

ÄÄNEKOSKI

Viestintäohje

Äänekosken kaupungin
viestinnän ja
markkinoinnin linjaukset




ÄÄNEKOSKI

Tämän kaupunginhallituksen hyväksymän viestintäohjeen tarkoituksena on linjata Äänekosken kaupungin viestinnän ja markkinoinnin lähtökohtia ja tavoitteita. Tämä ohje korvaa vuoden 2022 viestintäohjeen.

Tämän ohjeen lisäksi Äänekosken kaupungilla on kriisiviestintäohje ja sosiaalisen median ohje. Ohjeet ovat sitovia ja ne koskevat kaikkia kaupungin viranhaltijoita ja työntekijöitä.

Tämä ohje on päivitetty 29.5.2026

Viestinnän ja markkinoinnin periaatteet

- Viestinnän ja markkinoinnin tavoitteena on vahvistaa Äänekosken kaupungin vetovoimaa, kasvua, mainetta, luottamusta, turvallisuutta sekä lisätä asukkaiden hyvinvointia ja osallisuutta.
- Kunnan viestintä tukee demokraattista päätöksentekoa ja kuntalaisten oikeutta saada tietoa julkisista palveluista, suunnitelmista ja päätöksistä.
- Äänekosken kaupunki viestii aktiivisesti ja avoimesti.
- Viestinnän tavoitteena on kertoa kaupungin toimintaan ja palveluihin liittyvistä ajankohtaisista asioista, tehdä näkyväksi Äänekosken monipuoliset mahdollisuudet sekä lisätä asukkaiden osallisuutta ja vuorovaikutusta.
- Huolehdimme siitä, että kaupungin päätöksistä tiedotetaan ja että kaupungin tapahtumat ja palveluviestintä tavoittaa asukkaat. Viestinnällä ja markkinoinnilla haluamme tavoittaa niin asukkaat kuin kaupungistamme kiinnostuneet mahdollisimman tehokkaasti.

- Onnistunut viestintä on arjen tekoja. Onnistunut viestintäilmapiiri synnyttää myönteisen, itseään vahvistavan kierteen, joka näkyy kaupungin maineessa ja vetovoimassa. Kaikessa viestinnässä on olennaista pitkäjänteisyys: johdonmukaisuus ja toisto varmistavat viestin perillemeno, rakentavat uskottavaa mielikuvaa ja luovat luottamusta. Hyvällä arjen viestinnällä luodaan pohjaa onnistuneelle kriisiviestinnälle.
- Jokaisen toimialan tulee sitoutua avoimeen vuoropuheluun ja avata toimintaansa oikea-aikaisesti ja ennakkoiden, mahdollisuuksien mukaan jo asioiden suunnittelu- ja valmisteluvaiheessa. Toimialat ja viestintävastaavat huolehtivat tiedotettavista asioista omalta toimialaltaan.
- Sisäinen viestintä tukee ulkoista viestintää ja sidosryhmät on pidettävä ajan tasalla. Tärkeistä asioista tieto annetaan aina ensimmäisenä luottamushenkilöille, henkilöstöä koskevissa asioissa taas aina ensin henkilöstölle. Esihenkilöt ja jokainen työyhteisön jäsen on vastuussa sisäisestä viestinnästä. Muutostilanteiden onnistunut johtaminen edellyttää avoimuutta ja vuorovaikutusta. Henkilökunnan lisäksi myös media pidetään aktiivisesti ajan tasalla muutoksista.

Markkinointi

- Äänekosken kaupunki tekee strategista markkinointiviestintää ja vahvistaa Äänekosken tunnettuutta ja brändiä elinvoimaisena, yritysystävällisenä ja kestäväenä kaupunkina.
- Kuntaliiton mukaan kunnat voivat viestiä lakisääteisistä tehtävistään ja muista palveluistaan markkinoinnin keinoin.
- Kuntaliiton mukaan kunnan viranomaisrooli tulee huomioida markkinoinnissa: kunta ei saa harjoittaa yritysmarkkinointia, joka tähtää yksityisten toimijoiden etujen ajamiseen. Se saa kuitenkin viestiä lakisääteisistä tehtävistään ja muista palveluistaan markkinoinnin keinoin.
- Markkinoinnin ja viestinnän tavoitteet ja kohderyhmät ovat osittain samat. Siinä missä viestintä kertoo tasapuolisesti eri sidosryhmille, markkinoinnissa on usein rajattu kohderyhmä. Viestinnän tärkeimpiä kohderyhmiä ovat asukkaat, luottamushenkilöt ja sidosryhmät. Kuntamarkkinoinnin kohderyhmät jaetaan tyypillisesti kolmeen pääryhmään: asukkaat, yritykset ja matkailijat. Äänekoskella tuotetaan markkinointiviestintää oikeille kohderyhmille: kaupunki, Business Äänekoski, Visit Äänekoski.

- Markkinoinnilla pyritään yleensä saamaan uusia asukkaita ja asiakkaita. Tärkeänä kohderyhmänä ovat myös kunnassa jo toimivat henkilöt ja organisaatiot, jotka on helpompi tavoittaa ja jotka voivat levittää viestiä omilla kanavillaan.
- Viestinnässä ja markkinoinnissa ei aseteta yksityisiä toimijoita eriarvoiseen asemaan, eikä vääristetä kilpailua.
- Kuntaliiton mukaan yritysmarkkinointi ei kuulu kunnan tehtäviin. Kunta viranomaisena ei saa harjoittaa yritysmarkkinointia, joka tähtää yksityisten toimijoiden edun ajamiseen tai kaupallisten päämäärien edistämiseen. Markkinointi on viestintää, jonka tarkoituksena on lisätä kysyntää, myyntiä tai näkyvyyttä markkinaehtoisessa kilpailussa.
- Kunta voi markkinoida mm. matkailua ja vapaa-aikaa, elinympäristöä, asumista, paikallista yritystoimintaa tasapuolisesti, kunnan lakisääteisiä ja muita palveluja, infrastruktuuria sekä alueen brändiä.

Viestintä perustuu strategiaan, kuntalakiin, hallintosääntöön ja saavutettavuuteen

- Viestinnässä ja markkinoinnissa noudatetaan kaupunkistrategian Äänekoski-ilmiön henkeä ja linjauksia. Viestinnällä ja markkinoinnilla tuetaan kaupunkistrategian tavoitteiden saavuttamista ja tehdään toimeenpano-ohjelmien kärkitavoitteiden toteutumista näkyväksi.
- Äänekosken kaupungin missiona on, että Äänekoski on asukkaan hyvän elämän alusta.
- Kaupunkistrategian arvoja ovat: olemme tasapuolisia ja oikeudenmukaisia, toimimme kestävästi, ja haemme aktiivisesti uusia ja innovatiivisia ratkaisuja.

- Kuntalaki velvoittaa viestimään. Kunta voi käyttää viestinnässään myös markkinoinnillisia keinoja.
- Viestintä koskee kaikkea kaupungin toimintaa. Tiedottaminen, valmistelun avoimuus ja vuorovaikutus ulottuvat myös kuntayhtymiin, kunnallisiin yhtiöihin ja yhteistyöhankkeisiin.
- Kuntalaissa painotetaan vuorovaikutusta ja asukkaille on annettava mahdollisuus osallistua ja vaikuttaa asioiden valmisteluun.
- Keskeiseksi viestinnän kanavaksi määritellään kaupungin verkkosivut, aanekoski.fi. Hyvä viestintä ei rajoitu kuitenkaan vain verkkoviestintään, vaan eri kohderyhmien tavoittamiseksi Äänekosken kaupunki viestii monikanavaisesti.
- Viestinnän tarkoitus on täyttää viranomaisen velvollisuudet, vaikuttaa kuntalaisen toimintaan tai aktivoida kuntalaista. Kaikilla on oikeus tietoon ja vuorovaikutukseen. Kuntalaisille annetaan tietoa mahdollisuuksien mukaan jo suunnitteluvaiheessa, ja viestintä on myös kuuntelemista.

Kuntalaki 29 § Viestintä:

”Kunnan toiminnasta on tiedotettava asukkaille, palvelujen käyttäjille, järjestöille ja muille yhteisöille. Kunnan tulee antaa riittävästi tietoja kunnan järjestämistä 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. Kunnan on huolehdittava, että toimielinten käsittelyyn tulevien asioiden valmistelusta annetaan esityslistan valmistuttua yleisen tiedonsaannin kannalta tarpeellisia tietoja yleisessä tietoverkossa. Kunnan on verkkoviestinnässään huolehdittava, että salassa pidettäviä tietoja ei viedä yleiseen tietoverkkoon ja että yksityisyyden suoja henkilötietojen käsittelyssä toteutuu. Viestinnässä on käytettävä selkeää ja ymmärrettävää kieltä ja otettava huomioon kunnan eri asukasryhmien tarpeet.” (Katso myös kuntalain 108, 109 ja 140 §.)

- Kaupunginhallitus ja kaupunginjohtaja johtavat Äänekosken kaupungin viestintää.
- Kaupunginhallitus hyväksyy yleiset ohjeet viestinnän ja tiedottamisen periaatteista. Ohjeet tarkistetaan vähintään kerran valtuustokaudessa.
- Kaupungin viestinnästä ja markkinoinnista huolehtivat viestinnän ja markkinoinnin ammattilaiset, mutta jokaisella toimialalla, esihenkilöillä ja toimialojen viestintävastaavilla on vastuu asioiden tiedottamisesta, sisäisestä tiedonkulusta sekä oikea-aikaisesta viestinnästä. Toimialat voivat myös itse tehdä viestintää kaupungin viestintäohjeistuksia noudattaen.
- Onnistunut asiakaspalveluviestintä lisää yleisen viestinnän toteutumista ja lisää myönteistä mainetta. Brändityön ja markkinoinnin synnyttämä lupaus tulisi pystyä lunastamaan päivittäisissä asiakaskohtaamisissa.
- Jokaisella kuntaorganisaation jäsenellä onkin oma roolinsa viestinnässä ja kaupungin maineen rakentamisessa. Viestintä kuuluu kaikille organisaation jäsenille.

- Äänekosken kaupunki huomioi viestinnässä saavutettavuuden ja noudattaa saavutettavuusdirektiiviä ja siihen liittyvää kansallista lainsäädäntöä. Saavutettavuudella tarkoitetaan selkeää kieltä ja sitä, että teknisesti verkkosivut ja mobiilisovellus sekä niiden sisällöt ovat sellaisia, että kuka tahansa voisi niitä käyttää ja ymmärtää mitä niissä sanotaan.
- Äänekoskella tavoitteena on aidosti avoin, läpinäkyvä ja osallistava hallinto. Avoimessa hallinnossa asukkaiden luottamus hallintoon kasvaa, ja toisaalta samaan aikaan hallinto luottaa asukkaisiinsa. Tätä luottamuksen hyvää kierrettä myös Äänekoskella halutaan vahvistaa. Kaikilla - myös lapsilla, nuorilla, ikääntyneellä väestöllä ja vammaisilla henkilöillä - tulisi olla halutessaan yhdenvertaiset mahdollisuudet osallistua päätöksenteon valmisteluun ja palveluiden kehittämiseen. Kaupungin viestinnän tuleekin olla helposti ymmärrettävää, jotta se tavoittaa kaikki.

Viestinnän ja markkinoinnin osa-alueet

- Kaupungin toimialojen tuottamien palveluiden viestintä ja markkinointi
- Tapahtumamarkkinointi
- Päätös- ja valmisteluviestintä
- Kaupunkimarkkinointi
- Elinkeinomarkkinointi
- Matkailumarkkinointi
- Strategiaviestintä
- Verkkoviestintä
- Häiriötilanne- ja kriisiviestintä
- Asukkaiden osallisuus- ja vaikuttamisviestintä
- Mediaviestintä
- Sidosryhmäviestintä
- Sisäinen henkilöstöviestintä
- Rekrytointimarkkinointi

Päätösviestintä

- Äänekosken kaupungin kaikkien toimielinten esityslistat julkaistaan Äänekosken kaupungin verkkosivuilla heti esityslistojen valmistuttua kokousta edeltävällä viikolla. Kaupunginhallitukseen käsiteltäviksi vietävät asiat esitellään etukäteen tiedotusvälineille järjestettävässä tiedotustilaisuudessa. Kaupunginhallituksessa tehdyistä päätöksistä tiedotetaan mahdollisuuksien mukaan jo samana iltana tiedotusvälineille ja kokouspöytäkirjat päivitetään kaupungin verkkosivuille pöytäkirjan tultua puheenjohtajan, pöytäkirjanpitäjän ja pöytäkirjantarkastajien tarkastetuksi.
- Kokousten jälkeen julkisuuteen voidaan kertoa päätökset, mahdolliset äänestykset, eriävät mielipiteet tai muut merkittävät seikat, jotka vaikuttivat asian käsittelyyn. Kokousten jälkeen julkisuuteen voidaan kertoa päätökset ym. merkittävät seikat vain siltä osin kun ne ovat julkisia.
- Suljetuissa kokouksissa, kuten kaupunginhallituksen tai lautakuntien kokouksissa, käytyjä keskusteluja ei tule referoida, eikä julkaista lainkaan. Valtuuston kokoukset ovat julkisia, jollei laki käsiteltävän asian luonteen vuoksi toisin määrää tai jollei valtuusto muuten painavan syyn vuoksi toisin päättä.
- Päätöksistä tiedottamista kehitetään ja päätöstiedotteita aletaan julkaisemaan useammin.

Kriisiviestintä

- Kriisitilanteessa tukeudutaan kaupungin kriisiviestintäohjeeseen.
- Erilaisissa kriisi- ja poikkeustilanteissa nopea, selkeä ja luotettava viestintä voi varmistaa ihmisten turvallisuuden.
- Kriisitilanteessa tärkeintä on varmistaa ihmisten turvallisuus, sen jälkeen huolehditaan organisaatioiden toimintaedellytyksistä ja tiedotetaan palveluiden järjestelyistä ja tapahtuneesta. On myös tärkeää varmistaa, että julkisuudessa on totuudenmukainen käsitys tilanteesta. Kriisin mentyä ohi tiedotetaan toimintojen palauttamisesta ennalleen.
- Kriisiviestintää johtaa kaupungin kriisitilanteen aikainen johtoryhmä. Kaikkien osapuolten tulee tunnistaa, kuka viranomaisen johtaa tilannetta ja viestintää.
- Kunnan kriisiviestinnän tehtävänä on tukea tilannetta johtavan viranomaisen toimintaa, varmistaa oikean tiedon leviäminen ja välittää luotettavaa ja reaaliaikaista tilannetietoa tilanteen sallimissa puitteissa.

- Kriisiviestinnän on oltava nopeaa ja selkeää. Kaiken viestinnän tulee perustua tosiasioille ja kielteisetkin ilmiöt on käsiteltävä mahdollisimman avoimesti ja nopeasti.
- Äänekosken kaupunki huolehtii viestinnän onnistumisesta myös silloin, kun kriisi koskee kaupungin omistamia yhtiöitä.
- Myös kriisiviestinnässä tulee huomioida kielellinen saavutettavuus ja käyttää tarvittaessa selkosuomea ja kielikäännöksiä, jotta tieto ja ohjeet tavoittavat kaikki asukkaat.

Viestintäkanavat

- Kuntalaissa on määritelty kunnan keskeiseksi viestinnän kanavaksi verkkosivut. Äänekosken kaupungin verkkosivut www.aanekoski.fi on kaupungin virallinen viestintäkanava. Verkkosivujen kautta toimii Äänekoski-mobiilisovellus. Kaupungin virallinen [palautekanava](#) löytyy verkkosivuilta.
- Muita verkkosivuja: Visit Äänekoski, Business Äänekoski ja Kuntarekry
- Sosiaalisen median kanavat: Facebook, Instagram, LinkedIn ja YouTube
- Lehdistötiedotteet, media
- Lehti-ilmoitukset
- Tapahtumat, info- ja tiedotustilaisuudet
- Infonäytöt ja ilmoitustaulut
- Uutiskirjeet
- Wilma-viestit
- Sisäisen viestinnän kanavat (intranet, uutiskirjeet, infotilaisuudet)
- Videot, markkinointimateriaalit ja esitteet

Mediayhteistyö

- Mediaan on suhtauduttava myönteisesti. Me tarvitsemme mediaa enemmän kuin se meitä. Uutismedia on paras tapa saada äänensä kuuluviin ja sen avulla saavutetaan suuri yleisö paremmin kuin millään muulla keinolla.
- Uutismedia on paras tapa saada äänensä kuuluviin ja sen avulla saavutetaan suuri yleisö paremmin kuin millään muulla keinolla.
- Äänekosken kaupunki palvelee mediaa tasapuolisesti, joustavasti ja aktiivisesti. Tiivis yhteistyö median kanssa on tärkeää. Palvelemalla mediaa, palvelemme asukkaita.
- Yhteistyön pohjan tulisi syntyä molemminpuolisesta luottamuksesta, kuntaorganisaation ja median eri roolien ymmärtämisestä sekä median työskentelytapojen tuntemisesta.

- Kaupungin tiedotteiden tavoitteena on kertoa avoimesti kaupungin toiminnasta ja palveluista sekä saada lisää toimituksellista näkyvyyttä ja lisätä viestinnän vaikuttavuutta. Tavoitteena on, että media kiinnostuu meidän asioista. Jos asia on mediassa, se on merkki myös asukkaalle siitä, että tämä on tärkeä asia.
- Toimittajien haastattelupyyntöihin vastataan mahdollisimman nopeasti. Jokaisella on oikeus kommentoida asioita medialle omasta asiantuntijuudestaan tai roolistaan käsin. Oman haastattelun voi pyytää etukäteen luettavaksi ennen julkaisua. Jos media on lähestynyt oman näkökulmansa tai aiheensa kanssa, ei tiedoteta siitä itse ennen mediaa jos se on mahdollista, tai vinkata samaa uutisaihetta muille.
- Kriisitilanteessa lausunnot medialle keskitetään kaupungin kriisijohtoryhmälle.

Brändi, logo, vaakuna ja materiaalipankki

- Maine eli brändi rakentuu arkisesta työstä ja kaikesta vuorovaikutuksesta. Maine kasvaa hitaasti, mutta voi romahtaa hyvin nopeasti. Tietoinen brändityö tähtää kaupungin maineen kohottamiseen. Brändi ei ole päälle liimattua markkinointiviestintää, vaan aidoista sisällöistä lähtevää tekemistä.
- Brändi on kokonaisvaltainen mielikuva, maine ja tunne Äänekosken kaupungista ja se syntyy kaikesta kaupungin toiminnasta, palveluista, kohtaamisista, viestinnästä ja markkinoinnista sekä median uutisoinnista. Äänekosken slogan on *Tulevaisuus asuu täällä*.
- Äänekosken visuaalinen ilme luo mielikuvan nykyaikaisesta kehittyvästä kaupungista, jossa luonto, ihminen ja uusi teknologia kohtaavat ja elävät sulassa sovussa. Ilme vahvistaa Äänekosken kaupungin mainetta elinvoimaisena ja kansainvälisenä elinkeino- ja matkailukaupunkina. Äänekosken kaupungin oman visuaalisen ilmeen lisäksi Visit Äänekoskella ja Business Äänekoskella on oma brändi-ilmeensä.

- Äänekosken kaupungin viestien ja ilmeen tulee olla yhdenmukaisia. Graafisia ohjeistuksia ja kaupungin logoa käytetään joka toimialalla kaikessa viestinnässä ja markkinoinnissa.
- Äänekosken kaupungin logo on nimeltään *Tulevaisuuden koski*. Tunnuksessa luonnon ja teollisuuden symbioosista kasvaa luottamus tulevaisuuteen.
- Äänekosken kaupungin vaakunan aiheena on kurkien levähdyspaikkanaan käyttämä soinen lahti, josta Suolahti on saanut nimensä. Vaakuna on tarkoitettu kaupungin virallisen toiminnan ja luottamuselinorganisaation symboliksi sekä arvokkaaseen edustukselliseen käyttöön. Vaakunan käyttö edellyttää kaupungin myöntämää kirjallista lupaa. Luvan myöntäjä määritellään hallintosäännössä.

Mitä ei viestitä

- Salassa pidettävät asiat pidetään salassa.
- Ethän paljasta salassa pidettäviä asioita myöskään vahingossa.
- Vaikka meillä on sananvapaus, vapaa lehdistö ja lainmukainen lähdesuoja, niin salassa pidettäviä asioita ei paljasteta ulkopuolisille. Älä anna salaista viranomaistietoa medialle edes luottamuksellisesti.
- Suljetun kokouksen keskustelut ovat luottamuksellisia, eikä niiden sisältöä tule suoraan tai epäsuorasti paljastaa ulkopuolisille.
- Salassapidon peruste todetaan joka kerta kokouksen asiakohdassa ja kirjataan pykälään, mikäli kyseessä on kokousasia.
- Väärien ja perättömien tietojen levittäminen kaupungista ja työnantajasta ei ole sallittua. Työsopimuslain mukaan työntekijällä on lojaliteettivelvoite työnantajaansa kohtaan. Lojaliteettivelvollisuuden laajuuden voidaan katsoa olevan sitä suurempi, mitä korkeammassa asemassa työntekijä työskentelee.

Miten mitataan?

Viestintää ja markkinointia ja niissä onnistumista ja niiden vaikuttavuutta voidaan mitata esimerkiksi näillä mittareilla:

- Lähetettyjen tiedotteiden ja eri julkaisujen, viestien tai päivitysten määrä
- Lehdistötiedotteiden läpimeno mediassa eli mediaosumien määrä
- Tiedotteiden avaus-/klikkausprosentit
- Eri verkkosivujen kävijämäärä, viipyminen sivulla/katseluaika ja muu verkkosivuanalytiikka
- Some-kanavien seuraajien määrä, julkaisujen näkyvyys ja tavoitettavuus, some-sisältöjen sitoutuminen (rekiot, jaot, kommentit)
- Eri kampanjoiden näkyvyys ja tavoitettavuus, viipyminen sivulla/katseluaika
- Uutiskirjeiden tilaajien määrä ja avaus-/klikkausprosentit
- Kaikki kaupungin medianäkyvyys
- Asukastyytyväisyyskyselyn tulokset viestinnästä, brändimielikuvakyselyt
- Laadullinen palaute ja osallistuminen, viestien perillemeno: asukkaiden tyytyväisyys, some-keskustelut ja kommentit, tapahtumat, palautteet

Lisätietoja:

Kaupunginjohtaja Matti Tuononen, 040 572 3239, matti.tuononen@aanekoski.fi

Viestintäpäällikkö Suvi Kallioinen, 040 621 2653, suvi.kallioinen@aanekoski.fi

Viestintäasiantuntija Elina Vepsäläinen, 040 184 9002, elina.vepsalainen@aanekoski.fi

Matkailu- & markkinointiasiantuntija Milla Hytönen, 040 191 7542, milla.hytonen@aanekoski.fi

- Viestintä ja markkinointi kaupungin verkkosivuilla:
<https://www.aanekoski.fi/hallinto-ja-paatokset/tietoa-aanekoskesta/viestinta-ja-markkinointi>
- Äänekosken kaupungin viestintäohjeet:
<https://www.aanekoski.fi/hallinto-ja-paatokset/hallinto-ja-talous/saannot-ja-ohjeet>
- Kuntaviestinnän opas:
https://www.kuntaliitto.fi/sites/default/files/media/file/viestintaopas_ebook_0.pdf