



SEURAVIESTINNÄN OPAS

SISÄLTÖ

Esipuhe	3
Työnjako seuran sisällä	4
Viestinnän välineet	7
Tiedotustilaisuuden järjestäminen ja tiedotteen laatiminen	10
Keitä tiedotustilaisuuteen kutsutaan?	11
Millainen kutsu tiedotustilaisuuteen kannattaa lähettää?	12
Esimerkkikutsu	13
Tiedotteen laatiminen	13
Esimerkkitiedote	14
Minä ajankohtana tiedotustilaisuus kannattaa järjestää? Milloin tiedote kannattaa lähettää?	16
Toiminta tiedotustilaisuudessa	16
Paikallisten medioiden rooli	18
Toimittajasuhteet	19
Parrasvaloissa	21
JSN:n ja Suomen Journalistiliiton julkaisemat haastateltavan ja haastattelijan oikeudet	21
Kriisiviestintä	23
Yllättävien tilanteiden aiheuttamat kriisit	24
Kriisit, joiden syntyyn seuran jäsen on toiminnallaan vaikuttanut	25
Tekijästä	30

SEURAVIESTINNÄN OPAS

Seuraviestinnän opas pyrkii osaltaan auttamaan suomalaisia jalkapalloseuroja ulkoisen perusviestinnän suunnittelussa ja toteuttamisessa. Opas tuo esiin seikkoja, joita jalkapalloseuran kannattaisi miettiä omaa viestintäänsä toteuttaessaan. Suurin osa tässä oppaassa esiin tulevista vinkeistä on yleispäteviä, oli kyseessä sitten Ykkösestä Veikkausliigaan nousua tavoitteleva joukkue, tai pelkästään juniori- ja kasvatustoimintaan keskittynyt seura. Veikkausliigalla on oma viestintämanuaalinsa, jonka pohjalta suurin osa liigaseuroista hoitaa viestintäänsä pääosin ammattimaisesti.

Jalkapalloseuran perusviestintä amatööritasolla ei vaadi välttämättä taloudellisia panostuksia. Sen sijaan se vaatii pitkäjänteistä työtä, seuran sisäistä työnjakoa sekä sitoutuneisuutta yhteisesti valittuihin päämääriin.

Oppaaseen on otettu esimerkkejä suomalaisesta seuratoiminnasta eri tasoilta.

Suomalainen jalkapallo elää vahvaa nousukautta. Valitettavasti tämä ei vielä kaikin osin näy seurojen organisaatioissa ja seuraviestinnän kehittymisenä. Toivottavasti tämä opas pystyy osaltaan auttamaan seuratyön parissa arvokasta vapaaehtoistyötä tekevien työtä myös viestinnän ja mediasuhteiden kehittämisen saralla.

Työnjako seuran sisällä

Jokainen jalkapalloseura on jäsenensä näköinen. Se, mitä seura on, mitkä ovat seuran tavoitteet ja strategia, on päätetty yleensä yhteisesti. Ihannemaailmassa jokainen seuran toimintaan osallistuva pystyy kokemaan seuran tavoitteet ja toimintatavat omikseen. Todellisuus on usein toista, mutta avoimella ja pitkäjänteisellä viestinnällä pystymme madaltamaan erilaisia raja-aitoja, ehkä saamaan seuraan lisää tekijöitä ja sitouttamaan nykyisiä.

Jokaisen seuran tulisi päättää viestinnällinen työnjako: kuka ylipäätään ottaa vastuun siitä, että seura toimii aktiivisesti eri viestimissä sidosryhmiensä suuntaan? Ainakin seuraavat seikat kannattaa sopia seuran sisäisesti valmiiksi. Varsinkin kriisitilanteessa tämä on erittäin tärkeää. Miettikää, onko seuranne ottanut huomioon seuraavat viestinnälliset seikat:

- Pelilliset asiat – kuka antaa lausunnot julkisuuteen?
- Taloudelliset asiat – kuka antaa lausunnot julkisuuteen?
- Päivittäinen viestintä, verkkosivujen päivittäminen – kuka vastaa?
- Tiedotteiden laatiminen – kuka vastaa?

- Tiedotustilaisuuksien järjestäminen – kuka vastaa?
- Suhteet paikallislehdistöön – kuka vastaa?
- Media-asioiden hoito kansallisesti kiinnostavissa tapahtumissa – kuka vastaa?
- Kriisiviestintä – kuka vastaa? Miten?

POINTTI. Määriteltäessä seuran sisäinen työnjako viestinnässä, toisin sanoen luokaa seuraanne viestintäsuunnitelma erilaisia tilanteita varten. Kuka kommentoi tapahtumista julkisuuteen ja koska? Mitään valtiosalaisuuksia asiat eivät useinkaan ole, mutta pitämällä kiinni sovituista pelisäännöistä ja tiedotusaikatauluista seura antaa itsestään yhtenäisemmän ja ammattitaitoisemman kuvan. Kukaan seuran toiminnassa mukana oleva henkilö ei saa olla suuremmissa roolissa kuin seura.

SEURAN ETU ON AINA
TÄRKEIN, EI YKSITTÄISEN
HENKILÖN.

Esimerkki:

Seura oli asettanut itselleen tavoitteen olla seutukuntansa jäsenmääräisesti suurin junioriseura vuoteen 2010 mennessä. Seuralla oli hyvä maine kasvattajana, ja lähes jokainen paikkakunnan asukas edusti seuraa jossain vaiheessa elämäänsä. Seura oli merkittävä liikkuttaja, ja yhteistyö kunnan kanssa oli sujunut suotuisissa merkeissä. Strategia ja tavoitteet oli yhteisesti päätetty ja niihin sitouduttu.

Seuran hallitus oli tehnyt päätöksen tasoryhmien muodostamisesta, jolloin kaikille pelaajille ei ehkä välttämättä tullisi yhtä suurta vastuuta ykkösjoukkueiden ringissä aikaisempaan verrattuna. Kaikille junioreille oli kuitenkin luvassa enemmän aikaa jalkapallon parissa ja jokaista pystyttäisiin kehittämään kokonaisvaltaisemmin heidän taitojensa mukaisessa valmennuksessa. Muutosprosessia vetämään päätettiin palkata toinen päätoiminen juniorivalmentaja. Seuran hallitus päätti järjestää näistä - periaatteessa positiivisista - asioista infotilaisuuden, johon kutsuttiin junioreitten vanhemmat, paikallislehden toimittaja sekä kunnan edustaja. Tilaisuus päätettiin pitää kahden viikon kuluttua hallituksen kokouksesta.

Seuran puheenjohtaja (joka oli myös merkittävä ilmoittaja paikallislehdessä yrityksensä kautta) tapasi infotilaisuutta edeltävällä viikolla paikallislehden päätoimittajan yritystoimintaan liittyvässä tilaisuudessa. Viikonlopun paikallislehdessä olikin tämän tapaamisen seurauksena päätoimittajan kolumni, jossa kerrottiin seuran alkavan jaotella pelaajiaan taitotason perusteella. Ko-

lumnissa kuitenkin unohdettiin mainita se, että uudella järjestelyllä jokainen pelaaja saisi parempaa valmennusta, eikä yhdeltäkään juniorilta suljettaisi ovia mihinkään joukkueeseen.

Tästä uutisoinnista jopa hieman tuhtuneena seuran nykyinen junioripäällikkö kirjoitti lehden verkkosivuille vastineen, jossa yritti selvittää asiaa. Palaute vanhemmilta (jotka suurelta osin toivat myös päärahoituksen seuraan) oli ristiriitaista: ”Eikö minun tyttöni/poikani enää kelpaakaan joukkueeseen? Talkootyö ja firman mainosrahat kyllä kelpaavat jne...”

Kun infotilaisuus viikon päästä koitettiin, oli tunnelma jo etukäteen lievästi sanottuna latautunut. Ristiriitaista ja osin väärääkin tietoa oli puhuttu seuran toimijoiden taholta niin monelle eri taholle, että kokonaisuudessaan positiivinen asia oli vääristynyt matkalla moneen kertaan. Itse tilaisuudesta kului yli tunti erilaiseen kiistelyyn siitä, mikä on järkevää ja kuinka tulevat muutokset ovat uhkana koko seuralle ja juniorityölle. Loppujen lopuksi jo tehdyt ratkaisut otettiin uudestaan esille seuraavassa hallituksen kokouksessa, ja osasta uudistuksia luovuttiin.

Lopputuloksena oli, että itse lajin kehitys paikkakunnalla kärsi, toisen päätoimisen junioripäällikön palkkaaminen viivästyi lähes vuodella ja joukkueiden jäsenmäärät tippuivat. Eivät dramaattisesti, mutta varsinkin siinä ryhmässä, joiden taidot eivät vielä olleet aivan muiden samanikäisten tasolla.

Hyvä asia kääntyi siis summittaisen ja epätarkan viestinnän vuoksi lähes pääläelleen. Oikein suunniteltuna ja toteutettuna viestintä olisi voitu tehdä seuraavasti:

1. Päätöksenteko hallituksessa.
2. Päätetään nopeasta tiedotusaikataulusta.
3. Laaditaan yhteisesti hyväksytty tiedote.
4. Päättävät henkilöt eivät kommentoi asiaa ennen tiedotustilaisuutta.
5. Voidaan kertoa asiasta paikallislehdelle siten, että se saa aineiston käsiinsä ennakkoon, mutta julkaisu vasta tilaisuutta seuraavana päivänä.
6. Tuodaan positiiviset asiat esiin, koska koko aihe on positiivinen ja kehittää jalkapalloilua kokonaisuuden kannalta. Esiinnyttään yhtenäisesti, koko hallitus.
7. Lähetetään tiedote vanhemmille ja sidosryhmille, jossa vielä koostusti positiiviset asiat juniorikasvatuksen kannalta.
8. Täsmennetään sitä, että mikään ei välttämättä muutu yhdenkään lapsen kohdalla, vaan tällä päätöksellä lapsilla on enemmän valinnanvaraa harrastuksensa parissa.



Viestinnän välineet

Viimeisen viiden vuoden aikana tapahtunut tekninen kehitys on lisännyt merkittävästi käytössä olevia viestintäkanavia. Samalla se on pirstonut perinteistä mediakenttää perusteellisesti. Periaate on kuitenkin edelleen sama. Määrä ei koskaan korvaa laatua ja pitkäjänteistä työtä.

Verkkosivut

Suomalaisista jalkapalloseuroista noin 90 %:lla on omat verkkosivut. Loput 10 % ovat seuroja, joiden toiminta on hiipumisvaiheessa tai joiden toiminta on niin satunnaista, ettei kyseistä forumia ole katsottu tarpeelliseksi. Tilanne on näiltä osin melko hyvä. Erillisen tarkastelun aihe on, kuinka moni seura päivittää aktiivisesti verkkosivujaan.

Millaiset verkkosivut ovat hyvät? Sellaiset, joilta jokainen löytää helposti itseään ja joukkueettaan koskevat tiedot ajanmukaisesti päivitettyinä. Juniori- tai amatööriseuran ei kannata satsata liikaa resursseja sellaisiin teknisiin sovelluksiin, joilla ei ole selvää lisäarvoa seuran toiminnalle.

Toki monen seuran toiminnassa on mukana alan ammattilaisia, jolloin heidän (toivottava!) talkootyönsä seuran verkkosivujen eteen kannattaa hyödyntää. Loppujen lopuksi ei ole tär-

keää, millaisia animaatioita tai muita sovelluksia sivuilla pyörii. Sovelluksia käydään katsomassa kerran, eikä niillä sen jälkeen ole suurta merkitystä. Sitäkin tärkeämmäksi nousee sisältö ja säännönmukaisuus. Jos seura tai sivujen päivittäjä ei kerro seuran tapahtumista, kuka sitten? Kukaan ei tee asioita puolestamme. Jos emme saa toimillemme kaikua tai huomiota, on syytä katsoa peiliin.

Elävän kuvan osuus verkkosivuilla tulee kasvamaan räjähdysmäisesti. Jo nyt on saatavilla lukuisia ilmaisia sovelluksia, joille itse kuvattu materiaalia on helppo editoida. Niin kuin kaikessa tiedottamisessa, säännöllisyydestä on syytä pitää kiinni. Vuoden takainen klippi hallissa pelatusta junioriturnauksesta ei ole säännöllisyyttä.

Miksi ihmiset käyvät tietyillä verkkosivuilla? Siksi, että niitä päivitetään. Miksi ihmiset eivät käy tietyillä verkkosivuilla kuin kerran pari? Siksi, että niitä ei päivitetä. Totuus ei ole sen kummempi.

Tämä seikka on erittäin helppo todistaa käytännössä. Ottakaa käyttöönne jokin monista ilmaisista verkkosivujen ns. tracking-ohjelmista, ja verratkaa tilannetta ennen ja jälkeen jonkin asian uutisoinnin.

Esimerkki:

Urheiluseuran verkkosivut olivat periaatteessa toimivat. Informaatio löytyi, kun jaksoi kaivaa, mutta varsinaisia uutisia seuran toiminnasta ilmestyi vain muutaman kerran vuodessa. Lähinnä ne käsittelivät kauden päätösjuhlaa ja vuosittain järjestettävää junioriturnausta. Verkkosivut oli kytketty tracking-systeemiin, joten kävijäinformaatio oli päivittäin käytettävissä. Sivulla oli n. 1000 kävijää kuukaudessa. Näistä kävijöistä vain 15 % oli uusia, joten seura ei selvästikään tavoittanut ihmisiä oman toimintapiirinsä ulkopuolella. Uusista kävijöistäkin vain 10 % palasi sivuille seuraavan kahden kuukauden kuluttua.

Eräs seuran aktiiveista päätti alkaa kuvaamaan muutamaa seuran joukkueiden ottelua pari kertaa kuukaudessa. Klipeistä paistoi tietty kotikutoisuus läpi, mutta samalla ne kuvasivat erittäin hyvin seurassa vallitsevaa hyvää henkeä ja meininkiä. Videoklippien alustaksi valittiin ilmainen lähetysalusta ja niitä ilmestyi sivuille kuvaajan toimesta joka toinen viikko. Samalla seura päätti alkaa julkaisemaan ”Tapahtuu tällä viikolla” -verkkokolumnia valmennuspäällikön toimesta.

Vaikutukset kävijämääriin olivat dramaattiset. Tuhannesta kävijästä pompattiin hetkessä 2500 kävijään kuukaudessa, ja mikä tärkeintä, näistä oli 60 % uusia kävijöitä, joista 45 % palasi takaisin sivustolle seuraavan kahden kuukauden aikana. Tämä kasvu johtui luonnollisesti siitä, että myös vastustajajoukkueita ja heidän sidosryhmiään kiinnosti käydä katsomassa kuinka oma seura oli pelannut.

Kuinka paljon aikaa ja resursseja seuralta meni näihin toimenpiteisiin? Seura-aktiivilta (joka muutenkin olisi ollut peleissä mukana) kahden ottelun kuvaaminen sekä 2 tuntia kuukaudessa videoklippien editointiin. Valmennuspäälliköltä puoli tuntia viikossa listatessaan seuran viikon tapahtumat ”Tapahtuu tällä viikolla” -palstalle. Neljän tunnin työllä kuukaudessa seura moninkertaisti verkkosivujen kävijämääränsä, pystyi perustelemaan yhteistyökumppaneilleen todellisen muutoksen seuran kiinnostavuudessa, sai paljon positiivista julkisuutta ja uusia ystäviä sellaisistakin paikkakuntalaisista, jotka eivät vielä olleet seuran toiminnassa mukana.

Tiedottaminen ei ole mitään salatiedettä. Muutamalla tunnilla kuukaudessa saa jo ihmeitä aikaiseksi. Toiston uhallakin: voimme tehdä vaikka kuinka loistavia asioita seurassa, meillä on hauskaa ja jäsenistö viihtyy. Mitä, jos meillä olisi tuplasti resursseja tehdä näitä kivoja asioita? Hyvällä ja säännöllisellä tiedottamisella meillä on mahdollisuus saavuttaa nuo resurssit huomattavasti helpommin kuin vetäytymällä omaan kuoreemme.

Yhteisöpalvelut

Ovat erinomainen lisä seuran perustiedottamiseen, nimenomaan sen tukemiseen. Seuran ei tulisi kuitenkaan keskittää koko viestintää yhteisöpalveluihin. Ensiksikin se saattaa ihmiset eriarvoisiin tilanteisiin. Kaikilla ei välttämättä ole mahdollisuus käyttää kaikkia palveluita teknisistä tai taloudellisista syistä. Sähköposti kaikessa kliinisytydessään ei ehkä vetoa jokaiseen ikäluokkaan, mutta täsmällisenä tiedonvälittäjänä se pitää edelleen pintansa. Seura ei voi myöskään muuttaa tiedottamislinjaansa välineestä riippuen. Ei ole kovin pitkäjänteistä, taloudellisesti järkevää tai selkeää kertoa samasta asiasta moneen eri kertaan riippuen yhteisöpalvelun luonteesta.

On siis pelkästään positiivista, mikäli seuran toiminta kiinnostaa ja siitä puhutaan eri palveluissa. Kerro tärkeät asiat seuran verkkosivuilla ja sähköpostilla, ja anna tarinan jatkaa elämäänsä verkossa. Älä missään nimessä lähde kommentoimaan tai oikomaan seuran asioita näissä palveluissa. Se on loputon suo. Tietenkin faktavirheet (esimerkiksi väärä ottelun alkamisaika), jotka vaikuttavat seuran päivittäiseen toimintaan, kannattaa oikaista.

TV ja radio

Eivät välttämättä kosketa tavallista suomalaista perusseuraa kuin ajoittain. TV:n rooli on valtakunnallisesti merkittävä, mutta urheilullisin perustein tapahtuvat raportoinnit rajoittuvat Veikkausliigan ulkopuolella lähinnä Naisten Liigan avaus- ja päätöskierrokselle, Ykkösen nousukarsintoihin, Suomen cupin tuhkimotarinoihin tai junioriturnauksiin. Näitä asioita käsitellään tuonnetun kohdassa ”Parrasvaloissa”.

Printtimedia

Seuran viestinnästä vastaavien henkilöiden tärkein tehtävä on luoda hyvät ja toimivat suhteet paikallislehdistöön. Varsinkin pienemmillä paikkakunnilla tämä yhteistyö on kunnan arvoista. Muutama suomalaisseura on onnistunut tässä erittäin hyvin. Asiasta lisää kohdassa: ”Paikallinen media.”



Tiedotustilaisuuden järjestäminen ja tiedotteen laatiminen

Vaikka tiedottaminen on yksi seuratoiminnan avaintoiminnoista, kannattaa miettiä tarkkaan, kuinka muutenkin vähäisiä resursseja kohdistetaan erilaisiin tilaisuuksiin. Juniori- ja amatööriseuroissa kannattaa pyrkiä mahdollisimman suureen synergiaan tapahtumien suhteen. Kerro asioista silloin, kun vanhemmat, sidosryhmät ja ehkä tiedotusvälineet ovat joka tapauksessa tulossa paikalle.

Luonnollisesti seuran omat tapahtumat, kuten merkittävät turnaukset, kauden päättäjaiset ym. kannattaa hyödyntää mahdollisimman hyvin ulkoisen viestinnän kannalta. Mikäli seura on onnistunut kasvattamaan vaikkapa maajoukkuepelaajia, kannattaa heidän mainettaan ja nimeään (luonnollisesti lupaa vastaan) käyttää häpeämättä hyväksi. Kun seura saa muutaman veturin kerrankin vuodessa tulemaan oman kasvattajaseuransa tapahtumaan, luodaan aivan eri edellytykset median kiinnostukseen. Niin valitettavaa kuin se onkin, kasvatus-työ tai juniorirheilu ei juuri kiinnosta mediaa. Tämä pitää vain hyväksyä ja kääntää voitoksi. Pyydä tilaisuuteen mukaan tietyn aseman pelaajana saavuttanut entinen seuran juniori, niin uutiskynnyksen madaltuu huomattavasti.

Esimerkki:

Urheiluseura oli täysin profiloitunut kasvattajaseuraksi. Miesten edustusjoukkue pelasi alasarjoissa, mutta juniorityö oli ollut jo vuosia menestyksestä. Jopa niin menestyksestä, että kymmenkunta seurassa jossain vaiheessa juniori-ikäisenä vaikuttanutta pelaajaa oli onnistunut luomaan merkittävän kansainvälisen uran.

Seura oli täyttämässä tasavuotia, ja heräsi ajatus koota seurassa pelanneet nykyiset huippupelaajat pelamaan ottelu seuran tämän hetkisiä junioreja vastaan.

Tapahtuman ajankohdaksi valittiin kesäkuun alku, sillä lähes kaikki huippupelaajat olivat tuolloin käytettävissä ulkomaisten sarjojen loputtua. Seura kutsui tiedotusvälineiden edustajat tiedotustilaisuuteen, jossa käytiin perusteellisesti seuran historia läpi, haastateltiin johdetusti junioreja, huippupelaajia sekä kaupunginjohtoa.

Tämän jälkeen huiput kohtasivat nyky-juniorit lyhyessä ottelussa. Vasta ottelun jälkeen media päästettiin ”vapaasti” haastattelemaan huippupelaajia.

Seurassa oli hyväksytty se tosiseikka, että kasvattajaseuran juhluvuosi ei kiinnosta mediaa laajasti. Mutta kun siihen yhdistettiin mahdollisuus haastatella ulkomailla pelaavia ammattilaisia, oli median läsnäolo taattua. Media siis sai loppujen lopuksi sen mitä halusikin, mutta ”joutui” myös kuuntelemaan

30 minuuttia tärkeää asiaa seurasta ja suomalaisesta juniorityöstä. Tilaisuus oli menestys seuran kannalta, sillä saman illan jokaisen tv-kanavan jokaisessa urheilulähetyksessä oli juttu tilaisuudesta. Printtilehdistö lainasi suoraan tilaisuuteen laadittua tiedotetta, joten seuran viesti meni läpi paremmin kuin uskallettiin edes toivoa.

Edellä kuvattu tilanne on toki poikkeuksellinen, mutta osoittaa hyvin sen, kuinka pienellä suunnittelulla ja median "hyväksikäytöllä" luodaan tilanne jossa kaikki osapuolet voittavat.

Normaalitilanteissa on usein hyödyllisempää keskittää resursseja ja työtä enemmän henkilökohtaiseen viestintään verkkosivujen, sähköpostin, uutiskirjeiden ja joskus myös yhteisöpalveluiden kautta. Jos uhraat päivätolkulla aikaa järjestääksesi tiedotus-tilaisuuden, johon saapuu 1-2 ihmistä, et kohdistat resursseja oikein eikä palvele kenenkään etua. Usein

täsmällisesti ja oikeisiin osoitteisiin lähetetty tiedote voi korvata tiedotustilaisuuden järjestämisen. Pidä kuitenkin huolta siitä, että tiedottaminen ei ole satunnaista. Totuta yhteisösi ja sidosryhmäsi säännöllisesti tapahtuvaan tiedottamiseen. Näin koko tiedottamisesta muodostuu automaatio.

Keitä tiedotustilaisuuteen kutsutaan?

Kaiken lähtökohdiana on kattava ja ajan tasalla oleva sähköpostiosoiteisto. Ei ole mitään syytä sulkea yhtään seuran toimintaan osallistuvaa tahoa perustiedotuksen ulkopuolelle.

Vanhemmat (junioriorganisaatioissa), yhteistyökumppanit, sekä tarvittavan arvovaltaiset puhujat tilaisuuteen ovat itsestäänselvyksiä. Kun seura tiedottaa esimerkiksi tärkeistä strategisista linjauksista, on puheenjohtajan läsnäolo oleellista.



Millainen kutsu tiedotustilaisuuteen kannattaa lähettää?

Hyvä tiedotustilaisuus lähtee itse asiassa käyntiin kutsusta. Kerro kutsussa vain oleellinen. Itse tilaisuudessa on sitten aikaa syventäviin analyyseihin. Muista erityisesti seuraavat asiat:

1. Missä ja koska tiedotustilaisuus järjestetään?
2. Mitä aihetta tilaisuus käsittelee?
3. Keitä tilaisuudessa on paikalla?
4. Kuka antaa mahdollisia lisätietoja?

Lue kutsu läpi moneen kertaan. Anna se sen jälkeen kollegallesi luettavaksi ja lue kutsu sen jälkeen vielä kerran uudestaan. Sen jälkeen, kun olet painanut ”lähetä” -näppäintä, on mahdollisia virheitä kiusallista korjata korjatuilla sähköpostiviesteillä. Kiinnitä erityistä huomiota oikeakielisyyteen. Olet lähestymässä tiedotusvälineitä, ja kirjoitus- tai oikeakielisyysvirheet voivat luoda jo ennakkoon negatiivisen kuvan seurastasi – olisi tiedotettava asia kuinka positiivinen hyvänsä.

Mikäli katsotte seurassa, että tiedote on riittävä tapa viestiä informoivasta asiasta, pidä tiedote ytimekkäänä. Laita pääpaino sille, mitä haluat sanoa. Kiinnitä erityistä huomiota otsikkoon. Hyväkin asia hautautuu toimittajan roskapostiin, mikäli otsikko on liian laava tai mikä pahempaa, sisältää kirjoitusvirheitä.

Esimerkki kahdesta eri otsikosta, jotka molemmat otsikoivat tyttöjalkapalloilun tulevia junioriturnauksia.

Esimerkki 1

Seura järjestää junioriturnauksen lauantaina 22.9., johon on tulossa useita seuroja ympäri Suomea

Esimerkki 2

Maajoukkueen tulevat tähdet lauantaina Keskus kentällä!

Kumpikin otsikko pitää paikkansa, mutta kumman otsikon sinä klikkaisit auki tilanteessa, jolloin sinulle saapuu 50 - 100 eri tiedotetta päivässä?

Muista myös seuraavat seikat, kun lähetät tiedotteen sähköpostitse useammalle kuin yhdelle vastaanottajalle:

1. Älä paljasta omia kontaktejasi kaikille vastaanottajille. Jokainen vastaanottaja ei halua välttämättä tulla yhdistetyksi kyseiseen vastaanottajajoukkoon tai tilaisuuteen. Kyse on sekä hienotunteisuudesta että vastaanottajan yksityisyyden varjelusta. Sitä paitsi yhteystiedot saattavat olla joillekin tahoille kauppatavaraa, eikä seuran kannata ehdoin tahdoin paljastaa kaikkia kontaktejaan.
2. Lisää vastaanottajakenttiin vaikka seuran oma osoite, ja varsinaiset vastaanottajien osoitteet piilokopiokenttään. Näin vastaanottajalle tulee myös ”henkilökohtaisempi” tunne siitä, että lähestyt pelkästään häntä.
3. Älä koskaan aliarvioi viestin vastaanottajia muka-hauskalla saatelauseella tai sisäpiirivitsillä. Pysy asiassa, niin sinuakin kohdellaan asiallisesti.

Esimerkkikutsu

Jalkapalloseura tiedottaa: KUTSU TIEDOTUSTILAISUUTEEN 14.3.2009

Jalkapalloseura järjestää tiedotustilaisuuden keskiviikkona 14.3.2009 klo 12.00 seuran klubitalolla (osoite: Palloseuranpolku 1, Harjumäki). Tilaisuudessa esitellään seuran naisten edustusjoukkueen uusi valmennusjohdanto sekä kerrotaan Jalkapalloseuran ja Harjumäen kunnan merkittävästä olosuhdeprojektista.

Paikalla tilaisuudessa ovat naisten edustusjoukkueen uusi päävalmentaja, seuran puheenjohtaja NN, sekä Harjumäen kunnan tekninen johtaja MM.

Tilaisuudessa on lounastarjoilu.

Tervetuloa!

Jalkapalloseura

Lisätiedot:

valmennuspäällikkö NN 020-020202,
PP@jalkapalloseura.fi

puheenjohtaja NN 020-02020200,
NN@jalkapalloseura.fi

Tiedotteen laatiminen

Pidä asiat yksinkertaisina. Älä maalaile tai ylikorosta omaa tai seurasi asemaa. Kerro asiat niin kuin ne ovat. Positiiviset asiat aukeavat varmasti lukijalle, kunhan teksti on oikeinkirjoitettua ja selkeää. Käytä mieluummin linkkejä kuin liitetiedostoja. Moni media ei turvallisuussyistä edes avaa liitetiedostoja – varsinkaan monen megatavun kokoisia. Nyrkkisääntönä voidaan pitää, että liitetiedoston – mikäli ehdottoman tärkeää sisällyttää viestiin – tulisi olla alle yhden megatavun suuruisia. Jos tiedote koskee uutta rekrytointia seuraan, on hyvää palvelua liittää tiedotteeseen julkaisukelpoinen kuva kyseisestä henkilöstä.

Muista aina kertoa, mistä vastaanottaja saa lisätietoa asiasta. Tiedotteen ensisijainen tarkoitus on herättää kiinnostusta, ei kertoa omasta erinomaisuudesta.

Mikäli haluat asettaa joitain rajoitteita tiedotteen julkaisuaikataululle, voit toki lisätä tästä toiveen, esimerkiksi: ”Seura X tiedottaa, tiedote on julkaisuvapaa klo 21.1.klo 15.00.” Periaatteessa voit luottaa median kunnioittavan julkaisulle asetettua rajaa. Älä kuitenkaan ole

sinisilmäinen, sillä mikäli tiedotteessa uutisoitava asia on vähänkään kiinnostava, on vaara, että tieto saattaa vuo-
taa julkisuuteen tavalla tai toisella.

Muista, että tiedote edustaa seuraa, ei sen kirjoittajaa. Joka kerta kun tulet julkisuuteen seuran asioissa, vastaanottaja muodostaa jonkinlaisen mielipiteen edustamastasi seurasta. Kiinnitä siis erityistä huomiota siihen, mitä tiedotteeseen kirjoitat. Yksi väärinmuotoiltu lause saattaa tehdä korjaamatonta hallaa. Edelleen; vaikka tiedotteen kirjoittaa yksi ihminen, huonosti laaditusta tiedotteesta kärsii koko seuraaväki.

Alla hiomista kaipaavasta tiedotteesta, jonka seura lähetti suomalaiselle urheilumedialle. Joukkueen nimi on vaihdettu sanaan ”Seura” ja yhteistyökumppanin nimi vaihdettu sanaan ”Yhteisö”. Muuten tiedote on alkupe-
räisessä kirjoitusasussaan:

Seura ja Yhteisö on tehnyt nyt vuoden yhteistyötä ja sopimuksemme jatkuu ainakin kaksi vuotta lisää ja ensi kesänä yhteistyö laajenee.

*Seura ja Yhteisö Järjestää ottelun on kotiottelun yhteydessä la 24.9 Seura A – Seura B (missä pelaia vastakkain Kulttuuri- Urheilu ja joukkueet kootaan siten että Kulttuuri joukkueen valitsi-
see Kaupunginteatterin joko omista tai tunnetuista eri alojen ”kulttuurin puolen tähdistä” ja Urheilu puolen joukkueen valitsee Seura ja Yhteisö samalla periaatteella ja kaupunginjohtaja NN pe-
laa kummassakin joukkueessa yhden puolijajan.*

*Paikalla on myös ”Yhteisön” henkilös-
tä kertomassa ”Yhteisöstä” ja ääni-
mainonnalla sekä otteluilmoituksessa*

markkinoidaan näytelmää ja yleisölle on arvonta missä lippuja palkintona.

Sanomattakin selvää, että edellä olevan kaltainen tiedote herättää enemmän myötähäpeää ja huivittuneisuutta kuin ajaa seuran tai jalkapallon asiaa. Toisaalta kyseinen tiedote levisi toimitajapiireissä laajemmalle kuin normaali-
tapauksessa olisi levinnyt. Täysin vääristä syistä, valitettavasti.

Esimerkkitiedote:

JALKAPALLOSEURA UUTEEN KAUTEEN NN:N JOHDOLLA

***Jalkapalloseura kertoi keskiviikko-
na 14.3. järjestetyssä tiedotustilai-
suudessa hyviä uutisia huhtikuussa alkavaa sarjakautta ajatellen. NN palaa joukkueen valmentajaksi kahden vuoden tauon jälkeen. Myös olosuhdepuolelta kuuluu positiivisia asioita, sillä Keskuskentän pinnoitteen uusimisprojekti käynnistyy kuluvan vuoden heinäkuussa.***

Jalkapalloseuran hopealle viime kaudella sijoittunut naisten edustusjoukkue saa peräsimeensä tutun nimen, kun NN ja JPS sopivat kahden vuoden yhteistyöprojektista.

Viimeiset kaksi kautta Ruotsissa menestyksekkäästi Bollklubbenia valmentanut NN kertoi olevansa erittäin tyytyväinen ja motivoitunut palatesaan takaisin Harjumäelle.

”Vaikka saavutinkin menestystä Ruotsissa, seurasin tarkasti Harjumäen viime kauden otteita. Ympäristö on tuttu, mutta seura on kehittynyt voimakkaasti viime vuosina Olen varma, että pystymme kirkastamaan hopean kullaksi tänä vuonna, NN usko.”

Menestymisen mahdollisuuksia parantaa huomattavasti Keskuskentälle saatava neljännen sukupolven keinonurmi. Uusimisprojekti käynnistyy heinäkuun 2. päivä, ja kestää neljä viikkoa. Kenttäremontti ei vaikuta JPS:n otteluohjelmaan, sillä joukkue pelaa remontin aikana vain vierasotteluita.

Harjumäen kunnan tekninen johtaja TT valotti projektin taustoja seuraavasti:

”Kun saimme rahoituksen kuntoon, päätökset urakasta tehtiin pikaisesti. Päätös tehtiin yksimielisesti, joten koko Harjumäki on vahvasti mukana hankkeessa. Kunta on erittäin iloinen voidessaan tarjota jalkapalloväelle korkealuokkaiset olosuhteet myös tulevaisuudessa, TT kertoo.

Harjumäen Sanomat seuraa kenttäremontin edistymistä aktiivisesti urheilu-sivuillaan. Jutut ovat luettavissa myös Jalkapalloseuran verkkosivuilla lehden ilmestymistä seuraavana päivänä

Jalkapalloterveisin,

Jalkapalloseura ry.

Lisätiedot:

NN 020-0020200,
NN@jalkapalloseura.fi

Lisätietoja hankkeesta ja päävalmentaja NN:n koko haastattelun löydät myös JPS:n kotisivuilta osoitteesta: www.jalkapalloseura.fi

Minä ajankohtana tiedotustilaisuus kannattaa järjestää? Milloin tiedote kannattaa lähettää?

Suunnittelemalla julkaisuajankohtaa voidaan saavuttaa merkittäviä etuja tiedotettavan asian saamassa julkisuudessa. Perinteisesti parhaat päivät printtilehdistöä ajatellen ovat maanantai tai tiistai. Pyri etsimään ns. hiljaiset uutispäivät. Saadaksesi viestillesi tyydyttävää huomiota, ei tiedotetta kannata lähettää tai tiedotustilaisuutta pitää muiden merkittävien urheilutapahtumien kanssa samaan aikaan. Suomella on vielä matkaa jalkapallon kulttuurimaaksi, joten valitse sellainen päivä, jolloin muita merkittäviä urheilutapahtumia ei ole. Loppuviikko on iltapäivälehtiä ajatellen huonompi ajankohta. Varsinkin juhlapyhien alla lehdet menevät kiinni jo torstai-iltana. Mikäli olet tiedottamassa tai järjestämässä tiedotustilaisuutta tulevan viikonlopun turnauksesta tai ottelusta, tee se viimeistään keskiviikkona. Sopeuta aina tiedotuksesi paikallisen median julkaisu-aikatauluihin.

Esimerkki tiedotusprosessista.
Turnaus/ottelu pelataan lauantaina.

1. edeltävän viikon perjantai. Laadi kutsu keskiviikkona järjestettävään tiedotustilaisuuteen, tarkista ja lähetä sähköpostitse.
 2. tapahtumaa edeltävän viikon tiistai. Lähetä muistutus sähköpostitse samalla osoitteistolla.
 3. tapahtumaa edeltävän viikon keskiviikko. Tiedotustilaisuus.
 4. Laadi tiedotustilaisuudesta erillinen tiedote, jonka lähetät heti tilaisuuden jälkeen.
5. Tapahtumapäivä. Kerro tiedotteella tapahtuman päätyttyä, kuinka itse tapahtuma sujui. Tulokset, yleinen luonnehdinta, kommentteja osallistujilta jne.

POINTTI. Kun aloitat jonkun asian tiedottamisen, tiedota loppuun saakka. Kaikki mistä luodaan odotusarvoja, tulee myös saattaa loppuun.

Toiminta tiedotustilaisuudessa

Kuten todettua, tiedotustilaisuuden järjestämiseen ei kannata uhrata resursseja, mikäli asiasisältö ei ole tarpeeksi painavaa. Kun tiedotettavalla asialla on todellista uutisarvoa, kannattaa homma hoitaa viimeisen päälle. Älä anna kuitenkaan ulkoisten seikkojen viedä huomiota itse asialta. Mikäli juonnat tiedotustilaisuuden, muista ainakin seuraavat asiat:

1. Laadi tapahtuman rungoksi käsikirjoitus ja käy se läpi tiedotustilaisuudessa esiintyvien henkilöiden kanssa hyvissä ajoin ennen tilaisuutta.
2. Toivota läsnäolijat tervetulleiksi.
3. Esittele itsesi ja muut läsnäolijat.
4. Kerro, mitä asioita käsitellään. Kerro myös tilaisuuden rakenne. Kerro, koska tiedotusvälineiden edustajilla on mahdollisuus saada ns. 1 vs. 1 -haastatteluja.

5. Anna tiedotustilaisuudessa oleville henkilöille tarpeeksi aikaa vastata kysymyksiin. Esitä tarvittaessa jatkokysymyksiä.
6. Mikäli seurallasi on yhteistyösopimuksia kumppaneiden näkyvyyden suhteen, pidä huolta, että tarvittava logonäkyvyys toteutuu.
7. Kerro ystävällisesti, missä toivot yksittäisten haastattelujen tehtävän. Varsinkin tv-yhtiöt ovat hankkoita viemään haastateltavansa logonäkyvyyden ulottumattomiin. Pidä mielessä, että sinä järjestät tilaisuuden ja sinä määrittelet haastattelupaikat.
8. Muutama keventävä heitto voi pirstää tilaisuutta, mutta älä vie omalla käytökselläsi huomiota itse asiasta. Olet edustamassa seuraa, et itseäsi.
9. Kerro, mistä osallistujat saavat lisätietoa asiasta.
10. Jos ja kun olet tehnyt käsiteltävää aiheesta tiedotteen, laita se jakoon vasta tiedotustilaisuuden jälkeen. Näin paperien pläjäminen tilaisuuden aikana ei vie mielenkiintoa itse asialta.



Paikallisten medioiden rooli

Pääsarjoja lukuun ottamatta kansallisen median reagointikynnys on valittavan korkea. Tämä ei kuitenkaan sulje pois sitä vaihtoehtoa, ettei seura pystyisi itse vaikuttamaan julkaisukynnyksen madaltumiseen merkittävästi – varsinkin paikallisella tasolla.

Seurautisointi saa yleensä hyvin palstatilaa paikallisesta lehdestä. Kannattaa muistaa, että paikallislehdet toimivat usein yhtä rajallisilla henkilöresursseilla kuin moni jalkapalloseurakin. Kannattaa siis olla kiinteässä yhteistyössä oma seutusi paikallislehden kanssa. Ottakaa rohkeasti yhteyttä urheilusta ja vapaa-ajasta vastaaviin toimittajiin. Voitte vaikka sopia, että seura toimittaa valmiiksi kirjoitetun viikoittaisen katsauksen seuran kuulumisista. Rahaa seura ei kirjoitustyöstä ansaitse, mutta seura saa näin säännöllisesti palstatilaa julkaisusta, jota kaikki sidosryhmien edustajat varmuudella seuraavat. Hyvässä yhteistyössä paikallislehden kanssa ei ole häviäjiä. Lehti saa hyviä ja paikallisia uutisia, ja seura säännöllistä julkisuutta. Kirjoitettu juttu tuo aina enemmän uskottavuutta kuin maksettu mainos. Toki henkilökiemiat saattavat joskus mennä asioiden edelle, mutta muista aina seuraava: SEURAN ETU ON TÄRKEIN, EI YKSITTÄISEN HENKILÖN.

Esimerkki

Seura oli paikkakunnan suurin liikuttaja. Vuosikymmeniä jatkunut työ oli kantanut hedelmää Suomen mestaruuksia myöten. Seutukunnan suurin lehti kirjoitti aktiivisesti miesten edus-

tusjoukkueen asioista, mutta riippuen päätoimittajan tai seuran puheenjohtajan kulloisistakin väleistä, kirjoitusten sävy tai julkaisu tiheys vaihteli. Kumpikin tarvitsi toisiaan, mutta tietty kyräily leimasi suhteita.

Seura päätti kutsua lehden päätoimittajan ja urheilutoimituksen päällikön keskustelemaan asioista. Keskustelussa tuli ilmi, että lehden edustajat olivat ajoittain olleet pettyneitä siihen, että olivat saaneet tietää seuran tapahtumista kolmansilta tahoilta ja olleet näin pahasti jälkijunassa uutisoinnissaan. Seura teki linjauksen, että jatkuva paikallinen näkyvyys on sille tärkeämpää, kuin ajoittainen kansallinen uutiskynnyksen ylitys. Seura ja lehti sopivat, että lehti saa tietoonsa tärkeimmät joukkueita koskevat uutiset tietoonsa julkaisua edeltävänä päivänä. Muille tiedotusvälineille seura lähettää tiedotteen aikaisin seuraavana aamuna. Näin tärkeimmät seura koskevat uutiset olivat aamun lehdessä, sekä samanaikaisesti muun median käytettävissä. Varsinaista skuuppia paikallislehti ei siis saanut, mutta pystyi ensimmäisenä tarjoamaan lukijoilleen kattavan ja hyvin taustoitettun jutun oman kylän sankareista.

Tämän ”uutisvuodon” korvaukseksi lehti alkoi julkaista viikoittaista palstaa seuran tapahtumista, jossa käsiteltiin laajemmin naisten ja junioreiden toimintaa. Näin seura sai paikallista näkyvyyttä kaikille seuratoimijoille ja lehti etulyöntiaseman kansallisesti kiinnostaviin uutisiin.



Toimittajasuhteet – Älä provosoidu!

Toimittaja tekee omaa työtään suurella todennäköisyydellä samalla vakavuudella ja ammattitaidolla kuin sinäkin. Ajattele siten, että kun kohtaat toimittajan, kohtaat tasavertaisen ammattilaisen. Alentuvaan käytökseen ei ole mitään syytä. Toimittajat ja media yleisesti ovat erittäin tärkeä palanen kaikessa urheilussa. Pidä se mielessä, mutta älä anna toimittajan tai median tehdä tai vaatia mahdottomia. Reilu ja asiaankuuluva käytös tuo aina parhaat tulokset. Kun ammattilainen kohtaa ammattilaisen, molemminpuolisen kunnioituksen säännöt tulee pitää mielessä. Toki toimittajalla on ammattinsa suoma oikeus kritisoida seurasi toimintoja tai tekemisiä, mutta yksittäisestä

negatiivissävytteisestä jutusta tai kommentista ei kannata provosoitua. Niin kauan kun seuran toimijoilla on seurajohdon ja vuosikokouksen tuki, olet niin sanotusti turvassa.

Muista tämä: älä koskaan käy taistelemaan tai väittelemään tiedotusvälineiden kanssa. Sen taistelun häviät joka kerta ja pahennat luultavasti vain omaa ja seurasi asemaa.

Esimerkki

Tunnettu suomalainen mielipidekirjoittaja käsitteli kolumnissaan hieman provosoivaan sävyyn suomalaista huippuvalmentajaa. Kirjoituksen sävy oli kuitenkin humoristinen, jopa ymmärtäväkin. Sanavalmiina henkilönä valmentaja katsoi asiakseen kommentoida kolumnia seuraavan ottelun jäl-



keisessä lehdistötilaisuudessa. Tämä tuli totta kai myös kolumnin kirjoittajan korviin. Tilanneherkkä toimittaja luonnollisesti jatkoi tarinaa sopivin lainauksin seuraavassa kolumnissaan.

Valmentaja alkoi tämän jälkeen uhkailla kirjoittajaa oikeustoimin kunnianloukkauksesta. Valmentajalta jäi huomaamatta, että koko jalkapalloa seuraava yhteisö oli jo ajat sitten suhtautunut asiaan naureskellen, ja odotti vesi kielellä tapahtumaketjun seuraavaa episodtia.

Taitava toimittaja ei ollut tehnyt mitään rikollista, saati sitten loukannut valmentajan kunniaa. Tämän totesi myös poliisi valmentajan jättämän rikosilmoituksen esitutkinnassa. Näin ollen julkisuudessa käyty kinastelu päättyi 6-0 toimittajan eduksi. Valmentaja antoi koko prosessin ajan itsestään erittäin lapsellisen kuvan, jonka kaikki muut paitsi itse valmentaja tuntuivat näkevän. Toimittaja taas toimi kylmän analyyttisesti ja piti koko ajan aloitteen ja ohjeet käsissään.

Vaikka kyseinen esimerkki kertookin valmentajasta, voisi tilalla olla seuran puheenjohtaja, taloudenhoitaja tai vaikka pelaaja. Jalkapallo herättää intohimoja, ja joskus kaikilla keittää yli. Kannattaa kiinnittää erityisesti huomiota siihen, ettei provosoidu. Kaikkea, mitä media kirjoittaa, ei tarvitse niellä, mutta hyvin harvoissa tapauksissa asiat ovat niin vakavia, että niistä kannattaa lähteä käräjöimään. Medialla on velvollisuus oikaista selkeät asiavirheet, mutta tällaista oikaisua kannattaa vaatia vain silloin, kun virhe vaikuttaa seuran jokapäiväiseen toimintaan.

Parrasvaloissa

Kuinka toimia, kun tv-kamerat sitten eräänä kauniina päivänä tulevatkin paikalle?

Yleistäen voidaan sanoa, että jokainen suomalainen amatööri- tai junioriseura ylittää kansallisen uutiskynnyksen kerran 20 vuodessa. Tuhkimotarinat vaikkapa Suomen cupissa kiinnostavat aina mediaa. Kun alasarjalainen raivaa tiensä kuudentoista tai kahdeksan parhaan joukkoon, on näkyvyys ja mediakiinnostus taattua.

Erilaiset junioriturnaukset ja niistä raportointi ovat joka kesäistä kauraa urheilulähetysten loppukevennyksinä.

Jos seura saa esimerkiksi järjestettäväkseen kansallisesti merkittävän ottelun, kannattaa jokainen kivi kääntää mahdollisimman suuren näkyvyyden saamiseksi. Muissa kuin Veikkausliigaseuroissa on harvoin päätoimista tiedottajaa. Kun on tiedossa, että tapahtuma saattaisi kiinnostaa valtakunnallista mediaa, on syytä nimetä henkilö, joka vastaa kaikista media-asioiden hoitamisesta kyseisen tapahtuman osalta. Tämä helpottaa organisointia ja median kanssa toimimista. Sopikaa seuran sisällä, että jokainen haastattelupyyntö ohjataan tälle henkilölle. Toimittaja nappaa useimmiten seuran verkkosivuilta valmentajan tai puheenjohtajan numeron ja soittaa suoraan heille. Vaikka seurajohtoa kuinka kihelmöisi antaa kaikenlaisia lausuntoja, täytyy jollain henkilöllä olla kokonaiskäsitelmä siitä missä mennään. On myös toimittajan etu, että hän tietää keneen olla yhteydessä, kun saapuu tapahtumaan.

Vaikka saatu näkyvyys voi rahallisesti olla samaa luokkaa kuin seuran koko budjetti, kannattaa kuitenkin aina muistaa, että tärkeintä on edelleen seuran yhteisesti asetetut tavoitteet. Julkisuus hinnalla millä hyvänsä on itsensä ja seuransa pettämistä. Älä siis mene helppoon median kanssa. Media ei sanele koska ja missä haastattelut tai kuvaaminen tehdään. Seura määrittelee aikataulun siten, että se ei vie pähuomiota itse pelistä.

Julkisen sanan neuvosto ja Suomen Journalistiliitto ovat linjanneet haastateltavan ja haastattelijan oikeudet seuraavasti:

– *Haastateltavalla on oikeus saada ennakolta tietää, millaisessa asiayhteydessä hänen lausumaansa käydetään. Hänelle on myös kerrottava, jos haastattelua voidaan käyttää useammissa välineissä. Haastateltavan tulee aina saada tietää, onko keskustelu tarkoitettu julkaistavaksi vai ainoastaan tausta-aineistoksi.*

– *Haastateltavan pyyntöön tarkastaa lausumansa ennen julkaisemista on yleensä syytä suostua, jos se toimitusteknisesti on mahdollista. Oikeus koskee vain haastateltavan omia lausumia, eikä sillä saa luovuttaa journalistista päätösvaltaa toimituksen ulkopuolelle.*

– *Haastateltavan kieltoon julkaista lausumansa tulee suostua vain, jos olosuhteet ovat haastattelun antamisen jälkeen muuttuneet niin olennaisesti, että julkaiseminen olisi selvästi kohutonta.*

– Ilmoitusten ja toimituksellisen aineiston raja on pidettävä selvänä. Piilomai-
nonta on torjuttava.

Toimittajat ovat pääsääntöisesti yhteistyökykyisiä, toki jokaisessa ammattiryhmässä löytyy myös haastavia tapauksia. Älä provosoidu toimittajan mahdollisista ennakoasenteista, vaan pyri tuomaan esiin se, mikä seurallasi on tärkeää. Saattaa olla, että toimittaja on erikoistunut vaikkapa moottoriurheiluun tai muuhun joukkueurheiluun. Juttukomennus seurasi tapahtumaan saattaa olla toimittajalle pahinta pakopullaa, samalla kun se on seurallasi suurin tapahtuma vuosiin. Pyri kääntämään tämä mahdollinen ristiriita eduksesi. Ole ylpeä siitä mitä olette, älä vähättele esim. olosuhteitanne tai muuten pieniä resursseja. Tehkää toimittajan työ helpoksi: laatikaa tiivistetty yhteenvedo seurain historiasta ja toiminnasta. Aitous, ylpeys ja ilo seurain toiminnasta tarttuvat kyynisimpäänkin toimittajaan ja näkyvät varmuudella myös julkaistavassa uutisessa. Älkää kuitenkaan peitelkö totuutta, mikäli seurain menneisyydessä on tapahtunut jotain negatiivista. Kun puhut totta, et voi jäädä kiinni.

Ammattitaitoinen toimittaja on seuraan yhteydessä etukäteen ja ilmoittaa tulevansa tekemään juttua. Pyrkikää järjestämään kohtuuden rajoissa olosuhteet sellaisiksi, että kuvausryhmä pystyy tekemään työnsä rauhassa. Perusoletuksena on, että tapahtumapaikalta löytyy toimiva verkkoyhteys, jonkinlaiset työskentelytilat ja virvokkeita. Eri kilpailujen yksityiskohtainen mediaohjeistus löytyy Palloliiton kilpailumanuaaleista. On aivan hyväksyttyä tiedustella minkälaista juttua toimittaja on tekemässä. On hyvä järjestää asiat siten, että kaikki haastattelut tehdään samalla kertaa. Rajatkaa tilaisuudet

haastatteluille kuitenkin siten, että tapahtumapäivänä ennen itse ottelua haastatteluja ei tehdä. Peli on tärkein!

Käytä pelisilmää myös ottelun jälkeen. Toimittaja vetoaa kovaan kiireeseen ja haluaa haastatella pelaajaa heti loppuvihellyksen jälkeen. Useimmissa tapauksissa toimittajalla ei ole kiire minnekään muualle kuin kotiin. Juttu tapahtumasta tuskin tulee pääurheilulähettykseen, vaan ns. feature-tyyppisenä juttuna verkkoon, aamulähettykseen tai myöhemmin viikolla esitettävään urheilun ajankohtaisohjelmaan. Muistakaa: seura määrittää sen koska ja missä pelaajia ja valmentajia haastatellaan. Toimittaja saa esittää toiveensa, ja useimmiten ne pystytään toteuttamaan. Se ei kuitenkaan ole automaatio.

Kiihkeän ottelun jälkeen pelaajille ja valmentajalle on hyvä antaa hetki aikaa kerätä itsensä. Tunnekuohon vallassa kameran eteen menossa on vaaransa, ja kommentit voivat olla ajattelemtomia varsinkin, kun pelaajat eivät ole tottuneet työskentelemään median kanssa.

POINTTI. Sijoittaja Warren Buffet on todennut vapaasti suomennettuna jotakuinkin näin: "Hyvän julkisuuskuvan rakentaminen kestää 20 vuotta, mutta voit tuhota koko homman viides-
sä minuutissa. Jos uhraat tälle ajatukselle hetken, teet varmasti asiat hieman toisella tavalla, kuin olit ensin ajatellut."

Kriisiviestintä

On hieman nurinkurista, että tapahtumat, jotka kriisin aiheuttavat jäävät usein median arvioinneissa pienemmälle huomiolle kuin se, kuinka organisaatio kriisistä selviää.

Tapahtunut todetaan, mutta suuremmat otsikot tehdään siitä, mitä ei ole tapahtuneen jälkeen tehty tai kerrottu, tai mitä epäillään salailtavan.

Negatiiviset uutiset kiinnostavat aina enemmän kuin positiiviset. Huhuilta on helppo katkaista siivet: Tiedota aktiivisesti, rehellisesti äläkä yritä kaunistella asiaa, vaikka asia kuinka negatiivinen olisikin seuran kannalta.

Tästä päästään ensimmäiseen ja tärkeimpään seikkaan kriisiviestinnässä: Älä valehtele medialle. Jäät loppujen lopuksi aina kiinni. Varoittavia esimerkkejä on riittämiin.

Kriisi jättää aina jälkensä seuraan. Äärimmäisissä tapauksissa se on lopettanut koko seuran toiminnan. Useimmiten kriisistä syntyy loppujen lopuksi jotain uutta: uusi tapa toimia, uusi organisaatorakenne tai uusien henkilöiden tulo seuran toimintaan.

Jokaisella suomalaisella jalkapalloseuralla tulisi olla olemassa selvä toimintasuunnitelma siitä kuinka se toimii kun



se joutuu tekemään kriisiviestintää. Tähän toimintasuunnitelmaan tulisi kirjata ainakin seuraavat seikat:

1. Ketkä vastaavat kriisiviestinnästä? Mitkä ovat ryhmän yhteydenpitotavat?
2. Kuka selvittää, mitä on oikeasti tapahtunut? Huhujen varaan ei voi laskea mitään.
3. Mikä on viestinnän laajuus kriisin alkuvaiheessa? Mitä viestitään ja kenelle?
4. Viestinnän nopeus. Jos media pääsee asian kimppuun ennen seuraa, on junaa aina vaikea pysäyttää.
5. Viesti aina myös se, mitä kriisistä on otettu opiksi. Tässä vaiheessa kriisiviestintä muuttuu oikein hoidettuna positiiviseksi viestinnäksi.

Kuolemantapaukset, seksuaalinen häirintä, talousrikollisuus, vedonlyöntivilppi, henkilösuhteista aiheutuvat kriisit – kaikki ovat äärimmäisen vakavia asioita, joissa ei välttämättä aina edes kannata lähteä viestijänä ottamaan kovin näkyvää roolia.

Mikäli seuraa kohtaa kuolemantapaus, muista aina edetä omaisten tahdon mukaan. Seuralta odotetaan yleensä jonkinlaista elettä vainajan muistamiseen, mutta yhtä ja oikeaa toimintatapaa ei ole. Kannattaa huomioida, että aidon osanottamisen ja banaaliuden välinen ero on hiuksen hieno.

Muissa tapauksissa muista, että lainsäädäntö suojelee myös epäiltyä, eikä oikeutta tai tuomitsemista tule koskaan ottaa omiin käsiin.

Seuraa koskevat kriisitilanteet voi jakaa karkeasti seuraavasti:

1. Yllättävät tilanteet, joihin seura ei voi omalla toiminnallaan ennakkoon vaikuttaa.
2. Tilanteet, joiden syntyyn seuran on toiminnallaan vaikuttanut

Yllättävien tilanteiden aiheuttamat kriisit

Näitä ovat esimerkiksi seuran toimintaolosuhteisiin vaikuttavat kriisit kuten tulipalot, luonnon olosuhteista johtuvat tapahtumat, sairaus- tai kuolemantapaukset seuran sisällä tai sen lähipiirissä. Klisee siitä, että kriisi voi luoda uutta kasvua ja kehitystä pitää täysin paikansa. Vaikka seura olisikin täysin syytön tapahtuneeseen, ei se poista sitä seikkaa, että seuran tulee aktiivisesti viestiä, kuinka se aikoo kriisistä selviytyä. Oikea-aikaisella ja avoimella viestinnällä kriisi voidaan kääntää voitoksi, mutta tämä vaatii pitkäjänteistä työtä.

Esimerkki:

Seuran käyttämät huolto- ja sosiaalitalat tuhoutuivat lähes kokonaan tulipalossa, joka oli saanut alkunsa oikosulusta. Kiinteistöjen lisäksi tuhoutui suuri osa joukkueiden varusteista, joten onnettomuus kosketti seuran jokaista joukkuetta. Kiinteistöt olivat kunnan omistamia, mutta seuralla oli pitkäaikainen ja edullinen vuokrasopimus tiloista. Kysymys siitä, kuinka jo muutenkin jäsenmäärään viime vuosina menettänyt seura aikoo selvitä, nousivat paikallislehden ykkösaiheeksi. Vakuutukset korvaisivat osan vahingoista, mutta prosessi tulisi olemaan pitkä, eikä auttaisi seuraa juuri kriittisimmällä hetkellä. Seuran puheenjo-

taja antoi hallituksen kriisikokouksen jälkeen lausunnon, jossa tilanteen lohduttomuus myönnettiin täysin:

”Seura ei tule selviämään ensi kaudesta ilman kaikkien seuraihmissen tukea. Alustavat neuvottelut kunnan johdon kanssa ovat tuoneet esille sen, että nopeaa tukea kunnalta ei tässä taloudellisessa tilanteessa voida odottaa. Seura kartoittaa tulevien viikkojen aikana perusteet sille, millaisia mahdollisuuksia seuralla olisi rakennuttamaan uudet tilat tuhoutuneiden tilalle.”

Tunnustamalla tosiasiat ja oman voimattomuutensa seura sai aikaan lumivyöryn. Lyhykäisytyydessään tapahtui seuraavaa: Kunta vuokrasi pitkäaikaisella vuokrasopimuksella rakennuksen maapohjan seuralle, paikkakunnan yritykset lupautuivat tarjoamaan apuaan rakennustöissä niiltä osin, kuin lainsäädäntö vaati ammattilaisten käyttöä sähkö-, vesi, ja ilmastointiurakoissa, muutama paikallinen metsänomistaja lupasi veloitusetta antaa tarvittavan puutavaran rakennuksiin jne.

Seura kartoitti kaikkien yhteistyökumppaniensa mahdollisuudet lisätukeen, haki investointiapua eri tukiohjelmista, ja sai kun saikin kokoon tarvittavan 300 000 euron potin kasaan. Lainaa summasta oli noin puolet, mutta paikallisen pankin kanssa päästiin sopuun pitkästä maksuajasta.

Mikä tärkeintä, lähes koko seuran jäsenistö oli mukana rakennusprojektissa. Talkoita tehtiin lähes joka viikonloppu. Toki projekti olisi valmistunut aikaisemmin, mikäli rakentajina olisi ollut koko ajan käytettävissä ammattilaisia, mutta sitoutuneisuus ja yhteishenki koettiin tärkeämmäksi seuran taholta. Luonnollisesti talkoilla säästettiin huomattavat summat rahaa.

Merkittävää on, että seura kertoi aktiivisesti koko ajan siitä missä vaiheessa projekti etenee. Rahankäyttö oli täysin läpinäkyvää, talkoisiin osallistuneet yritykset saivat kosolti hyvää julkisuutta ja vuoden päästä tulipalosta seuralla oli oma upouusi kiinteistö. Kriisiviestintänä alkanut prosessi päättyi erittäin positiiviseen viestiin koko yhteisön kannalta.

Ei ole onneksi vielä täysin poikkeuksellista, että yhteisö on valmis auttamaan silloin, kun joku sen jäsen kohtaa vastaavan kriisitilanteen. Mikä olisi ollut lopputulos, mikäli seurajohto olisi vetäytynyt kuoreensa ja antanut seuran ja sen jäsenistön ”lillua” huhumarinadissa kuukausikaupalla? Tunnustettiin tosiasiat, saatiin yhteisön tuki taakse ja päästiin luomaan uutta ja parempaa. On selvää, että vastaavanlainen projekti vaatii avainihmissen tiukkaa sitoutumista ja uhrauksia, mutta eikö siitä pitäisi juuri ollakin kyse, kun halutaan kehittää suomalaista jalkapalloa?

Kriisit, joiden syntyyn seuran jäsen on toiminnallaan vaikuttanut

Julkisuudessa on puitu muun muassa seksuaalista hyväksikäyttöä, vedonlyöntivilpejä, kavalluksia tai tulehtuneita henkilösuhteita suomalaisten jalkapalloseurojen yhteydessä. Mikään edellä mainituista ei välttämättä mairittele suomalaista jalkapalloseuraa missään yhteydessä.

Mikäli seuran jäsentä epäillään esimerkiksi yllä olevista seikoista, tulee edetä erittäin hienovaraisesti. Asiat ovat niin vakavia, että mikäli epäilyjä edellisenkaltaisesta toiminnasta on, tulee asia



viipymättä antaa asianosaisen viranomaisen hoidettavaksi.

Seura ei ole tuomioistuin tai poliisi. Kannattaa pohtia aina myös sitä mahdollisuutta, että laittomasta toiminnasta epäilty henkilö voi olla syytön. Mikäli seura ottaa viestinnällisesti kantaa puoleen tai toiseen, voivat seurukset seuran kannalta tulla vieläkin kalliimmaksi, kuin mitä kriisin – ehkä – aiheuttanut henkilö on toimillaan aiheuttanut.

Kuinka viestiä, mikäli seuran jäsentä epäillään rikoksesta? Edelleen; Syyllisyys todetaan oikeusistuimissa, ei seurassa. Viesti ulospäin ei kuitenkaan ole kovin mairitteleva, mikäli rikoksesta epäilty jatkaa seuran toiminnassa. Viestinnällisesti asia voidaan hoitaa näin:

1. Myönnetään avoimesti tapahtunut ja se, että jotain seuran edustajaa epäillään
2. Kerrotaan, että asia on viranomaisten hoidossa.
3. Tutkinnan ajan kyseinen henkilö ei ole mukana seuran toiminnassa.
4. Asiasta tiedotetaan vasta kun tutkiminta on päättynyt. Osatotuuksien ja huhujen puiminen julkisuudessa vain pahentaa asiaa.

Seura ei voi, eikä sen tarvitse tehdä viestinnällisesti yhtään enempää. Kuinka seura asian sisäisesti hoitaa, riippuu seuran sisäisistä mekanismeista.

Rikostapaukset suomalaisissa jalkapalloseuroissa ovat onneksi harvinaisia. Useimmiten kyse on tulehtuneista henkilösuhteista ja niiden vaikutuksista seuran toimintaan. Henkilökemiois-

ta aiheutuneet kriisit ovat aina erilaisia. Kun mukaan otetaan voimakkaat tunteet puolesta tai vastaan, lentää järki usein romukoppaan. Usein viestinnässä ja seuran toimenpiteissä on valittava huonoista vaihtoehdoista vähiten huono. Henkilöt saattavat irtautua seurasta ja vahingoittaa sen toimintaa pitkäksi aikaa. Yksikään henkilö ei kuitenkaan saisi nousta seuraa tärkeämmäksi. Jos seura selviytyy ja pystyy pitkällä aikavälillä kehittymään kriisin ansiosta, on se aina toivottavampaa kehitystä, kuin yksittäisten henkilöiden aikaansaama lyhytaikainen ja seura sisällepäin hajottava toiminta. Seura on yhtä kuin sen koko jäsenistö, yksittäisen henkilön vaatimukset tai toimet eivät koskaan voi nousta seuraa ja sen toimintaa tärkeämmiksi

Esimerkki

Seuran lippulaivajoukkueen valmentajaa vastaan oli kerätty seurajohdon tietämättä mittavaa adressia siitä, että mikäli tätä ei eroteta, usea avainpelaaja vaihtaa seuraa pahimman paikalliskilpailijan leiriin. Adressin alullepanija oli turhautunut vanhempi, jonka tytär ei vanhemman mielestä saanut tarpeeksi peliaikaa joukkueessa. Tilanne tuli seurajohdolle sikäli yllätyksenä, että joukkue oli menestynyt hyvin viime vuosina, eikä ulospäin näkynyt mitään ongelmia. ”Se on nyt netissä”, seuran puheenjohtaja kuuli junioripäällikön toimesta. ”Mikä?”, kysyi puheenjohtaja.

Adressi, joka sisälsi kymmenen vanhemman allekirjoitukset ja vaatimuksen särmikkään valmentajan erottamisesta oli laitettu muutamalle jalkapalloon keskittyneelle verkkosivulle. Soppa oli siis valmis. Huhumylly alkoi jauhua, ja tunnelatautuneet kommentit valmentajan puolesta ja vastaan täyttivät keskustelupalstat. Hetkessä koko seurayhteisö

tiesi – tai ainakin oli muodostanut jonkinlaisen kannan - asiasta.

Seurajohdon toiminta oli tapauksessa kiitettävän nopeaa. Muutamassa tunnissa adressin ilmestymisestä hallitus oli pitänyt puhelinkokouksen, jossa se oli päättänyt seuraavaa:

Pyydetään vastineet kummaltakin osapuolelta hallitukselle. Asian käsittelyn ajaksi joukkuetta luotsaamaan nimitettiin valmennusryhmä, johon kuuluivat kritiikin kohteeksi joutuneen valmentajan kakkosvalmentaja sekä ”kapinaryhmän” ehdottamat kaksi valmentajaa. Ei siis annettu kummallekaan ryhmittymälle etulyöntiasemaa, vaan turvattiin se, että joukkueen toiminta pystyy jatkumaan edes jollain tasolla, vaikkakin pahasti häiriintyneenä kaikesta kohusta.

Tämä myös tiedotettiin julkisuuteen välittömästi. Missään viestissä ei kerrottu, että entinen valmentaja olisi erotettu. Negatiivissävyinen viesti prosessin tässä vaiheessa olisi ollut taas yksi askel taaksepäin.

Seuranneena parina viikkona joukkueen tulokset olivat alavireisiä. Tasapeli ja tappio laimensivat myös tunteita ”kapinaryhmässä”. Adressin allekirjoittaneet vanhemmat huomasivat, että joukkueen valmennus ei kaikesta huolimatta ollut enää yhtä ammattitaitoista. Seurajohto kävi kummankin osapuolen vastineet läpi ja teki johtopäätöksensä. Oli lähes mahdotonta, että kaiken tapahtuneen jälkeen entinen valmentaja palaisi joukkueen peräsimeen heikentyneistä tuloksista huolimatta. Tätä mieltä oli myös kritiikin kohteeksi joutunut valmentaja, joka veti asiasta



johtopäätökset ja yhteisellä päätöksellä seuran puheenjohtajan kanssa päätti lopettaa valmennussuhteensa seuraan.

Kävi niin, että joukkueen kakkosvalmentaja jätti myös tehtävänsä, ja yhtäkkiä oltiin tilanteessa, että joukkueen koko valmennusjohto oli vaihtunut kesken kauden. Koska tulokset eivät kuitenkaan olleet joukkueen kehittymisen kannalta suotuisia, ei

seurajohdolle jäänyt muuta vaihtoehtoa kuin aloittaa rekrytointiprosessi ”kapinaryhmän” valmentajien korvaamiseksi.

Seura pääsi tiedottamaan uusista valinnoista alkusyksystä. Pahimmat tunnekuohut olivat laantuneet vanhempien taholta kesän mittaan, eikä kukaan kyseenalaistanut uusia valmentajaratkaisuja, varsinkin, kun tulokset ”kapinaryhmän” valmennuksessa eivät olleet kovin mairittelevia.

Uusien valmentajien johdolla joukkue palasi pikku hiljaa omalle tasolle ja pelaa tällä hetkellä parasta jalkapalloaan vuosiin.

Mitä seura olisi voinut tehdä toisin ja kuinka se kehitti toimintaansa kriisin seurauksena? Voidaan sanoa, että mikäli sisäinen seuranta ja raportointi olisivat olleet säännöllisempiä, olisi joukkueen sisäisistä tapahtumista voitu oltu perillä aikaisemmin. Olisiko se kuitenkin estänyt kapinallisia laatumista adressiaan? Tapahtuneesta viisastuneena seura selvensi sisäistä viestintäänsä ja lisäsi raportointivastuita. Toimenkuvia tarkennettiin entisestään. Seura toimi viestinnällisesti oikein siinä, ettei se lähtenyt kommentoimaan keskeneräistä asiaa, vaan eteni jalkapallon ehdoilla. Kritisoitu valmentaja siirrettiin syrjään asian käsittelyn ajaksi. Kumpi osapuoli siten voitti? Seurajohdon luottamusta nauttanut valmentaja joutui lähtemään – mikä olikin kapinaryhmän tavoite. Toisaalta ryhmän esittämät vaihtoehdot osoittautuivat heikommaksi kuin entinen valmentaja. Järkisyys eivät siis sanelleet vastustusta, vaan se perustui lähes kokonaan tunnepohjalle. Seuran toiminta häiriintyi, mutta ei lamaantunut, kiitos nopean reagoinnin. Huhuja ei lähdetty vatvomaan, vaan seura eteni yhteisesti sovittujen pelisääntöjen mukaan. Loppujen lopuksi uusista rekrytoinneista ei ole kuulunut yhtäkään poikkipuolista sanaa. Asiat toimivat ja joukkue menestyy.

POINTTI. Joissain tapauksissa kriisin jälkeen toteama ”No news is good news”, on hyvinkin tavoiteltava olotila.

Tekijästä

Riku Auvinen (s.-66) on tehnyt pitkän uran suomalaisen jalkapalloviestinnän parissa. Hän on toiminut monen eri arvoturnauksen mediapäällikkönä ja usean Veikkausliigaseuran tiedottajana. Toimenkuvaan on kuulunut myös erilaisia tv-tuotantoja. Auvinen on osakkaana urheiluviestinnän parissa toimivassa TW Krotus Oy:ssä.

Tärkeimpänä saavutuksenaan jalkapallossa tekijä pitää 25-vuotista uraansa kolmosdivisioonassa pelaavan SexyPöxyjen eri tehtävissä pelaajasta puheenjohtajaan.

Seuraviestinnän opas syntyi osana Suomen urheiluopiston johtoinstituutin ja Suomen Palloliiton järjestämän JET-tutkinnon (Johtamisen erikoisammattitutkinto) kehittämisprojektia.



