

# **Koordinering af kommunikation mellem OplevGudenaå, VisitGudenaå og Gudenåkomitéen**



Fælles kommunikationsplan

september 2013

# Koordinering af kommunikation mellem OplevGudena, VisitGudena og Gudenåkomitéen

---

*Fælles kommunikationsplan*

september 2013

## Indhold

BAGGRUND FOR KOORDINERING .....	2
Koordinering af kommunikation skaber synergi omkring Gudenåen .....	2
Præsentation af de tre samarbejdende Gudenå-initiativer .....	2
Rollefordeling mellem parterne .....	3
Kortlægning af primære interessenter .....	4
SAMARBEJDE OM KOMMUNIKATION .....	5
Intern kommunikation .....	5
Ekstern kommunikation - koordinering af kommunikation .....	6
Ekstern kommunikation - fælles kommunikation .....	6
BEGREBSAFKLARING, KANALER OG REDSKABER .....	7
Nye projekttitler og brug af aa og å .....	7
Logoer .....	7
Oversættelse .....	8
Hjemmesider .....	8
Deling af dokumenter .....	10
Deling af billeder .....	10
Måling af presseindsats .....	11
KOLOFON .....	12

## BAGGRUND FOR KOORDINERING

### Koordinering af kommunikation skaber synergi omkring Gudenåen

Denne fælles plan samler aftalerne om koordinering af kommunikationen mellem VisitGudenaa, OplevGudenaa og Gudenåkomiteen.

Planen er også en værktøjskasse for de tre parter projektledere, idet den samler korte præsentationer af de tre parter til både til intern og ekstern brug, identifikation af de tre parter primære interesser, begrebsafklaringer og anbefalinger af kommunikationskanaler og redskaber.

Denne fælles plan med praktiske aftaler om koordinering af kommunikation mellem OplevGudenaa, VisitGudenaa og Gudenåkomitéen kan videreudvikles til en kommunikationsstrategi i regi af GudenåSamarbejdet i forbindelse med arbejdet med Gudenå Helhedsplanen.

Gudenåkomitéen er initiativtager til GudenåSamarbejdet, som blev etableret i januar 2013. I GudenåSamarbejdet samarbejder Gudenåkomitéen med VisitGudenaa, OplevGudenaa og LAG om at udvikle GudenåLandets potentialer inden for natur, kultur og oplevelser og gøre området endnu mere attraktivt for lokale beboere og danske og internationale turister. Dette skal blandt andet ske ved, at GudenåSamarbejdet løbende udarbejder og formidler en fælles Gudenå Helhedsplan.

### Præsentation af de tre samarbejdende Gudenå-initiativer

Herunder præsenteres de tre organisationer i korte og præcise A-tekster, som parternes projektledere og andre kan bruge til præsentation af hinanden og deres samarbejde til nye partnere, leverandører m.fl.

Parterne gør hver især en mere dybtgående præsentation tilgængelig for hinanden. Præsentationerne opdateres efter behov, og parterne orienterer løbende hinanden om, hvordan deres organisationer og kommunikation udvikler sig, i de mødefora, som omtales senere.

**VisitGudenaa** er foreningen af turismeorganisationer langs Gudenåen, der driver projektet "Gudenåen – en strøm af oplevelser", der skal øge mersalg og omsætning i Gudenåkommunerne.

Foreningens formål er at udvikle Gudenå-området til en sammenhængende turistdestination med henblik på øget omsætning, beskæftigelse og kapacitetsudnyttelse i de syv Gudenå-kommuner.

**OplevGudenaa** er et partnerskabsprojekt mellem Naturstyrelsen, AQUA Akvarium og Dyrepark, VisitGudenaa og Nordea-fonden.

Projektets mål er at skabe sammenhængende natur- og kulturformidling langs Gudenåen. At skabe en bæredygtig og sammenhængende rekreativ infrastruktur fra kilde til Fjord. Og at skabe en formidlingsmodel, der kan genbruges i andre danske ådale.

**Gudenåkomitéen** er et samarbejdsforum mellem syv Gudenåkommuner: Hedensted, Horsens, Skanderborg, Silkeborg, Viborg, Favrskov og Randers.

Komitéen rådgiver alle kommunerne i oplandet til Gudenåen og Randers Fjord om vandmiljø, sejlads og rekreativ anvendelse af Gudenåens vandsystem.

## Rollefordeling mellem parterne

### **Gudenåkomitéen**

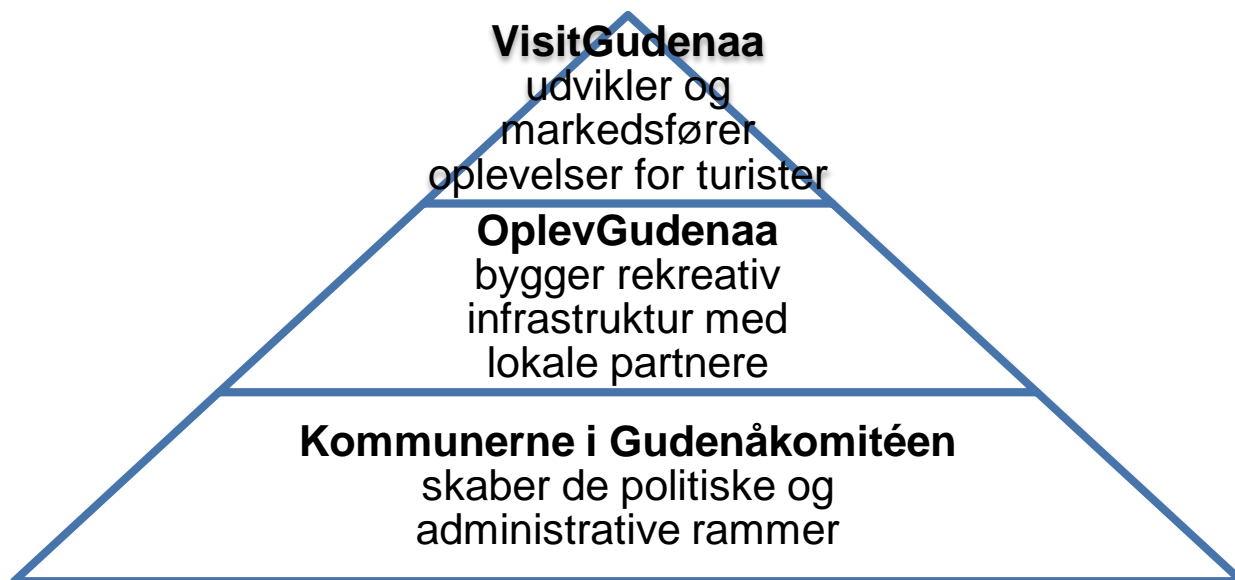
Gudenåkomitéens formål er at rådgive kommunerne om vandmiljøindsatser og regulering af den ikke-erhvervsmæssige sejlads på Gudenåen. Kommunerne, der er medlemmer af Gudenåkomitéen, repræsenterer dermed de politiske beslutninger og den administrative praksis, der skaber rammerne for udvikling af oplevelser med natur og kultur i GudenåLandet.

### **OplevGudenaa**

OplevGudenaa har til formål at etablere stier og faciliteter til friluftsliv samt udvikle natur- og kulturformidling og sammenhængende vejvisning langs Gudenåen. OplevGudenaa bygger dermed den rekreative infrastruktur og udvikler den formidling, som muliggør oplevelser med natur og kultur i GudenåLandet.

### **VisitGudenaa**

Foreningen VisitGudenaa har til formål at udvikle GudenåLandet som et sammenhængende turistområde med en fælles turistmæssig identitet og medvirke til at skabe øget omsætning i turismen omkring Gudenåen. VisitGudenaa er dermed spydspidsen i markedsføringen og udviklingen af oplevelser med natur og kultur i GudenåLandet til turister.



Trekantsdiagrammet skal illustrere rollefordelingen mellem de tre parter i forhold til udvikling af oplevelser i GudenåLandet, der efter januar 2013 hovedsageligt koordineres via GudenåSamarbejdet.

## Kortlægning af primære interessenter

### **OplevGudenaås interessenter:**

- Lokale borgere, frivillige, græsrodder og foreninger
- Gudenåkommunernes politikere og embedsmænd
- LAG'er
- Fondene/sponsorerne
- Myndigheder
- Søsterprojekter, der udvikler formidling og rekreativ infrastruktur
- Andre Gudenå-initiativer

### **VisitGudenaås interessenter:**

- Turisterhverv og følgehverv, attraktioner og kulturinstitutioner
- Gudenåkommunernes politikere og embedsmænd samt Region Midt
- Andre turistorganisationer som Midtjysk Turisme
- LAG'er
- Andre Gudenå-initiativer
- Søsterprojekterne omkring Hærvejen og Limfjorden (mersalgprojekter)

### **Gudenåkomitéens interessenter:**

- Gudenåkommunernes politikere og embedsmænd
- Myndigheder
- Foreninger og LAG'er
- Sejlende, kanoudejlere samt borgere og virksomheder med særlig interesse for Gudenåen
- Andre Gudenå-initiativer

## SAMARBEJDE OM KOMMUNIKATION

I det følgende sammenfattes de tre parter aftaler om, hvordan man koordinerer den interne, eksterne og fælles kommunikation.

- **Intern kommunikation:** Aftaler om, hvordan de tre parter orienterer hinanden internt mellem styregrupper og projektledere
- **Ekstern kommunikation – koordinering af kommunikation:** Aftaler om, hvordan de tre parter deler hinandens information og budskaber via egne kanaler
- **Ekstern kommunikation – fælles kommunikation:** Aftaler om, hvordan de tre parter kommunikerer som ligeværdige afsendere ved fælles projekter

Samarbejdet mellem de tre parter, som siden januar 2013 er foregået i regi af GudenåSamarbejdet, indebærer også en koordinering og deling af koncepter, viden, redskaber med mere. Så vidt muligt og når det skønnes relevant, inddrager parterne hinanden i udviklingen af nye produkter og viden samt stiller resultaterne til rådighed for fællesskabet.

Følgende er eksempler på produkter, som er stillet til rådighed for fællesskabet eller skabt i fællesskab og dermed bidrager til den vision om synergi og samarbejde om bæredygtig udvikling, som GudenåSamarbejdet bygger på:

- VisitGudenaas brandkoncept for Gudenåen som samlet turistdestination
- OplevGudenaas Registrant for åen fra kilde til fjord, koncept for formidling og faciliteter langs Gudenåen og den mobile platform, oplevgudena.dk
- Det fælles GudenåKort. Et digitalt kort (web-GIS), der bygger på OplevGudenaas Registrant, og som skal kunne bruges som både projektudviklings- og formidlingsredskab

### Intern kommunikation

Den interne kommunikation mellem parterne foregår primært som gensidig orientering på styre- og følgegruppeniveau samt i det fortløbende arbejde med fælles projekter i projektledergruppen i GudenåSamarbejdet.

GudenåSamarbejdet har et fast punkt på dagsordenen til sine styregruppemøder, hvor de fire parter (inkl. LAG) hver især orienterer om sine initiativer. OplevGudena, VisitGudena og Gudenåkomitéen kan derudover vælge, når det skønnes relevant, at sætte et punkt på komité-, bestyrelses-, styregruppe- og følgegruppemødernes dagsordener. På den måde orienteres der om de andre parter arbejde, evt. ved at de inviteres til at deltage og selv orienterer.



## Ekstern kommunikation - koordinering af kommunikation

Den viden, som parterne har om hinandens arbejde via den interne kommunikation, kan udnyttes af projektledergruppen til at koordinere den eksterne kommunikation, via nyhedsbreve, pressemeddelelser, foredrag og andre kanaler, så den målrettes bedst muligt og får den bedst mulige timing og effekt.

De tre parter vil uundgåeligt have overlappende kommunikation til den samme fællesmængde af interessenter. F.eks. vil en del personer i løbet af sommeren 2013 have modtaget næsten eller helt enslydende nyheder om StoreGudenaaDag 17. august 2013 i forskellige nyhedsbreve.

## Ekstern kommunikation - fælles kommunikation

Ved fælles projekter, hvor de tre parter er ligeværdige afsendere, som eksempel under GudenåKonferencen 2013, arbejdes der i udgangspunktet ud fra følgende aftale:

Som ligeværdige afsendere af et fælles projekt laves indledningsvist aftaler om enslydende præsentation af afsenderne, inklusive logo, som herefter gælder for alle udsendelser om det fælles projekt.

Alle udsendelser af tekst, som nyhedsbreve og pressemeddelelser, aftales i projektgruppen (som sammensættes fra konkret projekt til projekt).

I udgangspunktet skrives teksterne af den udnævnte projektleder af det konkrete projekt.

Teksterne tilrettes og godkendes af projektgruppens deltagere og eventuelt baglandene. Efter fælles aftale udsender parterne enten den samme tekst eller en tekst, hvor nogle afsnit er tilpasset de enkelte parters målgrupper.

Under GudenåKonferencen 2013 havde projektgruppen god erfaring med at styre processen ved at lade projektlederen sammenfatte alle beslutninger, opgaver og idéer i ét fælles arbejdsdokument. Arbejdsdokumentet opdateredes løbende af projektlederen, som også havde ansvar for at dele dokumentet løbende i forbindelse med de mange fysiske planlægningsmøder. Arbejdsdokumentets indhold udviklede sig fra en omfattende skitse over idéer til en kort liste over beslutninger og aftaler, altid indledt af en liste over opgaver og deadlines til de enkelte deltagere i projektgruppen. Til slut i processen blev arbejdsdokumentet afløst af mails m opgavelisten og konkrete produkter som tryklart program mm.

## BEGREBSAFKLARING, KANALER OG REDSKABER

### Nye projekttitler og brug af aa og å

De tre parter respekterer hinandens stavemåder af navne på organisationer (f.eks. VisitGudenaa, OplevGudenaa, Gudenåkomitéen) og projekter mm. (f.eks. Grønne GudenaaPartnerskaber), som alene besluttes af parterne/projektejerne selv.

I GudenåSamarbejdets projekter, som er fælles projekter, samt andre fælles projekter, er principperne for stavemåder følgende:

- I udgangspunktet følges dansk retskrivning og Gudenå staves med å. Å'et vil oftest blive erstattet/ oversat til aa i www-adresser og i engelske, tyske og andre oversættelser.
- Sammensatte navne på større projekter kan skrives som ét ord, hvor alle de sammentrukne ord staves med stort. Det følger ikke retskrivningen, men får karakter af navnetræk med en genkendelig visuel profil. Eks.: GudenåSamarbejdet, GudenåKonferencen 2013, GudenåKortet og samlebetegnelsen for området/alle kommunerne/ den samlede turistdestination omkring Gudenåen: GudenåLandet.

### Stavemåde for de væsentligste eksisterende navne

- Gudenåkomitéen
- VisitGudenaa
- OplevGudenaa
- GudenåSamarbejdet
- GudenåKonferencen
- GudenåKortet
- Gudenå Helhedsplanen

### Logoer

De tre parter respekterer hinandens logoer, hvis udformning alene besluttes af parterne/projektejerne selv.

Ved fælles projekter mellem VisitGudenaa, OplevGudenaa, Gudenåkomitéen bør det mest fremtrædende og gennemgående for modtagerne af kommunikation være projektets navn (f.eks. GudenåKonferencen 2013). Alle parternes logoer fremgår ligeværdigt som afsendere. Hver enkelt part er selv ansvarlig for, at projektlederen/ den kommunikationsansvarlige på fælles projekter i god tid orienteres om logokrav og får tilsendt de rette logoer og tilknyttede logoer på sponsorer mm. i de rette formater.



## De tre parters logoer

The logo for Gudenåkomitéen features the name in a blue, cursive-style font, with a blue wavy line underneath.The logo for OplevGudenaa consists of the text in a white, sans-serif font on a blue, brush-stroke-like banner.

## Oversættelse

De tre parter respekterer hinandens valg af oversættelse til fremmedsprog, som alene besluttet af parterne/projektejeren selv.

Ved fælles projekter er målgrupperne for projektet/ kommunikationen det afgørende for, om projektlederen vælger, om der skal oversættes og til hvilke sprog.

Det anbefales, at generel information til danske og udenlandske interessenter og turister oversættes til engelsk og tysk.

## Hjemmesider

Herunder kortlægges de tre parters eksisterende og planlagte hjemmesider samt hjemmesidernes målgrupper og formål.

## Gudenåkomitéens hjemmesider

Gudenåkomitéens hjemmesider er pt. placeret i henholdsvis Silkeborg og Skanderborg kommuners systemer og flyttes ultimo 2013/ primo 2014 til et nyt selvstændigt system. I denne forbindelse opdateres hjemmesidernes tekster, billeder og informationsarkitektur til at blive mere modtagerorienterede.

- **www.gudenaakomiteen.dk:** Hjemmesiden præsenterer arbejdet i Gudenåkomitéen og Vandoplandsstyregruppen blandt andet ved at offentliggøre referater fra møder, myndighedsafgørelser, pressemeddelelser samt videnskabelige rapporter. Hjemmesiden formidler regler for sejlads og for udlejning af kanoer og kajaker samt informerer om Gudenåens vandmiljø, aktuelle vandstand samt initiativer omkring Gudenåen. Målgrupper er lokale og besøgende sejlere samt fartøjsudlejere, lodsejere, borgere, virksomheder, foreninger, presse, kommunale medarbejdere og politikere med interesse i Gudenåen. Det undersøges i forbindelse med flytningen og reetableringen af hjemmesiden om sekretariatet kan få en fast e-mail-adresse uafhængig af de skiftende formandskommuner (sekretariatet@gudenaakomiteen.dk).
- **www.baad.gudsam.dk:** Hjemmesiden informerer om regler og muligheder for sejlads med motorbåd på Gudenåen. På hjemmesiden registrerer motorbådsejere deres båd og betaler registreringsafgift. Målgruppen er motorbådsejere og kommunernes embedsmænd med ansvar for motorbådsregistrering.
- **www.kano.gudsam.dk:** Hjemmesiden informerer om regler og muligheder for udlejning af kanoer og kajaker på Gudenåen. På hjemmesiden indberetter kanoudlejerne, hvor mange kanoer, de har udlejet. Målgruppen er kanoudlejerne og kommunernes embedsmænd med ansvar for sejladsregler og kanokoncessioner.
- **www.gudenaasamarbejdet.dk:** GudenåSamarbejdets hjemmeside er pt. en underside under Gudenåkomitéens hjemmeside. I forbindelse med flytningen og reetableringen af Gudenåkomitéens hjemmeside, etableres der også en ny selvstændig hjemmeside, der skal præsentere GudenåSamarbejdet og formidle Gudenå Helhedsplanen for målgruppen af projektdeltagere, samarbejdspartnere, beslutningstagere, presse og særligt interesserede borgere. Det undersøges, om den nye hjemmeside kan tjene som et mini-intranet med login til deling og arkivering af dokumenter internt mellem GudenåSamarbejdets medlemmer (primært sekretariatet/ projektledergruppen).

## OplevGudenaas hjemmesider

- **www.naturstyrelsen.dk** – underside om OplevGudena  
Her præsenteres projektet, udgivelser, resultater, nyheder og aktiviteter.
- **www.oplevelsgudena.dk** Dette er en mobil hjemmeside der kan tilgås på både skærm og mobiltelefon. Siden viser på baggrund af kort fra Geodatastyrelsen relevante oplysninger om rekreative faciliteter, oplevelsesmuligheder og natur- og kulturhistorier langs Gudenåen. Siden henter oplysninger fra de nationale datasiloer: UdiNaturen (Naturstyrelsen), VisitDanmark og Historisk Atlas. Siden åbnes i begyndelsen af september 2013.

## VisitGudenaas hjemmesider

- **www.visitgudena.com** har tre målgrupper: turisterne, turisterhvervet og pressen, hvilket fremgår af topbjælakens faner. Vigtigste målgruppe er turisterne – det er den side, man lander på og den del, der er mest omfattende. Her præsenteres GudenåLandets muligheder og tilbud på dansk, engelsk og tysk. Siden skal i de kommende måneder (efterår 2013) udvikles med udgangspunkt i de valgte målgrupper og præsentation af de nye produkter, der udvikles i Gudenå-projektet. På siden for turisterhvervet samles egne og andres tilbud til erhvervet, som VisitGudena mener kan være med til at støtte og fremme GudenåLandets turismeerhverv. VisitGudena har endvidere en facebookside, Gudenåen – en strøm af oplevelser, der har 990 likes og retter sig mod det danske marked.
- **www.storegudenaadag.dk** denne hjemmeside anvendes til information om StoreGudenaadag den 17. august 2013. Her kan man finde oversigter og beskrivelser af de mere end 70 aktiviteter, der blev gennemført på dagen.

## Deling af dokumenter

Til deling af dokumenter kan de tre parter benytte Dropbox.com, indtil en hjemmeside for GudenåSamarbejdet eventuelt giver mulighed for at etablere et "mini-intranet".

På Dropbox kan man via nettet dele filer og oprette et fælles mappesystem. Man skal dog være opmærksom på, at dokumenterne på Dropbox.com juridisk set er at betragte som Dropbox' ejendom. Dropbox.com kan derfor ikke benyttes til arkivering af fortrolige eller personfølsomme oplysninger, og man bør etablere en back up-mappe i sit eget system, så man kan genskabe eventuelle tabte data.

Ved brug af Dropbox.com anbefales de tre parter indledningsvist at aftale en ønsket mappestruktur og kun dele dokumenter i programmer, som alle kan bruge – f.eks. Excel-, Word- og pdf-filer.

## Deling af billeder

Tilsammen har de tre parter adgang til en meget stor mængde billeder af Gudenåen og aktiviteter, der relaterer sig til Gudenåen. For nuværende er det dog ikke muligt at lave en fælles billeddatabase, da det tidskrævende arbejde med oprettelse og administration af billeddatabasen kræver en centralt placeret billedredaktør. Billedredaktøren er nødvendig på grund af de mange ophavsretlige krav, der gælder billedbrug, og fordi brug af billeder bør koordineres, så ét billede for eksempel ikke bruges på forsiden af to foldere med hver deres budskab eller afsender.

Derfor anbefales det, at de tre parter fortsat deler billeder med hinanden, men for hvert udlån sikrer, at der ikke er utilsigtede overlap eller brud på rettigheder.

Ligeledes anbefales det at prioritere nyoptagelser af fotos til nye hjemmesider. Dermed kan man sikre sig en pulje af fotos, der ophavsretligt tilhører hjemmesideejeren samt overholder alle krav omkring personer på fotos og samtidig ligger i forlængelse af hjemmesidens visuelle profil og dækker hele den geografi eller det budskab, som hjemmesiden handler om.

## Måling af presseindsats

Det anbefales, at parterne undersøger muligheden for at abonnere på en medieovervågningstjeneste med det formål at kunne:

- måle effekten af parternes presseindsats. Derved kan den fremtidige indsats optimeres og der kan afrapporteres på projekters gennemslagskraft i pressen til projektejere, fonde, sponsorer og andre interessenter
- agere proaktivt i forhold til pressen og reagere hurtigt i forhold til relevant presseomtale
- vise Gudenå-relaterede nyheder på egne hjemmesider

## KOLOFON

Den fælles kommunikationsplan til koordinering af kommunikation mellem VisitGudenaa, OplevGudenaa og Gudenåkomitéen er udarbejdet i september 2013 af parterne og med konsulentbistand af VisitSkanderborg, der har bidraget med facilitering af processen, udarbejdelse af udkast til det endelige aftalepapir samt kommunikationsfaglige analyser og anbefalinger.

