

# Viherympäristöliitto ry

## Viestintästrategia 2018

Päivitetty 2020

**Viherympäristöliiton viestintästrategian lähtökohtina ovat liiton strategiassa määritellyt perustehtävät, tavoitteet ja visio. Viestintä on johdonmukaista, aktiivista, avointa ja läpinäkyvää. Viestintä on yhdensuuntaista jäsenyhdistysten kanssa. Sisältö on luotettavaa ja virheetöntä. Vahvuutemme on viheralan kokoava yhdistystoiminta. Mukana ovat alan parhaat asiantuntijat. Toiminta on laadukasta ja ajassa reagoivaa.**

### Strategialinjaukset

Viherympäristöliiton hallitus päättää yhdistyksen toiminnan tavoitteista, strategisista linjauksista ja vuosittaisista toiminnan painopisteistä. Toimeenpano on toimiston vastuulla.

Liiton tavoitteena on sääntöjen 2§:n mukaan edistää maassamme viherympäristön kehittymistä ja arvostusta kaikilla sen osa-alueilla, kohottaa alalla toimivien ammatillista tietoa ja taitoa sekä valvoa alan tuotannollisia ja yleisiä taloudellisia etuja.

Tarkoituksensa toteuttamiseksi liitto 3§:n mukaan

- Luo yhteydet keskushallinnon organisaatioihin
- Huolehtii alaa koskevien säädösten ja normien laatimisesta ja yleiseen käyttöön hyväksymisestä
- Luo edellytykset alalla toimivien järjestöjen ja ammattiryhmien välisille suhteille ja hyvälle yhteistyölle
- Harjoittaa alan tiedotusta ja neuvontaa, täydennyskoulutusta sekä näyttelytoimintaa
- Harjoittaa julkaisutoimintaa
- Tekee esityksiä alan tutkimuksen sekä opetuksen kehittämiseksi
- Laatii toimialaansa koskevia kannanottoja ja lausuntoja
- Kuuluu jäsenenä Puutarhaliitto ry:hyn sekä mahdollisesti alan muihin keskusjärjestöihin

### Sisäinen ja ulkoinen viestintä

**Sisäisen viestinnän kanavat: Jäsenkirje, Uutiskirje, some-kanavat, VY-lehti, vyl.fi-sivut.**

Sisäisessä viestinnässä käytetään Jäsenkirjettä, joka lähetetään jäsenyhdistysten jäsenille sekä Uutiskirjettä, joka lähetetään jäsenyhdistysten jäsenten lisäksi liiton keräämien osoiterekisterien perusteella laajemmin myös sidosryhmille.

Viherympäristö-lehden kautta välitetään ajankohtaista tietoa viheralasta jäsenistölle sekä muille aiheesta kiinnostuneille lehden tilaajille. Lehden sähköisyyttä kehitetään.

Vyl.fi-sivusto ja useat teemasivustot tarjoavat tietoa jäsenistölle ja muille viheralasta kiinnostuneille VYL:n toiminnasta, hankkeista ja tapahtumista. Uutissivu nostaa esille ajankohtaisia alaa ja liittoa koskevia uutisia.

Sosiaalisen median kautta tavoitetaan VYL:n jäseniä sekä sidosryhmiä. Someviestinnässä hyödynnetään seuraavia kanavia: Facebook, Instagram, Twitter, YouTube. Someviestinnästä on oma suunnitelma ja seuranta. Kanavien sisällöntuotannossa huomioidaan kanavien ominaisuudet ja kohderyhmät.

### **Ulkoisen viestinnän kanavat: tiedotteet**

Ulkoisessa viestinnässä käytetään lehdistötiedotteita, koska toimittajat käyttävät mielellään lähdemateriaalina tiedotteita, joiden sisältöön luotetaan. Tiedote ei saa olla mainostekstiluonteinen. Lehdistötiedottamisessa käytetään ePressiä, jonka kautta tavoitetaan halutut toimittajat, päättäjät ja vaikuttajat.

Viestintää toteutetaan kumppaneiden kanssa yhteisesti sovituin pelisäännöin. Liiton ylläpitämät rekisterit noudattavat GDPR:n vaatimuksia.

## Viestinnän painopisteet ja sisällöt

Liitto viestii monipuolisesti toiminnastaan: omista tapahtumistaan (mm. Viherpäivät), kampanjoistaan, hankkeistaan sekä hallituksen määrittelemistä kannanotoista ja lausunnoista.

### **Viestinnälle laaditaan vuosittain vuosisuunnitelma**

- Kirjataan ylös vuoden pääpainopisteet (strategiasta).
- Tehdään viestinnän vuosikello, johon kirjataan liiton ja jäsenyhdistysten tärkeimmät tapahtumat, aiheet ja teemat, joista tullaan eri tavoin viestimään. Kellosta voi helposti nähdä yleissilmäyksellä tulevat viestittävät asiat.
- Lisäksi viestitään viheralan ajankohtaisista aiheista ja uutisista.
- Tarkempaa toteutusta koordinoidaan yhteisellä viestintäkalenterilla. Liitto koordinoi viestintäkelloa ja -kalenteria.

### **Viestintä pohjautuu tunnistettavaan, yhtenäiseen visuaaliseen ilmeeseen**

- Viherpäivät ja -tekniikka -tapahtumalla on oma logo ja ilme.
- Verkkokaupalla on oma ilme.
- Jokaiselle tapahtumalla, tilaisuudella ja kampanjalla on oma viestintäsuunnitelma.

## Kohderyhmät

- VYL JÄSENYHDISTYKSET JA JÄSENET
- SIDOSRYHMÄT
- PÄÄTTÄJÄT
- VIRANOMAISET

## - KANSALAISET/KULUTTAJAT

Viestintäsuunnitelmassa määritellään tarkemmin, miten ja millä kanavilla näitä eri ryhmiä lähestytään.

### **Päätäjät ja viranomaiset**

Viranomaisista tärkeimpiä ovat mm ympäristöministeriön, maa- ja metsätalousministeriön, opetus- ja kulttuuriministeriön, sosiaali- ja terveysministeriön virkamiehet. Päätäjiä ja viranomaisia lähestytään ePressin avulla.

### **Sidosryhmät**

Sidosryhmät ovat viheralan ulkopuolisia tahoja, joiden kanssa liitolla on yhteistoimintaa tai joiden kanssa tavoitellaan yhteistyötä. Sidosryhmien kanssa sovitaan yhteistyömuodoista työryhmissä. Tärkeimpiä nykyisiä sidosryhmiä ovat: Puutarhaliitto Ry, RAKLI, MediaBookers, HAMK, Suomen Asuntomessut, Ikäinstituutti, viheralan neuvottelukunnan jäsentahot ja FISE Oy.

Tärkeimpiä muita mahdollisia sidosryhmätahoja: Kuntaliitto, Kiinteistöliitto, Isännöinti-liitto, SAFA, Opetushallitus, Liikunta-alan järjestöt, kestävän kehityksen toimijat, tutkimuslaitokset, viheralan koulutustahot, infra- ja rakennusalan toimijat.

### **Kansalaiset ja kuluttajat**

Kansalaisia ja kuluttajia lähestytään lehdistön ja sosiaalisen median kautta. Lisäksi messuilla ja verkkosivuilla suunnataan sanomaa kuluttajille.

### **Viestinnän mittaaminen**

Viestintää seurataan säännöllisesti hyödyntäen viestintäkanavien omia mittareita sekä Google Analytics-palvelua. Mittareiden avulla arvioidaan, saavutetaanko viestinnälle asetetut tavoitteet.

## Viestinnän arvopohja

ARVOT ELI TOIMINTAA OHJAAVAT PERIAATTEET:

### **Kestävä toiminta**

Edistämme reilua ja avointa toimintaa. Viherympäristöliitto ja sen jäsenyhdistykset sitoutuvat eettisiin pelisääntöihin ja kestävän ympäristörakentamisen kriteereihin.

### **Parempi ympäristö ja parempi yhteiskunta kaikille**

Ponnistelemme lakkaamatta paremman ympäristön puolesta.

### **Rohkea tulevaisuusorientoitunut toiminta**

Seuraamme tarkasti ajan ilmiöitä ja yleistä kehitystä kotimaassa ja ulkomailla. Koulutamme tavoitteellisesti alan ammattilaisia vuorovaikutuksessa kouluttaja- ja yhteistyötahojen sekä jäsenyhdistysten kanssa. Vastaamme ketterästi muuttuviin haasteisiin ja tartumme rohkeasti uusiin mahdollisuuksiin. Olemme viheralan parhaita ja luotettavimpia asiantuntijoita ja Toimijoita.

## Liitto on asettanut seuraavat tavoitteet

### VIHERALA ON VUONNA 2021

- Kestävä ympäristö on toiminnan lähtökohta
- Viherala on vetovoimainen ja näkyvä
- Ala on kasvanut ja voimistunut
- Yritysten lukumäärä merkittävästi kasvanut
- Yksityisasiakkaille tarjotaan monipuolisia palveluja suunnittelusta hoitoon
- Ala tekee yhteistä markkinointia
- Kunnissa on selkeät viheralueita koskevat strategiat

## Strategisia tavoitteita ovat

Viherympäristöliitto asettanut lähivuosien strategiset tavoitteet. Liiton viestintä tukee tavoitteiden toteutumista.

### Toimiala on vuonna 2021

- **Viheralan merkitys tunnustettu ja se otetaan huomioon päätöksenteossa**
- **KESY on jokapäiväistä toimintaa**
- **MRL, viheralan näkökulmat mukana**
- **Viherala houkuttelee uusia ammattilaisia**
- Käytössä on uusi, myönteisiä toimintamalleja luova mittari, ”viherkädenjälki” kriteereineen ja seurantamittareineen
- **Kunnissa on käytössä ohjelma, jossa määritellään, miten viheralueita ja ekosysteempipalveluita kehitetään** ja millainen yhdyskunta palvelee ihmisten kestäviä elämäntapoja.
- **Laaja sidosryhmätyö**, tunnistetaan myös toimintaa haittaavat tai estävät toimijat. Tunnistetaan toimintatapaerot
- **KV-toiminta** on näkyvää ja tuloksellista

### VYL on 2021

- On alan auktoriteetti ja aktiivinen imagon rakentaja
- Päätäjät ja viranomaiset kuulevat Viherympäristöliittoa
- Palvelee monipuolisesti jäsenyhdistyksiä
- On vahvasti mukana kansainvälisessä toiminnassa
- Julkaisee laadukkaita oppaita
- Laatii alan ohjeet ja pelisäännöt
- Järjestää täydennyskoulutusta sekä kehittää alan koulutusta
- Pätevöittää alan toimijat

Viestinnän tavoitteet nostetaan esille viestintäsuunnitelmassa vuosittain. Painopisteet vaihtelevat esimerkiksi Viherpäivien teeman tai liiton asettaman/asettamien painopisteen/painopisteiden pohjalta.

Painopisteen voi rakentaa eri tavoitteista yhdistettynä teemaan/teemoihin.

## Strategiset tavoitteet 2021

1. Viheralan merkitys tunnustettu ja se otetaan huomioon päätöksenteossa
2. KESY on jokapäiväistä toimintaa
3. MRL, viheralan näkökulmat mukana
4. Viherala on vetovoimainen, ala vetää nuoria sekä hyviä ammattilaisia
5. Käytössä on uusi mittari ”viherjalanjälki”
6. Kunnissa on käytössä viheraluestrategia, jossa määritellään, miten viheralueita kehitetään
7. Laaja sidosryhmätyö
8. KV-toiminta on näkyvää

Viestintästrategiaa päivitetään, kun hallitus tekee uusia linjauksia ja uusia päätöksiä koskien mm. painopisteitä ja strategisia tavoitteita.

2.5.2018, päivitetty 2020

Viherympäristöliitto ry