

# ArtHub

HANKEKOKONAISUUS | LUOVIEN ALOJEN OSAAMISYHTEISÖ

## Viestintästrategia ja viestintäsuunnitelma

26.3.2010



Euroopan unioni  
Euroopan sosiaalirahasto

Vipuvoimaa  
EU:lta  
2007–2013

## Sisältö

VIESTINTÄSTRATEGIA .....	3
Taustaa ja hankkeen viestinnällisiä haasteita .....	3
Viestintästrategia .....	4
Art Hub -hankkeiden tavoitteet.....	4
Art hub -osion tavoitteet .....	4
Luovain osahankkeen tavoitteet.....	4
Art360 osahankkeen tavoitteet .....	4
Viestinnän tavoitteet.....	5
Art Hub - perusviestit, lähtökohtia .....	6
Art Hub - perusviestit .....	6
Viestinnän kohderyhmät .....	7
VIESTINTÄSUUNNITELMA 2009 - 2011.....	7
Sidosryhmät .....	7
Sisäiset .....	7
Ulkoiset .....	7
Hankkeen sisäinen viestintä .....	8
Ulkoinen viestintä .....	8
Seuranta .....	9
Viestinnän ohjeistukset, työnjako ja vastuut .....	9
Viestinnän käytännön toimenpiteiden aikataulu vuodelle 2010 .....	10

# VIESTINTÄSTRATEGIA

VIESTINNÄN VUOSISUUNNITELMA 2010-2011

## *Taustaa ja hankkeen viestinnällisiä haasteita*

Luovan alan mahdollisuudet kehittyä on viime aikoina tunnustettu ja nostettu julkiseen keskusteluun. Internetissa googlaamalla kuka tahansa voi todeta, että luovan alan kehittämishankkeita on vireillä eri tahoilla, esimerkiksi TEM, uusyrityskeskukset, Tekes ja alueelliset kehittämissyhtiöt ja -yhdistykset ovat nostaneet luovan alan kehittämisen yhdeksi painopistealueeksi. Art Hub ei ole kehittämisen kentällä yksin, joten hankkeen onnistumisen kannalta erottautuminen on tärkeää.

### **Art Hub -hankkeet tähtäävät luovan alan toimintaedellytysten parantamiseen kehittämällä taidetoimikuntatyötä ja tuottamalla ja tutkimustietoa**

Kehitystyön lähtökohtina ovat valtion taidetoimikuntalaitoksen alueelliset taidetoimikunnat, joita ei osata vielä hyödyntää luovien alojen kehittämisen työkaluna, vaikka taidetoimikunnat alueillaan ovat tarjonneet apurahoja ja tukea taiteilijoille jo vuodesta 1968. Taidetoimikuntapalvelut nähdään jäsentymättöminä ja pitkälti henkilö- ja aluesidonnaisina eikä niiden toimintaa ja palveluita tunneta muissa kehittäjäorganisaatioissa. Art Hub -hankkeiden tavoitteena on tuki-, rahoitus- ja yhteistyömalleja kehittämällä luoda palvelut, käytännöt ja osaamisyhteisö, jonka avulla luovan alan asiakkaita voitaisiin alueellisissa taidetoimikunnissa palvella entistä paremmin. Osana kehitystyötä hanke tuottaa tutkittua tietoa luovasta taloudesta.

Uusi aluehallintouudistus vaikuttaa myös taidetoimikuntien toimintaan, sillä läänien lakkauttaminen muuttaa mm. läänintaiteilijoiden toimintakenttää ja mahdollisesti nimikkeitä. Art Hub on oiva aputyökalu tuoda palvelut 2010-luvulle ja viestiä muutoksista positiivisesti.

Art Hub on esitelty jo monille sidosryhmille Brysseliä myöden sisältäen esittäytymisen myös tärkeimmille kohderyhmille eli alueellisille taidetoimikunnille. Art Hubista on siis luotu jo mielikuvia ja rakennettu mainetta, siksi mihinkään isompiin muutokseen ei ole tarpeenmukaista ryhtyä, vaan vahvistaa viestintää, tuoda uusia keinoja ja terävöittää visuaalista ilmettä.

Eettinen ja kestävä kehityksen mukainen näkökulma Art Hub -hankkeiden tavoitteissa ja viestinnässä on taidetoimikuntalaitoksen eli valtion palveluiden tuottavuuden, tunnettuuden ja toiminnan läpinäkyvyyden lisääminen ja ajanmukaistaminen. Art Hub -hankkeilla luovan alan osaamisen näkyvyys, arvostus ja merkitys nousevat ja tekijöiden asema paranee niin valtakunnallisesti kuin alueellisesti; esimerkiksi lähialueen toimijoiden suosiminen on eettisesti ja moraalisesti hyväksyttävää. Luovan alan ammattilaisten palveluiden käyttö vähentää - toivottavasti - turhien tavaroiden kulutusta ja sitä myöden maailman luonnonvarojen kulutusta.

## Viestintästrategia

Viestintästrategialla tarkoitetaan niitä määrittelyjä, valintoja ja tavoitteita, joita soveltaen Art Hub viestii sidosryhmiensä ja ympäristönsä kanssa. Viestintästrategialla tuetaan Art Hub -hankkeen kokonaistavoitteita ja -strategiaa. Viestintästrategia vastaa yksinkertaisesti kysymyksiin mihin tähdätään ja miksi viestitään.

Viestintästrategia jakautuu kahteen tasoon, viestintästrategiaan ja viestintäsuunnitelmaan. Viestintästrategia sisältää viestinnän tavoitteet, kohderyhmät ja ydinviestit.

### ***Art Hub -hankkeiden tavoitteet***

**Opetusministeriön valtakunnallisen luovien alojen kasvun ja kansainvälistymisen ohjelman tavoitteet**

- Luovien alojen tuotekehitys- ja innovaatiotoiminnan kehittäminen
- Liiketoiminta- ja yrittäjäosaamisen parantaminen
- Tuottaja- ja manageritaitojen edistäminen
- Alojen toimintaympäristön ennakointiin liittyvien kysymysten analysointi ja alan tietopohjan syventäminen

**Art Hub -osahankkeilla** pyritään vastaamaan kattohankkeen sekä valtakunnallisen ohjelman tavoitteisiin.

### **Art hub -osion tavoitteet**

Tavoitteena on luovien alojen kehittäjäorganisaatioiden toiminnan parantaminen enemmän toimialan ja sen asiakkaiden tarpeita vastaaviksi. Erityisesti hankkeella haetaan ratkaisua alueellisen taidetoimikuntaorganisaation kykyyn toimia osana luovien alojen kehittäjäkenttää ja sitä kautta parannusta taiteen ja yrittäjyyden rajapintaan ja yhteiskunnan yrittämistä ja yrittäjyyttä tukeviin palveluihin. Osiossa luodaan:

- **Palvelumallit.** Kehitetään taidetoimikuntien asiakkuushallintaa, palveluiden tuotteistusta, rahoitusmalleja ja markkinointia.
- **Palvelupolut.** Tuodaan alueelliset taidetoimikuntapalvelut osaksi luovan alan kehittämispalveluita.
- **Osaamisyhteisö.** Luodaan alan toimijoille ja kehittäjille yhteinen verkottumismalli.

### **Luovain osahankkeen tavoitteet**

Tavoitteena on tunnistaa toimintaympäristön nykytilaa sekä toimialan painopisteitä ja luovilla aloilla toimivien yritysten ja yrittäjämäisesti toimivien kehitystarpeita, niin että Luovain

- Tuottaa uutta tietoa
- Tunnistaa liiketoiminnan kehittymiseen vaikuttavia tekijöitä; estäviä ja edistäviä
- Tuottaa kehittämis ehdotuksia ja konkreettisia toimintamalleja
- Tuottaa mittareita arviointiin

### **Art360 osahankkeen tavoitteet**

Päätavoitteena on lisätä kuvataiteen toimijoiden käytännönläheistä ja tavoitteelliseen toimintaan tähtäävää managerointi- ja liiketoimintaosaamista ja löytää uusia liiketoimintamalleja edistämään kuvataiteen alan roolia yhteiskunnan eri alojen kehittäjänä.

## ***Viestinnän tavoitteet***

Viestinnällä voi olla monenlaisia tavoitteita, esimerkiksi tunnettuuden lisääntyminen, mielikuvien ja asenteiden muutos tai muutos toiminnassa.

**Viestinnän tavoitteena saada aikaan asennemuutos, jotta luovien alojen elinkeino- ja liiketoiminnan tukiin ja palveluihin saataisiin parannusta.**

Viestinnän avulla saavutetaan tuloksia, joita mitataan. Yksi tapa on kuvata etukäteen viestinnän onnistumista.

Art Hub hankkeissa (Art Hub -osiossa) kuvataan viestinnän onnistumista seuraavasti:

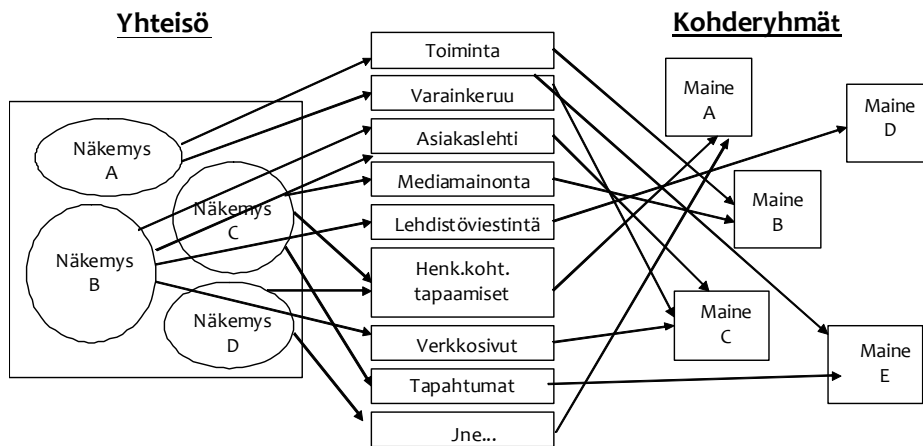
Viestintä on onnistunut, kun

- Hanketiimi ja alueelliset kehittämistyöryhmät ovat innostuneita ja haluavat olla mukana hankkeessa.
- Alueelliset taidetoimikunnat puhuvat hankkeesta ja viestivät siitä omaehtoisesti.
- Taiteen keskustoimikunta keskustelee kehittämistoimista Art Hubin kanssa ja luovista toimialoista ja toimijoiden tukemisesta syntyy avointa keskustelua.
- Rahoittajatahot tietävät että hanke on toiminut oikein ja sillä on saatu tuloksia.

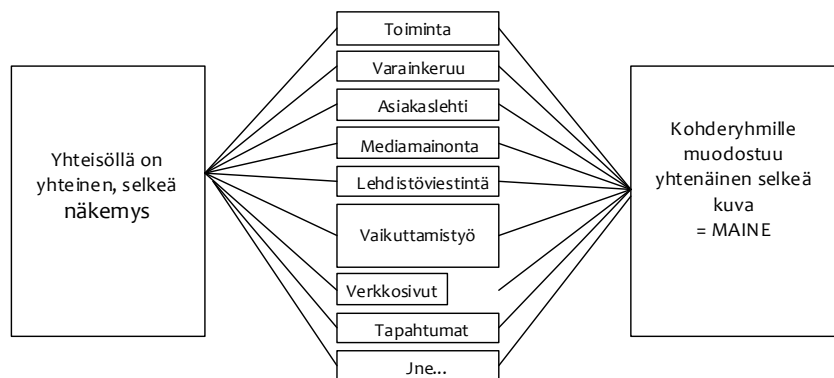
## Art Hub - perusviestit, lähtökohtia

Yhtenäinen Art Hub -viestintä vaatii yhtenäiset viestit. Yhteisesti sovituin perusviestein hankkeen uskottavuus, tunnettuus ja luotettavuus lähtevät kasvuun. Yhtenäisin viestein vähennetään turhautumista, väärinymmärryksiä ja suoranaisia virheitä.

## EI YHTEISTÄ NÄKEMYSTÄ



## YHTEINEN NÄKEMYS



## Art Hub - perusviestit

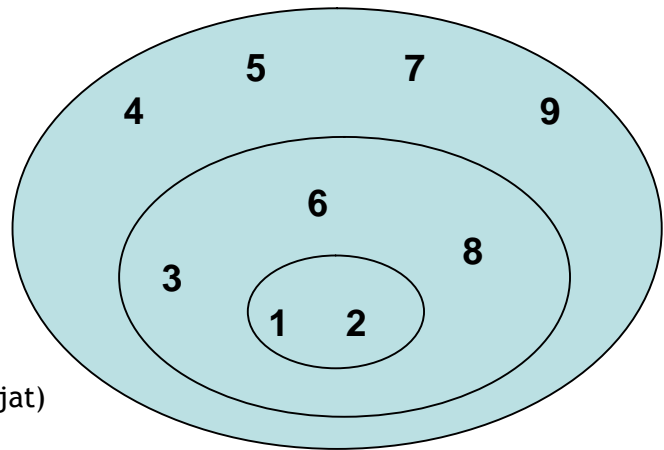
- Art Hub kehittää uusia palveluita luoville aloille
- Art Hub on taidetoimikuntien kehittämisen pilottihanke
- Art Hub -hankkeiden avulla parannetaan luovan alan toimijoiden työllisyyttä, elinkeinoja ja yrittäjyyttä
- Art Hub -hanke vahvistaa alueellisia taidetoimikuntia kehittäjäorganisaatioiden verkostossa

## Viestinnän kohderyhmät

*Keille teemme Art Hubin? Kenelle on hyötyä uusista hyvistä käytännöistä kuten palvelut ja osaamisyhteisö?*

Viestinnän kohderyhmät

1. Taiteen keskustoimikunta
2. Alueelliset taidetoimikunnat
3. Alueelliset kehittämisorganisaatiot:  
-ELY:t, maakuntaliitot, kehittämissyhtiöt
4. Luovien alojen kehittämishankkeet
5. Luovan alan oppilaitokset
6. Luovien alojen toimijat sidosryhmineen ja taidetoimikuntien asiakkaat
7. Taidealojen järjestöt ja liitot
8. Rahoittajat (ESR, OPM, ESLH, kuntarahoittajat)
9. Mediat



## VIESTINTÄSUUNNITELMA 2009 - 2011

Viestintäsuunnitelmassa määritellään viestinnän sidosryhmät, viestinnän keinot, viestinnän vuosisuunnitelma, aikataulu ja työnjako.

### Sidosryhmät

*Keitä tarvitsemme päästäksemme tavoitteisiin? Jako sisäisiin ja ulkoisiin sidosryhmiin on liukuva.*

#### Sisäiset

**Sisäinen viestintä sitouttaa. Se on tiedon tuottamista, muokkaamista, välittämistä ja ymmärryksen luomista, mutta myös yhteisyyden rakentamista ja toimintaan sitouttamista.**

- Hanketiimi ja alueelliset kehittämistyöryhmät; hankkeen toteuttajat ja näiden toimikuntien johto
- Hankkeen ohjausryhmät
- Alueelliset taidetoimikunnat
- Taiteen keskustoimikunta
- Rahoittajat (ESR, OPM, ESLH, kuntarahoittajat)

#### Ulkoiset

**Art Hubia ei ole olemassa, mikäli ulkoiset sidosryhmät eivät tiedä siitä. Vaikka hanke olisi kuinka hyvä, se ei auta ketään eikä tuota tuloksia, jos oikeat sidosryhmät eivät tunne sitä.**

- Alueelliset kehittämisorganisaatiot: ELY:t, maakuntaliitot, kehittämissyhtiöt
- Luovien alojen kehittämishankkeet
- Luovan alan oppilaitokset
- Luovien alojen toimijat ja taidetoimikuntien asiakkaat
- Taidealojen järjestöt ja liitot
- Poliittiset päättäjät
- Mediat

## Hankkeen sisäinen viestintä

Kahden hankkeen sisäinen viestintä hoidetaan kahdella hankkeen työntekijöistä koostuvalla hanketiimillä:

- Valtakunnallinen hanketiimi Häme, Pirkanmaa, Keski-Suomi ja Pohjois-Savon projektityöntekijät.
- Hanketiimi Pohjois-Savossa: Pohjois-Savon taidetoimikunnan, Sibelius-Akatemian, Itä-Suomen yliopiston, Ars Liberaan hanketyöntekijät.

Hanketiimit päivittävät kokonaistilanteen palaverissa 1 - 3 kertaa kuukaudessa, jolloin tiimi keskustelee kunkin painotusalueen etenemisestä, valtakunnallisen tason toimenpiteistä sekä hyväksi havaittujen toimintamallien vaihtomahdollisuuksista alueiden kesken.

Hanketiimien lisäksi ajoittain, noin neljä kertaa vuodessa kokoontuvat mukana olevien taidetoimikuntien pääsihteerit ja projektipäälliköt (Johtoryhmä). Lisäksi hankkeiden projektipäälliköt ovat toisiinsa yhteydessä lähes päivittäin - vähintään viikoittain. Projektipäälliköt ja talousvastaavat käyvät läpi taloushallintoon liittyviä asioita kuukausittain ja tiiviimmin maksatushakemuksia valmisteltaessa. Hankkeen päähallinnoijan edustaja ja hankkeen talousvastaava osallistuvat hanketiimin neuvottelupäiviin tarpeen tullen.

Viestinnän muodot: Sisäinen viestintä hoidetaan sähköposti-, puhelin- ja tekstiviestiyhteyksillä sekä säännöllisillä tapaamisilla.

Osatoteuttajien organisaatioissa viestintää tapahtuu hankkeen yleisviestinnän ja alueellisten projektikoordinaattoreiden kautta. Projektikoordinaattorit raportoivat hankkeen vaiheista työnantajilleen, esimiehilleen ja omille taustaorganisaatioilleen 1 - 2 kuukauden välein.

## Ulkoinen viestintä

### Viestintä taiteen keskustoimikunnan ja alueellisten taidetoimikuntien kanssa

Taidetoimikuntalaitoksen sisäisiä tiedotteita lähetetään hankkeen saumakohdissa (käynnistys, kartoituksen alku, tiedonkeruu, kartoituksen tulokset, palvelupolkujen ja palvelumallien julkistus, toimeenpanoehdotukset jne.) ja uusien taidetoimikuntien astuessa tehtäviinsä vuoden 2010 alussa.

Taiteen keskustoimikunnan kanssa käydään elokuusta 2009 alkaen neuvotteluita, joissa hankkeen yhteistyö- ja kehittämismahdollisuuksia tuodaan esille.

Alueellisten taidetoimikuntien kanssa käydään viestintää sähköpostitse, neuvotteluissa ja seminaareissa yhteisesti ja erikseen eri henkilöstöryhmien valtakunnallisissa tilaisuuksissa (tulosneuvottelut, osastosihteerit & suunnittelijat, läänintaiteilijapäivät).

### Viestintä alueellisten kehittämisorganisaatioiden kanssa

Osatoteuttajat viestivät alueella toimivien kehittäjätahojen kanssa yhteisiä käytäntöjä noudattaen.

### Viestintä luovien alojen yksityisen ja kolmannen sektorin toimijoiden kanssa

Hankkeen yleistiedotus tapahtuu Art Hub -verkkosivujen välityksellä, missä on mahdollisuus tiedonvälityksen vuorovaikutteisuuteen. Tiedotusta tapahtuu myös osatoteuttajien perustoiminnan kautta sekä alueellisissa kehittämisryhmissä, joissa eri sektoreiden edustajien välityksellä voidaan viestiä viiteryhmiin. Projektikoordinaattorit pitävät tarvittaessa myös henkilökohtaisesti yhteyttä kentän toimijoihin.

## Viestintä rahoittajatahojen kanssa

Yhteydenpito hallinnoija- ja rahoittajatahojen kanssa kulkee pääasiassa projektipäällikön kautta. Viestintää rytmittää maksatushakemusten, selvitysten ja muiden hallinnollisten toimenpiteiden aikataulu hankkeessa.

## Avainmediat

- [www.arthub.fi](http://www.arthub.fi)
- Taidetoimikuntaorganisaation kaikki julkaisut (sisäiset ja ulkoiset julkaisut, printti- ja sähköiset uutiskirjeet, verkkolehdet jne)
- Alueellisten yritys- ja elinkeinotoiminnan kehittäjien julkaisut
- Valtakunnalliset mediat: avaintoimittajarekisterin mukaan (taide- ja kulttuuri)
- Paikallislehdet eri taidetoimikuntien vaikutusalueilla

## Viestinnän keinot

- Art Hub -nettisivut tiedostonjako -ominaisuuksin
- Art Hub -uutiskirje; tilattava rss-feed
- Lehdistötiedottaminen; lehdistötiedotteet ja uutiset ajankohtaisista asioista, yhteydet toimittajiin, mielipidekirjoitukset ja eri alojen asiantuntijoiden ja päättäjien lobbaaminen
- Seminaarit, esittäytymiset eri yhteyksissä
- Tapaamiset
- Art Hub -esitteet ja julkaisut, raportointi tuloksista, kyselyistä ja tutkimuksista
- Art Hub -käyntikortit
- Art Hub -sähköpostiosoitteet; [etunimi@arthub.fi](mailto:etunimi@arthub.fi)
- Art Hub -powerpointpohjat ja -esitykset

## Seuranta

- Raportointi rahoittajan ja hankkeen ohjeiden mukaan: viestinnän seurantaraportti
- Viestinnän tuloksellisuuden mittaaminen viestinnän tavoitteiden mukaisesti.

## Viestinnän ohjeistukset, työnjako ja vastuut

Graafiset ohjeet:

- Hankkeen graafista ilmettä noudatetaan kaikessa viestinnässä ja siihen liittyvistä käytännöistä ohjeistetaan kaikkia työntekijöitä henkilökohtaisesti.

Tiedotteen kirjoittaminen ja lähettäminen:

- Hankkeen viralliset tiedotteet kulkevat projektipäällikön kautta tai hänen ohjeistuksellaan ja projektipäällikkö hyväksyy sisällön ja vastaanottajat.

Kriisiviestintäohjeistus:

- Projektipäällikkö hoitaa kaiken kiireellisen kriisitiedottamisen ja ohjeistaa poissa ollessaan projektikoordinaattoreita siitä, miten epätodennäköisistä kriisitilanteista tulee viestiä.

Viestinnän yleiset ohjeistukset

- Loppuraportti
- Hyvät käytännöt -vihkonen
- Tutkimustulokset ja raportit

## ***Viestinnän käytännön toimenpiteiden aikataulu vuodelle 2010***

### **Tammikuu**

- Viestintästrategian täsmennykset valmiiksi
- Viestinnän vuosisuunnitelma valmiiksi
- Nettisivut - tekstit ja visuaalinen ilme kuntoon
- Art Hub -perustiedotteet ja tekstit valmiiksi
- Art Hub -esittely powerpointin avulla

### **Helmikuu - Maaliskuu**

- Asiakaskyselyn tulosten viestintä
- Uuden ilmeen, nettisivujen ja blogin julkistus
- Tiedote nettisivuista
- Tiedote TEM / Luovan alan kehittäjille

### **Huhtikuu**

- Art Hub -osaamisyhteisöjen rakentamisesta tiedote /Kilpailutus on päättynyt ja toimittajat on valittu
- Art Hub -palvelupolkujen rakentamisesta tiedote /Kilpailutus on päättynyt ja toimittajat on valittu
- Yhteinen Art Hub yleisesite alueellisten taidetoimikuntien palveluista yhteistyökumppaneille ja sidosryhmille

### **Toukokuu**

- Art Hub -tuotteistuksesta tiedote /Kilpailutus on päättynyt ja toimittajat on valittu
- Kanadan matkasuunnitelma nettiin

### **Kesäkuu -Joulukuu 2010**

- Hankkeiden uutisia, viestinnän kärkiä, hyviä kokemuksia, ajankohtaisia uutisia kullekin kuukaudelle, harkitusti, mutta säännöllisesti
- Kanadan matkaraportti nettiin

### **Tammi-Joulukuu 2011**

- Hankkeiden uutisia, viestinnän kärkiä, hyviä kokemuksia, ajankohtaisia uutisia kullekin kuukaudelle, harkitusti, mutta säännöllisesti

### **Huhtikuu 2011**

- Art Hub -luovien alojen osaamisyhteisön loppuraportti

### **Marraskuu 2011**

- Art Hub -hankekokonaisuuden loppuraportti