

Suomen Vapaa-ajankalastajien Keskusjärjestö

VIESTINTÄSTRATEGIA

vuosille 2018–2022

JOHDANTO

Viestintäkulttuurimme on kokenut viime vuosikymmeninä suuria muutoksia. Suomalaisten yhdessäoloon kuluttama aika on vähentynyt ja etäviestintään käyttämä aika kasvanut. Monet uudet viestintäkanavat ovat nähneet päivänvalon. Enää ei riitä, että yhteisö välittää tietoa sille tärkeistä asioista. Sen on tunnistettava sidosryhmänsä ja suunniteltava viestintänsä niiden tarpeiden mukaan.

Käsissäsi oleva viestintästrategia on SVK:n tehtävään ja tavoitteisiin perustuva johtotähti, joka antaa suunnan arkipäivän viestinnälle. Se kattaa ne määrittelyt, valinnat ja tavoitteet, jotka ohjaavat SVK:n viestintää nykyisessä ja tulevassa toimintaympäristössä. Tärkeää on, että strategiassa esitetyt suuntaviivat ymmärretään ja otetaan osaksi kaikkea järjestöön liittyvää viestintää.

Viestintästrategia koostuu kahdesta osasta ja se perustuu vuoden 2013-2017 viestintästrategiaan.

Viestintästrategiaa laadittaessa on tehty selvä ero viestintästrategian ja -suunnitelman välille. Viestintästrategia on suuntaa antava ja koskee viestinnän periaatetasoa. Sitä tukemaan laaditaan viestintäsuunnitelmat, joissa määritellään viestinnän tavoitteet, kohderyhmät ja toimenpiteet käytännössä. Viestintästrategiassa ei oteta kantaa viestinnän sisältöihin, ne nousevat järjestön toimintasuunnitelmasta ja määritellään viestintäsuunnitelmissa. Myöskään viestintäkanavien käyttöön ei viestintästrategiassa oikeastaan puututa.

Toivomme, että viestintästrategia kannustaa ja innostaa toimi- ja luottamushenkilöitä järjestön perustehtävän ja viestintään perustuvan toiminnan – valistuksen ja neuvonnan – toteuttamisessa.

SISÄLTÖ

Nykytilan analyysi	4
PERUSMÄÄRITTELYT	4
SVK:n tehtävä ja visio	4
Viestinnän tarkoitus ja tehtävät	4
TAVOITEYHTEISÖKUVA	5
VIESTINNÄN ORGANISOINTI	5
VIESTINTÄRESURSSIT	6
Ammatillinen osaaminen	6
Tieto	6
Teknologia	7
Viestintäkanavat	7
Raha	7
SIDOSRYHMÄT	8
Viestintästrategia	10
VIESTINNÄN STRATEGISET TAVOITTEET	10
Yhteisökuvan kirkastaminen	10
Näkyvyyden lisääminen	10
Viestintävastuiden selkiyttäminen	10
Yhteisöllisen viestintäkulttuurin luominen	10
VIESTINNÄN PERIAATTEET	11
VIESTINTÄVASTUUT JA -RESURSSIT	11
VIESTINNÄN TOTEUTUS JA SEURANTA	12

Nykytilan analyysi

PERUSMÄÄRITTELYT

SVK:n tehtävät ja visio

Suomen Vapaa-ajankalastajien Keskusjärjestön perustehtävä on ylläpitää ja kehittää kestävästä käytöstä vapaa-ajankalastusta. Järjestön keskeinen tehtävä on ohjata vapaa-ajankalastajia tuntemaan kalastuksen biologisia perusteita, ympäristökysymyksiä sekä kalavesien hoitoa, kalastusta ohjaavaa lainsäädäntöä, kalastusmenetelmiä ja kalojen käsittelyä sekä kansallista ja kansainvälistä kalastuskulttuuria. SVK:n toimii vapaa-ajankalastuksen edistämiseksi kalastusalue toiminnassa sekä muussa kalataloushallinnossa, kalastusta haittaavien esteiden purkamiseksi sekä kansainvälisen yhteistyön edistämiseksi.

SVK:n visio on määritelty seuraavasti: Suomen Vapaa-ajankalastajien Keskusjärjestö ylläpitää ja kehittää kalastusta suosittuna ja arvostettuna luontoharrastuksena.

Viestinnän tarkoitus ja tehtävät

Valistus ja neuvonta – SVK:n keskeiset toimintamuodot – ovat viestintää, ihmisten välistä viestien välitystä ja vaikuttamista. Siksi viestintää voidaan pitää SVK:n ydintoimintana, kaiken perustana.

Viestintä on myös tukitoimi, joka auttaa järjestöä saavuttamaan tavoitteensa. Sen tehtävät voidaan jakaa esimerkiksi näin:



TAVOITEYHTEISÖKUVA

Tavoiteyhteisökuva määrittelee, millaisena SVK haluaa näkyä ja tulla tunnistetuksi. Se perustuu siihen, mitä järjestö on ja mihin se pyrkii. SVK:n edustajien sanomiset ja tekemiset vaikuttavat siihen, millaiseksi yhteisökuva todellisuudessa muodostuu. Tavoitemielikuvan saavuttamiseksi oheisia viestejä on välitettävä kaikissa tilanteissa.

Tavoiteyhteisökuvan ytimessä on visioviesti, se sanoma, jonka SVK haluaa itsestään välittää (*vapaa-ajankalastajien oma järjestö*). Visioviestiä tukevat strategiset perusviestit (*asiantuntija, tehokas toimija, vapaa-ajankalastuksen edistäjä, katto korkealla*). Taktisen tason viestit kertovat, millä perusteilla SVK väittää olevansa edellä mainitunlainen.



Tavoiteyhteisökuvaa tukee SVK:n visuaalinen linja, jota sovelletaan kaikessa järjestön viestinnässä. Visuaalinen linja on esitelty graafisessa ohjeistossa (http://www.vapaa-ajankalastaja.fi/graafinen_ohjeisto_netti.pdf). Visuaalinen linja erottaa SVK:n muista yhteisöistä ja helpottaa sen tunnistamista ja muistamista.

VIESTINNÄN ORGANISOINTI

Viestinnän organisointi on viestintävastuiden määrittelyä. On tärkeää tietää, kuka vastaa viestinnän strategisista linjauksista, suunnittelusta ja tilannekohtaisista ratkaisuista.

SVK:n viestinnän strategisista linjauksista vastaa järjestön hallitus. Luottamustoimintaan perustuva viestintätoimikunta suunnittelee viestintää ja

valmistelee hallituksen päätettäväksi tulevat, viestintään liittyvät asiat. Toimikunnan sihteerinä toimii järjestön tiedottaja.

Pääasiassa SVK:n tiedotusta koordinoi ja hoitaa tiedottaja. Hän toimii yhteyshenkilönä niin SVK:n toimituksiin ja jäseniin kuin ulkoisiin sidosryhmiin. Tiedottajan vastuulle kuuluvat muun muassa piiri- ja seurakirjeiden sekä tiedotteiden laadinta ja lähetys, esitetuotanto, Vapaa-ajankalastajan kalenterin toimitus ja taitto, internet-, extranet- ja facebook-sivujen ylläpito osittain, seurojen ja piirien tiedottajien koulutus ja ohjeistus sekä muut viestintätoimikunnan osoittamat tehtävät.

Kalatalousasiantuntijat hoitavat viestintää maakunnallisilla toimialueillaan. He tiedottavat asioista niin jäsenille kuin ulkoisille sidosryhmille sekä välittävät viestiä maakunnasta keskusjärjestölle. Kalatalousasiantuntijat kirjoittavat tekstejä järjestön internet-sivuille ja esitteisiin. Lisäksi he laativat artikkeleita Vapaa-ajan Kalastajaan ja muihin kalastusalan lehtiin.

Vapaa-ajan Kalastaja -lehdestä vastaa toimituskunta. Toimituskunnan sihteerinä toimii järjestön tiedottaja. SVK:n toimi- ja luottamushenkilöiden ohella jäsenlehteen kirjoittavat eri alojen asiantuntijat.

Tarvittaessa viestintäosaamista ostetaan ulkopuolelta. Jäsenlehden tuotanto ostetaan SVK:n osakkuusyhtiöltä Vapaa-ajankalastajien Kustannus Oy:ltä toimitussihteerin sekä toimittajien (toiminnanjohtaja, järjestöpäällikkö ja kalatalousasiantuntijat) työtä lukuun ottamatta. Myös visuaalisen viestinnän palveluja (julkaisujen taitto) sekä sähköisen viestinnän palveluja (multimediatuotanto) ostetaan ulkopuolelta.

VIESTINTÄRESURSSIT

Resursseilla tarkoitetaan niitä aineellisia ja aineettomia voimavaroja, joita SVK:llä on käytössään viestinnän hoitamiseksi.

Ammatillinen osaaminen

Nykyisen viestintätoimikunnan jäsenillä on ammatillista kokemusta mediaviestinnästä, asiakas- ja sidosryhmäviestinnästä sekä markkinointiviestinnästä.

Tiedottaja on koulutukseltaan iktyonomi AMK. Lisäksi hän on käynyt kirjoittamiseen, tiedotukseen ja julkaisujen taittamiseen liittyviä kursseja. Kokemusta neuvonta- ja tiedotustyöstä hänellä on 23 vuoden ajalta. Toimihenkilöille on järjestetty koulutusta uutisen, haastattelun ja reportaasin tekemisestä sekä kuvaamisesta. Luottamusmiehiä ja piirien tiedottajia on koulutettu tapahtumatiedottamisen kurssilla.

Vapaa-ajan Kalastaja -lehden toimituskunnan jäsenet ovat kokeneita viestintäalan ammattilaisia. Useimmilla heistä on kokemusta toimitustyöstä, tapahtumatiedotuksesta ja markkinointiviestinnästä.

Tieto

SVK on tuottanut toimintaansa liittyvää tietoa muun muassa vuosittaisten toimintakertomusten yhteydessä. Toimintaa ja toimintaympäristöä arvioidaan vuosittain myös ministeriön tulosohjausta suunniteltaessa. Järjestö on tehnyt oman kehittämisohjelman, jossa myös toimintaympäristö on määritelty. Järjestö teetti vuonna 2011 jäsenkyselyn sekä kyselyn sidosryhmille, joilla kerättiin tietoa muun muassa järjestön toimintastrategian tekemistä varten. Vapaa-ajan Kalastaja -lehden lukijoille teetettiin vuonna 2015 lukijatutkimus, jolla kerättiin tietoa mm. lukijaprofiilista ja lukutottumuksista.

Maa- ja metsätalousministeriön tekemässä vapaa-ajankalatalouden kehittämisohjelmassa on toimintaympäristöä arvioitu laajasti. MMM julkaisi vuonna 2006 kalastusalan neuvontajärjestöjen arvioinnin, jossa SVK:n toimintaa arvioitiin ja verrattiin Kalatalouden Keskusliiton toimintaan.

Teknologia

SVK:n tiedottajalla on käytössään kannettava tietokone, tabletti, tavalliset toimisto-ohjelmat sekä kuvankäsittely- ja taitto-ohjelma, tiedotejakelupalvelu, mediaseuranta, datatykki, internet-yhteys ja sähköposti (myös kotona), matkapuhelin ja digikamera. Toimistolla yhteiskäytössä ovat kopiokone, tulostin, väritulostin ja skanneri.

Muilla kalatalousasiantuntijoilla käytössä ovat kannettavat tietokoneet, datatykit, toimisto-ohjelmat, mediaseuranta, sähköposti, internet-yhteys, matkapuhelimet, digikamerat ja kopiokoneet. Toimihenkilöt tallentavat tiedostot koneilleen ja varmuuskopiot muistitikuille ja ulkoisille kovalevyille tai toimistolla palvelimelle. Kuvat tallennetaan myös kuva-arkistoon. Toimihenkilöiden tarpeet kartoitetaan vuosittaisissa kehityskeskusteluissa.

Viestintäkanavat

Kasvokkaisviestinnän kanavia ovat toimi- ja luottamushenkilöiden keskustelut ja kokoukset. Kasvokkaisviestintää on paljon toimihenkilöiden sekä piirien ja seurojen välillä. Virallisia ja epävirallisia tilaisuuksia on muun muassa valtionhallinnon ja muiden järjestöjen kanssa sekä muiden sidosryhmien kanssa.

Painetun viestinnän kanavia ovat jäsenlehti Vapaa-ajan Kalastaja, seurakirjeet sekä mediatiedotteet. Myös osa SVK:n tuottamista julkaisuista sekä Vapaa-ajankalastajan kalenteri ovat merkittäviä tiedotuskanavia.

Sähköisen viestinnän kanavia ovat SVK:n internet-sivut, extranet-sivut, facebook-sivut, sähköposti ja sähköpostilistat, joiden kautta lähetetään piiri- ja seurakirjeet, mediatiedotteet sekä järjestön pöytäkirjat. Piiri- ja seurakirjeet sekä mediatiedotteet ja kannanotot julkaistaan myös järjestön internet-sivuilla.

Raha

Rahaa budjetoidaan vuosittain viestintätoimikunnan kokouksiin, jäsenlehteen, esitteisiin, internet-sivuihin, kalenteriin ja muuhun tiedottamiseen. Tiedottajien koulutukseen varataan rahaa niinä vuosina, kun se on merkitty järjestön toimintasuunnitelmaan. Lisäksi henkilökunnan koulutukseen, joka voi sisältää myös viestintäkoulutusta, varataan vuosittain rahaa.

SIDOSRYHMÄT

Yhteistyö- ja kohderyhmien määrittely toimii pohjana viestinnän suunnittelulle ja toteutukselle: on tärkeä tietää, kenen kanssa ja miksi ollaan vuorovaikutuksessa. Viestien sisällöt ja viestintävälineet on helppo valita tarkoituksenmukaisesti, kun yhteistyö- ja kohderyhmät sekä niiden viestinnälliset tarpeet tunnetaan.

SVK:n toimielimet ja jäsenet

hallitus, toimikunnat ja jaostot; vapaa-ajankalastajapiirit, vapaa-ajankalastajapiirien toimikunnat; seurat; jäsenet

- viestintä on säännöllistä ja monipuolista, tärkeimpiä tiedotuskanavia ovat piiri- ja seurakirjeet, sähköpostit, Vapaa-ajan Kalastaja -lehti, kotisivut, extranet-sivut ja koulutukset
- tavoitteena järjestön toimintaa koskevien päätösten valmistelu, teko, toimeenpano ja arviointi, vaikuttaminen sekä toimielinten ja jäsenten sitouttaminen järjestön toimintaan

Kalastusalan järjestöt

Kalatalouden Keskusliitto ja sen alueelliset kalatalouskeskukset, Kalastusmatkailun Osaamiskeskus, Suomen Ammattikalastajaliitto, Suomen Sisävesien Ammattikalastajat ry, Kalamiehet ry, Pro Kala, Suomen Kalakauppiasliitto, Elintarviketeollisuusliiton Kalateollisuusyhdistys, Suomen Castingliitto, Suomen Kalankasvattajaliitto, kalastusalueet ja osakaskunnat

- yhteistyötä, vaikuttamista
- viestintää tarpeen mukaan, toisinaan viestintä on tarkasti kohdennettua, lähes henkilökohtaista
- tavoitteena kalastukseen liittyvien tavoitteiden ja hankkeiden edistäminen sekä tiedon välittäminen järjestön toiminnasta

Kalastusalan hallinto ja muut vastaavat toimijat

maa- ja metsätalousministeriö, elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskusten kalatalousyksiköt, kalastusalueet, ympäristöministeriö, ympäristökeskukset, Suomen ympäristökeskus, eduskunta, eduskunnan kalakerho, Metsähallitus, Merenkululaitos

- yhteistyötä, vaikuttamista, luonteeltaan virallista
- viestintä vaihtelee henkilökohtaisesta tiedotteisiin, tarpeen mukaan viestitään myös epäsuorasti tiedotusvälineiden kautta
- tavoitteena vapaa-ajankalastusta koskevan tiedon välittäminen päätöksentekoa varten sekä päätöksistä, kalastukseen liittyvistä maksuista ja luvista tiedottaminen vapaa-ajankalastajille

Kalastusalan tutkimus ja opetus

Luonnonvarakeskus, yliopistot, kalatalousalan oppilaitokset, vesiensuojeluyhdistykset

- yhteistyötä, vaikuttamista
- tavoitteena vapaa-ajankalastuksen tutkimuksen ja opetuksen edistäminen sekä tutkimustuloksista tiedottaminen vapaa-ajankalastajille

Muut toimijat kalastusalalla

Suomen ennätyskalalautakunta, Suomenlahden meritaimentoimikunta, Kalastusmuseoyhdistys; erilaiset ammatilliset ryhmät, kuten kalastusoppaat, iktyonomit

- yhteistyötä, vaikuttamista
- viestintä kasvokkaista tai muuten henkilökohtaista, esimerkiksi sähköposteja
- tavoitteena vapaa-ajankalastusta koskevan tiedon välittäminen

Tiedotusvälineet ja toimittajat

Kalastusalan lehdet (sekä kaupalliset että järjestölehdet), valtakunnalliset tiedotusvälineet, kalastusalan toimittajat ja ohjelmatuottajat

- yhteydenpito pääasiassa tiedotteiden ja henkilökohtaisten kontaktien varassa
- tavoitteena vapaa-ajankalastuksen edistäminen sekä järjestön asioista tiedottaminen ja yhteisökuvan luominen

Kalastusalan taloudelliset toimijat ja sponsorit

kalastusvälinevalmistajat ja -myyjät, messujärjestäjät, kalastusmatkailu- ja muut matkailuyrittäjät

- yhteydenpitoa tarpeen mukaan
- tavoitteena järjestön ja yhteishankkeiden toteuttaminen, vapaa-ajankalastuksen ja -kalastajien tarpeista tiedottaminen välinevalmistajille ja palvelujen tarjoajille sekä välineitä ja palveluja koskevan tiedon välittäminen vapaa-ajankalastajille

Muut luontoharrastusjärjestöt

ulkoilufoorumi, Suomen Metsästäjäliitto, Metsästäjien Keskusjärjestö; Suomen luonnonsuojeluliitto, Luonto-Liitto, Natur och Miljö, WWF Suomen rahasto; Suomen Latu, Suomen Partiolaiset, muut luontoliikuntajärjestöt; urheilujärjestöt

- yhteydenpito satunnaista, pääosin yhteisiin hankkeisiin liittyvää
- tavoitteena luonnossa liikkumisen ja luontoharrastusten edellytysten ja luonnossa liikkumisen turvaaminen sekä niitä koskevan tiedon välittämien vapaa-ajankalastajille

Lasten ja nuorten järjestöt, muut kalastusta harrastavat ryhmät

4H-liitto, Parasta Lapsille ry, muut lapsi- ja nuorisojärjestöt; koulut, päiväkodit, seurakunnat; eläkeläisjärjestöt, invalidijärjestöt

- yhteydenpito satunnaista, pääosin yhteisiin hankkeisiin liittyvää
- tavoitteena lasten ja nuorten sekä eläkeläisten ja invalidien tavoittaminen, kalastusharrastuksen tuominen osaksi järjestöjen ja kuntien toimintaa

Kansainväliset järjestöt

Sportfiskarna, Norges Jeger- og Fiskerförbund, Danmarks Sportskerforbund, virolaisten järjestö, EAA, EIFAC, NASCO, CIPS, NSV

- joidenkin kanssa tehdään yhteistyötä, joitakin seurataan sivusta
- yhteistyötä, vaikuttamista, osaan henkilökohtaiset kontaktit
- tavoitteena vapaa-ajankalastuksen edistäminen pohjoismaisella, eurooppalaisella ja kansainvälisellä tasolla, suomalaisen vapaa-ajankalastuskulttuurin esittely muissa maissa ja muiden vapaa-ajankalastuskulttuurien esittely Suomessa

Kalastuksen harrastajat ja kalastusta harrastamattomat

- pyritään tavoittamaan pääosin edellä mainittujen sidosryhmien ja viestintäkanavien kautta

Viestintästrategia

VIESTINNÄN STRATEGISET TAVOITTEET

Se, miten SVK vastaa viestinnällisiin haasteisiin, vaikuttaa ratkaisevasti sekä järjestön että vapaa-ajankalastuksen asemaan. Koska resurssit ovat rajalliset, viestinnässä on keskityttävä strategisesti merkittävimpiin haasteisiin.

SVK:n viestinnän strategiset päätavoitteet vuosina 2018–2022 ovat:

- yhteisökuvan kirkastaminen
- näkyvyyden lisääminen
- viestintävastuiden selkiyttäminen
- yhteisöllisen viestintäkulttuurin luominen.

Yhteisökuvan kirkastaminen

Jatkuvana tavoitteena on, että vuonna sidosryhmillä on selkeä käsitys SVK:stä. He tunnistavat ja muistavat SVK:n vapaa-ajankalastajien omana järjestönä, joka on asiantunteva, kaikkien vapaa-ajankalastajien etuja valvova, tehokas toimija, jonka katon alle kaikki vapaa-aikanaan kalastavat mahtuvat. SVK tuntee vastuuta harrastusmahdollisuuksien lisäksi kalakannoista ja luonnon monimuotoisuudesta. Tavoitteen saavuttaminen vaatii tavoiteyhteisökuvan sisäistämistä ja sen mukaisten viestien välittämistä niin sanoin kuin teoin. Järjestön on esiinnyttävä yhtenäisenä ja visuaalisesti yhdennäköisenä.

Näkyvyyden lisääminen

Tavoitteena on, että SVK:n näkyvyys tiedotusvälineissä kasvaa vuosi vuodelta. Sen takaamiseksi on luotava ja ylläpidettävä suhteita tiedotusvälineisiin ja toimittajiin sekä toimitettava heille sellaista materiaalia, jota he tarvitsevat.

Viestintävastuiden selkiyttäminen

Tavoitteena on, että SVK:n toimi- ja luottamushenkilöt ymmärtävät omat viestintätehtävänsä ja vastuunsa viestinnän toimivuudesta sekä toimivat viestintästrategiassa määritellyn vastuun mukaan. Kokonaisviestinnän toteutumisessa jokaisen panos on arvokas. Eri viestinnän osa-alueiden vastuuhenkilöiden ja –toimikuntien on myös pidettävä viestintätoimikunta ajan tasalla oman alueensa viestinnästä.

Yhteisöllisen viestintäkulttuurin luominen

Tavoitteena on, että SVK:n yhteisöllisyys, tunne yhden katon alle kuulumisesta vahvistuu. Järjestössä viestitään viestinnän periaatteiden mukaisesti avoimesti, rehellisesti ja vuorovaikutteisesti.

VIESTINNÄN PERIAATTEET

SVK:n viestinnän periaatteiden tulisi toteutua kaikessa viestinnässä. Ne on määritelty seuraavasti:

- SVK:n viestintä on
- oikein kohdennettua
 - avointa
 - rehellistä
 - vuorovaikutteista
 - suunnitelmallista
 - tehokasta.

VIESTINTÄVASTUUT JA -RESURSSIT

Jokainen SVK:n toimi- ja luottamushenkilö on omalta osaltaan vastuussa viestinnän toimivuudesta. Jotta viestintään voidaan varata riittävästi resursseja, toimijoiden tehtävät ja vastuut on eriteltävä. Resurssit tekevät viestinnän tavoitteiden saavuttamisen mahdolliseksi tai mahdottomaksi. Jotta SVK voi odottaa viestinnältä tuloksia, sen on osoitettava viestintään ja sen kehittämiseen riittävä määrä resursseja. Taloudellisista resursseista riippuu, miten paljon ammatillista osaamista ja tietoa ja millaisia viestintäteknologian sovelluksia ja viestintäkanavia SVK:lla on käytettävissä.

SVK:n viestintää suunnittelee viestintätoimikunta. Strategisista linjauksista vastaa hallitus. Toiminnanjohtaja seuraa kokonaisviestinnän toteutumista ja vastaa järjestön yhteiskuntasuhteista. Lausuntoja antaa hallitus, puheenjohtaja tai toiminnanjohtaja.

SVK:lle on kokopäiväinen tiedottaja, joka vastaa järjestön valtakunnallisesta sidosryhmäviestinnästä, markkinointiviestinnästä ja mediaviestinnästä. Tiedottaja ohjaa ja avustaa toimi- ja luottamushenkilöitä sekä vapaa-ajankalastajapiirien tiedottajia viestintätoimissa. Hänen vastuullaan ovat myös viestintäkoulutus ja viestinnän seuranta. Tiedottajan työ perustuu tiiviille vuorovaikutukselle SVK:n toimi- ja luottamushenkilöiden kanssa.

Jokaiseen vapaa-ajankalastajapiiriin on saatava aluetyöntekijä. Neuvontatyönsä ohessa aluetyöntekijät muun muassa tiedottavat yhdessä vapaa-ajankalastajapiirien

tiedottajien kanssa SVK:n asioista piirinsä jäsenille ja muille kalastuksenharrastajille. Vastaavasti he tiedottavat piirinsä asioista SVK:lle sekä pitävät yhteyttä alueellisiin ulkoisiin sidosryhmiin. Lisäksi he tuottavat sisältöä SVK:n internet-sivuille, Vapaa-ajan Kalastaja -lehteen ja muihin julkaisuihin.

SVK:n hallituksessa, toimikunnissa ja jaostoissa toimivat luottamushenkilöt suunnittelevat vastuualueidensa viestintää ja tiedottavat päätöksistä sekä toiminnasta SVK:n tiedottajalle ja muille toimijoille. Luottamushenkilöiden ja muiden harrastajien kalastusalan asiantuntemusta on hyödynnettävä niin valtakunnallisessa kuin alueellisessa viestinnässä.

Toimi- ja luottamushenkilöille sekä vapaa-ajankalastajapiireille järjestetään heidän toiveidensa mukaista viestintäkoulutusta ja -ohjausta. Ajanmukaisen viestintäteknologian on oltava toimihenkilöiden käytettävissä. Viestintäteknologiaan liittyvät tarpeet kartoitetaan vuosittaisissa kehityskeskusteluissa.

Tarkoituksenmukaiset viestintäkanavat ovat edellytys onnistuneelle valtakunnalliselle viestinnälle. Siten viestintäkanavien, pääasiassa verkko- ja mobiilipohjaisten sovellusten, julkaisujen sekä televisio- ja radiokampanjoiden suunnitteluun ja toteutukseen on varattava riittävästi resursseja.

Lisäksi on varattava taloudellisia resursseja sellaisten arkiviestintään liittyvien palvelujen ostamiseen, joihin SVK:n omat voimavarat eivät riitä. Niitä ovat esimerkiksi lehtijutut, kuvat sekä koulutuspalvelut.

VIESTINNÄN TOTEUTUS JA SEURANTA

SVK:n viestintätoimikunta laatii järjestölle viestintästrategian pohjalta joka toinen vuosi viestintäsuunnitelman, joka ohjaa tavoitteiden toteutumista käytännössä. Viestintäsuunnitelma määrittelee vuosittaiset painopistealueet, tavoitteet, kohderyhmät, toimenpiteet, aikataulun ja vastuhenkilöt.

Eräiden tilanteiden, kuten uusien hankkeiden, suurten tapahtumien tai merkkivuosien viestintään on kiinnitettävä erityistä huomiota. Niihin liittyvän viestinnän toteuttamiseksi laaditaan erillinen, yksityiskohtainen viestintäsuunnitelma.

Viestintäsuunnitelmissa nimetyt vastuhenkilöt raportoivat toimenpiteiden toteutuksesta ja tavoitteiden saavuttamisesta tiedottajalle, joka välittää raportit edelleen viestintätoimikunnan arvioitaviksi.

Strateginen tavoite	Tulos	Seuranta
Yhteisökuvan kirkastaminen	SVK:n yhteisokuva on sidosryhmien keskuudessa tavoiteyhteisökuvan kaltainen	Jäsentutkimus vuosina 2018, 2020 ja 2022 Sidosryhmätutkimus vuonna 2018
Näkyvyyden lisääminen	SVK:n näkyvyys tiedotusvälineissä on kasvanut vuosi vuodelta	Kerätään lehtileikkeet ja internet-linkit sekä tallennetaan televisio- ja radio-ohjelmat, joissa SVK mainitaan, pidetään vuosittaista tilastoa medianäkyvyydestä
Viestintävastuiden selkiyttäminen	SVK:n toimi- ja luottamushenkilöt ovat ymmärtäneet vastuunsa viestinnän toimivuudesta ja toimivat viestintästrategiassa määritellyn vastuujaon mukaisesti	Itsearviointi Ongelmakohtien tunnistaminen ja arviointi Toimihenkilöiden kehityskeskustelut
Yhteisöllisen viestintäkulttuurin luominen	SVK:n yhteisöllisyys, tunne yhden katon alle kuulumisesta on vahvistunut, viestintä on avointa, rehellistä ja vuorovaikutteista	Sisäinen viestintä

Viestintätoimikunta arvioi viestinnän tuloksellisuutta sekä kehittää sitä.