

Konsernimääräys 9.4.2025, TRE:2178/00.01.01/2025

Tampereen kaupungin viestintäohje

| | | |
|---|------------------------------------------------|---|
| 1 | Johdanto ja tiivistelmä sisällöstä | 1 |
| 2 | Viestinnän periaatteet ja tavoitteet | 2 |
| 3 | Viestinnän vastuut | 3 |
| 4 | Viestinnän kohderyhmät | 4 |
| 5 | Työyhteisöviestintä | 4 |
| 6 | Viestinnän pääkanavat | 4 |
| | 6.1 Tampere.fi ja Tasku-intranet | 4 |
| | 6.2 Sosiaalinen media | 6 |
| | 6.3 Muita kanavia | 6 |
| 7 | Mediayhteistyö | 7 |
| 8 | Tampereen brändi | 7 |
| | 8.1 Tampereen brändistä | 7 |
| | 8.2 Valokuvat ja videot | 8 |
| 9 | Viestintä poikkeus- ja häiriötilanteissa | 8 |

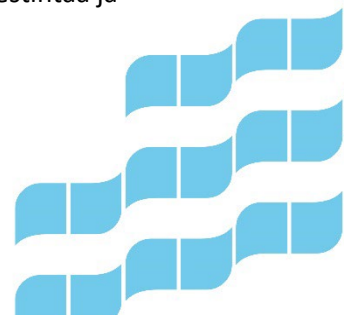
1 Johdanto ja tiivistelmä sisällöstä

Tampereen kaupungin viestintäohje -konsernimääräys ohjaa kaupunkiorganisaatiossa työskentelevien työtä. Viestintä on osa kaikkien tehtäviä. Viestinnällä luomme yhteisöllisyyttä ja elinvoimaa sekä tuemme kuntalaisen osallistumis- ja vaikuttamismahdollisuuksia. Viestinnällä vahvistamme kaupunkiorganisaation työnantajakuva, kasvatamme Tampereen tunnettuutta sekä tuemme strategian toteuttamista.

Lisää ja tarkempaa tietoa tähän määräykseen liittyvistä asioista löydät Tasku-intranetin viestintä ja markkinointi -osiosta.

Tiivistetysti tällä konsernimääräyksellä ohjataan seuraavia asioita:

- **Viestinnän periaatteet ja tavoitteet:** Tampereen kaupungin viestinnän periaatteet ovat avoimuus, oma-aloitteisuus, ymmärrettävyys, tasapuolisuus ja selkeys. Viestintää ohjaavat myös lait ja määräykset.
- **Viestinnän vastuut:** Jokaisella työntekijällämme on vastuu hankkia tarvitsemaansa tietoa, ja viestintä on osa jokaisen tehtäviä. Esihenkilöt vastaavat johtamansa yksikön tai tiimin viestinnästä. Kaupunginhallitus päättää kaupungin viestinnän ja tiedottamisen periaatteista, pormestari johtaa viestintää ja



palvelualuejohtajat vastaavat viestinnän linjausten toimeenpanosta omilla palvelualueillaan.

- **Viestinnän kanavat:** Tampereen kaupungin viestinnän pääkanavat ovat julkinen Tampere.fi-verkkopalvelu ja kaupungin sisäinen verkkopalvelu eli Tasku-intranet. Lisäksi viestimme asukkaille ja sidosryhmille sosiaalisessa mediassa. Myös muita kanavia voidaan käyttää.
- **Tampereen brändi** tuo esiin Tampereen asenteen ja yhdistää kaikkia tamperelaisia. Yhtenäinen brändi vahvistaa meitä ja sanomaamme.
- **Viestintä häiriö- ja poikkeustilanteissa:** Häiriötilanteissa kuntalaisten ja asiakkaidemme tiedontarve sekä median kiinnostus kasvavat voimakkaasti. Tällöin viestinnän tulee olla erityisen selkeää, faktoihin keskittyvää ja tietoja kertaavaa. Häiriö- ja poikkeustilanteissa viestintää voidaan keskittää.

2 Viestinnän periaatteet ja tavoitteet

Kaupungin viestintää ohjaavat lainsäädäntö, ohjeet ja suositukset.

Perustuslaki takaa kansalaisen oikeuden tietoon ja osallistumiseen:

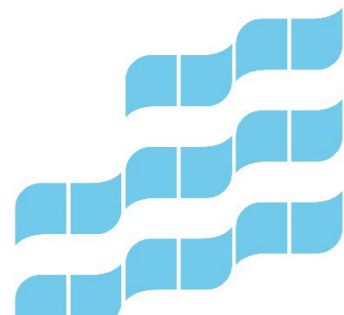
- 14 § Julkisen vallan tehtävänä on edistää yksilön mahdollisuuksia osallistua yhteiskunnalliseen toimintaan ja vaikuttaa häntä itseään koskevaan päätöksentekoon.

Viranomaisilla on velvollisuus edistää avoimuutta. Perustuslain lisäksi viestintää ohjaavat muun muassa kuntalaki, laki viranomaisen toiminnan julkisuudesta, hallintolaki, digipalvelulaki sekä alueidenkäyttölaki. Kaupungin viestinnän toiminnan painotuksia ohjaa **kaupungin strategia**. Viestinnällä tuetaan strategiassa asetettujen tavoitteiden saavuttamista.

Kuntalaissa kirjoitetaan viestinnästä seuraavasti:

- 29 § Kunnan toiminnasta on tiedotettava asukkaille, palvelujen käyttäjille, järjestöille ja muille yhteisöille. Kunnan tulee antaa riittävästi tietoja kunnan järjestämisestä 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.

Viestinnässä on huomioitava myös tietosuoja ja julkisuuslain salassapitoperusteet sekä noudatettava **kaupungin tietoturvaohjeita** ja **Tampereen seudun sähköisten viestintävälineiden käyttösäätöjä**, jossa ohjeistetaan myös muun muassa tekoälyn käytöstä.



Jonkin asian tai teeman viestinnällistä onnistumista tulee aina arvioida suhteessa asetettuihin tavoitteisiin. Viestintäyksikössä seurataan eri alustojen ja kanavien data-analytiikkaa sekä tehdään viestintään liittyviä määrällisiä ja laadullisia selvityksiä. Lisäksi seurataan muun muassa kaupungin näkyvyyttä toimitetussa mediassa.

3 Viestinnän vastuut

Tampereen kaupungin hallintosäännön mukaan kaupungin viestinnän peruseriaatteet ovat avoimuus, oma-aloitteisuus, ymmärrettävyys, tasapuolisuus ja selkeys. Viestinnässä huomioidaan eri kohderyhmien tarpeet sekä monikanavaisuus.

Hallintosäännön mukaan:

- Kaupunginhallitus päättää kaupungin viestinnän ja tiedottamisen periaatteista.
- Pormestari johtaa kaupungin viestintää ja tiedottamista.
- Apulaispormestarit johtavat viestintää johtamansa lautakunnan alaisissa asioissa.
- Palvelualuejohtajat vastaavat viestinnän linjausten toimeenpanosta omilla palvelualueillaan.

Toimintasäännöllä varmistetaan, että lainsäädäntöä ja hallintosääntöä noudatetaan ja sovelletaan yhdenmukaisella tavalla. Tampereen kaupungin konsernihallinnon toimintasäännössä todetaan, että konsernihallinnon viestintäyksikkö vastaa

- kaupunkitasoisesta ulkoisesta viestinnästä, sen ohjauksesta, koordinoinnista ja kehittämisestä
- kaupunkikonsernin sisäisen viestinnän koordinoinnista, ohjauksesta ja kehittämisestä
- kaupunkitasoisten viestintäkanavien koordinoinnista, kehittämisestä sekä sisälöntuotannosta yhdessä muiden kanssa
- kaupunkitasoisesta häiriö- ja poikkeustilanneviestinnästä
- päätösviestinnästä
- mediayhteistyöstä
- Tampere-brändin sisäisestä ohjauksesta.

Viestinnän ja markkinoinnin konsultointiin, suunnitteluun ja toteutukseen on tarvittaessa mahdollista ostaa palveluja kaupungin kilpailuttamilta viestintä- ja mainostoitustoilta. Tällöin käytännöt ja vastuut on sovittava tarkasti osapuolten kesken. Myös ulkopuolisen tahon suunnittelemassa ja/tai toteuttamassa viestinnässä on noudatettava kaupungin **viestinnän linjauksia** ja **kaupungin brändiohjetta**.

Jokaisella työntekijällä on vastuu hankkia tarvitsemaansa tietoa ja tarvittaessa välittää sitä eteenpäin. Esihenkilöt vastaavat johtamansa yksikön tai tiimin viestinnästä. Viestinnän asiantuntijat toimivat johdon ja työntekijöiden tukena erilaisissa



viestintään liittyvissä kysymyksissä sekä käytännön viestinnän suunnittelussa ja toteutuksessa.

Päivittäisviestinnän digitaalisiin pääkanaviin liittyvistä sopimuksista, teknologisista ratkaisuista ja järjestelmistä sekä niihin liittyvästä teknisestä ylläpidosta vastaa digitalisaatio ja tietohallinto -ryhmä.

Erilaisissa projekteissa ja hankkeissa on viestintä, sen aikataulut sekä vastuut suunniteltava yhteistyössä kumppaneiden kanssa heti yhteistyön alkuvaiheessa. Kaupunkikonserniin kuuluvat **yhtiöt** vastaavat omasta viestinnästään ja markkinoinnistaan.

4 Viestinnän kohderyhmät

Kaupunkikonsernin viestinnän kohderyhmiä ovat erityisesti:

- henkilöstö
- luottamushenkilöt
- kuntalaiset (henkilöt, yritykset ja yhteisöt)
- Tampereen palveluja käyttävät
- media
- palveluntuottajat
- yhteistyökumppanit
- muut viranomaiset

5 Työyhteisöviestintä

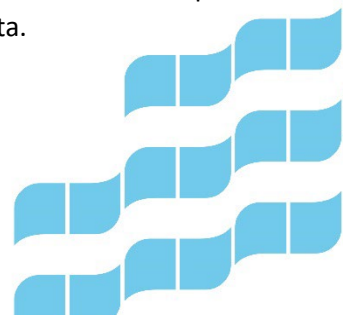
Viestintä toimii työyhteisöä yhdistävänä tekijänä. Kaupunkikonsernin työntekijöiden tulee voida luottaa siihen, että työhön ja työyhteisöön liittyvistä asioista sekä erityisesti muutostilanteista kerrotaan avoimesti.

Työyhteisöviestintää suunnitellaan ja toteutetaan yhteistyössä johdon, henkilöstöhallinnon, viestinnän ja henkilöstön edustajien kesken. Vastuu työyhteisöviestinnän toimivuudesta ja keskustelevan toimintakulttuurin edistämisestä on jokaisella, erityisesti roolissa ovat kuitenkin esihenkilöt.

6 Viestinnän pääkanavat

6.1 Tampere.fi ja Tasku-intranet

Tampereen kaupungin päivittäisviestinnän **pääkanavat** ovat julkinen verkkopalvelu **Tampere.fi** ja kaupungin sisäinen verkkopalvelu eli **Tasku-intranet**. Konsernihallinnon viestintäyksikkö vastaa ja linjaa näiden verkkopalvelujen viestinnällisistä kokonaisratkaisuista, informaatioarkkitehtuurista ja toimituspolitiikasta sekä verkkopalvelujen käytettävyydestä ja omalta osaltaan saavutettavuudesta.



Kaupungin viralliset ilmoitukset julkaistaan Tampere.fi-verkkopalvelussa, joka on kuntalain tarkoittama kaupungin virallinen kanava. Ilmoitusten julkaisemiseen voivat vaikuttaa salassapitoa koskevat säännökset ja niitä voidaan julkaista myös kaupungin muulla päättämällä tavalla.

Kaupungin verkkopalveluja ei saa käyttää mainontaan, yhdistys- tai yritystoimintaan eikä poliittiseen toimintaan tai uskonnon harjoittamiseen. Kuitenkin tapahtumakalenterissa voidaan näyttää myös muiden kuin kaupungin järjestämiä tapahtumia, ja muiden toimijoiden sisältöihin voidaan tehdä linkityksiä. Kaupungin verkkosivuilla kerrotaan pääasiallisesti kaupungin omasta toiminnasta sekä tehtävästä yhteistyöstä.

Esihenkilöt ovat vastuussa siitä, että toimialueen palveluista kertovat sisällöt ovat ajan tasalla, saavutettavia ja tarvittaessa myös eri kielillä laadittuja sekä Tampere.fi:ssä että Taskussa.

Tampere.fi

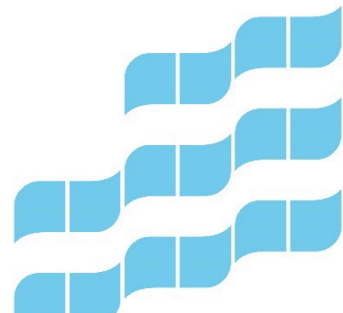
- on käyttäjilleen hyödyllinen, asiakaslähtöinen ja saavutettava tietopalvelu.
- kertoo kaupungin ajankohtaisista asioista, palveluista ja kuntalaisen vaikuttamismahdollisuuksista.
- pääkielinä ovat suomi ja englanti

Tampereen kaupungin verkkoviestinnässä noudatetaan hyväksyttyä **Tampereen kaupungin erillissivusto- ja domainpolitiikkaa**. Tampere.fi:stä erillisiä sivustoja tai ulkopuolisia domaineja tulee hakea sovitun prosessin kautta. Kaikilla Tampereen kaupungin ylläpitämällä sivustoilla tulee näkyä virallinen Tampereen kaupungin tunnus.

Intranet on kaupunkiorganisaation työyhteisöviestinnän pääkanava koko kaupungin henkilöstölle. Intranet vahvistaa organisaation yhteistä kulttuuria ja on osa digitaalista työympäristöä.

Tasku-intranet

- toimii työyhteisöviestinnän pääkanavana.
- on saavutettava tietopalvelu koko kaupungin henkilöstölle sekä määritellyin osin ulkopuolisille yhteistyötahoille.
- sisältää organisaation yhteiset toimintaohjeet, ajankohtaista tietoa sekä työntekijän oman työn kannalta olennaiset sisällöt.
- vahvistaa organisaation yhteistä kulttuuria ja on tärkeä osa digitaalista työympäristöä.



6.2 Sosiaalinen media

Sosiaalinen media (some) on kaupungillekin alusta, jolla tavoittaa kuntalaisia ja muita sidosryhmiä. Somessa voidaan viestiä sekä suomeksi että englanniksi ja tarvittaessa myös muilla kielillä, Tampereen kaupungin pääkanavilla kaikki julkaisut tehdään sekä suomeksi että englanniksi.

- **Sosiaalisen median käyttö Tampereen kaupungilla -konsernimääräys** kertoo kaupungin toimintaperiaatteet somen käytössä ja ohjaa työntekijöiden toimintaa sosiaalisessa mediassa.

Kaupungin ylläpitämät somekanavat on suunniteltava osana viestinnän kokonaisuutta, somessa ei voi hoitaa viranomaistehtäviä, eikä sillä voi korvata verkkosivusäilyttäjiä. Laajalle yleisölle tarkoitettua viestintää ei myöskään voi jättää pelkän sosiaalisen median varaan. Myös sosiaalisen median kanavat tukevat Tampereen kaupungin strategiaa ja noudattavat kaupungin viestintälinjauksia ja kaupungin brändiä.

6.3 Muita kanavia

Tampere.Finland-aplikaatio on älypuhelimeen ladattava maksuton sovellus, johon on koottu tietoa Tampereen palveluista. Sovellusta voi käyttää asukkaan, matkailijan ja yrityksen näkökulmasta.

Infonäytöt ja mainospaikat: Kaupungilla on käytössään mainostilaa infonäytöillä ja mainostauluilla. Näkyvyys on tarkoitettu pääsääntöisesti kaupungin itse toteuttaman tai tukeman toiminnan ja tapahtumien esittelyyn.

Sähköinen uutiskirje: Sovelluksen avulla voidaan luoda ja lähettää sähköpostitse uutiskirjeitä.

Maksetut ilmoitukset: Joissakin tapauksissa voi olla perusteltua julkaista halutun kohderyhmän tavoittamiseksi myös maksullisia ilmoituksia lainsäädännön ja tapauskohtaisen tarkan harkinnan puitteissa.

- Maksulliseen ilmoitukseen tulee aina olla sisällölliset tai kohderyhmäkohtaiset perustelut.
- Kaupunkikonserniin kuuluvat yhteisöt voivat hyödyntää kilpailutettua sopimusta, jolla saa alennusta ilmoitusten listahinnoista.
- Kaupunki ei anna eikä kustanna kannatusilmoituksia erilaisiin julkaisuihin.

Lehdet ja esitteet: Kaupungin eri toimialueet ja yksiköt voivat julkaista asiakkailleen ja muille sidosryhmilleen tiedotuslehtiä ja tehdä esitteitä. Kaupungin toimintojen tarvitsemat viestinnälliset materiaalit tulee aina maksaa yksikön/tilaajan omasta budjetista. Kannattaa myös pohtia, onko painettu tuote aina välttämätön vai saavutettaisiinko sama kohderyhmä esimerkiksi digitaalisilla alustoilla.



7 Mediatyhteistyö

Kaupungin viestinnän yksi tärkeimmistä sidosryhmistä on tiedotusvälineet, jotka ovat sitoutuneet noudattamaan Journalistin ohjeita. Kaikkia tiedotusvälineitä tulee palvella yhtä hyvin ja tasapuolisesti, sama tieto annetaan kaikille medioille samalla aikataululla ja samojen periaatteiden mukaan.

Median uutisointiin ja artikkelin sisältöön voi vaikuttaa siten, että kaupungin edustajana medialle vastaava henkilö vastaa selkeästi median kysymyksiin ja antaa julkiset tiedot avoimesti sekä saattaa tosiasiat toimittajan tietoon. Journalistiset ratkaisut ja päätökset, esimerkiksi uutisoinnista ja uutisen näkökulmasta, media tekee itse.

Laajaa mielenkiintoa tai ristiriitaisia näkemyksiä herättävissä asioissa kannattaa keskustella etukäteen oman esihenkilön ja palvelualueen viestintää tukevan viestintäpäällikön kanssa, ja vasta sitten median kanssa. Tietojen antajan tai haastateltavan kannattaa aina varata aikaa haastatteluun ja siihen valmistautumiseen sekä pyytää saada tarkistaa sitaattinsa haastattelun jälkeen. Tarvittaessa kysymykset voi myös pyytää kirjallisesti. Mikäli julkaistussa jutussa on virheitä, tulee pyytää toimittajaa oikaisemaan väärät tiedot välittömästi.

Lähtökohtaisesti kaupungin virallisen kannan ilmaiseminen hoidetaan hallintosäännön ja toimintasäännön mukaisesti eli palveluryhmän johtajan linjauksin. Työntekijällä on oikeus oman mielipiteensä esittämiseen, mutta silloin hänen tulee selkeästi kertoa, että kyse on henkilökohtaisesta näkemyksestä.

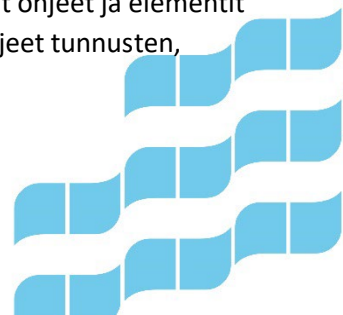
8 Tampereen brändi

8.1 Tampereen brändistä

Tampereen brändi kiteyttää Tampereen yhteisen asenteen ja rakentuu vahvuusillemme: rohkeudelle, rentoudelle ja yhteistyölle. Brändi kokoaa yhteen kaupungin arvot ja tekemisen tavat. Se muodostuu jokaisessa vuorovaikutustilanteessa ja kohtaamisessa, olipa kyse sitten asiakaspalvelutilanteesta tai ulkomainonnasta. Siksi jokainen on kaupungin brändin rakentaja ja sen lähettäjä.

Tampere.Finland-brändi on kaupungin oma, uskottavuutta rakentava allekirjoitus, joka luo kaupungille selkeän identiteetin. Kaupunkilaisille ja vieraille se herättää luottamusta ja toimii laadun takeena. Brändin kautta viestimme tuottamistamme palveluista kiinnostavasti ja kustannustehokkaasti. Yhteisen brändin alla jokainen kaupungin yksikkö, hanke, projekti, tytäryhtiö tai yhteistyökumppani on osa vahvaa kokonaisuutta.

Tampereen brändi -sivustolle (Tampere.fi) on koottu tarvittavat ohjeet ja elementit brändin soveltamiseen. Perehdy brändikirjaan, joka sisältää ohjeet tunnusten,



vaakunan, värien, fonttien ja kuvien käyttöön. Brändikirjaan on kerätty myös erilaisia malliesimerkkejä brändin käytöstä.

- Kaikki materiaalit, kuten videot, julisteet, esitteet, esitysmateriaalit ja verkkosivut, tulee luoda Tampereen brändikäsikirjan ehtoja noudattaen (visuaalisuus ja äänensävy).
- Tampereen kaupungin vaakunalogoa ja Tampere.Finland-tunnusta käytetään aina yhdessä kaupungin toiminnasta viestittäessä. Niiden on oltava näkyvillä kaikessa kaupungin toiminnassa. Mitään muita uusia tunnuksia tai logoja ei tule luoda.

8.2 Valokuvat ja videot

Valokuvia ja videoita käytetään monin eri tavoin, eri yhteyksissä sekä eri alustoilla. Tasku-intranetissä on tarkempia ohjeita valo- ja videokuvaamisesta, kuvien ja videoiden hankinnasta ja käytöstä. Intranetissä on tietoa myös kuvausluvista ja -sopimuksista. Kannattaa perehtyä esimerkiksi **tekijänoikeuteen ja kuvauslupiin**.

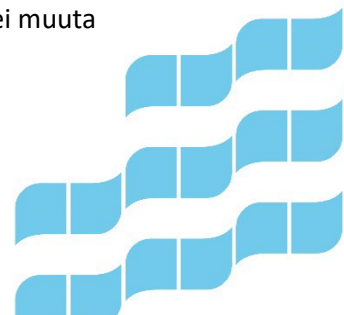
Jos käytetään ulkopuolisia toimijoita valo- ja videokuvausissa sekä kuvauksista että käyttöoikeuksista tulee sopia tarkasti ja selvästi osapuolten kesken. On suositeltavaa käyttää kaupungin valo- ja videokuvauksiin liittyviä sopimus pohjia, luodut pohjat eivät sellaisenaan välttämättä kuitenkaan suoraan sovellu aivan kaikkiin tilanteisiin.

9 Viestintä poikkeus- ja häiriötilanteissa

Riskienhallinta, turvallisuus ja varautuminen koskevat jokaista Tampereen kaupungin työntekijää. Jos havaitset häiriön tai merkittävän poikkeaman, ole yhteydessä esihenkilösi. Riskienhallinnan asianmukaisesta järjestämisestä vastaavat toimielinten lisäksi johtavat viranhaltijat ja esihenkilöt. Varautuminen tarkoittaa toimintaa, jolla varmistetaan tehtävien mahdollisimman häiriötön hoitaminen kaikissa tilanteissa. **Valmiussuunnitelmien** avulla varmistetaan kaupungin palvelujärjestelmän toimivuus kaikissa häiriötilanteissa. Valmiussuunnitelmassa on määriteltä vastuut.

Hyvin järjestetty ja hoidettu normaaliajan viestintä on pohja myös onnistuneelle häiriötilanneviestinnälle. Poikkeus- ja häiriötilanteisiin liittyy kansalaisten tiedontarpeen ja median kiinnostuksen voimakas kasvu. Tällöin viestintä on tehostettua arjen viestintää eli selkeää, faktoihin keskittyvää ja tietoa kertaavaa. Viestinnässä keskitytään vain olennaiseen, kerrotaan asioista selkeästi ja faktaperusteisesti sekä kerrataan se, mitä tilanteesta tiedetään. Viestintäkanavina käytetään pääsääntöisesti kohderyhmän tuntemia, vakiintuneita viestintäkanavia.

Häiriötilanteissa kukin viranomainen vastaa omasta viestinnästään. Muut tukevat viestintävastuussa olevaa ja antavat virka-apua. Häiriötilanne ei muuta



viranomaisten keskinäisiä toimivaltuuksia. Onnettomuustilanteissa viestintää johtaa aina pelastusviranomainen tai poliisi, kunnes toisin sovitaan.

- Tampereen malli: vakava tilanne – pormestarin nimeämä häiriötilanteiden aikainen kaupungin johtoryhmä vastaa johtamisesta ja viestinnän koordinoinnista ja järjestämisestä. Tällöin mm. viestintää keskitetään. (hallintosääntö)
- Viestintäjohtajaa sekä riskienhallinta- ja turvallisuusjohtajaa tulee informoida tilanteesta, mikäli kyseessä on häiriö, joka saattaa laajentua.

Myös häiriö- ja poikkeustilanteiden viestintää koskevaa ohjeistusta löytyy laajemmin Taskusta.

Tällä konsernimääräyksellä kumotaan konsernijohtajan päätöksellä 20.4.2018 § 65 (Dnro TRE:6642/00.01.01/2017) annettu konsernimääräys Konserniviestintä.

Juha Yli-Rajala
konsernijohtaja

Tiedoksi

Konsernihallinto ja palvelualueet

