

**METSÄNOMISTAJAN AKTIVOINTI
TAIMIKON VARHAISHOITON**

Taimikonhoitokampanja

Mari Kosamo

Opinnäytetyö

Metsätalous
Metsätalousinsinööri AMK

2022

Metsätalous
Metsätalousinsinööri (AMK)

Tekijä	Mari Kosamo	Vuosi	2022
Ohjaaja	Kari Pasanen		
Toimeksiantaja	Metsätoimisto Kiramo Oy		
Työn nimi	Metsänomistajan aktivointi taimikon varhaishoitoon		
Sivu- ja liitesivumäärä	29 + 4		

Opinnäytetyössäni halusin tutkia metsänomistajarakennetta, heidän tavoitteitaan ja asenteita taimikonhoitoon. Tavoitteena oli löytää keinoja, kuinka motivoida metsänomistajia taimikonhoitoon informoimalla heitä erilaisilla viestintämateriaaleilla. Viestintämateriaalin tarkoituksena on madaltaa metsänomistajan kynnystä ottaa yhteyttä metsäasiantuntijaan taimikonhoitoon liittyvissä asioissa.

Tietoa metsänomistajarakenteesta, heidän tavoitteistansa ja asenteesta taimikonhoitoon löytyi metsänomistaja 2020-tutkimuksesta. Taimikonhoidosta on tietoa runsaasti eri lähteissä.

Toimeksiantajan toivomusten mukaan luotiin esite taimikonhoidosta ja sen tärkeydestä. Tein esitteestä sekä painetun että virtuaalisen version. Näiden lisäksi tein TikTok-videoita taimikonhoidosta. Syksyllä 2022 toteutin taimikonhoitokampanjan, jossa esite lähetettiin valituille metsänomistajille. Osalle painetun esitteen saaneista soitin kartoittaakseni miten he saavat tehtyä taimikonhoidon. Viestintämateriaalin tarkoituksena oli aktivoida metsänomistajat ryhtymään taimikonhoitoihin.

Opinnäytetyön tuloksena olen luonut materiaalia, jota voidaan käyttää myöhemmin muiden kampanjoiden luomiseen. Luotu materiaali on myös lisännyt Kiramon näkyvyyttä eri kanavien kautta. Viestinnän myötä uskon joidenkin metsänomistajien saaneen tietoa taimikonhoidosta ja sen tärkeydestä helposti ymmärrettävällä tavalla. Taimikonhoitokampanjan tuloksena yksi metsänomistaja otti yhteyttä meihin ja saimme tehtyä kaksi taimikonhoito sopimusta.

Metsänomistajat ovat päätöksentekotavaltaan pääsääntöisesti puntaroijia. He eivät tee päätöksiä nopeasti. Tämän vuoksi viestintä on tärkeää, jotta heillä olisi tietoa taimikonhoidosta miettiessään vaihtoehtoja ja tehdessään päätöstä. Erilaiset materiaalit ja viestinnän tulee olla helposti ymmärrettävää ja selkeää. Se että metsänomistajalla on perustietoa asioista voi osaltaan madaltaa kynnystä ottaa yhteyttä metsäasiantuntijaan. Metsänomistaja 2020 -tutkimuksessa kävi ilmi, että metsänomistajista suurin osa haluaa itse olla yhteydessä metsäasiantuntijaa, kun he haluavat tietoa tai ovat valmiita tekemään metsänhoitotöitä.

Avainsanat metsänomistaja, metsätalous, taimikonhoito, viestintä
Muita tietoja Työhön liittyy taimikonhoito esite

Forestry
Forestry Engineer

Author	Mari Kosamo	Year	2022
Supervisor	Kari Pasanen		
Commissioned by	Metsätoimisto Kiramo Oy		
Subject of thesis	Motivating Forest Owner to Tend Seedling stands		
Number of pages	29 + 4		

The Objective of the theses was to study the structure of forest owners and their goals and attitudes towards seedling stand management. The aim was to find ways to motivate forest owners to manage their seedling stands by information through different communication materials. Purpose of this material is to lower forest owner's threshold to contact forest expert in matters related to management of seedling stands.

Information regarding the forest owner structure, their goals and attitude towards seedling stand management was found in the Metsänomistaja 2020-survey. Information of seedling stand management is found in various sources.

According to the clients wishes, the brochure was created regarding importance of seedling stand management. A printed and virtual version was made of the brochure. In addition, TikTok videos on seedling stand management were made. In autumn 2022 a seedling stand management campaign was carried out, in which a brochure was sent to selected forest owners. The aim of the information material was to activate forest owners to attend to their seedling stand management needs.

As a result of the thesis, material was created that can be used to carry out other campaigns later. The material has also increased Kiramo's visibility through various channels. Through this communication some forest owners have received information about seedling stand management and the importance of it, in an easily understandable format. As a result of the campaign, one landowner contacted us, and two contracts for seedling stand management were signed.

Most of the forest owners like to ponder when it comes to decision making. They do not make decisions quickly. Because of this, communication, and information from forest experts to forest owners are important things so that it can ease the decision making. All types of information material should be clear and easy to understand. The fact that the forest owner has basic knowledge can partly lower the threshold for contacting a forest expert. Most forest owners want to contact a forest expert themselves when they need information or are ready to carry out seedling stand management care.

Key words	communication, forest owner, forestry, tending of seedling stands
Special remarks	Thesis includes tending of seedling stands - brochure

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	6
2 TAIMIKONHOITO	9
2.1 Yleistä taimikonhoidosta	9
2.2 Varhaisperkaus	10
2.3 Varhaisperkauksen ajoitus	10
2.4 Varhaisperkauksen hyötyjä	12
2.5 Taimikonhoito.....	14
3 TAIMIKONHOITOKAMPANJAN VIESTINTÄ.....	16
3.1 Viestintä metsäalalla	16
3.2 Metsänomistajarakenne.....	17
3.3 Metsänomistaja päätöksentekijänä	18
4 TAIMIKONHOITOKAMPANJAN TOTEUTUS	19
4.1 Kampanjan tavoitteet ja suunnittelu	19
4.2 Esite.....	20
4.3 Digitaalinen esite.....	21
4.4 TikTok-video	21
4.5 Taimikonhoitokampanja	22
5 POHDINTA	25
LÄHTEET	28
LIITTEET.....	30

ALKUSANAT

Tämän opinnäytetyön tekeminen on ollut minulle oppimisen ja työni kannalta antoisa. Siitä lähtien, kun idea opinnäytetyön aiheesta alkoi kehittyä, olen kiinnittänyt huomiota taimikkoihin ja niihin liittyviin asioihin. Vaikka itse raportointi tapahtui nyt syksyllä 2022, on tämä aihe ja siihen liittyvät asiat muhineet päässäni jo ke-sästä 2021 asti.

Minulle onnistumisen tunteen on luonut se, että valitsin aiheen, joka on ajankoh-tainen. Siksi uskon, että työnantajalleni tekemästä esitteestä ja muusta aineis-tosta sekä kampanjoista on hyötyä. Haluan myös uskoa, että lähialueen metsän-omistajat ovat saaneet tietoa heille tärkeästä asiasta ja toivon, että se madaltaa kynnystä ottaa yhteyttä metsäammattilaiseen, jos ei nyt, niin tulevaisuudessa.

Haluankin kiittää työnantajaani mahdollisuudesta tehdä tämä opinnäytetyö. Olen saanut vapaat kädet tekemisen kanssa ja uskon, että lopputulos on sellainen, joka vastaa sille asetettuja tavoitteita.

1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni aihe on syntynyt työelämässä havaituista haasteista. Yksi haasteista on tekemättömät taimikonhoitotyöt. Luonnonvarakeskuksen tutkimuksen mukaan metsänhoitosuosituksen mukaisista taimikonhoidoista toteutetaan ainoastaan reilu puolet. Suomen valtakunnan metsien 12. inventoinnissa (myöhemmin VMI12) tuli ilmi, että taimikonhoitorästejä on Suomessa reilut 700 000 hehtaaria. (Mäntyranta 2020.)

Taimikon varhaishoito on metsänhoidon yksi tärkeimmistä toimenpiteistä. Oikea aikainen ja oikein tehty taimikon varhaishoito takaa puun kasvun ja hyvinvoinnin tulevaisuudessa. Taimikonhoito on investointi, sillä se kasvattaa tukin määrää tulevissa hakkuissa. Hoidettu taimikko on myös vähemmän altis tuhoille ja voi mahdollisesta parantaa puuston hiilensidontakykyä tulevaisuudessa. Taimikonhoitoa tehdään Suomessa tällä hetkellä vähemmän kuin mitä sitä pitäisi tehdä. VMI12 mukaan kohdealueellani Pohjois-Pohjanmaalla taimikonhoitotöitä tulisi tehdä kolme kertaa edellisvuosia enemmän. Haasteena on löytää keino, jolla metsänomistajia saataisiin aktivoitua taimikonhoitoon ja sen myötä luomaan tulevaisuuden terveitä, tuottavia metsiä.

Metsänomistajista löytyy runsaasti niitä, joilla ei ole juurikaan kokemusta metsänomistuksesta. Usein näin käy, kun on kyseessä peritty metsä. Metsänomistajat ovat myös urbanisoituneet ajan myötä, joten metsäasiat voivat tuntua vieraamilta. On myös mahdollista, että metsäalalla käytetty sanasto voi tuntua vieraalta näille henkilöille.

Otettaessa yhteyttä metsänomistajiin on pidettävä mielessä, että he jakautuvat päätöksentekotaidoiltaan erilaisiin ryhmiin. Metsäomistaja 2020 -tutkimuksen mukaan metsänomistajista noin 35 prosenttia on puntaroijia, opin- ja tuenhaluisia noin 25 prosenttia, itsenäisiä päätöksentekijöitä 25 prosenttia ja noin 15 prosenttia on ammattilaisiin luottavia. Samassa tutkimuksessa kävi ilmi, että suurin osa metsänomistajista ei halua metsäammattilaisen ottavan heihin yhteyttä. (Hänninen, Valonen & Haltia 2020,14, 54.)

Metsänomistajista noin kaksi kolmasosaa aikoi tehdä metsänhoitoa seuraavan viiden vuoden aikana, loppu kolmanneksesta puolella ei ole aikomusta tehdä ja

lopun eivät tiedä. Hoitotoita tekevistä suurin osa pitää töiden vaikutusta metsään myönteisenä, vaikkakin heidän keskuudessaan usko kannattavuuteen on hieman laskenut. Useat heistä, jotka eivät aio tehdä hoitotyötä, eivät näe sitä taloudellisesti kannattavana. Muita syitä tekemättömyyteen ovat metsänhoitotöiden kaltevuus, Kestävän metsätalouden rahoituslain mukaisen tuen (myöhemmin Kemera-tuki) riittämättömyys, tukijärjestelmän vaikeus, ajan puute ruumiillisen työn jakamisessa ja metsän kaukaisessa sijainnissa. (Haltia 2020, 5, 10, 11.)

Syksyllä 2021 tein työnantajan pyynnöstä taimikonhoitokampanjan. Kampanjassa kävin läpi lähialueen avointa metsävaratietoa, jossa näkyivät eri-ikäiset metsät. Valitsin niistä taimikoita, joihin ei ollut haettu Kemera-tukea, joten oletusarvona oli, että niissä olisi silloin taimikonhoidolle tarvetta. Valitsin noin 20 metsänomistajaa, joille tein tarjouksen taimikonhoidosta ja lähetin sen heille saatekirjeen kanssa. Lähettämisen jälkeen otin yhteyttä puhelimitse metsänomistajaan tarjouksesta. Kampanja ei onnistunut läheskään niin hyvin, kuin odotimme. Koko otannasta eli 20 metsänomistajasta vain yksi päätti tehdä taimikonhoidon, vaikka olimme arvioineet sopimusten määräksi 20–30 prosenttia lähetetyistä tarjouksista.

Osalla metsänomistajista on hyvin rajallisesti tietoa metsästä, sen hoidosta tai yleisesti metsänomistamisesta. Saatavilla oleva tieto ei välttämättä saavuta heitä, tai he eivät osaa sitä etsiä. Vaikka metsänomistajalle metsä on tuttu asia, voi silti alalla käytetty termistö olla vierasta. Esimerkiksi metsäsuunnitelmaa esitellessä kuntapäätäjille oli tarpeen avata metsäalan termejä, ennen varsinaista metsäsuunnitelman läpikäymistä.

Edellä mainittujen asioista on pääteltävissä, että yllä mainituille haasteille olisi tehtävä jotain. Tietoa taimikonhoidosta, sen tärkeydestä ja hyödyistä/haitoista on olemassa, mutta se tieto ja tietty metsänomistajasegmentti eivät kohtaa. Olen itse uusi metsäalalla, joten pystyn samaistumaan uusiin metsänomistajiin ja siihen, kuinka paljon alalla on termistöä, joka ei ole itsestään selvää kaikille. Tietoa on, kuten mainitsin, mutta se on hyvin usein erittäin spesifiä, eikä varmastikaan ole helposti ymmärrettävää tai omaksuttavaa henkilöille, joille metsäala ei ole tuttu. Tietoa on myös niin valtavan paljon, että sen määrä yksistään voi aiheuttaa sen, ettei metsänomistaja tiedä mistä aloittaa tai ei löydä hänelle tarpeellista tietoa.

Tavoitteeni opinnäytetyössä oli syventyä taimikonhoitoon ja siihen liittyviin asioihin. Halusin haastaa itseni siinä niin, että saisin luotua tarkoituksenmukaista ja toimivaa materiaalia asiakkaiden aktivoimiseen taimikonhoitoon. Syksyllä 2021 taimikonhoitokampanjaa tehdessä huomasin, kuinka haastavaa on saada metsänomistajia aktivoitua tekemään taimikonhoitoa. Näen tämän haasteena, johon olisi saatava jokin ratkaisu, sillä taimikonhoitorästit ovat valtakunnallisesti puhuttava aihe, ei pelkästään toimeksiantajani työskentelyalueella. Jos opinnäytetyön myötä saamme asiakkaita innostumaan taimikonhoidosta, silloin toimeksiantaja voi käyttää samankaltaisia esitteitä ja kampanjoita tulevaisuudessa.

Opinnäytetyönä loin esitteen, virtuaaliesitteen ja TikTok-videoita taimikonhoidosta. Nämä tuotokset on kohdistettu juuri sellaisille metsänomistajille, joilla ei ole paljoakaan kokemusta tai tietoa metsänhoidosta. Tein erilaisia formaatteja eri ikäpolville. Tuotoksista tehtiin selkeät, helposti luettavat sekä ymmärrettävät ja sellaiset, jotka mahdollisesti madaltaisivat kynnystä ottaa yhteyttä metsäpalveluja tarjoavaan tahoon asioiden hoitamiseksi.

Syksyllä 2022 käytin luomaani materiaalia uudessa taimikonhoitokampanjassa. Kampanjassa lähetin esitteen saatekirjeen kanssa valitulle metsänomistajaryhmälle. Tarkoituksena oli tiedon jakaminen metsänomistajille ja siten aktivoida heitä metsäomaisuutensa hoitoon.

Teoriaosassa käsittelin taimikon varhaishoitoa, sen tärkeyttä puun elinkaareissa ja vaikutusta taimikosta kehittyvään metsikköön. Tarkoitukseni oli selvittää, millaisia metsänomistajat ovat sekä tuottaa materiaalia, jolla voidaan tavoittaa mahdollisimman monta eri asiakassegmenttiä. Tämän opinnäytetyön tutkimuskysymykset ovat seuraavat:

- Miten aktivoida metsänomistajat taimikon varhaishoitoon?
- Mitkä ovat metsänomistajan motiivit ja asenteet vuonna 2022?
- Kuinka madaltaa metsänomistajan kynnystä ottaa yhteyttä metsäpalveluiden tarjoajaan?

2 TAIMIKONHOITO

2.1 Yleistä taimikonhoidosta

Metsät ovat tärkeitä kaikille nyt ja tulevaisuudessa. Ihmisen ja luonnon välistä suhdetta kutsutaan ekosysteemipalveluiksi, jossa hyödyn saajana on ihminen ja jossa luonto tuottaa ihmisille välttämättömiä sekä muita tärkeitä palveluja. Puuntuotanto on taloudellisesti merkittävin ekosysteemipalvelu, jota saadaan luonnosta. Metsätalous tehostaa puuntuotantoa monilla erilaisilla toimenpiteillä, joihin kuuluvat uudistaminen, hakkuut, metsänhoito, kunnostusojitus sekä lannoittaminen. Nämä toimenpiteet tulee suorittaa luonnon monimuotoisuutta vaalien. Tämä onnistuu, kun eri toimenpiteissä sovitetaan yhteen luonnon- ja metsänhoidon keinoja. (Saaristo & Vanhatalo 2016, 14–15.)

Taimikonhoito tai tarkemmin taimikon varhaishoito on yksi tärkeimmistä toimenpiteistä metsänkasvatuksessa. Sen voimakkuus ja ajoitus vaikuttavat tuleviin hakkuisiin, niiden kannattavuuteen ja puun järeytymiseen koko kiertoajalla. Taimikon varhaishoidolla turvataan viljeltyjen tai luontaisesti syntyneiden taimien elinmahdollisuus ja kilpailukyky muun kasvuston kanssa. Kun kilpailua vähennetään, saadaan valitulle taimille enemmän kasvutilaa, jolloin juuristo ja latvus pääsevät kehittymään alusta asti mahdollisimman hyvin. Tämä antaa puille mahdollisuuden kasvaa parhaimmaksi mahdolliseksi kuitu- ja tukkipuuksi. (Huuskonen, Hynynen & Valkonen 2014, 59–60.)

Taimikonhoito-termi käsittää taimikon varhaishoidon, varhaisperkauksen ja taimikonharvennuksen. Opinnäytetyössäni keskityn taimikon varhaisperkaukseen, joka tehdään taimen ollessa alle kolmimetristä, mutta kuitenkin yli metrin mitaista. (Huuskonen ym. 2014, 59–60.)

Pohjois-Pohjanmaalla on uudistettu metsää ja ojitettu runsaasti turvemaita 1970-luvun puolivälistä alkaen, minkä tuloksena metsien kasvu sekä niiden hakkuumahdollisuudet ovat kasvaneet. Metsämaan runkopuun määrä hehtaarilla on kasvanut noin 60 kuutiometristä 102 kuutiometriin. Tehdyt toimenpiteet ovat aiheuttaneet suuren hoitotarpeen puun kasvun myötä. VMI12 saatujen tietojen perusteella taimikonhoitotöitä on tehtävänä kolminkertainen määrä verrattuna edellisvuosiin (Metsäkeskus 2020 , 9). Vuonna 2022 elokuuhun mennessä taimikon

varhaishoitoa on tehty noin viidennes vähemmän viime vuoteen verrattuna. Kera-tuki vuodelle 2022 on 57 miljoonaa euroa, josta arvellaan jäävän käyttämättä 20 miljoonaa euroa. (Niskanen & Partanen 2022.)

2.2 Varhaisperkaus

Varhaisperkaus on yleensä tarpeellinen varsinkin havupuutaimikossa rehevimmillä kasvupaikoilla, joissa lehtipuu alkaa vallata alaa. Varhaisperkauksen tarvetta on seurattava tarkoin taimikon alkuvaiheessa. Jos varhaisperkaukselle on tarvetta, se on tehtävä oikea-aikaisesti, jotta ei menetetä mahdollista tulevaisuuden kasvupotentiaalia. (Luoranen, Saksa & Uotila 2020, 128.)

Varhaisperkauksessa poistetaan taimet, jotka haittaavat kasvatettavan taimiston kasvua. Näin vähennetään kilpailua valosta, ravinteista ja tilasta juuria ja latvusta varten. Poistamalla lehtipuita, varmistetaan myös se, etteivät ne vahingoita havupuiden latvustoa. Jos varhaisperkaus jää tekemättä, se vaikuttaa taimien kasvuun ja puun kokonaiskasvuun koko kiertoajalla. (Luoranen ym. 2020, 128.)

Eteläisessä Suomessa taimikon varhaishoidossa jäävä runkoluku kuuselle ja männylle on metsänhoitosuosituksen mukainen viljelytiheys, josta vähennetään 200 kappaletta. Enimmäistiheys on 5 000 runkoa, paitsi jos kohde on ollut riukuuntunut, hoitamaton tai ylitieheä, jolloin voidaan käyttää taulukoiden mukaisia korkeampia arvoja. Raudus- ja hieskoivulla on sama runkolukutavoite kuin havupuulla paitsi, että niille ei ole säädetty korkeampia arvoja. Varhaishoito pitää tehdä niin, ettei taimikkoon jää välitöntä hoidontarvetta. (Metsäkeskus 2022b, 1–3.)

2.3 Varhaisperkauksen ajoitus

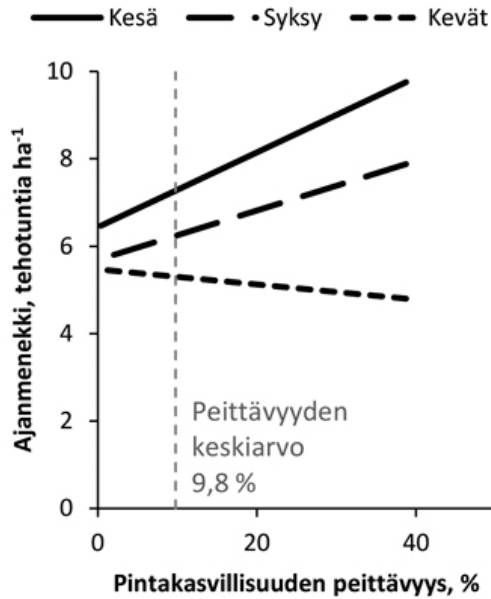
Varhaisperkauksen ajoituksella on paljon merkitystä, sillä taimikon pituuden ja paksuuden lisääntyessä kustannukset voivat nousta jopa kymmenen prosenttia vuodessa. Oikea-aikaisen varhaisperkauksen myötä puun paksuuskasvu lisääntyy jopa 20–30 prosenttia muutaman vuoden jälkeen perkauksesta. Varhaisperkaus vaikuttaa myös taimien pituuskasvuun. (Huuskonen ym. 2014, 62–63.)

Varhaisperkaus vaikuttaa metsien hiilensidontaan. Luonnonvarakeskuksen teke­ mässä tutkimuksessa tehtiin kolme nykytaimikoiden kehitystä ennustavaa ske­ naariota. Niistä yksi oli taimikonhoidon tehostamisvaihtoehto. Siinä nykytasoon verrattuna tukkipuun määrä kasvaisi 34 miljoonaa kuutiometriä seuraavan sadan vuoden aikana ja kuitupuun määrä vähenisi 28 miljoonaa kuutiometriä. Kaiken kaikkiaan puuntuotos lisääntyisi kuusi miljoonaa kuutiometriä, mikä tarkoittaa suurempaa hiilivarastoa. (Mäntyranta 2020.)

Tämänhetkisen tiedon mukaan on sanottu, että avohakkuun ja uudistamisen jäl­ keen menisi 20 vuotta, ennen kuin taimikko muuttuu hiilen lähteestä hiilen sito­ jaksi. Luonnonvarakeskuksella on menossa tutkimus, jossa pyritään selvittämään sitä, missä vaiheessa taimikko alkaa sitomaan hiiltä. On ehdotettu, että taimikot jätettäisiin tiheämmäksi tai suosittaisiin reikäperkausta, jolloin alalle jäisi enem­ män runkoja eli tehokkaampaa hiilensidontaa. Maaperän hiilitase ei välttämättä pienene juurikaan varhaisperkauksessa, sillä maahan jäävät kannot, joista nou­ see kantovesoja. (Skyttä, V. 2021.)

Virossa tehdyssä tutkimuksessa osoitettiin, että kylvömännikkö mustikkatyypin kasvupaikalla voisi muuttua hiilinieluksi jo ennen kuin se on kymmenvuotiasta. Näin ollen oikea-aikainen taimikonhoito osana uudistusketjua on tärkeää, jotta parhaimmin kasvavat ja siten tehokkaammin hiiltä sitovat yksilöt saavat tarvitse­ mansa kasvutilan. (Luoranen ym. 2020, 33.)

Varhaisperkauksen suorittamiselle paras ja kustannustehokkain vuodenaika on kevät. Tutkimusten mukaan lehtipuut vesovat vähiten, jos ne kaadetaan kesällä täyden lehden aikaan. Kustannukset ja ajankäyttö lisääntyvät kuitenkin kesällä sen verran paljon, että varhaisperkauksen kokonaiskannattavuus on heikompi kuin keväällä tai syksyllä tehtynä (Kuvio 1). Tutkimuksen mukaan kaikkein kus­ tannustehokkain ajankohta varhaisperkaukselle on kevät, jolloin kesään verrat­ tuna kustannussäästö voi olla jopa 11 Prosenttia. Toiseksi paras ajankohta on syksy ja vasta sen jälkeen keskikesä. Alla olevassa kuviossa nähdään, kuinka varhaisperkauksen vuodenaika vaikutti ajanmenekkiin ja pintakasvillisuuden run­ saus kärjisti vuodenaikojen eroja. (Uotila & Saksa 2021, 2–3.)

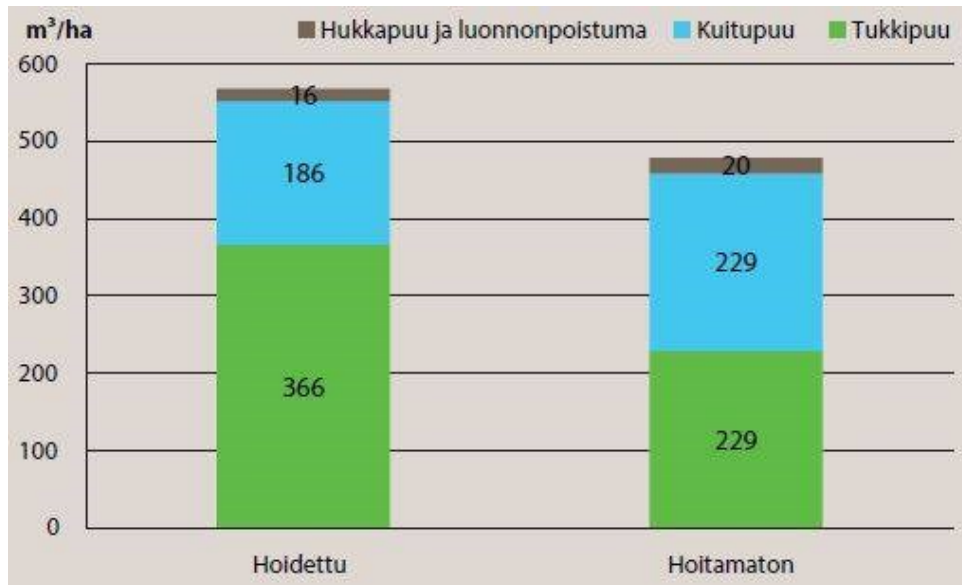


Kuvio 1. Pintakasvillisuuden vaikutus ajanmenekkiin (Uotila ym. 2021, 2)

Juurikäpäriski on hyvin pieni varhaisperkauksessa, sillä rungon läpimitta jää aina alle viiteen senttimetrin. Silti juurikäpäriski kannattaa ottaa huomioon niillä alueilla, joilla sitä esiintyy runsaasti. Silloin taimikon varhaisperkaus on hyvä tehdä vain, kun lämpötila on nollan alapuolella. (Metsäkeskus 2019.)

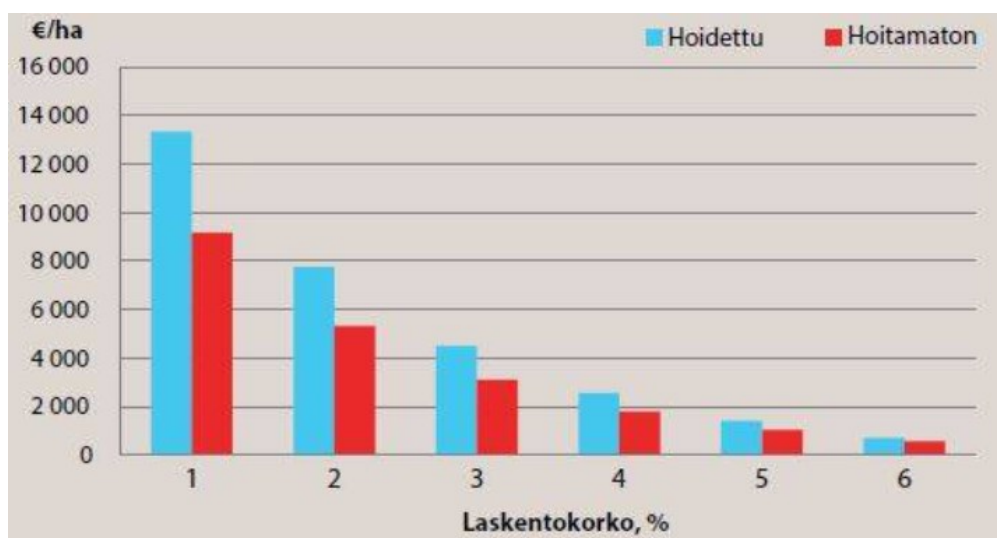
2.4 Varhaisperkauksen hyötyjä

Varhaisperkauksesta syntyy menoja, mutta toimenpiteen tekemättä jättäminen aiheuttaa suurempia taloudellisia menetyksiä tulevaisuuden harvennuksilla ja hakkuilla (Kuvio 2). Puu ei silloin välttämättä saavuta parasta kasvupotentiaaliaan. Pahimmassa tapauksessa taimikosta voi tulla kehityskelvoton, jolloin metsän uudistamiseen investoitu raha on menetetty. Lykkäätynyt tai tekemätön varhaisperkaus aiheuttaa kiertoajan pitenemistä, jotta saataisiin sama tuotto kuin hoidetusta metsiköstä. (Sved & Koistinen 2015, 66–68.)



Kuvio 2. Varhaisperkauksen ja taimikonharvennuksen vaikutus tuotokseen (Maa- ja metsätalousministeriö 2022)

Esimerkkinä voidaan käyttää hoidettua ja hoitamattonta viisivuotiasta istutettua kuusen taimikkoa. Hoidetun taimikon nettonykyarvo kaikilla laskentakoroilla on korkeampi kuin hoitamattoman. Taimikonhoidosta huolehtimalla voidaan taata hyvä tuotto metsänuudistamiseen käytetyille investoinneille. Eri laskentakoroilla laskettuna (Kuvio 3) nettonykyarvo on korkeampi tarkastellessa hoidettua ja hoitamattonta istutettua kuusen taimikkoa viiden vuoden iällä. (Maa- ja metsätalousministeriö 2022.)



Kuvio 3. Nettonykyarvo eri laskentakoroilla (Maa- ja metsätalousministeriö 2022)

Varhaisperkauksella on vaikutus puiden pituuden ja läpimitan kehitykseen. Istutusmäntyjen läpimitta voi kasvaa jopa 5–10 prosenttia enemmän varhaisperkauksen myötä, paksuuskasvu on havaittavissa tässä vaiheessa taimien tyvellä. Varsinkin männyn varhaisperkauksella on merkitystä sen laatukehityksessä. Varhaisperkauksessa ei sahatavaraksi kasvatettavaa mäntyä kannata harventaa, sillä harvennus hidastaa alaoksien kuolemista. (Saksa, Miina & Uotila 2021, 62–63.)

Taimikkoa ei tule harventaa liian harvaksi, jotta puista ei tule liian oksaisia. Jäävästä taimikosta voidaan valita parhaimmat yksilöt myöhemmin taimikonharvennusvaiheessa. Varhaisperkaus jouduttaa taimien kasvua, jolloin taimikko kasvaa nopeammin myyrä- ja hirvituhoriskipituudesta pois. Varhaisperkaus voi vähentää myös tuulituhoriskiä, sillä kilpailu vähenee juuristossa ja näin havupuilla on mahdollisuus kasvattaa laajempi ja vahvempi juuristo. (Saksa ym. 2021, 59–64.)

2.5 Taimikonhoito

Taimikonhoito tehdään tarpeen mukaan riippuen kasvupaikasta ja aiemmista metsänhoitotyöstä, kuten taimikon varhaisperkauksesta. Myöhemmässä taimikonhoidossa poistetaan ei-halutut sekä huonolaatuiset puut ja harvennetaan taimikko haluttuun kasvatustiheyteen. (Huuskonen ym. 2014, 64.)

Taimikonhoidon kertojen määrä riippuu kasvupaikasta. Metsähoidolliset toimenpiteet valitaan niin, että hoitokertojen määrä jäisi mahdollisimman pieneksi (Sved & Koistinen 2015, 66–68). Aikaisin tehty taimikonhoito antaa puille aikaa reagoida kasvutilaan lisääntymiseen ja siten lisää ainespuun kertymää ensiharvennuksella puun kasvun myötä. Kasvutilan lisääntyminen voi toisaalta lisätä puun oksien paksuutta. Myöhäinen taimikonhoito vähentää oksien kasvua, sillä taimet ovat joutuneet kilpailemaan ravinteista ja tilasta, minkä myötä niiden elinvoimaisuus on voinut hiipua ja kasvu hidastua. (Huuskonen ym. 2014, 64.)

Taimikonhoidon ajoitus ja määrä sekä voimakkuus ovat tasapainoilua asetettujen tavoitteiden, kannattavuuden ja tulevaisuuden puuntuotoksen välillä (Huuskonen, Hynynen & Valkonen 2014, 64). Oikea-aikainen taimikonhoito on investointi, jolla parannetaan hakkuutuloja jo ensiharvennuksessa. Taimikonhoito tehdään puulajista riippuen pääsääntöisesti taimikon ollessa 3–8 metristä. Taimikonhoito

vähentää tuhoriskejä, kuten lumi- ja hirvituhoriskejä. Taimikonhoidolla voidaan vaikuttaa metsän monimuotoisuuteen ja virkistyskäyttöön. Ilmastonmuutokseen voidaan vaikuttaa oikea-aikaisesti tehdyllä taimikonhoidolla, sillä jäävällä puustolla on tilaa ja mahdollisuus kehittyä järeäksi ja elinvoimaiseksi metsäksi. (Maa- ja metsätalousministeriö 2022.)

3 TAIMIKONHOITOKAMPANJAN VIESTINTÄ

Taimikonhoitokampanja on osa Metsätoimisto Kiramon kokonaisvaltaista viestintää. Viestinnällä pyritään kasvattamaan näkyvyyttä ja sen myötä asiakaskuntaa. Kampanja itsessään on tärkeä ja tärkeään aiheeseen liittyvä. Taimikonhoitokampanja ajoittuu aikaan, jolloin muutkin toimijat ja media tuovat asiaa esille. Tämä tuo yritykselle näkyvyyttä ja tuntuu siitä, että se on aikaansa seuraava.

Metsänomistajat, jotka ottavat tai heihin otetaan yhteyttä taimikonhoitoasioissa, ovat mahdollisia asiakkaita myös tulevaisuudessa. Kampanja voi parhaimmillaan toimia siltana pitempiaikaisen asiakassuhteen luomiselle.

3.1 Viestintä metsäalalla

Metsäalan maine ja siihen liittyvät asenteet muuttuvat vain niitä muuttamalla. Metsäalan ammattilaisten ääntä kaivataan. Käytännön töiden tekemisen tuominen ihmisten nähtäväksi voisi mahdollisesti lisätä metsäalan arvostusta ja houkuttelevuutta eri asiakassegmenteissä ja -ikäryhmissä. Julkaisujen ei tarvitse olla laajoja tai pitkiä vaan sellaisia, joissa tulevat esiin ammattiyhteisö, osaaminen ja käytännön tekeminen. (Metsäteho Oy 2022.)

Viestinnässä tärkeää on kiteyttää oma tekeminen avainviestiin. Avainviestin osia ovat itse viesti, sitä tukevat viestikärjet sekä näiden perustana oleva aineisto. Viestiä laatiessa on huomioitava viestin tavoitteet, kohderyhmä ja viestin äänensävy. (Metsäteho Oy 2022.)

Viestinnässä on muistettava valita sen tyyli ja kieli kohderyhmän ja viestintäalustan mukaan. On hyvä tiivistää ja kiteyttää, sillä asian saa parhaiten viestittyä muille, jos se on selkeä ja ytimekäs. Varaudutaan jo etukäteen mahdollisiin kysymyksiin ja vastakommentteihin sekä mietitään, miten niihin on paras vastata. On muistettava noudattaa hyviä tapoja kaikessa viestinnässä ja varmistaa, että toimii työpaikan viestintäsääntöjen ja someohjeiden mukaan. (Metsäteho Oy 2022.)

Pohjois-Pohjanmaan metsästrategia 2021–2025 kuvaa tämänhetkisen viestinnän olevan pääosin verkossa. Isoimmilla toimijoilla on enemmän, laajemmin ja

monipuolisemmin viestintää, kun taas pienyrittäjien viestintä on asiakasviestintään keskittynyttä. Yhteistä kaikille viestijöille on se, että sosiaalisen median käyttö on mahdollistanut ja lisännyt vuorovaikutteisuutta viestinnässä. (Metsäkeskus 2020, 24.)

Metsänomistaja 2020 -tutkimuksen tulosten mukaan on havaittavissa, että metsänomistajarakenteessa on tapahtumassa muutosta (Kappinen, Hänninen & Horne 2020, 55). Muutoksen myötä viestinnän ja markkinoinnin tapoja ja kanavia on muutettava vastaamaan muutosta, jotta metsäala tulisi tunnetummaksi kaikille asiakassegmenteille. Siten voidaan parantaa metsäalan imagoa ja kasvattaa sen vetovoimaisuutta.

3.2 Metsänomistajarakenne

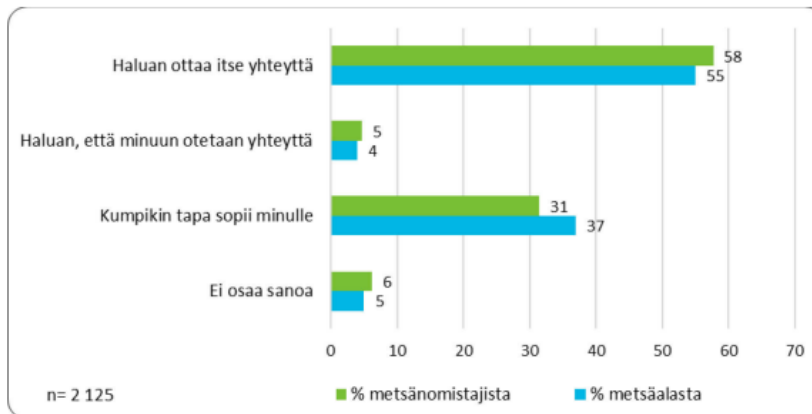
Suomen metsänomistajista noin puolet on eläkeläisiä, joiden keski-ikä on 62 vuotta. Heistä 41 prosenttia on naisia, mikä on hieman vähemmän kuin vuoden 2009 tutkimuksessa. Metsänomistajien koulutustaso ja tulot ovat keskimäärin korkeammat taajamissa asuvilla ja nuoremmilla ikäryhmillä. Noin neljänneksellä maanomistajista ei ole lainkaan koulutusta. Ammattikoulutasoinen tutkinto on neljänneksellä, samoin kuin opistoasteinen tutkinto. Akateemisesti koulutettuja heistä on noin viidennes. (Karppinen ym. 25–26.)

Metsänomistajista eläkeläisiä on 47 prosenttia ja he omistavat metsäalasta 41 prosenttia. Eläkeläisten omistamat tilat ovat keskimäärin pieniä, alle 20 hehtaaria, ja ne ovat usein kuolinpesiä. Palkansaajien osuus metsänomistajista on 37 prosenttia. He asuvat yleensä taajamissa ja yleisin metsänomistusmuoto on yhtymä. Päätoimisia metsä- ja maatalousyrittäjiä on 14 prosenttia metsänomistajista. Heidän tilansa ovat suuria, ja he asuvat useimmiten maaseudulla. (Karppinen ym. 20, 31.)

Palkansaajien määrä metsänomistajista on noussut viimeisen kymmenen vuoden aikana, ja heidän koulutustasossaan on selkeää nousua. Metsänomistajien taloudellisten tavoitteiden taso verrattuna muihin tavoitteisiin on noussut. Metsänomistajista noin joka kymmenes ei ole varma mitä tekisi metsällään. (Karppinen ym. 39–40.)

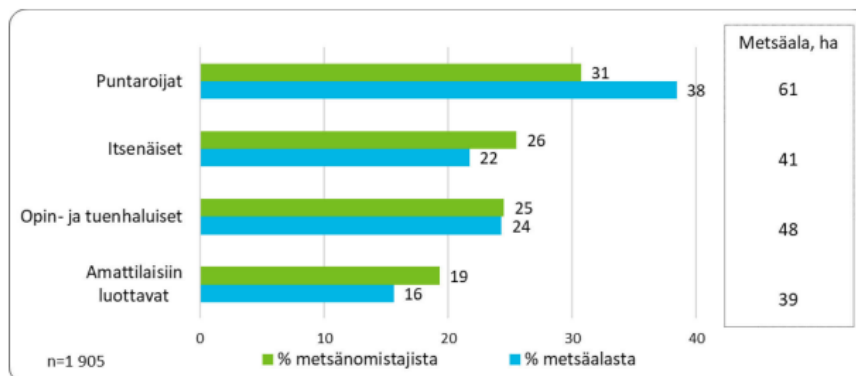
3.3 Metsänomistaja päätöksentekijänä

Metsänomistaja 2020 -tutkimuksessa käy ilmi, että suuri osa metsänomistajista ei halua metsäammattilaisen olevan yhteydessä heihin, vaan ovat itse yhteydessä tarpeen mukaan (Kuvio 4). Metsänomistajista vain noin viisi prosenttia halusi, että heihin otetaan yhteyttä. Metsänomistajista, joilla on taimikonhoitotarvetta, vain 20 prosenttia aikoi teettää työn ulkopuolisella. (Hänninen ym. 54, 41.)



Kuvio 4. Metsänomistajan yhteydenotto tarve (Hänninen ym. 54)

Metsänomistajista keskimäärin 35 prosenttia on päätöksentekotaidoiltaan punta- roijia. Itsenäisiä päätöksentekijöitä on 25 prosenttia ja opin- sekä tuenhaluisia on molempia 25 prosenttia (Kuvio 5.). Loput maanomistajista on metsäammattilai- seen luottavia. (Hänninen ym.14, 54)



Kuvio 5. Metsänomistajien jakauma päätöksentekotapojen mukaan (Hänninen ym. 14)

4 TAIMIKONHOITOKAMPANJAN TOTEUTUS

Opinnäytetyöni on toiminnallinen opinnäytetyö, jossa on luotu viestintämateriaalia toimeksiantajan antamien tavoitteiden mukaisesti. Tuotoksena on suunniteltu ja tehty sekä painettu että digitaalinen taimikonhoitoesite ja myös TikTok-videoita.

4.1 Kampanjan tavoitteet ja suunnittelu

Taimikonhoitokampanjan tavoitteet on suunniteltu toimeksiantajan kanssa ja niitä on hiottu työn edistyessä. Tavoitteet pidettiin maltillisena, jotta saataisiin tietoa niille maanomistajille, joilla ei ole aiempaa tietoa taimikonhoidosta ja sen tärkeydestä.

Tuotokset kohdistettiin metsänomistajille, joilla on varhaishoidon tarpeessa olevia taimikoita. Tavoitteena oli herätellä metsänomistajia, jotka ovat mahdollisesti tavoitteiltaan epätietoisia ja virkistyskäyttäjiä, jotka eivät ole olleet aktiivisia metsäomaisuutensa hoitamisen suhteen. Oletuksena oli se, että näistä asiakkaista osa on sellaisia, joilla ei ole kosketuspintaa metsänhoitoon tai ovat jostain muusta syystä myöhässä taimikonhoidossa. Tarkoituksena oli tuoda selkeästi, lyhyesti ja ytimekkäästi viestiä siitä, kuinka tärkeää taimikonhoito on. Materiaalien toivottiin herättävän kiinnostusta taimikonhoitoon niin, että metsänomistajat olisivat yhteydessä metsäpalveluja tarjoavaan tahoon.

Aiheeseen löytyi runsaasti tietoa netistä ja kirjallisuudesta. Opiskelujeni aikana olemme käsitelleet taimikonhoitoa ja siihen liittyviä asioita, joten perustietoa taimikonhoidosta minulla oli jo ennen opinnäytetyön aloittamista. Taimikonhoito on läsnä työelämässä, ja sitä puidaan paljon julkisissa keskusteluissa, uutisissa sekä alan ammattijulkaisuissa. Olen seurannut näitä keskusteluja ja uutisoiteja opinnäytetyöni myötä. Keskustelun, uutisten ja tutkimusten runsaus loi myös haastetta siihen, kuinka pitää tuotos yksinkertaisena ja helposti sisäistettävänä.

4.2 Esite

Kampanjan painettu esite on kohdennettu suurimmalle osalle asiakaskuntaa, jonka keski-ikä Siikajoella on 59 vuotta (Metsäkeskus 2022a). Vuonna 2019 painetun sanomalehtien lukijoista huomattava osa on yli 55-vuotiaita (Oja 2021, 4). Painettua esitettä jaetaan kohdistetusti asiakkaille, joilla on avoimen metsävaratiedon mukaan tarvetta taimikon varhaisoidolle. Esitettä jaetaan myös postissa lähetettävän muun aineiston mukana. Se on osana messuilla ja muissa tapahtumissa jaettavaa materiaalia.

Painetusta esitteestä tein myös digitaalisen version. Tätä voidaan jakaa sähköpostin liitteenä tai linkkinä muissa mahdollisissa yhteisöpalvelujen julkaisuissa tarpeen mukaan.

Yhteisöpalveluiden käyttäjien määrä on noussut varsinkin korona-aikana huomattavasti. Suurinta käyttäjien kasvua on havaittu vanhemmissa ikäpolvissa (Kohvakka, R. & Saarenmaa, K. 2021). Digitaalinen esite kohdistuu kaikenikäisille asiakkaillemme, ja sen jakoon ei vaikuta heidän metsäomaisuutensa rakenne tai metsänhoitotarve.

Esitteen (Liite 1) formaatiksi valittiin kolmiosainen esite. Esitteen suunnittelussa käytin suunnitteluohjelmaa nimeltä Canva. Taimikonhoidosta on paljon tietoa ja siitä ydinasioiden kerääminen esitteen selkeyden ylläpitämiseksi oli haastavaa. Onnistuin tässä toimeksiantajani avulla kuitenkin hyvin.

Esitteessä käydään läpi johdonmukaisesti, lyhyesti ja selkeästi se, mitä taimikonhoito on, miksi sitä kannattaa tehdä sekä sen oikea ajoitus. Miksi ja milloin kohdissa kerrotaan lyhyesti, mitä seuraamuksia taimikonhoidon myöhästymisellä tai tekemättä jättämisellä voi olla. Esitteessä kerrotaan kuka taimikonhoitoa voi tehdä ja, että työhön voi olla mahdollista saada Kemera-tukea.

Esitteen loppuun lisäsin lyhyen kuvauksen Metsätoimisto Kiramosta. Kiramon yhteystietojen yhteystiedot ovat esitteen lopussa nettiosoitteen kanssa.

Vaikka Canva on erittäin jouheva ja helppokäyttöinen suunnitteluohjelma suunnittelutyöhön meni silti paljon aikaa. Värit ja asettelu haluttiin mahdollisimman selkeäksi. Muotoilin tekstit niin, että ne ovat helposti luettavissa ja niistä saa tietoa pelkällä silmäilyllä. Teksti pyrittiin ilmaisemaan yksinkertaisesti, välttäen ammattisanoja tai metsäalan jargonia. Yleisilmeestä haluttiin keveä, puoleensavetävä ja mieleenpainuva.

4.3 Digitaalinen esite

Digitaalisen esitteen (Liite 2) luominen oli helppoa. Digitaalisen esitteen tekemiseen käytettiin samaa Canva-ohjelmaa, kuin painettavan esitteen tekemiseen sekä ohjelmaa nimeltä ISSUU, jolla esitteen voi julkaista. ISSUUN avulla esitteen linkki on helppo lähettää sähköpostin mukana, liittää muuhun netin kautta tehtävään virtuaaliseen materiaaliin tai lisätä se Kiramon nettisivuille.

Digitaalisessa esitteessä käytettiin painettavan esitteen ulkoasua, värejä ja fontteja. Olemassa oleva tieto skaalattiin esitteen kokoon. Yhtenäinen ulkoasu luo jatkumoa painetulle esitteelle ja mainoksille sosiaalisen median kanavilla. Näin asiakkaiden on helpompi yhdistää materiaalit saman metsätoimiston tuotteiksi.

Virtuaali-esitettä on helppo hyödyntää myös muilla mainonta- ja tiedotuskanavilla. Sitä on helppo muokata niin, että se on jaettavissa esimerkiksi Kiramon Instagram- ja Facebook-tileillä. Näin ylläpidetään kampanjan yhtenäisyyttä.

4.4 TikTok-video

TikTok on yksi markkinoiden uusimmista yhteisöpalveluista. Sen suosio kasvaa vuosi vuodelta, ja vuonna 2020 sen viikoittaisia käyttäjiä oli 400 000. TikTokin käyttäjäryhmä on suhteellisen nuorta, 63 prosenttia käyttäjistä on 10–29-vuotiaita. (Meltwater 2022.)

TikTok mahdollistaa luontevan alustan, jolla luoda mielikuvaa yrityksestä ja samalla saada näkyvyyttä yritykselle. Samalla tehdään henkilökuntaa tutummaksi

ja helpommin lähestyttäväksi. Tämä vaatii kuitenkin asiaan perehtymistä ja aktiivista käyttöä. On osattava vastata kommentteihin ja ennakoitava myös negatiivinen palaute. (Kaakkurivaara 2022, 16.)

Valitsin TikTokin, sillä se on uusi ja kasvava viestintäalusta. Vaikka sen käyttäjäkunta on nuorta, mahtuu joukkoon myös vanhempia käyttäjiä ja näin viestintä mahdollisesti tavoittaa mahdollisimman laajaa asiakaskuntaa. TikTok-viestinnän tarkoituksena on kiinnostuksen herättäminen ja näkyvyyden lisääminen, ei niinkään informatiivinen sisältö. Videoklipit ovat lyhyitä ja ytimekkäitä, mutta toivon mukaan sellaisia, jotka madaltaisivat kynnyistä ottamaan yhteyttä metsäasiantuntijaan.

Videon suunnittelu ja toteutus vaati enemmän työtä, kuin mitä alun perin olin ajatellut. Minulle TikTok oli täysin uusi alusta, joten jouduin ottamaan siitä selvää ja opettelemaan sen käyttöä tämän projektin toteutuksessa. Selasin TikTok-videoita, jotta sain ajatusta siitä, mitä ihmiset katsovat TikTokissa ja millaisia videoita siellä on. Kysyin apua ja neuvoja TikTokia käyttäviltä henkilöiltä.

TikTok-videot ovat pääsääntöisesti hyvin lyhyitä ja nopeatempoisia. Usein katseilijoita saavat videot, joissa käytetään trendaavaa musiikkia tai ääntä. On kuitenkin vaikea ennalta ennakoita, mikä saa videon sellaiseksi, että se tavoittaa useita katsojia. TikTokissa on tärkeää osuvien hashtagien käyttö, sillä ne luovat näkyvyyttä. Yksi haasteista oli se, että useat trendaavat musiikit ja äänet eivät ole yritystilien käytettävissä.

Videoissa (Liite 3) käytin kuvaamiani videoklippejä sekä kuvia taimikoista. Lisäsin videoihin tekstiä herättämään huomiota ja valitsin taustalle musiikkia, joka on viime aikoina ollut suosittu TikTokissa. Tekemäni TikTok-videot ovat saaneet yli 5000 katselukertaa niiden julkaisun jälkeen.

4.5 Taimikonhoitokampanja

Määritin toimeksiantajan kanssa metsänomistajaryhmän, jolle taimikonhoitokampanja kohdistettiin. Kohteiksi valittiin metsänomistajat, jotka omistavat metsiä Siikajoen ja Raahen kunnan alueilla olevissa kylissä. Näistä metsänomistajista ra-

jattiin ne, joilla on avoimen metsävaratiedon mukaan tarvetta taimikon varhais-
hoidolle. Varhaishoitokuvioden minimirajaksi määriteltiin kaksi hehtaaria. Näillä
rajauksilla tilasin Suomen metsäkeskukselta asiakastietoja, joita saimme kaiken
kaikkiaan 230 kappaletta.

Ensimmäiseen lähetyserään listalta valittiin 30 metsänomistajaa, joiden koti-
paikka on muualla kuin Raahessa tai Siikajoella. Pääasiassa nämä henkilöt asui-
vat Uudellamaalla. Lähetin näille metsänomistajille saatekirjeen (Liite 4), jonka
mukaan laitoin taimikonhoitoesitteen. Saatekirjeessä kerroin kampanjan lyhyesti
kampanjan taustaa ja sen miksi he tämän kirjeen saivat. Olin yhteydessä puoleen
kirjeen saaneista puhelimitse kahden viikon kuluttua kirjeiden lähettämisestä.

Seuraavat 30 kirjettä lähetin kaksi viikkoa ensimmäisten jälkeen. Näistä puoleen
olin puhelimitse yhteydessä kahden viikon kuluttua kirjeiden lähettämisestä. Lä-
hetykset tehtiin porrastetusti, jotta kontaktointi ja niiden seuraaminen oli helpom-
paa.

Jokaisesta kontaktoinnista kirjoitin muistiinpanot, jotta voitiin seurata kampanjan
tehokkuutta sekä tietoa esimerkiksi siitä miksi he eivät ole kiinnostuneita taimi-
konhoidosta. Näin saimme myös tietoa ja tuntumaa siitä, oliko hyödyllistä kontak-
toida metsänomistajaa uudelleen.

Kirjeitä maanomistajille lähetettiin yhteensä 60, heistä 30 valittiin soittolistalle.
Soittolistalla olleista 37 prosenttia ei tavoitettu. Puheluihin vastanneista 19 pro-
senttia ei ollut kiinnostuneita taimikon hoitotoimenpiteistä ja 27 prosenttia heistä
aikoivat miettiä asiaa ja olla yhteydessä myöhemmin. Kontaktoiduista 17 prosent-
tia halusi taimikonhoidosta tarjouksen ja heistä kaksi teki sopimuksen. Loput vas-
tanneista aikoivat joko miettiä asiaa vielä tai päätyivät tekemään taimikonhoidon
itse. Kaikista kirjeen saaneista maanomistajista vain yksi otti itse yhteyttä.

Ne henkilöt, jotka eivät olleet kiinnostuneet taimikonhoidosta aikoivat joko tehdä
työn itse tai sanoivat ettei asia ole ajankohtainen. Oli myös niitä, jotka eivät ker-
toneet syytä. Metsänomistajat, jotka aikoivat olla myöhemmin yhteydessä, halu-
sivat miettiä asiaa ja pohtia heidän vaihtoehtojaan. Useimpien kanssa syntyi hy-
vää keskustelua taimikonhoidosta, metsäomaisuudesta ja muista niihin liittyvistä

asioista. Uskon, että miettimään jääneistä metsänomistajista useat ovat potentiaalisia asiakkaita tulevaisuudessa.

Syksyn 2021 kampanja oli hyvin suppea. Siihen valittujen metsänomistajien määrä oli 20. Heille lähetettiin taimikonhoitotarjous, jonka jälkeen heille soitettiin ja kysyttiin kiinnostuksesta taimikonhoitoon. Kontaktoiduista henkilöistä yksi allekirjoitti sopimuksen taimikonhoidosta. Muut eivät olleet kiinnostuneet, tai heihin ei saanut yhteyttä. Useimmat henkilöt eivät antaneet syytä, jotkut metsänomistajat tekivät taimikonhoidon itse tai heillä oli joku muu hoitamassa asiaa.

Syksyn 2022 kampanjan tavoitettavien metsänomistajien määrä on moninkertainen. Kampanjassa oli nyt myös esite, joka lähetettiin kampanjakirjeen mukana. Tämän lisäksi on TikTok-videoita, joka julkaistiin myös muilla sosiaalisen median kanavilla. Kampanjaa tuki myös Ruukin metsäpäivä, joka järjestettiin syyskuussa 2022. Metsäpäivässä jaettiin taimikonhoitoesitteitä sekä puhuttiin aiheesta metsänomistajien kanssa. Metsäpäivään liittyen toimeksiantajani oli radiossa haastateltavana, jolloin hän puhui taimikonhoidosta. Uskon, että muiden toimijoiden mainonta sekä uutiset taimikonhoidosta ovat saaneet asiaa metsänomistajien tietoisuuteen.

5 POHDINTA

Materiaalien tuottaminen sujui suunnitelmien mukaan ja toimeksiantajani on hyvin tyytyväinen lopputulokseen. Materiaali oli sellaista, josta on hyötyä nyt syksyn kampanjoissa, mutta se on myös helposti muokattavissa muihin tarkoituksiin.

Luotu materiaali on sellaista, että sitä voidaan muokata tulevaisuudessa muihin kampanjoihin. Myös tiedottamiselle ja markkinoinnille on luotu hyvät raamit, joita voidaan kehittää ja viedä eteenpäin.

Ajatuksena on, että toimeksiantajan on mahdollista tehdä vastaavanlaisia kampanjoita tulevaisuudessa eri aiheista, käyttäen tämän kampanjan materiaalia pohjana. Tämä luo näkyvyyttä metsätoimistolle ja vahvistaa sen brändiä.

Taimikonhoitokampanjan ja -esitteen tekeminen on ajoittunut yleisesti hyvään aikaan. Taimikonhoitoa tuovat monet muutkin tahot esiin, joten uskon tämän kampanjan tukevan niitä kampanjoita ja myös toisin päin. Tärkeää on se, että aihe tulee tutuksi metsänomistajille ja he saisivat kipinän omien taimikoiden hoidolle.

Taimikonhoito on erittäin ratkaisevassa asemassa Suomen metsien hyvinvoinnin, tulevaisuuden tuottavuuden, monimuotoisuuden ja esimerkiksi hiilitaseen kannalta. Hoitamattomat taimikot luovat vajaatuottoisia metsiä, joiden kasvupotentiaalia ei saada enää kurottua kiinni myöhemmin tehdyillä hoitotoimenpiteillä ja hakkuilla. Toisaalta taimikonhoidon laiminlyöminen tarkoittaa sitä, että uudistamiseen investoitu pääoma menee suurimmaksi osaksi hukkaan, joskus kokonaan.

Ilman hyvin hoidettuja taimikoita ei ole kasvavia ja elinvoimaisia metsiä. Taimikonhoito on se kivijalka, mille hyvinvoivat ja tuottavat metsät rakennetaan. Näin tulevaisuuden sukupolvilla on mahdollisuus nauttia hyvinvoivista metsistä.

Opinnäytetyön tekemisen aikana en löytänyt ratkaisua siihen, miten metsänomistajat saataisiin aktivoitua metsänhoitotöihin. Uskon vakaasti silti, että viestintä ja uutisointi on tärkeää. Selkokieliisyys on tärkeää ja se, että puhutaan asioista metsänomistajan näkökulmasta.

Viestintää on oltava eri tasoilla ja kohdistettuna eri-ikäisille kohderyhmille. On kuitenkin muistettava, että esimerkiksi sosiaalisen median käyttäjistä kasvava osa on ikäihmisiä, joten viestinnän on otettava myös heidät huomioon.

Sosiaalisen median viestinnän ja markkinoinnin tehokkuutta arvioitaessa on hyvä olla kriittinen. On mahdotonta tietää, tavoittaako viestintä haluttua asiakasryhmää vai ei. Eri sosiaalisen median nykyiset seuraajat eivät ole välttämättä taimikonhoitokampanjan kohderyhmää, vaan he ovat suurimmaksi osaksi metsäalan ammattilaisia tai jo olemassa olevia asiakkaita, jotka ovat tietoisia metsiensä hoitotarpeista. On toki muistettava, että sivujen postauksia näkevät muutkin käyttäjät kuin sivujen seuraajat. Toiveena onkin, että sosiaalisen median mainonta ja postaukset tavoittavat koko ajan laajempaa yleisöä ja siten niiden teho kasvaa.

Syksyn taimikonhoitokampanja ei ole ollut menestys verrattuna siihen, kuinka monelle metsänomistajalle kampanjakirje lähetettiin, kuinka moneen metsänomistajaan oltiin yhteydessä ja kuinka monta taimikonhoitosopimusta tehtiin. Kampanjaan sijoitettu raha ei ole maksanut itseään takaisin näin lyhyellä aikavälillä. Silti uskon, että kampanja on ollut hyvä ja menestyksenkäs pitemmällä aikavälillä. En näe tätä pelkästään yksittäisenä taimikonhoitokampanjana, vaan osana yrityksen viestintää. Yrityksen näkyvyys lisääntyy aina, kun vastaavanlaisia kampanjoita järjestetään. Kampanjat ovat osana yrityksen imagon ja tunnetavuuden rakentamista. Uskon että kampanjan vaikutukset tulevat olemaan pitkäaikaiset ja kantavat hedelmää tulevaisuudessa. Tämä vaatii aktiivista viestintää ja somenäkyvyyttä.

Kampanjan menestys on linjassa Metsänomistaja 2020 -tutkimuksen tulosten kanssa. Tutkimuksissa kävi ilmi, että suurin osa metsänomistajista on päätöksentekotavoiltaan puntaroijia. Lisäksi metsänomistajista suurin osa ei halua, että heihin oltaisiin yhteydessä, vaan haluavat itse olla yhteydessä toimeksiantajaan, kun he ovat siihen valmiita. Sama asia on huomattu myös työelämässä. Asiakkailla menee joskus jopa vuosi, ennen kuin he ovat valmiita toteuttamaan metsänhoitoon liittyviä asioita. On hyvin harvinaista, että asiakas hyväksyy tarjouksen sen saadessaan, vaan haluaa lähes aina miettiä asiaa ennen päätöksentekoa.

Taimikonhoitokampanjan myötä olen perehtynyt syvällisemmin taimikonhoitoon, sen eri osa-alueisiin ja taimikonhoidon vaikutuksiin metsänhoidon kokonaisuuden

kannalta. Opiskelemani asiat ovat saaneet käytäntöä tuekseen ja siten herää tunne, kuinka oma ammattitaito vähitellen kasvaa ja vahvistuu. Opinnäytetyö on avannut silmiä sille, kuinka paljon on asioita, joita ei vielä tiedetä. Tämä luo hyvää haastetta tulevaisuuden ammattilaiselle, sillä oppiminen ei lopu koskaan.

Kampanjan aikana olen päässyt pohtimaan viestintää ja sen tehokkuutta eri medioissa ja eri asiakassegmenteille. Olen huomannut, että ei ole yhtä kultaista keskitietä, vaan nykyaikana tarvitaan joustavuutta sekä ketteryyttä viestinnässä ja markkinoinnissa.

Sosiaalisen median käyttö on työntänyt minua omien mukavuusalueiden ulkopuolelle, sen käyttäjästä sisällön tuottajan rooliin. Koen tämän haasteena ja kehittävänä asiana. Olen oppinut paljon ja huomannut kuinka paljon minulla on vielä asiassa oppimista. Sisällön tuottaminen on työläämpää ja enemmän aikaa vievää, kuin osasin ennakoida.

Asiakkaan aktivoinnin pohjana toimii näkyvyys, jota luodaan viestinnällä ja markkinoinnilla eri medioissa. Tämä näkyvyys luo varmuutta ja luotettavuutta yritykseen. Tärkeä osa aktivointia on myös metsänomistajien kontaktointi. Vaikka kontaktointi ei välittömästi luo sopimuksia palveluista, hyvä keskustelu jää mieleen, jolloin tulevaisuudessa metsänomistajan kynnys yhteydenottoon on matalampi. Uskon että, näkyvyys eri medioissa vahvistaa jo olemassa olevien asiakkaiden uskoa yritykseen ja sen luotettavuuteen.

Syksyn 2021 ja syksyn 2022 kampanjat erosivat toisistaan, mutta molemmista jäi asiakkaan aktivoinnin suhteen sama lopputulos. Kontaktoiduista metsänomistajista yksikään ei ole ottanut yhteyttä metsäpalveluyritykseen kampanjoiden myötä. Tästä huolimatta jatkamme kampanjointia, sosiaalisen median päivityksiä ja muuta viestintää. Uskomme siihen, että kampanjan johdosta metsänomistajan ottavat yhteyttä myöhemmässä vaiheessa metsäomaisuuteen ja sen hoitoon liittyvissä asioissa.

Metsäkeskus 2022b. Runkolukukäyrät. Viitattu 11.11.2022 <https://www.metsakeskus.fi/sites/default/files/document/runkolukukayrat.pdf>.

Metsäteho Oy 2022. Hyvän viestin rakentaminen. Viitattu 22.05.2022 <https://puuhuolto.fi/puhetta-metsasta/viestinta/hyvan-viestin-rakentaminen/>.

Mäntyranta, H. 2020. Metsätalouden viisi tapaa lisätä hiilinielua – parantamalla nykymenetelmiä Suomi hyötyisi paljon. Forest.fi 14.2.2020. Viitattu 3.9.2022 <https://forest.fi/fi/artikkeli/metsatalouden-viisi-tapaa-lisata-hiilinielua-parantamalla-nykymenetelmia-suomi-hyotyisi-paljon/#fc44d304>.

Niskanen, Y. & Partanen, J. 2022. Metsänhoitoa on tehty poikkeuksellisen vähän tänä vuonna. Suomen metsäkeskus 1.9.2022. Viitattu 11.11.2022 <https://www.metsakeskus.fi/fi/ajankohtaista/metsanhoitotoita-on-tehty-poikkeuksellisen-vahan-tana-vuonna-0>.

Oja, N. 2019. Painetun median nykytila ja tulevaisuus osana markkinointia. Helsinki: Metropolia ammattikorkeakoulu. Viitattu 18.9.2022 https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/502750/Oja_Neea.pdf?sequence=2.

Saaristo, L. & Vanhatalo, K. (toim.) 2016. Hyvän metsänhoidon suositukset – Talousmetsien luonnonhoito, työopas. Tapion julkaisuja.

Saksa, T., Miina, J. & Uotila, K. 2021. Taimikonhoito – tavoitteet, menetelmät ja kustannukset. Latvia: Jelgava Printing House.

Skyttä, V. 2021. Kauanko taimikko on lähde? Metsälehti 16/2021. Viitattu 3.9.2022 <https://www.metsalehti.fi/artikkelit/kauanko-taimikkoon-hiilenlahde/#37fa98aa>.

Sved, J. & Koistinen, A., (toim.) 2015. Hyvän metsänhoidon suositukset – Kannattava metsätalous, työopas. Porvoo: Bookwell Oy.

Uotila, K., & Saksa, T. 2021. Varhaisperkaus on kustannustehokkainta keväällä, sitten syksyllä ja vasta sitten kesällä. Metsätieteen aikakauskirja 2021. Viitattu 3.9.2022 <https://metsatieteenaikakauskirja.fi/article/10628>.

LIITTEET

- Liite 1. Taimikonhoitoesite
- Liite 2. Virtuaaliesite
- Liite 3. TikTok-videot
- Liite 4. Saatekirje

Liite 1. Taimikonhoitoesite



MILLOIN, TAIMIKONHOIDON AJOITUS

- Hyvin ja ajallaan hoidettu taimikko luo pohjan elinvoimaiselle puustolle, joka on kestävämpi tuhonaiheuttajia vastaan
- Taimikonhoidon oikea ajoitus on tärkeää, myöhästynyt taimikonhoito on työlämpää ja kalliimpaa.
- Ajoissa tehty taimikonhoito vaikuttaa puun järeyteen ja siten tulevaisuuden hakkuutuloihin.

KUKA VOI TEHDÄ

Taimikonhoidon voi tehdä itse tai siihen voi ottaa ammattilaisen avuksi.

KEMERA TUKEA

Taimikon varhaishoitoon ja nuoren metsän hoitoon on mahdollisuus saada Kemera-tukea.





TAIMIKONHOITO



MITÄ, MIKSI JA MILLOIN



MITÄ ON TAIMIKONHOITO

TAIMIKON VARHAISHOITO

- Taimikonhoidon tärkein työläji
- Tehdään noin 1-3 metrin pituudessa, riippuen puulajista ja sijainnista.
- Poistetaan ei haluttu taimiainees
- Vähentää kilpailua ravinteista ja valosta

TAIMIKONHOITO

- Tehdään noin 3-7 metrin pituudessa, riippuen puulajista ja sijainnista
- Taimikko harvennetaan kasvutiheyteen
- Poistetaan huonolaatuiset taimet

MIKSI TAIMIKONHOITO

- Oikein tehty taimikonhoito takaa hyvän kasvun sekä taloudellisen tuoton.
- Taimikonhoito voi vähentää tuhoriskejä, parantaa monimuotoisuutta ja edistää hiilensidontaa.
- Taimikonhoito vaikuttaa puun järeytymiseen ja siten tulevaisuuden hakkuutuloihin.
- Jos taimikonhoitoa ei tehdä, taimikon kasvu taantuu ja menetettyä kasvupotentiaalia ei saada kiinni myöhemmillä hoitotoimenpiteillä.



HOIDETTU TAIMIKKO

↓

TERVE, HYVINVOIVA METSÄ

↓

PARAS MAHDOLLINEN KASVU

↓

TUOTTOA OMAISUUDESTASI

Kiramo on metsänomistajien palvelutoimisto. Meiltä saat avun metsien hoitoon olipa metsätilasi pieni tai suuri. Tarjoamme sinulle palvelut metsänviljelyistä puukaupan avustamiseen. Metsä on arvokas omaisuus. Teemme metsaarviot perunkirjoitusta, kiinteistöjen jakoa tai myyntiä varten. Kiramossa teemme metsäsuunnitelmat omien tavoitteidesi mukaisen. Olemme metsänomistajan asialla. Huomioimme sinun toiveesi ja tavoitteesi metsiesi hoidossa.



Satu Heikkilä Mari Kosamo
045 606 7499 050 473 2560
www.kiramo.fi

Liite 2. Virtuaaliesite

https://issuu.com/metsatoimistokiramo/docs/issuu_taimikonhoito_esite

Liite 3. TikTok-videot

https://www.tiktok.com/@metsatoimistokiramo/video/7154674488079043845?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7144706896535553542

https://www.tiktok.com/@metsatoimistokiramo/video/7154673951057169670?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7144706896535553542

https://www.tiktok.com/@metsatoimistokiramo/video/7154674011023084805?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7144706896535553542

Liite 4. Saatekirje



Hyvä metsänomistaja

Avoimen metsävaratiedon mukaan teillä on metsäkiinteistöllänne taimikkoa, jossa olisi tarvetta taimikon varhaisoidolle.

Taimikonhoito on yksi tärkeimmistä metsänhoitotoimenpiteistä, jolla voidaan varmistaa puun kasvu, puuston hyvä laatu ja se vähentää tuhoriskejä. Oikea-aikainen taimikon hoito varmistaa sen, että uudistamiskuluista saa parhaan mahdollisen vastineen.

Taimikonhoito vaikuttaa kasvavan metsän järeyteen ja siten parantaa tulevaisuuden hakkuutuloja. Hoidettu taimikko on tulevaisuuden hiilinielu, sillä kun puu kasvaa ja järeytyy, se sitoo itseensä enemmän hiiltä.

Liitteenä esite taimikonhoidosta.

Oli metsänhoidolliset tavoitteesi taloudelliset tai luonto- ja virkistysarvoja painottavat, taimikonhoito on tarpeellista ja kannattaa aina. Terve, hyvinvoiva ja kasvava metsä tuo hyötyä sinulle ja koko Suomen metsille.

Taimikonhoitoon on mahdollista saada kemera tukea, jos sen ehdot täyttyvät. Taimikon varhaisoidon tuki on tällä hetkellä 160 €/ha ja nuoren metsän hoidon tuki 230–450 €/ha.

Me Kiramossa voimme auttaa sinua taimikonhoidossa ja siihen liittyvissä asioissa. Meiltä löytyy taimikonhoitoon tekijät ja voimme hoitaa mahdolliset Kemera hakemukset puolestasi.

Ota rohkeasti yhteyttä jos voimme olla avuksi taimikonhoito asioissasi!

Syysterveisin,

Mari Kosamo
Metsätoimisto Kiramo

Osoitelähde: Suomen metsäkeskuksen metsätietojärjestelmä,
Aleksanterinkatu 18 A, 15140 Lahti, kirjaamo@metsakeskus.fi




050 473 2560



marl.kosamo@kiramo.fi