

**Raseborgs stads  
kommunikationsplan  
2020**

## INNEHÅLLSFÖRTECKNING

Målsättningar för Raseborgs stads kommunikation .....	4
Tio informations principer .....	4
INFORMATIONSSKYLDIGHETEN OCH OFFENTLIGT VS. ICKE OFFENTLIGT .....	6
Alla har ett informationsansvar .....	6
Allmänna riktlinjer om offentlighet.....	7
Föredragningslistor och protokoll.....	8
Kungörelser .....	8
Myndighetshandlingar .....	8
Kommunens sekretessbelagda uppgifter.....	9
TILLGÄNGLIGHET OCH KLARSPRÅK .....	11
Klarspråk.....	11
Tillgänglighetskraven påverkar alla digitala tjänster .....	11
FÖRÄNDRINGS- OCH KRISKOMMUNIKATION.....	13
Förändringskommunikation.....	13
Kriskommunikation .....	14
EXTERN KOMMUNIKATION .....	15
Webbkommunikation.....	15
Sociala medier.....	17
Mediakommunikation .....	17
Intervjuer och kontakter med journalister.....	17
Pressmeddelande vs. presskallelse .....	18
Presskonferenser och sakkunnigträffar .....	20
Rättelser i efterskott och genmäle.....	20
Övriga externa kanaler.....	21
Stadens visuella linje .....	21
Marknadsföring .....	22
Stadens marknadsföringsnätverk.....	22
Marknadsföringsmaterial .....	22
Kungörelser och anställningsannonser .....	25
Referensgrupper och invånarpaneler.....	25
INTERN KOMMUNIKATION.....	26
Intranätet.....	27
Intern skyltning och fordonslogon .....	27
NÄRMARE INFORMATION .....	27



**Raseborgs stads kommunikationsplan** gäller för alla anställda inom staden och koncernen samt stadens förtroendevalda. De som regelbundet sköter kommunikationsuppgifter för sin sektor, avdelning eller enhet bör följa principerna i denna plan. Alla som arbetar inom Raseborgs stad har ansvar att skapa en så smidig kommunikation och kundbetjäning som möjligt. All information utåt är 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 kommunikation strävar till öppenhet och välplanerade enhetliga budskap.
- Vi strävar till att all information är lättförståelig och tillgänglig för alla.
- Vi förbättrar stadens varumärke och ökar stadens synlighet genom aktiv information och kommunikation. Vår information är aktuell, relevant, förutseende och öppen.
- Vi samarbetar med medierna i positiv anda.
- Vår kommunikation bygger på växelverkan med kommuninvånarna och vi strävar att utveckla våra elektroniska informationskanaler.
- Anställda och förtroendevalda känner till stadens kommunikationsplan och vet hur de ska agera i olika situationer. Via utbildning och användarsupport förbättras informationskompetensen hos de anställda.

### **Tio informationsprinciper**

1. Raseborgs stad har kommuninvånarna och sina samarbetspartners i fokus. Vi ger aktuell, relevant 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 medierna.
3. Vi jobbar målmedvetet enligt de riktlinjer som omnämns i strategin och utgående från våra målgruppers behov genom att utveckla nya metoder och informationskanaler.
4. Vår verksamhet, som utgår ifrån riktlinjerna i strategin 2018-2021, bygger på öppenhet, delaktighet och jämlikhet. Vi har en öppen dialog mellan invånarna, de förtroendevalda och personalen som baserar sig på ett förtroende som parterna kontinuerligt arbetar för.
5. Vi förbättrar stadens image och anseende tillsammans. Raseborg vill bli känd som en stad där människor trivs och där man har ett gott samarbete och positiv attityd, där servicen fungerar, vi gör hållbara beslut och visar ömsesidig respekt över språk- och kulturgränserna.
6. Alla anställda och förtroendevalda fungerar som budbärare och är stadens ansikte utåt. En smidig och fungerande intern kommunikation är en förutsättning för en enhetlig bild utåt.
7. Vi stärker bilden av vår organisation och enhetliggörs den genom vår nya visuella identitet och logo. Den nya logon samt stadens grafiska profil används genomgående i stadens kommunikation och marknadsföring.
8. Vi värnar om tvåspråkigheten i stadens kommunikation och marknadsföring. Vi kommunicerar och betjänar våra målgrupper på svenska och finska. Vid sidan av nationalspråken använder vi engelska.
9. Alla som är anställda 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 sakinnehåll. 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**

När den offentliga debatten tar fart är det viktigt att staden förmedlar officiella uppgifter och fakta till kommuninvånarna och ser till att informationen finns 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. Uppdags 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**

**Alla som är anställda 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. Sammanträdets ordförande ansvarar för informationen som hänför sig till beslut som det egna organet fattat och den som fungerar som föredragande i ett ärende bör också kunna informera om ärendets sakinnehåll.

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 stadens hemsida.

Varje organ bör ha en intern plan på hur de informerar om sin verksamhet, och informera om den till medierna.

## **Staden har en informationspraxis för förtroendeorganen**

enligt följande: efter att ett möte avslutats skall 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 att någon av dessa bör inneha tillräckligt med information för att redogöra för organets beslut.

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.

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 t.ex. 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 beredningskedet.

### **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 beslutat. 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 fränsett 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. Känsliga personuppgifter kan skickas till staden genom TURVAPOSTI se stadens hemsida> dataskydd

## **TILLGÄNGLIGHET OCH KLARSPRÅK**

Stadens kommunikation skall uppfylla tillgänglighetskraven och följa principerna för klarspråk. Enligt förvaltningslagen 9 § ska myndigheterna använda sakligt, klart och begripligt språk.

### **Klarspråk**

När språket är klart kan läsaren utan problem gestalta texten visuellt och uppfatta textens olika delar: ord, satser, meningar och större helheter.

När språket är begripligt utgår texten från läsarens bakgrundskunskaper och behov. Orden och uttrycken är bekanta för läsaren och främmande termer förklaras. Språket är konkret och ny information kopplas ihop med det som läsaren redan vet. Läsaren förväntas inte känna till praxis inom förvaltningen, utan informeras om vad hen ska göra för att till exempel få sitt ärende behandlat.

En bra tumregel är att tänka på vem som skall läsa texten och hur du förklarar saken så enkelt som möjligt.

### **Tillgänglighetskraven påverkar alla digitala tjänster**

EU:s tillgänglighetsdirektiv och Lagen om tillhandahållande av digitala tjänster är i kraft sedan 1.4.2019.

Det betyder att myndigheter är skyldiga att se till att deras webbplatser och mobilapplikationer uppfyller kraven på tillgänglighet enligt Internationella riktlinjerna som kallas WCAG 2.1. Staden skall uppfylla nivån AA.

Tillgänglighetskraven i lagen berör i princip alla webbplatser och mobilapplikationer som finns på nätet inklusive:

- våra sociala mediekkanaler
- alla digitala tjänster som är kopplade till hemsidan

### **Vad betyder webbtillgänglighet?**

Webbtillgänglighet betyder att så många olika människor som möjligt kan använda digitala tjänster så enkelt som möjligt. T.ex. Personer med

funktionsnedsättningar som synskador, hörselskador, autism och personer med motoriska begränsningar berörs.

**Webbtillgänglighet innefattar:**

- det tekniska genomförandet av en digital tjänst
- användbarheten
- ett tydligt och begripligt innehåll

**Innehåll som berörs:**

- Texter, Bilder, Diagram, Videor, Navigering / länkar, Tjänster för tidsbokning, Evenemangskalendrar, Dokument (pdf, doc..) osv.

Mer info: [tillganglighetskrav.fi](http://tillganglighetskrav.fi)

## FÖRÄNDRINGS- OCH KRISKOMMUNIKATION

### 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. Den interna informationen blir speciellt viktig 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 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 beredskapsgruppen* 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 besluter om nya medlemmar i gruppen.

*Minneslista för kommunikation i en krissituation:*

- Snabbhet. Information bör gå ut innan rykten börjar spridas.
- Öppenhet. Man berättar allt man vet.
- 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.
- Medmänsklighet. 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 viktigaste kommunikationskanal. 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.

Ansvar för innehållet på 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 informatör 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 ger support till de infoansvariga vid behov. Utöver webbplatsen raseborg.fi har staden även andra sidor som t.ex. turismens sida visitraseborg.fi samt stadens händelsekalender evenemang.raseborg.fi.

Som publiceringsverktyg används Wordpress. Utbildningen i användningen av webbverktygen ordnas årligen och användarrättigheter beviljas av stadens informatör. Webbsidornas leverantör är JCO Digital, jco.fi, som ansvarar för servern och de tekniska lösningarna av webbplatsen. I adminpanelen i Wordpress finns en länk till videoinstruktioner om hur du uppdaterar webbsidan. Kontakta informatören om du behöver hjälp eller när du upptäcker tekniska problem.

Webbplatsen [www.raseborg.fi](http://www.raseborg.fi) /[www.raasepori.fi](http://www.raasepori.fi) är tvåspråkig, vilket innebär att den information som uppdateras på svenska eller finska bör översättas. Undantag är t.ex. skolornas hemsidor där information ges endast på skolans hemspråk. Som undantag har vi också invandrartjänsterna som informerar på sju språk. Längre texter och dokument som uppdateras till webbsidan rekommenderas att skickas via translatorerna för språkgranskning och översättning.

När det kommer till användningen av bilder och videoinspelningar på stadens webbplats eller andra materialutgivningar 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.

### **Info om stadens webcams**



Staden har 4 statiska webcams som visar live-bild på hemsidan från olika ställen i staden. Utöver det tar staden i bruk webcams till olika projekt vid behov. Karis och Hangö-kamerorna sköter Sydweb. Jussarö och Rådhusorget visas via en servertjänst hos Sydweb, men det är staden som äger kamerorna och står för alla eventuella kostnader för service etc. Projektkamerorna har hittills skötts av Multifoto. Kontakta informatören om du har frågor om stadens webcams.

## **Sociala medier**

Webbkommunikationen omfattar även sociala medier och stadens synlighet i dessa. Staden informerar parallellt via Facebook, Instagram och Twitter. Man bör ta i beaktan de olika kanalernas särdrag när man skapar innehållet. Staden har inte längre bloggar, men det är möjligt att göra olika inläggsflöden på stadens hemsida där man kan presentera nyheter och aktuell information.

## **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 mediauppstånd (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

kontakta dig bör du kunna förse motparten med korrekta uppgifter och inom en skäligen 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 [journalistiliitto.fi/sv](http://journalistiliitto.fi/sv).

I radio- och tv-intervjuer är det bra att vara koncisa 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 informatören med ett utkast. Ofta händer det att stadens informatör blir kontaktad av massmedierna om sådant som skickats till redaktionerna, och då är det viktigt att kunna ge närmare information. Stadens informatör 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.

*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 brevbotten
- 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 grafiskmanual. Genom att tillämpa stadens officiella logo och grafiska element enhetligt ger vi ett proffsigt intryck och omgivningen känner lättare igen oss.

I den grafiska manualen bestäms bl.a. stadens logo, typsnitt, färger samt användningen av dem. Typsnitten som skall användas i stadens kommunikation är Arial i kontorsprodukter och Priori Sans och Parasupreme på webbsidor och i tryckprodukter. Priori Sans typsnittet finns i de vanliga Adobe paketen men specialtypsnittet Parasupreme måste licenseras skilt via informatören. För Raseborgs stad har skapats en egen färgskala med färger som kan användas i material och produkter vi sammanställer. Den gröna färgen används till kungörelser, men annars är valet av färg fritt.

Raseborgs nya visuella linje introducerades 2019 och den grafiska manualen hittar du under W:\Alla anställda i Raseborg\NY VISUELL LINJE 2019

Den grafiska profilens manual presenteras närmare på stadens webbplats [raseborg.fi](http://raseborg.fi) > Beslutsfattande > Stadgor och instruktioner samt på intranätet

under Allmänt > Visuell linje. På intranätet kan man dessutom ladda ner alla logon. Det går bra att skicka manualen till stadens externa producenter, t.ex. till tidningar och tryckerier, då material produceras. Närmare information ges av stadens informatör, [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 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 från målgrupper och deras behov.

Utvecklingschefen beslutar i operativa ärenden som gäller marknadsföringen av staden samt PR- och informationsverksamheten. Årligen sammanställs en marknadsföringsplan. 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 turisttjänster 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.

### **Stadens marknadsföringsnätverk**

I staden finns en marknadsföringsgrupp, som består av representanter från stadens sektorer. Dessa sammankommer fyra gånger om året och planerar gemensamma marknadsföringsåtgärder som ska främja stadens anseende och attraktionskraft.

### **Marknadsföringsmaterial**

Varje enhet kan själv producera informations- och marknadsföringsmaterial som delas ut till kunder eller på mässor osv. Materialet skall följa stadens

grafiska profil. 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 via stadens ISSUU-konto och sedan länka broschyren till stadens hemsida. Kontakta informatören gällande ISSUU. När du planerar en ny broschyr eller vepa (rollupp) bör man kontakta stadens informatör som ger allmänna råd. Stadens har en bildbank som kan utnyttjas i materialproduktionen.

### **Presentationsmaterial**

Staden har nya powerpoint-botten som du kan använda som bas för din presentation. Du hittar powerpoint -mallen i mappen W:\Alla anställda i Raseborg\NY VISUELL LINJE 2019. När du gör en presentation i powerpoint, tänk på att hålla texterna korta och använda visuella element som stöder det budskap du vill ha fram. En slide skall inte vara en upprepning av allt det du säger, utan framhäva, visualisera eller understryka någon poäng ur ditt prat.

### **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. 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 informatören och turistbyrån som årligen deltar i mässor.

### **Marknadsföringsprylar och gåvor**

Stadens informatör ansvarar för inköp av allmänna marknadsföringsprylar och gåvor. Information om vad det finns för prylar hittar du på intranätet under Allmänt > Visuell linje > Marknadsföringsprylar. Stadens marknadsföringsprylar delas ut på stadskansliet. Du kan kontakta stadskansliet eller informatören om du har behov av prylar eller om du vill förhandsbeställa en större mängd. Märk att de flesta prylar har en leveranstid på 4 veckor från godkänt utkast. Från och

med 2019 faktureras alla marknadsprylar och gåvor internt enligt en intern prislista.

### **Place2go -skyltning**

År 2019 tog företaget Place2go i bruk de nya reklamplatserna i Ekenäs och Karis.

Det finns tre olika slags reklamplatser: Banderoller, aluminiumskyltar och digitala skyltar. De 30 banderollerna finns längs med huvudgatorna i Ekenäs och Karis. 20 aluminiumskyltar finns invid Raseborgsvägen i Ekenäs och Bangatan i Karis. De digitala skyltarna finns på Kungsgatan i Ekenäs och Köpmansgatan i Karis. Det finns 10 annonsplatser på de digitala skyltarna som alla syns 15 sekunder per visning.

Reklamplatser kan köpas av vem som helst och försäljningen och administreringen sköts av Place2go. Tack vare samarbetet med staden har föreningar i Raseborg möjlighet att köpa reklamplatser till subventionerat pris. Det finns sammanlagt 11 banderoller, 4 aluminiumskyltar och 4 digitala skyltplatser som är reserverade för föreningar. Även dessa reklamplatser bokas via Place2go.

Läs mer om reklamplatserna på Place2gos hemsida <https://raseborg.place2go.fi/din-synlighet>

### **Stadens Place2go -skyltar**

Utöver de allmänna reklamplatserna som Place2go säljer så har staden egna reklamplatser som är till för att marknadsföra **stadens verksamhet**. Stadens reklamplatser är:

- 1 digital skyltplats i Ekenäs
- 1 digital skyltplats i Karis
- 1 aluminiumskylt i Ekenäs
- 1 aluminiumskylt i Karis
- 4 banderollplatser

Stadens skyltar kan bokas via informatören som har en bokningskalender. Alla reklamplatser bokas på en gång och platserna bokas för 4 veckor i taget. Det finns med andra ord 12 lediga tider i året. Den som bokat en reklamtid ansvarar själv för att skapa materialet till reklamplatserna (se materialspecifikationen nedan) med hjälp av en grafiker. Även Place2go erbjuder grafiska tjänster vid behov. Använd alltid stadens visuella linje! Det färdiga materialet skickas till informatören senast 3 veckor före upphängning. Exakt deadline ges vid bokning.



Bokningsreglerna justeras enligt behov.

### **Materialspecifikation**

#### **Aluminiumskyltar**

3000x 2000mm

Färdigt material skall ha 10mm bleed och vara i cmyk och bilder i 300dpi

Skickas i pdf-format

#### **Banderoller**

500x2500mm

Färdigt material skall vara utan bleed, i cmyk och bilder 300 dpi

#### **Digitala skyltar**

1080 x 1920 px

Färdigt material skall vara utan bleed, i rgb och 72 dpi

Statiskbild eller max 30 sekunders video

Skickas som jpg eller mp4

### **Kungörelser och anställningsannonser**

Varje enhet ansvarar för innehållet i kungörelsen/anställningsannonsen och att texten görs på båda inhemska språken.

*Kungörelsematerialet till anslagstavlorna* skickas till e-postadressen [kungorelse@raseborg.fi](mailto:kungorelse@raseborg.fi). Officiella kungörelser publiceras på svenska och finska på stadens officiella anslagstavla. Enheterna ansvarar själva för insättningen av kungörelser i KommunOffice. *Kungörelsematerialet till tidningar* levereras till direkt till de förutbestämda tidningarna.

*Anställningsannonser* läggs in på Kuntarekry och annonsinnehållet skicks till informatören som publicerar materialet på sociala medier med en länk till ansökan på Kuntarekry. Personalsekreteraren hjälper med användningen av Kuntarekry programmet.

### **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 boplatser- eller företagsetableringsort). Den information som gruppen bidrar med ska kunna användas i marknadsföringssyftet 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 tydlig, tillräcklig och lätt att ta till sig. 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 arbetsvillkoren, rekreation och förmåner. Också information om beslut och arbetsfördelning hör till intern kommunikation!

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 i samarbete med personalsekreteraren 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 sektor-, avdelnings- eller 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 personalsekreteraren. Ytterligare har stadskansliet och ekonomiavdelningen uppdateringsrättigheter till intranätet. Det är viktigt att intranätet uppdateras kontinuerligt. 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**

IT sköter namnlapparna utanför dörrarna vid stadshuset och utrymmesförvaltningen sköter utvändiga skyltar på fastigheterna och invändiga skyltar i byggnaderna. Digitala infoskärmar (skyltar) i stadshuset sköts av IT.

Kontakta stadens informatör om stadens fordon saknar logon. Beställningshjälp ges vid behov.

## **NÄRMARE INFORMATION**

Denna kommunikationsplan har godkänts av Raseborgs stadsstyrelse. 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, informatören och din egen förman.

**Raseborgs stads information 2019**

**information@raseborg.fi**