



MAA- JA
KOTITALOUSNAISET

MAA- JA KOTITALOUSNAISTEN KESKUKSEN TOIMINTASUUNNITELMA 2026



MKNK hallituksen kokous 30.10.2025



Sisällys

1. Johdanto	3
2. Maa- ja kotitalousnaisten strategia 2026–2030	3
3. Strategiakauden 2026–2030 teemat.....	4
4. Teemakohtaiset toimenpiteet 2026.....	7
5. Viestintä	14
6. Koti ja maaseutu -lehti	14

Kannen valokuvat:

Tarja Tervo, Ilolla yhdessä järjestön -valokuvakilpailu, Tipasojan kyläyhdistyksen perinteinen puuropäivä
Maa- ja kotitalousnaisten Keskus, Ilmastotaitaja-hanke, Hukaton huhtikuu -kampanja
Salla Penttilä Visit Finland, pyörämatkailu
Leena Lahdenvesi-Korhonen, kansainvälisen maisemapäivän ohjatut kävelyt



1. Johdanto

Vuosi 2026 on Maa- ja kotitalousnaisten Keskus ry:n (MKN Keskus) 32. toimintavuosi rekisteröityneenä yhdistyksenä. Perustamisvuosi on 1933. Maa- ja kotitalousnaisten Keskus on yleishyödyllinen yhdistys, joka toimii valtakunnallisen Maa- ja kotitalousnaisten (MKN) järjestön keskusjärjestönä. MKN:n piirikeskuksia on yhdeksän ja alueellisia paikallisyhdistyksiä noin 900.

Maa- ja kotitalousnaisten Keskuksen toimintaa johtaa hallitus, johon kuuluu puheenjohtajan lisäksi viisi muuta varsinaista jäsentä sekä heille valitut varajäsenet.

Keskuksen palveluksessa on toiminnanjohtaja, kehitysjohtaja (maiseman- ja luonnonhoidon palvelut, toiminnanjohtajan varahenkilö), kehityspäällikkö (ruoka-, ravitsemus- ja kotitalousneuvonta), viestintäpäällikkö sekä Koti ja maaseutu -lehden toimituspäällikkö. MKN Keskus julkaisee Koti ja maaseutu -aikakauslehteä. Keskuksen toiminnanjohtaja toimii lehden päätoimittajana. Toimituspäällikkö vastaa lehden tuotannosta.

2. Maa- ja kotitalousnaisten strategia 2026–2030

MKN Keskuksen toimintasuunnitelma 2026 pohjautuu Maa- ja kotitalousnaisten järjestön strategiaan, joka ulottuu vuoteen 2030.

Maa- ja kotitalousnaiset on valtakunnallinen ja kansainvälisesti linkittynyt asiantuntijajärjestö, jonka toiminnan keskiössä on ruoka- ja ravitsemusosaamisen vahvistaminen, maiseman- ja luonnonhoidon kehittäminen, yrittäjyyden tukeminen ja järjestötoiminta.

Missiomme on, että MKN on maaseudun aktiivinen kehittäjä ja yhteisen keskustelun rakentaja.

Yhdistävä tekijä: Toimimme aktiivisessa yhteistyössä maaseudun kestävyyskysymysten edistämiseksi eri sidosryhmien kanssa. Edistämme rakentavaa vuoropuhelua ja lievennämme erilaisia vastakkainasetteluja.

Tutkimustiedon jalkauttaja: Tutkimustieto vastuullisuus- ja kestävyysaiheista toimii työmme perustana. Seuraamme aktiivisesti toimintaamme liittyvien alojen tutkimusta ja edistämme tutkitun tiedon soveltamista käytäntöön. Kehitämme asiantuntijoidemme osaamista, tiedonvaihtoa ja yhdessä oppimista.

Myönteinen uudistaja: Olemme maaseudun kestävyysmurroksen edelläkävijä ja tiedollinen tiennäyttävä. Teemme rohkeita avauksia, perinteitä kunnioittaen ja toimimme yhteiskunnan myönteisenä uudistajana kohti kestävämpää Suomea.

Strategian toteuttamiseksi järjestömme tarjoaa ihmisille konkreettisia työkaluja, joiden avulla he pystyvät vaikuttamaan omaan lähiympäristöönsä ja siten vahvistamaan elinvoimaisuutta sekä hyvinvointia laajemmin.

Visio 2040

Maaseudun puolesta – kestävästi ja yhdessä

-

Maa- ja kotitalousnaisten tahtotilana on olla elinvoimainen, uudistuva ja haluttu kumppani maaseudun kehittämisessä sekä kestävä arjen, ympäristön, yrittäjyyden ja yhteisöllisyyden edistäjä. Tahdomme vahvistaa järjestön taloudellista kestävyyttä ja toimintamahdollisuuksia monipuolisella rahoituksella sekä strategisilla kumppanuuksilla.



Strategiakaudellemme 2026–2030 on nimetty seuraavat neljä teemaa, joita tulevina vuosina painotamme ja joiden alle toimenpiteet pääsääntöisesti keskittyvät:

- Suomalaisen ruoan menestystarinat
- Ilmastomyönteinen ja kestävä yhteiskunta
- Monimuotoinen ympäristö
- Paikallisuus voimavarana

Vuoden 2026 toiminnassa keskitymme edelleen kansalaisten kokonaisvaltaisen hyvinvoinnin edistämiseen. Tämä tarkoittaa muun muassa:

- kansallisten ravitsemussuosittelujen jalkauttamista eri tavoin kaiken ikäisille kuluttajille.
- tutkimustiedon esille tuomista helposti ymmärrettävässä muodossa sekä konkreettisten toimintavinkkien jakamista ilmastonmuutoksen hillitsemiseksi ja siihen sopeutumiseksi jokaiselle suomalaiselle.
- kulttuuriympäristön hoidon ja luonnon monimuotoisuuden edistämisen tärkeys ilmastonmuutokseen sopeutumisessa.
- järjestötyössämme yhdessä tekemisen edistämistä osana ihmisten hyvinvointia.
- varautumisen, ennakkoinnin ja omavaraistalouden tärkeyden painottamista osana kokonaisturvallisuuden hallintaa.

Järjestön toimintaan sisältyy kestävyuden kaikki osa-alueet, niin taloudellisen, sosiaalisen, kulttuurisen kuin ekologisen kestävyuden näkökulmasta. Syksyllä 2024 hyväksytyt kestävä kehityksen linjaukset ohjaavat järjestön toimintaa.

Järjestö tekee vaikuttavaa sidosryhmätyötä niin valtakunnallisella kuin alueellisella tasolla. MKN Keskus on verkostoitunut ja jäsenenä lukuisissa työryhmissä ja neuvottelukunnissa. Jatkamme myös kansainvälisen yhteistyön edistämistä.

Jatkuva oppiminen ja kouluttautuminen ovat asiantuntijajärjestössä ensiarvoisen tärkeää. Vuoden aikana painotamme neuvontaa ja koulutusta asiantuntijoiden lisäksi myös Maa- ja kotitalousnaisten paikallisyhdistyksiin. Koulutustilaisuudet, neuvontatyö ja tapahtumat kohdentuvat enenevässä määrin teemakokonaisuuksista kiinnostuneelle, laajalle yleisölle. Rakennamme kestävä, osaavaa ja osallistavaa yhteiskuntaa, jossa kansalaisilla on aktiivinen rooli kestävä yhteiskunnan rakentamisessa. Vuonna 2025 valmistunut järjestön strategia ohjaa kaudelle 2026–2030.

MKN:n strategian ja toimintavuoden 2026 suunnittelussa on huomioitu opetus- ja kulttuuriministeriön strategia 2030, Opetushallituksen strategia 2024–2027 sekä yleiset perusteet myönnettäville avustuksille. Maa- ja kotitalousnaiset edistävät ja tekevät töitä sen eteen, että ihmisten kyvyt ja osaaminen vahvistuvat. Luovalla, tutkimukseen pohjautuvalla tiedolla ja vastuullisella toiminnalla uudistetaan yhteiskuntaa. Globalisaatio, ilmastonmuutos, tieteen, teknologian ja talouden kehitys, väestörakenteen muutokset ja eri väestöryhmien erilainen asema, eriarvoistumiskehitys eri alueilla sekä erilaistuvat arvot ja asenteet vaikuttavat myös MKN toimintaan. Digitaalisuuden merkitys toiminnassa on korostunut viime vuosina ja sen myönteiset mahdollisuudet on osattu entistä paremmin hyödyntää. Toiminnassamme haluamme vahvistaa ihmisten hyvinvointia, kestävyysosaamista sekä tulevaisuudenuskoa. Kokemuksemme mukaan kulttuurinen moninaisuus ja kansainvälisyys rikastavat ja muokkaavat yhteiskuntaamme.

3. Strategiakauden 2026–2030 teemat

TEEMA 1. SUOMALAISEN RUOAN MENSTYSTARINAT

Ruoka ja ruokakulttuuri kytkeytyvät tiiviisti koko ruokajärjestelmään – ruoantuotantoon, raaka-aineisiin, jalostukseen, alueellisiin ruokiin ja juomiin sekä ruokatottumuksiin ja ruokailutapoihin. Suomea, suomalaista maaseutua ja eri vuodenaikoja ajatellen meillä on ruokakulttuurissa monia erityispiirteitä ja ylpeyden aiheita.



Näitä ovat esim. erilaiset nimisuojuustuotteet, kalan savustaminen, metsän antimet, suomalaisen ruoan puhtaus, erilaiset (uudet) viljelykasvit sekä niistä jalostetut tuotteet.

Ruokaa, ruokajärjestelmää ja ruokakulttuuria on tarkasteltava monista näkökulmista ja yhteyksistä käsin. Suomessa tuotetaan kansainvälisestikin huippulaatuista ruokaa, mutta emme ole onnistuneet brändäämään ruoka- ja elintarviketuotantoamme riittävästi. Myös kouluruokailu on suomalainen menestystarina, joka herättää kiinnostusta maailmalla, mutta kotimaassa sitä ei arvosteta ansaitulla tavalla. Kaupungistumisen myötä ruoan tuottajat ja kuluttajat ovat etäännyneet toisistaan. Siksi tarvitaan luottamusta, läpinäkyvyyttä ja aitoa vuoropuhelua. Sosiaalinen media tarjoaa tähän tärkeän kanavan ja mahdollisuuden tuoda tuottajat ja kuluttajat lähemmäs toisiaan.

Tahtotilamme on, että Suomi tunnetaan laadukkaasta ja herkullisesta ruoasta – ja että ruoantekijöitä arvostetaan. Ruokaneuvonnan keskeisenä tehtävänä on tuoda esiin ruokakulttuurin monimuotoisuus perinteitä kunnioittaen, edistää terveellisiä ruokavalintoja sekä vahvistaa ruoanlaiton yhteisöllisiä hyvinvointivaikutuksia. Yhteistyö eri toimijoiden kanssa on olennainen osa tätä työtä. MKN toteuttaa yhdessä sidosryhmiensä kanssa useita valtakunnallisia hankkeita, kampanjoita ja tapahtumia.

Strateginen tavoite: Lisäämme tietoisuutta suomalaisesta ruoasta ja nostamme sen arvostusta kuluttajien, yrittäjien ja sidosryhmien keskuudessa.

Suomalaisen ruoan sankaritarinat -teemalla mm:

- Toimimme aktiivisesti suomalaisen ja paikallisen ruokakulttuurin puolesta
- Arvostamme, tuomme esille ja tuemme suomalaisen ruoka-alan tekijöitä ja toimijoita
- Edistämme ymmärrystä ruoan tuotannosta ja sen reitistä pellolta pöytään

TEEMA 2. ILMASTOMYÖNTEINEN JA KESTÄVÄ YHTEISKUNTA

Ilmastonmuutos on vakavin ihmiskuntaa koskaan kohdannut ympäristöongelma. Vaikka ilmastonmuutoksen torjunta pitkälti vaatii kansainvälisiä sekä kansallisia päätöksiä, on tärkeää, että myös jokainen meistä osallistuu ilmastonmuutoksen hillitsemiseen.

Yhteiskunnan kestävyys vahvistaminen on läpileikkaavana tavoitteena kaikessa Maa- ja kotitalousnaisten toiminnassa. Tavoitteena on osoittaa kansalaisille konkreettisia keinoja, joilla jokainen voi omalla toiminnallaan osallistua tähän työhön. Ruoka-, ravitsemus- ja kotitalousneuvonnassa muun muassa painotetaan kasvisten ja kalan käytön lisäämistä. Toiminnassa huomioidaan pohjoismaiset ravitsemussuositukset sekä niiden pohjalta laaditut kansalliset suositukset.

Kuluttajia ohjataan suosimaan lähi- ja luomutuotteita sekä mahdollisuuksien mukaan lisäämään omavaraisuutta. Ruokahävikin vähentäminen on ruokaneuvonnan ydintoimintaa. Yhä useampi MKN Yrityspalveluiden asiakas huomioi kestävä kehityksen omassa liiketoiminnassaan. Maisemapalvelut kehittävät ja hyödyntävät erilaisia yhteistyötoimintaverkostoja ja -malleja ympäristön hoidon kehittämiseksi. Muuttuvaan ilmastoon ja äärisääolosuhteisiin sopeutuminen huomioidaan mm. järjestön varautumistyössä.

Osaava ja osallistuva kansalainen on keskeinen osa kestävä yhteiskuntaa. Jo usean vuoden jatkuneet yhteiskunnalliset haasteet ovat osoittaneet, että ihmisten varautumisessa ja arjen hallinnassa on puutteita. Yhdessä muiden neuvontajärjestöjen kanssa me maa- ja kotitalousnaiset lisäämme varautumis- ja kokonaisturvallisuutta vahvistavaa neuvontaa kaikille kansalaisille.

Strateginen tavoite: Vahvistamme osaamista ja ymmärrystä ilmasto- ja kestävyysvaikutuksista

Ilmastomyönteinen ja kestävä yhteiskunta -teemalla mm:

- Tuotamme neuvoja ja työkaluja kestävä yhteiskunnan rakentamiseen
- Edistämme vastuullista toimintaa ja viestimme siitä
- Lisäämme tiedon saatavuutta ja kannustamme kestävä ja ilmastoystävällisen ruoan käyttöön
- Vahvistamme toiminnallamme kokonaisturvallisuutta ja huoltovarmuutta



TEEMA 3. MONIMUOTOINEN YMPÄRISTÖ

Luonnon monimuotoisuuden säilyttäminen on ensiarvoisen tärkeää eri lajeille itselleen, mutta myös ihmisten hyvinvoinnille, ruoantuotannolle ja elinkelpoiselle ympäristölle yleensä. Vähenevä luonnon monimuotoisuus sekä lisääntyvä vieraslajiongelmia tarvitsevat kustannustehokkaita innovaatioita ja hoitotoimenpiteitä.

Maatalous on keskeisessä roolissa maaseudun kulttuurimaiseman ylläpidossa. Perinnebiotoopit ovat tärkeitä luonnon monimuotoisuuden keitaita, mutta biodiversiteettiä voidaan vahvistaa myös rakennetuissa ympäristöissä. Myös taajamien viheralueiden hoidossa voidaan hyödyntää maataloudesta tuttuja menetelmiä. Biodiversiteettistrategiaan ja tavoitteellisiin kulttuuriympäristön hoito-ohjelmiin perustuva huolellinen suunnittelu ja hoitotoimenpiteet luovat kestävä perustan luonnon monimuotoisuuden edistämiseksi. Yhteistyö yritysten, ympäristötoimijoiden, median, yhdistysten ja viranomaisten kanssa on olennaista, ja MKN toteuttaa yhdessä sidosryhmien kanssa useita valtakunnallisia kampanjoita ja tapahtumia.

Strateginen tavoite: Vahvistamme lajikirjoa ja ympäristön sopeutumiskykyä ilmastomuutoksessa sekä kestävä ruoantuotantoa.

Monimuotoinen ympäristö -teemalla mm:

- Teemme toimenpiteitä ja tarjoamme työkaluja ympäristön hoidon tueksi
- Tuemme asiakkaidemme ympäristötyötä ja painotamme luonnon monimuotoisuuden merkitystä
- Viestimme kulttuuri- ja vesiympäristön hoidon sekä luonnon monimuotoisuuden merkityksestä kaikille toimijoille

TEEMA 4. PAIKALLISUUS VOIMAVARANA

Yhteisöllisyys vahvistaa ihmisten hyvinvointia ja lisää alueiden elinvoimaa. Vaikka Suomi on kaupungistunut voimakkaasti viime vuosikymmeninä, kiinnostus maaseudulla elämiseen on kasvanut. Myös monipaikkaisuus avaa uusia mahdollisuuksia.

Suomi tarjoaa runsaasti koettavaa ja aistittavaa: reittejä, kulttuuriympäristöjä, maisemia, luontokohteita, tapahtumia, makuja, palveluja ja ennen kaikkea tutustumisen arvoisia ihmisiä. Paikallinen ainutlaatuinen kulttuuriympäristö luo lisäarvoa muun muassa elintarviketuotannolle ja matkailulle. Aitous ja paikallisuus ovat vahvuuksia. Paikallisuuden huomioiminen on myös vastuullisuutta. Vastuullisuuden merkitys ja vastuulliseen toimintaan pyrkiminen korostuu yhä enemmän kaikessa yhteiskunnan toiminnassa.

Paikallisyhdistyksemme ovat tärkeässä roolissa yhteisöllisyyden vahvistajina. Jäsenstrategiamme tukee niiden toimintaa. MKN:n asiantuntijat tuntevat maakuntien ominaispiirteet, vahvuudet ja toimijat. Heillä on laaja kokemus yritystoiminnan kehittämisestä sekä palvelujen ja tuotteiden tuotteistamisesta niin paikallisille asukkaille kuin kotimaisille ja kansainvälisille matkailijoille. Vahvuutenamme on kyky tuoda esiin kulttuuriympäristöjen monipuolista arvoa, tukea niiden suunnitelmallista hoitoa ja edistää kestävä hyödyntämistä ja tuotteistamista.

Strateginen tavoite: Edistämällä paikallista elinvoimaa ja hyvinvointia rakennamme kestävä Suomea.

Paikallisuus voimavarana -teemalla mm:

- Välitämme ja tuotamme tietoa maaseudun ja maakuntien ylpeydenaiheista, erikoisuuksista, elämäntavasta, historiasta, kulttuuriperinnöstä, maisemista ja tarinoista.
- Edistämme maaseudun veto- ja pitovoimaa vahvistamalla paikallista yrittäjyyttä.
- Vahvistamme paikallista kulttuuria ja elinvoimaisuutta maakunnissa yhteistyössä maaseudun toimijoiden kanssa.
- Arvostamme aitoutta ja vaalimme yhteisöllisyyttä sekä nostamme ne näkyvästi esiin.



4. Teemakohtaiset toimenpiteet 2026

TEEMA 1. SUOMALAISEN RUOAN MENESTYSTARINAT

TAVOITE				
Tuomme esille suomalaista ruokakulttuuria ruokineen, tapahtumineen ja alueellisine vetonauloineen. Annamme suomalaisille ruoantekijöille kasvat ja heidän ansaitsemansa kiitokset. Toimintavuonna keskitymme ensisijaisesti tuottajiin ja yrittäjiin. Vaikutamme myös uusien suomalaisen ruoan menestystarinoiden syntymiseen.				
MITTARIT				
Kohderyhmän tavoitettavuus, some-kampanjoiden tulostittarit (mm. näyttökerrat ja tavoitettavuus), kohderyhmältä saatu palaute, tiedotteiden ja juttuaiheiden läpimeno mediassa				
Toimenpiteet	Kohderyhmä	Tulokset ja vaikuttavuus	Yhteistyökumppanit	Rahoitus
<p>Ruokakasvatus ja terveellinen ruoka MKN ruoka-asiantuntijat kampanjoivat aktiivisesti ruokakasvatus- ja ravitsemusteemoilla esimerkiksi erilaisilla kursseilla, neuvontatilaisuuksissa ja tapahtumissa livenä tai verkon välityksellä.</p> <p>Viestintää monipuolisesti eri kanavissa paikallisesti ja valtakunnallisesti esimerkiksi ravitsemussuosituksen mukaisina ruoka-artikkeleina ja resepteinä.</p>	Eri-ikäiset kuluttajat, suuri yleisö	<p>Vahvistetaan eri-ikäisten ihmisten ruoka- ja ravitsemusosaamista.</p> <p>Esim artikkelilla Koti ja maaseutu -lehdessä saavutetaan yli 20 000 lukijaa, somekanavien kautta satoja tuhansia.</p>	<p>Tutkimuslaitokset, kunnat seurakunnat, MKN yhdistykset ja muut sidosryhmät.</p> <p>MKN piirikeskukset</p>	OPH OPH korvamerkki
<p>Pelloilta pöytään - Suomalaisen ruoan tunnettuuden vahvistaminen Viestitään paikallisista ruoantuottajista ja -jalostajista monikanavaisesti (tapahtumissa, somessa, netissä, tiedottein ja lehtiartikkelein) yhdistäen ruoantekijät ja kuluttajat. Koti ja maaseutu -lehdessä nostetaan esille ruokaperinteitä ja -kulttuuria, ruokayrittäjyyden edistäjiä eri muodoissa Erilaisissa tapahtumissa ja muissa kanavissa tuodaan esille paikallisia raaka-aineita.</p> <p>Yhteistyötä tiedotusvälineiden kanssa suomalaiseen ja paikalliseen ruokaan ja ruokakulttuuriin liittyvien myönteisten mielikuvien esiin nostamiseksi.</p> <p>MKN Kekriviikot, viikot 42–44 Viikkojen aikana nostetaan vahvasti suomalaista sadonkorjuuperinnettä ja kotimaisia raaka-aineita.</p>	<p>Kuluttajat (ns. suuri yleisö) kaiken ikäiset lapset, nuoret, työkäiset ja vanhukset</p> <p>Suuri yleisö, eri-ikäiset kuluttajat, paikallisyhdistykset, paikalliset sidosryhmät.</p>	<p>Suomalaisten ruoantuottajien näkyvyys eri medioissa ja kanavissa vahvistuu.</p> <p>Tavoitetaan satoja tuhansia kuluttajia ruoantuottajien esilletuomisessa.</p> <p>Syntyy vuoropuhelua ruoantuottajien ja kuluttajien välille esim. somessa.</p> <p>Osallisuus ja yhteisöllisyys vahvistuu. Tavoittaa noin 50 000 kuluttajaa: paikan päällä, median ja somekanavien kautta.</p>	<p>MKN piirikeskukset (mahdollistaa eri asiantuntijoiden yhteistyön)</p> <p>Ruokatieto Yhdistys (suomalaisen ruoan päivä) MKN piirikeskukset, MKN jäsenyhdistykset</p> <p>MKN piirikeskukset ja paikallisyhdistykset Ruokatieto Paikalliset kaupat</p>	OPH Ulkoinen rahoitus OPH Ruokatieto (materiaali)



Kaupat tai muut julkiset paikat: kekritietoiskut, maistiaiset, jaetaan kekriin sopivia ruokaohjeita (esite tai kortit), kekrivisa				
Maistuva maaseutuyritys - tunnustus #MaaseudunSankarit	Kuluttajat (ns. suuri yleisö), yrittäjät	Suomalaisten ruoantuottajien näkyvyys ja siten myös tunnettuus eri medioissa ja kanavissa vahvistuu.	MTK MKN Piirikeskukset	OPH Ulkoinen rahoitus
Luonnonlaidunpäivä Viestimme luonnon laidunnuksen merkityksestä luonnon monimuotoisuudelle. Viestimme kohteita ja niillä syntyvästä luonnonlaidunlihasta. Toteutamme yhteistyössä yhteistyötahojen ja tilojen kanssa avoimet ovet - tapahtumia luonnonlaitumilla.	Kuluttajat (ns. suuri yleisö)	Tavoittaa 100 000 kuluttajaa: paikan päällä, median ja somekanavien kautta. Tietoisuus laidunnuksen merkityksestä, luonnonlaitumista ja perinnebiotoopeista sekä luonnonlaidunlihasta lisääntyy.	Luonnonlaidunlihan tuottajat ry, Luonnon ja riistanhoitosäätiö, WWF, Metsähallitus, MTK, Ruokavirasto, ProAgria, Suomen Lammasyhdistys, Pihvikarjaliitto, Perinnemaisemayhdistys MKN piirikeskukset.	OPH
Artesaaniruoka AITO O ÄKTA - Artesaaniruoka tutuksi maaseudun yrittäjille, kuluttajille ja yrittäjyydestä kiinnostuneille	Yrittäjät, yrittäjyydestä kiinnostuneet sekä kuluttajat	Tiedonvälityshanke, jonka tavoitteena on lisätä kuluttajien, yrittäjien ja yrittäjiksi aikovien tietoisuutta artesaaniruosta. Laajempina tavoitteena on monipuolistaa ja lisätä edelleen hankealueen: Etelä-Savon, Pohjois-Pohjanmaan ja Lapin alueen elintarvikeyrittäjyyttä.	Hankkeessa mukana olevat kumppanit, Artesaaniruokayhdistys, Lapin amk, Etelä-Savon sekä Oulun MKN piirikeskukset.	<i>MKNK, ulkoinen rahoitus</i>
Hyvä ruoka joka päivä - kestävä ruokakasvatusta kouluihin	<i>Ensisijaisesti 4.–6.-luokkien ja yläkoulun oppilaat. Toissijaisesti alakoulun muut luokka-asteet sekä koulujen henkilöstö.</i>	<i>Tuottaa opettajille ajantasaisia materiaaleja ruoka-aiheiden opetukseen. Lisätä oppilaiden kouluruokailuun osallistumista ja kouluruuan monipuolista syömistä. Oppilaiden lisääntynyt ruokaosaaminen ja -taidot lisäävät ruuan arvostamista ja omasta hyvinvoinnista huolehtimista, mikä johtaa kestävämpiin ruokavalintoihin tulevaisuudessa</i>	<i>Ruokakasvatusyhdistys Ruukku ry, Ruokatieto ry</i>	<i>MKNK, ulkoinen rahoitus</i>
VISION4FOOD Tavoitteena mm. rakentaa ja vahvistaa alueellisia innovaatioelintarvike-ekosysteemejä 5 eri massa.	Suomen pilotti toteutetaan Pohjois- ja Itä-Suomen Nuts 2 alue.	Tuotetaan malleja ja uutta tietoa, joita voidaan soveltaen ottaa käyttöön muualla EU:ssa.	Hankkeessa mukana olevat muut kumppanit eri EU-maista, Oulun MKN piirikeskus, pilotointialueen elintarvikeyritykset, kehittämissyrytykset ym.	<i>MKNK, ulkoinen rahoitus</i>



TEEMA 2. ILMASTOMYÖNTEINEN JA KESTÄVÄ YHTEISKUNTA

TAVOITE Eri-ikäiset kuluttajat oppivat toteuttamaan ja tekemään sekä pieniä, arkisia että suuria tekoja luonnon hyväksi.				
MITTARIT Some-kampanjoiden tulostiedot (mm. näyttökerrat, tavoitettavuus), tilaisuuksien ja osallistujien määrät, kohderyhmän tavoitettavuus ja palautteet, toiminnan ja kulutustottumusten muutostiedot esim. erilaisin kysymyksin ja muilla vuorovaikutustiedoilla.				
Toimenpiteet	Kohderyhmä	Tulokset ja vaikuttavuus	Yhteistyö-kumppanit	Rahoitus
Kuluttajien varautumisen vahvistaminen osana kokonaisturvallisuutta. Arjen turvan vahvistaminen, huomioiden niin sosiaalisen, taloudellisen- kuin ekologisen kestävyuden näkökulmat. Kansallinen varautumispäivän tempaus 7.2. yhteistyössä KOVA-toimikunnan kanssa	Suuri yleisö, eri-ikäiset kuluttajaryhmät Suuri yleisö, eri-ikäiset kansalaiset	Vahvistetaan kuluttajien varautumisosaamista ja arjen turvallisuutta. Lisätään 72-tuntia osaamista: kansalaisten omatoimista selviytymistä eri häiriötilanteissa	MKN piirikeskukset, paikallisyhdistykset sekä muut alueelliset yhdistykset ja sidosryhmät SPEK, Naisten Valmiusliitto, sisäministeriö, MPK, Huoltovarmuuskeskus ja muut Kovatoimikunnan organisaatiot	OPH Ulkoinen rahoitus
Kädet multa an -toiminnan edistämistä varhaiskasvatuksessa ja viestintää siitä mm erilaisissa tapahtumissa. Yleiseen tarpeeseen vastaaminen kotitarveviljelyssä ja sopeutumista ilmastonmuutokseen myös kotitarveviljelyn osalta live- tai verkkokursseina, tapahtumissa, neuvontatilaisuuksissa.	Koulut/ päiväkodit yhdistykset, tapahtumien yleisö	Viedään syntyneitä toimintamalleja eteenpäin lisäten lasten ja aikuisten ymmärrystä luonnon monimuotoisuudesta sekä ruoan alkuperästä.	MKN piirikeskukset ja jäsenyhdistykset, päiväkodit ja koulut, kunnat, muut yhteistyötahot alueilla.	OPH Ulkoinen rahoitus
Luonnontuotteet lautaselle - hyvinvointia luonnosta - potkua yritystoiminnalle tiedotus ja aktivointikampanja	Suuri yleisö, eri-ikäiset kuluttajaryhmät, yrittäjät	Lisätään tietoa luonnontuotteiden monipuolisesta käytöstä ja kestävästä hyödyntämisestä	MKN piirikeskukset	OPH Ulkoinen rahoitus
Vahvuutena kestävä kulttuuriperintö Viestimme rakennusten korjaamista, uusiokäytöstä, kiertotaloudesta	Suuri yleisö, yhteisöt, yksittäiset kohteiden omistajat	Lisätään tietoa kulttuuriperinnön kestävästä hoidosta, hyödyntämisestä ja merkityksestä myös ilmastonmuutoksen torjunnassa	MKN piirikeskukset, ympäristöhallinto, kunnat	Ulkoinen rahoitus
Vesienhoidon neuvonta, kartoitus ja suunnittelu Viestimme aktiivisesti maanomistajille, yhdistyksille, osakaskunnille vesienhoidon edistämisestä ja erilaisista rahoitusmalleista sekä mm.	Maanomistajat, yhdistykset ja osakaskunnat	Tietoisuus vesienhoidon mahdollisuuksista, rahoituksista ja verkostoista lisääntyy.	Ympäristöhallinto ja maataloushallinto sekä asiantuntijat	Ulkoinen rahoitus



verkostoista. Teemme neuvontaa ja laadimme kartoituksia ja suunnitelmia.				
Ilmastotaitaja <i>Viestimme aktiivisesti uusimmasta tutkimustiedosta helppotajuisesti. Jalkautamme tutkimustietoa kokeellisilla viestintämenetelmillä. Toteutamme kilpailuja ja viestintäkampanjoita.</i>	<i>Maanomistajat, kuluttajat</i>	<i>Kehitetään viestintämenetelmiä vaikuttavaan viestintään kestävästä toiminnasta ja edistetään toiminnan muutosta ja seurataan sitä.</i>	<i>ostopalveluina muita toimijoita pilotoinnissa</i>	<i>MKNK, ulkoinen rahoitus</i>
Resilience by circularity and sharing culture at households as precondition for climate-neutral cities: "Circ-in-Town =Circ@Home + Circular services" Circ@Home	<i>Kunnat, kotitaloudet, palveluntarjoajat sekä kolmas sektori</i>	<i>Circ@Home pyrkii edistämään kiertotaloutta kolmella tasolla: kaupunki–koti–palvelu - kolmiossa. Kokonaisvaltainen lähestymistapa kohdistuu kuntiin, niiden tarjoamiin palveluihin ja ennen kaikkea kotitalouksiin.</i>	<i>Hankkeessa mukana olevat muut kumppanit EU-maista sekä Suomesta, Jalotus ry, Oulun MKN ja Smart & Lean Hub</i>	<i>MKNK ulkoinen rahoitus</i>



TEEMA 3. MONIMUOTOINEN YMPÄRISTÖ

TAVOITE				
Tavoitteena on tuoda esille ympäristön monimuotoisuuden merkitystä, selvittää sen tilaa tutkimuksella ja kartoituksilla sekä edistää monimuotoisuutta hoitosuunnitelmilla ja -toimenpiteillä yhdessä maanomistajien, kuntien, yhdistysten ja yritysten kanssa. Lisäksi jalkautetaan uusinta tutkimustietoa ja tuoteistetaan teemaan liittyviä palvelupaketteja.				
MITTARIT				
Kartoitusten ja inventointien määrä, suunnitelmien määrä, infojen määrä. Julkaisujen sekä artikkelien määrä. Some-julkaisujen tulostittarit. Mediaosumat. Kohderyhmien palaute.				
Toimenpiteet	Kohderyhmä	Tulokset ja vaikuttavuus	Yhteistyökumppanit	Rahoitus
Luonnon monimuotoisuus - tietoisuuden edistäminen ja vahvistaminen Sovimme tapaamisia verkostojen kanssa ja viemme tietoa ja kannustamme toimenpiteisiin.	Yhdistykset, kunnat, seurakunnat, yritykset	Tavoittaa 60 toimijaa tai toimijatahoa. Tietoisuus yhteisöissä luonnon monimuotoisuuden edistämiseksi lisääntyy ja aktivoituu myöhemmin myös alueellisiksi ohjelmiksi ja käytännön toimenpiteiksi.	MKN piirikeskukset	OPH korvamerkki
Puunhalausviikko-kampanja ja Suomen luonnon päivä Kampanjalla kannustamme kiinnittämään huomioita lähiympäristöön ja osoittamaan, että arvostamme monipuolisia viheralueita kuten metsiä, puistoja ja luontopolkuja	Eri-ikäiset toimijat ja myös kunnat, yritykset, yhdistykset	Seitsemän tapahtumavinkkiä, tavoittaa 5 000 sitoutunutta aihetunnisteella #puunhalausviikko. Medianäkyvyys.	VYL + muut kumppanit MKN Keskus sekä jotkut MKN piirikeskukset	OPH
Luonnon monimuotoisuuden neuvonta, kartoitus ja suunnittelu Viestimme aktiivisesti maanomistajille, luonnon monimuotoisuuden edistämisestä ja erilaisista tukimahdollisuuksista. Teemme neuvontaa ja laadimme kartoituksia ja suunnitelmia.	Maanomistajat, maatilat ja yhdistykset, kunnat	Tavoittaa 200 toimijaa maanomistajaa, maatilaa, yrittäjää, kuntaa ja yhdistystä. Tietoisuus luonnon monimuotoisuuden edistämiseksi lisääntyy ja aktivoituu suunnitelmina ja rahoitushakemuksina.	MKN piirikeskukset, Fingrid, Metsähallitus ja Valio	Ulkoinen rahoitus



TEEMA 4. PAIKALLISUUS VOIMAVARANA

TAVOITE				
Lisätään yleistä tietoisuutta kulttuuriympäristön arvoista ja mahdollisuuksista, arvokkaista maisema-alueista, paikallisesta kulttuuriperinnöstä, ruokaperinteestä, tavoista, taidoista ja historiasta monimuotoisesti sekä edistetään näistä lähtevää aitouteen perustuvaa kestävä yrittäjyyttä. Tuodaan näkyville nykyaikainen ja monipuolinen maaseutu, perinteitä unohtamatta. Vahvistetaan yhteisöllisyyttä, huomioiden monipaikkaiset asukkaat ja maaseudusta kiinnostuneet ihmiset.				
MITTARIT				
Infojen, koulutusten, tapahtumien ja tuotteiden määrä ja niiden suosio. Mediaosumat. Kohderyhmien palaute.				
Toimenpide	Kohderyhmä	Tulokset ja vaikuttavuus	Yhteistyökumppanit	Rahoitus
Maaseutuyrittäjyyden edistäminen, näkyvyyden vahvistaminen ja yrittäjien osaamisen ja hyvinvoinnin vahvistaminen #MaaseudunSankarit Nostetaan maaseudun yrittäjiä ja yritysten tarinoita esille eri medioissa vuoden aikana	Yrittäjät, kuluttajat, eri-ikäiset toimijat, jäsenyhdistykset, matkailualan toimijat Maaseudun mikro ja pienyrittäjät, naisyrittäjät, eri-ikäiset yrittäjät	Maaseudulla toimivien yritysten verkostoituminen ja yhteistyö lisääntyy. Yrittäjien ja yrittäjiksi haluavien osaaminen vahvistuu. Yrittäjien hyvinvointia parannetaan. Maaseudun yrittäjien näkyvyys ja tunnettuus lisääntyy eri kanavissa ja medioissa. Monipuolista yritystoimintaa nostetaan esille.	MKN piirikeskukset, yrittäjät ja muut yhteistyötahot	OPH korvamerkki
Impin päivä 11.6 Teemalla: Uimataidot kunniaan	Jäsenet, ns. suuri yleisö	Osallisuus ja yhteisöllisyys vahvistuu kylissä.	MKN piirikeskukset, paikallisyhdistykset	OPH Omarahoitus
Hyvinvointikampanja, eri teema eri vuosina Teema 2026 Teoilla tulevaisuutta #TeoillaTulevaisuutta	Jäsenet, ns. suuri yleisö	Osallisuus ja yhteisöllisyys vahvistuu	MKN piirikeskukset, paikallisyhdistykset	OPH Omarahoitus
Syödään yhdessä – tapahtuma Suomalaisen ruoan päivänä 4.9.2026	Jäsenet, ns. suuri yleisö. Tehdään yhdessä esim. palvelutaloissa, päiväkodeissa, kouluissa; maahanmuuttajien tai asuinyhteisöjen kanssa.	Osallisuuden ja yhteisöllisyyden vahvistaminen	MKN piirikeskukset ja paikallisyhdistykset. Yhteistyössä Ruokatiedon kanssa	OPH Omarahoitus Ulkoinen rahoitus
Kansainvälinen maisemapäivä Maisemapäivällä haluamme kiinnittää huomiota siihen, että maisemat ovat olennainen osa kaikkien kulttuuriperintöä, identiteettiä, hyvinvointia ja elinympäristön laatua sekä monimuotoisuutta.	Suuri yleisö	Tavoittaa 15 000 sitoutunutta aiheutunnisteella #arkimaisema ja #maisemapäivä. 300 maisemapäivän kävelyille osallistujaa. Lisääntynyt tietoisuus maisemien ja maisemapäivän merkityksestä.	Syke, YM, Museovirasto, Suomen kotiseutuliitto, Viherympäristöliitto, MKN piirikeskukset	Ulkoinen rahoitus
Kulttuurimaiseman neuvonta, suunnittelu ja tuotteistus	Kunnat, maanomistajat,	Tavoittaa 500 toimijaa, kuntaa, yhdistystä, maanomistajaa ja yrittäjää.	MKN piirikeskukset, kunnat, maakuntaliitot	Ulkoinen rahoitus



<p>Viestimme kulttuuriympäristön hoidosta, hoidon rahoitus- ja hankemahdollisuuksista. Kannustamme yrittäjiä kulttuuriympäristön ja maiseman kestävään tuotteistamiseen. Teemme neuvontaa ja laadimme kartoituksia ja erilaisia suunnitelmia.</p>	<p>yrittäjät, suuri yleisö.</p>	<p>Tietoisuus kulttuurimaiseman arvoista, hoidon ja rahoituksen mahdollisuuksista lisääntyy. Kulttuuriympäristön hyödyntäminen kestävinä tuotteita yrityksissä lisääntyy.</p>	<p>ELY-keskukset, yritykset</p>	
<p>Rural Finland Tourism Hub: Maaseutumatkailun osaamisverkosto</p> <p>Koordinoimme osaamisryhmiä ja toteutamme valmennustilaisuuksia sekä aktivoimme maaseutumatkailun verkostoja.</p>	<p>Maaseutumatkailun kehittäjät ja yrittäjät</p>	<p>Osaamisverkosto lisää ja vakiinnuttaa matkailun toimijoiden välistä verkostoitumista, tuottaa ja jakaa älykkäästi tietoa sekä edistää uusien matkailun kehittämistoimenpiteiden ja -kokonaisuuksien aikaansaamista yhteistyöllä.</p>	<p>SAMK, JAMK, MKN Keskus, MKN piirikeskusten yritysasiantuntijat.</p>	<p>MKNK, ulkoinen rahoitus</p>
<p>Hyvä ikääntyminen – kolmas sektori ikäihmisiä ja hyvinvointialueita harvaan asutulla maaseudulla tukemassa -hanke</p>	<p>Kotonaan harvaan asutulla maaseudulla ja ydinmaaseudulla asuvat ikääntyneet</p>	<p>Ikäihmisten parantunut ravitsemustila, toimintakyky ja mieliala. Lisääntynyt osallisuus ja yhteisöllisyys. Vahvistunut kriisinkestävyys ja alueellinen resilienssi. Väestöryhmien ja alueiden välinen hyvinvointierojen kaventuminen. Tuotetaan toimintamalli, joka voidaan juurruttaa osaksi kuntien ja hyvinvointialueiden palveluja.</p>	<p>Itä-Suomen, Keski-Suomen ja Länsi-Suomen piirikeskukset. Hyvinvointialueet, kunnat, kolmannen sektorin toimijat, kylä ja asukasyhdistykset, paikalliset seurakunnat ja vapaaehtoisverkostot</p>	<p>MKNK, ulkoinen rahoitus</p>



5. Viestintä

Vuonna 2026 viestinnän kärjet noudattelevat vuosille 2026–2030 tehdyn järjestön strategian teemoja ja niistä nousseita hankkeita ja muuta toimintaa. Huomioimme kaikessa viestinnässämme vuonna 2024 hyväksytyt Kestävän kehityksen -linjaukset.

Viestinnän tavoitteena on lisätä MKN:n näkyvyyttä luotettavana toimijana kaikilla osa-alueillaan. Pyrimme näkymään entistä yhtenäisemmin Maa- ja kotitalousnaisina oman brändimme vahvistamiseksi. Vastuu alueellisesta viestinnästä ja palveluiden markkinoinnista on lähtökohtaisesti piirikeskuksilla. Tapahtumista ja tilaisuuksista viestiminen mm. somessa kuuluvat työntekijän tehtäviin. Kun alueelta tuleva uutinen tai somesisältö on valtakunnallisesti merkittävä tai muuten poikkeuksellisen kiinnostava, se voidaan nostaa myös Keskuksen viestintäkanaviin. MKN Keskus tukee resurssiensa mukaan piirikeskuksia markkinointiviestinnässä.

ULKOINEN VIESTINTÄ

Medialle suunnattu viestintä kertoo järjestössä tehtävän työn tuloksista mutta myös vahvistaa järjestön brändiä luotettavana asiantuntijatoimijana. Tavoitteena on julkaista vähintään 12 tiedotetta toimintavuoden aikana sekä kehittää uudenlaisia tapoja tarjota työstettyä materiaalia median tarpeisiin.

Sidosryhmäviestintä vahvistaa yhteistyösuhteita, joiden kautta MKN:n on mahdollista saada asiaansa esiin isoilla foorumeilla ja vakuuttaa rahoittajia siitä, että MKN on osaava ja luotettava kumppani, jonka asiantuntijuutta kannattaa käyttää hyväksi. Sidosryhmien kanssa pidetään yhteyttä henkilökohtaisesti ja lähetetään teemakohtaisia kohdennettuja uutiskirjeitä.

MKN Keskuksen viestintä jatkaa ja laajentaa mahdollisuuksien mukaan yhteistyötä sidosryhmien viestijöiden kanssa.

Sosiaalisen median merkitys organisaation viestinnässä on suuri. Someviestinnässä panostamme viestin sisällön laatuun ja visuaaliseen ilmeeseen. Aktiivisina pääkanavina ovat Facebook, Instagram ja LinkedIn. Viestinnässä noudatetaan vuoden 2022 somestrategiaa ja -ohjeita. Tavoitteena on parantaa somesisällön näkyvyyttä ja vaikuttavuutta sekä saada eri sometilien käyttö palvelemaan entistä paremmin koko MKN:n työtä. Somenäkyvyyden parantaminen edellyttää tarkemmin kohdennettuja sisältöjä, jotka saadaan leviämään myös MKN:n ulkopuolelle.

Kannustamme asiantuntijoitamme esiintymään alansa asiantuntijoina eri somekanavissa (mm. LinkedIn) ja tuemme heitä siinä.

Seuraamme somekanavien kehitystä ja luomme uusia tapoja hyötyä niistä.

Hanke- ja kampanjaviestintä

Viestimme valtakunnallisista hankkeista ja kampanjoista kunkin projektin viestintäsuunnitelman mukaisesti.

SISÄINEN VIESTINTÄ

Sisäisen viestinnän sujuvuus on muun muassa olennainen työilmapiiriin vaikuttava tekijä. Tavoitteena on, että kaikki työntekijän tarvitsema tieto löytyy samasta paikasta ja työntekijä pystyy osallistumaan helposti itseensä koskeviin asioihin. Tärkein sisäisen viestinnän kanava on Teams (palaverit ja työryhmät).

JÄSENVIESTINTÄ

Jäsenviestintä on yhä laajemmin osa yleistä kuluttajaviestintää. Keskukselta lähtee neljä kertaa vuodessa sähköinen uutiskirje. Jäsen- ja yhdistysviestinnässä Facebook-ryhmä ja muut somekanavat toimivat hyvin, ja näitä kehitetään edelleen.

6. Koti ja maaseutu -lehti

Koti ja maaseutu -lehti on yksi tärkeimmistä MKN:n markkinointiviestinnän kanavista. Lehden sisältö heijastelee järjestön neuvonnan aloja, mutta myös laajemmin maaseudun elämää, elinkeinoja, yrittäjyyttä ja asumista maaseudulla. Lehti antaa äänen maaseudulle, mutta sisältö suunnitellaan siten, että se on



mieleinen myös kaupunkilaisille. Moni uusi tilaaja onkin maaseutuhenkinen kaupunkilainen tai maalle vastikään muuttanut.

Lehti tuo selkeästi esille järjestön toimintaa, hankkeita ja asiantuntijoiden työtä.

Neuvonta näkyy nykyaikaisella otteella lehden sisällöissä. Keskeisiä arvoja lehden toimitukselle ovat vastuullisuus, mielenkiintoiset aiheet ja laadukas sekä luotettava journalismi. Lehti on sitoutunut vastuulliseen journalismiin (Julkisen sanan neuvosto). Ruokaohjeissa kannustetaan noudattamaan kansallisia ravitsemussuosituksia.

Vuonna 2026 tuomme lehdessä esille järjestön ydinteemoja, jotka liittyvät ruokaan, maiseman- ja luonnonhoitoon sekä yrittäjyyteen. Koti ja maaseutu -lehteä ilmestyy vuonna 2026 8 numeroa, joista yksi on kesän tuplanumero. Lehden markkinointia jatketaan ja etsitään uusia keinoja löytää kohdeyleisöä. Lehden tekemisestä vastaa vuonna 2026 toimituspäällikkö yhdessä päätoimittajan kanssa. Erilaisia kampanjoita yhteistyössä tilaajapalvelu Atexin kanssa lisätään.

Lehden koko ajan suosituimpia kotisivuja kehitetään edelleen ja juttuja julkaistaan nettiversioina jälkikäteen enenevässä määrin. Nettijuttuihin panostetaan resurssien mukaan, koska niistä saadaan näkyvyyttä lehdelle. Näkyvyyden ja vuonna 2025 valmistuneen lukijatutkimusten tulosten avulla pyrimme lisäämään Koti ja maaseutu -lehden tunnettuutta entisestään. Jatkamme lehden sisällön kehittämistä lukijaystävällisemmäksi tutkimustulosten sekä lehdestä saadun monipuolisen palautteen avulla.

Vuonna 2026 uusitaan lehden asiamiestoiminta, jotta lehden tilausmäärä saadaan nousuun. Toimituspäällikkö johtaa uudistusta.