



Mjölby 2019 05 07

Interpellation Mjölby kommunfullmäktige

Till Kommunstyrelsens ordförande Cecilia Burenby

Var ligger ansvaret för att marknadsföra Mjölby kommun som arbetsgivare?

Kommunen växer och vi kommer enligt alla bedömare behöva mer kompetent arbetskraft för att bemanna våra verksamheter. Samtidigt ökar konkurrensen vid rekrytering av de mest eftertraktade kompetenserna.

Exempel: Inte helt oväntat håller många kompetenta personer koll på nya tjänster via LinkedIn. Kommunens närvaro där är högst obefintlig – en tom sida. Enskilda tjänstemän är förstås representerade och lägger ut platsannonser mm. Men ingen samlad beskrivning av den goda arbetsplatsen.

Naturligtvis så är alla goda exempel i olika media på vad vi gör i Mjölby en del av marknadsföringen av kommunen och kan som sådan vara inspirerande också för arbetssökande. Men det här är ett så specifikt behov att vi efterlyser en kraftsamling för att matcha det.

1. Var ligger ansvaret för att marknadsföra kommunen som arbetsgivare (employer branding)?
2. Hur sker samverkan mellan förvaltningarna, HR och marknadsavdelning, för att bedriva en effektiv marknadsföring specifikt till arbetssökande?

Lars-Åke Pettersson
Oppositionsråd M



Interpellation Mjölby kommunfullmäktige

Mjölby 2019 05 07

Kommunstyrelsens ordförande Cecilia Burenby

Varför har inte Mjölby kommun ett samordnat digitalt media-/pressrum på mjolby.se?

Vem är press/medieansvarig i kommunen? På kommunens hemsida finns inget pressrum eller någon lättfunnen kommunikationsansvarig för att serva media eller svara på medias frågor. Citat hemsidans sökfunktion: "Din sökning **pressansvarig** matchade inte något dokument" Är det en tanke bakom detta att media själva ska söka sig fram till någon ansvarig? Var hittar en journalist enkelt samlade pressreleaser, fria bra bilder och loggor? Kommunikationsansvaret för verksamheten ligger direkt på förvaltningar och nämnder. Att ha en transparent organisation och meddelarfrihet för varje anställd är en skyldighet och en självklarhet. Men vi vill väl också gärna hjälpa till att förmedla en sann och bra bild av Mjölby och därtill använda våra professionella kommunikatörer så mycket som möjligt? (Vid en egen undersökning begränsad till närkommunerna hittar jag inget uttalat mönster att ha presstjänst som flik på startsidan, däremot brukar man hitta "press" vid en frisökning och därtill hörande kontaktsida.)

På intranätet Mint får vi råd om hur vi internt ska förhålla oss till massmedia:

"Tillgänglighet & trovärdighet"

Det ska vara enkelt för journalister att komma i kontakt med Mjölby kommun. Förfrågningar från massmedier ska alltid besvaras. Vi ska utnyttja möjligheten att komma till tals. Du som är chef ska vara beredd att svara på frågor som rör din verksamhet. Om du är medarbetare är du inte skyldig att vara talesperson, men du kan uttala dig om du vill."

"Vill du ha råd inför ett möte med massmedia eller hjälp med ett pressmeddelande, ska du kontakta din förvaltnings kommunikatör, kommunikatören på kommunledningskontoret eller marknadsstrategen på tillväxtkontoret."

Där finns det åtminstone en hänvisning till ansvariga funktioner. Det står också att det ska vara enkelt för journalister att komma i kontakt med Mjölby kommun. Det är det säkert om man tar sig tid att leta sig fram, men det känns inte riktigt professionellt i vår digitala värld. Sammantaget landar våra frågor i en slutgiltig frågeställning:

1. Är det strategiskt motiverat att nu samordna kommunikationstjänsten och upprätta ett digitalt media-/pressrum?
2. Om ja; när? Om nej; varför inte?

Lars-Åke Pettersson
Oppositionsråd M