

Viestinnän askeleita kohti vahvempaa näkyvyyttä – vuosi 2026

Keväällä 2025 valmistunut Suomen Tanssiurheiluliiton viestintästrategia on osa liiton pitkän aikavälin strategiaa vuoteen 2029 saakka. Vuosi 2026 on viestinnässä **näkyvyyden, juhlan ja vakiinnuttamisen vuosi**. Strategiset linjaukset siirtyvät kokeiluista pysyviksi toimintatavoiksi, ja viestintä tukee vahvasti liiton merkkivuotta, arvokilpailuja ja valtakunnallista mediaesiintymistä.

STUL 50 vuotta – juhlavuosi viestinnän punaisena lankana

Vuonna 2026 Suomen Tanssiurheiluliitto juhlii 50-vuotista taivaltaan. Juhlavuosi näkyy johdonmukaisesti kaikessa viestinnässä läpi vuoden:

- sosiaalisen median sisällöissä ja kampanjoissa
- arvokilpailujen ja tapahtumien ilmeissä
- verkkosivuilla ja jäsenviestinnässä
- mediayhteistyössä ja live-lähetyksissä

50-vuotisjuhlavuosi toimii mahdollisuutena vahvistaa liiton brändiä, tunnettuutta ja yhteisöllisyyttä.

Vahva näkyvyys live-striimeissä ja valtakunnallisessa mediassa

Vuonna 2026 STUL on näkyvästi esillä **IS TV:n ja Ruudun suorissa lähetyksissä** liiton vetämissä arvokilpailuissa. Lähetykset eivät ole vain kilpailujen striimausta, vaan keskeinen osa viestintää ja markkinointia.

Viestinnällisiä painopisteitä ovat:

- STUL-brändin ja 50 v -juhluvuoden näkyminen lähetyksografiikoissa ja sisällöissä
- monilajisuuden esiin tuominen kilpailukokonaisuuksissa
- urheilijoiden tarinat, haastattelut ja asiantunteva taustoitus

Tavoitteena on rakentaa tanssiurheilusta tunnistettava ja uskottava mediatuote, joka puhuttelee sekä lajin sisäistä yleisöä että uusia katsojia.

SM-viikko 2.8. – näkyvyys Ylen kautta

Kesällä 2026 tanssiurheilu on mukana **SM-viikolla 2.8.**, mikä tarjoaa poikkeuksellisen mahdollisuuden tavoittaa valtakunnallinen yleisö. SM-viikko vaatii omat viestinnälliset ponnistelunsa ja erityisen tarkkaa valmistautumista.

Tätä varten on laadittu **erillinen viestintäsuunnitelma**.

SM-viikon tavoitteena on vahvistaa tanssiurheilun asemaa osana suomalaista huippu-urheilua ja lisätä lajin tunnettuutta erityisesti uusien kohderyhmien keskuudessa.

Monilajisuus, jäsenistön tuki ja laadukas sisältö jatkuvina painopisteinä

Juhlavuodesta ja isoista mediatapahtumista huolimatta viestinnän peruslinjat säilyvät vahvoina. Vuonna 2026:

- monilajisuus näkyy kaikissa kanavissa tasapainoisesti
- jäsenistöä ja seuroja tuetaan viestinnän ja markkinoinnin työkaluilla
- urheilijoiden mediavalmennus on vakiintunut osa toimintaa
- korkealaatuinen kuva- ja videomateriaali tukee lajin arvostusta

Uudistetut verkkosivut toimivat viestinnän keskuksena ja tukevat sekä juhluvuoden sisältöjä että arvokilpailujen ja kehityshankkeiden näkyvyyttä.

Tanssin terveysvaikutukset vahvemmin esiin

Vuonna 2026 viestinnässä nostetaan entistä vahvemmin esiin myös tanssin tutkitut terveysvaikutukset. Liiton verkkosivuille on lisätty uusi Tanssin terveysvaikutukset -osio, johon kootaan vuoden aikana ajankohtaista tutkimustietoa tanssin fyysisistä, psyykkisistä ja sosiaalisista hyödyistä.

Sivustolle tuotetaan:

- koottua ja selkokieleistä tutkimustietoa
- artikkeleita ja asiantuntijanäkökulmia
- valmiita viestintämateriaaleja seurojen käyttöön

Tavoitteena on tarjota jäsenseuroille konkreettisia työkaluja omaan markkinointiinsa ja viestintäänsä sekä vahvistaa tanssiurheilun asemaa liikuntamuotona, joka edistää kokonaisvaltaista hyvinvointia kaikenikäisille.

Katse eteenpäin

Vuonna 2026 tanssiurheilu näkyy, kuuluu ja tuntuu. 50-vuotisjuhlavuosi, vahva mediayhteistyö ja valtakunnalliset tapahtumat rakentavat perustaa tuleville vuosille. Viestintä ei ole irrallinen tukitoimi, vaan keskeinen osa liiton vaikuttavuutta, elinvoimaa ja tulevaisuutta.

Lisätiedot:

Viestintäkoordinaattori

Alisa Heino

alisa.heino@dancesport.fi