

Hillerød Hospital
Kommunikationsenheden

Kommunikationspolitik



Kommunikationspolitik for Hillerød Hospital

Indhold

1. Formål.....	2
2. Målgrupper.....	3
3. Grundlæggende principper	3
4. Mål for kommunikationen	4
5. Kommunikationspolitik i bevægelse.....	5
Bilag: Hillerød Hospitals overordnede kommunikationskanaler	6

1. Formål

Med Region Hovedstadens ny hospitalsplan blev Hillerød Hospital fra 2008 et af de fire store områdehospitaler i regionen. Her samles specialerne og alle akutte patientforløb i Nordsjælland. På den baggrund er det visionen, at Hillerød Hospital inden for alle patientforløb er det bedste akuthospital i Danmark i 2012. Hospitalets mission er at sikre høj kvalitet i alle patientforløb døgnet rundt. Målet er, at det i 2012 skal være patientens behov, der bestemmer alle indsatser på hospitalet, at patientforløbstænkningen skal være styrende for al aktivitet i relation til behandling og, at vi har udviklet et godt samarbejde mellem afdelingerne på hospitalet, mellem afdelinger og primær sektor og mellem hospitalerne i regionen.

Velfungerende kommunikation er en forudsætning for, at hospitalet kan løse sine opgaver og nå disse mål. Vi har derfor udarbejdet en kommunikationspolitik, der beskriver, hvordan vi kommunikerer på hospitalet, og hvad ansatte, patienter, borgere og samarbejdspartnere kan forvente af vores kommunikation. Kommunikationspolitikken gælder for alle ansatte.

Til Kommunikationspolitikken hører en oversigt over hospitalets primære kommunikationskanaler. Herudover er der udarbejdet særskilte dokumenter med retningslinjer for, hvordan kommunikationen tilrettelægges.

Kommunikationspolitikken tager afsæt i hospitalets *Vision for Hillerød Hospital 2012* og i *Kommunikationspolitik for Region Hovedstaden 2008* samt *regionens Bruger-, patient- og pårørende politik 2008*.

2. Målgrupper

Hospitalet kommunikerer i dagligdagen med mange forskellige målgrupper både eksternt og internt. Særligt vigtig for hospitalets opgaveløsning er kommunikation med:

- patienter på hospitalet og deres pårørende
- borgerne i planlægningsområde Nord
- ansatte på hospitalet
- potentielle jobsøgende og studerende
- samarbejdspartnere.

3. Grundlæggende principper

Kommunikationspolitikken bygger på fire grundlæggende kommunikationsprincipper, som gælder for alle virksomheder under Region Hovedstaden. De fire principper er:

- Målgrupperne er i fokus
- Kommunikation er en del af vores kerneydelser
- Den gode arbejdsplads er fundamentet
- Viden er grundlag

Målgrupperne er i fokus

Det er dem, vi kommunikerer med, der afgør, om kommunikationen er god eller ej. Derfor skal de forskellige målgrupper i fokus. Det betyder, at al kommunikation er

- forståelig, rettidig og relevant og dermed brugbar
- respektfuld, inddragende og åben for dialog.

Kommunikation er en del af vores kerneydelser

Kommunikation er et afgørende redskab i det daglige arbejde.

Kommunikation og dialog med målgrupperne skal derfor tænkes ind i alle opgaver. Det betyder, at

- kommunikation systematisk tænkes ind fra starten, når opgaverne tilrettelægges
- vi gennemtænker, forbereder og planlægger vores kommunikation, så vi når de mål vi har sat os
- vi lytter til og inddrager målgrupperne, så vi kan forbedre den måde, vi løser de forskellige opgaver på.

Den gode arbejdsplads er fundamentet

God kommunikation mellem medarbejdere og mellem medarbejdere og ledere er udgangspunkt for at skabe en god arbejdsplads. Og den gode arbejdsplads er fundamentet for god kommunikation med patienter, borgere og samarbejdspartnere. Det betyder, at

- den daglige kommunikation på hospitalet bygger på gensidig respekt og tillid
- kommunikation mellem medarbejdere og ledere bygger på dialog.

Viden er grundlag

Der stilles krav til kvaliteten af hospitalets kommunikation som til resten af vores ydelser. Det gælder både det faglige indhold og måden, der kommunikeres på. Det betyder, at

- kommunikation baserer sig på viden om dem, vi kommunikerer med, og nyeste viden om hvordan kommunikation fungerer bedst
- kommunikation måles og evalueres systematisk, og vi bruger resultaterne til at forbedre kommunikationen
- viden om kommunikation deles, så vi kan lære af hinandens erfaringer og blive bedre til at kommunikere.

4. Mål for kommunikationen

De grundlæggende principper for vores kommunikation skal sikre, at kommunikation altid bidrager til at løse de udfordringer, som patienter, borgere, personale og samarbejdspartnere står overfor.

Patienterne og deres pårørende: Kommunikation skal bidrage til at patienter og pårørende oplever, at patientens behov bestemmer alle indsatser på hospitalet.

Målet med hospitalets kommunikation er derfor, at patienter og pårørende oplever, at al kommunikation handler om, hvad der er bedst for den enkelte patient.

Det betyder, at vi skal sikre, at patienter og pårørende

- får adgang til alle relevante informationer og mulighed for en meningsfuld dialog med det personale, der har ansvar for patientforløbene
- kan bruge informationer og dialog til at opnå maksimalt udbytte af hospitalets ydelser ud fra egne ønsker og behov
- tilskyndes til at komme med forslag til, hvordan hospitalet kan forbedre sine ydelser, sin service og sine rammer.

Borgerne: Kommunikation skal bidrage til at borgerne i Nordsjælland oplever, at hospitalet bestræber sig på at kunne tilbyde de bedste patientforløb i Danmark.

Målet med hospitalets kommunikation er derfor, at borgerne oplever, at hospitalet kommunikerer troværdigt og åbent om kvaliteten af de ydelser hospitalet tilbyder.

Det betyder, at vi skal sikre, at borgerne

- har adgang til alle relevante informationer om hospitalets ydelser og kvaliteten heraf
- har mulighed for åben dialog med hospitalet om deres forventninger til hospitalet
- får rum til at bidrage til fortsat udvikling af Danmarks bedste akuthospital.

Personale: Kommunikation skal bidrage til at personalet kan bidrage til at skabe Danmarks bedste akuthospital.

Målet med hospitalets kommunikation er derfor, at personalet oplever, at den daglige kommunikation giver mening og retning for arbejdet.

Det betyder, at vi skal sikre, at personalet

- har adgang til alle relevante informationer til brug for løsning af de opgaver, de er ansat til at udføre
- har mulighed for en meningsfuld dialog med kolleger og ledere om opgaver, prioriteringer og kvaliteten af indsatserne
- kan bruge kommunikation og dialog til at højne kvaliteten af opgaverne og til fortsat udvikling af patientforløbene på tværs af fag, afdeling, hospital og sektor.

Samarbejdspartnerne: Kommunikation skal bidrage til at samarbejdspartnerne oplever, at patientforløbstænkning er styrende for alle hospitalets aktiviteter.

Målet med hospitalets kommunikation er derfor, at vores samarbejdspartnere oplever, at have en relevant dialog omkring patientforløbene med hospitalet.

Det betyder, at vi skal sikre, at samarbejdspartnerne

- får adgang til relevante informationer om hospitalets aktiviteter i relation til patientforløbene
- får mulighed for en meningsfuld dialog med det ansvarlige personale om tilrettelæggelse af patientforløb på tværs af hospitaler og sektorer.

Potentielle jobsøgende og studerende: Kommunikation skal bidrage til at hospitalet kan rekruttere kompetente medarbejdere og studerende.

Målet med hospitalets kommunikation er derfor, at jobsøgende og studerende oplever, at de har let adgang til kommunikation om og med hospitalet.

Det betyder, at vi skal sikre, at jobsøgende og studerende

- har adgang til relevante informationer om hospitalet som arbejdsplads og mulighed for en meningsfuld dialog med relevante ledere og medarbejdere.

5. Kommunikationspolitik i bevægelse

Hospitalets kommunikationspolitik skal være grundlag for den daglige kommunikation på hospitalet.

Det betyder, at

- politik og retningslinjer implementeres i alle hospitalets afdelinger og afsnit i 2008-2009
- kommunikationsmålene indgår som en integreret del af hospitalets øvrige resultatmålinger
- Region Hovedstaden løbende vil evaluere effekten af kommunikationspolitikken
- vi bruger målinger og evalueringer til at videreudvikle hospitalets kommunikation, så den i stigende grad bidrager til, at hospitalet når sine mål.

Bilag: Hillerød Hospitals overordnede kommunikationskanaler

Hjemmesiden www.hillerodhospital.dk

Hjemmesiden formidler nyheder og information til offentligheden om hospitalets patientforløb, services, kompetencer og organisation. Hjemmesiden indeholder også relevante kontaktoplysninger og dialogmuligheder for patienter, borgere, samarbejdspartnere, potentielle medarbejdere og studerende samt pressen. Kommunikation på hjemmesiden er et ledelsesansvar. Hjemmesiden drives og udvikles af Kommunikationsenheden samt lokalredaktører i hver af hospitalets afdelinger.

Intranettet IntraNord

Intranettet er et redskab til deling af viden, værktøjer og idéer blandt personalet på hospitalet såvel som i forhold til kolleger på andre hospitaler og koncernstabe i Region Hovedstaden.

IntraNord byder også på intern nyhedsformidling, ligesom det åbner for muligheder for dialog mellem hospitalets ansatte.

Den officielle del af kommunikationen på intranettet er et ledelsesansvar.

Intranettet drives og udvikles af Kommunikationsenheden samt lokalredaktører i hver af hospitalets afdelinger.

Nyhedsbrevet På Tværs

Hospitalet udsender et elektronisk nyhedsbrev til alle hospitalets medarbejdere samt eksterne abonnenter og den regionale og lokale presse.

Nyhedsbrevet fortæller om hospitalets overordnede visioner, strategier og mål samt om væsentlige eller inspirerende aktiviteter på alle niveauer i organisationen.

Nyhedsbrevet udsendes ved behov – svarende til omtrent en gang om ugen.

Hospitalsdirektøren er ansvarshavende og Kommunikationsenheden er redaktion, som kan kontaktes for input til artikler.

Personalebladet Hovedsagen

Hovedsagen er medarbejderavis for ansatte i Region Hovedstaden. Hovedsagen fortæller om hverdagen og virkeligheden

på regionens arbejdspladser – og formidler gode ideer og projekter på tværs af regionens arbejdspladser.

Avisen udkommer hver 14. dag.

Bladets redaktion udgøres af Region Hovedstadens Koncern Kommunikation, som kan kontaktes for input til artikler.

Sund Viden

SundViden er en intern database, der indeholder alle politikker og vejledninger relateret til det patientrettede kliniske arbejde.

Lokale nyhedsbreve

Hospitalets afdelinger udgiver egne nyhedsbreve med formidling af ledelsens strategier og beslutninger samt øvrige afdelingsrelevante nyheder.

Linjekommunikation - dialog

Linjekommunikationen er den dialog, der følger hospitalets hierarkiske linje – dvs. fra direktør, til afdelingsleder, til afsnitsleder og til medarbejdere – og ikke mindst tilbage igen i linjen fra medarbejder, til afsnitsleder, til afdelingsleder og til direktør. Med dialog 'i linjen' oversættes overordnede visioner, tiltag og forandringer, så medarbejderne kan forholde sig til dem og handle efter dem – ligesom den sikrer at medarbejdernes oplevelser, holdninger og spørgsmål formidles op igennem linjen. Ansvar for kommunikationen i linjen fungerer ligger hos lederen.

E-mailsystemets mailgrupper

E-mail er et arbejdsredskab, som skal sikre hospitalet en hurtig og effektiv kommunikation, der understøtter arbejdsprocesserne. E-mail har samme status og svares ud fra samme principper som et almindeligt brev. De formelle maksimale svartider er, at der inden for tre dage skal sendes en kvittering til afsenderen om, at e-mailen er modtaget og vil blive besvaret. Senest inden for 14 dage skal afsenderen have modtaget et endeligt svar.

Hospitalets fælles e-mailgrupper bruges til kommunikation til forskellige målgrupper på hospitalet. Indholdet skal have en faktisk betydning for den enkelte modtager.

Sundhed.dk

På hjemmesiden sundhed.dk har landets regioner sider, der beskriver de regionale sundhedsvæsener. Hospitalerne i Region Hovedstaden har her kontaktoplysninger til hospitalet og links til egen hjemmeside. Herudover er der information specielt rettet til de alment praktiserende læger og speciallæger i Region Hovedstaden.

Presse og medier

Via annoncer, pressemeddelelser og/eller kontakt til journalister kan vi søge at formidle information til vores omverden.

Kommunikationsenheden bistår med rådgivning i forhold til kontakt med presse og medier.