

Kommunikationsplan for Tværgående indsats for ledige unge (TULU)

– 3. kvartal 2015

Kommunikationsplan for TULU i forbindelse med udvalgets behandling af KLs analyse og efterfølgende beslutninger om fokusområder.

Kommunikationsmål

- At skabe kendskab til udvalgets arbejde med at nedbringe andelen af unge ledige blandt virksomheder, uddannelsesinstitutioner, pressen og ansatte i Viborg Kommune.
- At levere fakta og kommunikere konsekvenser af TULUs beslutninger om ændringer i indsatsen over for de unge ledige – til de unge ledige og øvrige interessenter
- At opbygge kontaktnet blandt medier og andre interessenter, der kan videreformidle indsatsens formål og ambition
- At opbygge egne velbesøgte kommunikationsplatforme, der løbende kan informere faktuel og debatskabende om indsatsens formål og ambition.

Målgrupper

I 3. kvartal er målgrupperne primært:

- De unge ledige og deres netværk
- Beslutningstagere på uddannelsesinstitutioner og i virksomheder
- Viborg Byråd
- Ansatte i Viborg Kommune
- Lokale og regionale medier

Kernebudskaber

Hovedbudskab med 5 under-aspekter:

- Ungdomsledigheden i Viborg Kommune skal nedbringes markant i løbet af de kommende år. Samtidig skal der iværksættes en forebyggende indsats, så færre unge under 30 år kommer i offentlig forsørgelse.

Aspekt 1: Styrmand i eget liv

- Vi ønsker, at de unge får mulighed for at leve et fuldt, voksent liv med, hvad det indebærer af potentialer og forpligtelser.
 - De unge skal så vidt muligt selv inddrages i at finde vej til uddannelse eller job
 - Med uddannelse eller job følger også økonomisk uafhængighed
 - Hjælp til at bryde den sociale arv, når den spiller negativt ind

Aspekt 2: Forskel på de unge ledige

- Gruppen er ikke ensartet.
 - Nogle af de unge ledige er parate til at starte i uddannelse eller på job, men mangler motivation. De skal i højere grad motiveres tydeligt til at søge uddannelse eller job
 - Andre har flere udfordringer og skal have andre tilbud end i dag eller hjælpes mere målrettet tidligt i forløbet og i et sammenhængende forløb

Aspekt 3: Viborg Kommune skal arbejde tæt sammen med uddannelsesinstitutioner og virksomheder

- Tættere kontakt mellem kommune og erhvervsuddannelsesinstitutioner kan forebygge frafald mellem grunduddannelse og hoveduddannelse
- Erhvervslivet inddrages aktiv i en offensiv strategi om behov fremover

Aspekt 4: Det interne samarbejde i Kommunen optimeres

- Mere effektiv brug af alle redskaber til at få de unge i uddannelse eller arbejde
- Tydeligere placering af ansvaret for indsatsen mellem afdelinger kan give bedre overgange mellem grundskole og uddannelse

Aspekt 5: Økonomi

- Et estimat fra Kommunernes Landsforening viser, at Viborg Kommune kan nedbringe udgifterne til offentlig forsørgelse af unge ledige under 30 år betragteligt i løbet af de kommende 1-2 år, så Viborg Kommunes udgifter svarer til gennemsnittet blandt kommuner, vi sammenligner os med
 - Målretning af den kommunale indsats til de, der har mest behov

Kommunikationskanaler

Der udarbejdes følgende produkter i tredje kvartal:

- Spørgsmål/svar-ark til udvalget inden dagsorden til udvalgsmødet offentliggøres den 17. august
- Pressemeddelelse efter udvalgsmødet den 24. august med tilhørende fakta-ark til pressen
- Etablering af område på kommunens hjemmeside med aliasadressen viborg.dk/tulu, der linker til udvalgsreferater og leverer facts om ungeledighed i Viborg Kommune (og KLs rapport)
- Artikel til Viborg Kommunes personalemagasin, der udgives 19. oktober 2015

Desuden arbejdes der med at opbygge netværksrelationer, der kan fungere som ambassadører for indsatsens budskaber.

Måling

Der opsættes en særskilt rapport, der hver måned registrerer antal besøg på hjemmesiden viborg.dk/tulu. Desuden indsamles der presseklip på omtaler af udvalget og indsatsen i forbindelse med udsendelsen af pressemeddelelsen i august.

De sociale medier overvåges med henblik på debat af udvalgets beslutninger om indsatsen.

Tids- og handleplan

Dato	Aktivitet	Ansvarlig
Inden 17. august	Udarbejdelse af spørgsmål og svar til udvalget	Sekretariatsgruppen i samarbejde med Kommunikation
Inden 24. august	Udarbejdelse af udkast til pressemeddelelse. Se LEAN-model for pressemeddelelser	Sekretariatsgruppen i samarbejde med Kommunikation
Inden 24. august	Udarbejdelse af fakta-ark til pressen	Sekretariatsgruppen
25. august	Evt. opfølgning på pressemeddelelsen	Kommunikation
Inden 1. september	Etablering af viborg.dk/tulu	Sekretariatsgruppen med praktisk web-bistand i Job & Velfærd
Inden 1. september	Identificering og påbegyndt etablering af ambassadørnetværk	Sekretariatsgruppen
Inden 5. oktober	Udarbejdelse af artikel til FORUM	Kommunikation – vinkling aftales med sekretariatsgruppen
Løbende	Overvågning af sociale medier og pressedækning	Kommunikation i samarbejde med redaktørerne af sociale medier fra Job & Velfærd