



OULUN KAUPUNKI
Viestinnän käsikirja



Sisältö

Kaupungin viestinnän perustehtävä 3

Viestinnän vastuut.....	5
Viestinnän tapa toimia.....	5
Lakisääteiset tehtävät.....	6

Viestintä suunnitellaan etukäteen..... 7

Oulun brändi	8
Oulu2026 Euroopan kulttuuripääkaupunki ...	9
Asukas- ja yleisötilaisuudet	11
Ilmoitukset ja muu näkyvyys	12
Virallisesti ilmoitettavat asiat ja viralliset ilmoitustaulut	15

Tiedottaminen ja media..... 16

Miten ja miksi palvellaan mediaa?	16
Tiedotustilaisuuksia vain erittäin merkittävistä asioista.....	16

Verkkoviestintä..... 19

Internetin ja intranetin sivujen vastuut.....	20
Sosiaalisen median ohje Oulun kaupungin työntekijöille.....	21
Mun Oulu, kaupunkimedia	22

Valokuvat..... 23

Saako kuvata?	24
Kuvaus - ja julkaisulupa.....	24

Työyhteisöviestintä..... 25

Työyhteisöviestinnän roolit.....	27
----------------------------------	----

Kriisiviestinnän yleiset tavoitteet 29

Kun kriisi alkaa, toimi näin	29
Kriisiviestinnän suunnittelu	30
Viestinnän ammattilaisten organisoituminen	30
Viestinnän kanavat kriisiviestinnässä	31
Viestinnän seuranta	32
Kaupungin rooli, kun tilannetta johtaa muu viranomainen	32
Käytännön vinkkejä kriisiviestintään Oulun kaupungilla.....	33


Kaupungin viestinnän **perustehtävä**

Kaupungin viestintä on viestinnän asiantuntija kaupungin toiminnan tukena toteuttamalla kaupunkistrategiaa ja luomalla entistä parempaa Oulua. Viestintäyksikön asiantuntijoiden kanssa tiivistä yhteistyötä tekevät markkinointiyksikön asiantuntijat.

Kaupungin viestintä varmistaa viestien kulkemisen henkilökunnan sekä kaupungin ja kaupunkilaisten kesken, kehittää viestinnän avulla me-henkeä sekä edistää Oulun valovoimaisuutta ja houkuttelevuutta viestinnän ja markkinointiviestinnän keinoin. Viestinnän asiantuntijat kehittävät koko organisaation viestintävalmiuksia esimerkiksi koulutusten kautta. Kaupungin viestintä on avointa, ennakoivaa ja vuorovaikutteista. Dialogin avulla pyrimme luomaan uutta yhdessä oululaisten kanssa.

Oulun kaupungin viestintä **linjaa, ohjaa ja toteuttaa**

- kaupungin strategista viestintää ja kaupungin eri toimialojen viestintää sekä markkinointiviestintää
- johdon viestintää
- brändinhallintaa ja visuaalista ilmettä
- digitaalista viestintää
- työyhteisöviestintää
- kriisiviestintää

A woman with long blonde hair, wearing sunglasses, a white knit top, and black shorts, is smiling and waving her right hand. She has a black backpack on her back. She is standing on a paved path next to a light blue bicycle. In the foreground, the back of a man in a dark blue shirt and glasses is visible, also on a bicycle. To the right, another man in a light blue shirt and glasses is partially visible, also on a bicycle. The background shows a tree-lined street with buildings and a clear sky.

**Kaupungin viestintä on avointa,
ennakoivaa ja vuorovaikutteista.
Dialogin avulla pyrimme luomaan uutta
yhdessä oululaisten kanssa.**

Viestinnän vastuut

Kaupunginvaltuusto linjaa kaupungin viestintää strategian kautta.

Kaupunginhallitus ohjaa viestintää päättämällä brändikäsikirjasta.

Kaupunginjohtaja vastaa viestinnästä.

Viestintä-, tapahtuma- ja markkinointijohtaja johtaa viestintää, viestintäpäälliköt ovat omien toimialueidensa johtavia viestinnän asiantuntijoita.

Toimialueen johtajat ja esimiehet vastaavat oman toimialueensa viestinnästä.

Viestinnän ammattilaiset suunnittelevat ja toteuttavat vastualueidensa viestintää.

Jokainen kaupungin työntekijä on viestijä omaan työhönsä liittyvissä asioissa.

Viestinnän tapa toimia

Järjestämme viestinnän palvelut taloudellisesti, sosiaalisesti ja ympäristöllisesti kestäväällä tavalla. Osaamme ostaa viestinnän palveluja ja huolehdimme hyvin niistä kanavista, joiden omistaja olemme.

Kehitämme vaikuttavia viestintäpalveluita ja toimintaamme asiakaslähtöisesti tietoon perustuen. Hyödynnämme digitalisaation mahdollisuudet kaikessa toiminnassa.

Olemme haluttu kumppani ja toimimme aktiivisesti kansallisissa ja kansainvälisissä viestintäverkostoissa. Kehitämme kykyämme palvella asiakkaita monikielisesti.

Olemme vetovoimainen viestinnän työpaikka. Teemme merkityksellistä työtä oululaisten parhaaksi.

Lakisääteiset tehtävät

Kunnan viestinnän tehtävänä on demokratian toteuttaminen ja edistäminen. Keskeistä on tiedon jakaminen, neuvonta, kansalaiskeskustelu, osallistumisen ja vuorovaikutuksen edistäminen sekä markkinointi ja maineenhallinta.

Kuntien viestinnän perustana ovat lainsäädäntö, ohjeet ja suositukset.

[Kuntien viestintään vaikuttavat lait löytyvät Kuntaliiton nettisivuilta.](#) ▶



Viestintä suunnitellaan **etukäteen**

Viestintä suunnitellaan huolellisesti siten, että valitut kanavat tavoittavat parhaiten kohderyhmän. Isompia projekteja tai hankkeita varten laaditaan usein kirjallinen viestintäsuunnitelma. Suunnitelman tulee olla selkeä ja helppolukuinen työkalu jokapäiväiseen viestintään.

Viestintäsuunnitelman on oltava linjassa kaupunkistrategian kanssa ja siinä on käytettävä kaupungin yleisiä viestinnän periaatteita.

Oulun kaupunki käyttää viestinnässään erilaisia materiaaleja, kuten esitteitä, roll-upeja, käyntikortteja, lehti-ilmoituksia ja sähköisiä lomakkeita jne.

Kaupunki tekee painettuja palveluesitteitä tarpeen mukaan eri kohderyhmille.

Viestintäsuunnitelma vastaa ainakin seuraaviin kysymyksiin:

- Mitä halutaan sanoa? Mitkä ovat perusviestit?
- Kenelle viesti on tarkoitettu?
- Mitä viestintävälineitä on tarkoitus käyttää?
- Miten viestintä saadaan vuorovaikutteiseksi?
- Kuka viestinnästä vastaa?
- Ketkä viestivät?
- Miten viestinnän onnistumista seurataan?

Oulu2026 Euroopan kulttuuripääkaupunki

Oulu2026 Euroopan kulttuuripääkaupunkivuosi on merkittävä asia Oulun kaupungille ja vuotta varten on tehty erillinen viestintäsuunnitelma. Viestintäsuunnitelmassa linjataan sekä sisäisen viestinnän, ulkoisen viestinnän että kaupunkimarkkinoinnin toimenpiteitä. Viestintäsuunnitelma elää sisältöjen tarkentuessa. Vuosi 2024 on suunnitteluvuosi ja viestinnän teot näyttävät laajemmin kaupunkilaisille vuosina 2025 ja 2026.

Viestintäsuunnitelmassa kulttuuripääkaupunkivuoden viestintä nivotaan vahvasti Oulun kaupungin strategiaan. Suunnitelmassa linjataan Oulun brändihierarkiaa, kärkiviestejä ja kulttuuripääkaupunkivuoden viestinnän tavoitteet.

Viestintäsuunnitelmassa linjataan myös Oulun kulttuurisäätiön, Oulun kaupungin ja muiden kulttuuripääkaupunkivuoden kuntien rooleja aiheen viestinnässä. Oulun kulttuurisäätiön viestinnän päätehtävänä on kulttuuriohjelman viestiminen ja markkinointi. Oulun kaupunki puolestaan viestii omista tuotannoistaan ja Oulu2026 Euroopan kulttuuripääkaupunki-teemasta yleisellä tasolla. Kaupunkimarkkinoinnin keinoilla sidotaan kaupungissa toimivat eri tahot (matkailu, yritykset jne.) Oulu2026-teemaan. Muut kunnat (39) ja organisaatiot vastaavat omista tuotannoistaan ja Oulu2026-sanoman eteenpäin viemisestä tahoillaan.



Oulu2026
Euroopan kulttuuri-
pääkaupunki

Viestintäsuunnitelmaan on koottu asioita, joita viestitään sisäisesti Oulun kaupungin työntekijöille, samalla henkilöstöä kulttuuripääkaupunkivuoteen innostaen. Sisäisessä käytössä on mm. tekstimateriaalia, esitelmateriaaleja, dokumenttipohjia, ohjeita logon käyttöön jne. Ulkoinen viestintä kattaa mm. verkkosivuja ja niiden käyttöä, mediayhteistyötä, sosiaalisen median kanaviin liittyvää suunnittelua ja toteutusta jne. Oulu2026 -brändin liittäminen kaupungin viestintään ja markkinointiin tarkoittaa mm. logon käytön tekemistä helppokäyttöiseksi ja yhteensopivaksi. Kaupungin osallistuvassa budjetoinnissa on vuodelle 2026 Euroopan kulttuuripääkaupunki -teema.

Oulu2026 Euroopan kulttuuripääkaupunki -viestintä on vahvaa yhteistyötä. Kaupungin viestinnän ammattilaiset suunnittelevat viestintää yhteistyössä Oulun kulttuurisäätiön viestijöiden sekä kaupunkimarkkinoinnin tekijöiden kanssa. Kulttuuripääkaupunkivuosi 2026 tulvii laadukasta ohjelmaa, kaupungin kehittämistä, me-henkeä ja monenlaista mukavaa kaikille oululaisille. Viestintä pyritään yhteistyöllä saamaan selkeäksi ja päällekkäistä työtä halutaan välttää. Kaupunkilaisilla on isoja odotuksia ja työn määrä on suuri – mutta tätä työtä tehdään sydämellä yhdessä kaikkien hyväksi.

oulu2026.eu ▶

Kulttuuri- ilmaston muutos

alkaa pohjoisesta.

Asukas- ja yleisötilaisuudet

Asukkailla on kuntalakiin perustuva oikeus vaikuttaa kaupungin suunnitteluun ja päätöksentekoon. Koska asukkaat ovat oman asuinalueensa asiantuntijoita, on tärkeää saada heidän näkemyksensä ja kokemustietonsa esille palveluja ja kaupunkiympäristöä suunniteltaessa. Tilaisuuksien järjestämisessä on hyvä huomioida esteettömyys ja yhdenvertaisen osallistumisen mahdollisuus.

Asukas- ja yleisötilaisuuksia järjestetään jo suunnitteluvaiheessa kaupungin asioista ja suunnitelmista, joihin on olennaista asukkaiden osallistua. Avoimien keskustelutilaisuuksien tarkoituksena on kuunnella asukkaita, tarjota heille osallistumis- ja vaikuttamismahdollisuus sekä tiedottaa ajankohtaisista asioista. Palaute kuntalaisille osallisuustilaisuuksien jälkeen on ensiarvoisen tärkeää.

Kuntalaiset voivat osallistua valmistelussa oleviin asioihin myös sosiaalisen median kautta: valmistelussa olevista asioista järjestetään esimerkiksi Facebook-keskusteluja valmistelevien virkamiesten ja kuntalaisten kesken.

Kaupungin osallisuusvastaavat ja kuntalaisvaikuttaminen ja yhteisötoiminta järjestävät tilaisuuksia Oulun eri alueilla. Kaupungin viestintä auttaa tiedottamaan näistä tilaisuuksista ja tekee tiivistä yhteistyötä yhteisötoiminnan kanssa.



Ilmoitukset ja muu näkyvyys

Kuntalain mukaan kunnan ilmoitukset saatetaan tiedoksi julkaisemalla ne yleisessä tietoverkossa sekä tarpeen vaatiessa muulla kunnan päättämällä tavalla.

Muusta ilmoittelusta ja ilmoitusvälineiden valinnasta päättää asianomainen toimielin määrärahojensa mukaan. Muu ilmoittelu voi olla hallintoa ja kuntalaisia koskevaa ilmoittelua sekä markkinointiin liittyvää ilmoittelua. Avustusluonteisia kannatus- ja tervehdysilmoituksia kaupunki ei julkaise lainkaan.

Sanomalehti-ilmoittelua kohdennetusti

Ilmoitusmediaa valittaessa on kiinnitetty erityistä huomiota siihen, miten media tavoittaa oululaiset. Valitsemalla ilmoitusmediat harkiten Oulun kaupunki pystyy vähentämään ilmoitusmenoja ja silti saavuttamaan kohderyhmänsä paremmin.

Erillisiä ilmoituksia voidaan julkaista, jos asialle halutaan erityistä näkyvyyttä. Edelleen on kuitenkin tärkeää monissa asioissa julkaista ilmoituksia myös sanomalehdissä, mutta asiasisällöstä riippuen ilmoitukset voidaan kohdentaa entistä paremmin. Ilmoitukset voidaan julkaista myös entistä useammin alue- ja paikallislehdissä niillä alueilla, joita esim. kaavoitus koskee. Paikallis- ja aluelehtien käyttö palveluista tiedottamiseen on suositeltavaa, varsinkin kuntalaisten osallisuuteen liittyvissä ilmoituksissa.

Yhteisilmoitukset ja erilliset ilmoitukset lehdissä

Kaupunki tiedottaa ajankohtaisista asioista lehdissä yleensä yhteisilmoituksissa. Yhteisilmoitusten julkaisupäiviä ovat tiistai ja perjantai. Alennushinnat lehtien kanssa sovitaan vuosittain. Yhteystahona on Monetra Oulu Oy:n painatuskeskus.

Erillisiä ilmoituksia voidaan julkaista, jos asialle halutaan erityistä näkyvyyttä.

Myös avoimien työpaikkojen ilmoittamisessa kaupunki käyttää yhteisilmoittelua. Tällöin kaikki kaupungin avoimet työpaikat kootaan samaan Kalevan ilmoitukseen. Tällä isolla ilmoituksella konserni saa näytävyyttä ja kustannussäästöjä. Erillisiä rekrytointi-ilmoituksia voi käyttää johtohenkilöitä haettaessa tai silloin, kun paikka ilmoitetaan Kalevan lisäksi muualla, esimerkiksi ammatikunnan omassa lehdessä.

Tuki-ilmoitteluun, jossa lehti-ilmoituksilla kerätään varoja jonkin asian hyväksi, kaupunki ei osallistu.

Ulkomainonta

Oulun kaupungilla on käytössään 60 kappaletta JCDecaux Oy:n kaupunki-ilmoitus-taulujen eli ”tikkunekkujen” taustapuolia, joiden hallinnoinnista vastaa markkinointiyksikkö. Mainostila on ensisijaisesti varattu kaupungin peruskunnan käyttöön, mutta myös kaupungin yhtiöt ja ulkoiset liikelaitokset voivat hakea mainosaikaa. Tikkunekkujen käyttö on maksullista. Oulun kaupungilla (peruskunta) on käytössään myös puolet Rotuaarin ison näytön esitysjajasta ilman erillistä korvausta. Sopimuksen mukaan sisällön tulee olla kaupunki-informaatiota ja tiedottamista.

Muu mainonta, kuten radio-, televisio- ja sosiaalisen median kampanjat, käytetään harkiten ja siitä päätetään tapauskohtaisesti.

Muuhun mainontaan ja markkinointiin liittyvissä asioissa voit olla yhteydessä markkinointiyksikköön.

Messut ja esittelytilaisuudet

Kun Oulun kaupunkia ja sen palveluita esitellään messuilla tai muissa tapahtumissa, hyödynnetään Oulun ilmeen mukaisia valmiita esittelymateriaaleja. Kaupunki osallistuu monen eri alan messuille ja tapahtumiin omalla messuosastollaan. Jos tapahtumaan osallistuu useita kaupungin edustajia eri yksiköistä, yhteinen osasto on usein paras ratkaisu, sillä näin saavutetaan paras mahdollinen näkyvyys.

Messuosasto suunnitellaan Oulun visuaalisen ilmeen mukaiseksi ja varustetaan tilaisuuteen ja kohderyhmälle sopivilla markkinointimateriaaleilla, kuten digimateriaaleilla, esitteillä ja jakotavaralla. Lisäksi on hyvä selvittää messujärjestäjän tai yhteistyökumppaneiden tarjoamat muut näkyvyyspaikat.

Tärkeää on löytää osastolle koko tapahtuman ajaksi innostuneita ja asiantuntevia henkilöitä, jotka osaavat houkuttaa kävijöitä ja vastata heidän kysymyksiinsä. Oulun kaupungilla on messuille lähtijän muistilista, joka toimii hyvänä tarkistuslistana.

**Oulun kaupungin asiakaspalvelupisteissä,
kuten Oulu10-palvelupisteissä sekä
kirjastoissa, on asiakaspäätteitä, joiden
kautta voi katsella kaupungin virallisia
ilmoituksia.**



Virallisesti ilmoitettavat asiat ja viralliset ilmoitustaulut

Oulun kaupunginhallituksen 17.8.2021 tekemän päätöksen (§ 231) mukaisesti kaikki

[Oulun kaupungin ilmoitukset julkaistaan kaupungin verkkosivuille osoitteeseen asiakirjat.ouka.fi](#) ▶

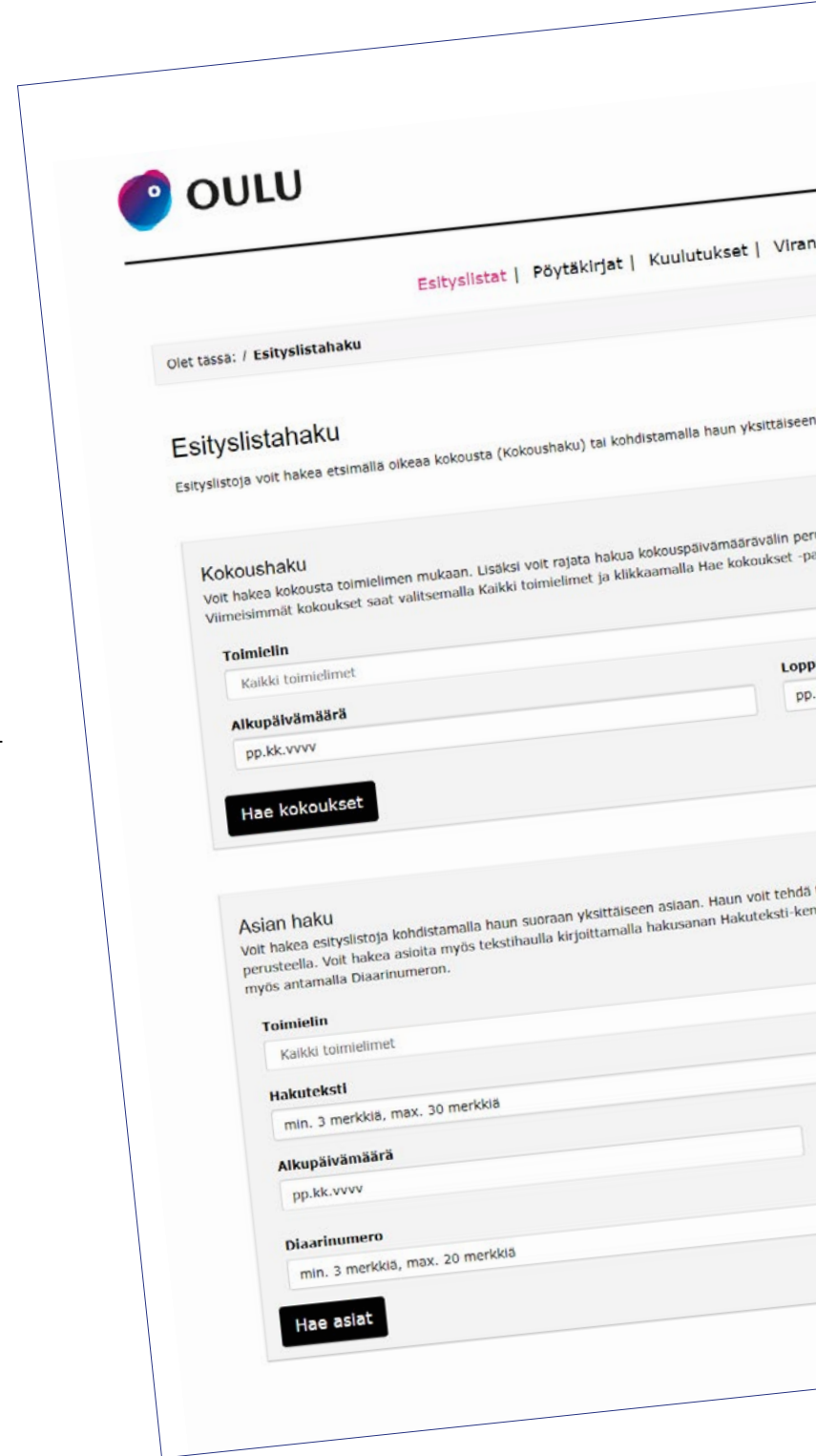
Ilmoitukset poistuvat verkosta automaattisesti nähtävillä oloajan päätyttyä. Tarvittaessa ilmoitukset voidaan julkaista julkisen tietoverkon lisäksi muulla asianomaisen toimielimen päättämällä tavalla.

Oulun kaupungin asiakaspalvelupisteissä, kuten Oulu10-palvelupisteissä sekä kirjastoissa, on asiakaspäätteitä, joiden kautta voi katsella kaupungin virallisia ilmoituksia.

Virallinen ilmoitus laaditaan aina lain niin määrätessä, esim. silloin kun laissa on säädetty päätösten julkipanosta tai vuorovaikutuksesta kuntalaisten kanssa. Ainakin seuraavissa laeissa on määräyksiä ilmoittamisesta:

- kunnallisesta viranhaltijasta annettu laki
- maankäyttö- ja rakennuslaki
- ympäristönsuojelulaki ja -asetus
- vaalilaki ja
- jätelaki.

Kuulutusten ja ilmoitusten julkaisemisesta kaupungin verkkosivuille vastaa kukin toimiala itse.



Tiedottaminen ja media

Oulun kaupunki pyrkii pitämään mahdollisimman hyvät suhteet tiedotusvälineisiin ja niissä työskenteleviin toimittajiin.

Kaupunki viestii luotettavasti, nopeasti ja tasapuolisesti.

Miten ja miksi palvellaan mediaa?

Mediaa palvellaan aina mahdollisimman hyvin. Lehdistötiedotteet ja kutsut lehdistötilaisuuksiin lähetetään aina yhtä aikaa kaikille alueella toimiville yleismedioille ja aiheesta kiinnostuneille erikoismedioille.

Jos jokin tiedotusväline on itse huomannut kaupungin asiaan liittyvän uutisaiheen, on sillä etuoikeus tehdä aiheesta juttu.

Toimittajan kysymyksiin vastaa asiasta parhaiten tietävä asiantuntija.

Kun toimittaja soittaa, puhelussa esitettyihin kysymyksiin pyritään etsimään vastaus tunnin sisällä. Kun toimittaja lähettää kysymyksen sähköpostilla, pyritään kysymykseen etsimään vastaus vuorokauden sisällä.

Tiedotustilaisuuksia vain erittäin merkittävistä asioista

Tiedotustilaisuuksia järjestetään harkiten. Usein hyvällä tiedotteella saa enemmän julkisuutta kuin tiedotustilaisuudella.

Mikäli tiedotettava asia on monitahoinen tai sillä on merkittävää paikallista tai valtakunnallista uutisarvoa, voi tiedotustilaisuus tarjota mahdollisuuden asian monipuoliseen käsittelyyn ja toimitusten samanaikaiseen palvelemiseen.

Oulun seudun tiedotusvälineillä on rajalliset mahdollisuudet lähettää edustajia tiedotustilaisuuksiin sekä arkisin että etenkin viikonloppuisin. Sopivimpia ajankohtia tiedotustilaisuuden pitämiseksi ovat aamupäivät maanantaista torstaihin. Perjantain tiedotustilaisuudet eivät kiinnostaa tiedotusvälineitä, jotka eivät ilmesty tai tuota ohjelmaa lauantaisin. Viikonloppuisin tiedotustilaisuuksia järjestetään vain kriisitilanteessa tai suurten tapahtumien yhteydessä.

Kutsu tiedotustilaisuuteen kannattaa lähettää 5–7 päivää ennen tilaisuutta. Kutsussa mainitaan tilaisuuden aihe, tapahtumapaikka, mahdolliset alustajat sekä lisätietojen antajan yhteystiedot.

Voit myös antaa vinkkejä kuvakohteiksi median ammattikuvaajille. Varsinkaan auditoriot yms. tilat eivät ole kiitollisia kuvattavia.

Tiedotustilaisuutta johtaa ja siinä puhuu se henkilö, joka tietää eniten tiedotettavasta asiasta. Radio ja televisio haluavat usein haastatella asiantuntijoita tiedotustilaisuuden jälkeen.

Jos päätät järjestää tiedotustilaisuuden, ota yhteyttä kaupungin viestintäammattilaiseen.

Tiedote

- Tunnista uutinen.
- Keskity olennaiseen, älä hukuta vastaanottajaa tiedolla.
- Järjestä tiedotustilaisuuksia harkiten – mieti aina, olisiko tiedote sittenkin parempi.
- Tiedotteen tärkeimmät ominaisuudet: A4 riittää yhdelle uutiselle.
- Noudata uutisen rakennetta: tärkein ensin.
- Muista lisätietojen antaja. Varmista, että lisätietojen antaja on tavoitettavissa.
- Lähetä tiedote sähköpostilla viestin tekstikentässä. Vältä liitetiedostojen lähettämistä.

Tiedotteeseen liittyvät lisäliitteet voi laittaa verkkosivuille ja viitata tiedotteessa sivun osoitteeseen. Hyvät valokuvat tai videomateriaali parantavat tiedotteiden läpimenoa – sijoita valokuva tai video nettisivulle ja ohjaa media lataamaan ne sieltä.

Lehti- ja mielipidekirjoittelu sekä kolumnit ja blogitekstit

Kaupunki ei yleensä vastaa lehti- ja mielipidekirjoituksiin. Jos kirjoituksessa kuitenkin esitetään virheellisiä tietoja tai selvä kysymys, voi vastaaminen olla perusteltua. Ennen vastaamista tulee aina olla yhteydessä kaupungin viestintään ja sopia toimenpiteistä viestinnän asiantuntijoiden kanssa. Kaupungin virkamiehet ja työntekijät voivat lehden niin pyytäessä kirjoittaa kolumneja lehtiin, kunhan tiedotusvälineiden tasapuolinen kohtelu otetaan huomioon. Kolumnistina toimimisesta tulee olla yhteydessä kaupungin viestintään. Kaupungilla on myös olemassa oma blogi, johon asiantuntijat voivat tuottaa tekstejä ja kaupungin viestintä voi jakaa blogitekstejä useissa eri kanavissa.



Verkkoviestintä



Verkkosivut Ouka.fi

Oulun kaupungin verkkosivusto www.ouka.fi tarjoaa luotettavaa ja ajan tasalla olevaa tietoa kaupungin toiminnasta. Ouka.fi on eri mittareilla katsottuna merkittävimpiä ja käytetyimpiä toimijoita verkossa Pohjois-Suomessa ja myös koko Suomen mittakaavassa. Ouka.fi-sivustolla on valmiiksi hyvä näkyvyys verkossa, ja se on kaikkien konsernin toimialojen hyödynnettävissä.

Sivuston sisältämien palveluiden tavoitteena on helpottaa asiointia kaupungin kanssa. Pääkohderyhmänä ovat Oulun kaupungin asukkaat.

www.ouka.fi koostuu sadoista eri sivustoista ja tuhansista sivuista.

Sivujen ja sivustojen ylläpito on hajautettu toimialojen, liikelaitosten ja yksiköiden hoidettavaksi. Kaupungin pääsivuista ja julkisten verkkosivujen koordinoinnista vastaa kaupungin viestintä.

Oulun kaupungin intranet Akkuna

Intranet Akkuna on kaupungin työyhteisöviestinnän keskeinen kanava. Kaikki henkilöstölle olennainen tieto sekä ajankohtaiset uutiset ja tiedotteet julkaistaan intranetissä.

Pääsy Akkunaan pyritään takaamaan kaikille kaupungin työntekijöille työstä tai työpaikan sijainnista riippumatta. Esihenkilöiden vastuulla on huolehtia, että kaikki työntekijät saavat tarvitsemansa tiedon – jos Akkunaan ei ole päivittäistä pääsyä, tulee huolehtia siitä että työntekijät saavat muilla tavoin ja oikea-aikaisesti olennaiset työssä tarvitsemansa tiedot.

[Oulun kaupungin verkkosivusto](#) ▶

Internetin ja intranetin sivujen vastuut

Jokaisen työntekijän vastuulla on huolehtia, että omaa työtä koskevat sisällöt ovat ajan tasalla Oulun kaupungin verkkosivuilla ja intranet-sivuilla.

Kaupungin viestintä huolehtii verkkopalvelujen kokonaisuuden hallinnasta ja laadunvalvontaan liittyvistä asioista kuten analytiikasta, raporteista, monitoroinnista, näkyvyydestä ja saavutettavuudesta.

Konserniviestintä

- kehittää kaupungin verkkosivuja ja intranet Akkunaa kokonaisuutena yhteistyössä tietohallinnon ja toimialojen kanssa
- tekee verkkosivujen ja Akkunan sisällölliset linjaukset (rakenne, ulkoasu, sisällöt)
- ohjeistaa ja tukee toimialoja ja yksiköitä omien sivujen suunnittelussa ja sisällöntuotannossa
- järjestää koulutusta verkkosivujen ja Akkunan sisällöntuotantoon ja päivittämiseen.

Toimialat ja yksiköt

- vastaavat omien palveluidensa sisältöjen tuottamisesta ja niiden päivittämisestä verkkosivuille ja Akkunaan konserniviestinnän ohjeiden mukaisesti
- vastaavat omien itsenäisten sivustojensa suunnittelusta, toteuttamisesta ja päivittämisestä
- resursoivat tarpeeksi työaikaa verkkosivujen ja Akkunan päivittämiseen.

Sosiaalisen median ohje Oulun kaupungin työntekijöille

Oulun kaupungilla on sosiaalisen median ohje omille työntekijöille. Ohje kertoo Oulun kaupungin toimintaperiaatteet sosiaalisen median käytössä ja opastaa työntekijöitä toimimaan sosiaalisessa mediassa työ- ja vapaa-aikanaan. Ohje koskee peruskuntaa ja kaupungin liikelaitoksia sekä Monetra Oy:tä niiltä osin, kuin se tuottaa kaupungille palveluita.

Sosiaalisen median (some) merkitys Oulun kaupungin viestinnässä on kasvanut viime vuosina, samoin omien työntekijöiden rooli ja merkitys. Työntekijöiden toiminta somessa rakentaa työnantajakuva: yksittäisen työntekijän viestiä pidetään usein luotettavampana kuin organisaation virallisia viestejä. Työnantajakuvalla on vaikutusta esimerkiksi siihen, millaisia työntekijöitä organisaation palvelukseen hakeutuu.



Työstään innostunut ja osaava työntekijä on Oulun kaupungille arvokas voimavara myös sosiaalisessa mediassa. Työnantajana Oulun kaupunki rohkaisee työntekijöitä tuomaan esille oman ammattitaitonsa somessa. Kun työntekijä viestii omaan työhönsä liittyvistä asioista ja ottaa osaa työhönsä liittyvään keskusteluun, hän rakentaa samalla omaa asiantuntijuuttaan.

Sosiaalisen median ohjeessa esitellään Oulun kaupungin yhteiset somekanavat sekä niiden päätoimintaperiaatteet ja -kohde-ryhmät. Siinä ohjeistetaan, mitä asioita tulee ottaa huomioon, jos uusi sometili halutaan avata. Ohjeessa annetaan myös vinkkejä, miten somea voi hyödyntää työssä. Siinä ohjeistetaan kaupungin työntekijöiden toimintaa somessa, muun muassa avaamalla lojaliteettivelvollisuutta.

Someohje on paitsi informatiivinen myös positiivinen ja kannustava. Siinä viitataan kuitenkin vahvasti myös tietoturva-asioihin ja informaatiovaikuttamisen uhkiin.

Sosiaalisessa mediassa käytetään paitsi valokuvia myös videoita ja livelähetyksiä.

Mun Oulu, kaupunkimedia

Mun Oulu on oululaisuutta kunnioittava, kiinnostaviin asioihin ja ilmiöihin keskittyvä julkaisu verkossa. Kaupunkimedia antaa paikallisuudelle äänen ja kuvan kotikaupunkinsa tavoin värikkäänä ja monipuolisena, avaa kaupungin toimintaa ja suunnitelmia mielenkiintoisella, taustoittavalla otteella ja lisää ymmärrystä päätöksentekoon.

Mun Oulu edustaa Oulua rohkeasti ja houkuttelevasti kertoen miltä Oulu näyttää ja kuulostaa, myös Oulun ulkopuolelle. Vuoro vaikutus, yhteisöllisyys ja kaupunkilaiset ovat median sydän.

Mun Oulu -kaupunkimediaa ylläpitää kaupungin viestintä ja siitä koottu toimitustiimi.

[Oulusta - lempeällä sydämellä munoulu.fi](https://munoulu.fi)



Oulun kaupungin verkkomedia – lämpimällä sydämellä Oulusta

UUDET KAUPUNKI IHMISET LIIKUNTA & TERVEYS KULTTUURI KOULUTUS TALOUS LUONTO & YMPÄRISTÖ TAPAHTUMAT MY OULU



Myllytullin vankilan tontille suunnitteilla matalaa täydennysrakentamista – vankilan tulevaisuus vielä auki

7.6.2024 KAUPUNKI, TALOUS



Kesän ensimmäiset uimavesinäytteet hyvälaatuisia – sinilevää ei havaittu

11.6.2024 LUONTO & YMPÄRISTÖ



Ympäristötaidetta tarjoava Pikinen Polku avautuu jälleen

10.6.2024 KULTTUURI



My Oulu: Well-designed lighting makes a city more comfortable and attractive

10.6.2024 MY OULU



Kaupunki pilotoi erityisnuorten kesätyöharjoittelua – Max leikittää lapsia Kuukkelin päiväkodissa

11.6.2024 KAUPUNKI, KOULUTUS



Korjataan pallo itse – Oulu mukana Porin SuomiAreenalla kestävän tulevaisuuden teemoilla

10.6.2024 KOULUTUS



Startup Station on ponnahduslauta kasvuyrityksille – Menox haluaa tuoda tapahtumat yhteen sovellukseen

10.6.2024 TALOUS



Yhteisötaideprojekti Kehomatka vei toimintakeskusten asiakkaat luovuuden ja liikkeen ytimeen – tuloksena esitys ja taidenäyttelyitä

9.6.2024 LIIKUNTA & TERVEYS



THE EU IN THE ARCTIC



Luetuimmat

31.5.2024 KULTTUURI

Kaakkurin koulun oppilas Jimi Karjula voitti Runomaajoukkuekilpailun – palkintona matka Pariisiin olympialaisiin

27.3.2024 KULTTUURI

Festivaalikesä 2024: Oulussa on tapahtumia taas lähes joka viikonloppu

31.5.2024 LASTEN OULU

Kolmessa puistossa maksutonta puistoruokailua ja ohjelmaa lapsille ja nuorille



Uusimmat

11.6.2024 LUONTO & YMPÄRISTÖ

Kesän ensimmäiset uimavesinäytteet hyvälaatuisia – sinilevää ei havaittu

11.6.2024 KAUPUNKI

Kaupunki pilotoi erityisnuorten kesätyöharjoittelua – Max leikittää lapsia Kuukkelin päiväkodissa

10.6.2024 KULTTUURI

Ympäristötaidetta tarjoava Pikinen Polku avautuu jälleen

10.6.2024 MY OULU

My Oulu: Well-designed lighting makes a city more comfortable and attractive

10.6.2024 KOULUTUS

Korjataan pallo itse – Oulu mukana Porin SuomiAreenalla

Valokuvat

Viestinnässä tarvitaan jatkuvasti erilaisia valokuvia kuvittamaan esimerkiksi verkkosivuja ja painotuotteita.

Kuvia voi hankkia käyttämällä jotain yksityistä valokuvaajaa, kuvaamalla itse, ostamalla tai lataamalla ilmaiseksi erilaisista kuvapankeista. Oulun kaupungin valokuvien tulee aina olla brändikäsikirjan mukaisia.

Kuvat hankitaan aina kaikilla oikeuksilla ja niin, että niitä saa käyttää myös verkkosivuilla. Kuvat hankitaan mahdollisimman suurina, jotta kuvaa voidaan käyttää myös suurissa ja laadukkaissa painotuotteissa.

Kuvaussopimusta tehtäessä kannattaa huomioida, että monissa kaupungin julkaisuissa (esim. lehti-ilmoitukset, Power-Point-esitykset) on hyvin vaikea ilmoittaa kuvaajan nimeä. Parhaat ja valikoidut kuvat tallennetaan mediapankkiin, jossa ne ovat koko henkilöstön käytössä. Oulun kaupungin julkinen kuvapankki löytyy myös mediapankista.

[Oulun kaupungin mediapankki ▶](#)



Kategoriat	
Kaupungin yhteiset kuvat	12453
> Graafiset aineistot — logot ja taittopohjat	190
Esittelyvideot	25
> Äännet	34
> Kuvat vain toimialan tai liikelaitoksen käyttöön	2557
> Oulun kaupungin julkinen mediapankki	259
Konservatorio	277
MunOulu 2/23	16

Viimeisimmät tiedostot



lapsetkaiikuu.JPG 3

lapsetkaiikuu.JPG



Saako kuvata? Kuvaus - ja julkaisulupa

Julkisella paikalla (kuten kaduilla, puistossa, kirjastoissa ja yleisötapahtumissa) valokuvaaminen on sananvapauslain mukaan pääsääntöisesti sallittua.

Julkisella paikalla kuvatut kuvat saa myös julkaista, jos ne eivät loukkaa kuvista tunnistettavien henkilöiden kunniaa tai yksityisyyden suojaa. Kaikki mitä tapahtuu julkisella paikalla, ei välttämättä ole julkista.

Henkilökuvia ei saa käyttää mainostarkoituksessa ilman henkilön lupaa.

Kadulla saa kuvata, mutta kotipihalla tai yksityisessä asunnossa oleskelevaa ihmistä ei saa kuvata kadulta tai julkiselta paikalta ilman lupaa. Koti, piha ja yksityiset asunnot kuuluvat kotirauhan piiriin ja kuvaaminen katsotaan salakatseluksi.

Lupa sekä kuvaamiseen että julkaisemiseen kannattaa aina kysyä kuvattavalta, jos se on mahdollista! Se on kohteliasta ja sillä välttää monta ongelmaa.

Esimerkkejä:

- Yleisötapahtumissa voi olla mahdotonta kysyä lupa kuvaamiseen. Kuvan yleisötapahtumasta voi julkaista, jos kuvissa näkyy tunnistettavia ihmisiä esimerkiksi kuuntelemassa musiikkia. Kuvassa voi näkyä tunnistettavasti niin lapsia kuin aikuisiakin.
- Jos yleisötapahtuman kuvassa joku henkilö on esimerkiksi voimakkaasti päähtynyt, älä julkaise kuvaa.
- Jos kuvissa on lähikuvissa lapsia, on hyvä kysyä vanhemmalta ja lapselta lupa kuvaamiseen ja kuvan käyttöön, vaikka kuvaaminen tai julkaisu ei olekaan julkisella paikalla kiellettyä. Lasten kuvien kohdalla tulee aina käyttää erityistä harkintaa!
- Voit kuvata ja julkaista kuvia asuinalueesta, jonka kadulla kulkee ihminen. Et voi kuvata etkä julkaista kuvaa ilman lupaa, jos ihminen oleskelee kotipihallaan tai näkyy kotinsa ikkunasta.
- Huomio myös asiayhteys, missä kuvat julkaistaan! Jos puhutaan kielteisistä tai terveystietoihin viittaavista asioista, kuten päihteiden käytöstä, älä julkaise asian yhteydessä kenenkään tunnistettavan henkilön kuvaa ilman lupaa. Jos puhutaan neutraaleista asioista kuten puistojen kunnostuksesta, yleiskuvissa voi näkyä lapsia leikkimässä leikkipuistossa.

Työyhteisö- viestintä

Työyhteisöviestintä tarkoittaa työyhteisön sisäistä tiedonkulkua ja toimivaa vuorovaikutusta. Työyhteisöviestintä on meidän jokaisen asia. Hyvin toimiva työyhteisöviestintä edistää hyvinvointia ja työssä viihtymistä ja sitä kautta työn tuloksellisuutta.

Työyhteisöviestintä on osa yhteistoimintaa: henkilöstöllä on oikeus saada tietoa heitä koskevista asioista ja niiden kehityksestä.

Työyhteisöviestinnän onnistuminen vaikuttaa julkiseen mielikuvaan Oulun kaupungista. Jokainen työntekijä vaikuttaa kaupungin maineen rakentumiseen viestittämällä lähipiirilleen myönteisiä tai kielteisiä asioita työnantajastaan.

Työyhteisöviestinnässä keskeistä on kasvokkainviestintä: työntekijät haluavat kuulla tärkeät asiat omalta esihenkilöltään ja toivovat esihenkilön tulkitsevan viestejä oman työnsä näkökulmasta.



Viestintä on myös kulttuurikysymys, johon jokainen vaikuttaa asenteellaan: millainen viestintäkulttuuri teidän työyhteisössänne vallitsee?



Työyhteisöviestintä on meidän jokaisen asia. Hyvin toimiva työyhteisöviestintä edistää hyvinvointia ja työssä viihtymistä ja sitä kautta työn tuloksellisuutta.



Työyhteisöviestinnän roolit

Esihenkilö varmistaa alaistensa tiedonsaannin

Johdon ja esihenkilöiden viestintätavat ja -osaaminen ovat avainasemassa työyhteisöviestinnän onnistumisessa. Esihenkilön viestintärooli omassa työyhteisössään on toimia tiedon hankkijana, jakajana, suodattajana ja tulkitsijana.

Esihenkilöiden ja johtajien tehtävänä on varmistaa, että työntekijät saavat työssä tarvitsemansa tiedot oikea-aikaisesti. Erityisesti omaa työtään koskevat tiedot työntekijät odottavat kuulevansa omalta lähiesihenkilöltään kasvotusten. Pelkkä tiedote sähköpostilla tai intranetissä ei riitä.

Työntekijät odottavat saavansa tietoa myös valmisteilla olevista asioista. Epävarmuus heijastuu usein työyhteisössä huhuina ja kuulopuheina ja aiheuttaa kielteisiä tunteita ja stressiä. Sekin, ettei juuri nyt ole mitään uutta tiedotettavaa, on työntekijöille tärkeä tieto.

Työntekijä hakee aktiivisesti tietoa ja pitää muut ajan tasalla

Tänä päivänä jokaisen työntekijän odotetaan olevan perillä työyhteisön viestintäkäytännöistä ja hankkivan tietoa myös itse aktiivisesti – esimerkiksi lukemalla Akkunaa ja seuraamalla työtiloissa tapahtuvaa viestimistä.

Jokainen työntekijä on tiedottaja omassa työssään – myös organisaation sisällä. Työntekijän tehtävänä on pitää oma esihenkilönsä ja muu työyhteisö ajan tasalla omaa työtään koskevista asioista.

Viestinnän asiantuntija kehittää ja auttaa

Viestinnän asiantuntijan tehtävänä on kehittää työyhteisöviestintää yhtenä viestinnän osa-alueena yhteistyössä johdon ja esihenkilöiden kanssa. Viestinnän asiantuntija auttaa työyhteisöviestinnän suunnittelussa ja tilanteeseen sopivien viestintävälineiden ja -käytäntöjen valinnassa.

Työyhteisöviestinnän pelisäännöt

Jokaisen työyhteisön tulisi sopia oman tiiminsä sisällä työyhteisöviestinnän käytännöt, pelisäännöt. Kun vuorovaikutus toimii, yhteistyö sujuu paremmin ja työhyvinvointi lisääntyy.

Kriisiviestinnän pikaopas



Kaupunki viestii aktiivisesti, luotettavasti,
ajantasaisesti ja tasapuolisesti.
Rehellisyys on avainsana.

Kriisiviestinnän **yleiset tavoitteet**

Kriisiviestinnän tavoitteena on:

- varmistaa ihmisten turvallisuus
- turvata organisaation toimintaedellytykset
- tiedottaa palvelujen järjestämisestä
- varmistaa, että julkisuudessa on totuudenmukainen kuva tilanteesta
- turvata median toimintamahdollisuudet
- ennakoida mahdolliset kriisit ja valmistautua niihin hyvin.

Kun kriisi alkaa, toimi näin

Huolehdi aina ensin hätätilanteen edellyttämistä asioista:
soita tarvittaessa 112 ja pyri varmistamaan ihmisten turvallisuus.

Ota yhteys esimieheen.

Esimies ottaa yhteyden toimialansa johtoon.

Tieto toimialan turvallisuus-johtoryhmään: sivistys- ja kulttuuripalvelujen johtopaikka, hyvinvointipalvelujen johtopaikka, yhdyskunta- ja ympäristöpalveluiden johtopaikka. Johtopaikat ovat yhteydessä Oulun kaupungin johtokeskukseen oukajokeen. Erityistilanteissa voidaan perustaa myös räätälöityjä tilannekuvaryhmiä.

Kriisiviestinnän suunnittelu

Kriisiviestinnän tulee olla avointa, aktiivista ja palvelevaa. Luotettavuus ja rehellisyys ovat olennaisia julkishallinnon viestinnässä.

Johto yhdessä asiantuntijoiden ja viestinnän ammattilaisen kanssa päättää, keitä kriisi koskettaa ja kenelle tulee viestiä. Valitaan viestinnän kohderyhmät ja välineet.

Päätetään, kuka vastaa viestinnästä. Yleensä viestinnästä vastaa toimialan johtaja tai hänen nimeämänsä: viestinnästä vastaava antaa lausunnot ja haastattelut medialle. Jos kriisi koskettaa useita toimialoja, toimialojen johtajat antavat lisätietoja omien toimialueidensa asioista. Jossain tapauksessa kriisiviestintä voidaan keskittää täysin, jolloin tilanteen kasvot luo esim. kaupunginjohtaja. Tämä voi tapahtua johtoryhmän päätöksellä.

Kriisin laajuudesta riippuen viestitään kaupunkiorganisaation sisällä, paikallisesti, valtakunnallisesti tai jopa kansainvälisesti.

Viestinnän ammattilainen laatii lehdistötiedotteet ja tarkistuttaa faktat asiantuntijalla. Viestinnän ammattilaisilla on ammattinsa puolesta kokemusta tilanteen hoitamisesta.

Viestinnän ammattilaisten organisoituminen

On olennaisen tärkeää, että johto sisäistää viestinnän merkityksen kriisitilanteessa ja toimii tiiviissä yhteistyössä viestinnän ammattilaisten kanssa.

Viestinnän ammattilaisen tulee fyysisesti olla siellä, missä tarvittava tieto on, eli johdon ja johtajan työparina viestintäasioissa. Ellei fyysinen läheisyys ole mahdollinen, tulee viestinnän ammattilaisen olla mukana niissä virtuaalisissa työryhmissä, jotka työستävät asiaa.

Kun kriisi siirtyy kaupungin ylimmän johdon hoidettavaksi, toimialojen viestinnän ammattilaiset siirtyvät fyysisesti konsernipalveluiden viestinnän tiloihin. Viestintäpäälliköt ovat toimialojensa johtopaikoissa. Ellei fyysinen siirtyminen ole mahdollista, huolehditaan, että viestinnän ammattilaiset ovat tarpeellisissa virtuaalisissa työryhmissä paikalla.

Viestinnän kanavat kriisiviestinnässä

Kriisiviestinnässä käytetään Oulun kaupungin normaaleja viestintäkäytäntöjä tehostetusti ja hälytetään nopeasti apuun tarvittavat viestintäammattilaiset.

Viestinnän ammattilainen organisoii lehdistötilaisuuden tai kaupungin henkilöstölle suunnatun tiedotustilaisuuden: asiantuntijat ovat tilaisuudessa paikalla antamassa lausuntoja.

Erilliset nettisivut voivat korvata www.ouka.fi-sivun laajan kriisin tiedottamisessa: kaupungin verkkotoimitus vastaa kriisisivuston luomisesta. Kriisin alkuvaiheessa käytetään normaaliajan tiedottamista www.ouka.fi-sivun uutisvirran kautta ja sosiaalisen median kautta.

Kaupungin viestintää tukee **Mun Oulu -kaupunkimedia**, jossa voidaan avata kaupungin toimintaa ja kuntalaisten ohjeistuksia haastattelujen ja videoiden kautta.

Ajantasainen tieto tulee olla myös **intranet Akkunassa** kaupungin työntekijöiden käytössä. Tarvittaessa voidaan Akkunaan luoda oma kriisisivusto työntekijöiden käyttöön.

Sosiaalisen median kautta välitetään kaupungin tiedotteita ja seurataan niihin tulevia kommentteja. Viralliset sosiaalisen median kanavat kriiseissä ovat Oulun kaupungin Facebook-, X- ja Instagram-tilit.

Jos kriisi pitkittyy, viestintävälineitä varten voidaan avata päivystysnumero tai tiedotuspiste tarpeen mukaan.

Viestintävälineitä varten tarvitaan ajantasainen tieto siitä, milloin aiheesta kerrotaan seuraavan kerran. Akuutissa, isossa kriisissä kannattaa järjestää säännöllisesti tiedotustilaisuuksia (esimerkiksi kahden tunnin välein).

Kansainvälisesti isoissa kriiseissä käytetään apuna tulkkipalvelun tulkkveja.

Puhelinvaihte ja/tai neuvontapuhelimien henkilöstö tarvitsevat tiedot siitä, mitä asioita suurelle yleisölle sitä kautta kerrotaan.

Viestinnän seuranta

Viestinnän ammattilaiset seuraavat sekä median että sosiaalisen median uutisointia ja korjaavat mahdollisia virheitä.

Kriisiviestinnän toimenpiteet saadaan koottua ouka.fi-uutisvirrasta, intranet Akkunan uutisvirrasta ja Mun Oulun uutisvirrasta. Huomioidaan myös sosiaalisen mediaan ja asiakaspalveluun liittyvät viestintätoimet.

Kun kriisi on päättynyt, viestintä arvioidaan ja sen onnistumisesta keskustellaan.

Kaupungin rooli, kun tilannetta johtaa muu viranomainen

Jos kyseessä on onnettomuus, uhkatilanne, rikos, vesikriisi tai muu vastaava ja kun poliisi, pelastuslaitos tai muu viranomainen on ottanut kriisitilanteen hoitoonsa, kaikki toiminta ja kriisiin liittyvä viestintä tapahtuu heidän määräystensä ja ohjeidensa mukaisesti. Tämä korostuu tapahtuman kehittymiseen ja tutkintaan sekä tapahtuman henkilövahinkoihin liittyvässä tiedottamisessa.

On kuitenkin huomattava, että pelastustoiminnan johtaja tai poliisin kenttäjohtaja / tutkinnanjohtaja / päällystöpäivystäjä eivät tiedota siitä, miten kriisitilanne vaikuttaa kohteena olevan hallinnonalan toimintaan tai millaisia vahinkoja/toiminnan keskeytyksiä tapahtuma on aiheuttanut.

Näistä asioista on kunkin hallinnonalan varauduttava tiedottamaan itse Oulun kaupungin viestinnän avustuksella.

Viestinnän tavoista ja sisällöistä on sovittava kriisitilannetta johtavan viranomaisen kanssa. Tilannetta johtavan viranomaisen on tärkeää olla tietoinen siitä, mitä tapahtumasta on tiedotettu ja mitä tiedotustarpeita kriisitilanteen osallisilla on.

Kaupungin roolina voi olla eri viranomaisten viestien kokoaminen ja välittäminen oululaisille.

Käytännön vinkkejä kriisiviestintään Oulun kaupungilla

Tiedotepohja löytyy intranet Akkunasta viestinnän sivuilta: käytä tiedottajan ammattitaitoa.

Kriisiviestintäpäiväkirjan pohja löytyy myös Akkunasta viestinnän sivuilta.

Toimitusten sähköpostiosoitteet ja muut yhteystiedot ovat Akkunan viestinnän sivuilla ja ne ovat valmiina jakelulistoina viestinnän ammattilaisilla.

Kaupungin palvelupuhelin voidaan tarvittaessa ottaa käyttöön kuntalaisten palvelua varten. Kriisipuhelin voidaan avata kaupungin johtoryhmän päätöksellä.

Medialle kerrotaan vain faktat. Asian parhaiten tunteva antaa lausunnot. Jos toimittaja soittaa, etkä osaa vastata, ota aikalisä ja pyydä saada soittaa takaisin puolen tunnin kuluttua, jonka aikana tarkistat faktat ja osaat vastata.

Oulun kaupungin viestintä

VIESTINNÄN KÄSIKIRJA

Lisätietoa kaupungin yleisistä viestintäasioista:

Mikko Salmi, viestintä-, tapahtuma- ja markkinointijohtaja
p. 040 482 3223 | mikko.salmi@ouka.fi

Eila Vähäkuopus, viestintäpäällikkö
p. 044 703 1141 | eila.vahakuopus@ouka.fi



OULU