



MAA- JA  
KOTITALOUSNAISET

# MAA- JA KOTITALOUSNAISTEN KESKUKSEN TOIMINTASUUNNITELMA 2025



**LUONNOS**



## Sisällys

1. Johdanto.....	3
2. Maa- ja kotitalousnaisten brändistrategia 2021–2025.....	3
3. Strategiakauden 2021–2025 teemat.....	4
4. Teemakohtaiset toimenpiteet 2025.....	7
5. Viestintä.....	14
6. Koti ja maaseutu -lehti .....	15

Kansikuvat: Susanna Winqvist, Leena Lahdenvesi-Korhonen, Kirsi Haapamatti



## 1. Johdanto

Vuosi 2025 on Maa- ja kotitalousnaisten Keskus ry:n (MKN Keskus) 32. toimintavuosi rekisteröityneenä yhdistyksenä. Perustamisvuosi on 1933. Maa- ja kotitalousnaisten Keskus on yleishyödyllinen yhdistys, joka toimii valtakunnallisen Maa- ja kotitalousnaisten (MKN) järjestön keskusjärjestönä. MKN:n piirikeskuksia on yhdeksän ja alueellisia paikallisyhdistyksiä noin 900.

Maa- ja kotitalousnaisten Keskukseen toimintaa johtaa hallitus, johon kuuluu puheenjohtajan lisäksi viisi muuta varsinaista jäsentä sekä heille valitut varajäsenet.

Keskukseen palveluksessa on toiminnanjohtaja, kehitysjohtaja (maiseman- ja luonnonhoidon palvelut, toiminnanjohtajan varahenkilö), kehityspäällikkö (ruoka-, ravitsemus- ja kotitalousneuvonta), järjestöpäällikkö, viestintäpäällikkö sekä Koti ja maaseutu -lehden toimituspäällikkö. MKN Keskus julkaisee Koti ja maaseutu -aikakauslehteä. Keskukseen toiminnanjohtaja toimii lehden päätoimittajana. Toimituspäällikkö vastaa lehden tuotannosta.

## 2. Maa- ja kotitalousnaisten brändistrategia 2021–2025

MKN Keskukseen toimintasuunnitelma 2025 pohjautuu Maa- ja kotitalousnaisten järjestön brändistrategiaan, joka ulottuu vuoteen 2025.

Strategian mukaan *Maa- ja kotitalousnaiset on valtakunnallinen ja kansainvälisesti linkittynyt asiantuntijajärjestö, jonka toiminnan keskiössä on ruoka- ja ravitsemusosaamisen vahvistaminen, maiseman- ja luonnonhoidon kehittäminen, yrittäjyyden tukeminen ja järjestötoiminta. MKN rakentaa kestävä, osaavaa ja osallistavaa yhteiskuntaa. Asioita tarkastellaan suomalaisen maaseudun näkökulmasta kaupunkeja unohtamatta.* Strategian toteuttamiseksi järjestömme tarjoaa ihmisille konkreettisia työkaluja, joiden avulla he pystyvät vaikuttamaan omaan lähiympäristöönsä ja siten vahvistamaan elinvoimaisuutta sekä hyvinvointia laajemmin.

### Visio 2025

Unelmiemme Suomi:  
Maistuva, monimuotoinen, kestävä ja elinvoimainen

Maa- ja kotitalousnaisten tahtotilana on

- lisätä Suomen tunnettuutta maana, jossa tuotetaan laadukasta ja herkullista ruokaa, sekä arvostusta suomalaisen ruoan tekijöitä kohtaan koko ruokajärjestelmässä.
- hidastaa ilmastonmuutosta ja edistää kestävä kehitystä.
- estää luonnon monimuotoisuuden köyhtyminen ja kääntää kehitys luonnon monimuotoisuutta korjaavaan suuntaan.
- vahvistaa maaseudun ja maakuntien elinvoimaisuutta ja niiden näkymistä ainutlaatuisina elinympäristöinä, erilaisina yrityksinä, osaamisena, osallistumisena ja yhteisöllisyytenä.

Strategiakaudellemme 2021–2025 on nimetty seuraavat neljä teemaa, joita tulevana vuosina painotamme ja joiden alle toimenpiteet pääsääntöisesti keskittyvät:

- suomalaisen ruoan sankaritarinat
- ilmastomyönteinen ja kestävä yhteiskunta
- monimuotoinen luonto
- Suomi kutsuu kylään



Vuoden 2025 toiminnassa keskitymme edelleen kansalaisten kokonaisvaltaisen hyvinvoinnin edistämiseen. Tämä tarkoittaa muun muassa:

- uusien kansallisten ravitsemussuositusten jalkauttamista eri tavoin kaiken ikäisille kuluttajille.
- tutkimustiedon esille tuomista helposti ymmärrettävässä muodossa sekä konkreettisten toimintavinkkien jakamista ilmastonmuutoksen hillitsemiseksi ja siihen sopeutumiseksi jokaiselle suomalaiselle.
- luonnon monimuotoisuuden edistäminen sekä sen tärkeyden osoittaminen osana ruokaketjua.
- järjestötyössämme yhteisöllisyyden edistämistä osana ihmisten hyvinvointia.
- varautumisen, ennakoinnin ja omavaraistalouden tärkeyden painottamista osana kokonaisturvallisuuden hallintaa.

Järjestön toimintaan sisältyy kestävyiden kaikki osa-alueet, niin taloudellisen, sosiaalisen, kulttuurisen kuin ekologisen kestävyiden näkökulmasta. Syksyllä 2024 hyväksytyt kestävä kehityksen linjaukset ohjaavat järjestön toimintaa.

Järjestö tekee vaikuttavaa sidosryhmätyötä niin valtakunnallisella kuin alueellisella tasolla. MKN Keskus on verkostoitunut ja jäsenenä lukuisissa työryhmissä ja neuvottelukunnissa. Jatkamme myös kansainvälisen yhteistyön edistämistä.

Jatkuva oppiminen ja kouluttautuminen ovat asiantuntijajärjestössä ensiarvoisen tärkeää. Vuoden aikana painotamme neuvontaa ja koulutusta asiantuntijoiden lisäksi myös Maa- ja kotitalousnaisten paikallisyhdistyksiin. Koulutustilaisuudet, neuvontatyö ja tapahtumat kohdentuvat enenevässä määrin teemakokonaisuuksista kiinnostuneelle, laajalle yleisölle. Rakennamme kestävä, osaavaa ja osallistavaa yhteiskuntaa, jossa kansalaisilla on aktiivinen rooli kestävä yhteiskunnan rakentamisessa. Vuonna 2025 valmistuu järjestön strategia kaudelle 2026–2030.

MKN:n strategian ja toimintavuoden 2025 suunnittelussa on huomioitu opetus- ja kulttuuriministeriön strategia 2030 sekä yleiset perusteet myönnettäville avustuksille. Tämä pitää tarkistaa onko vielä ohjenuorana Maa- ja kotitalousnaiset edistävät ja tekevät töitä sen eteen, että ihmisten kyvyt ja osaaminen vahvistuvat. Luovalla, tutkimukseen pohjautuvalla tiedolla ja vastuullisella toiminnalla uudistetaan yhteiskuntaa. Globalisaatio, ilmastonmuutos, tieteen, teknologian ja talouden kehitys, väestörakenteen muutokset ja eri väestöryhmien erilainen asema, eriarvoistumiskehitys eri alueilla sekä erilaistuvat arvot ja asenteet vaikuttavat myös MKN toimintaan. Digitaalisuuden merkitys toiminnassa on korostunut viime vuosina ja sen myönteiset mahdollisuudet on osattu entistä paremmin hyödyntää. Kokemuksemme mukaan kulttuurinen moninaisuus ja kansainvälisyys rikastavat ja muokkaavat yhteiskuntaamme.

### **3. Strategiakauden 2021–2025 teemat**

#### **TEEMA 1. SUOMALAISEN RUOAN SANKARITARINAT**

Ruoka ja ruokakulttuuri kytkeytyvät vahvasti ruoantuotantoon, jalostukseen ja koko ruokajärjestelmään, raaka-aineisiin, eri alueiden ruokiin ja juomiin, ruokatottumuksiin ja ruokailutapoihin. Koko Suomea, suomalaista maaseutua ja eri vuodenaikoja ajatellen meillä on ruokakulttuurissa monia erityispiirteitä ja ylpeyden aiheita. Näitä ovat esim. eri alueiden leipäkulttuuri, erilaiset nimisuojuustuotteet, kalan savustaminen ja nuotiomakkara, metsän antimet, suomalaisen ruoan puhtaus, erilaiset (uudet) viljelykasvit sekä niistä jalostetut tuotteet.

Ruokaa, ruokajärjestelmää ja ruokakulttuuria tulee tarkastella eri näkökulmista ja yhteyksistä käsin. Suomessa tehdään huippulaatuista ruokaa kansainvälisinkin mittarein, mutta emme ole osanneet brändätä ruoka- ja elintarviketuotantoamme. Samoin kouluruokailu on suomalainen menestystarina, joka herättää kiinnostusta maailmalla, mutta ei saa meillä ansaitsemaansa arvostusta. Kaupungistumisen myötä ruoan tuottajat ja kuluttajat ovat eriytyneet toisistaan. Tarvitaan luottamusta, läpinäkyvyyttä ja vuoropuhelua. Sosiaalinen media on yksi vuoropuhelun mahdollistaja tuottajan ja kuluttajan välillä.



Tahtotilanamme on, että Suomi tunnetaan laadukkaasta ja herkullisesta ruoasta ja ruoantekijöitä arvostetaan. Ruokaneuvonnan palveluiden keskeisenä tehtävänä on tuoda esille monimuotoisen ruokakulttuurin merkitystä perinteitä unohtamatta, edistää terveellisiä ruokavalintoja sekä vahvistaa ruoanlaiton yhteisöllisyyden hyviä vaikutuksia. Yhteistyö eri toimijoiden kanssa on tärkeää. MKN toteuttaa yhteistyössä eri sidosryhmien kanssa myös useita valtakunnallisia hankkeita, kampanjoita ja tapahtumia.

Suomalaisen ruoan sankaritarinat -teemalla mm:

- tuomme esille suomalaista ruokakulttuuria ruokineen, tapahtumineen ja alueellisine vetonauloineen.
- tuomme esille paikallisia ruoantekijöitä, annamme ruoantekijöille kasvot ja heidän ansaitsemansa kiitoksen.
- edesautamme suomalaisen ruoan sankaritarinoiden syntymistä.
- lisäämme suomalaisen ruoan arvostusta.

## **TEEMA 2. ILMASTOMYÖNTEINEN JA KESTÄVÄ YHTEISKUNTA**

Ilmastonmuutos on vakavin ihmiskuntaa koskaan kohdannut ympäristöongelma. Ihmisten toiminnasta aiheutuvat kasvihuonekaasupäästöt ovat jo muuttaneet ilmastoa merkittävästi, ja useiden vahinkoa aiheuttavien sääilmiöiden todennäköisyys on kasvanut.

Ilmastokriisin torjunnalla on kiire. Vaikka ilmastonmuutoksen torjunta pitkälti vaatii kansainvälisiä sekä kansallisia päätöksiä, on tärkeää, että myös jokainen meistä osallistuu ilmastonmuutoksen hillitsemiseen.

Ilmastonmuutoksen hillitseminen ja kestävä yhteiskunta ovat läpileikkaavana tavoitteena kaikessa Maa- ja kotitalousnaisten toiminnassa. Tärkeänä tavoitteena järjestössä on osoittaa kansalaisille konkreettisia keinoja, joilla jokainen voi omalla toiminnallaan osallistua tähän työhön. Ruoka-, ravitsemus- ja kotitalousneuvonnassa muun muassa painotetaan kasvisten ja kalan käytön lisäämistä. Toiminnassa huomioidaan uudet pohjoismaiset ravitsemussuosittelut sekä niiden pohjalta tehtävät tulevat kansalliset suositukset.

Ruokahankinnoissa kuluttajia ohjataan suosimaan lähi- ja luomutuotteita sekä mahdollisuuksien mukaan lisäämään omavaraisuutta esimerkiksi omalla palsta- tai parvekeviljelyllä. Myös ruokahävikin vähentäminen on ruokaneuvonnan ydintoimintaa. Yhä useampi MKN Yrityspalveluiden asiakas huomioi ilmastoasiat ja kestävä kehityksen omassa liiketoiminnassaan. Maisemapalvelut kehittävät ja hyödyntävät erilaisia yhteistyötoimintaverkostoja ja -malleja ympäristön hoidon kehittämiseksi. Muutuvaan ilmastoon ja äärisääolosuhteisiin sopeutuminen huomioidaan mm. järjestön varautumistyössä.

Osaava ja osallistuva kansalainen on keskeinen osa kestävä yhteiskuntaa. Jo usean vuoden jatkuneet yhteiskunnalliset haasteet ovat osoittaneet, että ihmisten varautumisessa ja arjen hallinnassa on puutteita. Yhdessä muiden neuvontajärjestöjen kanssa me maa- ja kotitalousnaiset lisäämme varautumis- ja kokonaisturvallisuutta vahvistavaa neuvontaa kaikille kansalaisille.

Ilmastomyönteinen ja kestävä yhteiskunta -teemalla mm:

- jalkautamme uusinta tutkimustietoa.
- kannustamme kuluttajia ja yrittäjiä tekemään muutoksia omissa toimissaan ja valinnoissaan.
- teemme varautumistyötä aktiivisesti eri sidosryhmien kanssa.
- toteutamme ilmastoystävälliseen ruokaan, ruokahävikkiin, vesien- ja ympäristönhoitoon liittyviä hankkeita, neuvontaa ja koulutuksia.

## **TEEMA 3. MONIMUOTOINEN LUONTO**

Luonnon monimuotoisuuden säilyttäminen on ensiarvoisen tärkeää eri lajeille itselleen, mutta myös ihmisten hyvinvoinnille, ruoantuotannolle ja elinkelpoiselle ympäristölle yleensä. Vähenevä luonnon monimuotoisuus sekä lisääntyvä vieraslajiongelma tarvitsevat kustannustehokkaita innovaatioita ja hoitotoimenpiteitä.



Maatalouden merkitys maaseudun kulttuurimaiseman hoidossa on tulevaisuudessakin keskeinen. Perinnebiotoopit ovat maaseudun luonnon monimuotoisuuden arvokohteita, mutta luonnon monimuotoisuutta voidaan lisätä myös rakennetuissa ympäristöissä. Taajamien viheralueiden kattavalla suunnittelulla ja ekosysteemipalveluiden kartoittamisella voitaisiin hyödyntää maatalouden lumoa lisääviä toimenpiteitä myös taajamien viheralueiden hoidossa. Yhteistyö yritysten, ympäristötoimijoiden, median, yhdistysten ja ympäristöviranomaisten kanssa on tärkeää. MKN ovat toteuttamassa yhteistyössä sidosryhmien kanssa myös useita valtakunnallisia kampanjoita ja tapahtumia.

Monimuotoinen luonto -teemalla mm:

- jalkautamme tutkimustietoa ja tuomme esille luonnon monimuotoisuuden merkitystä kaupungeissa ja maaseudulla.
- selvitämme monimuotoisuuden tilaa tutkimuksilla ja kartoituksilla sekä edistämme monimuotoisuutta hoitosuunnitelmilla ja -toimenpiteillä yhdessä maanomistajien, kuntien ja kaupunkien, yhdistysten ja yritysten kanssa.
- tarjoamme ja toteutamme monimuotoisuuskartoituksia, hoito-ohjelmia ja kohdesuunnitelmia sekä laajoja palvelupaketteja.

#### **TEEMA 4. SUOMI KUTSUU KYLÄÄN**

Yhteisöllisyys alueilla edistää ihmisten hyvinvointia ja vahvistaa siten alueen elinvoimaa. Suomi on kaupungistunut voimakkaasti viimeisten vuosikymmenten aikana. Kiinnostus maaseudulla elämiseen on viime vuosina kasvanut, ja monipaikkaisuus tuo uusia mahdollisuuksia.

Suomi tarjoaa lukuisia vierailemisen, kokemisen ja aistimisen arvoisia reittejä, kulttuuriympäristöjä, maisema- ja luontokohteita, rakennuksia, ilmiöitä, tapahtumia, makuja ja palveluja sekä tutustumisen arvoisia ihmisiä. Paikallinen kulttuuriympäristö houkuttelee ja tuottaa lisäarvoa mm. elintarviketuotannolle sekä matkailulle. Autenttisuus, aitous ja paikallisuus ovat arvossaan. Vastuullisuutta mietitään aiempaa enemmän.

Paikallisyhdistyksemme ovat mukana lujittamassa yhteisöllisyyttä alueillaan. Valmistunut jäsenstrategiamme tukee paikallisyhdistyksiä heidän työssään. MKN:n asiantuntijat tuntevat maakuntien maut, yritykset, kylät, kulttuuriympäristöt rakennuksineen ja maisemineen sekä ihmiset. Asiantuntijoilla on vankkaa osaamista kehittää yritysten liiketoimintaa sekä tuotteistaa palveluja ja tuotteita niin paikallisille asukkaille kuin suomalaisille sekä ulkomaisille matkailijoillekin. Vahvuutenamme on kyky tuoda esille monipuolisesti kulttuuriympäristöjen arvoa ja merkitystä sekä edistää niiden hoidon suunnittelua, hoitoa ja kestävää hyödyntämistä sekä tuotteistusta.

Suomi kutsuu kylään -teemalla mm:

- lisäämme yleistä tietoisuutta ja tuomme esille maaseudun ja maakuntien ylpeyden aiheita, erikoisuuksia, elämäntapoja, tarinoita, historiaa, kulttuuriympäristöä sekä edistämme näistä lähtevää aitoutteen perustuvaa kestävää yrittäjyyttä.
- vahvistamme maaseudun vetovoimaa ja edistämme maaseutuyrittäjyyden näkyvyyttä ja osaamista.
- järjestämme yhteisöllistä toimintaa alueiden hyvinvoinnin ja vetovoiman vahvistamiseksi.
- tarjoamme toimintaamme aktiivisesti monipaikkaisille asukkaille ja kaupunkilaisille huomioiden heidän tarpeensa.



## 4. Teemakohtaiset toimenpiteet 2025

### TEEMA 1. SUOMALAISEN RUOAN SANKARITARINAT

<b>TAVOITE</b> Tuomme esille suomalaista ruokakulttuuria ruokineen, tapahtumineen ja alueellisine vetonauloineen. Annamme suomalaisille ruoantekijöille kasvot ja heidän ansaitsemansa kiitokset. Toimintavuonna keskitymme ensisijaisesti tuottajiin ja yrittäjiin. Vaikutamme myös uusien suomalaisen ruoan sankaritarinoiden syntyymiseen.				
<b>MITTARIT</b> Kohderyhmän tavoitettavuus, some-kampanjoiden tulost mittarit (mm. näyttökerrat ja tavoitettavuus), kohderyhmältä saatu palaute, tiedotteiden ja juttuaiheiden läpimeno mediassa				
<b>Toimenpiteet</b>	<b>Kohderyhmä</b>	<b>Tulokset ja vaikuttavuus</b>	<b>Yhteistyö-kumppanit</b>	<b>Rahoitus</b>
<b>Ruokakasvatus ja terveellinen ruoka</b> Vahvistetaan eri-ikäisten ihmisten ruoka- ja ravitsemusosaamista mm. uusia kansallisia ravitsemussuosituksia jalkauttamalla.  Ruoka-artikkelit ja reseptit eri kanavissa.	Eri-ikäiset kuluttajat, suuri yleisö	Erilaisia kursseja, neuvontatilaisuuksia ja tapahtumia. Toteutetaan liveinä tai verkon välityksellä, jolloin laajempi kohderyhmä.  MKN ruoka-asiantuntijat kampanjoivat ja viestivät aktiivisesti ruokakasvatus- ja ravitsemusteemoilla.  Koti ja maaseutu -lehdessä nostetaan aiheeseen liittyviä artikkeleita.	Tutkimuslaitokset, kunnat seurakunnat, MKN yhdistykset ja muut sidosryhmät.  MKN piirikeskukset	OPH OPH korvamerkki
<b>Pelloilta pöytään - Suomalaisen ruoan tunnettuuden vahvistaminen</b> Viestitään paikallisista ruoantuottajista ja -jalostajista monikanavaisesti (tapahtumissa, somessa, netissä, tiedottein ja lehtiartikkelein) yhdistäen ruoantekijät ja kuluttajat.  Erilaisissa tapahtumissa ja muissa kanavissa tuodaan esille paikallisia raaka-aineita.  Yhteistyötä tiedotusvälineiden kanssa suomalaiseen ja paikalliseen ruokaan ja ruokakulttuuriin liittyvien myönteisten mielikuvien esiin nostamiseksi.	Kuluttajat (ns. suuri yleisö) kaiken ikäiset lapset, nuoret, työikäiset ja vanhukset	Suomalaisten ruoantuottajien näkyvyys eri medioissa ja kanavissa vahvistuu.  Koti ja maaseutu -lehdessä nostetaan esille ruokaperinteitä ja -kulttuuria, ruokayrittäjyyden edistäjiä eri muodoissa.  Tavoitetaan satoja tuhansia kuluttajia ruoantuottajien esilletuomisessa.  Syntyy vuoropuhelua ruoantuottajien ja kuluttajien välille esim. somessa.	MKN piirikeskukset (mahdollistaa eri asiantuntijoiden yhteistyön)  Ruokatieto Yhdistys (suomalaisen ruoan päivä) MKN piirikeskukset, MKN jäsenyhdistykset	OPH Ulkoisen rahoitus
<b>MKN Kekriviikot, viikot 42-44</b> Viikkojen aikana nostetaan vahvasti suomalaista sadonkorjuuperinnettä ja kotimaisia raaka-aineita. Kaupat tai muut julkiset paikat: kekritietoiskut, maistiaiset, jaetaan kekriin sopivia ruokaohjeita (esite tai kortit), kekrivisa	Suuri yleisö, eri-ikäiset kuluttajat, paikallisyhdistykset, paikalliset sidosryhmät.	Osallisuus ja yhteisöllisyys vahvistuu. Tavoittaa noin 50 000 kuluttajaa: paikan päällä, median ja somekanavien kautta.	MKN piirikeskukset ja paikallisyhdistykset Ruokatieto Paikalliset kaupat	OPH Ruokatieto (materiaali)



<b>Luonnonlaidunpäivä</b> Viestimme laidunnuksen merkityksestä luonnon monimuotoisuudelle. Viestimme luonnonlaitumista ja perinnebiotoopeista sekä niillä syntyvästä luonnonlaidunlihasta. Toteutamme yhteistyössä yhteistyötahojen ja tilojen kanssa avoimet ovet - tapahtumia luonnonlaitumilla.	Kuluttajat (ns. suuri yleisö)	Tavoittaa 100 000 kuluttajaa: paikan päällä, median ja somekanavien kautta.  Tietoisuus laidunnuksen merkityksestä, luonnonlaitumista ja perinnebiotoopeista sekä luonnonlaidunlihasta lisääntyy.	Luonnonlaidun lihan tuottajat ry, Luonnon ja riistanhoitosäätiö, WWF, Metsähallitus, MTK, Ruokavirasto, ProAgria, MKN piirikeskukset.	OPH
<b>Hyvä ruoka joka päivä - kestävä ruokakasvatusta kouluihin</b>	<i>Ensisijaisesti 4.–6.-luokkien ja yläkoulun oppilaat. Toissijaisesti alakoulun muut luokka-asteet sekä koulujen henkilöstö.</i>	<i>Tuottaa opettajille ajantasaisia materiaaleja ruoka-aiheiden opetukseen. Lisätä oppilaiden kouluruokailuun osallistumista ja kouluruuan monipuolista syömistä.</i>  <i>Oppilaiden lisääntynyt ruokaosaaminen ja -taidot lisäävät ruuan arvostamista ja omasta hyvinvoinnista huolehtimista, mikä johtaa kestävämpiin ruokavalintoihin tulevaisuudessa</i>	<i>Ruokakasvatussyhdistys Ruukku ry, Ruokatieto ry</i>	<i>MKNK, ulkoinen rahoitus</i>
<b>VISION4FOOD</b> Tavoitteena mm. rakentaa ja vahvistaa alueellisia innovaatioelintarvike-ekosysteemejä 5 eri massa.	<i>Suomen pilotti toteutetaan Pohjois- ja Itä-Suomen Nuts 2 alue.</i>	<i>Tuotetaan malleja ja uutta tietoa joita voidaan soveltaen ottaa käyttöön muualla EU:ssa.</i>	<i>Hankkeessa mukana olevat muut kumppanit eri EU-maista, Oulun MKN piirikeskus, pilotointialueen elintarvikeyritykset, kehittämissyrytykset ym.</i>	<i>MKNK, ulkoinen rahoitus</i>





## TEEMA 2. ILMASTOMYÖNTEINEN JA KESTÄVÄ YHTEISKUNTA

<b>TAVOITE</b> Eri-ikäiset kuluttajat oppivat toteuttamaan ja tekemään sekä pieniä, arkisia että suuria tekoja luonnon hyväksi.				
<b>MITTARIT</b> Some-kampanjoiden tulostiedot (mm. näyttökerrat, tavoitettavuus), tilaisuuksien ja osallistujien määrät, kohderyhmän tavoitettavuus ja palautteet, toiminnan ja kulutustottumusten muutostiedot esim. erilaisin kysymyksin ja muilla vuorovaikutustiedoilla.				
<b>Toimenpiteet</b>	<b>Kohderyhmä</b>	<b>Tulokset ja vaikuttavuus</b>	<b>Yhteistyökumppanit</b>	<b>Rahoitus</b>
<b>Kuluttajien varautumisen</b> vahvistaminen osana kokonaisturvallisuutta. Arjen turvan vahvistaminen, huomioiden niin sosiaalisen, taloudellisen- kuin ekologisen kestävyuden näkökulmat.	Suuri yleisö, eri-ikäiset kuluttajaryhmät	Vahvistetaan kuluttajien varautumisosaamista ja arjen turvallisuutta.	MKN piirikeskukset, paikallisyhdistykset sekä muut alueelliset yhdistykset ja sidosryhmät	OPH Ulkoinen rahoitus
<b>Kädet multa</b> an -toiminnan edistämistä ja viestintää varhaiskasvatuksessa ja kotitarveviljelyn edistämiseksi. Yleiseen tarpeeseen vastaaminen kotitarveviljelyssä. Ilmastonmuutokseen sopeutuminen myös kotitarveviljelyn osalta, lisätään luonnon monimuotoisuutta.	Koulut/ päiväkodit yhdistykset, tapahtumien yleisö	Viedään syntyneitä toimintamalleja eteenpäin, lisätään ymmärrystä luonnon monimuotoisuudesta sekä ruoan alkuperästä.	MKN piirikeskukset ja jäsenyhdistykset, päiväkodit ja koulut, kunnat, muut yhteistyötahot alueilla.	OPH Ulkoinen rahoitus
<b>Luonnontuotteet lautaselle - hyvinvointia luonnosta - potkua yritystoiminnalle</b> tiedotus ja aktivointikampanja	Suuri yleisö, eri-ikäiset kuluttajaryhmät, yrittäjät	Lisätään tietoa luonnontuotteiden monipuolisesta käytöstä ja kestävästä hyödyntämisestä	MKN piirikeskukset	OPH Ulkoinen rahoitus
<b>Vesienhoidon neuvonta, kartoitus ja suunnittelu</b> Viestimme aktiivisesti maanomistajille, yhdistyksille, osakaskunnille vesienhoidon edistämisestä ja erilaisista rahoitusmalleista sekä mm. verkostoista. Teemme neuvontaa ja laadimme kartoituksia ja suunnitelmia.	Maanomistajat, yhdistykset ja osakaskunnat	Tietoisuus vesienhoidon mahdollisuuksista, rahoituksista ja verkostoista lisääntyy.	Ympäristöhallinto ja maataloushallinto sekä asiantuntijat	Ulkoinen rahoitus
<b>Ilmastotaitaja</b>  <i>Viestimme aktiivisesti uusimmasta tutkimustiedosta helpottajuisesti. Jalkautamme tutkimustietoa kokeellisilla viestintämenetelmillä. Toteutamme kilpailuja ja viestintäkampanjoita.</i>	<i>Maanomistajat, kuluttajat</i>	<i>Kehitetään viestintämenetelmiä vaikuttavaan viestintään kestävästä toiminnasta ja edistetään toiminnan muutosta ja seurataan sitä.</i>	<i>Suomen ympäristökeskus sekä ostopalveluina muita toimijoita pilotoinnissa</i>	<i>MKNK, ulkoinen rahoitus</i>



<b>Varautumalla vahvemiksi – tiedottamista ja muonituskoulutusta huoltovarmuuden turvaamista varten</b> vahvistamme muonitusosaamista koulutuksen turvin ja viestintäkampanjan avulla lisäämme kuluttajien tietoutta sekä ymmärrystä huoltovarmuuden turvaamisesta.	Vapaaehtoisesta häiriötilanteiden muonitustoiminnasta kiinnostuneet ja kuluttajat	Varmistetaan muonitusosaamisen jatkuvuus ja lisätään kuluttajien ymmärrystä maataloustuotannon tärkeydestä osana elintarvikkeiden huoltovarmuuden turvaamista.	MKN piirikeskukset, Naisten Valmiusliitto sekä muut alueelliset yhdistykset ja sidosryhmät	MKNK, ulkoinen rahoitus
--	---	--	--	-------------------------



### TEEMA 3. MONIMUOTOINEN LUONTO

#### TAVOITE

Tavoitteena on tuoda esille luonnon monimuotoisuuden merkitystä, selvittää sen tilaa tutkimuksella ja kartoituksilla sekä edistää monimuotoisuutta hoitosuunnitelmilla ja -toimenpiteillä yhdessä maanomistajien, kuntien, yhdistysten ja yritysten kanssa. Lisäksi jalkautetaan uusinta tutkimustietoa ja tuotteistetaan teemaan liittyviä palvelupaketteja.

#### MITTARIT

Kartoitusten ja inventointien määrä, suunnitelmien määrä, infojen määrä. Julkaisujen sekä artikkelien määrä. Some-julkaisujen tulostittarit. Mediaosumat. Kohderyhmien palaute.

Toimenpiteet	Kohderyhmä	Tulokset ja vaikuttavuus	Yhteistyökumppanit	Rahoitus
<b>Lumoinfot</b> Viemme tietoa infoina luonnon monimuotoisuutta edistävästä toimista kuntiin, seurakuntiin, yhdistyksiin ja yrityksiin.	Yhdistykset, kunnat, seurakunnat, yritykset	Tavoittaa 60 toimijaa tai toimijatahoa.  Tietoisuus luonnon monimuotoisuuden edistämiseksi lisääntyy ja aktivoituu toimenpiteiksi esim. niityksi, maisemapelloiksi ja taajamalaitumiksi.	MKN piirikeskukset	OPH korvamerkki
<b>Puunhalausviikko-kampanja ja Suomen luonnon päivä</b> Kampanjalla kannustamme kiinnittämään huomioita lähiympäristöön ja osoittamaan, että arvostamme monipuolisia viheralueita kuten metsiä, puistoja ja luontopolkuja	Eri-ikäiset toimijat ja myös kunnat, yritykset, yhdistykset	Seitsemän tapahtumavinkkiä, tavoittaa 5 000 sitoutunutta aihetunnisteella #puunhalausviikko. Medianäkyvyys.	VYL, LUKE, MKN piirikeskukset	OPH
<b>Luonnon monimuotoisuuden neuvonta, kartoitus ja suunnittelu</b> Viestimme aktiivisesti maanomistajille, yhdistyksille, kunnille luonnon monimuotoisuuden edistämisestä ja erilaisista tukimahdollisuuksista mm. Neuvo-palveluista, ympäristösopimuksista ja voimajohtoalueiden perinneympäristön hoidon tuesta. Teemme neuvontaa ja laadimme kartoituksia ja suunnitelmia.	Maanomistajat, maatilat ja yhdistykset, kunnat	Tavoittaa 600 toimijaa maanomistajaa, maatilaa, yrittäjää, kuntaa ja yhdistystä.  Tietoisuus luonnon monimuotoisuuden edistämiseksi lisääntyy ja aktivoituu suunnitelmina ja rahoitushakemuksina.	MKN piirikeskukset	Ulkoisen rahoitus



#### TEEMA 4. SUOMI KUTSUU KYLÄÄN

<b>TAVOITE</b>				
Lisätään yleistä tietoisuutta kulttuuriympäristön arvoista ja mahdollisuuksista, arvokkaista maisema-alueista, paikallisesta kulttuuriperinnöstä, ruokaperinteestä, tavoista, taidoista ja historiasta monimuotoisesti sekä edistetään näistä lähtevää aitouteen perustuvaa kestävä yrittäjyyttä. Tuodaan näkyville nykyaikainen ja monipuolinen maaseutu, perinteitä unohtamatta. Vahvistetaan yhteisöllisyyttä, huomioiden monipaikkaiset asukkaat ja maaseudusta kiinnostuneet ihmiset.				
<b>MITTARIT</b>				
Infojen, koulutusten, tapahtumien ja tuotteiden määrä ja niiden suosio. Mediaosumat. Kohderyhmien palaute.				
Toimenpide	Kohderyhmä	Tulokset ja vaikuttavuus	Yhteistyökumppanit	Rahoitus
<b>Maaseutuyrittäjyyden edistäminen, näkyvyyden vahvistaminen ja yrittäjien osaamisen ja hyvinvoinnin vahvistaminen</b> #MaaseudunSankarit Nostetaan maaseudun yrittäjiä ja yritysten tarinoita esille eri medioissa vuoden aikana	Yrittäjät, kuluttajat, eri-ikäiset toimijat, jäsenyhdistykset, matkailualan toimijat  Maaseudun mikro ja pienyrittäjät, naisyrittäjät, eri-ikäiset yrittäjät	Maaseudulla toimivien yritysten verkostoituminen ja yhteistyö lisääntyy. Yrittäjien ja yrittäjiksi haluavien osaaminen vahvistuu. Yrittäjien hyvinvointia parannetaan.  Maaseudun yrittäjien näkyvyys ja tunnettuus lisääntyy eri kanavissa ja medioissa. Monipuolista yritystoimintaa nostetaan esille.	MKN piirikeskukset, yrittäjät ja muut yhteistyötahot	OPH korvamerkki
<b>Impin päivä 11.6</b> Teemalla; Perinnetaidot kunniaan	Jäsenet, ns. suuri yleisö	Osallisuus ja yhteisöllisyys vahvistuu kylissä.	MKN piirikeskukset, paikallisyhdistykset	OPH Omarahoitus
<b>Hyvinvointikampanja, eri teema eri vuosina</b> Teema 2025 yhdessä tekeminen ilolla #IlollaYhdessä  Avatud talude- retki Viroon heinäkuussa 2025	Jäsenet, ns. suuri yleisö	Osallisuus ja yhteisöllisyys vahvistuu	MKN piirikeskukset, paikallisyhdistykset	OPH Omarahoitus
<b>Syödään yhdessä – tapahtuma Suomalaisen ruoan päivänä 4.9.2025</b>	Jäsenet, ns. suuri yleisö. Tehdään yhdessä esim. palvelutaloissa, päiväkodeissa, kouluissa; maahanmuuttajien tai asuinyhteisöjen kanssa.	Osallisuuden ja yhteisöllisyyden vahvistaminen	MKN piirikeskukset ja paikallisyhdistykset. Yhteistyössä Ruokatiedon kanssa	OPH Omarahoitus Ulkoisen rahoitus
<b>Kansainvälinen maisemapäivä</b> Maisemapäivällä halutaan kiinnittää huomiota siihen, että maisemat ovat olennainen osa kaikkien kulttuuriperintöä, identiteettiä, hyvinvointia ja elinympäristön laatua sekä monimuotoisuutta.	Suuri yleisö	Tavoittaa 15 000 sitoutunutta aiheutunnisteella #arkimaisema ja #maisemapäivä.  300 maisemapäivän kävelyille osallistujaa. Lisääntynyt tietoisuus maisemien ja maisemapäivän merkityksestä.	Syke, YM, Museovirasto, Suomen kotiseutuliitto, Viherympäristöliitto, MKN piirikeskukset	Ulkoisen rahoitus



<b>Kulttuurimaiseman neuvonta, suunnittelu ja tuotteistus</b> Viestimme kulttuuriympäristön hoidosta, hoidon rahoitus- ja hankemahdollisuuksista. Kannustamme yrittäjiä kulttuuriympäristön ja maiseman kestävään tuotteistamiseen. Teemme neuvontaa ja laadimme kartoituksia ja erilaisia suunnitelmia.	Kunnat, maanomistajat, yrittäjät, suuri yleisö.	Tavoittaa 500 toimijaa, kuntaa, yhdistystä, maanomistajaa ja yrittäjää.  Tietoisuus kulttuurimaiseman arvoista, hoidon ja rahoituksen mahdollisuuksista lisääntyy. Kulttuuriympäristön hyödyntäminen kestävinä tuotteita yrityksissä lisääntyy.	MKN piirikeskukset, kunnat, maakuntaliitot ELY-keskukset, yritykset	Ulkoinen rahoitus
<b>Rural Finland Tourism Hub: Maaseutumatkailun osaamisverkosto</b>	<i>Maaseutumatkailun kehittäjät ja yrittäjät</i>	<i>Osaamisverkosto lisää ja vakiinnuttaa matkailun toimijoiden välistä verkostoitumista, tuottaa ja jakaa älykkäästi tietoa sekä edistää uusien matkailun kehittämistoimenpiteiden ja -kokonaisuuksien aikaansaamista yhteistyöllä.</i>	<i>SAMK, JAMK, MKN Keskus, MKN piirikeskusten yritysasiantuntijat.</i>	<i>MKNK, ulkoinen rahoitus</i>
<b>Järjestökoulutus</b>	<i>jäsenet</i>	<i>järjestöosaamisen lisääminen, joka motivoi ja helpottaa yhdistystoimintaa</i>	<i>Sivis ja mahdollisesti toinen järjestö</i>	<i>Sivis</i>

## 5. Viestintä

Vuonna 2025 viestinnän kärjet noudattelevat vuosille 2021–2025 tehdyn järjestön strategian teemoja ja niistä nousseita hankkeita ja muuta toimintaa. Huomioimme kaikessa viestinnässämme vuonna 2024 hyväksytyt Kestävän kehityksen -linjaukset.

Viestinnän tavoitteena on lisätä MKN:n näkyvyyttä luotettavana toimijana kaikilla osa-alueillaan. Pyrimme näkymään entistä yhtenäisemmin Maa- ja kotitalousnaisina oman brändimme vahvistamiseksi. Vastuu alueellisesta viestinnästä ja palveluiden markkinoinnista on lähtökohtaisesti piirikeskuksilla. Tapahtumista ja tilaisuuksista viestiminen mm. somessa kuuluvat työntekijän tehtäviin. Kun alueelta tuleva uutinen tai somesisältö on valtakunnallisesti merkittävä tai muuten poikkeuksellisen kiinnostava, se voidaan nostaa myös Keskukseen viestintäkanaviin. MKN Keskus tukee resurssiensa mukaan piirikeskuksia markkinointiviestinnässä.

### ULKONEN VIESTINTÄ

**Medialle suunnattu viestintä** kertoo järjestössä tehtävän työn tuloksista mutta myös vahvistaa järjestön brändiä luotettavana asiantuntijatoimijana. Tavoitteena on julkaista vähintään 12 tiedotetta toimintavuoden aikana sekä kehittää uudenlaisia tapoja tarjota työstettyä materiaalia median tarpeisiin.

**Sidosryhmäviestintä** vahvistaa yhteistyösuhteita, joiden kautta MKN:n on mahdollista saada asiaansa esiin isoilla foorumeilla ja vakuuttaa rahoittajia siitä, että MKN on osaava ja luotettava kumppani, jonka asiantuntijuutta kannattaa käyttää hyväksi. Sidosryhmien kanssa pidetään yhteyttä henkilökohtaisesti ja lähetetään teemakohtaisia kohdennettuja uutiskirjeitä.

MKN Keskukseen viestintä jatkaa ja laajentaa mahdollisuuksien mukaan yhteistyötä sidosryhmien viestijöiden kanssa.

**Sosiaalisen median** merkitys organisaation viestinnässä on suuri. Someviestinnässä panostamme viestin sisällön laatuun ja visuaaliseen ilmeeseen. Aktiivisina pääkanavina ovat Facebook, Instagram ja LinkedIn. Viestinnässä noudatetaan vuoden 2022 somestrategiaa ja -ohjeita. Tavoitteena on parantaa somesisällön näkyvyyttä ja vaikuttavuutta sekä saada eri sometilien käyttö palvelemaan entistä paremmin koko MKN:n työtä. Somenäkyvyyden parantaminen edellyttää tarkemmin kohdennettuja sisältöjä, jotka saadaan leviämään myös MKN:n ulkopuolelle.

Kannustamme asiantuntijoitamme esiintymään alansa asiantuntijoina eri somekanavissa (mm. LinkedIn) ja tuemme heitä siinä.

Seuraamme somekanavien kehitystä ja luomme uusia tapoja hyötyä niistä.

### Hanke- ja kampanjaviestintä

Viestimme valtakunnallisista hankkeista ja kampanjoista kunkin projektin viestintäsuunnitelman mukaisesti. Vuoden 2025 merkittävin viestintäkokonaisuus on Kekriviikot.

### SISÄINEN VIESTINTÄ

**Sisäisen viestinnän** sujuvuus on muun muassa olennainen työilmapiiriin vaikuttava tekijä. Tavoitteena on, että kaikki työntekijän tarvitsema tieto löytyy samasta paikasta ja työntekijä pystyy osallistumaan helposti itseensä koskeviin asioihin. Tärkeimmät sisäisen viestinnän kanavat ovat Teams (palaverit ja työryhmät) ja intranet.

### JÄSENVIESTINTÄ

**Jäsenviestintä** on yhä laajemmin osa yleistä kuluttajaviestintää. Keskuksesta lähtee kaksi kertaa vuodessa yhdistyskirje. Jäsen- ja yhdistysviestinnässä Facebook-ryhmä ja muut somekanavat toimivat hyvin, ja näitä kehitetään edelleen.



## 6. Koti ja maaseutu -lehti

Koti ja maaseutu -lehti on yksi tärkeimmistä MKN:n markkinointiviestinnän kanavista. Lehden sisältö heijastelee järjestön neuvonnan aloja, mutta myös laajemmin maaseudun elämää, elinkeinoja, yrittäjyyttä ja asumista maaseudulla. Lehden sisältö suunnitellaan siten, että se on mieleinen myös kaupunkilaisille. Moni uusi tilaaja onkin maaseutuhenkinen kaupunkilainen tai maalle vastikään muuttanut.

Lehti tuo esille järjestön toimintaa ja asiantuntijoiden työtä. Jokaisessa lehdessä näkyvät: elävä maaseutu, maistuvuus, viihtyisyys ja elinvoimaisuus, osaaminen ja tekeminen, ajankohtaisuus, positiivisuus ja pärjääminen, yrittäjyys, yhteisöllisyys ja maiseman lumo.

Neuvonta näkyy nykyaikaisella otteella lehden sisällöissä. Keskeisiä arvoja lehden toimitukselle ovat vastuullisuus, mielenkiintoiset aiheet ja laadukas sekä luotettava journalistinen laatu. Lehti on sitoutunut vastuulliseen journalismiin.

Vuonna 2025 tuomme lehdessä esille järjestön ydinteemoja, jotka liittyvät ruokaan, maiseman- ja luonnonhoitoon sekä yrittäjyyteen.

Koti ja maaseutu -lehteä ilmestyy vuonna 2025 8 numeroa, joista yksi on kesän tuplanumero. Lehden markkinointia jatketaan ja etsitään uusia keinoja löytää kohdeyleisöä. Lehden tekemisestä vastaa vuonna 2025 toimituspäällikkö yhdessä päätoimittajan kanssa.