

Mål og Midler – Politisk Organisation

Fokusområder i 2016

Markedsføring

Viborg Kommune skal markedsføres yderligere med henblik på at skabe vækst. Det skal ske via tiltrækning af tilflyttere, studerende, virksomheder og gæster af alle slags. Desuden skal markedsføringen medvirke til, at de nuværende borgere i Viborg Kommune optræder som ambassadører udadtil.

I 2014 vedtog Viborg Byråd en skærpet markedsføringsprofil med fire styrkepositioner:

- Historie & Kultur
- Erhverv & Uddannelse
- Sport
- Natur.

I branding fokuseres især på de to første, da Viborg Kommune inden for disse områder er unik eller blandt de bedste.

Markedsføringen skal ske via en markant forøgelse af synligheden i regionale og landsdækkende medier – både i traditionelle

og øvrige medier. Der sættes på både betalt markedsføring og på PR-arbejde, som skal resultere i øget redaktionel omtale.

Finansieringen af den styrkede markedsføringsindsats sker i fællesskab mellem Viborg Kommune og eksterne parter fra erhvervslivet, turismen, handlen og kulturen.

Indsatsmål for markedsføringsindsatsen:

1. Sikre sammenhæng mellem de strategiske målsætninger i udviklingsstrategien og afledte aktiviteter i PR- og markedsføringsindsatsen.

Aktiviteterne kan herefter indarbejdes i relevante sammenhænge – herunder samarbejdsaftalerne med VER, VisitViborg og Viborg Handel.

2. PR- og markedsføringsplanen for 2017 udarbejdes på baggrund af ovenstående.
3. Gennemførelse af en benchmark-analyse (kendskab og omdømme) i

Fokusområder er de målsætninger og indsatsområder, som der sættes særligt fokus på i budgetåret. De udvælges ud fra Byrådets flerårige politikker, ny lovgivning eller aktuelle udfordringer.

samarbejde med 2-3 nabokommuner og evt. KL.

4. Fortsat øget fokus på eksponering og omtale i nationale og regionale medier.
5. Øget fokus på brug af de sociale medier i markedsføringen (Facebook, Twitter, LinkedIn og Instagram).

Mål og Midler – Politisk Organisation

Effektmål er målbare målsætninger, som retter fokus på effekten af kommunens ydelser for borgerne og samfundet. Effektmålene er ofte flerårige, og i budgettet sættes måltal for de enkelte budgetår.

Effektmål i 2016-2019

	2016	2017	2018	2019
Omtalen af Viborg Kommune i regionale og nationale medier skal øges hvert år i forhold til nulpunktsmålingen i 2014.	2500 omtaler	2700 omtaler	2900 omtaler	3100 omtaler
Viborg Kommunes PR-score* for medieomtale skal forbedres hvert år i forhold til nulpunktsmålingen i 2014.	+28	+29	+30	+30
Kendskabsgraden** for Viborg Kommune skal øges hvert år i forhold til nulpunktsmålingen i 2014.	72%	73%	74%	75%

Bemærkninger:

- Nulpunktsmålingen for antal omtaler i 2014 er 2269, og en PR-score på +25.
- Niveauet for såvel antal omtaler som PR-score for 2015 vil sandsynligvis lande ekstraordinært højt som følge af historien om Apples etablering i Viborg Kommune.
- Indsatsmål nr. 3 om benchmark-analyse vil give anledning til nye og evt. reviderede effektmål vedrørende kendskab og omdømme i de kommende år.

Nyt mål: Kendskabsgrad for Viborg Kommune. I 2014 (nulpunktsmåling) var kendskabsgraden til Viborg Kommune på 70%.

Viborg Kommune har først primo 2015 etableret effektanalyse på de sociale medier. Derfor er der ingen nulpunktsmåling, og heller ingen målsætninger.

Nye mål på sociale medier (primært Facebook) opstilles i 2016.

* PR-score: Infomedia arbejder med en numerisk værdi som "kvalitets måleværdi" for medieomtale. PR-scoren bygger på fem faktorer, der er afgørende for omtalens kvalitet: læsertal, eksponering i overskrift, eksponering i artiklen, størrelse på artiklen samt hvorvidt artiklen er positiv, neutral eller negativ. Den samlede PR-score i en analyse beregnes som et gennemsnit af alle artikler/indslags PR-score. Til måling af Infomedias PR-score benyttes en skala på fem trin. Skalaen går fra: +100 (meget positiv) til -100 (meget negativ).

** Kendskabsgrad: Kendskabsgraden til Viborg defineres i Kendskabs- og Omdømmeanalysen som den andel af befolkningen, der nævner Viborg Kommune, når der spørges om, hvilke kommuner i Region Midt, respondenterne kan nævne. 70% af respondenterne nævner Viborg Kommune, og dermed er kendskabsgraden til Viborg Kommune på 70%. Kendskabsgraden siger IKKE noget om hvad kommunen er kendt for.

Mål og Midler – Administrativ organisation

Fokusområder i 2016

Dobbelt ambition og en smartere kommune

Viborg Kommune fortsætter arbejdet med den dobbelte ambition om både effektivisering og vækst. Begge dele kræver fortsat arbejde med virksomhedskulturen og fokus på at finde potentialer i det tværgående. Projektet "en smartere kommune", hvor der arbejdes med effektivisering, som samtidig bevarer fokus på trivsel og arbejdsglæde, skal udbredes i den kommunale organisation.

Konkurrenceudsættelse og indkøbs- og udbudspolitik

Måltal for konkurrenceudsættelse (IKU-faktor) er uændret. Den politiske afklaring omkring fremtidige konkurrenceudsættelser udestår.

Udbuds- og Indkøbspolitik blev vedtaget den 14. maj 2014 og er efterfølgende implementeret.

Sagsbehandlingstider

De aktuelle politisk vedtagne sagsbehandlingstider fremgår af kommunens hjemmeside (<http://kommune.viborg.dk/Om-kommunen/Fakta-og-tal/Sagsbehandlingstider>).

Målsætningen om overholdelse af de til enhver tid gældende sagsbehandlingstider videreføres i 2016.

Digital selvbetjening

I Viborg Kommunes Service- og kanalstrategi er der fremhævet to væsentlige pejlemærker:

- hvor kommunikationen kan, skal den foregå digitalt

Fokusområder er de målsætninger og indsatsområder, som der sættes særligt fokus på i budgetåret. De udvælges ud fra Byrådets flerårige politikker, ny lovgivning eller aktuelle udfordringer.

- hvor borgerne kan, skal de betjene sig selv

I 2016 fokuseres der i den forbindelse på

- en optimal udnyttelse af Viborg Kommunes hjemmeside til digital kommunikation med borgere og virksomheder
- implementering af selvbetjeningsløsninger på de serviceområder, som er udpeget til 4. bølge i den obligatoriske digitale selvbetjening den 1. december 2015
- implementering af system til selvbookning af aftaler mellem borger og sagsbehandler inden for udpegede områder

Mål og Midler – Administrativ organisation

Effektmål er målbare målsætninger, som retter fokus på effekten af kommunens ydelser for borgerne og samfundet. Effektmålene er ofte flerårige, og i budgettet sættes måltal for de enkelte budgetår.

Effektmål i 2016-2019

	2016	2017	2018	2019
IKU IKU'ens (Indikator for K onkurrence U dsættelse) størrelse	26 %	26 %	26 %	26 %
Digital kommunikation med borgerne I Service- og kanalstrategien har Viborg Kommune tilsluttet sig Den Fælleskommunale Digitaliseringsstrategi. Herfra er målet, at 80 % af alle henvendelser fra borgerne til kommunen på en række obligatoriske services er digitale i 2015. Desuden skal 80% af borgerne være tilsluttet Digital post.	70%	80%	80%	80%
Sagsbehandlingstider At de opstillede maksimale sagsbehandlingstider overholdes	Sagsbehandlingstider overholdes	Sagsbehandlingstider overholdes	Sagsbehandlingstider overholdes	Sagsbehandlingstider overholdes

Mål og Midler – Facility management

Fokusområder i 2016

På politikområdet "Facility Management" er der følgende fokus i budgetåret 2016:

Bygningsvedligehold

Forvaltningen vil inden for rammerne af givne bevillinger fortsat prioritere midlerne til bygningsvedligehold i forhold til det samlede byggetekniske behov og under hensyntagen til bygningernes funktion, arbejdsmiljøet og brugernes trivsel.

Energibesparende foranstaltninger

Forvaltningen vil, inden for rammerne af givne bevillinger, fortsat have fokus på at nedbringe energiforbruget (el, vand og varme) i kommunens bygninger.

Kontraktstyringsenheden

Viborg Kommune har en kontraktstyringsenhed, der har til opgave at sikre, at kontrakterne overholdes.

I 2016 vil der være fokus på:

- kontrol, tilsyn og opfølgning med kvaliteten af opgavens udførelse
- Kontrol og tilsyn i forhold til kontraktens vilkår i øvrigt, eks. vedr. arbejdsmiljø og personale
- Dialog med leverandørerne generelt.

Fokusområder er de målsætninger og indsatsområder, som der sættes særligt fokus på i budgetåret. De udvælges ud fra Byrådets flerårige politikker, ny lovgivning eller aktuelle udfordringer.

Mål og Midler – Facility management

Her gengives målsætninger og indsatsområder fra vedtagne politikker og strategier. Disse målsætninger og indsatsområder vil ofte være flerårige.

Målsætninger og indsatsområder

Der er ikke vedtaget en sektorpolitik for politikområdet, Facility Management.

Viborg Byråd godkendte den 23. juni 2010 et forslag om "Reorganisering af kommunale ejendomsopgaver". I den forbindelse er politikområdet Ejendomsvedligeholdelse oprettet med følgende målsætninger for indsatsen:

Viborg Kommune skal inden for de økonomiske rammer, bedst og billigst muligt, stille velbeliggende, velindrettede og velfungerende lokaler til rådighed og så tidssvarende som muligt matche udviklingen i brugernes behov:

- Kvaliteten af de kommunale bygninger optimeres ved, at der årligt laves en prioritering af vedligeholdelsesmidlerne på tværs af udvalgsområderne, og ved at Økonomiudvalget prioriterer ud fra en samlet behovsvurdering.
- Stordriftsfordelene ved centralisering af ejendomsvedligeholdelse realiseres. Dette gøres ved at udbyde vedligeholdelsesopgaverne i større udbud.
- Prioritering af vedligeholdelsesmidlerne skal ske på baggrund af en rullende tilstandsvurdering af kommu-

nens ejendomme og ud fra en samlet behovsvurdering.

- Opgaverne udbydes i henhold til Viborg Kommunes Indkøbs- og udbudspolitik.

Mål og Midler – Facility management

Effektmål er målbare målsætninger, som retter fokus på effekten af kommunens ydelser for borgerne og samfundet. Effektmålene er ofte flerårige, og i budgettet sættes måltal for de enkelte budgetår.

Effektmål i 2016-2019

	2016	2017	2018	2019
Tilfredsstillende rengøringskvalitet på kommunens institutioner Kontraktstyringsenheden skal kunne give karakteren 3 point i gennemsnit over årets målinger. Karaktergivningen henviser til den løbende kvalitetskontrol, se mere herom i effektmålsskabelon.	Forventes opfyldt	Forventes opfyldt	Forventes opfyldt	Forventes opfyldt (kontraktudløb 31.07.2019)