

**Rahandusministeeriumi kommunikatsioonistrateegia**

## Lühikokkuvõte – rahandusministeeriumi kommunikatsiooni raam

---

### Mida võtsime aluseks?

Aluseks võtsime rahulolu uuringu, institutsioonide usaldusväarsuse seireuuringu, süvaintervjuud võtmeisikute ja sihtrühmade esindajatega. **Eesmärk oli kaardistada hoiakud, teadlikkus ja ootused rahandusministeeriumi kommunikatsioonile.**

### Millised olid põhilised järeldused?

**Rahandusministeeriumi meediakuvand** on väga suures sõltuvuses ministri ja valitsuse otsustest, eraldi ministeeriumi teemasid, ekspertarvamust ning tegevust on raske eristada. Inimesele n-ö tänavalt ja põllult on **meedia kaudu tekkiv pilt ministeeriumi rollist keeruline** mõista ning seotud pigem maksutõusude ja eelarve lappimise teemadega. **Partnerid hindavad ministeeriumi inimesi kõrgelt, tööd professionaalseks**, näevad võimalust senisest enam tuua fookusesse eelarve lihtsam kommunikatsioon, rahatarkus ning riigiametnike kuvand. Võtmeisikud soovivad kommunikatsiooni **muuta proaktiivsemaks, lihtsamaks ning selgepiiriliseks.**

### Mis suunas liikuda?

- Nihutada rahandusministeeriumi maine partnerite ja avalikkuse seas **poliitikuteks sõltumatumaks ning inimeste igapäevaeluga suhestuvaks**, mis toetab ka usaldusväarsuse kasvatamist.
- **Luua lihtsad formaadid ning selged sõnumid 3–4 fookusteemas**, mis on aluseks mõistmise tekkimisele ning muudab ministeeriumi rolli arusaadavamaks ka laias avalikkuses.
- **Tugevdada rahandusministeeriumi rolli finantsteadlikkuse kasvatamises**, mis on teadliku, aktiivse ja toimetuleva ühiskonna alus, ministeeriumi vastutus ning võimalus suhestuda igapäevaeluga
- Hoida läbivalt positsioneerimist tänasest poliitikutele nõuandjast **eksperdiksi, kes seisab meie kõigi rahakoti eest** (nii riigieelarve tervis kui inimeste rahatarkus).

### Mis on kontekst?

Peame arvestama, et kogu strateegia väljatöötamisele ja elluviimisele annab raami: värskelt ametisse asunud valitsus, kestev majanduslangus ja edasiste arengute vähene ettenähtavus; valusad maksutõusud; riigi üldine kokkuhoiukava ja kärpekäärid; europarlamenti valimised aastal 2024.

### Kuhu tahame jõuda?

- Nähtavad ja inimestele arusaadavad formaadid riigi ja igaühe rahakoti suuruse ning täitumise mõistmiseks.
  - Selged fookusteemad ning eristuva sõnaga ekspertide ring.
  - **Kinnistada ministeeriumi rolli, kes piltlikult öeldes hoiab riigi rahaasjad korras, poliitikute pea külma ja inimeste jalad soojas.**
-

## Olukord täna

### Usaldusväarsuse ja rahulolu uuringud

Riigikantselei septembris 2023 tellitud avaliku arvamuse seireuuringu<sup>1</sup> järgi **usaldab 39% Eesti elanikest valitsust**, varasematel aastatel on see ületanud 50% künnise. Sama uuringu järgi on langenud usaldus ka riigikogu (32% usalduse osakaal) ning presidendi institutsiooni (69%) vastu. On näha, et majanduslikult ja julgeoleku vaates ebakindlal ajal kasvab inimeste usaldamatus riigi juhtide, kogu avaliku sektori ja poliitikute vastu.

Rahandusministeeriumi oktoobris 2023 läbi viidud töötajate pühendumuse uuringu järgi on **töötajate pühendumuse indeks veidi üle ministeeriumite keskmise**. Töötajate üldine rahulolu on Tripodi võrdlusgrupiga võrreldes keskmisel tasemel, organisatsiooni soovimine ja **lahkumise kaalumise keskmisest veidi kõrgemal**.

### Kommunikatsioonipraktikad

Rahandusministeeriumil on peamiste kommunikatsioonikanalitena **kasutusel koduleht, rahablogi, Facebooki, Youtube'i, LinkedIni ja Instagrami kanalid**. Lisaks saadetakse kuus keskmiselt 15–16 pressiteadet, korraldatakse kaks korda aastas majandusprognoosi teemal pressikonverentse, korraldatakse kohtumisi ja seminare partnerite ning huvirühmadega.

Kommunikatsioonijuhenditest on olemas sisekommunikatsiooni põhimõtted, välissuhtluse kontseptsioon, infoliikumise kord kriisiolukordades, meediaga suhtlemise põhimõtted ning nägemus sotsiaalmeedia kanalite kasutamisest.

### Intervjuud võtmeisikute, ajakirjanike ning partneritega

Võtmetöötajate ja partnerite arvamuste ja hoiakute kaardistamiseks viisime läbi **süvaintervjuud 10 inimesega**. Rahandusministeeriumi kuvandit **avalikkuses** tajutakse mitmepalgelisena, kuid pigem neutraalse/positiivse kui negatiivse. Mainet koostööpartnerite silmis hinnatakse pigem tugevaks.

**Aktuaalsete ja esmaste fookusteemadena tõsteti esile:** riigieelarve (tasakaal, menetlus), maksud (automaks, maksukoormus) ja finantspoliitika (rahatarkus). Viimase aja algatustest leidsid positiivset ära märkimist: Riigieelarve juhtimislaud – alternatiiv 500 lehekülje lugemisele; MONEYVAL raport – hea koostööprojekt; Automaksu kommunikatsioon; Riigireformi kommunikatsioon.

Ootuspäraselt on kommunikatsiooni osas ministeeriumi enda võtmeisikute, partnerite ja ajakirjanike ootused erinevad, aga leidub ka mitmeid ühisosasid. **Korduvalt ja läbivalt kõlas ootus olla rohkem proaktiivne (elteavitused, rakendused, briifingud) ning keskenduda kvaliteedile, olla avalikkuse jaoks arusaadavam**. Pea kõik küsitletud märkisid, et tasakaalu ongi keeruline leida, kui teemasid on palju ja poliitilised suunised taustal.

**Ministeeriumi kommunikatsioon sai tervikuna nii kiitust** kui veidi ka laimust, kusjuures viimasega koos väljendati selgelt, et põhjus pole ebaprofessionaalsuses, vaid ressursipuuduses. Nii ministeeriumi enda kui välised inimesed tõdesid, et teemad on

---

<sup>1</sup> <https://www.riigikantselei.ee/uuringud>

keerulised ja mõnikord ei suudeta neid arusaadavaks teha. Lisaks kipuvad ametnikud olema kantseleitliku kõneviisiga, mis ainult võimendab keeruliste teemade ebaselgust.

Mitu inimest märkis, et **kõneisikute ringi võiks laiendada ja koolitada**, eraldi märgiti, et asekanstlerid võiksid võtta kommunikatsioonis regulaarsema ja suurema rolli. Siiski partnerid ei osanud spontaanselt nimetada väga paljusid kõneisikuid peale ministri, kanstleri ja Sven Kirsipuu (korra ka Kaur Kajakut ja Evelyn Liivamäge).

### Meedia analüüs

Perioodil 01.10.2021–30.09.2022 oli kokku Rahandusministeeriumit puudutavaid kajastusi 10675, seevastu perioodil 01.10.2022–30.09.2023 oli kajastusi kokku 12332. **Kõige kõrgem oli meediakajastuste arv 2023. aasta septembris, mil keskseteks teemadeks olid automaks, riigieelarve, valitsussektori eelarve puudujääk ning ametnike palgakasvu kärbe.** Kõige madalam aga 2023. aasta veebruaris, mil peamiselt räägiti valimislubaduste uuringust, maapiirkondade taotlusvoorst arengu hoogustamiseks ja hoiu-laenuühistutest.

Üha jõulisemalt kasvab eelkõige onlineuudiste tarbimine, seega ootuspäraselt oli vaadeldud perioodi jooksul meediakajastuste poolest suures ülekaalus just online-meedia. Sellele järgnesid raadio ja regionaalsed lehed. Teistest tahapoolt jäid üleriigilised ajalehed, TV ja ajakirjad. Rahandusministeeriumiga seonduvaid teemasid on enim kajastanud : Vikerraadio, Raadio Kuku ja ERR uudisportaal.

**Rahandusministeeriumi nähtavus meedias ja kajastuste arv on tugevas korrelatsioonis ministri kajastatavusega.** Vaadeldaval perioodil on olnud ametis kolm rahandusministrit – Keit Pentus-Rosimannus (kuni 19.10.2022) Annely Akkermann (kuni 17.04.2023) ja Mart Võrklaev (ametis). Neist on kõige enam keskmisi mainimisi kuu lõikes pälvinud Võrklaev ning sellega on oluliselt tõusnud ka rahandusministri ja -ministeeriumi keskmine kuine mainimiste arv.

**Rahandusministeerium on esindatud sotsiaalmeediakanalites: Facebook, LinkedIn, Instagram, Twitter/X, Youtube.** Kokkuvõtlikult soovitame peamise fookuse seada Facebooki ja LinkedIni kanalitele, esimene neist on kõige suurema kasutajaskonnaga, mis teeb sellest hõlpsaima võimaluse sotsiaalmeedias võimalikult paljude inimesteni jõuda. LinkedIn on aga organisatsiooni kuvandi ja professionaalsete võrgustike loomisel oluline.

Sotsiaalmeediaga on head tööd tehtud, ministeerium on pildis ning nähtavus regulaarne. Tulemuslikkuse suurendamiseks on mõttekas kanalite sisu sihtrühmade põhiselt veelgi täpsemalt sihtida ning julgemalt kasutada inimeste igapäeva puudutavaid teemasid, haaravaid visuaale ning üleskutseid.

## Strateegiline alus

Selgema ülevaate saamiseks koondame siia põhijäreldused strateegiliste suundade väljatöötamisel.

### Tugevused

- Kõrge nähtavus meedias, orgaaniline meediahuvi suur.
- Hea kuvand partnerite seas – professionaalne.
- Väljakujunenud ja regulaarselt toimivad kommunikatsioonipraktikad, sh
  - toimiv ja sujuv sisekommunikatsioon
  - professionaalne ja stabiilne reaktiivne meediakommunikatsioon
  - regulaarne sotsiaalmeedia sisu.
- Meedia ja partnerite mõistev suhtumine, sh arusaam, et poliitiline mõju kommunikatsioonile on suur.
- Arvamusliider prognoosi ja eelarveküsimustes.
- Eelarve ja maksuteemad meedias väga nähtavad, hea rahatarkuse kommunikatsioon.
- Professionaalne ja asjatundlik kõneisikute ring.
- Toimivad ja ammendavad kanalid
  - meediaga suhtlemiseks
  - partneritega
  - töötajatega
- Ministri valmisolek kommunikatsiooni panustada.

### Võimalused

- Konsensuslik nägemus kommunikatsiooni eesmärkidest ja mainekujundamise olulisusest.
- Selgem positsioneerimine avalikkuses
  - sh tavainimese suunas tegevused, sõnumid
  - riigi ja inimeste rahakoti mõistmist hõlbustavad rakendused
- Proaktiivsuse tagamine:
  - fookusteemade kokkuleppimine
  - tervikliku kvartaalse plaani loomine
  - sisu/kommosakondade koostumised
  - eelbriifingud meediale
- Kõneisikute ringi tugevdamine

### Nõrkused

- Avaliku sektori ja ministeeriumide üldine madal usaldusväärsus.
- Teemade poliitiline laetus, sh palju suuri muudatusi maksudes, toetustes.
- Kuvand avalikkuses ebamäärane, selge rolli tajumine keeruline või seotud maksutõusude, ebapopulaarsete otsustega.
- Ministri domineerimine meediapildis, mis varjutab kohati ekspertide arvamused, sõnumid.
- Kõneisikute kitsas ring, nende spontaanne tuntus madal.
- Kommunikatsiooni proaktiivsuse tase ei vasta osade võtmeisikute ja ajakirjanike ootustele.
- Ressursinappus kommunikatsioonialgatuste ja muutuste elluviimiseks.
- Ebaühtlane fookusvaldkondade esindatus meedias.
- Sotsiaalmeedias sihtrühma kaasatuse tase ebaühtlane.

### Ohud

- Jõuline poliitiline sekkumine või ka vastupidi otsustamatus.
- Ressursipuudus
  - uute algatuste ellukutsumiseks
  - inimeste hoidmiseks
  - kommunikatsioonivõimekuse tagamiseks
- Personalirisk
  - inimeste rahuolematuse kasv seotuna keeruliste ja turbulentsete aegade
  - kõneisikute ringi kokkukuivamine
- Ministeeriumi maine halvenemine.

- regulaarsed koolitused
- teadlik tegevuste planeerimine
- juhendite loomine
- Usaldusväarsuse ja teemade teadlikkuse kasvatamine
  - andmete visualiseerimine
  - lihtsate rakenduste ja formaatide loomine
  - teemalehtede loomine fookusteemades
- Sotsiaalmeedia strateegia tugevdamine
  - sihtrühmale disainitud infovoog
- Selge nägemus kriisikommunikatsiooni juhtimisest.

- kinnijäämine üksikutesse teemadesse – nt automaks, limpsimaks jne
- seotuna üleüldise avaliku sektori usaldusväarsuse kahanemisega
- seotuna oponentide avaliku kriitikaga
- Majanduskeskkonna halvenemine ning uute kärpemeetmete vajalikkus, mis mõjutab kogu ministeeriumi töövoimet, motivatsiooni.
- Kommunikatsiooni ebapiisav väärtustamine.

## Edasised suunad

- **Eksperti maine tugevdamine.** Rahandusministeeriumi ametnikke hinnatakse kõrgelt nende ekspertpädevusest johtuvalt, aga ministeeriumi mainet mõjutab liigselt poliitiline taust, mis on muutlik ja mille kuvand on alati ja arusaadavate põhjustel nõrgem. Rahandusministeerium ei saa mõistagi ajada alternatiivset poliitikat, kuid saab olla vajadusel ravimiks palavikuliselt kuumadele poliitilistele ideedele.
- **Nägu rohkem Eesti inimese poole.** Rahandusministeeriumil ei ole vastutus ainult poliitikute ees, vaid ka ühiskonna finantsteadlikkuse kasvatamisel ja hakkamasaamisel laiemalt. Mõned näited, mis selle eesmärgi saavutamisele võiks kaasa aidata: lihtne ja visuaalne kommunikatsioonikeel; maksudega seotud kalkulaatorite koondamine ühele maandumislehele ja nende sidumine erinevate riiklike registritega; igakuise majanduse tervise baromeetri avaldamine ja kommenteerimine; näoga inimeste poole suunatud sotsiaalmeedia, kus on oluliselt vähem lipsustatud ametnikke, koosolekuid ja käesurumisi ning oluliselt rohkem praktilist infot ja rahatarkust.
- **Rohkem proaktiivset kommunikatsiooni.** Proaktiivsuse huvides on oluline: kommunikatsiooni aastaplaani ja detailsemate kvartaliplaanide koostamine, regulaarne ülevaatamine ja täitmise jälgimine.
- **Fookusteemade ja kanalite parem sihtus.** Rahandusministeeriumi teemadering on väga lai ja kui üritada neist kõigist avalikult rääkida (eriti veel proportsionaalselt), siis lähevad olulised sõnumid kaotsi ning avalikkusele jääb mulje, et seal tegetakse kõige ja samal ajal mitte millegagi. Teeme ettepaneku sättida kommunikatsioonifookus 4–5 põhilisele teemale ning leida nende kommuniqueerimisel ka regulaarselt üles astuvad eksperdid, kõneisikud. Kõik teemad ei saa olla korruga ja samaaegselt fookuses, osade teemade vastu puudub ka avalik huvi.
- **Lihtne ja visuaalne kommunikatsioon.** Tavainimesele keerulises keeles asjade selgitamine ei tekita juurde usaldusväarsust ega paranda mainet, pigem vastupidi. Selle aluseks ei ole mitte ainult kommunikatsiooniosakonna pädevus, vaid ka kõneisikute kõrge kommunikatsioonivõimekus ja -valmisolek. Näiteks selge sõnumi koolitused kõneisikutele

või kodulehele oleva eelarve juhtimislaua lihtsustamine on tõhusad abimehed selle eesmärgi täitmiseks.

- **Kõneisikute võimestamine.** Ministeeriumi peamiseks kõneisikuks on täna minister, tema kõrval peavad olema ka tugeva eksperdimainega ministeeriumi kõneisikud, kes võtavad endale senisest teadlikult rohkem kommunikatiivset rolli. Muutuse esilekutsumiseks on hea luua ka abistavad juhendmaterjalid (kriisikommunikatsiooni juhend, meedias esinemise põhimõtted). Ekspertide esindatuse suurendamine meedias tagab stabiilsema nähtavuse ja usalduse ministeeriumi vastu.

## Kommunikatsiooni eesmärgid

**Katuseesmärk:** Rahandusministeeriumi teatakse kui tarka riigi rahaasjade hoidjat. Mõõdikuna soovitame iga-aastaselt läbi viia avaliku arvamuse seireuuringuga.

**Toetada kommunikatsiooniga rahandusministeeriumi mainet, mille osaks on**

- julge ja usaldusväärne ekspertnõu valitsusele ja poliitikutele;
- riigi rahakotis ja maksudes selguse hoidja;
- tugi inimestele rahaasjade korraldamisel.

Kommunikatsiooni alameesmärkidena sõnastame

- **Rahandusministeeriumi kõneisikud on meedias nähtavad**, mida toetavad koolitused, regulaarsed suhtlusformaadid kommunikatsiooniosakonnaga, juhendmaterjalid.
  - Mõõdikuna kasutada station.ee meedia-analüüsi – kõneisikute nähtavus.
- **Suurenenud on proaktiivse kommunikatsiooni osakaal fookusteemades**, mida toetab kvartaalsete tööplaanide sisseviimine ja järgmine, sisuosakondade suurem panus kommunikatsiooni.
  - Mõõdikuna kasutada station.ee meedia-analüüsi – rahandusministeeriumi teemade sagedus ja osakaal.
- **Lihtsad, tavainimesele arusaadavad formaadid on loodud ja kasutusel**, mille levikut toetavad blogi ja sotsiaalmeedia parem sihitus.
  - Mõõdikuna rakenduste kasutajate kasv – kodulehe/rakenduste analüütika.

## Siht- ja sidusrühmad

- **Eesti avalikkus, sh meedia**

Rahandusministeeriumi kommunikatsioon peab lähtuma kõikide Eestis elavate inimeste huvidest, sest eelarvelised valikud, maksud, välisrahastusega projektid puudutavad otseselt või kaude iga inimest. Ka rahatargalt tegutsemine ja inimesi rumalate otsuste eest kaitsvad seadused on teemad, mis puudutavad laia avalikkust.

- Lai avalikkus üle Eesti, sh segmenteeritud vastavalt sõnumitele/vajadusele regiooniti, keeleti, vanuserühmiti.
  - Meedia, sh üleriiklik ja piirkondlik meedia, sotsiaalmeedia.
- **Poliitikud**

Poliitikud on samaaegselt nii siht- kui sidusgrupp. Nende informeeritus, teadlikkus ning arusaam riigi rahanduse seisust, väljavaadetest ja võimalustest määrab sisuliselt meie igapäevase maksude ja hüvede korraldamise ning koormuse.

- Valitsus
- Riigikogu komisjonid, fraktsioonid
- Erakonnad

- **Kohalikud omavalitsused**

Kuna riik on pannud hulga ülesandeid, sh suure osa eelarveliste vahendite kasutamisest kohalikele omavalitsustele, siis on tegu olulise sidusrühmaga.

- Liidud ja piirkondlikud ühendused
- Omavalitsused üle Eesti

- **Ettevõtlusühendused ja ettevõtjad laiemalt**

Ettevõtjad on oluline sidusrühm seaduste väljatöötamisel, dialoogist ettevõtjatega sõltub paljuski ka ühiskondliku arvamuse kujundamine ning teemade asetamine igapäevaellu.

- Valdkondlikud liidud ja ühendused
- Katusorganisatsioonid

- **Kolmas sektor**

Dialoog vabakonnaga annab võimaluse oma otsuseid ja valikuid põhjendada ning mõju üle avatult arutleda. Ka eelnõude kujundamisel on kolmandal sektoril võtmeroll.

- Katusorganisatsioonid
- Valdkondlikud huvirühmad
- Kodanikualgatused

- **Haldusala**

Rahandusministeeriumil on lai haldusala, kust tuleb oluline sisend nii otsuste tegemiseks kui seadusloome parendamiseks.

- Finantsvaldkonna asutused ja äriühingud
- Riigihalduse asutused
- Sõltumatult tegutsevad asutused

- **Teised ministeeriumid ja nende allasutused**

Aktiivne ja mitmetahuline koostöö teiste ministeeriumidega aitab leida sünergiaid ning nende panus on vajalik seadusloome.

- Ministeeriumid
- Ministeeriumite allasutused

- **Välismaised partnerid, koostööorganisatsioonid**

Eestil on võimalus Euroopa finants- ja majanduskeskkonna mõjutamisel kaasa rääkida läbi rahvusvaheliste organisatsioonide ja ühenduste.

- **Riiklikud institutsioonid**

Koostöö ja aktiivne dialoog erinevate riiklike institutsioonidega aitab parandada seadusloome kvaliteeti, tõhustada järelevalvet, saada tagasispeegeldust tegevustele.

- **Teadusasutused, eksperdid**

Rahandusministeeriumi hinnanguid, otsuseid ja tegevust mõtestavad, kommunikeerivad ja kasutavad väga paljud teised valdkondlikud eksperdid ja teadlased.

- Ülikoolid, teadusasutused
- Valdkondlikud eksperdid, aramusliidrid
- Mõttekojad, analüütikud – Centar, Praxis jne

- **Rahandusministeeriumi oma töötajad**

Toimiv sisekommunikatsioon on eduka väliskommunikatsiooni ja heade partnersuhete üheks eelduseks. Ministeeriumi sisemist suhtlust hinnatakse heaks, sellesse tuleb ka edaspidi panustada.

## Fookusteemad

Võimalikud rahandusministeeriumi kommunikatsiooni **fookusteemad järgmiseks kolmeks aastaks ning sellest lähtuvalt põhisõnumid.**

- 1. Prognoos ja eelarvepoliitika.** Rahandusministeeriumi kompetentsi unikaalsus on kahtlemata riigieelarve koostamine ja hoidmine ning selle aluseks olev majandusprognoos. Teeme ettepaneku käsitleda prognoosi ja eelarvet selgelt ühe teemavaldkonnana:
  - viimase aasta eelarvepuudujäägi diskussioon ning avalikkuse suurem ootus rahandusministeeriumile kui suunanäitajale tingib ka vajaduse need teemad tihedamalt üksteisega põimida;
  - suurima nihkena võrreldes tänasega näeme vajadust tugevdada rahandusministeeriumi rolli riigieelarve avalikus debatis ning avalikkuse teadlikkuse suurendamisel, sh näidata kodanikele arusaadaval moel, millised on üldse riigi valikud – kust ja kui palju raha tuleb (ja võiks tulla), kuhu ja kui palju raha läheb.
- 2. Finantspoliitika ja rahatark ühiskond.** Rahatarkus on teema, mis on üha aktuaalsem, rahatark ühiskond võimaldab inimestel paremini hakkama saada ja vähendab toetusvajadust nende inimeste puhul, kes võiksid ka abita hakkama saada, kui ainult oskaksid. Rahandusministeerium on sellesse valdkonda koostöös partneritega juba panustanud, kuid näeme seda fookust oluliselt teravamana, sest:
  - ühiskonna tugevus ja inimeste hakkamasaamine sõltub üha enam finantsteadlikkusest, millega on süsteemselt tegeletud alles viimased aastad, kuid selle osatähtsus üha kasvab;
  - teema võimaldab üha enam luua dialoogi ka eri sihtrühmadega väljaspool avalikku sektorit ja poliitmaastikku ning tuua seeläbi riigi rahandusega seotud teemad inimestele lähemale;
  - anda avalikkusele kontekst ning teadmised nii riigieelarvest, maksude vajalikkusest, võimalustest ja ohtudest oma igapäevaste rahaasjade korraldamisel.
- 3. Majandusolukord ja maksud.** Ehkki SKP, THI ja töötuse määr on möödikud, mida regulaarselt avalikkusele kommenteeritakse, ei oska enamik Eesti inimesi nende muutuste põhjal majanduse olukorra kohta järeldusi teha. Majanduse tervise mõistmine on aga oluline:
  - et aru saada riigieelarvest, kuludest ja tuludest ning seotud hüvedest, maksumuudatuste mõjust, põhjustest ja ka enda rahakotist;
  - regulaarseid, praegu toimivaid formaate tuleks jätkata – kommentaarid, pressiteated ja proaktiivsed teemapakkumised. Siiski teemade paremaks mõistmiseks võiks välja töötada ühtse baromeetri, valgusfoori või mõne muu tööriista (nt koostöös ülikooli ja/või Eesti Pangaga), mida uuendatakse kas igakuiselt või kord kvartalis ning mille juurde tuleb alati ka rahandusministeeriumi

kommentaari. See võiks olla lihtsalt mõistetav avalikkusele, atraktiivne meediale ning vajadusel hoiatuseks poliitikutele.

4. **Välisraha.** Välisraha kommunikatsioonis kipub iga ministeerium, rakendusüksus ja toetuse saaja oma edulugusid ise püües lükkama ja rahandusministeeriumi koordineeriv ja auditeeriv roll jääb avalikkusele segaseks:
  - regulaarne ja ülevaatlik toetuste kommunikatsioon meedias ja sotsiaalmeedias on vajalik ning oodatud, täna on see küllaltki killustunud;
  - võimalus on seeläbi suurendada mõistmist, mida ja millest välisraha saab kasutada ning milline on nende võimendus;
  - teadlikkust toetustest ja nende kasutamist saab suurendada läbi selguse, seega oodatud on regulaarsed toetuste ülevaated ja ka briifingud.
5. **Õhuke riik, ametnikud on inimesed.** Fookuse järele on nõudlus ministeeriumi sees ja ka partnerite poolt, väljastpoolt ei paista ametnike töö alati hinnatuna ega uudisväärtuslikuna:
  - fookusteemana ei ole vaja seda kuumana aastaringselt, küll aga võiks süsteemselt tegeleda ametnike inimliku pale ning vastutuse ja töö sisu kuvamisega, seda muuhulgas sotsiaalmeedias;
  - ametnik ei ole praegu enam karjääri lõpp-punkt, kust minnakse pensionile, vaid etapp elus, kus panustatakse oma parimate teadmistega meie ühise heaolu loomisse;
  - õhukese riigi puhul on avalik narratiiv üles seatud kokkuhoiule, kuid vähem mõistetakse sellega kaasnevat ohu- ja kitsaskohti. Ka tuleb teadvustada, et õhukese riigi tunnus on ebapiisavad avalikud teenused nagu infrastruktuur, haridus ja tervishoid;
  - teemasid aitavad selgitada lihtsad ja kõigile arusaadavad näited, lisaks eelmainitule ka ametnike eeskujud, säästlikkus ja rahatarkus.

## Sõnumid

Rahandusministeeriumi tegevuste läbiv sõnum:

**Riigi rahanduse sirge selgroog – hoiame riigi rahaasjad korras, poliitikute pea külma ja inimeste jalad soojas.**

### 1. Prognoos ja eelarvepoliitika

Riigieelarve võib jätta oma massiivsuses ja tehnilises keeles mulje suletusest ja bürokraatlikkusest. Inimeste jaoks on oluline selgus – kust raha tuleb ja kuhu läheb.

- **Selgus riigi rahakotis**

### 2. Majandusolukord, maksud

Majanduse tervis sõltub paljudest teguritest, aga nii nagu inimesegi tervise puhul, on ennetustöö reeglina märksa kiirem, tõhusam ja oluliselt soodsam kui haiguste ravi. Sestap on oluline majanduse tervist regulaarselt jälgida ja hoida maksukeskkond tasakaalukana.

- **Majanduse tervisekontroll**
- **Kaalukad maksuotsused**

### 3. Finantspoliitika ja rahatark ühiskond

Iga Eesti inimene peab saama oskuse koostada pere-eelarvet, teadmise, kuidas ja milleks on tarvis säästa, taipamise võrdlemaks erinevate laenude hinda ja õpetuse investeerimisega seotud võimalustest ja riskidest.

- **Rahatark Eesti**

#### **4. Välisraha, eurotoetused**

Välisraha aitavad teha Eestis nii suuri kui väikeseid, aga ennekõike pikaajalisi investeeringuid, mis on lisavõimendus arenguks. Rahandusministeerium tagab selleks arusaadava raamistiku, koordineerib erinevate toetust andvate organisatsioonide tööd ning jälgib laiemalt toetuste seaduspärast kasutamist.

- **Eesti arengu kiirendi**

#### **5. Õhuke riik ja usaldusväärsed ametnikud**

Riigiametites töötavad pühendunud inimesed, kes panustavad igal tööpäeval sellesse, et riik oleks hoitud, ettevõtjad tarmukad ja kodanikud hakkajad.

- **Arukalt ja avatult hoitud riik**