

# VIESTINTÄ- STRATEGIA JA -SUUNNITELMA

**2 0 2 0 - 2 0 2 3**



KEHITYSPOLIITTINEN  
TOIMIKUNTA

# KPT:N VIESTINTÄSTRATEGIA

**K**ehityspoliittisen toimikunnan viestintästrategia on KPT:n yhteinen näkemys siitä, millaista viestintää toimikunnan nimissä tehdään ja millaista vaikuttavuutta sillä haetaan. Strategiassa määritellään KPT:n ulkoisen viestinnän keskeiset tavoitteet, kohderyhmät, kanavat ja viestinnän organisointi.

Strategian pohjalta laaditaan viestintäsuunnitelma, jossa hahmotetaan tällä toimikaudella tehtävät konkreettiset toimet, kuten viestinnän sisältö, välineet, keinot, aikataulut ja vastuut. Viestintäsuunnitelma pohjautuu KPT:n työohjelmaan ja sitä päivitetään tarvittaessa toimikauden aikana.

## Viestinnän tarkoitus ja tavoitteet

KPT:n viestinnän tehtävänä on tukea toimikuntaa saavuttamaan ne tavoitteet ja tehtävät, jotka on määritetty valtioneuvoston asetuksessa Kehityspoliittisesta toimikunnasta (11/2019) ja KPT:n jäsenistön asettamiskirjeessä (KEO/UM/ministeri Skinnari).

Asetuksen mukaan KPT:n tehtävänä on

1. muodostaa puolueiden ja sidosryhmien yhteistä näkemystä kehityspoliittikan ajankohtaisista kysymyksistä;
2. seurata ja analysoida Suomen kehityspoliittisten linjausten ja Suomen kansainvälisten sitoumusten toteutumista;
3. edistää kestävästä kehitystä tukevaa päätöksentekoa kehitysmaiden tilanteeseen vaikuttavilla politiikkalohkoilla;
4. tehdä suosituksia valtioneuvostolle kehityspoliittikan suunnittelusta ja toimeenpanosta;
5. tehdä tunnetuksi kehityspoliittikan ajankohtaisia kysymyksiä.

*KPT:n viestinnän  
tehtävänä on tukea  
toimikuntaa  
saavuttamaan ne  
tavoitteet ja tehtävät,  
jotka on määritetty  
valtioneuvoston  
asetuksessa.*

Viestinnän avulla haetaan ennen muuta vaikuttavuutta KPT:n kannoille ja pyritään saamaan avainviestit sidosryhmien tietoon. Viestinnän painopiste on toimikunnan omissa kannanotoissa suosituksissa, analyyseissä ja arvioissa, joilla muodostetaan puolueiden ja muiden sidosryhmien yhteistä näkemystä kehityspolitiikan ajankohtaisista kysymyksistä sekä edistetään kestävää kehitystä tukevaa päätöksentekoa kehitysmaihin vaikuttavilla poliittikalohkoilla. Samalla tehdään tunnetuksi kehityspolitiikan ajankohtaisia kysymyksiä laajemmallekin yleisölle.

Kehityspoliittinen toimikunta on ainoa järjestelmällisesti ja laaja-alaisesti kehityspolitiikkaa seuraava ja arvioiva taho Suomessa. Siksi on tärkeää, että viestintä on asiantuntevaa, selkeää ja luotettavaa. Kehityspolitiikan ajankohtaisia teemoja pyritään avaamaan niin, että ne ovat ymmärrettäviä myös muille kuin näitä kysymyksiä aktiivisesti seuraaville.

*Viestinnän avulla haetaan ennen muuta vaikuttavuutta KPT:n kannoille ja pyritään saamaan avainviestit sidosryhmien tietoon.*

## Viestinnän kohderyhmät

KPT:n viestinnän tärkeimmät kohderyhmät ovat:

- **PÄÄTTÄJÄT** – esimerkiksi kansanedustajat, puolueet, valtioneuvosto sekä ulkoministeriön ja muun valtionhallinnon päättävät henkilöt.
- **MEDIA JA TOIMITTAJAT** – erityisesti valtakunnalliset sähköiset, verkko- ja printtimediat sekä kestävän kehityksen teemoista kiinnostuneet toimittajat. Median kautta on mahdollista tavoittaa useita kohderyhmiä, kuten päättäjät ja suuri yleisö.
- **MUUT YHTEISKUNNALLISET VAIKUTTAJAT**, esimerkiksi yritysjohtajat.

## Viestinnän kanavat ja keinot

**ARVIOT JA RAPORTIT** – KPT tekee kehityspolitiikan ajankohtaisista teemoista politiikka-analyysyjä ja raportteja, jotka julkaistaan KPT:n nettisivuilla ja tärkeimmät niistä julkaistaan myös paperiversiona.

**TIEDOTTEET** – Tärkeimmistä kannanotoista ja raporteista tehdään tiedotteita, joita hyödynnetään KPT:n keskeisten kohderyhmien saavuttamiseksi eri kanavia pitkin. Medialle tiedotteet lähetetään pääsääntöisesti sähköisesti ulkoministeriön viestintäosaston jakelulistojen kautta. Päämedioiden lisäksi kohteena ovat esimerkiksi kehityskysymyksistä kiinnostuneet toimittajat.

Tiedotteita levitetään myös sosiaalisessa mediassa ja niiden jakamiseen kannustetaan KPT:n jäseniä ja kumppaneita.

**TILAISUUDET** – KPT järjestää keskeisille kohderyhmille suunnattuja tilaisuuksia KPT:n valitsemista keskeisistä teemoista.

**KPT:N NETTISIVUT** – Keskeinen viestintäkanava, jossa julkaistaan kaikki KPT:n kannanotot, arviot ja tiedotteet eri kohderyhmiä varten.

**SOSIAALINEN MEDIA** – KPT:lle tärkeimpiä some-kanavia ovat Twitter ja LinkedIn, joiden kautta välitetään tietoa muun muassa KPT:n kannanotoista ja arvioista sekä käytettävissä olevien resurssien puitteissa osallistutaan toimikunnan käsittelemiin teemoihin liittyvään keskusteluun.

**VAIKUTTAMISVIESTINTÄ** – Viestintä ja keskustelu toimikunnan käsittelemistä teemoista, tavoitteista ja suosituksista poliittisten päättäjien ja hallinnon kanssa.

*Viestinnän strategisista linjauksista ja viestintäsuunnitelmasta toimikauden aikana päättää KPT:n täysistunto.*

## Viestinnän organisointi ja työnjako

Viestinnän strategisista linjauksista ja viestintäsuunnitelmasta toimikauden aikana päättää KPT:n täysistunto. Viestinnän käytännön suunnittelusta, toteutuksesta ja tulosten seurannasta vastaa KPT:n sihteeristö, joka voi työn tukemiseksi hankkia työsuorituksia myös ulkopuolisilta viestintäalan osajilta. Viestinnän toteuttamisessa ja mitoittamisessa on otettava huomioon KPT:n rajalliset henkilöstö- ja taloudelliset resurssit.

KPT:n nimissä lausuntojen antamisesta vastaavat pääsääntöisesti puheenjohtaja ja pääsihteeri, mutta myös muita toimikunnan jäseniä kannustetaan pitämään esillä KPT:n käsittelemiä kehityspolitiikan teemoja. Toimikunnan jäsenet ja heidän laajat verkostonsa ovat viestinnässä arvokas voimavara, jolla on mahdollista saada viestintään moninkertainen vipuvoimaa.



# KPT:N VIESTINTÄ- SUUNNITELMA 2020–2023

KPT:n viestintäsuunnitelmaan kirjataan tällä toimikaudella tehtävät konkreettiset viestintätoimet. Suunnitelma perustuu viestintästrategiaan ja se tukee toimikaudelle laadittua työohjelmaa, jossa määritellään toimikauden pää- eli niin kutsutut ”ankkuriteemat” ja tavoitteet. Viestintäsuunnitelma laaditaan työsuunnitelman hyväksymisen jälkeen, kun KPT:n teemakohtaiset asiantuntijaryhmät ja viestintäryhmä ovat aloittaneet toimintansa.

---

*Suunnitelma perustuu viestintästrategiaan ja se tukee toimikaudelle laadittua työohjelmaa, jossa määritellään toimikauden pää- eli niin kutsutut ”ankkuriteemat” ja tavoitteet.*

