



Rekommendation om organiseringen av och resurserna för landskapens kommunikation

Landskapen ska se till att invånarna har likvärdig tillgång till information och likvärdiga deltagningsmöjligheter. Landskapen ska informera olika intressentgrupper på ett öppet och interaktivt sätt för att uppfylla denna lagstadgade förpliktelse. Landskapskoncernen är en stor arbetsgivare som har ansvaret för personalens välbefinnande och personalkommunikationen. En välfungerande kommunikation är en nyckelfaktor som bidrar till landskapets konkurrenskraft och livskraft.

Denna rekommendation är avsedd som stöd för planeringen av organiseringen och resurserna för landskapens kommunikation. Landskapen har självstyre och de beslutar själva om sin organisationsstruktur och sin resursanvändning.

Kommunikationen stödjer jämställdhet, demokrati och konkurrenskraft

Interaktiv kommunikation stöder demokratin och den skapar möjligheter till deltagande. Landskapet sörjer för invånarnas rättigheter genom att informera om sina ärenden i rätt tid på ett begripligt och mångsidigt sätt. Kommunikationskanalerna väljs med hänsyn till behovet och situationen.

Landskapen kommunicerar bland annat om servicen, ekonomin, förvaltningen, besluten och konsekvenserna av besluten. Landskapet svarar även för beredskapen och för egen del för kommunikationen i specialsituationer. Kommunikationen ska ske på klarspråk, och informationen ska finnas tillgänglig på nationalspråken. Specialgruppers behov ska också tillgodoses för att medborgarnas jämställdhet förverkligas.

Kommunikations- och medieomgivningens snabba förändring förutsätter att landskapen och den övriga förvaltningen gör större satsningar i sin kommunikation än vad som varit vanligt tidigare. Man kan förutse att kommunikationen behöver ytterligare satsningar då landskaps- och vårdreformen inleds i praktiken. Det är även i fortsättningen en kritisk framgångsfaktor för landskapens livskraft, konkurrenskraft och identitet att kommunikationen är beredd att utveckla sin verksamhet snabbt och kontinuerligt i en föränderlig verksamhetsomgivning.

Kommunikationen är en del av det strategiska ledandet av landskapen

Landskapens kommunikation utgör strategisk verksamhet som leds, planeras, utvecklas och utvärderas systematiskt. Bästa förutsättningar för effektiv kommunikation åstadkoms då kommunikationen intar en strategisk roll i landskapets organisation direkt under ledningen.

Det är rekommendabelt att varje landskap har en kommunikationsansvarig direktör (t.ex. med titeln kommunikationsdirektör) som också är medlem i landskapets ledningsgrupp. Så kan man se till att kommunikationsaspekten tas i beaktande i beslutsfattandet, och att den tas i beaktande tillräckligt tidigt i tillräcklig omfattning. Kommunikationsdirektören ser till att



kommunikationen stöder landskapens strategiska målsättningar och ansvarar för styrningen av landskapskoncernens kommunikation.

Professionella kommunikatörer samordnar och planerar kommunikationen, och de producerar även innehåll, utbildar ledningen och stödjer personalen i kommunikationsärenden. Alla anställda medverkar i den praktiska kommunikationen.

Kommunikationen ska ha tillräckliga resurser

Lyckad och effektiv kommunikation kräver tillräckliga resurser. Landskapet ska planera sin kommunikation med hänsyn till tillräckliga personalresurser och resurser för upphandling av externa tjänster.

De grundläggande resursbehoven har under de senaste åren utökats av paradigmskiftet inom kommunikationen: enkelriktad information har ersatts av interaktiv kommunikation, universell medborgarinformation har ändrats till skräddarsydd målgruppskommunikation via flera kanaler. Kommunikationen med invånare och serviceanvändare, anställda, beslutsfattare, turister, företag och media, unga och äldre och med specialgrupper måste ske via kanaler som lämpar sig för målgruppen i fråga, och på ett sätt och ett språk som känns bekant för respektive grupp.

Landskapen bör även utnyttja markandsföringspotentialen som ett affärsverksamhetsverktyg. Landskapets konkurrenskraft förstärks av beaktheten, imagen och ryktet som skapats med hjälp av välplanerad och genomförd marknadsföringskommunikation.

Lagstiftning: De viktigaste bestämmelser som gäller landskapens kommunikation finns i 28 §, 95 § och 96 § i landskapslagen samt i 19 och 20 § i offentlighetslagen. Tvåspråkiga landskap ska ta även ta i beaktande 32 § i språklagen som innehåller föreskrifter om myndighetskommunikation samt 24 § som föreskriver om språklig service och kommunikation vid landskapsägda bolag.

Helsingfors den 14 december 2018

Päivi Nerg
projektchef, understatssekreterare
Landskaps- och vårdreformen

Thomas Sund
ordförande
Landskaps- och vårdreformens
kommunikationsgrupp

Eeva Mäntymäki
ordförande
Landskapens
kommunikationsnät