

# Kuntien viestintäkysely 2013

Joulukuu 2013



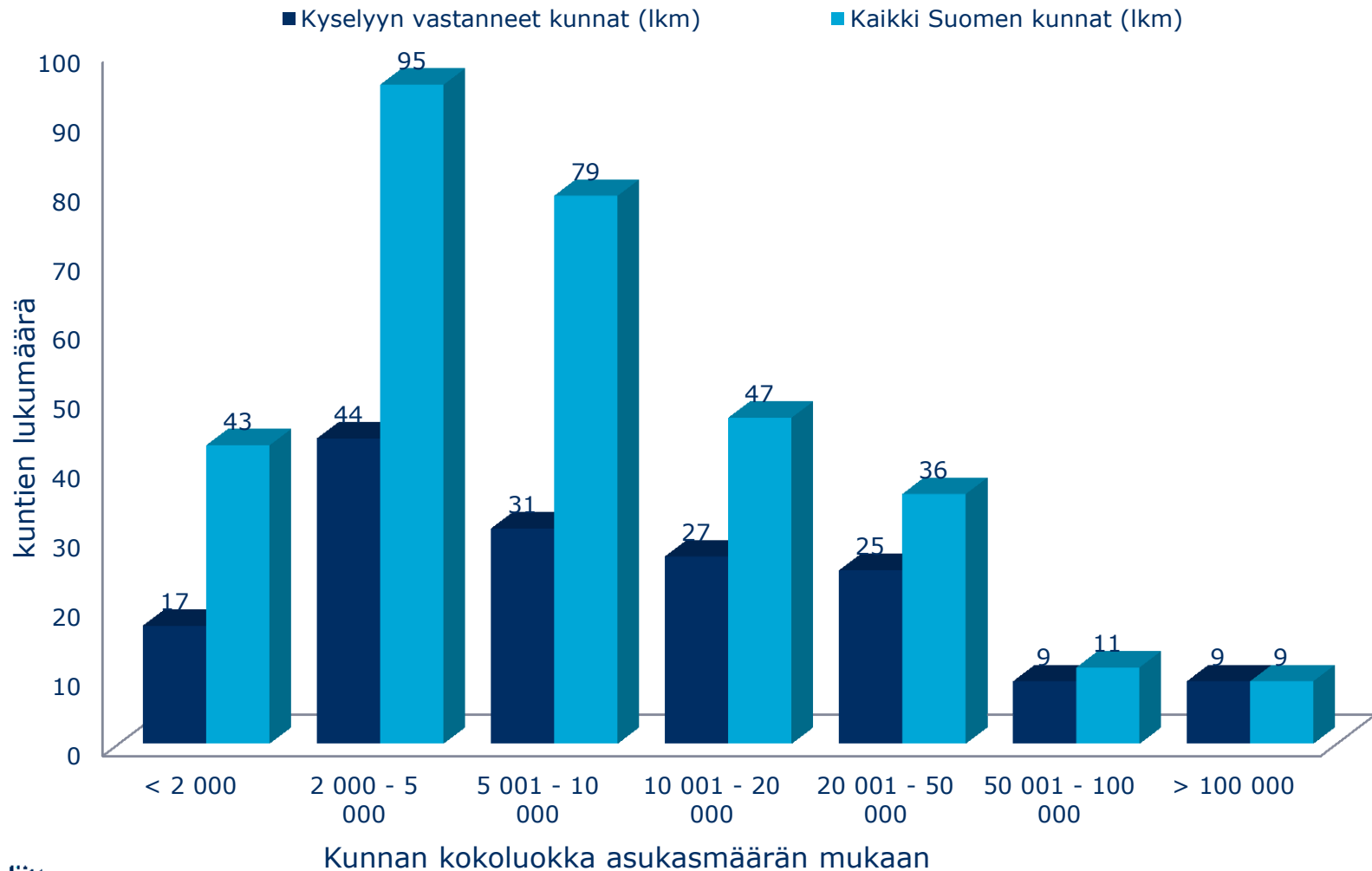
# Yleistä viestintäkyselystä

- Suomen Kuntaliitto toteutti kuntien viestintäkyselyn vuonna 2013.
- Kyselyn avulla tuotetaan tietoa ja välineitä kuntien viestinnän kehittämiseen.
- Kyselyssä selvitettiin muun muassa kuntien viestinnän organisointia, resursointia, suunnittelua, välineitä sekä tulevaisuudennäkymiä.
- Kuntaliitto toteuttaa erikseen säännöllisesti kyselyt mm. kuntien markkinoinnista, verkkoviestinnästä sekä sosiaalisesta mediasta.

# Kyselyyn vastasi 51 % kunnista

- Webropol-kysely lähetettiin kuntien kirjaamojen kautta kaikkiin Suomen kuntiin (320) marraskuussa 2013.
- Kyselylomake kohdistettiin kuntien viestinnästä vastaaville.
- Kyselyyn saapui vastauksia 163 kunnasta (51 %).
  - » Vuonna 2009 vastaajia 111, vastausprosentti 32 %

# Pienistä kunnista eniten vastauksia, kaikki suuret kaupungit mukana (n=163, kuntia yhteensä 320)



# Vastaajien taustatiedot

- Kyselyyn vastanneista viestintätehtäviä tekee päätoimisesti 29 % ja sivutoimisesti 71% vastaajista.
- Vastaajien ammattinimikkeitä muun muassa: kunnansihteeri, viestintäpäällikkö, tiedottaja, kehityspäällikkö, viestintäjohtaja, kunnanjohtaja, hallintojohtaja.

# Viestinnän organisointi

Nimikkeet, päätoimisuus, vastuut,  
viestinnän ostaminen



# Nimikkeiden kirjo on laaja

- Viestinnästä vastaavat henkilöt toimivat kunnissa useilla eri nimikkeillä
  - » Kunnansihteeri, viestintäassistentti, tiedottaja, kunnanjohtaja, hallintojohtaja, kansliajohtaja, saaristoasiamies, kanslisekreterare, yrityspalvelukoordinaattori, markkinointisihteeri, kehittäjä-markkinoija, viestintä- ja markkinointisihteeri, kaupunginjohtajan sihteeri, kehitysjohtaja, projektipäällikkö, sivistystoimenjohtaja, suunnittelupäällikkö, kansliapäällikkö, tiedotustoimittaja, kaupunginjohtaja, yhteysjohtaja

*” Se tiedottaa ken tietää ”*

# Viestinnän organisoinnissa vaihtelua

- Hajautettu malli yleinen (viestintää tehdään sekä keskushallinnossa, vastuuta on hajautettu myös toimialoille).
- Viestinnän koordinointi usein keskushallinnossa
- Myös suunnittelu- tai koordinoitiryhmiä käytössä

*"Toimialat vastaavat omasta viestinnästään ja viestintäyksikkö suunnittelee, kehittää ja koordinoi kokonaisuutta sekä viestintävälineitä. Toimialoilla ei ole päätoimisia viestintähenkilöitä."*

*"Viestinnän päävastuu on konsernihallinnolla. Toimialat vastaavat viestinnästä omalta osaltaan. Kaikki viestintään liittyvä työ tehdään muiden työtehtävien ohessa."*

*"Pienessä organisaatiossa on pienet resurssit tehdä viestintää, joten se tehdään otona muiden tehtävien osalta."*

*"On koottu viestintätiimi, joka koostuu eri palvelujen toimistohenkilöistä. Viestintätiimiä vetää viestintäkoordinaattori"*

- Kunnan koko vaikuttaa merkittävästi organisointitapaan
  - » Pienissä kunnissa ei välttämättä varsinaista koordinointia lainkaan.

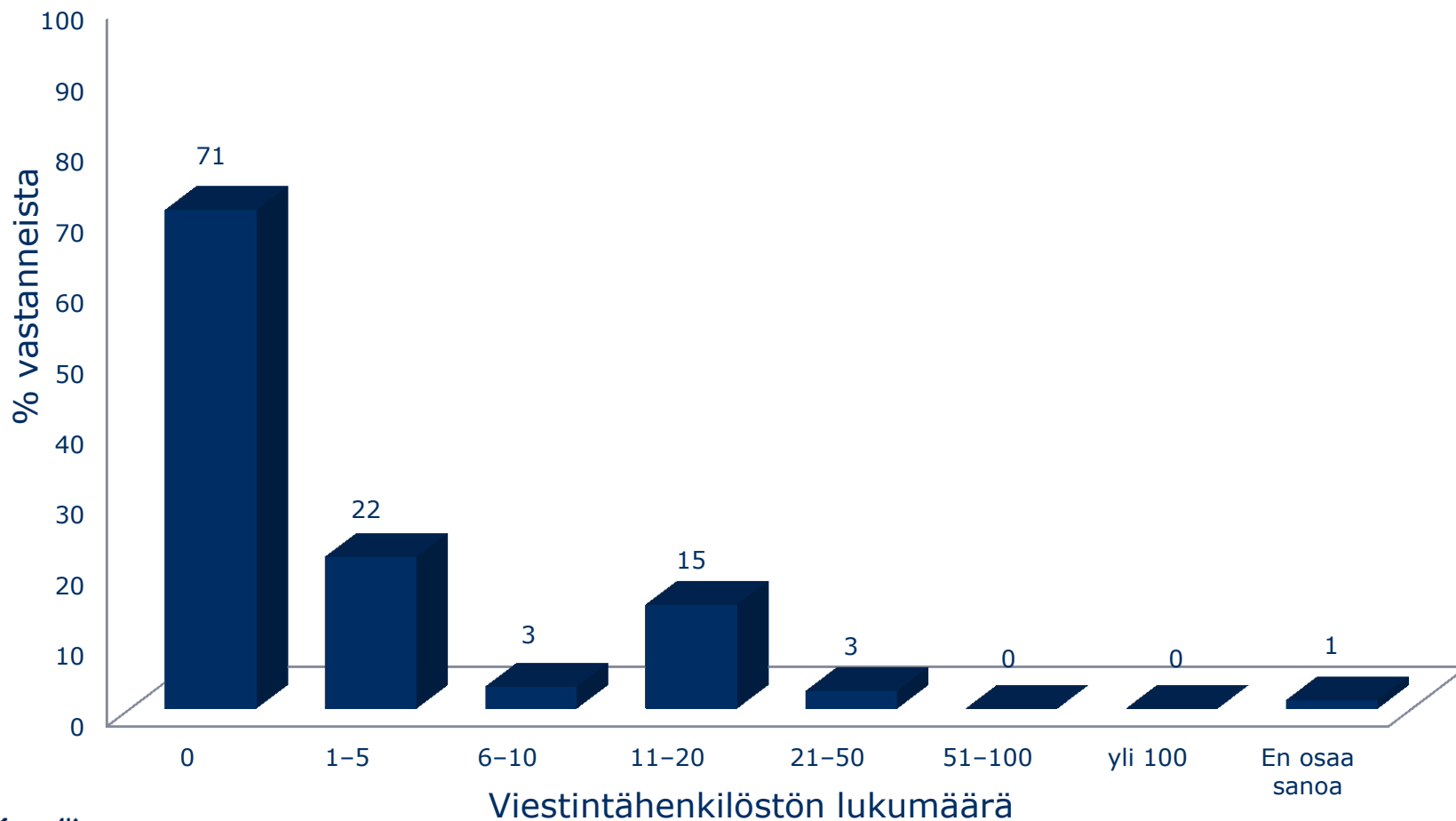
*"Kaikki kunnan työntekijät vastaavat osaltaan viestinnästä."*



# Valtaosassa vastanneista kunnista ei päätoimista viestinnän tekijää

- 70 prosentilla vastanneista kunnista ei ole yhtään päätoimista viestinnän tekijää.
  - » Alle 5000 asukkaan kunnissa viestintätehtävien hoitaminen oman työn ohella on erittäin yleistä.
- Päätoimisen viestintähenkilöstön määrä kasvaa kunnan koon kasvaessa. Suurimmissa kaupungeissa viestinnän henkilöstömäärä nousee yli sataan.

# Kuinka monta henkilöä tekee kunnassasi (kuntaomisteisia yhtiöitä ei huomioida) viestintään liittyviä tehtäviä päätoimisesti? (n=163)



# Sivutoimisuus suhteellisen yleistä

- Sivutoimisesti viestintää hoitaa vastanneissa kunnissa keskimäärin 7 henkilöä/kunta.
- Hajonta on suurta: Lähes puolet kunnista ilmoitti henkilöitä olevan 1-5, viidennes ilmoitti heitä olevan 6-9 ja toinen viidennes 10-50 henkilöä. Yli 50 henkilöä oli kolmella vastaajakunnalla.

# Kuntien järjestämisvastuulle kuuluvista palveluista viestiminen

- 74 prosenttia ilmoitti, että kuntaomisteisissa yhtiöissä ei ole viestintää päätoimisesti hoitavaa henkilöä.
- Viestintä on pääsääntöisesti palveluntuottajan vastuulla
  - » Viestinnän koordinoituvastuu on kuitenkin usein keskushallinnossa.
  - » Kunnan viestintäkanavat on usein palveluntuottajien käytettävissä.
  - » Kunta yleensä tukee palveluntuottajia omalla viestinnällään.

*”Palvelualueiden vastuulla, koordinaatiovastuu keskusvirastolla”*

*”Viestintä on pääosin palveluntuottajan vastuulla, kunta tukee palveluntuottajaa tämän omassa viestinnässä.”*

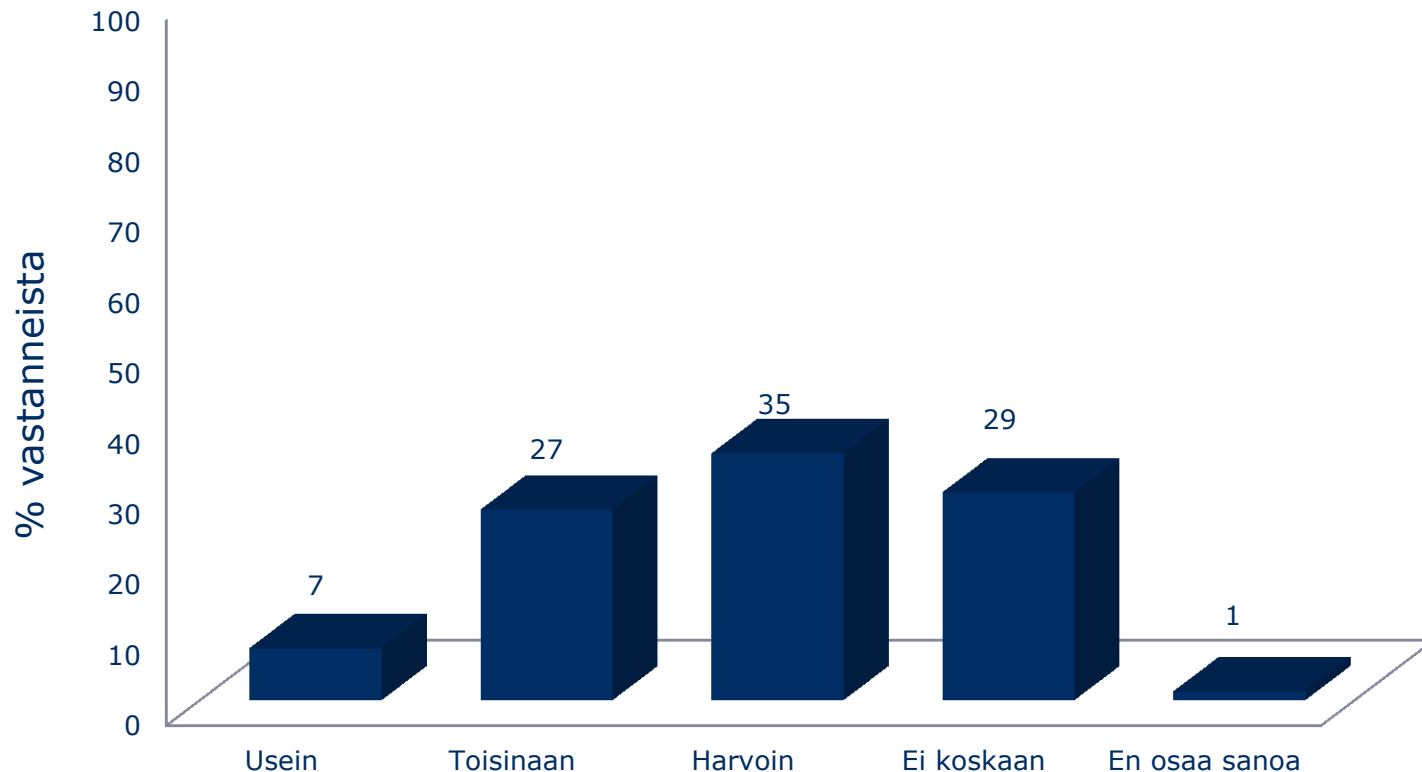
*”Viestintä on pääosin palvelujen tuottajien vastuulla, mutta kaupungin eri viestintävälineet ovat myös palveluntuottajien käytettävissä”*

- Yli 100 000 asukkaan kunnissa on myös palveluntuottajilla omia viestintäyksikköjään.

*”Useimmilla kuntayhtymillä yms. on omat viestintäyksikkönsä ja ne hoitavat oman viestintänsä itse, tarvittaessa yhteistyössä jäsenkuntien kanssa”*

# Käytetäänkö kunnassasi oman henkilöstön lisäksi ostopalveluja viestintätehtävien hoitoa varten?

(n=163)



# Viestintää ostetaan etenkin isoihin projekteihin

- Seitsemän prosenttia ostaa viestintäpalveluja usein, 29 prosenttia ei koskaan.
- Eniten ostetaan markkinointia, koulutusta ja konsultointia:

*"Facebook-kampanjoita, graafista suunnittelua, esitteiden ja tiedotuslehtien tuottamista, verkkosivujen suunnittelua ja muita isoja projekteja."*

*"Markkinointiviestintää. Esitteiden, mainosten, julisteiden ja ohjelmien tekemistä mainostoimistoissa."*

*"Grafiska tjänster, tryckningstjänster och fototjänster."*

*"Markkinointiviestinnän kampanjat, kuvatuotanto, painotuotteita, brändityö, tutkimukset, mediaseuranta"*

*"Kuntaesitteen laatiminen, kotisivujen ylläpito, asukaslehti"*

# Viestinnän resurssit ja asema

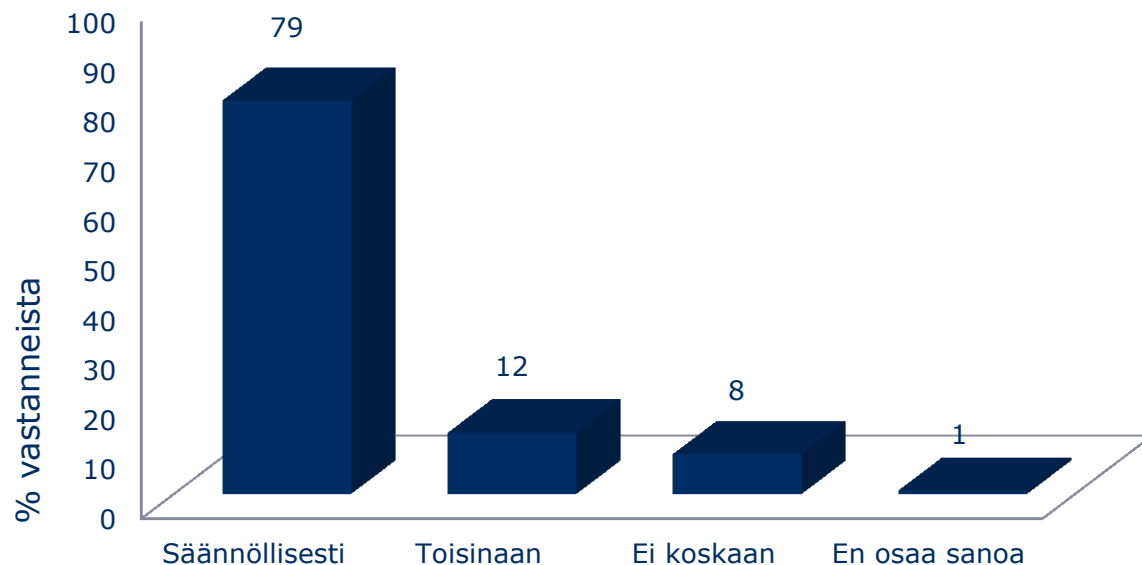
Edustus johtoryhmässä, budjetit



# Viestintävastaavat edustettuina johtoryhmissä

- Suuri osa vastaajista ilmoittaa viestintävastaavan osallistuvan johtoryhmän työskentelyyn (säännöllisesti 79 % ja toisinaan 12 % vastanneista).
  - » Vuonna 2009 säännöllisesti ilmoitti osallistuvansa 81 prosenttia ja toisinaan seitsemän prosenttia.

**Osallistuuko kuntasi viestintävastaava kunnan johtoryhmän työskentelyyn?**  
(n=163)

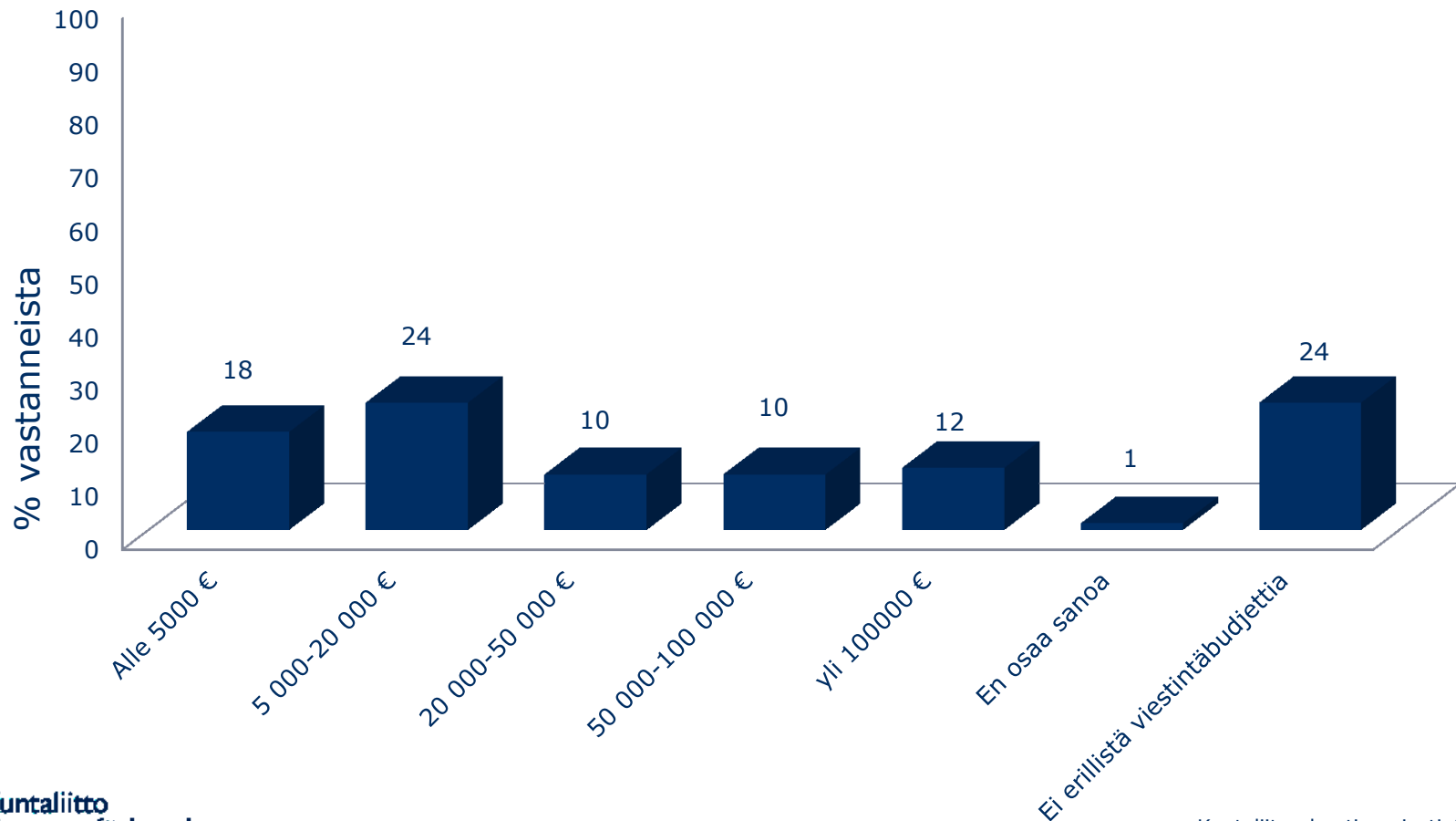




# Viestintään budjetoidaan vaihtelevasti

- 42 prosentilla vastanneista kunnista budjetti on alle 20 000 vuodessa.
  - Vuonna 2009: 57 %
- Joka neljännellä kunnalla ei ole erillistä budjettia viestintään.
- Yli 100 000 euron budjetti on 19 vastanneella kunnalla.
- Budjetilla ja kunnan asukasluvulla on selvä yhteys.
  - » Alle 5000 asukkaan kunnista kahdella kolmasosalla oli alle 5 000 euron viestintäbudjetti.
  - » Yli 100 000 euron budjetti on 67 prosentilla keskisuurissa kunnista ja 78 prosentilla suurissa kaupungeissa.

# Mikä on kuntasi viestintäbudjetti ilman viestintätyötä tekevien palkkakustannuksia vuonna 2013? (n=163)



# Harvan kunnan viestintäbudjetti pieneni edellisvuodesta

- 57 prosentilla budjetti on pysynyt samana edelliseen vuoteen (2012) verrattuna.
- Neljä vastaajaa ilmoitti budjetin olevan huomattavasti pienempi vuoteen 2012 verrattuna.
- 17 vastaajaa ilmoitti budjetin kasvaneen vuodesta 2012.  
(vastaajia 154)

## **Tulevaisuus:**

- 59 prosenttia vastanneista uskoo budjetin pysyvän ennallaan tämän valtuustokauden aikana.
  - » Viestintäresurssien arvioidaan vähenevän etenkin suurissa kaupungeissa.
  - » Kuusi vastaajaa arvioi, että budjetti vähenee merkittävästi kuluvan valtuustokauden aikana.

(vastaajia 159)

# Tiukka taloustilanne huolena, muutokset vaativat viestintää

*”Yleinen taloustilanne merkitsee säästöjä. Mikäli jatkuu huonona, varmasti leikataan tästä jatkossakin.”*

*”Kaikki menot pyritään minimoimaan ja viestintämenoja karsitaan entisestään.”*

*”Tiukka talous estää budjetin kasvun; kaikkien on osallistuttava säästötalkoisiin. Toisaalta isot muutokset (kunta- ja soteuudistus sekä talouden tasapainottaminen) edellyttävät viestintää”*

*”Viestinnän merkitys aletaan pikku hiljaa ymmärtää, joten uskon, että viestinnän suunnittelun näkyväksi tekeminen tukee jatkossa myös resursointia. Esim. uuden asuinalueen käyttöönotto tai muu ajankohtainen asia (esim. kouluverkkoasiat) lisäävät määrärahojen käyttöä viestinnässä.”*

*”Yleinen taloustilanne pitää budjetin aika maltillisena, mutta kasvua tulee kaupunkitason strategian seurauksista”*

*”Taloustilanne vaikuttaa osaltaan siihen, että myös viestintää tehostetaan mahdollisuuksien mukaan, esim. ilmoituksia pienennetään ja osa ilmoittelusta siirretään kunnan www-sivuille.”*

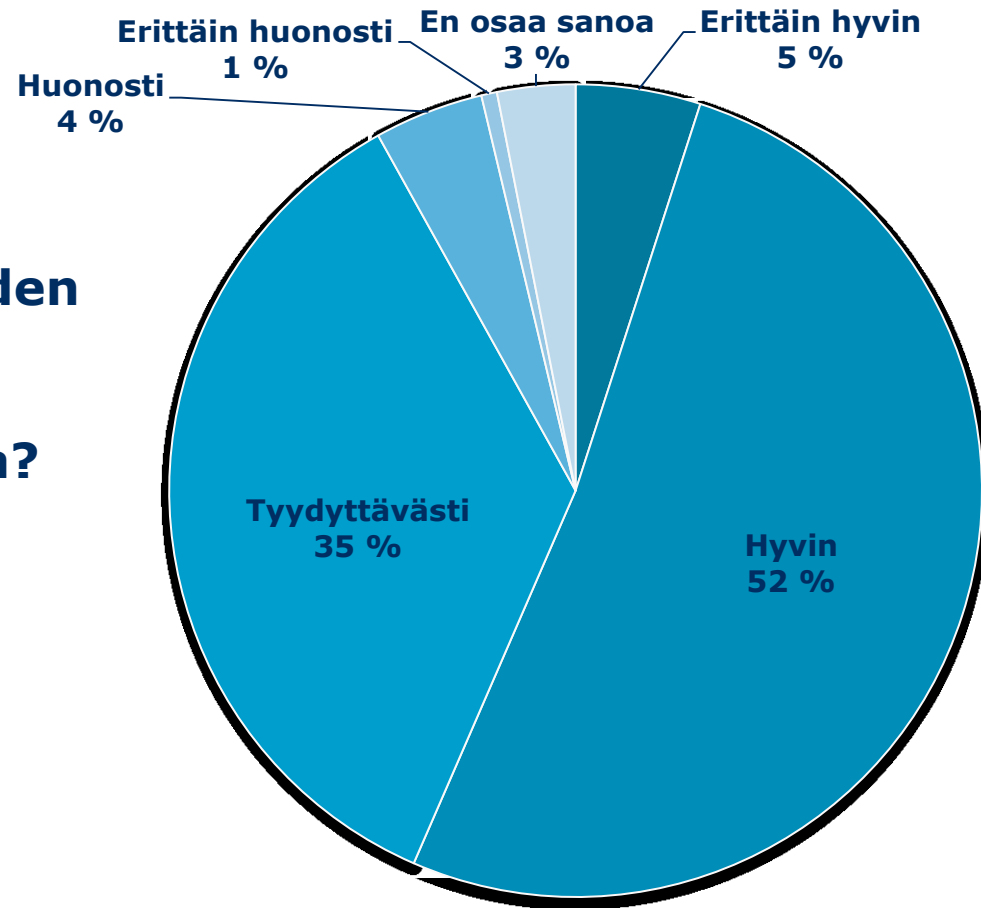
# Viestinnän suunnittelu, sisällöt ja välineet



# Vastanneista 57 prosenttia arvioi, että kunnan viestintä tukee kuntastrategiaa erittäin hyvin tai hyvin.

(n=161)

**Miten arvioit kuntasi viestintätoimenpiteiden tukevan kuntastrategiassa asetettuja tavoitteita?**



# Viestintästrategioita alle puolella vastanneista

- Viestintästrategioita tai vastaavia toimenpideohjelmia on laadittu 43 prosentissa kunnista, 38 prosentissa kunnissa ei viestintästrategiaa ole.
- Kuntakoko vaikuttaa:
  - » Erillinen viestintästrategia lähes kaikilla yli 100 000 asukkaan kunnista
  - » Vähiten viestintästrategioita tehdään alle 5000 asukaan kunnissa.

# Operatiivinen viestintäsuunnitelma neljänneksellä vastaajista

- Useampi kuin kaksi kolmesta kunnasta ilmoitti, ettei vuosittain tehdä operatiivista viestintäsuunnitelmaa.
  - » Tilanne pysynyt samana vuoteen 2009 verrattuna
- Vähiten operatiivisia viestintäsuunnitelmia tehdään alle 5000 asukkaan kunnissa
  - » 2000 asukkaan kunnissa (ei käytössä 82 %) ja 2000-5000 asukkaan kunnissa (ei käytössä 89%)



# Kunnan viestinnän tehtävien tärkeys

- Kunnan viestinnällä on useita tärkeitä tehtäviä. Vastaajia pyydettiin asettamaan tehtävät tärkeysjärjestykseen.
- Kunnan palveluista viestiminen koetaan selvästi tärkeimmäksi kunnan viestinnän tehtäväksi.
- Muut tehtävät jakoivat mielipiteitä: suuret kaupungit arvioivat hieman tärkeämmiksi kunnan profiloinnin ja strategisten päämäärien tukemisen kuin pienet kunnat.

# Arviot kunnan viestinnän tehtävien tärkeysjärjestyksestä

% vastanneista sijoittanut tehtävän ko. tärkeysluokkaan

Asteikko 1-6; 1=tärkein,...,6= 6.tärkein

	1.tärkein	2.tärkein	3.tärkein	4.tärkein	5.tärkein	6.tärkein	N
Tiedottaa kunnan palveluista	49	15	5	8	7	15	154
Tukea kunnan strategiassa vahvistettujen päämäärien saavuttamista	16	15	8	11	17	33	158
Profiloida kuntaa	14	10	10	9	28	30	155
Tiedottaa kunnan päätöksistä	12	33	18	12	16	9	153
Tiedottaa valmisteilla olevista asioista	5	16	34	27	13	5	150
Mahdollistaa kuntalaisten osallistuminen ja vaikuttaminen kunnan toimintaan	4	12	28	32	18	6	154

# Viestinnän merkittävät teemat ja aiheet vuonna 2013

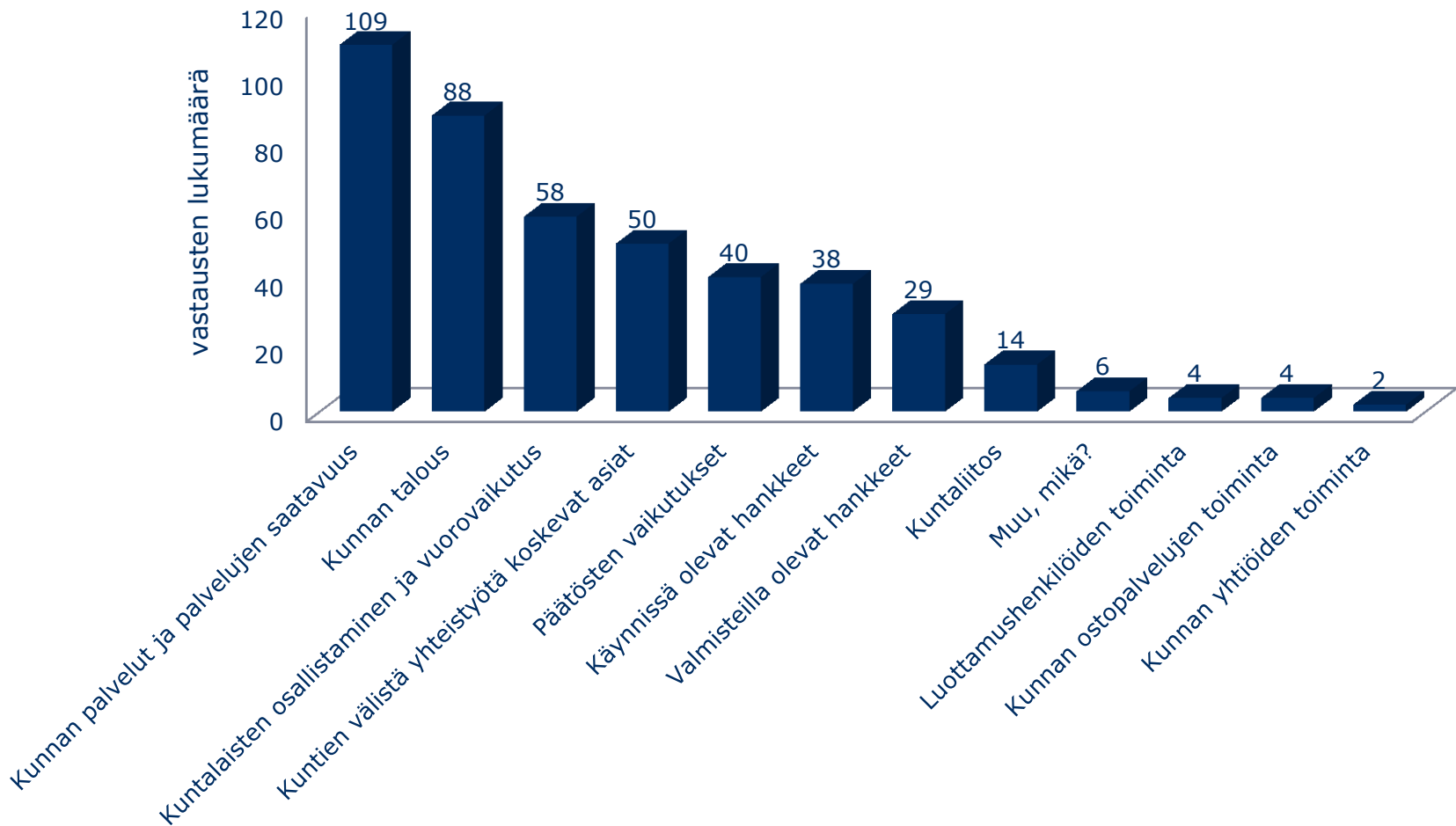
- Merkittävimmiä viestimisen teemoiksi nousivat vuonna 2013 palvelut, talous sekä osallistaminen ja vuorovaikutus.
- Myös päätösten vaikutuksista ja kuntien välisestä yhteistyöstä on viestitty suhteellisen runsaasti.
- Kuntaliitoksen ilmoitti teemaksi harvempi kuin joka kymmenes.
- Viestinnän aiheissa kunnan palvelualueiden mukaan korostuivat hallinto ja päätöksenteko, kaavoitus ja rakentaminen sekä terveyspalvelut.

*Kuntaliitos, henkilöstöpolitiikka ja -säästöt, kaupunkikehitys, matkailupalvelut, maahanmuuttoasiat, talouden sopeuttamisohjelma, tonttimarkkinointi, sote, laajakaistahanke, strategia, juhlavuosi...*

# Mitkä seuraavista teemoista ovat merkittävimpiä kuntasi viestinnän kannalta tänä vuonna?

## Valitse enintään kolme vaihtoehtoa.

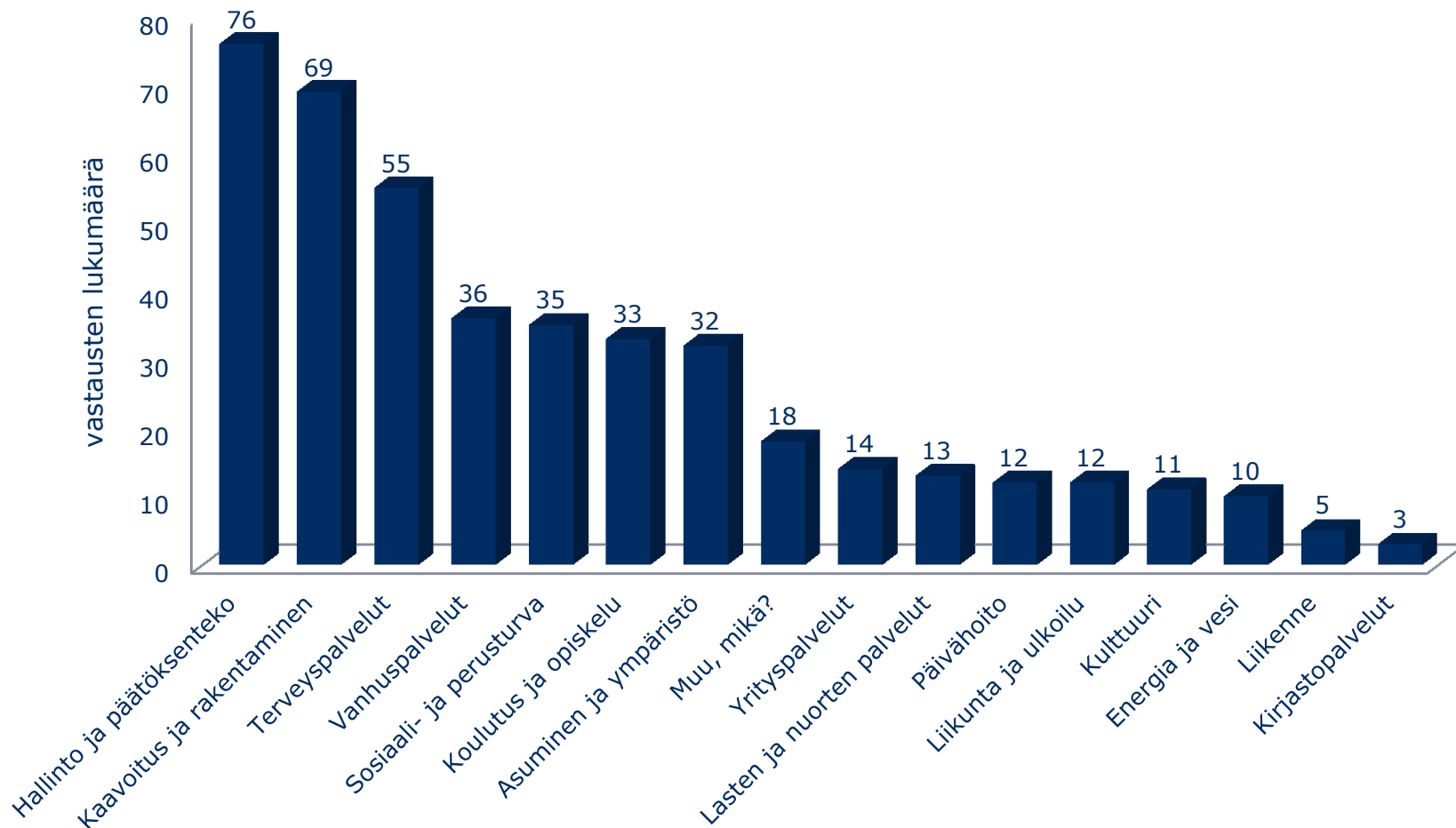
(n=163)



# Mitkä aiheet ovat korostuneet tänä vuonna kuntasi viestinnässä?

## Valitse enintään kolme vaihtoehtoa.

(n=159)



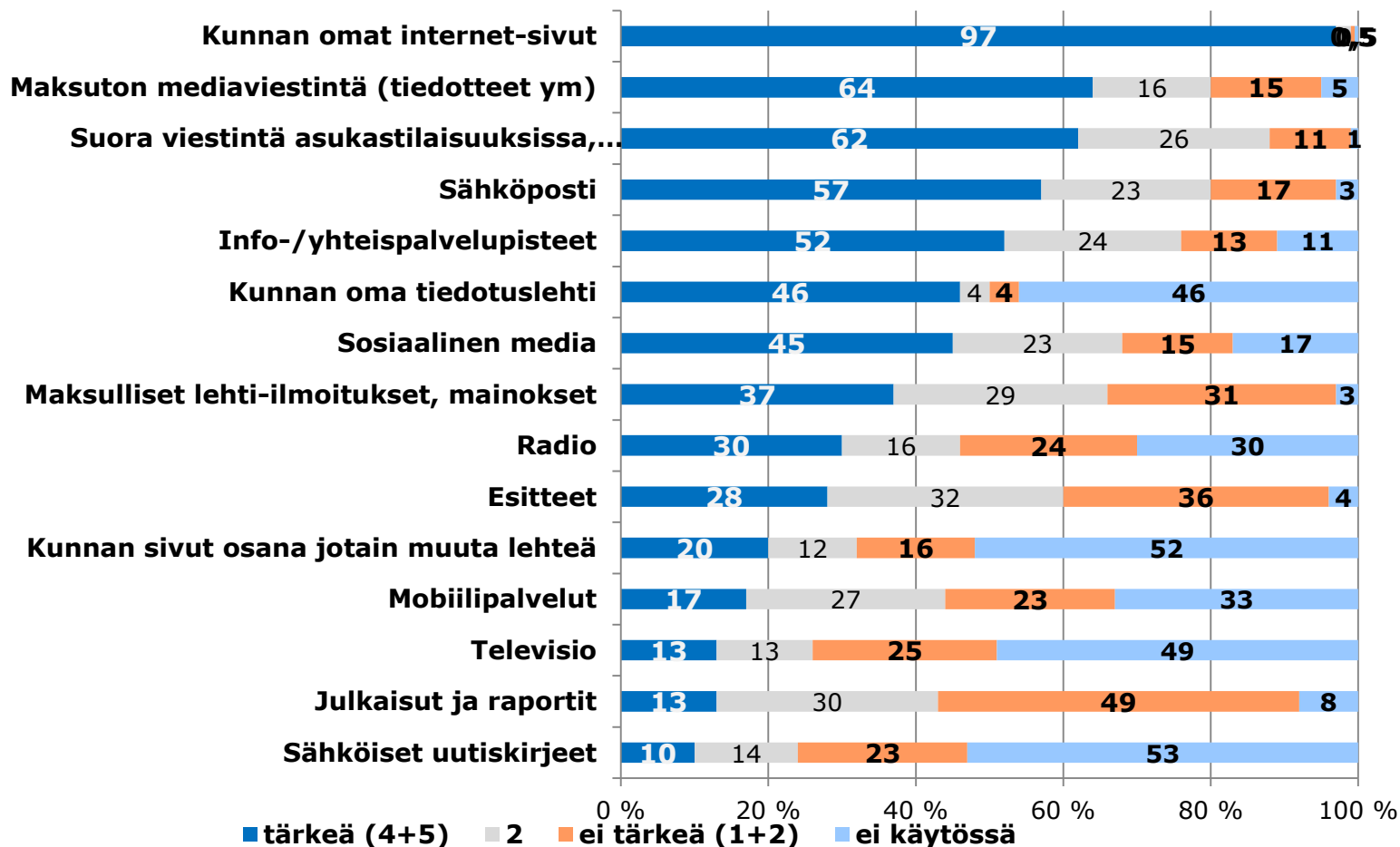
# Viestintävälineet ja -kanavat

- Viestintäkanavista 97 prosenttia vastanneista piti **kunnan omia verkkosivuja** melko tai erittäin tärkeänä.
  - » Kunnan omia internet-sivuja pidettiin tärkeimpänä välineenä myös vuonna 2009. Myös suora viestintä asukastilaisuuksissa sekä maksuton mediaviestintä ovat olleet vuoden 2009 kärkikolmikossa. -> *ei muutosta tärkeimmissä välineissä.*
- **Sosiaalinen media** jakoi mielipiteet: 46 prosenttia piti sitä melko tai erittäin tärkeänä, mutta samalla 23 prosenttia ei pidä sitä lainkaan tärkeänä tai ei käytä sitä.
- Sosiaalinen media arvioitiin melko tai erittäin tärkeäksi välineeksi etenkin yli 50 000 asukkaan kunnissa.
- Kunnan **oma tiedotuslehti** koetaan tärkeäksi erityisesti pienissä alle 2000 asukkaan kunnissa (71 prosenttia vastaajista pitää erittäin tärkeänä).
-

# Miten arvioit viestintävälineiden ja -kanavien tärkeyttä kuntasi viestinnässä?

(5=erittäin tärkeä, 4=melko tärkeä, 3=ei tärkeä mutta ei merkityksetönkään, 2=ei kovin tärkeä, 1=ei lainkaan tärkeä, 0=ei käytössä)

Vastausten %-jakaumat, N=157-163



# **Viestintä kunnan päätöksenteosta**

Valtuuston kokousten videointi,  
esityslistojen julkisuus





# Valtuuston kokousten verkkoseuranta lisääntyy

(n=162)

- 15 prosentissa vastanneista kunnista on mahdollisuus seurata valtuuston kokouksia suorana lähetyksenä  
*"Kokoukset ovat pidentyneet ja kävijämäärät kasvaneet kerta kerran jälkeen"*
- Kuntakoko vaikuttaa:Kaikissa yli 100 000 asukkaan kunnissa on mahdollista seurata kokousta suorana lähetyksenä,
- 50 001 -100 000 asukkaan kunnista 56 prosentissa on mahdollista seurata kokousta sekä suorana lähetyksenä että tallenteena.

- Useat vastaajat kertovat, että asiaa on selvitetty, mutta syystä tai toisesta ei otettu käyttöön. Asiasta on tehty useissa kunnissa valtuustoaloitteita.

*"Valtuuston kokousten videointi aloitetaan vuoden 2014 alusta, kilpailutus käynnissä (suora lähetys + tallenne nettisivuille) valtuustoryhmien tekemän valtuustoaloitteen johdosta"*

- Osa vastaajista kertoi myös, että suoria lähetyksiä on kokeiltu, mutta lopetettu alhaisen katsojamäärän takia

*"Valtuuston kokoukset kuvattiin vuonna 2009, mutta alhaisen katsojamäärän ja taloudellisten seikkojen vuoksi kuvaamisesta luovuttiin."*

# Päätöksenteon ja valmistelun asiakirjat ovat laajasti julkisia

- Kaikki vastanneet kunnat ilmoittivat viestivänsä kunnanhallituksen päätöksenteosta verkkosivuillaan.
- Lautakuntien toiminnasta viestitään lähes yhtä aktiivisesti kuin kunnanhallituksen toiminnasta.
- Lähes puolet vastanneista julkaisee myös esityslistojen liitteet verkkosivuillaan.

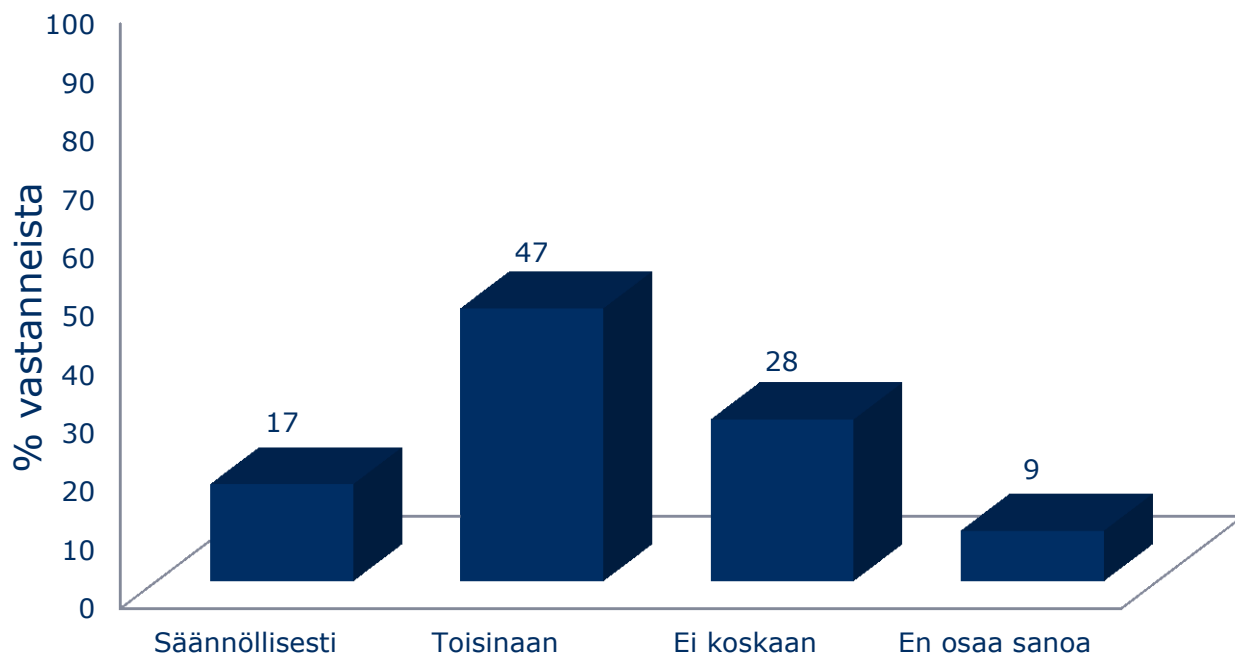
# Viestinnän mittaaminen



# Viestinnän onnistumisen mittaaminen

- 47 prosenttia vastaajista ilmoitti mittaavansa viestinnän onnistumista toisinaan.
- Pienemmissä kunnissa mitataan suuria kaupunkeja harvakseltaan.

**Mittaatteko kunnan viestinnän onnistumista?**  
(n=162)



# Verkkopalvelujen kävijäseuranta yleisin viestinnän arviointiväline

- Reilut puolet ilmoitti seuranneensa verkkopalvelun kävijäseurantaan viimeisen vuoden aikana.
- Vajaa puolet oli tehnyt asukas- tai palvelutyytyväisyyskyselyn.
- Noin neljäsosa ei ollut mitannut viestintää viimeisen vuoden aikana.

# Viestinnän tulevaisuus



# Kunnan viestinnän suurimmat haasteet

- » Tiukka taloustilanne (yli 40 mainintaa)
- » Muuttuva viestintäympäristö: sosiaalinen media, viestinnän nopeuden vaatimus, median toiminnan muuttuminen jne. (yli 30 mainintaa)
- » Ammattitaidon puute, mutta myös viestinnän arvostuksen puute (reilut 20 mainintaa)
- » Kohdennetut viestit, kuntalaisten erilaisuuden kärjistyminen esim. ikä, tietotekniikkavalmiudet, maailmankatsomus. Tähän liittyy myös osallistamisen tarve. (alle 15 mainintaa)
- » Kuntarakenteen ym. ympäristön muutokset (alle 10 mainintaa)
- » Markkinointi, kunnan vetovoiman lisääminen (alle 10 mainintaa)

# Kunnan viestinnän tulevaisuus

*”Resurssien ja tarpeiden jatkuvasti kasvava ristiriita”*

*Henkilöresurssien riittävyys suhteessa siihen, mitä kuntalaiset/yhteistyökumppanit odottavat/vaativat.”*

*”Muutosviestintä: kunta- ja sote-uudistus, taloussäästöjen vaikutukset kuntalaisiin + henkilöstöön”*

*”Vaikuttaminen: Saada aikaan keskustelua ennen päätöksentekoa, ei sen jälkeistä jossittelemista ja äänekkään vähemmistön kannan ylliedustusta medioissa”*

- Vuonna 2009 esiin nousi:
  - » Henkilöresurssit: puute ja osaaminen
  - » Viestinnän vuorovaikutteisuus
  - » Verkkopalvelu: ylläpito (ajantasaisuus) ja kehittäminen

Vuoteen 2009 verrattuna verkkopalvelun ylläpitoa ei pidetä enää yhtä merkittävänä haasteena.



# Kunnan viestinnästä vastaavien osaaminen

- Kuntien viestinnän tekijät kaipaavat lisää osaamista erityisesti uusien viestintävälineiden hallintaan.
  - » Viestinnän ”monitaituruus” tärkeää.
  - » Myös muutosviestintäosaaminen korostuu tulevaisuudessa.

*”Uudet viestintävälineet ja -kanavat (esim. videot, some).”*

*”Uusien viestintäkanavien ripeää hallintaa ja laaja-alaista syy-seuraussuhteiden osaamista, sillä viestintä muuttuu yhä reaktiivisempaan suuntaan. Kuntaviestinnän ammattilaisilla täytyy samalla olla hyvä yhteiskunnallinen pohjatietämys.”*

*”Kuntaviestinnän ammattilaisen tulee olla median monitaituri; hallita niin perinteinen viestintä kuin somekin ja pystyä pitämään monta palloa ilmassa samanaikaisesti.”*

*”Muutosprosesseissa viestiminen.”*

# Lisätietoja kyselystä

- viestintäjohtaja Jari Seppälä, Kuntaliitto, p. 050 667 43
- tiedottaja Hanna Kaukopuro-Klemetti, Kuntaliitto, p. 050 597 4918
- markkinointisuunnittelija Eeva-Kaisa Kivistö, Kuntaliitto, p. 050 447 7714
  
- sähköposti: [etunimi.sukunimi@kuntaliitto.fi](mailto:etunimi.sukunimi@kuntaliitto.fi)



# Kuntaliiton palvelut kuntaviestijöille



# Kuntaliiton palvelut kuntaviestijöille

- Tietoa kuntien viestinnästä ja Kuntaliiton tuesta:  
[www.kunnat.net/viestinta](http://www.kunnat.net/viestinta)
- Óppaita sähköisessä muodossa
- Kuntaviestijä-uutiskirje
  - » Viisi kertaa vuodessa ilmestyvä uutiskirje kuntien ja kuntayhtymien viestijöille
- Sähköpostilistat kuntasektorin viestinnän ammattilaisille
  - » Verkkotiedottajat
  - » Kuntatiedottajat
  - » Kuntamarkkinointi
  - » Maakuntien liittojen tiedottajat
  - » Soster-tiedottajat (kunnat, kuntayhtymät, sairaanhoitopiirit)
- Kuntamarkkinoinnin ja -viestinnän Piiri-verkosto

# Viestintäohjeistusta

- Työyhteisöviestinnän opas
  - » [http://shop.kunnat.net/product\\_details.php?p=2865](http://shop.kunnat.net/product_details.php?p=2865)
- Viestinnän avaimet kuntien muutostilanteissa
  - » [http://shop.kunnat.net/product\\_details.php?p=2856](http://shop.kunnat.net/product_details.php?p=2856)
- Varaudu. Opas kunnan viestintään kriisi- ja erityistilanteissa
  - » [http://shop.kunnat.net/product\\_details.php?p=306](http://shop.kunnat.net/product_details.php?p=306)
- Kuntien verkkoviestintäohje
  - » [http://shop.kunnat.net/product\\_details.php?p=2445](http://shop.kunnat.net/product_details.php?p=2445)
- Kunta viestintäostoksilla. Opas viestintä- ja markkinointipalvelujen hankintaan
  - » [http://shop.kunnat.net/product\\_details.php?p=299](http://shop.kunnat.net/product_details.php?p=299)
- Kriisijohtaminen ja viestintä. Tapaus Nokian vesikriisi.
  - » [http://shop.kunnat.net/product\\_details.php?p=268](http://shop.kunnat.net/product_details.php?p=268)
- KISA - kuntien viestinnän seuranta- ja arviointijärjestelmä.
  - » [http://shop.kunnat.net/product\\_details.php?p=250](http://shop.kunnat.net/product_details.php?p=250)