

SYDÄNLIITTO
VUOTTA
70
ÅR
HJÄRTFÖRBUNDET

Olemme pitäneet suomalaisten
sydämistä huolta jo **70 vuotta**.
Ja niin pidämme jatkossakin.



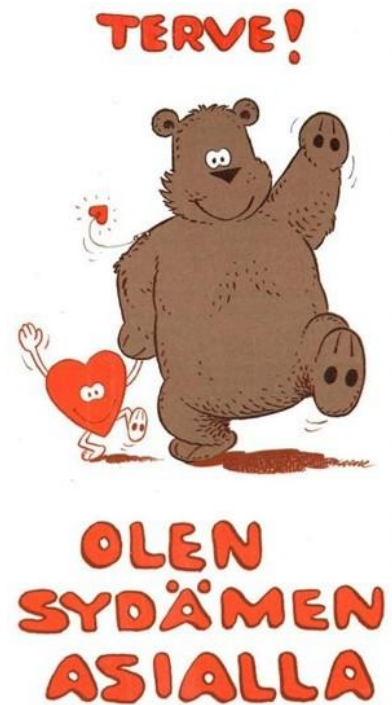
Sydänliiton toiminta 2025

Me Sydänliitossa toimimme, jotta mahdollisimman harva sairastuisi ja yhä harvempi kuolisi ennenaikaisesti sydän- ja verisuonisairauksiin ja jotta kukaan sairastunut tai hänen läheisensä ei jäisi yksin.

Vuonna 1955 perustettu eli 70-vuotias Suomen Sydänliitto on maailman toiseksi vanhin ja Euroopan vanhin sydänjärjestö.

Vuosi 2025 oli neljäs toimintavuosi, jonka aikana toteutimme liiton syyskokouksessa 2021 hyväksytyä Sydänliiton strategiaa vuosille 2022–2026. Strategian mukaisesti teimme työtä kolmella painopistealueella: toiminnot, tuotteet ja menetelmät, vaikuttaminen sekä rakenteet ja toimintamallit. Tilikaudella 2025 aloitettiin strategian päivitys. Uusi strategia otetaan käyttöön tilikaudella 2027.

Vuonna 2025 Sydänliitolla oli jäseninään 14 alueellista ja kolme valtakunnallista jäsenjärjestöä. Aktiivisia sydänyhdistyksiä oli vuoden lopussa 182 (186 vuonna 2024) ja niissä 61920 (62477) henkilöjäsentä.



Sisällysluettelo:

SYDÄNLIITTO 70-VUOTTA JUHLAVUOSI..... 3

Apurahat.....	3
Juhlaseminaari.....	3
Juhlavuoden viestintä.....	4

TUOTTEET, TOIMINNOT JA MENETELMÄT, Lapsiperheet, Neuvokas perhe 5

Lapsiperheviestintä.....	5
Ammattilaistoimenpiteet	6
Toiminnan rahoitus	7

TUOTTEET, TOIMINNOT JA MENETELMÄT, Henkilöt, joilla on sydänterveyden riskitekijä 8

Naisten sydänterveys	8
Digitaalinen hyvinvointivalmennus	8
Terveyttä ja toimintakykyä lautaselta	9
Omat mediat.....	9
Kasviskampanja	10
Sydänliitto & Martat.....	10
Naisen sydän -hyvinvointipalvelun lanseerauskampanja.....	10
Kaappaa arki takaisin ruuduilta -kampanja	11
Vastuullinen painopuhe -kampanja.....	11
Toiminnan rahoitus	11

TUOTTEET, TOIMINNOT JA MENETELMÄT, Sairastuneet ja läheiset 12

Tulppa-kuntoutus	12
Kurssitoiminta.....	12
Vertaistuki.....	13
Kokemustoiminta	14
Liikunta	14
Sepelvaltimotautikampanja.....	14
Sydämen vajaatoimintakampanja	14
Munuaiskampanja	15
Eteisvärinäkampanja	16
Verkkoluennot	16
Oppaat	16
Omat mediat.....	17

Toiminnan rahoitus.....	18
-------------------------	----

TUOTTEET, TOIMINNOT JA MENETELMÄT, Palvelut kaikille kohderyhmille19

Sydänmerkki	19
Sydänturvallisuus ja defi.fi-palvelu	21
Yritysyhteistyö	21
Palvelujen tunnettuus ja käyttäjien tyytyväisyys	22

TUOTTEET, TOIMINNOT JA MENETELMÄT Tavoitteet ja tuloksia.....23

VAIKUTTAMINEN.....25

VAIKUTTAMINEN Tavoitteet ja tuloksia.....27

LIITON RAKENNE28

Järjestötyö	28
Viestintä.....	29
Järjestötyöpalkinto	30
Sydänviikko	30
Asiakaspalvelun kehittäminen.....	30
Järjestötoiminta lukuina	31

DIGITAALISET PALVELUT32

HENKILÖSTÖKATSAUS33

TALOUS.....35

Saadut avustukset.....	35
Varainhankinta.....	36
Sijoitus- ja rahoitustoiminta	37
Talouden ja hallinnon palvelut	37
Tiedot olennaisista tapahtumista tilikauden päättymisen jälkeen.....	37
Liiton talouteen liittyvät olennaiset riskit ja epävarmuustekijät.....	38
Tilintarkastus	38

RAKENNE JA TUKITOIMINNOT tuloksia.....40

KOKO LIITON PÄÄMITTARIT tuloksia40



SYDÄNLIITTO 70-VUOTTA JUHLAVUOSI

Suomen Sydäntautiyhdistys (myöhemmin Sydäntautiliitto ja Sydänliitto) perustettiin Helsingin yliopiston juhlasalissa 24.2.1955 vastustamaan silloista maailmanlaajuisesti erittäin korkeaa sydän- ja verisuonitautikuolleisuutta. Näin ollen vuosi 2025 oli vuosi, jolloin monin tavoin juhlistimme järjestön 70-vuotista taivalta.

Apurahat

Juhlavuoden kunniaksi Sydänliitto jakoi yhteensä 500 000 euroa apurahoja neljälle eri tutkimushankkeelle. Suurapurahan, 200 000 euroa, sai Helsingin yliopiston professori Maijaliisa Erkkolan työryhmä. Muut apurahat saivat professori Marjukka Kolehmainen Itä-Suomen yliopistosta, apulaisprofessori Leena Paakkari Jyväskylän yliopistosta ja apulaisprofessori Anna-Leena Vuorinen Tampereen yliopistosta tutkimusryhmineen.



Juhlavuoden apurahat myönnettiin innovatiivisiin, monitieteellisiin tutkimushankkeisiin, jotka tuottavat ratkaisuja sydänterveysteen vaikuttaviin,

kansanterveydellisesti merkittäviin haasteisiin. Apurahatoimikunnan puheenjohtajana toimi Sydänliiton kunniapuheenjohtaja Matti Uusitupa. Apurahojen jakaminen mahdollistui liitolle osoitetuilla testamenttilahjoituksilla, jotka on tarkoitettu tutkimustoiminnan tukemiseen. Apurahat myönnettiin osana Sydäntutkimussäätiön apurahamyöntöjä.

Juhlaseminaari

Juhlimme 70-vuotista toimintaamme juhlaseminaarissa, joka pidettiin 3.10. Helsingissä. Paikan päällä Aalto-yliopiston juhlavassa salissa oli noin 200 kutsuvierasta, mukaan lukien liiton syyskokousviikonloppuun osallistuvia liiton jäsenjärjestöjen luottamus- ja toimihenkilöitä. Lisäksi seminaaria seurattiin paikallisyhdistysten järjestämässä kisakatsomoissa ympäri Suomen. Tilaisuuden tallenne on katsottavissa liiton Youtube-kanavalla.

Seminaari oli kurkistus historiaan, mutta samalla myös eteenpäin tulevaisuuteen katsova tilaisuus, jossa käsiteltiin laajasti sydänterveysten kysymyksiä. Tilaisuuden avasi Sydänliiton kunniapuheenjohtajaksi kutsuttu kansanedustaja Paula Risikko. Seminaari päättyi paneelikeskusteluun, jossa tilaisuuden juontajan Jussi-Pekka Rantasen johdolla keskusteltiin terveydestä kansakunnan menestystekijänä. Yhtenä

panelistina oli kunniapuheenjohtajamme Pekka Puska.



Professori Maijaliisa Erkkola avasi työryhmänsä Sydän lautasella -tutkimusta, joka selvittää lasten ruoankäytön edistämistä ja terveyserojen kaventamista.

Myös 4.10. pidetty Sydänliiton syyskokous katsoi vahvasti tulevaisuuteen. Uudistamme strategiamme ja kokous keskusteli laajasti siitä, mikä on visiomme ja mitä haluamme saada aikaan. Sydänliiton strategia valmistuu keväällä 2026.

Juhlavuoden viestintä

Juhlavuoden aikana toimimme esiin saavutuksiamme Sydän-lehden ja sosiaalisen median kanaviemme kautta. Vuoden jokaisessa numerossa oli Sydän-lehden päätoimittajan laatima laaja, teemakohtainen reportaasi toiminnastamme 70 vuoden ajalta. Reportaaseissa käsiteltiin ruokaa ja ravitsemusta, kuntoutusta, vaikuttamis- ja tutkimustoimintaa sekä sydänterveyden riskitekijöitä.



Ilman toiminnassamme suurella sydämellä mukana olevia vapaaehtoisia emme olisi voineet juhlistaa Sydänliiton 70-vuotista taivalta ja vuosikymmenten aikana tehtyä menestyksestä sydäntä.

Sydänviikolla toukokuussa lähetimme pääsihteerin kiitosvideon sähköpostitse kaikille niille 1800 vapaaehtoiselle, joiden sähköpostiosoite löytyi Kilta-järjestelmästä.





TUOTTEET, TOIMINNOT JA MENETELMÄT, Lapsiperheet, Neuvokas perhe

Lapsiperheiden ja lapsiperheitä kohtaavien ammattilaisten parissa toimimme Neuvokas perhe-brändillä. Neuvokas perhe tarjosi lapsiperheille tietoa, tukea ja ideoita hyvinvointiin viestinnän keinon sekä laajasti eri ammattilaisten kautta. Neuvokas perhe -menetelmän soveltumista entistä useamman ammattilaisen hyödynnettäväksi kehitettiin ja edistettiin aktiivisesti vuonna 2025 niin hyvinvointialueilla kuin kunnissakin.

Lapsiperheviestintä

Neuvokasperhe.fi -verkkopalvelussa kävijämäärä kasvoi jälleen ollen perheille tarkoitetuissa sisällöissä 323 000 vuonna 2025 ja 716 000 sivunkatselua. Käyttäjäkyselyn perusteella tyytyväisyys palveluun oli 75 % ja suosittelemäärä vuonna 2025 kehitimme sekä päivitimme erityisesti ruutu-aikaan ja kehosuhteeseen liittyviä artikkeleita ja materiaaleja.

Teimme perheille hyvinvoinnin tueksi aktiivista viestintää sekä markkinointia.

Toteutimme kolme isompaa kampanjaa:

Kasvisruokakampanja, jonka teimme yhteiskampanjana Sydänliiton kaikille kohderyhmille. Lapsiperheille tarjosimme vinkkejä kasvien lisäämiseen videovinkkien ja perheen ruokaideoiden kera. Kampanjalla oli yhteensä yli miljoona näyttökertaa ja yli 0,6 miljoonaa tavoitettua ihmistä. Kampanjaan kuului verkkoluento Papupataa ja herne nenässä – kasvivoittoisempaa ruokaa lapsiperheessä, jolla tavoitimme 400 osallistujaa.

1. **Kaappaa aika takaisin ruuduilta** -kampanjan toteutimme yhteiskampanjana Sydänliiton



kaikille kohderyhmille. Lapsiperhekampanjassa ydin oli perheiden toimivat ruuturutiinit. Viestimme, miten saat enemmän irti arjen hyvinvoinnista, kun vähennät koko perheen digilaitteiden käyttöä. Lapsiperhekohderyhmän osalta kampanjalla tavoitimme yhteensä yli 0,5 miljoonaa ihmistä. Kampanjaan kuului verkkoluento Vinkkejä lapsiperheen ruuturutiineihin – näin rakennat toimivat ruuturutiinit. Luennolle osallistui 300 henkilöä.

- Kehorauhanturvaajat –kampanjassa** tavoitteenamme oli lisätä ymmärrystä painostigma -ilmiöstä. Pienillä teoilla jokainen aikuinen voi olla kehorauhanturvaaja, joka edistää omilla teoillaan vastuullisempaa paino- ja kehopuhetta ja rakentaa lapsille kasvurauhaa. Osana kampanjaa toteutimme Yhdessä lasten kehorauhan puolesta -vaikuttajatapahtuma ja teimme yhteistyötä kolmen vaikuttajan kanssa. Kampanjalla tavoitimme yhteensä yli 1,7 miljoonaa ihmistä. Vaikuttajatapahtuman ja kampanjan toteutimme STM:n Vähennetään lihavuuden stigmaa -työryhmän toimeksiantona.



Kampanjoiden lisäksi toteutimme läpi vuoden aktiivista viestintää perheille sosiaalisessa mediassa sekä perheiden omalla uutiskirjeellä, jolla oli yli 9 500 tilaajaa, kirje ilmestyi 6 kertaa vuoden 2025 aikana. Palkansaajien Hyvinvointi ja Terveys ry:n kursseilla oli myös käytössä Neuvokas perhe -työkirja perheille.

Ammattilaistoimenpiteet

Lapsiperheitä kohtaavia ammattilaisia puolestaan tavoitimme entistä monialaisemmin. Heitä kohtasimme ja koulutimme eri toimintojen, hankkeiden tai ammattilaistapahtumien puitteissa. Aihepiireinä oli Neuvokas perhe -menetelmän koulutus, käyttöönotto ja juurruttaminen monialaisesti, elintapojen ja hyvinvointioppimisen sisällöt sekä ruokakasvatus.

Neuvokas perhe – monialainen tuki lapsiperheille hankkeessa (ESR+ rahoitus) edistimme Neuvokas perhe -menetelmän aktiivista käyttöä viidellä hyvinvointialueella (Lappi, Keski-Suomi, Pohjois-Karjala, Satakunta ja Päijät-Häme) sekä 14 kunnan alueella näillä alueilla. Vuonna 2025 koulutimme yli 900 lapsiperheiden parissa työskentelevää ammattilaista hyvinvointialueilla ja kunnissa. Entistä monialaisemmilla Neuvokas perhe -koulutuksillamme olemme tavoittaneet mm. lääkäreitä, perhetyön ammattilaisia, terveydenhoitajia, erikoissairaanhoidon ja kuntoutuksen ammattilaisia sekä varhaiskasvatuksen ja perusopetuksen sekä nuorisotyöammattilaisia.

Edistimme Neuvokas perhe -juurrutustyötä muillakin hyvinvointialueilla sekä kunnissa mm. pitämällä Terveys alkaa arjessa -webinaari koordinaatitason ammattilaisille (196 osallistujaa) ja osallistumalla STM:n LIIRA-kiertueelle kuudella hyvinvointialueella. Monialainen Neuvokas perhe -yhdyshenkilöverkosto kehittyi ja on vahva tuki valtakunnalliselle työllemme. Verkosto tapasi kahdeksan kertaa vuoden 2025 aikana ja mukana oli 32 yhdyshenkilöä.

Kohtasimme ammattilaisia puheenvuoroilla ja/tai tapahtumaosastolla mm. SuomiAreenalla

Satakunnan hyvinvointialueen kutsumana, perhekeskuskonferenssissa, hyvinvointiareenalla, neuvolakongressissa sekä useissa varhaiskasvatuksen ammattilaistapahtumissa. Vuonna 2025 erilaisissa koulutuksissa, kohtaamisissa, tilaisuuksissa ja tapahtumissa tavoitimme yhteensä yli 8000 ammattilaista.

Edistimme ruokakasvatuksen yhteishankkeessa ruokakasvatuksen kehittämistä 11 kunnassa vuoden 2025 aikana. Yhdessä kumppanien kanssa toteutimme mm. Nykytila-palveluun uudet tietosisiot ja kohtasimme ammattilaisia varhaiskasvatuksen tapahtumissa. Vuoden kohokohtana oli ruokakasvatuksen viikko maaliskuussa. Valtakunnallinen ruokakasvatuksen verkosto, jossa olemme mukana, kokoontui 13 kertaa.

Vuoden lopussa käynnistimme Terveysterveystieteen ohjelmaan kuuluvan Ruokailusta hyvinvointia varhaiskasvatuksesta toiselle asteelle -hankkeen yhteistyössä Ruukku ry:n ja Savonia-ammattikorkeakoulun kanssa. Hankkeessa vahvistamme varhaiskasvatuksen ruokailu- ja ruokakasvatuskäytäntöjä edistämällä rauhallisia, turvallisia ja osallisuutta tukevia ruokailuhetkiä sekä tuomalla Neuvokas perhe -lähestymistapaa entistä tiiviimmin varhaiskasvatuksen arkeen. Kehittämistyössä painotamme ruokakasvatusosaamisen lisäämistä, yhteistyötä ruokapalvelu- ja kasvatushenkilöstön välillä ja perheiden osallisuutta sekä päivitämme Neuvokas perhe -verkkokoulutuksen.

Neuvokasperhe.fi -palvelun ammattilaissivut tavoittivat peräti 88 000 kävijää ja 282 000 sivunkatselua. Ammattilaisista yli 70 % on suositellut neuvokasperhe.fi -verkkopalvelua asiakkailleen sekä kokenut ammattilaissivujen vahvistaneen omaa osaamistaan. Kehitimme neuvokasperhe.fi/ammattilaiset -verkkopalvelua mm. materiaalipankin käytettävyyden osalta ja päivitimme ohjauksien sisältöjä. Uutena

julkaisimme mm. perhe- ja sosiaalityön ammattilaisille oman sivun.

Ammattilaisviestintää teimme lisäksi kahdella uutiskirjeellä, joilla oli yhteensä noin 5500 tilaajaa ja kirjeitä lähti yhteensä 18 kertaa vuoden aikana. Uutiskirjeet toimivat sitouttamisen sekä menetelmän ylläpidon välineinä tarjoten ammattilaisille ajankohtaisia tapoja hyödyntää Neuvokas perhe -menetelmää työssään.

Vuosi 2025 oli viimeinen toimintavuosi Health4EUKids Joint Action -hankkeessa, jossa tuimme Neuvokas perhe -menetelmän pilotointia kuudessa maassa (Liettua, Puola, Slovenia, Kroatia, Kreikka ja Espanja; Baleaarit). Osassa maita Neuvokas perhe -menetelmä jatkaa osana ammattilaisten työtä hankkeen jälkeenkkin.

Toiminnan rahoitus

Neuvokas perhe -toimintaa toteutimme oman rahoituksen lisäksi STEA-avustuksilla, ESR+ -rahoituksella, yhteishankkeessa Terveysterveystieteen edistämisen määrärahalta, STM:n Terveysterveystieteen ohjelman rahoituksella sekä Health4EUKids Joint Action -rahoituksella.



TUOTTEET, TOIMINNOT JA MENETELMÄT, Henkilöt, joilla on sydänterveyden riskitekijä

Sydänliiton toiminta on vahvasti viestinnällistä kohderyhmälle, jolla on jokin sydänterveyden riskitekijä. Vuoden aikana tehtyjä toimenpiteitä olivat erilaiset kampanjat sekä sydan.fi-palvelun ylläpito, kehittäminen ja markkinointi. Lisäksi vuoden aikana kehitimme ja markkinoimme kahta digitaalista palvelua (kertaluonteinen sekä pitkäkestoinen) elintapamuutoksen tukeen.

Naisten sydänterveys

Kolmivuotisen Naisen sydän -hankkeen viimeisenä hankevuotena lanseerasimme hyvinvointipalvelun vaihdevuotia lähestyville ja niitä eläville naisille. Naisen sydän -hyvinvointipalvelu tarjoaa mahdollisuuden pysähtyä omaan hyvinvointiin liittyvien pohdintojen äärelle ja se kannustaa terveystekojen kokeilemiseen käyttäjää aktivoivien kysymysten, personoitujen palautteiden sekä vinkkien avulla. Palvelu sopii sekä naisen itsensä käytettäväksi että terveydenhuollon ammattilaisen

työkaluksi elintapaohjauksessa. Lanseerausvuoden aikana hyvinvointipalvelua käytti 20 000 naista.

Kokosimme ammattilaispalveluun ohjaussisällöt vaihdevuosi-ikäisten naisten elintapaohjauksen tueksi. Esittelimme nämä sisällöt samoin kuin Naisen sydän -hyvinvointipalvelu ja pre-eklampsian sairastaneiden ohjaussisällöt 17 hyvinvointialueelle sekä Helsingille. Lisäksi esittelimme näitä palveluita terveydenhuollon ammattilaisille myös koulutustilaisuuksissa ja alan julkaisuissa.

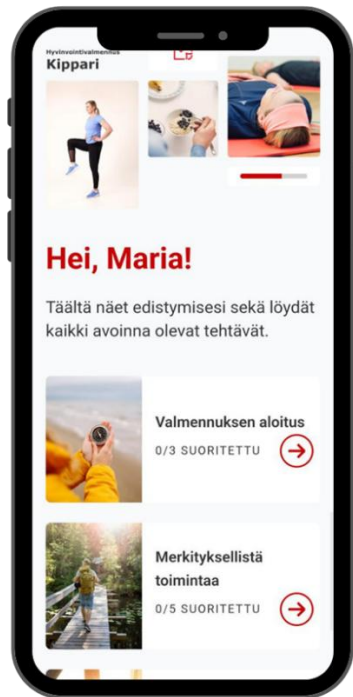
Suomen ensimmäinen pre-eklampsian sairastaneiden hoitopolku kehitettiin yhteistyössä Päijät-Hämeen hyvinvointialueen kanssa ja se otettiin käyttöön vuoden 2026 alusta. Hoitopolun tavoitteena on valtimotautien ehkäisy. Hoitopolun kehittäminen alkoi kahdella muulla hyvinvointialueella.

Digitaalinen hyvinvointivalmennus

Kehitimme EU-yhteishankkeessa (EU Joint Action on Cardiovascular Diseases and Diabetes, JACARDI) tutkimusnäyttöön ja käyttäjäkokemustietoon perustuvan työikäisille suunnatun digitaalisen hyvinvointivalmennusohjelman, Kipparin. Kuusi kuukautta kestävä valmennus keskittyy erityisesti palautumisen sekä työ- ja toimintakyvyn vahvistamiseen. Käynnistimme valmennusohjelman implementoinnin ja arviointitutkimuksen kuudella työpaikalla. Tutkimus toteutetaan yhteistyössä



THL:n kanssa. Tuotoksena syntyy kattavasti arvioitu ja edullisesti skaalautuva digitaalinen palvelu, joka tarjoaa matalan kynnyksen tukea ja ohjausta omaehtoiseen hyvinvoinnin ja terveyden edistämiseen.



Sisällytimme Terveystieteiden tutkimuskeskuksen toimeenpanoon liittyvässä Pohjois-Karjala 2.0 -hankkeessa Kippari-valmennusohjelman osaksi hybridimuotoista elintapaohjauksen toimintamallia. Hankkeessa toteutamme toimintamallin implementoinnin ja arviointitutkimuksen. Tutkimuksen toteutamme yhteistyössä Itä-Suomen Yliopiston kanssa.

Terveyttä ja toimintakykyä lautaselta

Loppuvuonna käynnistimme laajan meidän koordinoiman sosiaali- ja terveysministeriön Terveystieteiden tutkimuskeskuksen kuuluvan hankkeen, jossa edistetään työikäisten aterioiden ravitsemuslaatua ja tarjontaa sekä niiden valintaa. Toteutamme hanketta yhdessä Puolustusvoimien, Leijona Cateringin, Compass Groupin, ISS Ruokapalveluiden, Helsingin kaupungin, Hanselin, Suomen lähi- ja perushoitajaliitto Superin, Sydänliitto Etelä-Suomen ja Diabetesliiton kanssa.

Omat mediat

Sydan.fi tarjoaa tietoa ja tukea terveyteen, hyvinvointiin ja elintapamuutoksiin henkilöille, joilla on sydänterveyden riskitekijä. Se tavoitti vuoden 2025 aikana 3,44 miljoonaa kävijää, joista henkilöitä, joilla on sydänterveyden riskitekijä, oli 1,2 miljoonaa.

Selvitimme sydan.fi -palvelutytytyväisyyttä kävijätutkimusten avulla. Palvelutytytyväisyys on niiden palautevastausten osuus, joissa asteikolla 1-5 on valittu 4-5. Sivustoa käyttäneistä henkilöistä, joilla on sydänterveyden riskitekijä (n=1444) 76 % koki saaneensa tietoa omaan sydänterveyteen liittyvissä kysymyksissä, 64 % koki saaneensa tukea arkeensa ja 69 % sai kannustusta elintapojen muutokseen.

Kehitimme sivuston sisältöjä kohderyhmään kuuluvien henkilöiden näkökulmasta vuoden aikana. Erilaisten kampanjoiden ja säännöllisen hakusanamainonnan avulla pyrimme kasvattamaan kävijämääriä, mikä onnistui erinomaisesti. Suosituimpia sisältöjä olivat perinteiseen tapaan verenpaineeseen ja kolesteroliin liittyvät sisällöt.

Kohderyhmälle järjestimme kolme **verkkoluentoa**. Naisen sydän -teemaan liittyvällä luennolla käsiteltiin myötätuntoista suhtautumista itseä ja omaa kehoa kohtaan. Yleisiä, kaikille sopivia luentoja järjestettiin kaksi, joista toinen käsiteli hiilihydraatteja ja toisessa tarkasteltiin lihavuutta kehorauhan näkökulmasta. Lisäksi huomioimme kohderyhmää joka kuukausi lähtevässä Sydänliiton yleisessä uutiskirjeessä.

Sydan.fi/ammattilaispalvelu tukee terveydenhuollon ammattilaisia, jotka kohtaavat henkilöitä, joilla on sydänterveyden riskitekijä. Kokosimme uusina sisältöinä ammattilaispalveluun osiot vaihdevuosista ja vastuullisesta painopuheesta sis. uuden verkkokurssin Lihavuuden stigma ja sen vähentäminen. Päivitimme palveluun myös Sydän ja ruoka -ammattilaisoppaan sydänterveyttä edistävän ravitsemusohjauksen tueksi ja tuotimme ruotsinkieliset ohjauskuvat. Ks. tarkemmat kävijämäärätiedot kohta sairastuneet ja läheiset.

Kasviskampanja



Toteutimme maaliskuussa yhteistyössä Apetitin kanssa kampanjan, jonka tavoitteena oli kannustaa kuluttajia siirtymään nykyisestä lihapainotteisesta ruokavaliosta enemmän kasvispainotteiseen ruokavalioon. Kampanjassa toimme kuluttajille erilaisia kasvisruokavaihtoehtoja ja -ideoita lihan korvaamisen tai vähentämisen tueksi, ja kannustettiin kokeiluihin. Kampanjan kohderyhmät olivat työikäiset, yksinasuvat sekä lapsiperheet.

Kampanjan medioina oli Yle-tietoisku, TV-mainonta Warner Bros Discoveryn kanavilla, sosiaalinen media, ulkomainonta metroissa ja raitiovaunuissa sekä omat kanavat laajasti (Sydänliitto ja Neuvokas perhe). Kampanjamateriaaleissa huomioimme uudet ravitsemussuosituksukset.

Sydänliiton kampanjasivuilla sydan.fi/kasvisruokaa oli kampanja-aikana yli 10 000 kävijää. Erityisesti ulkomainonta toi liikennettä hakukoneiden kautta. Somesisällöt tavoittivat yli 400 000 henkilöä ja niistä kiinnostavimpia sisältöjä olivat kohdenneet teemat kuten etätyöpäivän reseptivinkit.

Sydänliitto & Martat

Toteutimme Marttojen kanssa someviestinnän yhteistyön vuoden 2025 aikana. Yhteistyön tavoitteena oli lisätä tietoa ravitsemuksesta sekä tukea uusien ravitsemussuosittelusten mukaisten valintojen tekemistä erilaisten vinkkien avulla.

Asiantuntijavideoita oli yhteensä 11 ja julkaisimme ne yhteistyöjulkaisuina Sydänliiton ja Marttojen Instagrameissa. Julkaisujen aiheita olivat muun muassa miksi täysjyvää kannattaa suosia, miten syödä palkokasveja ilman vatsavaivoja, onko merisuola terveellistä, miten tehdä terveellisempiä valintoja kaupassa ja voiko sokeria syödä. Lisäksi markkinoimme videoissa Sydänmerkkiä.



Naisen sydän -hyvinvointipalvelun lanseerauskampanja

Toteutimme Naisen sydän -hyvinvointipalvelun lanseerauskampanjan tammi-helmikuussa. Kampanjan kohderyhmänä olivat 40–60-vuotiaat naiset ja sen tavoitteena oli saada kohderyhmä kokeilemaan uutta hyvinvointipalvelua.

Kampanja näkyi televisiossa Warner Bros Discoveryn kanavilla, MTV Katsomossa, digimainonnassa (natiivi), sosiaalisessa mediassa, ulkomainontana metroissa ja raitiovaunuissa sekä Sydänliiton omissa medioissa. TV tavoitti kohderyhmästä lähes 35 %, MTV Katsomo noin 80 000 palveluun rekisteröitynyttä ja Meta 87 %

relevantista yleisöstään. Ulkomainonnan näyttökertoja saatiin noin 1,6 miljoonaa.

Kampanja toi sydan.fi/naisensydan -kampanjasivulle noin 16 000 kävijää ja hyvinvointipalvelua käytti kampanja-aikana noin 11 000 naista.

Kaappaa arki takaisin ruuduilta -kampanja



Syys-lokakuussa teimme palautumiseen ja ruutujen käyttöön keskittyneen kampanjan, jonka kohderyhminä olivat työikäiset aikuiset ja lapsiperheet. Työikäisten aikuisten kohdalla kampanjan tavoitteena oli lisätä tietoisuutta palautumisen merkityksestä sekä tarjota ideoita ruutujen tilalle positiivisuuden kautta. Pääsisältöinä oli palautumisvinkit koonnut kampanjasivu ja palautumistesti. Sosiaaliseen mediaan jaoimme graafisia tietoisuuksia, asiantuntijan vinkkivideoita sekä humoristisia sydänmaskottivideoita.

Työikäisten kampanja saavutti valituissa kanavissa yhteensä 4,8 miljoonaa näyttökertaa, tavoitti yli 0,5 milj. ihmistä ja keräsi 14 511 klikkausta kampanjan pääsivuille. Käytimme kanavina kampanjassa Facebookia, Instagramia, Sanoman natiivimainontaa sekä YouTubea.

Vastuullinen painopuhe -kampanja

Toteutimme vastuullinen painopuhe -kampanja kuluttajille marraskuussa ja ammattilaisille joulukuussa. Kampanjassa tavoitteenamme oli lisätä ymmärrystä painopuheen ja lihavuuden stigman haitallisista vaikutuksista kaikkien ihmisten hyvinvoinnille sekä saada muutosta painoon liittyvään puheeseen. Kampanjassa painotimme kehorauhan turvaamista kaikille. Kampanjaan

liittyen teimme sivuston sydan.fi/kehorauha ja järjestimme yleisölle suunnatun verkkoluennon Lihavuus – häpeästä kehorauhaan. Ammattilaisille markkinoimme uutta Lihavuuden stigma ja sen vähentäminen -verkkokurssia sekä Vastuullisempaa painopuhetta terveydenhuollossa -sivustoa.

Kohdensimme kuluttajakampanjan 25–55-vuotiaille. Valitsimme kampanjan kanaviksi Metan sekä Sanoman. Molemmissa näyttökertoja saatiin noin 1,9 miljoonaa. Kampanjasivustolla ja sen sisällöissä vieraili yli 7000 henkilöä. Kampanja herätti paljon keskustelua eri näkökulmista.



Ammattilaisille suunnattu kampanjan toteutimme yhteistyössä Novo Nordiskin kanssa. Kampanjassa hyödynsimme vaikuttajayhteistyötä: kampanjaan liittynyt video sai vaikuttajan Instagramissa lähes 200 000 näyttökertaa ja TikTokissa yli 98 000 katselukertaa. Julkaisuista tuli myös yli 200 tallennusta. Medioina käytimme myös Sydänliiton omia kanavia, LinkedIn-mainontaa sekä Sanoman natiivimainontaa, josta klikkauksia sisältöihin kertyi yli 7000. Kampanjan aikana Sydänliiton ammattilaispalvelussa vieraili noin 13 200 kävijää yhden viikon aikana, mikä oli todella hyvä tulos.

Toiminnan rahoitus

Kohderyhmälle tehty toiminta rahoitettiin oman rahoituksen lisäksi STEA-avustuksilla, EU:n JACARDI -rahoituksella ja STM:n Terveystieteiden tutkimuskeskuksen rahoituksella.

ELÄMÄNLAADUSTA EI TINGITÄ.

Tietoa ja tukea sepelvaltimo-
tautia sairastavalle.

LUE LISÄÄ



TUOTTEET, TOIMINNOT JA MENETELMÄT, Sairastuneet ja läheiset

Tarjoamme sydänsairastuneille ja heidän läheisilleen suunnatuissa palveluissamme tietoa ja tukea, jotta sopeutuminen elämään sydänsairauden kanssa sujuisi helpommin. Teemme myös aktiivista yhteistyötä sydänterveyden ammattilaisten kanssa.

Tulppa-kuntoutus

Tulppa-verkkovalmennus oli käytössä Pohjois-Pohjanmaan ja Pohjois-Savon hyvinvointialueiden sepelvaltimotautia sairastavien digitaalisen hoitopolun osana. Verkkovalmennus tavoitti näillä alueilla vuonna 2025 yhteensä 517. sepelvaltimotautiin sairastunutta.

Hyvinvointialueilla jatkuu vahvana digitaalisten hoitopolkujen rakentaminen ja niihin panostaminen. Alueiden taloudellinen tilanne ja resurssiniukkuus näkyy mahdollisuuksissa ottaa Tulppa-valmennus käyttöön, vaikka kiinnostusta toimintamallia kohtaan on.

Pohjois-Karjalan hyvinvointialueella toteutimme 2024-2025 Tulppa-verkkovalmennuksen pilottiprojektin, jonka aikana testattiin uutta Buddy Healthcare -digitaalista alustaa sekä Tulppa-verkkovalmennuksen toimivuutta alueella. Asiakastestaus käynnistyi vuoden 2025 alussa ja projekti päättyi vuoden loppuun mennessä. Projektissa osarahoittajana oli Novo Nordisk

Finland. Tulppa-verkkovalmennus ei jäänyt käyttöön alueelle, mutta projekti antoi monipuolisesti kokemuksia tulevaa varten.

Tulppa-ryhmäkuntoutus on edelleen käytössä pistemäisesti eri hyvinvointialueiden terveyskeskuksissa. Kuntoutusryhmien tarkka määrä ei ole tiedossa, mutta hyvinvointialueiden niukat resurssit ovat vaikuttaneet lähikuntoutusryhmien järjestämiseen.

Toimintavuonna järjestimme yhden ohjaajakoulutuksen Pohjois-Karjalan pilotin ohjaajille. Uusia Tulppa-ohjaajia koulutimme yhteensä 14. Suunnitellut ohjaajien verkostotapaamiset sekä avoin ohjaajakoulutus eivät toteutuneet vähäisen osallistujamäärän vuoksi.

Tulppa-kuntoutuksesta toteutimme strategiamme mukaisen arviointiprojektin, jossa tunnistettiin erilaisia näkökulmia Tulpan tulevaisuuteen liittyen. Työ jatkuu vuonna 2026.

Kurssitoiminta

Sydänliiton kurssit on pidetty tuen muoto sydänsairautta sairastaville ja heidän läheisilleen. Moni, varsinkin äskettäin sydänsairauteen sairastunut, hakeutuu kurssille saadakseen tukea sairastumisen tuomaan epävarmuuteen. Kurseilta toivotaan lisätietoa ja tukea arjessa selviämiseen ja jaksamiseen, sekä vertaistukea sujuvampaan arkeen.

Kiinnostus kursseja kohtaan on hyvä. Saimme yhteensä 1685 hakemusta sydänsairauteen sairastuneilta ja heidän läheisiltään. Kurseille valittiin 652 sydänsairastunutta ja 158 heidän läheistään (48 %). Tavoittelimme erityisesti työikäisiä ja äskettäin (< 1 vuosi) sydänsairauteen sairastuneita. Kurseille valituista oli työikäisiä 34 % (n=275) ja äskettäin sairastuneita 24 % (n= 191).

Saadun palautteen (n= 621) perusteella osallistujien, sairastuneiden ja läheisten, odotukset toteutuivat hyvin (ka 4,4/5). Osallistujista 94 % (n= 581) kertoo kokeneensa kurssin itselleen merkitykselliseksi. Tyytyväisyyttä kuvaava NPS-luku 82 on korkea (85 % suosittelevat ja 3 % ei suosittelevat). Jonkin verran luvuissa on vaihtelua läheisten (NPS = 79) ja sydänsairautta sairastavien (NPS = 83) kokemusten välillä. Osallistujien vertaisuuden kokemus on hyvä (ka 4,3 / 5). Tulokset vahvistavat näkemystä, että toimimme oikean suuntaisesti.

Kaiken kaikkiaan 56 koulutettua vapaaehtoista vertaistukihenkilöä toimi kurssivertaisena 48 kurssilla (92 %). Heidän työpanoksensa kurseilla oli yhteensä 846 tuntia, keskimäärin 18 tuntia/kurssi.

Toteutimme kurssien markkinointia laajasti valtakunnallisesti ja alueellisesti ja käytössämme on useita markkinointikanavia. Sydan.fi:n kurssisivut on keskeinen markkinointikanava. Muut markkinointikanavat ovat sosiaalinen media, Sydänlehti sekä jäsenjärjestöjemme omat markkinointikanavat.

Toimintavuonna jatkoimme kurssitoiminnan uudistamista arviointityöryhmän aikaisemmin esittämien suuntaviivojen ja ehdotusten mukaan. Jatkoimme kurssisisältöjen päivitystyötä liikunnan teeman ja Elämää sydänsairauden kanssa – kurssien osalta. Lisäksi käynnistimme uudenlaisen verkkokurssikonseptin kehittämisen lähikurssien rinnalle.

Vertaistuki

Sydänliitossa toimi jäsenrekisterijärjestelmän mukaan 602 vertaistukihenkilöä. Vuoden aikana

toteutui yli 19 000 tukea hakeneen sairastuneen tai läheisen henkilökohtaamista. Vertaistukea oli saatavilla kahden kesken puhelimitse, viestein ja tavaten; lähi- ja verkkoryhmissä, sairaaloissa ja kurseilla. Sydänliiton viisi vertaistukiryhmää Facebookissa toimivat tärkeinä matalan kynnyksen vertaistuen paikkoina. Lisäksi ylläpidimme valtakunnallista Etsi vertaistukihenkilö - hakupalvelua.

Tärkeimmät keskusteluaiheet olivat arkielämän kysymykset sydänsairauden kanssa, sairastumisen mukanaan tuomat tunteet ja ajatukset sekä sairaus, sen hoito ja tulevaisuus sairauden kanssa. Vertaistukihenkilöt arvioivat vertaistuen merkitystä heidän kohtaamilleen sairastuneille ja läheisille. Asteikolla 1–10 arvioitiin kokemustiedon helpottaneen arkea sydänsairauden kanssa (keskiarvo vastauksista 8,3), vertaistuen vähentäneen sairaudesta johtuvaa huolta tai pelkoa (8,3) ja vahvistaneen selviytymisen tunnetta sydänsairauden kanssa (8,4). Palautetta itse tukea hakeneilta saamme äärimmäisen vähän, mikä on toki toiminnan luonteen huomioiden ymmärrettävää.

Asteikolla 1–10 arvioituna vertaistukihenkilöt kokivat toiminnallaan olleen myönteinen vaikutus toisiin ihmisiin (8,9), he kokivat olevansa osa yhteisöä (8,7) ja heidän toimintaansa arvostettavan (8,8). Toiminta koettiin hyvin merkitykselliseksi myös itselle (9,0). Suurin osa vertaistukihenkilöistä koki oman terveydentilansa riittävän hyväksi (8,6) ja voimavaransa riittäviksi (8,5) toimintaan.

Sydänliitolla on yhteiset vertaistukitoiminnan käytännöt, jotka toteutuvat jäsenjärjestöjemme mielestä hyvin. Tuimme jäsenjärjestöissä koordinoitua vertaistukitoimintaa yhteistyötapaamisten, viestinnän sekä yhteisten materiaalien kautta. Järjestimme kaksi vertaistukihenkilön peruskoulutusta ja yhden täydennyskoulutuksen. Vertaistukihenkilöille lähetettiin uutiskirje neljä kertaa vuodessa. Keräsimme vertaistukihenkilöiltä tiedot toteutuneesta vertaistukitoiminnasta ja raportoin sen edelleen jäsenjärjestöjen hyödynnettäväksi.

Kokemustoiminta



Sydänliitto on mukana järjestöjen yhteisessä Kokemustoimintaverkostossa. Vuonna 2025 koulutettuja kokemustoimijoita ja -asiantuntijoita oli yhteensä 24. He edustivat erilaisia sydänsairausryhmiä ja elämäntilanteita. Kokemustoimijat osallistuivat terveydenhuollon opiskelijoiden ja ammattilaisten koulutustapahtumiin sekä erilaisiin kehittämistyöryhmiin. Vahvistimme kokemustoimijoiden osaamisen hyödyntämistä myös oman järjestöimme toiminnassa.

Liikunta

Liikunta oli keskeinen osa Sydänliiton toimintaa ja toi elinvoimaa sydänyhdistyksiin. Sydänyhdistyksissä ja jäsenjärjestöissä oli yhteensä 159 liikuntavastaavaa. Säännöllisesti kokoontuvia liikuntaryhmiä yhdistyksissä oli 398 ja niissä oli 14715 osallistujaa. Yksittäisiä yhdistyksien liikuntatapahtumia oli 4640 ja ne tavoittivat 34225 osallistujaa.

Selvitys sydänsairastuneen liikuntapelosta kartoitti liikuntapelon yleisyyttä ja taustoja ja sen tuloksia hyödynnettiin omissa ja ulkopuolisissa medioissa. Sydänliitto osallistui soveltavan liikunnan järjestöfoorumiin ja oli mukana sydämfysioterapian tiedonvälityksen ja yhteistyön Round Table -ryhmässä. Eurooppalaisen #Beactive day:n HEPA-

oppaan lanseeraustilaisuudessa 23.9. houkuttelimme yksityisiä liikuntakeskuksia mukaan sydänsairastuneiden liikuttamiseen. Tämän seurauksena useampi liikuntakeskusketju lähestyi meitä yhteistyö käynnistämiseksi.

Sepelvaltimotautikampanja

Toteutimme huhtikuussa yhteistyössä Amgenin kanssa sepelvaltimotautiin liittyvän kampanjan, jonka kohderyhmänä olivat jo sairastuneet ja heidän läheisensä, terveydenhuollon ammattilaiset sekä päättäjät. Kampanja oli toisinto vuoden 2023 kampanjalle ja sen tavoite oli tukea sairastunutta elämässä sairauden kanssa ja sitouttaa sen hoitoon ja terveisiin elintapoihin. Terveydenhuollon ammattilaisten osalta tavoitteemme oli lisätä Sydänliiton palveluiden tunnettuutta, erityisesti lisätä Ammattilaispalvelun käyttöä. Päättäjiin liittyvä tavoite oli yleisesti sekundääriprevention saaminen paremmaksi.

Monimediakampanja näkyi ja kuului kattavasti Warner Bros Discovery'n tv-kanavilla, Bauer Median radiokanavilla, sosiaalisessa mediassa sekä Sydänliiton omissa kanavissa.

Kampanja onnistui erinomaisesti kaikkiin käytössä oleviin mittareihin peilaten. Erityisesti mainontaan sitoutuminen nousi Metassa edelliseen kampanjaan nähden mittavasti. Tämän seurauksena kampanjan klikki% kyettiin tuplaamaan ja klikkihinta puolittamaan. Sivuvierailut saimme mittavaan kasvuun kustannustehokkaasti.

Kampanjasivuille ohjautui kampanjan aikana yli 15 000 eri kävijää, kun vuoden 2023 kampanjassa, jossa mediabudjetti oli kaksinkertainen, sivuille ohjautui "vain" 14 700 uniikkia kävijää.

Sydämen vajaatoimintakampanja

Käynnistimme yhteistyössä Boehringer Ingelheimin kanssa toukokuussa 2025 kampanjan, jonka tavoitteena oli tukea sydämen vajaatoimintaa sairastavia ja heidän läheisiään: lisätä heidän sairaustietoisuuttaan sekä tunnetta Sydänliitosta heidän tukijanaan ja kassakulkijanaan sairauden

rinnalla. Lisäksi nostimme kampanjassa kesähelteiden vaikutuksia sairaudelle.

Vuosien 2023 ja 2024 onnistuneiden kampanjoiden jatkona toimivan kampanjan toteutimme painokkaasti Sydänliiton Facebookissa eri teemaisina sponsoroituina julkaisuna, joilla ohjasimme kohderyhmää kampanjan koontisivulle sydan.fi/vajaatoiminta. Kampanjan muina medioina toimivat sydan.fi:n mobiilibanneri sekä Sydänliiton uutiskirje.

Aiempien kampanjoiden oppeja hyödyntäen kampanja onnistui entistäkin paremmin. Kampanja saavutti aiempiin verrokkeihinsa nähden kaikkein suurimman verkkosivuliikenteen lähes 14 500 kävijällä, mikä oli 10 % lisäys edelliseen kampanjaan. Tämän mahdollistivat onnistumiset Meta-mainonnassa, joka toimi kaikilla mittareilla erinomaisesti.



Munuaiskampanja

Osallistuimme kroonisen munuaistaudin kampanjaan, joka ajoittui syys-lokakuulle. Kampanja oli Boehringer Ingelheimin vetämä ja siihen osallistui myös Munuais- ja maksaliitto sekä Diabetesliitto.

Kampanjan tavoitteena oli lisätä tautitietoisuutta kroonisesta munuaistaudista ja saada oireita kokevat tutkituttamaan munuaisensa. Sydänliitto

toi kampanjassa esille munuaisten toiminnan yhteyden sydänsairauksiin uudella Munuaiset ja sydän -sivullaan, jonne myös kampanjan mainonnasta ohjattiin.

Kampanjan kanavina toimivat Sydänliiton Facebook sponsoroiduilla postauksilla, uutiskirjeemme sekä sydan.fi:n bannerit. Kampanjan keskeisenä sisältönä oli myös verkkoluento, jossa Sydänliiton ylilääkäri Anna-Mari Hekkala oli yhtenä puhujista.

Verkon ja sosiaalisen median analytiikkatyökaluilla mitattuna kampanja onnistui monella mittarilla hyvin. Kampanjan viikkopostaukset tavoittivat budjettiin suhteutettuna laajan, noin 80 000 ihmisen yleisön ja kampanjan laskeutumissivulle saatiin runsaasti liikennettä alhaisella 0,21 €:n klikkihinnalla.

Sosiaalisen median neljä sponsoroitua viikkopostausta toivat yksistään laskeutumissivuille yli 10 000 vierailijaa. Erinomaisesti toiminut uutiskirjeemme taas sai aikaan kampanja-ajan korkeimman päivittäisen vierailijamäärän, kun 8.10. sivuilla vieraili yli 1 000 eri kävijää.

Webinaaria markkinoiva postaus tavoitti yli 130 000 eri ihmistä ja sen kautta saimme ohjattua lähes 3 000 kävijää Munuais- ja maksaliiton webinaari-ilmoittautumissivulle.



Eteisvärinäkampanja



Eteisvärinä

Eteisvärinä eli "flimmi" voi tuntua monin eri tavoin. Tunnista eteisvärinä ja voit estää aivoinfarktin.

Yhteistyössä
OMRON

Eteisvärinä on rytmihäiriö, jossa sydän lyö epätasaisesti. Sen voi tunnistaa sykeellä seuraavilla laitteilla tai tunnuslukumalla pulsaa.

Eteisvärinää lisää riski aivoinfarktiin, siksi sen tunnistaminen on tärkeää. Hoitamalla eteisvärinää voit elää normaalia elämää.

Näin tunnistat eteisvärinän

Käikki eivät tunne eteisvärinän aiheuttamaa sydämen rytmien poikkeavuutta. Siksi on tärkeää oppia keinot sen tunnistamiseen.

KÄSIN TUNNUSTELEMALLA —
LAITTEELLA MITTAAMALLA —

Sydänliiton ja Omronin (Berner) menestyksekkäs vuosittainen yhteistyö sai jatkoa, kun toteutimme loka-marraskuussa kampanjan eteisvärinästä. Kampanjan tavoitteena oli lisätä eri kohderyhmien tietoisuutta eteisvärinästä, sen yhteydestä aivoinfarktiin sekä eri keinoista tunnistaa eteisvärinää ja toimia oikein sen tunnistettua. Kampanjan pääviestinä oli ”Tunnista eteisvärinä – ehkäise aivoinfarkti”.

Kampanja toimii jatkona vuonna 2024 toteutetulle kampanjalle.

Monimediakampanja levittyi kattavasti eri ostetun ja oman median kanaviin ja mediavalikko täydentyi vielä Omronin tekemillä mediaostoilla. Kohderyhmä tavoitettiin niin lineaarisessa tv:ssä (YLE ja Discovery Warner Bros) kuin Katsomon suoratoistopalvelussa tv-spotein, ulkomainonnassa, sosiaalisessa mediassa, uutiskirjeissä ja sydan.fi:ssä.

Mainonta tavoitti ja puhutteli kohderyhmää, sillä kampanja oli yli 46 000 sivuvierailijamäärällä mitattuna yksi Sydänliiton menestyneimpiä kampanjoita. Valtavasta sivuliikenteestä huolimatta liikenne pysyi laadukkaana läpi kampanjan, sillä jopa 20 % vierailijoista konversoitui eli siirtyi sivuilla tavoitteeksi asettamaamme sisältöön. Verkkoanalytiikan ja sosiaalisen median mittarit vahvistivat kampanjan erittäin vahvan suorituksen.

Verkkoluennot

Järjestimme väestölle suunnattuja verkkoluentoja eri kohderyhmille seitsemän ja niissä oli livenä katsojia 6 792 henkilöä, noin 40 % ilmoittautuneista. Luentojamme katsottiin myös tallenteilta ja sydänyhdistykset järjestivät peräti 166 verkkoluentojen kisakatsomoa vuoden aikana.

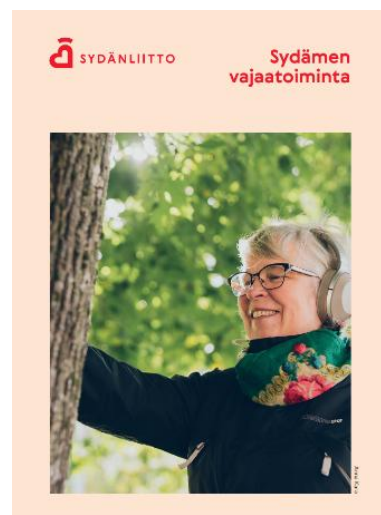
Asiantuntijoiden pitämät verkkoluennot saivat erittäin hyvän NPS-tyytyväisyysluvun, 76. Vastanneista (n=2 374) 66 % sai mielestään tietoa, 51 % tukea ja 53 % kannustusta elintapojen muutokseen paljon tai erittäin paljon.

Oppaat

Julkaisimme ammattilaisten työn tueksi erilaisia terveyden edistämisen ja sairastuneiden tukemisen oppaita. Julkaisujen myynnin kokonaistuotot olivat noin 76 000 euroa pitäen sisällään sekä terveyden edistämisen materiaalien myynnin että potilasoppaiden myynnin. Potilasoppaiden ja terveyden edistämismateriaalien myynti on jäänyt viime vuodesta noin 15 000 euroa.

Opasuudistusprojektissa saatiin valmiiksi Sydämen eteisvärinä -opas ja Vajaatoiminta -opas- Aloitimme myös laajan Sepelvaltimotauti -oppaan päivytyksen.

Päätimme vaihtaa Vilkas-verkkokauppa-alustan, jossa oppaita myydään ja Lähettämön logistiikkapalvelut edullisempiin Veloxin palveluihin. Heillä on sekä logistiikka että verkkokauppa saman katon alla.



Omat mediat

Sydan.fi

Sydan.fi tarjoaa tietoa ja tukea terveyteen, hyvinvointiin ja elämään sydänsairauden kanssa. Se tavoitti vuoden 2025 aikana 2,9 miljoonaa kävijää, joista sairastuneita 582 702.

Sivustoa käyttäneet sairastuneet ja heidän läheisensä arvioivat asteikolla 1-5 sivuston merkitystä itselleen kävijätutkimuksessa (n=1055). Sivusto lisäsi tietoa (71 % antoi arvion 4–5) ja tarjosi siten tukea (55 % antoi arvion 4–5). Sairastuneista ja läheisistä 58 % (arvio 4–5) koki sairauden kanssa selviytymisen tunteen vahvistuneen merkittävästi.

Päivitimme sairastuneille ja läheisille olemassa olevia ja tuotettiin uusia sisältöjä. Uusimme Elämää sydänsairauden kanssa -kokonaisuuden rakenteellisesti kokonaan. Kampanjat ja säännöllinen hakusanamainonta ohjasivat verkkosivuille paljon kävijöitä.

Sydan.fi/ammattilaispalvelu tavoitti hyvin elintapaohjausta antavia ja sydänsairastuneita hoitavia terveydenhuollon ammattilaisia. Kävijämäärä oli noin 43 960. Kävijäpalautteen mukaan 87 % ammattilaisista löysi tarvitsemansa tiedon ja 83 % koki saaneensa tukea työhönsä. Vastaajista 80 % koki osaamisensa vahvistuneen ja 92 % kertoi hyödyntäneensä materiaaleja ja työkaluja vähintään jonkin verran. Asiakkailleen sydan.fi-sivustoa oli suositellut 72 % vastaajista. Jatkoimme neljä kertaa vuodessa ilmestyvän uutiskirjeen lähettämistä terveydenhuollon ammattilaisille.

Uutiskirjeet lähtevät kerran kuussa sekä Sydänliiton uutiskirjeen tilanneille että terveystoimittajille. Yleisen uutiskirjeen vastaanotti lähes 39 000 ja terveystoimittajille suunnatun uutiskirjeen noin 400 henkilöä.

Päivitimme Sydänliiton kaikkia **some-kanavia** aktiivisesti. Käytössä olevia kanavia oli kahdeksan.

Julkaisujen näyttökerrat eri somekanavissa 2025

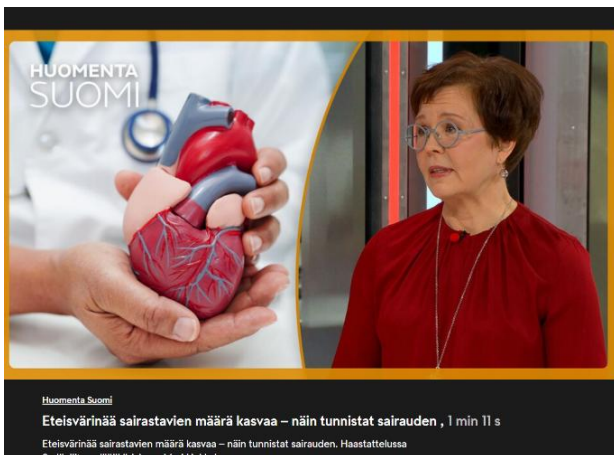
Kanava	Tili	Näyttökerrat
Facebook	Sydänliitto	3,4 milj.
	Sydänmerkki	0,77 milj.
	Neuvokas	1,16 milj.
Instagram	Sydänliitto	674 000
	Sydänmerkki	670 000
	Neuvokas	490 000
Bluesky	Sydänliitto	
LinkedIn	Sydänliitto	51 000

Sydän-lehti ilmestyi neljä kertaa vuodessa. Jaoimme lehden kaikille jäsenille ja tilaajille. Lehti sai edellisten vuosien tapaan paljon positiivista palautetta lukijoiltaan ja on jäsenten mielestä yksi merkittävä syy jäsenyyteen.



Teimme aktiivista yhteistyötä **median** kanssa. Sydänliiton asiantuntijat antoivat laaja-alaisesti

haastatteluja medialle sydänterveyteen ja sydänsairauksiin liittyvissä asioissa. Autoimme toimittajia löytämään sopivia haastateltavia verkostojemme kautta. Mediaseurannan mukaan Sydänliiton asiantuntijat näkyvät medioissa 98 kertaa ja näiden medioiden potentiaalinen lukijamäärä oli 15,1 miljoonaa. Kokonaisuudessaan mediaosumia saatiin vuoden aikana 403 ja näiden medioiden potentiaalinen lukijamäärä oli 25 miljoonaa.



Yliääkärin Anna-Mari Hekkala MTV3:n Huomenta Suomessa haastateltavana Eteisvärinä-temasta.



Kehittämispäällikkö Kati Kuisma keskustelemassa yhdessä Helsingin Yliopiston Kirsi Pietiläisen kanssa lihavuudesta ja sen ehkäisystä ja hoidosta Huomenta Suomessa.

Uusi sydänongelma on yleistynyt – kardiologi varoittaa

Sydänpotilaiden määrä voi lisääntyä, mikäli trendi jatkuu samanlaisena, kardiologi arvioi.

JAA TALLENNNA KOMMENTIT



Huolestuttava uusi ilmiö koskee etenkin nuorempia potilaita. KUVA: COLOURBOX

Kuuntele juttu

Katarina Pimä
14.2.2025 6:30

Lue tiivistelmä

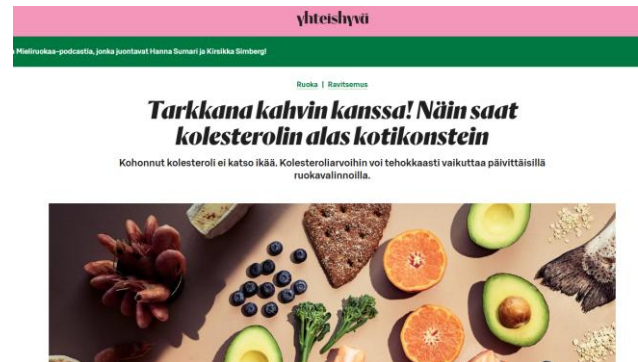
- Kardiologian erikoislääkäri Anna-Mari Hekkala varoittaa nikotiinipussien aiheuttamista sydänongelmista.

NÄYTÄ LISÄÄ

SYDÄNLÄÄKÄRIN vastaanotolla on noussut esiin huolestuttava uusi ilmiö, joka koskee etenkin nuorempia potilaita.

– Jokin aika sitten vastaanotolleni tuli 35-vuotias urheilua harrastava terve mies, joka ihmetteli, miksi hänen sydämensä oli alkanut tykkyttää. Hänellä oli rytmihäiriö, jonka syyksi paljastuivat nikotiinipussit, kertoo kardiologian erikoislääkäri **Anna-Mari Hekkala**, joka toimii Sydänliiton ylilääkärinä.

Yliääkärin haastattelu Ilta-Sanomissa ajankohtaisesta haasteesta eli nuorten nikotiinipussien käytöstä.



Kolesteroli ja ruokavalio Yhteishyvän artikkelin teemana, jossa haastateltavana ravitsemusasiantuntija Tuija Pusa.

Toiminnan rahoitus

Toteutimme sairastuneet ja läheiset -kohderyhmälle suunnattua toimintaa oman rahoituksen lisäksi STEA-avustuksilla, toiminnallisilla tuotoilla ja yritysyhteistyöllä.



TUOTTEET, TOIMINNOT JA MENETELMÄT, Palvelut kaikille kohderyhmille

Sydänmerkki

Sydänmerkki täytti 25 vuotta 2025. Sydänmerkin tunnettuus ja kiinnostavuus on korkea niin kuluttajien, ruokapalveluiden kuin elintarviketeollisuudenkin parissa. Vuoden arvostetuimmat brändit -tutkimuksen mukaan Sydänmerkki oli vuonna 2025 Suomen 12. arvostetuin brändi.

Sydänmerkki-tuotteiden määrä kasvoi ja vuoden 2025 lopussa Sydänmerkin käyttöoikeus vähittäiskaupan tai ammattikeittiön tuotteissa oli yhteensä 2 596 tuotteella. Sydänmerkki-järjestelmässä oli vuoden 2025 lopussa 113 elintarvikevalmistajaa sekä 55 kasvien viljelijää, joilla oli Sydänmerkin käyttöoikeus tuotteessaan. Mukana ovat myös kolme suurinta kaupparyhmää, jotka hyödyntävät Sydänmerkkiä omien tuotemerkkiensä tuotteissa.

Sydänmerkki-aterioita tarjosi vuonna 2025 yhteensä 42 eri toimijaa 2557 toimipisteessä. Pääasiassa Sydänmerkki-aterioita tarjotaan julkisten ruokapalveluiden yksiköissä esimerkiksi kouluissa (890) ja päiväkodeissa (1109). Uuden asiakkuuden (Compass Group) myötä Sydänmerkki-aterioiden tarjonta henkilöstöravintoloissa vahvistui

merkittävästi: Sydänmerkki-aterioita tarjottiin 418 toimipaikassa.

Jatkoimme Sydänmerkki-järjestelmän kehittämistä edelleen niin elintarvikkeiden kuin ruokapalveluiden osalta. Kehitimme Sydänmerkki-tuotteiden kriteereitä vuonna 2025 erityisen paljon uusien ravitsemussuosituksen pohjalta. Lisäksi teimme asiakkuuksien hoidon ja uusasiakashankinnan suunnitelma ja päivitettiin hinnoitteluperusteet. Valmistauduimme lisäksi monin tavoin uuden asiakkuudenhallintajärjestelmän käyttöönottoon vuonna 2026.

Tuotteiden ja aterioiden käyttöoikeusmaksujen tuotot olivat yhteensä 687 594 euroa. Käytimme nämä tuotot järjestelmän ylläpitoon sekä päivittämiseen liittyviin kuluihin, viestintäkampanjoihin ja jatkuvaan markkinointiin, verkkopalvelun kehittämiseen, asiakkuudenhallintajärjestelmäudistuksen alkuselvityksiin ja asiakastapaamisiin. Käyttöoikeusmaksuja ei käytetä Sydänliiton toiminnan rahoittamiseen.

Vuonna 2025 **Sydänmerkin vaikuttamistyö** sisälsi erityisesti kansallista vaikuttamistyötä, johon kuului kommentointia mm. elintarvikelainsäädännön muutoksiin, ravitsemussuositukseen ja kansalliseen ruokastrategiaan.

Kuluttajille suunnatussa viestinnässä ja markkinoinnissa keskityimme sosiaalisen median viestintään, verkkopalvelun hakusanamainontaan ja ulkomainontaan.

Panostimme kuluttajaviestinnän sisällöntuotannossa videoihin sekä uusien konseptien kehittämiseen, kuten uusien Sydänmerkkituote-esittelyihin. Lisäksi teimme viestintää kuukauden sesonkeihin, Sydänmerkki-ruokaohjeisiin ja -tuotteisiin liittyen. Sydänmerkin oma uutiskirje oli vahvassa nousussa ja vuoden 2025 lopussa kirjeellä oli yli 26 000 tilaajaa (+40 %). Lähetimme kirjeen 11 kertaa vuoden aikana.

Kehitimme vuoden aikana sydanmerkki.fi-sivuston kuluttajasivuja monin tavoin. Uudistimme verkkopalvelussa laajasti reseptejä, tuotteita ja ruokaideoita koskevat sivut. Näihin tuli monia uusia mobiilikäyttäjän paremmin huomioivia ominaisuuksia vieritettävistä resepti- ja tuote-esittelyistä videoresepteihin.

Verkkosivuston kehittäminen ja päämäärätietoisempi hakuoptimointi näkyi verkkosivuston luvuissa myönteisesti. Sydänmerkin verkkosivujen kävijä- ja katselumäärät jatkoivat näin nousuaan. Sydänmerkki.fi-sivustolla kävi yli 1,45 milj. kävijää (+6 %) ja yli 3,1 milj. sivunkatselua (+16 %). Suosituinta sisältöä olivat ruokaohjeet. Sivulla myös vietettiin huomattavan paljon enemmän aikaa kuin vuonna 2024 keskimäärin 1 min 32 s (+23 %), joka kertoo sivujen paremmasta toimivuudesta uudistusten myötä.

Kampanjoiden osalta alkuvuodesta viestimme (Sydänmerkki) ravitsemussuositusten mukaisesti kasviruokapainotteisesti sekä aikuisille että lapsiperheille. Viestinnän keskiössä oli erityisesti kasvispainotteiset arki- ja pääruoat. Esimerkiksi maaliskuun kampanja keräsi lähes 0,9 milj. näyttökertaa ja tavoitimme yli 0,5 milj. ihmistä. Tammikuun lapsiperheille suunnatussa kampanja keräsi digitaalisissa kanavissa yli 0,6 milj. näyttökertaa ja tavoitimme yli 0,45 milj. ihmistä. Kampanjassa jaoimme myös printtinä 3000 kpl

perheille suunnattuja Sydänmerkki-esitteitä Satokausikalenterin perhekalenterien välissä.

Loppukeväästä alkaen Sydänmerkin osalta pyrimme erityisesti kokeilemaan uusia viestinnän ja mainonnan muotoja. Huhti-, touko- ja kesäkuussa toteutimme vaikuttajayhteistöitä, jossa haastettiin kolme vaikuttajaa tutustumaan Sydänmerkkiin tarkistamalla oman ruokakaappinsa, käymällä kaupassa ja käyttämällä Sydänmerkki-tuotteita kuukauden ajan. Mainokset näkyivät orgaanisesti Instagramissa ja Tiktokissa keväällä ja erillisenä



mainontana uudestaan syksyllä. Tällä kampanjalla tavoitimme erityisesti nuoria aikuisia. Näyttökertoja näissä kanavissa kertyi yli 5 milj.

Syksyllä toteutimme kampanjan, jolla pyrittiin tavoittamaan erityisesti miehiä, jotka tutkimusten mukaan tuntevat ja käyttävät Sydänmerkki-tuotteita naisia vähemmän. Kampanja oli onnistunut erityisesti Redditissä ja tavoitti yhteensä yli 6,8 milj. näyttökertaa ja yli 0,68 milj. henkilöä. Toteutimme myös jo hyväksi todettuja mainonnan keinoja, kuten videomainontaa sosiaalisessa mediassa, joka tavoitti syksyllä yli 1,6 milj. näyttökertaa ja yli 0,9 milj. henkilöä.



Toteutimme ulkomainontakampanjan loppuvuodesta. Kampanja saikin peräti lähes 27 miljoonaa näyttökertaa 3.11.-16.11.2025 aikana Helsingissä, Tampereella ja Turussa.

Loppuvuodesta 2025 aloitimme työn **Sydänmerkki-brändin** päivittämiseksi, joka jatkuu vuonna 2026. Tavoitteena on kehittää Sydänmerkin ydinviestejä sekä lisätä kuluttajien sitoutumista Sydänmerkin käyttöön ruokavalintojensa apuna. Päivitetty Sydänmerkki-brändi auttaa jatkossa kuluttajaviestien paremmassa kohdentamisessa sekä Sydänmerkin kehittämisessä.

Sydänturvallisuus ja defi.fi-palvelu

Defi.fi-palvelussa oli vuoden lopussa 11 872 sydäniskurin tiedot. Määrä lisääntyi vuoden aikana 1 200:lla. Eniten sydäniskureita oli teollisuus- tai tuotantokiinteistöissä tai -alueilla, toimistotiloissa tai -kiinteistöissä ja kouluissa tai oppilaitoksissa.

Kävimme neuvotteluja defi.fi-palvelun ylläpitämisen ja kehittämisen resursoinnista viranomaisten, poliitikkojen ja yritysten kanssa, mutta pitkäaikaista ratkaisua ei löytynyt. Defi.fi-rekisterin ylläpitoon saimme yhden vuoden kuluja vastaavan STM:n rahoituksen.

Suomen sydänturvallisuuden taso nousi vuoden aikana 50,48:sta 54,48:aan.

Sydänliiton 70-vuotisjuhlavuoteen liittyvässä Sydänturvallisuuskampanjassa

yhteistyökumppani **Sydänturva** lahjoitti Sydänliiton alueiden ja piirien käyttöön seitsemän harjoitussydäniskuria. Lisäksi jokaisesta sydänturva.fi-verkkokaupasta kampanjan aikana myydystä sydäniskurista Sydänturva lahjoitti osuuden Sydänliitolle. Lahjoitus kohdennetaan defi.fi-palveluun.

Yritysyhteistyö

Teimme yritysyhteistyötä monipuolisesti erityisesti kampanjoissa, jotka on kuvattu eri kohderyhmien kohdalla. **Kampanjat ja yhteistyökumppanit** olivat:

- Kasvisruokakampanja –Apetit
- Sepelvaltimotautikampanja –Amgen
- Sydämen vajaatoimintakampanja – Boehringer-Ingelheim
- Munuaiskampanja yhteistyössä Diabetesliiton ja Munuais- ja maksaliiton kanssa – Boehringer-Ingelheim
- Eteisvärinkampanja – Berner/Omron
- Painon puheeksi ottaminen, ammattilaiskampanja Novo Nordisk Finland
- Sydänturvallisuuskampanja – Sydänturva

Muu yritysyhteistyö

- Tulppa-verkkovalmennuksen pilotointi Siunsoten alueella, yhteistyökumppanina Novo Nordisk Finland
- Defi.fi rekisterin ylläpidon teknisiin kustannuksiin osallistuvat pienillä osuuksilla Suomen Punainen Risti, Medidyne Oy ja Suomen Ensiapukoulutus Oy.
- Yritysyhteistyötä teimme Sydänmerkissä sitä laajasti hyödyntävien elintarviketeollisuuden, kaupan ja ravintolatoimijoiden kanssa.
- Lisäksi teimme yritysyhteistyötä myös mm. adressi- ja korttimyynnin osalta.

Sydänliiton tekemä yritysyhteistyö on koottu sivulla sydan.fi/yritysyhteistyö, josta löytyy myös toimintaa ohjaavat eettiset säännöt.

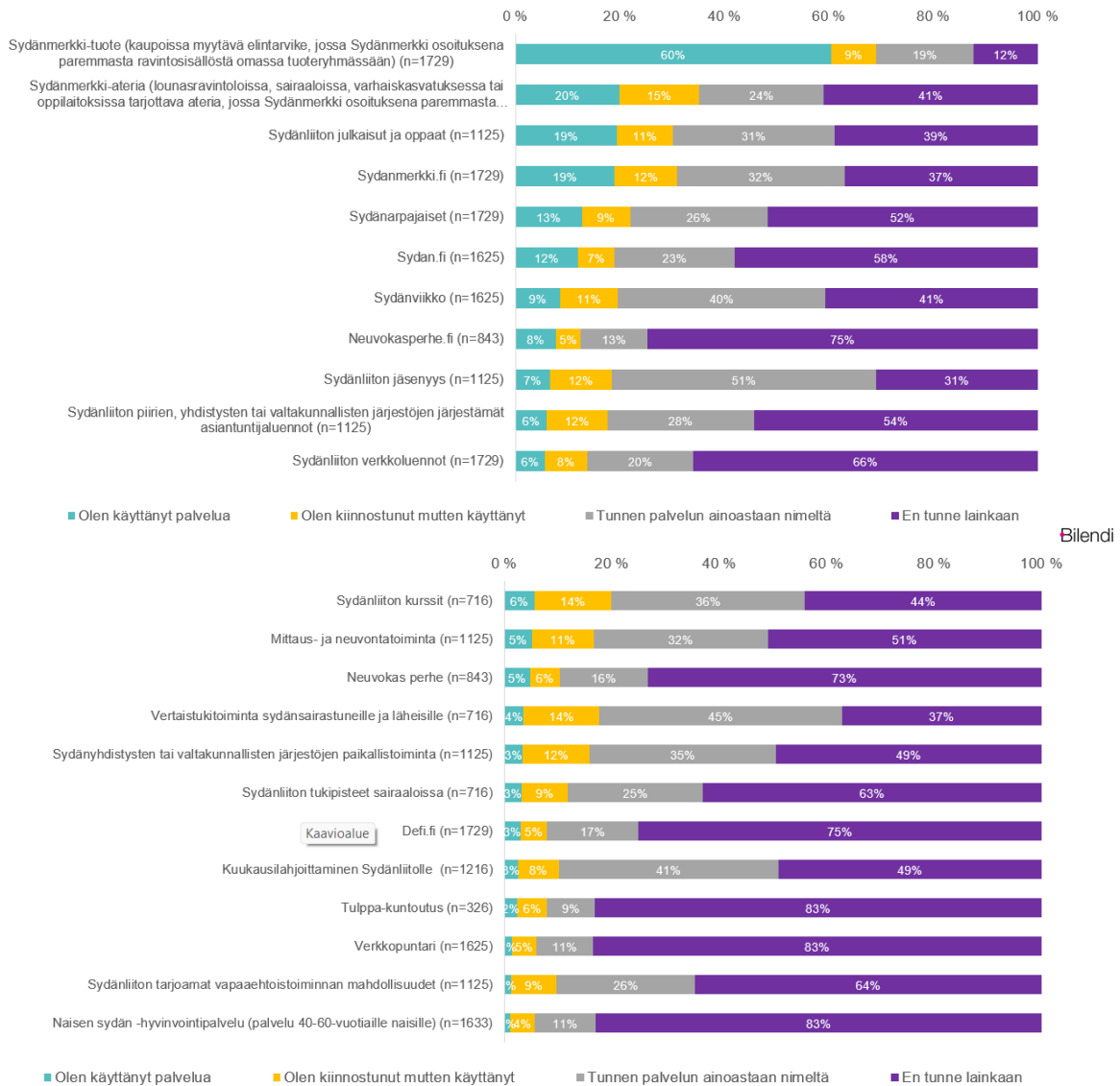
Palvelujen tunnettuus ja käyttäjien tyytyväisyys

Sydänliiton palvelujen käyttäjien tyytyväisyys oli kokonaisuudessaan hyvin korkea. Isompana haasteena oli edelleen palvelujen tunnettuus. Tämä tarkoittaa selkeää tarvetta viestinnälle tunnettuuden kasvattamiseksi.

Toiminto	2024		2025	
	n	NPS	n	NPS
Kurssit	648	85	667	82
Verkkoluennot	3371	75	2301	76
Neuvokas perhe	490	48	1553	55
Vertaistuki	96	76	181	48
Jäsenyys	813	36	Ei kysytty.	Ei kysytty.
Kampanjat	892	72	34	32
Sydän.fi	3577	51	1927	50
Sydänmerkki	1648	54	1208	48

Sydänliiton palvelujen NPS 2024-2025

Sydänliiton kaikkien palveluiden käyttö kohderyhmissä (helmikuu 2026, Bilendi)



TUOTTEET, TOIMINNOT JA MENETELMÄT

Tavoitteet ja tuloksia

Toiminnan kohderyhmät	Toimintasuunnitelman tavoite 2025	Tuloksia 2025
Lapsiperheet	<p>Erilaiset lapsiperheet löytävät heitä hyödyttävät sisällöt ja saavat tukea oman hyvinvoinnin ja arkivalintojen parantamiseen sekä vanhemmuuteen.</p> <p>Neuvokas perhe -tunnettavuus lapsiperheiden parissa kasvaa ja yhä useampi löytää Neuvokas perhe – sisällöjen pariin.</p>	<ul style="list-style-type: none"> neuvokasperhe.fi –palvelu: <ul style="list-style-type: none"> 84 % koki saaneensa tietoa (tavoite 80) 71 % koki saaneensa tukea (tavoite 80) 67 % koki, että sisältö kannusti pohtimaan muutosta. (tavoite 80) NPS:52 Palvelun käyttö: 8% (tavoite NPS 60, käyttö 15) Neuvokas perheen kuluttajaviestinnän pääkanavista perheuutiskirje kasvoi 30 % ja Instagram 6 % vuoteen 2024 verrattuna. (tavoite 10) Yrityskumppanuuksia ei saatu vielä aloitettua (tavoite aloittaa yksi kumppanuus)
Lapsiperheiden kanssa työskentelevät ammattilaiset	<p>Neuvokas perhe -menetelmää käytetään systemaattisesti neuvola- ja kouluterveydenhuollossa ja sen käyttö laajenee varhaiskasvatuksessa ja sekä muiden lapsiperheammattilaisten parissa.</p> <p>Lapsiperheammattilaiset tunnistavat Neuvokas perhe –menetelmän ja suosittelevat meitä ja yhä useampi ammattilainen löytää meidät.</p> <p>Neuvokas perhe –menetelmän käyttö laajenee EU-tasolla.</p>	<ul style="list-style-type: none"> neuvokasperhe.fi/ammattilaiset –palvelu: <ul style="list-style-type: none"> 83 % koki saaneensa tietoa (tavoite 80) 74 % koki, että sisällöt vahvisti osaamista (tavoite 70) 73 % otti työvälineitä käyttöön (tavoite 80) 71 % suositteli neuvokasperhe.fi:tä asiakkailleen ((tavoite 70) NPS: 52. Kävijämäärä lisääntyi: 1,56 % (tavoite NPS 60, käyttö 5) Monialaisen Neuvokas perhe – menetelmän juurrutustyö on aloitettu viidellä hyvinvointialueella. (tavoite neljällä) Koulutuksiin osallistuneista 93 % oli täysin samaa mieltä tai samaa mieltä (arvosanat 4-5) että koulutus innosti hyödyntämään Neuvokas perhe työvälineitä työssään j Ammattilaisuutiskirjeiden tilaajamäärät kasvoi kasvatuksen osalta 5 %, mutta terveydenhuollon uutiskirje laski 6 % vuoteen 2024 verrattuna. (tavoite kasvaa 5 %)
Henkilöt, joilla on korkea riski sairastua sydänsairauksiin	<p>Sydänterveyttä edistävät viestimme ja palvelumme ovat kohderyhmälähtöisiä.</p> <p>Kohderyhmämme tuntevat palvelumme ja käyttävät niitä.</p> <p>Palvelumme tarjoavat kohderyhmälle tietoa ja tukea.</p> <p>Kohderyhmän pystyvyys hyvinvointitekoihin vahvistuu.</p>	<ul style="list-style-type: none"> sydan.fi –palvelu: <ul style="list-style-type: none"> 76 % koki saaneensa tietoa (tavoite 80) 61 % koki saaneensa tukea (tavoite 65) 69 % koki saaneensa kannustusta elintapojen muutosten pohdintaan. (tavoite 75) NPS: 42 (tavoite 50), palvelun käyttö 13 % (tavoite 16 %) Hyvinvointipalvelu (naisille): <ul style="list-style-type: none"> 77 % koki saaneensa tietoa (tavoite 75) 67 % koki pystyvyyden tunteen vahvistuneen (tavoite 50) 66 % koki saaneensa keinoja terveys- ja hyvinvointitekoihin tekemiseen (tavoite 50) NPS: 44 (tavoite 60), palvelun käyttö 1 %. Kävijämäärä oli: 20 000 Terveysvalmennusohjelma on valmis ja sen pilotointi toteutettu. Ohjelman vaikuttavuustutkimus on aloitettu. (tavoite valmis ja pilotointi toteutettu ja tutkimus aloitettu)
Ammattilaiset, jotka kohtaavat henkilöitä, joilla on sydänterveyden riskitekijä	<p>Ammattilaisten ohjausosaaminen kehittyy ja he hyödyntävät kehittämämme työkaluja asiakastilanteissa. Työkalut koetaan hyödyllisiksi.</p>	<p>sydan.fi-ammattilaispalvelu:</p> <ul style="list-style-type: none"> 87 % koki saaneensa tietoa (tavoite 80) 83 % koki saaneensa tukea työhönsä (tavoite 80) 80 % koki osaamisen vahvistuneen (tavoite 75) 92 % hyödynsi paljon materiaaleja ja työkaluja (tavoite 40) NPS: 67 (tavoite 54)

Toiminnan kohderyhmät	Toimintasuunnitelman tavoite 2025	Tuloksia 2025
Sairastuneet ja läheiset	Sairastuneet ja läheiset saavat tarvitsemaansa tietoa sairauden vaikutuksista, sekä omaan elämän-tilanteeseen sopivaa tukea sairastumisen mukanaan tuomien muutosten käsittelyyn ja voimavarojen vahvistumiseen. Toimintamme tunnetaan ja koetaan merkitykselliseksi.	<ul style="list-style-type: none"> Sydan.fi: <ul style="list-style-type: none"> 71 % koki saaneensa tietoa (tavoite 75) 55 % tukea (tavoite 60) 58 % sairauden kanssa selviämisen tunteen vahvistuneen paljon tai erittäin paljon (tavoite 65) NPS: 38 (tavoite 50) Verkkoluennot: <ul style="list-style-type: none"> 67 % osallistujista antoi arvon 4-5 saamastaan tiedosta ja 51 % tuesta (tavoite kummastakin 55). NPS 76 Kurssit: <ul style="list-style-type: none"> 90 % antoi kokonaisarvion 4-5 kurssin merkityksistä itselleen (tavoite 80). NPS 82 työikäisiä oli 33% (n= 275/824) kurseille valituista (tavoite 50%) Vertaistuki: Vuoden aikana toteutui yli 19 000 henkilökohtaamista Palveluidemme (sydan.fi, oppaat, kurssit, vertaistuki, verkkoluennot, vapaaehtoistoiminta) käyttö ja kiinnostus niitä kohtaan kasvaa keskimäärin 3,6%-yksikköä (tavoite 5).
Sairastuneiden ja heidän läheistensä kanssa toimivat ammattilaiset	Sydänjärjestön tuotteet, toiminnot ja menetelmät löytyvät hoito- ja digihoitopoluilta. Terveydenhuollon ammattilaiset hyödyntävät ratkaisujamme sairastuneiden sekä läheisten ohjauksessa.	<ul style="list-style-type: none"> Tulppa-verkkovalmennus oli käytössä kolmella hyvinvointialueella. Osallistuneiden NPS oli 77 (tavoite kolmella ja kaksi aloittamassa käyttöönottoa, NPS 45). Ammattilaispalvelu: <ul style="list-style-type: none"> 72% oli suositellut asiakkaalleen Sydänliiton sivuja (tavoite 75)
Sydänmerkki	Sydänmerkin asiakkuuksien hallinnan tietojärjestelmä (CRM) ja toimintamallit uudistuvat osana liiton CRM-kehitystä. Sydänmerkki-järjestelmä kehittyi vuoden 2024 arviointiprosessin tulosten pohjalta. Sydänmerkki-järjestelmässä olevien tuotteiden ja ravintoloiden määrä lisääntyy. Sydänmerkki pysyy kuluttajien parissa arvostettuna tapana helpottaa arkeaan. Yhä useampi tuntee ja päätyy Sydänmerkin sisältöjen pariin.	<ul style="list-style-type: none"> järjestelmä uudistukseen kilpailutus tehtiin, käyttöönotto sovittiin siirrettäväksi vuodelle 2026. (tavoite: järjestelmä uudistus on toteutunut) käyttöoikeusmaksutuotot kasvoivat 14 % (tavoite 5) uusia tuotteita tuli markkinoille 547 kpl (tavoite 600) 3 uutta ravintolatoimijaa, 3 ilmoittanut aloittamisesta v. 2026 (tavoite 4) sydanmerkki.fi -palvelu: <ul style="list-style-type: none"> 63 % käytti palvelun ruokaohjeita (tavoite 60) 91 % oli tyytyväinen palvelun ruoka-ohjeisiin (tavoite 85) NPS: 55 (tavoite 60) Sydänmerkin kuluttajaviestinnän pääkanavien kuluttajautiskirje kasvoi 43 % ja Instagramin tavoittavuus 63 % vuoteen 2024 verrattuna (tavoite 10). Sydänmerkin sijoitus oli Vuoden arvostetuimmat brändit -tutkimuksessa 12. (tavoite olla 20 arvostetuimman joukossa).
Defi	Suomessa säilyi maallikkokäyttöön tarkoitettujen sydäniskurien rekisteri ja paikannuspalvelu, defi.fi, joka toimii myös datalähteenä mm. Häätäkeskuslaitoksen 112 Suomi-sovellukselle ja Sydänturvallinen Suomi -palvelulle. Rekisteröityjen sydäniskurien määrä defi.fi-palvelussa kasvaa.	<ul style="list-style-type: none"> Defi.fi-palvelussa oli vuoden lopussa 11 872 sydäniskurin tiedot (tavoite 12 500).



VAIKUTTAMINEN

Alkuvuodesta painopisteenä oli kunta- ja aluevaaleihin liittyvä vaikuttaminen. Tätä teimme hyvässä yhteistyössä Tarttumattomat sairaudet -verkoston järjestöjen kanssa. Järjestimme Vahvista osaamistasi terveystähtäjä -webinaarin kunta- ja aluevaaliehdokkaille. Esittelimme järjestöjen ratkaisuja terveyden ja hyvinvoinnin edistämiseksi. Linjoilla oli noin 70 ehdokasta ympäri Suomea ja saimme heiltä hyvää palautetta tilaisuudesta.

Viestimme vaalitavoitteistamme aktiivisesti Sydänliiton kanavissa esim. some- ja blogijulkaisuilla. Jäsenjärjestöjen viestinnän tueksi teimme mielipidekirjoituspohjia ja saimmekin useita kirjoituksia läpi eri lehdissä kevään aikana.

Alueellisten ja paikallisten vaalikävelyiden järjestämiseksi valmistelimme valmiin tapahtumakonseptin Sydänliiton vapaaehtoisille. Pettymykseksemme järjestettyjen kävelyiden määrä jäi vaatimattomaksi.

Hallituksen puoliväliriiheen pyrimme vaikuttamaan mm. Tarttumattomat -verkoston kannanotolla, jossa kärkinä olivat terveysperusteinen verotus, järjestöjen toimintaedellytykset, terveydenhuollon laaturekisterit sekä kansanterveysnäkökulman palauttaminen alkoholipolitiikkaan.

Alkusyksystä painopiste oli hallituksen budjettiriiheen päätöksiin vaikuttamisessa. Uhkana oli, että järjestöjen valtionavustuksiin kohdistuisi uusia massiivisia leikkauksia. Ne saatiin kuitenkin

onneksi torjuttua koko järjestökentän vahvan vaikuttamistyön ansiosta.

Hyvä yhteistyö eduskunnan sydänryhmän kanssa jatkui tänäkin vuonna. Sydänryhmän perustamisesta tuli kuluneeksi 40 vuotta ja asiaa juhlistettiin juhlakokouksella kakkukahveineen. Kokoukseen kutsuttiin myös ryhmän edellisiä puheenjohtajia.

Vuoden 2025 aikana Sydänliitto antoi yhteensä 21 lausuntoa erilaisiin lainsäädäntöhankkeisiin. Lukuun sisältyy myös osallistuminen Euroopan komission julkiseen kuulemiseen valmisteilla olleesta EU:n sydänterveysohjelmasta.



Eduskunnan sydänryhmän puheenjohtaja Piritta Rantanen yhdessä Sydänliiton pääsihteeri Marjaana Lahti-Kosken ja yhteiskunnallisen vaikuttamisen koordinaattori Mikko Pousin kanssa.

Aloitimme vuoden 2027 eduskuntavaaleihin valmistautumisen syksyllä tapaamalla suurimpien puolueiden eduskuntaryhmiä ja keskustelemalla seuraavan vaalikauden tavoitteista. Marraskuussa toteutetussa jäsenkyselyssä Sydänliiton jäsenet saivat kertoa, mitkä heidän mielestään ovat tärkeimpiä asioita, joihin Sydänliiton tulisi vaikuttaa. Vastauksia saatiin komeat 3644 kappaletta ja niitä hyödynnetään tulevien vaalien tavoitteiden valmistelussa.

Jatkoimme aktiivisesti sydänsairastuneiden hoitopolkuihin liittyvää vaikuttamista yhteistyössä Suomen Kardiologisen Seuran kanssa. Järjestimme SuomiAreenassa keskustelun otsikolla Suomessa sydän pysähtyy liian usein – Miten ehkäistä ennenaikaiset sydänkuolemat? Lisäksi järjestimme huhtikuussa pyöreän pöydän keskustelun sydänterveyden tilasta ja tulevaisuudesta. Kutsuimme keskusteluun asiantuntijoita ja päättäjiä eri sektoreilta kuten sosiaali- ja terveysministeriöstä, valtionvarainministeriöstä, THL:sta ja hyvinvointialueilta.



SuomiAreenalla Sydänliiton ylläkäri Anna-Mari Hekkala yhdessä Ruben Stillerin, Liina-Kaisa Tynkkysen, Tuomas Kiviniemen ja Ilkka Luoman kanssa.

Euroopan komissio julkaisi kauan odotetun EU:n ensimmäisen sydänterveysohjelman, the Safe Hearts Planin joulukuussa. Kommentoimme ohjelmaa tuoreeltaan yhteistiedotteella Suomen Kardiologisen Seuran kanssa. Painotimme päättäväisen toimeenpanon ja yhteistyön merkitystä myös jäsenvaltioissa ohjelman tavoitteiden saavuttamiseksi.



EACH Cardiovascular Health Summit kokosi yhteen sydänterveystoimijoita Brysseliin 10.-11.12.2025. Kuvassa European Heart Networkin (EHN) jäsenjärjestöjen edustajia, Sydänliitosta pääsihteeri Marjaana Lahti-Koski ja yhteiskunnallisen vaikuttamisen koordinaattori Mikko Pousi.

Vuonna 2022 toimintansa aloittaneen liiton ja alueellisten sekä valtakunnallisten jäsenjärjestöjen toimijoista koostuvan vaikuttamisverkoston toiminta jatkui aktiivisena myös vuonna 2025. Verkosto on tavannut kuukausittain Teamsissa keskustellen ajankohtaista aiheista ja jakaen vaikuttamistyön kokemuksiaan.

Vapaaehtoisia tuettiin vaikuttamisessa järjestämällä kaksi koulutustilaisuutta osana vuonna 2024 alkanutta koulutusten sarjaa. Teamsissä pidettyjen koulutusten aiheet olivat Vaikuta kotikuntasi sydänturvallisuuteen ja Sydänyhdistys luotettavana kumppanina.

VAIKUTTAMINEN Tavoitteet ja tuloksia

Toiminnan kohderyhmät	Toimintasuunnitelman tavoite 2025	Tuloksia 2025
Viranomaiset ja päättäjät valtakunnallisella tasolla	Vaalikauden tavoitteet edistyvät ja etenevät lainsäädännöksi tai muiksi toimiksi.	<ul style="list-style-type: none"> Vaikuttajaviestien mediaosuudet (kts. Päämittarit) Tavoitteidemme kannalta keskeiset vaikuttajat kontaktoitiin onnistuneesti. Terveydeksi ohjelman toimeenpano käynnistyi yksittäisten hankkeiden osalta. Virvoitusjuoma-, tupakka-, ja alkoholiverojen kiristykset oikeansuuntaisia toimia. Sen sijaan alkoholilainsäädännössä edettiin saatavuutta helpottavaan suuntaan. Kelan lääkeluottokokeilu alkoi. Lisäleikkaukset järjestöavustuksiin saatiin toistaiseksi torjuttua.
Hyvinvointialueiden ja kuntien luottamushenkilöt ja viranhaltijat	<p>Alue- ja kuntavaali-tavoitteemme näkyvät puolueiden ja ehdokkaiden ohjelmissa.</p> <p>Tulppa-verkkovalmennuksen käyttö laajenee.</p> <p>Neuvokas perhe –menetelmä ja toimintamallit on kirjattu Käytäntöihin hyvinvointialueilla.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Sydänliitto uutisissa (kts. Päämittarit) HYTE-panostukset, yhdenvertainen hoitoon pääsy ja järjestöyhteistyö saivat selkeää kaikupohjaa lähes kaikissa eduskuntapuolueissa joko suoraan kirjauksina tai linjauksina, joista on luonteva polku Sydänliiton ratkaisuihin. Sydänturvallisuus sen sijaan ei noussut puolueohjelmissa näkyväksi omaksi teemakseen. Yhteys teemaan näkyy lähinnä pelastustoimen ja varautumisen yleiskirjauksissa. Tulppa-verkkovalmennus ei laajentunut uusille alueille Pohjois-Karjalan pilottia lukuun ottamatta. Tulpan tulevaisuus pohdinnassa. Neuvokas perhe –menetelmä on kirjattu yli 50 prosentissa hyvinvointialueista.
Viranomaiset, päättäjät valtakunnallisella ja EU:n tasolla	<p>Suomalaiset europarlamentaarikot toimivat sydänterveyden edistämiseksi.</p> <p>Suomessa on käytössä suomalaisiin ravitsemussuosituksiin pohjautuva pakkausmerkintä-järjestelmä.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Historiallinen EU:n ensimmäinen sydänohjelma julkaistiin. Keskeiset vaikuttajat kontaktoitiin onnistuneesti ja tavoite suomalaisiin ravitsemussuosituksiin pohjautuvan pakkausmerkintä-järjestelmän turvaamisesta saavutettiin.



LIITON RAKENNE

Liiton rakenteiden tarkoitus on tukea Sydänliiton toimintojen, tuotteiden ja menetelmien käyttöä sekä vaikuttamistyötä, jotta toiminnan kohderyhmät saavat tarvitsemansa tiedon ja tuen asuinpaikasta riippumatta. Voimassa olevan strategian mukaisesti Sydänliiton rakenteita pyritään vahvistamaan, jotta käytössä olisi riittävästi resursseja ja osaamista.

Strategian mukaisesti vahvempia alueellisia toimijoita on tavoiteltu tukemalla ja selvittämällä piirien yhdistymismahdollisuuksia ja sen rinnalla niin sanotun joustomallin toteuttamista. Yhdeksässä jäsenjärjestössä käytiin vuoden aikana neuvotteluita yhdistymisen edistämiseksi. Viisi jäsenjärjestöä aloitti liiton tukemana yhdistymisen selvittämisen. Joustomallin tarkoituksena puolestaan on mahdollistaa erilaisia organisoitumisen tapoja piiri- ja yhdistystasolla.

Vuoden 2025 aikana neljä sydänyhdistystä lopetti toimintansa: Kolme yhdistystä lopetti itsenäisenä yhdistyksenä ja niiden toiminta siirtyi naapuriyhdistykseen. Yksi yhdistys lopetti toimintansa ilman toiminnan siirtymistä muualle. Vuoden lopussa aktiivisia yhdistyksiä oli 182.

Jäsenjärjestöjen lukumäärässä ei ollut muutosta (17).

Järjestötyö

Järjestötyön tavoitteena on luoda puitteita hyvälle sydäntyölle ja tukea jäsenjärjestöjen ja sydänyhdistysten työtä. Tavoitteita edistettiin järjestöpäivien, etätapaamisten, kehittämistyöryhmien, järjestötiedotteiden, jatkuvan Teams-tiedonvaihdon ja Yhdistyspalvelun avulla.

Järjestimme järjestöpäivät vuoden aikana kaksi kertaa, tammikuussa ja elokuussa. Jäsenjärjestöjen toiminnanjohtajat, osa henkilöstöstä sekä osa puheenjohtajista osallistuivat järjestöpäiville. Käsittelimme tammikuun järjestöpäivillä toimintaympäristöä ja teimme tilanneanalyysiä strategiatyötä varten. Yhteistyön parantamiseksi ja paremman tilannekuvan saamiseksi toteutimme keväällä soittokierroksen jäsenjärjestöjen toiminnanjohtajille. Elokuun järjestöpäivien aiheena oli yhteistyön kehittäminen, roolien kirkastaminen ja toiminnan suunnittelu vuodelle 2026. Työskentelimme myös strategiauudistuksen parissa. Osallistujia molemmissa järjestöpäivissä oli noin 50.

Lisäksi vuoden aikana järjestimme piirien työntekijöille kahdeksan etätapaamista, joissa käsiteltiin ajankohtaisia asioita.

Jäsenjärjestöjen ja yhdistysten toimijoille kehitimme ja pidimme seitsemän uutta 60–90 minuutin mittaista etäkoulutusta jäsenrekisterin ja verkkosivujen käytöstä. Teimme koulutuksista tallenteet Yhdistyspalveluun katsottavaksi. Näiden lisäksi pidimme jäsenjärjestöjen uusille luottamushenkilöille perehdytyksen Sydänliiton toiminnasta.

Kartoitimme jäsenjärjestöjen ja yhdistysten toiminnan laajuutta ja sisältöjä vuotuisella toimintatiedustelu-kyselyllä.

Viestintä

Viestimme kerran kuukaudessa ilmestyvässä järjestötiedotteessa yhdistyksille ja jäsenjärjestöille ajankohtaisista asioista. Yhdistystoimijoille tueksi tuotetussa Yhdistyspalvelussa kävijämäärä oli vuoden aikana 28 670 ja sivukatseluita 84 700.

Jäsenhankinta

Jäsenhankinnassa teimme uusia avauksia. Keväällä kuvasimme videoita, joissa jäsenet kertoivat syynsä liittyä Sydänliittoon. Käytimme videoita jäsenyyden somemarkkinoinnissa ja Sydänliiton juhluvuoden markkinoinnissa. Edistimme jäsenhankintaa vuoden aikana myös vakiintuneilla Ystävänpäivän, Sydänviikon ja loka–joulukuun ilmaiskauden kampanjoilla mm. sydan.fi-sivustolla, uutiskirjeessä, somemarkkinoinnissa ja orgaanisissa postauksissa somessa. Jäsenyyteen liittyvillä Tule mukaan -sivuilla kävijöitä oli vuoden aikana 75 000 (2024: 56 000) ja jäseneksi liittymisen lomakkeella kävijöitä oli 14 000 (2024: 12 000) kertaa.

Järjestimme yhdistyksille kolme etäkoulutusta jäsenhankinnan tueksi sekä tarjosimme päivitettyjä materiaaleja, uusia videoita ja someaineistoja. Uusien jäsenten sitouttamiseksi pidimme kaksi uusien jäsenten webinaaria, joihin osallistui yhteensä noin 100 henkilöä.

Kaiken kaikkiaan jäsenhankinnan ponnistelut olivat menestyksekkäitä ja jäsenmäärän laskua onnistuttiin pysäyttämään liiton, jäsenjärjestöjen ja yhdistysten yhteistyöllä.



Järjestötyöpalkinto

Järjestötyön palkinto on merkittävä tapa nostaa esiin sydänyhdistysten innovatiivisia toimintamalleja ja kiittää vapaaehtoistoimijoita. Järjestimme vuosittaisen järjestötyöpalkinnon haun tammi-helmikuussa ja hakemuksia tuli 27. Näistä kaksi palkittiin liiton kevätkokouksen yhteydessä.

Sydänviikko



Vietimme Sydänviikkoa 18.–25.5.2025. Sen teemana oli liikunta. Halusimme kaikille aikuisille suunnatulla Sydänviikolla puhutella yhdistysten jäseniä sekä sairastuneita ja heidän läheisiään potentiaalisina sydänyhdistyksen toiminnasta kiinnostuneina. Viestinä ja Sydänviikon tavoitteena oli kannustaa ja rohkaista osallistujaa liikkumaan, löytämään sydänyhdistyksen liikunta- ja muu toiminta ja tulemaan mukaan. Sydänviikon vinkit -viikko tarjosi vinkkejä Sydänviikon liikuntatapahtumien sisällöksi, jäsenhankintaan ja varainhankintaan. Toteutimme tapahtumien tueksi materiaalipaketin. Liikunta ja erityisesti sydänyhdistyksien liikuntatapahtumat näkyivät vahvasti Sydänviikon viestinnässä.

Sydänyhdistykset, -piirit ja valtakunnalliset jäsenjärjestöt järjestivät aktiivisesti Sydänviikon tapahtumia. Kaiken kaikkiaan viikon viettoon osallistui 144 yhdistystä ja 11 jäsenjärjestöä. Sydänviikon liikuntatapahtumia oli 168, joissa oli 4191 osallistujaa. Tapahtumissa liikuntamuotona oli

pääasiassa luonnossa liikkuminen ja lisäksi muun muassa ulkopelit ja jumppa. Myös liiton henkilökunta vietti Sydänviikkoa ulkoilemalla keväisessä luonnossa. Sydänviikon apteekkipaketin tilasi 30 apteekkia. Viikon aikana saimme 364 uutta jäsentä.

Sydan.fi/sydanviikko-sivulla innostimme liikkumaan ja tarjosimme ideoita viettää Sydänviikkoa myös omalla porukalla. Sydänviikolla 20.5. järjestettiin Yhdessä liikkuen hyvää sydämelle -verkkoluento, jossa oli 540 osallistujaa. Tuotimme luennosta tallenteen Sydänliiton sivuille. Yhdistykset järjestivät 15 luennon katselutilaisuutta, joissa oli yhteensä 213 osallistujaa.

Järjestimme toista kertaa peräkkäin myös yritysten Sydänviikon, jolla pyritään tavoittamaan työikäinen väestö Suomessa. Yritysten sydänviikko on ilmainen ja yritykset järjestävät sen itsenäisesti omalle henkilöstölleen. Tapahtuman teemoina olivat liikunta, aktiivinen palautuminen ja sydänterveellinen ravinto. Teimme yrityksille vinkkivihkon pdf-muodossa ja sitä ladattiin 85 kertaa. Sen lisäksi kokosimme digimateriaaleja erilliselle nettisivulle ennen tapahtumaa. Materiaalit sisälsivät artikkeleja, testejä sekä webinaaritalenteita, jotka oli suunnattu erityisesti työikäiselle väestölle. Markkinoimme tapahtumaa aktiivisesti sosiaalisessa mediassa.

Asiakaspalvelun kehittäminen

Asiakaspalvelu on tärkeä osa Sydänliiton toimintaa ja se toimii usein monen jäsenen ja lahjoittajan ensikosketuksena Sydänliittoon ja vaikuttaa suoraan heidän kokemukseensa.

Paransimme asiakaspalvelun laatua ja sujuvuutta vuonna 2025 entisestään, kun siirsimme asiakaspalveluvastuuta ulkoistetulta asiakaspalvelutalo DialOk:lta suuremmissa määrin omaksi toiminnaksi. Liiton asiakaspalvelu vastaanottaa merkittävän määrän puheluita kuukausittain sekä lisäksi runsaasti sähköposteja. Hankimme työn tueksi asiakaspalvelujärjestelmä Cuuman, joka osoittautui erittäin onnistuneeksi ratkaisuksi: sen avulla puheluiden ja viestien

hallinta selkeytyi, ruuhkatilanteet tasaantuivat ja asiakasviestintään saatiin uusia tehokkaita työkaluja.

Järjestötoiminta lukuina

Toiminta lukuina -taulukossa on hyödynnetty yhdistysten ja jäsenjärjestöjen toimintatiedustelussa ilmoittamia toimintalukuja.

Toiminta lukuina	2025
Kaikki tapahtumat ja tilaisuudet yhteensä / osallistujat	
Yhdistykset	8500/ 135 000
Jäsenjärjestöt	4 100/ 62 000
Toiminnan järjestämiseen osallistuneita vapaaehtoisia	4 100
joista uusia	400
Uusia jäseniä (ei aikaisempia jäsenyyksiä)	4 500



DIGITAALISET PALVELUT

Aloitimme vuoden 2025 selvittämällä keskitetyn datahallinnan hyötyjä tulevien vuosien IT-arkkitehtuuriin, kuten asiakkuudenhallintaan. Tämä dataselvityksen toteutimme yhdessä KnowIT Oy:n kanssa.

Vuoden 2025 suurin ICT ponnistuksemme oli ensimmäisen vaiheen (B2B) kilpailutus **asiakkuudenhallinnan- ja keskitetyn datahallinnan teknologioista ja toimittajista**. Vertailimme kilpailutuksessa eri toimijoita ja teknologioita.

Edellisten vuosien tapaan panostimme **tietoturvan** edellytysten parantamiseksi. Iso rooli oli IT-hallintamallin ja IT-käytösääntöjen luomisella. Rakensimme näiden avulla ensimmäisen henkilökunnan koulutuskokonaisuuden: Tietoturvakoulutuksen perusteet, jota pilottiryhmä

testasi loppuvuodesta. Valitsimme Microsoft-ympäristön auditointikumppanin auttamaan tietoturvallisen ympäristön kehittämisessä.

Tehostimme **IT-johtamista ja -kehittämistä** Arter ARC-työkalun avulla ja veimme IT-johtamisen rakenteita osaksi yhtenäistä mallia.

Otimme askeleen generatiivisen tekoälyn (Copilot) tehokäyttöön kouluttautumalla ja hankkimalla tarvittavat lisenssit.

Asiakaspalvelun kehittämisprojekti valmistui ja otimme asiakaspalveluun käyttöön monikanavatuen mahdollistavan Cuuma-asiakaspalvelujärjestelmän. Järjestelmä on integroitavissa tulevien vuosien asiakkuudenhallintaympäristön teknologioihin.

*Sydänliiton verkkopalvelujen kävijämääriä vuonna 2024–2025. *(Plausible/evästeetön verkkoanalytiikkatyökalu)*

Verkkopalvelu	Kävijät (2024)	Sivukatselut (2024)	Kävijät (2025)	Sivukatselut (2025)
sydan.fi	3,76 milj.	7,72 milj.	3,44 milj.	6,97 milj.
neuvokasperhe.fi (sis. amm)	390 000	980 000	391 000	999 000
sydanmerkki.fi (kuluttajat)	1,4 milj.	2,7 milj.	1,48 milj.	3,11 milj.
defi.fi	106 000	169 000	93 000	165 000
Sydänturvallinen Suomi	3100	9400	2 100	6 100
sydan.fi-ammattilaispalvelu	58 000	115 000	66 000	123 000
sydanmerkki.fi-ammattilaispalvelu	97 000	160 000	147 000	214 000
Neuvokasperhe.fi-ammattilaispalvelu	87 000	261 000	89 000	294 000



HENKILÖSTÖKATSAUS

Vuoden 2025 lopussa Sydänliitossa työskenteli 36 henkilöä, jotka kaikki ovat toistaiseksi voimassa olevassa työsuhteessa. Kokoaikaisessa työsuhteessa henkilöstöstä oli 34 ja osa-aikaisessa kaksi. Henkilötyövuosia oli 35,44. Työntekijöistä miehiä oli 25 %.

Työterveyshuollosta vastaa Lääkärikeskus Aava. Työterveyshuollon toimintasuunnitelmaa päivitettiin vuosittaisessa työterveyshuollon yhteistyötapaamisessa.

Sydänliiton hallituksen johdolla päivitetään uutta strategiaa. Osallistimme vuoden aikana niin jäsenjärjestöjä kuin liiton henkilöstöä uudistusprosessiin yhteisillä Howspace-kyselyillä ja työpajoilla.

Järjestimme henkilöstön virkistystilaisuuden toukokuussa. Päivä sisälsi Kuusijärvellä yhteisen luontotehtäväradan ja ikimetsän rentoutuspajan sekä päivällisen. Marraskuussa paneuduimme Vallilassa Stella Polariksen johdolla Sydänliiton juhlavuoden kunniaksi toiminnan kohokohtiin ja tulevaisuuteen.

Kehityskeskustelut käydään vuosittain ja niissä selvitetään tavoitteita, työkykyä ja ammatillista osaamista sekä mahdollinen tarve lisäkoulutukseen tai työn tukemiseen. Kehityskeskustelujen osalta kehitettiin pilotti, jonka toimivuutta kokeillaan vuoden 2025–2026 kehityskeskusteluissa.

Toteutimme huhti- ja lokakuussa Ilmarisen Luotaamo-työyhteisöviikkykyselyn. Tuloksia hyödynnettiin mm. kehityskeskusteluissa ja organisaation tilan kartoituksessa.

Nostimme kevään Luotaamo- kyselyssä teemoiksi mm. tiimien välisen yhteistyön – yhteiset toimintatavat ja tavoitteet, selkeät vastuut ja työnjako. Syksyllä nostimme keskusteluun mm. osallistamisen tarpeen ja jo tehtyjen osallistamisen tulosten hyödyntämisen, sisäisen yhteistyön, aikataulujen noudattamisen ja yhteistyön kehittämisen. Kävimme Luotaamo-kyselyn tuloksia läpi tiimeittäin toiminnan kehittämiseksi. Toteutimme syksyllä kyselyn työn psykososiaalista kuormitustekijöistä osana työsuojelun riskianalyysia. Tavoitteena oli syvemmin pureutua kuormittumiseen ja siihen liittyviin syihin ja kehitysehdotuksiin.

Sydänliiton työsuojelun tavoitteena on taata työntekijöillemme turvalliset, terveelliset ja tasapuoliset työolot sekä edistää fyysisen ja henkisen työkyvyn ylläpitämistä. Työsuojelun toimintaohjelma päivitetään vuosittain. Pelastussuunnitelmaa päivitetään jatkuvasti kiinteistön toimesta. Koko henkilökunnan ensiapu- ja pelastautumisvalmiuksien ylläpitämiseksi järjestetään säännöllisesti koulutuksia ja pelastautumisharjoituksia sekä turvallisuuskävelyt.

Tavoitteena on tukemalla liikuntaa ja henkistä hyvinvointia lisätä fyysistä ja henkistä vireyttä, auttaa työn kuormittavuuden hallinnassa, pienentää tulevaisuudessa sairauspoissaolojen määrää, ennaltaehkäistä kuntoutustarvetta ja työkyvyttömyystapauksia. Tyhy-toimintaa ylläpidetään yhteisillä tapahtumilla sekä virikekortin kautta. Sydänliitossa ylläpidämme ja parannamme henkilöstön työkykyä myös hyvällä työergonomialla työfysioterapeutin ammattitaitoa hyödyntämällä sekä nykyaikaisilla työvälineillä.

Päivitämme vuosittain työsuhteoppaan, joka on luotu henkilöstölle helpottamaan työsuhteeseen, siihen liittyvien etujen ja toimintatapojen sekä käytännön asioiden hoidossa. Henkilöstöä koskevat ohjeet, käytänteet ja pelisäännöt löytyvät Sydänliiton Teamsin henkilöstö- ja hallintoasioiden tiedostoista. Yhteistä viestintää tapahtuu pääasiassa Teamsin kautta ja kuukausittain järjestetyissä henkilöstökokouksissa sekä Mitä sydämellä - kahvitilaisuuksissa.

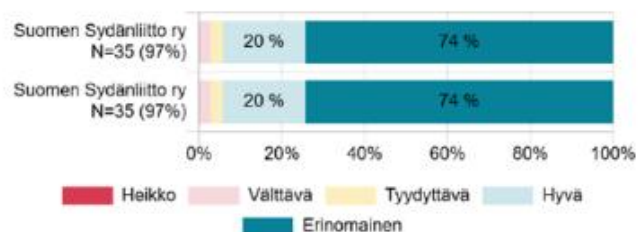


Kati Kuisma, Anne Kuusisto ja Antti Ukkonen 70-vuotisjuhlaseminaarissa.

Alla olevassa kuvassa Suomen Sydänliitto ry:n työntekijöiden Työvire 10/2025 (Lähde: Ilmarisen Luotaamo-kysely, N=35 eli 97 % henkilöstöstä).

Työvireen jakauma

Alla on kuvattu keskimääräinen Työvire sekä vastaajien jakautuminen viiteen eri luokkaan heidän vastaustensa keskiarvojen perusteella.





TALOUS

Tilikautemme oli ylijäämäinen 733 067 (405 127) euroa. Tulosta selittää suurimmaksi osaksi ennakoitua positiivisempi sijoitusvuosi ja kustannusten osalta yksittäisten kustannusrakenteiden pienentyminen.

Kokonaistuottomme olivat 7 255 747 (7 451 918) euroa ja kokonaiskulut ennen rahastosiirtoja olivat 6 950 159 (7 143 481) euroa. Varsinaisen toiminnan tuotot olivat 2 652 193 (2 474 534) euroa, josta toiminnalliset tuotot olivat 1 037 388 (1 004 688) euroa ja toiminta-avustukset 1 614 805 (1 469 846) euroa. Tase-arvo tilikauden lopussa oli 20 530 099 (20 526 024) euroa.

Saadut avustukset

Tilikaudella 2025 toteutimme hanketoimintaa yhteensä kymmenessä eri hankkeessa. Lisäksi vastaanotimme yksittäisiä avustuksia toiminnan edistämiseen. Sosiaali- ja terveysjärjestöjen avustuskeskus STEA:n jakamia kohdennettuja avustuksia ja projektiavustuksia tuloutimme kolmelle hankkeelle yhteensä 1 022 206 (1 059 395) euroa. Kohdennettua avustusta käytimme kurssitoimintaan 384 858 (383 247) euroa ja sydänterveyden ja toimintakyvyn edistämiseen 420 717 (336 939) euroa. Lisäksi vastaanotimme C-avustusta Nais to know – Naisen sydänterveyden

erityispiirteet -hankkeeseen 216 631 (252 625) euroa ja STEA-yleisavustusta (Ay1) 478 151 (514 141) euroa.

Toteutimme hanketyötä lisäksi EU- ja ESR-pohjaisella rahoituksella sekä Sosiaali- ja terveysministeriön rahoituksella. Terveyden ja hyvinvoinnin laitos ohjasi EU-rahoitusta Health4EUkids-hankekokonaisuuden Smart Family -osakokonaisuuteen 80 407 (48 669) euroa. ESR-rahoitteisia hankkeita toteutimme kahdessa eri kokonaisuudessa. ESR-rahoituksella jatkoimme JACARDI-hankkeen toteutusta 84 686 (32 442) eurolla ja Neuvokas monialainen tuki lapsiperhe hanketta 87 198 (18 921) eurolla.

Ruokakasvatusyhdistys Ruukku ry ohjasi Sosiaali- ja terveysministeriön terveyden edistämisen määrärahaa Tervettä Kasvua -hankkeelle 27 859 (23 812) euroa ja Pohjois-Karjalan kansanterveys ry:n Pohjois-Karjala 2.0 hankkeelle kirjassimme 7 556 euroa. Lisäksi Sosiaali- ja terveysministeriön myönsi hankerahoitusta Terveydeksi -ohjelman Ruokapalveluiden laatuaskel -hankkeeseen, jolle kirjassimme avustuksia 19 257 euroa.

Hankkeiden lisäksi avustusta sydäntyölle vastaanotimme Suomen Kansanterveysyhdistykseltä 210 060 (225 151) euroa, Sydänsäätiön yleisavustuksena 150 000

(150 000) euroa ja Pieni ele ry:ltä vaalikeräyksen avustustuottoina 29 512 (54 630) euroa.

Varainhankinta

Jäimme omassa varainhankinnassa edeltävän vuoden tuottotavoitteista. Varainhankinnan tuotot olivat yhteensä 2 613 660 (2 685 606) euroa, josta jäsenmaksujen osuus oli 486 348 (495 945) euroa. Testamenttituottoja kirjasimme tilikauden aikana 239 922 (454 849) euroa. Sydänliiton luvanvaraisten varainhankintakampanjoiden ja arpajaisten tuotot olivat yhteensä 1 856 150 (1 689 360) euroa. Adressi- ja tuotemyynnin tuotot olivat 28 647 (43 306) euroa.

Sydänliiton perinteisten Sydän-arpajaisten arpamyynni kasvoi erityisesti verkossa. Joka viides arpa voitti ja voittopalkintoja toimitettiin tuhatmäärin. Pääpalkinto, täyssähköauto Volkswagen ID.3., luovutettiin voittaja Paula Kirjavaiselle Joensuussa.

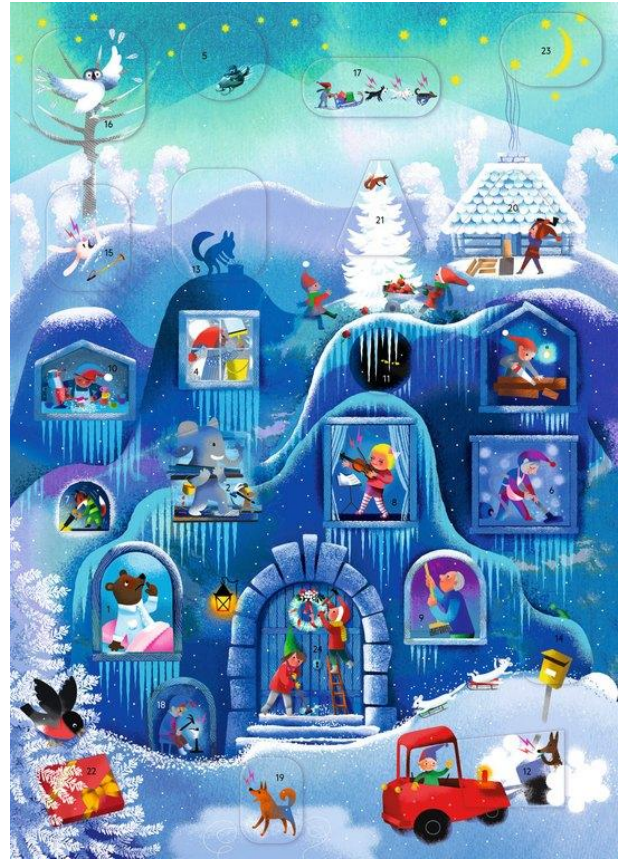


Varainhankinnan asiantuntija Jouko Andersson yhdessä voittaja Paula Kirjavaisen kanssa auton luovutustilaisuudessa Joensuussa.

Toteutimme toisena perinteisenä keräysmuotona postitse jaettavia keräyskirjekampanjoita. Näitä painettuja kirjekampanjoita toteutettiin yhteensä kuusi, suurimpana joulukeräys.

Joulukeräys oli monikanavainen. Painetun joulukeräyskirjeen rinnalla teimme verkkolahjoituskampanjan sekä lähestyimme yrityksiä lahjoituspyynnöillä. Lahjoittajille

toimitimme suosittua joulukalenterin keräystunnuksena.



Korttipiste myi Sydänliiton logolla varustettuja kortteja ja adresseja ketjumyymälöissä suoraan kuluttajille. Sydänliitto sai myynnistä rojalitiosuudet. Lisäksi Kantolan Korttituote myi joulukortteja ja adresseja Sydänyhdistyksille varainhankintatuotteiksi.

Kuukausilahjoittaminen edistyi jättiharppauksen, kun bruttotuotto yli kaksinkertaistui edellisvuoteen nähden. Taustalla on kuukausilahjoittamisen monivuotiset investoinnit konseptointiin, näkyviin kampanjoihin ja telemarkkinointiin. Toimenpiteet vaativat kuitenkin investointeja, jotka vetivät kuukausilahjoittamisen tuloksen tappiolle vuonna 2025. Tulevaisuus näyttää kuitenkin hyvin suotuisalta tuloksen kehittymisen kannalta.

Kirjasimme testamenttituloja tavanomaista vuotta vähemmän. Edistimme testamenttilahjoittamista järjestämällä testamenttiverkkoluennon ja kertomalla testamenttilahjoittamisen mahdollisuudesta monikanavaisesti.

Huomioimme varainhankinnan kehittämistyössä kustannustehokkuuden, lahjoittajälhtöisyyden sekä Sydänliiton jäsenjärjestöjen ja sydänyhdistysten tarpeet. Teimme uuslahjoittajahankintaan ja lahjoitustoiminnan tuotteistamiseen merkittäviä panostuksia.

Sijoitus- ja rahoitustoiminta

Tilikaudella 2025 liiton varoja oli sijoitettuna liittohallituksen vahvistaman sijoitusstrategian mukaisesti suoriin osakesijoituksiin, osake- ja korkorahasto-osuuksiin sekä vaihtoehtoihin sijoituksiin. Suomen Sydänliitto ry:n sijoituksia hoidetaan säätiön vahvistaman sijoitusstrategian mukaisesti täyden valtakirjan varainhoitosopimuksilla. Lisäksi sijoitussitoumuksia on tehty vaihtoehtoihin sijoituksiin sijoitusstrategian mukaisesti täyden valtakirjan varainhoitosopimusten ulkopuolelle.

Vuoden 2025 sijoitusympäristöön vaikuttivat edelleen vahvasti geopoliittiset tekijät ja muutokset korkoympäristössä. Suurvaltapolitiikka protektionistisine piirteineen jatkoi vaikuttamista Ukrainan sodan lisäksi sijoitusympäristön epävarmuustekijöihin. Epävarmuus konkretisoitui erityisesti ensimmäisen vuosipuoliskon heikoilla sijoitustuotoilla. Talouden positiiviset näkymät ja odotuksia paremmat tuotto-odotukset konkretisoituivat erityisesti jälkimmäisellä vuosipuoliskolla, mikä näkyi positiivisena sijoitustuotona.

Sydänliiton sijoitusvuosi oli erinomainen tilikaudella 2025. Sijoitustuottoihimme vaikutti erityisesti maantieteellinen hajautus ja omaisuusluokkien välinen hajautus. Liiton täyden valtakirjasalkun sijoitusten tuotto vuoden lopussa oli 9,0 % (9,4 %). Sijoitustuotot olivat 1 361 743 (1 627 636) euroa ja kulut 111 178 (396 515) euroa. Sijoitus- ja rahoitustoiminnan nettotuotto tilikaudelta oli yhteensä 1 250 565 (1 031 094) euroa. Tilinpäätökseen tehtiin tilikaudelle 277 128 (282 642) euron alaskirjaus. Arvopaperisijoitusten markkina-arvo tilikauden lopussa oli 20 047 208 (20 252 302) euroa.

Suomen Sydänliitto ry:n varainhoidon valmistelevana toimielimenä toimii varainhoitovaliokunta, jonka tehtävänä on toimia neuvoa-antavana asiantuntijaryhmänä ja valmistella hallitukselle esitykset koskien sijoitusstrategiaa sekä sijoitustoiminnan linjauksia yleensä.

Varainhoitovaliokunta kokousti vuoden aikana kaksi kertaa. Valiokunnan jäsenenä tilikauden aikana olivat Jyrki Liljeroos (puheenjohtaja), Marjaana Lahti-Koski, Petri Rintamäki ja Jonna Ryhänen. Valiokunnan esittelijänä ja sihteerinä toimi Pekko Sivé. Varainhoitovaliokunta kokoontui tilikauden aikana kaksi kertaa. Kokouksissa käsiteltiin muutoksia sijoitusympäristössä, sijoitusten palkkiotasoa sekä tarvetta tehdä muutoksia varainhoidon toimintatapaan ja toteuttajiin. Sijoitusstrategiaa ei päivitetty tilikauden aikana allokaatioiden näkökulmasta.

Sijoitusvuoteen 2026 lähdetään heikommassa tuotto-odotuksissa kuin vuodella 2025 realisoitui. Sijoittajien keskuudessa vallitsee konsensus siitä, että korot ovat nousun kynnyksellä ja yritysten tulokset pysyvät samoilla tuottotasolla. Geopoliittiset jännitteet, Ukrainan -sodan rauhanneuvottelut sekä protektionistisen politiikan jatkuminen pitävät sijoitusympäristön ennakoimisesta edelleen haastavana.

Talouden ja hallinnon palvelut

Tarjosimme tilikaudella 2025 talous- ja palkkahallinnon palveluita Sydänsäätiölle ja Urho Kankäsen säätiölle.

Tiedot olennaisista tapahtumista tilikauden päättymisen jälkeen

Joulukuussa 2025 Sosiaali- ja terveysjärjestöjen avustuskeskus STEA julkaisi avustusehdotuksen vuodelle 2026 ja Suomen Sydänliitto ry:n avustushakemukset hyväksyttiin hakemusten mukaisina. Avustusehdotuksemme erosi liiton syyskokouksen 2025 hyväksymän talousarvion odotuksista siinä määrin, että vuoden 2026 talousarviota muokattiin ehdotusten mukaisiksi. Liittohallitus hyväksyi muutokset tammikuussa 2026. Riskit ja epävarmuustekijät Suomen

Sydänliitto ry:n näkökulmasta ovat julkisten avustusten kehityksessä myös tulevaisuudessa. Näkemykset julkisten avustusten leikkauksista eivät ole muuttuneet edeltävän tilikauden odotuksista. Julkisten avustusten odotetaan edelleen leikkaantuvan noin 25–30 prosenttia vuoteen 2027 mennessä. Mahdolliset avustusleikkaukset vaikuttavat väistämättä sekä liiton että jäsenjärjestöjen tulopohjaan ja erityisesti kehittämishankkeisiin.

Suomen Sydänliitto ry:n liittohallitus hyväksyi vuoden 2026 toisessa hallituksen kokouksessa asiakkuudenhallintajärjestelmän ja keskitetyn tietovaraston investoinnin aloittamisen. Korvaavalla järjestelmäinvestoinnilla mahdollistetaan tulevaisuudessa toiminnan jatkuva kehittäminen ja tiedon hallinta erityisesti Sydänmerkin asiakkuuksissa. Järjestelmäinvestoinnin tavoiteaikataulu käyttöönotossa on vuoden 2026 aikana.

Liiton talouteen liittyvät olennaiset riskit ja epävarmuustekijät

Keskeisimmät Suomen Sydänliitto ry:n toimintaan kohdistuvat strategiset, taloudelliset ja operatiiviset riskit ovat toimintaympäristössä tapahtuneiden muutosten seurausta. Seuraavassa on kuvattu kolme merkittävintä toimialaan kohdistuvaa epävarmuustekijää. Tämän luettelon ei ole tarkoitus olla tyhjentävä. Riskien esitysjärjestys ei kuvaa riskien toteutumisen vaikutuksen suuruutta tai esiintymistodennäköisyyttä. Suomen Sydänliitto ry:n tai toimialaan kohdistuvissa riskeissä ei havaittu muutoksia tilikauteen 2024 vertailtuna.

Maa- ja ulkopolitiikan tilanteen johdannaisvaikutukset aiheuttavat epävarmuutta. Yleinen poliittisen ilmapiirin kiristyminen sekä kustannustason nousu lisäävät riskiä, että toimintamme kannalta keskeiset ja yhteiskunnallisesti tärkeät teemat voivat menettää merkitystä muiden teemojen merkityksen kasvaessa.

Julkisen rahoituksen heikentyminen ja rahoituksellinen muutos hankekohtaisessa rahoituksessa ja yleisavustuksissa aiheuttaa

epävarmuutta kolmannen sektorin toimijoille. Valtiollinen alijäämä ja toimenpiteet alijäämän kattamiseksi kohdentuvat myös kolmannen sektorin toimijoihin.

Tietosuojan ja -turvaan kohdistuvat loukkaukset ovat toteutuessaan vakavia. Käsittelemme toiminnassamme luottamuksellisia tietoja ja tietojärjestelmiin tai tietoliikenneyhteyksiin liittyvä haitanteko voisi aiheuttaa Liiton näkökulmasta, niin inhimillisiä kuin taloudellisiakin vahinkoja. Kehittämällä henkilöstömme turvalliseen tiedonhallintaan liittyvää osaamista sekä teknisen tietoturvallisuuden ratkaisujamme, edistämme tietoturvallista toimintatapaamme.

Tilintarkastus

Suomen Sydänliiton tilintarkastajana toimi KPMG Oy Ab, jonka nimeämänä päävastuullisena tilintarkastajana KHT Kirsi Aromäki.



Oltermannintie 8 (PL 50)
00621 Helsinki
09 752 7521
etunimi.sukunimi@sydanliitto.fi

Puheenjohtaja tilikaudella 2025

Liisa-Maria Voipio-Pulkki

Liittohallituksen jäsenet tilikaudella 2025

Seija Aalto
Ilkka Kantola
Arto Kärkkäinen
Carita Lepikonmäki
Jyrki Liljeroos
Jyrki Lilleberg
Minna Multisilta
Päivi Myllykangas
Sirkka Saranki-Rantakokko
Markku Savolainen
Anja Valta
Tuomas Varis

Pääsihteeri Marjaana Lahti-Koski

Johtaja, Tuotteet, palvelut ja viestintä

Eeva Hietalahti

Johtaja, Talous ja rakenne Pekko Sivén

Hallintopäällikkö Katja Hohtari

sydan.fi | neuvokasperhe.fi
sydanmerkki.fi | defi.fi

RAKENNE JA TUKITOIMINNOT tuloksia

Kohderyhmä	Toimintasuunnitelman tavoite 2025	Tuloksia2025
Jäsenjärjestöt	Jäsenjärjestöt kykenevät toimimaan Yhteinen sydäntyömme –käsikirjassa määritellyn roolinsa mukaisesti.	<ul style="list-style-type: none"> Jäsenjärjestöistä 68% (tavoite 80) koki saavansa tarvitsemansa tuen (vastaus 3-5, huomioitu kaikki liiton tukeen liittyvät kohdat). Jäsenjärjestöjen toimintakyky (oma-arvio osana toimintatiedustelua), keskiarvo 2,35 (2024: 2,61) asteikolla 1-4. Yhtään rakenneuudistusta ei käynnistynyt (Tavoite: Yksi rakenneuudistus käynnistynyt)
Jäsenjärjestöt ja yhdistykset	Paikallistoiminta vahvistuu ja yhdistystoiminnan sisällöt vastaavat paremmin kohderyhmien toiveita	<ul style="list-style-type: none"> 2 (tavoite 2-3) kuvattua yhdistystoiminnan sisältöä valmiina.
Jäsenjärjestöt ja yhdistykset	Sydänliiton paikallinen näkyvyys ja jäsenhankinta vahvistuvat.	<ul style="list-style-type: none"> Sydänviikon viettoon osallistui 144 yhdistystä ja 11 jäsenjärjestöä. 85 (tavoite 150) yhdistystä osallistui Sydänviikon teemanmukaiseen viettoon. Täysin uusien jäsenten määrä 4 500 (tavoite 5000), jäsenyyden kesto 10,6 vuotta (tavoite 10) vuotta, sekä jäsenyyden suositelluaste: Ei kysytty (tavoite NPS=30).
Jäsenjärjestöt ja yhdistykset	Uuden strategian valmistelu käynnistyy.	<ul style="list-style-type: none"> Strategiatyön pohjaksi tarvittava perusta määritelty.
Vapaaehtoiset, jäsenjärjestöt ja yhdistykset	Vapaaehtoistoimintamme innostaa mukaan uusia toimijoita ja he saavat tarvitsemaansa tukea.	<ul style="list-style-type: none"> 4 100 (tavoite 3200) vapaaehtoistoimijaa
Lahjoittajat	Sydänliiton yleishyödyllisen toiminnan rahoitus vahvistuu varainhankinnan tuotoilla.	<ul style="list-style-type: none"> Nettotuotto 436 606 euroa (tavoite 509 000)
Sydänliitto	<p>Keskitetty IT-johdaminen otetaan käyttöön Sydänliitossa.</p> <p>Uusi B2B-CRM-järjestelmä otetaan käyttöön ja asiakkaiden hallinta kehittyy.</p> <p>Sydänliiton tietoturvasuhteet paranevat.</p>	<ul style="list-style-type: none"> IT-hallintamalli luotiin 2025 vuoden aikana. Se on hyväksytty tammikuussa 2026 käyttöön. IT-hallintamallin valmistuttua tietojärjestelmien omistajia ja pääkäyttäjiä määritellään ja ohjeistetaan vuoden 2026 aikana. Asiakashallintaympäristön ja keskitetyn datahallinnon projekti kilpailutettiin ja B2B vaihe valmistuu vuoden 2026 loppuun mennessä. M365-hallintamalli ja M365 ympäristön auditointi kilpailutettiin. IT-käyttösaannot luotiin vuoden 2025 aikana ja hyväksyttiin käyttöön tammikuussa 2026. Liiton henkilöstölle rakennettiin tietoturvakoulutus, joka käynnistyi tammikuussa 2026.

KOKO LIITON PÄÄMITTARIT tuloksia

