

Kanavas suunnitelman puolivuotiskatsaus ajalta tammikuu–kesäkuu 2026

Tuure H. 22.7.2026

1. Kurkistus verkkosivukävijöiden taustatietoihin

Kanavas suunnitelman painopisteenä on pk-seutulaisten, 25–40-vuotiaiden ja etäällä seurakunnasta olevien parempi tavoittaminen verkossa. Näitä tietoja ei saa normaaleilla, määrää mittaavilla kävijäanalytiikkaohjelmilla, joten teimme toukokuussa verkkosivuston käyttäjätutkimuksen (N=1724, toteuttaja Bilendi Oy).

Verkkosivukävijöistä oli helsinkiläisiä 30 %, espoolaisia 10 % ja vantaalaisia 6 %. Pk-seutulaisten osuus on kasvanut pari prosenttiyksikköä vuoden 2024 kävijätutkimuksesta. Koko Uusimaa kattoi kävijöistä 55 %.

Verkkosivukävijöistä 25–45-vuotiaita oli vain 15 %. Alle 25-vuotiaita kävijöitä oli 2 %. Sivuston kävijäprofiili vanhenee. Toisaalta somekanavissamme alle 45-vuotiaiden osuus on selvästi verkkosivustoa isompi (esim. Instagramissa 37 %, Tiktokissa 75 %). Voi olla niin, että nuoremmat kuluttavat mediaa yhä enemmän vain somekanavien kautta, ja toisaalta vanhempi väestö ”oppi” käyttämään verkkomedioita koko ajan enenevässä määrin.

Kirkosta etäällä olevia tavoitetaan yllättävän paljon. 15 % sivuston kävijöistä ei kuulu mihinkään uskonnolliseen yhteisöön. Kysymykseen *Osallistutko seurakunnan toimintaan?* vastattiin näin:

Viikoittain 26 %

Kuukausittain 22 %

Kerran tai pari vuodessa 35 %

K&k-media on ainoa tai lähes ainoa siteeni seurakuntaan 17 % (pk-seudulla luku korkeampi: Hki ja Espoo 20 %, Vantaa 25 %)

Tavoitamme sekä aktiivisia seurakuntalaisia että niitä, jotka eivät osallistu seurakunnalliseen toimintaan lainkaan.

2. Hyvää kasvua digimediassa

Seurantajaksolla verkkosivustolla on ollut eri kävijöitä viikossa keskimäärin 41 700 (kirkkojakaupunki.fi: 39 300, sovellus: 1900, Menohaku: 500). Pientä nousua vuodesta 2025, jolloin viikkokeskiarvo oli 40 000.

Seurantajaksolla Facebookissa oli 8,2 miljoonaa näyttökertaa. Vuoden 2025 vastaavaan jaksoon verrattuna kasvua 55 %.

Seurantajaksolla Instagramissa 1,6 miljoonaa näyttökertaa. Vuoden 2025 vastaavaan jaksoon verrattuna kasvua 58 %.

Seuranta-aikana Tiktokissa 765 000 katselukertaa. Vuoden 2025 vastaavaan jaksoon verrattuna kasvua 14 %.

K&k-median sisällöllinen kivijalka on laadukas ja monipuolinen artikkelituotanto. Seuranta-aikana verkossa julkaistiin 430 artikkelia. Julkaistujen artikkelien määrä kasvoi 10 % verrattuna vuoden 2025 julkaisutahtiin.

3. Sovellus ja uutiskirjeet

Kanavas suunnitelman yhtenä painopisteenä on oman suoran yleisösuhteen kasvattaminen. Tätä tavoitellaan esimerkiksi sovelluksella ja uutiskirjeillä.

– Uudet uutiskirjeet lanseerattiin tammikuussa. Nyt K&k julkaisee viittä uutiskirjettä. Tilaajamäärät uusilla kirjeillä ovat tällä hetkellä seuraavat: Hiljentymskirje 1100 tilaajaa, Helsinki-kirje 650, Espoo-kirje 300, Vantaa-kirje 250. Viikoittaisella uutiskirjeellä, joka ollut olemassa jo 8 vuotta, on 5100 tilaajaa. Uudet uutiskirjeet lähetetään tilaajille joka toinen viikko. Yhteensä uutiskirjetilaajia on siis 7400.

– Kirkko ja kaupungin sovellus on ladattuna nyt 2800 laitteella. Vuodenvaihteessa luku oli 2500. Toukokuun verkkokävijätutkimuksessa 16 % vastaajista ilmoitti käyttävänsä sovellustamme. Kysyttäessä miksi et käytä sovellusta jopa puolet ilmoitti syyksi, ettei ole tiennyt K&k:lla olevan sovellusta.

– Sovellukselle ja uutiskirjeille ei ole seurantajaksolla ostettu markkinointia. Tulevan syyskauden aikana markkinointia olisi syytä taas ostaa, koska kummankin kohdalla markkinoinnin on todettu tehoavan, ja kummankin kanavan käyttäjät ovat medialle todella arvokkaita. He ovat mediamme digitaalisia ”tilaajia”.

4. Sisältönostoja seurantajaksolta

- ”Paasto somessa” -videosarjan 41 osaa johdattelivat katsojan kristillisen paaston pohdintoihin. Pastori Maikin kanssa toteutettu yhteistyösarja julkaistiin kaikissa neljässä somekanavassamme. Sarja oli huikea menestys: yhtä yksittäistä jaksoa katsottiin keskimäärin 16 600 kertaa. Yhteensä katseluja melkein 700 000.

- ”Syvässä päädyssä” -keskustelupodcast alkoi helmikuussa. Mikko Kurenlahden luotsaaman podcastin uusi jakso julkaistaan kerran kuussa. Podcast on kerännyt kuuntelijoita erityisesti Youtubessa, jossa keskustelun voi tietysti samalla katsoa.

- Tunnelmallisessa ”Rakkauden harjoituksia – mietiskele Anthony de Mellon tapaan” -videosarjassa näyttelijä Satu-Tuuli Karhu lukee tarkoin valikoimiamme de Mellon tekstikatkelmia kameralle. Sarja tehtiin kesää ajatellen, ja sitä on julkaistu kesä kautena yksi jakso per viikko.

- Kesäkuussa järjestimme Leppävaaran seurakunnan kanssa mediariparin. K&k:n toimituksen väkeä oli mukana ennen leiriä tapahtuneissa riparitapaamisissa ja leirijaksolla intensiivisesti kolmen päivän ajan. Riparilaisten kanssa tuotettiin useita artikkeleita ja somevideoita, joita julkaistiin digimediassamme ja kesäkuussa jaetussa Espoo-lehdessä. Yhteistyö oli hedelmällistä puolin ja toisin, ja toimituksella on hyvä valmius pitää mediariparia tarvittaessa myös ensi kesänä.