

15.06.2023

POL-2022-74076

Giltighetstid
30.6.2023 - tills vidare

Författningsgrund
Polisförvaltningslagen 4 §

Ändrar/Upphäver
POL-2017-8358, 23.10.2017 Polisens aktivitet i
sociala medier

Målgrupper
Polisen

Polisens aktivitet i sociala medier

Innehåll

| | |
|--|----|
| Polisens aktivitet i sociala medier | 1 |
| 1 Inledning | 2 |
| 2 Tillämpningsområde | 2 |
| 3 Mål och principer för aktiviteten | 2 |
| 4 Organisation och ansvar | 3 |
| 5 Kontoformer i sociala medier samt upprättande och avslutande av konton | 5 |
| 6 Organisationskonton | 5 |
| 7 Expertkonton | 5 |
| 8 Rättigheter till material som skapas i arbetsuppgiften | 6 |
| 9 Officiella kommunikationskanaler och hänvisning till dem | 7 |
| 10 Språk och bilder | 7 |
| 11 Interaktion på sociala medier | 8 |
| 12 Ingen marknadsföring eller reklam | 8 |
| 13 Skyldighet att ingripa i upptäckta brott i sociala medier och på internet | 9 |
| 14 Utrustning, it-säkerhet och datasekretess | 9 |
| 15 Uppträdande i sociala medier (polisens sociala medier och privata konton) | 10 |
| 16 Uniform och polismaterial | 10 |
| 17 Användning av sociala medier som privatperson | 11 |

1 Inledning

Polisen finns där också människor finns – även på sociala medier. Polisen fullgör sina lagstadgade uppgifter och betjänar på så sätt människor och organisationer i Finland också i den sociala mediemiljön. Sociala medier är inte bara en verksamhetsmiljö utan också ett verktyg.

Ett enhetligt sätt att kommunicera och synas skapar och upprätthåller förtroende för polisen. Denna anvisning anger hur polisen ska agera i sociala medier. Anvisningen gör aktiviteten enhetlig, samtidigt som den möjliggör och styr denna aktivitet och främjar växelverkan.

2 Tillämpningsområde

Anvisningen gäller alla de polisanställda och polisstuderande som i sitt arbete använder sociala medier som företrädare för polisen eller en polisskola. Anvisningen anger riktlinjerna för de diskussioner som polisen för och det innehåll som polisen publicerar i sociala medier.

Följande kapitel i denna anvisning gäller alla polisanställda och polisstuderande i egenskap av privatpersoner på sociala medier:

- 15 Uppträdande i sociala medier
- 16 Uniform och polismateriel
- 17 Användning av sociala medier som privatperson.

Anvisningen gäller dock inte följande i sociala medier:

- polisens underrättelseinhämtning i öppna källor
- hemliga metoder för inhämtande av information eller tvångsmedel enligt polislagen (872/2011) respektive tvångsmedelslagen (806/2011)
- övervakning eller annan behandling av uppgifter som enligt annan lagstiftning ankommer på polisen.

3 Mål och principer för aktiviteten

Polisens aktivitet i sociala medier ska genomföra och stärka polisens strategi, avspegla polisens värderingar och främja deras förverkligande. Polisen ska vara närvarande i sociala medier på strategisk och operativ nivå.

Polisens aktivitet i sociala medier ska skapa en känsla av säkerhet, stärka förtroendet för myndigheternas verksamhet och främja förmedlingen av tillförlitlig information. I sociala medier gör polisen bland annat följande:

- berättar om polisens verksamhet och aktuella fenomen med en människas röst
- ger råd och vägledning samt utfärdar varningar till allmänheten
- når målgrupper som annars inte nödvändigtvis nås
- bygger upp och stärker arbetsgivarbilden
- ger akt på omvärlden och den offentliga debatten om polisen

- förmedlar nyttig eller användbar information till följare
- rättar till rykten och missförstånd och hänvisar till korrekt information
- för en interaktiv diskussion och deltar i samhällsdebatten
- främjar och upprätthåller samarbete och dialog med polisens referensgrupper och andra samarbetspartner.

I sociala medier följer polisen de allmänna principerna för polisens verksamhet och god förvaltning. När sociala medier används i arbetet accentueras rättvisa, opartiskhet och försonlighet. Polisens aktivitet i sociala medier ska vara öppen, saklig och tillförlitlig, och den ska värdesätta människor och synpunkter. Polisens användarkonton i sociala medier ska vara identifierbara och kunna verifieras på webbplatsen poliisi.fi/sv/sociala-medier.

Den som är aktiv på sociala medier ska beakta de gällande anvisningarna för polisens kommunikation. Handboken för sociala medier kan användas som stöd till anvisningen om sociala medier. Handboken uppdateras kontinuerligt och innehåller närmare anvisningar för det praktiska arbetet.

4 Organisation och ansvar

Polisstyrelsen ger anvisningar och drar upp riktlinjer utifrån denna anvisning för att alla enheters aktivitet i sociala medier ska vara konsekvent och yrkesmässig. Polisstyrelsen ser till att verksamheten är enhetlig genom att sprida information och involvera det planerade nätverket för sociala medier samt genom den gemensamma handboken, [Poliisin sosiaalisen median käsikirja](#) (Polisens handbok för sociala medier), utbildning och handledning.

Huvudredaktör för handboken till stöd för anvisningen om sociala medier är den person inom Polisstyrelsens kommunikation som ansvarar för sociala medier, och hela nätverket för sociala medier inom polisen deltar i uppdateringen av handboken. Handboken ses över årligen. Hela polispersonalen och polisstuderande har läsrätt till handboken.

Polisstyrelsens kommunikation svarar för webbkursen om polisen i sociala medier, som är avsedd för alla, och utarbetar gemensamt utbildningsmaterial om sociala medier för alla polisenheter. Polisstyrelsen tar också fram riktlinjer, teman och planer för kommunikationen i ämnen som gäller hela polisen. Riktlinjerna och planerna för kommunikationen har ett bredare användningsområde och finns i [Sinetti](#) och Acta.

Polisenheterna svarar för att Polisstyrelsens riktlinjer genomförs och att alla som i arbetet är aktörer i sociala medier har faktiska möjligheter i förhållande till målsättningarna att arbeta i den sociala mediemiljön.

Polisenhetens kommunikation ansvarar för enhetens organisationskonton, utser kontoansvariga samt introducerar och utbildar aktörerna i sociala medier. Med aktör i sociala medier avses i denna anvisning en person som

producerar, uppdaterar eller publicerar innehåll i polisens sociala mediekanalet eller på något annat sätt deltar i den processen.

Polisenhetens kommunikation ger akt på hur de sociala medierna utvecklas och på de sociala mediekanaleters egenskaper i samverkan med polisens kommunikationsnätverk och nätverk för sociala medier. Varje organisationskonto som en polisenhet har ska ha en utsedd ansvarig person och en ställföreträdare för denne. De ansvarar för att endast personer med behörighet har lösenord och tillgång till kontot.

Polisenhetens kommunikation skriver in enhetens organisations- och expertkonton på webbplatsen poliisi.fi/sv/sociala-medier. På så sätt kan andra som använder sociala medier försäkra sig om att det rör sig om riktiga poliskonton.

Aktiviteten i sociala medier bör följas och analyseras. Polisenhetens kommunikation ska ge in de överenskomna statistik- och uppföljningsuppgifterna till Polisstyrelsens kommunikation kalenderårsvis före utgången av januari, inklusive antalet expertkonton och antalet följare per kanal.

Cheferna för aktörer i sociala medier (chefer) stöder arbetet i sociala medier genom att ställa upp mål samt genom att se till att den anställde har tillräckligt med arbetstid för introduktion, utbildning och själva arbetet i sociala medier. En chef ska ha grundläggande förståelse av hur sociala medier fungerar och vad det innebär för polisverksamheten. Antalet aktörer i sociala medier ska vara tillräckligt med tanke på målsättningen.

Varje enskild aktör i sociala medier ansvarar för sina egna publikationer på polisens organisations- och expertkonton. I oklara fall ska aktören be chefen eller kommunikationen om hjälp med att utarbeta det innehåll som ska publiceras.

Polisenhetens kommunikation och cheferna ska tillsammans sporra och stödja aktörerna i deras arbete, också i problemsituationer. Aktörerna kan be om stöttning av dem. Vid nättrakasserier samarbetar aktören, chefen och kommunikationen enligt anvisningen om [Bekämpning och hantering av riktade trakasserier mot polisen](#).

När en polisenhet ställer upp mål för aktiviteten i sociala medier ska uppgifterna anges i aktörernas arbetsbeskrivningar. Tjänstearbete i sociala medier ska utföras under arbetstid. Arbete i sociala medier utanför arbetstiden är inte lönegrundande, såvida inte arbetsgivaren har förordnat om sådant arbete.

Aktörerna i sociala medier ska ansluta sig till polisens nätverk för sociala medier, där aktuell information om sociala medier delas mellan alla aktörer. Också cheferna får ansluta sig till nätverket.

5 Kontoformer i sociala medier samt upprättande och avslutande av konton

Polisen har både **organisationskonton** och **expertkonton** i sociala medier. Organisationskontona sköts av polisenheten, medan expertkontona ligger på enskilda experters ansvar.

Polisstyrelsens kommunikation och polisenheterna ordnar VIP-möten för kommunikationscheferna. Där kommer man överens om vilka sociala medietjänster som kan användas för att upprätta organisationskonton och de tjänster där kontona avslutas och som man drar sig ur på ett enhetligt sätt. Polisstyrelsens kommunikation registrerar besluten i polisens system för ärendehantering.

Efter beslutet ska anvisningar ges om hur nya kanaler kan börja användas. Anvisningarna skrivs in i handboken för sociala medier. Namnen på polisens sociala mediekonton i en och samma tjänst ska vara enhetliga.

Expertkonton får skapas i nya sociala medietjänster även om ingen enhet inom polisen har något organisationskonto där.

En förutsättning för att ett organisationskonto eller expertkonto ska få skapas är att det går att uppdatera kontot regelbundet. Som kontaktuppgift när konton skapas används i regel den e-postadress och det telefonnummer som används i jobbet. Kontots användar-id och namn fastställs enligt den gemensamma modellen i polisens handbok för sociala medier.

6 Organisationskonton

Organisationskontona är konton eller profiler som administreras av en polisenhet. De representerar i regel hela polisenheten. Kontoprofilen ska följa anvisningarna för polisens visuella profil.

Varje polisenhet bestämmer själv i vilka av de gemensamt valda sociala medietjänsterna den startar ett organisationskonto. Polisenhetens kommunikation ansvarar för att skapa och lägga ned organisationskonton.

Polisenhetens kommunikation ska ge aktörerna i sociala medier introduktion i hur man producerar innehåll samt uppdaterar och administrerar ett konto i sociala medier. Den kontoansvarige ska föra bok över användarbehörigheter och byta lösenord på ett kontrollerat sätt.

På vissa sociala medier har polisen ett gemensamt organisationskonto, såsom LinkedIn och Youtube. Dem ansvarar Polisstyrelsen för.

7 Expertkonton

Expertkontona är profiler för polisens anställda. Profilerna hör samman med de anställdas arbetsuppgifter och specialkompetens inom polisen. Expertinläggen ingår i den breda samhällsdebatt där många röster ska

höras. Experterna deltar i debatten i sin yrkesroll. En debatt kännetecknas av olika, konstruktivt motiverade åsikter.

Experten, hans eller hennes chef och polisenhetens kommunikation beslutar gemensamt om att skapa ett expertkonto. Samtidigt ska de komma överens om målen för expertens aktivitet i sociala medier. Chefen och experten ska också komma överens om hur stor del av arbetstiden som kan användas för sociala medier.

Polisenhetens kommunikation ger nya kontoinnehavare introduktion i hur ett expertkonto ska hanteras. Den som startar ett expertkonto ska sätta sig in i polisens strategiska mål och stödja dem genom sin verksamhet.

En företrädare för polisen på ett expertkonto ska gå att identifiera utifrån arbetsuppgifterna. Presentationstexten och den visuella profilen till ett expertkonto ska tydligt visa att det är fråga om ett officiellt konto för en anställd vid polisen. Varje expertkonto i sociala medier ska finnas med i förteckningen på webbplatsen poliisi.fi/sv/sociala-medier. De som har en polistjänst ska i regel bära uniform på profilden.

Polisenheternas kommunikation ansvarar för att avsluta expertkonton som används sällan eller endast begränsat stöder målsättningarna. Om det finns en motiverad orsak till låg aktivitet, såsom en arbetssituation eller livssituation som bara är tillfällig, kan kontot pausas, följarna underrättas och driften fortsätta senare.

Om en nyanställd person vid polisen vill ändra ett befintligt privat konto till ett expertkonto vid polisen, ska han eller hon själv se till att kontots innehåll motsvarar polisens värderingar och riktlinjerna i denna anvisning.

När en innehavare av ett expertkonto byter uppgifter eller enhet ska han eller hon förhandla om kontots framtid och om styransvaret med cheferna och kommunikationen i den nuvarande och kommande enheten.

Ett expertkonto ska avslutas, om expertens tjänsteförhållande till polisen upphör. Kontot ska läggas ner innan den anställdes e-post upphör att fungera.

Ett undantag är om experten blir anställd hos en annan arbetsgivare inom inrikesförvaltningen. Då behöver expertkontot inte avslutas. För att kontot ska få finnas kvar vid en annan myndighet inom inrikesförvaltningen måste polisens beteckningar och bakgrundsbilder tas bort. Också följarna ska på kontot underrättas om att experten övergår till en annan myndighet och inte längre publicerar något som rör polisen. Sådana ändringar ska göras innan den anställda byter arbetsgivare och myndighet inom inrikesförvaltningen.

8 Rättigheter till material som skapas i arbetsuppgiften

När en anställd vid polisen startar ett expertkonto eller tar på sig att producera innehåll på eller uppdatera ett organisationskonto, ska han eller hon godkänna och med arbetsgivaren avtala om att det innehåll som han

eller hon publicerar på kontona kan användas av polisen. Överenskommelsen om användningen av materialet ska träffas i samband med att medarbetaren åtar sig arbetsuppgiften. Polisen får rätt att använda sådant medieinnehåll som den anställde tagit fram i sitt arbete och sådant material som publicerats på polisens kanaler eller expertkonton. Upphovsrätten behåller upphovsmannen till materialet, såsom fotografen.

9 Officiella kommunikationskanaler och hänvisning till dem

Följande webbplatser representerar polisens officiella kommunikation: poliisi.fi/sv, polamk.fi/sv och poliisimuseo.fi/sv. Officiella sätt att kontakta polisen är exempelvis polisanmälan samt brev eller e-post till enhetens registratorskontor.

Privata meddelanden på sociala medietjänster är inte officiella kanaler för kontakt med myndigheterna, och polisen kan inte garantera deras säkerhet.

Polisenheten svarar för att presentationstexterna till organisationskontona och vid behov diskussionerna och privata meddelanden hänvisar till polisens officiella kanaler där en person kan inleda sitt ärende. Polisenhetens kommunikation ska tillråda experter att göra på samma sätt på expertkontona.

En polisenhet kan om den så önskar ge kunderna råd på ett allmänt plan i kommunikationskanalerna i sociala medier. Om polisenheten inte läser och hanterar privata meddelanden, ska möjligheten till privata meddelanden tas ut bruk på organisationskontot, om det är möjligt. Polisenheten kan också ställa in automatsvar på privata meddelanden för att hänvisa kunden till polisens officiella kanaler.

På expertkontona kan experten om han eller hon så önskar begränsa mottagandet av privata meddelanden, om den sociala medieplattformen tillåter det. I officiella ärenden ska kunderna styras till polisens officiella kanaler från expertkontona.

10 Språk och bilder

Polisens personal ska använda ett sakligt och tydligt språk i sitt arbete. Respekt och saklighet är ledord när man talar om någon. På sociala mediekkanaler går det använda ett friare språk beroende på målgrupp, men det måste ändå visa på respekt och främja försonlighet.

Tvåspråkiga polisenheter ska i den utsträckning det är möjligt offentliggöra väsentligt innehåll på de inhemska språken på sina organisationskonton. Vid behov kan polisenheten även använda andra språk.

Det är viktigt att beakta it-säkerhet, datasekretess och integritetsskydd i publikationer, diskussioner och bildmaterial.

Polisen har ett gemensamt [visuellt utseende](#) (Poliisin visuaalinen ilme) och i den ingår en [social medieprofil](#).

När det gäller personer som syns på bilder och videor måste man alltid överväga om materialet kan publiceras på polisens kanaler i sociala medier. Påverkande faktorer är då bland annat inspelningsplatsens offentlighet, situationen och åldern på de fotograferade och filmade personerna. Bilder av försvunna eller efterlysta personer får finnas på polisens sociala mediekonton endast under behövlig tid och ska sedan raderas. Innehåll som bryter mot integritetsskyddet eller är sekretessbelagt eller taktiska eller tekniska metoder får inte synas på bild, video eller filernas metadata.

På polisens organisationskonton och expertkonton får bara sådana bilder och annat material användas som polisen har rättigheter till.

Lagen och [anvisningen om Polisens tillgängliga webbtjänster och innehåll](#) förpliktar polisen att iaktta tillgänglighetskraven i sociala medier.

11 Interaktion på sociala medier

Polisen arbetar interaktivt i sociala medier. Det är fråga om interaktion eller växelverkan exempelvis när man "gillar" publikationer eller delar dem, svarar på frågor, deltar i diskussioner och inleder debatter. Den som publicerat det berörda innehållet och den som ansvarar för kontot ska följa diskussionen på polisens kanaler.

Följarnas yttrandefrihet inbegriper inte ovillkorlig och obegränsad rätt att framföra sina åsikter på polisens kommunikationskanaler. Sådana meddelanden i polisens sociala mediekkanaler som anstiftar till brott, är rasistiska eller annars olämpliga och strider mot god sed kan döljas eller raderas. Beroende på ämne och kanal kan man också stänga av kommentarsfunktionen.

De egenskaper i sociala medier som innebär ensidig begränsning av möjligheterna att nå polisens konton ska användas med urskillning. En användare kan blockeras om förfarandet upprepas eller om lindrigare åtgärder inte står till buds. Skribenten behöver inte underrättas om radering av meddelanden eller blockering.

På ett organisationskonto är det den kontoansvariga som ska fatta beslut om blockering och på ett expertkonto är det kontoinnehavaren. Polisens nätverk för sociala medier ska ta fram och distribuera gemensamma principer för beslut om blockering.

12 Ingen marknadsföring eller reklam

Inget partipolitiskt, kommersiellt eller religiöst innehåll och ingen partipolitisk, kommersiell eller religiös marknadsföring ska publiceras på polisens sociala mediekonton. Man kan undvika att varumärken syns exempelvis genom att välja rätt kameravinkel.

Polisens sociala mediekonton är avsedda för tjänsteuppdrag. Det är förbjudet att använda ett expertkonto exempelvis för valarbete eller i andra förtroendeuppdrag.

Det är tillåtet att informera om sådant samarbete som polisen utför som tjänsteuppdrag med till exempel kommuner och föreningar.

13 Skyldighet att ingripa i upptäckta brott i sociala medier och på internet

Anställda vid polisen ska i möjligaste mån ingripa i brott som de upptäcker i sociala medier. På polisens sociala mediekonton innebär ingripande vanligen rådgivning och hänvisning till officiella kanaler, såsom polisanmälan.

Varje polis är skyldig att vidta brådskande åtgärder som är nödvändiga för att avvärja allvarlig fara för allmän ordning och säkerhet och för att ingripa i misstänkta allvarliga brott, såsom polisförvaltningslagen föreskriver.

Andra anställda vid polisen som upptäcker verksamhet som polisen bör ingripa i kan underrätta den behöriga polisenheten om saken.

14 Utrustning, it-säkerhet och datasekretess

Arbetsgivaren ska skaffa separat utrustning som lämpar sig för sociala medier, sörja för enheternas livscykel, it-säkerhet och installation och bestämma inställningar, såsom inställning av lokaliseringsdata. Innehavaren av enheten ska se till att enheten hålls uppdaterad.

Utrustning som behövs för användning av sociala medier är exempelvis smarttelefoner, anslutningar och terminalutrustning utanför säkerhetsnätet (Tuve). I dessa apparater får endast offentlig information hanteras. För arbetsuppgifter som gäller sociala medier kan även inspelningsutrustning anskaffas.

Webbläsaren på den personliga sidan av jobbtelefonen (eTuve-telefonen) får användas vid inloggning till sociala medier. Anställda får på eget ansvar använda sina egna apparater för produktion av innehåll i sociala medier, förutsatt att den anställde själv sörjer för it-säkerhet, låsning och uppdatering.

Utrustningen anskaffas i enlighet med varje polisenhets upphandlingsförfarande. I den utsträckning det är möjligt ska behövlig programvara och behövliga applikationer samt datasäkerhetsprogram skaffas för produktion av innehåll i sociala medier. Den enhet som är utrustningsansvarig vid polis-enheten ska visa hur utrustningen används, och polisenhetens kommunikation ska lära ut hur applikationer i sociala medier används.

Den polisenhet som lämnar ut utrustningen bestämmer om utrustningen ska återlämnas när innehavaren byter tjänstgöringsställe. När en anställd slutar använda utrustning för sociala medier ska han eller hon återställa

den till fabriksinställningarna. Utrustningen ska återlämnas när tjänsteförhållandet till polisen upphör.

Absolut sekretess och tystnadsplikt gäller: i sociala medietjänster får endast offentlig information behandlas.

Verifieringen i två steg ska användas i de sociala medietjänster och på de sociala mediekonton där det är möjligt. Enhetens kommunikation ska byta ut lösenord för organisationskonton regelbundet. Experterna ska själva byta lösenord för sina expertkonton.

De kontoansvariga för organisationskonton eller deras ersättare ska se till att endast personer med behörighet har tillgång till sociala mediekonton. De kontoansvariga och deras ersättare ska stänga av dessa personers åtkomst till ett socialt mediekonto när uppdraget upphör.

Den som arbetar inom polisen ansvarar för att hänvisa ett eventuellt konfidentiellt eller integritetsskyddat informationsutbyte till en av polisens officiella kanaler eller ett möte med polisen.

De är polisens skyldighet att informera om att publiken till ett socialt mediekonto omfattas av dataskyddspraxis för den sociala medietjänsten. Informationen finns på webbsidan <https://poliisi.fi/sv/sociala-medier>. Därför är det viktigt att länka alla polisens sociala mediekonton till den webbsidan.

15 Uppträdande i sociala medier (polisens sociala medier och privata konton)

En tjänsteman ska uppträda så som hans eller hennes ställning och uppgifter förutsätter också i sociala medier. Alla anställda har lojalitetsplikt. Var och en inom polisen ska arbeta försonligt och på ett förtroendebyggande sätt i sociala medier.

Dessutom ska varje polis i de sociala medierna uppföra sig så att hans eller hennes uppförande stöder förtroendet för polisen och för att polisen utför sina uppgifter på ett rättvist och opartiskt sätt.

Alla har rätt till yttrandefrihet. Yttrandefriheten är emellertid inte obegränsad, utan diskussioner ska föras med beaktande av exempelvis den tystnadsplikt jobbet kräver, kraven på datasekretess och integritetsskydd samt lojalitetsplikten. Också yttranden som kränker andras rättigheter kan få straff- och tjänstemannarättsliga påföljder.

16 Uniform och polismaterial

[Föreskrifter om Polisens uniform](#) anger när och i vilket sammanhang uniformen får användas.

Sekretessbelagd information får inte framgå av publicerade bilder och videor med polisens verktyg, lokaler, fordon och annat material.

17 Användning av sociala medier som privatperson

Sociala medier är en bra plats för att etablera nätverk också för polisens anställda. Var och en måste själv överväga om han eller hon ska nämna sin arbetsgivare och på vilken kanal i så fall samt bedöma konsekvenserna av denna information.

Det går att berätta om sitt eget arbete på allmän nivå med beaktande av sekretess, dataskydd och integritetsskydd. Arbetstagaren kan stödja arbetsgivarbilden genom att berätta om sitt arbete sakligt och konstruktivt.

Det är förbjudet att aktivt utnyttja yrket och arbetsgivaren för kommersiell, religiös eller partipolitisk marknadsföring.

På ett privat konto i sociala medier ska den anställde beakta dels kapitel 17, dels också kapitel 15 om uppträdande i sociala medier och kapitel 16 om uniform och polismaterial. För dem som har en polistjänst gäller tjänstemännens skyldighet i fråga om uppträdande mer accentuerat. Poliser ska inte bära uniform på profilden i sitt privata sociala mediekonto.

Privata konton i sociala medier får inte skapas utifrån telefonnumret eller e-postadressen till jobbet.

Polisöverdirektör

Seppo Kolehmainen

Överinspektör

Anna Lind

Handlingen har undertecknats elektroniskt i dokumenthanteringssystemet. Polisen den 15.06.2023 kl. 16:26. Registratorskontoret kan verifiera underteckningen.

Bilagor

Distribution

Polisenheterna
Polisstyrelsens enheter

För kännedom

Ålands polismyndighet
Normbiblioteket Sinetti/Staben
Poliisi.fi-sidorna/Staben
Polisens kommunikationschef