

HUMANISTINEN AMMATTIKORKEAKOULU

OPINNÄYTETYÖ

Kalevankadun elävöittäminen Nenäpäivätapahtumalla

5.11.2010

Maria Heikkilä

Kulttuurituotannon koulutusohjelma (240 op)

Toukokuu/2011

HUMANISTINEN AMMATTIKORKEAKOULU

Koulutusohjelman nimi

TIIVISTELMÄ

Työn tekijä Maria Heikkilä	Sivumäärä 34 ja 4 liitesivua
Työn nimi Kalevankadun elävöittäminen Nenäpäivän avulla	
Ohjaava(t) opettaja(t) Jyrki Simovaara	
Työn tilaaja ja/tai työelämäohjaaja Ravintola Villi Wäinö	
Tiivistelmä <p>Tämän opinnäytetyön tavoite oli tehdä Helsingin Kalevankadun kävelykatua tunnetuksi Nenäpäivän avulla. Tässä projektissa olivat mukana Humanistinen Ammattikorkeakoulu, Ylen Hyvä Säätio sekä tapahtumassa mukana olleet Kalevankadun kahdeksan yritystä.</p> <p>Tästä opinnäytetyöstä on hyötyä seuraavalle taholle, joka haluaa tehdä samankaltaisen tapahtuman, johon on yhdistetty yritys yhteistyö sekä hyväntekeväisyys. Tämä tapahtuma tehtiin ensimmäistä kertaa, eikä sille ole vertailukohdetta muusta samankaltaisesta tapahtumasta.</p> <p>Opinnäytetyön tilaaja oli Ravintola Villi Wäinö Kalevankadulla. Opinnäytetyön tavoitteet olivat elävöittää Kalevankatua uudella tapahtumalla sekä kerätä varoja Nenäpäivälle. Tässä projektissa oli mukana myös Humanistisen Ammattikorkeakoulun syksyllä 2010 aloittaneet uudet opiskelijat. Heidän tehtävänä oli tapahtuman suunnittelu sekä toteutus yhdessä Kalevankadun yrittäjien kanssa, jotka olivat mukana tapahtumassa.</p> <p>Tämä tapahtuma oli ainutlaatuinen ja sillä olisi mahdollisuus kasvaa jatkossa isoksi hyväntekeväisyystapahtumaksi Helsingin ydinkeskustassa.</p> <p>Kerron opinnäytetyössäni projektin suunnittelusta, toteutuksesta sekä arvioin tapahtumaa projektin hallinnan näkökulmasta.</p>	
Asiasanat yhteistyö, yritykset, hyväntekeväisyys	

HUMAK UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Name of the Degree Programme

ABSTRACT

Author Maria Heikkilä	Number of Pages 34
Title Enliven Kalevastreet with the help of the finnish Red Nose Day	
Supervisor(s) Jyrki Simovaara	
Subscriber and/or Mentor Restaurant Villi Wäinö	
<p>Abstract</p> <p>Objective of this thesis was to make the Helsinki Kalevankatu promenade known with Red Nose Day. In this project we were involved in Humanities Sciences, YLE Good Foundation and the events involved in the Kalevankatu eight companies.</p> <p>This thesis will be useful for your next party, who wants to do a similar event, combined with corporate co-operation as well as charities. This event was made the first time, and there is no benchmark against other similar event.</p> <p>Thesis was ordered by Restaurant Villi Wäinö at Kalevankatu. The thesis objectives were to enliven Kalevankatu at the new event and raise funds for Red Nose Day. In this project, was also included in the Humanities Sciences in the autumn of 2010 started the new students. Their task was to event planning and execution together Kalevankatu with entrepreneurs who were involved in the event.</p> <p>This event was unique and would have the opportunity to grow up charity event in downtown Helsinki.</p> <p>I tell my thesis project planning, implementation and evaluation of an event from the perspective of project management.</p>	
Keywords co-operation, businesses, charities	

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	5
2 TAPAHTUMAN TAVOITTEET	6
3 SUUNNITTELU	7
3.1 Yritysryhmän ideoita	11
3.2 Varainkeruun ideoita	12
3.3 Nettiryhmän ideoita	13
6 ARVIOINTI	25
6.1 Opiskelijoiden kokemukset	26
6.2 Oma rooli	29
6.3 Yhteistyö	30
LÄHTEET	34
LIITTEET	35

1 JOHDANTO

Kalevankatu on uusi kävelykatu Helsingin keskustan sydämessä. Sitä ennen se oli yksisuuntainen ajotie. Valtaosa Kalevankadun kivijalkayrityksistä ovat erilaisia ravintoloita. Suuri katuremontti vei kadulta paljon näkyvyyttä pitkäksi ajaksi ja samaan aikaan Kalevankadun alkupäähän rakennettiin Stockmannin uusi parkkihalli, jonne ajetaan Mannerheimin tieltä. Se valmistui viimeisenä. Kalevankadun kävelykadun kivijalkayritykset ovat suurimmalta osin erilaisia ravintoloita sekä pienyrityksiä.

Kalevankadun Nenäpäiväprojekti sai alkunsa toukokuussa 2010. Lähtökohtana oli elävöittää Kalevankatua ja saada sille uutta näkyvyyttä pirteän ja iloisen hyväntekeväisyystapahtuman, Nenäpäivän avulla, koska suuri katuremontti oli vienyt siltä näkyvyyttä. Jotta Kalevankatu saataisiin esille, tarkoitus oli tehdä ohjelmaa itse kävelykadulle sekä sisälle Kalevankadun yrityksiin siten, että yritykset saisivat uusia asiakkaita lähiympäristön yrityksistä. Hyväntekeväisyys näkökulma olisi helppo tapa saada ihmiset liikkeelle, ja innostua tempauksesta.

Tapahtumaa ei olisi pystynyt yksin tekemään Kalevankadun yritykset, vaan siihen tarvittiin avuksi oma organisaatio. Tapahtuman tilaajaksi päätyi Ravintola Villi Wäinö, yksi Kalevankadun yrityksistä. Ravintola Villi Wäinön ohjelmapäällikkö Olavi Kajantie oli tapahtumaidean isä ja tilaajan edustaja. He olivat järjestäneet edellisenä vuonna (2009) ravintola Villi Wäinössä Nenäpäivätapahtuman ja siitä poiki suurempi ajatus tehdä Kalevankadulle oma Nenäpäivätapahtuma, joka mahdollisesti onnistuessaan voitaisiin toteuttaa myöhemmin uudelleen. Tapahtuman tilaajalla oli hyvät kontaktit Yle Hyvä Säätiöön sekä Humanistiseen Ammattikorkeakouluun, joten tämän vuoksi oli luonnollista pyytää heiltä apua tapahtuman toteuttamisessa.

Kalevankadun Nenäpäivätapahtumaa alettiin suunnitella ja ideoida yhteisellä tapaamisella 6/2010. Mukana olivat Yle Hyvä Säätiön edustaja Anu Puurula, Olavi Kajantie ravintola Villi Wäinöstä sekä Maria Heikkilä Humanistisesta ammattikorkeakoulusta, joka teki tapahtumasta opinnäytetyönsä.

Samankaltaista tapahtumaa ei ole tehty aikaisemmin Helsingissä, joten aikaisempaa vertailukohdetta ei ollut tapahtumaa suunniteltaessa. Jos tapahtuma järjestetään uudestaan, on tämä opinnäytetyö seuraaville tekijöille vertailukohteena ja haasteena. Tähän pilottihankkeeseen osallistuivat myöhemmin syksyllä myös Humakin ensimmäisen luokan kulttuurituotanto-opiskelijat sekä heidän ohjaajat, lehtorit Jyrki Simovaara sekä Arto Lindholm. Tämä tapahtuma oli ensimmäinen kaikille, myös minulle. Otin haasteen vastaan, koska voisin hyödyntää vuosien saatossa oppimiani asioita ja samalla oppia myös uutta. Tässä opinnäytetyössäni raportoin tapahtuman kulkua ja sen hallintaa projektipäällikön näkökulmasta.

2 TAPAHTUMAN TAVOITTEET

Tavoitteena oli elävöittää ja tuoda paljon näkyvyyttä uudelle kävelykadulle, sekä tapahtumassa mukana oleville Kalevankadun yrityksille Nenäpäivän avulla. Tapahtuman tavoitteena oli myös kerätä mahdollisimman paljon varoja Nenäpäivälle. Tapahtuman tavoite olisi myös saada siitä mahdollisesti jokavuotinen, jotta se tulisi tutuksi kaupunkilaisille ja olisi yksi positiivisesti tunnettu helsinkiläinen tapahtuma loka-marraskuussa. Tapahtuman tavoite minulle oli myös johtaa projektia niin, että kaikki mukana olevat tahot pystyivät työskentelemään yhdessä yhteisen päämäärän saavuttamiseksi.

Tapahtumasta hyötyivät Kalevankadun yritykset sekä Ylen Hyvä Säätiö, joka jakoi tuotot eteenpäin hyväntekeväisyyskohteisiin. Tapahtumasta hyötyi myös Humanistisen Ammattikorkeakoulun uudet opiskelijat, jotka pääsivät heti kokeilemaan tapahtuman tuottamiseen tarvittavia edellytyksiä. Tapahtuman onnistumista ei voinut ennakoida, koska samanlaista tapahtumaa ei oltu aikaisemmin tehty. Meillä ei ollut vertailukohdetta. Tapahtuman osallistujien odotukset olivat avoimet, eikä alkuun suunniteltu mitään erityisiä tavoitteita, esim. myyntitavoitteita.

Nenäpäivää vietettiin 5.11.2010. Nenäpäivänä kerätään varoja huumorin ja viihteen keinoin maailman köyhimmässä olissa asuvien lasten auttamiseksi. Kampanjan symbolina on punainen Nenä. Nenäpäivää vietetään kerran vuodessa loka-

marraskuussa. Joka vuosi Nenäpäivässä on mukana kymmeniä julkisuuden henkilöitä, jotka antavat työpanoksensa kampanjan tukemiseksi. Nenäpäivä (Red Nose Day) on saanut alkunsa Isosta Britanniaasta 20 vuotta sitten.

Nenäpäivän järjestää Yle Hyvä Säätiö. Sen perustivat Suomen Punainen Risti, Kirkon Ulkomaanapu ja Suomen UNISEF vuonna 2004. Pelastakaa Lapset, Plan Suomi Säätiö, Fida International, Suomen Lähetysseura, Kansainvälinen solidaarisuussäätiö sekä Suomen Ammattiliittojen Solidaarisuuskeskus (SASK) ovat toiminnassa myös mukana.

Nenäpäivän tuotto kanavoidaan Yle Hyvä Säätiön toiminnassa mukana olevien avustusjärjestöjen kautta pitkäjänteiseen kehitysyhteistyöhön Afrikassa, Etelä-Aasiassa ja Väli-Amerikassa. Keräystuotto käytetään lasten koulutukseen, perheiden ja yhteisöjen vahvistamiseen sekä terveyden ja hyvinvoinnin edistämiseen mm. Etiopiassa, Keniassa, Somaliassa, Nepalissa, Sierra Leonessa ja Hondurasissa. (Ylen Hyvä Säätiö 2011.)

3 SUUNNITTELU

Kalevankadun yrittäjät tavattiin 20.8. yhteisellä palaverilla, jossa tapahtuman tulevat pääpiirteet käytiin yhdessä läpi. Ensimmäisessä kokoontumisessa lähinnä esitettiin Kajantien sekä Puurulan kanssa tapahtuman idea paikalle tulleille yrittäjille, ja laitettiin ”ajatusnystyröitä” töihin siitä, minkälaista ohjelmaa jokainen yrittäjä olisi mahdollisesti kiinnostunut laittamaan omaan yritykseensä tapahtuman ajaksi. Tapahtuma saisi näkyvyyttä Yle Hyvä Säätiön avulla / kontakteilla sekä Humakilta, kun mukaan tapahtuman toteuttamiseen astui 25 syksyllä aloittanutta uutta opiskelijaa. Puurulan idea oli se, että opiskelijat jaettaisiin ryhmiin, ja keskenään, omista ryhmissään, he ideoisivat tapahtuman sisällön.

Nenäpäivä Kalevankadulla – tapahtuman suunnittelu käynnistettiin 3.9.2010 ravintola Villi Wäinössä, kun syksyllä uudet 25 kulttuurituottajaopiskelijaa tavattiin yhteisessä palaverissa. Tapahtuman ensiesittelyssä Ylen Hyvä Säätiön edustaja Puurula kertoi

Nenäpäivästä sekä yrittäjien edustaja Kajantie kertoi tapahtumasta yrittäjien näkökulmasta. Sen jälkeen Maria jakoi opiskelijat viiteen eri työryhmään, jotka olivat: markkinointi-, varainkeruu-, tapahtuma-, yritys- sekä nettiryhmä. He itse saivat valita mieluisan ryhmän, mihin sijoittua projektin ajaksi. Jokaisesta ryhmästä valittiin yksi ryhmänvetäjä. Ryhmän vetäjät muodostivat projektille projektiryhmän, joka informoi omaa työryhmäänsä sekä projektipäällikköä. Ideointi alkoi välittömästi ryhmissä ja tapahtumassa mukana olevien yritysten tiloihin käytiin tutustumassa.

Kalevankadun Nenäpäivä tapahtumaan osallistuivat tapahtuman tilaaja ravintola Villi Wäinö, Ylen Hyvä Säätiö ja Humanistisen Ammattikorkeakoulun lisäksi seuraavat Kalevankadun yritykset: Optikko Walter, ravintola Baker's, ravintola Kosmos, Suupohjan Osuuspankki, ravintola Base, kahvila SIS.Deli + Café ja huonekaluliike Isku.

Aikataulu

Täsmällistä aikataulua minulla ei ollut, enkä suunnitellut sitä ensialkuunkaan. Minulla oli pääpiirteinen aikataulu, jossa olin ottanut huomioon mahdolliset myöhästymiset. Kai Ruuska mainitsee teoksessaan: Pidä projekti hallinnassa (2008, 177), kuinka projektin suunnittelu täytyy olla tarkoituksenmukaista, mutta järkevintä on suunnitella vain sen verran, mikä on tehtävän suorittamisen kannalta välttämätöntä.

1.10. Tapahtuman sisältö oltava valmis (sisältö oli valmis 8.10.) eli ohjelma yrityksissä → julisteiden suunnittelu alkaa

13.10. Flyerit ja julisteet lähtevät painoon

19.10. Internet-sivut avataan (www.kalevankatu.fi)

22.10. Flyerit sekä julisteet jaetaan ryhmän kesken ja niitä aletaan jakaa kaduilla tapahtumaviikolla

25.10. ensimmäiset markkinointikirjeet lähetetään, toinen kierros tapahtumaviikolla alkaen 1.11.

Tähän pääpiirteissään olevaan aikatauluun mahtui toki myöhästymisiä. Ne olivat lähinnä tapahtumaryhmällä, koska yrittäjät olivat välillä hitaita vastaamaan sähköposteihin ja päätösten teko esim. yrityspakettien sekä lopullisen ohjelman

suhteen venyi. Missään kohti en epäillyt epäonnistumista. Kaikki olivat motivoituneita. Kai Ruuska kertoo teoksessaan: Pidä projekti hallinnassa (Ruuska 2008, 179) kuinka projektisuunnitelmassa on tärkeää tietää mitä tehdään, kuka tekee ja mihin mennessä. En suunnitellut ryhmille mitään aikataulua etukäteen, koska ennen ideointivaihetta en osannut arvioida tulevan tapahtuman sisältöä. Samassa pohdin opiskelijoiden omaa aikataulua. Jos olisin tehnyt aikataulun heille, kuinka moni olisi sitä voinut noudattaa koulun sekä omien töiden ohessa. Olisiko siitä tullut enemmän säätämistä? Ryhmät oma-aloitteisesti, omien menojensa ja harrasteidensa puitteissa suunnittelivat ryhmänsä aikataulut. Ohessa esimerkkinä Yritysryhmän aikataulu:

Viikko 38 on sähköpostien laatimista valmiiksi, yhteystietojen keräämistä, taustatietojen keräämistä, tilinumerot, mistä sähköpostit lähetetään, kirjekuoret ja postimerkit. Tehdään kaikki mahdollisimman valmiiksi.

Viikko 39 lähetetään ensimmäinen sähköposti yrityksille, joka sisältää: Kalevankadulla tapahtuu 5.11. Ohjelmia on suunniteltu ja tarjouksia laadittu juuri Teitä varten, Nenäpäiväkeräys - info. Lisää infoa myöhemmin. Yritetään välittää fiilis mahtavasta ideasta ja päivästä, jota ei kannata ohittaa. Tarkoitus on saada mielenkiinto heräämään ja päivämäärä 5.11. jäämään mieleen. Toivotaan, että www-sivut olisivat valmiina tähän mennessä.

Viikko 40 Lähetetään toinen sähköposti yrityksille, joka sisältää: Infoa paketeista ja tarjouksista. Lisää tarkempaa infoa koko päivästä ja tapahtumasta, imago huomioitu visuaalisuudessa, mahdollinen ”slogan”.

Viikko 41 Lähetetään kirje, joka sisältää infoa Kalevankadun tapahtumasta ja ohjelmasta 5.11. listan paketeista ja tarjouksista, flaikkuja ja matskua Nenäpäivästä.

Viikko 42 ja 43 Lähetetään lyhyitä ja ytimekkäistä sähköposteja uusimmista päivityksistä, jotka myös www-sivuilla.

Viikko 44 Lähetetään sähköposti muistutuksena ja fiiliksen nostattajana. www-sivujen päivityksiä.

Yhteisiä tapaamisia yrittäjien sekä opiskelijoiden kanssa oli 17.9–3.11. välisenä aikana kaiken kaikkiaan seitsemän ja jokaisella kerralla käytiin sen hetkinen tilanne läpi.

Jos minulla olisi ollut tulevasta tapahtumasta täysin valmis suunnitelma jo syyskuussa, en usko, että tapahtumasta olisi tullut niin monimuotoinen ja värikäs. Tarkoitushan oli, että opiskelijat suunnittelevat kaiken. Ohjausryhmä yhdessä tukiryhmän kanssa antaa rajat / mahdollisuudet toteutukselle (Löow 2002, 29). Ohjausryhmänä toimivat Kalevankadun yrittäjät, Humak sekä Maria Heikkilä. Tapahtuma oli ennen kaikkea tekijöidensä, eli opiskelijoiden näköinen.

Tapahtumaryhmä suunnitteli ensin yhdessä Kalevankadun yrittäjien kanssa räätälöidyn ohjelmiston yrityksiin, sekä ohjelmiston kävelykadulle. Tapahtumaryhmä myös ryhmittyi keskenään pienryhmiin, jotta jokaisella yrityksellä olisi vielä oma tapahtumaryhmänsä. Tapahtumaryhmän tavoite oli luoda sisältö, joka olisi valmis lokakuun alussa 8.10.2010

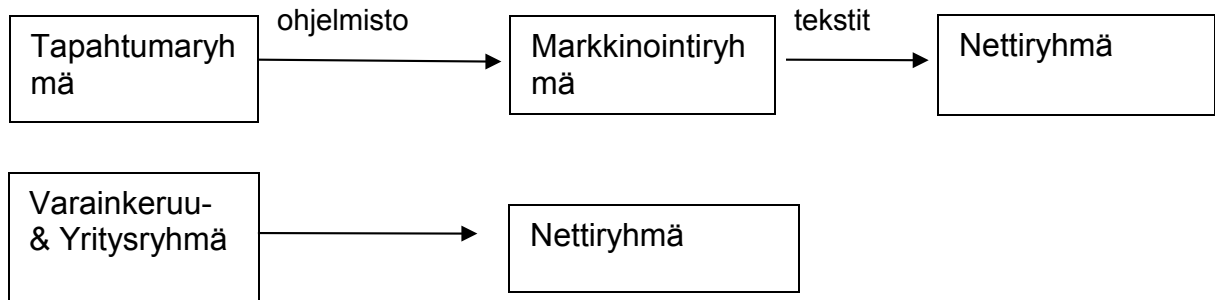
Samaan aikaan Yritysryhmä suunnitteli Kalevankadun yrittäjien kanssa yrityspaketteja, joita myytiin Helsingin ydinkeskustan yrityksille sähköpostitse, puhelimitse sekä paikan päällä käyden. Tavoitteena oli kerätä mahdollisimman monta yritystä, jolle markkinoida paketteja. Tarkoituksena oli saada alueen muut yritykset kiinnostumaan Kalevankadusta sekä Nenäpäivästä. Ideana oli myös saada lisää asiakaskulkua Kalevankadulle yritysten uutena kohtauspaikkana.

Markkinointiryhmä markkinoi tapahtumaa tehden tiedotteita lehdistölle, päivittämällä kaupungin eri tapahtumasivuja, jotka olivat ilmaisia. Heidän tehtävänsä alkoi heti, kun Tapahtumaryhmän sisältö oli valmis. Nenäpäivä Kalevankadulla -tapahtumalle luotiin oma Facebook-ryhmä. Markkinointiryhmä kirjoitti myös nettisivuille tekstiä, jossa esiteltiin mm. Nenäpäivä, tapahtumassa mukana olevat yritykset, niiden ohjelma, aikataulu.

Varainkeruuryhmä suunnitteli tapahtuman varainkeruun, lipaskerääjät ja punaisien Nenien myynnin Kalevankadulle. Varainkeruuryhmän tehtävänä oli myös keskustella Kalevankadun yrittäjien kanssa, mikä olisi yrityspakettien lahjoitusprosentti Nenäpäivälle. Tarkoituksena oli kerätä mahdollisimman paljon varoja hyvään

tarkoitukseen. Varainkeruuryhmä järjesti myös lipaskerääjille ilmaista välipalaa Primulalta, Hakaniemen Valintatalolta ja Taffelilta.

Nettiryhmän tehtävänä oli suunnitella julisteiden, flyereiden sekä nettisivujen ulkoasu. Ylen Hyvä säätiö auttoi nettisivujen ulkoasun suunnittelussa, joka olisi yhteneväinen heidän omien sivujen kanssa.



Kaikki tekivät töitä yhdessä sekä erikseen. Jokainen ryhmä suunnitteli sekä ideoi omissa ryhmissään vapaa-ajallaan. Nettiryhmä odotti aika loppumetreille saakka omaan työhön paneutumista, koska mitään keskeneräistä ei voitu kirjoittaa valmiiksi luoduille sivuille. Tapahtuman sisältötietoa odotellessa Nettiryhmä pohjusti julisteiden ja flyereiden asua, sekä nettisivuja mm. Nenäpäivä kuvilla, joita saatiin Ylen Hyvä Säätiöstä.

Tapahtuman ainutkertaisuus loi loistavat puitteet ”keksiä mitä vain” ja se oli vapaa-ajattelua parhaimmillaan. Siinä ei mietitty budjettia tai rahoitusta, vaan annettiin mielikuvituksen lentää. Kalevankadun yrittäjät tavattiin Villi Wäinössä 17.9.2010. Kokouksessa kuultiin opiskelijoiden ideat: mitä Kalevankadulla päivällä tapahtuisi, mitä markkinoisimme alueen muille yrityksille, jotta ne tulisivat perjantai-iltana töiden jälkeen Kalevankadulle. Ryhmien tiimin vetäjät esittäytyivät ja Kalevankadun yrittäjille ehdotettiin seuraavanlaisia ideoita:

3.1 Yritysryhmän ideoita

Yritysryhmän tiimin vetäjä kertoi yrittäjille heidän kehittämänsä ideat: Yrityspaketit räätälöitäisiin yhdessä yrittäjien kanssa. Ensimmäisessä Kalevankadun Nenäpäivä - tapahtuman suunnittelupalaverissa pohdittiin mm. seuraavanlaista: osallistumismaksu ja erilaisten pakettien suunnittelu. Erihintaiset paketit voisivat sisältää esimerkiksi mainostilaa www-sivuilta, pöytävarauksia tai saunan vuokrauksen. Tavalliseen osallistumismaksuun kuuluisi Nenät osallistujille ja drinkkilippu tai tarjous. Yrityspaketteja myydään ideoilla: "haastaminen ja kilpailuhenkisyys, sekä yhdessä hauskan pitäminen edistävät työyhteisön hyvinvointia ". "Tulot menevät hyvään tarkoitukseen". Yrityspakettien tarjoaminen: "Yrityksenne saa näkyvyyttä", "Hyvät raamit ja puitteet järjestää työpaikan virkistysilta tai muu juhla".

Yrittäjät ottivat ehdotukset mielenkiinnolla vastaan. Yritysryhmä sekä Varainkeruuryhmä alkoivat tehdä yhdessä töitä. Varainkeruuryhmä suunnitteli lopulta yrittäjien kanssa yrityspakettien sisältöä, jota Yritysryhmä alkoi myydä, koska lahjoitusprosentin neuvottelu myydyistä tuotteista kuului Varainkeruuryhmälle.

3.2 Varainkeruun ideoita

Varainkeruun tiimin vetäjä kertoi ryhmänsä kehittämät ideat yrittäjille: Tapahtumapäivänä flyereiden jakoa, eläinpukuiset maskottilipaskerääjät kulkevat Kalevankadulla ja sen välittömässä läheisyydessä. Varainkeruuta on potentiaalisissa paikoissa esim. Narinkkatori ja Rautatientori. Otetaan mukaan luotettavat kerääjät: vapaaehtoisia Lions Clubista ja Partiolaisista ja kaikkien tyyppien omat kontaktit. Tarjotaan mehut / mehunjakaja paikanpäälle missä kerääjät (pidetään ne lämpimänä ja tyytyväisinä, jolloin lipaskeräys on kivaa ja mielekästä). Paikka vaihtuu tietyn väliajoin ja halutessa annetaan työtodistus tehdystä työstä. Kadulla olisi toisella kerääjällä lipas, ja toisella aktiviteetti: kerrotaan vitsi tai otetaan kuva "virnistys"-kilpailuun, johon tarvitaan kamera. Muuta asiaa: henkilökunnan rekrytointi, organisointi, lipastoimisto. Rahalaskurit, kirjanpito, rahojen tilitys, rahojen lasku, laskuhenkilökuntaa.

Eläinmaskoteilla haluttiin tuoda uutta väriä lipaskeräykseen sen sijaan, että se olisi tehty ”perinteisin keinoin” lipas kädessä seisoen kadun varrella. Tapahtumapäivänä eläinhahmot toivat hyvää mieltä kaupunkilaisille, ja aiheuttivat hilpeyttä julkisissa kulkuneuvoissa. Totta kai mukana oli myös perinteisiä lipaskerääjiä. Lipastoimistoa pidettiin Humanistisen Ammattikorkeakoulun Annankadun toimistolla. Glögiä jaettiin ravintola Villi Wäinön terassilta.

Tiimin vetäjä kertoi myös Varainkeruun ideoita Yrityspaketteihin

Ajatuksena olisi hauskenmpi tapa lahjoittaa rahaa, ostaa tarjottuja paketteja ja haastaa toiset yritykset leikkimielisesti. Esimerkiksi Hyvän mielen saunapaketti x -määrälle henkilöitä, joka sisältää mm. korin kaljaa, kuohuviinipullon x euroa. Nenäpäivän lounaspöytä x euroa. Nenäpäivän lahjakortti x euroa. Nenäpäivä afterwork- tuoli, joka sisältää x määrän juomia x hintaan ja Nenän. Nenäpäivän yllätys: tilaa ruokailu työpaikallasi tai Nenäpäivän yllätys: tilaa koomikko / tanssiesitys / bingo työpaikallasi ja saadaan siitä x hinta.

Alkoholin mainostaminen tai maininta hyväntekeväisyystapahtumassa ja sen markkinoinnissa ei ole sallittua, joten kuohuviinit sekä kaljakorit unohdettiin. Ravintola Villi Wäinö sekä Baker´s ottivat käyttöön saunapaketit ja Baker´s vielä lisäksi kokouspaketin. Kahvila SIS. Deli & Cafe suunnitteli luomuisen kokouseväspaketin ja Walter Optiikka työnäkötarkastuspaketin. Ravintola Kosmos lahjoitti koko päivän myynnistä 10 % Nenäpäivälle. Liite 2.

3.3 Nettiryhmän ideoita

Nettiryhmän tiimin vetäjä ehdotti ryhmänsä kehrittelemät ideat yrittäjille: Facebook – ryhmälle tietoa: ”Kun X määrä liittyy, X yritys lahjoittaa X summan rahaa”. Otamme porukalla Nenäpäivään liittyviä pöljiä kuvia ympäri kaupunkia (ja yhteistyökumppaneiden liikkeissä) – vai onko YLE:n arkistossa jo valmiiksi typeriä, mainostavia kuvia? Yhteistyökumppaneita esille tuovat Facebook-kuvat voisivat olla veikeitä, mutta haluaako kukaan, että kulttuurituottajat mainostavat Nenäpäivää? Pitäisikö tilalla ollakin esiintyviä artisteja tai muuta vastaavaa? Voiko ”Kun X määrä liittyy, X tekee sitä sun tätä”- teeman liittää jotenkin Nenäpäivänä tapahtuvaan

pöljäilyyn? Joku saa heittää jotakin kakulla, sotkea jonkun tyyppin taideteokseksi annetulla materiaalilla tai vastaavaa? Vai pitäisikö Facebookin sivuilla kirjoittaa päivitys tyyliin ”ensimmäinen joka kommentoi tätä kirjoitusta, saa oikeuden – - (tehdä jotakin pöljää jollekin/jonkun kanssa/lunastaa jotakin)”?

Pitäisikö Kalevankadun Nenäpäivän näkyä muuallakin kuin Facebookissa? Twitter voisi olla naamakirjan jälkeen ajankohtaisin. Myspacea käyttää toistaiseksi melko harva suomalainen. jaetaan pieniä julisteita esiintyvistä artisteista Nenä päässä ympäri keskustaa. Täytyykö julisteissa olla tekstiä? Tai jos on, pitäisikö se rajoittaa yhteen lauseeseen? Halutaanko julisteen olevan kokonainen mainos? Oliko markkinointiporukassa myös julistesuunnittelijoita? Onko tämä sen porukan heiniä? Nenäpäivä tulisi levittää myös Helsingin katukuvaan ympäri Helsinkiä, ei vain ydinkeskustaan. Yleisö Nenäpäivänä on rajaton. Onko Nenäpäivällä mitään myytävää materiaalia? Tuleeko nettisivuille kauppaa tai muuta sellaista?

Nettiryhmän toteutukset

Nettiryhmän tiimin vetäjällä oli enemmän kysymyksiä omalta ryhmältään: Onko nettisivujen visuaaliselle ilmeelle kuinka tarkat ohjeet? Ohjeet mitä hänellä tähän mennessä on – tutustu Nenäpäivän virallisiin sivuihin, tahdomme Kalevankadulle omat persoonalliset nettisivut, jotka aukeavat kuukauden päästä viimeistään. Sivujen väriteema tulee tällä hetkellä lähes ainoastaan logosta. Olisiko hyvä ottaa sivuille kuvia arkistoista? Onko nettisivuilla ainoat kategoriat: Yleistä Nenäpäivästä, Päivän tapahtumaohjelma, Kuvat, mahdollisesti videot, Uutiset, Lahjoita ja Yhteistyökumppanit. Olisiko sivun reunassa jokin kysely hyvä yleisön aktivoija? Onko nettisivujen osoite kalevankadunnenapaiva.fi tai vastaavaa? Meidän tehtävämme käynnistyy siinä vaiheessa, kun alamme saamaan nettisivuille / sosiaaliseen mediaan infoa, kuvia ja videoita.

Nettiryhmä teki Yle Hyvä Säätiön kanssa yhteistyötä sivujen suunnittelussa. Nettisivujen ulkoasu kulki käsi kädessä Nenäpäiväsivujen kanssa, jotta tapahtuman luonne osattaisiin yhdistää. Nettisivuilla esiteltiin Kalevankadun yritykset, niiden Nenäpäivätarjoukset sekä päivän ohjelmisto. Näkyvyyttä sivuilla saivat myös tapahtuman yhteistyökumppanit.

3.4 Tapahtumaryhmän ideoita

Tapahtumaryhmän tiimin vetäjä esitteli sisältöideat koko Nenäpäivätapahtumalle: Olimme hahmotelleet päivän jakautuvan kolmeen aikapalkkiin. Jokaisessa aikapalkissa ohjelma olisi hieman erilaista ja eri kohderyhmälle, mielessä kuitenkin koko ajan Nenäpäiväkeräys.

Päivän aikapalkit olisivat suurin piirtein seuraavanlaiset:

11.30- 16.00 Päiväohjelma

17.00- 20.00 Yrityksille markkinoitava humoristinen kisailu

20.00-> Iltaohjelma

Päiväohjelma

Lounas- sekä virastojen aukioloaikaan olemme ideoineet ohjelmaa, jonka tarkoituksena on tarjota hauskuutta ja osallistumismahdollisuuksia ohikulkijoille, houkutella ihmisiä Kalevankadulle ja sitä kautta saada kerättyä rahaa ohjelman sekä lipaskeräyksen avuin.

Ideota olisi mm. Ilmapalloreitti Mannerheimintien puissa tapahtumaa kohti, avajaiset Kalevankadun alkupäässä, Nenien myyntikoju, ilmapallojen jako, Nenäpäivä-glögin myyntiä, Nenäpäivälounas Kosmoksessa, Baker´issa, SIS.Delissä klo 11.30-15.00 (täytyy kysyä tarkat lounasajat). Kuoro esiintyy (esitys toistuisi tunnin välein, 4krt), viittomakielentulkkiopiskelijat tulisivat tulkkamaan lauluja (HUMAK yhteistyö), kadulle "ilvelijöitä" luomaan karnevaalihenkeä esim. ilmaisutaidon lukiolaisia (Kallio, Martinlaakso). Kuvataidelukiolaiset piirtämään pilakuvia ihmisistä maksua vastaan, pantomiimi- ja improvisaatioesityksiä kadulle sekä sisälle yrityksiin (muutamia kontakteja on). Terasseille laulajia, pikku bändejä (HUMAKin opiskelijoista, tutuista, LYHTY ry jne.). Päiväkodit mukaan: Nenäpäiväpostikorttien suunnittelu ja niiden myynti tapahtumassa

Nenien myyntikoju sijoitettiin ravintola Villi Wäinön terassille, jossa myös jaettiin ilmaista glögiä ohikulkijoille. Nenälounas Kosmoksessa sekä Baker´issa myös toteutuivat. SIS. Deli + Cafessa oli Nenäpäiväleivos. Pantomiimiesityksistä vastasi

Vantaan tanssiopiston Rikka-ryhmä ja hienon pantomiimiesityksen tapahtumalle loihti Työväen Akatemian teatterilinjalaiset.

Yrityksille markkinoitava ohjelma

Virastojen ja yritysten aukiolon päätyttyä olisi vuoro yrityskisailun, jota on markkinoitu etukäteen ja osallistuvat joukkueet ovat ilmoittautuneet maksamalla osallistumismaksun. Yrityskisailu on tällä hetkellä saanut väljästi teemakseen Gladiaattori henkisen kujan, jossa joukkueet ottavat mittaa toisistaan. Katu saa näkyvyyttä ja houkuttelee katsojia. Katu tarjoaisi yritysohjelman lisäksi myös ohikulkijoille pientä viihdykettä. Ennakkotehtävä: ilmoittautuville ryhmille annetaan ennakkotehtäväksi suunnitella T-paita, joka tullaan toteuttamaan Gladiaattorikisan aluksi tai lopuksi. Nenäpäivän iltana paidat huutokaupataan ja rahat tulevat hyväntekeväisyyteen. Paidoille voisi antaa 10€ lähtöhinnan, mutta tilanteen vaatiessa hintaa voidaan alentaa. Tapahtuman järjestäjät (me) tarjoaisimme T-paidan, peruskangasvärejä, sakset jne. Ryhmät voivat halutessaan ottaa mukaan omia tarpeitaan. Varsinainen yritysohjelma unohdettiin aikataulullisista syistä. Ohjelma olisi pitänyt markkinoida yrityksille jo hyvissä ajoin keväällä.

Tapahtumaryhmän iltaohjelma:

Illan pimetessä ohjelma siirtyy kadulta pääasiassa sisätiloihin, ulkonakin voisi olla jotain mukavaa ohjelmaa houkuttimena yleisölle. Terasseilla olisi soittajia (akustisesti), stand up koomikko – Nenäpäivä huutokauppa, juhлагаala juontajineen (yritysten tekemät T-paidat). Nenäpäivä Bingo jossa osallistujat maksavat esim. 5€ ja saavat Nenän. Voittaja saa heittää baarimikkoa kakulla (Bingoa voi järjestää useaan otteeseen illan aikana). Iltaohjelmassa olisi bändejä, artisteja, esiintyjiä (mahdollisesti 2 bändiä / baari). Kysymyksiä: turvallisuus/ tapaturmat kisailussa? Kuinka hoidamme vakuutusasiat, kuinka hoidettu edellisvuosina? Saako kadulla soida iloinen musiikki? Saako palkinnoksi antaa esim. drinkkilippuja? Saako Ruttopuistoa käyttää?

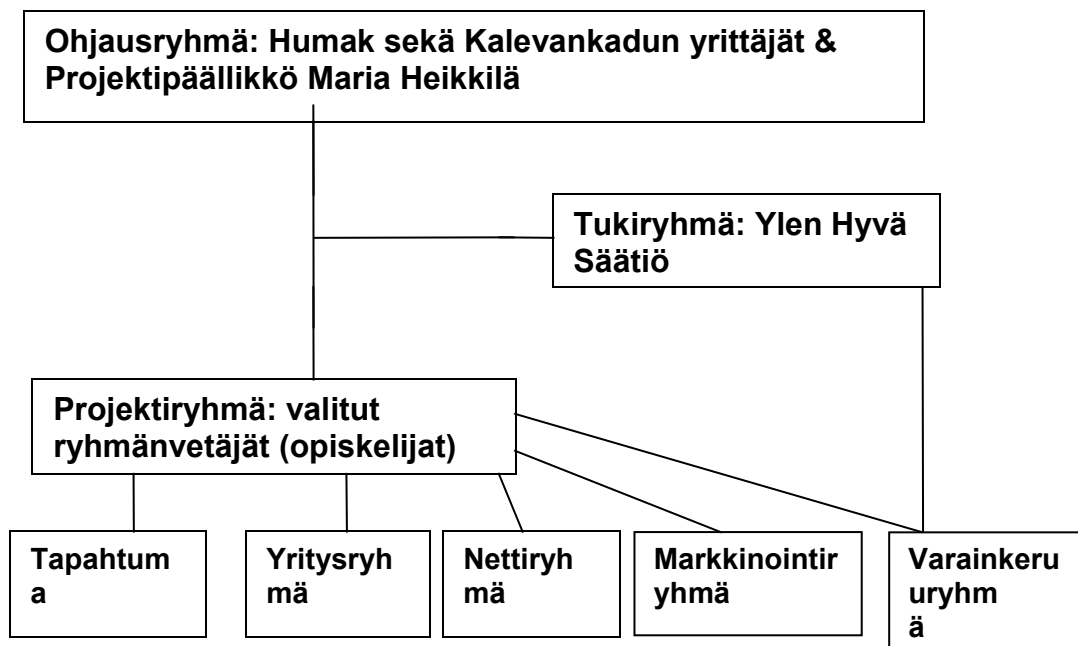
Iltaohjelma Kalevankadun yrityksissä painottui musiikkiin. Jokaiseen yritykseen saatiin persoonallinen ohjelmisto ja kisailuvisailuleikit unohdettiin siitäkin syystä, että tapahtuman ainutkertaisuuden vuoksi, ei lähdetä ”yrittämällä yrittää hauskan pitoa”

vaan panostetaan hyviin bändeihin ja tunnelmaan. Tapahtuma oli suunnattu aikuisille helsinkiläisille, jotka viettäisivät vapaa-aikaansa Kalevankadun yrityksissä.

Yhteyttä kaikkiin tapahtumassa mukana oleviin yrityksiin pidettiin sähköpostitse. Loin Gmail.com-sähköpostijärjestelmään kalevankatu1 -sähköpostiosoitteen. Pidin opiskelijoihin myös sen kautta yhteyttä ja sen kaveriksi otettiin vielä Humak Pron oma viestitysjärjestelmä.

Kalevankadun Nenäpäiväprojektioorganisaatio oli seuraava: ohjausryhmänä toimivat Humanistinen ammattikorkeakoulu sekä Kalevankadun yrittäjät, projektipäällikkönä Maria Heikkilä, tapahtuman tukiryhmänä Ylen Hyvä Säätiö, projektiryhmänä olivat uudet opiskelijat, jotka ryhmittäytyivät pientyöryhmiin.

Kalevankadun Nenäpäivän projektioorganisaatio



Kuva 1

Koko tapahtuman ohjausryhmäksi muodostuivat Humanistinen ammattikorkeakoulu sekä Kalevankadun yrittäjät. Monica Löow kertoo teoksessaan: Onnistunut projekti (2002, 29), kuinka ohjausryhmän tehtävänä on päättää projektin kokonaistavoitteista,

määrittää sen puitteet ja lähtökohdat, sekä päättää niiden mahdollisista muutoksista. Kalevankadun ohjausryhmästä yrittäjät suunnittelivat yhdessä opiskelijoiden kanssa ohjelmiston omaan yritykseensä. He antoivat siihen yrityksensä tilat ja sopivan aikataulun ohjelmiston esittämiseen. Projektiryhmä, eli opiskelijat toteuttivat tapahtuman annetuissa kehyksissä. Koulu ohjasi opiskelijoita. Projektipäällikkö Maria Heikkilä toimi tapahtuman organisaattorina, aikatauluttajana sekä Projektiryhmien vetäjänä. Ylen Hyvä Säätiö tuki Projektiryhmiä sekä Mariaa mm. neuvonantajana, ideoijana. Ylen Hyvä Säätiö antoi myös tapahtumalle mahdollisuuden hoitaa laskutukset heidän kauttaan.

Meillä oli kaksi kuukautta aikaa ideoida ja toteuttaa Nenäpäivätapahtuma Kalevankadulle. Ensimmäisenä urakan aloittivat Tapahtumaryhmä. Samaan aikaan Varainkeruuryhmä suunnitteli yrityspaketteja yhdessä Kalevankadun yrittäjien kanssa, joita alkoivat sitten markkinoida Kalevankadun lähiyrityksille Yritysryhmä.

Netti- ja Markkinointiryhmä odottivat tapahtuman sisältöä julkaistavaksi. Ajatukseni oli, että kahdessa viikossa, ensimmäisestä tapaamisesta, meillä olisi tapahtuman sisältö valmiina, jotta Nettiryhmäläiset pääsevät luomaan sivuja. Lokakuun alussa, kuukausi ensimmäisestä tapahtumasta, meillä olisi sisältö valmis ja nettisivut aukeaisivat. Markkinointi alkaisi aktivoitua viimeistään kaksi viikkoa ennen tapahtuman alkua.

4 TAPAHTUMAN SISÄLTÖ

Tapahtuman sisältöä alettiin luoda yrittäjien yhteisillä tapaamisilla. Olin mukana kaikissa yrityspalaverissa ohjelmistoa suunniteltaessa.

Ravintola Basen ravintolavastaava Heinänen tavattiin 28.9. Hänelle ehdotettiin Burleski-tyyppistä iltaa, josta hän innostui kovasti. Samassa palaverissa käytiin tekninen kalusto läpi; mitä talolla oli valmiina tarjolla ja mitä mahdollisesti tarvitaan lisää. Nenäpäivälle lahjoitettava osuus sen illan myynnistä jäi vielä auki.

Suupohjan Osuuspankin johtaja Kajanti tavattiin 29.9. Samana päivänä oli tapaaminen Iskussa sisustusmyyjä Pointerin kanssa. Sekä Iskuun, että Suupohjan

Osuuspankkiin tarjottiin ihmispatsaita ikkunalaudoille, ohikulkevia ihmisiä ilahduttamaan. Iskuun pyrittäisiin saamaan vielä lisäksi bändi soittamaan musiikkia. Suupohjan Osuuspankissa pohdimme ohjelmaa yhdessä, sillä pankin tilat olivat rajalliset turvallisuussyistä. Kokoushuoneen tiloja saimme hyödyntää. Samoin näyteikkunoita. Myöhemmin tuli ilmi, että Vantaan Paimentien toimintakeskus olisi innokas pitämään pankin tiloissa myyjäiset.

Baker´sin ravintolanjohtaja Valkamo tavattiin 30.3. samoin SIS. Deli+Cafén emäntä Leikola. Baker´ssissä soittaisi illalla trubaduuri Ari Joki. Lisää ohjelmaa pyrittiin hakemaan. Tapahtumapäivälle ehdotettiin Menu-tarjouksia, sauna- ja kokouspaketteja. Samassa palaverissa Valkamo lupasi meille kabinetin tapahtumapäiväksi. SIS.Deli + Cafén ohjelma olisi kahvilan tilan haasteellisuuden vuoksi lähes sama kuin Iskussa, koska yritykset jakavat melkein saman liiketilan. SIS. Deli + Caféssa olisi tapahtumapäivänä kahvi & leivostarjous, josta jokaisesta ostetusta tuotteesta menisi 1€ Nenäpäivälle.

Optikko Walterin omistaja Kajo tavattiin 1.10. Heidän tiloihin ei tulisi varsinaista ohjelmaa, vaan sama ohjelma kävisi heille, mitä Iskun, SIS.Deli + Cafén sekä Suupohjan Osuuspankin ohjelma olisi. Yrityksille myytävä Nenäpäivätarjous olisi työnäkötarkastus, jonka ostamisesta meni 100 % hyväntekeväisyyteen.

Iltaelämään painottuva ohjelma yrityksissä ei yksin riittänyt, vaan iltapäiväkin hyödynnettiin ulkona Kalevankadulla. Koska kaupunki ei antanut lupaa järjestää ohjelmaa kävelykatuosuudelle siten, että siihen olisi rakennettu oma esiintymistila, oli otettava hyötykäyttöön ravintoloiden terassit. Kolmen Sepän suuri terassi toimisi päivällä tapahtuman ”päänäyttämönä”.

Tässä opinnäytetyössä en tarkastele tapahtumaa markkinoinnin näkökulmasta, mutta koen, että nämä markkinointikohdat on otettava esille, jotta tapahtuman laajuus tulisi helpommin esille.

Alueen lähiyritykset tulivat nauttimaan Kalevankadun yrityksiin palveluita esim. saunailtaa, josta meni tietty prosentti hyväntekeväisyyteen. Tämän markkinointi kuului Yritysryhmälle. Varainkeruuryhmä sopi Kalevankadun yrittäjien kanssa markkinoitavan tuotteen (saunailta), ja tuotteen hinnasta irrotettavan

lahjoitusprosentin. Tätä markkinoitiin myös nettisivuilla: ”Nenäpäivä Sauna: 22.10–19.11. saunan varaaville saunavuokrista 50 % hyväntekeväisyyteen.”

Kalevankadun yrityksissä tapahtuva iltaohjelma markkinoitiin helsinkiläisille omien nettisivujen, julisteiden, Facebookin sekä flyereiden kanssa.

Itse Kalevankadulla tapahtuva päiväohjelma esim. Nenätanssit sai näkyvyyttä myös yllämainituissa markkinointikanavissa, mutta sen lisäksi tapahtuma sai vielä kuuluvuutta radioitse Ylen Aikaisen suorassa lähetyksessä.

Julisteissa sekä flyereissa mainittiin tapahtumassa mukana olevat yritykset logoilla ja nettisivuilla yrityksiä markkinoitiin houkuttelevasti Nenäpäivätapahtumaa markkinoiden. Seuraavassa esimerkki: ”Suupohjan osuuspankissa voi tehdä mielenkiintoisia löytöjä, kun Vantaan kaupungin vammaispalvelujen työ- ja toimintakeskukset pitävät siellä myyntinäyttelyn ja myyjäiset. Jokaista myytyä tuotetta kohden sponsori lahjoittaa 1 euron Nenäpäivän keräykseen.”

Ohjelman suunnittelu sujui lähes mutkitta, mutta kuitenkin tapahtuman luonne ja aikataulu ei kaikille halutuille esiintyjille sopinut. Jotkut halusivat palkkaa ja toisilla oli jo kalenteri täynnä. Yle Hyvä Säätiön omat kontaktit auttoivat meitä esim. laulaja Tero-Petri Turusta, ilmoitti halukkuutensa olla Kalevankadun Nenäpäivässä mukana. Tapahtuman runko valmistui vähitellen ja Nettiryhmä pääsi aloittamaan oman työnsä. Ainut ohjelma joka tarvitsi täydennystä viimeiseen asti, oli Kolmen Sepän terassin aamupäivä klo 12:00–15:00, jolloin tapahtuma alkoi virallisesti.

Yritysryhmä keräsi n. 130 lähialueen yrityksen sähköpostiosoitteiston. Heidän tavoite oli informoida mahdollisimman monia yrityksiä ja työporukoita Kalevankadun Nenäpäivästä. Tavoitteena oli saada mahdollisimman paljon asiakkaita listatuista yrityksistä asiakkaiksi Kalevankadulle vapaa-ajan viettoon. Tavoitteena oli myös jakaa tietoa Nenäpäivästä.

Samaan aikaan Varainkeruuryhmä neuvotteli Kalevankadun yrittäjien kanssa yrityspaketeista (Liite 2). Yle Hyvä Säätiön edustajan Puurulan kanssa he suunnittelivat tapahtuman lipaskeräystä; kuinka monta lipasta tarvitaan yrityksiin sisälle, itse lipaskerääjille, sekä kuinka hoitaa tapahtuman jälkeen lippaiden palautus

sekä tilitykset. Varainkeruu huolehti myös lipaskerääjien värväyksen, johon käytettiin mm. partiokontakteja, kouluja, urheiluseuroja. He järjestivät kerääjille pientä murkinaa Annankadun toimistolle ja pitivät jokaisen osallistujan kesken arvonnat, jossa palkintona oli kassillinen herkkuja sekä hassuttelutarvikkeita.

Nettiryhmä valmisti Internet-sivujen, sekä julisteiden / flyereiden ulkoasua. Nettisivujen tarkoitus oli tuoda tietoa itse Nenäpäivästä, lahjoituskohteista, kertoa tapahtumassa mukana olevista Kalevankadun yrityksistä, sekä mainita niistä tahoista jotka olivat tukemassa tapahtumaa mm. Helsingin Nuorisosiainkeskus, joka painatti julisteet ja flyerit ilmaiseksi.

5 TOTEUTUS

Nenäpäivä Kalevankadulla 5.11.2010

Ohjelmasta tuli seuraava:

Poikkeaa Nenäpäivä-kahville SIS.Deli + Cafeseen, lounasta Kosmoksessa, katsasta miimikot Optikko Walterissa tai Suupohjan Osuuspankissa ja seuraa ilveilijöitä Iskussa!

Kolmen Sepän terassi:

12:00 Nenätanssit Karelia-puhallinorkesterin tahdittamana. Kapellimestarina Heino Koskinen sekä solistina Hannu Lehtonen

Vantaan tanssiopisto Rikka

Sirkus Huima

15:00 Draamalinja esittää "Rikas mies jos oisin"

16:00 Draamalinja esittää "Rikas mies jos oisin"

16:30 Kuoro: Sivuääni

17:00 Kuoro: Four Hats

17:30 Lauluyhtye Suicide Sisters

18:00 Gaykuoro Out'n loud

Baker's

Nenäpäivätarjouksia sekä Nenäpäivä Menu

16:00 Ari Joki

19:00 Tero Petri

Ravintola Base goes Cabaret juontajana Miss Rosabelle Fairweather

19:30 Burleskitaidetta

21:00 Trubaduuri Tommy Gun

22:30 Burleskitaidetta

Olutravintola Villi Wäinössä illan juontaa Vallu Walpio

19:00 Unisoul

20:30 Kim Curly Band

22:00 Boys of the Band

23:20 Susanna Hietala



Kuva 2: Ravintola Base Goes Cabaret



Kuva 3: Suupohjan Osuuspankki



Kuva 4: Lipaskerääjä



Kuva 5: Olutravintola Villi Wainö

Tapahtumapäivälle klo 12:00–18:00 väliselle ajalle Tapahtumaryhmän tiimin vetäjä suunnitteli aikataulun, josta näki ketkä esiintyjät ovat missäkin yrityksessä esiintymässä. Siinä kävi ilmi myös kävelykadun aikataulu (Liite 3). Baker´sin

kabinetissa opiskelijat ottivat vastaan esiintyjät ja osa opiskelijoista jakoi glögiä Villi Wäinön terassilla. Humanistisen Ammattikorkeakoulun Annankadun toimistolla osa opiskelijoista otti vastaan lipaskerääjät ja siellä myös laskettiin lippaista saadut tuotot. Päivän päätteeksi arvottiin herkkukassit kaikkien lipaskerääjien kesken. Herkkukassien sisältö saatiin lahjoittajilta. Tapahtumaryhmäläiset hoitivat omat yrityksensä, joihin olivat suunnitelleet ohjelman. Illalla he ottivat esiintyjät vastaan ja olivat koko illan paikan päällä ”emännöimässä”. Kaikki osallistuivat tapahtumaan. Työvuorot suunniteltiin siten, että tapahtumaryhmä vastaa yrityksistä ja kadun esiintyjistä. Muut tiimit osallistuivat glögitarjoiluun, työskentelivät lipastoimistolla Annankadulla, koristelivat Kalevankatua ja ohjasivat esiintyjä oikeisiin yrityksiin esiintymään sekä ottivat vastaan esiintyjät Baker’sin kabinetissa sekä huolehtivat siellä mm heidän muonituksesta. Baker’s toimitti kabinettiin koko päivän ajan kahvia sekä teetä.

5.1 Budjetti

Varat tapahtumalle pyydettiin tapahtumassa mukana olevilta Kalevankadun yrityksiltä, jokaiselta 100€ markkinointimaksua. Kaiken kaikkiaan budjetti oli 800€. Aluksi en osannut arvioida, riittäisikö kyseinen summa tapahtumalta vaadittavaan toteutukseen, koska opiskelijat ideoivat koko tapahtuman. Tulevista keräysvaroista olisi voinut käyttää 10 % kuluihin Ylen Hyvä Säätiön luvalla. Tapahtuman alussa emme voineet tietää etukäteen Kalevankadun keräyksestä saatavaa summaa, joten emme laskeneet budjettia sen varaan. Yrityksiltä saatu markkinointimaksu oli se, jonka puitteissa pystyimme suunnittelemaan hankintoja. Kalevankadun koristelu ilmapalloilla oli suurin meno, joten budjetti ei olisi välttämättä riittänyt kaikkiin hankintoihin. Päätin pyytää lahjoituksia esimerkiksi Nuorisoaisankeskukselta painotuotteista. Varainkeruun tiiminvetäjä pyysi myös lahjoituksia lipaskerääjien muonitukseen. Baker’s antoi oma-aloitteisesti domainin käyttöömme. Sillä luotiin kalevankatu.fi-internetosoite. Sitä tulisi käyttämään myöhemmin Kalevankadun yritykset omissa tapahtumisissaan.

Lahjoitukset:

kalevankatu.fi -domain	Baker's
Nuorisoasiainkeskus	3000kpl flyereita & 100kpl julisteita
Ravintola Primula	120 kpl sämpylöitä
Valintatalo	sämpylöiden sisältö (kurkku, tomaatti)
Taffel	250 kpl mini sipsipussia
Laitila	virvoitusjuomia
Glögi	Villi Wainö
glögimuki	Suupohjan Osuuspankki

Lahjoitukset saimme sitä vastaan, että yritykset, jotka tukivat tapahtumaamme, saivat logonsa nettisivuille sekä painotuotteisiin. Karkeasti arvioituna lahjoitusten yhteissumma oli 1500€.

Suurin rahameno oli Kalevankadun koristelu tapahtumapäivänä. Ilmapallokokeskuksesta tilattiin 230kpl ilmapallon täyttö sekä kuljetus.

Menot:

pakastepussit	n. 5€
paperikassit	n. 5€
matkakorvauksia	80+80+140€
Ilmapallot Ilmapallokeskus	250€ sis. kulj+toimitus
poliisille ilmoitus	18€

Kokonaismenot olivat yhteensä 578€. Meidän ei tarvinnut käyttää kerättyjä varoja. Ylen Hyvä Säätiö toimi ns. "keskuspankkina" ja rahaliikenne hoidettiin sitä kautta, koska meillä ei ollut säätiötä tai yhdistystä omasta takaa, jonka kautta olisi voinut hoitaa raha-liikenteen kuten laskut ja matkakulut. Tapahtuman jälkeen Puurula lähetti pankkisiirtolomakkeet Kalevankadun yrityksille, johon he varsinaisen lahjoitussumman lisäksi lisäsivät sovitun markkinointimaksun. Lipaskeräys tapahtumapäivänä hoidettiin Yle Hyvä Säätiön keräysluvilla.

6 ARVIOINTI

Kalevankadun elävöittäminen Nenäpäivän avulla onnistui. Vaikka aikataulu (2kk) oli rajallinen, saimme hienon tapahtuman aikaiseksi. Tästä opinnäytetyöstä on helppo asettaa uudet tavoitteet seuraavaa tapahtumaa suunnitellessa. Elävöitykö Kalevankatu? Kyllä, koska tapahtuma sai sinä päivänä näkyvyyttä ja kuuluvuutta mm. radioitse (Ylen Aikainen), lipaskeräyksellä, eläinmaskoteilla, musiikilla sekä kuorojen esityksillä. Kalevankadun kävelykatu oli myös koristeltu punaisilla ilmapalloilla. Tavoitteet toteutuivat niin, että ravintolat olivat illalla täynnä. Varsinaista asiakaskyselyä ei ravintoloissa ollut, mutta Humakin opiskelijat saivat kuulla positiivista palautetta yritysten asiakkailta illan edetessä. Yrityspakettien tavoitteet eivät täytyneet. Sen syyksi koimme ajankohdan. Yritysryhmä sai suullisesti positiivista palautetta lähialueen yrityksiltä yrityspaketeista, mutta he olivat suunnitelleet jo muita yhteisiä menoja. Lähetin tapahtuman jälkeen useaan kertaan sähköpostia Kalevankadun yrittäjille, jossa pyysin heiltä palautetta. Valitettavasti vain kolme yritystä vastasi. Koin pikkujoulukiireiden menevän kyselyiden yli. Niistä vastauksista päätellen, mitä sain yrittäjiltä, tapahtuma oli heidän mielestään todella onnistunut ja he olisivat mielellään mukana jatkossakin. Negatiivista palautetta en heiltä saanut.

Kalevankadun arvioitu kävijämäärä oli 5000. Arvio perustuu ravintoloiden asiakaspaikkoihin sekä glögin menekin mukaan. Täysin tarkkaa arviota on vaikea määrittellä. Kadulla oli paljon ohikulkijoita, mutta varmasti myös varta vasten paikalle tulleita. Tapahtuma keräsi yhteensä varoja Kalevankadun yrityksiltä 4956,15€ sekä lipaskeräys tuotti 1921,98€.

6.1 Opiskelijoiden kokemukset

Opiskelijoita saamani palautteen mukaan kokemukset olivat ristiriitaiset, joka niin isossa ryhmässä on ymmärrettävää. Myös se, kuka ohjaa ja miten opiskelijoita, jäi tapahtumaa suunnitellessa tarkoin määrittelemättä, ja sekin oli varmasti osa syy tyytymättömyyteen. Opiskelijat lähettivät palautetta tapahtuman jälkeen sähköpostitse. Palautteet tulivat ryhmittäin. Mielenpitoiset menivät myös ryhmien sisällä kahtia; osa piti työskentelystä, osa ei. Jotkut kokivat, että tehtävänjako, sekä tehtävä olivat selkeitä. Osa ei. Useissa palautteissa kävi ilmi, että niin iso ryhmä tapahtumassa kokonaisuudessaan toi myös haasteita; jotkut opiskelijat olivat motivoituneempia kuin toiset, tapahtumaa suunnitellessa sekä toteuttaessa: ”Osa

työryhmästä antoi kaikkensa ja osa ei. Välillä tuntui kurjalta se, ettei kaikilta voitu vaatia samanlaista paneutumista. Ilmapiiri oli kuitenkin hyvä ja aikaansaava.”

”Projektin alku oli kovin epämääräinen, mutta toisaalta se antoi tilaa luoda jotain omannäköistä. Kai se oli hyvä, ettei liian tiukkoja raameja annettu. Aikaa vaan olisi voinut olla pikkuruisen enemmän.”

”Tehtävä oli selkeä, tehtävän toteutus hankalampi, koska meitä oli niin paljon ja tieto kulki joko todella nopeasti tai sitten ns. rikkiäistä puhelinta oli myös.”

”Löysä alku, liian iso ryhmä, epäselvä työnjako, liikaa ihmisiä ryhmissä, joissa ei tarvittu niin montaa, kontrasti ns. ylitekijöiden ja nollamotivaation omanneiden välillä liian suuri.”

”Välillä ilmapiiri oli hyvin kireä ja kokouksissa oli epämukavaa. Onneksi jaettiin myös onnistumisia, niin saatiin vähän motivaatiota työskentelyyn.”

”Projekti oli sekava, ei selkeitä ohjenuoria ja ennakosuunnitelmia.”

”Koen ongelmaksi sen, ettei tapahtuma merkinnyt yhtä paljon kaikille. Kuitenkin hommiinsa omistautuneista kavereista on saanut itsekkin inspiraatiota ja tarmoa tehdä!”

Koulun mukana olo koettiin vähäiseksi. Ennen kaikkea tapahtumasta saatujen opintopisteiden määrä koettiin liian pieneksi, sekin saattoi olla yksi syy joidenkin kohdalla motivaation puutteeseen: ”Koululta olisin kaivannut ohjausta. Lisäksi arviointia yleisesti ottaen ihmisten projektiosaamisesta ja tiimityöskentelystä olisi ollut mukava saada.”

”Koulu oli mielestäni aika jäykästi mukana projektissa, mutta sehän on kai hieman koulun asemakin. Kivaa oli kuinka muutkin opettajat tulivat Kalevankadulle katsomaan mitä teemme ja antoivat tukensa kysymyksillä ym.”

”On aivan uskomatonta, ettei koulu arvosta työpanostamme, eikä ponnistelujamme eikä omien varojemme käyttöä, kuin 1 op verran. Tulee paha mieli.”

Yhteistyö Kalevankadun yrittäjien kanssa oli kaiken kaikkiaan positiivinen.

"Yritykseni kanssa kommunikointi ja vastauksien saaminen äärettömän verukkaista ja mutkikasta..."

"Oli hyvä vastaanotto, vaikkakin joidenkin osalta vastaanotto oli ainakin aluksi hieman "tytöttelevä" ja "te olette opiskelijoita.."

"Yritykseni ja esiintyjien kanssa yhteistyö sujui mainiosti, ei voi muuta olla kuin tyytyväinen!"

Opiskelijat itse myös pohtivat omaa oppimistaan projektin aikana. Palautteista päätellen käytännössä oppiminen on tehokasta: "Olen oppinut aktiivisuutta ja sitä, ettei se olekaan niin helppoa järjestää jotain näin isoa tapahtumaa. Ryhmätyöskentelyn tärkeys on myös saanut ihan uuden merkityksen"

"Olen saanut itseluottamusta ja huomannut, että "Hei, mähän oikeesti osaan!" Olen myös huomannut, että aina kannattaa olla optimistinen, jotenkin ne asiat aina ratkeaa. Olen saanut rohkeutta yhteydenottamisiin. Olen huomannut itsessäni kehitystarpeita"

"Oli mielenkiintoista olla mukana isossa hyväntekeväisyystapahtumassa."

"Mukavaa, kun oli aika vapaat kädet ja aikataulunkin sai suunnitella pitkälle omista lähtökohdista."

"Olen oppinut uutta kommunikoinnista ja siitä, että mikään ei ole itsestäänselvyys tai vähäteltävä asia. Opin myös paljon muuta yleisesti tapahtuman järjestämisestä."

Saamani palaute oli värikästä. Olin enemmän tekemisissä toisien ryhmien kanssa kuin toisten. Sen takia koen, että palaute oli kirjavaa. Toki minulla oli epävarmoja projektijohtamisen päiviäkin, jotka kyllä huomattiin: "Maria oli välillä aika epäselvä,

eikä oikein tiennyt miten olisi pitänyt kaikkea kasassa, ihan ymmärrettävää ensimmäisessä isossa projektissa. Jotkut asiat hoidettiin todella huolimattomasti.”

”Maria on rento ja luottavainen mistä tuli hyvä mieli. Joskus hän saattoi vaikuttaa hieman epäorganisoiduneelta, mutta hyvinhän kaikki järjestyi.”

”Maria on matkan varrella ihan huomaamattomasti antanut hyviä käytännön vinkkejä asioista.”

”Ongelmitta. Maria on ollut paljon, paljon suuremmassa osassa ohjauksen suhteen, kuin alkubriefingissä annettiin ymmärtää.”

6.2 Oma rooli

Olin projektipäällikkönä tapahtumassa, jonka loimme tyhjästä isolla ryhmällä. En ollut ensimmäistä kertaa tapahtumaa tekemässä. Minulla on takana isoja tapahtumia järjestäjänä, mutta projektipäällikön roolissa tein nyt ensimmäisen oman tapahtumani. Toimin ryhmien toimeksiantajana ja seurasin heidän työskentelyään siten, että he saivat työnsä tehtyä. Tarkkaa aikataulua, jota alussa ei ollut, en pystynyt myöhemminkään tarkentamaan. Syy sille oli selvä: kokemattomuus ja väärä lähdekirjallisuus tapahtuman rinnalla. Sen opin, että tuotantoprosessin rinnalla käytetty aiheeseen liittyvä lähdekirjallisuus olisi helpottanut tapahtuman suunnittelua sekä organisointia. Mutta jos olisin suunnitellut tapahtumaa kirjasta lukien, oppeja hakien, ei tapahtumasta olisi tullut sen näköistä mitä siitä nyt tuli. Minulla oli vahvat tekijät myös tukenani; Ylen Hyvä Säätiö sekä Villi Wäinö.

En myöskään osannut pyytää tukea kouluta. Koulun kanssa olisi pitänyt tehdä yhteistyötä alusta lähtien tiiviimmin, mutta niin ei vain tapahtunut. Olin tekemisissä opiskelijoiden kanssa, joten raja ohjaajan roolista jäi epäselväksi. Olin ohjaaja, mutta opiskelijoiden ohjauksen hoiti koulu. Sekin olisi pitänyt tarkentaa alussa paremmin, jotta olisin tiennyt omat ohjaukseni rajat. Ohjasin opiskelijoita lähinnä jakamalla heille tietoa itse oppimistani asioista, kuten markkinointikirjeiden tekstit ja nettisivujen yritysten esittelytekstit. Opiskelijat itse myös ottivat minuun yhteyttä projektin aikana kysyäkseen neuvoa. Se oli mukavaa.

Olen käytännön läheinen ihminen, enkä pelkää haasteiden ottamista. Jos olisin halunnut tehdä opinnäytetyön tutuimmalta alueeltani, olisin valinnut teatterin. Halusin kokeilla täysin uutta, ja saada uusia haasteita, sekä lisää oppia. Koin olevani projektipäällikkönä ryhmässä, jossa puhalsin muiden kanssa yhteen hiileen, kuin ylhäältä tilannetta seuraava johtaja, joka voi jäädä pahimmassa tapauksessa etäiseksi. Tapahtuma oli meille jokaiselle uusi kokemus, joten senkään takia en ottanut vahvaa johtamisen roolia; olin tavallaan samalla viivalla muiden kanssa.

Itse opin projektin suunnittelusta. Jos tekisin tämän tapahtuman uudelleen, miettin etukäteen ryhmien koot ja aikataulutuksen. Kuitenkin antaisin ryhmien itse suunnitella ohjelmiston ja runko tapahtuman toteuttamisesta olisi sama. Koen sen niin, että silloin tapahtuma pysyy tuoreena, ja tekijöidensä näköisenä. Jos suunnittelisin sen joka kerta tarkoin, alkaisin mahdollisesti toistaa itseäni, ja ohjelmisto voisi olla yllätyksetön. Kai Ruuska kertoo teoksessaan: Pidä projekti hallinnassa (2008, 179) kuinka projektia suunnitellessa pääpaino on siinä, mitä tehdään, kuka tekee ja mihin mennessä. Projektisuunnitelmassa suunnitellaan projektin kaari, ei sen lopputulosta.

6.3 Yhteistyö

Pidin yhteyttä Kalevankadun yrittäjiin lähinnä sähköpostitse. Jokaisen kokouksen jälkeen kirjoitin muistion, ja lähetin sen yrittäjille. Kutsuin yrittäjät yhteisiin tapaamisiin sähköpostitse ja kerroin myös välitilannetta – missä mennään milläkin hetkellä opiskelijoiden kanssa tapahtuman suunnitteluvaiheessa. Yhteisissä tapaamisissa ei ollut aina kaikki Kalevankadun yrittäjät mukana. Jotkut yrittäjät olivat aktiivisempia kuin toiset, joitakin en nähnyt kertaakaan paikalla.

Ylen Hyvä Säätiöön olin yhteydessä lähes päivittäin puhelimitse tai sähköpostitse. Se oli täysin ongelmaton ja tiivistä. Ravintola Villi Wäinöön pidin tiiviisti yhteyttä puhelimitse ja paikan päällä käyden. Kouluun pidin yhteyttä sähköpostitse. Koin, että yhteydenpito toimi kaikkien tahojen kanssa hyvin.

Yhteistyö yrittäjien kanssa sujui mutkitta. Jotkut olivat kuitenkin aktiivisempia kuin toiset. Esimerkiksi tapahtuman sisällön suunnittelu toteutui nopeasti joidenkin kanssa, kun taas muutamat pohtivat pitkään omaa sisältöään. Koin, että siinä mietittiin pitkään ”asiakastyytyväisyyttä”, ettei vahingossa lipsuttaisi mukavuusalueelta pois ohjelmaa pohdittaessa. Yhteistyö Villi Wäinön, ja Olavin kanssa alusta loppuun, oli ongelmaton. Ravintolan tiloissa pidettiin lähes kaikki tapaamiset ja Olavi oli mukana kaikissa työaikansa ulkopuolellakin. Ilman hänen panostustaan tapaamiset olisivat tuskin sujuneet mutkitta. Ravintola Villi Wäinöstä tulikin tapahtuman kohtaamis- ja tapaamispaikka, jonne koimme olevamme aina tervetulleita.

Anu Puurula Ylen Hyvä Säätiöstä oli iso tuki tapahtumassamme. Hänen tietotaidoillaan saimme kallisarvoista infoa, ja heidän kontaktinsa auttoivat tapahtumaa suuresti. Anun rooli oli olla taustalla tukemassa meitä kaikkia. Saimme heiltä paljon materiaalia mm. ilmapalloja, peruukkeja, julisteita yms. oheistuotteita Nenäpäivään liittyen. Anu auttoi Varainkeruuryhmää ja nettisivujen ulkoasu käytiin myös läpi heidän toimistollaan (jotta sivujen ulkoasu olisi yhteneväinen itse Nenäpäivän nettisivujen kanssa). Anun tiimi auttoi meitä suuresti myös lehdistökontakteilla.

Ravintola Baker´sin ravintolajohtaja Markku Valkamo antoi ison panoksen yrittäjänä tapahtumassa. Hänen kontakteillaan saimme ilmaisen domainin, jolla luotiin oma kalevankatu.fi -sivu. Sen tarkoituksena on jatkoa myöhemmin Kalevankadun yrittäjien omista projekteissa. Baker´sin kokoushuoneesta tuli myös tapahtumapäivän ”toimisto”, jonne kaikki esiintyjät tulivat vaihtamaan vaatteita, ja pitämään taukoa. Baker´s tarjosi omia Primulan herkullisia kolmioleipiä sekä kahvia koko työryhmälle (esiintyjät, opiskelijat) sekä sämpylöitä varainkeruuryhmälle, joka muonitti lipaskerääjiä Humanistisen Ammattikorkeakoulun toimistolla Annankadulla. Opiskelijat saivat myös käydä ilmaiseksi lounastamassa buffetpöydässä.

Ravintola Kolme Seppää ei varsinaisesti ollut tapahtumassa mukana, mutta antoi kuitenkin suuren terassinsa lämpölamppuineen artisteille käyttöön tapahtumapäiväksi.

6.4 Kehittämisehdotukset

Samankaltaisen tapahtuman saa kyllä aikaiseksi kahdessa kuukaudessa, jos ryhmä on todella motivoitunut ja innostunut. Se vaatii kaikilta kovan panostuksen. Silloin kannattaa unohtaa yrityspakettien suunnittelu ja myynti. Nenäpäivä ajoittuu lokamarraskuulle eli pikkujoulu-aikaan, jolloin yritykset ovat jo hyvissä ajoin suunnitelleet ohjelmansa.

Aikataulu on syystäkin suunniteltava huolellisemmin, mutta onko järkevää tietää ihan kaikki liian hyvissä ajoin? Minä itse en kovasti tarkentaisi aikataulutusta. Ryhmille tekisin tosin hyvin selväksi ne päivät, jolloin materiaalin on oltava todellakin valmista.

Ryhmien koot, näin jälkiviisaana, suunnittelisin kyllä tarkemmin. Kaksikymmentäviisi opiskelijaa on paljon. Ongelma oli se, että yksi ryhmä teki aluksi töitä ja toiset odottivat, jotta pääsisivät töihin; tapahtuman suunnittelu oli jo silloin pitkällä, ja kun toisen työ alkoi, oli sekin tehtävä hyvin nopeasti esim. julisteet / flyerit. Pienemmissä ryhmissä odottamista ei välttämättä tulisi, kun tiiviissä porukassa kaikki pitäisivät yhtä, ja kommunikointivaikeuksia ei syntyisi helposti.

Sikäli, jos seuraava tapahtuma olisi myös opiskelijoiden kanssa tehty yhteistyö, niin tarkentaisin kyllä koulun kanssa ohjaukseen liittyvät kehukset. Opiskelijat olivat vasta aloittaneet koulun, ja joutuivat heti ensitöikseen tekemään esim. markkinointikirjeitä, niin onko koulu se, joka ohjaa heitä niissä tehtävissä? Vai onko se projektipäällikkö? Jos markkinointikirjeet olisivat menneet lehdistölle heidän tekemisissä alkuperäisissä asuissa, koen, että suuri kokemattomuus olisi tullut niistä esille, samoin nettisivuille tehdyt esittelyt yrityspaketeista. Jos Ylen Hyvä Säätiön kaltaista tukiryhmää ei olisi ollut, niin nettisivujen ulkoasun tekeminen olisi ollut kyllä ongelmallinen. Tekijöitä oli, mutta koen, että on tärkeää, että on tietty ulkopuolinen taho, joka antaa raamit opiskelijoille.

Kalevankadun kävelykatua elävöitettiin ensimmäistä kertaa. Toivottavasti ei viimeistä kertaa. Koen, että sillä olisi jatkoa tulevaisuudessa ja siitä voisi poikia iso

yritysyhteistyö-hyväntekeväisyystapahtuma, johon osallistuisi koko Helsingin ydinkeskustan yrittäjät yhdessä Kalevankadun kanssa.

LÄHTEET

Löow, Monica 2002. Onnistunut projekti. Projektijohtamisen ja – suunnittelun käsikirja. WS Bookwell Oy.

Ruuska, Kai 2007. Pidä projekti hallinnassa. Suunnittelu, menetelmät, vuorovaikutus. Helsinki: Gummerus Kirjapaino Oy 2008.

Ylen Hyvä Säätiö 2011. <http://www.nenapaiva.fi/nenapaiva/nenapaiva-abc>

LIITTEET

Liite 1

Kalevankadun Yrittäjät. Tämä on kutsu.

Olemme järjestämässä Kalevankadulle mieleenpainuvaa, erilaista tapahtumaa, jonka tarkoituksena on tehdä uutta kävelykatua, ja sen yrityksiä tutummaksi helsinkiläisille. Toisin sanoen, yritämme saada lisää ostovoimaa kadulle, jolloin ohikulkijat todella pysähtyisivät ja nauttisivat yritysten palveluista. Tässä projektissa on jo mukana Humanistinen ammattikorkeakoulu, josta kulttuurituottajaopiskelija Maria Heikkilä tekee opinnäytetyönsä. Tapahtuma on 5.11. ja yhteistyössä on myös mukana Yle Hyvä-säätiö. Tapahtuma on samana päivänä Nenäpäivä-tapahtuman kanssa.

Kalevankadun projekti tulee olemaan hyvin kulttuurivaikutteinen. Tarkoituksena olisi saada kyseiselle päivälle (5.11.) tapahtumassa mukana oleviin yrityksiin ohjelmaa eri esiintyjillä ja ruokaravintolat voisivat tarjota esim. Nenäpäivämenun tai ruoka-annoksen, josta osa tuotoista lahjoitetaan hyvään tarkoitukseen. Yritysten tiloihin voisi suunnitella päivän mittaan tapahtuvia pieniä esityksiä / performansseja, jotka houkuttelevat asiakkaita paikalle esim. Urpo "Upi" Martikaisen maalaustuokio, jossa Upi maalaa taulun ja se huutokaupataan, näyteikkunaperformanssi Iskussa tai runohetkiä kahvilassa, ranskalaisia vanhoja chansoneja pianon säestyksellä Kosmoksessa ja Hansu ja Pirre Villi Wäinössä yms. Vai olisiko toiveita? Ja totta kai pyrimme, että taiteilijat esiintyisivät "Nenäpäivälle", eli ilmaiseksi.

Mahdollisia kustannuksia olisivat mm. markkinointi (flyerit). Maininnat omilla nettisivuilla takaisi myös tapahtuman tutuksi tulemista. Ja totta kai, yritämme saada tapahtumalle paljon medianäkyvyyttä, ja taiteilijatkin olisivat tunnettuja. Tätäkin kehittelemme vielä, sillä mukaan tapahtuman toteuttamiseen tulevat myös Humanistisen ammattikorkeakoulun kulttuurituotannon uudet 27 opiskelijaa, jotka aloittavat opintonsa syksyllä 2010.

Tapahtuma tulee olemaan marraskuisessa Helsingissä ainutlaatuinen. Siispä ehdotan, että Te Kalevankadun yrittäjät ja minä tapaamme Villi Wäinössä perjantaina 20.8. klo 10:00. Siellä kuulette lisää ja kysymyksiä voi esittää. Tervetuloa!

Liite 2

NENÄPÄIVÄN YRITYSPAKETIT JA TARJOUKSET:

SIS.DELI+CAFÉ:

Nenäpäiväleivos ja perulainen luomukahvi 6€, josta lahjoitetaan 2 € Nenäpäivälle.

Yrityksille:

Luomuinen kokouseväs:

Luomumozzarellalla ja pinaattipestolla täytetty siemensämpylä sekä mustikka-banaani-luomumyslijugurtti ja James White luomumehu 10,90 € (normaalihinta 12,30). Tarjous voimassa vuoden loppuun!

Jokaisesta tilatusta paketista 1 € Nenäpäiväkeräykseen.

RAVINTOLA KOSMOS:

Lahjoitamme 5.11. Nenäpäivälle 10 % koko päivän myynnistämme!

Lounasta on tarjolla 11:30–16:00 ja illallista 16:00–01:00.

Viimeiset tilaukset klo 23:30

RAVINTOLA BAKER'S:

Nenäpäivä Kokous

22.10.–19.11. pidetyn kokouksen kabinettivuokra 60€
hyväntekeväisyyteen

Nenäpäivä Sauna

22.10.–19.11. varattaville saunavuokrista 50 %
hyväntekeväisyyteen.

Baker´sin Nenäpäivämenu 35 € / Nenäpäivälle 5€

Ruispinnoitettu kylmäsavusilakka-tuorekurkku terriini

Salla poronvasan fileetä, tumma savujuustokastike & karamellisoitua naurista

Raparperimousse, marjakastike

Nenäpäivälounas 8,80€, josta 3.80€ Nenäpäivälle

Nenäpäivän pihviateria 25€, josta 5€ Nenäpäivälle

Nenäpäiväkahvi 2€, josta 1€ Nenäpäivälle

Nenäpäivätapas 3,70€, josta 1,85€ Nenäpäivälle

WALTER OPTIIKKA:

29.10.–12.11. myydyistä työnäkötarkastuksista (30€ /hlö) 100 %
hyväntekeväisyyteen.

VILLI WÄINÖ

Nenäpäivätarjous: Ma - Ti Villi Wäinön Sauna 3h yht.150 €, josta 20 %
Nenäpäi-välle. Mikäli sama yritys tilaa enemmän samalla kertaa, niin
hyväntekeväisyys nousee 5 %! Esim. yksi sauna 20 %, kaksi saunavuoroa 25
%, kolme saunavuoroa 30 %!

Tarjous voimassa 11.11. ja on käytettävissä Yrityksellenne sopivana
ajankohtana 1.2.2011 saakka!

Kampanjakoodi: Nenäpäivä

Liite 3

Tapahtumaikataulu Nenäpäivä Kalevankadulla 5.11.2010

Klo	Mitä tapahtuu?	Eläiminä	hlö määrä
12.00			
	* Eläimet jalkautuu	Toni	3
	* Päivätanssit alkaa	liris	

	Puhallinorkesterin 1. setti * Vantaan tanssiopiston esitykset pyörii * Paikalla lipaskeräjiä, eläimiä, glögitarjoilu	Jenni	
13.00			
	* Sirkus Huima saapuu paikalle * Päivätanssit jatkuu Puhallinorkesterin 2.setti * Vantaan tanssiopiston esitykset jatkuu * Paikalla eläimiä, glögitarjoilu, nenien myynti	Toni Iiris Jenni	3
14.00			
	* Sirkus Huima jatkaa esityksiä * Paikalla lipaskeräjiä, eläimiä, glögitarjoilu, nenät * Ylen Aikasen reportteri paikalla	Iiris Jenni Anssi	3
15.00			
15:20	* Sirkus huimalta mahdollisesti vielä esityksiä * Draamalinjan esitys "Rikas mies jos oisin" * Paikalla lipaskeräjiä, eläimiä, glögitarjoilu, nenät * Ylen Aikasen reportteri paikalla	Iiris Jenni Anssi	Lentsu Stella Anni 6
16.00			
16:00	* Draamalinjan esitys "Rikas mies jos oisin" * Ylen Aikaisen reportti poistuu * Paikalla lipaskeräjiä, eläimiä, glögitarjoilu, nenät	Lentsu Stella	3
16:30	* Kuoro Sivuääni esiintyy	Anni	
17.00			
17:00	* Kuoro Four Hats esiintyy * Paikalla lipaskeräjiä, eläimiä, glögitarjoilu, nenät	Lentsu Stella	3
17:30	* Lauluyhtye Suicide Sisters esiintyy	Anni	
18.00			
18:00	* Gaykuoro Out'n loud esiintyy * Lipaskerääjät, eläimet, glögi POISTUVAT	EI OLE	
SITTEN	* Ravintola 3 Sepän lavan SIIVOUS/ ROUDAUS * Bake´sin back stagen SIIVOUS		

KUVALIITTEET

Kuva1: Monica Lööw 2002, 28

Kuva 2: Ravintola Base Goes Gabaret, kuvaus Joonas Berlin

Kuva 3: Suupohjan Osuuspankki, kuvaus Joonas Berlin

Kuva 4: Lipaskerääjät, kuvaus Joonas Berlin

Kuva 5: Olutravintola Villi Wäinö, kuvaus Joonas Berlin