

Liikenneturvallisuusstrategian vesiliikenteen
alatyöryhmä (LVM), 27.10.2020

tj. Kristiina Heinonen, SUH ry

www.suh.fi

www.viisaastivesilla.fi

Viisaasti vesillä



Suomen Uimaopetus- ja Hengenpelastusliitto (SUH)

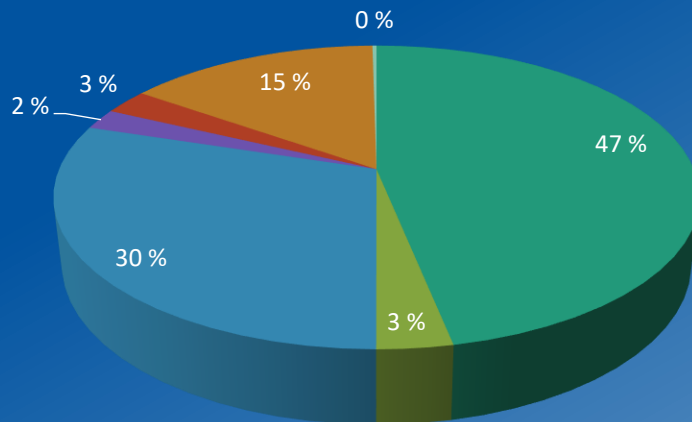
- **Koulutamme:** yli 3000 uimahalli- ja kylpyläalan ammattilaista joka vuosi
- **Viestimme:** mediassa, somessa, Viisaasti Vesillä –kampanja, Uimataitoviikko, Pelastusliivipäivä
- **Vaikutamme:** normit ja ohjeet, viranomaisyhteistyö, olosuhteet

Jotta jokainen Suomessa asuva osaa uida ja ennakoida mahdollisia vaaratilanteita vesillä ja jäällä sekä omaa riittävät tiedot ja taidot itsensä tai toisen pelastamiseen veden varasta.



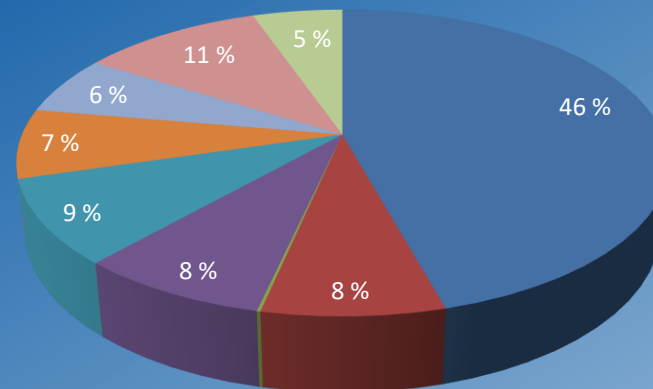
SUH talous

Tuotot 2019



- Toiminta-avustus, OKM
- Projektiavustus, OKM ja muut
- Osanottomaksut
- Materiaalin myyntituotot
- Yhteistyösopimustuotot
- Varainhankinnan tuotot
- Muut tuotot

Kulut 2019



- 0 %
- Henkilöstökulut (palkat)
- Oto-kouluttajien kulut (palkat)
- Poistot
- Muut henkilöstökulut (matkat, päivärahat, majoitukset)
- Vuokrat
- Ulkopuoliset palvelut
- Materiaalikulut
- Muut toimintakulut
- Varainhankinnan kulut

Vuosibudjetti:
n. 1,1 milj. eur

Henkilöstö: 8,5 htv
Oto-kouluttajat: 80 hlö

Viisaasti Vesillä –kampanjan rahoitus ja nykytila

- Vuonna 2013 Viisaasti Vesillä –kampanja kokonaan SUH:n ylläpitämäksi (SUH:n rekisteröimä tavaramerkki), julkinen rahoitus (LVM/STM) päättyi
- Vuosina 2013 – 2015 toteutettiin perinteinen vesiturvallisuuskierros kesäisin ja jonkin verran viestintää ympäri vuoden, rahoitus SUH:n yleisbudjetista
- Vuonna 2013 Viisaasti Vesillä kampanja valittiin Radiomedian Kaiku –kilpailun kohteeksi ja teemaksi tuli ”Musta laatikko” -> saatiin mm. visuaalinen ilme, nettisivut, radiokampanja
- Vuonna 2016 – 2018 hankeavustusta 150 000 – 120 000 eur/vuosi STM:n jakamista RAY:n/Veikkauksen tuotoista. Tämä mahdollisti laajemman kampanjoinnin:
 - 1 htv, nettisivut, materiaalit, some-kanavien laajentaminen, mediakampanjointi (printti, radio, some)
 - Mukana laaja joukko järjestöjä ja viranomaisia
 - Lanseerattiin mm. Pelastusliivipäivä, joka toteutettu edelleen vuosittain yhteisenä viestintäkampanjana
- Hankkeen päätyttyä hyödynnetään edelleen olemassa olevia materiaaleja ja viestintäkanavia. SUH on käyttänyt noin 10 000 – 30 000 euroa/vuosi yleisbudjetista + asiantuntijoiden työaikaa
 - Kesäkiertue toteutettu edelleen, paitsi kesällä 2020
 - Laajaa viestintää eri kanavissa, ei juuri maksettua mainontaa
 - Vuoden 2020 teema #hukkumattomuudenlupaus



#Hukkumattomuudenlupaus



Toivon, että mun ukki tekisi hukkumattomuuden-
lupauksen, koska hän ei ikinä käytä pelastusliivejä.

Aada 7 vuotta

www.viisaastivesilla.fi/hukkumattomuudenlupaus



Uimataito ja hyvät vesi- ja
jääturvallisuustaidot antavat
ihmisille vapauden liikkua vesillä,
jäällä ja veden äärellä
turvallisesti läpi elämän. Kaikilla
on oikeus nauttia vedestä.

VUODESTA 1956
SUOMEN UIMAOPETUS- JA HENGENPELASTUSLIITTO

www.suh.fi

