





Viestintäsuunnitelma 2009


turku  Helsingin kaupunki


maaliskuu 2009 1




Itämerihaaste

- Turun ja Helsingin kaupungit sitoutuivat julkisesti kesäkuussa 2007 toteuttamaan sellaisia käytännön toimenpiteitä, joilla ne voivat vaikuttaa vesien tilaan paikallisesti ja koko Itämeren piirissä. Kaupungit haastoivat myös muut toimijat mukaan suojelutyöhön.
- Itämerihaasteen tavoite on parantaa vesistöjen tilaa paikallisesti ja koko Itämeren piirissä haasteeseen vastanneiden toteuttamien vapaaehtoisten toimenpiteiden avulla.

turku  Helsingin kaupunki





maaliskuu 2009 2



Itämerihaasteen perusviestit

- **Kaikella toiminnalla on vaikutusta Itämereen**
Itämerihaaste on toimialarajat ylittävä haastekampanja. Haasteeseen vastanneiden toimialan ei tarvitse olla Itämereen tai vesistöihin liittyvä, sillä kaikella ihmistoiminnalla on ympäristövaikutuksia ja siten myös vaikutuksia Itämereen.
- **Itämeren tila on hälyttävä, mutta yhdessä voimme vaikuttaa.**
Myös pienillä, yksittäisen tai paikallisen yhteisön omilla teoilla on yhdessä konkreettista vaikutusta lähivesien ja laajemminkin Itämeren tilaan.
- **Arkipäivän valinnoilla Itämeri kuntoon.**
Haasteeseen kuuluu olennaisena osana kannustus etsiä ja toteuttaa kullekin toimijalle sopivia vapaaehtoisia Itämeren tilaa kohentavia toimintatapoja.


turku  Helsingin kaupunki  maaliskuu 2009 3



Viestinnän sidosryhmät





Valokuva: Minna Nummelin



Itämerihaaste on yhteistyöhanke, jolla on lukuisia yhteistyökumppaneita

- Itämerihaasteen viestintä kohdistuu Helsingin ja Turun omiin hallintokuntiin, jotka osallistuvat kaupunkien oman toimenpideohjelman toteuttamiseen.
- Haastekampanjan viestinnän ulkoiset sidosryhmät koostuvat erilaisista organisaatioista, kuten kaupungeista ja yrityksistä. Haastekampanja ei kohdistu suoraan yksityisiin henkilöihin.


turku  Helsingin kaupunki  maaliskuu 2009 5



Viestinnän ulkoiset sidosryhmät



- Viestinnän sidosryhmät koostuvat toisaalta niistä tahoista, jotka haastetaan mukaan Itämerihaasteeseen, ja toisaalta niistä, joiden kautta viestiä Itämerihaasteesta halutaan lähettää eteenpäin (media, valtionhallinto, HELCOM ym.).
- Haastekampanja painottuu Suomessa maantieteellisesti Etelä- ja Länsi-Suomen alueelle, mutta koskee koko Suomea.
- Kansainvälisen viestinnän kohdealueena ovat Itämeren ympärysvaltiot ja erityisesti niiden kaupungit.

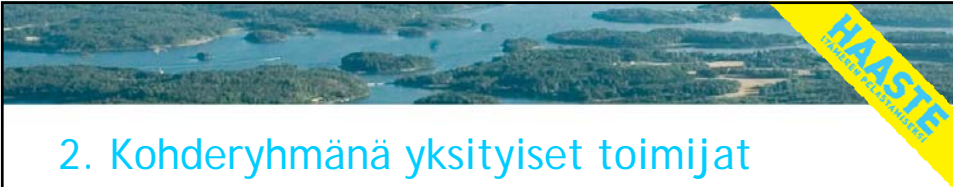
turku  Helsingin kaupunki  maaliskuu 2009 6



1. Kohderyhmänä julkiset toimijat



- kunnat, kaupungit ja kuntayhtymät
- yliopistot ja korkeakoulut
- oppilaitokset
- alueelliset viranomaiset kuten alueelliset ympäristökeskukset ja maakuntaliitot
- ministeriöt ja valtioneuvosto
- puolustusvoimat, rajavartiolaitos ja poliisi
- Yleisradio


turku  Helsingin kaupunki  maaliskuu 2009 7



2. Kohderyhmänä yksityiset toimijat

- yritykset
- kansalaisjärjestöt, yhdistykset ja etujärjestöt
- säätiöt
- yksityiset tiedotusvälineet

turku  Helsingin kaupunki  maaliskuu 2009 8



3. Kohderyhmänä suuri yleisö ja media

- Vaikka Itämerihaaste ei tässä vaiheessa kohdistu yksityisiin henkilöihin, tunnettavuus suuren yleisön keskuudessa on haasteelle hyvin tärkeää.
- Medianäkyvyys luo osaltaan haasteelle uskottavuutta ja luotettavuutta.
- Medianäkyvyyden kautta tavoitetaan myös sellaisten organisaatioiden edustajat, jotka ovat jääneet suoran haastamisen ulkopuolelle.

turku  Helsingin kaupunki  maaliskuu 2009 9





Viestintäkanavat

- Itämerihaasteen viestinnässä käytetään hyväksi haasteen verkkosivuja, sähköpostilistoja, painettuja materiaaleja, mediatiedotteita ja tapahtumia. Olennainen osa viestintää on myös Itämerihaasteen haastekirjeet.
- Viestintä tapahtuu lähinnä suomen, ruotsin ja englannin kielillä. Tarpeen mukaan käytetään myös muita kieliä, mm. venäjää.



Vuorovaikutus tahojen välillä

- Itämerihaasteeseen vastanneihin pidetään yhteyttä verkkosivujen lisäksi sähköpostitse.
- Itämerihaasteella on käytössään myös painettua materiaalia, jota käytetään sähköisten materiaalien tukena.
- Itämerihaasteen koordinaattorit kirjoittavat mediatiedotteet ohjausryhmän päätösten mukaisesti ja tarvittaessa kaupunginjohtajien suostumuksella. Laatimisessa hyödynnetään Helsingin ja Turun kaupunkien viestintäammattilaisia.
- Haasteeseen vastanneille järjestettävät tapahtumat toimivat kohtaamispaikkoina.





Viestintä vuonna 2009



Viestinnän toimenpiteet

- Verkkosivujen kehittäminen
- Yrityshaasteen toteutus
- Kaupunkien virastoseminaarien tiedotus
- Kolmas Itämerihaasteseminaari (syksy 2009)
- Haastejulkaisun lisänä jaettavan uutislehtisen toimitus
- Sähköpostitiedottaminen haasteeseen vastanneille
- Mediatiedotteet ja tiedotustilaisuudet tilannekohtaisesti
- Ohjausryhmän sisäisen tiedottamisen koordinointi
- Itämerihaasteen materiaalien toimittaminen myös muiden järjestämiin tilaisuuksiin ja tapahtumiin
- Viestintäsunnitelma vuodeksi 2010

   maaliskuu 2009 14



Itämerihaasteen viestinnän tavoitteet

- Viestinnän tavoite on tehdä Itämerihaasteesta tunnettu Suomessa ja kansainvälisesti Itämeren ympärysvaltioiden kaupungeissa.
- Luotettavan ja selkeän perusviestin avulla innostetaan julkiset ja yksityiset organisaatiot osallistumaan suojelutoimiin.
- Tavoitteena on, että Itämerihaaste huomioidaan myös EU:n Itämeristrategian valmistelussa.

