



Notat

Kommunikationspolitik

Indledning

DTU er et universitet, hvor forskning, uddannelse, innovation og forskningsbaseret rådgivning sker i tæt dialog med det omgivende samfund.

Kommunikationspolitikken er en fælles overordnet ramme for DTU's kommunikation. Kommunikationspolitikken opstiller målsætninger og principper for kommunikationen, ligesom den definerer roller og ansvar i universitetets kommunikationsarbejde. Kommunikationspolitikken står ikke alene, men suppleres af DTU's pressepolitik og designguide.

5. maj 2021
tkh

Kommunikationspolitikken gælder for alle ansatte, når de kommunikerer som repræsentanter for DTU. Den omfatter dog ikke akademisk kommunikation mellem fagfæller.

Formål

Der er to overordnede formål med DTU's kommunikation. Det ene er at indfri universitetslovens krav om, at DTU som central viden- og kulturbærende institution skal udveksle viden og kompetencer med det omgivende samfund og tilskynde medarbejderne til at bidrage med deres viden i den offentlige debat.

Det andet formål er at understøtte målsætningerne i DTU's strategi, 'Teknologi for mennesker'. Strategiens tre pejlemærker er også pejlemærker for kommunikationen.

1. Bæredygtig. Bæredygtighed er grundlaget for alle aktiviteter på DTU. Som samfundets førende ekspert på området kommunikerer DTU, hvordan ny viden og teknologi for mennesker kan fremme den bæredygtige forandring lokalt og globalt.
2. Digital. Digitale løsninger og datadrevne teknologier er i stigende grad basis for DTU's undervisning, forskning og innovation. DTU's kommunikation skal afspejle denne udvikling i form og indhold. Der fokuseres på digitale kanaler og på formidlingen af den digitale transformation.



3. Europas bedste ingeniøruddannelse. Kommunikationen fokuserer på a) global samfundsrelevans, b) unikt studiemiljø og c) fremragende karrieremuligheder.

Målsætninger

Målsætningerne for DTU's kommunikation er:

- at synliggøre DTU's værdi for samfundet, herunder hvordan investering i DTU bidrager til at løse væsentlige samfundsudfordringer
- at synliggøre DTU som en værdifuld samarbejdspartner for erhvervsliv, myndigheder og organisationer
- at synliggøre den værdi, færdiguddannede ingeniører fra DTU tilføjer samfundet
- at opnå de bedste rammevilkår for universitetets kerneopgaver: forskning, uddannelse, innovation og forskningsbaseret rådgivning
- at tiltrække de dygtigste studerende og medarbejdere
- at formidle den excellente forskning og det høje faglige niveau, som er forudsætningen for DTU's bidrag til samfundet

Principper for kommunikationen

DTU's kommunikation er baseret på følgende principper.

- DTU kommunikerer som ét samlet universitet
DTU har én identitet og ét brand, der sikrer DTU's kommunikation genkendelighed og gennemslagskraft. Det er således altid DTU, der er afsender af kommunikationen, uanset om denne kommer fra et institut, et center eller en afdeling.
- Høj troværdighed er altid udgangspunktet
DTU's kommunikation afspejler den høje grad af kvalitet og troværdighed, som karakteriserer universitetets arbejde og principperne for god videnskabelig praksis.
- Ligestilling og mangfoldighed er afsæt for kommunikationen
Kommunikationen er inkluderende og afspejler den mangfoldighed, som DTU ønsker at fremme blandt studerende og medarbejdere samt i de løsninger, DTU udvikler og forsker i.
- Den internationale dimension er en selvfølge
DTU's kommunikation har både en national og international målgruppe, eksternt såvel som internt. Medmindre kommunikationen er forbeholdt en afgrænset målgruppe, foregår den parallelt på dansk og engelsk.

- DTU sætter aftryk i den offentlige debat
Medarbejdere fra DTU kvalificerer den offentlige debat og bidrager med relevant viden og synspunkter til myndigheders og virksomheders beslutningsgrundlag. Det indebærer, at medarbejdere besvarer henvendelser fra journalister og stiller sig til rådighed for pressen.
- Organisatorisk kommunikation har både et internt og eksternt sigte
Kommunikation om større organisatoriske tiltag og ændringer af strategisk betydning er en del af branding af DTU. Det skal derfor altid overvejes, om og hvordan organisatoriske tiltag formidles eksternt.

Roller og ansvar

Formidlingen af faglig viden og kompetencer er en væsentlig del af DTU's samlede kommunikation. Alle medarbejdere på DTU har således ansvar for at bidrage til kommunikationen og branding af DTU med udgangspunkt i de faglige områder, de varetager.

DTU's Afdeling for Kommunikation og Medier har ansvaret for den samlede branding af DTU, herunder at prioritere kommunikationsindsatsen og stille rammer for kommunikationen til rådighed for hele DTU. Det gælder eksempelvis systemer til hjemmeside, intranet, design og skabeloner, uddannelsesinformation m.m.

Vedtagelse og revision

Kommunikationspolitikken er vedtaget af DTU's direktion den 5. maj 2021.

Kommunikationspolitikken skal revideres ved udgangen af DTU's strategiperiode i 2025.