

Kirkko ja kaupungin kanavasuunnitelman puolivuotisraportti

Yhteinen kirkkovaltuusto 11.09.2025
119/00.01.01/2025

Päätösehdotus

Merkitään tiedoksi.

Käsittely

Päätös

Yhteinen kirkkoneuvosto 28.08.2025 § 224

Esittelijä Seurakuntayhtymän johtaja Rintamäki Juha

Päätösehdotus

Yhteinen kirkkoneuvosto merkitsee tiedoksi Kirkko ja kaupungin kanavasuunnitelman puolivuotisraportin ja saattaa sen tiedoksi yhteiselle kirkkovaltuustolle.

Päätös

Päätösehdotus hyväksyttiin.

Päätöshistoria

Kirkko ja kaupungin johtokunta 13.08.2025 § 49

Esittelijä Seurakuntayhtymän johtaja Rintamäki Juha

Päätösehdotus

1. Kirkko ja kaupungin johtokunta hyväksyy median kanavasuunnitelman puolivuotisraportin ajalta 1.1.–30.6.2025.
2. Puolivuotisraportti lähetetään tiedoksi Espoon, Helsingin ja Vantaan yhteisille kirkkovaltuustoille sekä Kauniaisten suomalaisen seurakunnan seurakuntaneuvostolle.

Käsittely

Käsittelyn aikana käytettiin neljä puheenvuoroa.

Päätös

Päätösehdotus hyväksyttiin.

Selostus

Kirkko ja kaupungin johtokunta hyväksyi 21.5.2024 kokouksessaan §34 median kanavasuunnitelman. Kanavasuunnitelma ohjaa toimituksen työtä vuoteen 2028 asti. Vaikka painettu lehti on edelleen median tavoittavin väline, kanavasuunnitelma tuo sen rinnalla entistäkin vahvemman panostuksen digitaalisen median kehittämiseen. Kanavasuunnitelma koskee vuosia 2025–2028.

Kanavasuunnitelmassa todetaan, että sen mittarit asetetaan vuodeksi kerrallaan ja että ensimmäisten tavoitteiden toteutumista tarkastellaan kevyemmin vuoden 2025 puolivälissä ja tarkemmin tammikuussa 2026. Kevyempi puolivuotisraportti päätettiin tehdä Vantaan seurakuntayhtymän lausunnon perusteella. Se on esityslistan liitteenä.

Puolivuotiskatsauksen mukaan kanavasuunnitelman toteutus on hyvässä vauhdissa, vaikka myös haasteita on ollut. Työvoimatilanne on jonkin verran vaikuttanut julkaisujen määrään, jolla puolestaan on suora yhteys verkon tavoitavuuteen ja kävijälukuihin. Facebook-näyttökertoihin (5,2 miljoonaa kappaletta) vaikuttavat myös Metan algoritmit, Tiktokissa julkaisujen määrällä on iso vaikutus. Verkkosivuston keskimääräinen viikoittainen kävijämäärä on noussut ja Instagramin näyttökerrat ovat tavoitetahdissa.

Kirkko ja kaupungin oma mobiilisovellus lanseerattiin helmikuun alussa. Siihen liittyen ostettiin mainostoimistolta mainoskampanja joukkoliikennevälineissä. Kampanja ei tuonut mobiilisovellukseen kovinkaan paljon sivulatauksia, mutta 2,7 miljoonalla näyttökerralla saatiin hyvää yleisnäkyvyyttä medialle.

Digimainoskampanja on sovelluksen kannalta parempi tapa mainostaa ja sitä jatketaan syyskaudella. Tavoite on saada sovellukselle vuoden aikana 3 000 käyttäjää, joista kesäkuun loppuun mennessä oli kasassa 1 717. Oma sovellus ja uutiskirje, josta perustetaan syksyllä toinen versio, ovat tärkeitä myös siksi, että nämä alustat ovat omassa hallinnassa toisin kuin some-alustat.

Asiassa ei ole tarpeen tehdä lapsivaikutusten arviointia.

Lisätiedot

Päätoimittaja Pauli Juusela, p. 09 2340 4020, pauli.juusela@kirkkojakaupunki.fi