

Aalborg d. 24. august

Kommunikationsstrategi for Aalborg Universitet

Kommunikationsstrategien fastlægger principper samt fælles mål for AAU's kommunikationsarbejde. Strategien skal fungere som ramme og grundlag for den samlede kommunikationsindsats samt bakke op om AAU's overordnede strategi, herunder mission, vision og værdigrundlag.

Strategien tager hensyn til AAU's store diversitet og decentrale tradition. Den er formuleret i krydsfeltet mellem den fastlagte strategi 2005-10 og en succesrig historik.

Kommunikationsprincipper

Aalborg Universitet skal være synlig for hele det omgivende samfund og kendt for forskning og uddannelser af høj kvalitet. Universitetets kommunikation skal bl.a. signalere værdierne kreativitet, åbenhed og samarbejde.

Kommunikations- og markedsføringsarbejdet skal medvirke til at bevare og udvikle det gode ry.

*** Kommunikationen skal være åben, dialogsøgende, retvisende og uafhængig**

Det skal være let at få information om AAU. Dels skal informationer være let tilgængelige, når man har brug for dem, dels vil AAU proaktivt give målgrupperne relevant viden og søge dialogen.

Aalborg Universitets informationsvirksomhed skal være troværdig, retvisende og uafhængig af skjulte særinteresser.

*** Kommunikationen er fælles ansvar**

I mødet med det omgivende samfund er enhver leder og medarbejder ved AAU at betragte som frontmedarbejder. Alle har et medansvar for AAU's omdømme. Forskerne har særlige forpligtelser til at formidle viden og stå til rådighed for medierne samt deltage i den offentlige debat.

De studerendes bidrag til et godt omdømme er også centralt, men kan ikke i samme grad institutionaliseres. Det nås primært ved, at de studerende oplever positive studieoplevelser på AAU.

*** Kommunikationen indgår i alle aktiviteter**

Alle ansatte på AAU har behov for information om beslutninger, der angår dem, ligesom mange uden for AAU's mure har behov for information om AAU's aktiviteter mv. Overvejelser om hvordan og i hvilket omfang en given aktivitet eller beslutning skal kommunikeres, skal være en fast integreret dimension i alle processer og sagsbehandling på AAU

Intern kommunikation

Den interne kommunikation har som overordnet mål at skabe dialog mellem ledelse, medarbejdere og studerende og derved bidrage til optimeret opgaveløsning, faglig udvikling og trivsel. Den skal medvirke til at skabe lyst og grundlag for at deltage i AAU's udvikling, skabe ansvar og stolthed over at være på AAU samt medvirke til skabelsen af en fælles identitet omkring AAU.

En velfungerede intern kommunikation er en forudsætning for, at ledelse og medarbejdere kan fungere sammen samt kommunikere optimalt med omverdenen.

Vigtige målgrupper:

Ansatte

Aalborg Universitet er en stor og fysisk meget spredt arbejdsplads, hvilket kræver, at der investeres megen opmærksomhed i at opnå en tilfredsstillende intern kommunikation og i at udvikle den ønskede fælles identitet.

Det er et fælles ansvar hos både ledelse og medarbejdere at få den interne kommunikation til at fungere. Ledelsen har ansvaret for at skabe rammerne, der gør det muligt for medarbejderne at tilegne sig den viden, der er påkrævet for, at de kan kommunikere optimalt og levere den ønskede service i forhold til kunder og brugere. Det er medarbejderens ansvar at være velinformeret om de politiske og konkrete mål, der gælder for netop deres arbejde, og som det overordnet kommer til udtryk i AAU's strategi og udviklingskontrakt.

Studerende

Nogle af de bedste ambassadører for AAU er de studerende selv. Aalborg Universitet ønsker et aktivt samspil og en tæt dialog med de studerende. Når de studerende forlader universitetet som kandidater, har AAU en klar interesse i at pleje kontakten til dem og derigennem også knytte dem til universitetets virke.

Ekstern kommunikation

Aalborg Universitet har som overordnet mål med sin eksterne kommunikation at fremme dialogen med det omgivende samfund. Den eksterne kommunikation skal være med til at synliggøre AAU's aktiviteter og kompetencer, øge målgruppernes viden om AAU samt at formidle billedet af en dynamisk og attraktiv undervisnings- og forskningsinstitution.

Aalborg Universitets kommunikation skal nå flest muligt. Den skal målrettes og differentieres til de forskellige målgrupper, fx potentielle studerende, erhvervslivet, bred offentlighed, medier mv.

Den eksterne kommunikation skal bidrage til, at AAU kendes som et universitet med:

- Attraktive uddannelser og efterspurgte kandidater
- Anerkendt og nyttig forskning
- En unik studieform
- Tæt samspil med det omgivende samfund
- Regionale, nationale og internationale relationer.

Vigtige målgrupper:

Potentielle studerende

Aalborg Universitet vil bl.a. nå sine mål ved udbygning af kontakten til de gymnasiale uddannelser samt ved markante rekrutteringskampagner på såvel institutions- som fakultetsniveau primært rettet mod de unge og deres medier. Der lægges stor vægt på, at "Aalborg studiemodellen" kontinuerligt markedsføres over for de unge samt deres forældre, gymnasieskolernes studievejledere mv.

Aalborg Universitet vil i sin kommunikation til de unge inddrage de nyeste kommunikationsformer, ligesom man i højere grad vil inddrage og involvere de unge i markedsføringen for at opnå mere 'ung til ung' kommunikation.

Erhvervslivet

Aalborg Universitet ønsker at dele sin viden med erhvervslivet, så den kan gøre nytte og bidrage til virksomhedernes evne til at begå sig på markedet for vidensprodukter. Det sker helt afgørende via produktionen af kandidater, men også via formidling, samarbejder samt netværksarbejder.

Aalborg Universitet vil øge sin synlighed og medvirke til, at forskningen kommer i spil i forhold til relevante målgrupper bl.a. via initiativerne i AAU-innovation og ved at arbejde for enkle indgange til AAU's viden, bl.a. på institutniveau.

Offentligheden og beslutningstagerne

Et særligt træk ved AAU er synlighed i og samarbejde med det omgivende samfund i bred forstand. Aalborg Universitet vil styrke denne indsats ved proaktiv formidling af gode forsknings- og uddannelseshistorier dels via medierne, og dels via det centrale forskningsformidlingsblad 'Videnskabet'. Aalborg Universitet vil systematisk og vedholdende være i dialog med beslutningstagere og det politiske niveau med henblik på at bibringe forståelse for undervisningen og forskningens behov i almindelighed og AAU's behov i særdeleshed.

Aalborg Universitet prioriterer deltagelse i kvalificerede aktiviteter i de lokalområder, hvor AAU er lokaliseret, og som kan understøtte AAU's formål og virke samt bidrage til lokalområdernes udvikling.

Presse og medier

Pressen er central for Aalborg Universitets image og i bestræbelserne på at synliggøre universitetets aktiviteter og kompetencer for hele samfundet. Aalborg Universitet vil fastholde og udvikle et tillidsfuldt og professionelt forhold til pressen. Målet er at fastholde en unik regional dækning samt opnå en stærkere plads i landsmedierne.

Organisation

Aalborg Universitet har historisk fungeret med udstrakt delegation og hævdvundne frihedsgrader til fakulteter, institutter og de faglige miljøer. Det er der kommet meget godt ud af. Men uden at kaste det succesfulde fundament over bord er der plads til og behov for udvidet fokus på koordinering for at sikre balancen mellem den decentrale indsats og det samlede institutionelle ansigt udadtil.

De decentrale informationsfolk skal således koordinere deres indsats med det centrale informationskontor, således at de forskellige fag og enheders initiativer og markedsføring ikke modarbejder hinanden samt fremtræder som en del af en samlet institutions markedsføring, bl.a. ved ensartet brug af logo, afsendersignal, designmanual mv.