

# IMATRA-KONSERNIN **VIESTINTÄOHJEET**

2019



**IMATRA**

# Imatra-konsernin viestintäohjeet

## Sisällys

Sivu	<b>Viestintäohjelma</b>
3	Viestinnän periaatteet
4	Viestinnän vastuut
5	<b>Viestinnän tyylikirja</b>
6	Ulkoinen viestintä
7	Sähköiset viestintäkanavat
8	Sovellusten pääperiaatteet
8	Sosiaalisen median kanavat ja viestinnälliset mobiilisovellukset
9	Ohjeita sosiaalisen median tekijälle
10	Yksityishenkilönä somessa
11	Vihapuheen kohtaaminen
12	Tiedotteen latiminen
13	Infotilaisuuden järjestäminen
13	Viestintäsuunnitelma
14	Päätösviestintä
15	Asukaslehti
16	Konserniohje
18	Kansainvälinen viestintä
19	Sidosryhmäviestintä
20	Sisäinen viestintä
21	Kielioppiohje
22	Puheviestintä
23	Lahjatavarat
24	Kriisiviestintä

## Graafiset ohjeet

[www.imatra.fi/intra/sivut/graafinen-ohje](http://www.imatra.fi/intra/sivut/graafinen-ohje)

## Brändikirja

[www.imatra.fi/intra/sivut/br%C3%A4ndiasiakirja](http://www.imatra.fi/intra/sivut/br%C3%A4ndiasiakirja)

# Viestinnän periaatteet

- Imatran viestintä pohjautuu kaupungin strategiaan: [www.imatra.fi/hallinto/strategia](http://www.imatra.fi/hallinto/strategia)
- Tuomme aktiivisesti esille elinvoimaa, hyvinvoinnin edistämistä ja uusia toimintatapoja.
- Kaupungin brändin mukaisesti olemme myös viestinnässä ketteriä: Viestintä korostaa kaupungin erityislaatuista. Viestintä on aktiivinen kokeilukulttuurin harjoittaja, haemme uusia tapoja viestiä. Emme jämähdä paikalleen.
- Viestinnän tulee olla avointa, vuorovaikutuksellista ja osallistavaa ja Imatra-henkeä nostattavaa.
- Viestintä on tavoitteellista ja mitattavaa.
- Sisäinen viestintä on aktiivista.
- Viestintäohjelma sitoo kaikkea viestintää. Myös tytäryhtiöt noudattavat soveltuvin osin viestintäohjelmaa ja sen ohessa olevaa tyylikirjaa.
- Kestävä kehitys on osa kaupungin viestinnän toimintatapaa.



## Viestinnän vastuut

- Kaupungin viestintä pohjautuu kuntalakiin ja avoimuuden korostamiseen (Kuntalaki § 29).
- Imatran kaupunkikonsernin viestintää johtaa kaupungin-hallitus. Imatran kaupungin hallintosäännön 16 §:n kohta 20.
- Operatiivisella tasolla päävastuu kaupungin viestinnästä on kaupunginjohtajilla ja viestintäjohtajalla.
- Vastuualuejohtajat ja toimitusjohtajat ovat vastuussa oman vastuualueensa operatiivisesta viestinnästä ja sen sisällöistä normaalioloissa.
- Kaiken viestinnän on noudatettava kaupungin viestintä-ohjelmaa ja ylintä viestintävastuuta kantavien antamia ohjeita. Poikkeusoloissa viestintävastuut on määritetty erikseen (ks. kriisiviestintäohje).
- Konsernipalveluissa on viestintätiimi, jota johtaa viestintä-johtaja.
- Viestintätiimi vastaa kaupungin viestinnän ohjeistuksesta ja toteutuksesta yhdessä vastuualueiden kanssa.
- Markkinoinnista vastaa Imatra Base Camp Oy ylintä markkinointivastuuta kantavien tahojen ohjeita noudattaen (kaupunginhallitus ja kaupunginjohtajat).
- Kaupunkikonsernin yhtiöt noudattavat kaupungin viestintäohjeita, poikkeuksena osakeyhtiölain piirissä olevat salassa pidettävät asiat. Konserniohje: [www.imatra.fi/sites/default/files/atoms/files/imatran\\_kaupungin\\_konserniohje.pdf](http://www.imatra.fi/sites/default/files/atoms/files/imatran_kaupungin_konserniohje.pdf)
- Merkittävistä hankkeista tai muutoksista on tehtävä viestintäsuunnitelmat, joissa määritellään vastuut erikseen.

## Viestinnän tyylikirja

Viestinnän tyylikirja on käytännön opas arjen viestintään sisältäen ohjeita ja hyviä käytänteitä. Tyylikirjaa päivitetään aktiivisesti.

## Lainsäädäntö

### KUNTALAKI § 29 VIESTINTÄ.

*"Kunnan toiminnasta on tiedotettava asukkaille, palvelujen käyttäjille, järjestöille ja muille yhteisöille. Kunnan tulee antaa riittävästi tietoja kunnan järjestämistä palveluista, taloudesta, kunnassa valmistelussa olevista asioista, niitä koskevista suunnitelmista, asioiden käsittelystä, tehdyistä päätöksistä ja päätösten vaikutuksista. Kunnan on tiedotettava, millä tavoin päätösten valmisteluun voi osallistua ja vaikuttaa.*

*Kunnan on huolehdittava, että toimielinten käsittelyyn tulevien asioiden valmistelusta annetaan esityslistan valmistuttua yleisen tiedonsaannin kannalta tarpeellisia tietoja yleisessä tietoverkossa.*

*Kunnan on verkkoviestinnässään huolehdittava, että salassa pidettäviä tietoja ei viedä yleiseen tietoverkkoon ja että yksityisyyden suoja henkilötietojen käsittelyssä toteutuu.*

*Viestinnässä on käytettävä selkeää ja ymmärrettävää kieltä ja otettava huomioon kunnan eri asukasryhmien tarpeet."*

Imatralaisille korostamme kuntalain hengen mukaisesti viestinnässä avoimuutta ja vuorovaikutusta.

Keskeinen viestinnän kanavamme on kaupungin verkkosivut [imatra.fi](http://imatra.fi).

Kuntalain säätelemä viestintävelvollisuus: [www.kuntaliitto.fi/sites/default/files/media/file/viestinta-opas\\_ebook\\_o.pdf](http://www.kuntaliitto.fi/sites/default/files/media/file/viestinta-opas_ebook_o.pdf) kattaa kunnan kaiken toiminnan riippumatta siitä, miten toiminta on organisoitu.



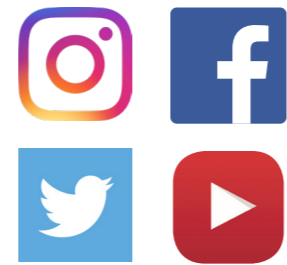
# Ulkoisen viestintä

Pääviestintäkanavamme on kaupungin verkkosivut (imatra.fi). Viestintää teemme myös sosiaalisessa mediassa, erilaisissa sovelluksissa, tapahtumissa ja asukaslehdessä. Tärkeitä yhteistyökumppaneitamme ovat tiedotusvälineet.

## Imatra verkossa

Tavoitteemme verkossa ovat:

- Tiedottaminen ja tiedonjako
- Vuorovaikutuksen edistäminen kaupunkilaisten ja muiden kohderyhmien kanssa
- Palautteen kerääminen & kansalaismielipiteiden luotaaminen
- Maineen ja kaupunkikuvan edistäminen
- Luoda myönteistä Imatra-kuvaa
- Osallisuuden ja yhteisöllisyyden edistäminen, luottamuksen lisääminen
- Läpinäkyvyyden ja avoimuuden tukeminen
- Asiakaspalvelu & neuvonta
- Markkinointi (tapahtumat ym.)
- Kriisi- ja poikkeusolosuhteissa viestiminen
- Toimiminen porttina esim. yhteistyökumppaneiden verkkosivuille, kyselyihin, sähköiseen asiointiin.



# Sähköiset viestintäkanavat & roolit



# Kaupungin verkkopalvelun, sosiaalisen median ja sovellusten pääperiaatteet

Pääviestintäkanava on kaupungin verkkosivusto, imatra.fi.

- Sosiaalinen media (some) on kaupungin viestien jakelukanava ja vuorovaikutuksen väline sekä maineen ylläpitäjä.
- Verkon ja sosiaalisen median viestinnän ja sen koordinoinnin vastuuhenkilönä toimii kaupungin viestintäjohtaja. Verkkosivujen ilmeen ja somen profiilin muutoksista on keskusteltava aina ensin viestintäjohtajan kanssa.

- Imatran kaupungin asioista tiedotetaan ensin virallisen viestintäkanavan, verkkosivujen, kautta. Tiedotteesta lähetetään lyhyt viesti ja linkitys medialle.
- Virallisen tiedottamisen jälkeen asia voidaan lyhyesti tuoda esiin myös sosiaalisen median palveluissa ja ohjata käyttäjät linkin kautta virallisen tiedotteen pariin.
- Sosiaalisessa mediassa asiaa ei voi laittaa vireille, mutta sinne saapuneisiin viesteihin vastataan.

## Sosiaalisen median kanavat ja viestinnälliset mobiilisovellukset

- Pyrimme viestimään yhtenäisesti sosiaalisen median kanavilla sen sijaan että perustaisimme uusia, omia kanavia.
- Eri kanavat palvelevat eri kohderyhmiä. Palvelua tarjoava erillinen yksikkö ei ole peruste omalle verkkopalvelulle, sosiaalisen median kanavalle tai mobiilisovellukselle.
- Jos halutaan perustaa uusi sähköinen palvelu, sillä täytyy olla tavoite

- ja viestintäjohtajan kanssa yhteistyössä laadittu käyttösuunnitelma.
- Sosiaalisen median kanavalla on riittävästi sisältöä ja päivittäminen hoidetaan katkeamatta myös lomien aikana.
- Vastuuhenkilöiden on sitouduttava aktiiviseen vuorovaikutukseen ja nopeaan reagointiin. Palautteeseen on vastattava mielellään saman työpäivän sisällä palautteen saamisesta (ketteryys).

Pääviestintäkanava on imatra.fi

## Ohjeita sosiaalisen median tekijälle

- Pyri lyhyeen ja tiiviiseen ilmaisuun yksinkertaisin virkkein: hyvä, suositeltu pituus 1-3 virkettä ja yksi asia/päivitys.
- Kirjoita yleiskielisesti, selkeästi ja ymmärrettävästi - vältä kapula- ja virkamieskieltä sekä erikoissanastoa.
- Keskustele ja viesti rennosti ja tuttavallisesti: puhu ihmiselle.
- Ole positiivinen!
- Liitä tekstin ohheen linkki, joka ohjaa käyttäjät laajemman tiedon lähteelle. Mieluiten omille verkkosivuille.
- Varmista tiedon oikeellisuus ennen julkaisemista. Tehdessäsi virheen, korjaa se avoimesti.
- Muista yksityisyydensuoja, tekijänoikeudet (erityisesti kuvat) ja sähköisen viestinnän tietosuojalaki.
- Poista asiattomat sisällöt, kuten herjaukset ja rasistiset sekä muulla tavoin loukkaavat ja laittomat viestit ja sisällöt.
- Julkaise ja viesti aktiivisesti.
- Ole avoin, vuorovaikutteinen ja huomioi käyttäjät. Vastaa käyttäjien kysymyksiin ja vastausta edellyttäviin kommentteihin mahdollisimman nopeasti.
- Jos et tiedä vastausta kysymykseen, myönnä asia avoimesti ja kerro, että selvität asiaa.
- Älä provosoidu kritiikistä, vaan vastaa aina ystävällisesti ja rakentavasti.
- Älä suoraan kopioi/jaa Imatra-fi-sivujen uutista kuin poikkeustapauksessa. Vaihda kuva ja muokkaa tekstiä. Muuten sama uutinen on kahtena kappaleena kaupungin verkkosivujen uutisikkunassa.
- Viestiessäsi edustat Imatran kaupunkia. Viestisi käsitetään koko kaupungin virallisena kannanottona. Harkitse siis mitä sanot.



[facebook.com/imatrankaupunki](https://facebook.com/imatrankaupunki)  
[twitter.com/imatrankaupunki](https://twitter.com/imatrankaupunki)  
[instagram.com/imatrankaupunki](https://instagram.com/imatrankaupunki)  
[youtube.com/imatrankaupunki](https://youtube.com/imatrankaupunki)



# Yksityishenkilönä somessa -periaatteet

- Imatran kaupunki kannustaa työntekijöitään ja luottamushenkilöitään käyttämään ja kokeilemaan sosiaalisen median palveluita omalla vapaa-ajallaan eli yksityisroolissa.
- Jokaisella on sananvapaus (Perustuslain 12 §:n 1 momentti).
- Virkasuhteessa työskentelevillä sananvapauden käyttämiseen vaikuttaa virkamieslainsäädännössä säännelty asiallisuusva-

timus, kun taas työsuhteessa olevia koskeva lojaliteettivelvoite saa perustansa työoikeudellisesta sääntelystä (Työsopi-mustlain 3 luvun 1 §:n 2. virke). Aiheesta enemmän: <https://www.kuntaliitto.fi/ajankohtaista/2016/viranhaltijan-sananvapauteen-voimaan-puuttua-ainoastaan-laissa-saadetylla>

- Myös salassapitovelvollisuutta on aina noudatettava.

# Vihapuheen kohtaaminen

**VIESTINNÄN** siirtyessä yhä enemmän verkkoon ja sosiaaliseen mediaan on kaupunkikonsernin työntekijöillä riski saada osakseen vihapuhetta. Verkossa työskentelevät voivat kohdata someraivoa, asiattomia kommentteja ja halveksuntaa. Myös väkivallan uhkaa ja erilaisia aggressioita voi liittyvä saatuun palautteeseen.

Näihin kannattaa varautua jo ennakolta. Vihapuheesta täytyy aina ilmoittaa eteenpäin, sen kanssa ei saa jäädä yksin.

Ohessa ohjeita, miten toimia kun joudut verkkovihan kohteeksi.

## Työnantaja

- Huolehdi siitä, että työntekijä ei jää yksin, jos hän on kohdannut vihapuhetta. Kuuntele, ole läsnä ja pyydä tarvittaessa apua. Neuvoja voit kysyä konsernin lakimieheltä, viestintätiimistä tai tarvittaessa työterveyshuollosta.
- Huomioithan, että työnantajalla on vastuu ehkäistä ja vähentää kuormitustekijöiden aiheuttamaa haittaa työntekijöiden terveydelle. Keskeinen väline on työn vaarojen selvittäminen ja arviointi. Myös sosiaalisen median kautta tapahtuva häirintä on kuormitustekijä.



**Someturva.fi** on kaikille ilmainen palvelu, joka tarjoaa asiantuntevaa oikeusapua sosiaalisessa mediassa kohdatun kiusaamisen, häirinnän ja uhkailun sattuessa.

## Jos kohtaat verkkovihaa

- Älä jää yksin. Ota aina yhteys esihenkilösi, jos joudut vihapuheen kohteeksi. Tarvittaessa voit kysyä neuvoja myös konsernin lakimieheltä tai viestintätiimiltä. Myös työterveyshuolto tukee henkisen kuormituksen osalta.
- Jos hyökkäys uhkaa sinun tai läheistesi henkeä, terveyttä tai kotirauhaa, ota yhteys poliisiin.
- Älä poista mitään viestejä. Jos poistat häiritsijäsi viestejä, sinulla ei myöskään ole todistusaineistoa.
- Jos epäilet identiteettivarkautta tai tilisi kaappamista, vaihda salasana, ja siihen liittyvät henkilö-

kohtaiset tiedot. Kirjaa ylös tilanne (aika, olosuhteet, miten väärinkäytös ilmenee, ruudunkaappaus) ja ota tarvittaessa yhteys kyseisen verkkopalvelun ylläpitoon, varsinkin jos väärinkäytökset jatkuvat. Jos epäilet rikosta, ota yhteys poliisiin ja tee rikosilmoitus.

- Ota jo etukäteen selvää tärkeimmistä yksityisyysasetuksista somessa sekä käyttäjien estämiseen liittyvät toiminnot. Käyttäjä voi suojautua asiattomalta sisällöltä myös estämällä yksittäisiä käyttäjiä ottamasta häneen yhteyttä ja näkemästä hänen päivityksiään. Tiettyjen käyttäjien tuottamat tai jakamat sisällöt voi myös piilottaa.



# Tiedotteen laatiminen

## Näin laadit tiedotteen:

### Otsikko

Napakka, ytimekäs otsikko pakottaa lukemaan. Älä saivartele otsikossa ympäröityä. Sano heti suoraan.

- Pysy aina faktoissa: älä liioittele tai väritä totuutta.
- Verbi luo dynamiikkaa otsikossa

### Uutinen kärkeen

Tiedotteessa on oltava uutinen, joka kerrotaan heti alussa.

### Käytä selkeää kieltä

- Kirjoita tiedotteesi niin että tekstin voi julkaista vaikka sellaisenaan. Suosi juttumuotoisia tiedotteita.
- Käytä selkeää kieltä. Ole konkreettinen. Vältä passiivia ja asian verhoilua monimutkaisiin ja pitkiin lauseisiin. Käytä napakoita sitaatteja.
- Käytä lyhyitä lauseita ja kappaleita.
- Jos mahdollista, pyydä asiantuntijalta sitaatti.
- Tarkista aina tekstin kieliasu ja faktat.

### Älä unohda visuaalisuutta

- Käytä kuvia, pelkkä logo ja teksti eivät yksin nosta tiedotetta huomion kohteeksi. Kuva tai grafiikka tukevat viestiä.
- Valitse kuva, joka tuo tiedotteen lisäarvoa.
- Varmista, että kuvasi on painokelpoinen ja sinulla on oikeus levittää sitä. Kuva jää elämään omaa elämäänsä. Varmista, että kuvasi nimi ja saatetiedot ovat asialliset.

### Hoida työ loppuun asti tyyllillä

Muista lisätiedot.

- Nimi, titteli, sähköposti ja puhelinnumero.

*Esimerkki:*

*Asiantuntija Maija Möttönen, maija.mottonen@imatra.fi, p. 020 617000.*

- Varmista, että yhteyshenkilö on aidosti tavoitettavissa sovittun ajan.

**Pysy aina faktoissa!**

### Hyvä tiedote

- Vastaa kysymyksiin mitä, missä, milloin, miksi ja kuka.
- Alkaa ytimekkäällä pääotsikolla ja (tarvittaessa) selittävällä ingressillä. Otsikko kertoo olennaisen tiedotetavasta asiasta ja herättää mielenkiinnon.
- Tärkein asia ensimmäiseksi ja taustatiedot vasta tiedotteen loppuun.
- Kirjoitetaan selkeällä kielellä uutista muistuttavaan muotoon.
- Sisältää kommentin joltain asianosaiselta.
- Sisältää aina lisätietojen antajan nimen ja hänen yhteystietonsa. HUOM! Lisätietojen antajan tulee olla tavoitettavissa, kun tiedote lähtee.
- On tiivis ja asiallinen, tulostettuna korkeintaan 1 A4 -sivu.
- Sisältää asiaan liittyvän kuvan.

# Infotilaisuuden järjestäminen

## Infokutsuvinkkejä

- Napakka otsikko kertoo, mistä on kyse
- Tilaisuuden aika ja paikka
- Ketkä ovat paikalla
- Tilaisuuden aihe lyhyesti otsikon lisäksi
- Lähetetään sähköpostilla, teksti sähköpostin tekstikenttään, ei liitetiedostoksi.
- Allekirjoitus ja yhteystiedot
- Lisätietojen antaja tilaisuuden järjestämisestä (jos eri kuin allekirjoittaja)

## Infotilaisuus

- Järjestetään vain merkittävästä ja erityistä mielenkiintoa herättävästä asiasta/ tapahtumasta.
- Äkillisissä ja poikkeuksellisissa tilanteissa
- Paikalla asianomaiset ja lisätietojen antajat.
- Kutsut lähetetään noin viikkoa aikaisemmin, äkillisissä tilanteissa vähintään tuntia ennen. Muistutuksen voi lähettää edeltävänä päivänä.
- Tilaisuuden jälkeen julkaistaan tiedote, joka julkaistaan kaupungin verkkosivuilla ja sosiaalisessa mediassa ja lähetetään tiedoksi myös niille medioille, jotka eivät ole päässeet paikalle.

# Viestintäsuunnitelma Milloin suunnitelma on tarpeen?

## Milloin suunnitelma on tarpeen?

- Viestintäsuunnitelma tehdään aina asioista, jotka ovat vaikutuksiltaan merkittäviä ja/tai kestoaltaan pitkiä.
- Tarpeen aina kriiseissä (heti, kun nopeutta vaativa ensitiedotus on hoidettu) ja jälkihoidossa sekä erilaisissa projektihankkeissa. Projekteissa viestintäsuunnitelma on hyvä koordinaattorin työkalu.

## Millainen on hyvä viestintäsuunnitelma

- Hyvässä viestintäsuunnitelmassa toimenpiteet ovat realistisesti toteutettavissa, ja ne määritellään tavoitteiden ja kohderyhmien mukaan. (Määritä mitä & kenelle)
- Vastaa myös kysymyksiin: miksi, milloin, kuka & ketä.
- Sisältää konkreettisia tehtäviä, työlisan.

## Seuranta

- Viestintäsuunnitelma ei ole staattinen. Sitä pitää päivittää ja seurata sovittujen asioiden toteutumista.
- Jonkun pitää kantaa vastuu tästä seurannasta sekä palautteen annosta.

## Hyvän viestintäsuunnitelman osat

- Viestinnän tavoitteet: mihin pyritään
- Kohderyhmät: kenelle viestitään
- Viestintäkanavat: printti, verkko, some, sisäinen viestintäkanava
- Aikataulut, vastuuhenkilöt ja kustannukset
- Viestinnän tulosten arviointi - seuranta

# Päätösviestintä ja kuulutukset

Kuulutukset näkyvät  
[www.imatra.fi/  
kuulutukset](http://www.imatra.fi/kuulutukset)

## Kuulutukset ja kunnalliset ilmoitukset

Kuulutus on virallinen menettely, jonkin tiedon antamiseksi yleisölle tai niille ihmisille, joiden elämään se saattaa vaikuttaa. Lain mukaan kuulutettavat asiat tulee julkaista kunnan verkkosivulla vähintään 14 päivää tai kuulutuksessa mainittuun kokouksen tai toimituksen järjestämispäivään saakka.

### Kaupungilla kuulutettavia asioita ovat esimerkiksi:

- Viranhaltijapäätökset
- Kaupunginvaltuuston kokouksista ilmoittaminen
- Myönnettyt luvat, esimerkiksi tupakan myyntiin tai maa-ainesten ottamiseen
- Tehdyt ilmoitukset esimerkiksi melusta tai rakentamisesta
- Katusuunnitelmat
- Vireille tulevat kaavat
- Kaavapäätösten ilmoittaminen

## Päätöksenteko

Kuntalaki velvoittaa kuntaa tiedottamaan valmistelussa olevista asioista sekä siitä, millä tavoin kuntalaiset voivat osallistua päätöksen valmisteluun. Vuorovaikutus alkaa jo ideoiden esittämisestä ja vastaanottamisesta.

## Kunnalliset ilmoitukset

Kun kaupunki katsoo tarpeelliseksi, asiasta voidaan tehdä myös kunnallinen ilmoitus kaupungin kilpailuttamassa ilmoituslehdessä. Lehti-ilmoitus ei ole missään tapauksessa pakollinen, vaan se perustuu tarveharkintaan.

Imatran kaupunki on kilpailuttanut kunnalliset ilmoitukset. Ohjeet ilmoituksen jättämiseen ovat intranetissä.

Kunnallinen ilmoitus on virallinen tiedoksianto esimerkiksi kaavan nähtävillä olosta tai valtuuston kokouksen ajankohdasta. Tapahtuma- tai työpaikkailmoitus ei ole kunnallinen ilmoitus.

Toimielinten päätökset ovat nähtävillä verkkosivuilla osoitteessa [www.imatra.fi/paatokseteko](http://www.imatra.fi/paatokseteko)

## Mitä hyötyä on varhaisesta julkisuudesta?

- Kuntalainen saa tietoa ja voi vaikuttaa.
- Valmistelija saa uusia ideoita ja näkökulmia.
- Henkilöstö hahmottaa kunnan tilanteen kokonaisuuden.
- Luottamushenkilö saa monipuolista informaatiota ennen päätöksentekoa.
- Kunta on aktiivinen toimija yhteiskunnassa.
- Sidosryhmät pystyvät suunnittelemaan omaa toimintaansa.

# Asukaslehti

**JULKAISEMME** kaksi kertaa vuodessa jokaiseen talouteen jaettavaa Imatran asukaslehteä.

Asukaslehdessä kerrotaan yleisistä ja toimialakohtaisista ajankohdaisista asioista ja kerrotaan kaupungin tapahtumista. Asukaslehti julkaistaan myös näköisversiona kaupungin kotisivuilla.

Asukaslehden tavoitteena on nostaa esille kaupungin ja asukkaiden

näkökulmasta tärkeitä asioita, kertoa kaupungin palveluista ja erityisesti asukkaita kiinnostavista valmisteilla olevista asioista ja niiden taustoista.

Asukaslehden päätoimittaja on kaupunginjohtaja. Lehden tuotantovastuu on kaupungin viestintätiimillä. Kaikki vastuualueet auttavat lehden teossa.





# Konserniohje yhtiöiden viestinnästä

## Viestintäohjelma ja konserniohje

- Konsernin tytäryhtiöiden tiedottamisessa noudatetaan Imatran kaupunkikonsernin viestintäohjelmaa ja toimintamallia sekä konsernipalvelujen antamia linjauksia. Yhtiöt sitoutuvat näin noudattamaan kaupungin viestintäohjelman periaatteita sikäli, kun ne eivät ole ristiriidassa osakeyhtiölain kanssa.
- Lähtökohtana Imatran kaupunkikonsernin yhtiöissä on aktiivinen ja tehokas viestintä.
- Konserniohjeilla voidaan asettaa velvoitteita konserniyhtiöille kaupungin asukkaiden mahdollisimman laajan tietojensaantioikeuden turvaamiseksi konserniyhteisöjen toiminnasta.
- Viestinnän näkökulmasta konsernin kokonaisuus edellyttää, että kaupunkikonsernin yhtiöiden toiminta ja toiminnasta viestiminen ovat linjassa kaupungin strategiatavoitteiden kanssa.

- Viestintäohjelma kattaa koko kaupunkikonsernin lukuun ottamatta niitä tytäryhtiöiden asioita, jotka ovat lain perusteella salassa pidettäviä (mm. liikesalaisuudet, henkilötiedot).

## Julkisuuskynnys on erilainen eri yhtiöillä

- Tiukin seula julkaistaville asioille on strategisilla yhtiöillä.
- Operatiivisilla yhtiöillä asiat enemmän julkisia.
- Emme julkista sellaista aineistoa, josta on liiketaloudellisesti haittaa meille tai yhteistyökumppaneillemme.
- Salassapidolle on oltava selkeät perusteet. Ei jätetä asioita salaisiksi, jos se ei ole tarpeellista.
- Luottamushenkilöiden tiedoksisaantioikeus määritellään konserniohjeessa.

## Toimintamalli lehdistötiedotteille kokouksista

- Kokouksen jälkeen toimitusjohtaja tai hänen nimeänsä henkilö toimittaa kokouksen keskeiset, julkaistavat tiedot kaupungin viestintään. Tiedot toimitetaan 7 vrk kuluessa kokouksesta. Tiedot voi toimittaa valmiina tiedotteena tai asialistana.
- Kaupungin viestintä hioo annetusta materiaalista lopullisen tiedotteen. Ennen julkaisua toimitusjohtaja tarkistaa tekstin. Tiedotteessa on aina mainittu yhtiöstä henkilö, joka vastaa lisätietokyselyihin.
- Tiedote julkaistaan kaupungin ja/tai yhtiön verkkosivuilla.
- Tiedotteiden tulee olla tyyliään samantaisia kaikilla tytäryhtiöillä. Viestintä luo sapluunan/mallin näille tiedotteille.

## Tilinpäätös ja toimintakertomus julkisiksi (talous ja toiminta)

- Tytäryhteisöjen tilinpäätökset ja toimintakertomukset ovat nähtävillä kaupungin internet -sivuilla
- Tytäryhteisöjen tilinpäätös ja toimintakertomukset toimitetaan valtuutetuille Tytäryhteisöillä on velvollisuus ilmoittaa toimintakertomuksessaan, tasekirjassa.
- Yhtiökokouksen, hallituksen tai muun vastaavan toimielimen palkkioiden taso.
- Toimitusjohtajalle sekä hallituksen jäsenille maksettujen vähintään palkkojen/palkkioiden yhteismäärä
- Yhtiön hallituksen kokousten määrä sekä jäsenten henkilökohtaiset osallistumiset kokouksiin

## Seuraavat asiat on huomioitava tai päätettävä yhtiöiden hallituksessa:

- kuka vastaa konserniyhtiön viestinnästä konserniyhtiön sisällä
- suhteessa uutisvälineisiin ja muuhun mediaan
- suhteessa yhtiön asiakkaisiin (esim. verkossa, painotuotteissa, sosiaalisessa mediassa)
- suhteessa yhtiön luottamuselimiin ja kaupungin luottamuselimiin
- suhteessa sidosryhmiin
- kriisiviestintätilanteissa yhtiö on aktiivisessa yhteydessä konsernijohdon kanssa.
- yhtiön ilmettä ja brändiä suunniteltaessa

ja uudistettaessa on tehtävä yhteistyötä kaupungin viestinnän ja brändivastaavan kanssa.

## Kaupungin hankkeista tiedottaminen

Kun kaupunki toimii tilaajana ja konsernin yhtiö tuottajana viestinnän vastuut ovat seuraavat:

- Kun kaupunki toimii tilaajana ja yhtiö tuottajana kaupungin edustaja kommentoi kokonaisuutta.
- Kun kyse on puhtaasti rakennuttamiseen tai muihin projektiasioihin liittyvistä asioista, yhtiön edustaja on ensisijainen viestijä ulospäin.



# Kansainvälinen viestintä

**IMATRA** viestii aktiivisesti itsestään myös Suomen rajojen ulkopuolelle. Erityisesti painotamme viestintää Venäjälle, Eurooppaan ja Kiinaan.

- Aktiivista viestintää tehdään myös Imatran ystävyyskaupunkeihin. Imatralla on seitsemän ystävyyskaupunkia: Ludvika (Ruotsi), Salzgitter (Saksa), Zvolen (Slovakia), Tihvinä (Venäjä), Szigetvár (Unkari) sekä Narva-Joesuu (Viro), Jiaxing (Kiina) ja yksi sisarkaupunki Beihai (Kiina).
- Kaupunki edistää kansainvälisyyttä yhteistyössä oppilaitosten, elinkeinoelämän ja muiden organisaatioiden kanssa. Pyrkimyksenä on edistää asukkaiden kansainvälistä kanssakäymistä. Tämän tulee näkyä myös viestinnässä.
- Kansainvälistä viestintää tehdään yhdessä GoSaimaan, kaupungin yhteysjohtajan, Imatra Base Campin ja Imatran Seudun Kehitysyhtiön kanssa.

- Kansainvälistä viestintää toteutetaan verkkosivujen, tiedotteiden, tiedotustilaisuuksien, sosiaalisen median, mediavierailujen ja messutapahtumien kautta.
- Kansainvälisen viestinnän pääkielet ovat englanti ja venäjä. Kaupungin verkkosivuista on omat versionsa englanniksi ja venäjäksi.
- Imatran kaupungilla on myös venäjänkieliset Facebook-sivut [www.facebook.com/imatra.ru/](http://www.facebook.com/imatra.ru/)

**Painotamme viestintää Venäjälle, Eurooppaan ja Kiinaan.**



## Sidosryhmäviestintä Imatran kaupunki vaalii hyviä mediasuhteita

- Uutisesta lähetetään omien verkkosivujen jälkeen seuraavaksi linkki medialle.
- Median yhteydenottopyyntöihin ja haastattelutoiveisiin suhtaudutaan myönteisesti.
- Kaupunki järjestää vähintään kahdesti vuodessa alueen toimitusten jäsenille mediatapaamisen, jonka koolle kutsujana toimii kaupunginhallitus. Näissä tilaisuuksissa kerrotaan tärkeistä ajankohtaisista asioista ja vaalitaan avointa vuoropuhelua.
- Median käytössä on myös kaupungin kuvapankki: [imatra.kuvat.fi/kuvat/](http://imatra.kuvat.fi/kuvat/). Pankin kuvat ovat julkaisuvapaita, kunhan kuvaajatieossa mainitaan Imatran kaupunki tai imatra.kuvat.fi
- Median ohella kaupungin tärkeitä viestinnällisiä yhteistyökumppaneita ovat alueen yrittäjät, merkittävät työnantajat, yhdistykset, oppilaitokset, matkailualan toimijat, viranomaisviestijät, EK turvan viestintätiimi ja viestintäverkosto.

## Viestinnän saavutettavuus

**VERKKOPALVELUIDEN** merkityksen kasvaessa on tärkeää, että julkiset verkkopalvelut ovat kaikkien saavutettavissa.

- EU-direktiivi julkisen sektorin elinten verkkopalvelujen ja mobiilisovellusten saavutettavuudesta <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/?uri=CELEX%3A32016L2102> tuli voimaan joulukuussa 2016.
- Imatran kaupungin verkkosivut ovat jo valmiiksi yhteensopivia näkövammaisten lukulaitteen kanssa.
- Kaikkia palveluja tarkastellaan jatkossa siten, että niistä viestiminen ei syri ketään.



# Sisäinen viestintä

## Peruseriaatteen

Sisäisellä viestinnällä tarkoitetaan kaikkea tiedonkulkua ja vuorovaikutusta, joka tapahtuu konsernin jäsenten tai ryhmien välillä.

- Viestinnällä varmistetaan, että kaikilla kaupungin/konsernin työntekijöillä on saatavilla työn kannalta oleellinen tieto.
- Viestinnän tavoite on tiivistää ihmisten välistä ja konsernin sisäistä yhteistyötä, edistää tiedon ja kokemuksen jakamisen kulttuuria ja luoda me-henkeä sekä kannustaa osallistumiseen ja keskusteluun.
- Sisäisessä viestinnässä korostuu lähiesimiesten rooli tiedon välittäjinä.

## Sisäisen viestinnän välineet

- Välineitä ovat intranet, henkilöstölehti eKohina, tiedotustilaisuudet henkilökunnalle, työpaikkakokoukset ja palaverit sekä sähköisen viestinnän sovellukset unohtamatta henkilökohtaisia kohtaamisia.
- Intranet on pääviestikanava koko henkilökunnalle tarkoitettuna viestinnässä ja vuorovaikutuksessa.
- Sisäisen viestinnän ohjeet koskevat myös yhtiöitä vaikka heillä on myös omaa sisäistä viestintää.



## Muista

- Jos tiedotettava asia koskee organisaation omaa toimintaa, muista aina tiedottaa ajoissa henkilöitä, joita asia koskee.
- Avoin ja selkeä tiedottaminen lisää luottamusta ja varmistaa, että kaikki tietävät, mihin ollaan menossa ja millaista polkua sinne kuljetaan.
- Viestintä on kaksisuuntaista, siihen liittyy vastavuoroisuus ja palaute. Vastavuoroisuudesta syntyy parhaimmillaan yhteisöllisyyttä ja uusia ideoita.

# Kielioppiohje

Kotus.fi/  
ohjeet

## Imatra suosii selkeää ja oikeakielistä viestintää.

Selkokieli on osa saavutettavuuden periaatetta. Älä jaarittele tai piiloudu kapulakielen taakse. Tarkista aina oikea kirjoitusasu Kotimaisten kielten keskuksen sivuilta. [Kotus.fi/ohjeet](https://kotus.fi/ohjeet) kertoo virallisen tiedon suomen kielen oikeinkirjoituksesta.

## Imatralaisia oikeinkirjoitusesimerkkejä:

### Paikat, väylät ja rakennukset

Asemäentie  
Kruununpuisto  
Imatrankoski – kaupunginosa  
Imatrankoski – koskiuoma  
Imatra – Imatralla  
Kupari – Kuparilla  
Korvenkanta -Korvenkannassa  
Karhumäki - Karhumäellä, kaupunginosasta puhuttaessa  
Karhumäki - Karhumäessä, hautausmaasta puhuttaessa  
Kruununpuisto  
Vuoksenniska – Vuoksenniskalla  
Rajapatsas – Rajapatsaalla  
Rautio – Rautiossa  
Saareksiinmäki – Saareksiinmäellä  
Kaukopää – Kaukopäässä  
Imatra yhteislukio  
Valtionhotelli  
Kulttuuritalo Virta

Kuutostie, ei saa käyttää 6-tie  
Karjalan rata  
Imatran ensilumenlatu  
Imatran jäähalli  
Imatran kesäteatteri (ent. Kruununpuiston kesäteatteri)  
Ukonniemen urheilukenttä (ent. Karhumäen yleisurheilukenttä)  
Ukonniemen tekonurmi (ent. Karhumäen tekonurmi)  
Ukonniemi-areena (ent. Aviasport Areena)  
Ukonniemi-stadion  
Ukonniemi pumptrack (ent. Karhumäen Pump Track)  
Ukonniemen frisbeegolfrata (ent. Karhumäki Disc Golf Park)

### Tapahtumat ja järjestäjät

Imatranajo  
Big Band Camp

### Lyhenteet ja niiden käyttö

AVI ja ELY- taivutus AVIin, ELYä, ELYssä, Eyyin.

Tätä listaa päivitetään.

Lisäyspyynnöt: viestinta@imatra.fi



# Puheviestintä

## Ohjeita puheviestintään:

### Puhetyyli

- Vahvista luottamusta.
- Puhu selvästi ja vältä ammattitermejä.

### Vältä

- Älä spekuloi tai arvaile.
- Älä tarjoa henkilökohtaisia mielipiteitä kaupungin kannanottoina.
- Älä toista kielteisiä tai kyseenalaisia kommentteja.

### Muista

- Pysy tosiasioissa ja lausunnoissa.
- Puhu asioista, joita juuri tehdään tai on tehty.
- Vältä sanomasta "ei kommenttia". Lupaa etsiä vastaus, jos se on mahdollista.
- Tunnusta virheet avoimesti ja sitoudu korjaamaan ne.
- Korjaa väärinymmärrykset ja epäselvyydet heti.
- Ole rakentava.
- Kerro kaupungin toiminnasta
- Rakenna yhteistyötä viranomaisten ja muiden sidosryhmien kanssa.



# Lahjatavarat

## Lahjatavarat ja periaatteet

Lahjatavaroiden ja niin sanottujen jakotavaroitten hankinnoissa noudatetaan kaupungin strategiaan kirjattua kestävän kehityksen periaatetta.

Kaupunki hankkii vain kestävän kehityksen mukaisia tavaroita, jotka eivät kuormita ympäristöä tai ovat jollain muulla lailla vastoin ekologista ajattelua.

- Lahja- ja jakotavaroitten periaatteena on, että ne ovat joko hyötykäyttöön suunniteltuja tavaroita tai laadukkaita elintarvikkeita. Vältämme kerskakulutusta.
- Pyritään suosimaan paikallisia tuotteita.
- Pyydetään tarjouksia useilta tahoilta.

## Vastuujako Imatra Base Campin kanssa:

- On sovittu että IBC hoitaa/maksaa ns. jakotavarat (esim. kynät ja karkit) itselleen. Tavarointa voi kysyä suoraan heiltä.
- Viestintä antaa IBC:lle tarvittaessa arvokkaampia lahjoja kuten kirjoja tms.

## Kaupungilla on neljää eri lahjatyyppeä:

1. Ns. jakotavarat – kynät, heijastimet, karkit, postikortit, rintamerkit jne. Pääsääntöisesti niiden hankinnoista vastaa IBC. Tavarat ovat vierailijoille annettavia sekä messuilla ja tapahtumissa jaettavia.

2. Henkilökohtainen, keskihintainen lahja (kahvi, tee, kirja, herkku, paidat, kassit). Viestintä hankkii nämä. Yksittäisiä lahjatavaroita saa viestinnästä harkinnan mukaan. Isomat määrät on syytä tilata hyvissä ajoin että varmistetaan niiden saatavuus. Tarvitsija maksaa pääsääntöisesti tuotteet itse.

3. Tasokas virallinen lahja annetaan harkinnanvaraisesti ystävyyskaupungille sekä merkittävälle muulle organisaatiolle tai arvovieraalle. Näitä ovat lasitavarat, Aalto-vaudit, taulut ym. Tasokkaat lahjat kustannetaan viestinnän varoista.

4. Symbolilahjat: viirit ja Impi-patsaat.

• Pääsääntöisesti lahjoja annetaan vain kaupungin omille kustannuspaikoille jaettavaksi.

• Jos ulkopuolinen taho kysyy esimerkiksi lahjaa tai jakotavaraa, niitä voidaan antaa, mikäli lahjan antaminen kohdentuu ystävyyskaupungeille tai muuten yhdistys selkeästi markkinoi kaupunkia lahjan välityksellä.



# Kriisiviestintä

**KRIISITILANTEISSA** noudatetaan samoja viestinnän periaatteita kuin normaaliolojen viestinnässä, mutta kiinnitetään erityistä huomiota mahdollisimman tehokkaaseen, selkokieliseen, avoimeen ja nopeaan viestintään.

Imatra-konsernin kriisiviestisuunnitelman tavoitteena on varmistaa onnistunut kriisin aikainen viestintä etukäteen suunnitelmalla ja vastuuttamalla viestintää kriisitilanteessa.

Kriisiviestinnässä keskeisenä painopisteenä on suuremman vaaran ja lisävahinkojen välttäminen sekä tarpeettoman huolen hävittäminen, korvaavista palveluista tiedottaminen, toimintaohjeiden antaminen sekä väärän tiedon leviämisen estäminen.

Konsernin kriisiviestinnän kokonaisohjeistus koostuu kaupungin yleisestä kriisiviestintäsuunnitelmasta sekä vastuualojen ja yhtiöiden omista kriisiviestintäsuunnitelmista, joiden tulee yhdessä muodostaa saumaton kokonaisuus. Jokaisella yhtiöllä tulee olla oma kriisiviestintävastuullinen henkilö nimettynä (ks. konserniohje).

Kaupungin/konsernin yleiseen kriisiviestintään liittyvistä toimenpiteistä, kuten kriisiviestintään varautumisesta vastaa viestintäjohtaja. Vastuualueiden ja yhtiöiden kriisiviestintään varautumisesta vastaa vastualuejohtaja ja toimitusjohtaja.

## **Kriisiviestinnän tavoitteet**

- varmistaa omalta osaltaan ihmisten turvallisuus. Kriisiviestinnän tärkein tavoite on ihmisten hengen ja turvallisuuden varmistaminen. Tehokkaalla viestinnällä voidaan myös ehkäistä ja minimoida ai-neellisia vahinkoja.
- turvata organisaatioiden toimintaedellytykset. Tehokas viestintä antaa johdolle työrauhan tilannekuvan muodostamiseen ja päätöksentekoon.
- tiedottaa palvelujen järjestämisestä. Asukkaat tarvitsevat tietoa palvelujen jatkumisesta ja poikkeusjärjestelyistä.
- luoda oikea kuva tilanteesta julkisuudessa ja välttää virheellisten tietojen ja huhujen syntyminen
- ennakoita mahdolliset kriisit ja valmistautua niihin hyvissä ajoin

Kriisiviestinnän tulee olla avointa, ymmärrettävää, tilanteeseen nähden oikein ja riipeästi ajoitettua, totuudenmukaista, riittävästi toistuvaa ja kaksisuuntaista. Kriisiviestinnässä tulee ottaa huomioon myös inhimillisuus ja läsnäolon viestiminen.

Kriisiviestinnässä välttämättä on myös vastuunotto. Kriisiviestinnän tulee olla kattavaa ja tavoittaa kaikki kohderyhmät mahdollisimman hyvin. Kriisiviestintää tulee toteuttaa mahdollisimman monin välinein.

[viestinta@imatra.fi](mailto:viestinta@imatra.fi)

*Viestintäjohtaja Liisa Hupli-Oinonen p. 020 617 2400*

*Viestintäasiantuntija Heikki Laine p. 020 617 2321*

*Viestintäasiantuntija Leena Peura-Kuusela p. 020 617 2207*

*Viestintäsihteeri Laura Inkinen p. 020 617 2323*



IMATRAN KAUPUNKI • CITY OF IMATRA

Virastokatu 2 • FI-55100 Imatra • +358 20 617 111 • kirjaamo@imatra.fi • imatra.fi