



Keski-Pohjanmaan viestintästrategia 2030



Sisältö

1. Johdanto ja strategian tarkoitus	3
2. Viestinnän nykytila ja toimintaympäristö	3
2.1 Teollinen murros ja kansainvälistyminen.....	4
2.2 Elinkeinorakenteen monipuolisuus	5
2.3 Väestökehityksen eriytyminen.....	5
2.4 Turvallisuusympäristön muutokset.....	5
3. Viestinnän visio ja arvot.....	6
3.1 Viestinnän kärkiviestit.....	6
4. Kohderyhmät ja heidän viestinnälliset tarpeensa	7
5. Roolit ja vastuut	8
5.1 Toimijat	9
5.2 Kumppanit	9
5.3 Viestinnän roolit kriisi- ja häiriötilanteissa	10
6. Monikielisyys ja saavutettavuus	10
7. Kanavat ja tone of voice.....	10
7.1 Kanavien roolitus	10
7.2 Tone of voice – viestinnän perussävy	12
8. Yhteiset työkalut ja prosessit.....	13
9. Kriisi- ja viranomaisviestintä	13
10. Strategian toteutus 2026-2030.....	14
10.1. Maakunnallinen viestintämalli.....	14
10.2. Strategian toimeenpanon vastuut ja aikataulu.....	16
10.3. Seuranta ja mittarit.....	20
LIITE 1 Laajennettu SWOT-analyysi	21
TAULUKOT JA KUVAT	
Taulukko 1 SWOT.....	4
Kuva 1 Viestintästrategian toteutuksen eteneminen.	16
Kuva 2. Viestinnän roolit.....	17

1. Johdanto ja strategian tarkoitus

Keski-Pohjanmaan viestintästrategia määrittää sen, miten maakunta viestii omasta kehittämistyöstään, tavoitteistaan, roolistaan ja vaikutuksistaan tuleville vuosille. Strategian tehtävänä on vahvistaa koko maakunnan yhteistä identiteettiä ja kertomusta tilanteesta, jossa toimintaympäristö muuttuu nopeasti ja vaatii aiempaa johdonmukaisempaa viestinnän suunnittelua.

Strategia toimii kolmitasoisena ohjausvälineenä:

1. **Maakuntatason viestintä** – yhteinen tarina, alueen edunvalvonnan näkyväksi tekeminen ja maakunnan profiilin vahvistaminen.
2. **Kuntien ja alueen kumppaneiden viestintää tukeva kehys** – yhteiset mallipohjat, suositukset ja työkalut, jotka helpottavat arjen viestintää ja varmistavat yhdenmukaisuuden.
3. **Keski-Pohjanmaan liiton sisäinen ja toiminnallinen viestintä** – ennakoiva, osallistava ja avoin toimintatapa, joka auttaa organisaatiota toimimaan yhtenäisesti.

Strategian tavoitteena on varmistaa, että viestintä **tukee maakuntastrategiaa 2050** sekä **maakuntaohjelmaa 2026–2029** niin, että tulevaisuuden suunta on ymmärrettävä, perusteltu ja selkeä kaikille toimijoille. Viestinnällä on oltava konkreettinen rooli alueen kehittämisessä ja kuntien arjen tukemisessa.

2. Viestinnän nykytila ja toimintaympäristö

Keski-Pohjanmaan toimintaympäristö on samanaikaisesti nopeasti muuttuva, monitasoinen ja osin ristiriitainen. Aluetta muovaavat yhtä aikaa teollinen kasvu, rakennemuutos ja sopeutumispainet. Muutokset ovat sekä mahdollisuuksia että jännitteitä, ja ne heijastuvat suoraan asukkaiden arkeen, elinkeinoelämän toimintaedellytyksiin sekä koko maakunnan veto- ja pitovoimaan.

Viestinnän keskeinen tehtävä on auttaa ymmärtämään näitä muutoksia: niiden taustoja, vaikutuksia ja keskinäisiä yhteyksiä. Viestintä ei ole vain reagoitua ajankohtaisiin ilmiöihin, vaan aktiivista aloitteellisuutta, yhteisen tilannekuvan rakentamista sekä luottamuksen pitkäjänteistä vahvistamista. Selkeä, johdonmukainen ja ennakoiva viestintä tukee päätöksentekoa, osallisuutta ja maakunnan myönteistä kehityskuvaa.

Taulukossa 1 on esitetty Keski-Pohjanmaan viestinnän vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat vuosien 2026–2030 näkökulmasta. Laajemmin SWOT-analyysejä on avattu liitteessä 1.

Taulukko 1 SWOT.

Vahvuudet	Heikkoudet
<ul style="list-style-type: none"> • vahva ja tiivis kumppanuusverkosto • kansainvälisesti kiinnostavat ja uskottavat sisältöteemat • yhteinen tahtotila viestinnän kehittämiseen • positiivinen ja tunnistettava maakuntaidentiteetti 	<ul style="list-style-type: none"> • kuntien viestintäresurssien epätasaisuus • roolien ja vastuiden epäselvyys • tarinallistamisen ja viestinnällisen rohkeuden puute • viestintäkanavien ja -työkalujen hajanaisuus
Mahdollisuudet	Uhat
<ul style="list-style-type: none"> • monikielisyyden ja saavutettavuuden systemaattinen hyödyntäminen • yhteiset viestintätyökalut ja hankinnat • yhteisen maakuntatarinan rakentaminen • maakunnallinen kriisiviestinnän minimiprotokolla 	<ul style="list-style-type: none"> • kriisiviestinnän viiveet ja epäselvät prosessit • informaatioylikuorma ja viestinnän pirstaloituminen • kuntien välisten osaamis- ja resurssierojen kasvu • luottamuksen heikentyminen julkiseen viestintään

2.1 Teollinen murros ja kansainvälistyminen

Teollisen murroksen keskeisiä ajureita Keski-Pohjanmaalla ovat erityisesti akkukemia, vetytalous sekä puhtaan siirtymän investoinnit, jotka kytkevät maakunnan tiiviisti kansainvälisiin arvoketjuihin. Akkuklusterin, kemianteollisuuden ja muun kestävään teknologiaan perustuvan teollisuuden kasvu on nostanut Keski-Pohjanmaan valtakunnallisesti merkittäväksi ja osin myös kansainvälisesti tunnistetuksi teolliseksi toimijaksi. Teollinen murros näkyy mittavina investointeina, kasvavina työvoima- ja osaamistarpeina, koulutus- ja tutkimusyhteistyön vahvistumisena sekä liikenne- ja energiainfrastruktuurin kehittämispaineina.

Kokkola Industrial Park (KIP) muodostaa koko alueen näkyvimmän teollisen ankkurin ja kansainvälisen kohtaamisinnan. Sen ympärille kytkeytyvät hankkeet ja niiden tuottamat tarinat kiinnostavat valtakunnallista ja kansainvälistä mediaa, sijoittajia ja asiantuntijayhteisöjä. Tämä asettaa viestinnälle korkeat vaatimukset: oikea-aikaisuutta, selkeyttä ja johdonmukaisuutta, jotta yksittäiset investoinnit ja uutiset rakentavat hallittua ja ymmärrettävää kokonaiskuvaa Keski-Pohjanmaasta.

Samanaikaisesti viestinnän tehtävänä on varmistaa, että teollinen kasvu konkretisoituu myös paikalliselle yleisölle merkitykselliseksi hyödyiksi ja uskottaviksi tulevaisuuskuviksi – työllisyytenä, koulutuspolkuina ja alueen elinvoiman vahvistumisena.

2.2 Elinkeinorakenteen monipuolisuus

Teollisen kasvun rinnalla Keski-Pohjanmaan elinkeinorakenne on edelleen monipuolinen. Biotalous sekä maatalous ja metsätalous muodostavat erityisesti harvaan asutuilla alueilla keskeisen taloudellisen, työllistävän ja kulttuurisen perustan.

Viestinnän näkökulmasta keskeinen haaste ja mahdollisuus on tuoda esiin tasapainoinen ja toisiaan täydentävä kuva maakunnan eri vahvuuksista. On tärkeää välttää vastakkainasettelua kasvavan huipputeknologian ja perinteisten elinkeinojen välillä ja sen sijaan viestiä niiden keskinäisestä kytkeytymisestä, uusiutumista ja yhteisestä tulevaisuuspotentiaalista. Näin vahvistetaan ymmärrystä Keski-Pohjanmaasta kestävästä, sopeutumiskykyisenä ja monialaisena maakuntana. Viestinnässä nostetaan esiin myös kulttuurin, luontoympäristön ja matkailun merkitys osana maakunnan elinvoimaa ja vetovoimaa. Työkalujen suunnittelussa huomioidaan erityisesti pienet kunnat ja mikroyritykset, joilla ei ole erillisiä viestintäresursseja.

2.3 Väestökehityksen eriytyminen

Keski-Pohjanmaan väestökehitys eriytyy alueen sisällä. Kokkolan seutu kasvaa ja vahvistuu, kun taas monilla maaseutualueilla väestö vähenee ja ikärakenne painottuu ikääntyneisiin. Samalla oppilaitosten vaikutus näkyy nuorten suurempana osuutena maakunnan keskuksissa.

Tämä kokonaisuus heijastuu erityisesti:

- palvelurakenteen ja hyvinvointipalveluiden paineisiin,
- työvoiman saatavuuteen ja osaajien kiinnittämiseen,
- veto- ja pitovoiman vahvistamisen tarpeeseen koko maakunnassa.

Ikärakenne ja alueellinen erilaisuus vaikuttavat myös siihen, mitä viestintäkanavia kannattaa käyttää ja kelle.

- Ikääntyvät ja maaseutualueiden asukkaat tavoitetaan parhaiten paikallislehdissä, Facebookissa ja suoralla tiedottamisella.
- Nuoret ja nuoret aikuiset tavoitetaan TikTokissa, Instagramissa ja muissa nopeitempöissä kanavissa.

Viestinnän rooli on tukea alueellista tasapainoa ja vahvistaa Keski-Pohjanmaan kuvaa maakuntana, jossa yhdistyvät turvallinen arki, kohtuulliset elämisen kustannukset ja mahdollisuus vaikuttaa omaan ympäristöön – asuinpaikasta riippumatta.

Samalla viestintä tukee kuntia ja muita toimijoita heidän työssään houkuttella uusia asukkaita, osaajia ja paluumuuttajia, sekä vahvistaa kokonaismaakunnan identiteettiä.

2.4 Turvallisuusympäristön muutokset

Kansainvälisen politiikan kiristyminen, huoltovarmuuteen liittyvät kysymykset sekä teolliseen toimintaan kytkeytyvien riskien kasvu vaikuttavat entistä selvemmin myös Keski-Pohjanmaan toimintaympäristöön. Tämä korostaa varautumisen, ennakoinnin ja nopean reagointikyvyn merkitystä kaikilla tasoilla.

Viestinnän näkökulmasta tämä edellyttää faktapohjaista, nopeaa ja koordinoitua toimintaa. Kriisi- ja häiriötilanneviestintä eivät ole enää erillisiä poikkeuksia, vaan niiden on oltava kiinteä osa Keski-Pohjanmaan liiton

ja kuntien viestinnän perusrakenteita. Yhteinen tilannekuva, selkeä roolijako ja avoin viestintä vahvistavat luottamusta, tukevat yhteiskunnallista resilienssiä ja auttavat alueen toimijoita toimimaan hallitusti myös epävarmuuden keskellä.

3. Viestinnän visio ja arvot

Visio

Keski-Pohjanmaan maakunnan viestintä on osallistavaa, avointa ja vaikuttavaa. Se tekee maakunnan kehityksen näkyväksi, luo ymmärrystä ja tukee kuvaa osaavasta, kansainvälistyvistä ja elinvoimaisesta Keski-Pohjanmaasta. Viestintä tukee maakunnan profiloitumista kansainvälisesti verkottuneena, investointeja houkuttelevana ja pitkällä aikavälillä hiilinegatiivisena alueena.

Arvot ja niiden tulkinta

Arvo	Mitä se tarkoittaa käytännössä?
Avoimuus	Viestintä on ennakoivaa ja selittää monimutkaisetkin asiat ymmärrettävästi.
Luotettavuus	Tieto ei ole vain oikeaa ja johdonmukaista, vaan myös vaan myös oikea-aikaista – viestintä tukee ajantasaista tilannekuvaa ja päätöksentekoa.
Osallistavuus	Asukkaat, kunnat ja kumppanit otetaan mukaan valmisteluun ja keskusteluun.
Yhteistyö	Viestintä tehdään yhdessä, ei erillisissä silloissa. Yhteiset työkalut ja kampanjat.
Vaikuttavuus	Jokaisella viestillä on tarkoitus: lisätä tietoa, luottamusta tai maakunnan profiilia.

3.1 Viestinnän kärkiviestit

Keski-Pohjanmaan viestinnän kärkiviestit kokoavat maakunnan keskeiset vahvuudet ja strategiset tavoitteet selkeäksi, toistettavaksi ja kohderyhmälähtöiseksi kokonaisuudeksi. Kärkiviestit tukevat maakuntastrategiaa 2050 ja ohjaavat viestintää kaikissa kanavissa.

Keski-Pohjanmaan kärkiviestit ovat:

- **Puhdas siirtymä ja energiateollisuus**
Keski-Pohjanmaa on keskeinen toimija puhtaassa siirtymässä. Maakunta hyödyntää merkittävää tuulivoimapotentiaaliaan ja on osa kehittyvää kansainvälistä vetytalouden ja energiateollisuuden verkostoa.
- **Akkukemia ja kiertotalous**
Kokkolan seudun teollinen ekosysteemi keskittyy akkukemiaan, kriittisiin mineraaleihin ja kiertotalouden ratkaisuihin, jotka tukevat Euroopan strategista omavaraisuutta ja ilmastotavoitteita.
- **EU-vaikuttaminen ja strateginen rooli Euroopassa**
Keski-Pohjanmaa tuottaa lisäarvoa Suomelle ja Euroopan unionille vahvan viennin,

kemianteollisuuden ja kriittisten mineraalien kautta. Maakunta profiloituu osana Euroopan teollista kilpailukykyä ja huoltovarmuutta.

- **Kansainvälinen saavutettavuus ja logistiikka**

Kokkolan satama ja kehittyvä liikenneinfra vahvistavat maakunnan asemaa kansainvälisessä logistiikassa, viennissä ja kokonaisturvallisuudessa.

- **Älykäs erikoistuminen ja osaaminen**

Maakunta kehittää korkean jalostusasteen biotaloutta sekä puhtaita teknologiaratkaisuja tiiviissä yhteistyössä yritysten, TKI-toimijoiden ja EU-rahoitusohjelmien kanssa.

Viestinnässä kärkiviestejä konkretisoidaan esimerkeillä, investoinneilla ja ihmisläheisillä tarinoilla, jotta niiden merkitys avautuu sekä kansallisille että kansainvälisille kohderyhmille.

4. Kohderyhmät ja heidän viestinnälliset tarpeensa

Keski-Pohjanmaan maakunnan viestintä kohdistuu useisiin eri kohderyhmiin, joiden roolit, tiedontarpeet ja vaikutusmahdollisuudet vaihtelevat merkittävästi. Viestinnän vaikuttavuus edellyttää kohderyhmäkohtaista ajattelua, selkeästi määriteltyjä viestejä sekä tarkoituksenmukaisia kanavia ja painotuksia. Strategiassa kohderyhmät on jäsennetty aiempaa täsmällisemmin. Niitä ovat maakunnan asukkaat; kunnat, hyvinvointialue ja alueelliset päättäjät; yritykset ja elinkeinoelämä; media; kansallinen päätöksenteko ja valtionhallinto; Euroopan unionin toimijat; TKI-toimijat ja oppilaitokset; mahdolliset muuttajat ja työnhakijat sekä kansainväliset kumppanit.

Maakunnan asukkaat

Maakunnan asukkaat ovat viestinnän perusta. He tarvitsevat ymmärrettävää, avointa ja ajantasaista tietoa maakunnan päätöksistä, kehittämishankkeista ja tulevaisuuden suunnasta. Viestinnän tavoitteena on vahvistaa luottamusta, lisätä osallisuuden kokemusta ja tukea ymmärrystä siitä, miten maakunnan kehittäminen vaikuttaa arkeen, palveluihin ja elinympäristöön.

Kunnat, hyvinvointialue ja alueelliset päättäjät

Kunnat, Keski-Pohjanmaan hyvinvointialue sekä alueelliset luottamushenkilöt tarvitsevat viestinnältä ennen kaikkea selkeyttä ja ennakoitavuutta. He odottavat yhteisiä viestinnällisiä linjauksia, helposti hyödynnettäviä materiaaleja sekä tukea viestintäresursseihin. Viestinnän tehtävänä on vahvistaa yhteistä tilannekuvaa ja yhtenäistä äänenkäyttöä sekä tukea eri toimijoiden omia viestinnällisiä tarpeita maakunnan yhteisten tavoitteiden suunnassa.

Yritykset ja elinkeinoelämä

Yritykset, teolliset toimijat ja elinkeinoelämä odottavat viestinnältä ennakoivaa, faktoihin perustuvaa ja selkeästi jäsennettyä tietoa maakunnan kehityksestä, investointiympäristöstä ja tulevaisuuden näkymistä. Erityisesti kasvava ja kansainvälistyvä teollisuus edellyttää johdonmukaista ja uskottavaa viestintää, joka tukee investointeja, osaajien saatavuutta ja alueen kilpailukykyä myös kansainvälisessä vertailussa.

Media

Paikallinen, alueellinen, valtakunnallinen ja kansainvälinen media on keskeinen välittäjä Keski-Pohjanmaan näkyvyydessä. Media tarvitsee nopeasti saatavilla olevaa, täsmällistä ja taustoitettua tietoa sekä selkeitä

asiayhteyksiä. Viestinnän tavoitteena on olla aktiivinen, luotettava ja helposti lähestyttävä tiedonlähde, joka auttaa mediaa hahmottamaan maakunnan kehitystä kokonaisuutena, ei vain yksittäisten ilmiöiden kautta.

Kansallinen päätöksenteko ja valtionhallinto

Valtioneuvosto, ministeriöt ja kansanedustajat ovat keskeisiä kohderyhmiä maakunnan edunvalvonnan, rahoituksen ja strategisten ratkaisujen näkökulmasta. He tarvitsevat selkeän, perustellun ja yhtenäisen kuvan Keski-Pohjanmaan kehityssuunnasta, vahvuuksista ja tarpeista. Viestinnän tehtävänä on tukea vaikuttamista, tuoda maakunnan näkökulmat näkyviksi kansallisessa päätöksenteossa ja vahvistaa Keski-Pohjanmaan asemaa osana Suomen kokonaiskehitystä.

Euroopan unionin toimijat

Euroopan unionin tasolla keskeisiä kohderyhmiä ovat Euroopan komissio, komissaarit, Euroopan parlamentin jäsenet (MEP:t) sekä muut EU-toimijat, verkostot ja rahoitusohjelmien hallinnoijat. Viestinnän tavoitteena on osoittaa Keski-Pohjanmaan kytkös EU:n strategiaan painopisteisiin – kuten vihreään siirtymään, teolliseen kilpailukykyyn, huoltovarmuuteen ja alueelliseen resilienssiin. Kohdennettu ja selkeä EU-viestintä tukee vaikuttamista, kumppanuuksien rakentamista sekä EU-rahoituksen tehokasta hyödyntämistä. Viestinnässä korostetaan Keski-Pohjanmaan roolia Euroopan strategisen omavaraisuuden, teollisen kilpailukyvyn ja vihreän siirtymän konkreettisena toteuttajana.

TKI-toimijat ja oppilaitokset

Tutkimus-, kehitys- ja innovaatio toimijat sekä oppilaitokset ovat keskeisiä tulevaisuuden osaamisen, uudistamisen ja kilpailukyvyn rakentajia. He tarvitsevat viestintää, joka tukee yhteistyötä, verkostoitumista ja tutkimustulosten näkyvyyttä sekä sitoo TKI-toiminnan tiiviisti maakunnan strategiaan tavoitteisiin.

Mahdolliset muuttajat ja työnhakijat

Uudet asukkaat, osaajat ja paluumuuttajat ovat keskeinen kohderyhmä Keski-Pohjanmaan pitkän aikavälin elinvoimalle. He tarvitsevat viestintää, joka on yhtä aikaa realistista ja houkuttelevaa – tietoa työmahdollisuuksista, asumisesta, palveluista sekä arjen sujuvuudesta ja elämänlaadusta maakunnassa.

Tämä kohderyhmä liittyy suoraan maakunnan vetovoima- ja pitovoimaviestintään sekä laajemmin tavoitteeseen vahvistaa osaavan työvoiman saatavuutta. Viestinnän tehtävä on tehdä näkyväksi ne tekijät, jotka auttavat maakuntaa kilpailemaan osaajista: monipuoliset uramahdollisuudet, kohtuullinen ja turvallinen arki sekä erilaisten elämäntilanteiden ja -haaveiden mahdollistavat elinympäristöt.

Kansainväliset kumppanit

Kansainväliset yritykset, yhteistyökumppanit ja verkostot edellyttävät monikielistä, selkeää ja strategisesti kohdennettua viestintää. Teollinen murros, huoltovarmuuden kysymykset ja muuttuva turvallisuusympäristö korostavat johdonmukaisen ja luottamusta rakentavan viestinnän merkitystä kansainvälisessä toimintaympäristössä.

5. Roolit ja vastuut

Keski-Pohjanmaan viestinnän suunnitelmallinen, johdonmukainen ja vaikuttava toteutus edellyttää selkeästi määritellyjä rooleja ja vastuita maakunnan eri toimijoiden kesken. Viestintä perustuu yhteistyöhön, yhteiseen

tilannekuvaan ja ennalta sovittuihin toimintaperiaatteisiin, jotka tukevat viestintää niin normaalioloissa kuin häiriö- ja kriisitilanteissa.

Tämä strategia ei muuta lakisääteisiä vastuita, vaan selkeyttää viestinnällistä työnjakoa ja yhteistyötä maakunnallisessa kokonaisuudessa.

5.1 Toimijat

Keski-Pohjanmaan liitto

Keski-Pohjanmaan liitto vastaa maakunnallisen viestinnän strategisesta ohjauksesta ja yhteensovittamisesta.

Maakuntaliiton keskeiset vastuut ovat:

- vastata yhteisestä maakuntakuvasta ja viestinnällisistä linjauksista,
- koordinoida maakunnallista viestintää ja edistää yhtenäistä ja johdonmukaista äänenkäyttöä,
- huolehtia maakunnallisen tilannekuvan muodostamisesta ja viestinnällisestä ennakoinnista yhteistyössä keskeisten toimijoiden kanssa,
- määritellä ja ylläpitää kriisi- ja häiriötilanteiden viestinnän periaatteita,
- tuottaa kuntien, hyvinvointialueen ja kumppaneiden käyttöön viestintämateriaaleja, ydinviestejä, sisältöpohjia ja työkaluja, jotka tukevat viestintää ja tehostavat resurssien käyttöä.

Maakuntaliiton rooli on luonteeltaan koordinoiva ja linjaava. Se ei korvaa kuntien, hyvinvointialueen tai muiden toimijoiden omaa viestintävastuuta, vaan tukee ja täydentää sitä maakunnallisesta näkökulmasta.

Kunnat ja Keski-Pohjanmaan hyvinvointialue

Kunnat ja Keski-Pohjanmaan hyvinvointialue vastaavat viestinnästä omien tehtäviensä, palveluidensa ja toimivaltansa puitteissa.

Niiden keskeiset vastuut ovat:

- hyödyntää maakunnallisia viestinnällisiä linjauksia, ydinviestejä ja materiaaleja omassa viestinnässään soveltuvien osien,
- sovittaa maakunnalliset viestit paikalliseen toimintaympäristöön ja kohderyhmiin,
- osallistua maakunnallisen viestinnän sisällöntuotantoon tuomalla esiin paikallisia näkökulmia, ilmiöitä ja esimerkkejä,
- osallistua yhteistyöhön ja tiedonvaihtoon, joka tukee yhteisen tilannekuvan muodostamista.

5.2 Kumppanit

(yritykset, TKI-toimijat, oppilaitokset ja muut keskeiset sidosryhmät)

Keskeiset kumppanit ovat olennaisia toimijoita maakunnan elinvoiman, osaamisen ja uudistumisen näkyväksi tekemisessä.

Kumppaneiden rooli viestinnässä on:

- tukea yhteisen maakuntakuvan ja -tarinan rakentumista omassa viestinnässään,
- tuottaa asiantuntijuuteen, kehittämistoimintaan ja käytännön toteutuksiin perustuvaa sisältöä,
- osallistua hankkeiden ja kehittämistoimenpiteiden viestintään yhteistyössä maakuntaliiton ja kuntien kanssa siten, että viestintä tukee sekä hankekohtaisia että maakunnallisia tavoitteita.

5.3 Viestinnän roolit kriisi- ja häiriötilanteissa

Kriisi- ja häiriötilanteissa viestinnän roolit ja vastuut täsmentyvät ja keskitetään ennalta sovittujen periaatteiden mukaisesti. Tavoitteena on nopea, selkeä, luotettava ja yhdenmukainen viestintä, joka tukee turvallisuutta ja luottamuksen säilymistä.

Kriisiviestinnän keskeiset periaatteet:

- Maakunnallinen viestinnän vastuunjako ja toimintamalli kirjataan erilliseen kriisiviestinnän minimi-protokollaan.
- Protokollassa määritellään:
 - viestinnän koordinoituvastuut,
 - tiedotteiden valmistelu- ja hyväksymiskäytännöt,
 - ensisijaiset viestintäkanavat,
 - monikielisuuden toteuttamistavat tarpeen mukaan.
- Viestintä perustuu yhteiseen ja ajantasaiseen tilannekuvaan sekä viranomaistietoon.
- Viestinnässä korostuvat oikeellisuus, selkeys ja luotettavuus.

6. Monikielisyys ja saavutettavuus

- Suomi–ruotsi on jatkossakin minimitaso, mutta teollisuus ja maahanmuutto edellyttävät **englannin** ja tarvittaessa muiden kielten käyttöä.
- Käännöksissä hyödynnetään **tekoälyavusteisuutta**, mutta ihmisen tarkistus on aina pakollista.
- Saavutettavuusperiaatteet kirjataan sitoviksi: selkokieli, tekstitykset, alt-tekstit, visuaalinen selkeys ja johdonmukainen navigointi.

7. Kanavat ja tone of voice

Keski-Pohjanmaan viestintä toteutetaan monikanavaisesti ja suunnitelmallisesti siten, että eri kanavat tukevat toisiaan ja vahvistavat yhteistä maakuntakuva. Kanavien roolit on määritelty strategisesti kohderyhmien, viestinnän tavoitteiden ja vaikuttavuuden näkökulmasta. Kaikessa viestinnässä noudatetaan yhtenäistä ja tunnistettavaa viestinnällistä sävyä (tone of voice).

7.1 Kanavien roolitus

Verkkosivut

Verkkosivut muodostavat maakunnan viestinnän perustan ja ensisijaisen virallisen tietolähteen.

Niiden tehtävänä on:

- tarjota ajantasaista, luotettavaa ja helposti löydettävää viranomais- ja taustatietoa,
- toimia pysyvänä viitepisteenä päätöksille, strategioille ja kehittämistoimille,
- tukea viestinnän avoimuutta ja läpinäkyvyyttä.

Verkkosivut ovat myös tukirakenne kaikelle muulle viestinnälle: sosiaalisen median sisällöt ja kampanjat palaavat aina virallisiin lähteisiin.

Sosiaalinen media

Sosiaalinen media täydentää muuta viestintää lisäämällä ajankohtaisuutta, vuorovaikutteisuutta ja näkyvyyttä. Kanavien roolien määrittely auttaa suuntaamaan tekemistä strategisesti, mutta kohderyhmiä ei ole tarkoituksenmukaista rajata liian kapeasti, koska alustojen käyttö ja yleisöt muuttuvat nopeasti.

Maakunnallisella tasolla on huomioitava myös **rajalliset resurssit**: laaja läsnäolo kaikissa kanavissa ei ole realistista. Siksi on tärkeää panostaa niihin kanaviin, joissa läsnäolo tuottaa eniten vaikuttavuutta suhteessa käytävissä oleviin voimavaroihin.

Ehdotetut roolit kanaville:

- **LinkedIn** – vahvistaa asiantuntijuutta, elinvoimaa ja edunvalvontaa; kohderyhmänä ammattilaiset, osaajat, yritykset ja päätöksentekijät.
- **Facebook** – yleisen tiedottamisen, tapahtumaviestinnän ja alueellisten ilmiöiden pääkanava; tavoittaa aikuisväestön, ikääntyvät ja maaseutualueiden asukkaat.
- **Instagram** – rakentaa maakunnan mielikuvaa visuaalisuuden, tarinallisuuden ja ihmisläheisten sisältöjen avulla; toimii hyvin nuorille aikuisille ja perheille.
- **TikTok ja Snapchat** – mahdollistavat nuorten ja nuorten aikuisten tavoittamisen lyhyillä, osallistavilla ja ilmiöpohjaisilla sisällöillä; käyttöä voidaan lisätä resurssien ja kampanjatarpeiden mukaan.
- **X (ent. Twitter)** – tukee reaaliaikaista viestintää, media- ja vaikuttajayhteistyötä sekä edunvalvontaa.

Sosiaalinen media tukee päätöksiä, strategisia teemoja ja tapahtumia, mutta **ei korvaa virallista tiedottamista**, joka ohjataan verkkosivuille.

Media

Media on keskeinen kumppani maakunnan näkyvyyden ja vaikuttavuuden rakentamisessa sekä valtakunnallisesti että kansainvälisesti.

Viestinnän linjana on:

- aktiivinen, ennakoiva ja avoin yhteistyö,
- selkeä taustoitus ja asiayhteyksien avaaminen,
- nopea ja johdonmukainen reagointi.

Tavoitteena on vahvistaa Keski-Pohjanmaan luotettavaa, asiapitoista ja kiinnostavaa maakuntakuvaa.

Uutiskirjeet

Uutiskirjeet ovat kohdennetun ja säännöllisen viestinnän väline, jolla ylläpidetään yhteyttä päättäjiin, kumppaneihin ja muihin keskeisiin sidosryhmiin. Niiden rooli on tukea strategista vuoropuhelua ja tiedonkulkua pitkäjänteisesti.

Tapahtumaviestintä

Tapahtumat ja niihin liittyvä viestintä ovat strateginen osa näkyvyyden, verkostojen ja vaikuttamisen kokonaisuutta.

Tapahtumaviestinnän tavoitteena on:

- nostaa esiin maakunnan painopisteitä ja vahvuuksia,
- tarjota foorumeita kohtaamisille ja yhteistyölle,
- vahvistaa Keski-Pohjanmaan asemaa aktiivisena ja kehittyvänä toimijana.

Tapahtumaviestinnän tulee olla suunnitelmallista ja kytkeytyä vuosikelloon, jotta resurssit hyödynnetään tehokkaasti.

Kuntayhteistyö

Viestinnän vaikuttavuutta vahvistetaan tiiviillä ja ennakoivalla yhteistyöllä kuntien kanssa.

Yhteinen vuosikello, julkaisukalenteri ja viestien koordinointi:

- tukevat yhtenäistä viestintälinjaa,
- vähentävät päällekkäisyyttä,
- vahvistavat alueellisesti tasapainoista näkyvyyttä.

Tavoitteena on toisiaan täydentävä kokonaisviestintä, joka tuo esiin koko Keski-Pohjanmaan vahvuudet.

7.2 Tone of voice – viestinnän perussävy

Keski-Pohjanmaan viestinnän sävy on yhtenäinen, tunnistettava ja luottamusta rakentava kaikissa kanavissa. Tone of voice tukee maakunnan uskottavuutta, selkeyttä ja myönteistä näkyvyyttä.

Viestinnän keskeiset ominaisuudet ovat:

- Selkeä ja ymmärrettävä
Viestintä on rakenteellisesti selkeää ja tarvittaessa avaavaa. Monimutkaiset kokonaisuudet tehdään ymmärrettäviksi ilman hallinnollista raskautta.
- Asiallinen ja rohkea
Keski-Pohjanmaa tuo tavoitteensa, vahvuutensa ja näkemyksensä esiin määrätietoisesti ja itsevarmasti, mutta vastuullisesti ja maltillisesti.
- Faktapohjainen ja merkityksellinen
Viestintä perustuu todennettavaan tietoon, jota täydennetään esimerkeillä, ilmiöillä ja tarinoilla kokonaisuuden ymmärtämiseksi.
- Johdonmukainen ja tunnistettava
Keskeiset viestit, käsitteet ja painotukset toistuvat yhdenmukaisesti kanavasta riippumatta. Sävyä mukautetaan kohderyhmien mukaan ilman, että peruslinja muuttuu.

Tone of voice toimii viestinnän yhteisenä laatuperiaatteena sekä strategisessa että operatiivisessa viestinnässä.

8. Yhteiset työkalut ja prosessit

Viestinnän suunnitelmallisuus, tehokkuus ja yhtenäisyys perustuvat yhteisiin työkaluihin ja selkeästi määriteltyihin prosesseihin. Näiden avulla vahvistetaan maakunnallista yhteistyötä, tehostetaan resurssien käyttöä ja parannetaan viestinnän laatua kaikilla organisaatiotasolla. Työkalujen suunnittelussa huomioidaan erityisesti pienet kunnat ja mikroyritykset, joilla ei ole erillisiä viestintäresursseja.

Yhteinen tiedotealusta

Yksi yhteinen tiedotealusta parantaa tiedonkulkua, vähentää päällekkäistä työtä ja tukee yhtenäistä viestintää. Sen avulla varmistetaan, että keskeinen tieto on oikea-aikaisesti kaikkien relevanttien toimijoiden saatavilla ja että viestintä on koordinoitua eri tilanteissa.

Some- ja mediaseuranta

Yhteisesti toteutettu sosiaalisen median ja median seuranta mahdollistaa tasalaatuisen ja vertailukelpoisen tilannekuvan muodostamisen. Yhteishankinnat tehostavat kustannusten hallintaa ja tukevat ennakoivaa viestintää, maineenhallintaa sekä edunvalvontaa. Seuranta toimii myös viestinnän vaikuttavuuden arvioinnin työkaluna.

Kuvapankki ja mallipohjat

Yhteinen kuvapankki sekä viestinnän mallipohjat tukevat kuntien ja kumppaneiden arjen viestintää ja vahvistavat visuaalista yhtenäisyyttä. Ne helpottavat viestinnän toteutusta erityisesti tilanteissa, joissa resurssit ovat rajalliset, ja varmistavat maakunnan tunnistettavan ilmeen eri kanavissa.

Vuosikello ja julkaisukalenteri

Yhteinen viestinnän vuosikello ja julkaisukalenteri tukevat ennakoivaa ja suunnitelmallista viestintää. Ne auttavat kohdentamaan viestintää strategisesti merkittäviin hetkiin, varmistavat tärkeiden teemojen toistuvuuden ja ehkäisevät päällekkäisyyttä eri toimijoiden välillä.

9. Kriisi- ja viranomaisviestintä

Kriisi- ja viranomaisviestintä on keskeinen osa Keski-Pohjanmaan viestintästrategiaa. Muuttuva toimintaympäristö, teollinen murros ja turvallisuuteen liittyvät kysymykset edellyttävät selkeitä rakenteita, ennakointia ja viestinnällistä valmiutta.

Strategiassa kriisiviestintää vahvistetaan seuraavien periaatteiden kautta:

- selkeä hyväksyntäketju, joka tukee nopeaa mutta hallittua viestintää,
- vastuunjako normaali- ja häiriötilanteissa, jotta roolit ovat yksiselitteisiä,
- valmiit viestipohjat, jotka mahdollistavat ripeään reagoinnin,
- monikielinen viestintä osana varautumista, erityisesti kansainväliseen toimintaympäristöön kytkeytyvissä tilanteissa,
- säännölliset harjoitukset, joilla varmistetaan toimintamallien toimivuus ja kehitetään kyvykkyyttä hallita vaativia viestintätilanteita.

- viestinnässä varaudutaan myös tilanteisiin, joissa ensisijaiset kanavat eivät ole käytettävissä, hyödyntäen vaihtoehtoisia ja täydentäviä viestintäkanavia.

Kriisiviestintä tukee turvallisuutta, luottamusta ja yhteiskunnallista resilienssiä sekä normaalioloissa että poikkeustilanteissa.

10. Strategian toteutus 2026-2030

Keski-Pohjanmaan viestintästrategian toteutus vuosina 2026–2030 perustuu jatkuvaan, vaiheittaiseen ja opimislähtöiseen toimintamalliin. Viestintää kehitetään samanaikaisesti rakenteiden, työkalujen ja osaamisen tasolla koko strategiakauden ajan. Strategiaa ei toteuteta yksittäisenä projektina, vaan tavoitteena on luoda pysyvä toimintatapa, joka vahvistaa viestinnän laatua, johdonmukaisuutta ja maakunnallista yhtenäisyyttä pitkällä aikavälillä.

Strategiakauden päättyessä Keski-Pohjanmaan viestintä ei ole yksittäisten toimenpiteiden kokonaisuus, vaan vakiintunut tapa toimia. Viestintä on avointa, selkeää ja saavutettavaa, ja maakuntaliitolla, kunnilla ja keskeisillä sidosryhmillä on käytössään yhteinen vuosikello, kärkiviestit ja työkalupakki. Kriisiviestintä on systemaattista ja harjoiteltua, ja maakunnan tarina on vahvistunut valtakunnallisesti ja kansainvälisesti. Viestintä tukee päätöksentekoa, elinvoimaa ja alueen identiteettiä, ja kuntien välisiä resurssieroja on tasattu yhteisillä malleilla. Keski-Pohjanmaalla on selkeä, johdonmukainen ja vaikuttava viestintäkulttuuri.

Strategian toimeenpano nojaa Keski-Pohjanmaan omiin vahvuuksiin – tiiviisiin kumppanuuksiin, teolliseen kasvuun ja vahvaan yhteisöllisyyteen – sekä valtionhallinnon viestintäsuosituksiin. Erityistä painoarvoa annetaan avoimuudelle, ennakoinnille, selkeydelle, yhdenmukaisuudelle ja valmiusviestinnälle. Näin viestintä tukee sekä normaalia aluekehitystä että kykyä toimia häiriö- ja kriisitilanteissa.

10.1. Maakunnallinen viestintämalli

Strategian toteutus muodostuu toisiinsa kytkeytyvistä kokonaisuuksista, jotka rakentavat yhdessä toimivan, ennakoivan ja vaikuttavan maakunnallisen viestintämallin.

Strategian vuosittainen rytmi ja ohjaus

Viestintästrategian toimeenpanoa ohjataan koko strategiakauden ajan yhteisen vuosikellon avulla. Vuosikello toimii maakuntaliiton, kuntien ja keskeisten sidosryhmien yhteisenä suunnittelun ja koordinoinnin välineenä. Sen avulla määritellään maakunnalliset viestinnän painopisteet, ajoitetaan kampanjat ja teemat, koordinoidaan sidosryhmätilaisuudet sekä varmistetaan, että yhteiset kärkiviestit näkyvät systemaattisesti eri vuodenaikoina ja kanavissa.

Vuoden aikana järjestetään säännöllinen, lyhyt koordinaatiokokous, jossa tarkastellaan tulevia sisältöjä, valmistellaan yhteisiä viestejä ja sovitaan roolituksesta. Mallin ytimessä ovat matala kynnyksellä osallistua, ketteryys ja käytännönläheisyys. Strategian toteutusta ohjaa maakuntaliiton koordinoima maakunnallinen viestintäryhmä, joka vastaa linjausten yhteensovittamisesta, seurannasta ja toimintatapojen jatkuvasta kehittämisestä.

Yhteinen tarina ja kärkiviestien jatkuva vahvistaminen

Kärkiviestit muodostavat viestintästrategian selkärangan. Niiden vaikuttavuus syntyy pitkäjänteisestä toistosta, johdonmukaisuudesta sekä konkreettisista esimerkeistä ja tarinallistamisesta koko strategiakauden ajan. Tavoitteena on varmistaa, että kärkiviestit näkyvät yhtenäisesti maakuntaliiton ja kuntien viestinnässä riippumatta kanavasta tai toimijasta.

Kuntien arkea tuetaan tarjoamalla valmiita viestipankkeja ja sisältöaihoita, joita voidaan hyödyntää sellaisenaan tai paikallisesti muokattuna. Lisäksi tuotetaan vuosittain muutamia laajempia tarinallisia sisältökokonaisuuksia (esimerkiksi teollinen kasvu, biotalous, osaaminen tai yhteisöllinen arki), jotka koko maakunta voi ottaa käyttöönsä. Kärkiviestejä tarkastellaan ja päivitetään vuosittain analytiikan, kohderyhmäpalautteen ja medianäkyvyyden perusteella, jotta maakunnan tarina säilyy elävänä, ajankohtaisena ja uskottavana.

Yhtenäiset työkalut, mallit ja viestinnän ekosysteemi

Strategiakauden keskeinen tavoite on luoda maakunnalle yhteinen viestinnän ekosysteemi eli käytännöllinen ”työkalupakki”, joka tukee kaikkia toimijoita. Kokonaisuus sisältää muun muassa yhteiset mallipohjat tiedotteisiin, sosiaaliseen mediaan, esityksiin ja kriisiviestintään, yhteisen kuvapankin, saavutettavuutta tukevat ohjeet, monikielisen viestinnän ja tekoälyn hyödyntämisen periaatteet sekä yhteiset analytiikka- ja mediaseurantatyökalut.

Työkalujen päätarkoitus on tasata kuntien välisiä resurssieroja ja mahdollistaa maakunnallinen viestintä myös niissä kunnissa, joissa ei ole nimettyjä viestintäresursseja. Tavoitteena on, että kaikilla toimijoilla on käytössään vähintään yhteinen ”minimipaketti”, jonka avulla ne voivat osallistua maakunnalliseen viestintään. Työkalupakkia kehitetään strategiakauden aikana kokemusten ja palautteen perusteella.

Monikielisyyden ja saavutettavuuden jalkauttaminen

Monikielisyys ja saavutettavuus integroidaan pysyväksi osaksi kaikkea maakunnallista viestintää. Viestintää tuotetaan lähtökohtaisesti suomeksi, ja resurssien puitteissa myös ruotsiksi ja englanniksi. Keskeisistä ja monimutkaisista asioista tarjotaan selkokielineen versio, ja audiovisuaaliset sisällöt tekstitetään. Visuaalisessa suunnittelussa huomioidaan saavutettavat värit, kontrastit ja rakenteet.

Tekoälyä hyödynnetään viestinnän tukena esimerkiksi käännöksissä ja sisällöntuotannossa, mutta lopullinen vastuu sisällön laadusta säilyy ihmisillä. Monikielisyys nähdään strategisena investointina, ei pelkkänä käännöstyönä: se tukee Keski-Pohjanmaan kansainvälistä identiteettiä, teollisuuden arkea ja alueen vetovoimaa osaajien ja yritysten näkökulmasta.

Kriisi- ja valmiusviestintä pysyvänä toimintatapana

Koko strategiakauden ajan ylläpidetään ja kehitetään maakunnallista kriisiviestinnän minimiprotokollaa, joka toimii yhtenäisenä ohjeena kunnille, maakuntaliitolle ja yhteistyökumppaneille. Protokolla määrittelee vastuunjaon eri toimijoiden välillä, tilannekuvan muodostamisen käytännöt, hyväksyntäketjut normaali- ja häiriötilanteissa sekä monikieliset viestipohjat ja kanavaratkaisut erityistilanteisiin.

Kriisiviestintää ei käsitellä erillisenä toimintona, vaan osana normaalia viestinnän johtamista. Vuosittaisilla harjoituksilla varmistetaan, että toimintamallit ovat tuttuja ja toimivia myös käytännössä.

Osaamisen kehittäminen ja yhteiset koulutukset

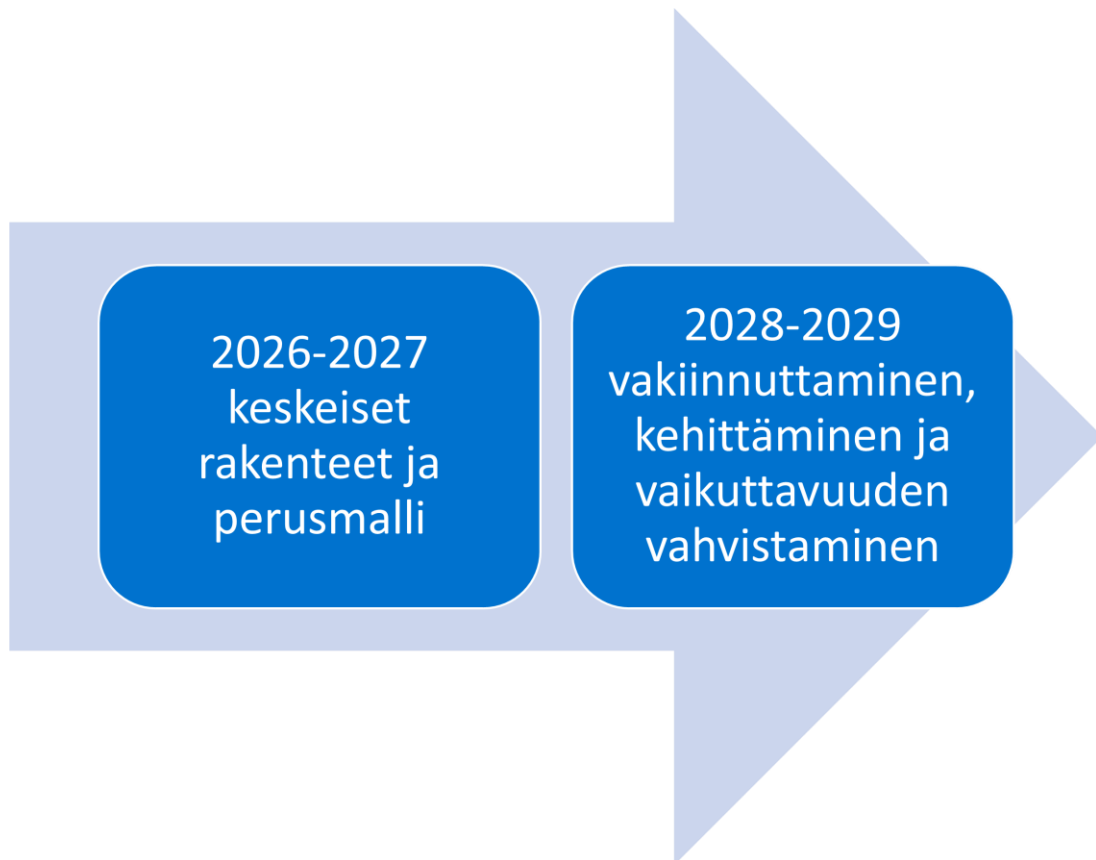
Strategian toteutuminen edellyttää riittävää osaamista kaikilla toimijatasoilla. Strategiakauden aikana järjestetään kevyitä, toistuvia koulutusmoduuleja, jotka keskittyvät muun muassa selkeään ja selkokiehiseen viestintään, sosiaalisen median käytäntöihin, kriisi- ja häiriötilanneviestintään, mediataitoihin, tekoälyn hyödyntämiseen sekä saavutettavuuteen.

Koulutukset suunnitellaan erityisesti kunnille, joissa viestintä on osa muuta työtä. Tämän vuoksi ne toteutetaan matalan kynnyksen verkkokoulutuksina ja lyhyinä lähityöpajoina, jotka tukevat arjen viestintää käytännönläheisesti.

10.2. Strategian toimeenpanon vastuut ja aikataulu

Viestintästrategian tavoitteiden saavuttaminen edellyttää selkeitä vastuita, realistista aikataulua ja seurattavaa etenemistä. Toimeenpano perustuu maakuntaliiton koordinoivaan rooliin, kuntien ja sidosryhmien aktiiviseen osallistumiseen sekä vaiheittaiseen etenemiseen strategian koko elinkaaren ajan.

Toteutus etenee siten, että keskeiset rakenteet ja perusmallit luodaan strategian alkuvaiheessa, minkä jälkeen painopiste siirtyy vakiinnuttamiseen, kehittämiseen ja vaikuttavuuden vahvistamiseen.



Kuva 1 Viestintästrategian toteutuksen eteneminen.

Vastuutahot (roolit):

Maakuntaliitto

- vastaa strategian kokonaisohjauksesta ja koordinoinnista
- ylläpitää vuosikelloa, kärkiviestejä ja yhteisiä työkaluja
- koordinoi viestintäryhmän työtä ja yhteisiä hankintoja
- vastaa seurannasta ja raportoinnista

Kunnat

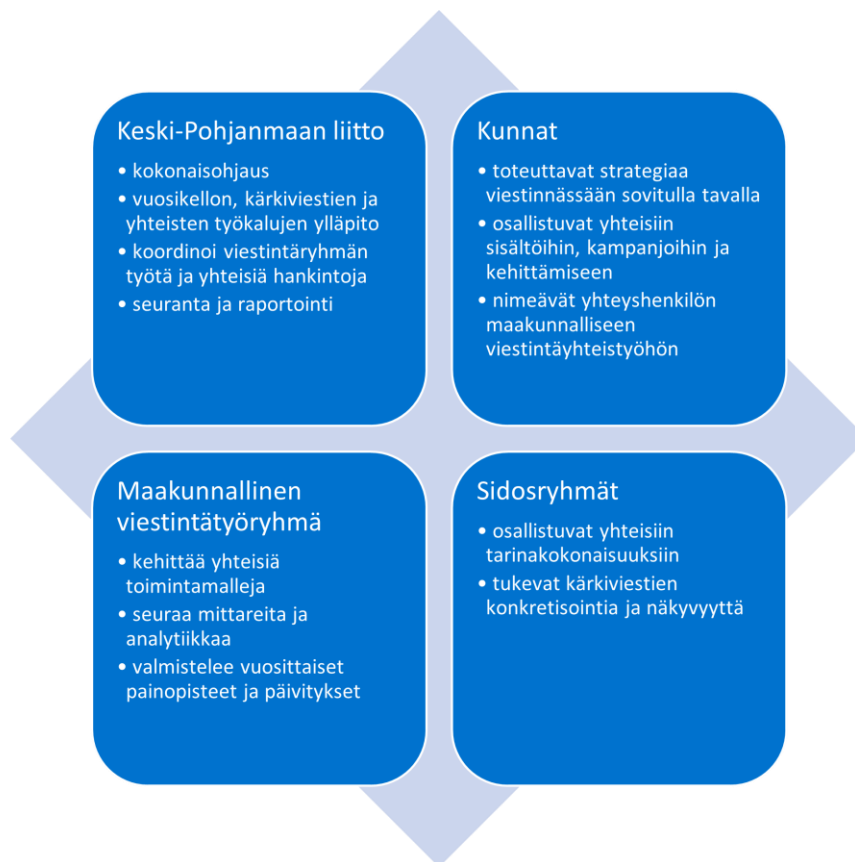
- toteuttavat strategiaa omassa viestinnässään sovittujen linjausten mukaisesti
- osallistuvat yhteisiin sisältöihin, kampanjoihin ja kehittämiseen
- nimeävät yhteyshenkilön maakunnalliseen viestintäyhteistyöhön

Maakunnallinen viestintäryhmä

- kehittää yhteisiä toimintamalleja
- seuraa mittareita ja analytiikkaa
- valmistelee vuosittaiset painopisteet ja päivitykset

Sidosryhmät (esim. teollisuus, oppilaitokset, kehitysyritykset)

- osallistuvat yhteisiin tarinakokonaisuuksiin
- tukevat kärkiviestien konkretisointia ja näkyvyyttä



Kuva 2. Viestinnän roolit.

Toimenpiteet, vastuut ja aikataulu 2026–2030

1. Strateginen rakenne ja ohjaus

Toimenpide	Vastuu	Aikataulu
Maakunnallisen viestintäryhmän roolin ja kokoonpanon vahvistaminen	Maakuntaliitto	2026
Yhteisen viestinnän vuosikellon käyttöönotto	Maakuntaliitto + kunnat	2026
Säännöllinen koordinaatiokokous (2–4 krt/vuosi)	Viestintäryhmä	2026–2030
Strategian vuosittainen päivitys ja painopisteiden tarkistus	Viestintäryhmä	vuosittain

2. Kärkiviestit ja maakuntatarina

Toimenpide	Vastuu	Aikataulu
Kärkiviestien lopullinen määrittely ja priorisointi	Maakuntaliitto + viestintäryhmä	2026
Maakuntatarinan ydinmateriaalin tuottaminen	Maakuntaliitto	2026
Vuosittaiset tarinalliset sisältökokonaisuudet	Maakuntaliitto + sidosryhmät	2026–2030
Kärkiviestien vaikuttavuuden arviointi ja päivitys	Viestintäryhmä	vuosittain

3. Yhteiset työkalut ja viestinnän ekosysteemi

Toimenpide	Vastuu	Aikataulu
Viestinnän minimityökalupaketin määrittely	Maakuntaliitto	2026
Mallipohjien ja kriisipohjien käyttöönotto	Maakuntaliitto + kunnat	2026–2027
Yhteinen kuvapankki ja ohjeistus	Maakuntaliitto	2027
Mediaseuranta- ja analytiikkaratkaisujen yhteishankinta	Maakuntaliitto	2027
Työkalujen jatkuva kehittäminen	Viestintäryhmä	2028–2030

4. Monikielisyys ja saavutettavuus

Toimenpide	Vastuu	Aikataulu
Monikielisen viestinnän periaatteiden määrittely	Maakuntaliitto	2026
Selkokielisten ja monikielisten mallien käyttöönotto	Maakuntaliitto + kunnat	2026–2027
Saavutettavuusohjeiden jalkautus	Maakuntaliitto	2027
Tekoälyn hyödyntämisen pelisäännöt	Viestintäryhmä	2026
Käytäntöjen vakiinnuttaminen	Kunnat	2027–2030

5. Kriisi- ja valmiusviestintä

Toimenpide	Vastuu	Aikataulu
Kriisiviestinnän minimiprotokollan laatiminen	Maakuntaliitto	2026
Monikieliset kriisipohjat	Maakuntaliitto	2026
Protokollan käyttöönotto kunnissa	Kunnat	2026–2027
Kriisiviestintäharjoitus	Maakuntaliitto + kunnat	vuosittain

6. Osaamisen kehittäminen

Toimenpide	Vastuu	Aikataulu
Koulutustarpeiden kartoitus	Viestintäryhmä	2026
Kevyiden koulutusmoduulien käynnistäminen	Maakuntaliitto	2026
Verkkokoulutukset ja työpajat	Maakuntaliitto	2026–2030
Osaamisen tason arviointi	Viestintäryhmä	2028 ja 2030

7. Seuranta ja arviointi

Toimenpide	Vastuu	Aikataulu
Mittariston käyttöönotto	Maakuntaliitto	2026
Kvartaalikohtainen seuranta	Viestintäryhmä	2026–2030
Vuosittainen arviointi ja raportti	Maakuntaliitto	vuosittain

Strategian loppuarviointi	Maakuntaliitto	2030
---------------------------	----------------	------

10.3. Seuranta ja mittarit

Vaikuttavuuden seuranta ja vuosittainen arviointi

Viestinnän vaikuttavuutta seurataan koko strategiakauden ajan sekä määrällisillä että laadullisilla mittareilla. Seuranta kattaa muun muassa verkkosivujen tavoittavuuden ja käytettävyyden, sosiaalisen median näkyvyyden ja sitoutumisen, mediatulkinnan määrän ja sävyn, kärkiviestien läpimenon, vuorovaikutuksen asukkaiden kanssa sekä viestinnän prosessien toimivuuden. Lisäksi seurataan kriisiviestinnän reagoitinopeutta ja toimintamallien toimivuutta.

Kvartaaleittain laaditaan yhteinen tilannekatsaus, ja vuoden lopussa toteutetaan vuosiarviointi, joka ohjaa seuraavan vuoden painopisteitä ja kehittämistoimia.

Viestinnän mittaristo

Viestinnän vaikuttavuutta seurataan systemaattisesti ja monipuolisesti. Mittariston tarkoituksena on tukea strategian toimeenpanoa, kehittää viestinnän laatua ja tarjota päätöksenteon tueksi vertailukelpoista tietoa.

Mittaristo kattaa:

- tavoittavuuden, sitoutumisen ja tunnettuuden eri kanavissa,
- mediasävyn ja keskeisten tarinoiden läpimenon,
- vuorovaikutuksen laadun, ei vain määrällisiä kontakteja,
- organisaation sisäisen viestintäkulttuurin ja yhteistyön toimivuuden,
- vuosikellon ja sovittujen prosessien toteutumisen.

Viestinnän seuranta ja analyysi raportoidaan kvartaaleittain, ja tuloksia hyödynnetään viestinnän jatkuvassa kehittämisessä sekä strategisten painotusten tarkentamisessa.

LIITE 1 Laajennettu SWOT-analyysi

Keski-Pohjanmaan viestintä 2026–2030

Vahvuudet

Vahva ja tiivis kumppanuusverkosto

Keski-Pohjanmaan keskeinen viestinnällinen vahvuus on poikkeuksellisen tiivis ja toimiva kumppanuusverkosto, jossa kunnat, yritykset, TKI-toimijat, oppilaitokset ja kulttuuritoimijat tekevät yhteistyötä matalalla kynnyksellä. Maakunnan koko tukee ketterää toimintaa: verkostot ovat lyhyitä, ihmiset tuntevat toisensa ja tiedonkulku on nopeaa. Tämä mahdollistaa yhteisten viestikärkien, kampanjoiden ja narratiivien rakentamisen ilman raskaita rakenteita sekä luo harvinaisen hyvän pohjan johdonmukaiselle maakuntaviestinnälle ja yhteiselle brändityölle.

Kansainvälisesti kiinnostavat ja uskottavat sisältöteemat

Keski-Pohjanmaan vahvuuksiin lukeutuvat akkuklusteri, vihreä siirtymä, teollisuuden uudistuminen, KIP-alueen asema Pohjoismaiden merkittävänä kemianteollisuuden keskittymänä sekä vahva kulttuuriperintö ja yhteisöllisyys. Nämä teemat tarjoavat runsaasti faktapohjaista ja uskottavaa sisältöaineistoa alueelliseen, valtakunnalliseen ja kansainväliseen viestintään. Alueen tarina voidaan rakentaa todellisiin vahvuuksiin nojaavaksi, mikä tukee pitkän aikavälin näkyvyyttä, investointien houkuttelua ja osaajien kiinnostusta.

Yhteinen tahtotila viestinnän kehittämiseen

Maakunnassa on laajasti tunnistettu tarve kehittää viestintää suunnitelmallisemmaksi, vaikuttavammaksi ja yhteistyöhön perustuvaksi. Viestintä nähdään strategisena työkaluna, ei vain tiedottamisen välineenä. Valmius uudistaa toimintatapoja, kokeilla uusia ratkaisuja ja tehdä yhteisiä linjauksia on selkeä vahvuus, joka tukee strategian jalkauttamista ja lisää sen onnistumisen todennäköisyyttä koko maakunnassa.

Positiivinen ja tunnistettava maakuntaidentiteetti

Keski-Pohjanmaa profiloituu turvallisena, yhteisöllisenä ja hyvinvoivana elinympäristönä, jossa arki on toimivaa ja ihmisläheistä. Tämä myönteinen perusidentiteetti tarjoaa vahvan lähtökohdan viestinnälle ja tarinankerronnalle eri kohderyhmille. Identiteetti tukee maakuntaliiton arvoja – avoimuutta, yhteistyötä ja vaikuttavuutta – ja luo uskottavan ja inhimillisen kehityksen alueen kehittämiseksi ja markkinoinnille.

Heikkoudet

Kuntien viestintäresurssien epätasaisuus

Viestinnän resurssit vaihtelevat kunnittain merkittävästi, ja monissa kunnissa viestintä on sivutoimi ilman selkeästi määriteltyjä vastuita, osaamista tai prosesseja. Tämä heikentää viestinnän tasalaatuisuutta ja tekee yhteisten linjausten käyttöönotosta haastavaa. Ilman selkeitä ohjeita, mallipohjia ja valmiita sisältöratkaisuja yhteistyö kuormittaa erityisesti pienempiä kuntia ja hidastaa maakunnallisen viestinnän kehittymistä.

Roolien ja vastuiden epäselvyys viestinnässä

Maakuntatason viestinnän, maakuntaliiton oman viestinnän ja kuntien viestinnän väliset vastuut eivät ole kaikilta osin selkeitä. Tämä aiheuttaa epävarmuutta erityisesti poikkeus- ja kriisitilanteissa, joissa tarvitaan nopeaa, koordinoitua ja johdonmukaista viestintää. Epäselvät roolit ja hyväksyntäketjut hidastavat reagoimista ja lisäävät virheriskiä, mikä heikentää viestien uskottavuutta ja vaikuttavuutta.

Tarinallistamisen ja viestinnällisen rohkeuden puute

Viestintä on usein informatiivista mutta varovaista, jolloin alueen vahvuudet, onnistumiset ja kehitystarinat eivät nouse esiin riittävän kiinnostavasti tai vaikuttavasti. Tarinallisuutta, esimerkkejä ja inhimillisiä näkökulmia hyödynnetään liian vähän, minkä seurauksena Keski-Pohjanmaan potentiaali jää osin näkymättömäksi. Tämä heikentää alueen veto- ja pitovoimaa sekä näkyvyyttä kilpailussa osajista ja investoinneista.

Viestintäkanavien ja -työkalujen hajanaisuus

Viestintä toteutuu useilla eri alustoilla ja järjestelmissä ilman yhteisiä työkaluja tai toimintamalleja. Hajanaisuus hidastaa sisällöntuotantoa, lisää päällekkäistä työtä ja vaikeuttaa viestinnän vaikuttavuuden systemaattista seurantaan. Mediaseurannan ja analytiikan puutteet heikentävät mahdollisuuksia kehittää viestintää tietoon perustuen ja ohjata kokonaisuutta strategisesti.

Mahdollisuudet

Monikielisuuden ja saavutettavuuden systemaattinen hyödyntäminen

Kokkolan monikielinen toimintaympäristö tarjoaa mahdollisuuden profiloita koko maakunta avoimena, saavutettavana ja kansainvälisesti houkuttelevana alueena. Tekoälyavusteiset käännökset yhdistettynä ihmisen tekemään laadunvarmistukseen voivat tehostaa viestintää ja madaltaa monikielisen julkaisemisen kynnystä. Systemaattinen monikielisyys tukee kansainvälisen työvoiman houkuttelua ja tekee saavutettavuudesta luontevan osan kaikkea viestintää.

Yhteiset viestintätyökalut ja hankinnat

Yhteishankinnat tiedotealustoissa, mediaseurannassa, analytiikassa, kuvapankeissa ja viestintämalleissa mahdollistavat kustannussäästöjä, yhdenmukaisen laatutason ja selkeämmän visuaalisen ilmeen koko maakunnassa. Yhteiset työkalut tukevat erityisesti kuntia, joissa viestinnän resurssit ovat rajalliset, ja helpottavat arjen viestintää ilman, että jokaisen toimijan tarvitsee kehittää ratkaisuja erikseen.

Yhteisen maakuntatarinan rakentaminen

Keski-Pohjanmaan vahvuuksista voidaan rakentaa selkeä, toistettava ja tunnistettava maakuntatarina, joka yhdistää elinkeinoelämän, kestäväen kehityksen, kulttuurin ja turvallisen arjen. Yhteinen narratiivi tukee sekä ulkoista että sisäistä viestintää, vahvistaa alueidentiteettiä ja toimii sateenvarjona kuntien omille viesteille. Hyvin rakennettu tarina tukee alueen tunnettuutta ja houkuttelevuutta pitkällä aikavälillä.

Maakunnallinen kriisiviestinnän minimiprotokolla

Yhteinen kriisiviestinnän minimiprotokolla parantaa valmiutta ja ennakoitavuutta kaikilla toimijatasoilla. Selkeä malli vastuisten, roolien ja perusviestien osalta mahdollistaa nopean ja johdonmukaisen reagoinnin häiriö- ja kriisitilanteissa sekä vahvistaa ”yksi ääni” -periaatetta. Tämä lisää luottamusta viranomaisviestintään ja tukee maakunnan mainetta myös poikkeustilanteissa.

Uhat

Kriisiviestinnän viiveet ja epäselvät prosessit

Ilman selkeitä etukäteen sovittuja toimintamalleja kriisiviestintä viivästyy ja virheellisen tai vanhentuneen tiedon leviämisen riski kasvaa. Erityisesti teollisuuteen ja turvallisuuteen liittyvissä tilanteissa viiveet voivat aiheuttaa merkittäviä mainehaittoja. Monikielisen viestinnän puutteet lisäävät riskiä kansainvälisissä yhteyksissä ja heikentävät viestien perillemenoaa.

Informaatioyllikuorma ja viestinnän pirstaloituminen

Asukkaiden ja sidosryhmien tiedonsaanti hajaantuu yhä useampaan kanavaan, mikä lisää riskiä siitä, että keskeiset viestit eivät tavoita kohderyhmiään. Ilman selkeitä prioriteetteja ja kanavakohtaisia linjauksia viestit voivat olla ristiriitaisia tai jäädä huomaamatta, mikä heikentää ymmärrettävyyttä ja luottamusta.

Kuntien välisten osaamis- ja resurssierojen kasvu

Mikäli yhteisiä käytäntöjä ja työkaluja ei oteta käyttöön, viestinnällinen kuilu kuntien välillä syvenee. Tämä heikentää koko maakunnan yhteistä ääntä ja brändiä sekä vaarantaa pienempien kuntien kyvyn vastata kasvaviin viestintäodotuksiin. Kokonaisvaikuttavuus kärsii.

Luottamuksen heikentyminen julkiseen viestintään

Viestintävirheet, ristiriitaiset viestit tai hidas reagointi voivat nopeasti heikentää luottamusta viranomaisviestintään. Muuttuva turvallisuus- ja toimintaympäristö lisää odotuksia täsmällisestä, oikea-aikaisesta ja perustellusta tiedosta. Ennakoiva ja strateginen viestintä on keskeinen keino tämän uhan hallintaan