



Yhteinen saimaannorppamme LIFE viestintäsunnitelma

DELIVERABLE ACTION E1.1

METSÄHALLITUS 2021

This communication plan outlines communication goals for Our Saimaa Seal LIFE project. The most essential message was specified for each target group. In addition, plans were made for different communication techniques and ways to monitor influence.

The project has received funding from the LIFE Programme of the European Union. The material reflects the views by the authors, and the European Commission or the CINEA is not responsible for any use that may be made of the information it contains.

Hanke on saanut rahoitusta Euroopan unionin LIFE-ohjelmasta. Aineiston sisältö heijastelee sen tekijöiden näkemyksiä, eikä Euroopan komissio tai CINEA ole vastuussa aineiston sisältämien tietojen käytöstä.

Yhteinen saimaannorppamme LIFE
Our Saimaa Seal LIFE
Vår saimenvikare LIFE



Viestintäsuunnitelma
15.4.2021

E1 Deliverable

1. Tausta

Yhteinen saimaannorppamme -LIFE-projektin tavoitteena on ehkäistä ja vähentää ilmastonmuutoksen, kalastuksen, ihmislähtöisen häiriön sekä kannan pienuuden aiheuttamia ongelmia saimaannorppakannalle. Projektissa tehdään toimenpiteitä myös Saaristomeren itämerennorppakannan tilanteen parantamiseksi.

Saimaannorppa on yksi maailman uhanalaisimmista ja harvinaisimmista hylkeistä. Pitkäjanteisten suojelutoimien ansiosta Saimaalla elää nykyään yli 400 norppaa, mutta vakava sukupuuton uhka on edelleen olemassa. Metsähallitus vastaa saimaannorppakannan seurannasta ja suojelusta ja on sitoutunut norpan suojeluun valtion mailla. Suojeluun osallistuu eri viranomaistahoja, luontojärjestöjä, tutkijoita ja vuosittain yli sata vapaaehtoista.

Saimaannorpan suurimmat uhat:

- Kalanpyydyskuolleisuus. Etenkin kuutteja sotkeutuu edelleen kalaverkkoihin ja hukkuu löysänieluisiin katiskoihin.
- Ilmastonmuutos. Hyväluminen talvi on norpan pesinnän onnistumisen ehto.
- Pieni populaatio. Liian läheiset sukulaisuussuhteet aiheuttavat geeniperimän heikentymisen.
- Pesinnänaikainen häirintä. Norpan pesärauhan rikkoontuminen voi johtaa jopa kuutin kuolemaan.
- Rantarakentaminen. Ympärivuotisen asutuksen lisääntyminen Saimaan rannoilla vähentää norpan pesimä- ja rantamakuupaikkojen määrää.

Projektin aikana parannetaan tietoisuutta saimaannorpan suojelusta ja pyritään lisäämään suojelutoimien hyväksyntää sekä tehdään erilaisia välineiden, menetelmien ja toimintatapojen kehitystyötä ja käyttöönottoa. Esimerkiksi norppaturvallisten katiskojen kehitystyötä jatketaan, ja vapaa-ajankalastajille pyritään kehittämään norppaturvallinen rysä ja vesialueen omistajien kanssa kehitetään kalastusrajoitusten valvontaa.

Ilmastonmuutokseen sopeutumiseksi testataan mm. erilaisia keinopesiä, joissa norppa voisi pesiä vähälumisina ja jäätöminä talvina. Lisäksi kehitetään uusia kannanseurantamenetelmiä, joita tarvitaan, jos saimaannorppien pesäpaikkoja ei jatkossa päästä tutkimaan kevätyöille. Photo-ID-tutkimuksessa kehitetään yksilöiden tunnistamista valokuvien avulla.

Lisäksi tutkitaan saimaannorppien geeniperimää ja tulosten perusteella mietitään, olisiko geeniperimän monipuolistamiseksi tarvetta siirtää norppia Saimaan sisällä. Tarkoitus ei kuitenkaan ole siirtää norppia uusille alueille, vaan pysytellä nykyisillä elinalueilla.

Yhteinen Saimaannorppamme -LIFE-projekti kestää viisi vuotta. Projektin kokonaisbudjetti on 7,1 miljoonaa euroa, josta EU-rahoituksen osuus on 5,3 miljoonaa euroa. Projekti saa rahoitusta myös Ympäristöministeriöltä, Etelä-Karjalan liitolta, Yleisradiolta, Nestorisäätiöltä sekä Raija ja Ossi Tuuliaisien säätiöltä.

Metsähallitus on projektin päätoteuttaja. Muita kumppaneita ovat: DocArt Ky, Etelä-Karjalan Virkistysalue-säätiö, Etelä-Savon ja Pohjois-Karjalan Ely-keskukset, Suomen Luonnonsuojeluliitto, Ruokavirasto, Luonnonvarakeskus, Turun ammattikorkeakoulu, Itä-Suomen yliopisto, Helsingin yliopisto, Maailman Luonnon Säätiön Suomen Rahasto ja Ahvenanmaan maakunnan hallitus.

2. Viestinnän tavoitteet

Viestinnän tavoitteet johdetaan projektin tavoitteista. Ajatusvinkki tavoitteiden asettamiseen: mieti ensin hankkeen loppua. Kirkasta hankkeen päämäärä (eli vaikuttavuustavoite) ja mieti, mitä pitää tapahtua, että sinne päästään. Määrittele fiksut tavoitteet, jotka ovat hankeaikana mahdollisia ja joilla on aidosti vaikutusta.

Projektin aikana parannetaan tietoisuutta saimaannorpan suojelusta ja pyritään lisäämään suojelutoimien hyväksyntää sekä tehdään erilaista välineiden, menetelmien ja toimintatapojen kehitystyötä ja käyttöönottoa. Esimerkiksi norppaturvallisten katiskojen kehitystyötä jatketaan, ja vapaa-ajankalastajille pyritään kehittämään norppaturvallinen rysä ja vesialueen omistajien kanssa kehitetään kalastusrajoitusten valvontaa.

Ilmastonmuutokseen sopeutumiseksi testataan mm. erilaisia keinopesiä, joissa norppa voisi pesiä vähälumisina ja jäätöminä talvina. Lisäksi kehitetään uusia kannanseurantamenetelmiä, joita tarvitaan, jos saimaannorppien pesäpaikkoja ei jatkossa päästä tutkimaan kevätjäille. Photo-ID-tutkimuksessa kehitetään yksilöiden tunnistamista valokuvien avulla.

Lisäksi tutkitaan saimaannorppien geeniperimää ja tulosten perusteella mietitään, olisiko geeniperimän monipuolistamiseksi tarvetta siirtää norppia Saimaan sisällä. Tarkoitus ei kuitenkaan ole siirtää norppia uusille alueille, vaan pysytellä nykyisillä elinalueilla.

Mitkä ovat koko hankkeen tavoitteet? Miten viestintä edistää niitä, eli millaisia tavoitteita viestinnälle asetetaan?

Viestinnän ja vuorovaikutuksen tavoitteena on:

Sujuvoittaa yhteistyötä ja varmistaa tiedonkulkua norpan suojeluun osallistuvien toimijoiden kesken.

Motivoida kansalaisia mukaan norpansuojeluun.

Tuottaa uutta tietoa ja tiedon popularisoiminen.

Herättää yhteiskunnallista tai julkista keskustelua ilmastonmuutoksen vaikutuksesta norppaan.

Levittää ja jalkauttaa uusia malleja, käytäntöjä, suosituksia tai tapoja toimia norppaystävällisestä kalastuksesta ja matkailusta, sekä liikkumisesta norppajäillä vähälumisina talvina ja moottorikelkkailusta.

Vaikuttaa yhteiskunnassa, että norppien suojeluun suhtauduttaisiin myönteisemmin.

Tuottaa päätöksentekoon tietoa ja suosituksia esimerkiksi norppien suojelustrategian päivittämiseen ja kalastusasetuksen seuraavaan päivittämiseen.

Muuttaa asenteita norppaturvallisesta kalastuksesta

Muuttaa kalastusta Saimaalla ympärivuotisesti norppaystävällisemmäksi.

3. Viestinnän kohderyhmät

Hankkeen onnistumisen kannalta yksi tärkeimpiä kysymyksiä on tunnistaa, kenelle ja kenen kanssa hanketta tehdään. Kohderyhmiä ovat ne kenelle tai kenen takia hanketta tehdään. Sidosryhmiä ovat ne keiden kanssa hanketta tehdään. Kohde- ja sidosryhmät on nimetty hankesuunnitelmissa, mutta ne vaativat usein tarkentamista.

Kohderyhmien kohdalla ongelmana on monesti laajuus. Jos puhutaan vaikkapa "kasvatus- ja opetusalan ammattilaisista", porukkaan mahtuvat niin varhaiskasvattajat, ala-asteen teknisen työn opet kuin

korkeakoulujen lehtorit. Kaikkien tavoittaminen ei varmasti ole hankkeen kannalta olennaista (tai se vaatisi jättimäistä viestintäbudjettia).

Tarkentamisessa auttaa kysymys: Ketkä voivat saada hankkeessa tavoitellun muutoksen aikaan?

Jos esimerkiksi tekisimme verkkokurssin opettajille ja haluaisimme saada sinne paljon kävijöitä, kannattaako meidän huhuilla yksittäisiä opettajia — vai koulutoimen johtajia, jotka voivat päättää, mihin koko alueen opettajien työaika käytetään? Tällaisia ryhmiä kutsutaan myös portinvartijoiksi.

4. Ydinviestit

Ydinviestit ovat yleensä muutaman virkkeen pituisia kiteytyksiä hankkeesta. Tekstit toimivat verkkosivuilla, esittelydioilla, hissipuheena, kivijalkatekstinä tiedotteissa ja visualisointien pohjana.

Ydinviestejä pohdittaessa kannattaa miettiä, miten viesteistä saisi tarttuvaa. Toimisiko visualisointi, valokuvat, tarinat, data, hypoteettinen esimerkki tai vertaus? Näytä ilmiön tärkeys, ajankohtaisuus tai kokoluokka tavalla, joka jää mieleen.

Hankkeen alussa kannattaa käyttää aikaa ydinviestien hiomiseen. Hyviin ydinviesteihin kiteytyvät hankkeen tavoitteet ja se, miksi ne ovat yhteiskunnallisesti tärkeitä juuri nyt. Mihin ongelmaan hankkeessa haetaan ratkaisuja, ja miksi juuri me olemme oikeita ihmisiä ratkaisemaan ongelmaa?

Viestintä esimerkiksi mediaan päin on helpompaa, kun hankkeen pystyy kytkemään johonkin yhteiskunnalliseen keskusteluun, kuten vaikka ilmastonmuutokseen sopeutumiseen, työllisyysasteen nousuun tai kiertotalouden edistämiseen.

Kun hankkeen ydinviestit ja yhteys ympäröivään yhteiskuntaan on kerran mietitty selkeiksi, peruskuvauksia voi helposti hyödyntää hankkeen aikana erilaisissa viestintämateriaaleissa, verkkosivuilla ja somessa.

Kansalaisille

Saimaannorppa jatkaa sukelluksiaan, kun suojelemme sitä yhdessä! Silloin myös tulevat sukupolvet voivat nähdä norpan luodoilla lepäilemässä tai sukeltailemassa selkävesillä.

Jos liikut talvisen Saimaan jäällä, kierrä selkävesien luodot ja niemenkärkien kinokset, niissä voi olla norpan pesä. Pidä myös koirasi kytkettynä.

Kuutit takertuvat helposti verkkoihin ja jäävät jumiin katiskaan, jonka nielu on liian iso. Jätä verkot rannalle 15.4.-30.6. välisenä aikana ja tarkasta kalastusrajoitusalueet. Kalasta vain katiskalla, jonka nielu ei veny yli 15 cm leveäksi.

Norpat vaihtavat turkkia toukokuussa ja loikoilevat silloin rantakivillä. Voit tarkkailla norppaa kiikareilla sopivan välimatkan päästä. Tiedät menneesi liian lähelle, jos norppa sukeltaa veteen. Rantakivillä loikoileva norppa voi säikähtää myös ohi ajavan veneen pärskeitä.

Pidä silmät auki Saimaalla veneillessäsi. Kun veneilet Saimaan vesistöissä, tarkkaile ympäristöäsi. Norpanpää tummassa vedessä voi olla haastava havaittava.

Ilmastonmuutos on saimaannorpan suurin uhka. Vähentämällä omaa kulutustasi ja tekemällä luonnon kannalta eettisiä valintoja vaikutat myös saimaannorpan elinolosuhteiden parantamiseen.

Päätäjille

Saimaannorppa elää vain Suomessa ja vain Saimaan vesistöissä. Se on erittäin uhanalainen. Saimaannorpan suojelutyön rahoitus on turvattava, jotta norppakanta selviytyy.

Kalanpyydykset ovat saimaannorpan isoin uhka. Etenkin kuutit jäävät helposti kiinni verkkoihin tai katiskoihin, joita ei ole tehty norpalle turvallisiksi. Myös aikuiset norpat voivat kuolla kalanpyydyksiin.

5. Viestinnän mittarit

Viestinnälliset mittarit auttavat hankkeen vaikuttavuuden seurannassa. Kaikkea ei kannata mitata vaan keskittyä viestinnän vaikuttavuuden kannalta oleellisiin. Viestinnän vaikuttavuutta arvioidaan säännöllisesti viestintäryhmän kokouksissa. Projektin edetessä määritellään keinoja arvioida, mikä on "hyvä", kuten vaikkapa mediaanit tai vertailut aiempaan. Somekattavuuksien ja reaktioiden lisäksi kannattaa seurata laatua.

Raportoi ja tee työsi näkyväksi. Data on vahva perustelu viestinnän toimille – myös sille, mitä ei kannata tehdä. Kehitä ja tee oikaisuliikkeitä.

Aseta viestinnälle konkreettinen tavoite, jolla on yhteys hankkeen tavoitteeseen.

Viestinnän mittarit voivat olla määrällisiä (mm. julkaisujen lataukset, verkkosivukäynnit, erilaiset somemittarit) tai laadullisia (mm. muutos asenteissa, ymmärryksen taso, palaute).

Saimaannorpanvuosi -sivu, seurataan kattavuustietoja viimeisen 28 vrk:n aikana, tiedot otetaan ylös 4 kertaa vuodessa. Esim. Viikon 13 lopussa sivulla oli 1571 tykkääjää ja kattavuus viimeisten 28 vrk aikana oli 778.

Instajulkaisujen kattavuuksia seurataan, esim. Saimaannorpan pesimätalvesta @luontoon.fi julkaisulla 3076 tykkäystä, 17 kommenttia ja julkaisun kattavuus 76 244.

Täydennä vielä mediaseuranta hankesuunnitelmasta.

Hankehakemuksessa taulukko mediaosumien tavoitteista

6. Viestintäkanavat, toimenpiteet ja toteutus

Projektiviestinnässä käytetään Metsähallituksen olemassa olevia viestintäkanavia. Uuden hankesivun yleisön kasvattaminen vie niin paljon aikaa, että siihen ei kannata ryhtyä. Omien kanavien lisäksi julkaistaan mediatiedotteita.

Projektiviestinnässä käytettävät viestintäkanavat:

Projektin nettisivu

Saimaannorpan vuosi Facebook-sivu

Suomen kansallispuistot Facebook-sivu

Linnansaaren kansallispuiston Facebook-sivu

Koloveden kansallispuiston Facebook-sivu

Saaristomeren kansallispuiston Facebook-sivu

Luontotyypit Facebook-sivu
Eräluvut Facebook-sivu
Instagramtilit @luontoon.fi ja @finnisparks
Twitter @Luontopalvelut

Someviestinnässä käytetään hashtageja:

#YhteinensaimaannorppammeLIFE

#OursaimaasealLIFE

#VårsaimenvikareLIFE

Pysyvät sisällöt kootaan nettisivuille ja niille linkitetään sosiaalisen median kanavissa. Lisäksi someen tuotetaan omia, vain siellä julkaistavia ajankohtaisia sisältöjä. Somesisällöt ovat visuaalisia ja sisältävät aina videon tai valokuvan. Valtakunnallisilla somekanavilla on eniten seuraajia ja suurin vaikuttavuus. Mutta paikallisille asukkaille suunnattuja viestejä kannattaa julkaista Saimaan alueen Facebook-sivuilla. Vaikuttajaviestinnän somekanava on Twitter.

Somesisältäjä tuotetaan eri sisältökategorioista:

Lajitietous

Mitä kansalainen voi tehdä norpan hyväksi

Erävalvonta, kalastusrajoitukset

MH:n norppatyö

Projektin toimenpiteet

Norppaturvallinen matkailu

Somessa hankkeen tekijät ovat huomattavasti kiinnostavampia kuin organisaatiot. Kannustamme kaikkia hankkeen asiantuntijoita twiittaamaan hankkeen asioita ja käyttämään hankenimeä hashtagina.

Hankkeen viestintää johtaa projektipäällikkö Raisa Tiilikainen. Erätarkastaja Paavo Väisänen vastaa kalastusvalvontaa ja neuvontaa koskevasta someviestinnästä. Suojelubiologi Miina Auttila ottaa valokuvia maastosta. Viestintää tekee viestintäpäällikkö Tiina Hakkarainen.

Ostetaanko viestintää ulkopuolelta? Mitä sisältöjä tarvitaan englanniksi ja ruotsiksi?

Projektikumppaineiden kanssa viestintää suunnitellaan xxx kertaa vuodessa pidettävissä viestintäryhmän kokouksissa. Kukin hankkeeseen osallistuva taho vastaa toteuttamiensa toimenpiteiden viestinnästä. Yhteistyötä tehdään siten, että hankekumppanit jakavat toistensa somesisältöjä ja tiedotteita.

Hankeviestinnässä kannattaa etsiä liittolaisia ja tarjoutua tuottamaan esimerkiksi vierasblogeja muiden organisaatioiden kanaviin ja puheenvuoroja tilaisuuksiin. Pienellä budjetilla toimivat ammatti- ja erikoismediat voivat olla hyvinkin kiitollisia laadukkaista asiantuntijakirjoituksista. Hankkeen tuloksista voi kertoa myös Wikipediassa.

Metsähallituksen vastuulla olevat viestintätoimenpiteet, aikataulu ja vastuuhenkilöt:

Logo, valmistui 4/2021, Raisa ja Tiina H

Nettisivut 2021, Raisa ja Tiina H

Viestintäsuunnitelma 2021, Raisa ja Tiina H

15 valokuvan ja 10 videon hankinta

Promotuotteet

Somekampanja norppakoulu

Yleisötapahtumat Rantasalmen puhallinorkesterin kanssa, Raisa ja Tiina L

Rollupit ja posterit

15 infotaulua
Norppainfopisteet
Kestävän matkailun periaatteet, Sanni
Norppainfopaketti matkailuyrittäjille
Norpparyhmät vapaaehtoisille
Talviajan ohjeistus moottorikelkkaseuroille
Layman's report, 2025

7. Norppaviestinnän vuosikello -ajoita oikein

Vuosikellon tavoitteena on kytkeä norppaviestintä norpan elämässä tapahtuviin ajankohtaisiin asioihin. Vuosikelloa laadittaessa on hyvä miettiä, mihin kaikkeen hanke voi kytkeytyä. Vuodenkiertoon, politiikkaprosesseihin tai uutisiin, alan vuosittaisiin konferensseihin?

Viestinnän ydintiimi käy kokouksissaan läpi hankkeen alussa tehtyä vuosikelloa, ideoi ja täydentää vuosikelloa. Samaan pohjaan voidaan suunnitella tulevien vuosien viestintätoimia.

Vuosikello löytyy: T:\luonnonsuojelu\LIFE-hankkeet\Our Saimaa Seal LIFE\Viestintä\Viestintäsuunnitelma

8. Rahoittajan vaatimukset viestinnälle

Rahoittajan vaatimus viestinnälle on, että kaikessa viestinnässä ja julkaisuissa (seminaarit, kongressit ja kaikki viestintämateriaali) on tultava ilmi hankkeen saama EU-rahoitus ja LIFE- ja Natura2000 logot on oltava näkyvillä. Lisäksi vastuuvapauslauseketta on käytettävä niin ikään viestinnässä ja julkaisuissa ja siinä on oltava

-että se heijastaa ainoastaan tekijöiden näkemyksiä

-eikä EASME/Komissio ole vastuussa sisällöstä.

The project has received funding from the LIFE Programme of the European Union. The material reflects the views by the authors, and the European Commission or the EASME is not responsible for any use that may be made of the information it contains.

Pitää tuki olla myös suomeksi suomenkielisessä viestinnässä.

Logot voi ladata <https://ec.europa.eu/easme/en/section/life/life-communication> Tosin noiden sivujen ylläpito loppuu ja sisältö siirretään toisaalle, muttei vielä näkynyt minne.

Nämä ohjeet General conditioneissa:

https://ec.europa.eu/easme/sites/easme-site/files/life_model_ga_2019_vs01.2020.pdf s. 30-31

9. Viestintäbudjetti

Hyvä suunnittelu ja tarkka budjetointi varmistavat sen, että hankkeen rahat ja voimat riittävät viestintään vielä silloin, kun on tuloksista viestimisen aika. Paukkuja kannattaa säästää myös loppuun. Näin hankkeen tulokset saavat ansaitsemansa huomion ja auttavat alkuperäisten tavoitteiden mukaisesti ratkaisemaan yhteiskunnan ongelmia.

Viestintätoimenpiteeseen E1 on budjetoitu 813 000€ koko hankkeessa.

10. Vaikuttavuuden seuranta

Viestinnän vaikuttavuutta seurataan projektin viestintäryhmän kokouksissa. Tavoitteena on mahdollisimman vaikuttava viestintä. Karsi kaikki mikä ei toimi ja kokeile rohkeasti uutta. Viestintäsuunnitelma saa elää ja sitä muutetaan tarvittaessa.

11. Hankelogo, kuvahankinnat ja esittelymateriaalit

Metsähallituksen mainostoimistokumppani KMG Finlandin Jatta Ihalainen suunnitteli projektin logon. Metsähallituksen graafinen suunnittelija Marianne Katainen osallistui logon työstämiseen. Logotyöryhmässä olivat Metsähallituksesta mukana Marianne Kataisen lisäksi projektipäällikkö Raisa Tiilikainen, suunnittelija Miina Auttila, luonnonsuojelupäällikkö Panu Kuokkanen, ylitarkastaja Tero Sipilä, suojelubiologi Jouni Koskela ja viestintäpäällikkö Tiina Hakkarainen. Logosta on kieliversiot suomi, ruotsi ja englanti. Hankkeen logoa käytetään aina yhdessä LIFE-logon ja Natura 2000-logon kanssa.

