



# Stryge-tv, der trækker seere

Ishøj Kommune har professionaliseret sin borgerkommunikation i et ikke helt standard kommunikationscenter. Man taler til borgerne gennem tre tv-kanaler, radio, web-tv og web-radio. **Flagskibet hedder TV-Ishøj.** Det er ikke forkromet, uafhængig journalistik, men borgerne ser med.

Af Stine Dudda  
sd@markedsforing.dk

Ishøj er svær at undgå for kommunens borgere og ansatte. Kommunen er i radioen, i fjernsynet på tre kanaler, på web-tv og web-radio og på glittet papir, der kommer ind igennem brevsprækken. Gider man ikke bevæge sig på hen rådhuset til byrådsmøde eller borgermøde, kan man følge det fra den hjemlige sofa på tv-kanal 1, mens møderne står på. Eller man kan gense dem på tast-selv-tv, der er kanal 2.

Vel at mærke er det kommunens egne medier, og de er led i Ishøjs kommunikationsstrategi, der allerede tilbage i 1970'erne tog æterbårne medier til sig i et forsøg på at informere borgerne på en mindre tør facon.

– Daværende borgmester Per Madsen mente, at det var en god idé for en kommune som Ishøj med sine mange indvandrere. En tredjedel af landet består af funktionelle analfabeter, og han mente, at tallet sikkert var højere i Ishøj, fortæller kommunikationschef Torben Höyer-Andersen, der siden 1993 har været leder af TV-Ishøj.

– TV-Ishøj er kommunens talerør. Der tales godt 80 forskellige sprog, og det vil være umuligt for kommunen at få alle de folk i tale på tryk. Det betyder dog ikke, at vi har aflivet print, vi supplerer bare det, alle andre kommuner også gør, ved at bruge tv og radio, siger vicekommunaldirektør Anders Hvid Jensen, der ser kommunens kommunikationstiltag som et værktøj for at tiltrække ressourcer stærke borgere og medarbejdere. Noget, som Ishøj Kommune med sit ry i den sociale bund har god brug for.

Uanset kommunens babylonske forvirring af nationaliteter taler TV-Ishøj dansk - og vedbliver med at tale dansk. Det er ifølge vicekommunaldirektøren "helt klart og entydigt, og det ændres der ikke ved." I ganske få tilfælde afviger man fra kravene og tillader kun informationsmateriale på modersmål, hvis det er meget vigtigt.

– Billeder får svære ord til at glide bedre ned, for man kan bedre forklare komplicerede ting på en tv-skærm. Du husker mennesker bedre end noget, du læser. Det virker stærkere og mere troværdigt, da tv er ubarmhjerteligt. Det er mere ærligt end pressemeddelelser, fortsætter Hvid Jensen.

## Og borgerne ser med...

Ishøjs kommunebørn har taget kommunens radio og tv til sig. På mandag aftener kl. 20 er i snit 15 pct. af borgernes tv-apparater sat til TV-Ishøjs kanal 1. En halv time før kan TV-Lorry i snit trække 12,6 pct. på sin 19:30-udsendelse, viser en undersøgelse foretaget af Gallup i december 2007.

Torben Höyer-Andersen nikker op på fjernsynet, der hænger på væggen i hans kontor. Her vises den seneste small-talk med borgmesteren forud for næste byrådsmøde. Det er et fast indlæg, hvor borgmesteren forklarer dagsordenspunkterne, så menigmand kan forstå det.

– Vi viser hverken reklamer eller annoncer. Jeg er faktisk glad for, at vi ikke gør. Vi kan ikke tjene på det, men det er stort arbejde at producere. Des-

uden ville det flytte fokus. Vores medier er en kommunal opgave. Vi har informationspligt over for borgerne, siger kommunikationschefen.

På samme tid transmitteres lyden fra kanal 1 over radioen, så de synshæmmede også kan være med. Höyer-Andersen griner:

– Vi plejer at sige, at vi laver rigtigt stryge-tv. Andre projekter med lokal-tv har knækket nakken på at lege DR og TV 2 med at sende både film og reklamer. Vi bliver i gadekæret.

Modsat andet lokal-tv som eksempelvis Kanal København glimrer brugerproducerede indslag med deres fravær på TV-Ishøj.

– Nogle mennesker bliver da voldsomt fornærmede, når jeg siger, at det, de sender ind, ikke er godt nok, og at det ikke har almen interesse. Vi laver ikke græsrodsfjernsyn, men lokal-tv, som kommunen står bag. Dog gør vi det ikke på et forkromet niveau. Vi er en stærk afhængig kanal, så vi laver ikke kritisk tv med kritisk journalistik, siger han.

Ud over at lave radio og tv på flere platforme for både kommunens 2400 medarbejdere og 21.000 borgere samlede kommunikationscentret tilbage i 2001 al kommunens kommunikation og udarbejdede en kommunikationsplan, der gav kommunen en fælles grafisk og kommunikativ identitet. I dag fremstår kommunen som et hele, uanset hvilken afdeling, der laver stillingsopslag, skriver breve, designer pjecer, forfatter pressemeddelelser eller rapporterer fra møder.

## De røde og de blå slagsmål

Höyer-Andersen siger:

– Desuden rører vi aldrig ved partipolitiske emner. Det har vi da også oplevet sure miner over. Så siger vi til partierne: "I må gerne annoncere om jeres arrangement på vore platforme, men vi kommer ikke og dækker selve arrangementet". Oppositionen kalder mig da også for borgmesterens skødehund.

Den udtalelse nikker Ole Beckmann Andersen fra oppositionen genkendende til. Han er gruppeformand for Venstre og kommunens 2. viceborgmester. Han understreger, at kommunikationscentret ansatte gør det godt, men at de "jo skal please det siddende flertal", der er socialdemokratisk.

– Der hersker ingen tvivl om, at vi med TV-Ishøj har et unikt netværk, hvis pengene bliver brugt rigtigt. Det gør de ikke, mener venstre-manden med henvisning til, at "der er for meget S i tv'er".

Hans kæphest er borgmesterens indslag forud for byrådsmøderne, hvor Beckmann Andersen gerne ser, at oppositionen kunne få lov til at præsentere sine egne forslag, i stedet for at en socialdemokrat gør det.

Kommunalvalg er dog en partipolitisk undtagelse hos TV-Ishøj. Her laver mediet "grillpolitikkerne"-indslag. Hvert parti må sende to kandidater, som journalisterne går på klingen. Derefter får hvert parti fem minutter, som er deres. Nogle partier bruger tiden på at vise dyrt producerede film hentet fra moderpartiet, mens andre leverer noget mere håndholdt. Sidstnævnte viser sig ifølge Torben Höyer-Andersen at virke bedst.

På valgaftenen indretter TV-Ishøj lokalstudier på valgstederne og sender direkte fra rådhuset – og bliver ved til den bitre ende, indtil stemmerne er talt op, og borgmesteren kan pege på sit nye

hold. Til det seneste lokalvalgs valgaften var 60 pct. af kommunens tv-skærme tændt på kanal 1, og seerne blev hængende hele aftenen.

Kommunikationsafdelingen koster i alt cirka fem mio. kr. årligt. Er det ikke mange penge at bruge på at lege radio- og tv-station?

– Det er hele tiden til debat, men ingen vil aflive TV-Ishøj. Hvis vi ikke kommunikerer til vore borgere via elektroniske medier, så skulle vi gøre det endnu mere på skrift. Det vil jo betyde meget mere papir. Desuden hverken kan eller skal lokalaviserne dække alt det, vi har at sige til borgerne, svarer vicekommunaldirektøren.

– Det er naturligvis mange penge i en kommune som vores. Selvfølgelig skal vi endelig bruge de muligheder, vi har. Men man kan diskutere, om der ikke bliver dækket for meget småstof og for meget klippen-snor. Man kan overveje at cutte lidt af staben, da der er dobbeltfunktioner i forhold til inde på rådhuset, hvor der også sidder folk og skriver pressemeddelelser for bl.a. borgmesteren, mener Ole Beckmann Andersen.

Han ønsker dog ikke ønsker at aflive TV-Ishøj og co.:

– Vi skal bare bruge det rigtigt og mere effektivt. Der må være større mulighed for synergi. ■

## Fakta

Mandage kl. 20 ser i snit 15 pct. af Ishøjs borgere TV-Ishøj. TV-Lorry har i snit 12,6 pct. på sin 19:30-udsendelse. 15 pct. af kommunens borgere over 18 år ser TV-Ishøj flere gange om ugen, og 47 pct. ser det to-tre gange om måneden, mens 18 pct. aldrig ser TV-Ishøj. Det viser en undersøgelse, som Gallup foretog i december i fjor. Gennemsnitligt antal sendetimer per år, som TV-Ishøj har indberettet det til Kulturministeriet:

- I alt: 3.246
- Tast-selv tv (kanal 2): 2.190
- Genudsendelser: 768
- Nyproducerede timer: 288
- produktionseffekten for nyproducerede programmer er 41 programtimer per medarbejder. sd



Torben Höyer-Andersen