

Delstrategi: Kommunikation og medier

Formål og strategisk afsæt

Biblioteket er SDU's bibliotek og understøtter SDU's engagement med det omgivende samfund og er dermed universitetsbibliotek for hele SDU's dækningsområde.

Biblioteket stræber efter at være det bedste forsknings- og uddannelsesbibliotek, og er et brugercentreret og innovativt forskningsbibliotek, der understøtter SDU's forskning, uddannelser og samarbejder.

Kommunikationsstrategien sætter rammerne for tiltag indenfor markedsføring og kommunikation, og sikrer, at biblioteket er synligt gennem en målrettet, koordineret og konsistent kommunikationsindsats.

Med bibliotekets kommunikation forstås ekstern kommunikation, herunder brugerrettet kommunikation, samt branchespecifik kommunikation m.v. I visse tilfælde vil ekstern og intern kommunikation (hidrørende til det administrative HR-område) dog kunne overlappe.

Delstrategien for kommunikation angiver retningen for bibliotekets kommunikation. Gennem beskrivelser og anvisninger angives, hvordan biblioteket kommunikerer på en seriøs og konsistent måde, hvordan vi markedsfører bibliotekets tilbud og services, samt hvilke værdier, der er knyttet til biblioteket, som brand.

Vision for kommunikation

Bibliotekets kommunikation,

- er målrettet og strategisk, men også udforskende og kreativ
- målretter bibliotekets kommunikation til de relevante målgrupper
- synliggøre eksisterende og nye synergieffekter, mellem bibliotekets egne services, samt mellem bibliotekets services og SDU's undervisnings- og forskningsaktiviteter
- fokuserer strategisk på, at forskningsbiblioteket er et fundament i samfundet, og som sådan har stemme og holdning, og indgår som en del af den offentlige debat både lokalt, regionalt, nationalt og internationalt.

Bibliotekets kommunikation står på to ben:

1. Strategien er en profileringsstrategi ift. formidlingen af bibliotekets services og generelle virke. Der arbejdes målrettet, evidensbaseret og strategisk kreativt med den del af bibliotekets kommunikation, som udgår direkte fra egne kanaler, samarbejde med SDU omkring universitetets kanaler, samt ekstern pressekontakt.
2. Strategien er en ekstern formidlingsstrategi i forhold til vores målgrupper. Bibliotekets kommunikation styrker formidlingen af bibliotekets services ved at indgå i samarbejde med bibliotekets medarbejdere omkring formidling og kommunikation.

Organisering

Kommunikationsstrategien implementeres bl.a. via årshjul og handplan med udgangspunkt i en organisatorisk justering af ledelsesmæssig governance, samt placering af ledelsesansvar og personale i en dedikeret enhed i bibliotekets centrale fælles administration.

Kommunikationen tilpasses løbende i forhold til mål og evaluering, behovsvurdering og forventningsafstemning, og skabes i samarbejde mellem og med hele biblioteket, ud fra hvad biblioteket har behov for, og hvor vi i biblioteket vælger at rette vores kommunikative fokus ud fra muligheder og potentiale, ikke regler og begrænsninger.

Illustration (nedenfor): Governance og organisering af kommunikationsområdet.



Governance

- Der nedsættes et kommunikationsudvalg, der fungerer som en styregruppe, der overordnet behandler kommunikationsstrategi og -politik, samt sætter rammer for web, SoMe, strategiske budskaber, branding, pressehåndtering og direkte brugerrettet kommunikation (formand: Bibliotekschefen)
- Kommunikationsteamet fungerer som en arbejdsgruppe, der drifter og udviklinger bibliotekets kommunikation. Daglig leder er ressortchefen.

Kommunikationsteam

Teamet placeres i den fælles administration (linje) i en central enhed for kommunikation og medier:

- Personaleleder: Thomas (ressortchef)
- Tilknyttede medarbejdere i enheden: Jeppe og Lotte (begge specialkonsulenter), samt evt. studenter.
- En procentdel af medarbejdernes arbejdstid dedikeres til Kommunikationsteam. Deres arbejdsbeskrivelser drøftes med relevante driftsledere.

Implementering

- Der udarbejdes en kommunikationspolitik, herunder en sprogpolitik, kanaler og målgrupper m.v.

- Der udarbejdes en oversigt over kommunikationskanaler der anvendes til at kommunikere til målgrupperne
- Der udarbejdes en "værktøjskasse" samt tilhørende "hjælp-til-selvhjælp" til kollegaer
- Der udarbejdes et tematisk årshjul for kommunikation
- Der udarbejdes en brandingstrategi / -politik.

Relaterede ændringer

- Teamet kan efter aftale bistå ansvarlige for intern administrativ kommunikation
- Der laves en proces i det nyetablerede udvalg ift. kommunikationsstrategi samt hvilke services, teamet kan levere
- Bånd for Samfundsengagement justeres ift. fremtidige temafora
- Den faglige samt daglige redaktionsgruppe for web bibeholdes, men refererer nu til kommunikationsudvalget.

Ansvarlig tovholder

1. souschef Thomas Kaarsted, thk@bib.sdu.dk