



lemi



lemi

VIESTINTÄOHJE

17.8.2026

LEMIN KUNNAN VIESTINTÄOHJE

- Tämä ohjeistus on tarkoitettu käytännön työkaluksi Lemin kunnan työntekijöille ja luottamushenkilöille. Viestinnän tavoitteena on tukea kunnan visiota ”Pienestä isoksi” ja vahvistaa Lemin mainetta juurevana, luonteikkaana ja leppoisana säräpitäjänä.

1. VIESTINNÄN ARVOT JA LAKISÄÄTEISET PERUSTEET

- Viestintä perustuu kuntalakiin (§29), jonka mukaan kunnan on tiedotettava palveluista, taloudesta, valmistelussa olevista asioista ja päätösten vaikutuksista.
- Lemin viestinnän ydinlupaukset (3 L:ää):
 - Leppoisasti: Viestimme asiallisesti mutta helposti lähestyttävästi. Teemme asiat kerralla jämptisti, jotta "sielu lepää".
 - Lähellä: Palvelut ja päättäjät ovat tavoitettavissa niin kylillä kuin verkossakin. Viestintä on suoraa ja rehellistä.
 - Luovasti: Uskallamme kokeilla uutta ja hyödyntää lemiläistä rohkeutta ja metallista asennetta.

2. VIESTINNÄN VASTUUT JA ORGANISOINTI

- Viestintä on osa kunnan johtamista ja jokaisen työntekijän arkipäivää.
- Kunnanhallitus: Johtaa kokonaisuutta ja hyväksyy viestinnän periaatteet.
- Kunnanjohtaja: Vastaa operatiivisesta viestinnästä, toimii kunnan "kasvona" julkisuudessa ja hyväksyy koko kuntaa koskevat tiedotteet.
- Toimialajohtajat: Vastaavat oman toimialansa (esim. sivistys- tai tekninen toimi) viestinnän sisällöstä ja ajantasaisuudesta.
- Hallinto: Koordinoi kanavia, ylläpitää verkkosivujen rakennetta ja toimii henkilöstön tukena.
- Työntekijät: Jokainen on kunnan viestintälähettiläs. Asiakaspalvelu on merkittävin kunnan imagoon vaikuttava tekijä.

3. ULKOINEN VIESTINTÄ JA KANAVAT

- Kunta viestii monikanavaisesti huomioiden eri ikäryhmät.
- Verkkosivut (lemi.fi): Ensisijainen kanava viralliselle tiedolle. Sivustolla on oltava julkaistuna mm. kuntastrategia, talousarvio, hallintosääntö ja esityslistat.
- Palvelutietovaranto (PTV): Palvelukuvaukset päivitetään valtakunnalliseen tietovarantoon, josta ne siirtyvät automaattisesti Suomi.fi-palveluun.
- Sosiaalinen media:
 - Facebook: Ajankohtaisviestintä, tapahtumat ja vuorovaikutus.
 - Instagram: Brändin rakentaminen visuaalisesti. Käytettävät aihetunnisteet: #lemi, #leminkunta, #leppoisastilemiltä, #visitlemi.
 - YouTube: Tarinat, videot ja tonttimarkkinointi.
- Painetut aineistot: Kuntatiedotteet ja ilmoitukset paikallismediassa tavoittavat ne, jotka eivät käytä sähköisiä kanavia.

4. SOSIAALISEN MEDIAN PELISÄÄNNÖT

- Sosiaalisessa mediassa noudatetaan hyvää käytöstä ja lojaliteettia.
 - Ole asiallinen: Puhu asioista, älä ihmisistä. Kritiikki on sallittua, asiaton käytös ei.
 - Yksityinen vs. työminä: Muista, että vastuullisessa asemassa oleva henkilö edustaa työnantajaansa somessa myös vapaa-ajallaan.
 - Lojaliteetti: Työhön liittyvät epäkohdat käsitellään sisäisesti esihenkilön kanssa, ei julkisissa some-ryhmissä.
 - Tekoälyn käyttö: Tekoälyä voi hyödyntää tekstien luonnoksissa, mutta ihmisen on aina oikoluettava ja tarkistettava faktat ennen julkaisua.

5. MEDIASUHTEET JA TIEDOTTAMINEN

- Tiedotteet: Kirjoitetaan valmiiseen uutismuotoon. Mukana on oltava aina lisätietojen antajan suorat yhteystiedot.
- Haastattelut: Kerro ydinviestit selkeästi ja vältä ammattijargonia. Sinulla on oikeus tarkistaa omat sitaattisi ennen julkaisua.
- Proaktiivisuus: Kerromme ensimmäisenä itseämme koskevat uutiset – niin myönteiset kuin kielteiset.

6. VISUAALINEN ILME JA KUVIEN KÄYTTÖ

- Yhtenäinen ilme vahvistaa kunnan tunnistettavuutta.
- Logo ja vaakuna: Vaakunaa käytetään virallisissa asiakirjoissa (esim. lausunnot, kutsut), logoa markkinoinnissa ja somessa.
- Valokuvat: Suositetaan aitoja lemiläisiä kuvia. Alaikäisten tunnistettavien kuvien julkaisuun tarvitaan molempien huoltajien kirjallinen suostumus.
- Särä- ja metallibrändi: Hyödynnämme markkinoinnissa rohkeasti Lemin mainetta säräpitäjänä ja metallipääkaupunkina kuntalaisten toiveiden mukaisesti.

7. KRIISIVIESTINTÄ

- Häiriötilanteissa (esim. vedenjakelukatkokot tai onnettomuudet) viestinnän on oltava nopeaa ja rehellistä.
- Pää tavoitteet: Turvata ihmishenget, antaa toimintaohjeita ja estää huhujen leviäminen.
- Johtaminen: Kriisiviestintää johtaa kunnanjohtaja yhdessä johtoryhmän kanssa.
- Kanavat: Ensisijaisesti verkkosivut, sosiaalinen media ja tarvittaessa suorat tiedotteet.

8. SEURANTA JA KEHITTÄMINEN

- Viestinnän onnistumista seurataan säännöllisesti muun muassa seuraavilla mittareilla:
 - Kuntalaiskyselyt ja NPS-suosittelevaste.
 - Verkkosivujen kävijäanalytiikka ja somen sitoutuneisuus.
 - Asukastilaisuuksista ja palautekanavien kautta saatu suora palaute.
- Ohjeistusta päivitetään vähintään kerran valtuustokaudessa.

lemi

LISÄTIETOJA

Arto Ylönen

Kunnanjohtaja

040 615 8290

arto.ylonen@lemi.fi