

Viestinnän ja markkinoinnin periaatteet

2026-2029



Johdanto

Viestinnän ja markkinoinnin periaatteiden tarkoituksena on varmistaa, että toiminta tukee Hämeenlinnan kaupungin strategiaa ja on linjassa yhteisten arvojemme kanssa. Periaatteissa huomioidaan toimintaympäristön muutokset sekä rakennetaan näkemyksellinen suunta viestinnän ja markkinoinnin tulevaisuudelle.

Periaatteet ohjaavat arjen tekemistä, työn priorisointia ja resurssien kohdentamista. Ne tukevat päivittäisjohtamista sekä jokaisen viestinnän ja markkinoinnin asiantuntijan työtä. Periaatteet kokoavat yhteen organisaation yhteiset linjaukset: miten toimimme nyt ja mihin olemme menossa.

Viestinnän ja markkinoinnin periaatteet on hyväksytty kaupunginhallituksessa 21.9.2026.



Houkutteleva ja menestyvä kasvukaupunki 2030

Arvomme ovat:

Rohkeasti ja
positiivisesti
yhdessä

Tavoitteemme ovat:

- Turvallisuuden edelläkävijä
- Joustava kumppani yrityksille
- Kiinnostava ja elävä kaupunkikeskusta
- Houkutteleva kotikaupunki lapsiperheille
- Uudistuva kulttuurikaupunki

Toimeenpano

edellyttää:

taloudellista, ekologista,
sosiaalista ja kulttuurista
kestävyyttä



Kaupunkistrategian visio ja arvot

Strategia	Mitä tarkoittaa viestinnässä ja markkinoinnissa?
Houkutteleva ja menestyvä kasvukaupunki	• Vahvistamme positiivista puhetta ja rakennamme myönteistä ja tulevaisuuteen suuntaavaa kuvaa Hämeenlinnasta. • Vahvistamme kotikaupunkiylpeyttä monipuolisella ja tunnistettavalla viestinnällä ja markkinoinnilla. • Teemme näkyväksi kaupungin onnistumiset, vahvuudet ja strategiset tavoitteet. • Tuemme kaupungin kasvua ennakoivalla, vaikuttavalla ja suunnitelmallisella viestinnällä ja panostamme strategisesti merkittäviin viestintä- ja markkinointikokonaisuuksiin.
Positiivisesti ja rohkeasti yhdessä	• Teemme rohkeita viestinnällisiä valintoja. • Edistämme asukkaiden, henkilöstön ja sidosryhmien osallistumista ja vuorovaikutusta. • Rakennamme yhteistyötä yli toimiala-, konserni- ja organisaatorajojen. • Kehitämme viestintää ja markkinointia vastaamaan tulevaisuuden tarpeita. • Vahvistamme henkilöstön yhteisöllisyyttä, osallisuutta ja työntekijäkokemusta.

Kaupunkistrategian tavoitteet

Strategia	Mitä tarkoittaa viestinnässä ja markkinoinnissa?
Turvallisuuden edelläkävijä	• Tuemme turvallisuuden alle rakentuvia kokonaisuuksia ja tapahtumia ja vahvistamme viestiä turvallisesta kotikaupungista ja turvallisuuden edelläkävijästä. • Kehitämme kriisiviestintävalmiutta.
Joustava kumppani yrityksille	• Vahvistamme Hämeenlinnan tunnettuutta yritysmyönteisenä, yhteistyökykyisenä ja kasvua tukevana kaupunkina. • Kasvatamme viestintäyhteistyötä elinvoimaviestinnän toimijoiden kanssa ja rakennamme suunnitelmallisen toimintatavan yhteiselle viestinnälle.
Kiinnostava ja elävä kaupunkikeskusta	• Maksimoimme keskustan kehityshankkeiden markkinoinnillisen hyödyn. • Hyödynnämme kotikaupunkitarinoita viestinnässä.
Houkutteleva kotikaupunki lapsiperheille	• Tuomme harrastus- ja liikuntamahdollisuudet houkuttelevasti esiin. • Pidämme lapsiystävällisen kunnan vahvasti esillä. • Panostamme monipuolisesti asumismahdollisuuksien ja tonttien markkinointiin.
Uudistuva kulttuurikaupunki	• Rakennamme mielikuvaa ketterästä, aktiivisesta ja rohkeasta kulttuurikaupungista. • Perustamme tekemisen Matkailun ja tapahtumien Hämeenlinna -toimenpideohjelmaan, sesonkien mukaiseen markkinointiin ja tapahtumien ympärille. • Teemme tiivistä yhteistyötä viestintä- ja markkinointiyksikön ja kulttuuripalvelujen kesken.

Viestinnän ja markkinoinnin tehtävät

1. Vahvistaa Hämeenlinnan vetovoimaa ja elinvoimaa

- Rakennamme kaupungin tunnettuutta, brändiä, myönteistä kaupunkikuvaa ja kotikaupunkiylpeyttä sekä tuemme kaupungin veto-, pito- ja elinvoimaa.

2. Rakentaa luottamusta avoimella viestinnällä

- Huolehdimme, että kaupungin palveluista, toiminnasta ja päätöksenteosta viestitään oikea-aikaisesti, ymmärrettävästi ja saavutettavasti.

3. Edistää yhteistyötä, osallistumista ja vaikuttamista

- Edistämme asukkaiden, yritysten, yhteisöjen ja muiden sidosryhmien osallistumis- ja vaikuttamismahdollisuuksia sekä rakennamme yhteistä Hämeenlinnaa yhteistyössä kaupunkikonsernin, kumppaneiden ja verkostojen kanssa.

Viestinnän tärkeimmät periaatteet

- Viestimme avoimesti, vastuullisesti, saavutettavasti sekä lainsäädäntöä ja hyvää hallintoa noudattaen.
- Hyvä viestintä syntyy yhdessä. Jokainen kaupungin työntekijä vaikuttaa omalla viestinnällään siihen, millainen mielikuva Hämeenlinnasta syntyy.
- Varmistamme tiedon saatavuuden, ymmärrettävyyden ja osallistumisen mahdollisuudet.
- Uskallamme uudistua, kokeilla uusia toimintatapoja ja luopua vanhasta.
- Hyödynnämme viestinnässä tekoälyä vastuullisesti, läpinäkyvästi ja suunnitelmallisesti.

Vastuu viestinnästä ja markkinoinnista

- Viestintä on osa jokaisen työntekijän ja luottamushenkilön tehtävää. Johto ja lähijohtajat toimivat hyvänä esimerkkinä ja mahdollistavat tavoitteiden mukaisen viestinnän.
- Kaupunginhallitus päättää valtuustokausittain viestinnän ja markkinoinnin periaatteista.
- Kaupungin viestintää koko organisaation tasolla johtaa kaupunginjohtaja.
- Toimialan johtaja vastaa toimialan viestinnästä ja siitä, että viestinnän hoitaminen on järjestetty tarkoituksenmukaisella tavalla.
- Viestintä- ja markkinointipäällikkö johtaa viestintä- ja markkinointiyksikköä, joka toimii osana konsernipalveluja.
- Viestintä- ja markkinointiyksikkö kehittää, toteuttaa ja koordinoi kaupungin viestintää, markkinointia ja brändiä sekä tukee toimialoja, johtoa ja henkilöstöä viestintätehtävissä ja viestintäkyvykkyyden vahvistamisessa.

Verkostot ja yhteistyön toimintamallit

Viestintä ja markkinointi perustuvat yhteistyöhön, tiedon jakamiseen ja yhteisiin toimintatapoihin sekä kaupungin sisällä että ulkoisissa verkostoissa.

Sisäiset verkostot:

- Kaupungin viestintä- ja markkinointiverkostot tukevat tiedon jakamista, yhteisten tavoitteiden toteutumista sekä viestintä- ja markkinointiosaamisen kehittämistä koko organisaatiossa.
- Verkostot vahvistavat yhteistyötä toimialojen välillä ja edistävät yhtenäisiä toimintatapoja kaupungin viestinnässä ja markkinoinnissa.

Ulkoiset verkostot:

- Teemme viestinnällistä yhteistyötä kaupunkikonsernin, yritysten, yhteisöjen, oppilaitosten sekä kulttuuri- ja tapahtumatoimijoiden kanssa.
- Verkostot vahvistavat tiedonvaihtoa, yhteistyötä ja kaupungin tavoitteita tukevaa yhteistä näkyvyyttä.

Viestintäkanavat

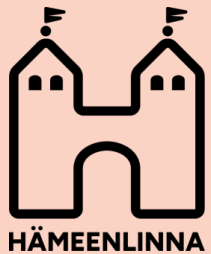
- Kaupungin pääviestintäkanava on verkkosivusto hämeenlinna.fi.
- Kaupunki viestii monikanavaisesti hyödyntäen verkkopalveluja, sosiaalista mediaa, omia julkaisuja, maksettua mainontaa sekä muita tarkoituksenmukaisia viestintä- ja markkinointikanavia.
- Kaupunki viestii ensisijaisesti omissa kanavissaan ja kohtelee mediaa tasapuolisesti.
- Sisäisen viestinnän yhteiset kanavat tukevat henkilöstön tiedonsaantia, osallistumista ja yhteisöllisyyttä.

Viestinnän ja markkinoinnin linjauksia

Viestintää ja markkinointia ohjaavat muun muassa seuraavat linjaukset ja ohjeet:

- Verkkoviestinnän toimitukselliset linjaukset
- Selkeän kielen ohjeet
- Sosiaalisen median ohjeistus
- Sisäisen viestinnän käytännöt
- Tekoälyn käytön periaatteet
- Brändikirja
- Brändimääräys
- Ohjeet kilpailutettujen markkinointi- ja viestintäkumppanien käytöstä

Liite: Viestinnän ja markkinoinnin osa-alueiden painotukset



Sisällöt

- Positiivinen ajattelu ja aidot tarinat ovat keskiössä, ihmiset, luonto, hyvä arki, turvallisuus, tunteet ja fiilis näkyvät, sisällöt ovat aitoja ja todellisia
- Markkinoimme aktiivisesti Hämeenlinnan tapahtumia ja tarjontaa, osallistamme sisältöjen tekemiseen ja hyödynnämme ajankohtaisia ilmiöitä

Kohderyhmät

- Nykyiset ja potentiaaliset asukkaat, elinkeinoelämä, matkailijat, poliittiset päättäjät ja vaikuttajat, opiskelijat, vieraskieliset, vierailijat ja työnhakijat
 - Kaikille suunnattua, mutta kanavat ja sävy on mietitty kohderyhmän mukaan

Brändi ja markkinointi

Kanavat

- Olemme läsnä niissä kanavissa, jotka ovat relevantteja, meillä on kykyä muutokseen ja kokeilemme rohkeasti uusia kanavia ja keinoja kohderyhmien tavoittamiseen

Tavoitteet

- Rakennamme kotikaupunkiyhteisöä ja vahvaa brändiä yhdessä sidosryhmien kanssa
- Tuomme esille Hämeenlinnan moninaisuutta ja mahdollisuuksia kaupunkilupauksen avulla
- Markkinointi tukee strategian tavoitteita ja yhdistää niitä innovatiivisella tavalla
- Markkinointia ohjaa jatkossa erikseen laadittava pitkän tähtäimen suunnitelma

Sisällöt

- Tunnistamme ja panostamme vaikutuksiltaan isojen asioiden viestintään – viestintätarpeen tarkastelu on aina osa päätöksenteon prosessia
- Viestimme valmistelusta ajoissa
- Kerromme valmistelusta, vaihtoehtoista ja päätöksistä ymmärrettävästi, kirjoitamme asiat ja perustelut auki

Päätös- viestintä

Kanavat

- Viestimme päätöksistä monikanavaisesti, teemme nostoja myös someen, tarvittaessa voimme ostaa myös maksullista palstatilaa mediasta
- Osallistaminen eri kanavissa on tärkeää, esimerkiksi asukastilaisuudet

Kohderyhmät

- Kohderyhmä riippuu päätettävästä asiasta
- Tärkeää on tunnistaa oikea kohderyhmä ja kuinka merkittävästä asiasta on kyse, ja valita sen perusteella oikea tapa viestiä
 - Muistamme myös sisäisen viestinnän tärkeyden

Tavoitteet

- Mikään asia ei nouse negatiivisessa valossa mediaan ennen kuin olemme ehtineet itse viestiä siitä
- Rakennamme yhdessä avointa ja selkeää vuorovaikutusta ja luottamusta
- Viestimme vaikutusmahdollisuuksista aktiivisesti ja panostamme erityisesti osallisuuden kehittämiseen viestinnän keinoin

Sisällöt

- Palveluviestintä tukee henkilökohtaista palvelua – minimoidaan tarve ottaa henkilökohtaisesti yhteyttä
- Huomioimme sen, että monikielisen palvelun ja viestinnän tarve kasvaa

Kohderyhmät

- Kohderyhmää ovat laajasti eri asukasryhmät, eri elämäntilanteissa olevat asukkaat, palveluntarjoajat ja yhteistyökumppanit, matkailijat, vieraskieliset asukkaat, opiskelijat jne.
- Tärkeää on tavoittaa myös erityisryhmät ja eri-ikäiset asukkaat nuorista ikäihmisiin

Palvelu- viestintä

Kanavat

- Palvelemme asiakkaitamme monikanavaisesti
- Tärkeää on, että yhteystiedot löytyvät helposti ja tieto on ajan tasalla
- Verkkosivustomme on rakennettu asiakaslähtöisesti ja hyödynnämme tekoälyn mahdollisuuksia tehokkaalla tavalla

Tavoitteet

- Olemme proaktiivinen viestijä, markkinoimme palvelujamme ja meillä on hyvä asiakasymmärrys
- Panostamme kansainväliseen viestintään
- Henkilökohtaisen asioinnin tarve vähenee tehokkaan viestinnän ja helppokäyttöisen digiasioinnin myötä

Sisällöt

- Viestinnän perustana on ajantasainen tilannekuva
- Kriisiviestintä on yhdenmukaista ja johdonmukaista, sen tavoitteena on antaa tietoa ja rauhoittaa
- Johtosuhteet ja vastuut ovat selkeät ja on selkeästi sovittu, kuka vastaa medialle ja missä kohdin
- Viestimme tarvittaessa eri kielillä
- Tilanteesta vastaava johtaja esiintyy omilla kasvoillaan

Kriisi- viestintä

Kohderyhmät

- Sisäinen viestintä henkilöstölle ja luottamushenkilöille
- Ulkoinen viestintä asukkaille ja yrityksille
- Viranomaisyhteistyö
- Konserniyhtiöt

Kanavat

- Kriisiviestinnässä käytetään pääsääntöisesti olemassa olevia kanavia
- Kriisiviestintäsuunnitelmassa on määritelty ensisijaiset ja vaihtoehtoiset kanavat

Tavoitteet

- Harjoittelemme säännöllisesti ja varmistamme riittävän kriisiviestintäosaamisen
 - Kriisiviestintäohjeet on säännöllisesti päivitetty
- Rakennamme luottamusta ennakoivasti
- Turvallisuus- ja kriisiviestinnän kehittämisessä kiinnitetään erityisesti huomiota viestintäyhteistyön edistämiseen, vaikeasti tavoitettaviin kohderyhmiin ja väestön moninaisuuteen

Sisällöt

- Olemme Hämeenlinnan väkeä ja rakennamme viestinnällä yhteisöllisyyttä
- Kaikille yhteiset ajankohtaiset asiat selkeästi esillä
- Tärkeitä sisältöjä: työtä tukeva ohjeistus, perehdytys, mahdollisuudet kehittää omaa työtään, ideoita ja apuvälineitä työhön

Kohderyhmät

- Koko henkilöstö – Hämeenlinnan väki
- Lähijohtajan roolina on välittää tietoa tiimille tarvittaessa, mutta jokainen on myös itse vastuussa yhteisten kanavien ja asioiden seuraamisesta
 - Huomioimme sen, että työn luonne ja käytössä olevat välineet ovat erilaisia

Sisäinen viestintä

Kanavat

- Tärkeää on valita oikea kanava asiasta riippuen
- Intra on yhteisten asioiden koti ja uutiskirje tukee sisäistä viestintää
- Arvioimme uuden intranet-alustan tarpeellisuutta ja huomioimme vuorovaikutuksen näkökulman

Tavoitteet

- Yhteiset sisäisen viestinnän käytännöt – jokainen tuntee ne ja tietää oman roolinsa viestinnässä
- Olemme rohkeasti ja ylpeydellä Hämeenlinnan väkeä ja kerromme siitä myös ulospäin
- Sisäinen viestintä tukee työn tekemistä
- Rakennamme yhteisöllisyyttä, osallisuutta ja rohkeutta kysyä ja kyseenalaistaa