

# **VIESTINTÄOPAS HAMSTRAUKSEN TORJUNTAAN**



**EI YHTÄ ISOA MOUKARIA,  
VAAN MONTA PIENTÄ TYÖKALUA**

Huoltovarmuusorganisaatio 2022

Hamsteri-hanke

# SISÄLLYS

Esipuhe	3
Luku I: Hamstrauksen syyt	4
Luku II: Hamstrauksen haitat	10
Luku III: Viestintävinkit hamstraukseen	13
Luku IV: Tekniset ja teknologiset ratkaisut	23
Luku V: Lisälukemista	27



**HUOLTOVARMUUSORGANISAATIO**

Koonnut:  
Katleena Korteso, eioototta.fi,  
050 576 7632, katleena@eioototta.fi

# ESIPUHE

Tämä viestintäopas on tarkoitettu huoltovarmuusorganisaatioissa toimivien ja muidenkin organisaatioiden avuksi. Tavoitteena on antaa käytännön vinkkejä siihen, miten viestinnällä ja muilla toimilla voi vähentää hamstrausta.

Sinäkin kuulut tämän oppaan kohderyhmään, jos olet kiinnostunut siitä, mitä hamstrauksella tarkoitetaan, miten se vaikuttaa kotitaloutta laajemmalle ja miten sitä voidaan vähentää.

Opas on Hamsteri-hankkeen lopputulema. Hankkeen tavoitteena on ollut vähentää hamstrausta ja auttaa huoltovarmuusorganisaatiota varautumaan yllättävien kysyntäpiikkien varalta. Hankkeessa on haluttu myös lisätä asiapohjaista keskustelua hamstrauksesta ilmiönä. Tätä keskustelua meidän on käytävä ajoissa ja hyvän sään aikana.

Tämän oppaan jokaisen viestintäneuvon käyttö pitää toki harkita tapauskohtaisesti. Kaikki vinkit eivät toimi kaikilla aloilla tai kaikissa kohdissa tuotantoketjua.

Toivottavasti oppaasta on apua työssäsi.

*Lauri Kulonen*

Päivittäistavarakauppa ry.  
Hamsteri-hankkeen  
projektipäällikkö

*Katleena Kortesus*

Hamsteri-hankkeen  
viestintäkonsultti  
ja oppaan kirjoittaja

PS. Oppaassa on myös ehdotussivuja, jotka on esitetty keltaisin reunuksin. Ne ovat isompia muutos- tai hankeideoita, joiden toteuttaminen edellyttää järjestöjen yhteistyötä. Kirjasimme nekin tänne oppaaseen ylös, sillä niitä voi viedä eteenpäin erilaisissa hankkeissa ja työryhmissä.

# **LUKU I: HAMSTRAUKSEN SYYT**



**MIKSI IHMEESSÄ  
PORUKKA HAMSTRAA?**

# HAMSTRAUS TARKOIT- TAA MONTAA ASIAA

*Hamstraus*-sanaa kannattaa välttää julkisessa viestinnässä, mediassa ja haastatteluissa, koska sillä tarkoitetaan niin montaa asiaa:

1. Jonkun mielestä hamstraus on vitsikäs termi minkä tahansa asian ostamiselle: "Piti vähän hamstrata karkkia viikonlopuksi" tai "hamstrasin varrettomia sukia kesäksi". Joskus arkikielessä hamstraus tarkoittaa myös ahmimista tai herkuttelua: "hamstrasin vähän aamupalaa laivalla".
2. Joissain yhteyksissä hamstraus tarkoittaa mielenterveysongelmaa (*hoarding*). Siinä arki muuttuu hallitsemattomaksi kaaokseksi, eikä ihminen pysty luopumaan edes roskasta.
3. Huoltovarmuusorganisaatiossa hamstrauksella tarkoitetaan yllättävää ostopiikkiä, joka kohdistuu tiettyyn tuotteeseen tai tuoteryhmään. Kyseessä on eloonjäämisvaiston ja kopioidun käytösmallin aiheuttama kysyntäpiikki (*panic buying*). Tämä ilmiö liittyy aina tietoon tai luuloon siitä, että jokin asia on loppumassa tai että siitä on tulossa pulaa. Tällainen hamstraus ei koskaan kohdistu muotituotteisiin tai trendeihin vaan tarvehankintoihin.

Tässä oppaassa käytämme nimenomaan kolmatta merkitystä. Julkiseen julkiseen viestintään emme kuitenkaan suosittelle *hamstraus*-sanaa.

Käytännössä julkisessa viestinnässä ei kannata edes keskittyä "hamstrauksen estämiseen", vaan mieluummin *oikeiden toimintatapojen tukemiseen*. Emme siis tarvitse synonyymia hamstraukselle, vaan tarvitsemme uusia toimintamalleja.

# VARASTOINNISSA ON 6 ERI MALLIA

Seuraavalla sivulla esitellään projektissa havaitut kuusi käyttäytymismallia varastoinnin suhteen. Malleille on keksitty lempinimet, jotta niihin on helpompi viitata.

Kaikilla varastoinnin malleilla on omat tunnetaustansa, omat seurauksensa ja omat käytettävyyusrajoituksensa.

Jokainen meistä – niin ihminen kuin yritysikin – siirtyy joskus mallista toiseen. Joskus voimme myös käyttää paria mallia päällekkäin.

Vain kaksi malleista edustaa sellaista rationaalista tavoitetilaa, joka toimii myös häiriötilanteissa.

# MITEN IHMISET TOIMIVAT? VARASTOINNIN 6 MALLIA

	KULUTTAJAT	YRITYKSET	VARASTO	TOTEUMA	TUNNE & JÄRKI	YHTEISKUNTA
1	<b>MINIMALISTI</b> LIFESTYLE-KYSYMYKSIÄ	<b>LIINAAJA</b> TIUKKA LEAN, VARASTO MINIMISSÄ	ei varastoa tasainen tavaravirta sisään ja ulos	ei sattumaa, vaan tietoinen päätös toimii arjessa, pettää kriiseissä	tarkka harkinta, rationaalisuus ilo selkeydestä "älä osta mitään"	siirtyy häiriötilanteessa paniikki-ostajaksi
2	<b>RANDOMISTI</b> HÄLLÄ VÄLIÄ, SATUNNAISUUS	<b>RANDOMISTI</b> SATUNNAISUUS, EI SUUNNITELMALLISUUTTA	satunnainen pieni vaihtelevuus hyllyssä milloin mitään	moni kaupunkien kotitalous ja pienyritys kuuluu tähän ryhmään toimii arjessa, pettää kriiseissä	hajamielisyyttä, unohtelu, kiireinen arki pienää stressiä ja huolta, ruuhkavuodet	siirtyy häiriötilanteessa paniikki-ostajaksi
3	<b>RATIONAALISTI</b> VARAUTUMINEN, KOTIVARA 72 t	<b>RATIONAALISTI</b> VARAUTUMINEN, JATKUVUUDEN HALLINTA	hallittu tasainen varasto, jolla selviää tietyn ajan yli	ei sattumaa, vaan tietoinen päätös oli oletusarvo agraariyhteiskunnassa	rauha, varmuus järkiperäinen toiminta vaatii vaivaa ja panostusta	<b>TAVOITETILA</b>
4	<b>SURVIVALISTI</b> SURVIVALISMI, PREPPAUS	<b>YLI-VARAUTUJA</b> VARMAN PÄÄLLE, YLIVARAUTUMINEN	hallittu tasainen varasto, joskin iso kooltaan varasto = sijoitus	ei ongelmia yhteiskunnalle ei sattumaa, vaan tietoinen päätös paljon rahaa kiinni varastossa	rauha, varmuus uhkatietoisuus järkiperäinen toiminta vaatii vaivaa ja panostusta	<b>MYÖS MAHDOLLINEN TAVOITE</b>
5	<b>PANIIKKI-OSTAJA</b> HAMSTRAUS JOUKKO-ILMIÖNÄ	<b>PANIIKKI-OSTAJA</b> HAMSTRAUS JOUKKO-ILMIÖNÄ	iso vaihtelevuus pistemäisyys: yhtä tavaraa valtavasti, toista ei yhtään	tarttuva ilmiö minimalistin ja randomistin toimintamalli kriiseissä	pelko, ahdistus, epätietoisuus, impulsiivisuus häpeä hamstrauksesta ei kuule enää järkipuhetta	isoja ongelmia tuotantoketjulle ja huoltovarmuudelle
6	<b>HOARDAAJA</b> HAMSTRAUS MIELENTERVEYS-ONGELMANA	(EI TOTEUDU YRITYKSISSÄ)	ikuisesti kasvava varasto	yksilön tragedia ei kopioitu	ahdistus, masennus, mielenterveyden haasteet	haaste sotesektorille, mutta ei huoltovarmuudelle

# PELKO ON IKÄVÄ TUNNE

Ihmisen isoin pelko on kuolema. Olemme virittäytyneet torjumaan pahinta pelkoamme niin, että pyrimme välttämään nälkää, janoa, kipua, paleltumista, uupumusta ja yksin jäämistä. Sen sijaan kurottaudumme kohti ruokaa, vettä, turvaa, lämpöä, unta ja läheisyyttä.

Tämä prosessi on alitajuinen ja tunnelähtöinen. Se tulee suoraan selkärangasta. Nobel-palkittu psykologi Daniel Kahneman puhuu systeemi 1:stä, joka on tunneperäinen, vaistonvarainen ja äärimmäisen nopea toimintamalli.

Kun me nykyihmiset kohtaamme kuolemanpelon arjessamme, se harvoin on suora hengen menettämisen uhka. Sen sijaan kuolemanpelko on hyvinvointivaltiossa vällillinen pelko: "Riittääkö minulle ruokaa?"

Kun pelko iskee, se vaatii toimintaa. Paleltumisen pelko lisää lihasten värinää ja lämpöön hakeutumista. Kivun pelko saa meidät vetämään sormet pois kuumasta. Nälän pelko saa meidät ostamaan ruokaa. On pakko hamstrata.

Tähän toiminnan tarpeeseen auttaa vain varautuminen etukäteen. Kun olemme varautuneita, pelko ei pääse iskemään, eikä toiminnan tarvekaan silloin aktivoidu.

Sen sijaan kun pelko ja ahdistus ovat jo päällä, järkevä varautuminen on myöhäistä. On pakko toimia ja hamstrata. Eloonjäämisyri on ottanut voiton.



# KÄYTÖSMEEMI KOPIOITUU

Hamstraus on *meemi* eli kopioituva käytösmalli. Kun ihminen näkee kaupassa muiden kärryissä wc-paperia, hän ostaa sitä itsekin. Tai kun maatalousyrittäjä näkee sosiaalisen median verkostoissaan kaikkien ostavan AdBlueta, hän ostaa sitä itsekin.

Vain harva meistä on luonnostaan meemeille vastustuskykyinen eli *meemiresilientti*. Ihminen on nimittäin laumaeläin, ja meidän on turvallisinta tehdä sitä samaa mitä muutkin tekevät.

Kun käytösmalli kopioituu ihmiseltä toiselle, kyseessä ei ole mikään rationaalinen päättelyprosessi. Sen sijaan kyseessä on automaatio, ikään kuin vaistonvarainen tunnereaktio.

Tämän takia järkiviestintä ei pure, kun kun hamstrauspiikki on meneillään. Hamstrauspiikkiä voi rajoittaa vain konkreettisilla toimilla, esimerkiksi hyllyttämällä vähemmän.

Onneksi järkiviestinnälläkin on paikkansa: sitä pitää tehdä arjessa jatkuvasti, jotta se saavuttaa ihmiset ennen kuin häiriötilanne tulee.

Mitä useampi ihminen on rokotettu järkiviestinnällä ja meemiresilienssillä arjen aikana, sitä harvempi hamstraa häiriötilanteen sattuessa.

# **LUKU II: HAMSTRAUKSEN HAITAT**



**HAMSTRAUS EI OLE HYVÄ JUTTU**

# HAMSTRAUS ON HAITAKSI YKSILÖLLE

## YMPÄRISTÖ KÄRSII



- Hamstraus saa aikaan ylisuuret ruokavarastot. Kun ruoka vanhenee kaappeihin hallitsemattomasti, se aiheuttaa hävikkiä ja jätettä.
- Hamstraus lisää yksityisautoilua. Puuttuva tuote saa yksilön ajamaan kaupasta kauppaan etsimässä puuttuvaa tavaraa.

## STRESSI JA AHDISTUS LISÄÄNTYVÄT

- Erityisesti vähävaraisille tyhjät hyllyt aiheuttavat ahdistusta.
- Ruuhka stressaa kaikkia.
- Hamstraus ahdistaa, koska syntyy sosiaalinen paine hamstrata.
- Pelko ja huoli stressaavat.



## VIRUS TARTTUU

- Hamstraus on tarttuva virus. Sen tarttumapintana on pelko.
- Haitallinen käytös leviää ihmisestä toiseen.



## RAHAN HAASKUUTA

- Jos kuluttaja hamstraa liikaa, varasto vanhentuu käsiin.
- Lisäksi varastossa on kiinni iso raha, joka on pois arjen käyttövaroista.



## MUSTA PÖRSSI

- Hamstraus lisää mustan pörssin kauppaa.
- Tuote nähdään sijoituskohteena, ja sitä myydään pimeästi voitolla eteenpäin.
- Netin kauppapaikoilla hinnat nousevat. Siitä kärsii erityisesti pienituloiset.



## TERVEYS- RISKI



- Hamstraus voi aiheuttaa terveysriskejä.
- Esimerkiksi kun joditabletit loppuivat, jotkut ostivat jodisuolaa. Suola on kuitenkin vaarallista joditabletin korvikkeena.
- Myös varastoon pilaantuva ruoka on riski.
- Jos ruokia ei pystytä varastoimaan oikein, se lisää tuholaisongelmia.

# HAMSTRAUS ON HAITAKSI YRITYKSELLE

## YMPÄRISTÖ KÄRSII



- Hamstraus aiheuttaa hävikkiä, mikä on turha ympäristörasitus.
- Kun koko tuotantoketju puurtaa ääri rajoilla, hukkaa ja hävikkiä syntyy kaikkialla. Kiire ja väsymys lisäävät virheitä meillä jokaisella.

## MUSTA PÖRSSI

- Hamstraus lisää mustan pörssin kauppaa.
- Tuote nähdään sijoituskohteena, ja sitä myydään pimeästi voitolla eteenpäin.
- Syntyy pimeitä tuloja, joista ei makseta veroja.



## VARASTO HAPPANEE



- Jos yritys hamstraa liikaa, varasto vanhentuu käsiin.
- Lisäksi varastossa on kiinni iso raha, joka on pois yrityksen kassasta.

## KUORMITUS LISÄÄNTYY



- Tuottajat, teollisuus ja kauppa tekevät ympäripyöreitä päiviä.
- Kaikkialla on jonoa, ruuhkaa ja toimitusvaikeuksia.

## TUOTANTOKETJUN ONGELMAT



- Hamstraus ahtaa normaalin tasaisen myynnin muutamaan päivään.
- Yhtäkkiä tuotantoketjun pitää toimittaa parissa päivässä se, mikä yleensä myydään kuukaudessa.
- Piikin jälkeen tulee kysyntä vajoama, koska ihmisten varastot ovat täynnä ja he käyttävät varastoa.
- Vuoden kokonaisymyynti on sama kuin ennenkin. Hamstraus ei lisää kokonaisymyyntiä lainkaan.

## TYTYMÄTTÖMYYS KASVAA



- Kukaan ei pidä ruuhkista.
- Asiakkaat ovat stressaantuneempia ja lyhytpinnaisempia.
- Toimitusvaikeudet aiheuttavat reklamaatioita. Pahimmillaan yritysasiakkaat irtisanovat liikesuhteita.

# **LUKU III: VIESTINTÄVINKIT HAMSTRAUKSEEN**



**VIESTINTÄÄ  
KULUTTAJILLE  
JA YRITYKSILLE:  
IDEOITA JA VINKKEJÄ**

# TYLSÄ ALOITUS: MITKÄ VIESTINNÄN KEINOT EIVÄT TOIMI?

On kolme viestintämallia, joista ei juuri ole hyötyä.

1. "Älä hamstraa." Ihminen ei tottele tällaisia ohjeita, koska pelko káskee hamstraamaan. Ihmisen eloonjäämisvietti on niin vahva, ettei hamstrauksen vastainen valistus toimi häiriötilanteen aikana.
2. "Ostorajoitus: vain 6 kpl / talous." Toki tätä voi halutessaan käyttää, mutta rajoitus on liian helppo kiertää. Ihminen voi juosta kaupan läpi kolmeen kertaan. Lisäksi jos ihmisen tarve on kaksi pakettia, silloin ostorajoitus ohjaa ostamaan maksimit eli kuusi.
3. Hamstraajille naureskelu. Ei ole kovin tyylikästä ryhtyä pilkkaamaan hamstraajia, jotka ovat peloisiaan ja ahdistuneita. (Emme toki voi mitään sille, jos somessa kansalaiset nauravat ilmiölle. Silti yritysten ja järjestöjen ei kannata lähteä siihen kelkkaan.)

Näitä kolmea viestintämallia kannattaa käyttää varsin niukasti, koska hyödyt ovat pienet ja riskit isot.

*Mitä ihmettä sitten kannattaa tehdä?  
Seuraavilla sivuilla on siihen vinkkejä.*

# HAMSTRAUS EHKÄIS- TÄÄN ENNAKOLTA

## HAMSTRAUS- AALTO HYÖKYY, EIKÄ KUKAAN KUUNTELE



- Järkipuhe ei auta, kun tunne jyrää.
- Siksi hamstrausta ehkäistään parhaiten etukäteen, eikä enää silloin kun hamstrausaalto on meneillään.

## KOTIVARA ON RATKAISU



- 72 tunnin kotivara auttaa hallitsemaan pelkoa etukäteen.
- Varautuminen poistaa pelkoa ja ahdistusta, sillä ihminen tietää selviytyvänsä häiriötilanteesta.
- Myös kaupallisten toimijoiden kannattaa viestiä kotivarasta, jotta se löisi läpi entistä vahvemmin.
- Varmista aina 72tuntia.fi-sivustolta, että käytät käsitettä oikein ja että annat oikeita neuvoja.

## OTA SOME MUKAAN



- Moni somevaikuttaja voi lähteä ilmaiseksi yhteiskunnalliseen kampanjaan, kun kyseessä on yhteinen hyvä ja pyytäjänä on viranomainen tai yleishyödyllinen järjestö.
- Somevaikuttajille voi tuottaa materiaalia siitä, miten häiriötilanteisiin voi varautua. He hyödyntävät mielellään selkeästi paketoitua viranomaistietoa.

## PELKO POIS



- Mitä arkisemmin ja useammin me kaikki puhumme kotivarasta, sitä jokapäiväisemmäksi se muuttuu.
- Jos otamme kotivaran esiin vain häiriötilanteissa, se kytkeytyy ihmisten mielissä hätään ja uhkaan.

## YRITYSMEDIAALLA ON TÄRKEÄ ROOLI



- Monella yrityksellä on iso yleisö. Tätä yleisöä kannattaa hyödyntää varautumisviestinnässä.
- Ideoita:
  - Kotivara voisi olla vakiopalstana kaupan alan asiakaslehdissä.
  - Kuluttajien kotivara-haastatteluja voisi olla yritysten verkkoartikkeleina ja somejaoissa.

# PIENEN KAUPAN VIESTINTÄ TOIMII MYÖS HAMSTRAUS- PIIKIN AIKANA

Pienet lähikaupat, kyläkaupat ja kivijalkaliikkeet voivat ehkäistä hamstrausta kysyntäpiikin aikana: ”jätäthän wc-paperia myös naapurin mummolle”.

Dunbarin luku on nimittäin noin 150. Se tarkoittaa sitä ihmismäärää, jonka kanssa voimme keskimäärin heimoutua ja tuntea yhteyttä luonnostaan. Kun suvun, heimon tai yhdistyksen jäsenmäärä kasvaa Dunbarin luvun yli, se alkaa jakautua pienemmiksi kupliksi ja alakulttuureiksi.

Tätä isommat ihmisryhmät tarvitsevat yhdistäväksi tekijäkseen vaikkapa uskonnon, aatteen tai ismin, joka liittää isot ihmisjoukot saman asian taakse.

Automarketit, tukkukaupat, verkkokaupat, tavaratalot ja kauppakeskukset eivät valitettavasti ole aatteita eivätkä uskontoja. Siksi asiakaskunta ei tunne toisiaan kohtaan solidaarisuutta, heimoutta tai yhteyttä. Niinpä itsekästä hamstrausta tapahtuu herkemmin, koska muut asiakkaat ovat kasvottomia.

Sen sijaan pienet lähi- ja kyläkaupat mahtuvat Dunbarin luvun alle, jolloin asiakkaiden keskinäinen solidaarisuus toimii.



# VIESTINNÄN ABC: SUUNNITTELE JA HARKITSE

## MINÄ TÄÄLLÄ, KUULEEKO KOHDERYHMÄ?



- Mieti tarkasti, kenelle viestit.
- Meidän jokaisen pitää tuntea asiakkaamme: millaisia he ovat, mitä he kaipaavat, ovatko he yksilöitä vai yrityksiä?
- Esimerkiksi pienyrityksille ei kannata markkinoida kallista varastonhallinta-sovellusta, eikä kerrostaloasukkaalla ole tilaa säilyttää isoa kotivaraa.
- Puhu sillä äänellä ja tyylillä, joka on luontevinta asiakkaillesi. Viranomaiselle ja nuorelle puhutaan eri tavoin.

## OIKEA KANAVA OIKEAAN PAIKKAAN



- Mikään yritys ei voi olla jokaisessa somekanavassa.
- Mieti siis tarkasti, mistä tavoitat omat asiakkaasi.
- Tekstimuoto ei läheskään aina ole tehokkain viestintämalli.
  - Voisitko mieluummin tehdä nopeita videoita TikTokiin tai Instagramiin, jos asiakkaasi ovat siellä?

## SUUNNITTELE VIES- TISI ETUKÄTEEN



- Mieti valmiiksi, miten viestit asiakkaille, jos alihankkijoillasi on toimitusvaikeuksia tai jos joudut keskelle hamstrausaaltoa.
- Luonnosteile sopivat tiedotteet, meilit tai videokäsikirjoitukset etukäteen.

## MIKÄ FIILIS?



- Me kaikki viestimme huonosti, jos olemme kiireisiä ja stressaantuneita.
- Hengitä syvään, ennen kuin vastaat kiukkuiselle asiakkaalle.
- Tunnetaidot ovat viestijän tärkein työkalu.

## KENEN KASVOT?



- Yritys tarvitsee "kasvot" eli spokespersonin.
- Kuka organisaatiosta on paras ja uskottavin kertomaan huonot uutiset tai menemään suoraan tv-haastatteluun?
- Kun mietit vastaajan etukäteen, hän voi valmistautua ja harjoitella tulevaa rooliaan.

# MITKÄ OVAT TEHOKKAIMMAT VIESTINTÄKEINOT?

## KUVA OIS KOVA



- Visuaalinen viesti on vahvempi kuin teksti.
- Käytä valokuvia täysistä varastoista, hyllyttämisestä ja rekkojen lastaamisesta.
- Hyödynnä infograafeja varastotasoista, tuotantomääristä ja tavaravirroista.

## IHMINEN ÄÄNESSÄ

- Organisaation ääni häviää aina yksilön äänelle.
- Siksi vahvan viestinnän avainroolissa ovat yksilöt kuten somevaikuttajat, kauppiat, yrittäjät ja viljelijät.
- Mitä enemmän viestintää tekevät aidot kasvat, sitä tehokkaampaa se on.
  - Kun kuvaat hyllyttämistä, kuvaa ihmistä äläkä vain hyllyjä.
  - Kun kuvaat ruoantuotantoa, kuvaa viljelijää äläkä vain koneita.



## TARINA JA TUNNE



- Tehokas viestintä tarvitsee tunnetta ja tarinoita.
- Kerro, millaisen turvan kotivara toi Karo Kansalaiselle. Anna Karon puhua haastattelussa ja kertoa ratkaisuistaan.
- Kerro, miten Emppu Esimerkki oppi varautumaan. Miten hän toimi ennen, mitä hän oppi ja miten hän toimii nyt?
- Haastattele järjestöjä ja kerro, millaista työtä niissä tehdään varautumisen eteen.
- Anna ääni myös työntekijöille.

## VIESTINNÄN LAAJA SKAALA (ELI FLATTEN THE CURVE)



- Hamstrausta ei voi poistaa maailmasta kokonaan. Silti jokainen pienikin kysyntäkäyrää loiventava tekijä on eduksi.
- Ei ole yhtä suurta viestiä, joka toimisi kaikille.
- Sen sijaan on monia pieniä keinoja ja viestejä, joilla käyrä loivenee.

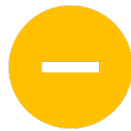
# POSITIIVINEN VIESTINTÄ PUREE



## VARO KIELTOJA

- Aina kun käytät kieltoverbiä tai muuta kielteistä rakennetta, aktivoit samalla lukijan tai kuulijan aivoissa kiellon vastakohtan.
- Kuvitellaanpa, että viestisi olisi "älä hamstraa".
  - Silloin lukijan aivoissa aktivoituvat hamstraamisen käsite ja sen mielle-yhtymät. "Ai, hamstraako joku? Miksi? Onko sille tarvetta? Onko jostain pulaa? No sitten minäkin hamstraan!"
- Viesti siis mieluummin positiivisilla rakenteilla ja kerro, miten asiat ovat.

### EI NÄIN:



- "Älä hamstraa."
- "Ruoka ei loppu kesken."
- "Ei ole hätää."
- "Ei tässä ole mitään ongelmia."
- "Ei kannata hamstrata."
- "Hamstraajat ovat tyhmiä ja itsekkäitä."
- "Vain typerä hamstraa."
- "Hamstraus on naurettavaa."
- "Älä osta turhaan mitään."
- "Ei kannata kasvattaa varastoja."
- "En suosittelen ostamaan turhaan liikaa tavaraa."
- "Ei ole pelkoa tavarantoimituksesta."
- "Ei kannata huolehtia."
- "Älä ole itsekäs."

### VAAN NÄIN:



- "Suomi on lähes oma-varainen maa."
- "Tehtaat pyörivät ja ruokaa riittää."
- "Hyllyihin on juuri tulossa lisää tavaraa."
- "Rekat ovat matkalla, ja tavara liikkuu koko ajan."
- "Onneksi ruokaa riittää meille jokaiselle."
- "Kaikki sujuu hyvin."
- "Suomalainen ruoantuotanto on laadukasta ja tehokasta."
- "Meillä on paljon alihankkijoita ja toimittajia."
- "Me olemme teitä varten."
- "Suomen huoltovarmuus on hyvällä tasolla."
- "Teemme paljon yhteistyötä."

# OTA MEDIA MUKAAN

## TIEDOTA JA TAUSTOITA

- Järjestä medialle taustatilaisuuksia, joissa kerrot suomalaisesta toimitusketjusta ja huoltovarmuudesta.
- Pyydä mukaan vaikkapa nimekäs asiantuntija, jolla houkuttelet toimittajia kylään.



## YHTEISTYÖ ON VOIMAA

- Ota viestintään mukaan toinenkin organisaatio.
- Saatte jaettua kustannuksia ja lisättyä uskottavuutta ja kaikupohjaa.



## MEDIAAN EI OLE SÄÄDINTÄ

- Mediaa ei voi ohjaila. Kukaan ei voi määrätä toimittajaa käyttämään tiettyä näkökulmaa tai tekemään tiettyä aiheajausta.



## AUTA TOIMITTAJAA

- Tarjoa toimittajalle kuvia, jotka tukevat viestiäsi.
- Jos sinulla ei ole kuvia täysistä varastoista, toimittajan on pakko kuvata tyhjää hyllyä.



## TREENAA ETUPELTOON

- Mieti viestisi huolellisesti etukäteen.
- Miten reagoit vastaväitteisiin ja vaikeisiin kysymyksiin?



## PIDÄ HYVÄT VÄLIT PAIKALLISMEDIAAN

- Median tehtävä on palvella yleisöään.
- Jos yrität häiriötilanteessa saada oman viestisi läpi mediaan, toimittajalla voi olla kädet täynnä työtä muutenkin.
- Pidä arkisinkin yhteyttä paikkakuntasi toimittajiin. Kun tutustut rauhan aikana, sinun on helpompi lähestyä heitä häiriötilanteessa.



## TUTKI JA LUOTAA

- Seuraa yhteiskunnallisia muutoksia.
- Mitä on tulossa, mikä on pinnalla?
- Viesti vaikutuksista proaktiivisesti jo etukäteen.



## ”EMME VIELÄ TIEDÄ” ON OK

- On täysin OK sanoa, että jokin asia on vielä auki.
- Epävarmuudesta on lupa viestiä.



## AUTA JA ANNA

- Tarjoa mediaan hauskoja *human interest* -juttuideoita läpi koko vuoden.
- Kun sinut tunnetaan kiinnostavana uutislähteenä, sinua uskotaan myös häiriötilanteessa.



# EHDOTUS 1: KANSALLISET VARAVIIKOT?

Mitä jos kevättalvella alettaisiin järjestää kansallisia Varaviikkoja?

- Silloin markkinoitaisiin peruselintarvikkeita ja muita varautumiseen liittyviä tavaroita kuten vesikanistereita ja paristoja.
- Ajankohta istuu hyvin kalenteriin, koska sen kanssa päällekkäin ei ole lomasesonkia, jouluruuhkaa tai muuta juhlakautta. (Varaviikot pitää ajoittaa vuoteen niin, etteivät ne osu pääsiäisen kanssa päällekkäin.)
- Varaviikot eivät ole kulutusjuhla. Kampanjaan ei kuuluisi leluja, muotia tai kosmetiikkaa. Varaviikot keskittyvät kotivaraan: se on ikään kuin hallittu yhteinen varautumisen aika kalenterivuodessa.
- Ruokaviestinnän paino pitää olla kotimaisessa ruoassa, sillä omavaraisuus on tärkeä osa huoltovarmuutta.
- Varaviikoissa voisi olla myös viranomaisviestintää mukana.
- Järjestöjen kannattaa miettiä oma viestintänsä Varaviikoille. Voisi jopa miettiä, haluaisivatko yrittäjäjärjestöt olla mukana omalla viestillään yrittäjille.

*Keltaisella pohjalla olevat ehdotukset ovat isoja ideoita, joita järjestöt voivat halutessaan viedä eteenpäin. Nämä kehitysideat vievät aikaa ja vaativat yhteistyötä.*

# EHDOTUS 2: MISSÄ ON FIRMAVARA?

Meillä on olemassa kotivara kotitalouksille ja jopa Traficomien käsite *digivara* ict-tarvikkeita varten. Mutta onko meillä mitään yrityksiä varten?

- Isoilla korporatioilla on jatkuvuudenhallinta kunnossa, mutta pienyrityksillä ei välttämättä ole samoin.
  - Pienyritys voi olla huoltovarmuuden kannalta merkityksellinen, jos se esimerkiksi toimittaa tärkeitä osia sähkö- tai vesilaitoksiin.
- Miten yritykset osaavat varautua häiriötilanteisiin? Onko niillä jatkuvuudenhallinta ja kriisitietoisuus kunnossa?
- Pitäisikö siis yritysjärjestöillä olla käytössä termi *firmavara*?
  - Firmavara-suositukset pitää tietenkin skaalata toimialan ja yrityskoon mukaan.
- Jos yrityksellä ei ole firmavaraa, se päättyy hamstramaan aivan samoin kuin kotitalouskin.

*Keltaisella pohjalla olevat ehdotukset ovat isoja ideoita, joita järjestöt voivat halutessaan viedä eteenpäin. Nämä kehitysideat vievät aikaa ja vaativat yhteistyötä.*

# **LUKU IV: TEKNISET JA TEKNOLOGISET RATKAISUT**



**KUN VIESTINTÄ EI RIITÄ**

# RATKAISUT KENTÄLLÄ, KAUPASSA JA PROSESSEISSA

Kun hamstrauspiikki on jo meneillään, viestinnästä on vain vähän apua.

Harkitse seuraavia konkreettisia toimia. Voisivatko nämä toimia omassa organisaatiossasi?

1. Hyllytä vähemmän. Jos kaikki menee kaupaksi, hyllytä hieman pienemmissä erissä. Se teettää toki enemmän työtä, mutta se takaa tuotteiden riittävyyden yhä useammalle asiakkaalle.
2. Kauppakeskukset usein teippaavat tyhjen liikeilojen ikkunat täyteen värikkäitä kuvia tai opasteita, koska tyhjyys herättää epäluuloja ja saa asiakkaat vierastamaan kauppakeskusta. "Sehän on ihan autio paikka." Voisiko samaa peittämisen ideaa hyödyntää myös kaupassa? Jos jokin hylly tai hyllyväli on tyhjä, voisiko sen eteen vetää roll-upin tai rullakaihtimen?
3. Vakavassa häiriötilanteessa teollisuus joutuu ehkä keskittymään perustuotteiden valmistamiseen ja rajaamaan tiettyjä pakkauskokoja pois. Tähän on syytä valmistautua koko tuotantoketjussa.



# ICT-RATKAISUT

Kun hamstrauspiikki on jo meneillään, viestinnästä on vain vähän apua.

Harkitse seuraavia tietoteknisiä toimia. Voisivatko nämä toimia omassa organisaatiossasi?

1. Verkkokaupassa pystyy toteuttamaan tehokkaamman ostopöytäkirjan kuin fyysisessä kaupassa. Samoilla asiakastiedoilla voisi tilata vain tietyn maksimimäärän, eikä yhtään enempää. Onko sinun verkkokaupassasi jo maksimitilauksen mahdollisuus? Siitä voi olla hyötyä häiriötilanteessa.
2. Tee someseurainta. Sen avulla voit ehkä ennustaa seuraavan hamstrauspiikin tulon: mikä on juuri nyt pinnalla omien asiakkaittesi tai heidän asiakkaittensa keskusteluissa?
3. Varmista, ettei verkkokaupassasi ole hamsterifarmi.
  - Kun harvinaisen tuotteen myynti kasvaa 300 % (2 kpl → 8 kpl), niin verkkokaupan tekoäly ja markkinointiautomaatiikka saattavat tulkita sen uudeksi hittituotteeksi.
  - Silloin verkkokauppa alkaa markkinoida automaattisesti kyseistä tuotetta etusivullaan ja uutissivustojen karuselleissa.
  - Tämä kasvattaa yhtäkkiä kysyntää. Automaatiikan luoma mainos toimii siis samanlaisena hamstraus-signaalina kuin wc-paperipaali ostoskärryssä.

# EHDOTUS 3: ICT-YRITYSTEN VIRTUAALIVARASTO?

Mitä jos huoltovarmuuteen liittyvillä ICT-yrityksillä olisi yhteinen virtuaalivarasto tai kauppapaikka?

- Jokainen voisi ilmoittaa virtuaalivarastoon, mitä laitteita ja komponentteja heillä on omassa hyllyssään.
  - Ilmoitukset voisi tehdä anonymisti, jolloin kilpailija ei saa tietoa siitä, mitä juuri tietyllä yrityksellä on varastossaan.
  - Pitäisikö virtuaalivaraston ilmoitukset tehdä manuaalisesti vai API:n kautta automatisoituna?
- Häiriötilan tullen yritykset voisivat ostaa toisiltaan tai vaihtaa keskenään puuttuvia ja ylimääräisiä tuotteita.

*Keltaisella pohjalla olevat ehdotukset ovat isoja ideoita, joita järjestöt voivat halutessaan viedä eteenpäin. Nämä kehitysideat vievät aikaa ja vaativat yhteistyötä.*

# LUKU V: LISÄLUKEMISTA



**LINKIT JA LISÄTIEDON LÄHTEET**

# LINKKI- SUOSITUKSEMME

## Kotivara ja varautuminen

- Kotivaran infosivusto: [72tuntia.fi](https://72tuntia.fi)
- Marttojen ohjeet kotivaraan: [martat.fi/marttakoulu/ruoka/kotivara/](https://martat.fi/marttakoulu/ruoka/kotivara/)
- Pelastustoimen varautumishjeet: <https://pelastustoimi.fi/pelastustoimi/varautuminen>

## Digivara ja sosiaalinen media

- Somekäsikirja: [somekasikirja.fi](https://somekasikirja.fi)
- Digi- ja väestötietoviraston johtavan erityisasiantuntijan Kimmo Rouskun digivara-vinkit LinkedInissä: [linkedin.com/pulse/huolehdi-tietoturva-ja-digivara-kotona-vapaa-ajalla-kimmo-rousku/](https://linkedin.com/pulse/huolehdi-tietoturva-ja-digivara-kotona-vapaa-ajalla-kimmo-rousku/)

## Huoltovarmuus

- Huoltovarmuuskeskus: <https://www.huoltovarmuuskeskus.fi/>
- Huoltovarmuusorganisaation sivut: <https://www.huoltovarmuuskeskus.fi/huoltovarmuusorganisaatio>



**HUOLTOVARMUUSORGANISAATIO**