



SUOMEN EVANKELIS-LUTERILAINEN KIRKKO  
EVANGELISK-LUTHERSKA KYRKAN I FINLAND

## KYRKOSTYRELSENS CIRKULÄR

Nr 11/2006  
2.3.2006

### INFORMATIONEN I SAMBAND MED FÖRSAMLINGSVALET 2006

#### Kommunikationsstrategi för församlingsvalet

Valet ger församlingarna möjlighet att lyfta fram sitt budskap och sin verksamhet samt skapa en öppen dialog med människorna. Via valet kan alla röstberättigade församlingsmedlemmar påverka sin församlings verksamhet och framtid.

Den riksomfattande offentlighetskampanjen *Använd hjärtat. Det gör gott.* skapar ett enhetligt uttryck och budskap för valet och valinformationen. Den utgör ett paraply som förenar de olika församlingarnas information och reklam. Huvudvikten läggs ändå på de lokala församlingarnas information. Lokal information och lokalt valarbete är av största vikt.

Valinformation läggs ut på två webbadresser: På adressen [evl.fi/valinfo](http://evl.fi/valinfo) finns närmast information som är avsedd till hjälp för församlingarna, t.ex. offentlighetskampanjens logotyper. På adressen [evl.fi/val](http://evl.fi/val), som är avsedd för den breda allmänheten, berättas om kandidatuppställning, röstningsdagar m.m. Dessa sidor blir klara i mars. I mars–april trycks även kandidatbroschyren *Nån borde göra nånting. Du är nån.* Broschyren distribueras till församlingarna i ett antal exemplar, och fler exemplar kan beställas mot en avgift. En lyckad kandidatuppställning är avgörande för att själva valet skall lyckas.

Den informationsplan för församlingsvalet som följer med detta cirkulär är avsedd som hjälpmedel för dem som deltar i valarbetet. Informationsplanen innehåller sammanställd information om valet och valinformationen samt välfungerande praxis. Ytterligare praktiska råd som stöd för den lokala valinformationen finns på webbtjänsten *Kommunicera!* på adressen [www.evl.fi/svenska/kommunicera](http://www.evl.fi/svenska/kommunicera), som också inkluderar kommunikationsstrategi för församlingsvalet och dess eventuella uppdateringar.

#### Valbrev

Det viktigaste är att i samband med valet påminna om att det är församlingsmedlemmarna tillsammans som bygger upp kyrkan och att de kan påverka verksamheten i sin egen församling genom att rösta. Vi rekommenderar att varje församling sänder ett personligt valbrev till alla församlingsmedlemmar – eller åtmin-

stone till dem som röstar för första gången. Kyrkostyrelsen svarar för designen av brevformuläret och kuvertet i enlighet med offentlighetskampanjens visuella linje. Församlingen planerar själv innehållet i brevet och beställer det direkt från serviceproducenten. I brevet kan församlingen berätta när och var man skall rösta, vad valet gäller och varför det lönar sig att rösta. Kandidatlistorna skall vara klara 15.9, dvs. två veckor tidigare än i föregående val. På så sätt kan en kandidatbroschyr med bilder bifogas valbrevet

Kyrkostyrelsen har på församlingarnas vägnar förhandlat fram ramavtal med Posten Finland Abp och Vidois Oy som gäller den personliga anmälan om rösträtt som sänds per post. Tack vare dessa avtal får församlingarna denna tjänst till ett förmånligare pris. Bägge företagens ramavtal följer med detta cirkulär. Serviceproducenternas kontaktpersoner:

– Posten Finland Abp: Kundrelationschef Matti Järvinen <mailto:matti.jarvinen@itella.com>, tfn 020 5388 32

– Vidois Oy: Verkställande direktör Risto Lehtinen [vidois@vidois.fi](mailto:vidois@vidois.fi), tfn 020 7558 230.

Närmare uppgifter ger vid behov projektsekreterare Helena Rummukainen, e-post: [helena.rummukainen@evl.fi](mailto:helena.rummukainen@evl.fi) , tfn 09-1802 474.

KYRKOSTYRELSEN

Risto Junttila

Helena Rummukainen

*Använd hjärtat  
Det gör gott*



EVANGELISK-LUTHERSKA KYRKAN I FINLAND

## KOMMUNIKATIONSSTRATEGI FÖR FÖRSAMLINGSVALET 2006

Evangelisk-lutherska kyrkan i Finland

### **1. Vad – för vem – varför**

Det är val i år  
Till dem som arbetar med valkommunikation  
Valets kommunikationsmål  
Budskapet: Använd hjärtat. Det gör gott.  
Kandidatuppställning  
Valrådgivning

### **2. Valkommunikation på lokal nivå: församlingar och valmansföreningar**

Intern kommunikation  
Att synas  
Olika kanaler för olika människor  
Kandidatuppställning – Du är nån  
Specialtema: unga vuxna  
Presentera kandidaterna  
Förhandsröstning – lätt att rösta

### **3. Valkommunikation på riksnivå**

Reklamkampanjen  
Utomhusreklam  
Övrig riksomfattande publicitet  
Information via Kyrkans informationscentral  
Kyrkpressen  
Kristna organisationer  
Valinsamlingen  
Kyrkostyrelsens valarbetsgrupper  
Kommunikation – Administration – Informations- och  
resultattjänst

### **4. Efter valet**

Valresultatet publiceras snabbt  
Tack  
Utvärdering  
Utbildning av förtroendevalda

### **Bilagor**

- 1 Viktiga datum
- 2 Modell: En kommunikationsstrategi
- 3 Bakgrundsinformationsenkät
- 4 Modell: Ett enkätformulär från Vanda
- 5 Mer information om valet

# 1. Vad – För vem – Varför

## DET ÄR VAL I ÅR

Församlingsval ordnas i november 2006. I valet utses ungefär 12 000 förtroendevalda till församlingsråd och kyrkofullmäktige för perioden 2007–2010. Tidigare år har antalet kandidater varit det dubbla. I det förra valet år 2002 steg valdeltagandet till 14,3 procent, jämfört med 13,7 år 1998.

De förtroendevalda fattar beslut om tyngdpunkterna i församlingsverksamheten, om vad kyrkoskattseurona ska användas till samt om så gott som alla val av anställda.

Uppställningen av kandidater avslutas 15.9.  
Förhandsröstningstiden är 30.10–3.11.  
Valet hålls beroende på församling antingen 12.11 eller 12–13.11.

## TILL DEM SOM ARBETAR MED VALKOMMUNIKATION

Valet har stor betydelse för publiciteten, kommunikationen och informationsgången – församlingen får tillfälle att synas och väcka uppmärksamhet i massmedia och vid kaffebord. Valet är ett samarbetsprojekt och alla bidrar till en lyckad helhet.

Den här kommunikationsstrategin är avsedd att vara en hjälp och ett arbetsredskap för alla som deltar i valarbetet. I kommunikationsstrategin har vi samlat information om valet, kommunikationsarbetet i anknytning till valet och nyttiga tips.

Tyngdpunkten ligger på det informations- och kommunikationsarbete som utförs av lokalförsamlingarna. I församlingsval är lokal information och lokalt valarbete av enorm betydelse. Det största lasset drar de församlingsanställda som arbetar med kommunikation, övriga anställda i församlingarna samt medlemmarna i valmansföreningarna. I nyckelposition befinner sig:

- kyrkoherdarna
- personalen på pastorskansliet
- de kommunikationsansvariga

Kommunikation och information är mycket viktiga element när det gäller att inspirera den övriga organisationen till valarbete.

Kommunikationsstrategin är indelad i två delar: den egentliga planen och en verktygslåda. I verktygslådan finns det en modellskiss för hur kommunikationsarbetet kunde utföras under valårets lopp. Rubrikerna motsvarar rubrikerna i kommunikationsstrategin: för varje skede (kandidatuppställning, presentation av kandidaterna, förhandsröstning etc.) ger verktygslådan en förteckning över uppgifter som har med det skedet att göra – och en tidtabell. Varje församling kan utnyttja uppgifterna och tidtabellen enligt egna behov. Verktygslådan kan vara en minneslista eller en bas för arbetsplanering.

I bilagorna finns ytterligare bl.a. tidtabeller och fakta om valet samt kontaktinformation om man vill ha mer information. Den här planen presenterar också valets riksomfattande publicitetskampanj; du får svar på frågor om vad som ingår i kampanjen och hur man kan utnyttja den.

Informationsplanen, verktygslådan och bilagorna finns också i elektronisk form i webbtjänsten *Kommunicera!*

**[http://www.evl.fi/svenska/kommunicera/offentlig\\_kommunikation/val.htm](http://www.evl.fi/svenska/kommunicera/offentlig_kommunikation/val.htm).**

Webbtjänsten uppdateras vid behov – det går t.ex. bra att dela med sig av beprövade praktiska lösningar som gör valarbetet lättare!

## VALETS KOMMUNIKATIONSMÅL

Församlingsval är en fråga om demokrati, folkvälde, men också om vad det innebär att tillhöra en församling. Det grundläggande målet med kommunikationsarbetet i samband med valet är att församlingsmedlemmarna vet om:

1. Att det är val
  - var och när man kan rösta
  - vad valet handlar om
  - varför det är värt att rösta

De övriga kommunikationsmålen i samband med valet är:

2. Att göra församlingen och dess verksamhet synliga
  - vi vill väcka debatt om allt det som församlingen sköter om
  - vi vill att budskapet och verksamheten når människor i de medier de använder
  - tyngdpunkten ligger på webben  
Vi använder i större utsträckning både riksomfattande webbplatser och församlingarnas egna sidor
3. Att förstärka medlemskapet – med tyngdpunkten på unga vuxna
  - vi vill förmedla en inställning: "Att höra till kyrkan är betydelsefullt"
  - vi vill stärka förtroendet och öka intresset för församlingen
  - vi vill att valets innehåll är intressant, att metoder och kanaler framför allt når unga vuxna

4. Att få flera kandidater att ställa upp
  - vi vill ha flera kandidater än vid det förra församlingsvalet år 2002
  - vi vill att i synnerhet fler unga vuxna än tidigare ställer upp; vi vill ha minst två förtroendevalda under 30 år i varje församling
  - vi vill att andelen personer under 30 år bland församlingens förtroendevalda fördubblas (från 6 % år 2002 till år 12 % 2006)
5. Att locka flera väljare till urnorna
  - vi vill att varje församling slår fast ett mål för hur högt valdeltagandet ska bli
  - vi vill att valdeltagandet ökar med minst en procentenhet på riksnivå
  - en viktig målgrupp utgörs av de 20–25 procent av församlingsborna som "tvekar att rösta"

## **BUDSKAPET: ANVÄND HJÄRTAT. DET GÖR GOTT**

*Församlingsborna kan påverka vad kyrkan gör och hur kyrkan gör det i praktiken. Allt som krävs för att göra gott är att man använder hjärtat. Det gör gott. Även för även den som gör det. (Reklambyrån McCann Helsinkis bakgrundstext för reklamkampanjen.)*

Det viktigaste vi vill påminna om i samband med församlingsvalet är att det finns en församling, att den består av församlingsborna själva och att den arbetar för deras bästa. Valet ger tillfälle att lyfta fram församlingens budskap och verksamhet samt skapa en öppen dialog med människor. Genom valet kan röstberättigade församlingsbor påverka framtiden på orten. Varje församlingsmedlem har ett ansvar för livet i församlingen.

Den riksomfattande reklamkampanjen skapar en enhetlig image och ett enhetligt budskap för valet och för den kommunikation som rör valet. Kampanjen fungerar som ett paraply som samlar ihop reklam och information från olika församlingar. Det innebär att man känner igen valreklamen vare sig man rör sig i Pedersöre eller Paipis. Målet med kampanjen är att nå ut till röstberättigade inom kyrkan i stor omfattning, men i synnerhet att nå ut till unga vuxna.

Avsikten med den reklamkampanj som ordnas i samband med församlingsvalet är att föra ut församlingens budskap och aktivera församlingsborna så att de röstar. Kärnmålgruppen utgörs av unga vuxna och barnfamiljer.

Kampanjen ska i första hand nå dem som är mellan 18 och 45 år. Den gruppen är antingen direkt eller indirekt potentiella konsumenter av kyrkans tjänster (stödverksamhet för studerande, minior- och juniorverksamhet, rådgivning för par och familjer, äldrearbete). De lever ett mycket aktivt liv och är inne i en tid då det händer mycket och det snabbt. De har ett behov att "klara sig", att sköta sina affärer och sina barn väl, att uppnå mål som är viktiga för dem själva, att påverka

och göra val på basis av sina egna värderingar. Människor i den här åldersgruppen lever också i en krävande vardag: relationer och föräldraskap samt förpliktelser angående studier, arbete, hem och de egna åldrande föräldrarna kan kännas tunga. Det kan därför vara väldigt viktigt att veta att det finns stöd att få när det behövs – vare sig det är man själv eller en närstående som behöver hjälpen.

En stor del av de människor som hör till en församling varken känner eller känner till att församlingen är en viktig aktör i den vanliga vardagslunken, och i en sådan situation blir församlingen ohjälpligt en avlägsen part. Folk vet inte vad allt det är som församlingen gör och hur viktig församlingens insats är. Utan församlingen skulle många situationer vara tröstlösa och utan lösning.

## **KANDIDATUPPSTÄLLNING**

Bland de viktigaste skedena i valet är kandidatuppställningen. Beslutet att rösta påverkas mest av allt av om man känner till kandidaterna. Att presentera kandidaterna och se till att de syns och får publicitet är en naturlig del av ett val. Församlingarna kan opartiskt bidra till att alla kandidater och valteman syns men för kandidaternas egen reklam ansvarar valmansföreningarna. Kandidatuppställningen kan inledas genast – det finns ingen fastslagen starttidpunkt för det arbetet.

## **VALRÅDGIVNING**

I april och maj ordnar Kyrktjänst på finska valrådgivningsträffar på olika håll i Finland. Vid träffarna presenteras de förordningar och lagar som styr församlingsvalet och dessutom får man anvisningar om hur valet genomförs. Speciella teman som tas upp är frågan om hur man kan aktivera unga vuxna och få dem att ställa upp som kandidater och verka som förtroendevalda. Dessutom arbetar vi med idéer om hur man kan skapa vallokaler där människor rör sig. Anmälning: irene.antikainen(at)kirkkopalvelut.fi, tfn 0207 54 20 62.

Valrådgivningsträffar:

- 24.4 Kuopio
- 2.5 Helsingfors
- 3.5 Reso
- 4.5 Tammerfors
- 5.5 Jyväskylä
- 10.5 Esbo
- 11.5 Villmanstrand
- 12.5 Seinäjoki
- 15.5 Uleåborg

## 2. Valkommunikation på lokal nivå: Församlingar och valmansföreningar

### INTERN KOMMUNIKATION

Församlingsvalet är ett gemensamt projekt som kräver samarbete. Församlingarna och valmansföreningarna är de viktigaste aktörerna i informationsarbetet kring valet. Kommunikationen är inte bara informatörens eller den informationsansvarigas uppgift, utan det är en helhet där alla som utför valarbete behövs: de församlingsanställda, medlemmarna i valmansföreningarna och kandidaterna.

Valet kan fungera som stöd för församlingens övriga arbete, även om det kan hända att valet förorsakar en hel del extra jobb. Valet ger också ett exceptionellt gott tillfälle att ta reda på vad folk har för förväntningar på församlingen.

Fungerande intern kommunikation är en förutsättning för att man ska kunna informera församlingsbor och massmedia om valet. Vad handlar valet om, vem blir vald och till vad, vilka beslut fattar de förtroendevalda och vad vill församlingen säga om sig själv i samband med valet?

**Tips:** Tag upp församlingsvalet vid varje möte med de anställda: vad är nytt, vem gör vad?

**Verktygslåda:** se [www.evl.fi/svenska/kommunicera/](http://www.evl.fi/svenska/kommunicera/)

### ATT SYNAS

Valet synliggör församlingens verksamhet och budskap. Synligheten får både de som vill bli kandidater och väljarna på fötter.

"Valsynligheten" börjar i början av valåret och fortsätter under hela våren, sommaren och hösten. Det viktigaste är att man går ut med sitt budskap regelbundet och långsiktigt.

I församlingsvalet är en av utmaningarna att öka valdeltagandet. Avsikten med kampanjarbetet är att se till att folk lägger märke till valet och att ge många svar på frågan "Varför skulle jag rösta?"

Lokala kommunikationskanaler spelar en avgörande roll. Församlingens webbplats, lokala massmedier, utomhusreklam, församlingsblad, valbrev till församlingborna, församlingens anslagstavlor, allmänna anslagstavlor... Det är värt att fundera över om nya lösningar, som mobilkommunikation, skulle fungera i den egna

församlingen. "Djungeltrumman" ska man heller inte förakta som kommunikationsmedel. Ett personligt budskap är det som folk minns bäst.

Internet kan utnyttjas på många sätt i samband med valet. Församlingar, valmansföreningar och/eller kandidater kan skapa egna valsajter. Information om församlingarnas och valmansföreningarnas valsidor ska också förmedlas till den riksomfattande informations- och resultatservicen, så att man där kan skapa länkar till de lokala sajterna. Det är också bra att utnyttja den riksomfattande webbplatsen och den information som finns där genom att skapa länkar till dem på församlingens eller valmansföreningens sajt. Den riksomfattande valsajten som riktar sig främst till allmänheten finns på adressen **evl.fi/val**.

## **OLIKA KANALER FÖR OLIKA MÄNNISKOR**

Det går inte att kommunicera med alla människor på samma sätt och via samma kanaler. För varje målgrupp finns det sina ändamålsenliga kommunikationskanaler. Ett församlingsblad når bäst de aktiva medlemmarna, medan lokaltidningens läsekrets är större och bredare. Internet och radio når en stor skara församlingsbor. Även de platser där människor samlas är värda en satsning: bibliotek, motionsplatser, kaféer, skolor. Unga vuxna nås via sina egna kanaler.

Dagligen tillbringar folk mest tid vid TV och radio. År 2004 tittade finländarna i genomsnitt på TV i 2 h 49 min per dag (Finnpanel). År 2005 nådde TV som medium dagligen i genomsnitt 76 % av finländarna. Radion var ännu mer populär: förra året lyssnade folk i medeltal 3 h 17 min på radio varje dag (nationella radioundersökningen). Om morgnarna når radion finländarna bättre än något annat massmedium, t.ex. kl 8 hör 1,3 miljoner människor på radio.

Trots att människor i arbetslivet använder webben i stor utsträckning och tillbringar mycket tid surfande är det en mycket stor utmaning att skapa webb reklam med genomslagskraft och verkligen nå sin målgrupp. Bäst nås både barnfamiljer och finländare över 50 år genom TV och radio.

Det är skäl att utnyttja den riksomfattande reklamkampanjens slogan, utseende och material. Att valet syns och hörs samtidigt på olika sätt förstärker medvetandet om valet.

Man kan inte börja planeringen av den egna kommunikationsinsatsen för tidigt. Redan i början av året är det orsak att dra igång informationsmaskineriet: "Det är val i år." Arbetet och struktureringen av arbetet underlättas av att man gör upp en konkret kommunikationsstrategi. För hur det går till kan man hitta tips i webb tjänsten *Kommunicera!*

**[www.evl.fi/svenska/kommunicera/offentlig\\_kommunikation/informationsplan.htm](http://www.evl.fi/svenska/kommunicera/offentlig_kommunikation/informationsplan.htm)**

I webbtjänsten *Kommunicera!* finns information och tips om valet och förhandsröstningen: [www.evl.fi/vv/offentlig\\_kommunikation/val.htm](http://www.evl.fi/vv/offentlig_kommunikation/val.htm).

**Tips:** Gör valet och församlingsadministrationen mer lättfattligt genom en artikelserie i församlingsbladet/en lokaltidning/på webben:

- vem har rösträtt
- hur blir man kandidat
- vilka saker fattar förtroendevalda beslut om
- t.ex. en intervju med en ung förtroendevald: vad har han/hon gjort och vilka beslut är på kommande

**Verktygslåda:** se [www.evl.fi/svenska/kommunicera/](http://www.evl.fi/svenska/kommunicera/)

## KANDIDATUPPSTÄLLNING – DU ÄR NÅN

*Nån borde göra nånting. Du är nån. Ställ upp i församlingsvalet. (Reklamkampanjen)*

Kandidatuppställningen är ett avgörande skede i valet. Uppställningen av kandidater inleds redan tidigt under vintern och våren.

Ju flera man har att välja mellan bland kandidaterna – kandidater i olika åldrar, i olika livssituationer, från olika branscher – desto intressantare blir valet. Varje kandidat lockar också folk ur sin närmaste krets till valurnorna. En tumregel i valet är därför: ju fler kandidater, desto högre valdeltagande.

Kandidatuppställningen underlättas av ett tydligt namn, en enkel slogan och ett klart mål för varje lista. Det är något man gärna kan påminna valmansföreningarna om. Det är lättare för väljaren om namnet på listan tydligt uttrycker vad gruppen har för mål, som "Mer eftermiddagsklubbar", och inte är alltför generell, t.ex. "För församlingens bästa".

För att stöda kandidatuppställningen skickar Kyrkostyrelsen i mars–april ut broschyrer till församlingarna. Broschyerna är en del av reklamkampanjen och är avsedda att delas ut till personer som överväger att ställa upp. Broschyren finns både på [evl.fi/val](http://evl.fi/val) och på [evl.fi/valinfo](http://evl.fi/valinfo) i PDF-format.

## Specialtema: unga vuxna

Unga vuxna, personer under 30 år, är underrepresenterade inom beslutsfattandet i församlingarna. Den situationen ska vi kunna ändra på i församlingsvalet i november. Kommunikationen kring valet bör därför skapa en bild av en församling där det också finns plats för unga beslutsfattare. En satsning på unga väljare och kandidater är en satsning på församlingens framtid. Tröskeln är lägst för unga

vuxna att skriva ut sig ur kyrkan. Valkampanjen kan öka deras kunskaper om församlingen och minska på fördomarna.

Den valkampanj som ska nå ut till unga vuxna har sloganen "Kanna kortesi kirkkoon" (Dra ditt strå till kyrkan). Kampanjen genomförs av de unga vuxnas påverkningsgrupp NAVI och uppmuntrar unga att ställa upp som kandidater. Samtidigt erbjuder den stöd till unga vuxna som överväger att bli kandidater eller som redan har lovat att ställa upp. Det finns ett skilt valmaterial för valkampanjen för unga vuxna och kampanjen ska också se till att unga vuxna hörs i den allmänna publiciteten kring valet. NAVI ordnar också utbildning för nya förtroendevalda. NAVI:s kampanj förs i huvudsak på finska men på kampanjens webbplats finns också svensk information.

Mer information finns på NAVI:s församlingsvalsajt **[www.kannakortesikirkkoon.fi](http://www.kannakortesikirkkoon.fi)**.

**Tips:** Utnyttja kontakter till skolor, ungdomsarbetare och anställda på skolor, organisationer i området, NAVI och andra parter vid värvningen av kandidater under 30 år

**Verktygslåda:** se **[www.evl.fi/svenska/kommunicera/](http://www.evl.fi/svenska/kommunicera/)**

## **PRESENTERA KANDIDATERNA**

Kandidatuppställningen avslutas 15.9.2006. Därefter är det dags att börja arbeta för att göra kandidaterna och listorna kända.

Att presentera kandidaterna med bild och andra uppgifter är en absolut förutsättning för att få väljarna på fötter. Få väljare känner igen sin kandidat bara på basis av namnet. Var och en som överväger att rösta vill veta om det finns någon bekant på listan, eller om där finns någon som man upplever att skulle representera just det man själv står för. Ett förtroendeuppdrag är också ett offentligt uppdrag och det förutsätter i sig både synlighet och öppenhet. Genom att ställa upp som kandidat har man också accepterat att man är i allmänhetens blickfång.

Kyrkostyrelsen har gjort upp ett ramavtal om personliga valbrev till de röstberättigade. Tack vare avtalet kan församlingarna använda sig av den här serviceformen billigare än normalt. För produktion och leverans av valbrev ansvarar enligt församlingens beslut Posten Finland Abp och Vidois Oy. Församlingarna fick ramavtalet tillsammans med kyrkostyrelsens cirkulär nr 11r/2006.

Församlingarna kan också utnyttja det riksomfattande informations- och resultat-servicesystemet i sitt valinformativarbete. I systemet sparas information om kandidaterna utan bilder och presentationer. Församlingar och valmansföreningar kan själva skapa egna valsajter på webben och där lägga ut

mer information om kandidaterna, valmansföreningen och valets teman etc. I det riksomfattande informationssystemet kan man då skapa länkar till de här egna sidorna.

**Tips:** Ställ upp ett valtält/en valbuss/-husvagn t.ex. på torget i god tid före valet:

- ordna kandidatträffar, debatter
- en församlingsanställd på plats
- broschyrer, material
- alla valmansföreningar har tillgång till tältet/bussen

**Verktyslåda:** se [www.evl.fi/svenska/kommunicera/](http://www.evl.fi/svenska/kommunicera/)

## FÖRHANDSRÖSTNING – LÄTT ATT RÖSTA

Av de cirka 450 000 personer som röstade i församlingsvalet förra gången var det ungefär en tredjedel som förhandsröstade. Fyra år tidigare var det en fjärdedel som valde att förhandsrösta. Det lönar sig alltså att satsa på förhandsröstningen.

Vid förra församlingsvalet märkte man att förhandsröstningslokalens läge påverkar valdeltagandet en hel del. Ju centralare beläget man kan förhandsrösta, desto lättare blir att sticka sig in och avge sin röst. Bland annat entréhallen i ett köpcentrum, bibliotek eller biblioteksbilar och skolor har visat sig vara bra förhandsröstningsplatser.

I det riksomfattande informations- och resultattjänstsystemet samlas uppgifter om var och när man kan rösta både under förhandsröstningsperioden och på de egentliga valdagarna. Förhandsröstningslokalerna är sorterade enligt ort, valdagsvallokalerna enligt församling. Församlingarna gör klokt i att göra reklam för den här servicen i sitt informations- och kundtjänstarbete.

**Tips:** Använd den husvagn/buss eller det tält som använts för valreklam som förhandsröstningsplats

- en församlingsanställd på plats

Obs! Det här kan man göra endast om alla kandidater haft lika tillgång till bussen/tältet – inte bara en valmansförening

**Verktyslåda:** se [www.evl.fi/svenska/kommunicera/](http://www.evl.fi/svenska/kommunicera/)

## 3. Valkommunikation på riksnivå

### REKLAMKAMPANJEN

Den riksomfattande reklamkampanjen stöder församlingarnas valinformationsarbete. Församlingarna fattar självständigt beslut om reklam inom sitt område. Kampanjmaterialet kan utnyttjas på olika sätt enligt varierande behov, antingen som helhet eller så att församlingen väljer ut de bitar som passar in i den egna informationsverksamheten.

Trots att församlingarna själva sköter sin egen valreklam erbjuder helhetskyrkans reklamkampanj en gemensam slogan och ett gemensamt budskap för alla församlingar. Kampanjen sammanbinder valarbetet på olika håll i landet så att väljarna ser de olika församlingarnas valreklam som en och samma kampanj.

Den riksomfattande reklamkampanjen inleds i god tid före förhandsröstningen, delvis redan i kandidatuppställningsskedet under våren 2006. Reklamkampanjens tyngpunkt ligger på förhandsröstningsdagarna och dagarna inför de egentliga valdagarna.

Reklamkampanjen har skapats av Kyrkans informationscentral (KT) i samarbete med reklambyrån McCann Helsinki och mediabyrån PMI (Pool Media International). Kyrkomötet beviljade i november 2005 ett anslag på 500 000 euro för kampanjen. Det är nu tredje gången som en riksomfattande reklamkampanj genomförs. Kampanjen är tvåspråkig med undantag för reklam i TV och radio.

I reklamkampanjen har man beaktat den respons man fick i samband med föregående kampanj samt de önskemål som framförts av församlingarnas informatörer.

Målet med publicitetskampanjen är framför allt att få fram kyrkans budskap. Samtidigt fungerar kampanjen som en signal om att det är församlingsval.

Kampanjen har som mål att:

- Väcka människor att tänka på olika val i livet.
- Väcka känslor.
- Visa en problemsituation i vardagen, men också en lösning – om man är villig att se den. Svaret är inte uppenbart, utan något som man snarast ser med hjärtat. Det handlar om vardagssituationer som var och en kan känna igen och som församlingen kan erbjuda verklig hjälp i.
- Hålla sig på vardagslivets nivå, undvika en *von oben*-attityd.
- Signalera kärlek till medmänniskan och omsorg om medmänniskan.

### Kampanjens budskap:

- Församlingen har många viktiga uppgifter som stöder och hjälper människor i deras vardag.
- Den konkreta närvaron bygger på evangeliet och kärleken till en medmänniska.
- Varje församlingsmedlem har möjlighet att påverka på vilket sätt församlingen konkret är närvarande.

### Tankar bakom kampanjen:

- Livet är fullt av val; en del av våra val påverkar också våra anhöriga eller medmänniskor – vare sig de är nära oss eller lite längre borta. Att leva ut kärleken till medmänniskan mitt i vardagen kan kännas svårt och utmanande. De flesta av oss fokuserar hellre på trevliga saker och vänder bort blicken från det som är svårare, om problemen är sådana att de inte just då konkret påverkar vårt eget liv.
- Men kärleken till nästan kommer också till uttryck i små gärningar och små val, i sådant som inte gör att den som handlar förlorar något själv – tvärtom.
- Församlingen finns, och dess existens bygger på evangeliet och på kärleken till nästan, och som gör omfattande insatser för ditt och mitt bästa i olika situationer, vare sig de situationerna är glada eller smärtsamma.
- Församlingsborna kan påverka vad församlingen gör i praktiken och hur det som församlingen sköter görs. Allt som krävs för att göra gott är att man använder hjärtat en aning. Det gör även en själv gott.

Reklamkampanjens huvudmedium är TV. Kampanjen fokuseras till de största kommersiella kanalerna (MTV3 och Fyran). Utomhusreklam används för att väcka intresse i hela landet. Enligt den preliminära planeringen erbjuder reklamkampanjen församlingarna följande redskap:

- en riksomfattande slogan
- affischer
- annonsmodeller
- reklam i TV (veckorna 43–45) och radio (veckorna 44–45)
- utomhusreklam (abribusaffischer på hållplatser veckorna 44-45)
- logon för printmedia i elektronisk form
- riksomfattande valwebbplats på adressen [evl.fi/val](http://evl.fi/val) (webbplatsen riktar sig främst till allmänheten)
- modell för brev till röstberättigade eller önskad grupp (postavtal, blankett, kuvert; innehållet lokalt)
- kandidatbroschyr, finns på [evl.fi/valinfo](http://evl.fi/valinfo) i PDF-format (webbplatsen betjänar främst församlingarna)

## **Utomhusreklam**

Utomhusreklamen inför valet genomförs veckorna 44 och 45. Kyrkostyrelsen står för kostnaderna för reklam på Aribus Citymedias utomhusreklamtavlor på följande orter: Björneborg, Esbo, Grankulla, Helsingfors, Hyvinge, Joensuu, Jyväskylä, Kajana, Kervo, Kotka, Kuopio, Lahtis, Lojo, Nyslott, Raumo, Rovaniemi, Seinäjoki, S:t Michel, Tammerfors, Tavastehus, Träskända, Uleåborg, Vanda, Vasa, Villmanstrand och Åbo.

Övrig utomhusreklam utöver aribustavlorna på de ovannämnda orterna betalar församlingarna själva. När det gäller reservering av utomhusreklamplatser för i höst är det skäl att å det snaraste ta kontakt med Taru Salmela (telefon 0207 42671) på PMI Pool Media International Oy (telefon 0207 426700, e-post taru.salmela-at-pmi.fi).

## **ÖVRIG RIKSOMFATTANDE KOMMUNIKATION**

### **Information via Kyrkans informationscentral (KT)**

Det riksomfattande informationsarbetet i anknytning till valet sköts av Kyrkans informationscentralens informationsenhet och informatören på Kyrkans central för det svenska arbetet. KT informerar bland annat om hur valet förlöper och praxis samt om teman som är av intresse i hela landet. En betydande del av KT:s informationsarbete utgörs av publicering av resultatet på riksnivå samt valanalysen den 13 november i samarbete med Kyrkans forskningscentral.

### **Kyrkpressen**

Kyrkpressen erbjuder församlingarna valannonser till rabatterat pris. Det finns också möjlighet att göra egna valbilagor i tidningen.

### **Kristna organisationer**

Riksomfattande publicitet kring valet skapas också av olika kyrkliga organisationer och deras kommunikationskanaler. Organisationstidningar kan framför allt locka sina läsare att ställa upp kandidater i församlingsvalet, vilket innebär att redan vårens nummer av tidningarna kan vara till nytta i valarbetet. Tidningarna har läsare i olika delar av landet och de är läsare som är aktiva i sin församling. Förutom t.ex. Kyrkpressen kan väckelserörelsernas tidningar utnyttjas i valarbetet: Kummin, Sändebudet, Livsnära.

## **Valinsamlingen**

Valinsamlingen i samband med församlingsvalet 2006 *Usko huomiseen! – Tro på morgondagen!* ordnas av Lutherska ungdomscentret i Finland, Centrum för Pojkar och Flickor i Finland och Centrum för Finlands evangelisk-lutherska församlingars arbete bland barn. Intäkterna används till att utveckla församlingarnas minior- och junior- och ungdomsverksamhet. Det är bra att informera om insamlingen på förhand så att väljarna är förberedda. Insamlingschef är Terttu Etelämäki (terttu.etelamaki-at-kolumbus.fi, 040 5800865).

## **KYRKOSTYRELSENS VALARBETSGRUPPER**

### **Kommunikation – Administration – Informations- och resultattjänst**

Församlingsvalets arbetsgrupp för kommunikation samordnar och planerar den riksomfattande publiciteten kring valet. Bland annat skapandet av den här informationsplanen har hört till arbetsgruppens uppgifter.

Arbetsgruppen för administrationsfrågor ansvarar för valadministration och juridiska frågor.

Arbetsgruppen för informations- och resultattjänst ansvarar för skapandet av ett informations- och resultattjänstsystem och för att systemet fungerar före, under och efter valet.

## **4. Efter valet**

### **VALRESULTATET PUBLICERAS SNABBT**

Det inofficiella valresultatet bör publiceras så fort som möjligt. Hur högt valdeltagandet var klarläggs och offentliggörs genast efter att vallokalerna stängts, innan den egentliga rösträkningen börjar.

Församlingarna bör se till att valresultatet offentliggörs både via församlingens egna informationskanaler och i det riksomfattande resultatservicesystemet redan på valdagskvällen. Resultattjänstsystemet informerar också om vilka kandidater som blivit invalda.

Systemet används för att räkna ut valdeltagandet på riksnivå och det gör det också möjligt att analysera valresultatet. Därför är det viktigt att alla församlingar använder sig av resultattjänstsystemet så snabbt som möjligt, så att all information

kan skickas till massmedia redan på valkvällen. Samtidigt får också Kyrkans forskningscentral tillgång till uppgifterna.

Även lokala massmedier bör få service samma kväll som valet avslutats. Den person som sköter informationen kring valresultatet bör vara anträffbar per telefon.

## **TACK**

Efter valet är det viktigt att tacka:

- Alla dem som använt sin rösträtt
- Alla dem som på olika sätt deltagit i valarbetet

De invalda i församlingsråd, kyrkofullmäktige och gemensamma kyrkofullmäktige kan också tacka för det förtroende de har fått.

## **UTVÄRDERING**

Kyrkans forskningscentral samlar in information, respons och erfarenheter av församlingsvalet från församlingarna. Det är önskvärt att församlingarna besvarar forskningscentralens enkät snabbt och helst i elektronisk form via informations-tjänstsystemet, så att en sammanfattning kan bli klar medan vi alla fortfarande har färska minnen av valet.

Efter valet är det också dags att bedöma hur församlingens kommunikationsstrategi förverkligades. Nåddes de mål som man hade ställt upp? På samma gång kan det vara bra att samla erfarenheter och förbättringsidéer med tanke på nästa val.

## **UTBILDNING AV FÖRTROENDEVALDA**

De personer som väljs i höstens val kommer att få tillgång till en ny bok och ett webbmaterial om uppgiften som förtroendevald. För bruk i församlingarna skapas en cd-rom med stödmaterial för förtroendevalda. I Tampere-talo i Tammerfors ordnas på finska ett riksomfattande evenemang för förtroendevalda 14–15.4.2007. Utbildningen av de förtroendevalda arrangeras av Kyrktjänst rf i samarbete med NAVI.

Liksom tidigare utarbetar KCSA i samarbete med domkapitlet i Borgå en bok för förtroendevalda.

Den här strategin och uppdateringar av den finns på webben på adressen [www.evl.fi/svenska/kommunicera/](http://www.evl.fi/svenska/kommunicera/)

## BILAGA 1

### Viktiga datum för kommunikationsinsatsen i samband med församlingsvalet 2006

senast 31.5 (rekommendation: i god tid i april-maj)	beslut om att välja en dagstidning/tidning i vilken kungörelser och meddelanden i anslutning till valet samt sammanställningen av kandidatlistorna publiceras
senast 1.8 (rekommendation: före semestrarna)	valnämnden beslutar bl.a. om antalet medlemmar som skall väljas till kyrkofullmäktige eller gemensamma kyrkofullmäktige och församlingsrådet, förutsättningarna för kandidaternas valbarhet samt vilka dagar och klockslag samt vart valmansföreningarna skall inlämna stiftelseurkunderna
senast 1.9	vallängden sammanställs och kontrolleras
senast 15.9 kl. 16	valmansföreningarnas stiftelseurkunder med bilagor lämnas in till pastorskansliet
16.9 (senast)	valmansföreningarnas stiftelseurkunder granskas
fram till 2.10 kl. 16	valmansföreningarnas ombud har rätt att lämna utredning eller göra rättelse
2.10 kl. 16–	valnämnden gör en eller flera sammanställningar av kandidatlistorna, numrerar kandidaterna, fastställer vallokalerna, beslutar om valet förrättas under en eller två dagar samt vilka dagar och vid vilka tidpunkter röstningen sker vid respektive ställe och om frågor som gäller förhandsröstning och hemmaröstning
22.10 (senast)	annons i tidningen om sammanställningarna av kandidatlistor och om var och när sammanställningarna är framlagda och kan erhållas
23–27.10 före kl. 16	meddelanden om hemmaröstning tas emot på pastorskansliet; rekommenderad telefonjour kl. 12–16
30.10–3.11	- förhandsröstning - hemmaröstning: 30.10–2.11 kl. 9–20, 3.11 kl. 9–15
12.11/12–13.11	de egentliga valdagarna - valet inleds vid det i valkungörelsen angivna klockslaget efter högmässan - röstningen avslutas senast kl. 18 den 13 november
12.11 eller 13.11 på kvällen	det preliminära valresultatet offentliggörs
22.11 (senast)	valresultatet bekräftas

För en mer detaljerad tidtabell, se Kyrkostyrelsens cirkulär nr 2r/2006

## BILAGA 2

### MODELL: Kommunikationsstrategi och exempel

MÅL	ÅTGÄRDER	VIDTAS AV	KOSTNADER	TIDTABELL
Folk vet om att det är val			t.ex. medel som budgeterats för valbrev till förstagångsväljare	
Församlingen och dess verksamhet synliga	t.ex. artikelserie om frivilligarbete i lokaltidningen			hela valåret
Stärka medlemskapet – tyngdpunkten på unga vuxna		t.ex. uppmuntra och föreslå ungdomar som kunde intervjuas i lokala medier		
Fler kandidater				senast 15.9
Högre valdeltagande	t.ex. förhandsröstning i ett affärscenter och i biblioteket			

## BILAGA 3

### Enkät om bakgrundsinformation – Ansikten och åsikter blir kända

#### Information om kandidaterna

- foto som man har tillstånd att använda i broschyrer och/eller på webben (tryckkvalitet)
- ålder
- yrke
- familjeförhållanden
- bostadsområde inom församlingen (stadsdel, by)
- övriga förtroendeuppgifter
- hobbyer och andra referensgrupper (dartsklubben, trändare för handbollslaget, medlem i Finlands Natur, medlem i Deckarsällskapet)
- partibakgrund
- frågor som står kandidaten nära hjärtat, t.ex. tre frågor
- vilken fråga vill du arbeta för i församlingen
- varför borde man rösta på dig
- (i kyrkliga samfälligheter) uppställd i valet till kyrkofullmäktige eller församlingsrådet eller båda
- adress till hemsida om sådan finns

#### Information om valmansföreningarna

- namnet på listan
- gruppens mål
- syn på vad som är den egna församlingens viktigaste uppgift
- vad kunde församlingen satsa mindre på
- varför borde man rösta på er lista

## BILAGA 4

### Modell: Vanda kyrkliga samfällighets bakgrundsinformationsenkät till valmansföreningar för valsidorna i församlingsvalet 2002

Försam-  
lingens  
logotyp

#### Församlingens namn

Vandaförsamlingarnas webbplats, [www.vantaanseurakunnat.fi](http://www.vantaanseurakunnat.fi), presenterar de grupper som samlar kandidater för valet. Därför ber vi om följande information:

**Bakgrunden till kandidatlistan** (Det mål eller den bakgrund som förenar kandidaterna, partiets namn etc.)

---

---

---

---

---

*Ni kan fortsätta på omstående sida...*

**Kontaktperson**, som personer som vill vara med på listan kan anmäla sig till

Namn \_\_\_\_\_

Telefon \_\_\_\_\_

E-post \_\_\_\_\_

#### Listan samlar

\_\_ kandidater till kyrkofullmäktige

\_\_ kandidater till församlingrådet

#### Returneras till:

Kommunikationen

PB 56

01301 Vanda

**Blanketten fylls i** av den som ansöker om sammanställning av kandidatlistan.

Man kan också fylla i och sända blanketten i elektronisk form på adressen

[www.vantaanseurakunnat.fi](http://www.vantaanseurakunnat.fi)

## BILAGA 5

### Mer information om församlingsvalet ger:

- Kyrkostyrelsens kommunikationsarbetsgrupp:
  - kommunikationsdirektor Ingmar Lindqvist (ordf.), [ingmar.lindqvist-at-evl.fi](mailto:ingmar.lindqvist-at-evl.fi)
  - kommunikationschef Aila Alarotu, Vanda kyrkliga samfällighet (vice ordf.), [aila.alarotu-at-evl.fi](mailto:aila.alarotu-at-evl.fi)
  - kommunikationsplanerare Tiinakaisa Honkasalo (sekreterare), [tiinakaisa.honkasalo-at-evl.fi](mailto:tiinakaisa.honkasalo-at-evl.fi)
  - informatör Åsa Holmviik, KCSA, [asa.holmviik-at-evl.fi](mailto:asa.holmviik-at-evl.fi)
  - medieutvecklingschef Thorleif Johansson, Sana, [thorleif.johansson-at-sana.fi](mailto:thorleif.johansson-at-sana.fi)
  - ordförande Hanna-Leena Kevätsalo, NAVI, [hanna-leena.kevatsalo-at-helsinki.fi](mailto:hanna-leena.kevatsalo-at-helsinki.fi)
  - vice ordförande Sami Ojala, NAVI, [sami.ojala-at-welho.com](mailto:sami.ojala-at-welho.com)
  - marknadsföringschef Liisa Partio, Kotimaa-koncernen, [liisa.partio-at-kotimaa.fi](mailto:liisa.partio-at-kotimaa.fi)
  - församlings- och informationssekreterare Tapio Varis, Lojo församling, [tapio.varis-at-evl.fi](mailto:tapio.varis-at-evl.fi)
- publicitetskampanjen och webbtjänsten *Kommunicera!* kommunikationsplanerare Tiinakaisa Honkasalo
- församlingsvalets projektsekreterare på deltid (må-ons) Helena Rummukainen, [helena.rummukainen-at-evl.fi](mailto:helena.rummukainen-at-evl.fi)
- Kyrkostyrelsens arbetsgrupp för administration:
  - ecklesiasikråd Matti Halttunen (ordf.), [matti.halttunen-at-evl.fi](mailto:matti.halttunen-at-evl.fi)
- Kyrkostyrelsens arbetsgrupp för informations- och resultatservice:
  - datasystemchef Hannele Sainio (ordf.), [hannele.sainio-at-evl.fi](mailto:hannele.sainio-at-evl.fi)

### Källor:

- den riksomfattande församlingsvalsajten **[evl.fi/val](http://www.evl.fi/val)**
- webbtjänsten *Kommunicera!* **[www.evl.fi/svenska/kommunicera/](http://www.evl.fi/svenska/kommunicera/)**, avsnittet om valkommunikation  
**[http://www.evl.fi/svenska/kommunicera/offentlig\\_kommunikation/val.htm](http://www.evl.fi/svenska/kommunicera/offentlig_kommunikation/val.htm)**
- de unga vuxnas påverkningsgrupp NAVI:s församlingsvalisajt (i huvudsak på finska)  
**<http://www.kannakortesikirkkoon.fi/>**
- Heikki O. Tukiainen ger under våren på finska ut en bok om förrättande av församlingsval
- En kommunikativ kyrka – Kommunikationsstrategi för evangelisk-lutherska kyrkan i Finland 2004-2010  
**<http://www.evl.fi/svenska/kommunicera/planering/Kommunikativ.pdf>**
- Förhandsinformation om den nya vallagstiftningen, Kyrkostyrelsens cirkulär 33/2005  
**<http://www.evl.fi/kkh/y/kirjeet/2005/2005-33r.pdf>**
- Tidtabell för de församlingsval som hålls i november 2006 samt beställning av röstsedlar och dokumentblanketter, Kyrkostyrelsens cirkulär 2/2006  
**<http://www.evl.fi/kkh/y/kirjeet/2006/2006-02r.pdf>**