. Dobbelttjek om du har husket at vedhæfte evt. dokumenter. Fejl svækker troværdigheden - også selvom de optræder i en hurtig mail. Følg Skriveguidens afsnit om at mindske stave- og grammatikfejl
- Værdi: Husk at en mail har samme prioritet og værdi som et papirbrev. Kan du ikke nå at svare indenfor tre arbejdsdage, så kvitter for modtagelsen og giv besked om, hvornår du vender tilbage med et svar
- Videresende mails: Tænk dig grundigt om, hver gang du overvejer at videresende en mail. Spørg evt. først afsenderen. Afsenderen af mailen har skrevet til dig og ikke til andre. Det er som hovedregel bedre at omformulere en mail end at videresende, så sikrer du dig også samtidig, at den nye mail er målrettet den nye modtager
- Arkivering: Mails, der har relevans for en sag, skal arkiveres i cirius
- Træffes ikke funktion: Holder du fri eller er fraværende af andre årsager, så brug din "træffes ikke funktion". Skriv gerne navnet på en anden person, mailskrivere kan kontakte, hvis det er en hastesag tjekkes dagligt
- storkobenhavn@bupl.dk tjekkes dagligt og mail distribueres samme dag og så vidt muligt til den relevante person
- Tonen: Tjek tonen i din mail. Mailen er anledningen til mange konflikter, da værktøjet er så nemt og hurtigt, at afsender og modtager risikere at glemme at tænke sig om
 - skriv derfor aldrig noget i en mail, du ikke ville have sagt, hvis modtageren stod over for dig

- modtager du en mail, hvis indhold lyder negativt, så svar aldrig i samme tone. Tag hellere telefonen eller, hvis det er muligt, opsøg afsenderen på sit kontor for at få forklaret mailen. Svar aldrig på en mail i vrede
- husk det skrevne ord virker mere kontant end det talte, så husk at være høflig i dine mails. Smileys er nyttige, men brug alene smileys, når du ikke behøver at optræde formelt

Tekster til hjemmesiden

Valgte/ansatte eller andre, der skriver første udkast til en tekst til hjemmesiden skal vide, at det er sværere at læse på nettet end på papir, og at weblæsere er yderst utålmodige af natur (bliver noget besværligt, så koster det kun et klik at slippe for at læse☺). Derfor er det vigtigt, at tekster på hjemmesiden har det vigtigste først, er korte, har klare overskrifter, væsentlig flere mellemrubrikker. Benyt gerne links, men kun til udvalgte relevante sider. Alle tekster redigeres af kommunikationskonsulent.

Bilag 3

Politik for anvendelse af din e-mail og andre personlige oplysninger

Af respekt for vores abonnenter på nyhedsbrev, sms-service, mv. gælder følgende:

- Vores abonnenters mail-adresser, mobilnumre og andre personlige oplysninger skal under ingen omstændigheder sælges, lånes ud eller på anden vis overdrages til en anden part.
- Udsendelse af nyhedsbreve, sms'er, mv. sker på en sådan måde, at adresser og numre ikke bliver tilgængelig for andre end den aktuelle modtager.
- I tilfælde af at en abonnent vælger at afslutte sit abonnement, bliver det umiddelbart og uden forbehold respekteret.

Bilag 4

Vejledning i at skrive et hørings svar

Formål med hørings svar

Formålet med at udarbejde hørings svar er at sikre indflydelse og være synlige på såvel forvaltningsmæssigt som politisk niveau.

Hvad er et hørings svar

Et hørings svar er et officielt dokument og indgår typisk i et tilrettelagt og struktureret forløb i en (kommunal) beslutningsproces. At levere et godt gennembearbejdet hørings svar til tiden signalerer interesse, seriøsitet og kompetence.

Et hørings svar handler om et emne, som har betydning for BUPL Storkøbenhavns medlemmer. Derfor bør et hørings svar behandles blandt de medlemmer, som hørings svaret berører. Behandlingen kan ske på for eksempel TR-møder, medlemsmøder eller kommunegruppemøder.

Hørings svar er omfattet af *Lov om offentlighed i forvaltning* - og dermed af *aktindsigt*. BUPL kan altså anmode om aktindsigt i hørings svar, der er givet i en sag, ligesom andre har adgang til aktindsigt i BUPL's hørings svar.

Hvornår udarbejder vi hørings svar?

BUPL Storkøbenhavn afgiver altid hørings svar i sager, tiltag mv, der betyder for pædagogers og lederes arbejdsvilkår - det gælder både de positive og de kritiske. Typisk udarbejder vi skriftlige hørings svar i forbindelse med kommunale budgetter, ændringer inden for BUPL's forhandlingsområde eller sager som behandles i det kommunale samarbejdssystem.

Der kan også udarbejdes hørings svar i forbindelse med personsagsbehandlingen - for eksempel i disciplinær- og afskedigelsessager. Vejledningen her behandler ikke de områder.

Et hørings svar kan følges op af dialogmøder, forhandlinger eller lignende.

Et godt hørings svar

Det gode hørings svar er kendetegnet ved:

- at have tydelige budskaber, som kan genfortælles
- at præsentere relevante argumenter
- at være præcis og tydeligt i sproget
- at være nemt at overskue
- at være åben for yderligere dialog (eksempelvis møder og forhandlinger)
- at have et omfang af 1-2 sider

Struktur for hørings svar

BUPL Storkøbenhavn ønsker med en fælles skabelon at sikre en vis grad af ensartethed, og at der som minimum er taget stilling til en række mulige konsekvenser.

- Overskrift
 - BUPL Storkøbenhavns hørings svar vedr. xxxxxx
- Indledning med hovedbudskabet (rammesætning og anbefaling)
 - BUPL Storkøbenhavn anbefaler eller Medarbejderne anbefaler

- BUPL Storkøbenhavn vurderer eller Medarbejderne vurderer
- BUPL Storkøbenhavn vil pege på, at eller Medarbejderne vil pege på, at
- Delafsnit, hvor de enkelte punkter tages op, og hvor (når relevant) hver enkelt 'plan'/tiltag/forslag vurderes/beskrives i forhold til:
 - Professionsfaglige konsekvenser
 - Personalepolitiske konsekvenser
 - Arbejds miljømæssige konsekvenser
 - Relation til andre tiltag
- BUPL Storkøbenhavn stiller sig til rådighed for ... eller Som fællestillidsrepræsentant stiller jeg mig gerne til rådighed for
 - Kontakt eventuelt xxxx for at få uddybet
 - Vi ser frem til yderligere drøftelser/at skaffe dokumentation/et møde...

Vær opmærksom på, at nogle kommuner anvender specifikke skabeloner.

Hvem udarbejder, kommenterer og godkender høringssvar?

Hvem udarbejder og kommenterer?

Handler høringssvaret om justeringer inden for kendte rammer, udarbejder FTR og faglig sekretær høringssvaret.

BUPL Storkøbenhavns politikker danner rammen for synspunkter og vurderinger. Er der ikke formuleret en politik på det pågældende emneområde skal den/de, der sidder med sagen sikre, at der tages politisk stilling i kompetent forsamling (for eksempel kommunegruppen, bestyrelsen, Daglig Ledelse eller lignende).

Handler høringssvaret om elementer, som er væsentlige, nye emneområder eller tværgående for alle kommuner, involveres formandskabet.

Alle høringssvar skal gennemgås af minimum to personer. Kommunikationskonsulenten og konsulenterne står til rådighed for rådgivning og sparring. Høringssvaret skal også korrekturlæses. Korrekturlæserne (sekretærer) skal så vidt muligt have opgaven to dage, før den skal returneres.

Husk at sende det endelige høringssvar til offentliggørelse på hjemmeside

Det endelige høringssvar sendes til ansvarlig sekretær med cc til kommunikationskonsulent, så det kan blive offentliggjort under den enkelte kommune og eventuelt omtales på facebook eller i nyhedsbreve.