



## 1. Taustatiedot

Diaarinumero	98/3510/03
Loppuraportin tila	Muutettavissa
Projektin nimi	Oulunkaaren Viestinnällä voimaa -hanke
Projektikoodi	S01456
Tavoiteohjelma	1B
Toimintalinja	3
Toimenpidekokonaisuus	2
Projektin suunnitelman mukainen kesto aika	1.1.2004 - 31.12.2006
Projektin päävastuuviranomainen	3413 Pohjois-Pohjanmaan TE-keskus, työvoimaosasto
Projektia hallinnoiva organisaatio	Oulunkaaren seutukunnan kehittämis- ja osaamiskeskuksen kuntayhtymä
Projektin vastuhenkilö	Kirsti Ylitalo, seutukuntajohtaja
Puhelinnumero	040 740 0978
Postiosoite	Piisilta 1, Micropolis, 91100 II

## 2. Yhteenveto projektin toteutuksesta ja tuloksista

Viestinnällä voimaa-hankkeen tavoitteena oli rakentaa seudullinen viestintästrategia Oulunkaaren seutukuntaan. Hankkeen alkuvaiheessa kuitenkin ilmeni, että seudullisen viestinnän suunnittelussa on lähdettävä liikkeelle peruskuntien viestinnän tasolta. Jokaiselle kuudelle kunnalle ja seutukunta-organisaatiolle päätettiin tehdä oma viestintäohje koulutuksellisin ja valmennuksellisin keinoin. Toisena tavoitteena oli rakentaa viestinnän osaajaverkosto Oulunkaaren seutukuntaan. Hankkeen tavoitteena oli valmentaa organisaatioiden/yhteisöjen valitut henkilöt toteuttamaan kokonaisvaltaisesti ja tarkoituksenmukaisesti läpinäkyvänä toimivaa viestinnän toimintamallia. Alueella suoritettavat viestinnän erillistoimet vahvistavat kokonaisuutena alueen maineen tavoiteltua myönteistä kehittymistä.

Projekti alkoi seudullisen viestinnän nykytilan analyysillä. Kuntien ja alueen yritysten kanssa selvitettiin koulutustarpeita ja viestinnän kehittämisen kohteita. Kuntien viestintävalmennus sisälsi kuntakohtaisten viestintäohjeiden tekemisen, viestintäkoulutukset ja kuntakohtaiset viestinnän erillistoimet. Kunnat määrittelivät viestintäkoulutuksiin osallistuvat henkilöt oman kuntansa osalta. Yritykset tulivat hankkeeseen mukaan yrityksen oman kiinnostuksen ansiosta tai projektipäällikön pyynnöstä. Yrityksille suunnattuihin yleisiin koulutustilaisuuksiin saivat osallistua kaikki halukkaat pientä osallistumismaksua vastaan.

Hankkeen arviointi on tapahtunut jatkuvana arviointina, muun muassa koulutusten palautekyselyinä. Koulutuspalautteet olivat erittäin myönteisiä. Viestintähankkeen onnistumista arvioitiin myös osana Oulunkaaren toiminnan arviointikyselyä marraskuussa 2006. Kyselyyn vastasivat kuntien johto, seutukunnan päättäjät, ohjausryhmien jäsenet ja muita yhteistyökumppaneita (yhteensä 39 vastausta). Vastaaajista 5 % oli sitä mieltä, että viestintä- ja maineenhallintatyö on onnistunut erinomaisesti, 24 %:n mielestä hyvin, 47 %:n mielestä tyydyttävästi; 8 % vastaajista oli sitä mieltä, että viestinnässä ja maineenhallinnassa on epäonnistuttu. (16 % ei osannut ottaa kantaa).

Projektin tärkein tulos on, että seutukunnan kuntien ja mukana olleiden yritysten ymmärrys viestinnän merkityksestä on kasvanut ja asenteet viestintää kohtaan ovat myönteisemmät. Myös käytännön viestintätaidot ovat parantuneet. Jokaiselle seutukunnan kuudelle kunnalle on valmistunut oma viestintäohje. Viestintäohje auttaa kunnan työntekijöitä ja luottamushenkilöitä viestinnän toteuttamisessa. Myös Oulunkaaren seutukuntaorganisaatiolle valmistui sisäisen ja ulkoisen viestinnän ohjeet. Kuntien henkilöstön viestintäosaaminen on parantunut kuntakohtaisten koulutuksien sekä

kuntien yhteisten koulutustilaisuuksien avulla. Kuntien johtoryhmät ja luottamushenkilöt saivat myös seminaarityyppistä viestintäkoulutusta. Viestintäohjetyön ja koulutustilaisuuksien aikana kun-nat ovat oppineet hahmottamaan viestinnällisen koulutus- ja kehittämistarpeensa. Kunnissa on myös löydetty henkilöstön keskuudesta ne henkilöt, jolle viestinnän työtehtäviä voidaan jatkossa vastuuttaa aiempaa enemmän. Nämä henkilöt ovat mukana hankkeen myötä syntyneessä osaajaverkostossa.

Seutukunnan ns. kärkiyritykset ovat olleet projektisuunnitelman tavoitteen mukaisesti hankkeessa mukana. Samoin useiden pienempien yritysten viestintäosaaminen on parantunut. Erityisesti matkailualan yrityksiä kannustettiin yhteisen markkinointiviestinnän tehostamiseen ja maksuttomien kanavien, kuten lehdistösuhteiden hyödyntämiseen. Yritysten maksamat osallistumismaksut ja omarahoitus toivat hankkeelle projektisuunnitelmassa määriteltyä yksityistä rahaa.

Hankkeeseen osallistui kaikkiaan 426 henkilöä, kun tavoite oli 120. Hankkeen tavoitteena oli saada hankkeen toimintaan mukaan 10 yritystä ja 9 muuta organisaatiota. Yrityksiä oli mukana kaikkiaan 37. Henkilötyöpäivätavoite oli 1500 ja toteutuma 1041. Kunta- ja yritys kohtaisten koulutuksien suuren määrän takia henkilötyöpäivätavoite jäi tavoitteesta. Pienissä ryhmissä tapahtuva valmennus on kuitenkin viestintäkoulutuksessa tehokkaampaa ja vaikuttavampaa kuin suurissa ryhmissä tapahtuva. Projektin tavoitteena oli luoda 5 uutta yritystä, 15 uutta työpaikkaa ja turvata 8 työpaikkaa projektiin osallistuvissa yrityksissä. Näistä toteutui 4 yritystä, 6 työpaikkaa ja yksi turvattu työpaikka. Projektin myötävaikutuksella syntyneet yritykset ovat Pudasoft Oy, Kuuramedia ja Iso-Syötteen matkailu Oy Pudasjärvellä sekä mainostoimisto D-Grapher lissä.

### **3. Projektin lähtökohta, tavoitteet ja kohderyhmä**

Seutukunnan kehittämissuunnitelmassa 2010 todettiin viestinnän toimintamallin työstämisen olevan yksi tärkeimmistä käynnistettävistä prosesseista. Viestinnällä pyritään tukemaan suunnittelua, joh-tamista, palvelutuotantoa ja markkinointia. Alueen profiili edellyttää uudenlaista lähestymistä vies-tintään, yhteisiä toimintamalleja, jolloin erilliset viestintätoimet alueen yhteisöissä kokonaisuudes-saan tukevat alueen maineen myönteistä kehittymistä.

Projekti alkoi projektisuunnitelman mukaisesti perusteellisella seudullisen viestinnän nykytilan analyysillä. Kuntien ja alueen yritysten kanssa käydyn vuorovaikutteisen prosessin aikana selvitettiin koulutustarpeita ja viestinnän kehittämisen kohteita.

Projektisuunnitelman mukaan tavoitteena oli rakentaa seudullinen viestintästrategia Oulunkaaren seutukuntaan. Hankkeen alkuvaiheessa kuitenkin ilmeni, että seudullisen viestinnän suunnittelussa on lähdettävä liikkeelle peruskuntien viestinnän tasolta. Myös kuntaliitosselvityksien ja niistä seuraavien kuntaliitosten takia seudullinen viestintä on menettänyt merkitystään. Maineenhallinta on pitkäjänteistä, vuosia kestävää työtä. Jokaiselle kuudelle kunnalle ja seutukuntaorganisaatiolle päätettiin tehdä oma viestintäohje koulutuksellisin ja valmennuksellisin keinoin. Projektipäällikön partneriksi viestintäohjelmatyöhön valittiin kilpailutuksen kautta Viestintätoimisto Pohjoisranta.

Toisena tavoitteena oli rakentaa viestinnän osaajaverkosto Oulunkaaren seutukuntaan. Hankkeen tavoitteena oli valmentaa organisaatioiden/yhteisöjen valitut henkilöt toteuttamaan kokonaisvaltaisesti ja tarkoituksenmukaisesti läpinäkyvänä toimivaa viestinnän toimintamallia. Viestinnästä vastaavat ovat tietoisia viestinnän merkityksestä ja sen antamasta mielikuvasta sekä osaavat toimia sen mukaisesti. Viestinnässä yleistavoitteena on lisätä alueen houkuttelevuutta, kohentaa asukkaiden tietoisuutta oman alueen vahvuuksista, vahvistaa seututietoisuutta sekä kotiseutumyönteisyyttä. Koulutussisällöissä otetaan huomioon kohderyhmä, tehtävät, erilaiset viestinnän menetelmät ja toimenpiteet. Valmennus antaa toiminnallisia valmiuksia eri välineiden ja niiden sovellusten käyttämisessä yhdessä ja erikseen siten, että sille on tunnusomaista järjestelmien hallinnan helppous ja myönteisyys niiden käyttöön kustannustehokkaasti jokapäiväisessä toiminnassa. Alueella suoritettujen viestinnän erillistoimet vahvistavat kokonaisuutena alueen maineen tavoiteltua myönteistä kehittymistä.

Projektisuunnitelmassa asetettiin tavoitteeksi, että hankkeeseen osallistuu 120 henkilöä, joista 80 naisia. Hankkeen

tavoitteena oli saada hankkeen toimintaan mukaan 10 yritystä ja 9 muuta organi-saatiota. Henkilötyöpäivätavoite oli 1500. Projektin tavoitteena oli luoda 5 uutta yritystä, 15 uutta työpaikkaa ja turvata 8 työpaikkaa projektiin osallistuvissa yrityksissä.

Projektin kohderyhmiä olivat seutukunnan kunnat: Ii, Kuivaniemi, Pudasjärvi, Utajärvi, Yli-Ii ja Ylikiiminki sekä Oulunkaaren seutukunnan kuntayhtymä. Yrityksistä kohderyhmään kuuluviksi määriteltiin seutukunnan ns. kärkiyritykset ja yhteisöt: Merihelmi, Humanpolis Rokua, Syöte, Kierikkikeskus ja Iin kulttuurimatkailu, jotka ovat seudullisen maineen kehittymisen kannalta tärkeitä yrityksiä ja yhteisöjä. Tavoitteena oli lisätä yhteistyötä viestinnän ja markkinoinnin alueilla. Projektisuunnitelmassa todettiin, että yritysten kohderyhmä täydentyy hankkeen alkaessa projektipäällikön toimesta.

## **4. Projektin toteutus ja yhteistyö**

### **4.1. Osallistujien ja yritysten valinta**

Hankkeeseen osallistuivat projektisuunnitelman mukaisesti kaikki Oulunkaaren seutukunnan kunnat: Ii, Kuivaniemi, Pudasjärvi, Utajärvi, Yli-Ii ja Ylikiiminki. Kukin kunta päätti ketkä kunnan henkilöstöstä kuuluvat viestinnän osajaverkostoon ja näin ollen osallistuvat hankkeen järjestämiin koulutuksiin.

Projektisuunnitelmassa mainitut yritykset tai yritysryppäät saatiin mukaan hankkeeseen. Näiden ns. kärkiyritysten lisäksi hankkeessa oli mukana useita pieniä yrityksiä. Yritykset valikoituivat mukaan joko yrityksen oman kiinnostuksen ansiosta tai projektipäällikön pyynnöstä. Yrityksille suunnattuihin yleisiin koulutustilaisuuksiin saivat osallistua kaikki halukkaat pientä osallistumismaksua vastaan. Yrittäjäyhdistysten puheenjohtajille lähetettiin kesällä 2006 kysely yrittäjien koulutustarpeesta.

Kevättalvella 2006 yrityksille tarjottiin mahdollisuutta kehittää viestintäänsä hankkeen avulla 50 % omavastuuosuudella. Asiasta tiedotettiin lehti-ilmoituksilla, sähköpostimarkkinoinnilla ja sekä projektipäällikön että Viestintätoimisto Pohjoisrannan henkilökohtaisilla yhteydenotoilla. Tämän avulla hankkeeseen saatiin mukaan kaksi suurta ja Oulunkaaren seutukunnan maineen kannalta tärkeää yritystä: Rokuan Kuntoutus Oy ja WinwinD Oy. Edellä mainittujen yritysten viestintää kehitettiin Viestintätoimisto Pohjoisrannan ja yritysten yhteistyönä.

### **4.2. Projektin toteutus ja eri tahojen yhteistyö projektissa**

Hankkeessa työskenteli kolme eri projektipäällikköä:

- Heino Kuha, 3/2004-9/2004
- Petra Välkky, 10/2004-1/2006
- Satu Fränti, 2/2006-12/2006.

Projektipäällikön lisäksi hankkeella oli projektisihteeri, joka käytti hankkeen töihin 10 % työajastaan.

Hankkeen alussa kilpailutettiin hankkeen yhteistyökumppaniksi viestintätoimisto, jonka tehtävänä oli koulutuksen ja valmennuksen suunnittelu ja toteutus. Kilpailutuksen voitti Viestintätoimisto Pohjoisranta.

Hankkeen järjestämät englannin ja saksan kielikoulutukset kilpailutettiin myös. Englannin kielen koulutukset antoi Oulun yliopiston koulutus- ja tutkimuskeskus ja saksan kielikoulutukset PSK Aikuisopisto. Www-ympäristöihin liittyvät kuntakoulutukset antoi MSS Group.

Hankkeen ohjausryhmään kuuluivat:

- Pudasjärven elinkeinojohtaja Petri Kauppinen (pj.),
- Oulunkaaren seutukuntajohtaja (aluksi Tapani Turpeinen ja helmikuusta 2006 lähtien Kirsti Ylitalo),
- Iilaakson Teollisuuskylä Oy:n toimitusjohtaja Ari Alatossava,
- Yli-Iin Kierikin johtaja Leena Lehtinen,
- Humanpoliiksen toiminnanjohtaja Ritva Okkonen,

Tulostettu 25.01.2007

- Ylikiimingin kunnansihteeri Minna Rintamäki
- rahoittajan edustajana Leena Ruopuro TE-keskuksesta sekä
- sihteerinä projektipäällikkö.

Ohjausryhmä kokoontui aina maksatushakemuksen jättämisen yhteydessä, yhteensä 13 kertaa.

### **4.3. Työn- ja vastuunjako yhteistyökumppaneiden kesken**

Projektipäällikkö hoiti projektin suunnittelun, koordinoinnin ja johtamisen. Hän kokosi myös maksatushakemukset ja seurantaraportit. Projektipäällikkö koulutti ja valmensi paljon itsekkin, etenkin hankkeen toisena vuonna. Koulutuksia toteutettiin paljon ns. learning by doing-menetelmällä eli projektipäällikkö ja kouluttajat menivät työpaikoille ja opastivat heitä yhdessä työtä tehden. Projektipäällikkö sopi koulutusajat ja paikat osallistujatahojen kanssa sekä otti vastaan ilmoittautumiset. Koulutuksien sisällöt suunniteltiin ja sovittiin yhdessä kouluttajien kanssa.

Projektsihteeri hoiti projektin maksuliikenteen ja laskujen käsittelyn.

Viestintätoimisto Pohjoisranta toimi koko hankkeen ajan tiiviissä yhteistyössä projektipäällikön kanssa. Se toimi paitsi kuntien viestintäohjetyön vetäjänä ja asiantuntijana, myös useiden koulutus-tilaisuuksien kouluttajana. Pohjoisranta hoiti myös hankkeen viimeisenä vuonna toteutettujen kahden suuren yrityksen viestinnän kehittämistoimet yhteistyössä ko. yritysten kanssa. Näistä kehittä-mistöimistä yritykset maksoivat 50 % omavastuuosuutta. Pohjoisranta toteutti hankkeen viimeisenä vuonna myös uuden lin kunnan, Ylikiimingin ja Yli-lin kuntien viestinnän kehittämisen erillistoimet (logot, graafiset ohjeet ja www-sivujen visuaalinen ja sisällöllinen kehittäminen).

Ohjausryhmän jäsenet toimivat paitsi ohjausryhmän jäseninä myös viestinviejinä jäsenkuntiin toimien linkkinä hankkeen ja jäsenkuntien välillä.

### **4.4. Kansainvälinen yhteistyö**

Hankeella ei ollut kansainvälistä yhteistyötä.

## **5. Julkisuus ja tiedottaminen**

ESR-hankkeiden tiedotusohjeita on noudatettu kaikessa hankkeen tiedotuksessa ja markkinoinnissa.

Hankeella on ollut oma hanke-esittelysivu Oulunkaaren seutukunnan www-sivuilla.

Hankkeen alkuvaiheessa projektipäällikkö esitteli hanketta kaikissa sopivissa tilanteissa ja tilaisuuksissa hankkeen kohderyhmiin kuuluneille. Kunnanjohtajista koostuvassa johtotiimissä ja seutuhallituksen kokouksissa esiteltiin säännöllisesti Viestinnällä voimaa-hankkeen ajankohtaisia asioita.

Kaikista hankkeen järjestämistä yrityksille ja yrittäjille tarkoitetuista tilaisuuksista ja koulutuksista julkaistiin ilmoituksia seutukunnan paikallislehdissä (Rantapohja, Tervareitti, Iijokiseutu, Iiläinen, Juoksupoika) sekä Oulunkaaren seutukunnan omassa tiedotuslehdessä (Oulunkaari). Osalle yrityksistä (niille joilla on sähköpostiosoite) lähetettiin tietoa koulutuksista ja hankkeen tarjoamista mahdollisuuksista myös sähköpostitse. Yrityksiä ja yrittäjiä lähestyttiin myös yrittäjäyhdistysten kautta, samoin projektipäällikön ja Viestintätoimisto Pohjoisrannan henkilökohtaisilla yhteydenotoilla. Kuntien henkilöstölle tarkoitetuista koulutuksista tiedotettiin pääosin sähköpostin välityksellä. Koulutuksista tiedotettiin myös Oulunkaaren seutukunnan ja kuntien www-sivuilla.

Oulunkaari-lehdessä julkaistiin myös hankkeen toiminnasta kertovia juttuja (joulukuu 2004, kesäkuu 2006 ja joulukuu 2006). Oulunkaari-lehti ilmestyy kaksi kertaa vuodessa ja se jaetaan ilmaisjakeluna seutukunnan kotitalouksiin ja yritysisiin.

## 6. Ongelmat ja suositukset

### 6.1. Ongelmat projektin toteutuksessa

Projektin toimintaympäristö muuttui olennaisesti projektin kuluessa kuntaliitosselvitysten ja niistä seuranneiden viestinnällisten tarpeiden muutosten vuoksi.

Projektipäällikön vaihtumiset toivat väistämättä mukanaan tyhjäkäyntiä asioihin perehtyessä. Tästä huolimatta projektin tavoitteet täytyivät lähes kaikilta osin.

Yrityksiä ja yrittäjiä oli vaikea saada mukaan sekä yhteisiin koulutustilaisuuksiin että yrityskohtaiseen kehittämistyöhön. Yksityisrahoitusosuus ei ihan täytynyt, koska kaikki suunnitellut koulutukset eivät osallistujien vähyyden vuoksi toteutuneet.

### 6.2. Suositukset projektien toimeenpanon kehittämiseksi

Projektien kaikki tavoitteet kannattaa laittaa realistisiksi. Projekteilla voidaan myötävaikuttaa yritysten ja työpaikkojen syntymiseen ja säilymiseen. Projektitoiminta on yksi vaikuttava tekijä muiden joukossa.

Samana organisaation sisällä olevien hankkeiden kannattaisi tehdä nykyistä enemmän yhteistyötä ja järjestää esim. koulutustilaisuuksia mahdollisuuksien mukaan yhdessä. Näin ollen kaikkiin koulutustilaisuuksiin saataisiin varmemmin riittävä määrä osallistujia.

Hankkeisiin osallistuvat yritykset tulisi sitouttaa jo aikaisessa vaiheessa hanketoimintaan muun muassa yksityisrahoitusosuuksien varmistamiseksi.

Ohjausryhmien jäsenten valinnassa tulisi nykyistä paremmin ottaa huomioon jäsenten asiantuntemus ja linkitys taustaorganisaatioon.

## 7. Projektin tulokset

### Arvio tavoitteiden toteutumisesta ja kuvaus projektin konkreettisista tuloksista

Projektin tärkein tulos on, että sekä seutukunnan kuntien että mukana olleiden yritysten ymmärrys viestinnän merkityksestä on kasvanut ja asenteet viestintää kohtaan ovat myönteisemmät. Myös käytännön viestintätaidot ovat parantuneet.

Kaikille Oulunkaaren seutukunnan kunnille valmistui samalla rakenteella tehty viestintäohje, jossa on määritelty kunnan tavoitemaine ja viestinnässä käytettävät perusviestit, viestinnän tavoitteet, kohderyhmät sekä viestinnän toteuttamisen toimenpiteet. Viestintäohjetta täydentää vuosittainen viestintäsuunnitelmatalukko, joka on helppo päivittää. Viestintäohjeen ja viestintäsuunnitelman käyttäminen ja päivittäminen jää kuntien vastuulle. Myös seutukuntaorganisaatiolle valmistui sisäisen ja ulkoisen viestinnän ohje. Kaikki viestintäohjeet on hyväksytty kunnallisissa luottamuselimissä.

Kuntien tiedottamista hoitavien viestintätaitoja parannettiin sekä kuntakohtaisissa, räätälöidyissä koulutuksissa, että eri kuntien yhteisissä tilaisuuksissa. Koulutuksissa käytiin monipuolisesti läpi viestinnän eri osa-alueita kuten www-ympäristöjen hyödyntämistä (kunnan www-sivut ja extra/intranet), mediaviestinnän pelisääntöjä, omien julkaisujen ja verkkosivujen tekoa, sisäisen viestinnän hoitamista, visuaalisen ilmeen suunnittelua ja käyttöön ottoa. Niihin oltiin palautteen perusteella hyvin tyytyväisiä. Kuntien johtoryhmille ja luottamushenkilöille järjestettiin myös kaksi seminaaria, toinen maineenhallinnasta ja toinen seudullisesta johtamisesta ja viestinnästä.

Kuntien viestintävalmennus sisälsi edellä mainittujen kuntakohtaisen viestintäohjeiden tekemisen ja viestintäkoulutuksien lisäksi kuntakohtaisia viestinnän erillistoimia. Ne kaikki vahvistivat ko-konaisuutena alueellisen

imagon ja profiilin tavoiteltua myönteistä kehittymistä. Hanke oli mukana muun muassa seuraavien viestinnän erillistoimien toteuttamisessa:

- matka- ja rakentajamessut: messut osana kuntamarkkinointia (alueen kunnat ja yritykset yhdessä)
- lin, Kuivaniemen ja Yli-lin kuntaliitosviestintä (kuntaliitossivut ja keskustelupalsta kuntalaisil-le internetissä, tiedotustilaisuudet kuntalaisille)
- esitemateriaalin suunnittelu (mm. Ylikiimingin perusturvan esitteistö, lin kunnan esitemateriaali)
- lin ja Kuivaniemen tienvarsitaulujen suunnittelu
- kuntatiedotteen suunnittelu (Yli-li ja Ylikiiminki)
- www-sivuihin liittyvä käyttäjäkysely (li ja Kuivaniemi)
- www-sivujen uusi ilme (uusi lin kunta, Yli-li)
- intranetin kehittäminen sisäisen viestinnän välineenä (Utajärven kunta)
- logo ja graafinen ohjeistus (uusi lin kunta, Ylikiimingin kunnan 140 v. juhlavuosi)
- seutukuntaorganisaation www-sivujen ilmeen ja rakenteen uudistus
- seutukuntaorganisaation ja seutukunnan projektien (lehti)ilmoitusten kehittäminen ja yhtenäistäminen, seutukunnan tiedotuslehden sekä hanketiedotuksen kehittäminen.

Projektipäällikkö osallistui myös viestinnän asiantuntijana seutuhallituksen ja -valtuuston työskentelyyn sekä palvelustrategiatyöhön ja kuntaliitosprosesseihin. Tällä ajettiin takaa sitä, että kuntatoimi-joiden "kouluttaminen" integroitiin kaikkeen muuhun työhön. Keskusteluttaminen ja viestinnän merkityksen esiintuominen täytyy tapahtua työn keskellä, aidoissa tilanteissa. Tätä kautta projektin hyödyksi voidaan mainita, että erityisesti täsmällisen, suunnittelun ja yhdenmukaisen tiedottamisen merkitys isoissa muutoksissa ymmärretään kuntien työntekijöiden ja päättäjien keskuudessa paremmin. Huomioitavaa on, että tällä keinoin saatiin myös päättäjät sitoutettua hankkeeseen. Se on tärkeää, koska he ovat avainasemassa kuntien maineen hallinnan tekijöinä.

Seutukunnan alueella tehdyt kuntaliitosselvitykset ja tulevat kuntaliitokset (li ja Kuivaniemi 1.1.2007 sekä Ylikiiminki ja Oulu 1.1.2009) toivat uusia haasteita myös Viestinnällä voimaa-hankkeelle. Kuntaliitosselvitykset lisäsivät muutosviestinnän tarvetta. Erityisesti vuoden 2005 loppupuolella valmennettiin kuntien henkilöstöä ja luottamushenkilöitä tehostamaan kuntalais- ja henkilöstöviestintää. Hankkeen avulla rakennettiin kuntalaisten ja kuntien henkilöstön tiedontarpeeseen uusia sähköisiä tiedotusympäristöjä. lin, Kuivaniemen ja Yli-lin kuntien kotisivuilta pääsi kuntaliitossivuille, joilta löytyi kaikki asiaan liittyvät esityslistat ja pöytäkirjat sekä muuta tietoa. Siellä oli myös keskustelupalsta kuntaliitosasiaan liittyen. Kuntaliitosselvitykseen liittyen järjestettiin useita tiedotustilaisuuksia kuntalaisille. Hankkeella luotiin uusia käytäntöjä ja tapoja saavuttaa paremmin kuntalaiset suunnitelmallisen tiedottamisen kautta.

Projektisuunnitelmassa määritellyt seutukunnan ns. kärkiyritykset: Syöte, Rokua, Merihelmi, Kierikkikeskus ja lin kulttuurimatkailu ovat olleet hankkeessa mukana, samoin useita pienempiä yrityksiä. Kaiken kaikkiaan 37 yrityksen viestintäosaaminen on parantunut. Mukana olleiden yritysten kanssa suunniteltiin ja toteutettiin yhdessä yrityskohtaisesti ja yritysryppäittäin erilaisia kokonaisuuksia, jossa saatiin aikaan viestintään ja markkinointiin liittyvää materiaalia. Materiaalikustannuksia hanke ei maksanut, vaan sen sijaan yhdessä tekemällä opetettiin yritysten avainhenkilöitä tekemään jatkossa itse.

Erityisesti matkailualan yrityksiä kannustettiin yhteisen markkinointiviestinnän tehostamiseen ja maksuttomien kanavien, kuten lehdistösuhteiden, hyödyntämiseen. Esimerkiksi Syötteen matkailualan yrityksille ja Merihelmen yrittäjille järjestettiin yhteisiä koulutustilaisuuksia. Yrityksille suunnattuihin yleisiin koulutustilaisuuksiin saivat osallistua kaikki halukkaat pientä osallistumismaksua vastaan. Yritysten maksamat osallistumismaksut ja omarahoitus toivat hankkeelle projektisuunnitelmassa määriteltyä yksityistä rahaa. Kaikki yrityksille ja yrittäjille tarjotut koulutustilaisuudet eivät kuitenkaan toteutuneet ilmoittautuneiden vähäisen määrän vuoksi. Toteutuneita koulutuksia olivat messukoulutus lissä, Tehoa Yritysviestintään -koulutus Utajärvellä sekä matkailu- ja palvelualan yrityksille järjestetyt saksan ja englannin kielikoulutukset Kierikissä, Rokualla ja Pudasjärven Pohjantähdessä.

Kevättalvella 2006 yrityksille tarjottiin mahdollisuutta kehittää viestintäänsä hankkeen avulla 50 %:n

Tulostettu 25.01.2007

omavastuuosuudella. Asiasta tiedotettiin lehti-ilmoituksilla, sähköpostimarkkinoinnilla ja sekä projektipäällikön että Viestintätoimisto Pohjoisrannan henkilökohtaisilla yhteydenotoilla. Tämän avulla hankkeeseen saatiin mukaan kaksi suurta ja Oulunkaaren seutukunnan imagon kannalta tärkeää yritystä: Rokuan Kuntoutus Oy ja WinwinD Oy. Rokuan Kuntoutus Oy:n kanssa tehtiin Rokuan mainekäsikirja, mediaviestinnän suunnittelua sekä asiantuntijoille tarkoitettu yrityslehti. WinWind Oy puolestaan halusi kehittää viestintäsunnitelmaansa, verkkosivujaan ja mediaviestintäänsä. Edellä mainittujen yritysten viestintää kehitettiin Viestintätoimisto Pohjoisrannan ja yritysten yhteistyönä. Näiden yritysten mukaantulo mahdollisti yksityisrahoitusosuuden kerääntymisen.

Määrällisten tavoitteiden toteutuminen on kerrottu kohdassa 2 (Yhteenveto projektin toteutuksesta ja tuloksista).

## 7.1. Työllisyyteen liittyvät välittömät tulokset

Työttömänä projektin aloittaneista on sijoutunut välittömästi projektin jälkeen

työhön avoimille työpaikoille	1 henkilöä
yrittäjäksi	0 henkilöä
koulutukseen	0 henkilöä
työttömänä aloittaneita oli yhteensä	1 henkilöä

Ennen projektia työmarkkinoiden ulkopuolella olleista on sijoutunut välittömästi projektin jälkeen

työhön avoimille työmarkkinoille	0 henkilöä
yrittäjäksi	0 henkilöä
koulutukseen	0 henkilöä
aloittaneista työmarkkinoiden ulkopuolella oli ennen projektin alkua yhteensä	0 henkilöä

## 7.2. Projektin välittömät työllisyysvaikutukset työssä oleviin osallistujiin

Hankkeessa ei ole kerätty tätä koskevaa tietoa 7.3. kohdassa olevien tietoja lisäksi.

## 7.3. Työpaikat ja uudet yritykset

Projektin aikaansaamat uudet työpaikat	6 kpl	HUOM! Kaksi osa-aikaista työpaikkaa ilmoitetaan yhtenä työpaikkana
joihin sijoittunut naisia	4 kpl	HUOM! Kaksi osa-aikaista työpaikkaa ilmoitetaan yhtenä työpaikkana
Projektin aikaansaamat uudet yritykset	4 kpl	
joista naisten perustamia	1 kpl	
Projektin turvaamat työpaikat osallistuneissa yrityksissä	1 kpl	HUOM! Kaksi osa-aikaista työpaikkaa ilmoitetaan yhtenä työpaikkana
joista naisten työpaikkoja	1 kpl	HUOM! Kaksi osa-aikaista työpaikkaa ilmoitetaan yhtenä työpaikkana

## 7.4. Välilliset työllisyysvaikutukset

Hankkeen välillisiä vaikutuksia tullaan selvittämään esim. matkailutulon osalta erillisellä seutukun-tatason selvityksellä.

## 8. Projektin innovatiivisuus

Kaikille seutukunnan kunnille valmistui maineenhallinnan avuksi viestintäohje, jossa on määritelty kunnan viestinnän tavoitteet, kohderyhmät, tavoitemaine ja viestinnän toteuttamisen keinot. Myös seutukuntaorganisaatiolle valmistui sisäisen ja ulkoisen viestinnän ohje.

Hankkeen avulla rakennettiin kuntalaisten ja kuntien henkilöstön tiedontarpeeseen uusia sähköisiä tiedotusympäristöjä. Iin, Kuivaniemen ja Yli-Iin kuntien kotisivuilta pääsi kuntaliitossivuille, joilta löytyi kaikki asiaan liittyvät esityslistat ja pöytäkirjat sekä muuta tietoa. Siellä oli myös keskustelupalsta kuntaliitosasiaan liittyen. Kuntaliitosselvitykseen liittyen järjestettiin useita tiedotustilaisuuksia kuntalaisille. Hankkeen kautta pyrittiin tuomaan uusia käytäntöjä ja tapoja saavuttaa paremmin kuntalaiset suunnitelmallisen tiedottamisen kautta.

Vuoden 2007 alusta toimintansa aloittava uusi Iin kunta profiloituu Uusien tuulien kuntana. Hankkeen avulla se sai viestintänsä ja markkinointinsa tueksi uuden logon ja graafiset ohjeet.

## 9. Toiminnan jatkuvuus

Viestintäohjeen noudattaminen ja päivittäminen on jatkossa kunkin kunnan omalla vastuulla. Seutukunnan kuntiin ja hankkeessa mukana olleisiin yrityksiin on syntynyt viestinnän osaajaverkosto. Kuntien ja yritysten vastuulla on myös se, että viestintään liittyvät työtehtävät vastuutetaan ja henkilökunnan viestintäosaamisesta pidetään huolto täydennyskoulutuksen avulla. Jokaiseen kuntaan tarvitaan nimetty viestinnän vastuuhenkilö, jotta hankkeen tuloksia voidaan paremmin hyödyntää.

## 10. Projektin rahoitus

Projektin rahoitus suunnitelman* mukaan (OPM:n hallinnonalalla sidontatiedot)		Projektin tähän mennessä toteutunut rahoitus. Voidaan ilmoittaa ilman opintososiaalisia etuisuuksia.
ESR- ja valtion rahoitus	262013 euro	257130 euro
Muu julkinen rahoitus	0 euro	0 euro
Kuntien rahoitus	14556 euro	14285 euro
Yksityinen rahoitus	14556 euro	13228 euro
Tulot	0 euro	0 euro
Rahoitus yhteensä	291125 euro	284643 euro
Valuutta		EURO

\*Suunnitelma=viimeisin hyväksytty projektisuunnitelma.

## 11. Projektin taloushallinto ja arkistointi

### 11.1. Projektikustannusten hyväksymisestä vastannut henkilö/henkilöt (nimi ja asema)\*

Seutukuntajohtajat Tapani Turpeinen (1.1.2004-21.2.2006) ja Kirsti Ylitalo (22.2.2006-31.12.06)

### 11.2. Projektin kirjanpidosta vastannut henkilö tai organisaatio\*

Tilitoimisto Simo Salonen Oy

### 11.3. Hallinnoijan vuosittaisen tilinpidon tarkastuksesta vastannut henkilö tai organisaatio\*

Tilintarkastaja Tuula Roininen/Audiator Oy

#### 11.4. Projektin päätyttyä lopputilintarkastuksen suorittanut henkilö tai organisaatio

Tilintarkastaja Tuula Roininen/Audiator Oy

#### 11.5. Projektin asiakirjojen säilytyksestä vastaava organisaatio tai henkilö

Oulunkaaren seutukunnan kuntayhtymä

#### 11.6. Projektin asiakirjojen säilytyspaikka

Oulunkaaren seutukunnan kuntayhtymän toimisto, Micropolis, Piisilta 1, 91100 Ii

#### 11.7. Projektin kirjanpitoaineiston (tositteineen) säilytyksestä vastaava organisaatio tai henkilö

Oulunkaaren seutukunnan kuntayhtymä

#### 11.8. Projektin kirjanpitoaineiston säilytyspaikka

Oulunkaaren seutukunnan kuntayhtymän toimisto, Micropolis, Piisilta 1, 91100 Ii

### 12. Seurantaraportti

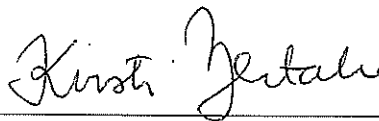
Tätä loppuraporttia täydentää viimeisen seurantakauden seurantaraportti, joka on laadittu vuoden 2006 seurantakaudelta 1.7.-31.12. ja toimitettu projektin päävastuuviranomaiselle.

### 13. Allekirjoitus ja pvm

Vakuutan, että projektiin liittyviä asiakirjoja ja kirjanpitoaineistoa tositteineen säilytetään vähintään vuoden 2012 loppuun tai ESR-rahoittajaviranomaisen ohjeiden mukaisesti.

Allekirjoittaja\*

Ii



26.01.2007

Kirsti Ylitalo  
seutukuntajohtaja  
Oulunkaaren seutukunnan kuntayhtymä

\* Allekirjoittajana organisaation nimenkirjoitusoikeuden omaava.

