

Kuntien viestinnän tärkeimmät kehityskohteet

Kuntamarkkinat 13.9.2018

Juha Mäkinen & Kimmo Sasi, Viestintätoimisto Pohjoisranta

Viestintätoimisto Pohjoisranta kysyi paikallistoimittajilta, miten heidän alueensa kunnat ovat onnistuneet viestinnässä ja mitä kehitettävää kunnilla on viestinnän suhteen.

Yhteistyössä Kuntatyönantajien (KT) kanssa tehty kysely toteutettiin verkkokyselynä elokuussa 2018. Siihen vastasi 32 paikallistoimittajaa ympäri Suomen. Lisäksi saatiin vastauksia muutamilta kunnanjohtajilta.

Paikallistoimittajien viesti on selkeä:

Kuntien viestintäosaaminen ei ole riittävää.

Suurimpana kehitysalueena kuntaviestinnässä
nähdään viestintäosaaminen sekä näkemyksellisyys.

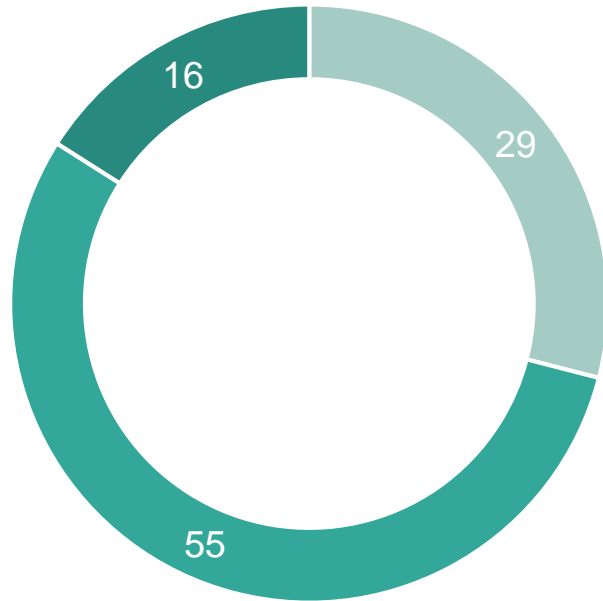
Yli 1/3 vastaajista katsoi, ettei viestintää nähdä
strategisesti merkittävänä.

Kunnilta toivotaan entistä ennakoivampaa viestintää
sekä oma-aloitteisuutta ja aktiivisuutta, etenkin
kuntalaisia koskettavien ajankohtaisten asioiden
suhteen. Kunnissa tulisi aina olla joku henkilö
tavoitettavissa, jonka puoleen voi kääntyä
ajankohtaisissa asioissa.

Kuntien viestinnän ja markkinoinnin suurimpana rajoitteena nähdään viestintäosaamisen sekä näkemyksen puute.

Kun arvioit toimialueesi kuntien viestinnän ja markkinoinnin kehittämistarpeita, onko mielestäsi merkittävimpänä rajoitteena... (valitse 1–3 merkittävintä), %, n=31.





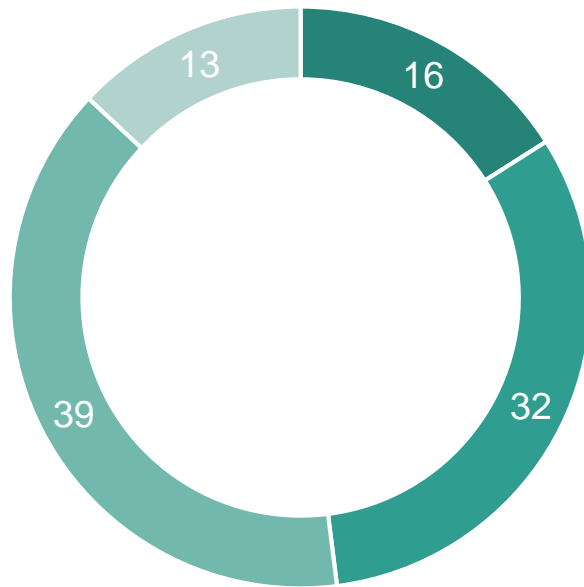
■ Saan tietoa riittävästi

■ Saan tietoa kohtalaisesti

■ Saan tietoa liian vähän

Vajaa **viidennes** paikallistoimittajista kokee saavansa riittävästi tietoa kuntien toiminnasta ja päätöksenteosta.

Koetko saavasi työsi kannalta riittävästi tietoa alueesi kuntien toiminnasta ja päätöksenteosta? %, n=31.



■ Hyvin tiivistä ja jatkuvaa ■ Tiivistä ■ Kohtalaista ■ Vähäistä

Vajaa **puolet** paikallistoimittajista luonnehtii yhteistyötä kuntien viestinnän kanssa tiiviiksi. Samoin vajaa **puolet** kokee saavansa riittävän ajoissa tietoa kunnan ajankohtaisista asioista.

Miten luonnehtisit yhteistyötäsi alueesi kuntien viestinnän kanssa? Yhteistyö on ollut..., %, n=31.

Paikallistoimittajat näkevät kunnanjohtajan roolin kunnan viestinnässä erittäin tärkeänä. Mitä pienempi kunta, sitä keskeisempi rooli kunnanjohtajalla on.

Kunnanjohtaja on kunnan viestinnän kasvot, jonka tulisi ennen kaikkea luoda viestinnälle selkeä linja sekä edistää avoimuuden kulttuuria. Kunnanjohtajan oma aktiivisuus on tässä avainasemassa.

Poimintoja paikallistoimittajien avoimista vastauksista

Mikä kunta alueellasi on hyvä viestijä? Miksi?

-Kaupunki x viestii **aktiivisesti ja ajantasaisesti** monista asioista. Yleensä **viestintä on valmiiksi ymmärrettävässä muodossa**, vaikka kapulakielisyyttä toisinaan ilmeneekin. Tarvittaessa kaupungilta löytyy yleensä nopeahkosti **sopiva henkilö vastaamaan kysymyksiin**. Useimmiten myös **kaupungin kannalta ei niin mairittelevista asioista puhutaan avoimesti** ja pyydetyt tiedot toimitetaan asianmukaisesti.

Mitä kehitettävää alueesi kunnilla olisi viestinnässä?

-Osa kunnista viestii asioista **myöhään tai virheellisesti**. Heillä on paljon kehitettävää.

-**Tavoitettavuus, avoimuus ja tasapuolisuus** eri välineitä kohtaan.

-**Aktiivisempaa ulkoista viestintää** toivoisin. **Poikkeustilanteiden viestinnässä** on toivomisen varaa. Kunnissa olisi hyvä myös olla **selkeä viestintästrategia**.

-Kaupungin viestintä on **kovin virallista**, ja vain tiettyjen tahojen toteuttamaa. **Some-viestintää on niukasti** tai tuskin ollenkaan. Kaupunki ei ole saanut rohkaistua omia työntekijöitä some-viestintään, eikä kaupungin verkkosivuilla näy juuri muuta kuin virallista viestintää. Elämänmakuisuus puuttuu, kun kaupunkilaiset ja paikalliset yritykset eivät voi osallistua.

-**Viestinnän taso vaihtelee hurjasti**. Osalla ei ole minkäänlaista aktiivista viestintäpolitiikkaa, vaan kaikki asiat täytyy toimituksen seurata ja osata kysyä. On kuntia, joissa viestintävastuu on liian keskitetty: vain kunnanjohtaja saa kommentoida medialle. **Olennainen puute on mietitty viestinnän toimintamalli**.

Mikä on mielestäsi kunnanjohtajan rooli kunnan viestinnässä?

-Hänen pitää olla esimerkillinen ja kannustaa muun muassa antamaan haastatteluja ja **rakentaa kuntaimagoa**. Kun on akuutteja tilanteita, johtajan pitää **ottaa kantaa, antaa asioille kasvot ja mittasuhteet** sekä lausunnot. Pahimpia ovat piiloutujat, jotka kannustavat myös virkakollegoitaan piiloutumaan ja peittelemään asioita. Kuntajohtajan pitää olla kuin partiolainen, **aina valmiina**, viestintätilanteisiin. Enemmän toivoisi **oma-aloitteisuutta** mm. kunnan asioiden esillenostoon, mutta ehkä he ovat niin sisällä byrokraatioissaan, etteivät hoksaa, miten asioita pitäisi tuoda tavallisten kuntalaisten tasolle. Pitäisi ymmärtää, että asioista voi herättää keskustelua jo ennen kuin niistä on tehty päätöksiä.

-Mitä pienempi kunta, sitä keskeisempi rooli on.

Viestintätoimisto Pohjoisrannan kysymyslista ja tarjoama

Viestintätoimisto Pohjoisrannan kysymyslista:

- Mikä on kuntanne maine, onko sitä tutkittu? Onko kuntanne houkutteleva uusien työntekijöiden, asukkaiden tai yritysten näkökulmasta?
- Erottaudutteko riittävästi? Mikä ovat kuntanne pääviestit, miten houkuttelette?
- Miten tavoitatte kohderyhmänne? Tavoittavatko some, julkaisut ja tapahtumat kustannustehokkaasti?
- Ovatko kunnan viestintä ja elinkeinojen markkinointi tiivis kokonaisuus?

Mitä viestintätoimisto Pohjoisranta tarjoaa?

- Viestintä- ja mainetutkimukset: sidosryhmät, media
- Viestintäkanavien auditointi (some, Internet, julkaisut, tapahtumat) sekä media-analyysi
- Viestinnän ja markkinoinnin integroidut strategiat
- Edunvalvontasuunnitelmat, yhteydet ja tapahtumat (esim. Suomi-Areena)
- Media- ja kriisiviestintävalmennus sisältöineen
- Työpajat kunnan johtoryhmille, esim. sosiaalisesta mediasta

Pohjoisranta Burson-Marsteller

POHJOISRANTA



Burson•Marsteller

Committed to
Being More



Kalevankatu 20
00100 Helsinki



burson-marsteller.fi



+358 10 424 5900



info-pbm@bm.com



facebook.com/pohjoisranta



[@pohjoisranta_bm](https://twitter.com/pohjoisranta_bm)



Pohjoisranta Burson-
Marsteller