

30.5.2025

Anvisningar för Helsingfors stads kommunikation

1. UTGÅNGSPUNKTER FÖR KOMMUNIKATIONEN

Lagstiftning skapar ramarna

Utgångspunkten för anvisningarna för Helsingfors stads kommunikation är grundlagen, kommunallagen och lagen om offentlighet i myndigheternas verksamhet (offentlighetslagen), i synnerhet bestämmelserna om deras yttrandefrihet, kommunikation, interaktion och handlingars offentlighet.

Enligt offentlighetsprincipen i 12 § i grundlagen är myndighetshandlingar offentliga, om inte något annat föreskrivs särskilt i lag. I stadens kommunikation ska dessutom beaktas 10 § i grundlagen och annan lagstiftning som innehåller bestämmelser om integritetsskydd.

Enligt 29 § i kommunallagen ska kommunen informera invånare, serviceanvändare, organisationer och andra sammanslutningar om kommunens tjänster, ekonomi, ärenden som är under beredning, planer som gäller dem, behandlingen av ärenden samt beslut och deras verkningar. Kommunen ska främja deltagandet och informera om hur man kan delta och påverka beredningen av besluten. I kommunikationen ska man använda ett tydligt och begripligt språk och beakta behoven hos kommunens olika invånargrupper.

Enligt förvaltningslagen ska kommunen ge råd och betjäna sina kunder. Kommuninvånarna ska informeras om möjligheterna att ge respons och om serviceställets verksamhet.

Också i offentlighetslagen betonas myndighetens skyldighet att producera och sprida information om sin verksamhet. Myndigheternas handlingar är offentliga, om inte något annat separat föreskrivs genom lag. Enligt 19 § i offentlighetslagen ska myndigheten tillhandahålla handlingar av vilka framgår uppgifter om planer, utredningar och avgöranden som är under beredning och gäller allmänt betydelsefulla frågor. Dessutom ska myndigheten ge uppgifter om hur långt behandlingen av ett ärende har framskridit, om de föreliggande alternativen och om bedömning av deras konsekvenser samt om de möjligheter att påverka ärendet som enskilda människor och sammanslutningar har.

Planeringen av markanvändningen är också förknippad med lagstadgade skyldigheter i fråga om kommunikation och interaktion.

30.5.2025

Helsingfors är en tvåspråkig stad där var och en enligt 10–11 § i språklagen har rätt att använda finska eller svenska i sina kontakter. Finska och svenska ska användas i den information som riktas till allmänheten i en tvåspråkig kommun. Myndigheten ska på eget initiativ se till att individens språkliga rättigheter tillgodoses.

Bestämmelser om behandling av personuppgifter finns i EU:s allmänna dataskyddsförordning och dataskyddslagen som kompletterar den.

Kommunikatören ska också känna till bland annat lagstiftningen om dataskydd och upphovsrätt, till exempel användningen av fotografier och citat, samt de viktigaste bestämmelserna i den upphandlingslag som tillämpas i stadens upphandlingar.

Vid produktion av publikationer som utkommer regelbundet ska man beakta att en utgivare ska utse en ansvarig leverantör för en publikation som utkommer minst fyra gånger per år eller för en helhet som utkommer på nätet på samma sätt som en tidskrift (4 § i lagen om yttrandefrihet i masskommunikation).

För den offentliga sektorns webbtjänsters och mobila applikationers tillgänglighet införs nya stegvis tillämpliga krav enligt bestämmelserna i EU:s tillgänglighetsdirektiv och den därpå följande nationella lagstiftningen (lagen om tillhandahållande av digitala tjänster).

Helsingfors stad fastställer utifrån EU:s förordning om artificiell intelligens principer, anvisningar och tillsynspraxis på stadsnivå för användning av artificiell intelligens. Aktuell information om användningen av artificiell intelligens i Helsingfors stad finns i delen Artificiell intelligens och automatisering på intranätet.

Uppdaterad lagstiftning finns i databasen Finlex, finlex.fi/sv.

Öppen, aktuell, tillförlitlig

Utöver de lagstadgade uppgifterna har Helsingfors stads kommunikation till uppgift att verka för staden och dess invånare.

Målet är att stadsborna, sammanslutningarna och företagen i god tid har information om stadens planer, verksamhet och tjänster samt möjlighet att delta i stadens utveckling och beslutsfattande.

Stadens kommunikation bör vara öppen, aktuell, ärlig, interaktiv och opartisk. De uppgifter som lämnas ska vara riktiga och tillräckliga. Källan till dem eller avsändaren ska tydligt framgå av dessa.

30.5.2025

Visualitet och infografik kan öka meddelandenas begriplighet och skiljaktighet. Genom marknadsföringskommunikation väcker man intresse till exempel för evenemangen i staden eller riktar meddelanden till vissa mottagargrupper.

Den viktigaste målgruppen för kommunikationen är stadsborna. Även företag och övriga samfund, personal samt media och övriga intressentgrupper som är viktiga för Helsingfors såväl i Finland som utomlands är målgrupper för stadens kommunikation.

I stadens kommunikation iakttas principen om jämlik och rättvis behandling. Således ska till exempel politiska partier, religionssamfund och tjänsteproducenter inom samma område behandlas på samma sätt som grupper.

Utvecklingen av stadens kommunikation styrs av Helsingfors stads riktlinjer för kommunikation som godkänts av stadsstyrelsen. Bestämmelser om kommunikation finns också i stadens förvaltningsstadga samt i stadskansliets och sektorernas stadgar. Också rekommendationen för statsförvaltningens kommunikation, Kommunförbundets handbok för Kommunkommunikation, som innehåller många praktiska anvisningar, samt ställningstagandena från det Etiska rådet för kommunikation (VEN) fungerar som rättesnöre.

Anvisningar för stadens kommunikation finns på hel.fi/sv.

2. PÅ SÅ SÄTT LEDS KOMMUNIKATIONEN

Stadens kommunikation leds och övervakas av stadsstyrelsen. I praktiken har borgmästaren och utöver hen kanslichefen huvudansvaret för stadens kommunikation. Under kanslichefen finns stadskansliets kommunikationsavdelning som leds av kommunikationsdirektören. Sektorchefen fungerar som ansvarspersonen för kommunikationen inom sektorerna. Stadskansliet har en kommunikationsavdelning och sektorerna har kommunikationstjänster, till vilka hör praktisk kommunikation och beredning av ärenden i anslutning till den.

Stadskansliets kommunikationsavdelning styr hela stadens kommunikations- och marknadsföringsfunktioner, ger anvisningar och rådgivning i anslutning till stadens kommunikation och marknadsföring samt organiserar samarbetet mellan stadens kommunikations- och marknadsföringspersonal.

Kommunikationsexperterna stödjer och rådgiver ledningen och experterna samt är kommunikationsexperter i planeringsprocessen. Kommunikationspersonalen ska redan när ärendena bereds få tillgång till all nödvändig information om sin egen organisation. Den bästa lösningen med tanke på tillförlitlig och snabb kommunikation är att kommunikationsenheten är direkt underställd ledningen. De yrkespersoner som ansvarar för organisationens eller organets kommunikation ska ha rätt att delta i ledningsgruppernas och organens möten.

30.5.2025

Den systematiska uppföljningen och utvärderingen av stadens kommunikation och marknadsföring är en del av ledningen och utvecklingen av kommunikation och interaktion samt uppföljningen av genomförandet av stadsstrategin.

Kommunikationen vid störningssituationer leds enligt krisledningsmodellen som en del av den övriga situationsledningen. De kommunala myndigheterna ansvarar för den myndighetskommunikation som hör till deras ansvarsområde.

Vem kommunicerar?

Hela stadens personal deltar i kommunikationen, inte bara kommunikationsexperterna. Kommunikationsfärdigheter krävs av såväl ledningen, planerarna och experterna som av kundservicepersonalen.

Personalens kommunikationsfärdigheter upprätthålls genom att ordna lämplig utbildning. Kommunikationsfärdigheterna ska även vara en central del av den utbildning för chefer som staden erbjuder sina anställda.

Yttrandefriheten enligt grundlagen gäller också stadens personal. Stadens anställda har i offentligheten rätt att framföra åsikter om de frågor som hen är tvungen att behandla i sitt tjänsteuppdrag. Hen måste dock klargöra när hen företräder organisationen och när hen ger utlåtanden eller uppträder som privatperson i sociala medier.

Politisk kommunikation och myndighetskommunikation kompletterar varandra

I Helsingfors ledningsmodell är borgmästaren och de biträdande borgmästarna politiskt valda förtroendevalda. Deras kommunikation stöds av kommunikationspersonalen inom stadens centralförvaltning och ansvarsområden tillsammans med borgmästarens och biträdande borgmästarnas assistenter. Partierna ansvarar för borgmästarens och biträdande borgmästarnas partipolitiska kommunikation och kommunikation i anslutning till valkampanjen.

Den politiska kommunikationen och myndighetskommunikationen utgör en helhet där båda har sina egna uppgifter.

3. ANVISNINGAR FÖR PRAKTISK KOMMUNIKATION

Stadens kommunikation erbjuder stadsborna en möjlighet att följa och övervaka stadens beslutsfattande och påverka det. För demokratin är det viktigt att olika medborgargrupper deltar i samhällsdebatten och kan påverka planerna och delta i utvecklingen av tjänsterna redan i beredningsskedet.

30.5.2025

Stadens kommunikation främjar interaktion, stödjer stadsbornas deltagande och kritiska diskussion samt erbjuder information om Helsingfors och dess tjänster. Stadens kommunikation ska vara aktuell och förutseende. Både positiva och negativa frågor offentliggörs enligt lika principer. Staden informerar på eget initiativ, aktivt och interaktivt om alla frågor som är väsentliga för stadsborna.

På stadens webbplats finns ständigt uppdaterad information om Helsingfors och dess förvaltning, tjänster och planer samt stadens beslut och beredningen av dem. Det är möjligt att ge respons och ställa frågor om stadens verksamhet och tjänster på webbplatsen, i sociala mediekkanaler och via stadens responssystem samt vid kundserviceställen. Frågorna och responsen besvaras så fort som möjligt.

Flerkanalig servicekommunikation

En välfungerande servicekommunikation gör vardagen smidigare för Helsingforsborna. Webbplatsen är ett centralt verktyg för stadens kommunikation.

Man informerar om de viktigaste frågorna i flera kanaler för att stadsborna ska nås i så stor utsträckning som möjligt. Utöver webbplatsen informerar Helsingfors stad till exempel via sociala mediekkanaler, annonser, videor, nyhetsbrev och trycksaker samt med hjälp av evenemang, tillställningar och personlig rådgivning.

Stadens tryckta publikationer, såsom tidningar, broschyrer och guider, publiceras i regel även på stadens webbplats.

Kommunikationen svarar också för informationsbehoven hos de stadsbor som inte använder webbtjänster eller sociala mediekkanaler.

Kund- och rådgivningstjänsterna samt metoderna och kanalerna för deltagande kommuniceras aktivt och via flera kanaler till olika invånar- och kundgrupper, företag och samfund.

Utöver de övriga kommunikationskanalerna publicerar staden en invånartidning som delas ut till hushållen och som sänds i enlighet med god journalistisk sed. Den ger invånarna information i tät form om stadens tjänster, förvaltning, planer, beslutsfattande och kanaler för respons och deltagande samt ger allmän, till exempel statistisk och historisk bakgrundsinformation om Helsingfors som stad. Innehållet i den tryckta tidningen publiceras också på stadens webbsida och i sociala medier, vid behov översatta till olika språk.

I stadens materialbank och i stadens marknadsföringsbolag Helsinki Partners Oy:s tjänst Helsinki Material Bank finns bilder av Helsingfors som med beaktande av bildspecifika användningsbegränsningar kan användas för icke-kommersiella och kommersiella ändamål.

Digitala tjänster

30.5.2025

Staden producerar digitala kundtjänster och webbplatser för stadsborna samt kommunicerar via flera kanaler i olika digitala kanaler. Stadens egna webbplatser är stadens viktigaste kommunikationskanal som erbjuder stadsborna en möjlighet att följa stadens verksamhet, beslutsfattande och anlita tjänster. Staden följer sin egen kommunikation när den utvecklar den digitala teknologins möjligheter och tar dem i bruk genom pilotförsök och med hjälp av nya möjligheter.

Alla digitala tjänster planeras fungera kommunikativt så att de är tillgängliga, lätta att hitta och lätta att använda med olika anordningar. Stadens och olika sektors webbtjänster grundar sig på enhetliga verksamhetsprinciper. Ibrukttagandet av nya webbplatser och kanaler för digital kommunikation sker avsiktligt enligt stadens verksamhetssätt. Deras resultat följs regelbundet upp och kanaler som inte når sina målgrupper slopas.

Helsingfors stad har omfattande anvisningar för innehållsproducenter på hel.fi/fi/paatoksentekeja-hallinto/sisallanhallinta (på finska). Anvisningarna hjälper till att sörja för webbplatsens användbarhet, innehållets kvalitet, betjäning och kundorientering. Webbplatser och olika digitala kanaler utvecklas så att de är kundorienterade och i utvecklingen av dem utnyttjas data och kundförståelse.

Med hjälp av tillgängliga webbtjänster tryggar man stadsbornas jämlika möjligheter att agera och delta. Ansvar för att tillgänglighetskraven uppfylls ligger alltid hos staden och kan inte överföras exempelvis till producenten av köpta tjänster. Vid anskaffning av webbplatser och applikationer för kommunikation ska man se till att kraven uppfylls.

Varje tjänst ska ha ett tillgänglighetsutlåtande, av vilket framgår hur tjänsteanvändaren kan få uppgifterna om den digitala tjänsten, om någon del av den inte finns tillgänglig. Vid bedömningen av tillgängligheten iaktas Helsingfors stads arbetsanvisningar och metoder genom vilka tjänsternas tillgänglighet säkerställs.

Mångsidig information för intressentgrupperna

Staden informerar öppet, aktivt och proaktivt om omfattande projekt och strategiska helheter som påverkar staden och stadsborna både nu och i framtiden. Sådana projekt är till exempel projekt som hänför sig till näringar, konkurrenskraft och regionbyggande samt uppgifter och undersökningar om befolkningen, ekonomin, företagsverksamheten, kulturlivet och de samhälleliga förhållandena.

Från Helsingfors förmedlas begriplig, tydlig och jämförbar information till Helsingforsbor, de som överväger att flytta till Helsingfors, studerande och forskare, media, företag och samfund samt andra inhemska och utländska intressentgrupper.

Staden kommunicerar om sina ärenden och marknadsför sina styrkor internationellt både i Europa och globalt. Internationella medier informeras om nyhetsfrågor, Helsingforsutvecklingen

30.5.2025

och dess bakgrund enligt samma principer som för inhemska medier. Staden erbjuder också information om Helsingfors till andra internationella intressentgrupper, till exempel företrädare för utländska städer, turister, forskare, företagare och investerare samt till utlänningar som planerar att skaffa jobb eller studieplats i Helsingfors.

Kommunikation inom koncernsammanslutningar

Informationsskyldigheten enligt kommunallagen gäller hela stadskoncernens verksamhet, deltagande i samarbete mellan städer och kommuner samt annan verksamhet som grundar sig på ägande, avtal eller finansiering.

Stadens dottersammanslutningar ska på eget initiativ i tillräcklig utsträckning informera bland annat om sina tjänster, sin verksamhet och ekonomi med iakttagande i tillämpliga delar av stadens anvisningar för kommunikation.

Information om beslutsfattandet

Stadsfullmäktiges, stadsstyrelsens och nämndernas föredragningslistor, protokoll och beslutsmeddelanden från möten publiceras på stadsfullmäktiges, stadsstyrelsens och nämndernas webbplatser.

På institutionens beslutssida anges organets namn, uppgifter, mötestider, medlemmar och suppleanter samt deras partipolitiska ståndpunkt. Dessutom nämns namnen på institutionens sekreterare och informatör. Webbplatserna för beslutsfattande publiceras på finska och svenska.

Föredragningslistorna offentliggörs på institutionens webbplats samtidigt som de skickas till medlemmarna. Även bilagorna till föredragningslistorna ska publiceras samtidigt med föredragningslistorna, med undantag av om det inte är möjligt till exempel på grund av tekniska skäl eller av någon annan grundad anledning. Beslutsmeddelanden publiceras omedelbart efter institutionens möte.

Frågor som grundar sig på föredragningslistans text kan behandlas i offentligheten redan innan beslutet fattas. Stadens informatörer kan enligt behov utarbeta förhandsmeddelanden om frågor på institutionernas föredragningslista. I meddelandet ska anges att det är fråga om föredragarens beslutsförslag, vars godkännande beslutas vid institutionens möte. I informationsgivningen ska det framhållas vilken beslutsfattande institution som fattar det slutgiltiga beslutet.

Stadsfullmäktiges möten är offentliga och de sänds i realtid som videosändningar, och senare som inspelningar på stadens webbplats. Mötets gång kan också följas via meddelandetjänsten X.

30.5.2025

Företrädare för media och allmänheten kan vara närvarande för att följa beslutsfattandet. Stadskansliet informerar om fullmäktiges beslut på stadens webbplats omedelbart efter att mötet avslutats.

Stadsstyrelsens och dess sektioners, nämnders och direktioners samt andra motsvarande institutioners möten är i allmänhet inte öppna för allmänheten. De beslut som fattas i dem meddelas omedelbart efter att mötena avslutats på stadens webbplats. Informationsskyldigheten ankommer på dem som förordnats till uppgiften och dem som deltar i institutionens möten.

I mötenas beslutsmeddelanden berättas om besluten och de röstningar som hänför sig till dem, om hur ärendena läggs på bordet och avlägsnas, om avvikande åsikter och andra frågor som är viktiga med tanke på behandlingen. Diskussioner som förts refereras inte.

Beslutsinformatören skickar till media och som delgivning en länk om offentliggörandet av beslutsmeddelandet. Informatören kan i detta meddelande presentera de ärenden som fanns på mötets föredragningslista och de beslut som fattats om dem.

Den föredragningslista och beslutsmeddelande som publicerats på webbplatsen ersätts med ett protokoll efter att protokollet har publicerats.

Borgmästarens och biträdande borgmästarnas beslut och alla tjänsteinnehavarbeslut publiceras på stadens webbplats.

Beslutshandlingarna förvaras på stadens webbplats när övriga personuppgifter raderas än de vilka har en motivering till varför de lagras på webben, till exempel namnet på den person som väljs till en tjänst.

Relationer till media

Staden kommunicerar aktivt, öppet, jämlikt och betjänande till medierna. Medierna är bra samarbetspartner för staden och via den förmedlas en stor del av informationen om staden till allmänheten.

Information om stadens planer, beslutsfattande och aktuella viktiga frågor ges till medierna i form av meddelanden, stadens nyhetssida, sociala medier, informations- och bakgrundstillställningar samt på andra sätt i ett så tidigt skede av behandlingen som möjligt. Även bildmaterial hålls tillgängliga om projekten.

Journalister får de uppgifter de begär och frågor besvaras utan dröjsmål. Journalisterna styrs till rätt informationskällor och de får hjälp med att hitta lämpliga sakkunniga för intervju.

30.5.2025

Mediernas frågor besvaras i första hand av den tjänsteinnehavare eller sakkunnig som svarar för ärendet och som bäst känner till dess innehåll. Även kommunikationsexperter fungerar från fall till fall som informationskällor för medierna.

Stadens kommunikation förutsätter beredskap att snabbt reagera på mediernas behov i olika kanaler och i allt högre grad även efter tjänstetid. Genom sektorsövergripande kommunikationssamarbete kan man bäst förbereda sig på överraskande situationer.

De ärenden som är avsedda för medierna och andra ärenden som ska informeras ska ha en fastställd tidpunkt för offentliggörande. Ärendet eller handlingen är inte offentlig före denna tidpunkt, men den är offentlig för alla omedelbart efter offentliggörandet och informationsmaterialet ska vara tillgängligt för alla intresserade enligt enhetliga principer. Staden kan från fall till fall erbjuda medierna tips och fördjupad information inom olika teman.

Till exempel det material som publiceras vid informationstillfället publiceras i allmänhet samtidigt också på webbplatsen när tillfället inleds. Vid behov kan informationsmaterialet sändas till medierna också före publiceringstidpunkten under förutsättning att medierna förbinder sig att inte offentliggöra nyheten i ärendet före den fastställda tidpunkten för publiceringen.

Medierna ska bemötas opartiskt.

Ju viktigare frågan är och ju större målgrupp den intresserar, desto viktigare är det att det finns möjlighet att få information om saken också på annat sätt.

Ett nyhetsämne som ett medium upptäckt på eget initiativ bör inte aktivt erbjudas andra medier, om inte medierna själva ställer frågor om saken.

Möten mellan myndigheterna och enskilda redaktioner samt journalister är en del av det sedvanliga intressentarbetet.

Enligt journalistens eller mediets specialområde eller till exempel den stadsdelsspecifika orienteringen kan man erbjuda tips och föreslå perspektiv för behandlingen av stadens ämnen.

Utlämnandet av uppgifter får inte begränsas i onödan, och endast lagliga skäl berättigar till att uppgifter inte lämnas ut. Om efterfrågade uppgifter inte kan offentliggöras, ska detta alltid motiveras, och när det är fråga om sekretessbelagda uppgifter ska journalisten informeras om vilken bestämmelse i offentlighetslagen som ligger till grund för sekretessbelagda uppgifter.

För utlämnande av uppgifter som behövs i det journalistiska arbetet debiterar staden i allmänhet inte någon avgift. I fråga om begäran om information som kräver exceptionellt mycket arbete är det möjligt att debitera beställaren en skälig avgift för utfört arbete. (För produktion av informationsmaterial på begäran se 21 § i offentlighetslagen.)

30.5.2025

Fria medier är i en fungerande demokrati en legitim övervakare av maktutövning som i första hand betjänar allmänheten. Pressfriheten omfattar en kritisk granskning av ärendena och kritiken får inte påverka likabehandling av medierna. Man kan dock förutsätta att medierna iakttar god journalistisk sed.

Det är skäl att kräva att de sakfel som medierna gjort korrigeras i enlighet med yttrandefrihetslagen. Åsikter kan dock inte begäras att korrigeras på basis av omprövningsrätten.

När en företrädare för en stad diskuterar med en journalist har hen alltid rätt att veta om det är fråga om lämnande av bakgrundsinformation eller en egentlig intervju. Den som intervjuas kan be att få granska de textdelar som journalisten skrivit där man citerar den intervjuades budskap eller behandlar de uppgifter som hen lämnat. Då har den intervjuade rätt att korrigera felaktiga citat. De intervjuades rättigheter och mediernas arbetssätt utreds i Journalistreglerna, som de medier som förbundet sig till god journalistisk sed följer.

Staden i sociala medier

Sociala medier är en del av stadens flerkanaliga kommunikation. Med hjälp av dem kan man snabbt och effektivt nå ett stort antal både stadsbor och internationella målgrupper, kommunicera i realtid, öka transparensen i förvaltningen och tillhandahålla kundservice med låg tröskel. Staden kan också genomföra kampanjer i sociala medier och använda olika metoder för marknadsföringskommunikation när de hjälper till att nå olika målgrupper.

Stadsborna och stadens intressentgrupper är också själva ofta viktiga och aktiva kommunikatörer i sociala mediekkanaler. Genom stadens kommunikation säkerställer man att rätt information kan hittas och närvarar i de kanaler som stadsborna använder.

I sociala medier följer man samma riktlinjer och anvisningar som i stadens övriga kommunikation. Man besvarar frågor snarast möjligt, sakligt och öppet och med motivering av stadens synpunkt.

Kommunikationen i stadens sociala mediekonton ska vara planerad och det ska reserveras tillräckliga resurser för den systematiska skötseln av den.

Stadens personal kan vara arbetstagarambassadörer och förmedla stadens meddelanden till sina egna nätverk inom samhällstjänsterna. Då säkerställs det att den privata verksamheten och ställningstagandena tydligt kan särskiljas från myndighetsverksamheten.

En sakkunnig som kommunicerar med sitt ansikte i sociala medier får ofta effektivare fram sitt budskap än en ansiktslös organisation. Baksidan är att negativ respons, ibland till och med aggression, riktas till en enskild arbetstagare. Arbetarskyddslagen förpliktar arbetsgivaren att skydda arbetstagarna mot psykisk belastning och erbjuda stöd i utmanande situationer. På

30.5.2025

sociala mediekkanaler kan det uppstå försök till informationspåverkan, såsom avsiktlig spridning av felaktig information. Dessa besvaras snabbt med korrekt information och genom att tillförlitlig myndighetsinformation hålls lättillgänglig.

Stadens riktlinjer för sociala medier innehåller mer detaljerade anvisningar om hur sociala medier kan utnyttjas.

Kundservice, rådgivning och delaktighet

Inom kundservicen och rådgivningsarbetet kommunicerar man direkt med enskilda kommuninvånare.

Helsingforsbor och andra som behöver information får råd på plats på serviceställen samt på webbplatser, i sociala medier, chatt-kanaler, per telefon och e-post. Experterna inom kundbetjäning och rådgivningsarbete behöver goda interaktions- och kommunikationsfärdigheter, och de ska känna till Helsingfors kundservicemodell.

Alla kunder behandlas likvärdigt och med respekt för deras behov. Staden ser till att språkliga och andra minoriteter samt personer med olika funktionsnedsättningar i Helsingfors har rätt till tillräcklig information och tillgång till rådgivningstjänster samt genomförande av delaktighet.

Information om metoderna och kanalerna för deltagande ges aktivt, i flera kanaler och vid behov flerspråkigt till olika invånargrupper och kundgrupper, företag och regionala sammanslutningar.

Vid behov ordnas regionala invånartillställningar eller tillställningar som gäller hela staden. Dessa omfattar även digitala deltagarkanaler.

Principerna för delaktighet i all stadens verksamhet har fastställts i stadens förvaltningsstadga.

Offentliga kungörelser och annan annonsering

Kungörelse är ett officiellt förfarande för att lämna ut information till allmänheten eller till personer vars liv den kan påverka.

Stadens kungörelser och officiella tillkännagivanden publiceras i första hand i stadens datanät i enlighet med kommunallagen. Dessutom är det möjligt att publicera kungörelser och andra annonser i tryckta tidningar och andra medier. Avsikten med annonserandet är att invånare, företag och sammanslutningar i god tid ska få information om stadens planer, evenemang och tjänster.

När sektorerna och tjänsterna beslutar om sina annonserings- och reklammedel ska de utreda det mediala som är så bra som möjligt med tanke på deras kundkrets eller målgrupp och beakta bestämmelsen i språklagen, enligt vilken en tvåspråkig myndighets officiella

30.5.2025

meddelanden och kungörelser ska ges på både finska och svenska. Också i annan annonsering och reklam ska man i tillräcklig utsträckning sörja för både den finskspråkiga och den svenskspråkiga befolkningens behov av information.

Enligt 108 § i kommunallagen ska ett tillkännagivande finnas i det allmänna datanätet 14 dygn, om inte något annat följer av sakens natur. De personuppgifter som ingår i annonsen ska raderas ur datanätet efter den ovan nämnda tiden.

Stadens officiella språk

I stadens externa kommunikation ska man beakta behovet hos den finsk- och svenskspråkiga befolkningen. Myndigheten ska i sin verksamhet på eget initiativ se till att individens språkliga rättigheter tillgodoses (23 § i språklagen). Vid mediekommunikation och kommunikation för stadsborna ska man ta hand om både den finsk- och svenskspråkiga befolkningens informationsbehov.

Väsentlig information ska ges samtidigt på båda språken. Beroende på ämne översätts nyheten eller meddelandet också till engelska.

Publicering av utredningar, beslut eller andra motsvarande texter som utarbetats av myndigheterna förpliktar inte att översätta dem som sådana. Med lämnande av väsentlig information avses nödvändigtvis inte att all information ska publiceras i samma omfattning. En bra sammanfattning kan vara tillräcklig på det andra språket. Informationen ska vara tillräcklig för att båda språkgrupperna ska kunna delta och påverka. Det är viktigt att berätta till exempel om ett projekts centrala innehåll, tidtabell och ansvariga parter samt kontaktuppgifter.

Användarenkäter och responssystem ska fungera på finska och svenska.

En tvåspråkig myndighet ska i sin verksamhet utåt visa att den använder båda språken (23 § i språklagen). Till exempel skyltar, vägvisare, blanketter och broschyrer ska vara synligt framme på båda språken. Också de namn, förkortningar och logotyper som myndigheter använder ska produceras på båda språken.

När man marknadsför staden allmänt eller tjänster och evenemang som kommunen ordnar till olika målgrupper ska båda nationalspråken samt engelska beaktas på samma grunder som i kommunikationen i övrigt. Innehåll eller tjänster som producerats på olika språk är nödvändigtvis inte helt identiska eftersom målgrupperna inte heller är det.

I den interna kommunikationen till stadens anställda används finska eftersom det är stadens administrationsspråk. Det finns dock inget hinder för att producera innehåll på stadens intranät även på svenska.

30.5.2025

Engelska som pratas i stor utsträckning som ett brospråk i Helsingfors är det viktigaste kommunikationsspråket för staden när vi kommunicerar med stadens olika språkgemenskaper och turister. Engelskspråkig kommunikation används vid sidan av finsk- ja svenskspråkiga meddelanden i synnerhet när man kommunicerar på stadens webbplats och i sociala medier. Exempelvis på sociala mediekanalet besvarar man frågor på frågeställarens språk på finska, svenska eller engelska.

Vid sidan av den finsk- och svenskspråkiga befolkningen talar en betydande del av Helsingforsborna ett annat språk som modersmål än de inhemska språken. De informeras om stadens tjänster, evenemang och beslutsfattande både på engelska och i den mån det är möjligt på deras eget modersmål.

Dessutom informerar staden på ett ändamålsenligt sätt på Helsingfors fem vanligaste språk om frågor som främjar integration och delaktighet samt i omfattande störnings- och krissituationer. I stadens interna kommunikation och servicekommunikation kan även andra språk användas, om ett motiverat behov har identifierats för dem. Styrgruppen för kommunikation bedömer de språk som används årligen.

Staden har aktiva webbplatser på engelska samt rådgivningspunkter för övriga språk, nyhetsbrev och en informationstjänst på webben på flera språk. Staden samarbetar också med de medier på andra språk som utkommer i Helsingfors för att förbättra tillgången till information om staden och dess tjänster.

Staden följer aktivt utvecklingen av översättningsteknologi och artificiell intelligens samt undersöker och bedömer möjligheterna att utnyttja dem i den flerspråkiga kommunikationen.

Staden publicerar regelbundet information även på teckenspråk.

4. STADENS VARUMÄRKE, MARKNADSFÖRING OCH VISUELLA UTSEENDE

Enligt 1 § i kommunallagen ska kommunen främja sina invånares välfärd och sitt områdes livskraft. Genom konsekvent kommunikation och marknadsföring stärks Helsingfors varumärke och anseende, vilket ökar Helsingfors ryktbarhet och dragningskraft, stärker det känslomässiga bandet och delaktighetskänslan gentemot Helsingfors samt ökar intresset för tjänsterna och upplevelsernas attraktivitet.

Marknadsföringen är ett strategiskt verktyg som används som ett hjälpmedel i stadens invånarorienterade utvecklingsarbete och för att kommunicera stadens starka sidor till inhemska och internationella intressentgrupper.

30.5.2025

Varumärkesriktlinjer

Stadens kommunikation och marknadsföring baserar sig på de varumärkesriktlinjer som stadsstyrelsen har godkänt (<https://www.hel.fi/sv/beslutsfattande-och-forvaltning/information-om-helsingfors/design-och-digitalisering/helsingfors-varumärke-och-visuella-identitet>).

Varumärkeskonceptet sammanfattar kärnan i Helsingfors varumärke och hjälper att kommunicera i enlighet med varumärket. I varumärkeskonceptet för Helsingfors ingår ett värdelöfte, hörnstenar, tonfall och varumärkesidentitet.

Helsingfors värdelöfte är faktorer som skapar ett gott liv: vi planerar och utvecklar en stad där var och en kan leva ett gott liv; ett fritt, personligt, hållbart och tryggt liv.

Helsingfors tonfall är mänskligt, öppet och livfullt. Mänsklighet innebär att vi kommunicerar tydligt och tar mottagarens perspektiv i beaktande samvetsgrant. Vi är också öppna i vår kommunikation: vårt uttryck är ärligt och transparent, vilket gör det lätt att närma sig oss. Livfullhet innebär att färgrik mångfald och kärlek till Helsingfors får höras i vårt tal och våra texter.

Helsingfors varumärkesperson omfattas av tre dimensioner: Helsingfors är en glädjande partner, Uthållig avgörare och en Tapper optimist. Varumärkesperson beskriver vilka egenskaper Helsingfors skulle ha om staden vore en människa: hur den skulle uppföra sig och hur den skulle låta. Varumärkespersonen ger även riktlinjer för vår kommunikation: på vilket sätt kommunicerar vi och med hurdan attityd.

Hörnstenarna för Helsingfors varumärke är fungerande och hållbart, urbant vilt, fritt och underbart. De berättar vilka egenskaper som gör Helsingfors till den stad den är: vad är Helsingfors känt för och vad skiljer oss från andra städer. Helsingfors är känt som en välfungerande stad med bra livskvalitet. Dessa är viktiga faktorer i byggandet av en hållbar vardag även framöver. Utöver hållbarhet och funktion är Helsingfors också urbant vild, fri och underbar. I synnerhet dessa skiljer Helsingfors från övriga städer och får hjärtat att klappa för vår stad.

Visuell identitet och logotyp: Staden använder den enhetliga visuella identiteten och Helsingfors inramade logotyp som definieras i stadens Handbok för visuell identitet (brand.hel.fi/sv). Helsingfors inramade logotyp har publicerats i flera språkversioner, som i mån av möjlighet ska användas för kommunikation på olika språk.

Största delen av stadens verksamhet och tjänster följer Helsingfors visuella identitet eller deras identitet kan vara begränsad till element som hör till Helsingfors visuella identitet. Mer information finns i anvisningarna för varumärkesarkitektur (brand.hel.fi/sv).

Marknadsföringskommunikation

30.5.2025

Genom marknadsföringskommunikation kan sektorerna effektivt lyfta fram evenemang och tjänster som producerats för stadsbor samt styra kunderna till att använda dem.

I marknadsföringskommunikation och reklam ska avsändaren alltid vara tydligt identifierbar. Staden ska i sin egen kommunikation avstå från att publicera sådana betalda skrifter, videor och framföranden som de facto är reklam men som avsändaren inte tydligt framgår av.

Marknadsetiska Rådet (MER) följer upp och ger utlåtanden om marknadsföring enligt god sed.

Arbete kring anseende

Centrala faktorer med tanke på hanteringen av stadens anseende är invånarnas och besökarnas egna erfarenheter av staden som plats, gemenskap och serviceorganisation samt bilden av staden som medierna ger. Också varje anställd i staden påverkar stadens anseende och arbetsgivarbild.

Stadens anseende påverkas i första hand av stadens tjänster och personalens kompetens samt förmåga att klara sig i servicesituationer. Anseendet kan inte byggas upp enbart genom marknadsföring och kommunikation, utan det byggs upp av hurdan staden egentligen är. Staden påverkar människorna på många olika mötesplatser, som lika bra kan vara tjänster och möten med stadens anställda, webbplatser, lokaler och många andra.

Sponsring som marknadsföringsmetod

Sponsring är ett marknadsföringsmedel där sponsorn betalar exempelvis ett penningbelopp som avtalats till arrangören av en händelse eller verksamhet och i gengäld får synlighet i samband med det sponsorerade projektet. Stadens sponsring innebär att staden får marknadsföringsnytta mot ett avtalat penningbelopp för en händelse eller verksamhet vars produktion staden inte själv ansvarar för i sin helhet.

Stadens verksamhetsenheter kan under vissa förutsättningar också ansöka om stöd för utomstående sponsorer för sitt arbete. Samarbete med frivilligorganisationer, näringslivet och andra intressentgrupper kan öka resurserna och effektiviteten i stadens marknadsföring. När man väljer samarbetspartner ska man försäkra sig om att deras verksamhet är förenlig med stadens egna mål och etiska principer. Instruktioner om användningen av sponsorpengar finns i Instruktioner för hur budgeten ska följas.

Stadens sponsor ska ge staden ekonomisk nytta eller främja verksamhet som är positiv med tanke på stadens målsättningar. Det kan inte vara stödverksamhet eller välgörenhet. Därför är vederlagsfri sponsring och betalning av stödanmälningar inte godtagbara former av stadens

30.5.2025

marknadsföringskommunikation. De ifrågavarande nämnderna beslutar om understöden i enlighet med sina stadgar.

5. HANDLINGARNAS OFFENTLIGHET OCH PERSONUPPGIFTER

Handlingarnas offentlighet

Enligt offentlighetsprincipen i grundlagen är handlingar och inspelningar som innehas av myndigheter i princip offentliga. Närmare bestämmelser om handlingarnas offentlighet föreskrivs i lagen om offentlighet i myndigheternas verksamhet.

Stadens myndigheter är stadsfullmäktige, stadsstyrelsen, nämnderna, sektionerna, direktionerna och kommissionerna, borgmästaren och de biträdande borgmästarna samt sådana tjänsteinnehavare som har självständig behörighet. Även kommunala ämbetsverk och affärsverk är myndigheter.

Med handling avses både skriftliga och bildliga handlingar samt elektroniska och digitala inspelningar. Skriftliga framställningar är exempelvis beslut, föredragningspromemorior, utredningar, betänkanden, anbud, avtal, besvär och klagomål. Bildliga presentationer är till exempel fotografier, kartor och tabeller. Elektroniska handlingar och digitala inspelningar kan vara bland annat film, mp3- och videoupptagningar samt fonogram.

Med en myndighetshandling avses en handling som en myndighet har i sin besittning, har utarbetats av en myndighet eller utarbetats på uppdrag av en myndighet, har lämnats till myndigheten för behandling av ett ärende eller annars i ett ärende som hör till myndighetens uppgifter eller en handling som har lämnats in för ett uppdrag där den läses av myndigheten.

Offentliggörandet av en handling bedöms separat för varje handling. Vanligen blir en handling offentlig när den färdigställs eller anländer till en myndighet. Handlingarnas offentlighet kan begränsas endast på grund av i lag konstaterade nödvändiga skäl.

Var och en har rätt att ta del av en offentlig handling och av den offentliga delen av en sekretessbelagd handling. Offentligheten garanterar invånarna möjlighet att följa och övervaka myndigheternas verksamhet. Offentlighetsprincipen är viktig även med tanke på invånarnas rättsskydd.

Offentlighetslagen förpliktar myndigheterna att producera och sprida uppgifter. Myndigheten ska se till att handlingar som är centrala för allmänhetens tillgång till information eller förteckningar över dem finns tillgängliga på bibliotek, i allmänna datanät eller på något annat sätt som är lätt att använda.

30.5.2025

Innan en handling blir offentlig är utlämnandet av information om denna i myndighetens prövning. Helsingfors stad förhåller sig öppet och positivt till information till handlingar som är under beredning och andra offentliga handlingar enligt prövning.

Parten har med vissa lagstadgade undantag rätt att ta del av information även om annat än den offentliga handlingen, om handlingen kan eller har kunnat påverka behandlingen av hens ärende. Rätten att få uppgifter omfattar också sådant material som enligt lag ännu inte är offentligt.

En begäran om handling ska specificeras tillräckligt väl så att myndigheten kan utreda vilken handling begäran gäller. Den som begär uppgifter behöver inte utreda sin identitet eller motivera sin begäran, om det inte är fråga om sekretessbelagda handlingar eller uppgifter i myndighetens personregister.

När uppgifter om sekretessbelagda handlingar eller andra handlingar om vilka uppgifter får lämnas ut endast under vissa förutsättningar begärs, ska den som begär uppgifter uppge uppgifternas användningsändamål och andra omständigheter som behövs för att utreda förutsättningarna för utlämnande av uppgifter.

Uppgiften om handlingens innehåll lämnas av den person för vilken uppgiften har förordnats eller till vilken uppgiften hör på grund av ställning eller arbete. Uppgifterna ska lämnas snarast möjligt, dock senast två veckor från begäran.

Myndigheten ska ha en förteckning över offentligt tillgängligt material samt beskrivningar av datasystemen och deras offentliga uppgifter. Sektorerna ska se till att intresserade personer på ett flexibelt sätt och inom skälig tid får tillgång till de offentliga handlingar de önskar och att de, om de så önskar, får kopior av dem mot fastställd ersättning.

Begäran om handlingar kan göras på webben på stadens hemsida hel.fi/sv.

Tjänste- och befattningsansökan samt löneuppgifter är offentliga

Tjänste- och befattningsansökan är offentlig. Med undantag för sekretessbelagda uppgifter blir ansökningshandlingarna offentliga när de anländer till registratorskontoret eller när de elektroniskt har lämnats in med hjälp av stadens rekryteringssystem. De sökandes namn är obegränsat offentliga, även de som har framfört ett önskemål om att den sökandes namn inte ska offentliggöras. Staden ska dock när den informerar om sökanden meddela vilka av sökandena som har begärt att deras namn inte ska offentliggöras. Medierna ska överväga om de ska publicera namnet eller inte.

30.5.2025

Ansökningsdokumenten innehåller ofta personbeteckningar, om vilkas behandling det föreskrivs särskilt i dataskyddslagen. Personbeteckningar ska täckas när man i övrigt visar offentliga handlingar eller lämnar in kopior av dem.

Löneuppgifter för stadens personal och uppgifter om arvoden för förtroendevalda är offentliga. Betalda kostnadsersättningar, exempelvis kilometerersättningar och dagtraktamenten, är offentliga uppgifter.

Löner för personal vid kommunala affärsverk kan dock i ett konkurrensläge vara uppgifter som betraktas som stadens affärshemlighet, varvid de inte är offentliga. Löner för personal i de sammanslutningar som ägs av kommunerna och i de stiftelser som förvaltas av kommunerna är inte offentliga.

Handlingar som gäller upphandlingar

Texten i föredragningslistan för ett upphandlingsärende och dess bilagor, med undantag för sekretessbelagda punkter, publiceras i samband med föredragningslistan.

Sekretessbelagda delar av upphandlingsdokumenten är sådana som innehåller en stads eller anbudsgivares affärs- eller yrkeshemligheter, till exempel vid dataupphandling av ett tekniskt genomförande eller ett programmeringssätt. I anbudsförfrågan ombeds anbudsgivaren meddela med en separat bilaga de delar av sitt anbud som innehåller sekretessbelagda affärs- och yrkeshemligheter. Myndigheten överväger vilka delar av anbudet som är sekretessbelagda. Anbudsgivaren kan i allmänhet inte hålla priset som en affärshemlighet.

Upphandlingsbeslutet och dess bilagor är offentliga efter det att beslutet har fattats. Efter att upphandlingsbeslutet fattats är anbudsgivarnas anbud med bilagor offentliga för andra anbudsgivare, med undantag för sekretessbelagda uppgifter. Anbud jämte bilagor är offentliga efter det att avtalet ingåtts, med undantag för sekretessbelagda uppgifter.

Sekretessbelagda handlingar

Endast lagen kan föreskriva vilka slags handlingar som är sekretessbelagda. En kommunal myndighet kan inte bestämma om ett ärende eller en handling är sekretessbelagda. De vanligaste sekretessgrunderna ingår i offentlighetslagen. Inom stadens förvaltning bestäms sekretessen för ett ärende eller en handling av den huvudansvariga beredaren, därefter av föredragaren och slutligen av beslutsfattaren.

Tjänsteinnehavare och arbetstagare, förtroendevalda samt parter får inte lämna ut handlingens sekretessbelagda innehåll eller andra angelägenheter som de fått kännedom om i sin verksamhet hos myndigheten och om vilka sekretessplikten har föreskrivits i lag. En sekretessbelagd myndighetshandling eller en i övrigt sekretessbelagd del av en offentlig

30.5.2025

handling, dess kopia eller utskrift får inte visas eller överlåtas till utomstående och inte heller annars lämnas ut till utomstående för påseende eller användning.

En myndighet får lämna ut sekretessbelagda uppgifter endast när det i lag uttryckligen föreskrivs om saken eller när samtycke ges av den person vars intressen sekretessplikten har föreskrivits för att skydda. Parten har dock rätt att ta del av sekretessbelagda beslut och dess bilagor, med vissa undantag som anges i lag, för att parten ska kunna söka ändring i beslutet.

Behandling av personuppgifter

Enligt EU:s allmänna dataskyddsförordning avses med personuppgifter all information med anknytning till en identifierad eller identifierbar fysisk person. Sådan information kan vara till exempel namn, personbeteckning, adress, webb-ID eller positionsdata eller annan beskrivande information där personen kan identifieras. Även en bild är en personuppgift, om personen på basis av en bild indirekt eller direkt kan identifieras.

Uppgifter om personer har samlats in i olika register enligt uppgifternas användningsändamål, och över dem har det upprättats offentliga registerbeskrivningar som kan läsas på webben eller begäras att framläggas för påseende. Registerbeskrivningar finns på adressen hel.fi/rekisteriseloste.

Alla har rätt att veta vilka uppgifter om hen som samlas in. Om det förekommer fel eller brister i uppgifterna kan man yrka att de ska rättas eller kompletteras, och om vissa villkor uppfylls även raderas.

Användaren av stadens tjänster kan begära kopior av sina egna uppgifter. Du kan framföra din begäran om information eller begäran om rättelse av personuppgifter elektroniskt eller på plats på registratorskontoret, varvid du behöver ett identitetsbevis.

Största delen av stadens tjänster grundar sig på fullgörande av stadens lagstadgade förpliktelse. Då behöver kunden inte ge sitt samtycke till uppgiftsbehandling. Lagstadgade tjänster är till exempel ordnande av grundläggande utbildning och parkeringsövervakning samt service enligt socialvårdslagen samt hälso- och sjukvårdslagen.

Publicering av bilder i annat än redaktionellt arbete ska motiveras antingen av lagstiftningen eller i andra hand av den berörda personens samtycke. Den lagstadgade grunden kan till exempel vara kommunlagens skyldighet att delge beslut på webben. En del av de uppgifter som behövs för tjänsteproduktionen har samlats av kunderna med deras eget samtycke. Sådana är till exempel adresslistor för nyhetsbrev eller personer som bjuds in till tillställningar. Då har personen rätt att när som helst återkalla sitt samtycke till behandling av sina uppgifter, och kan kräva radering av sina uppgifter.

30.5.2025

Det har föreskrivits om undantag eller befrielser från förutsättningarna för behandling av personuppgifter, när det är fråga om tryggnade av yttrandefriheten till exempel inom journalistik, vetenskaplig och historisk forskning, statistikföring och arkivering.

I 27 § i dataskyddslagen konstateras att största delen av den registrerades rättigheter åsidosätts om personuppgifter hanteras för redaktionella (journalistiska) ändamål. Med detta avses verksamhet vars enda syfte är att ge allmänheten information, åsikter och tankar. Journalistisk avsikt är en gängse behandlingsgrund och hör till myndighetens så kallade allmänna intresse, varvid samtycken inte behövs. Det är ändå viktigt att också då se till att onödiga uppgifter inte publiceras. Mer information finns på stadens webbplats hel.fi/dataskydd.

Personuppgifter på webben

I stadens webbkommunikation ska man se till att sekretessbelagda uppgifter inte förs in i det allmänna datanätet och att integritetsskyddet tillgodoses vid behandlingen av personuppgifter.

Det ska undvikas att personuppgifter, det vill säga privatpersoners namn och andra personuppgifter, antecknas på föredragningslistor, protokoll och andra handlingar samt publiceras i webbkommunikation, om inte behandling av ärendet, effektiv information och tillsyn över myndighetens verksamhet kräver det.

Enligt 140 § i kommunallagen ska de personuppgifter som ingår i protokollet utplånas ur datanätet när tidsfristen för begäran om omprövning eller besvärstiden går ut.

De personuppgifter som ingår i institutionens dagordning eller beslutsprotokoll anses dock inte i sig utgöra något personregister som skapats för en viss uppgift, och bestämmelserna i offentlighetslagen begränsar inte utlämnande av uppgifter om dem till exempel i form av en kopia.

Uppgifter om privatliv, såsom andra uppgifter som hör till människors egen livsmiljö och som är sekretessbelagda enligt lag, personbeteckningar, separata förteckningar och andra personregister som innehåller personuppgifter om privatpersoner samt adress-, telefonnummer- och andra kontaktuppgifter för privatpersoner får inte alls läggas ut på webbplatsen.

Att de personuppgifter som ingår i personregistren publiceras i det externa och interna datanätet är ett elektroniskt utlämnande av personuppgifter, vilket förutsätter den berörda personens samtycke eller någon annan laglig grund. Däremot utgör stadens möteshandlingar som innehåller personuppgifter inte ett personregister och publicering av dem på webbplatsen är därmed inte elektronisk överlåtelse.

I ett protokoll som publiceras i ett datanät får endast offentliga personuppgifter och sådana personuppgifter som är nödvändiga med tanke på tillgången till information publiceras. Ett protokoll som publiceras i ett datanät ska dock alltid innehålla väsentliga uppgifter i anslutning

30.5.2025

till beslutsfattandet samt de uppgifter som behövs till exempel för att begära omprövning eller anföra besvär. Om en personuppgift är en väsentlig uppgift i anslutning till beslutsfattandet eller är nödvändig med tanke på begäran om omprövning eller anförande av besvär, är den med tanke på tillgången till information en nödvändig personuppgift som ska publiceras i ett datanät.

På stadens webbplats kan man dock publicera till exempel allmänt tillgängliga uppgifter om stadens anställda personers ställning, uppgifter och skötseln av dem, när detta är motiverat med tanke på stadens verksamhet. Sådana här kan vara bland annat uppgifter om kommunens anställda och deras kontaktuppgifter till arbetsplatsen. Den förtroendevaldas namn och partimedlemskap kan publiceras på webbplatsen till exempel i en förteckning över nämndens medlemmar. Om andra personuppgifter än namn ska publiceras på webbplatsen, såsom födelsetid, hemadress, hemtelefonnummer eller fotografi, ska man alltid begära samtycke av personen (eller minderårigas vårdnadshavare).

Överlåtelse av personuppgifter ur ett personregister

Offentlighetslagen tillämpas på utlämnande av personuppgifter ur en myndighets personregister.

Ur personregistret får nödvändigtvis inte lämnas ut ens offentliga uppgifter till utomstående. Sättet att lämna ut uppgifter som ingår i registret har begränsats till vissa delar.

Var och en har rätt att ta del av en myndighetshandling som är offentlig. Exempelvis beslut om bygglov och beslut om anställning är offentliga, även om de innehåller personuppgifter.

Privatpersoner får offentliga personuppgifter ur kommunens register för sedvanliga privata ändamål. Medierna ska ges motsvarande offentliga uppgifter för redaktionella ändamål.

Vid utlämnande av personuppgifter för redaktionellt ändamål ska man försäkra sig om att det verkligen är fråga om ett redaktionellt ändamål och att den som begär uppgifter företräder mediet i fråga. I oklara fall kan man som tilläggsutredning fråga till exempel huvudredaktörens namn eller be journalisten visa upp presskortet.

Överlåtaren ansvarar för överlåtelseernas laglighet, så utan skriftlig begäran ska uppgifter inte lämnas ut, om man inte kan vara säker på syftet och överlåtelsens mottagare.

En kopia eller utskrift av en myndighets personregister eller utlämnande av uppgifter ur den i elektronisk form har begränsats genom lag. De kan till offentliga delar läggas fram hos myndigheten eller lämnas ut muntligen till alla. I stället kan kopior, utskrifter eller uppgifter i elektronisk form i regel lämnas ut endast om den som begär uppgifterna enligt bestämmelserna om skydd för personuppgifter har rätt att lagra och använda sådana personuppgifter.

30.5.2025

Personuppgifter får dock lämnas ut för direktmarknadsföring och opinions- eller marknadsundersökning endast om det föreskrivs separat så eller om den registrerade har gett sitt samtycke till det. Att personen inte uttryckligen förbjuder behandling av sina personuppgifter handlar ännu inte om samtycke.

6. INTERN KOMMUNIKATION

Med hjälp av stadens interna kommunikation skapas en öppen och diskuterande organisationskultur. Kompetens, arbetsförhållanden och uppgifternas innehåll utvecklas i samarbete med personalen. En god intern informationsgång skapar förutsättningar även för extern kommunikation och bygger för sin del stadens rykte.

Enheten för intern kommunikation vid stadskansliet har till uppgift att utveckla, styra, samordna och stödja stadens interna kommunikation, kommunicera om arbetsgivarverksamhet och personalpolitik samt stödja byggandet av arbetsgivaranseende.

Målsättningen är att stadens personal ska informeras i rätt tid och på ett täckande sätt. Personalen informeras om stadens planer, målsättningar, verksamhet och stadsstrategin samt ger bakgrundsfakta och motiveringar till dessa.

Med hjälp av intern kommunikation stöds och utvecklas staden som arbetsgemenskap och ökas samhällsandan genom att erbjuda information och material för gemensam diskussion. Målet är att möjliggöra och utveckla personalens interaktion och delaktighet.

Interaktion inom organisationen främjar fastställandet av gemensamma mål, uppnåendet och förverkligandet av dem. Deltagande i diskussionen ökar förståelsen för verksamheten och målen samt främjar engagemanget i gemenskapen. Interaktion ger utvecklingsidéer och ger respons som stöd för beredningen och planeringen.

Förändringskommunikation och samarbetslagen

Ledande av förändringssituationer förutsätter öppenhet och interaktion. Personalen ska få information om centrala frågor som gäller stadens verksamhet först eller åtminstone samtidigt som den externa informeringen om ärendet. Frågor som gäller stadens personal ska personalen få information om i tillräckligt god tid i beredningsskedet före beslutsfattandet. Sådana frågor är till exempel betydande planer och förändringar i organisationen, verksamheten eller tjänsterna.

Ändringarna kan också vara förenade med faktorer som kräver samarbetsförfarande. Lagen om samarbete mellan arbetsgivare och arbetstagare i kommuner och överenskommelsen om samarbete i Helsingfors stad skapar ramar för samarbete mellan arbetsgivare och arbetstagare.

30.5.2025

Samarbete är en del av ett större system för deltagande, som också omfattar förtroendevald- och arbetarskyddsverksamhet.

Arbetsgivaren har en lagstadgad skyldighet att informera personalen.

Innan ett samarbetsförfarande inleds ska arbetsgivaren ge personalen eller dess företrädare uppgifter som är nödvändiga för behandlingen av ärendet. Informationsplikten i ärenden som omfattas av samarbetsförfarandet ska genomföras så att personalens möjligheter att påverka tryggas.

Syftet med samarbetet är att ge arbetstagarna möjlighet att i samförstånd med arbetsgivaren delta i utvecklandet av verksamheten och påverka beredningen av beslut som gäller deras eget arbete och arbetskollektiv.

Enligt samarbetslagen ska samarbetet bland annat behandla ärenden som märkbart påverkar arbetstagarnas position i förändringar i organiseringen av arbetet eller i kommunens servicestruktur som har en betydande inverkan på personalens ställning, principerna för omorganisering av tjänsterna, principerna för utveckling av personalen och likabehandling samt deltidspermittering, permittering eller uppsägning av ekonomiska orsaker eller produktionsorsaker.

Arbetsgivaren ska, innan den avgör saken, samråda med åtminstone dem som saken gäller om grunderna för, verkningarna av och alternativen till en sådan åtgärd som är under beredning. Förhandlingarna ska inledas i ett så tidigt skede som möjligt.

Innan samarbetsförfarandet inleds ska arbetsgivaren ge arbetstagarna i fråga och deras företrädare uppgifter som är nödvändiga för behandlingen av ärendet så att de i tillräcklig utsträckning kan sätta sig in i och förbereda sig för ärendet. De organisations- och personalförändringar som förfarandet gäller ska diskuteras med de personer som förändringen gäller.

Helsingfors stads representativa samarbete genomförs i personalkommissionerna såväl på stads-, sektor-, servicehelhets- och affärsverksnivå.

Ansvar och kanaler inom den interna kommunikationen

Stadskansliet ansvarar för stadens centraliserade interna kommunikation. Sektorchefen ansvarar för den interna kommunikationen inom sektorn. Enhetschefen ansvarar för enhetens interna kommunikation. Ansvaret för tillräcklig, öppen och rättidig intern kommunikation hör i sista hand till cheferna, men samtidigt är den praktiska verksamhetsmodellen för intern kommunikation densamma som i övrig kommunikation: den berättar som vet.

30.5.2025

Vid stadskansliet och inom sektorerna finns kommunikatörer som sköter den interna kommunikationen på heltid. På arbetsplatserna finns dessutom deltidsanställda kommunikatörer, kontaktpersoner för kommunikation eller kommunikationsansvariga. De ansvariga journalisterna för personaltidningen och webbplatserna för intern kommunikation ska vara yrkesutbildade personer inom kommunikations- eller redaktionsarbete.

Chefen ansvarar för arbetsgemenskapens interna kommunikation. Chefen har till uppgift att berätta om enhetens verksamhet och målsättningar. Enhetens interna kommunikation bygger på diskussion och interaktion som vi önskar att alla i arbetsgemenskapen deltar i. Den professionella kommunikatören är ett bra stöd för ledningen.

Då den interna kommunikationen fungerar som bäst, är den en kombination av olika kanaler, muntlig, skriftlig eller webbkommunikation. Dess verktyg är bland annat intranät, personaltidningen, nyhetsbrev, verktyg för sociala medier, e-post, möten, seminarier, videor samt tillställningar avsedda för hela personalen. Personlig interaktion och diskussion är de starkaste kommunikationsmetoderna.

Hela stadens personal har tillgång till stadens gemensamma intranät. Det sammanställer stadens gemensamma intranät och sektorernas/affärsverkens egna intranät. Intranätet fungerar som ett verktyg för officiell nyhetsförmedling och är en plats där personalen kan söka gemensamma anvisningar, information och länkar till verktyg som behövs i arbetet.

De effektivaste verktygen för intern kommunikation är ofta tillställningar som baserar sig på personlig delaktighet och interaktion. Möten och diskussioner möjliggör personlig interaktion där man omedelbart kan utbyta information, synpunkter och ge respons. Ju svårare det är att behandla ett ärende, desto personligare ska kommunikationsforumet vara.

I kommunikationen inom arbetsgemenskapen beaktas också arbetstagargrupper som arbetar i skiftarbete och i begränsad utsträckning i digitala kanaler.

Stadens interna arbetsspråk är finska med undantag för den svenskspråkiga servicehelheten inom fostrans- och utbildningssektorn, vars interna arbetsspråk är svenska.

Personalen med svenska som modersmål ska garanteras tillräckligt stöd för att använda de system och blanketter som behövs i arbetet.

7. STÖRNINGS- OCH KRISKOMMUNIKATION

Helsingfors stads störnings- och krissituationer leds enligt modellen för krisledning.

I olika störnings- och krissituationer kommunicerar staden enligt en separat anvisning för störnings- och krissituationer. Alla sektorer och affärsverk har en anvisning för

30.5.2025

kriskommunikation på sektornivå som kompletterar denna anvisning och som används när situationen sköts på sektornivå.

Stadsbornas beredskap såväl under normala förhållanden som under undantagsförhållanden förbättrar hela stadens störningstolerans och återhämtning, det vill säga resiliens. Staden genomför beredskapskommunikation för stadens personal, stadsbor, intressentgrupper och medier, eftersom trygghetskänslan påverkar toleransen i störningssituationer och förbättrar återhämtningen från olika störningssituationer och kriser på många olika nivåer. Kommunikation om säkerhet och beredskap ökar också människornas förtroende för stadens verksamhet.

Syftet med beredskapskommunikation är att människorna ska känna igen olika riskfaktorer, kunna förebygga olyckor och agera i olika störnings- och krissituationer. Det är också viktigt att stadsborna och stadens olika intressentgrupper vet hur man förbereder sig på undantagsförhållanden.

Stadens beredskapsinformation genomförs i olika kanaler för olika målgrupper. Personalen informeras vid stadens egna tillställningar, såsom personal- och chefsmöten samt på intranätet. Webbplatsen turvallisuus.hel.fi/sv/, som riktar sig till stadsborna, innehåller omfattande information om säkerhet och beredskap. I olika störnings- och krissituationer kan man också genomföra kampanjlik kommunikation om beredskap på hel.fi-sidorna, via mediekommunikation och i stadens sociala mediekkanaler.

Räddningsväsendet inom social-, hälsovårds- och räddningssektorn sörjer för den information och rådgivning som hör till räddningsmyndigheten samt för befolkningsskyddets kommunikation. Staden kan också genomföra deltagande kommunikation, såsom ordna tillställningar som ökar kunskapen och främjar delaktigheten.