

Kommunikationsstrategi for Region Midtjyllands internationale arbejde.

Formål:

At skabe opmærksomhed om og synliggøre Region Midtjyllands internationale arbejde, herunder:

- synliggøre Region Midtjyllands internationale arbejde som en del af den regionale udviklingsplan (RUP) og Vækstforums erhvervsudviklingsstrategi
- stille relevante og korrekt information til rådighed for interessenter
- sikre et højt informations- og videnniveau om Region Midtjyllands internationale samarbejde



Kommunikationsstrategien skal være i overensstemmelse med Region Midtjyllands kommunikationsstrategi og grundlæggende værdier: dialog, dristighed og dygtighed.

Baggrund:

Kommunikationsstrategien bygger på en interessentanalyse, hvor interne og eksterne interessenter er afdækket, og hvor informationen afstemmes efter målgruppen.

Eksterne interessenter i Region Midtjylland	Interne interessenter i Region Midtjylland
Kommunerne	Regionsrådet
Brancheorganisationer, LO, DA, DI og Uddannelsesinstitutioner	Direktionen
Pressen	
Interesseorganisationer, foreninger	Ledere
Borgere og virksomheder	Medarbejdere
Eksterne interessenter uden for Region Midtjylland	
Øvrige regioner i Danmark/Danske Regioner	
Ministerier og styrelser	
Udenlandske samarbejdsregioner	
Europa-parlamentarikere og medlemmer af Regionsudvalget i EU	

Budskaber:

Kommunikationsstrategien skal være fleksibel og kunne tilpasses særlige forhold, men skal fortrinsvis anvendes til at kommunikere:

- hvorledes det internationale samarbejde konkret styrker udviklingen i Region Midtjylland
- 'gode historier' – hvor virksomheder eller offentlige myndigheder fremhæves – f.eks. i forbindelse med EU-projekter eller ved udenlandske besøg ("Vi har valgt at besøge Region Midtjylland, fordi....")
- gode projekter – f.eks. med deltagelse af lokale virksomheder eller institutioner med vore internationale samarbejdsregioner eller i særlige programmer – f.eks. Kattegat/Skagerak programmet
- konkrete virksomhedssamarbejder eller samarbejde mellem uddannelses- og forskningsinstitutioner over grænser/'systemeksport'
- udviklingen i Midtjyllands EU-kontor i Bruxelles og øvrige lokale kontorer
- information om Region Midtjyllands deltagelse i internationale politiske fora som Nordsøkommissionen, Østersøkommissionen og CPMR

Medier:

Adgangen til medier vil i videst mulig omfang gå gennem følgende kanaler:

- pressemeddelelser
- pressemøder
- kontakt gennem Region Midtjyllands kommunikationsafdeling
- direkte kontakt til udvalgte journalister eller kontaktpersoner
- kontakt gennem samarbejdspartnere på fælles projekter
- kontakt gennem annoncering

Eksterne medier	Interne medier
Trykte medier: Morgenavisen Jyllands-Posten, Metro Expres, Urban, Århus Stiftstidende, Randers Amtsavis, Viborg Folkeblad, Horsens Folkeblad, Herning Folkeblad, Midtjyllands Avis, Ikast Avis, Herning Bladet.....	Region Midtjyllands hjemmeside Magasinet Midt
Elektroniske medier: TV2 Østjylland, TV-Midt-Vest, TV-Danmark, Østjyllands Radio,	Region Midtjyllands intranet

Danmarks Radio Midt/Vest + lokalradioer	
Annoncer: - f.eks. i forbindelse med stillingsopslag, EU-ordninger m.v.	Region Midtjyllands interne nyhedsbreve
Eksterne mails til udvalgte grupper	Interne e-mails direkte til udvalgte grupper

Aktiviteter:

Pressemeddelelser:

- i forbindelse med Regionsrådsmøder, hvor der er internationale sager på dagsordenen
- i forbindelse med udvalgsmøder (hvis det ikke kortsletter den politiske proces)
- i forbindelse med besøg fra eller besøg i udlandet
- i forbindelse med særlige begivenheder (events, besøg af notabiliteter, åbning af udstillinger m.v.)

Debatindlæg/kronikker/læserbreve:

- i forbindelse med internationale emner, som er aktuelle lokalt, regionalt eller nationalt
- som svar på artikler, læserbreve eller debatindlæg

Debatmøder:

- der kan afholdes debatmøder sammen med lokale/regionale brancheorganisationer, foreninger m.v.
- egne debatmøder i Region Midtjylland
- interne debatmøder med politikere, ledere og medarbejdere

Særlige arrangementer:

- f.eks. kulturelle arrangementer eller udstillinger, f.eks. i forbindelse med besøg fra udenlandske samarbejdspartnere
- deltagelse i arrangementer – evt. sponsorater – f.eks. fejring af kinesisk nytår, sportsbegivenheder el. lign.

Internetbaserede aktiviteter:

- internationale nyheder på RM's hjemmeside
- evt. etablering af weblog med internationalt samarbejde somtema

Målsætning:

- at der er mindst 1 'international' historie i regionale og/eller lokale medier om måneden
- at der er mindst 1 international nyhed på vores hjemmeside hver måned

Der vil samtidig blive målt på effekten af informationsindsatsen på følgende områder:

- hvor mange henvendelser modtager RM vedr. internationale forhold
- hvor mange forespørgsler modtager RM vedr. samarbejde om internationale projekter
- antal hits på RM's hjemmeside vedr. internationale forhold

Tallene vil blive brugt som en indikation på, om interessen er stigende eller faldende.

Det skal også tilstræbes, at der.

- holdes mindst 1 eksternt, offentligt møde pr. år vedr. internationale forhold
- at der holdes mindst 1 internt møde i Region Midtjylland for politikere, ledere og medarbejdere om internationale forhold pr. år

Revision:

Kommunikationsstrategien revideres mindst hvert 2. år.