



HANGON KAUPUNKI
HANGÖ STAD

Hangö stads kommunikationsstrategi

2016 - 20

Kommunikationsgruppen 4.3.2016

Ledningsgruppen 8.3.2016

Stadsstyrelsen 5.9.2016

Stadsfullmäktige 13.9.2016

Denna kommunikationsstrategi ersätter de av stadsstyrelsen 12.11.2012
godkända kommunikationsanvisningarna.



Innehållsförteckning		Sida
1. Kommunikationens syfte	3
2. Kommunikationens ändamål och målsättningar	3
3. Hur kommunikationen organiseras	3-4
4. Budskapen och budskapens stil	4
• Kärnbudskap		
• Stil		
5. Målgrupper för kommunikationen	4-5
• externa		
• interna		
6. Extern och intern kommunikation / kanaler	5-9
Extern kommunikation	5-7
• Mötesinformation		
• Direkta kontakter/kundservice		
• Invånarmöten		
• Möten med företagare och företag		
• Webbplats		
• Sociala medier		
• Medier		
• Tryckta publikationer		
• Mässor och reklam		
• Anslagstavlor		
• Rekryteringsannonser		
• Rättelser och genmälen		
Intern kommunikation	7-8
• Intranät		
• E-post		
Rätt kanal till rätt målgrupp	8-9
Kriskommunikation	9
7. Uppföljning av kommunikationen	9
8. Lagstiftning	9-10



Hangö stads kommunikationsstrategi 2016 –

Stadens vision: Hangö är en växande, dragkraftig havsnära stad i vilken det goda livet grundar sig på en fungerande vardag, trivsamt omgivning och livskraftig företagsverksamhet. Nya företag finns i branscher som främjar hållbar utveckling.

Visionen betonar det framtida Hangös förtroende för framtiden, mångsidiga dragningskraft, en trygg och smidig vardag samt en aktiv företagsamhet som blir mångsidig genom nya verksamhetsområden.

1. Kommunikationens syfte

Kommunikation är en viktig framgångsfaktor i stadens verksamhet. Kommunikationen ska vara en central strategisk del av all verksamhet och den ska genomföras **strukturerat och enhetligt i hela staden**. Genom kommunikation stöds förverkligandet av stadens strategi, stadens utveckling främjas och staden får ett positivt rykte, både lokalt, nationellt och internationellt.

Hangö stad informerar om stadens tjänster och verksamhet. Genom god kommunikation främjar vi invånarnas välmående och skapar förutsättningar för en öppen dialog samt möjligheter att påverka. Genom kommunikation marknadsför vi staden, upprätthåller medierelationer och skapar Hangös identitet. Kommunikationen bidrar till stadens attraktionskraft och skapar en positiv bild av staden.

Hangö stads kommunikation är **öppen, ansvarsfull, interaktiv, ärlig och tydlig**. Denna kommunikationsstrategi berör stadens alla anställda, sektorer och förtroendevalda.

2. Kommunikationens ändamål och målsättningar

- Informera om tjänster, verksamhet och beslut
- Öka möjligheterna till deltagande och påverkan
- Stöda de strategiska målen
- God kommunikation inom arbetsgemenskapen
- Ge en positiv bild av Hangö och öka stadens dragningskraft

3. Hur kommunikationen organiseras

Stadsfullmäktige fastställer kommunikationsstrategin. Stadsdirektören ansvarar för och leder hela stadens kommunikation och marknadsföring.

Hangö stads kommunikation är decentraliserad. Sektorcheferna och turistchefen ansvarar för sektorernas egen kommunikation. Stadsdirektören, kanslichefen och informatören bildar **stadens kommunikationsgrupp**, som koordinerar, utvecklar och förenhetligar stadens kommunikationsärenden samt ger instruktioner. Informatören stöder alla sektorers informationsarbete samt samarbetar med stadsdirektören och sektorcheferna.



Alla stadens anställda och förtroendevalda medverkar till hur staden uppfattas samt ansvarar för sin egen andel.

Enligt behov och möjlighet används externa professionella resurser, så som kommunikations-/reklambyråer och grafiker, i stadens kommunikation och marknadsföring.

På koncernnivå ansvarar dotterbolag och andra koncernbolag för sin egen kommunikation i samarbete med staden.

4. Budskapen och budskapens stil

Kärnbudskap

Stadens kärnbudskap formuleras utifrån stadens vision och strategi. Med hjälp av kärnbudskapen eftersträvar man att långsiktigt och strukturerat profilera Hangö. Tillsammans med den grafiska profilen bildar kärnbudskapen basen för grunddragen i Hangö stads kommunikation. Kärnbudskapen definieras enligt behov i samband med planering av marknadsföringen och kommunikationen.

Stil

- Visuell synlighet
 - ✓ I stadens kommunikation används en enhetlig grafisk profil. Staden har en egen grafisk manual.
- Språkdräkt
 - ✓ I stadens kommunikation används tydliga, goda och lättförståeliga texter med vars hjälp man också informerar om beslutens inverkan på invånarnas vardag.
- språk: finska, svenska
 - ✓ Stadens kommunikation är tvåspråkig, både finsk- och svenskspråkig. Alla föredragningslistor och protokoll samt promemorior, publikationer och broschyrer (inklusive nätpublikationer och sociala medier) av betydelse ska publiceras på bägge språken. Vid behov ges de också ut på andra språk.
 - ✓ Lättlästa alternativ (särskilda målgrupper, t.ex. synskadade och invandrare) beaktas enligt möjlighet.

5. Målgrupper för kommunikationen

- externa
 - ✓ kommuninvånare
 - ✓ samarbetspartner (myndigheter och övriga)
 - ✓ fritidsbosatta Hangöbor
 - ✓ lokala företag
 - ✓ potentiella företag och potentiella invånare
 - ✓ turister (turistbyråns kommunikationsstrategi)
 - ✓ media



- interna
 - ✓ personal
 - ✓ förtroendevalda

6. Extern och intern kommunikation/kanaler

Extern kommunikation

Till den externa kommunikationen hör utöver information och marknadsföringskommunikation också växelverkan med invånare, massmedier, samarbetspartner, företag och intressegrupper.

Mötesinformation

Stadsfullmäktiges, stadsstyrelsens samt nämndernas och direktionernas föredragningslistor distribueras i god tid före mötena till massmedierna och publiceras på stadens webbplats. Protokollen är offentliga så snart de lagts fram till påseende. Protokollen finns i allmänhet framlagda i sektorernas kanslier och på stadens webbplats. Protokollen finns på webbsidorna i ett års tid.

I första hand har förvaltningsorganets föredragande, förtroendeorganets ordförande och sektorchefen det formella ansvaret att informera om olika beslut efter ett möte. Mötets sekreterare kan också vid behov informera om mötets beslut.

Direkta kontakter/kundservice

Varje anställd och förtroendevald inom staden är en **kundbetjäna**re. En god kundbetjäning är en del av stadens kommunikation. De olika sektorernas kanslier och ämbetsverk betjänar kommuninvånarna och andra kunder under sina öppettider. Personalen håller sig à jour om sin egen sektors aktuella ärenden. Sektorerna informerar också informatören och stadens växel om de största, viktigaste och mest aktuella ärendena i sektorerna.

Invånarmöten

Två gånger om året ordnar staden s.k. **allmänna invånarmöten** där det informeras om aktuella ärenden. Vid behov arrangeras *särskilda temamöten för invånarna* kring något enskilt ärende (t.ex. planläggningsmöten).

I enlighet med stadens strategi arrangeras årliga informationsmöten för nya Hangöbor där man berättar om vilka tjänster stadens olika sektorer kan erbjuda.

Möten med företagare och företag

Representanter för staden och Hangö Industriförenings medlemsföretag träffas två gånger om året. Staden deltar också regelbundet i Hangö Företagares informationsträffar.

Därutöver arrangeras vid behov möten (också info- och utbildningstillfällen) med Juniorhandelskammaren samt enskilda aktörer, företag och/eller föreningar.



Webbplats

Webbplatsen (www.hanko.fi/sv) är en viktig del av stadens varumärke. På stadens webbsidor presenteras stadens alla tjänster och evenemang.

Sidorna underhålls decentraliserat. Varje sektor eller enhet har en egen webbansvarig som sköter om att de normala uppdateringarna av sektorns sidor utförs. Informationen på webbsidorna måste vara *aktuell* och gammal information ska avlägsnas utan dröjsmål. Varje sektors webbansvarige följer med och sköter om uppdateringarna på sina sidor. Utbildning för sektorernas webbansvariga ordnas vid behov.

Vid större uppdateringar eller publicering av nya helheter bör man kontakta stadens informatör som fungerar som webbredaktör och utvecklingsansvarig för webbplatsen.

Alla stadsfullmäktiges, stadsstyrelsens, nämndernas och förvaltningsorganens *föredragningslistor* och *protokoll* publiceras på stadens webbplats. Också alla **officiella kungörelser** publiceras på stadens webbplats.

Sociala medier

Sociala medier möjliggör interaktion mellan kommuninvånarna samt främjar stadens externa kommunikation och marknadsföring. Sociala medier används som kanal för att **informera, marknadsföra samt göra invånarna delaktiga och skapa en gemenskapskänsla i staden**. Sociala medier nyttjas också som kanal för att stöda rekrytering samt vid krishantering.

En *särskild manual för användning av sociala medier* har sammanställts för stadens personal och förtroendevalda. Hangö stads offentliga sida på Facebook öppnades i augusti 2016. Andra möjliga kanaler i sociala medier (bl.a. Twitter, Instagram, YouTube) tas i beaktande i kommunikationsplaneringen. Informatören upprätthåller stadens allmänna kanaler i sociala medier tillsammans med sektorernas ansvariga. Informatören ger användarrättigheter till sektorernas ansvariga. **Bloggar** används i stadens marknadsföring, exempelvis "Hemma i Hangö"-plattformen för bloggar på stadens webbsidor.

Medier

Massmedierna är viktiga samarbetspartner för staden. En stor del av informationen som rör Hangö stad förmedlas via medierna. Staden stöder aktivt och självständigt samarbetet med massmedierna.

Staden skickar ut pressmeddelanden och annan information samtidigt till alla lokalmedier. Informatören upprätthåller en distributionslista till de lokala massmedierna. Sektorerna upprätthåller egna distributionslistor till massmedierna inom den egna verksamhetsgrenen (t.ex. branschtidningar). Informatören och/eller sektorcheferna arrangerar vid behov presskonferenser. Presskonferenser ordnas vid betydelsefulla och uppseendeväckande ärenden. Tjänstemännen ger vid behov TV- och radiointervjuer.

Tryckta publikationer

Två gånger årligen publicerar staden ett *infoblad* där man informerar om aktuella ärenden och projekt och där man presenterar stadens tjänster för invånarna och de fritidsbosatta Hangöborna. Infobladet sammanställs av stadens informatör och distribueras till alla stadens hushåll.



Stadens drätselkontor publicerar årligen stadens budget och bokslut/balansräkning. Personalförvaltningen publicerar årligen en personalrapport. Andra sektorsvisa tryckta publikationer produceras enligt behov. En gång i månaden skickas ett "Välkommen som Hangöbo"-brev till nyinflyttade Hangöbor.

Mässor och reklam

Stadsdirektören leder stadens marknadsföring, vars förverkligande koordineras av informatören. I samband med den årliga budgeteringen skapas en marknadsföringsplan för följande år. I planen fastställs det kommande årets eventuella deltagande i mässor och vilka medier som ska användas för reklam (bl.a. tidningsannonser, TV- och radioreklam) med beaktande av stadens strategiska mål.

I anslutning till årsbudgeten skapas en kommunikations- och marknadsföringsplan i vilken man årligen definierar kommunikationens tyngdpunkter sektorsvis samt definierar kommunikationskanaler, tidtabeller och ansvarsfördelning.

Anslagstavlor

Stadens officiella annonser och kungörelser sätts upp på stadens officiella anslagstavla i stadsbiblioteket.

Rekryteringsannonser

Stadens lediga arbetsplatser publiceras elektroniskt på Kuntarekrys webbplats (kuntarekry.fi), på stadens webbplats (http://hanko.fi/sv/aktuellt/lediga_arbetsplatser) samt på Arbetskraftsbyråns webbplats (te-tjanster.fi). Därutöver annonseras vid behov i utvalda massmedier enligt bransch, i lokalmedierna och i eventuella övriga rekryteringskanaler.

Rättelser och genmälen

Om massmedierna publicerar felaktig eller vilseledande information med betydelse för stadens verksamhet korrigeras felet genast genom att en rättelse skickas. Massmedierna är enligt lagen skyldiga att rätta publicerad information som är felaktig. Rättelserna skrivs av den sektor under vilken ärendet hör.

Med ett genmäle kan man vid behov försvara sig mot orimlig eller osaklig personlig kritik. Rätt till genmäle har den mot vilken ett påstående riktas.

Intern kommunikation

En öppen intern kommunikation är grunden för en fungerande extern kommunikation. En fungerande intern kommunikation är viktig för välmåendet i arbetsgemenskapen och för en fungerande förvaltning. Personalen ska delges information om ärenden som berör dem innan informationen ges ut externt. Till målgruppen för intern kommunikation hör stadens hela personal och alla förtroendevalda. Stadens alla anställda ska delta i den interna kommunikationen.

Huvudansvaret för en fungerande intern kommunikation ligger på sektorcheferna, enhetscheferna och förmännen. Stadens informatör skickar ut information om gemensamma ärenden via intranätet och per e-post.



För personalen ordnas också flera gånger om året informationsmöten, där personalen får information om aktuella ärenden (bl.a. budget, bokslut och personalfrågor). Därutöver är det bra om varje anställd följer med beslutsfattandet inom sin egen enhet.

Som verktyg för den interna kommunikationen används intranät, e-post, personalinfo, arbetsplatsmöten, cirkulär, sektorernas egna anslagstavlor, utvecklingssamtal, informationsmöten samt promemorior och meddelanden.

Intranät

Intranätet är Hangö stads interna informationsverktyg. Intranätet används av de anställda via den egna datorn eller via en dator som finns inom stadens nät. Var och en som använder en dator är *förpliktad att regelbundet läsa meddelanden på intranätet*. För anställda som inte har en egen dator tryggas tillgången till intranätet genom de gemensamma datorerna. Stadens informatör och särskilt utsedda personer bär det huvudsakliga ansvaret för att uppdatera intranätet.

E-post

E-post är ett kommunikationsverktyg som används för både intern och extern kommunikation. I e-postmeddelandena beaktas brevhemlighet, integritetsskydd, god förvaltningssed och hövlighet. Konfidentiella dokument och information sänds via s.k. krypterad e-post.

I både extern och intern kommunikation bör man reagera på och besvara e-post inom en rimlig tid, helst inom ett dygn. Vid längre frånvaro (t.ex. semester) bör autosvar användas.

E-postens avsändare är alltid ansvarig för att ett meddelande når fram och är läsbart. Stadens anställda använder i all extern e-postkommunikation en förenhetligad signatur.

Staden har skilda regler för användande av e-post och internetanslutningar, sammanställda av informationsförvaltningen. Förmännen ser till att meddelanden sända per e-post som rör hela personalen också når fram till de anställda som inte har egen e-post.

Rätt kanal till rätt målgrupp

Externa målgrupper	Kanaler
Kommuninvånare	direktkontakt, mötesinformation, webbplats, infoblad, invånarmöten, lokalmedier, sociala medier
Fritidsbosatta hangöbor	direktkontakt, webbplats, infoblad, invånarmöten, sociala medier, medier, föreningen Kesähankolaiset ry
Företag i Hangö	direktkontakt, mötesinformation, webbplats, företagsträffar, sociala medier, Hangö Företagare, Hangö Industriförening, Västra Nylands Handelskammare, Juniorhandelskammaren
Samarbetspartner	direktkontakt, webbplats, företagsträffar
Potentiella företag/invånare	webbplats, marknadsföringsmaterial, mässor, reklam, kundträffar, sociala medier, medier, Novago Företagsutveckling Ab
Turister	webbplats, sociala medier, enligt turistbyråns strategi
Media	pressmeddelanden, -konferenser, intervjuer, sociala medier



Interna målgrupper	Kanaler
Personal	intranät, e-post, personalinfo, cirkulär, avdelningsmöten, utvecklingsamtal
Förtroendevalda	mötesinformation (föredragningslistor, protokoll), webbplats, e-post, möten, invånarmöten

Kriskommunikation

Krissituationer och undantagstillstånd förutsätter en effektivare kommunikation. För sådana situationer utarbetas en **separat kriskommunikationsmanual**. Hangö stad har en skild organisation för undantagsförhållanden, ledd av stadsdirektören.

7. Uppföljning av kommunikationen

God kommunikation förutsätter en fortlöpande uppföljning och utveckling. Staden utvecklar sin kommunikation genom att göra det externa och interna kommunikationssamarbetet effektivare och genom att förbättra kommunikationsfärdigheterna. Varje person som sprider information och varje skapare/avsändare av ett meddelande följer upp att meddelandet nått fram och att informationen är korrekt i medierna.

Medier och sociala medier följs därutöver upp med hjälp av ett **medieuppföljningsverktyg**. Verktöget följer, rapporterar om och analyserar tusentals källor. Med hjälp av uppföljningen håller man sig à jour med vad som sägs, skrivs och informeras om staden och stadens verksamhet. Uppföljningsverktyget gör det möjligt att snabbt reagera på aktuella frågor.

Invånarnas och kundernas **respons** är också en del av kommunikationsuppföljningen. Feedback kan lämnas personligen direkt till stadens anställda (telefon, brev, e-post), via responssystemet på stadens webbplats och/eller på sociala medier. Responserna avhandlas regelbundet i ledningsgruppen och på de olika sektorernas avdelningsmöten. Feedback kan också samlas in via invånar-/personalenkäter. Staden använder Webropol-systemet för att skapa elektroniska enkät.

8. Lagstiftning

Kommunernas informationsplikt grundar sig på kommunallagen. Information ska ges både om ärenden som är under arbete och om fattade beslut. Kommunen ska informera invånarna om ärenden som är anhängiga i kommunen, planer som gäller sådana, behandlingen av dessa ärenden samt om hur de avgjorts och deras effekter (Kommunallagen § 29).



Vid behov ska kommunen skapa översikter över bland annat kommunens tjänster, kommunens ekonomi, naturskydd och markanvändning. Om skötseln av någon av kommunens uppgifter överlåts till ett samfund eller en stiftelse måste kommunen informera också om dess verksamhet på lämpliga sätt.

I lagen om offentlighet i myndigheternas verksamhet finns bestämmelser om stadens handlingars offentlighet.