

Työryhmäraportti

Nykytilan kuvaus sekä uuden kunnan palvelujen järjestäminen, organisointi ja kehittäminen

Viestintä- ja demokratiatyöryhmä

25.2.2014

1 Yhteenveto

Etelä-Kymenlaakson kunnissa päätoimista viestintähenkilökuntaa on Kotkalla ja Haminalla. Muissa kunnissa, Pyhtäällä, Miehikkälässä ja Virolahdella, viestintää tehdään oman työn ohella. Kotkan viestintäyksikössä (kaupunkikehityksen ja viestinnän palvelualue) on viisi työntekijää, joista keskimäärin 1-2 työskentelee yksinomaan viestintäasioiden parissa. Haminan kaupungin viestinnästä ja kaupunkimarkkinoinnista vastaa viestintä- ja markkinointiyksikkö, jossa operatiivisesta toiminnasta vastaa tiedotussihteeri. Viestintää johtaa elinkeinojohtaja. Pyhtäällä, Miehikkälässä ja Virolahdella viestintää toteutetaan käytännössä kunnanjohtajan vetämänä.

Kunta- ja matkailumarkkinoinnista vastaa Kotkassa em. palvelualue ja sitä käytännössä toteutetaan eri markkinointitiimien toimesta. Kotkan matkailumarkkinointi siirtyi vuoden 2014 alussa Cursorin hoidettavaksi Kaakko135° -brändin alaisuudessa. Haminassa viestintä- ja markkinointiyksikkö vastaa kaupungin kokonaisvaltaisesta markkinoinnista. Matkailumarkkinointi hoidetaan Matkailu- ja tapahtumapalvelut -yksikössä, jossa toimitaan seudullisen yhteistyösopimuksen mukaisesti. Pyhtään, Miehikkälän ja Virolahden matkailumarkkinointia toteutetaan pääasiassa seudullisena yhteistyönä, Kaakko135° -brändin alaisuudessa.

Demokratia- ja osallistamispalveluissa ei yhdessäkään Etelä-Kymenlaakson kunnassa ole päätoimista henkilökuntaa. Kotkassa palvelut hoidetaan oman työn ohella viestintäyksikössä ja muissa kunnissa eri virkamiesten voimin samoin oman toimensa ohella.

2 Palvelujen nykytilan kuvaus kunnittain

2.1 Kotkan kaupungin palvelujen nykytila

A. Palvelun järjestämistapa

Kotkan kaupungin viestinnästä ja kaupunkimarkkinoinnista vastaa Kaupunkikehityksen ja viestinnän palvelualue, joka kuuluu Kaupunkikehityksen ja kulttuurin vastuualueeseen.

Vastuualueen tehtäviin kuuluvat lisäksi kaupungin elinkeino- ja liiketoiminnan edistäminen, vetovoimatekijöiden vahvistaminen, kansainväliset yhteydet sekä kaupungin kehittämis- ja tutkimustoiminta.

Tehtäviin kuuluu myös uusien vuorovaikutuskanavien, kuten Avoinkotka.fi- palvelun, kehittäminen ja ylläpito.

B. Palvelurakenne / -verkko ja lähipalvelut, keskeiset huomiot liittyen palvelurakenteeseen, -verkkoon ja lähipalveluihin

Kaupunkikehityksen ja viestinnän palvelualue toimii kaupungintalossa ja siinä työskentelee yhteensä viisi henkilöä, jotka ovat kehitysjohtaja, tiedotuspäällikkö, viestintäassistentti, yhteyspäällikkö ja internetasiantuntija.

Kotkassa on käytössä ns. keskitetty viestintä eli vastuualueilla ei ole omia viestintähenkilöitä vaan kaupungin viestintä kulkee pääosin kaupunkikehityksen ja viestinnän palvelualueen kautta.

Vastuualueilla on kuitenkin nimetty viestinnän yhteyshenkilöt, yleensä vastuualuejohtajat, jotka toimivat yhteistyössä kaupunkikehityksen ja viestinnän palvelualueen kanssa.

Kaupungin markkinointi on jaettu kohderyhmittäin: elinkeinomarkkinointi, sisäinen viestintä, ulkoinen viestintä ja asukasmarkkinointi. Jokaisen kohderyhmän markkinoinnista vastaa oma tiiminsä. Matkailumarkkinointi siirtyi vuoden 2014 alussa Cursorin hoidettavaksi. Elinkeinomarkkinoinnissa tehdään tiivistä yhteistyötä Cursorin kanssa kansallisella ja kansainvälisellä tasolla.

C. Palvelujen nykytila ja kehittämistarpeet

Kaupungin kokoon nähden Kotkan viestinnän resurssit ovat melko pienet ja organisaatio on siksi haavoittuvainen.

Kaupunkimarkkinoinnin osalta tilanne on hieman parempi, koska markkinointi on jaettu kohderyhmien mukaan eri tiimille, joista osaa vetävät kaupungin muut virkamiehet. Kuitenkin kansallisen ja kansainvälisen myynnin ja markkinoinnin kehittämiseen on tarvetta. Kehittämistarvetta on verkkoviestinnässä (internet, intranet, sosiaalinen media, sähköiset vuorovaikutuskanavat), jossa ei ole erikseen nimettyä työntekijää vaan sitä hoitaa tiedotuspäällikkö.

Myös uusien vuorovaikutuskanavien kehittäminen kaupunkilaisten osallisuuden vahvistamiseksi demokraattisessa päätöksenteossa vaatisi lisäresursseja.

2.2 Pyhtään kunnan palvelujen nykytila

A. Palvelun järjestämistapa

Pyhtään kunnan viestinnästä vastaa kunnanjohtajan vetämä erillinen työryhmä, Viestintätiimi, jonka jäsenet toimivat työryhmässä oman toimensa ohella. Viestintätiimin tehtäviin kuuluvat kuntamarkkinoinnin sekä kunnan ulkoisen ja sisäisen viestinnällisen linjan määrittely, tarvittavien toimenpiteiden suunnittelu ja seuranta sekä monissa tapauksissa myös toteuttaminen.

Kunnan matkailumarkkinointi toteutetaan yhteistyössä Kaakko135° -seutuyhteistyöbrändin kanssa ja kunnan elinkeino- ja asukasmarkkinointi yhteistyössä Cursor Oy:n kanssa.

Pyhtään kunnan demokratiapalveluista vastaa hallinto-osasto. Osaston tehtäviin kuuluu mm. vaalien järjestäminen, luottamushenkilötoimielinten toiminnan organisointi sekä asukkaisiin ja kesäasukkaisiin liittyvät osallistamispalvelut

Virallista viestintää toteutetaan tällä hetkellä myös ruotsin kielellä.

B. Palvelurakenne / -verkko ja lähipalvelut, keskeiset huomiot liittyen palvelurakenteeseen, -verkkoon ja lähipalveluihin

Viestintätiimiin kuuluu kunnanjohtajan lisäksi viisi jäsentä: hallintojohtaja, hallinto- ja taloussihteeri, kulttuuri- ja matkailusihteeri sekä kaksi valmisteluksihteeriä. Ryhmä kokoontuu noin kerran kuussa ja toimii pääasiassa kunnanvirastolla.

Ryhmään ei kuulu päätoimisia työntekijöitä. Vastuualueita on jaettu ryhmän kesken tilanteen ja projektien mukaan. Kunnan muilla osastoilla ei ole omia viestintähenkilöitä, vaan matkailu- ja elinkeinomarkkinointia lukuun ottamatta viestintä toimii keskitetysti, viestintätiimin johdolla.

Hamina, Kotka, Miehikkälä, Pyhtää ja Virolahti – kuntarakenneselvitys

Kunnalla on edustaja Kaakko135° -seutumatkailun yhteistyöryhmässä (2014 alkaen Cursorin matkailuyksikön johtoryhmässä) sekä Cursorin vetämässä Seutuviestintäryhmässä.

Demokratiapalveluiden järjestäminen kuuluu hallintojohtajan alaisuuteen. Yksikössä ei ole päätoimisesti demokratiapalveluja hoitavia työntekijöitä, vaan tehtäviä hoitavat hallintojohtaja, hallinto- ja taloussihteeri sekä valmistelusihteerit oman toimensa ohella.

C. Palvelujen nykytila ja kehittämistarpeet

Viestinnän osalta Pyhtään haasteena on päätoimisen henkilökunnan puute. Viestintätiimi ei kokoonpanonsa vuoksi pysty toimimaan kokoaikaisesti eikä sen jäsenillä ole viestintäalan koulutusta. Rakenteensa vuoksi viestintätiimin toimintamuodot ovat kuitenkin joustavia ja nopeita ja tiedonkulku sujuvaa.

Pyhtään kunta toteuttaa seuraavia viestinnällisiä palveluja:

Esitteet: Asukasmarkkinoinnin tonttiesite, erilaiset tapahtumaesitteet. Muut esitteet yhteistyössä Kaakko135° :n ja Cursor Oy:n kanssa

Sähköiset palvelut: www-sivut, sosiaalisen median kanavana facebook, sisäisessä viestinnässä henkilöstön intranet sekä valtuutettujen some-ratkaisu Valtuustofoorumi (Yammer).

Mediaseuranta ja -tiedotus

Demokratiapalvelut vaativat etenkin vaalivuosina runsaasti resursseja, joita on tällöin siirrettävä tilapäisesti muualta. Luottamuselinten toiminnan organisointi on sujuvaa. Osallistamiseen liittyvät palvelut ovat viime aikoina kehittyneet ja kunnassa on järjestetty mm. asukas- ja kesäasukaskyselyt vuosina 2012–2013. Säännölliseen seurantaan ei kuitenkaan ole nykyresursseilla mahdollisuutta.

Sähköisenä palveluna käytössä on kuntalaisaloite.

2.3 Haminan kaupungin palvelujen nykytila

A. Palvelun järjestämistapa

Haminan kaupungin viestinnästä ja kaupunkimarkkinoinnista vastaa Viestintä ja markkinointi -tulosityksikkö, joka kuuluu Elinkeinotoimen tulosalueelle.

Tulosalueen tehtävänä on edistää kaupungin elinkeinoelämän myönteistä kehitystä, tukea matkailuelinkeinoa ja ylläpitää kaupunkilaiset aktiivisuutta ja yhteisöllisyyttä. Tavoitteena on edistää myönteisen Hamina-kuvan kehittymistä paikallisesti, kansallisesti ja kansainvälisesti.

B. Palvelurakenne / -verkko ja lähipalvelut, keskeiset huomiot liittyen palvelurakenteeseen, -verkkoon ja lähipalveluihin

Viestintä ja markkinointi-yksikkö toimii Raatihuoneella ja siihen kuuluu yksi työntekijä, tiedotussihteeri. Hän vastaa operatiivisesti yksikön toiminnasta ja viestintää johtaa elinkeinojohtaja.

Haminassa on käytössä ns. keskitetty viestintä eli vastuualueilla ei ole omia viestintähenkilöitä vaan kaupungin viestintä kulkee viestintä ja markkinointi-yksikön kautta. Lisäksi kaupungissa toimii poikkihallinnollinen viestintätiimi, johon kuuluu nimetyt henkilöt kultakin päävastuualueelta.

Viestintä ja markkinointi-yksikkö vastaa kaupungin kokonaisvaltaisesta markkinoinnista sekä tunnettuuden ja imagon kehittämistä. Matkailumarkkinointi hoidetaan Matkailu- ja tapahtumapalvelut -yksikössä, jossa toimitaan seudullisen yhteistyösopimuksen mukaisesti.

C. Palvelujen nykytila ja kehittämistarpeet

Haminan viestinnän resurssit ovat pienet. Perusviestintää pystytään tekemään, mutta kaupungin viestinnän kehittämiseen ei aikaa ole. Haminan viestintästrategian mukaan seuraavien vuosien painopistealueena viestinnässä on sähköisten medioiden ja verkkoviestinnän kehittäminen. Tällä hetkellä verkkoviestintää (internet ja sosiaalinen media) tekee tiedotussihteeri.

Mikäli sähköisiä palveluja, verkkoviestintää ja kaupunkilaisten vaikutusmahdollisuuksia sekä osallisuutta halutaan kehittää, tarvitaan siihen lähivuosina lisäresursseja.

2.4 Miehikkälän kunnan palvelujen nykytila

A. Palvelun järjestämistapa

Miehikkälän kunnan viestinnästä vastaa kunnanhallituksen alaisuudessa kunnanjohtaja. Toimialoilla vastuuhenkilöinä ovat toimialajohtajat.

Miehikkälän matkailumarkkinointia toteutetaan seudullisessa yhteistyössä ja ulkoistettuna, ja sen käytännön toteuttamista määrittää Kotkan, Haminan, Pyhtään, Virolahden ja Miehikkälän sekä Cursor Oy:n yhteistyösopimus. Kunnan matkailutoimessa ei ole työntekijöitä, osa-aikainen matkailusihteerin virka on lakkautettu vuonna 2008.

B. Palvelurakenne / -verkko ja lähipalvelut, keskeiset huomiot liittyen palvelurakenteeseen, -verkkoon ja lähipalveluihin

Kunta hyödyntää viestinnässään paikallisia, alueellisia ja valtakunnallisia tiedotusvälineitä. Lisäksi lähialueille suuntautuvaa markkinointiviestintää on kehitetty. Kunnalla on miehikkala.fi -kotisivut, jossa kuntalaisilla ja muilla kiinnostuneilla on mahdollisuus seurata kunnallista päätöksentekoa ja ajankohtaisia asioita. Kunnan matkailullinen pääkohde on Salpalinja-museo, joka kuuluu osana seudun linnoitusten muodostamaa kokonaisuutta Kotkan-Haminan seudun matkailustrategian kärki- ja erikoistumiskohteisiin. Salpalinja-museo on museoiden, teatterien ja orkesterien valtionosuusjärjestelmään kuuluva ammattimuseo, joka tekee markkinoinnissa tiivistä yhteistyötä seudullisen yhteismarkkinoinnin kanssa.

C. Palvelujen nykytila ja kehittämistarpeet

Miehikkälän kunnan viestintä painottuu palveluihin, asumiseen, yrittäjyyteen ja mahdollisuuksien täsmämarkkinointiin. Kunnan sisäisessä viestinnässä käytetään esimerkiksi henkilöstötiedotetta,

Hamina, Kotka, Miehikkälä, Pyhtää ja Virolahti – kuntarakenneselvitys

osastopalavereita ja virastokokouksia. Kunta tekee viestintäsuunnitelman, uudistaa kotisivunsa vuonna 2014 ja lisää vuorovaikutusta ja kuntalaisten osallisuutta. Matkailumarkkinoinnin tulevaisuutta määrittää se, mitä siitä sopimuksessa (Kotka, Hamina, Pyhtää, Virolahti, Miehikkälä sekä Kaakko135° matkailuyksikkö / Cursor Oy:n kesken) matkailupalveluiden tuottamisesta vuonna 2014 sovitaan.

2.5 Virolahden kunnan palvelujen nykytila

A. Palvelun järjestämistapa

Virolahden kunnan yleisestä viestinnästä vastaa kunnanjohtaja. Toimialojen johtajat (Kaakon kaksikko: Tekninen toimi, sivistystoimi, sosiaali- ja terveystoimi) vastaavat oman toimialansa ulkoisesta ja sisäisestä viestinnästä.

B. Palvelurakenne / -verkko ja lähipalvelut, keskeiset huomiot liittyen palvelurakenteeseen, -verkkoon ja lähipalveluihin

Kunnan keskushallinto, tekninen toimi ja sivistystoimi sijoittuvat Virolahden kunnan toimitiloihin ja sosiaali- ja terveystoimi Miehikkälän kunnan tiloihin.

Erillistä viestintäyksikköä ei ole. Jokainen toimiala vastaa itse sisäisestä ja ulkoisesta viestinnästä.

Matkailutoimi vastaa tontti- ja asukasmarkkinoinnista yhdessä teknisen toimen kanssa. Asukas- ja tonttimarkkinointia hoidetaan sekä yhteistyössä seudun muiden kuntien kanssa että itsenäisesti. Matkailumarkkinointi hoidetaan seudullisen sopimuksen mukaisesti.

C. Palvelujen nykytila ja kehittämistarpeet

Kunnalla tulisi olla viestintäsuunnitelma/-strategia. Viestinnän, sekä ulkopuolelle kuntaa, että kuntalaisille tulisi olla suunnitellumpaa ja aktiivisempaa.

Kehittyvä Vaalimaa luo painetta koordinoitummalle viestinnälle → Vaalimaa/Versso – hanke (v.2014 kevät) toteuttaa mm. viestintäsuunnitelman Vaalimaalle.

Kehittämistarpeita: Nettisivujen uudistus, facebook-sivut

Uuden kunnan palvelujen järjestäminen, organisointi ja kehittäminen

3 Keskeiset huomiot kuntien palveluiden yhtäläisyyksistä ja eroavaisuuksista

- Kaupungeissa (Kotka ja Hamina) on vakituista viestintää hoitavaa henkilökuntaa, muissa kunnissa (Pyhtää, Miehikkälä ja Virolahti) viestintää toteutetaan kunnanjohtajan johdolla.
- Tällä hetkellä Pyhtää toteuttaa virallista viestintäänsä myös ruotsinkielellä.
- Isommat kunnat pystyvät tarjoamaan enemmän palveluita kuntalaisille (tiedottaminen, sosiaalinen media, vuorovaikutustilaisuudet jne.)
- Kunta- ja matkailumarkkinoinnissa eroavaisuudet ovat pienempiä, koska seudullista yhteistyötä tehdään Kaakko 135 –brändin alla.
- Demokratia- ja osallistamispalveluita on käytössä kaikissa kunnissa ja niitä kehitetään edelleen.

4 Keskeiset huomiot yhdistymisen mahdollisuuksista ja vaikutuksista

4.1 Yhden kunnan malli

Yhden kunnan mallissa viestintätoiminta ja sen organisoituminen perustuisi nykyisten Kotkan ja Haminan viestintäyksiköiden pohjalle. Toimialue olisi niin laaja, että viestinnän hoitamiseen olisi luotava kattavampi viestintäverkosto, joka toimisi viestintäyksikön tukena.

Hamina, Kotka, Miehikkälä, Pyhtää ja Virolahti – kuntarakenneselvitys

Uudelle kunnalle tulisi laatia mm. uudet internet-sivut, uusi graafinen ilme sekä yhteinen viestintäsuunnitelma ja toimintatavat.

Aluksi kuntien yhdistyessä syntyy perustamiskustannuksia esim. uusien internet-sivujen luomisesta, mutta jatkoa myöten toimintojen rationalisoiminen hyödyttää paljon (mm. yhdet ylläpidettävät internet-sivut, facebook-sivut jne). Yhden kunnan malli nähdään kustannustehokkaimmaksi vaihtoehdoksi viestinnän toteuttamiseen.

Eniten hyötyjä yhden kunnan mallista on alueen yhteiselle markkinointitoiminnalle, jossa yhdenmukaisilla viesteillä ja lisäresursseilla myyntiin ja markkinointiin saataisiin merkittävää, kunnan elinvoimaan vaikuttavaa etua. Viestintä- ja demokratiatyöhön yhden kunnan vaihtoehto tuo laajan toimialueen takia lisähaasteita. Kuntalaisten osallistaminen on otettava uudella tavalla huomioon.

4.2 Kahden kunnan malli

Kahden kunnan mallissa toinen kunta toimisi Kotkan ja toinen Haminan nykyisten viestintäyksiköiden pohjalta. Markkinointi hoidettaisiin Cursorin ja Kaakko 135 –brändin kautta.

Kaikki samat asiat kuin yhden kunnan mallissa tulisi ottaa huomioon, mutta toiminta tapahtuisi kahdessa organisaatiossa yhden sijaan, eikä näin olisi niin tehokasta kuin yhden kunnan mallissa. Demokratia- ja osallistamispalvelut voivat hoitua helpommin kahden kunnan mallissa.

5. Mitä mahdollisuuksia uusi kunta tuo palvelujen saatavuuden ja saavutettavuuden turvaamiseksi sekä kustannustehokkuuden ja tuottavuuden parantamiseksi

5.1 Yhden kunnan malli

- Markkinoinnissa ja viestinnässä yksi yhteinen viesti ja resurssien kokoaminen parantavat vaikuttavuutta
- Uudet ja entistä paremmat nettisivut ym. sähköinen viestintä parantavat palvelujen monipuolisuutta, laatua ja tiedon saatavuutta.
- Puutteet reuna-alueiden tietoliikenneyhteyksissä voivat heikentää tiedon jakamista.
- Asiakaspalvelupisteiden rooli tulee mietittäväksi kummassakin mallissa, minne ne sijoitetaan ja organisoidaanko ne esim. viestinnän alle?
- Viestintä ja markkinointi voisivat todennäköisesti hoitua nykyisin resurssein, mutta jos demokratia- ja osallistamispalveluja halutaan kehittää, se vaatii lisäresursseja
- Yhden kunnan mallissa tulisi pohdittavaksi Cursorin rooli kaupunki- ja matkailumarkkinoinnissa
- Yhden kunnan mallilla saattaa olla vaikutus alueen medioiden toimintaedellytyksiin, kun ilmoittelu keskittyy – jos tulee lehtikuolemia, palvelujen saatavuus voi heikentyä
- Suoria säästöjä on vaikea todentaa. Mahdolliset säästöt syntyvät toiminnan tehokkuudesta, toimintamallien järjeistämistä ja paremmasta yhteistyöstä. Kuntien yhdistymisessä mahdollisuus parantaa viestintätoiminnan työnjakoa ja kohdentaa osaamista tuottavammin.

5.2 Kahden kunnan malli

- Kahden kunnan mallissa ei tulisi merkittävää eroa nykytilanteeseen ja volyymit jäisivät yhden kunnan malliin verrattuna pienemmiksi.
- Kahden kunnan mallissa ei todennäköisesti tapahtuisi muutoksia alueen mediakentässä.

6. Johtopäätökset yhden kunnan ja kahden kunnan mallista

- Viestintä ja markkinointi tulevat hoidettua nykyistä paremmin yhden kunnan mallissa
Kunnassa olisi viestinnän ammattilaisia, jotka toimisivat täysipäiväisesti viestintä- ja markkinointitehtävissä. Tämä ei tällä hetkellä toteudu kaikissa kunnissa.
- Demokratia- ja osallistamispalvelut voivat hoitua paremmin kahden kunnan mallissa
Päätöksenteko ja hallinto ovat lähempänä asukkaita maantieteellisesti ja paikallistuntemus voi toteutua paremmin. Alueella tulee panostaa osallistamispalveluiden kehittämiseen kuntien yhdistymisestä riippumattakin. Työryhmä ideoi esimerkiksi seudullisen osallistamistyöntekijän tehtävän perustamista Cursorin alaisuuteen. Nykytilanteessa kunnilla ei ole resursseja tähän

Hamina, Kotka, Miehikkälä, Pyhtää ja Virolahti – kuntarakenneselvitys

työhön, joten yhteinen työntekijä voisi olla varteenotettava vaihtoehto

- Kaupunginosavaltuustoilla tulisi olla päätös- ja budjettivaltaa
Työryhmä suhtautuu positiivisesti kaupunginosavaltuustojen perustamiseen. On kuitenkin selvitettävä, mitä lisäarvoa ne tuovat asukkaiden osallistamiseen. Hallinnon rakenteita ei tule kasvattaa, jos kaupunginosavaltuustoilla ei olisi todellista päätösvaltaa ja omaa budjettia. Kokemuksia ja hyviä käytäntöjä lähidemokratian kehittämisestä tulee etsiä muilta kunnilta. Kysymystä alueiden toimielimistä pitää tarkastella erilliskysymyksenä, jos kuntien yhdistyminen aloitetaan. Asia tulee tarkastella osana uusien hallinto- ja päätöksentekomallien kehittämistä yhteistyössä päättäjien kanssa.
- Yhden kunnan mallissa kunnan sisäinen viestintä (henkilöstöviestintä) paranee, kun on yksi selkeä organisaatio, jossa on yhteiset toimintatavat
Resurssit ja viestintävälineet olisivat koko alueella paremmat. Henkilöstön määrä viestinnän onnistumisessa ei vaikuta, jos välineet, toimintatavat ja resurssit ovat paremmat. Pienen kunnan etuna verrattuna suureen kuntaan on välitön kanssakäyminen henkilöstön ja johdon välillä.