

## KOMMUNIKATIONSPLAN – VÅRD- OCH LANDSKAPSREFORMEN I EGENTLIGA FINLAND

### HUVUDBUDSKAP

- Vi filtrerar väsentlig information om reformen för invånarna i Egentliga Finland och berättar öppet och begripligt om den.
- Vi kommunicerar aktivt och lättillgängligt om reformens faser och inverkan på landskapsnivå, med hänsyn till målgrupper och alla kommuner i Egentliga Finland.
- Vi uppmuntrar medborgarna till växelverkan med hjälp av nya kommunikationsmedel.
- Vi stöder förändringsledarskap genom kommunikation – förändringen måste ha ett ansikte.
- Reformen genomförs i samarbete med personalen. Den interna kommunikationen ger stöd för att förändringen ska lyckas och främjar välmående i arbetet.
- Vi upprätthåller en positiv bild av landskapsreformen och hjälper att skapa en reform som även visuellt speglar Egentliga Finland – på svenska och finska.

### MÅLGRUPPER

Medborgare

Personal som berörs av reformen

Beslutsfattare

Intressentgrupper, partier och organisationer

Media

Beslutsfattare på riksnivå

### MÅL OCH MEDEL FÖR KOMMUNIKATIONEN

Öppen och interaktiv kommunikation är väsentlig vid förändringar. Den interna kommunikationen är av central betydelse, eftersom vård- och landskapsreformen medför förändringar i fråga om arbetsförhållanden och arbetsgivare för mer än 200 000 finländare.

Till förändringskommunikationen hör att involvera kommuninvånarna och personalen i förändringen, ge människor förståelse för vad förändringen innebär, växelverkan, ledningens engagemang i öppen kommunikation och möte med människor ansikte mot ansikte, samt att det ges information också om ärenden som är under arbete.

Kimpassa - Allihopa är det gemensamma huvudbudskapet för vård- och landskapsreformen i Egentliga Finland. Budskapet betonar samarbete, att göra tillsammans, människonära berättande och tvåspråkighet. Landskapets kommunikationsgrupp ansvarar för kommunikationen, i gruppen finns representanter för både vårdreformen och landskapsreformens organisationer. I vårdkommunikationsgruppen planerar man separat de kommunikationsåtgärder som rör enbart social- och hälsovården.

Adressen till vård- och landskapsreformens webbsidor är [kimpassa-allihopa.fi](http://kimpassa-allihopa.fi). Sidorna skapas på svenska och finska.

Kommunikation innebär att förädla och förtydliga information, växelverkan, analyser samt att meddela om aktuella ärenden bl.a. via webbsidor, sociala medier, bloggar, videobloggar och evenemang.

Ett stilrent visuellt uttryck väcker intresse och ökar budskapets trovärdighet och särprägel. Det visuella uttrycket Kimpassa - Allihopa syns bl.a. i logotyper, webbsidor, sociala medier samt videor och brev- och PowerPoint-mallar. Landskapsreformens färg är marint turkos, vårdreformens färg är rosa. Det visuella uttrycket har planerats av Antti Vaalikivi, grafisk planerare vid Egentliga Finlands förbund.

#### KOMMUNIKATIONSGRUPPER

**Landskapets kommunikationsgrupp** samlar kommunikatörer från de organisationer som bereder vård- och landskapsreformen. Landskapets kommunikationsgrupp samlas varje månad, sammankallad av Egentliga Finlands förbund. Jessica Ålgars-Åkerholm fungerar som ordförande. Landskapets kommunikationsgrupp ansvarar för att bereda vård- och landskapsreformens gemensamma kommunikation, samt landskapsreformens kommunikation. Landskapets kommunikationsgrupp samlar kommunikationsansvariga från Egentliga Finlands förbund, NTM-centralen i Egentliga Finland, Regionförvaltningsverket i Sydvästra Finland, Egentliga Finlands TE-byrå, Egentliga Finlands Räddningsverk och kommunerna.

**Vårdkommunikationsgruppen** samlar personer som sköter vårdkommunikation från 27 kommuner och vårdkommunsamfund på landskapsnivå. Arto Salo fungerar som ordförande i vårdkommunikationsgruppen. En separat, specificerande kommunikationsplan har upprättats för vårdreformen.

#### KOMMUNIKATIONSKANALER

**Webbsidorna** är den huvudsakliga kommunikationskanalen. Sidornas innehåll utformas ur landskapsinvånarnas synvinkel. Webbsidorna upprätthålls av medlemmarna i landskapets kommunikationsgrupp, som representerar olika organisationer. Nationell information hittas via [alueuudistus.fi](http://alueuudistus.fi)-länkarna.

På sidorna finns basinformation om vård- och landskapsreformen i Egentliga Finland: vem som berörs, hur reformen organiseras, vad som händer och när det händer. På webbsidorna publiceras nyheter om olika ämnen. Nyheter lyfts fram på webbsidan även från sociala medier, bloggar och videor. Medborgarna har möjlighet till växelverkan. Allt offentligt material, såsom arbetsgruppernas promemorior, införs på webbsidorna i lättillgänglig form.

**Sociala medier:** Facebook- och Twitter-sidor skapas för vård- och landskapsreformen. I framtiden kan även bloggar användas för att informera på ett människonära sätt.

**Videobloggar** ger reformen "ett ansikte". Genom videor får ledningens budskap mera omfattande spridning och representanter för olika organisationer får synlighet. Med hjälp av videor når personalens röst ut och man kan berätta om vardagen. Åtminstone Egentliga Finlands förbund, vårdkommunikationsgruppen och räddningsverket skapar videor med det gemensamma visuella uttrycket Kimpassa - Allihopa. Videorna publiceras på en egen YouTube-kanal och delas via olika sociala medier.

**Nyhetsrapportering:** Kommunikatörer från vård- och landskapsreformen producerar nyheter bl.a. på webbsidorna, sociala medier och för medierna. Även underarbetsgruppernas sekreterare får anvisningar i fråga om kommunikation. Nyheterna översätts i mån av möjlighet också till svenska.

**Evenemang:** Seminarieliknande tillfällen främjar samarbetet med intressentgrupperna och erbjuder ett forum för att behandla gemensamma ärenden. Närvaro vid massevenemang och i kommunerna ger möjligheter att diskutera med kommuninvånarna. Evenemang ordnas inom ramen för (personal)resurserna.



sote- ja  
maakuntaudistus  
Varsinais-Suomi

**Branding:** Brandet för budskapet Kimpassa - Allihopa skapas genom kommunikation genom flera kanaler, media, visuellt uttryck och evenemang. Vi strävar efter att få människor att engagera sig i den gemensamma reformen genom att vara öppna, kommunicera på ett människonära sätt och väcka entusiasm.

#### VÄXELVERKAN

Växelverkan är en viktig del av förändringskommunikationen. Till växelverkan hör också att öppet berätta om beredning. I reformprocessens början finns det inte svar på alla frågor, men kommuninvånare och personal bör ges möjlighet att uttrycka tankar och frågor. Ledningens kommunikation ansikte mot ansikte med den egna personalen är viktig för den interna kommunikationen, vid sidan av intranet och annan intern information.

Genom webbsidorna, och i synnerhet genom sociala medier, erbjuds medborgarna en möjlighet till växelverkan. Aktiv närvaro på utvalda sociala medier eftersträvas (i första hand Twitter, Facebook och YouTube). Ansvaret fördelas mellan de olika organisationernas kommunikatörer.

Videobloggar är en del av växelverkan. Ett meddelande som framförs muntligt av en människa är mera lättfattligt och levande än en skriven text.

Vi strävar också efter att möta människor personligen på evenemang såsom mässor. Växelverkan skapas genom seminarier och möten med intressentgrupper. Arbetsgrupperna fungerar inom sina teman i växelverkan med sina samarbetspartners.

#### UPPFÖLJNING

Kommunikationens omfattning och innehåll följs upp av de egna mediauppföljningssystem som vård- och landskapsreformens organisationer har, samt genom uppföljning av sociala medier. De olika organisationerna kan eventuellt i ett senare skede tillsammans göra en mera djupgående analys av kommunikationen. Analysen skulle komma till nytta också för kommunikationen inom det kommande nya landskapet.

#### KÄNDA RISKER

En utmaning för kommunikationen är att bemöta människors oro och praktiska frågor redan i det skede när det inte finns några klara svar. Kommunikationen sker redan innan exempelvis reformlagarna är färdiga.

Fungerande kommunikation är avgörande för att vård- och landskapsreformen ska lyckas - tillräckliga resurser bör avsättas för kommunikationen.