



KUNTA
LIITTO

Kommunikationskäten 2025

December 2025

Information om de kommuner som svarade på kommunikationsenkäten 2025 enligt kommunstorlek (n=196)

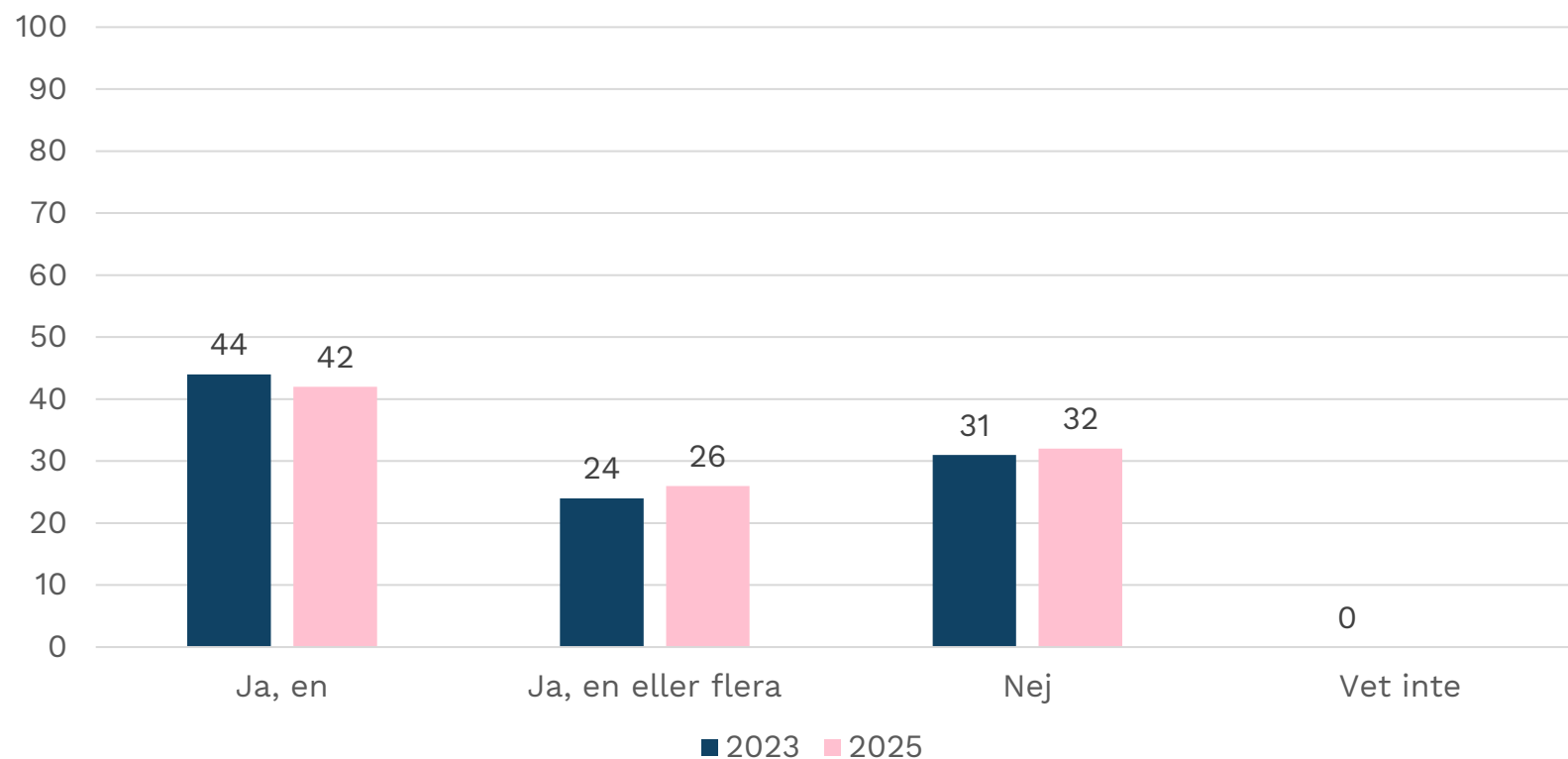
Storleksklassen	Antal kommuner (inv. 31.12.2022)	Antal kommuner som svarat	% av kommunerna i storleksklassen
under 5 000 inv.	144	76	53
5 001 - 10 000 inv.	67	41	61
10 001 - 20 000 inv.	44	34	77
20 001 - 50 000 inv.	32	25	78
50 001 - 100 000 inv.	12	11	92
över 100 000 inv.	9	9	100
Sammanlagt	308	196	64

Allmänna frågor om kommunikation

Kommunikationsenkäten 2025:

Har kommunen en kommunikatör med tjänsten som huvudsyssla?

(%, 2023 n=181, 2025 n=196)

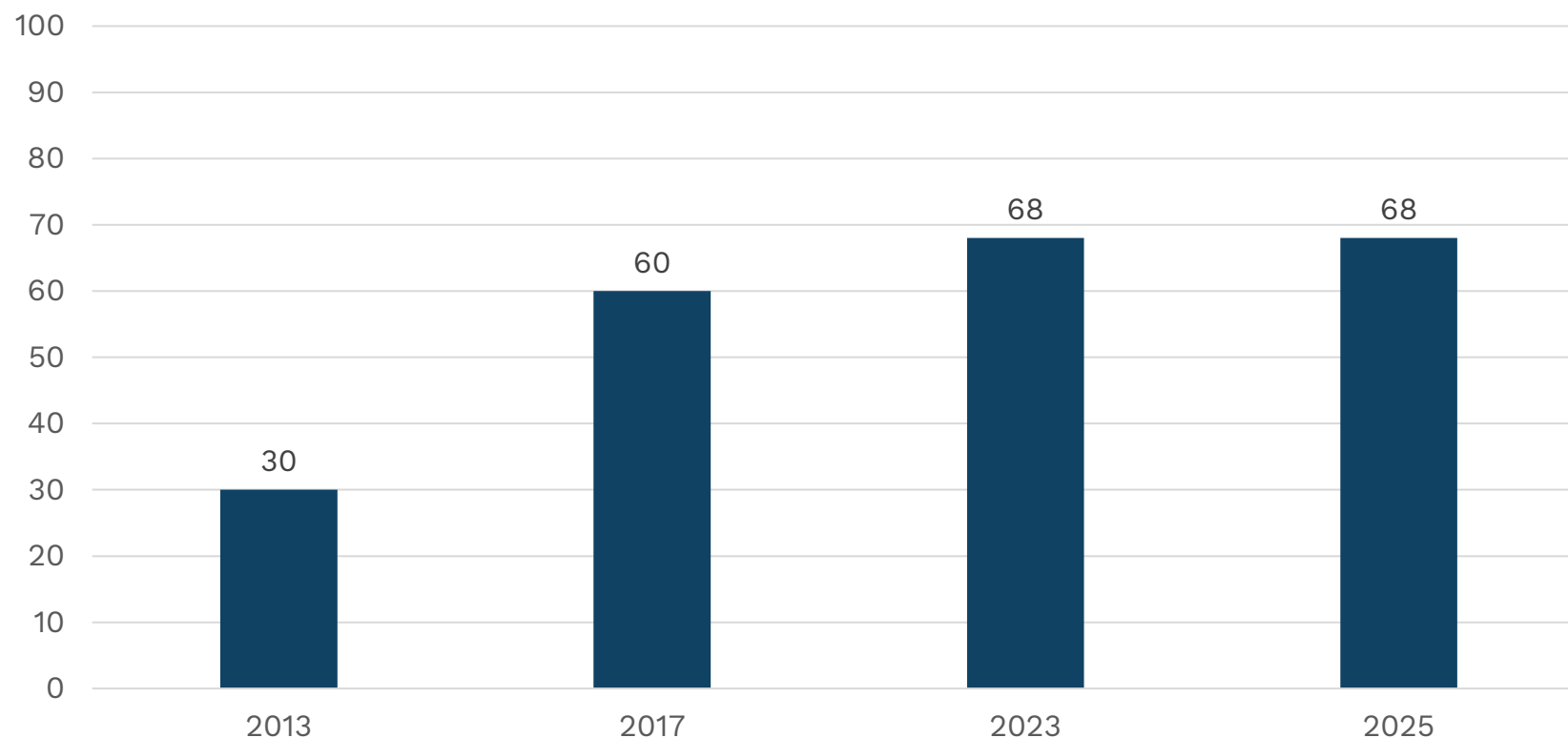


Kommunikationsresurserna varierar kraftigt mellan kommuner av olika storlek: stora städer kan ha dussintals kommunikationsansvariga, medan små kommuner kanske inte har en enda heltidsanställd kommunikationsspecialist.

Kommunikationsenkäten 2025:

Har kommunen en eller flera kommunikationsspecialister?

(%, 2013 n=163, 2017 n=174, 2023 n=181, 2025 n=196)

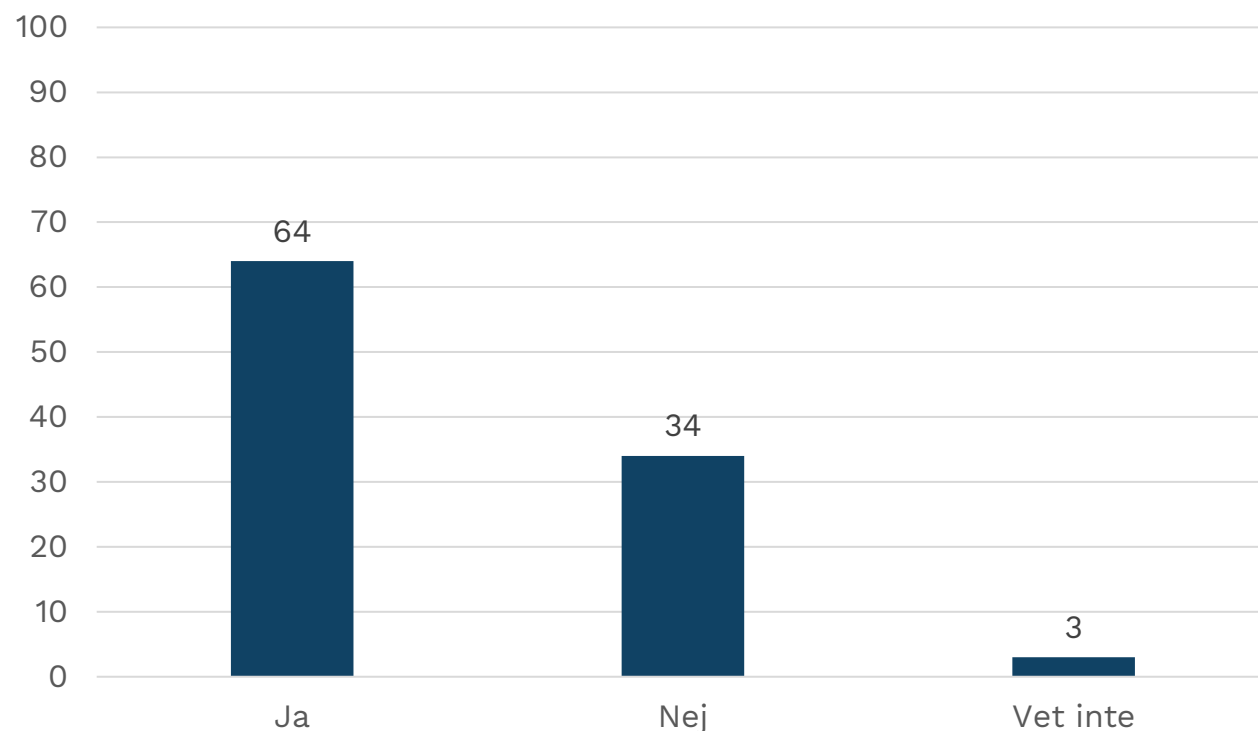


Antalet kommuner med minst en kommunikationsansvarig har i stort sett varit oförändrat.

Färre små kommuner, som också är mindre benägna att ha kommunikationsansvariga, svarade på undersökningen, så siffrorna är sannolikt något lägre i verkligheten på nationell nivå.

Kommunikationsenkäten 2025:

Påverkar den ekonomiska situationen din kommuns kommunikation och marknadsföring? Om ja, på vilket sätt? (% , 2025 n=194)

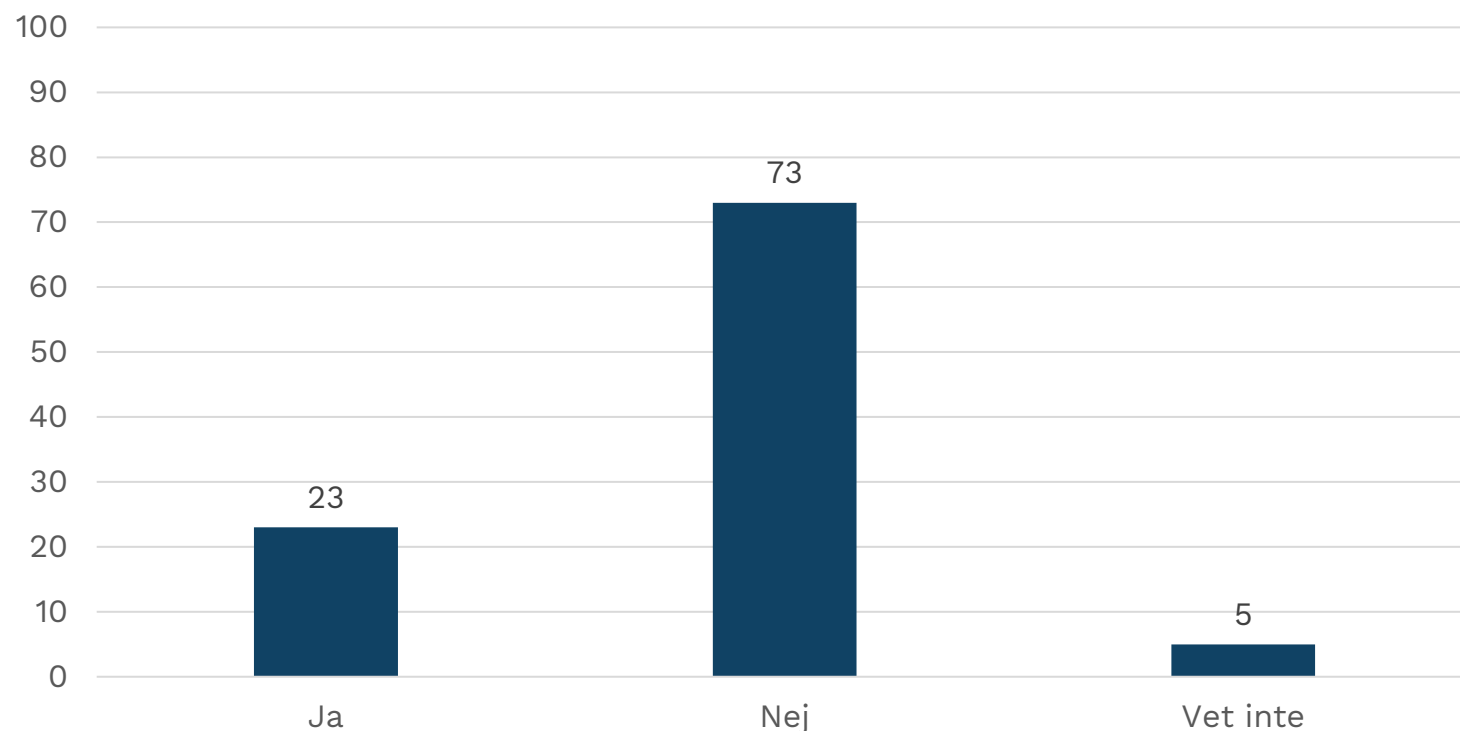


De öppna svaren visar att

1. Kommunikations- och marknadsföringsbudgetarna skärs ned, inga ytterligare medel förväntas och euron övervakas noggrannare än tidigare.
2. Planerade rekryteringar genomförs inte eller skjuts upp, och tillfällig personal anställs inte för att fylla vakanser.
3. Betald synlighet kommer att minska och outsourcade tjänster skäras ned, med en större övergång till egna kanaler och digitala lösningar.
4. Strängare prioritering vid val och genomförande av kampanjer.

Kommunikationsenkäten 2025:

Påverkade AN-reformen resurserna för kommunikation i er kommun? (%, 2025 n=193)



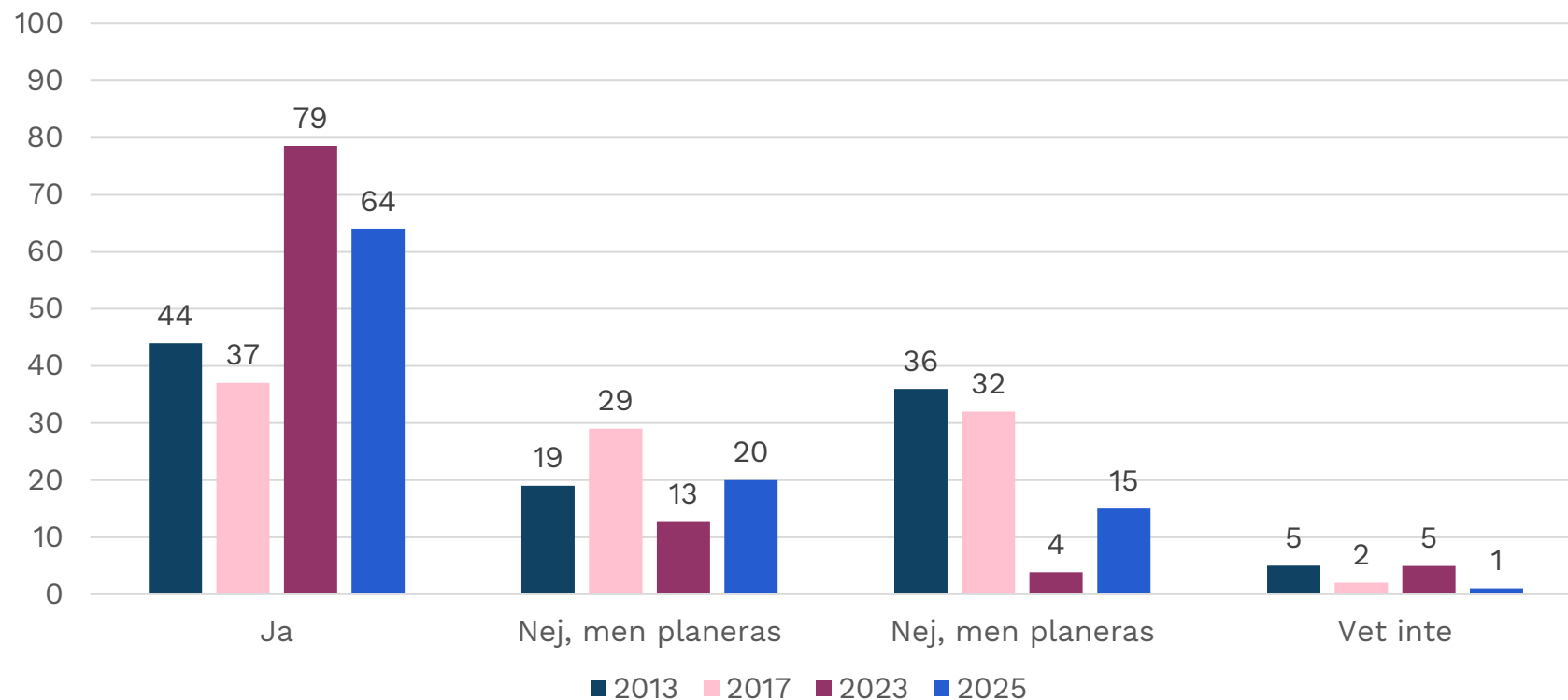
I de flesta fall ledde AN-reformen inte till några ökade kommunikationsresurser.

Utifrån de öppna svaren kan man säga att om det skedde någon ökning berodde det främst på personalförflyttningar i samband med uppgiften.

Kommunikationsenkäten 2025:

Har kommunen utöver den allmänna strategin utarbetat särskilda kommunikationsriktlinjer eller motsvarande?

(%, 2023 n=181, 2017 n=173, 2013 n=153, 2025 n=195)

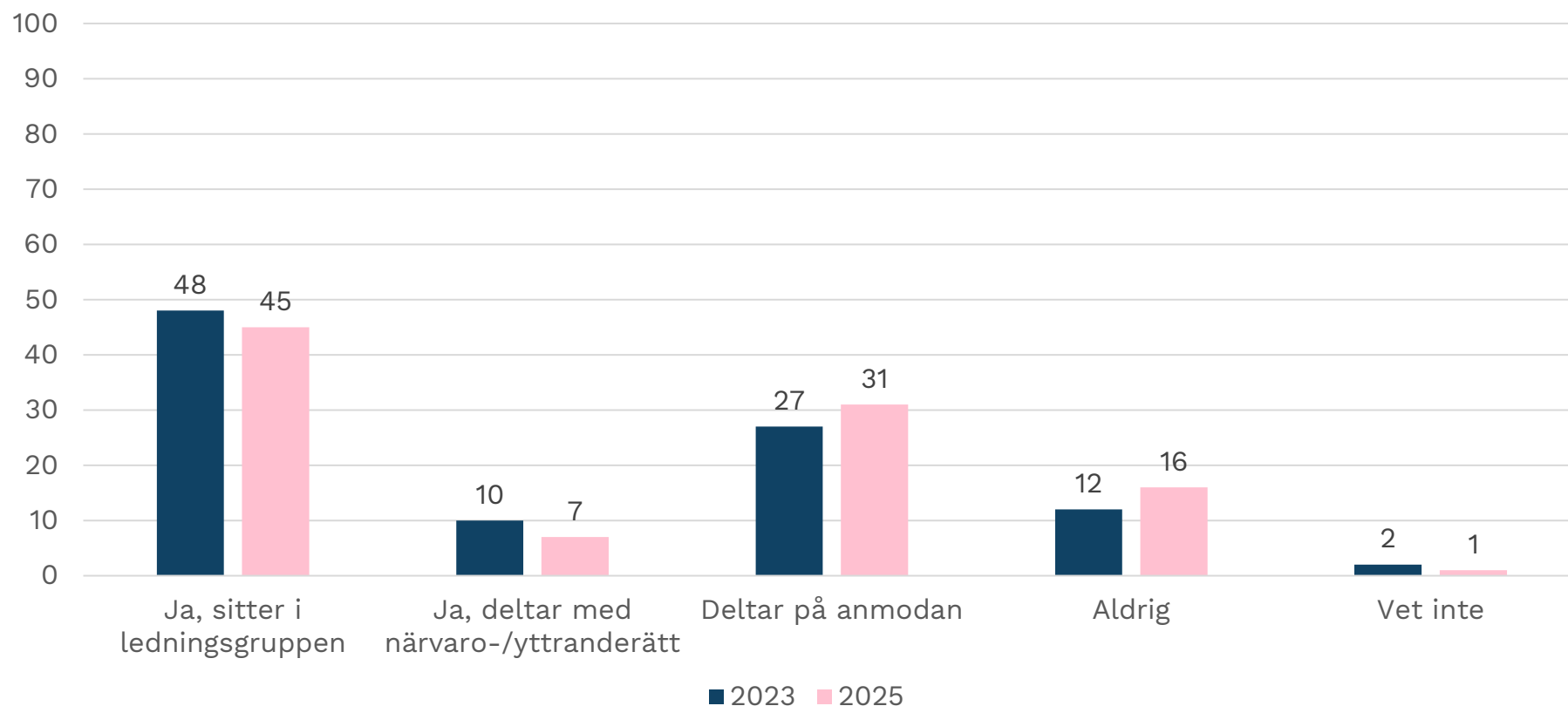


År 2013 och 2017 ställdes frågor om kommunen hade en "separat kommunikationsstrategi eller -policy".

Det innebär att resultaten inte är helt jämförbara, även om de rör samma ämne.

Kommunikationsenkäten 2025:

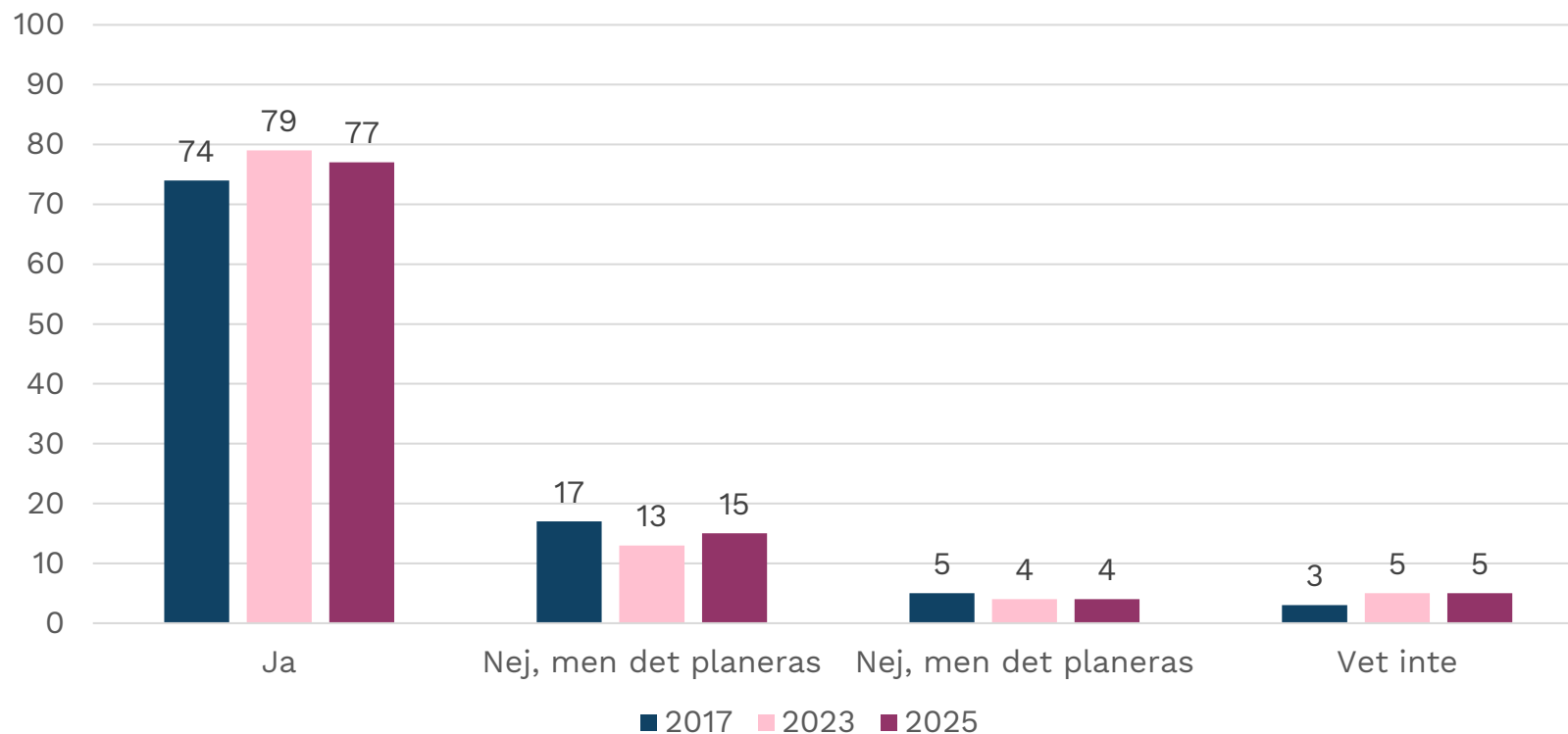
Deltar den kommunikationsansvariga i arbetet i kommunens ledningsgrupp? (% , 2023 n=180, 2025 n=195)



Enligt undersökningen deltar kommunikationsansvariga något mindre i ledningsgruppens arbete än tidigare.

Har kommunen anvisningar om kriskommunikation?

(%, 2017 n=173, 2023 n=181, 2025 n=195)



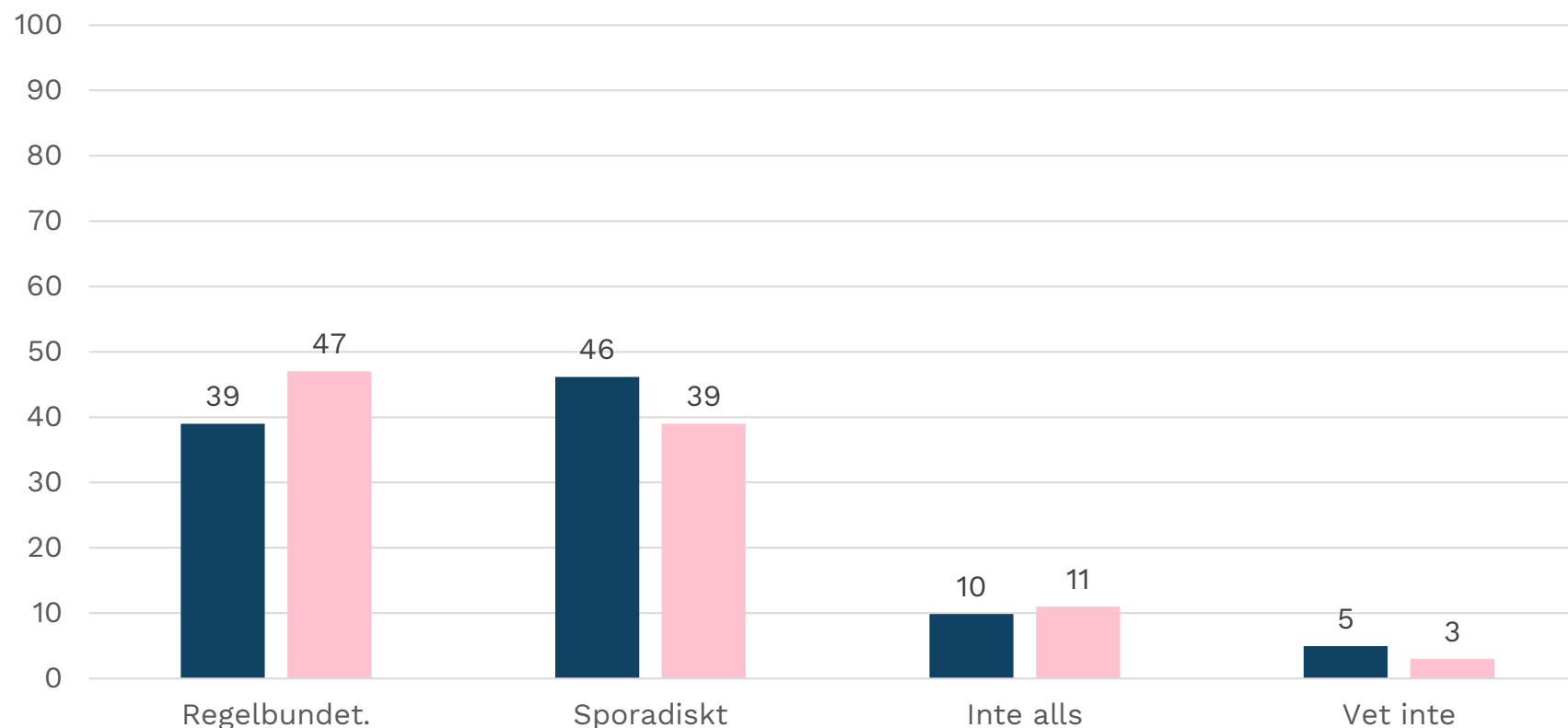
De öppna svaren frågade när riktlinjerna senast uppdaterades.

Med några få undantag har riktlinjerna för kriskommunikation uppdaterats under 2020-talet, främst under de senaste 2–3 åren.

Kommunikationsenkäten 2025:

Hur ofta övar ni kriskommunikation och kommunikation vid exceptionella situationer?

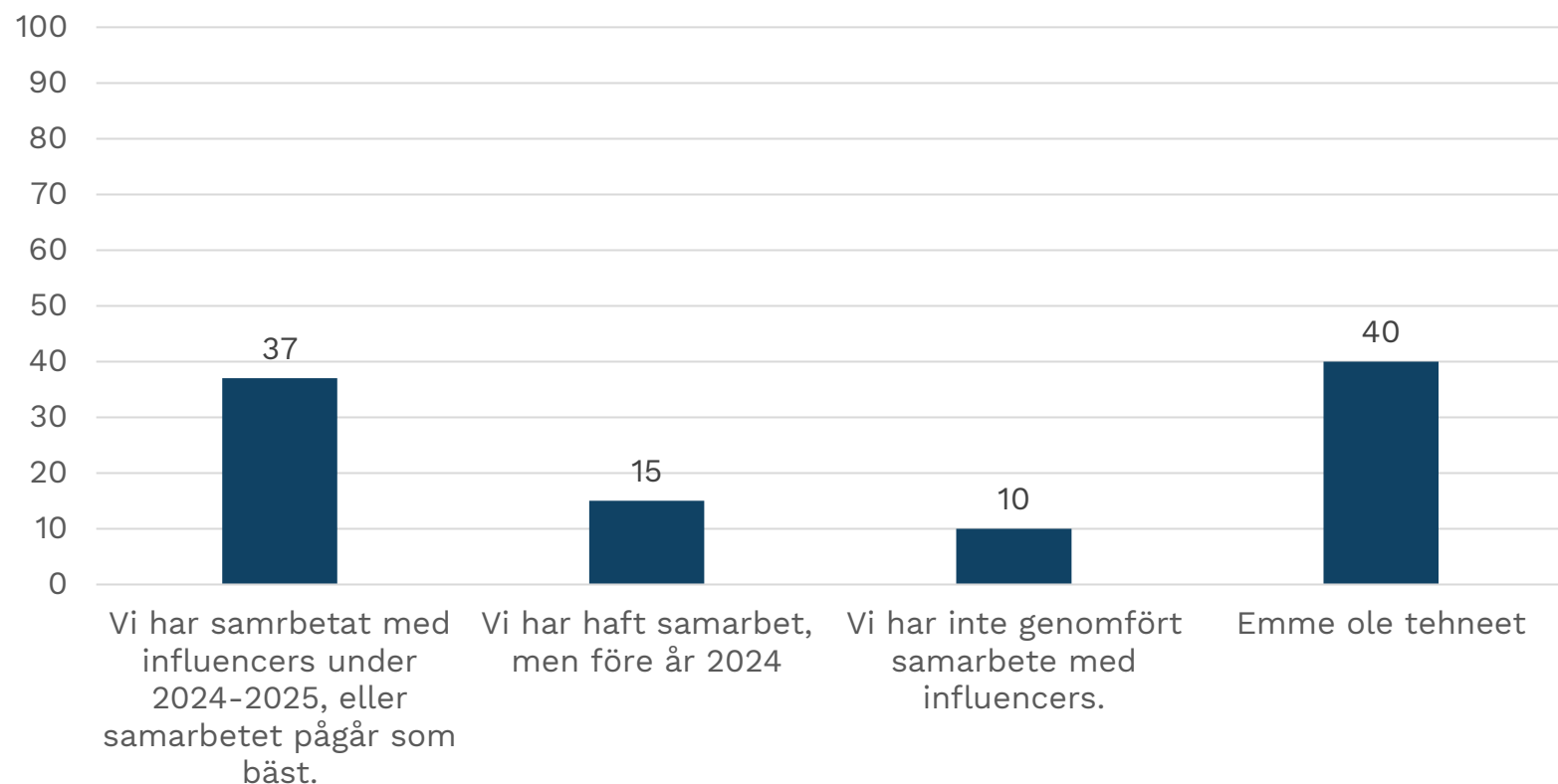
(%, 2023 n=182, 2025 n=194)



Kommunikationsenkäten 2025:

Har ni genomfört sk. influencersamarbete?

(%, 2025 n=197)

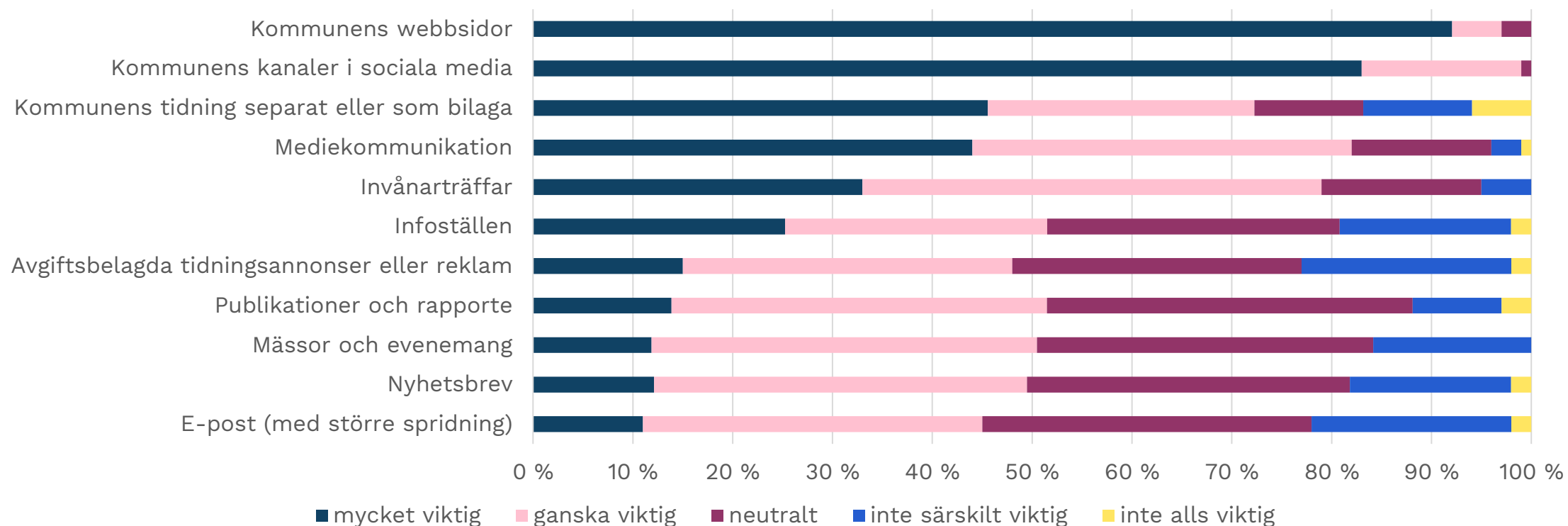


Runas puolet (52 %) kunnista tehnyt jossain vaiheessa ns. vaikuttajayhteistyötä, ja 10 % kunnista suunnittelee sellaista tekevänsä.

Kommunikationsenkäten 2025:

Hur viktiga är följande kommunikationsformer i kommunen? (om formen används) (% , n=194-195)*

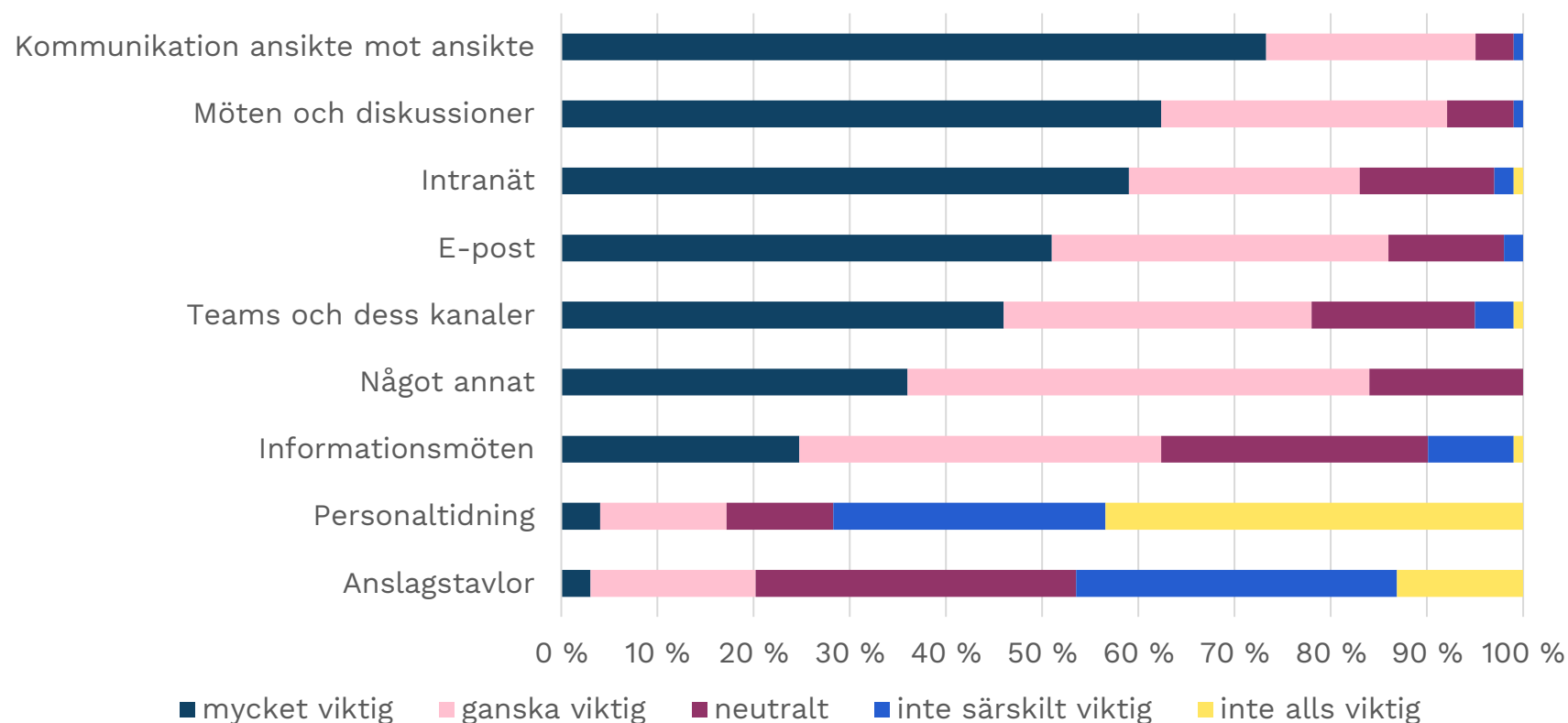
* När denna metod används i kommunen.



Kommunikationsenkäten 2025:

Användningen av olika kommunikationsformer för kommunens interna kommunikation

(%, n=194-195)

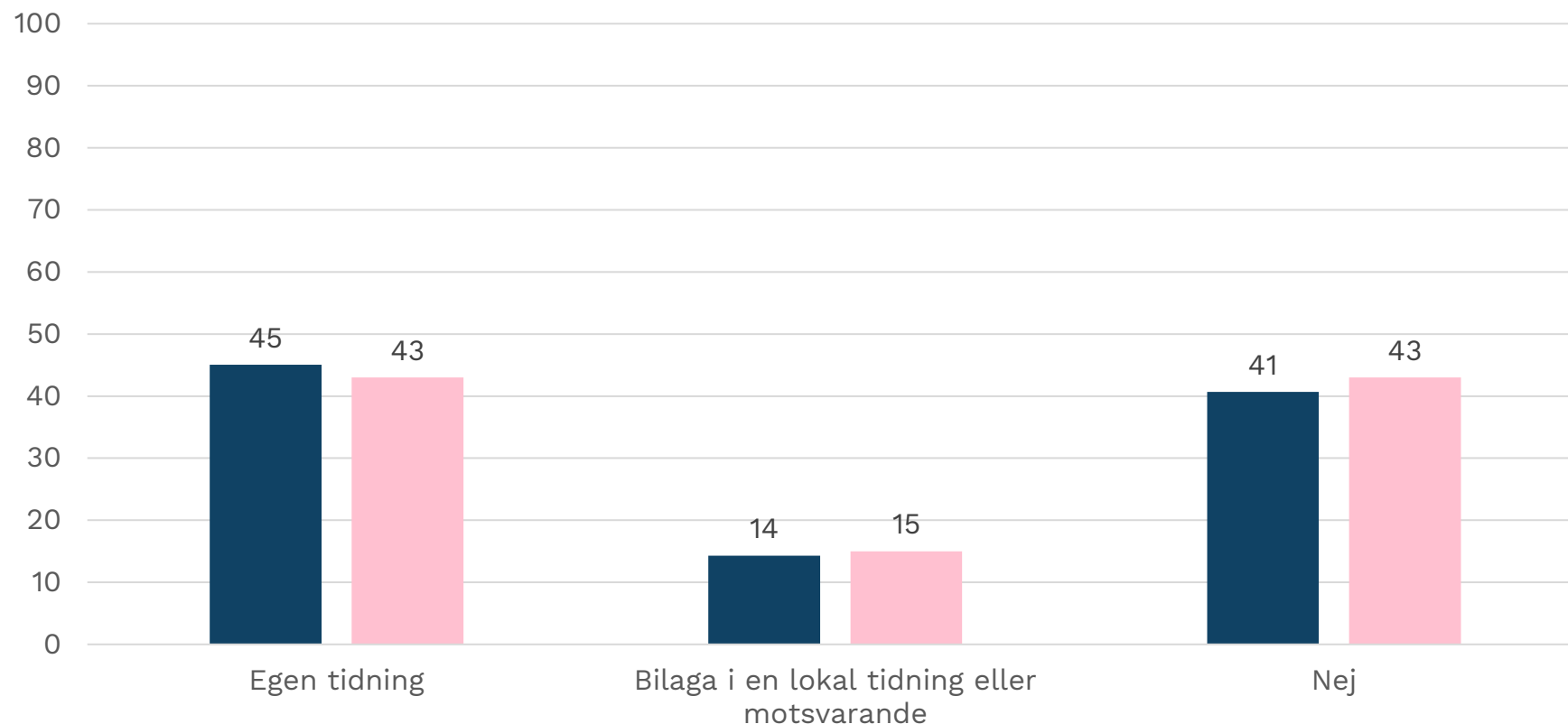


Interna nyhetsbrev, WhatsApp-grupper och användning av videor lyfts också fram i de öppna svaren.

Kommunikationsenkäten 2025:

Har kommunen en separat tidning eller ingår den i någon annan tidning, t.ex som bilaga?

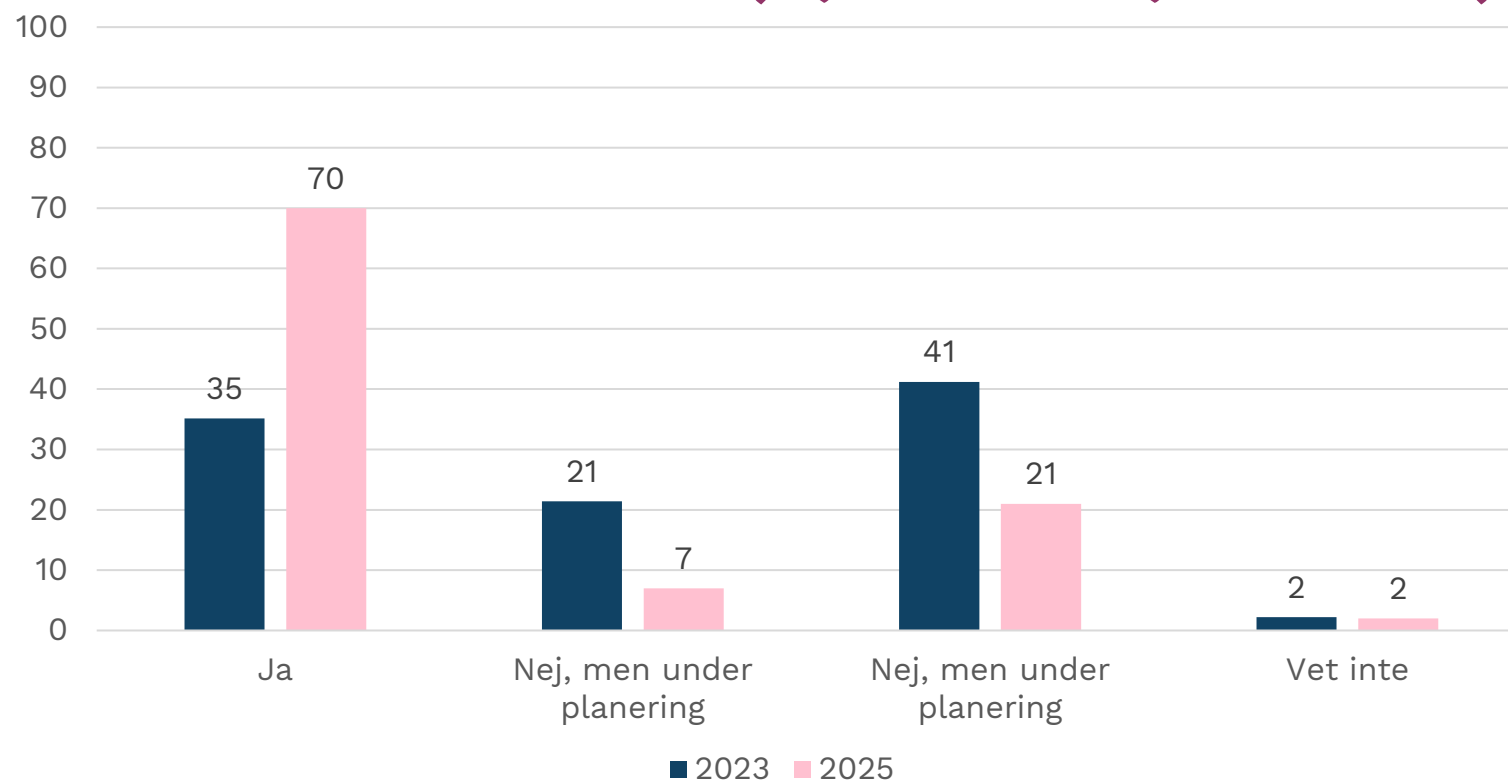
(%, 2023 n=182, 2025 n=195)



Frågor om användningen av artificiell intelligens

Kommunikationsenkäten 2025:

Användningen av verktyg som baserar sig på artificiell intelligens i kommunernas kommunikation? (% , 2023 n=182, 2025 n=195)

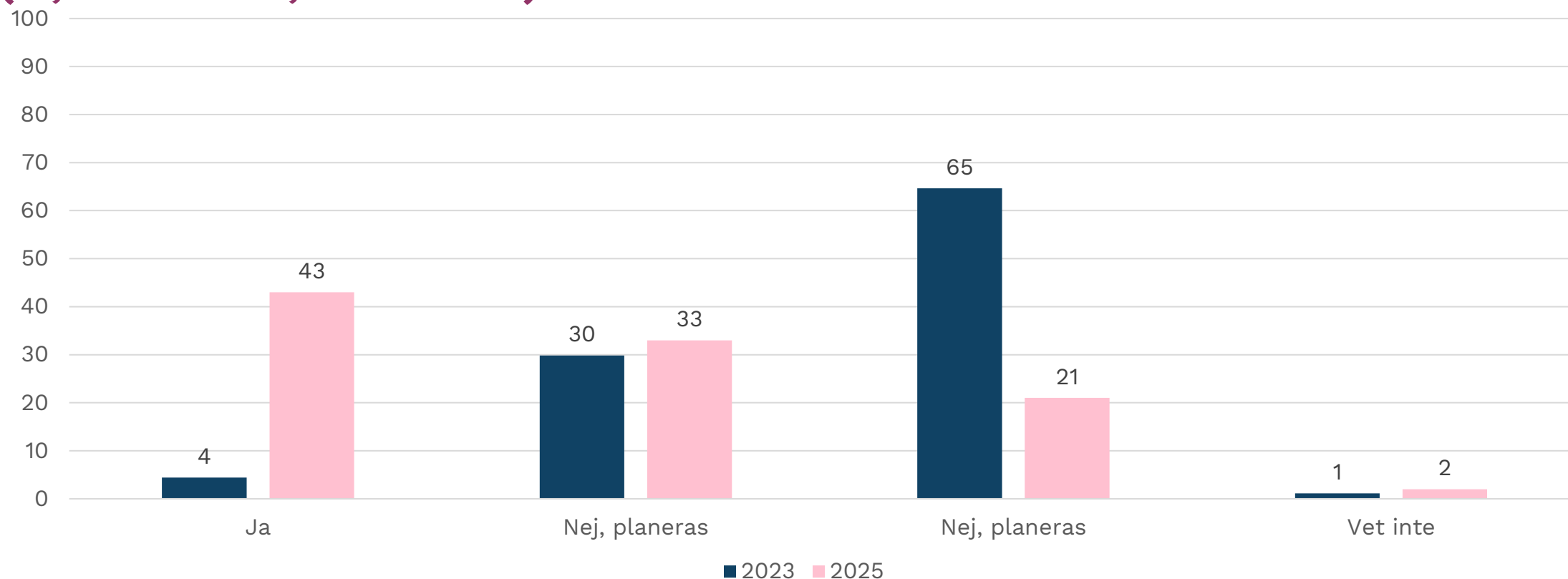


- Fyra användningsområden framträder ur de öppna svaren:
1. Artificiell intelligens som stöd för vardagliga uppgifter: textredigering, inlägg på sociala medier etc.
 2. Översättningar och flerspråkighet. Som en del av onlinetjänster.
 3. Visuell kommunikation. Både inom layout och bildbehandling.
 4. Brainstorming och design

Kommunikationsenkäten 2025:

Har er kommun riktlinjer/anvisningar för användning av artificiell intelligens?

(%, 2023 n=182, 2025 n=196)

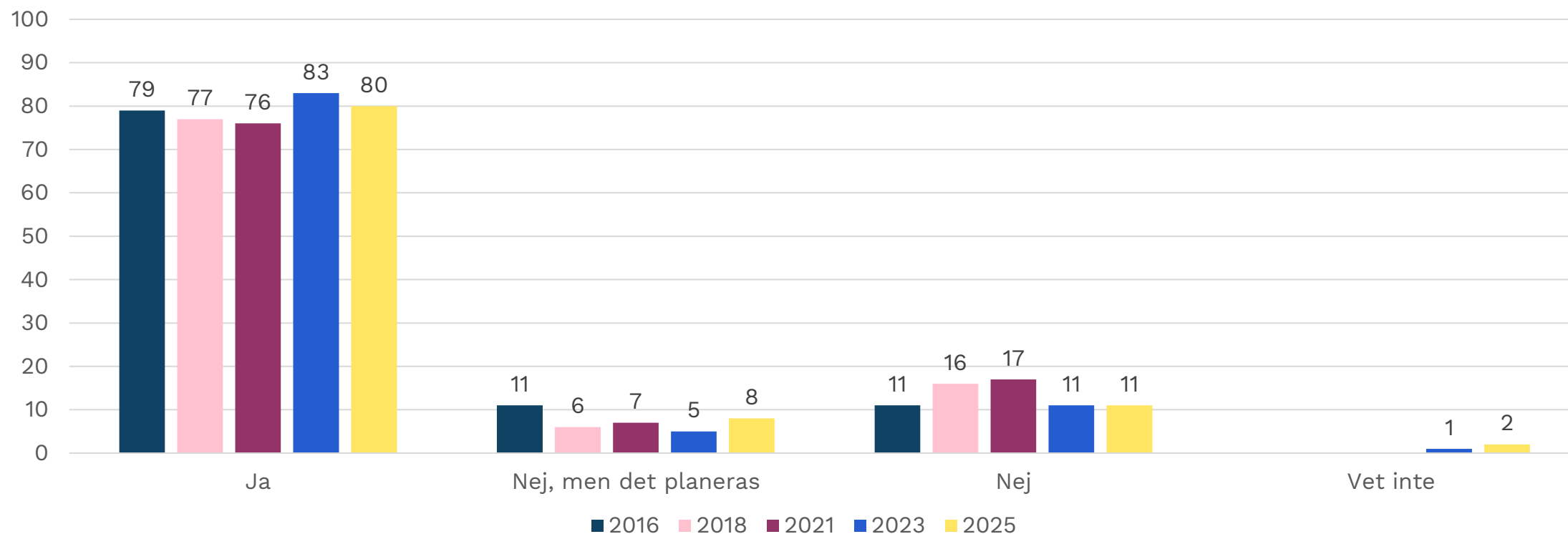


Frågor om marknadsföring

Kommunikationsenkäten 2025:

Använder kommunen något slagord, en slogan?

(%, 2025 n=197, 2023 n=182, 2021 n=155, 2018 n=111, 2016 n=114)

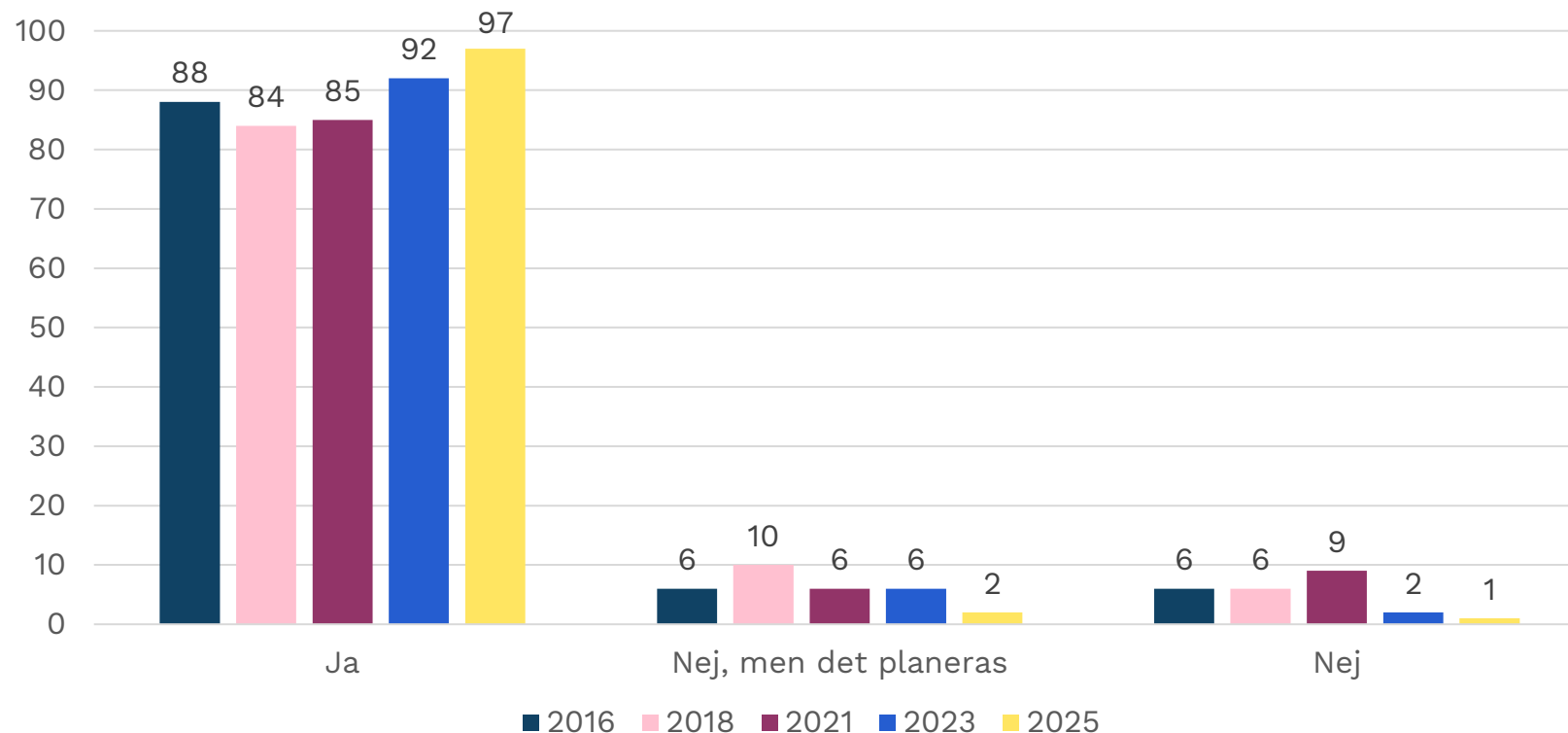


Detta frågades tidigare före 2023 i enkäten om kommunernas marknadsföring

Kommunikationsenkäten 2025:

Har man kommit överens om en gemensam visuell eller grafisk profil för kommunen?

(%, 2016 n=114, 2018 n=111, 2021 n=155, 2023 n=182, 2025 n=197)

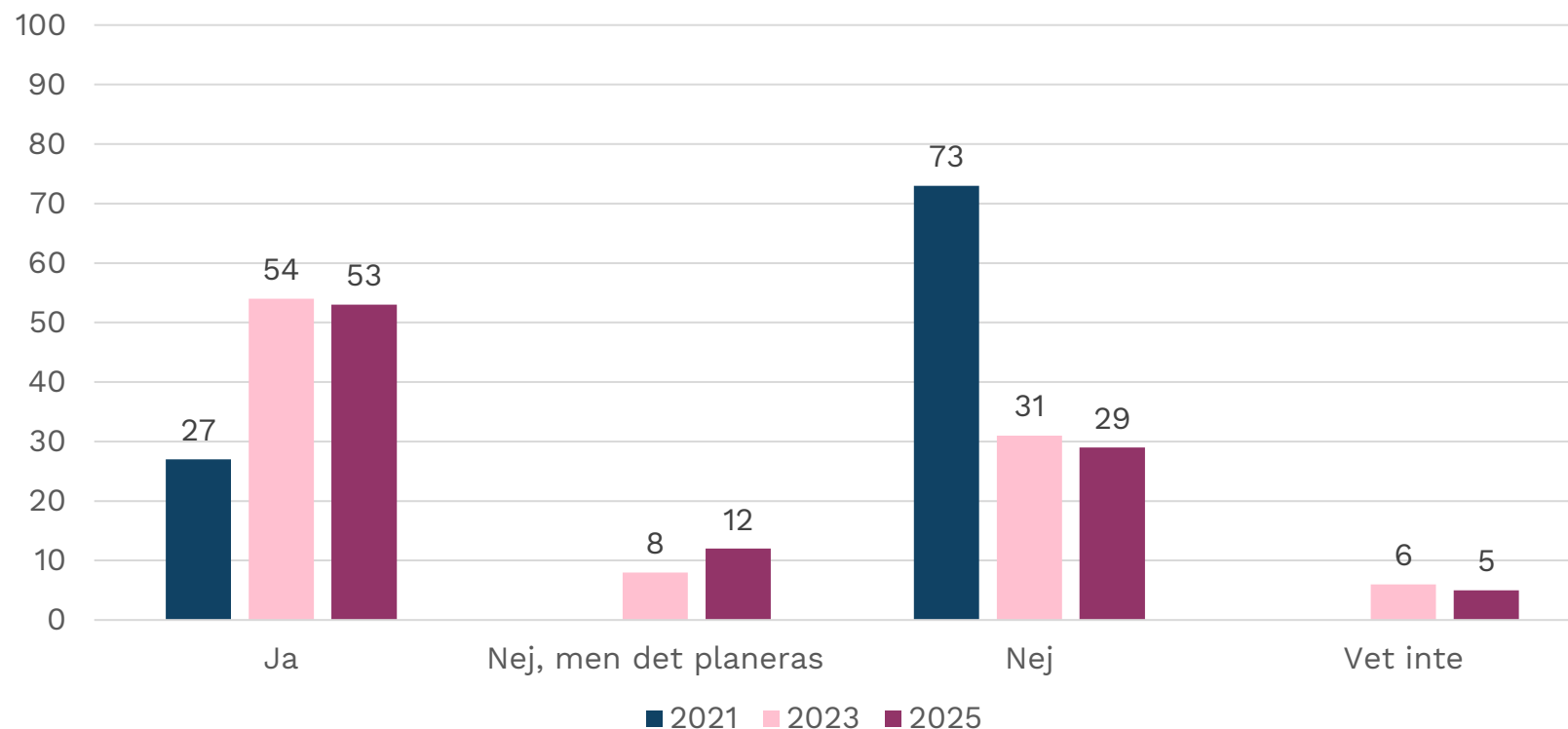


Före 2023 ställdes denna fråga som en del av kommunens marknadsundersökning.

Kommunikationsenkäten 2025:

Använder kommunen flytt- eller investeringslockbeten?

(%, 2021 n=155, 2023 n=182, 2025 n=194)



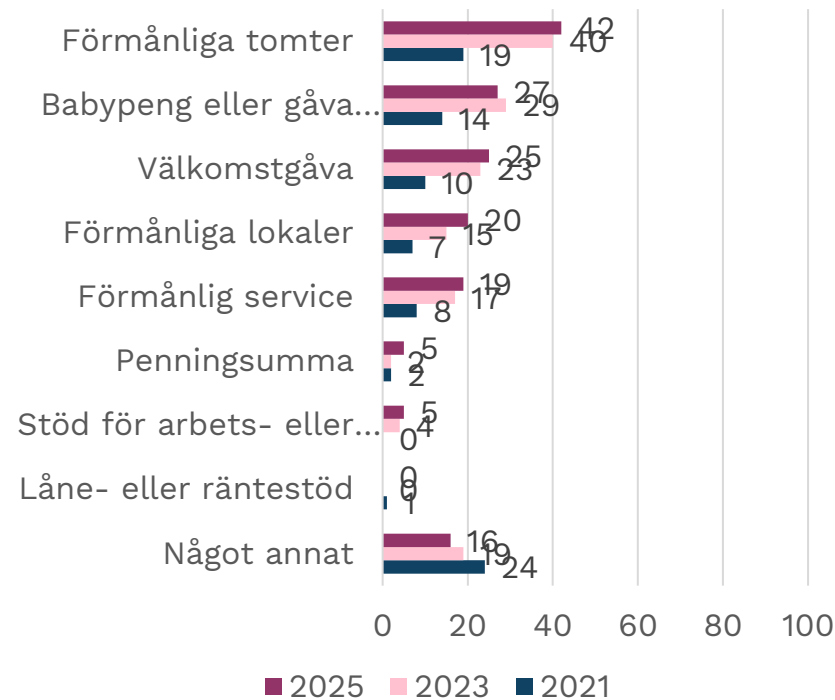
År 2021 ställdes frågan som en del av en kommunal marknadsundersökning.

Vid den tidpunkten ingick inte alternativen "nej, men det planeras" och "jag vet inte".

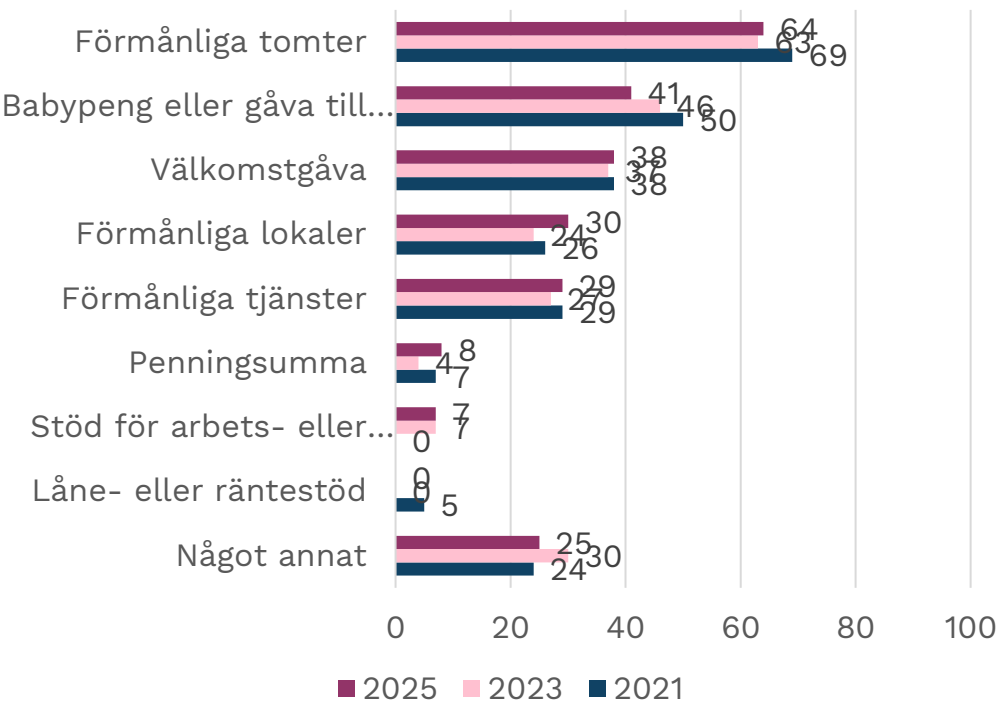
Med andra ord är siffrorna inte helt jämförbara.

Olika flytt- och investeringslockbetens utbredning i kommunerna (%)

% av de kommuner som svarade
(2023 n=182, 2025 n=197)



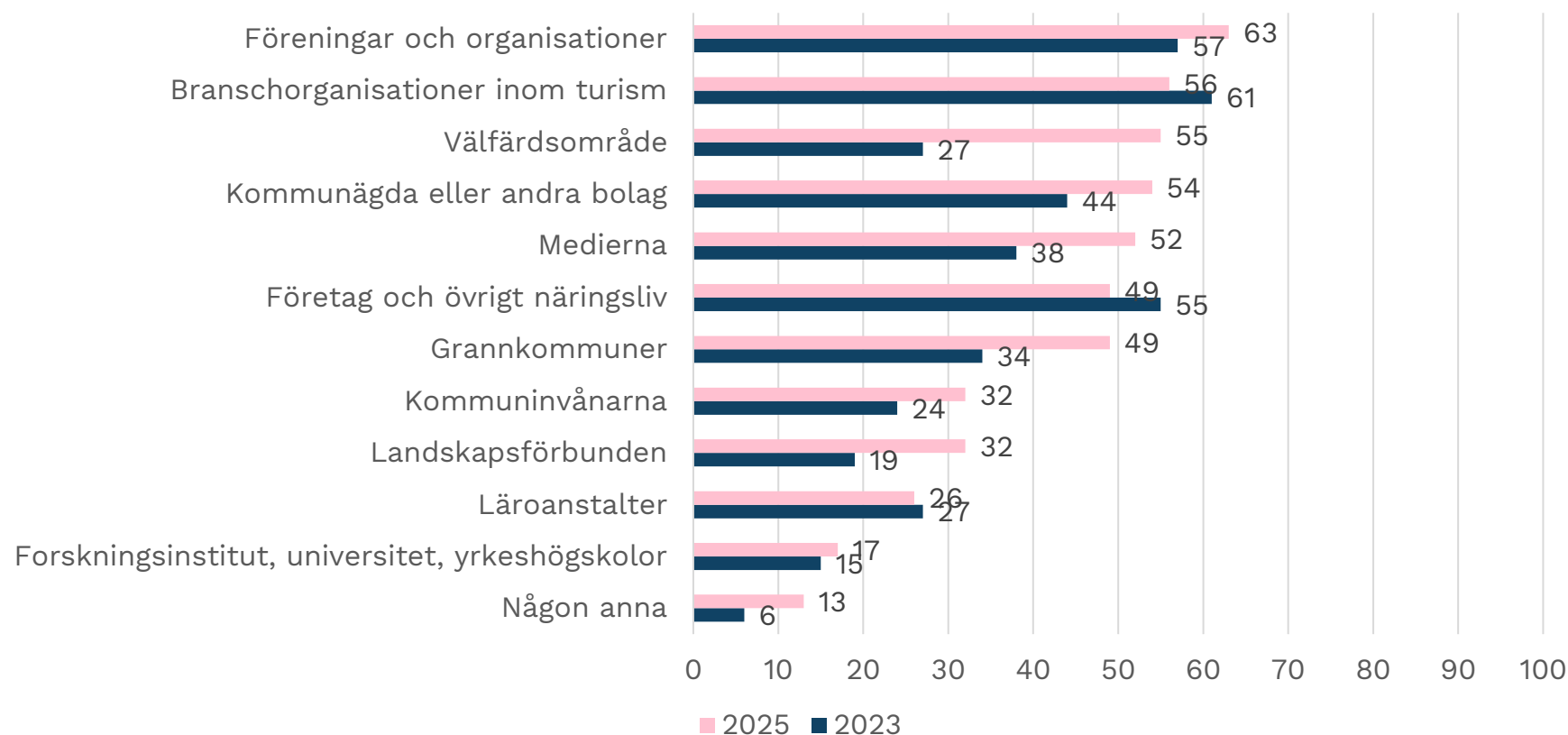
% av kommuner som använder någon form
(2023 n=114, 2025 n=130)



År 2025 använde 64 % av de kommuner som svarade någon form av migrations- eller investeringsincitament, jämfört med 54 % år 2023.

Kommunikationsenkäten 2025:

Aktörer som kommunerna samarbetar med systematiskt i marknadsföringen (% , 2023 n=171, 2025 n=184)

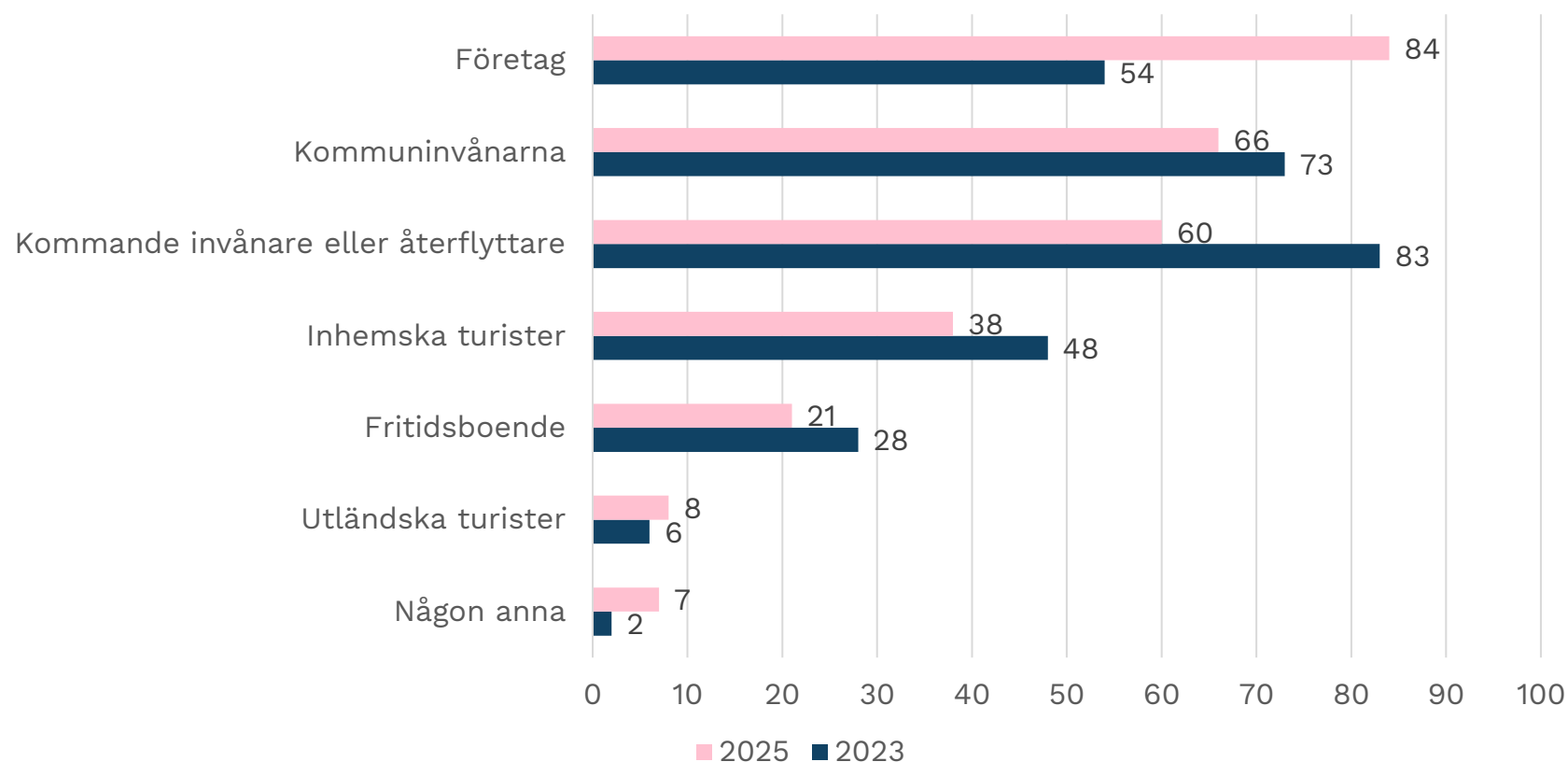


Marknadsföringssamarbetet bedrivs oftast med föreningar, turistorganisationer, hälso- och friskvårdsanläggningar och kommunägda företag.

Kommunikationsenkäten 2025:

Vilka är enligt dig de viktigaste målgrupperna för din kommuns näringslivspolitiska kommunikation?

(%, 2025 n=196, 2023 n=180)



Respondenterna fick välja upp till tre alternativ.

Närmare upplysningar

Tony Hagerlund

Utvecklingschef för kommunikationen, Kommunförbundet

tony.hagerlund@kommunforbundet.fi

050 526 2158



www.kuntaliitto.fi

The background of the image is white, covered with various pinkish-red ink splatters and brushstrokes. These marks are scattered across the entire frame, with some forming larger, more defined shapes and others being small, isolated dots or streaks. The overall effect is a textured, artistic backdrop.

**KUNTA
LIITTO**