



SIISTI BIITSI 2014

TEHTÄVÄNÄ ROSKATON RANNIKKO

Pidä Saaristo Siistinä ry

1. Projektin taustat ja lähtökohdat

Merten roskaantuminen on globaalilla tasolla monelle jo tiedossa oleva asia. Maailman suurilla valtamerillä on havaittu kelluvan valtavia jätelauttoja ja monet näiden alueiden rannoista ovat erittäin vakavasti roskaantuneita. Kansainvälisellä tasolla merten ja rantojen roskaantumista on hiljalleen ryhdytty tutkimaan ja selvittämään. On havaittu, että jopa kaikkein kaukaisimmilta ja asumattomilta saarilta löytyy roskaa. Vesilinnut ja merissä elävät eläimet vahingoittuvat roskista monin eri tavoin. Lisäksi roskat voivat häiritä meriliikennettä ja aiheuttaa taloudellista vahinkoa. Maailman meriä vaivaavat monenlaiset ympäristöongelmat ja roskaantuminen on niistä vain yksi. Roskaantuminen on silti huolestuttavan nopeasti kasvava ongelma. (Euroopan ympäristökeskus, 2014)

Itämeren roskaantumista on verrattain vähän tutkittu ja selvitetty. HELCOM (Itämeren suojelusopimuksen Helsingin komissio) selvitti vuonna 2007 Itämeren roskaantumisen laajuutta. Kyseisessä projektissa yhtenä rahoittajana oli Yhdistyneiden kansakuntien ympäristöohjelma (UNEP). UNEP on laatinut erinäisten esiselvitysten avulla merien ja rantojen roskaantumisen selvittämiseen metodin, jota voidaan käyttää maailman merien eri olosuhteissa. (P. Korpinen & A. Saloniemi, 2014)

Vuosina 2011–2013 Pidä Saaristo Siistinä ry (PSS ry) oli mukana Baltic Marine Litter (MARLIN) -projektissa, jossa selvitettiin Itämeren rantojen roskaantumista. MARLIN-projektissa olivat mukana Viro (Keep the Estonian Sea Tidy), Latvia (FEE Latvia), Ruotsi (Keep Sweden Tidy) ja Suomi (Pidä Saaristo Siistinä ry). Projektissa oli mukana kustakin maasta yhteensä 23 tutkimusrantaa, joista yhdeksän sijaitsi Suomessa. Rannoilta kerättiin kolmesti vuodessa roskaantumistietoa UNEP:in metodologiaa mukailen. Tulosten mukaan näistä maista roskaisimmat rannat löytyivät Suomesta. Suurin osa kerätystä roskasta oli muovia ja vaahtomuovia.

Siisti Biitsi -kampanja oli itsenäistä jatkoa MARLIN-projektille. Projektin tuloksista tiedottaessaan PSS ry:n

henkilökunta sai runsaasti yhteydenottoja, joissa kysyttiin mitä yksittäinen ihminen voisi roskaantumisen ehkäisemiseksi tehdä. Näistä yhteydenotoista ja PSS ry:n oman henkilöstön tahtotilan ansiosta syntyi keväällä 2013 idea kutsua ihmisiä mukaan pitämään huolta rannoista ja siivoamaan niitä roskista. Vastaavaa näin mittaavaa rantojen siivousoperaatiota ei ole PSS ry:n tietojen mukaan koskaan aiemmin Suomessa järjestetty.

Siistin Biitsin tavoitteet

Kampanjan tavoitteena oli tuoda esiin Itämeren roskaantumisongelmaa konkreettisen toiminnan eli rantojen siivomaisen kautta. Tarkoituksena oli innostaa ihmisiä siivoamaan rantoja vapaaehtoisesti. Viestinnällisenä tavoitteena oli nostaa merten roskaantuminen yleiseksi puheenaiheeksi.

Kampanja-alueeksi valittiin koko Suomen meren rannikko käsittäen myös Ahvenanmaan rannikon. Tarkoituksena oli siivota vapaaehtoisvoimin kahden viikon aikana toukokuussa rantoja roskista. Meren rannikko valittiin toiminta-alueeksi, jotta mahdollisesti saatavia tuloksia voitaisiin verrata MARLIN-projektin tuloksiin ja tätä kautta saada lisätietoa Itämeren rantojen roskaantumisesta. Roskadatan saamiseksi Siisti Biitsi -kampanjalle luotiin oma UNEP:in metodologiaa yksinkertaisempi roskien luokittelu- ja laskemisjärjestelmä.

Siisti Biitsin kohderyhminä olivat kaikkien halukkaiden yksityisten kansalaisten lisäksi esimerkiksi erilaiset kerhot, klubit, harrastusryhmät, yritykset, erilaiset yksiköt, asukasyhdistykset, veneseurat, koululaiset ja opiskelijat, perheet ja ystäväporukat ja muut organisaatiot.

Talous

PSS ry haki Siisti Biitsi -kampanjalle 127 000 euron rahoitusta. PSS ry sai myönteisen päätöksen Ålandsbankenin Luontobonus-rahoitusjärjestelmästä ja yhdistykselle myönnettiin 60 000 euron suuruinen tukisumma, jonka turvin yhdistyksen oli mahdollista käynnistää kampanja.

”Talkoolaiset lähettävät lämpimät kiitoksensa

Pidä Saaristo Siistinä ry:lle ja sinulle, jotka olette järjestäneet tällaisen mahdollisuuden kansalaisten osallistua ympäristön siivoamiseen roskista. Toivomme kaikki täällä mitä parhainta jatkoa Sinulle ja järjestöllesi, joka tekee mielettömän hyvää työtä saariston- ja rannikkoalueiden luonnon, kauneuden ja ympäristöarvojen eteen.”

Varsinaissuomalaisen talkooryhmän yhteyshenkilön kiitosviestistä poimittu

Sponsoritukena myönnetty palvelut ja tuotteet muodostivat yhdessä liki 60 000 euron arvoisen tuen. Kulujen ja sponsoritukien yhteen laskettu rahallinen arvo vastasi siis alkuperäistä arviota.

Kevät perinteistä talkooaikaa

Kampanjan ajankohdaksi valittiin kevät, tarkemmin 12.–25.5.2014. Kevät koettiin talkoiden kannalta parhaaksi ajankohdaksi, sillä kevät on perinteistä talkooaikaa Suomessa ja talkoita voidaan tällöin yhdistää helposti. Lisäksi koulut ovat auki ja loppukevästä lukujärjestyksissä on aikaa erilaisille aktiviteeteille. Myös monilla organisaatioilla on keväisin virkistysohjelmaa, johon talkoot helppo liittää. Keväällä kasvillisuus ei ole vielä korkeaa (turvallisuus, näkyvyys, eläinten huomiointi), ja tuleva kesäkausi houkuttelee siivoamaan omia lähirantoja.

Toisaalta keväällä on lintujen pesintäaika. Etenkin saaristossa on paljon lintuyhdyskuntia ja monella alueella ei saa liikua kevästä loppukesään saakka. Kampanjan ajankohta saikin hieman kritiikkiä osakseen, kun huolestuneet Saaristomeren alueella asuvat henkilöt kirjoittivat huhtikuussa Åbo Underrättelseriin mielipidekirjoituksen, jossa kampanjan koettiin häiritsevän lintujen pesintää. PSS ry:n pääsihteeri ja kampanjan vetäjä kirjoittivat vastineen kirjoitukselle. Vastineessa tuotiin esille ajankohdan muut edut ja muistutettiin kampanjan olevan ympäristökampanja, jossa luonnon huomioiminen on etusijalla.

Kampanjan nettisivuilla oli talkoiden järjestäjien ohjeistuksessa alusta asti muistutus lintujen pesintäajasta. Lisäksi Siisti Biitsin verkkosivuille lisättiin varsinaissuomalaisen lintuasiantuntijan haastattelu, jossa muun muassa neuvottiin oikeanlaiseen liikkumiseen ranta-alueilla. Lähes kaikki talkookohteiksi valitut rannat olivat kaupunkien ja asutusten välittömässä läheisyydessä, osa oli julkisia uimarantoja. Kohteet eivät siis olleet tyypillisiä lintujen pesimärantoja. Talkoiden ennakkoihmoittautumisella pyrittiin muun muassa huolehtimaan siitä, ettei talkoita järjestettäisiin herkillä alueilla.

Projektin hallinnoija

Siisti Biitsi -kampanjaa hallinnoi Pidä Saaristo Siistinä ry (PSS ry). PSS ry on valtakunnallinen vuonna 1969 perustettu veneilijöiden ja vesilläliikkujien ympäristöjärjestö. Yhdistys toimii Suomessa saaristo- ja rannikkoalueilla sekä Järvi-Suomessa.

Yhdistyksen tehtävänä ja päämääränä on Suomen rantojen ja saariston puhtaanapito ja veneilymahdollisuuksien tukeminen kaikilla maamme vesistöalueilla. Konkreettisen jätehuoltotyön ja retkisatamakohteiden ylläpito-työiden lisäksi yhdistys tekee ympäristökasvatustyötä. Jätehuoltotyöhön kuuluu muun muassa veneilijöiden jätteistä, kuivakäymälöistä, kelluvista imutyhjennysasemista ja retkisatamien huollosta vastaaminen. Ympäristökasvatustyön kohderyhmänä ovat kaikki vesilläliikkujat. Yhdistyksen tavoitteena on neuvua, miten vesillä liikutaan ympäristöä huomioiden. PSS ry:n toiminta-alueet ovat Saaristomeri, Pohjanlahti, Itäinen Suomenlahti, Päijänne, Saimaa ja Pirkanmaa. Jokaisella alueella on oma huoltoaluksensa.

PSS ry on jäsenperusteinen asiantuntijaorganisaatio. Toimintaa rahoitetaan pääosin jäsenmaksuilla, ympäristöministeriön tuella ja yrityssponsoroinnilla. Yhdistys osallistuu vesistöjen suojelutyöhön monipuolisesti ja yhdessä muiden vastaavaa työtä tekevien organisaatioiden kanssa niin kansallisella kuin kansainväliselläkin tasolla. Projektien avulla tuotetaan ympäristötietoa ja -ratkaisuja veneilijöille ja kansalaisille. (Pidä Saaristo Siistinä. 2014)

Projektin henkilöstö

Kampanjan ainoana kokopäiväisenä työntekijänä ja kampanjan projektikoordinaattorina toimi 7.1.–31.7.2014 välisenä aikana **Jenny Gustafsson**. Projektikoordinaattori **Heini Kaasalainen** aloitti osa-aikaisesti Siisti Biitsi -tehtävissä helmikuussa 2014. Kampanjaan palkattiin myös korkeakouluharjoittelija **Lydia Siikasmaa** 7.4.–19.6.2014 väliselle ajalle. Lisäksi yhdistyksen muu henkilökunta avusti monissa erinäisissä tehtävissä.



*"Kiitos,
että sain olla mukana"*



2. Mitä tehtiin?

Kampanjan tavoitteeksi asetettiin 100 talkoojärjestäjän ja -kohteen saaminen mukaan ja vähintään 1000 ihmisen osallistaminen kampanjaan. Kampanjaan osallistui ainakin 115 talkoojärjestäjätahoa ja kohteita oli 110. Osa talkoista järjestettiin yhteistyössä eri organisaatioiden kesken, joten järjestäjätahoja on enemmän kuin talkookohteita.

Kukin osallistuva taho sai itse valita oman siivottavan talkookohteensa ja kutsua mukaan joko vain oman organisaationsa jäseniä tai järjestää yleisölle avoimen tilaisuuden, johon kuka tahansa mukaan ilmoittautuva sai tulla siivoamaan. Talkookohteet merkittiin Siisti Biitsi -verkkosivujen karttaan. Talkoot oli mahdollista järjestää minä tahansa ajankohtana kyseisen kahden viikon sisällä.

Ilmoitetun osallistujamäärän mukaan kampanjassa oli mukana 1464 ihmistä, mutta luultavasti osallistujia oli huomattavasti enemmän, sillä tiedossa on rantasiivouksia, joita ei ilmoitettu PSS ry:lle. Tässä mielessä kampanja onnistui tavoitteissaan. Vastaanotto kampanjalle oli hyvä ja sille oli selkeästi kysyntää.

Talkoojärjestäjätahoina oli muun muassa yrityksiä, yhdistyksiä, kuntia ja yksittäisiä ihmisiä. PSS ry järjesti myös viidet omat siivoustalkoot ja oli mukana 15 talkoossa. Talkooryhmien koko vaihteli 160 ihmisen kokoisista massatalkoista aina yhden-kahden hengen ryhmiin.

Talkoita järjestettiin runsaasti pitkin Suomen rannikkoa, mutta koko Suomen rannikon ja Ahvenanmaan kattava kampanja-alue ei täytynyt. Pohjoisin talkookohde sijaitsi Pohjois-Pohjanmaalla Kalajoella, itäisin oli Hamina ja Ahvenanmaalla oli vain yhdet talkoot. Eniten talkoita järjestettiin Varsinais-Suomen ja Uudenmaan alueella.

Roskaraportointi

Talkoiden tarkoituksena oli paitsi siivota rannat roskista, myös kerätä lisää tietoa rannoilta löytyvän roskien määrästä ja laadusta ja ainakin suuntaa-antavasti kyetä vertaamaan tuloksia aikaisempiin selvityksiin ja tutkimuksiin. PSS ry pyysi talkootiimejä raportoimaan siivotun roskamäärän ja -laadun joko paperisen, Siisti Biitsin verkkosivuilta tulostettavan lomakkeen tai kampanjaa varten kehitetyn puhelinsovelluksen kautta. Raportit pyydettiin toimittamaan PSS ry:lle. Roskia raportoitiin 67 talkoorannasta.

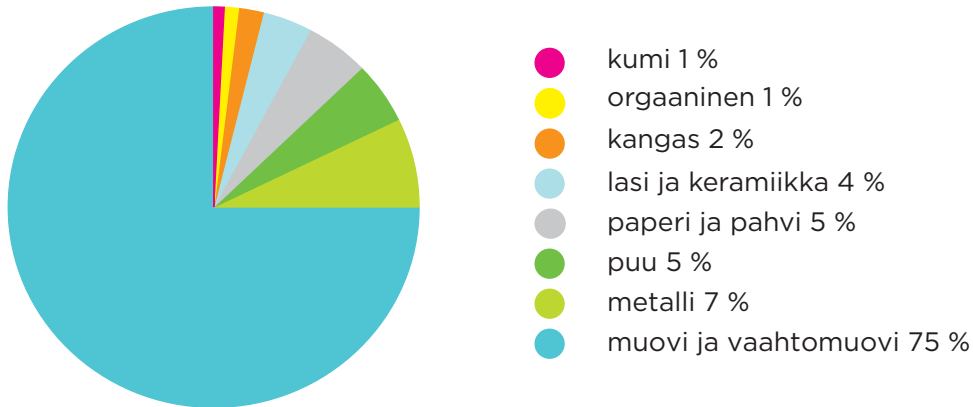
Roskakategorioinnin tarkoituksena oli noudattaa osittain MARLIN-projektissa käytettyä kategoriointia kuitenkin laskematta tarkemmin roskea tyyppiin mukaan, vaan materiaalin mukaan. Näin tuloksia voitaisiin vielä verrata materiaalisuoksien mukaan kuitenkin monimutkaistamatta lomakkeen täyttöä. Roskat luokiteltiin seuraaviin kategorioihin: muovi, paperi ja pahvi, metalli, lasi ja keramiikka, kangas, puumateriaali, orgaaninen jäte, kumi, tupakantumpit ja muu.

Talkookohteiden roskamäärät saattoivat vaihdella paljon. Muutama kohde arvioitiin erittäin harvoin siistityksi, joten roskea löytyi useiden vuosien ja vuosikymmenien ajalta. Osa kohteista ovat ylläpidettyjä ja ne olivat todennäköisesti tästä syystä vähäroskaisia. Osa kohteista oli ylläpidosta huolimatta hyvin roskaisia. Talkoolaiset arvelivat sen johtuvan rannan sijainnista, jolloin meri kuljettaa lisää roskaa muilta alueilta. Rannat saattoivat olla myös aktiivisessa virkistyskäytössä, jolloin roskaa kertyi sinne todennäköisesti myös maitse.

Raportoiduista roskista suurin osa oli muovia. Tupakantumpit laskettuna muoveihin ne muodostivat yhdessä 69 % kaikista kerätyistä roskista. Seuraavaksi eniten löytyi paperia ja pahvia, metallia, lasi ja keramiikkaa loput kategoriat muodostivat yhteensä 7 % raportoiduista roskista. Materiaalien osuudet mukailevat pitkälti MARLIN-projektissa saatuja tuloksia (s.5).

MARLIN-projektin Suomen tulokset (2012-2013) roskakategorioittain

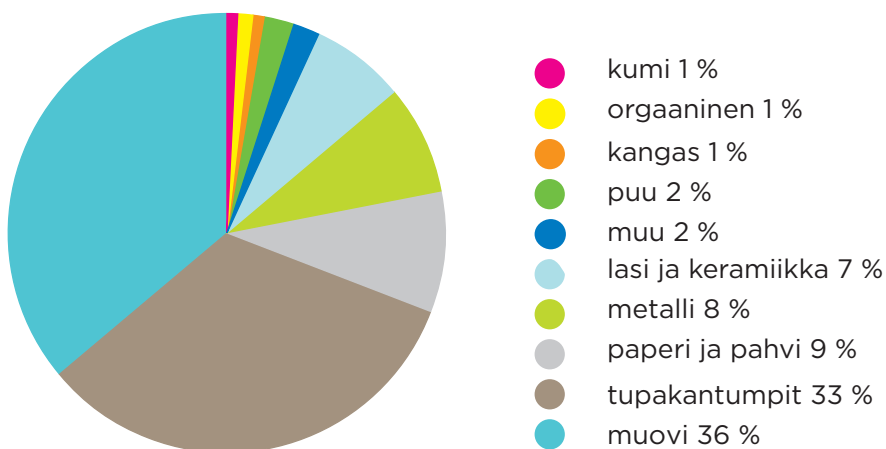
Lähde: Hanna Haaksi, Pidä Saaristo Siistinä ry



Siisti Biitsi -kampanjassa kappalemääräisesti lasketut roskamateriaalit

Roskaa kerättiin Siisti Biitsissä yhteensä noin 45 000 kappaletta. Muovia löytyi 16 000, paperia ja pahvia 4200, metallia 3700, lasia ja keramiikkaa 3300, kangasta 400, puumateriaalia 1000, orgaanista jätettä 500, kumia 200, tupakantumppeja 15 000 ja muuta 800 kappaletta. Litroissa ilmoitettu roskamäärä oli 26 000 ja painossa 2 300 kilogrammaa. Määrät on pyöristetty lähimpään sataan.

Oheisssa piirakkakuviassa ovat tupakantumpit erotettuna omaksi kategoriakseen. Mikäli ne olisivat MARLIN-projektin mukaisesti laskettu muovi-kategoriaan olisi muovin osuus ollut 69 prosenttia.



Roskien raportointi koettiin osallistujien kesken yleisesti tärkeäksi asiaksi. Media osoitti myös hyvin kiinnostusta roskaraportoinnin tuloksia kohtaan. Moni talkoolainen kertoi, että roskien yksittäinen laskeminen havainnollisti huomattavasti paremmin rantojen roskaantumiseen tilaa kuin pelkkä siivoaminen. Moni oli myös kiinnostunut siitä, että tuloksia tullaan hyödyntämään jatkossa tulevien projektien osalta ja tiedotuksellisissa tehtävissä.

”Toivottavasti kampanjasta tehdään jokavuotinen perinne.”

Tapahtumat

Siisti Biitsin puitteissa järjestettiin myös neljä omaa oheistapahtumaa: Meren roskaantumista käsittelevä *Roskapuhetta*-seminaari 29.4. Helsingissä Suomen ympäristökeskuksen tiloissa, *Siisti Biitsi Kick Off* 12.5. Helsingissä Suomenlinnassa ja *Siisti Biitsi kiittää* 28.5. Turussa Aboa Vetus & Ars Novan Aula Cafessa. Kampanjan nimissä järjestettiin päiväsaikaan myös yksi roskasukellus Turun Aurajoessa ennen 28.5. illalla pidettävää kiitostilaisuutta.

Lisäksi kaikkien kampanjaan osallistujien kesken järjestettiin leikkimielinen *Vähäks siistii* -kilpailu, joiden voittajat palkittiin kiitostilaisuudessa Turussa.

Palkintokategorioina olivat:

SIISTEIN TALKOOASU

Tarkoituksena oli palkita mielikuvituksellisin ja hauskin talkooasu

SIISTEIN TALKOOKUVA

Tarkoituksena oli palkita talkookuva, josta välittyy hyvä tunnelma

SIISTEIN VIDEO

Tarkoituksena oli palkita talkoovideo, josta välittyy hyvä tunnelma

OHO, MIKÄ ROSKA!

Tarkoituksena palkita suurimman, oudoimman tai pienimmän roskan löytänyt ryhmä

SUURIN ROSKAMÄÄRÄ

Eniten roskaa kerännyt talkooryhmä

SUURIN TALKOORYHMÄ

ENITEN TALKOOLAISIA

Viestintä

Viestintä oli erittäin merkittävä osa-alue kampanjan toteutuksessa. Viestintä vei kampanjan kokonaisajasta ja -resursseista selkeästi suurimman osan.

Kampanjalle luotiin oma verkkosivu, jonka toteutti digi-mediayritys **Poutapilvi** ja suunnittelusta vastasi kampanjan vetäjä sekä Poutapilven henkilökunta. Kampanjan verkkosivut ovat suomeksi www.siiistibiitsi.fi ja ruotsiksi www.snyggbeach.fi.

Kampanjalle tilattiin **Dirtstudios**-tuotantoyhtiöltä oma lyhyt kannustusvideo markkinointitarkoitukseen. Video

on saatavilla sekä suomeksi että ruotsiksi. Video oli esillä YouTubessa, Siisti Biitsin verkkosivulla ja sitä jaettiin myös kampanjan sosiaalisessa mediassa. Videossa on lyhyesti esitelty kampanjan idea ja osallistumismahdollisuudet ja lopussa on nähtävissä kampanjan nettisivuosoite.

Kampanjan käyttöön tehtiin myös toinen video. Videon teki **Pilke Media** -tuotantoyhtiö. Materiaali koottiin toukokuun aikana kolmesta siivoustalkoosta (Turku, Nauvo ja Helsinki). Videon tarkoitus oli kuvata talkoiden tunnelmaa ja kerättyä roskamäärää. Ajatuksena oli korostaa tehdyn työn tärkeyttä ja yhdessä tekemisen mukavaa yhdessäoloa.

Printti, tv, radio ja internet

Merten ja rantojen roskaantuminen herätti median kiinnostusta ja aiheesta ja kampanjasta saatiin hyvä määrä juttuja eri medioihin. Tammi-toukokuun aikana saatiin yhteensä 108 mediaosumaa printissä, TV:ssä ja radiossa sekä 68 mediaosumaa internetissä. Internetosumiin ei ole laskettu sosiaalisen median osumia.

Sosiaalinen media

Sosiaalinen media nähtiin kampanjalle erittäin tärkeäksi tiedottamisen ja osallistamisen kanavana. Siisti Biitsi -kampanjalle luotiin oma tili Facebookiin, Twitteriin ja Instagramiin. Keskustelua oli mahdollista seurata #siisti-biitsi- ja #snyggbeach-asiasanojen avulla.

Siisti Biitsi -kampanjan sosiaalisen median tilien tunnukset:

Facebook: Siisti Biitsi - Snygg Beach

Twitter: @Siistibiitsi

Instagram: siistibiitsi

Siisti Biitsin näkyvyys sosiaalisessa mediassa onnistui hyvin. Keskustelua syntyi parhaiten Facebookissa. Vuorovaikutteisuus näkyi parhaiten juuri ennen talkooajan alkua sekä talkoiden aikana. Siisti Biitsi -kampanjan tarkoituksena oli tuoda esille Itämeren roskaantuminen ja herättää keskustelua, mikä onnistui hyvin varsinkin toukokuussa.

Kampanjaan osallistuneet julkaisivat ja lähettivät kampanja-aikana yllättävän paljon materiaalia, mikä osoitti, että heiltä löytyi kiinnostusta ja halua jakaa kokemuksiinsa muiden kanssa. Tämä osoitti myös sen, että kampanja onnistui innostamaan ihmisiä ottamaan osaa Itämeren rantojen siivoamiseen. Talkoolaisten julkaisut sosiaalisessa mediassa käsittelevät suurimmaksi osaksi talkoita, joihin he olivat itse osallistuneet.



Kuvat:
Tommi Autio

3. Yhteistyötahot

Siisti Biitsillä oli useita yhteistyökumppaneita, jotka mahdollistivat kampanjan järjestämisen. Yhteistyökumppanit jaettiin kahteen kategoriaan: *sponsorit* ja *yhteistyökumppanit*. Sponsorit toimivat selkeästi kampanjan taloudellisina tukijoina. Yhteistyökumppanit toimivat asiantuntija-apuna, auttoivat käytännön järjestelyissä ja antoivat hyödyntää omia verkostojaan esimerkiksi tiedottamisessa.

Osa toimi sekä taloudellisena tukijana että yhteistyökumppanina talkoiden järjestämisessä.

sponsorit

Ålandsbanken
Kuusakoski recycling
Pilke Media
Wärtsilä
Poutapilvi
Hungry
Turku Energia
Ford
Astrum
Ekokauppa Ekolo
Fazer
Flagmore
Muutostoimisto Jokojo
Light Press
LähiTapiola
Beweship
Aspo
Mad Croc Energy drink
Suomenlinnan hoitokunta

yhteistyökumppanit

Itämerihaaste
Suomen YK-liitto
Saaristomeri Biosfäärialue
Suomenlinna
Baltic Sea Action Group
Suomenlahti-vuosi 2014
Suomen nuorkauppakamari
Suomen Rotaryt
Suomen ympäristökeskus

Kampanjalla oli myös niin kutsuttuja julkkiskummeja, julkisuuden henkilöitä, jotka omalla positiivisella imagoillaan tukivat kampanjaa antamalla kasvonsa ”siistien biitsien puolesta” ja osallistumalla itse kukin mahdollisuuksiensa mukaan siivoustalkoisiin.

Siisti Biitsi -kummit

Mikko ”Peltsi” Peltola, juontaja ja toimittaja
Bettina Sångbom-Ek, juontaja ja toimittaja
Riko Eklundh, näyttelijä
Jerry Wahlforss, näyttelijä
Krista Kosonen, näyttelijä
Riku Nieminen, näyttelijä ja tanssija
Jukka Puotila, näyttelijä, koomikko ja imitaattori
Marja Salo, näyttelijä
Anna Paavilainen, näyttelijä
Niko Kivelä, stand up -koomikko
Niklas Hagman, jääkiekkoilija

”Roskien keräämistä voisi verrata sienimetsällä käymiseen. Ensin ranta näytti roskattomalta, mutta kun bongasi ensimmäisen roskan, alkoi niitä nähdä kaikkialla.”

4. Siisti Biitsin tulevaisuus?

Siisti Biitsille oli selkeästi kysyntää ja saatu palaute oli erittäin positiivista.

Kampanjan aikana kerätty tieto ja kampanjalle laaditut mediakanavat ja julkaisut jäävät PSS ry:n käyttöön ja hyödynnettäväksi esimerkiksi tulevien projektien suunnittelussa ja toteutuksessa sekä tiedotustarkoituksiin varten.

Rantojen ja merten roskaantumiseen liittyvissä asioissa voi olla yhteydessä yhdistyksen yleissähköpostiin ja -puhelinumeroon, josta yhteydenotto tullaan ohjaamaan oikealle henkilölle.

Tulevien kampanjoiden aikataulua ei vielä ole päätetty loppuraportin kirjoittamisen aikaan. Vaihtoehtoina ovat joko pidennetty talkoiden järjestämisaika koko toukokuulle tai supistettu vain viikon tai jopa viikonlopun mittaiseksi.

Kampanjan kesto tulee määrittymään pitkälti sen mukaan, haluaako PSS ry panostaa omia resursseja tähän vahvasti (lisähenkilöstöä, lisäbudjetointi jne.) ja toimia vahvasti talkoiden konkreettisessa järjestämisessä vai haluaako yhdistys hoitaa kampanjan koordinoinnin perustehtäviensä ja muiden hankkeidensa ohessa ilman suurempia resurssipanostuksia ja toimia selkeästi sateenvarjo-organisaationa talkoille. ■