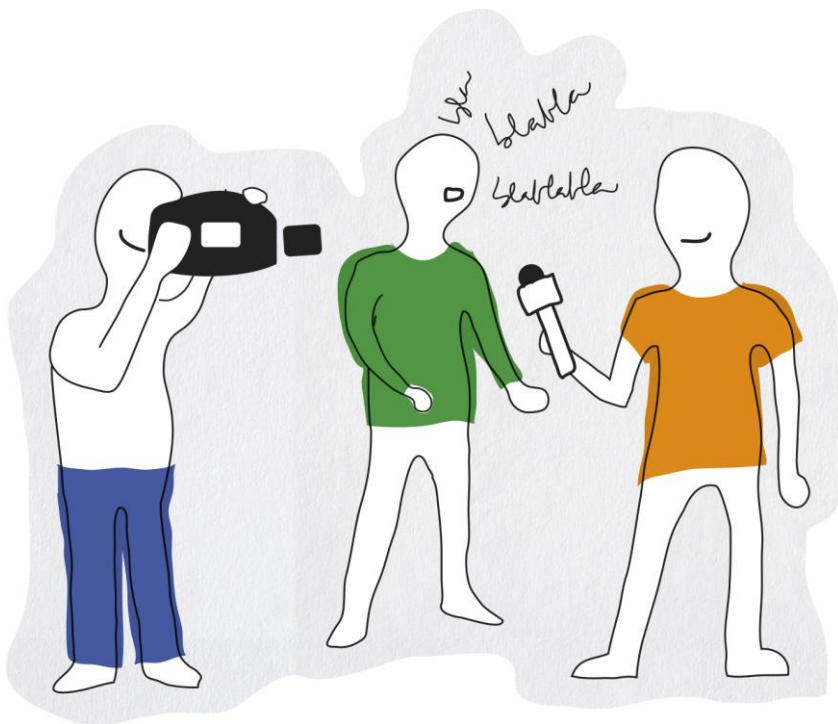


# Raseborgs stads kommunikationsplan



*Bild: Eva Tordera*

## INNEHÅLLSFÖRTECKNING

Målsättningar för Raseborgs stads kommunikation .....	3
Tio informationsprinciper .....	3
INFORMATIONSSKYLDIGHETEN OCH OFFENTLIGT VS. ICKE OFFENTLIGT ...	5
Alla har ett informationsansvar .....	5
Allmänna riktlinjer om offentlighet .....	6
Föredragningslistor och protokoll .....	6
Kungörelser.....	6
Myndighetshandlingar .....	6
Kommunens sekretessbelagda uppgifter .....	7
FÖRÄNDRINGS- OCH KRISKOMMUNIKATION .....	9
Förändringskommunikation .....	9
Kriskommunikation .....	10
EXTERN KOMMUNIKATION .....	11
Webbkommunikation .....	11
Sociala medier .....	11
Bloggar på raseborg.fi.....	12
Mediakommunikation .....	12
Intervjuer och kontakter med journalister .....	12
Pressmeddelande vs. presskallelse .....	13
Presskonferenser och sakkunnigträffar.....	13
Rättelser i efterskott och genmäle.....	14
Övriga externa kanaler .....	14
Stadens visuella linje .....	15
Marknadsföring.....	15
Stadens marknadsföringsnätverk.....	16
Marknadsföringsmaterial.....	16
Kungörelser och anställningsannonser .....	17
Referensgrupper och invånarpaneler.....	17
INTERN KOMMUNIKATION.....	18
Intranätet .....	18
Intern skyltning och fordonslogon.....	18
NÄRMARE INFORMATION.....	19
KÄLLOR .....	20

**Raseborgs stads kommunikationsplan** gäller för alla anställda inom staden och koncernen samt stadens förtroendevalda. De som regelbundet sköter information för sin sektor, enhet eller avdelning bör följa principerna i denna plan. Alla som arbetar inom Raseborgs stad bär ett ansvar för en smidig information och kundbetjäning. All information utåt är också beroende av hur väl den interna informationen fungerar.

Kommunikationsplanen innehåller anvisningar för hur kommunikationen bör skötas internt och externt samt centrala informationsprinciper. Information är ett av de viktigaste verktygen staden använder i sitt dagliga arbete.

## **Målsättningar för Raseborgs stads kommunikation**

Vår information bygger på välplanerade och enhetliga budskap.

Vi förbättrar stadens synlighet genom aktiv information och kommunikation. Vår information är aktuell, snabb, förutseende och öppen.

Vi samarbetar med medierna i positiv anda.

Vår kommunikation bygger på växelverkan med kommuninvånarna och vi strävar till att ta i bruk nya elektroniska informationskanaler.

Anställda och förtroendevalda känner till stadens kommunikationsplan och vet hur de ska agera i olika situationer. Via utbildning förbättras informationskompetensen hos de anställda.

## **Tio informationsprinciper**

1. Raseborgs stad har kommuninvånarna och sina samarbetspartners i fokus. Vi ger aktuell, mångsidig och tillförlitlig information om sådant som är av allmänt intresse, som berör beslut, stadens verksamhet och tjänsteutbud. Invånarna har rätt att veta hur gemensamma ärenden sköts och hur de kan delta och påverka.
2. I ärenden som berör personalen bör man först informera personalen internt, därefter massmedierna.
3. Vi främjar stadens målsättningar som omnämns i strategin och förbättrar växelverkan till våra målgrupper med hjälp av våra informationskanaler.
4. Vår verksamhet, som utgår ifrån riktlinjerna i strategin 2014-2017, bygger på öppenhet, en ständig dialog mellan invånarna, de förtroendevalda och personalen samt på inbördes förtroende som parterna kontinuerligt arbetar för.
5. Vi utvecklar stadens image och anseende. Raseborg vill bli känd som en stad där människorna trivs och där man har ett gott samarbete och positiv attityd, handlar ansvarsfullt och visar ömsesidig respekt över språk- och kulturgränserna.

6. Alla anställda och förtroendevalda fungerar som budbärare. En fungerande intern information är en förutsättning för en enhetlig bild utåt.
7. Vi stärker bilden av vår organisation genom den visuella identiteten som baserar sig på stadens vapenlogo och tillhörande element. Dessa används genomgående i informations- och marknadsföringssyften.
8. Vi värnar om tvåspråkigheten i stadens information och marknadsföring. Vi kommunicerar och betjänar våra målgrupper på svenska och finska. Vid sidan av nationalspråken använder vi engelska.
9. Var och en som är anställd av Raseborgs stad har ett informationsansvar. Informationsansvarets omfattning bestäms av personens arbetsuppgifter och ansvarsområde. Den som fungerar som beredare eller föredragande i ett ärende bör kunna informera om ärendets sakinhåll. De förtroendevalda ansvarar för information som hänför sig till beslutsfattandet.
10. Vid storolyckor, nöd- och andra specialsituationer tillämpas krisinformation som avviker från den vanliga informationsgången.

## INFORMATIONSSKYLDIGHETEN OCH OFFENTLIGT VS. ICKE OFFENTLIGT

Framförallt när den offentliga debatten tar fart är det viktigt att staden förmedlar officiella uppgifter och fakta till kommuninvånarna och ser till att samma information finns lätt tillgänglig via de vanligaste kanalerna (webbplatsen, sociala medier och medierna). Ju tidigare informationen ges desto bättre, och innan debatten eskalerar. Då minimerar man också att felaktig information sprids. Uppdagas felskrivningar och missförstånd i medier är det viktigt att personen som berörs kontaktar respektive medium och ber om en rättelse omgående.

### Alla har ett informationsansvar

**Var och en som är anställd av Raseborgs stad och inom koncernen har ett informationsansvar.**

Informationsansvarets omfattning bestäms av personens arbetsuppgifter och ansvarsområde. Stadens interna och externa information och marknadsföring leds av stadsdirektören och koordineras av stadens informatör. Respektive sektorchef bär ansvar för och leder informationen inom sin sektor. Informationen över sektorgränserna koordineras av stadens informatör i samråd med sektorcheferna och stadsdirektören.

Varje förtroendeorgan ansvarar för informationen inom sitt verksamhetsområde. De förtroendevalda ansvarar för informationen som hänför sig till beslut som det egna organet fattat. Den som fungerar som beredare eller föredragande i ett ärende bör också kunna informera om ärendets sakinhåll.

Stadsfullmäktiges möten är offentliga och vem som helst kan följa med dessa endera på plats, via en direktsändning över nätet eller via lokal-TV, samt i efterskott på internet. Närmare information finns på stadens hemsida under adressen [www.raseborg.fi](http://www.raseborg.fi) > Media.

Varje organ bör ha en intern överenskommelse om hur det informerar om sin verksamhet, vilket organet också bör meddela till medierna.

**Staden rekommenderar en informationspraxis för förtroendeorganen** (stadsstyrelsen samt nämnder och övriga organ vars beslut är offentliga med undantag av stadsfullmäktige som håller öppna möten) enligt följande: efter att ett möte avslutats kan organet skicka ett inofficiellt meddelande, där mötesparagraferna med rubriker framgår samt ett kort omnämnande om beslutet (enligt föredragningen eller omröstning x-x, eller liknande) till medierna. I början av meddelandet anges kontaktuppgifterna till den som ger tilläggsuppgifter och ett klockslag då personen är anträffbar. En allmän regel är att om mötet inleds på kvällen är det troligt att mötet kan pågå sent och då är det önskvärt att kontaktpersonen är tillgänglig följande dag. Detta bör framgå ur det informella beslutsmeddelandet.

**I första hand är det organets ordförande, i andra hand viceordförande som har det formella ansvaret för att informera om beslut efter mötet.** Det här betyder inte att dessa två är de enda som får uttala sig, utan närmast att någon av dessa bör inneha tillräckligt med information för att redogöra för organets beslut. Därtill bör beredaren eller föredraganden kunna bistå med tilläggsuppgifter.

Eftersom offentlighetsprincipen förutsätter att kommunens verksamhet är så öppen som möjligt, bör

man skapa förutsättningar för en transparent verksamhet och beslutsprocess redan från början av beredningen. Informationsskyldigheten gäller även kommunkoncernens verksamhet. I många kommuner informerar man allmänheten (stadsstyrelsen och stadsdirektören) om budgetförslaget redan innan förslaget föredras i kommunstyrelsen. Ett kommunalt organ får på samma sätt informera om sitt eget budgetförslag och beredningen av förslaget.

För att stadens anställda och dess förtroendevalda ska uppfylla informationsskyldigheten och betjäna medier och kommuninvånare på rätt sätt krävs kännedom om vilka uppgifter som är offentliga eller icke offentliga. Det förutsätter en regelbunden utbildning av såväl anställda i förmansställning som förtroendevalda. Nedan beskrivs några allmänna riktlinjer för offentlighetsprinciper.

### **Allmänna riktlinjer om offentlighet**

I sådana situationer där stadens agerande eller anseende ifrågasätts i offentligheten kan det vara bra att staden publicerar ett officiellt meddelande på sin webbplats. Då kommer man internt överens om vem av ledningens tjänstemän eller förmän som uttalar sig i en fråga samt vilka handlingar som bör ges ut i offentligheten som komplement.

Utgångspunkten är att kommunala handlingar är offentliga med vissa undantag, som individärenden som är sekretessbelagda. Handlingar som ännu inte är offentliga lämnas ut enligt prövning. En person som ber om uppgifter som gäller honom/henne själv har rätt till dem. Likaså en part i ett ärende, med vissa undantag. Allmän försiktighet bör gälla vid utlämning av handlingar.

Många av offentlighetsfrågorna är rätt besvärliga och vissa frågeställningar förutsätter en juridisk bedömning och bör kontrolleras i beredningsskedet.

### **Föredragningslistor och protokoll**

Stadens föredragningslistor och protokoll är huvudsakligen offentliga. Varje kommuninvånare samt medierepresentant kan bekanta sig med det som är offentligt. Stadens föredragningslistor och protokoll publiceras på stadens webbplats ([www.raseborg.fi](http://www.raseborg.fi) > Beslutsfattande > Föredragning och protokoll). Förtroendeorganen i Raseborg publicerar föredragningslistor med bilagor elektroniskt i god tid före sammanträdet. Undantaget utgörs av omfattande tekniska bilagor som finns tillgängliga på kansliet (vilket informeras om i föredragningslistan).

### **Kungörelser**

Kungörelser är offentliga meddelanden och beslut som läggs ut för allmänheten på stadens officiella anslagstavla, stadens webbsida och i de officiella språkrör som fullmäktige beslutar om på årlig basis. Varje enhet ansvarar för sina egna kungörelser (se praxisen under marknadsföring).

### **Myndighetshandlingar**

Enligt lagen om offentlighet i myndigheternas verksamhet (21.5.1999/621) och dess 13 paragraf kan man begära att få ta del av innehållet i en myndighetshandling. Uppgifterna ur en offentlig handling skall ges så snart som möjligt och i den form de har begärts i mån av möjlighet, dock senast inom två veckor efter att myndigheten har mottagit en begäran om att få ta del av handlingen. Om de begärda handlingarna är många eller innehåller sekretessbelagda delar eller om någon annan därmed jämförbar omständighet gör att det krävs specialåtgärder eller större arbetsmängd än normalt för att behandla och avgöra ärendet, skall ärendet avgöras och uppgifter ur en offentlig handling lämnas ut

inom en månad efter att myndigheten har mottagit en begäran om att få ta del av handlingen.

För att en handling ska anses vara en *myndighetshandling*, måste den

- vara upprättad av en myndighet eller någon anställd hos en myndighet (kommunen),
- ha inkommit till en myndighet för behandling av ett visst ärende eller i övrigt ha inkommit i samband med ett ärende som hör till myndighetens verksamhetsområde eller uppgifter,
- innehas av myndigheten.

Även handlingar som upprättats på uppdrag av en myndighet är myndighetshandlingar (Offentlighetslagens 5 § 2 mom.)

Som myndighetshandling betraktas en handling som per post, telefax, elektronisk post eller annan elektronisk överföring av data har tillställts myndigheten, om den har tillställts myndigheten för behandling av ett ärende eller annars i ett ärende som hör till myndighetens verksamhetsområde eller uppgifter.

Exempel på handlingar som *inte är myndighetshandlingar* eller på vilka offentlighetslagen inte tillämpas är t.ex. brev och andra handlingar som sänts till tjänsteman eller förtroendevald med anledning av något annat uppdrag (privata brev och e-postmeddelanden), en tjänsteinnehavares egna minnesanteckningar och utkast utanför föredragningar eller ärendebehandlingar, handlingar för internt bruk (utbildningsmaterial, publikationer), handlingar som hänför sig till uppgifter som utförs för en enskilds räkning (undersöknings- och forskningsbeställningar) samt handlingar som är hittegoods.

## Kommunens sekretessbelagda uppgifter

Personuppgiftslagen och offentlighetslagen begränsar offentligheten i kommunala ärenden.

I offentlighetslagens 24 § nämns några exempel på **ärenden som icke är offentliga**. Hit hör bl.a.

- kommunens brottsanmälan
- kommunens beredskapshandlingar
- inspektionsuppgifter (t.ex. inom miljöinspektionen)
- alla handlingar som innehåller kommunens affärshemligheter
- handlingar som staden mottagit eller upprättat i sin roll som arbetsgivare (i t.ex. arbetskonflikter och vid samarbetsförfarandet), och om utlämnandet av uppgifter skulle strida mot det offentliga samfundets intressen som arbetsgivare
- rättegångshandlingar
- privata personers eller företags yrkeshemligheter (bl.a. i samband med upphandlingar)
- alla klientuppgifter inom socialvården
- uppgifter som anses vara känsliga (som berör privatlivet), handlingar som innehåller uppgifter om psykologiska test (t.ex. vid anställningar), uppgifter gällande elevvården, allt som gäller personers privatliv (t.ex. anställdas politiska inriktningar frånsett att man inte ställer upp i val eller redan är förtroendevald, privata uttalanden, uppgifter om familjelivet).

Personuppgiftslagen begränsar likaså offentligheten. I lagen avses allt som beskriver en fysisk persons egenskaper och som berör personen själv och hans familj. Spridning av personers uppgifter som anses som känsliga är förbjudet. Med känsliga uppgifter avses många saker (etnicitet, religiös övertygelse, facklig anslutning, sexuell inriktning etc.).

Ovanstående uppräknig är endast riktgivande och därtill finns det andra lagar, däribland med speciallagstiftning, som begränsar offentligheten. Ett typiskt exempel är lagstiftningen inom social- och hälsovården.

Handlingar som är sekretessbelagda bör antecknas som sekretessbelagda. Sekretessbelagda ärenden skickas i regel inte elektroniskt.



# FÖRÄNDRINGS- OCH KRISKOMMUNIKATION

"Via aktiv kommunikation strävar vi till att lindra onödiga farhågor och att bryta ryktesspridningen"

## Förändringskommunikation

I en situation då förändringar sker inom en arbetsplats har alla ett eget ansvar för hur förändringar kommuniceras internt och externt.

**Stadens ledning** är ansiktet utåt inför en förestående förändring. Ledningen ska kunna sporra, engagera och visa ett gott exempel med sitt agerande och sitt kommunicerande.

Förändringskommunikationen bör vara tydlig, öppen och interaktiv för att vara trovärdig. Konflikter och oklarheter bidrar till större osäkerhet. Ledningen har en central roll i den offentliga debatten med lokala medier och reportrar. Ledningen kommunicerar för organisationens del om förändringar externt (pressmeddelande, presskonferens eller webbinformation).

**Förmännen** kommunicerar om förändringar framför allt till sina anställda. Speciellt viktigt är att man är personligen närvarande i en sådan situation då man bör informera om förändring, att man är interaktiv och sköter informationen ansikte mot ansikte. Personalen bör kunna ställa frågor och det är viktigt att det finns utrymme för diskussion. Förändringen upplevs som mera acceptabel om de som berörs av den får vara med i ett tillräckligt tidigt skede och föra fram sina synpunkter.

**Informationsansvariga** stöder kommunikationen kring förändringen genom att se till att tillräcklig information finns till handa och att informationen sprids via stadens officiella kanaler och samarbetar kring detta med lokalmedierna. Dessutom fungerar informationsansvariga som en sparringspart för ledningen och förmännen. Den interna informationen blir desto viktigare i en förändringssituation.

**Personalen** förväntas aktivt ta del av den information som förmedlas till den och även på eget initiativ söka reda på information (via stadens kanaler, möten samt via förmännen) i en förändringssituation. Som anställd kan man besvara medias frågor vad gäller det egna arbetet och ansvarsområdet. Då en anställd i egenskap av privatperson rör sig på offentliga forum, som i sociala medier, är det bra att vara medveten om att utomstående kan betrakta den anställda som en representant för staden. Se anvisningarna för personalen om användningen av sociala medier i Raseborgs stad.

**Förtroendevalda** har en betydelsefull roll i såväl att leda som att diskutera offentligt en förändring. De förtroendevalda diskuterar läget utgående från värderingar och linjedragningar med medierna, invånarna och olika intressegrupper. Varje förtroendevald är sålunda en ambassadör för staden. En av de viktigaste faktorer som inverkar på stadens anseende är hur staden leds och det sätt man kommunicerar på.

En kontroversiell verksamhetskultur, där man ger motstridiga uttalanden, ger lätt upphov till att förutsättningarna för en förändring undergrävs och kan i värsta fall resultera i en förtroendekris mellan staden och invånarna.

*Minneslista för information i förändringskommunikation:*

- Vad har beslutats och varför är förändringen nödvändig?
- Vilka alternativ står vi inför?

- På vilket sätt inverkar förändringen på staden och olika personer i framtiden?
- Vad inverkar förändringen inte på?
- Ge exempel.

## Kriskommunikation

En kris kan uppstå när vi ställs inför sådana händelser och problem som vi inte kan lösa med våra vardagliga rutiner och resurser. Om en sådan situation sköts dåligt eller fel, kan det resultera i att stadens anseende och verksamhet står på spel. För att detta inte ska ske bör alla vara medvetna om hur man går till väga i en dylik situation.

Då en krissituation uppstår bör *stadens ansvariga sektor/enhet* omgående meddela om saken per sms till stadsdirektören inklusive e-post till informationen ([information@raseborg.fi](mailto:information@raseborg.fi)) som uppdaterar en förstahandsinformation på stadens webbplats samt på Facebook och Twitter.

*Raseborgs Vatten och Ekenäs Energi* ansvarar för att informera sina kunder och målgrupper primärt via sina egna hemsidor ([www.raseborg.fi/raseborgsvatten](http://www.raseborg.fi/raseborgsvatten) och [www.ekenasenergi.fi](http://www.ekenasenergi.fi)), sekundärt via sociala medier.

Oberoende av när på dygnet händelsen sker, bör man sträva till att så snabbt som möjligt via befintliga kanaler ge förstahandsinformation om vad som hänt och vilka åtgärder som vidtas. Samtidigt bör man förmedla samma information till massmedierna för att trygga en snabb spridning till invånarna eller den målgrupp som berörs. Efteråt är det viktigt att följa upp situationen och informera om att läget har återgått till det normala.

Vid kriser, som pandemier och storolyckor, är det *en krisgrupp* som handhar huvudansvaret och beredskapen för specialsituationer. I gruppen ingår stadsdirektören, den tekniska direktören, förvaltningsöverläkaren, informatören samt cheferna för Raseborgs Vatten och Ekenäs Energi. Stadsdirektören beslutar om nya medlemmar i gruppen.

### *Minneslista för kommunikation i en krissituation:*

- Snabbhet. Information bör gå ut förrän rykten börjar spridas.
- Öppenhet. Man berättar allt man vet. Ett större engångsrabalder är ett mindre ont än en ständig ovisshet.
- Ärlighet. All information bör grunda sig på fakta.
- Eget initiativ. Staden stävar till att med egen information återge situationen realistiskt och förmedla samma information till massmedierna.
- Mänsklighet. Att visa känslor som empati och deltagande i en svår situation är väsentligt.
- Ansvarstagande. En offentlig ursäkt kan komma i fråga och att man redogör för hur man åtgärdar situationen och följer med den så att den inte uppstår på nytt.

# EXTERN KOMMUNIKATION

## Webbkommunikation

Webbsidorna är stadens visitkort utåt. Det är viktigt att sidorna innehåller aktuell tvåspråkig information och uppdateras regelbundet. Syftet med webbsidorna är att ge tillräcklig förstahandsinformation till våra målgrupper. Hit hör framför allt stadens invånare, beslutsfattare, samarbetspartners och övriga intressenter. Månatligen besöks stadens webbplats [www.raseborg.fi](http://www.raseborg.fi) av omkring 60 000 besökare, vilket berättar om dess popularitet.

Ansvar för stadens webbsidor är decentraliserat, vilket betyder att varje sektor/enhet har en eller några personer med rättigheter att uppdatera webbsidorna för det egna ansvarsområdet. När enhetens/avdelningens informationsansvariga byts ut bör man meddela personbytet till stadens information som upprätthåller en förteckning över dessa. Listan används för att informera om webbutbildningar och övriga anvisningar.

Informatören ansvarar för utveckling av stadens webbplats, sektoröverskridande webbinformation samt information på ingångssidan samt bistår uppdaterare vid behov.

Utöver den centrala webbplatsen finns andra portaler som [www.visitraseborg.com](http://www.visitraseborg.com) (turismens webbplats), [www.edu.raseborg.fi](http://www.edu.raseborg.fi) (skolornas nätplats), Medborgarinstitutet samt Musikinstitutet. Dessa är dock kopplade till stadens webbplats.

Som publiceringsverktyg används Joomla. Utbildning i användningen av Joomla ordnas årligen och uppdateringsrättigheter beviljas av stadens information. Webbsidornas producent är SydWeb, [www.sydwed.fi](http://www.sydwed.fi), som kan bistå i mera avancerade tekniska lösningar. Det lönar sig dock att i första hand kontakta informationen som sedan kanaliseras förfrågan vidare vid behov.

Manualer och tilläggsinformation om publiceringsverktyget Joomla finns att ladda ner på SydWebs webbplats.

Webbplatsen [www.raseborg.fi](http://www.raseborg.fi) är tvåspråkig, vilket innebär att den information som uppdateras på svenska bör översättas till finska. Och vice versa. Undantag är t.ex. skolornas hemsidor där information ges endast på skolans hemspråk. Därtill har vi Invandrarbyrån som informerar på sju språk.

När det kommer till användningen av bilder och videoinspelningar på stadens webbplats eller andra materialutgivning är det viktigt att du har lov att använda materialet (om det inte är något du själv gjort eller som förekommer i bildarkivet, i annat fall anger man alltid källan) eller att du har fått skriftligt lov av dem som medverkar. För dylika situationer kan du utnyttja blanketten Samtycke till fotografering som finns på intranätet under Aktuellt > Blanketter.

## Sociala medier

Webbkommunikationen omfattar även sociala medier och stadens synlighet i dessa. Staden informerar parallellt via Facebook och Twitter. Facebook kan också användas som en interaktiv kanal, där stadens tjänstemän eller förtroendevalda besvarar invånarnas frågor under på förhand meddelade tider. En dylik "frågetimme" ordnas enligt överenskommelse med informatören. Sedan oktober 2013 finns det anvisningar för personalen om användningen av sociala medier. Anvisningarna finns på intranätet under Allmänt > Manualer.

## Bloggar på raseborg.fi

Raseborgs stads hemsida erbjuder möjligheter att skriva blogg (<http://www.raseborg.fi/bloggar/>). Omkring ett trettiotal skribenter har för närvarande en blogg via den här kanalen. En blogg kan liknas vid en öppen dagbok, där det också finns möjlighet för besökare att lämna kommentarer på det som de läst i bloggen. Kommentarererna modereras i efterskott, vilket betyder att osakliga kommentarer tas bort vid behov. Om du är intresserad av att blogga, mejla till adressen [region@raseborg.fi](mailto:region@raseborg.fi).

## Mediakommunikation

Samarbetet med medierna är viktigt för att tvåspråkig information förmedlas till invånarna utöver de kanaler som staden själv använder. Den bild som återges av staden, dess personal och stadens förtroendevalda i media har betydelse för stadens image. Därför bör en aktiv mediakommunikation gentemot massmedierna främjas genom bra kontakter, respekt för varandras arbete och samarbete i positiv anda. Journalisterna värdesätter information som är pålitlig, öppen och snabb.

**Notera att när det gäller information som berör personalen, bör man först informera personalen internt, därefter massmedierna.** Större mediauppbud (t.ex. sakkunnigträffar, presskonferenser) planeras tillsammans med informatören.

I mediakommunikationen ingår att ge bakgrundsinformation till journalister, aktivt informera om beslut och aktualiteter samt att ge intervjuer och att följa med och delta i den samhällsdebatten.

## Intervjuer och kontakter med journalister

Att medierna är intresserade av stadens verksamhet är positivt eftersom vi har ett uppdrag att berätta om kommunala frågor i offentligheten. Då en journalist kontaktar dig bör du kunna förse motparten med korrekta uppgifter och inom en skälig tidsram. Fråga till att börja med vilken tidtabell han eller hon har för arbetet.

För att kunna ge tillräckligt med information bör du ställa några grundfrågor:

- vad handlar artikeln/intervjun om?
- vilken roll har den som intervjuas?
- vilken typ av frågor kommer att ställas?
- vilka övriga intervjuas för detta ändamål?
- när publiceras intervjun?

### *Allmänna råd för kontakter med journalister:*

- Ta reda på tillräckligt med fakta förrän du uttalar dig i en fråga. Du kan alltid ringa upp journalisten på nytt efter att du kollat upp saken om du känner dig osäker. Det värsta du kan säga är att du inte uttalar dig i en fråga. Om du inte känner till saken bör du kunna hjälpa journalisten vidare så att denna hittar rätt person för att kunna utföra sitt uppdrag.
- var på det klara med om en intervju bandas eller inte. Journalisten bör upplysa dig om att han/hon bandar samtalet. All information du ger kan användas.
- då du får frågan om att ställa upp på en intervju kan du be att få frågorna i förväg. Det är att rekommendera om du ska t.ex. delta i en direktsändning.
- efter en tidningsintervju kan du be om att få läsa den text där dina citat ingår, journalisten är inte skyldig att skicka dig hela artikeln. Det rekommenderas att du läser igenom texten efteråt och framställer ändringsförslag vid behov.

Närmare information om journalistreglerna finns på Journalistförbundets hemsida under adressen <http://www.journalistiliitto.fi/se/>.

I radio- och tv-intervjuer är det bra att vara koncis och besvara frågorna kort eftersom inslagen oftast också är korta. Om du är missnöjd och det inte handlar om en direktsändning kan du alltid be att intervjun tas om.

## **Pressmeddelande vs. presskallelse**

*Ett pressmeddelande* görs kring ett tema som har nyhetsvärde och brett intresse bland invånarna i staden. Pressmeddelandena strävar till att vara positiva, informativa och återge stadens röst, samtidigt som de väcker journalistens intresse. Ställningstaganden, beslut eller talreferat kan också göras i form av pressmeddelanden. Ett bra pressmeddelande svarar på frågorna vad, när, hur, var, varför och vem?

Pressmeddelanden görs på båda inhemska språken. När ett meddelande är under planeringen kontaktar man informationen med ett utkast. Ofta händer det att stadens information blir kontaktad av massmedierna om sådant som skickats till redaktionerna, och då är det viktigt att kunna ge närmare information. Stadens information har en e-postlista via vilken pressmeddelanden och andra puffar kan skickas ut till medierna. Ett meddelande är vanligtvis publiceringsbart genast vid utskicket, men ifall man önskar ett senare publiceringsdatum bör detta anges separat (embargo). Publicering under embargo är besvärligt eftersom redaktionen avgör om den håller embargot eller inte. Efter utskicket läggs alla pressmeddelanden på stadens webbplats under adressen [www.raseborg.fi](http://www.raseborg.fi) Aktuell > Press. Där arkiveras alla pressmeddelanden från staden.

*Presskallelser* används för att kalla in mediernas representanter till ett evenemang, seminarium eller en annan stor händelse samt inför presskonferenser. En presskallelse innehåller tema, tid, plats, anmälningspraxis samt tilläggsuppgifter.

### *Allmänna råd för pressmeddelanden och presskallelser:*

- använd stadens blankettbotten
- rubricera informativt (vad är nyheten?) och inkludera en kort ingress som sammanfattar det centrala budskapet
- ange tid och plats och vem som deltar (presskallelse)
- använd aktiv istället för passiv när du skriver
- använd citat av några personer för att göra texten mer levande (pressmeddelande)
- begränsa texten till en A4:a
- texten på båda inhemska språken
- ange den direkta länken då du hänvisar till en viss webbsida, inte bara [www.raseborg.fi](http://www.raseborg.fi)
- ange till sist kontaktuppgifter inklusive titlar för dem som ger tilläggsuppgifter
- konvertera dokumenten i pdf före ett utskick.

## **Presskonferenser och sakkunnigträffar**

Presskonferenser bör ordnas sparsamt, eftersom redaktionerna inte alltid har möjlighet att delta i dem. En presskonferens kan ordnas då staden har en betydande nyhet, en innovation eller ett eller

flera beslut kring vilka man förväntar sig en hel del frågor från massmediehåll. Förmiddagen är en bättre tidpunkt för presskonferens ur mediesynvinkel. Beslutet om att ordna en presskonferens görs i samarbete med informatören.

En sakkunnigträff för medierna ordnas med syftet att ge djuplodande bakgrundsinformation till kommunala frågor, beslut eller ekonomiska lägesrapporteringar (t.ex. budgetinformation). Under träffarna ger man aktualitetsöversikter och ställer sig öppen för intervjuer. Övriga träffar med medierna (beslutsfattarorganens, sektorvisa eller enhetsvisa) planeras i samarbete med informatören.

*Inför en presskonferens förbreder man följande saker:*

- kallelse/inbjudan skickas till redaktionerna ungefär en vecka i förväg
- bestäm i förväg vem som deltar i presskonferensen (bör framgå ur kallelsen) så att medierna vet vem de kan intervjua
- pressmeddelande kan vid behov skrivas och då ska dessa finnas tillhanda under presskonferensen
- bakgrundsmaterial kan finnas tillgängligt under själva presskonferensen eller skickas efteråt.

## **Rättelser i efterskott och genmäle**

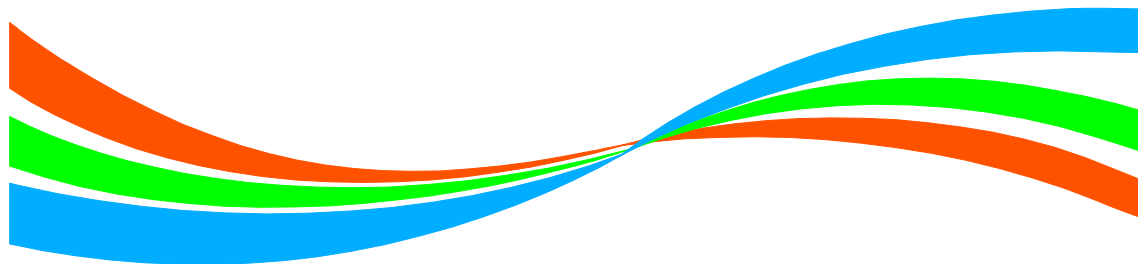
Varje förman har nytta av att följa med nyhetsspridningen inom sitt eget område. Då är det lättare att snabbt reagera på felskrivningar eller tolkningsfel, och få till stånd en *rättelse* i en offentliggjord felaktig sakuppgift. Det lönar sig att vara i kontakt med redaktionen omgående då man märker ett fel som behöver rättas eller preciseras. Ofta går det att diskutera fram en lösning med redaktionen. Rättelsebegäran till tidningsredaktionerna har sällan effekt om den kommer flera dagar för sent. Med *genmäle* avses rätten för den som utsatts för kritik eller kränkning att bemöta ett offentliggjort meddelande. Man bör vända sig till redaktionen snarast möjligt med begäran om genmäle. När du gör ett genmäle bör det handla om kritiken som framförts. Genmälet får inte kränka massmediet, någon utomstående eller ge upphov till ett nytt genmäle.

## **Övriga externa kanaler**

En viktig målsättning för stadens kommunikation är att öka interaktionen mellan kommuninvånarna och beslutsfattarna. Övriga kanaler som man kan tillämpa för att höra invånarna i kommunala frågor är via invånarmöten (i stadsdelar eller specifika områden) samt via invånarenkäter över internet som mäter åsikter. Det lönar sig att planera dylika möten och enkäter i god tid och förmedla information till medierna så att dessa får tillräckligt bra spridning. Likaså bör man använda stadens egna webbsidor, Facebook och Twitter i den primära informationsspridningen.

## Stadens visuella linje

Det är viktigt att en stad har en gemensam visuell linje som finns dokumenterad i en profilmanual. Genom att tillämpa stadens officiella vapenlogo och grafiska element enhetligt ger vi ett proffsigt intryck och omgivningen känner lättare igen oss.



I profilmanualen ingår vapenlogon och det visuella elementet som syns ovan. Därutöver strävar staden till att använda en enhetlig typografi (typsnitten Arial i kontorsprodukter, Verdana på webbsidor och i tryckprodukter Gill Sans och ITC Century), vilket förbättrar läsbarheten. För Raseborgs stad har skapats en egen färgskala med huvud- och tilläggfärger som kan användas i material och produkter vi sammanställer. Färgerna på nivå 1 är desamma som i det visuella elementet: blått, grönt och orange. Färgerna på nivå 2 kan användas med eftertanke tillsammans med färgerna på nivå 1. De är dessutom avsedda för grafiska framställningar (diagram) där färgerna på nivå 1 och 2 inte skapar tillräcklig kontrast.

Raseborgs profilmanual, som presenterar våra yttre kännetecken i detalj, härstammar från år 2010 och presenteras närmare på stadens webbplats [www.raseborg.fi](http://www.raseborg.fi) > Beslutsfattande > Stadgor och instruktioner samt på intranätet under Allmänt > Visuell linje. På intranätet kan man dessutom ladda ner alla logotyper, visuella element samt arbetsdokument med dessa kännetecken. Det går bra att skicka manualen till stadens externa producenter, t.ex. till tidningar och tryckerier, då material produceras.

Närmare information ges av stadens information, [information@raseborg.fi](mailto:information@raseborg.fi).

## Marknadsföring

Raseborgs stad marknadsförs aktivt som en stad som satsar på sin image och som är attraktiv för inflyttare och ny företagsetablering i enlighet med stadens nya strategi. Lika viktiga är satsningarna på turism och att öka medvetenheten om staden Raseborg på ett nationellt och internationellt plan. Lyckad marknadsföring bidrar till ett pålitligt och bra rykte och ger positiv mediauppmärksamhet för staden. Marknadsföringsåtgärder planeras alltid utgående ifrån målgrupper och deras behov.

Stadsdirektören beslutar i operativa ärenden som gäller marknadsföringen av staden samt PR- och

informationsverksamheten i enlighet med koncernsektionens riktlinjer.

Årligen sammanställs en marknadsföringsplan med åtgärder där staden väljer 3-5 marknadsföringsteman som ges högsta prioritet under året. Dessa teman bör sammanfalla med stadens strategiska linjedragningar och ta i beaktande stadens unika värden (skärgårdsmiljö&natur, kultur, historia osv.). Marknadsföringskampanjer och stadens officiella deltagande i viktiga årliga evenemang bestäms i planen. I planen ingår målsättningar, mätare, kostnadsberäkningar, ansvarspersoner och tidtabeller som stöder uppföljningen av verksamheten i slutet av året.

Stadens turistbyrå ansvarar för utvecklingen av marknadsföringen angående turismen.

Verksamheten styrs av ett separat handlingsprogram samt en regional turismstrategi.

Inom staden ansvarar alla enheter för att marknadsföra sin egen verksamhet (via existerande kanaler och eventuella marknadsföringsmaterial).

Raseborgs stad strävar till att utveckla marknadsföringssamarbetet med sina grannkommuner (via det regionala nätverket för information och kommunikation och portalen länsi.fi) och med det lokala företags- och föreningslivet (via samprojekt, gemensamma evenemang och Raseborgsdagen).

## **Stadens marknadsföringsnätverk**

Alla enheter som jobbar marknadsföringsinriktat (turistbyrå, muséet, kulturbyrå, biblioteket och informationsenheten) bildar ett marknadsföringsnätverk. Nätverket sammankommer två gånger per år och planerar gemensamma marknadsföringsåtgärder som ska främja stadens anseende och attraktionskraft på nationell nivå.

Över lag rekommenderas att enheterna samarbetar över sektorgränserna angående marknadsföringskampanjer och evenemang för att uppnå synergier.

## **Marknadsföringsmaterial**

Varje enhet kan själv producera informations- och marknadsföringsmaterial som delas ut till kunder eller på mässor osv. Materialet bör följa stadens grafiska profil. Utöver den egna logon (gäller vissa enheter med egna logotyper) bör stadens vapenlogo ingå. Glöm inte heller språkaspekten i materialet (svenska/finska, eller behövs kanske ett/flera främmande språk?).

Istället för att trycka upp mängder av broschyrer och flyers kan man publicera materialet elektroniskt (pdf-versioner) på stadens hemsida där det kan laddas upp. När du planerar en ny broschyr eller vepa (rollupp) kan det vara bra att kontakta stadens information som ger allmänna råd. Stadens har en bildbank som kan utnyttjas i materialproduktionen.

### Presentationsmaterial

På intranätet finns presentationsbotten på tre språk (svenska, finska och engelska) som innehåller basfakta om Raseborgs stad. Staden rekommenderar att du använder dessa presentationer, som kan kompletteras, då du ska berätta om staden externt. Det ger ett mera proffsig intryck.

Presentationsbotten, som är gjorda i PowerPoint, hittar du under Allmänt > Visuell linje.

### Mässor och evenemang

Stadens enheter ordnar olika evenemang och deltar i mässor på eget initiativ. Större evenemang och enhetsöverskridande händelser kan koordineras enligt överenskommelse av stadens informatör i samarbete med respektive sektorer (t.ex. Raseborgsdagen som är ett samarbete mellan kulturbyrå och informationen m.fl.). Stadens information har ett tält med tillhörande bord som följer den



visuella profilen och som kan ställas ut på mässor. Vepor (rollupper) kan lånas vid behov. Närmare information om mässor och utställningar ges av informationen och turistbyrån som årligen deltar i mässor.

### Marknadsföringsprylar och gåvor

Stadens information ansvarar för inköp av allmänna marknadsföringsprylar (foldrar, pennor, block, minnesstickor osv.) som används vid stadens officiella storevenemang och mässor. Ett gåvolager upprätthålls tillsammans med stadsdirektörens assistent. Då din enhet avlägger besök utanför staden och vill ge en gåva som tack kan du kontakta någon av ovanstående.

Turistbyrån säljer prylar, kartor och vimplar i marknadsföringssyfte till kommuninvånare, turister och sommarboende m.fl.

## **Kungörelser och anställningsannonser**

Stadens kungörelser och anställningsannonser till tidningarna ska koordineras så att staden inte betalar i onödan för en massa små annonser. Varje enhet ansvarar för innehållet i kungörelsen/annonsen och att texten görs på båda inhemska språken.

*Kungörelsematerialet till anslagstavlor* skickas till e-postadressen [kungorelse@raseborg.fi](mailto:kungorelse@raseborg.fi).

*Kungörelsematerialet till tidningar* levereras till e-postadressen [annons@raseborg.fi](mailto:annons@raseborg.fi) senast varje veckas måndag kl. 12. Officiella kungörelser publiceras på svenska och finska i de tidningar som fullmäktige beslutar om på årlig basis. Därtill läggs kungörelserna upp på stadens officiella anslagstavla.

*Anställningsannonserna* skickas till e-postadressen [annons@raseborg.fi](mailto:annons@raseborg.fi) senast varje veckas tisdag kl. 12. Annonserna publiceras i lokaltidningarna under veckoslutet. Vissa undantag finns (läkarannonser i Läkartidningen, men de bestäms från fall till fall).

Gör hellre en kort annonstext som innehåller arbetsbenämning, sista ansökningsdag och en länk till webbsidan där det ges mer information.

Raseborgs stad har under 2013-2014 en annonskvot på webbtjänsten Oikotie.fi. För annonsering på Oikotie.fi bör respektive enhetschef vända sig till personalchefen.

Enheterna ansvarar själva för insättningen av kungörelser och anställningsannonser på stadens hemsida. Glöm inte att dessutom meddela informationen om nya anställningsannonser, eftersom dessa också läggs ut på intranätet och på Facebook.

## **Referensgrupper och invånarpaneler**

Referensgrupper och invånarpaneler kan användas för att höra invånares åsikter i utvecklingsprojekt eller i syfte att förbättra stadens image. Invånarna har bra synpunkter på sin egen närmiljö och kan bidra med lokalkännedom. Det här är framförallt ett innovativt och roligt uppdrag där kommuninvånare är med i planeringen av stadens verksamhet. Rekryteringen av invånare för dylika grupper kan t.ex. ske via stadens hemsida, Facebook eller Twitter.

Det bör finnas klara målsättningar för en referensgrupp (t.ex. nyinflyttade som kommenterar staden som attraktiv bopings- eller företagsetableringsort). Den information som gruppen bidrar med ska kunna användas i marknadsföringssyften och övriga invånare ska kunna ta del av gruppens tankar via stadens hemsida. En referensgrupp kan sammankomma för ett ändamål eller träffas på en mera regelbunden basis. Gruppen sammankallas av stadsdirektören eller sektorchefen.

## INTERN KOMMUNIKATION

En viktig förutsättning i arbetet är att man som anställd har tillgång till intern information. Det motiverar arbetstagaren och stärker samhörigheten bland personalen, samt inverkar positivt på stadens arbetsgivarrykte. Därför är det viktigt att den interna informationen är lätt tillgänglig och tydlig. Till intern information räknas sådant som hänför sig till kommunikation i arbetsmiljön (utvecklingssamtal), anställningsförhållandet och förhållandet mellan anställd och förman, samarbetsförhandlingar samt allmän personalinformation vad gäller arbetsvålmående, rekreation och förmåner.

Intern information förmedlas centralt till de anställda via intranätet (<http://intra.raseborg.fi>) som anställda har tillgång till via den egna arbetsdatorn eller en dator i personalbruk som kopplats till stadens nätverk.

Stadens interna information leds av stadsdirektören och koordineras av stadens informatör. Därtill har alla sektorchefer ansvar för att informera förmännen inom den egna sektorn samt avdelningscheferna/enhetscheferna de anställda inom avdelningen/enheten. Förmännen bör hålla regelbundna enhetsmöten för sin personal.

Möten för hela personalen hålls vid behov. Det kan uppstå situationer som förutsätter direkt information till anställda och då är det att rekommendera att informationen ges ansikte mot ansikte framom intranätet. Samtidigt ger man alla möjlighet att ställa frågor och diskutera. Stadsdirektören och personalchefen beslutar om dylika möten.

**Personalen bör alltid informeras först i ärenden som berör personalen, därefter medierna.**

Personalavdelningen har en central roll i att förmedla aktuell information till personalen. Därtill ansvarar personalavdelningen för årligen återkommande introduktionstillfällen för stadens nyanställda.

### Intranätet

Stadens intranät är personalens tvåspråkiga språkrör där det finns samlat nyheter och viktiga meddelanden till personalen. Stadens informatör fungerar som ansvarig redaktör för intranätet och koordinerar innehållet tillsammans med övriga på informationen. Ytterligare har stadskansliet, personalavdelningen och ekonomiavdelningen uppdateringsrättigheter till intranätet.

Det är viktigt att intranätet uppdateras regelbundet. Nyheter och meddelanden tillägnade personalen kan skickas in på båda språken via e-postadressen [information@raseborg.fi](mailto:information@raseborg.fi).

### Intern skyltning och fordonslogon

Kontakta stadens information om din enhet behöver nya dörrskyltar/arbetsrumsskyltar eller om stadens fordon saknar vapenlogon. Beställningshjälp ges vid behov. Informationstavlor (skyltar) i stadshuset sköts av informatören.

## **NÄRMARE INFORMATION**

Denna kommunikationsplan har godkänts av Raseborgs stadsstyrelse 28.10.2013.

Kommunikationsplanen ersätter stadens handlingsplan för information och personalens spelregler för extern kommunikation. Eventuella ändringar i den här planen bör godkännas av stadsstyrelsen.

Tilläggsuppgifter om innehållet och principer i denna kommunikationsplan ges av stadens jurister, sektorcheferna, informationen och din egen förman.

## KÄLLOR

Anvisningar för Hangö stads kommunikationsverksamhet, godkänd av stadsstyrelsen 12.11.2012

Kommunförbundet och Kommunförbundets publikation "Viestinnän avaimet kuntien muutostilanteissa", 2013.

Offentlighetslagstiftningen – Offentlighet och sekretess i kommunen. Taisto Ahvenainen och Tapio Rätty, Finlands Kommunförbund 2000.

Social- och hälsovårdsministeriets publikation "Viestinnällä vaikuttavuutta", 2013.

Yle Västnylands artikel "Politiker för ett öppet klimat i Raseborg", 3.4.2013.

**Raseborgs stads information oktober 2013**

**information@raseborg.fi**