



Kommunikationsstrategi

for Danmarks Domstole 2024-2027



Introduktion

Danmarks Domstole gennemfører hvert år mellem 750.000 - 800.000 sager. Det er afgørende for domstolenes omdømme og den høje tillid til domstolene, at værdien af et uafhængigt, stabilt og velfungerende retsvæsen er tydelig. Det er også afgørende for brugerne, at vi møder deres behov for kommunikation og information.

Vi kommunikerer om Danmarks Domstoles formål og rolle i samfundet, vores mission og vision og vores arbejde og udfordringer. Det gør vi gennem faktuel og troværdig information af høj kvalitet i rette tid til vores forskellige målgrupper via gode og tidssvarende kommunikationskanaler. På den måde er vi med til at værne om retssamfundet.

Internt skal vores kommunikation være med til at binde organisationen sammen, sikre videndeling og bidrage til høj faglig kvalitet og ensartethed.

Vores kommunikation har rod i fire værdier: **troværdighed, ansvarlighed, faglighed og åbenhed.**

Denne kommunikationsstrategi sætter retning for Danmarks Domstoles eksterne og interne kommunikation. Kommunikationsstrategien tager afsæt i den overordnede strategi for Danmarks Domstole 2023 - 2027. Den svarer på, hvordan vores kommunikation, også henset til de økonomiske rammer, der bliver fastlagt, kan understøtte strategien og domstolenes vision, mål og strategiske temaer.

Målgrupper og mål

Danmarks Domstoles kommunikation tager afsæt i de informationsbehov, som vores primære målgrupper har.

I denne strategiperiode fastholder vi de tre primære målgrupper:

- **Domstolenes brugere.** Dels private borgere, dels brugere og personer med et professionelt tilhørsforhold til domstolene (advokater, straffesagskæden etc.).
- **Den brede offentlighed** - med særlig fokus på medierne (nationale, lokale og branchemedier), som er med til at sprede information om domstolenes arbejde og afgørelser. For retterne er de lokale interessenter en vigtig målgruppe.
- **Ansatte ved Danmarks Domstole.** Det er dem, der træffer afgørelser, sikrer ensartethed, samt kvalitet i sagsbehandlingen.

Kommunikationsstrategien for Danmarks Domstole har tre overordnede mål:

1 Vores kommunikation skal ramme og hjælpe brugerne

De fleste borgere kommer sjældent i kontakt med domstolene, mens andre brugere arbejder tæt på domstolene. Vores brugere skal have forståelig, tilstrækkelig og tilgængelig information, som understøtter dem i at blive mere selvhjulpne og mindsker behovet for support. Vores information skal også være med til at sikre dem et godt og værdigt møde med domstolene.

2 Vores kommunikation skal gennem åbenhed og professionalisme fastholde tilliden til domstolene og styrke vores omdømme

Alle målgrupper og interessenter skal kunne se værdien af domstolene, følge med i vores afgørelser og have kendskab til bredden i domstolenes arbejde. Domstolenes stemme skal være solid og faktuel for at understøtte brugernes og befolkningens tillid til domstolene og domstolenes gode omdømme - også som arbejdsplads.

3 Vores interne kommunikation og videndeling skal styrke kvalitet, ensartethed og sammenhæng på tværs af retterne

Intern kommunikation, herunder deling af viden og bedste praksis, er en forudsætning for, at domstolene kan indfri de overordnede strategiske mål om ensartethed, kvalitet, effektivitet og korte sagsbehandlingstider. Vi arbejder kontinuerligt for at binde organisationen bedre sammen og give et professionelt og ensartet udtryk udadtil.

Indsatsområder

1

Domstolene skal kommunikere der, hvor brugerne er, og kommunikationen skal være forståelig, tidssvarende og overskuelig

Mange borgere kommer kun i kontakt med domstolene enkelte gange i deres liv, ofte når de befinder sig i en sårbar situation. Det er afgørende for brugernes oplevelse og retssikkerhed, men også for retternes opgavevaretagelse, at brugerne får en forståelig, tidssvarende og overskuelig information. Samtidig skal advokater og andre professionelle brugere have nem adgang til information, selvbetjeningsløsninger og blanketter.

God information via hjemmesider og selvbetjeningsløsninger

Domstol.dk er en stor offentlig hjemmeside og vores vigtigste eksterne informationskanal. Der vil de kommende år blive udviklet en række digitaliseringsløsninger på store sagsområder som straffe- og skiftesager. For at sikre vores digitale løsningers brugerfokus, skal kommunikationen om og i systemerne være nem at forstå og hjælpe eksterne og interne brugere til at betjene løsningerne. Brugerperspektivet - både det eksterne og interne - skal som hidtil tænkes ind i kommunikationsindsatsen fra begyndelsen.

Pejlemærkerne for arbejdet i strategiperioden vil være:

- At vi udvikler domstol.dk og sikrer, at domstol.dk er aktuel, opdateret, og levende med godt indhold. Forsiden, navigation og søgning har højeste prioritet.
- At vores digitale løsninger scorer meget højt på kvalitet, tilgængelighed etc.
- At vi kommunikerer hurtigt og åbent om driftsproblemer på it-området, så brugerne har et samlet overblik og hjælpes godt og intuitivt igennem forstyrrelser og nedbrud.
- At teksterne i de nye selvbetjeningsløsninger lever op til vores kommunikationsmål og sprogpolitik, og at brugerne oplever sammenhæng mellem domstolenes informationssider og portalttekster i selvbetjeningsløsningerne.

1

Den direkte kommunikation til borgerne

Retternes breve og meddelelser er ofte brugernes første møde med retssystemet. Tusindvis af borgere og professionelle aktører bruger desuden hvert år vores vejledninger og blanketter. Derfor er det vigtigt, at brugerne får den rette information og klare handlingsanvisninger.

Pejlemærkerne for arbejdet i strategiperioden vil være:

- At alle tekster lever op til Danmarks Domstoles sprogpolitik og er så ensartede som muligt.
- At vi løbende vurderer behovet for opdatering af sprogpolitikken og for at udbrede den til relevante interne målgrupper.
- At vi løbende gennemgår blanketter og vejledninger, så disse opfylder brugernes behov.

Kommunikation på sociale medier

Danmarks Domstole og Domstolsstyrelsen har på LinkedIn relativt mange følgere, højt engagement og når mange retsinteresserede mennesker. Vi vil den kommende periode fortsat holde fokus på LinkedIn, som også er en vigtig kanal i rekrutterings- og fastholdelsesøjemed.

Pejlemærkerne for arbejdet i strategiperioden vil være:

- At vi kontinuerligt udbygger vores LinkedIn-platformer indholdsmæssigt og i relevant omfang understøtter retternes lokale LinkedIn-indsats.
- At lave en ny politik for domstolenes brug af sociale medier.
- At vi løbende overvejer vores brug af sociale medier, herunder eventuelt nye, i forhold til målgrupper og ressourcer.

2

Domstolene skal fastholde den høje tillid og kendskabet til domstolene gennem information og oplysning

I den kommende strategiperiode vil udgangspunktet for vores kommunikation til den brede offentlighed være Danmarks Domstoles generelle strategi, vores rammevilkår og nye økonomiske flerårsaftale. Vi vil prioritere at fortælle både om domstolenes samfundsrolle, om domstolenes vidt forskellige arbejdsområder, og om arbejdet med effektiviseringstiltag ved domstolene og håndtering af domstolenes udfordringer.

God og åben servicering af pressen

Åbenhed i retsplejen er en grundpille i vores retsvæsen og en prioritet for domstolene. Det er vigtigt for Danmarks Domstole at give pressen – nationalt og lokalt – de bedst mulige betingelser for at dække domstolenes arbejde til gavn for offentligheden. Det er desuden vigtigt for os at bidrage med fakta og information om aktuelle dagsordener. For at lykkes med det, skal vi fastholde en høj servicering af pressen, både tværgående og lokalt, og sætte flere stemmer og perspektiver på domstolene.

Pejlemærkerne for arbejdet i strategiperioden vil være:

- At vi understøtter flere stemmer på domstolenes rolle og arbejde, herunder særligt fra præsidentkredsen og ledelsen i Domstolsstyrelsen, og at vi giver de relevante personer den fornødne presse-træning.
- At vi fortsat sikrer en god servicering af pressen (lokalt og gennem bl.a. Ekstranet for journalister og retgodtatvide.dk) og tæt dialog om relevante og aktuelle emner.
- At domstolenes pressekontaktdommere understøttes i deres arbejde gennem erfaringsudveksling og introduktion til relevante værktøjer og metoder.
- At vi fortsat sætter fokus på domstolenes kerneprodukter: domme og afgørelser. Det gælder særligt Domsdatabasen, gode og rettidige domsresumeeer og mere synlighed til domme, der ikke får mediernes opmærksomhed.

2

Oplysnings- og informationsindsatser

I strategiperioden vil Danmarks Domstole fortsat oplyse om domstolens rolle og arbejde overfor relevante målgrupper og synliggøre domstolene som en attraktiv og moderne arbejdsplads.

Pejlemærkerne for arbejdet i strategiperioden vil være:

- At styrke kendskabet til vores primære kanal til børn og unge - www.kenddinret.dk
- At vurdere, som led i den samlede prioritering, øget brug af værktøjer som podcasts og videoer.
- At lave oplysningskampagner i løbet af perioden overfor relevante målgrupper.
- At understøtte retternes lokale engagement over for lokale interessenter, fx Åbent Hus, Kulturnat etc. med opdateret informationsmateriale.
- At være til stede på Folkemødet sammen med de øvrige aktører i retsvæsenet for at diskutere aktuelle temaer og udbrede viden om domstolens arbejde og værdier.

Indholdet på vores kanaler

Indholdet på vores kanaler skal bruges strategisk på domstolens forskellige platforme, eksterne som interne. Vi vil som hidtil fokusere på at fortælle om domstolens rolle i samfundet og større milepæle, både nationalt og internationalt. Vi vil også fokusere på bredden i domstolens arbejde, portrætter, inspirationshistorier og opfølgning på den økonomiske flerårssaftale. Efter nedlæggelsen af domstolens fysiske magasin, Retten Rundt, har vi styrket indholdsproduktion på særligt Intra og LinkedIn.

Pejlemærkerne for arbejdet i strategiperioden vil være:

- At fortsætte tilpasningen af indhold til vores digitale kanaler for at opnå mest mulig effekt.
- Fortsat at fortælle historier om domstolens arbejde gennem portrætter af ansatte ved domstolene og i stigende grad gøre de, der har lyst til det, til ambassadører for domstolene.
- At øge indhold fra og mellem retterne for at sikre inspiration og videndeling, som gavner udadtil og indadtil.

3

Domstolene skal styrke kvalitet og professionalisme gennem bedre intern kommunikation, ensartet udtryk og videndeling

Domstolene har et højt aktivitetsniveau, og det juridiske grundlag udvikler sig hele tiden. Der er også, bl.a. som følge af den fortsatte digitalisering, flere tværgående områder, hvor der er behov for, at de ansatte ved domstolene får den rette information til rette tid. Der er stor efterspørgsel efter videndeling, særligt på det juridiske område. God intern kommunikation er derfor afgørende for at binde organisationen sammen. Domstolsstyrelsen vil styrke arbejdet med intern kommunikation, fokusere på de interne kommunikationskanaler, og styrke rådgivningen om intern kommunikation og ensartethed.

Nyt Intra og videndeling

Danmarks Domstoles fælles intranet, Intra, skal være den stærkeste kanal til intern videndeling ved Danmarks Domstole. Kanalen er et centralt redskab i domstolens bestræbelser på at skabe videndeling og større ensartethed. Samtidig skal Intra være med til at binde organisationen sammen og skabe fællesskab. For at lykkes med opgaven skal Intra fornys og relanceres. Formålet med det nye Intra er, at alle medarbejdergrupper nemt og intuitivt kan få indfriet deres informations- og videndelingsbehov, og at ledelserne kan informere om strategiske overvejelser og beslutninger, så de når flest muligt.

Pejlemærkerne for arbejdet i strategiperioden vil være:

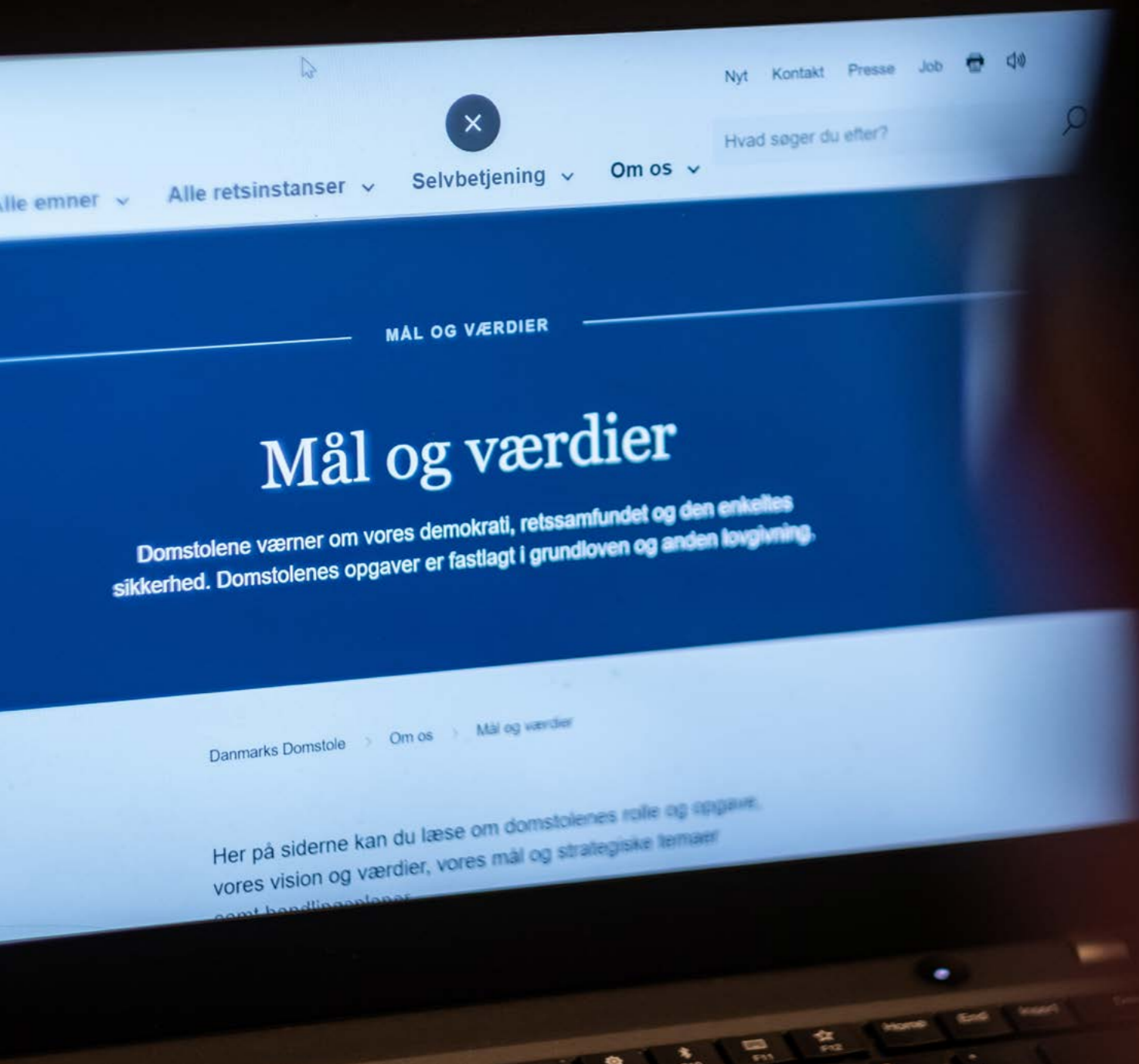
- At etablere et nyt Intra, som giver brugerne et godt overblik, og som skaber synlighed om både tværgående og lokalt indhold, samt ser på øget interaktivitet.
- At sikre at Intra bliver samlingspunktet i organisationen, både for strategisk, praktisk og juridisk information. Det vil blandt andet kræve styrkelse af videndelingen.
- At der løbende afsøges nye kanaler til intern kommunikation, så den rette information når de rette interne modtagere til rette tid.
- At styrke de interne nyhedsbreve, vi har i dag, samt vurdere behov for andre kommunikationstiltag som led i den samlede prioritering.

Professionelt udtryk udadtil

Vores mange borgere og professionelle brugere skal, både fysisk og digitalt have et professionelt og, i videst muligt omfang, ensartet indtryk af domstolene i deres møde med os.

Pejlemærkerne for arbejdet i strategiperioden vil være:

- At udbygge vores designguide efter behov, særligt med fokus på brug af designet i digitale løsninger. Vi vil sikre, at det fælles design gennemføres i alle produkter såvel fysiske som digitale.
- At udbygge domstolens fælles fotoarkiv.
- At benytte den interne kommunikation til at udbrede fælles skabeloner og guidelines for at bidrage til målet om større ensartethed.



Evaluering og opfølgning

Kommunikationsstrategien blev drøftet i Ledelsesforum i september 2023 og godkendt af Domstolsstyrelsens bestyrelse i november 2023. Flere af elementerne i strategien vil kunne kræve ressourcer og prioritering, og strategien vil blive gennemført med dette for øje, herunder også med nødvendig nedprioritering af områder. Domstolsstyrelsen vil udarbejde succeskriterier, interne handlingsplaner på relevante områder og/eller kommunikationsplaner for alle større initiativer og kanaler. Kommunikationsstrategien vil halvvejs gennem perioden blive evalueret internt. Det er vigtigt for os at måle vores indsatser, men det skal ske med øje for ressourcesituationen. Vi vil som minimum måle på niveau med hidtil, særligt på vores digitale kanaler.



Danmarks Domstole