



MAA- JA
KOTITALOUSNAISET

Viestintä- ja markkinointisuunnitelma 2024 - esittely MKN Keskuksen hallitukselle

5.2.2024

Susanna Winqvist

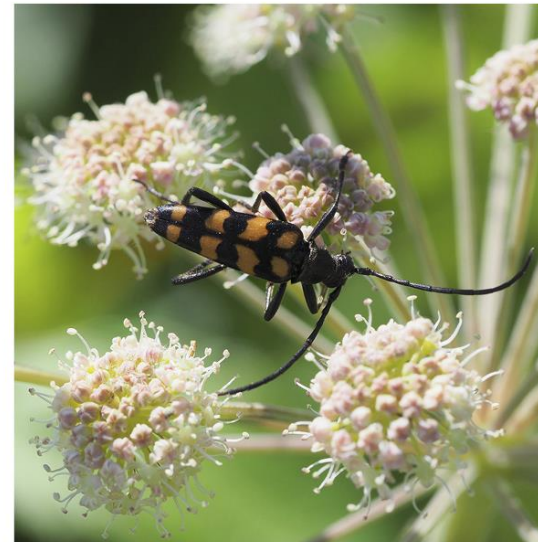
Strategiakauden 2021-2025 neljä toimintaamme ohjaavaa teemaa



**Suomalaisen ruoan
sankaritarinat**




**Ilmastomyönteinen ja
kestävä yhteiskunta**



Monimuotoinen luonto



Suomi kutsuu kylään



TAVOITTEENA on rakentaa kestäväää, osaavaa ja osallistavaa yhteiskuntaa.

TARJOAMME konkreettisia työkaluja, joiden avulla ihmiset pystyvät vaikuttamaan omaan lähiympäristöönsä ja siten vahvistamaan elinvoimaisuutta, kestäväää yhteiskuntaa ja hyvinvointia laajemmin.

VUONNA 2024

EDISTÄMME KANSALAISTEN KOKONAISVALTAISTA HYVINVOINTIA mm.

- Laadittavien kansallisten ravitsemussuositusten sisällön jalkauttaminen
- Tutkimustiedon ja konkreettisten toimintavinkkien jakaminen ilmastonmuutoksen hillitsemiseksi ja siihen sopeutumiseksi.
- Yhteisöllisyyden edistäminen järjestötyössä osana ihmisten hyvinvointia.
- Varautumisen, ennakoinnin ja omavaraistalouden painottaminen osana kokonaisturvallisuuden hallintaa.



VIESTINNÄN TAVOITE JA PAINOTUKSET

Tavoite

MKN tunnetaan luotettavana valtakunnallisena järjestönä, jolla on vahvaa asiantuntemusta kaikilla toiminnan osa-alueilla (MKN Ruoka, MKN Maisema, MKN Yritys) & laajaa ja aktiivista yhdistystoimintaa.

Painotukset 2024

- Viestinnän kärjet noudattelevat järjestön strategian (2021-2025) teemoja, niistä nousseita hankkeita ja muuta toimintaa.
- Punaisena lankana kestävä kehitys, ilmastoteot ja luonnon monimuotoisuus sekä kokonaisturvallisuus
- Merkittävin viestintäkokonaisuus: Kekriviikot

*Neuvomme, koulutamme,
kehitämme, tuotteistamme
ja luomme uutta.*

*Siirrämme perinteitä ja
tietotaitoa
sukupolvelta toiselle.*

*Olemme kymmenien
tuhansien ihmisten
aktiivinen verkosto.*



STRATEGIAN TEEMAT 2021–2025

VUODEN 2024 TOIMINTAA / VIESTINTÄÄ

1. Suomalaisen ruoan sankaritarinat

- Ruokakasvatus ja terveellinen ruoka – vahvistetaan eri-ikäisten ihmisten ruoka- ja ravitsemusosaamista
- Pellolta pöytään - suomalaisen ruoan, ruoantuottajien ja -jalostajien tunnettuuden vahvistaminen, ruoantekijät ja kuluttajat yhdistäen
- Maistuva maaseutuyritys -tunnustusten jako kaikissa MKN piirikeskuksissa, jako Farmarissa 4.-6.7.2024.
- MKN Kekriviikot, vkot 42-44: 14.10.-3.11.2024
- Luonnonlaidun päivä 15.6.2024
- Suomalaisen ruoan päivä 4.9.2024 teemalla SYÖDÄÄN YHDESSÄ

2. Ilmastomyönteinen ja kestävä yhteiskunta

- Kuluttajien varautumisen vahvistaminen osana kokonaisturvallisuutta.
- Kädet multa -toiminnan edistämistä varhaiskasvatuksessa sekä kotitarveviljelyn edistämistä.
- Luonnontuotteet lautaselle –hyvinvointia luonnosta –potkua yritystoiminnalle

STRATEGIAN TEEMAT 2021–2025

VUODEN 2024 TOIMINTAA / VIESTINTÄÄ

3. Monimuotoinen Suomi

- Luontotekoja - valtakunnallinen kampanja luonnon monimuotoisuuden lisäämiseksi: 2024 teemana peltolumo
- Yhteistyökampanjat: Luonnonlaidunpäivä, #puunhalausviikko ja Suomen luonnon päivä 2024
- Vieraslajikasvit: kansallinen ja kv. yhteistyö (Barents IAS, Impin päivä)

4. Suomi kutsuu kylään

- #maaseudunsankarit
- Suomalaisen leivän tarina
- Impin päivä 11.6.
- Kv. Maisemapäivä 20.10.
- Kulttuuriympäristön ja maiseman kestävä tuotteistaminen
- Kävellään porukassa -järjestökampanja
- Suomalaisen ruoan päivä 4.9.2024 teemalla SYÖDÄÄN YHDESSÄ

MKN KESKUKSEN VIESTINNÄN KANAVAT JA KEINOT

Mediaviestintä

- Medialle (ja sitä kautta tietyille vastaanottajaryhmälle tai suurelle yleisölle) suunnattu viestintä kertoo järjestössä tehtävästä työstä, työn tuloksista mutta myös vahvistaa järjestön brändiä luotettavana asiantuntijatoimijana.
- Medialle lähetetään säännöllisesti tiedotteita ePressi-tiedotepalvelulla. MKN Keskuksella on palvelussa oma [uutishuone](#), josta tiedotteet löytyvät. Tiedotteiden pohjalta tehdään myös uutinen MKN:n nettisivuille. Lähteneistä mediatiedotteista lähetetään tieto MKN-asiantuntijoille, ProAgria-viestijöille ja MKN Keskuksen hallituksen jäsenille.
- MKN Keskus palvelee mediaa myös tarjoamalla erikseen ko. medialle työstettyä materiaalia, vastaamalla haastattelupyyntöihin, toimittamalla kuvia ja ruokaohjeita median käyttöön.

Someviestintä ja nettisivut / jäsenviestintä

- [Nettisivuja](#) kehitetään edelleen ja niille pyritään saamaan kävijöitä erityisesti somen avulla (+ omien ja piirien uutiskirjeiden kautta).
- Someviestinnässä panostamme viestin sisällön laatuun ja visuaaliseen ilmeeseen. Somekanavista aktiivisessa käytössä on vuonna 2024 [Instagram](#) ja [Facebook](#). [LinkedIn](#) on aiemmin ollut vain rekrytointikäytössä, tänä vuonna kokeilemme sen käyttöä mm. hanke- ja kampanjatyössä. X:ää ei käytetä aktiivisesti, mutta reagoidaan mainintoihin yms.
- Someviestinnän kohteena on niin jäsenet kuin ns. suuri yleisö. Keskukselta lähtee kaksi kertaa vuodessa yhdistyskirje ja niitä tukevia uutiskirjeitä, mutta somekanavien erityisesti Facebookin [Me maa- ja kotitalousnaiset](#) -ryhmän kautta pidetään aktiivista yhteyttä jäseniin ja mahdollistetaan kaksisuuntainen viestintä.
- Lisätietoja: somestrategia ja -ohje

MKN KESKUKSEN VIESTINNÄN KANAVAT JA KEINOT

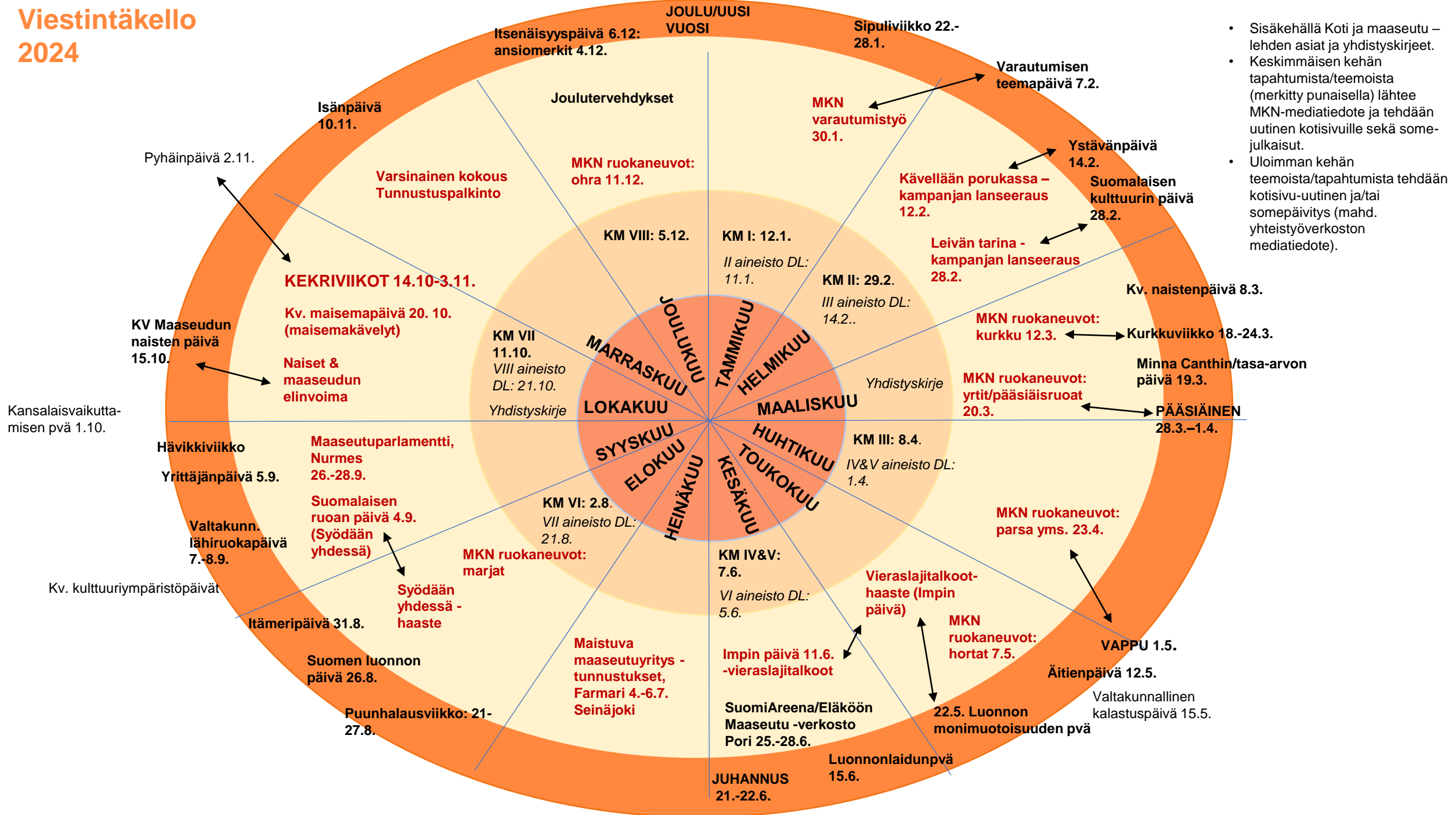
Sisäinen/-sidosryhmäviestintä

- Tärkeimmät sisäisen viestinnän kanavat MKN-asiantuntijoille ovat Teams (palaverit ja työryhmät) ja [MKN intranet](#). Asiantuntijoille lähetetään myös ajankohtaiskirje sähköpostitse noin kerran kuussa.
- Ulkoisten sidosryhmien kanssa pidetään yhteyttä henkilökohtaisesti ja lähetetään teemakohtaisia kohdennettuja uutiskirjeitä. MKN Keskuksen viestintä jatkaa ja laajentaa mahdollisuuksien mukaan yhteistyötä ProAgrian ja muiden sidosryhmien viestijöiden kanssa.

Koti ja maaseutu -lehti / ProAgrian lehdet

- [Koti ja maaseutu -lehti](#) (8 kertaa/vuosi) tuo tunnetuksi asiantuntijoiden tekemää työtä ja järjestötoimintaa.
- Maa- ja kotitalousnaisten aiheita nostetaan mahdollisuuksien mukaan esille myös ProAgrian asiakaslehdissä.

Viestintäkello 2024



- Sisäkehällä Koti ja maaseutu – lehden asiat ja yhdistyskirjeet.
- Keskeisemmän kehän tapahtumista/teemoista (merkitty punaisella) lähtee MKN-mediatiedote ja tehdään uutinen kotisivuille sekä some-julkaisut.
- Uloimman kehän teemoista/tapahtumista tehdään kotisivu-uutinen ja/tai somepäivitys (mahd. yhteistyöverkoston mediatiedote).