

Kommunikationens årsöversikt 2025

Välfärdsområdesstyrelse 19.01.2026

ÖVPH/136/00.01.02.01/2026

Beredare Fager Petra

Tilläggsuppgifter: telefonnummer: 040 183 9961, fornamn.efternamn@ovph.fi

I kommunikationens översikt för år 2025 redogör man för hur användarna upplevt välfärdsområdets webbsidor, hur välfärdsområdet synts i de regionala medierna och hur de sociala mediekanalerna som används för kundkommunikation har utvecklats. I enlighet med kommunikationsprogrammet, som utgår ifrån välfärdsområdets strategi, ska kommunikationen arbeta för att vi ska en befolkning med det bästa välmåendet och den bästa funktionsförmågan i Finland. För att uppnå det här målet har kommunikationen fokuserats på följande tre prioriterade områden: kommunikationen utgör en del av en fungerande servicekedja, uppmuntrar till förebyggande egenvård och till att vi ska ta hand om våra medmänniskor och förbättrar delaktigheten och interaktionen inom arbetsgemenskapen samt arbetsgivarmålbilden.

Webbplatsen är välfärdsområdets viktigaste kommunikationskanal, eftersom den innehåller aktuell information om våra tjänster och hur man kan uträtta sina ärenden i välfärdsområdet. År 2025 ökade antalet användare på både den svenskspråkiga och finskspråkiga webbplatsen med ca 25 000 användare. Webbplatsen 'Uträtta dina ärenden på nätet' blev den tredje populäraste sidan på båda språken efter ingångssidan och sidan som innehåller information om välfärdsområdets hälso- och sjukvårdstjänster. Vägledningen av hur kunderna kan uträtta sina ärenden digitalt har utvecklats mycket under året. Dessutom har kontaktuppgiftskorten förnyats och deras sökbarhet förbättrats samt servicebrickan för barn, unga och familjer och styrningen från ingångssidan till de mest använda tjänsterna förnyats. Därutöver har man lanserat ett nytt projekt för att ta i bruk en ny sökmotor som utnyttjar artificiell intelligens.

De meddelanden som skickades ut till hemmen i välfärdsområdet utgjorde en av de mest arbetsdryga arbetshelheterna år 2025. Utskicken var tre till antalet: ett där man informerade invånarna om testningen av sjukskötarens digitala mottagning, det andra var den serviceguide som delades ut till alla hushåll där det bodde en person som var över 75 år och det tredje var det förnyade Hembesöket. I stället för en artikelbetonad tidning ville man publicera en servicebetonade tidning. År 2025 skickades Hembesöket ut på hösten och då kunde man informera om säsongsvaccinationerna.

De sociala mediekanalerna är en viktig del av välfärdsområdets egen kommunikation, eftersom de ger oss en möjlighet att nå våra invånare i stor utsträckning. De olika sociala mediekanalerna är riktade till personer i olika åldrar, även om alla naturligtvis kan följa alla kanaler. En aktiv användning av de sociala medierna och en bra räckvidd är viktigt för den dagliga kommunikationen men också med tanke på beredskapen för kris- och undantagssituationer.

Under år 2025 ökade också mängden videoinnehåll. På Instagram och Facebook mer än fördubblades mängden videoinnehåll. Även räckvidden av alla konton mer än fördubblades jämfört med år 2024. År 2025 togs Tiktok i bruk som en ny kanal i syfte att nå i synnerhet personer som är under 25 år. Tiktok-kanalens första år var mycket lyckat. Videorna uppnådde i genomsnitt över 20 000 visningar (median 7 375) medan olika innehåll sammanlagt sågs över 3,5 miljoner gånger. Trettio (30) procent av kanalens publik var under 25 år och sjuttio (70) procent var under 30 år.

År 2025 uppnådde välfärdsområdet en något större mediesynlighet än år 2024, vilket delvis berodde på välfärdsområdesvalet och nyhetsrapporteringen i anslutning till valet. De övriga större nyheterna var förknippade med beslutsfattandet, ekonomin och förändringarna i servicen. Positiva nyheter publicerades om de nya serviceformerna,



framgångarna med verksamhetsmodellerna och utvecklingen av servicen. Negativa nyheter publicerades om svårigheterna att få vård, förändringarna i servicenätet och inbesparingarna. Under år 2025 publicerade vi 158 pressmeddelanden som resulterade i 441 medieträffar, i form av exempelvis artiklar. Totalt fick välfärdsområdet ca 2 900 medieträffar.

Svenskspråkiga medier är fortfarande aktivare än finskspråkiga medier när det gäller att skriva om ämnen som berör vårt välfärdsområde.

I slutet av 2025 inleddes beredningen av ett kommunikationsprogram som utgår ifrån välfärdsområdets nya strategi. Kommunikationsprogrammet utgör en del av strategihelheten och i det drar man upp riktlinjer för kommunikationen under de kommande åren. Förutom strategin används även material som samlats in under strategiarbetet och resultaten av separat genomförda personal- och invånarenkäter som bakgrundsmaterial. Kommunikationsprogrammet tas till styrelsen för beslutsfattande i mars 2025.

Välfärdsområdesdirektör Kinnunen Marina

föreslår att styrelsen antecknar kommunikationens årsöversikt 2025 för kännedom.

Beslut:

Distribution