

Arrangemang av uppgifterna inom kommunikationsteamet

STST 16.10.2023 § 280
915/01.01.00/2023

Beredning

Förvaltningsdirektör Elina Amnell-Holzhäuser

Stadsstyrelsen beslutade 19.12.2016 § 344 grunda ett kommunikations- och marknadsföringsteam med tre personer i huvudsyssla som fokuserar på kommunikation och marknadsföring. I detta samband drog man in kommunikationschefens uppgift, marknadsföringsplanerarens uppgift ändrades från och med 1.1.2017 till kommunikations- och marknadsföringssakkunnig, en ny kommunikations- och marknadsföringsassistentuppgift grundades och en tidsbunden kommunikationsassistentuppgift för tiden 2017–2018.

Stadsstyrelsen beslutade 18.6.2018 § 175 göra kommunikationsassistentuppgiften ordinarie från och med 1.1.2019.

Stadsstyrelsen beslutade 11.1.2021 § 14 om tidsbundna arrangemang inom kommunikationsteamet då kommunikationsassistenten övergick för en viss tid till bostadsmässorganisationen. I detta samband ändrades kommunikations- och marknadsföringsassistentens uppgiftsbeteckning tidsbundet till kommunikationsplanerare ända till 31.10.2023.

Stadskanslicentralens kommunikationsteam innefattar sålunda följande uppgifter i arbetsförhållande: kommunikations- och marknadsföringssakkunnig, kommunikationsassistent och kommunikationsplanerare.

Till den kommunikations- och marknadsföringssakkunnigas huvudsakliga uppgifter hör helhetsansvaret för helheten av stadens kommunikation och marknadsföring, utvecklingen, teamets arbete, verksamhetens budgetansvar, specialansvarsområden i teamet: allmän stadsmarknadsföring, boendemarknadsföring, sponsoring, invånarkommunikation och kriskommunikation. Den kommunikations- och marknadsföringssakkunnigas uppgift är ordinarie och besatt.

Till kommunikationsassistentens huvudsakliga uppgifter hör stadens kommunikations- och marknadsföringsuppgifter tillsammans med teamet, produktion och uppdatering av innehåll till sociala medier, uppdatering av webbsidor, deltagande i daglig kommunikation, innehållsproduktion och deltagande i informationsmöten, mässor och arrangeringen av andra evenemang. Kommunikationsassistentens ordinarie uppgift är tidsbundet besatt till 31.10.2023 tills den egentliga innehavaren av uppgiften i fråga skött en annan uppgift inom bostadsmässorganisationen. Den egentliga innehavaren av uppgiften har sagt upp sig och uppgiften blir ledig från och med 1.11.2023.

Till kommunikationsplanerarens huvudsakliga uppgifter hör daglig kommunikation, produktion av innehåll för olika kanaler, involvering och kommunikationsteamets gemensamma uppgifter. Uppgiften har varit ordinarie, men den har varit tidsbundet besatt till 31.10.2023 på grund av uppgiftsarrangemang inom kommunikationsteamet (bland annat bostadsmässan). Kommunikationsplanerarens uppgift var på intern sökning 28.9–8.10. Syftet är att besätta uppgiften tidsbundet 1.11.2023–31.10.2024. Beslutet om valet av kommunikationsplanerare fattas av förvaltningsdirektören, som motivering för behörigheten punkt 2 i 51 § och

19 § i förvaltningsstadgan. Motiveringen till tidsbundenheten är skötandet av dagliga kommunikationsuppgifter, tills uppgiften som lediganslås 1.11.2023 är besatt och orsaken som tidsbundet anknyter till kommunikationsteamets verksamhet (projekt om beredning av brandförnyande och beredning av webbplatsens förnyande tillsammans med teamet). Uppgiften besätts inte permanent i och med att personalresursens behov inte för närvarande bedöms vara bestående.

Utöver stadskanslicentralens kommunikationsuppgifter, placerar sig det i centralen för näringsliv och infrastruktur en egen kommunikationssekreterares arbetsavtalsanställda uppgift. Till kommunikationssekreterarens uppgifter hör uppgifter relaterade till ovan nämnda centrals kommunikationsrelaterade uppgifter.

I synnerhet utifrån erfarenheter man fått av kommunikationsuppgifter relaterade till bostadsmässan och utifrån begäran och önskemål om service från centralerna har man inom kommunikationsteamet ombesörjt uppgiftsbeskrivningarna och man har konstaterat att det vore ändamålsenligt att genomföra vissa ändringar både bland arbetsuppgifter som hör till teamets uppgifter samt i uppgifternas uppgiftsbeteckningar. Med ändringarna eftersträvas utvecklingen av kommunikationen och marknadsföringen till en allt mer fungerande helhet. Dessutom främjar ändringen arbetsgivarens konkurrenskraft i att få kompetent arbetskraft och kvarhållningskraft för de besatta uppgifternas del under ett konkurrensläge på arbetsmarknaden.

§ 29 i kommunallagen förutsätter att kommunen ska informera kommuninvånarna, de som utnyttjar kommunens tjänster, organisationer och andra sammanslutningar om kommunens verksamhet. Kommunen ska ge tillräcklig information om de tjänster som kommunen ordnar, kommunens ekonomi, ärenden som bereds i kommunen, planer som gäller ärendena och behandlingen av ärendena, beslut som fattats och beslutens effekter. Kommunen ska informera om hur man kan delta i och påverka beredningen av besluten. I fråga om beredningen av ärenden som behandlas av organen ska kommunen se till att de uppgifter som behövs med tanke på den allmänna tillgången till information läggs ut på det allmänna datanätet när föredragningslistan är färdig.

Marknadsföring är inte i sin förenklade form lagstadgad för kommunerna, men i synnerhet är marknadsföring ett väsentligt sätt att föra fram kommunen och öka dess välkändhet. När kommunernas roll ändrade i och med välfärdsområdesreformen, kan man se behovet av marknadsföringskommunikation bli betonad i synnerhet inom främjandet av kommunernas livskraft.

Verksamheten för stadens kommunikationsteam omfattar lagstadgad kommunikation, annan kommunikation, kriskommunikation och stadens marknadsföring genom kommunikationens metoder. Dessutom koordinerar och genomför kommunikationsteamet anordnande av olika evenemang, stadens mässdeltaganden och är verksam i olika intressenätverk för att främja stadens synlighet. Utöver fyllandet av åläggandena om kommunikation i kommunallagen, delaktiggörandet av kommuninvånarna och genomförandet av förvaltningens transparens har en effektiv kommunikation och marknadsföring en central roll i att föra fram stadens styrkor i avspeglandet av attraktions- och kvarhållningskrafterna. Kommunikationen och stadens marknadsföring förutsätter en kontinuerlig synbarhet och framträdande kommunikation över flera kanaler samt bedömning och uppföljning av hur resultatet i kommunikationen är.

I den föreslagna ändringen

- skulle den kommunikations- och marknadsföringsakkunnigas huvudsakliga uppgifter från och med 1.11.2023 omfatta lagstadgad kommunikation, kommuninvånarkommunikation, kriskommunikation, utveckling av kommunikationen, uppgifter relaterade till deltagande, budgetansvar för kommunikations- och marknadsföringsverksamheten, beredning av sponsoreringsärenden, arrangering av evenemang och vid behov att representera under evenemang. Uppgiftsbeteckningen skulle kvarhållas som tidigare. Den uppgiftsbaserade lönen kvarhålls som tidigare i och med att svårighetsgraden för uppgifterna som hör till uppgiften kvarhålls vid nuvarande nivå. Den uppgiftsbaserade lönen bestäms enligt löneklass 01ASI040 i AKTA och uppgår till 2635,29 euro i månaden.
- Det föreslås att kommunikationsassistentens uppgift dras in från och med 1.11.2023 och i dess ställe inrättas en marknadsföringssakkunnigs arbetsavtalsrelaterade uppgift, till vars huvudsakliga uppgifter hör allmän stadsmarknadsföring och dess utveckling, boendemarknadsföring, produktion av innehåll över flera kanaler, uppdatering av webbplatsen, koordinering av användningen av evenemangskalendern, anordnande av evenemang och händelser och representation vid dem vid behov. Marknadsföringssakkunnigas uppgiftsbaserade lön bestäms enligt löneklass 01ASI040 i AKTA och skulle uppgå till 3005,87 euro i månaden.

Både den kommunikations- och marknadsföringssakkunniga och den marknadsföringssakkunniga skulle flexibelt även sköta uppgifter inom daglig kommunikation och de skulle vikariera varan. Förvaltningsdirektören är chef för kommunikationsteamet.

Stadsstyrelsen ändrade 2021 för en viss tid kommunikations- och marknadsföringssakkunnigs uppgiftsbeteckning till kommunikationsplanerare. Vad gäller uppgiftsbeteckningen föreslås det att den kvarhålls som kommunikationsplanerare till utgången av arbetsförhållandets utsatta tid (31.10.2024). Uppgiftsbeteckningen är befogad beaktande uppgifterna och nivån för hur krävande de är.

Den marknadsföringssakkunnigas arbetsavtalsrelaterade uppgift besätts med externt ansökningsförfarande.

Ekonomikonsekvenser:

Den kommunikations- och marknadsföringssakkunnigas uppgiftsbaserade lön och kommunikationsplanerarens uppgiftsbaserade lön kvarhålls som tidigare under ändringen. Den marknadsföringssakkunnigas uppgift är ny och dess uppgiftsbaserade lön är högre än kommunikationsassistentens (uppgift som dras in) uppgiftsbaserade lön på grund av att uppgifternas nivå av krävandegrad ökar. Ökningen i den uppgiftsbaserade lönen med bikostnader är cirka 589,25 euro i månaden och cirka 7 365,63 euro. Man bör beakta att utöver den uppgiftsbaserade lönen betalas dessutom övriga tillägg enligt AKTA, så som arbetserfarenhetstillägg då förutsättningarna fylls (3 % eller 8 % av den uppgiftsbaserade lönen).

För 2023 års del kan ökningen i lönekostnaderna täckas med anslaget som avsatts för stadskanslicentralens lönekostnader.

Förhållande till stadsstrategin:

Ändringen stöder målet av livskraftig stad och svarar på punkterna 1 och 2 i strategins bilaga c.

Föredragning

Stadsdirektör Jan D. Oker-Blom

Förslag

Stadsstyrelsen beslutar:

– dra in kommunikationsassistentens uppgift 1.11.2023

– inrätta 1.11.2023 en arbetsavtalsbaserad marknadsföringssakkunniguppgift, till vars huvudsakliga uppgifter hör allmän stadsmarknadsföring och dess utveckling, boendemarknadsföring, produktion av innehåll över flera kanaler, uppdatering av webbplatsen, koordinering av användningen av evenemangskalendern, anordnande av evenemang och händelser och representation vid dem vid behov, deltagande i uppgifter relaterade till daglig kommunikation och att vikariera den kommunikations- och marknadsföringssakkunniga. Den marknadsföringssakkunnigas uppgiftsbaserade lön bestäms enligt löneklass 01ASIO40 i AKTA och skulle uppgå till 3005,87 euro i månaden

– ändra kommunikations- och marknadsföringsplanerarens uppgiftsbeteckning 1.11.2023 till kommunikationsplanerare

– anteckna till kännedom den kommunikations- och marknadsföringssakkunnigas huvudsakliga arbetsuppgifter från och med 1.11.2023.

Behandling

Föredraganden rättade till förslaget så att punkten "ändra kommunikations- och marknadsföringsplanerarens uppgiftsbeteckning 1.11.2023 till kommunikationsplanerare" ändras till "ändra kommunikations- och marknadsföringsassistentens uppgiftsbeteckning 1.11.2023 till kommunikationsplanerare".

Ledamot Tom Liljestrand föreslog att ärendet återremitteras för beredning.

Ledamöterna Satu Hämäläinen och Kari Hagfors understödde Tom Liljestrands förslag.

En omröstning förrättades.

Ärendet återremitteras för beredning: JA
Behandlingen av ärendet fortsätter: NEJ

Omröstningsresultat: JA 7 röster (Isotalo, Liljestrand, Stenman, Alm, Sjöholm, Hämäläinen, Hagfors), NEJ 2 röster (Hakasaari, Malmberg).

På basis av omröstningsresultatet beslutade stadsstyrelsen återremittera ärendet för beredning.

Stadsfullmäktiges ordförande Otto Andersson anslöt sig till sammanträdet klockan 17.11.

Beslut

Stadsstyrelsen beslutade återremittera ärendet för beredning.