

JOB- OG KRAVPROFIL

Kommunikationschef | BL

BL

DANMARKS
A L M E N E
B O L I G E R



Indledning

BL – Danmarks Almene Boliger har høje ambitioner og vil med ansættelse af ny kommunikationschef tage kommunikationsindsatserne til næste niveau. Visionerne er mange og forventninger til kommunikationschefen er høje. For den rigtige, som både vil og kan, er mulighederne mange og spillerummet ligger klar til at blive fyldt ud.

Denne job- og kravprofil er udarbejdet af Mercuri Urval. Job- og kravprofilen vil blive anvendt til at:

- Sikre en fælles forståelsesramme mellem BL og Mercuri Urval i relation til stillingens indhold og profilen på kommunikationschefen.
- Udgøre baggrundsmateriale til stillingsannoncen som information til mulige kandidater.
- Vurdere kandidaternes kvalifikationer i forhold til stillingens indhold og de formulerede krav og forventninger til den nye kommunikationschef. Notatet indgår således som grundlag for vurdering af kandidaternes egnethed til stillingen.

Notatet bygger på informationer og synspunkter fremkommet i forbindelse med interview med relevante nøglepersoner og i skriftligt baggrundsmateriale.

Danmarks almene boliger

Der bor næsten 1 million mennesker i de almene boliger i Danmark. Det er almene familieboliger, ungdomsboliger, ældreboliger og plejeboliger i alle landets kommuner. Fælles for de almene boliger er, at de løfter et socialt ansvar. Kommunerne har boligsocial anvisning til familieboligerne, visiterer til ældre- og plejeboligerne og ungdomsboligerne anvises foruden til unge mennesker under uddannelse også til unge med sociale udfordringer. Fælles for de almene boliger er også, at de drives efter et non-profit princip, og beboerne har beslutningskompetencen gennem beboerdemokratiet.

Vi er stolte over den danske model for almene boliger, som er meget forskellige fra såkaldt social housing i udlandet. Og vi er ikke alene om at være stolte, for vi modtager hele tiden delegationer fra udlandet, der søger inspiration fra den danske model. BL varetager formandsskabet i for boligorganisationerne i Norden via organisationen NBO – Housing Nordic og er aktiv i bestyrelsen i den europæiske paraplyorganisation for ”almene boliger”, Housing Europe. Begge steder mærker vi også stor interesse for den danske model.

Kort om BL- Danmarks almene boliger

Vi er en interesse-, branche- og arbejdsgiverorganisation for de almene boligorganisationer og er etableret for næsten 100 år siden. Stort set alle boligorganisationer i Danmark er medlem af BL.

Organisatorisk er BL opdelt i 11 kredse, hvor der er tæt fokus på den lokale udvikling og samarbejdet med kommunerne. Hvert andet år vælges et repræsentantskab i hver kreds, og formand og næstformand fra de lokale repræsentantskaber indgår i BL's bestyrelse og sikrer på den måde den lokale forankring over hele landet.

Som brancheorganisation arbejder vi ud fra en netværkstankegang, hvor vi indenfor byggeri, virksomhedsdrift og bestyrelsesarbejde har netværk med praktikere fra hele landet for at indsamle og udbrede erfaringer om bedste praksis. Det både styrker os som branche- og interesseorganisation.

Sammen med KL driver vi også Boligsocialt Net, der er erfaringsnetværket for de 450 medarbejdere, der arbejder med boligsociale indsatser i 90 udsatte boligområder over hele landet. Det boligsociale arbejde omfatter en bred vifte af aktiviteter fra bydelsmøder, lommepenge- og fritidsjobs, lærlingeaftaler,

økonomisk rådgivning til familier med presset økonomi, lektiehjælp og meget, meget mere. Det sker i tæt samarbejde med kommunerne og frivillige organisationer.

Interessevaretagelse

BL er en interesseorganisation, der både opererer lokalt, nationalt og internationalt. I de enkelte kommuner og i vores kredse arbejdes der med lokal interessevaretagelse som fx byudvikling, herunder nybyggeri og renoveringer, boligsocial anvisning, boligsociale indsatser, trafikplanlægning og meget mere.

Ofte er de lokale udfordringer brændstof til den nationale interessevaretagelse. Det kan dreje sig om lokale udfordringer med psykisk syge, der ikke støttes tilstrækkeligt op omkring. Eller mulighederne for at gennemføre renoveringer, så boligerne løftes til en moderne energistandard og bliver til gængelige for ældre.

Typisk hvert fjerde år forhandles i Folketinget en boligaftale for den almene sektor, og nogle af de centrale elementer i disse boligaftaler er, i hvilket omfang Landsbyggefonden kan støtte renoveringer og boligsocialt arbejde. Midlerne i Landsbyggefonden opspares af beboerne selv, og gennem de sidste 7 år har Landsbyggefonden støttet renoveringer, der har løftet 50.000 ældre almene boliger til en moderne energistandard, og næsten 10.000 boliger er blevet gjort tilgængelige for ældre og handicappede. Hvert år støtter Landsbyggefonden også sociale indsatser for 250 mill.kr., der har stor betydning for især børnene og de unge mennesker i de udsatte områder.

Den almene sektor er således en af samfundets helt centrale aktører på disse områder, og derfor påkalder boligforhandlingerne sig typisk også stor opmærksomhed.

Internationalt varetager BL formandskabet i den Nordiske sammenslutning af almene boligorganisationer, NBO - Housing Nordic, og vi sidder også i bestyrelsen i den europæiske paraplyorganisation for almene boliger, Housing Europe, hvor vi også har formandskabet i en af Housing Europes arbejdsgrupper vedr. den sociale dagsorden.

Det er helt centralt at kunne tænke interessevaretagelsen sammen fra det lokale og til det internationale niveau, så det bliver gensidigt understøttende, og det skal kommunikationsarbejdet også i høj grad medvirke til.

Kommunikationsstrategi

Der er indført en ny kommunikationsstrategi med en tænkning af BL's kommunikation i såkaldte brands, og vi arbejder med tre brands. Boligen for ansatte, beboerdemokrater samt meningsdannere (embedsfolk, politikere, journalister m.v). Beboerbladet, der er rettet mod beboerne, og fungerer som vores kommunikationskanal til 1 million helt almindelige mennesker, hvilket i særlige situationer kan være en uhyre stærkt politisk våben. Og endelig brandet "Bent Madsen", der er uforfalsket interessevaretagelse.

I arbejdet med alle disse tre brands skal forskellige platforme benyttes, og det er især afgørende, at vi får styrket SoMe.

Boligen er blevet reduceret fra 10 til 6 udgivelser årligt med større fokus på baggrund, og der er lanceret en ny hjemmeside, der skal køre de hurtige historier. Disse ændringer er trådt i kraft fra oktober 2017. Beboerbladet udkommer 4 gange årligt, og her er det hensigten, at Facebook i langt højere grad skal være bærende, men denne ændring er ikke effektueret.

Endvidere er der også i kommunikationsafdelingen også eventfunktion, der blandt andet har den koordinerende og rådgivende funktion i forhold til afholdelse af konferencer og events såvel lokalt som nationalt og internationalt. Disse events indgår som en integreret del af vores interessevaretagelse og kommunikation.

Som en del af kommunikationsopgaven rådgiver og kvalificerer kommunikationsafdelingen også kommunikationen lokalt i kredsene og i forhold til den kommunikation af produkter og begivenheder, der udføres af BL's kredsafdeling eller BL's konsulentcenter, der leverer konsulentytelser til boligorganisationerne. Disse elementer skal også indtænkes i vores interessevaretagelse og kommunikation.

Den nye kommunikationschef skal implementere den nye strategi, men det betyder ikke, at arbejdet er låst flere år frem i tiden. Tværtimod. Den nye strategi har karakter af en ramme, hvor der er rigt rum til at arbejde med platformene, deres samspil m.v. Og helt grundlæggende har vi den holdning, at intet er skåret i granit. Fokus skal altid være på at skabe det bedste resultat.

Stillingen

Dine muligheder er mange

Vi tøver ikke med at påstå, at dette er et af Danmarks mest interessante kommunikationsjob. Du kommer ind i Danmarks største hub for samfundsansvar. Du ser i den almene sektor på samme tid velfærdssamfundets største udfordringer og nogle af de allerbedste bud på løsninger.

Vi er dem, der leverer løsninger til både de helt lokale problemstillinger og de største samfundsmæssige udfordringer. Vi skal være en interessant samtalepartner for både statsministeren og ildsjælen i boligområdet.

Hvis du er vores kommende kommunikationschef, så kan du rumme de mange muligheder, overskue dem og bruge dem offensivt i en samlet kommunikationsramme, hvor kommunikation på de forskellige niveauer kan understøtte hinanden. Du færdes hjemmevant på både SoMe, hjemmesider og trykte journalistiske medier, og kan få platformene til at spille elegant sammen. Du har en god pen og har både kendskab til det traditionelle journalistiske miljø og kommunikationsverdenen.

Stillingsbetegnelse og placering

Stillingsbetegnelsen er kommunikationschef. Du vil referere direkte til direktøren, men den formelle struktur går du ikke så meget op i, for du har flair for at have en god kontakt til alle dine kolleger og er på den måde også god til at få et indblik i aktiviteterne i den almene sektor.

Opgave- og ansvarsområde

I kommunikationsafdelingen får du ledelsesansvaret for 16 mennesker. Din forgænger ønskede selv efter 10 år på posten at træde et trin ned for at blive chefkonsulent og presserådgiver i direktionssekretariatet og sideløbende levere undervisning og kommunikationsrådgivningen til boligorganisationerne via vores KonsulentCenter. Den tidligere kommunikationschefs rolle som presserådgiver skal ses som en aflastning i forhold til kommunikationsafdelingen, da de daglige pressehenvendelser ofte er store "tidrovre". Det er imidlertid vigtigt at understrege, at du som kommunikationschef skal have det samlede overblik i forhold til kommunikationen, også presserådgivningen.

Det forventes, at kommunikationschefen kan tage BL's kommunikation til det næste niveau, og visionært med et strategisk afsæt både videreudvikler og styrker kommunikationsindsatser på tværs af organisationen og udadtil både til medlemmerne og relevante interessenter. Det kræver at der sker nytænkning af kommunikationsindsatserne og styrkelse af den strategisk retning på indsatserne, så de alle fører til interessante løsninger på relevante problematikker.

Det handler om at du:

- Medvirker til at skabe en klar image profil for den almene sektor ved fx at sikre god omtale af boligforeningernes aktiviteter. Der er i sektoren kæmpe renoveringsprojekter og bydelsomdannelse, som med fordel kan tåle langt større grad af omtale. Se fx <https://bl.dk/almene-boligdage-2017/> eller <https://lbf50.dk/>
- Skaber og implementerer et kommunikationsmæssigt årshjul, som kan understøtte og sikre den kontinuerlige kommunikation. Der foreligger masser af tilgængeligt statistik, som kan anvendes som årlige nyhedskroge og give mulighed for at skabe faste traditioner for BL's kommunikation i løbet af året.
- Skaber sammenhæng med lokal interessevaretagelse ved bl.a. at forankre de lokale indsats i kredsene med den overordnede og landsdækkende interessevaretagelse.
- Holder fokus på den løbende kommunikation til boligorganisationerne, så der kontinuerligt er sammenhæng mellem interessevaretagelsen og den landspolitiske kommunikation og imagearbejde.

Der er mange forskelligartede kommunikationsindsatser, som afdelingen kontinuerligt leverer, og fælles for dem alle er, at de understøtter arbejdet med at sikre et talerør og en platform for de beboere, som bor alment i Danmark. Overordnet har kommunikationschefen et meget stort ansvar i forhold til at gøre arbejdet med kommunikation strategisk og langsigtet således, at de opgaver, som leveres og prioriteres, alle sammen har den samme retning og et fælles formål. Det skal gøres gennemsigtigt og tydeligt for både kommunikationsafdeling og for resten af organisationen. Dette arbejde skal kommunikationschefen som noget af det første udarbejde og sætte i værk, så afdelingen oplever sammenhæng med resten af organisationens projekter og indsatsområder og understøtter den rejse BL er på.

Igennem de senere år har det været helt afgørende for hele organisationen at udvikle sig i takt med medlemmernes behov og de nye krav, der stilles til medlemsorganisationerne og til interessevaretagelse. Dette har i høj grad også haft og vil fortsat have indflydelse på kommunikationsafdelingens opgaveløsninger, metoder samt de tværgående og understøttende indsatser. Der ligger derfor en stor personaleledelsesmæssig opgave for den kommende kommunikationschef i at skabe gode forandringsprocesser, hvor medarbejdertrivsel samtidig også er i højsæde, og alle medarbejdere ser deres egen indsats i forhold til den fælles kommunikative indsats og hele BL's strategi og retning. Det er desuden afgørende for kommunikationschefen, at der sker en tydelig koordinering og prioritering af ressourcer, så alle understøtter og effektivt bidrager til den fælles kommunikationsindsats.

Udviklingen i BL går i retning af flere tværgående projekter og gerne med stor inddragelse af forskellige aktører både internt i BL og eksternt fx medlemmerne eller andre samarbejdspartnere. Dette stiller store krav til kommunikationsafdelingen, som ofte bliver inddraget og forventes at kunne bidrage, levere og understøtte undervejs i processerne. Det forventes, at den nye kommunikationschef er i stand til at prioritere og navigere i disse tværgående indsatser og understøtte afdelingen, så medarbejderne leverer god service til resten af organisationen, og at der samtidig skabes en tæt kobling til de langsigtede strategiske og kommunikationsmæssige indsatser.

Den nye kommunikationschef kommer til at indgå i chefgruppen og forventes at bidrage til et stærkt samarbejde. Der er store forventninger til chefgruppens samarbejde, hvor en solid koordinering og fælles platform er afgørende for at lykkes i de strategiske ambitioner og resultater. Det kendetegnes i chefgruppen, at alle kan byde ind og bidrage til den fælles beslutning. Det er derfor også afgørende, at den nye kommunikationschef både kan bidrage til et fælles samarbejde og samtidig tør sætte sig selv og sin faglighed i spil.

Kravprofil

Som vores kommende kommunikationschef vil du være en af de mest centrale skikkelser i forhold til at sætte retningen og i forhold til at sikre, at organisationen geares til at indfri vores visioner, strategier og målsætningsprogram. Du har lyst til at samarbejde med mange forskellige mennesker og har et godt blik for personale- og organisationsudvikling, og du sikrer, at de organisatoriske processer og menneskelige ressourcer bidrager til at indfri strategierne og sikre kvalitative forandringsprocesser og holdbare resultater. Du bidrager aktivt til, at BL får en systematisk føling med virkeligheden gennem et tæt samarbejde med vores 11 kredse, så vi bliver en proaktiv og dagsordensættende moderne interesseorganisation båret af input til den politiske interessevaretagelse fra kredsene.

Din ledelsesstil bidrager til at fremme tillidsvejen i kommunikationsafdelingen, og du formår at inspirere, kommunikere og motivere, så det gør en positiv forskel for vores chefer, medarbejdere og interessenter.

I udvælgelsesprocessen vil såvel den faglige erfaringsbaggrund som de ledelsesmæssige og personlige kompetencer blive vægtet. Vel vidende, at den rette kandidat kan komme mange steder fra og har gjort sig mange spændende erfaringer, har den ideelle kandidat nedenstående baggrund og kompetencer.

Faglige kvalifikationer

- Relevant akademisk uddannelse på kandidatniveau gerne med en baggrund inden for kommunikation og/eller journalistik.
- Erfaring og stor indsigt i medlemsstyrede- og eller interessevaretagende organisationer.
- Opbygget en bred kommunikationsmæssig forståelse og har sit netværk i orden.
- Solid erfaring enten som leder eller chef.

Ledelsesmæssige kompetencer

- Udviklingsorienteret og god til at lede forandringsprocesser.
- Dydigt personaleleder, som er tydelig og motiverende.
- Prioriterer, eksekverer og har fokus på resultater.
- Politisk og strategisk tæft.
- Tydelig og troværdig kommunikator, både mundtligt og skriftligt.
- God til at løse konflikter.

Personlige egenskaber

- God til at tænke i helheder og formår at blive i overblikket.
- Beslutningsstærk med en ydmyghed for andres inddragelse.
- Direkte, åben og ærlig.
- Samarbejdsorienteret og god til at gå på tværs – både internt og eksternt.
- I stand til at sætte en tydelig retning både overordnet og i den daglige drift.

Ansættelsesvilkår

Arbejdsstedet er centralt i København på BL's adresse. Løn fastlægges efter kvalifikationer.

Tiltrædelse: 1. marts 2018.

Tidsplan

AKTIVITET	TIDSANGIVELSE
Ansøgningsfrist	2. januar 2018, kl. 10.00
Udvælgelse af kandidater til 1. samtale	5. januar 2018
1. samtaler	10. januar 2018
Test, personvurdering og referencetagning	12. + 15. januar 2018
Rapportering og 2. samtaler	17. januar 2018
Tiltrædelse	1. marts 2018

Interesserede kan kontakte Mercuri Urval konsulenterne Steen Vidø på tlf. 2441 4060 eller Mia Hvilshøj Dal tlf. 2245 1576. Fra BL kan administrerende direktør Bent Madsen kontaktes på tlf. 3376 2055

Stillingen søges via www.mercuriurval.dk (referencenummer DK-04053), hvor ansøgning og CV uploades. Ansøgningsfristen udløber den 2. januar 2018, kl. 10.