

Opinnäytetyö Turun Ammattikorkeakoulu

Tietoliikenne ja sähköinen kauppa

Bisnes Akatemia

2013

Tiina Ahopelto

# VIHKIÄISTILAISUUDEN JÄRJESTÄMINEN

– Case Jalmarintupa



TURUN AMMATTIKORKEAKOULU  
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Liiketalous | Bisnes Akatemia

2013 | 46

Ohjaaja Jaana Kallio-Gerlander

Tiina Ahopelto

## VIHKIÄISTILAISUUDEN JÄRJESTÄMINEN - CASE JALMARINTUPA

Tässä opinnäytetyössä käsitellään kehitysvammaisten palvelutalon vihkiäistilaisuuteen liittyvää toimeksiantoa rakennuttajayritys Lakea Oy:lle. Tavoitteena oli järjestää tilaisuus palveluntarjoajan Mikeva Oy:n kanssa sekä hoitaa viestintää. Kyseessä on toiminnallinen opinnäytetyö.

Tapahtuma järjestettiin rakennuksessa toimintansa aloittavan Mikeva Oy:n kanssa. Alussa kar-  
toitettiin tilaisuuden luonnetta ja kutsuttavien määrää. Myös puhujat ja vihkiä kutsuttiin paikalle  
erillisellä kutsulla ja opastettiin tapahtuman osalta. Tapahtuma järjestettiin 19.12.2012. Kaikki  
käytännön järjestelyt sekä tilaisuuden kulun johtaminen kuuluivat työhön. Viestinnän osuus hoi-  
dettiin yhdessä Huvikummunviestintä Oy:n kanssa. Viestinnässä mukana oli sisäinen tiedotta-  
minen, kutsujen lähettäminen, median informointi sekä puhujien opastaminen.

Järjestävien yritysten antaman palautteen mukaan tapahtuman järjestely hoidettiin ammattimai-  
sesti, kodin lämpöä ja tunnelman luomista unohtamatta. Tilaisuus sai mediajulkisuutta ja sitä  
kautta näkyvyyttä. Yritysten imagon kannalta eri tahot ja tilaisuuden päävieraat, asukkaat, saivat  
hyvän kuvan yrityksistä, mikä olikin yksi tilaisuuden tarkoitus.

ASIASANAT:

Vihkiäistilaisuus, tiedottaminen, viestintä, rakentaminen, tilaisuuden järjestäminen

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Business | Business Academy

2013 | 46

Instructor Jaana Kallio-Gerlander

Tiina Ahopelto

## ORGANIZING INAUGURATION EVENT - CASE JALMARI'S VILLA

In aim of this thesis is to describe the assignment given by Lakea Ltd to organize the inaugural event of the service home for the disabled. The main goal was to co-organize the event and the related communication with a service provider named Mikeva Oy. This is a functional thesis.

The event was co-organized with Mikeva Ltd which was starting their operations in the same building. At first the main task was to analyze the character of the event and the amount of invitees. The speaker and the inaugurator were invited and instructed accordingly. The event took place on 19 December, 2012. This study covers all the practical arrangements and management steps of the event. The communication activities related to the event, such as, organizing the flow of internal information, sending the invitations, informing the media and instructing the speakers were co-organized with the company named Huvikummunviestintä Ltd.

According to the organizers, the arrangements were conducted professionally and with attention to the specifics of the end -users. The event received media publicity and hence visibility. The main purpose of the event was to provide a good image of the Service Home to its inhabitants and its collaborators.

### KEYWORDS:

Inauguration of a building, information sharing communications, building, organizing a event

# SISÄLTÖ

<b>1 JOHDANTO</b>	<b>6</b>
<b>2 TAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN</b>	<b>7</b>
2.1. Tapahtuman suunnittelu ja tapahtumalajit	8
2.2. Budjetti	9
2.3. Tapahtuma aika, -paikka ja -kesto	9
2.4. Lupa- ja ilmoitusasiat sekä riskit	9
2.5. Tapahtuman toteutus	11
2.6. Tapahtuman markkinointiviestintä	11
2.7. Tapahtumamarkkinointi	12
<b>3 VIHKIÄISTILAISUUDEN JÄRJESTÄMINEN</b>	<b>14</b>
3.1. Kutsu	16
3.2. Kohderyhmä ja arvovieraat	17
3.3. Esiintyjät	19
<b>4 PROJEKTIN TAUSTAT</b>	<b>20</b>
4.1. Lakea Oy	20
4.2. Mikeva Oy	21
4.3. Stora Enso Oyj	22
<b>5 TAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN - PALVELUTALO JALMARIN VIHKIÄISET</b>	<b>23</b>
5.1. Tutkimuksen toiminnallisuus	24
5.2. Tapahtuman runko	25
5.3. Viestinnän osuus tapahtumassa	27
5.4. Kutsun laatiminen ja käytännön järjestelyt	28
5.5. Tapahtuman läpikäynti ennen varsinaista tilaisuutta	29

5.6. Tapahtuma 19.12.2012	30
---------------------------	----

<b>6 TULEVAISUUDEN NÄKYMÄT – TAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN OSANA KEHITYSTÄ</b>	<b>32</b>
---	-----------

<b>7 POHDINTAA</b>	<b>34</b>
--------------------	-----------

7.1. SWOT -analyysi	36
---------------------	----

<b>LÄHTEET</b>	<b>38</b>
----------------	-----------

## **LIITTEET**

- Liite 1. Tiedote Lakea ja Mikeva
- Liite 2. Lehti-ilmoitus
- Liite 3. Tiedote Mikeva internet
- Liite 4. Kutsu
- Liite 5. Lakean esittelymateriaali
- Liite 6: Piirustukset
- Liite 7: CLT -tekniikka

## **KUVAT**

Kuva 1. Jalmarintupa (Arkkitehtuuri Oy)	24
Kuva 2. Nauhan leikkaaminen	26
Kuva 3. Lehdistötilaisuus	27
Kuva 4. Asukkaiden ruokailuhetki	29
Kuva 5. Lakea Oy:n toimitusjohtaja lahjoittaa asukkaille villaiset torkkupeitot	31
Kuva 6. Jalmarintupa	35
Kuva 7. SWOT-analyysi	37

# 1 JOHDANTO

Rakennuttajayritys Lakea Oy on yhdessä Stora Enson kanssa toteuttamassa uutta ja joustavaa rakentamiskonseptia. Uusi rakentamistapa puuelementeillä sekä uuden palvelutalon avajaiset vaativat erillisen tiedottamisen eri sidosryhmille. Olin mukana järjestämässä avajaistilaisuutta sosiaalisia palveluja tuottavan Mikeva Oy:n kanssa. Tilaisuuteen avajaisten ohella olennaisena osana kuului tiedottaminen tästä uudesta joustavasta ja kustannustehokkaasta rakennustavasta Lakea Oy:n ja Stora Enson kanssa.

Suomen ensimmäinen tällä idealla ja tekniikalla toimitettu talo valmistui Raumalle Mikeva Oy:n käyttöön. Kiinteistössä toimintansa aloittaa Mikeva Oy:n Kehitysvammaisten palvelutalo. Rakennuksen kantavien rakenteiden materiaalina ovat ristiin liimatut massiivipuuelementit eli CLT (cross laminated timber).

Massiivipuuelementeistä on rakennettu Stora Enson Hartolan tehtailla tilaelementit, jotka toimitetaan valmiina kokonaisuutena työmaalle. Rakennusaika on tällöin hyvin lyhyt tavanomaisesta. Tämän suuruinen kohde voidaan jatkossa pystyttää noin kuukaudessa muuttovalmiiksi. Tilaelementtien rakentaminen tehtaalla kestää noin 3 kuukautta.

Tavoitteena on parantaa rakentamisen laatua, sillä työt tehdään pääosin vakioolosuhteissa tehdashallissa. Tulevat käyttäjät ovat olleet tiiviisti mukana tilojen ja toimintojen suunnittelussa. Opinnäytetyö on toiminnallinen ja sisältää tilaisuuden suunnittelun ja viestinnän. Toiminnallinen työ tarkoittaa, että olen itse ollut järjestämässä tilaisuutta, hoitanut käytännön järjestelyitä ja osallistunut tiedottamiseen medialle ja kutsuvieraille.

Vihkiäistilaisuus oli 19.12.2012.

## 2 TAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN

Tässä opinnäytetyössä tapahtuman kohteena on rakennuksen vihkiäiset ja avoimien ovien päivä. Itse vihkiäistilaisuuteen suorassa suhteessa olivat mediatilaisuus ja ennakkotilaisuus lehdistölle. Kohteena olivat palvelutaloon muuttavat henkilöt ja tiedotusmielessä Rauman kaupungin asukkaat ja paikallinen media. Metodina siis on tilaisuuden järjestäminen käytännössä, ottaen huomioon kaikki vaikuttavat seikat ja tiedottaminen, sekä sisäinen- että ulkoinen viestintä.

Useat yritykset suunnittelevat ja toteuttavat tapahtumansa itse. Osa organisaatiosta ostaa tapahtuman suunnittelun ja myös läpiviennin siihen erikoistuneelta tapahtumatoimistolta. Oli niin tai näin tapahtumalle tulisi löytää tarve – miksi tapahtuma järjestetään? Sitä kautta löytyvät myös omistaja ja isäntä. Jos toimitusjohtaja tulee luoksesi ja sanoo, että järjestä henkilökunnalle tai kenties asiakkaille jotain kivaa, kysy ensimmäiseksi, miksi? Mikä on tarve? Mitä tapahtumalla tahdotaan saada aikaan ja viestiä? Näillä kysymyksillä herätetään myös kysymys isännyydestä ja vastuusta. Ei ole yhtä tai kahta kertaa käynyt niin, että mennessäni tapahtumaan, se huokuu tyhjyyttä. Kulissit ja jopa ohjelma on voinut olla hyvä, mutta tapahtuma on huokunut isännättömyyttä, ja näin myös tapahtuman loppuunsaattaminen on jäänyt puolitiehen.

Tapahtuma on elinkaari, joka lähtee isännän pyytämästä tarpeesta ja päättyy isännän täyttämään tarpeeseen. Se on kuin ympyrä, joka sulkeutuu. Jos isäntää, vastuuhenkilöä tai tarvetta ei löydy, suosittelen rahojen siirtämistä muihin toimenpiteisiin. (Vallo, 2009, 22)

## 2.1. Tapahtuman suunnittelu ja tapahtumalajit

Hyvin suunniteltu on puoliksi tehty, pitää paikkansa myös tapahtumien toteuttamisessa. Tapahtuman suunnittelu pitää aloittaa riittävän ajoissa. Suunnitteluun kanttaa ottaa mukaan mahdollisimman varhaisessa vaiheessa kaikki ne ihmiset, joiden panosta tapahtuman toteuttamisessa tarvitaan. Näin mukaan saadaan erilaisia näkökulmia ja ideoita, ja kaikki tapahtumaan toteuttamassa olevat henkilöt sitoutuvat paremmin tapahtuman tavoitteisiin ja sitä kautta tapahtuman onnistumisen todennäköisyys kasvaa. (Vallo & Häyrynen 2003, 179)

Tapahtumilla tavoitellaan tietynlaista imagoa. Seuraavassa Ropen näkemys asiasta. Toimivia imagoja ei synny, ne tehdään – toimimattomia kyllä syntyy ihan itsestäänkin. Imagon rakentaminen onkin aina sellaisten tietoisten ratkaisujen tekemistä, joiden avulla yritykselle ja sen tarjonnalle rakennetaan vetovoima eli hehkeysperuste, jonka avulla markkinoilla on mahdollisuus menestyä. (Rope 2005, 53.)

Tapahtumat voidaan luokitella pääsääntöisesti joko asiakastapahtumiin tai viihdetapahtumiin tai niiden yhdistelmään. Tapahtumajärjestäjän on tiedettävä aina ennen suunnitteluun ryhtymistä, millaisesta tapahtumasta on kyse. Onko tarkoitus vain viihdyttää vai onko tarkoitus tarjota runsaasti asiapitoista tietoa? Se, mitä ollaan järjestämässä, luo perustan toteutukselle. Usein tapahtumien järjestäjät mieltävät vain viihdetapahtumat sellaisiksi, että niiden järjestämiseen nähdään vaivaa. Mielestämme myös jokainen asiakastapahtuma on mahdollista järjestää tapahtumaksi, joka on osallistujalleen elämys eikä vain kuivakka kokous tai seminaari kalseassa salissa. Samoin jokainen organisaation sisäinen tapahtuma on järjestettävä yhtä suurella pieteetillä kuin ulkoisille sidosryhmille suunnattu tapahtuma. (Vallo & Häyrynen 2003, 73)



## **2.2. Budjetti**

Jo tapahtuman järjestämistä harkittaessa puheeksi tulee raha. Kuinka paljon kaikki tulee maksamaan? Käytettävissä oleva raha on hyvä määritellä edes suurin piirtein, sillä tapahtumiin saadaan kulumaan rahaa aina niin paljon kuin sitä on käytettävissä. Halvimmillaan tapahtuma tehdään mahdollisimman pitkälle oman henkilökunnan voimin ja jos rahaa on käytössä hieman enemmän, jo tilaisuuden suunnitteluvaiheessa voidaan turvautua erityisen tapahtumatoimiston apuun. Tapahtuman budjettia laadittaessa on hyödyllistä tarkastella aikaisempia vastaavia projekteja, jotta saa realistisen pohjan omalle budjetoinnille. (Vallo & Häyrinen 2003, 165-166)

## **2.3. Tapahtumapaikka, - aika ja -kesto**

Tapahtumapaikkaa valitessa on otettava huomioon tilaisuuden luonne ja osallistujamäärä. Paikan tulee olla kulkuyhteyksien varrella tai omata hyvät paikoitusmahdollisuudet. Paikalta tulee löytyä saniteettitilat. Ulkopuolinen melu voi haitata tapahtuman aikana, esimerkiksi rautatie tai lentokenttä. Somistamalla saadaan tilasta kuin tilasta toimiva, jos rahaa on käytettävissä. (Vallo & Häyrinen 2003, 131-132)

## **2.4. Lupa- ja ilmoitusasiat sekä riskit**

Kaikissa tilaisuuksissa turvallisuuden on oltava kunnossa. Riippuen tilaisuudesta voi olla tarkoituksenmukaista hankki paikalle turva-ammattilaisia. Turvahenkilöstön tehtävänä on olla näkymättömästi tapahtumassa paikalla, mutta tilanteen niin vaatiessa aktiivisesti käytettävissä. (Vallo & Häyrinen 2003, 199)

Jo yleisötapahtuman suunnittelun yhteydessä on syytä miettiä riskejä joita tapahtumalla voisi olla. Kirjassa yleisötapahtuman suunnittelu, kirjoittajat neuvovat seuraavasti. Pyritään ottamaan huomioon kaikki sellaiset seikat, jotka voivat vaikuttaa tapahtuman onnistumiseen tai epäonnistumiseen. On tärkeää myös miettiä, mihin voi vaikuttaa ja mitkä ovat seuraukset. Menneisyyteen katsominen auttaa tulevien riskien ennakoimisessa. Myös tarkastelemalla mitä ongelmia on kohdattu vastaavanlaisissa projekteissa aiemmin, ovat todennäköisesti edessä myös nyt. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 54.)

Oleellista riskien hallinnassa on se, miten suuria taloudellisia vastoinkäymisiä yleisötapahtuman järjestäjä todellisuudessa kestää. Jos rahaa ja takauksia on olemassa, voidaan pelata suuremmilla omavastuilla ja riskillä. Tässä viitataan vakuutuksiin. Jos taas ”pelimerkit” ovat vähäiset ja maksajia vähän, riskit pitää hallita.

Paitsi etukäteen myös tapahtuman aikana on erittäin tärkeää hallita riskit. Tietyt riskit voivat toteutuakin vasta varsinaisen tapahtuman aikana, kuten suurin osa turvallisuusriskeistä. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 57.)

Tehokkaan riskinhallinnan tulisi käytännössä johtaa todennäköisten riskien pientymiseen tai poistumiseen, mutta toisaalta alun perin pieneltä vaikuttanut riski saattaa projektin edetessä kasvaa merkittäväksi. (Ruuska 2005, 228.)

## 2.5. Tapahtuman toteutus

Tapahtuman toteutusvaihe on se hetki tai ne hetket, jotka tekevät suuresta suunnitelmasta toden. Jokaisen, joka työskentelee tapahtumassa, on ymmärrettävä oma rooli ja osuus suuressa kokonaisuudessa. Onnistuminen vaatii eri tahojen saumatonta yhteistyötä.

Tapahtuman toteutuksesta voidaan erottaa kolme vaihetta

- rakennusvaihe
- itse tapahtuma
- purkuvaihe

Rakennusvaihe on usein toteutusvaiheen aikaa vievin osuus. Se on se vaihe, jolloin kulissit pystytetään ja rekvisiitta laitetaan kuntoon itse tapahtumaa varten. Itse tapahtuma on se suuri näytelmä, joka kestää vain hetken. Tapahtumat, joi-  
tao n suunniteltu viikkoja, kuukausia tai vuosia ovat hetkessä ohi. Kun esirippu aukeaa, ei enää ole paljoakaan tehtävissä. Tapahtuma on käynnistyttyään kuin juna, joka hyrrää eteenpäin pienistä vastoinkäymisistä huolimatta. Viimeisen vieraan lähtemisen jälkeen alkaa purkuvaihe, joka on usein myös paljon nopeampaa ja ajallisesti tehokkaampaa kuin rakennusvaihe. (Vallo & Häyrynen 2003, 184)

## 2.6. Tapahtuman markkinointiviestintä

Markkinointiviestintä on tärkeä keino, jolla voidaan vaikuttaa onnistumiseen ja jonka avulla kerrotaan tapahtuman tarjoamista palveluista ja tuotteista.

Tapahtumissa käytettävän markkinointiviestinnän keinoja ovat mainonta, myyn-  
ninedistäminen sekä PR-toiminta, ja osana siihen kuuluu myös sitouttaminen, tiedottaminen ja henkilökohtainen myyntityö. (Iiskola-Kesonen 2006, 21.)

On tärkeää miettiä huolellisesti, kenelle tapahtuma tehdään eli mitkä ovat sen kohderyhmät. Seuraavaksi selvitetään, mitä nämä kohderyhmät haluavat ja minkälaisia toiveita heillä on tapahtumalle. Kun tämä tieto on hankittu, on mietittävä, miten toivotunlaista tapahtumaa voisi heille markkinoida. Samalla selvenyy minkälaista imagoa ja mainetta tapahtumalla tavoitellaan. (Iiskola-Kesonen 2006, 56.)

Mainonta on yksi markkinointiviestinnän keinoista. Se on tunnistettavissa olevan lähettäjän maksamaa, lähinnä joukkotiedotusvälineissä tapahtuvaa tiedottamista tavaroista, palveluista ja aatteista. (Lahtinen & Isoviita 1998, 223)

Mainosmuodoilla tarkoitetaan samankaltaisten mainosvälineiden eli medioiden ryhmiä. Mainosmuotoja ovat lehti-ilmoittelu, televisiomainonta, radiomainonta, elokuvamainonta, ulko- ja liikennemainonta sekä suoramainonta (muun muassa internet). (Lahtinen & Isoviita 1998, 228)

Henkilökohtainen myyntityö on yrityksen edustajan ja asiakkaan välinen, henkilökohtaista vaikutuskanavaa ja vuorovaikutusta käyttävä viestintäprosessi, jonka avulla yrityksen on tarkoituksena välittää räätälöityjä, tilannekohtaisia sanoimia samanaikaisesti yhdelle tai muutamalle vastaanottajalle. (Vuokko 2003, 169)

## **2.7. Tapahtumamarkkinointi**

”Tapahtumamarkkinointia ovat kokemukselliset markkinointitoimenpiteet, joissa yritys tai brändi kohtaa asiakkaansa ja sidosryhmänsä ennakkoon suunnitellussa tilanteessa ja ympäristössä.” (Stay 2009, [4.12.2009])

Tapahtumamarkkinointi on markkinoinnin ja tapahtuman yhdistämistä. Markkinointi on tavoitteellista toimintaa, jonka tehtävänä on välittää organisaation haluama viesti ja saada ihminen toimimaan organisaation toivomalla tavalla. Tapahtumamarkkinointi on toimintaa, joka tavoitteellisella, vuorovaikutteisella tavalla yhdistää organisaation ja sen kohderyhmät valitun teeman ja idean ympärille toiminnalliseksi kokonaisuudeksi. (Vallo & Häyrinen 2003, 24.)

Kirjassa Mediapeli kerrotaan ilmaisjulkisuudesta median ja viestinnän keinona. Ilmaisjulkisuuden suhteen näyttäisi vallitsevan eräänlainen porttiteoria. Kun ihminen, asia tai tuote saa markkinoivaa julkisuutta valtamediassa, myös muut mediat ja toimittajat tarttuvat siihen helpommin. Ilmaisjulkisuuden hankinnassa auttavat henkilökohtaiset verkostot. Hyvät toimittajasuhteet voivat avata ovia vaikutusvaltaisille areenoille. (Juholin & Kuutti, 2006, 58, 59)

### 3 VIHKIÄISTILAISUUDEN JÄRJESTÄMINEN JA AVAJAISET

Rakennuksen vihkiäiset järjestetään, jotta vieraat voivat tutustua uuteen toimitaloon tai tuotantolaitokseen. Samalla vieraat saavat tiedon yhteisön uudesta osoitteesta. Vihkiäiset käsittävät virallisen osuuden. Avajaiset ja ”avoimet ovet” on suunnattu yleensä asiakkaille ja suurelle yleisölle.

#### Vieraat

Vieraiksi kutsutaan virallisia edustajia, ulkomaisia vieraita, asiakkaita, tytäryhtiöiden edustajia ja henkilökunnan perheenjäseniä. Vieraiden määrä voi nousta jopa tuhansiin. Tällöin vieraat ja ohjelma on syytä jakaa usealle päivälle. Ensimmäisenä päivänä kutsutaan viralliset vieraat, seuraavana asiakkaat ja kolmanneksi päiväksi järjestetään henkilöstön oma tilaisuus.

#### Ohjelma

Virallisen vihkiäisjuhlan ohjelmaan kuuluvat puheet. Isäntä toivottaa vieraat tervetulleiksi ja kertoo hankkeen merkityksestä nykyiselle yritykselle. Sen lisäksi pidetään vihkiäispuhe, jonka pitäjä keskittyy enemmän yrityksen ja rakennuksen yhteiskunnalliseen merkitykseen. Vihkiäispuhe voidaan päättää tilaisuuden henkeen sopivaan seremoniaan. Tuotantolaitoksissa voidaan käynnistää kone tai laite, oppilaitoksissa voidaan sytyttää ”ällyn kynttilä”, musikaalista vihkiäistä voidaan pyytää päättämään puheensa hallitsemallaan instrumentilla ja fanfaarilla. Kolmas puhuja käsittelee yleensä vihittävän rakennuksen yksityiskohtia. Jos rakennuttaja ja käyttäjä ovat eri yhteisöjä, saatetaan käyttää myös luovutuspuheenvuoro. Vihkiäistilaisuudessa eitetään tilaisuuden henkeen ja yrityskuvaan sopivaa musiikkia: torvisoittoa, kamarimusiikkia, kuorolaulua, jazz- tai viihdemusiikkia. Vihkimiseen saattaa liittyä myös perinteisiä rituaaleja, joiden alkuperä on entisissä uskomuksissa tai uskonnoissa.

Pääasia on kuitenkin tilojen erittely, joka vaatii apuemäntiä ja – isäntiä oppaiksi rakennuksen eri pisteisiin. Kierrettävien ryhmien koko ei saisi olla kymmentä henkeä suurempi. Kun talo on täynnä vieraita, huoltohenkilöstön paikallaolo on tarpeen. Hissien pitää kulkea ja sähkötuotannon sekä tekniikan toimia. On vaurauduttava tulipaloon, sairastapauksiin ja muihin turvallisuusriskeihin.

Käytännöllisin suuren ja liikkuvan joukon tarjoilumuoto on cocktail – tai noutopöytätarjoilu. Tarjoilupöytiä voi kattaa kulkureitin varrelle eri kerroksiin. Suupalaa suurempaa tarjottavaa varten tarvitaan lisäksi pöytiä ruokailuun.

Vihkiäisiin ja avajaisiin voi liittyä myös seminaari, näyttely, palkinnon julkaiseminen tai taideteoksen paljastaminen. Vieraita saatetaan kuljettaa muilta paikkakunnilta junalla, laivalla, bussilla tai lentokoneella. Silloin on hoidettava myös matkajärjestelyt jatkokuljetuksineen, matkaohjelma ja – tarjoilu sekä lähtö – ja vastaanottoseremoniat mattoineen ja musiikkiesityksineen.

#### Nauhojen leikkaaminen

Tilat voidaan seremoniaalisesti avata leikkaamalla uuden tilan eteen vedetty nauha. Juhlavassa tilaisuudessa on yleensä sinivalkoinen nauha, jonka valkoinen osa tulee yläpuolelle. Jos paikassa ei ole kiinnityspaikkaa, voidaan nauhan kiinnitystä varten hankkia tilapäiset pylväät. Paikka määrää nauhan pituuden. Jos tarkoituksena on, että suuri määrä ihmisiä päästetään sisään nauhanleikkaamisen jälkeen, on nauhan pituuden oltava muutamia metrejä. Nauhan leikkauskohta merkitään rusetein.

Leikkaajaksi kutsutaan arvo – tai päävieras. Hänelle ojennetaan tyylikkäätt vaatturin sakset joko kauniilta tarjottimelta tai samettityynyiltä. Airuet tukevat leikatavaa kohtaa, etteivät nauhan päät pääse putoamaan liian aikaisin. Nauha leikataan ensin keskeltä, sitten vasemmalta ja sen jälkeen oikealta niin, että leikkaajalle jää kaksi noin 10 senttimetrin palaa. Sanotaan, että toinen pala tuo onnea leikkaajalle ja toinen juhlivalle yhteisölle. Miehet laittavat palan siististi taskuunsa ja naiset käsilaukkuunsa, ellei erillistä koteloa ole hankittu. Leikkauspyyntö ja – ohje lähetetään leikkaajalle etukäteen.

## Avoimet ovet

Avoimien ovien päivänä tutustutetaan eri sidosryhmät yrityksen toimintaan, henkilöstöön, tuotteisiin, palveluihin ja uutuuksiin. Päivän aikana on myös mahdollisuus kerätä asiakaspalautetta keskusteluin ja kyselylomakkein. Jos lapsia kutsutaan, heidät otetaan huomioon ohjelmaa ja tarjoilua suunniteltaessa. (Harju, 2003, 89)

### 3.1. Kutsu

Tapahtumakutsusta voidaan lyhkäisesti sanoa, että se on tapahtuman esite. Se luo ne odotukset tapahtuman sisällöstä, jotka vastaanottajalle muodostuu hänen hypistellessään kutsua kädessään. Se saa odottamaan, se saa aikaan mielikuvia ja tunnelmaa. Jos et pysty niihin vastaamaan, älä lähetä kutsua!

Tapahtumasta riippuen kutsu voi olla henkilökohtainen, henkilökohtainen, johon pyydetään vastaamaan tietyn ajan sisällä tai avoin kutsu, jossa voi olla maininta: jos et pääse osallistumaan, voit antaa kutsun organisaatiossasi henkilölle, jolle uskot oleva tapahtumasta hyötyä / jota uskot tapahtuman kiinnostavan.

Sanotaan, että suoramarkkinointilähetyksen tärkein elementti on kirjekuori. Sillä on kolme sekuntia aikaa vaikuttaa ja saada vastaanottaja toimimaan.

Samaa voidaan sanoa tapahtumakutsusta. Kutsun suunnitteluun kannattaa painostaa, sillä se viestii vastaanottajalle ensi silmäyksellä siitä, millaisesta tapahtumasta on kyse. Kutsun on puhuteltava vastaanottajaa, saatava haluamaan tapahtumapaikalle ja saada hänet ilmoittautumaan. Kutsun on hehkuttava sitä aitoa ja oikeaa tunnelmaa, joka sitten kohdataan itse tapahtumassa. Perinteeksi muodostuneilla hyvin toimivilla tapahtumilla on jo nimessään tietty kaiku tai mielikuva, niin että vastaanottaja pääsee tunnelmaan mukaan heti kutsun saatuaan.



Kannattaa miettiä tarkasti, millainen kutsu palvelee tapahtumaa parhaiten. Kutsu voi olla kirje, kortti, sähköpostiviesti, puhelinsoitto tai jokin esine henkilökohtaisesti lähettipalvelun kautta kutsuttavalle toimitettuna.

(Vallo & Häyrynen,2003,142)

### **3.2. Kohderyhmä ja arvovieraat**

#### Kohderyhmät

Ennen tapahtuman järjestämistä pitää olla selkeänä mielessä tapahtuman kohderyhmä. Kohteena voivat olla yhtä hyvin organisaation nykyiset kuin potentiaalliset asiakkaat, henkilöstö, omistajat, yhteistyökumppanit, sidosryhmät kuin lehdistön edustajatkin.

Tässä kohtaa on erityisen tärkeää muistaa se, ettei tapahtumaa olla järjestämässä itselle vaan erikseen määritellylle kohderyhmälle. Analysoi siis kohderyhmäsi tarkkaan ja muista, että se mikä sopii yhdelle, ei sovi kaikille. Kohderyhmä ja sen koko sekä tapahtuman tavoite määrittävät jo usein valmiiksi sen. millaista tapahtumaa ollaan järjestämässä.

Oleellista on, että jokainen tapahtuma suunnitellaan ja viedään läpi yhtä kiitettävästi huolimatta kohderyhmästä. Tämä koskee myös organisaatioiden omalle henkilöstölle järjestettäviä tapahtumia.

Kutsuttavien yhteystietojen hankkiminen riippuu siitä, ketä tapahtumaan ollaan kutsumassa. Yleensä kutsuttavien yhteystiedot ovat organisaation omissa tietokannoissa, mutta joskus tapahtumaan voidaan kutsua vaikkapa julkisella lehti-ilmoituksella.

Mikäli organisaation kulttuuriin kuuluu sidosryhmien yhteystietojen jatkuva päivitys ja ajan tasalla pitäminen, helpottaa ja nopeuttaa se myös tapahtumanjärjestäjää tässä vaiheessa. Samalla se vähentää virheiden määrää. Meille on tapahtunut useammin kuin kerran, että samalta organisaatiolta tulee tapahtumaan useampi kuin yksi kutsu. Joskus kutsu saapuu vasta tapahtuman jälkeen kier-

rettyään ympäriinsä virheellisen osoitetiedon vuoksi. Paitsi rahasta tässä on kyse myös organisaation maineesta.

Organisaatiot ovat yleensä hyvin perillä asiakkaidensa arvosta eli niistä asiakkaista, joilta kerääntyy suurin osa liikevaihdosta. Tämä tieto on helposti saatavilla kaikista rekistereistä, koska asiakkaat ovat yleensä luokiteltu kanta-asiakkaisiin, avainasiakkaisiin, satunnaisesti ostaviin, prospekteihin ja suspekteihin. Se, mitä monessakaan organisaatiossa ei tiedetä, on se mistä nämä tärkeimmät asiakkaat tai sidosryhmien edustajat ovat oikeasti kiinnostuneita. Se on tietoa, jota ei vielä läheskään jokaisessa organisaatiossa kerätä systemaattisesti. Sellaisesta tiedosta olisi erittäin paljon hyötyä tapahtumaa suunniteltaessa. (Vallo & Häyrinen,2003,135)

#### Arvovieraat

Kun järjestät tapahtumaa, on kutsuttujen joukossa kenties henkilöitä, joille haluat osoittaa erityistä huomiota. Huomioi arvovieraat alusta alkaen ja pohdi jo hyvissä ajoin etukäteen, että tapahtuma sopii heille tyylillisesti ja he sopivat hyvin muiden kutsuttavien joukkoon. Varmista ajoissa, että erityisjärjestelyt ovat mahdollisia esimerkiksi kuljetusten ja majoituksen osalta.

Kokenut tapahtumien järjestäjä pystyy arvioimaan jo etukäteen osallistumistodennäköisyyden kutsuttavien joukosta. Joskus tätä tietoa ei ole saatavilla aiemmista tapahtumista, ja sen vuoksi voi olla järkevää porrastaa kutsut esimerkiksi kahteen ryhmään. Ensimmäisessä erässä kutsun saavat kaikki ne, jotka ovat aivan välttämättömiä kutsuttavia. Heidän vastattuaan kutsuun on mahdollista vielä täydentää osallistujajoukkoa toiselle kohderyhmälle postitettavalla kutsulla. Tämä tietenkin edellyttää, että ensimmäiset kutsut lähtevät liikkeelle hyvissä ajoin ennen tapahtumaa. (Vallo&Häyrinen,2003,139)

### 3.3. Esiintyjät

Kun suunnittelet tapahtumaa, mieti todella tarkkaan, käytätkö ulkopuolisia esiintyjä. Monesti omat resurssit ovat asian kannalta parempia, mutta ulkopuolisen esiintyjän käyttäminen esimerkiksi juontajana tai johdattelijana voi toimia hyvin. Jos käytät ulkopuolisia esiintyjä, mieti mikä on heidän rooli. Jos olet järjestämässä konserttia, tarvitset valovoimaisen esiintyjän. Jos olet tekemässä yritystapahtumaa, esiintyjän on oltava tasapainossa yrityksen arvojen ja tapahtuman tavoitteiden kanssa, eikä esiintyjän saa nousta liian hallitsevaan rooliin.

Varmista aina etukäteen, mitä esiintyjäsi on aikeissa esittää, se on sinun oikeutesi tapahtuman vastuullisena järjestäjänä. Kerro myös esiintyjälle, minkälaisesta tilaisuudesta on kyse, mikä on tapahtuman tavoite ja mitä esiintyjältä siinä roolissa ja tapahtumassa odotetaan. (Vallo & Häyrinen,2003,224)

## 4 PROJEKTIN TAUSTAT

Projektissa mukana olivat siis rakennuttaja Lakea Oy, palveluntuottaja Mikeva Oy ja elementtien tuottaja Stora Enso Oyj. Seuraavassa esitellään yritysten taustaa ja tavoitteet.

### 4.1. Lakea Oy

Lakea Oy:n imagolauseen mukaan, Hallitsemme niin isännöinnin, asuntopalvelun kuin rakennuttamisenkin eri osa-alueet. Lakean tavoitteena on olla Pohjanmaan johtava ja laadukkaita kiinteistöalan toimija. Lakean kotiin on mukava tulla!

Lakea Oy on entinen Pohjanmaan YH-Rakennuttaja Oy. Uusi nimi kertoo toiminta-alueesta ja laajasta omistuspohjasta. Lakean pääomistajia ovat 15 pohjanmaalaista kuntaa.

Lakean perusta luotiin jo vuonna 1939, kun Koulutuskuntien Keskusliitto perusti uuden rakennuttajayhtiön, Helsingin Asuntokeskuskunta Hakan. Liitto halusi aloittaa Suomessa sosiaalisen asuntotuotannon. Paikallisia Hakoja perustettiin tulevana vuosina ympäri maata – tavoitteena poistaa erityisesti asutuskeskusten vuokra-asuntopula.

Pohjanmaan Haka Oy perustettiin vuonna 1975 yhdessä Seinäjoen, Lapuan, Kokkolan ja Ylivieskan paikallisten Haka-yhtiöiden, Koulutusosuuskuntien Keskusliiton ja paikallisten Laajan osuusliikkeiden, kanssa. Lakea Oy:n isoisä oli syntynyt ja nykyisen yhtiön kivijalka valettu. Melko pian alueen kunnat ja kaupungit ostivat osakkeet lähes kokonaisuudessaan, jolloin osake-enemmistö siirtyi kunnille.

2000-luvulla YH-Rakennuttajayhtiöt alkoivat muodostaa suurempia alueellisia kokonaisuuksia, jonka seurauksena syntyi nykyinen Avara Oy (etelä-, itä- ja pohjoisosaan maata) ja YH-Länsi Oy (akselille Turku-Tampere). Samalla myös

keskusjärjestö jaettiin. Pohjanmaan YH-Rakennuttaja Oy jäi itsenäiseksi yhtiöksi. Vuonna 2010 Pohjanmaan YH-Rakennuttaja Oy sai uuden nimen: Lakea Oy.

Erityisryhmien asuntojen rakennuttajana ja nykyisin myös omistajana Lakealla on ollut suuri rooli. 1980-luvun alkupuolelta lähtien yhtiö on peruskorjannut ja tehnyt vanhusten ja muiden erityisryhmien vuokra-asuntoja ja palveluasuntoja palvelutiloineen lähes 1500 kappaletta ja yli 50 000 m<sup>2</sup> verran. Taloudellisina avustajina ovat toimineet RAY sekä vuodesta 2007 lähtien myös ARA.

2000 –luvulla Lakea on laajentanut palvelutarjontaansa myös tekniseen rakennuttamiseen ja rakennusvalvontaan sekä yhtiökumppaneille että ulkopuolisille toimijoille. ([www.lakea.fi](http://www.lakea.fi))

(Liite 5)

#### 4.2. Mikeva Oy

Mikeva Oy on valtakunnallinen yritys, joka on perustettu vuonna 1987. Mikeva tuottaa sosiaalialan kuntoutus-, kasvatus-, tuki-, koti-, työtoiminta-, hoiva- ja asumispalveluja kunnille ja kaupungeille sekä yksityisille asiakkaille 43 paikkakunnalla 64 yksikössä. Mikevan palvelut ovat suunnattu **mielenterveys-** ja / päihdeasukkaille, **kehitysvammaisille** ja **vanhuksille** sekä lapsille ja nuorille. Lähes 1000 ammattitaitoista mikevalaista pitää huolen siitä, että asukkaillamme ja asiakkailamme on joka päivä hyvä olla. Teemme tiivistä yhteistyötä omaisten ja läheisten kanssa. Pidämme henkilökuntamme osaamista ja motivaatiota yllä jatkuvalla koulutuksella, joka kattaa koko hoito- ja kuntoutusmallin.

Mikeva-brändi on takuu hyvästä olostä ja kumppanuudesta, kehittämisestä ja halukkuudesta luoda aitoa, elämänmyönteistä toimintaa. Sertifioitu laatujärjestelmämme auttaa ja mahdollistaa kehittämään jatkuvasti asumis- ja kuntoutusprosessejamme. Selkeällä ja yhtenäisellä johtamis- ja raportointijärjestelmällä varmistamme Hyvä Olla –lupauksemme koko organisaatiossa. Mikeva yhtenä Suomen suurimmista yksityisen sosiaalipalvelualan yrityksistä kasvaa voimakkaasti. Perustamme uusia palvelukoteja, kehitämme kuntoutusmalleja ja yhteis-

toimintaa. Olemme kiinnostuneita hyvistä yritysostokohteista. Tahtotilamme on jakaa näkemyksiä ja kokemuksia kuntien, kaupunkien kolmannen sektorin kanssa. ([www.mikeva.fi](http://www.mikeva.fi))

### 4.3. Stora Enso Oyj

Stora Enso on paperi-, biomateriaali-, puutuote- ja pakkausteollisuuden maailmanlaajuinen edelläkävijä – rethinker. Kyseenalaistamme toimintaamme ja ajatteluamme ja haemme jatkuvasti uutta tarjotaksemme asiakkaillemme innovatiivisia, uusiutuviin materiaaleihin perustuvia ratkaisuja.

Konsernin palveluksessa on noin 30 000 henkilöä yli 35 maassa. Stora Enson osakkeet noteerataan Helsingin ja Tukholman arvopaperipörsseissä. Asiakkaita ovat kustantamot, painotalot ja paperitukut sekä paukkaus-, puusepän- ja rakennusteollisuus.

Stora Enson missio on hyödyntää ja kehittää osaamistaan uusiutuvien raaka-aineiden käytössä vastataksien asiakkaiden tarpeisiin sekä raaka-aineisiin liittyviin maailmanlaajuisiin haasteisiin. Yhtiön tuotteet tarjoavat ilmastolle ystävällisen vaihtoehdon ja pienemmän hiilijalanjäljen verrattuna moniin kilpaileviin tuotteisiin, jotka on valmistettu uusiutumattomista materiaaleista. Stora Enson puuraaka-aineeseen perustuvat tuotteet hyödyttävät niin liiketoimintaa, ihmisiä kuin ympäristöäkin. Yhteisvastuu – taloudellinen, ympäristö- ja yhteiskuntavastuu – tukee yhtiön toimintatapoja.

Tulevaisuudessa Stora Enso keskittyy kasvumarkkinoihin Kiinassa ja Latinalaisessa Amerikassa, kuitupohjaisiin pakkauksiin, puuviljelmiltä peräisin olevaan selluun sekä tiettyihin paperilaatuihin. Kuitupohjaiset pakkaukset tarjoavat pitkällä aikavälillä tasaisen kasvupotentiaalin useimmissa segmenteissä. Pakkausalalla on paljon mahdollisuuksia tuoteinnovaatioihin, joiden avulla Stora Enso voi tarjota ympäristöystävällisiä ratkaisuja asiakkaille. Käyttämällä puuviljelmiltä peräisin olevaa sellua yhtiö varmistaa edullisen kuidun saatavuuden. ([www.storaenso.com](http://www.storaenso.com))

## **5 TAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN - PALVELUTALO JALMARIN VIHKIÄISET**

Vihkiäistilaisuuden toteuttaminen aloitettiin yhteisellä videoneuvottelulla (tiedote 26.11.2016; Liite 1) jossa olivat mukana Lakea Oy:n toimitusjohtaja ja assistentti, Stora Enson tiedottaja, Mikeva Oy:n projektijohtaja sekä Lakea Oy:n käyttämä tiedottaja Huvikummunviesti Oy:stä. Tiedotuksen rakenteesta ja käytännön toteutuksesta tehtiin suunnitelmat. Tiedotukseen tarvittiin kaksi eri näkökulmaa; uuden materiaalin ja palvelukonseptin käyttöönotto ja uuden rakennuksen avajaiset sekä Mikevan toiminnan aloittaminen Raumalla. Tiedotuksen luonteeseen vaikutti myös se että kyseessä on palvelutalokehitysvammaisille ja, että tilaisuuden yhteydessä järjestetään avoimet ovet tapahtuma. Raumalaisilla oli siis mahdollisuus tulla tutustumaan uusiin tiloihin ja Mikevan toimintaan.

Tilaisuus päätettiin järjestää 19.12.2012. Koska palvelutalon uudet asukkaat olivat tähän asti kotona ja laitoksissa asuneita kehitysvammaisia henkilöitä, oli syytä järjestää alkuun lehdistötilaisuus ja vasta sitten avata ovet kaupungin asukkaille. Tuli myös esille, että on otettava huomioon asukkaiden toiveet siitä, haluavatko kaikki olla tuona päivänä paikalla ja olla mukana haastatteluissa. Asukkaat ehtivät asua palvelutalossa noin kuukauden ennen vihkimistilaisuutta.

Paikallislehdet saivat tulla kuvaamaan palvelutaloa ja tekemään lehteensä artikkeleita Mikeva Oy:n toiminnasta jo 13.11.2012. Tämä ennakkojulkisuus oli tarpeen, jotta saatiin mainostettua myös tulevaa tilaisuutta ja avoimia ovia 19.12.2012. Lisäksi Stora Enson tiedottaja järjesti tähän ennakkotilaisuuteen kuvaajan. Näin saatiin esitteet valmiiksi ja medialle jakoon.

Kutsujen suunnittelu ja kutsuttavien jakelulistan valmistaminen alkoivat heti, ja kutsut lähetettiin kaksi viikkoa ennen tilaisuutta kutsutuille ja myös median edustajille. Kohderyhmänä olivat Rauman kaupungin asukkaat, palvelutalon asukkaiden perheet ja sukulaiset sekä kutsuvieraat.



*Jalmarintupa*

### **5.1. Tutkimuksen toiminnallisuus**

Tapaustutkimus (case study): yksityiskohtaista, intensiivistä tietoa yksittäisestä tapauksesta tai pienestä joukosta toisiinsa suhteessa olevia tapauksia. Tyypilliset piirteet: valitaan yksittäinen tapaus, tilanne tai joukko tapauksia; kohteena yksilö, ryhmä tai yhteisö; kiinnostuksen kohteena useinkin prosessit, yksittäistapausta tutkitaan yhteydessä ympäristöönsä (luonnollisissa tilanteissa), josta yksittäistapaus on osa; aineistoa kerätään useita metodeja käyttämällä, mm. havainnoin, haastatteluin ja dokumentteja tutkien. Tavoitteena tyypillisimmin ilmiöiden kuvailu. (Hirsjärvi ym. 2005, 125)



Tässä opinnäytetyössä on varsinaisena tapauksena vihkiäistilaisuus. Itse vihkiäistilaisuuteen suorassa suhteessa olivat mediatilaisuus ja ennakkotilaisuus lehdistölle. Kohteena olivat palvelutaloon muuttavat henkilöt ja tiedotusmielessä Rauman kaupungin asukkaat sekä paikallinen media. Metodina on tilaisuuden järjestäminen käytännössä, ottaen huomioon kaikki vaikuttavat seikat ja tiedottaminen, sekä sisäinen- että ulkoinen viestintä.

## **5.2. Tapahtuman runko**

Tapahtuma alkoi jo tuntia ennen varsinaista vihkimistilaisuutta. Paikalle saapuivat median edustajat ja heillä oli silloin mahdollisuus kuvata ja haastatella Mikevan projektin johtajaa sekä palvelutalon asukkaita ja henkilökuntaa.

Tapahtuma jatkui vihkimisseremonialla. Sitä seurasi opastettu tutustuminen taloon ja sen toimintaan. Palvelutalon vihki Rauman kaupunginjohtaja Kari Koski.

Aikataulu:

Klo 11.00 Tilaisuus medialle

Klo 12.00 Puheet ja talon vihkiminen

Klo 12.30 Ohjelmaa ja kahvitilaisuus ja tutustumista taloon ja toimintaan

Ennen varsinaista vihkiäistilaisuutta järjestetty tilaisuus medialle oli järjestetty tarkoituksella tuntia aikaisemmin, ettei talon asukkaiden kotirauha rikkoontuisi. Kaikki haastateltavat olivat sisäistäneet tilaisuuden luonteen tulemalla ajoissa paikalle ja käyttäytymällä tilaisuuden arvon mukaisesti eli he olivat vieraina asukkaille.



*Nauhan leikkaaminen*

### 5.3. Viestinnän osuus tapahtumassa

Viestinnästä tehtiin suunnitelma 26.11.2012 pidetyssä videoneuvottelussa. Päätettiin, että Mikeva Oy ja Lakea Oy tekevät oman yhteisen tiedotteensa. Stora Enso Oyj viestii uudesta materiaalistaan erikseen, eikä siis osallistu itse tilaisuuden markkinointiin.

Tiedotteessa tuotiin esiin arvoja, jolle koko tilaisuuden järjestäminen perustui: koti ja kotirauha. Ei ole itsestään selvää järjestää tilaisuutta toisten kotona ja saada se samalla tuntumaan juhralta ja kotoisalta.



*Lehtistötilaisuus*

#### 5.4. Kutsun laatiminen ja käytännön järjestelyt

Kutsua laadittaessa pidettiin palvelutarjoajan Mikeva Oy:n kanssa palaveri. Heidän toiveidensa mukaan kutsu laadittiin yksinkertaiseksi ja sellaiseksi, että sen voi suoraan julkaista lehdessä, kutsuna Rauman asukkaille. Kutsu on opinnäytetyön liitteenä. (Liite 4)

Käytännön järjestelyissä oli mukana palvelutalon toiminnasta päävastuussa oleva henkilö, joka parhaiten tunsu talon tavat ja fyysiset ominaisuudet.

Erillistä lupaa tapahtuman järjestämiseen ei tarvittu, koska se tapahtui omissa tiloissa ja ei sisältänyt sisäänpääsymaksua tai muita maksuja. Turvallisuusasiat sen sijaan käytiin henkilökunnan kanssa läpi. Erityistä huomiota kiinnitettiin asukkaiden turvallisuuteen.

Tilaisuutta lähdettiin siis rakentamaan asukkaiden ja palvelutalon arvojen ja talon käyttötarkoituksen mukaan. Aiheena oli koti. Koska tila oli uusi ja todella näyttävä se päätettiin koristella ajankohtaan liittyen joulun. Lisäksi pyydettiin paikallista yrittäjää tuotteineen paikalle tuomaan tärkeää osaa Raumaa näkyville. Kyseessä oli käsitöitä tekevä pieni yritys, joka toi tuulahduksen Vanhaa Raumaa vieraille. Taustalla soivat joululaulut, jotka olivat asukkailla jo aamulla voimisteluhetken taustalla soimassa. Kaikessa huomioitiin siis asukkaat ja heidän tärkeä päivärytminsä.

Tilojen koristelussa käytettiin ideoita ja ohjeita kirjasta *Koristellaan Koti Talveen*. (Koristellaan Koti Talveen, J.Peltonen / Gummerus Porvoo 2010). Lisäksi tarjoiluissa ja esillepanossa oli apuna *Onnistuneet juhlat* (Forslin L.; Gahne M.; Gradvall J.; Lindeberg-Bernhardsson C.; Thunell A.; Öhrn M. *Onnistuneet juhlat*.2012. Helsinki.Werner-Söderström Osakeyhtiö.)

Tavoitteena oli tehdä mahdollisimman paljon talkoovoimin, joten varsinaista budjettia ei tilaisuudelle ollut tarpeen laatia. Tarjottavat tilattiin ulkopuoliselta leipomolta, mutta tarjoilu hoidettiin itse.

## 5.5. Tapahtuman läpikäynti ennen varsinaista tilaisuutta

Mikeva Oy:n palvelutalon henkilökunnan kanssa käytiin läpi asioita ennen tilaisuutta, kuten ulkotulien sijainti ja se, kuinka kutsuvieraat pääsevät sisälle tiloihin. Ulko-ovihan on lukittuna tämän luonteisessa rakennuksessa, etteivät asukkaat lähde ulos yksin ja joudu vaaratilanteisiin.

Hankinnat tehtiin ajoissa ennen tapahtumaa. Elintarvikkeet tuotiin tapahtuma aamuna.

Yksi tärkeä yksityiskohta oli myös puhujien perehdyttäminen tilaisuuden teemaan ja avustaminen puhetta varten. Myös vihkijälle toimitettiin etukäteismateriaalia ja ohjeet siitä, mitä hänen rooliinsa tuona päivänä kuului. Vihkijän rooliin kuului puheen ja nauhan leikkaamisen lisäksi; kodin kynttilän sytyttäminen.

Riskit käytiin läpi. Riskeinä tämän luonteisessa tilaisuudessa nousevat aina turvallisuusseikat.



*Asukkaiden ruokailuhetki*

## 5.6. Tapahtuma 19.12.2012

Tapahtuma alkoi osaltani jo aamulla aikaisin. Saavuin paikalle ja aloitin henkilökunnan kanssa järjestelyt ja paikkojen koristelu. Kävimme myös ohjelman ja aikataulun vielä läpi. Tarjoilut oli tarkoitus hoitaa oman keittiön puolesta, joten siinä avustin tarpeen mukaan.

Alussa paikalle saapuivat yritysten johto ja median edustajat. Medialle oli varattu tila, jossa he saivat haastatella yritysten edustajia ja myös tutustua heidän kanssaan taloon. Kuvaamiseen oli pyydetty asukkailta lupa, ja tämä onnistui myös parhaiten alussa, ennen vieraiden saapumista.

Vieraiden ja henkilökunnan vastaanottamisen yhteydessä annettiin ohjeita siitä, miten päivän rutiinit saatiin sopimaan ohjelman lomaan. Vastaanotin myös kutsuvieraat ja opastin kaikki oikeisiin paikkoihin ja oikeiden ihmisten luokse. Vastaanotin lahjat ja järjestelin ne ja kukkalähetykset esille.

Kun tapahtuma alkoi, ohjasin puhujat paikoilleen ja kerroin heille, missä järjestyksessä kaikki tapahtui. Avustin myös puhujia puheiden aikana.

Rauman kaupunginjohtaja Kari Koski vihki tilan ja sitä edelsivät Mikeva Oy:n johtaja Petri Pitkärannan puhe ja Lakea Oy:n toimitusjohtaja Keijo Ullakon puhe. Kaupunginjohtaja Kari Koski myös sytytti kodin kynttilän. Lakea Oy:n toimitusjohtaja Keijo Ullakko lahjoitti kaikille asukkaille villaiset torkkupeitot.

Vieraita saapui paikalle vielä vihkimisen jälkeenkin. He saivat vapaasti tutustua tiloihin ja nauttia tarjoiluista. Asukkaat olivat innokkaita oppaita ja kaikessa huomasi, että talo oli heille koti.

Tilaisuuden toteutus sujui ennakkosuunnitelmien mukaan hallitusti. Päivän teema, koti, säilyi alusta loppuun mukana. Tilaisuus rakentui häiriöttä asukkaiden päivärytmiin, mikä oli yksi tärkeimmistä tavoitteista.



*Lakea Oy:n toimitusjohtaja lahjoittaa asukkaille villaiset torkkupeitot*

## 6 TULEVAISUUDEN NÄKYMÄT – TAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN OSANA KEHITYSTÄ

Lisää palvelutaloja tarvitaan nopealla tahdilla. Niin kehitysvammaisille kuin kasvavalle ikääntyvien joukolle tarvitaan tiloja, jotka täyttävät nykyiset vaatimukset. Tällöin uusi ja nopea rakennustekniikka on suureksi avuksi. Seuraavassa kuvataan nyky tilannetta ja tulevaisuuden tarpeita Ylen uutisoimana. Artikkelissa on haastateltu Lakea Oy:n toimitusjohtajaa.

Seuraava Mikeva Oy:n palvelutalo vihittiin käyttöön 25.1.2013 Pirkkalassa. Ylen uutisten nettisivuilla kommentoidaan asiasta seuraavasti:

*Valtion rakennustuki valuu pääkaupunkiseudulle*

*Asumisen rahoitus- ja kehittämiskeskus ARA: tuet vähenevät . Moni rakennushanke jää ilman tukea etenkin pääkaupunkiseudun ulkopuolella.*

*Tampereen naapurissa Pirkkalassa vihittiin perjantaina käyttöön valtion tuella rakennutettu vanhusten palvelukoti. Se on rahoitettu ARA:n erikoisryhmien avustuksella ja korkotuella.*

*Palvelukodin rakennuttaja kaipaa valtiolta lisää tukea palvelukodeille, erityisesti pääkaupunkiseudun ulkopuolelle.*

- *Eivät ihmiset vanhentuessaan muuta kotiseudulta pääkaupunkiseudulle, vaan päinvastoin. Siksi tukia pitäisi jatkossakin saada myös muualle Suomeen, sanoi Lakea Oy:n toimitusjohtaja Keijo Ullakko.*

*ARA:n tuella rakennetaan noin 1300 palveluasuntoa vuodessa. Enemmälle olisi tarvetta.*

*Vanhuksille suunnattu valtion tukema palveluasuntotuotanto on tarkoitettu pienituloisille asukkaille.*

*Hyvätuloisia silmällä pitäen kehitetään nyt tuotantomalleja, jotka mahdollistaisi palvelukotituotannon myös ilman valtion tukea.*



- *Yhtenä vaihtoehtona voisi olla moduulirakentaminen , joka antaa valinnanvaraa. Kaikki asukkaat eivät esimerkiksi halua sauna ja jotkut kaipaavat pientä keittiötä tai haluavat asunnon olevan yhtä suurta tilaa, sanoi Ullakko.*

Yle Tampere, Antti Palomaa

Kyseessä oleva palvelutalo ei ole samalla tekniikalla valmistettu, mutta uusi CLT tekniikka on tullut jäädäkseen, ja olisi samalla mainio tapa toteuttaa tulevaisuuden palvelukotitarpeita kustannustehokkaana ja helposti muunneltavana ratkaisuna. Tämänkin vuoksi uusien palvelutalojen avajaiset ovat tärkeitä tiedonlähteitä päättäjille, onhan tämä osa Suomen tulevaisuutta. Suuret ikäluokat tarvitsevat pikaisesti toimivia asumisratkaisuja.

## 7 POHDINTAA

Tapahtuman järjestämisen lähtökohdat olivat tässä tapauksessa toimivat. Tiivis yhteistyö eri osapuolten kanssa ja oikeiden henkilöiden kiinnittyminen hankkeeseen edistivät itse työtä alusta alkaen. Tapahtumalla haluttiin julkisuutta ja sitä kautta yritysimagea esille tuomista, koska toimijoina oli eri alan yrityksiä. Oikean kohderyhmän ja tilaisuuden teeman valinta oli oleellisen tärkeä. Tilaisuuden käytännön järjestelyissä etunani oli vankka kokemus samantyyppisistä tilaisuuksista, jolloin oli luontevaa, että sain ottaa hankkeessa ”tahtipuikon käteeni” ja huolehtia tehokkaasti, mutta kuitenkin näkymättömästi kaikista tilaisuuden vaatimista toimista.

Hyvää etukäteissuunnittelua ei voi painottaa liikaa, sillä tässäkin tilaisuudessa se kantoi koko hankkeen alusta loppuun. Asiakkaiden ja yhteistyökumppanien arvostaminen näkyi kutsujen lähettämisestä ajoissa aina ”jälkimarkkinointiin” saakka. Kutsu lähetettiin yli kaksi viikkoa ennen tilaisuutta ja tilaisuudesta ilmoitettiin myös mediassa. Tein yhteistyötä ja pidin neuvotteluja järjestelyistä avoimien yritysten edustajien kanssa useiden viikkojen ajan ennen tilaisuutta, sekä sen jälkeen. Tällöin muodostui luottamus ja yhteishenki osapuolten välille.

Koko tapahtuman järjestämisprosessin aikana tuotiin esille arvot koti ja rauha. Koska kyse oli palvelutalosta, joka on asukkaidensa koti, oli tärkeää noudattaa kodin sääntöjä ja toimia niiden ehdoilla. Kotirauha korostuikin ennakkojärjestelyissä ja itse tapahtumassa. Tilojen vihkimiseen liittyvä nauhan leikkaamisen lisäksi tilaisuutta juhlistettiin ideoimallani ”kodin kynttilän” sytyttämisellä. Tämä oli ”yllätysnumero” ja se koettiin positiiviseksi.

Järjestävien yritysten antaman palautteen mukaan tapahtuman järjestely hoidettiin ammattimaisesti, kodin lämpöä ja tunnelman luomista unohtamatta. Tilaisuus sai mediajulkisuutta ja sitä kautta näkyvyyttä. Yritysten imagea kannalta eri tahot ja tilaisuuden päävieraat, asukkaat, saivat hyvän kuvan yrityksistä, mikä olikin yksi tilaisuuden tarkoitus. Ennakkojulkisuuden ja avointen ovien kautta pyrittiin nivomaan palvelukodin toiminta ympäristöönsä. Sillä saatiin aikaan

myös ympäristön hyväksyntään liittyvää vaikutusta, sillä naapurit ja alueen ihmiset saivat vapaasti liikkua palvelukodin tiloissa ja tutustua asukkaisiin.



*Jalmarintupa*

## 7.1. SWOT–analyysi

Seuraavassa käsittelen vihkiiäistilaisuutta SWOT-analyysin keinoin. SWOT-analyysi on Albert Humphreyn kehittämä nelikenttämenetelmä, jota käytetään strategian laatimisessa, sekä oppimisen tai ongelmien tunnistamisessa, arvioinnissa ja kehittämisessä.

SWOT-analyysissä kirjataan ylös analysoidun asian:

- sisäiset vahvuudet (strengths)
- sisäiset heikkoudet (weaknesses)
- ulkoiset mahdollisuudet (opportunities)
- ulkoiset uhat (threats)

Kaavion vasempaan puoliskoon kuvataan myönteiset ja oikeaan puoliskoon negatiiviset asiat. Kaavion alapuoliskoon kuvataan organisaation ulkoiset ja yläpuoliskoon sisäiset asiat.

Tämän jälkeen SWOT-analyysin pohjalta voidaan tehdä päätelmiä, miten vahvuuksia voidaan käyttää hyväksi, miten heikkoudet muutetaan vahvuuksiksi. Miten tulevaisuuden mahdollisuuksia hyödynnetään ja miten mahdolliset uhat vältetään. Tuloksena saadaan toimintasuunnitelma.

SWOT-mallia voidaan käyttää ideointiin ja jatkokehittelyyn. (Kotler & Keller, 2009, 90-92,99)

Seuraavassa tapahtuman SWOT –analyysi kaaviokuvaa käyttäen.

	+	–
<b>Sisäinen ympäristö</b>	<b>VAHVUUDET</b> Upeat ja toimivat tilat kokenut tilaisuudenjärjestäjä CLT -tekniikka	<b>HEIKKOUEDET</b> Keittiöhenkilökunnan kokemattomuus tilaisuuksien järjestämisestä
<b>Ulkoinen ympäristö</b>	<b>MAHDOLLISUUDET</b> Median kiinnostus Kaupungin, palveluntarjoajan ja ympäristön positiivinen vastaanotto	<b>UHAT</b> Turvallisuusasiat ja muuttuvat tilanteet

## LÄHTEET

Forslin L.; Gahne M.; Gradvall J.; Lindeberg-Bernhardsson C.; Thunell A.; Öhrn M. Onnistuneet juhlat.2012. Helsinki.Werner-Söderström Osakeyhtiö.

Harju L. 2003. Työelämän tapahtumat ja tilaisuudet. Helsinki. Otava.

Hirsjärvi S.; Remes, P. & Sajavaara P. 2005. Tutki ja kirjoita. Helsinki. Tammi.

liskola-Kesonen H. 2006. Mitä, miksi, kuinka? Käsikirja tapahtumajärjestäjille. SLU-julkaisusarja 10/04. Helsinki: Suomen liikunta ja Urheilu ry.

Kauhanen J.; Juurakko A & Kauhanen V. 2002. Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus. Helsinki. WSOY

Kotler P., Keller K. 2009. Marketing management. New Jersey. Person Education Ltd

Kuutti J., Juholin E. Mediapeli –anatomia ja keinot. 2006. Hämeenlinna. Karisto Oy.

Lahtinen, J; Isoviita, A. 1998. Markkinoinnin suunnittelu. Jyväskylä. Gummerus kirjapaino Oy.

Peltonen J. 2010. Koristellaan koti talveen. Porvoo. Gummerus

Rope T. 2005. Markkinoinnilla menestykseen: hehkeys- ja ilhaduttamismarkkinointi. Hämeenlinna. Karisto Oy.

Ruuska, K. 2005. Pidä projekti hallinnassa. Suunnittelu, menetelmät, vuorovaikutus. 5. uudistettu painos. Helsinki: Talentum Media.

STAY. 2009. Suomen tapahtumamarkkinointiyhdistys ry. [4.12.2009]  
<http://tapahtumamarkkinointi.com>

Vallo H. 2009. Isännyyden ihanuus. Tilaisuudet Tapahtumat. Navigare.

Vallo H., Häyrinen E. 2003. Tapahtuma on tilaisuus. Helsinki. Hakapaino.

Vuokko P 2003. Markkinointiviestintä: merkitys, vaikutus ja keinot. Porvoo. WS Bookwell Oy.

[www.lakea.fi](http://www.lakea.fi)

[www.mikeva.fi](http://www.mikeva.fi)

[www.storaenso.com](http://www.storaenso.com)

Yle Tampere; Antti Palomaa,

[http://yle.fi/uutiset/valtion\\_rakennustuki\\_valuu\\_paakaupunkiseudulle/6467076#](http://yle.fi/uutiset/valtion_rakennustuki_valuu_paakaupunkiseudulle/6467076#))

## Raumalla vihittiin käyttöön puumoduulirakenteinen palvelutalo

**Tänään Raumalla käyttöön vihittävä palvelutalo, Mikeva Oy:n Jalmarintupa on toteutettu uudella, puumoduulirakentamisen tekniikalla. Lakea Oy:n ideoima tekniikka antaa mahdollisuuden laadukkaiden palvelutalojen toteutukseen normaalia rakentamista nopeammalla aikataululla.**

Jalmarintupa on kehitysvammaisten asumispalveluyksikkö, joka tarjoaa tehostettua palveluasumista 15 asukkaalle. Kullakin asukkaalla on 24 neliönhuone, jossa on oma WC sekä suihku. Jalmarintupa on jaettu kolmeen siipeen, joissa kaikissa on viisi huonetta ja pieni oleskelutila. Yksikössä on lisäksi yhteinen oleskelutila, ruokasali, sauna ja oma jakelukeittiö.

- Jalmarintuvassa, kuten kaikissa palvelutaloissamme tarjoamme kodinomaista, asukkaan tarpeita vastaavaa hoitoa. Henkilökunta on paikalla ympäri vuorokauden antamassa apua ja tukea asukkaille arjessa selviytymisessä, kertoo Länsi-Suomen aluejohtaja Ari Vaaranmaa Mikeva Oy:stä.

Ari Vaaranmaan mukaan Mikevan tavoitteena on yhtenä Suomen suurimmista yksityisen sosiaalipalvelualan yrityksistä kasvaa voimakkaasti perustamalla uusia palvelukoteja sekä kehittämällä kuntoutusmalleja ja yhteistoimintaa.

Mikeva Oy:n toimii nyt vihityssä palvelutalossa palveluntuottajana. Kiinteistön omistaa Lakea Kiinteistöt Oy.

- Palveluasunnoille on yhä suurempi kysyntä erityisesti väestön ikääntymisen takia. Lakea Oy:llä on pitkä kokemus palvelutalohankkeiden toteuttamisesta ja moduulirakentamisen mallilla pystymme tuottamaan nopeasti laadukkaita asuntoja, korostaa Lakea Oy:n toimitusjohtaja Keijo Ullakko.

Lakea Oy on kehittänyt moduulirakentamisen mallia jo pitkään. Idea mallin hyödyntämisestä palvelutaloissa syntyi ajatuksesta, että niissä huoneen ja pesutilat sisältävät asumisyksiköt ovat helposti toistettavissa

Moduulirakentamisen menetelmä mahdollistaa jopa 50 – 70 prosenttia nopeamman rakennusajan perinteiseen elementtirakentamiseen verrattuna. Menetelmä lisää myös rakentamisen laatua ja ekologisuutta. Moduulit valmistetaan alusta loppuun sisätiloissa, jolloin ne eivät altistu missään vaiheessa kosteudelle. Rauman palvelutaloon puumoduulit on toimittanut Stora Enso.

Rauman palvelutalon rahoituksessa käytettiin ARAn avustusta ja korkotukilainaa. Lakea Oy:llä on tavoitteena toteuttaa moduulirakentamisen mallilla omistukseensa 16 palvelutaloa. Seitsemän hanketta on jo saanut ARA-avustuspäätöksen ja tänä vuonna on jätetty avustushakemus yhdeksästä hankkeesta.

### Lisätietoja:

Keijo Ullakko, toimitusjohtaja, Lakea Oy, puh. 040 549 7250

Ari Vaaranmaa, Länsi-Suomen aluejohtaja, Mikeva Oy, puh. 040 748 9521

*Lakea Oy rakennuttaa omaan omistukseen vuokra-asuntoja Seinäjoen, Vaasan, Jyväskylän, Kokkolan ja Kuopion seudulla ja omistusasuntoja Seinäjoella, Kokkolassa ja Vaasassa sekä tarjoaa kokonaisvaltaista rakennuttamispalvelua rakennusprojektin hoidossa. Lakea Isännöinti tarjoaa isännöintipalveluja ja vastaa vuokratoiminnasta. Lakea Oy:n pääomistajina on 15 pohjalaista kuntaa.*

*Mikeva Oy on valtakunnallinen yritys, joka on perustettu vuonna 1987. Mikeva tuottaa sosiaalialan kuntoutus-, kasvatus-, tuki-, koti-, työtoiminta-, hoiva- ja asumispalveluja kunnille ja kaupungeille sekä yksityisille asiakkaille 43 paikkakunnalla 64 yksikössä. Mikevan palvelut ovat suunnattu mielen-terveys- ja / päihdeasukkaille, kehitysvammaisille ja vanhuksille sekä lapsille ja nuorille.*



# Länsi-Suomi

LS24.fi UUTISET VIHDE JA KULTTUURI URHEILU MIELIPITEET

RAUMA JA ALUE

## Raumalla vihittiin käyttöön ensimmäinen puumoduulirakenteinen palvelutalo

RAUMA JA ALUE | Länsi-Suomi | Päivitetty 19.12.2012 klo 13:51 | 1



*Rauman kaupunginjohtaja Kari Koski leikkasi juhlallisesti nauhan uuden palvelukodin vihkiäisissä. Häntä avusti Mikeva Oy:n toimitusjohtaja Petri Pitkäranta ja Lakea Oy:n toimitusjohtaja Keijo Ullakko.*

Raumalla keskiviikkona vihitty palvelutalo, Mikeva Oy:n Jalmarintupa on toteutettu uudella, puumoduulirakentamisen tekniikalla. Lakea Oy:n ideoima tekniikka antaa mahdollisuuden laadukkaiden palvelutalojen toteutukseen normaalia rakentamista nopeammalla aikataululla.

Jalmarintupa on kehitysvammaisten asumispalveluyksikkö, joka tarjoaa tehostettua palveluasumista 15 asukkaalle. Kullakin asukkaalla on 24 neliönhuone, jossa on oma WC sekä suihku. Jalmarintupa on jaettu kolmeen siipeen, joissa kaikissa on viisi huonetta ja pieni oleskelutila. Yksikössä on lisäksi yhteinen oleskelutila, ruokasali, sauna ja oma jakelukeittiö.

<http://ls24.fi/jutut/rauma-ja-alue/juttu-raumalla-vihittiin-kayttoon-ensimmainen-puumoduulirakenteinen-palvelutalo>

## 19.12.12 Palvelukoti Jalmarintupa vihitään käyttöön Raumalla



Palvelukoti Jalmarintupa vihitään käyttöön Raumalla 19.12.2012. Tilaisuus alkaa klo 12.

- \* Tervetuliaispuhe Mikeva Oy:n toimitusjohtaja *Petri Pitkäranta*
- \* Avajaispuhe Lakea Oy:n toimitusjohtaja *Keijo Ullakko*
- \* Rauman kaupunginjohtaja *Kari Koski* vihkii uudet tilat käyttöön

Tervehdysten, puheiden ja palvelukodin vihkimisen jälkeen mahdollisuus tutustua toimintaamme sekä uuteen palvelukotiimme glögitarjoilun kera klo 17 saakka.

Lämpimästi tervetuloa!

Palvelukoti Jalmarintupa tarjoaa tehostettua palveluasumista 15 kehitysvammaiselle asukkaalle. Asumispalvelu sisältää asukkaan ympärivuorokautisen palvelun, huolenpidon ja kuntouttavan viriketoiminnan sekä sitä tukevat palvelut.

### **Palvelukoti Jalmarintupa**

Päiväsenkatu 63  
26660 Rauma  
puh. 044 7110824

### **Vastaava ohjaaja:**

Kaisa Uusi-Marttila  
puh. 044 711 0824  
sähköposti: [kaisa.uusi-marttila@mikeva.fi](mailto:kaisa.uusi-marttila@mikeva.fi)

<http://www.mikeva.fi/2012/12/19-12-2012-palvelukoti-jalmarintupa-raumalla-vihitaan-kayttoon/>

*Meillä on ilo kutsua Teidät  
uuden palvelutalomme vihkiäisiin,*

*Päiväsenkatu 63  
19.12.2012 klo 12*

*Ohjelma*

*Klo 12*

*Puheet:*

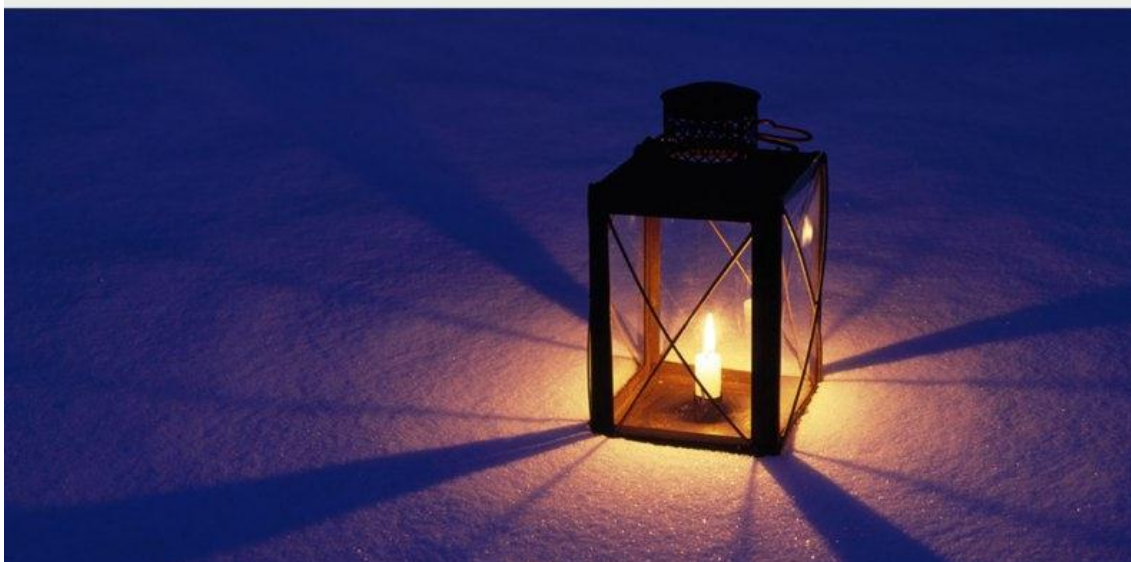
*Petri Pitkäranta, toimitusjohtaja Mikeva Oy*

*Keijo Ullakko, toimitusjohtaja Lakea Oy*

*Kari Koski, Rauman kaupunginjohtaja vihkii uudet tilat käyttöön*

*Klo 13-17 Glögitarjoilu ja Avoimet ovet - tutustuminen uusiin tiloihin*

*Mikeva Oy*



The logo for Lakea, featuring the word "Lakea" in a white, sans-serif font. The letter "a" is stylized with a yellow and grey geometric shape. The logo is set against a dark grey background that has a yellow and grey arrow-like shape pointing to the right on the right side.

## **Lakea Oy on luotettava ja turvallinen asumisen ammattilainen.**

Me osaamme isännöinnin, vuokra-asumisen ja rakennuttamisen eri osa-alueet. Kehitämme palvelujamme jatkuvasti, sillä haluamme vaikuttaa asumisen laatuun ja turvallisuuteen tulevaisuudessakin.

Panostamme lisäksi kestävien asumismuotojen ja -ratkaisujen löytämiseen asumisessa.

Teemme yhteistyötä alansa johtavien ja osaavimpien kumppanien kanssa ympäri Suomea.

Lakean pääomistajia ovat 15 vahvaa pohjalaista kuntaa. Omistajakunta on sitoutunut kehittämään yhtiötä valtakunnalliseksi vaikuttajaksi.

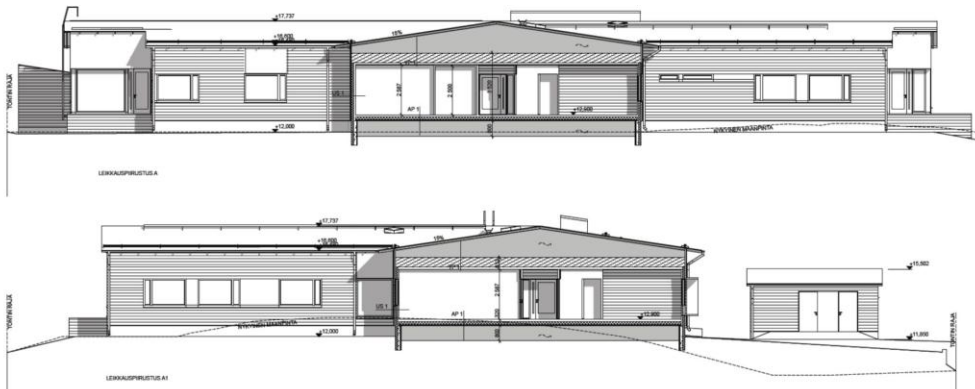
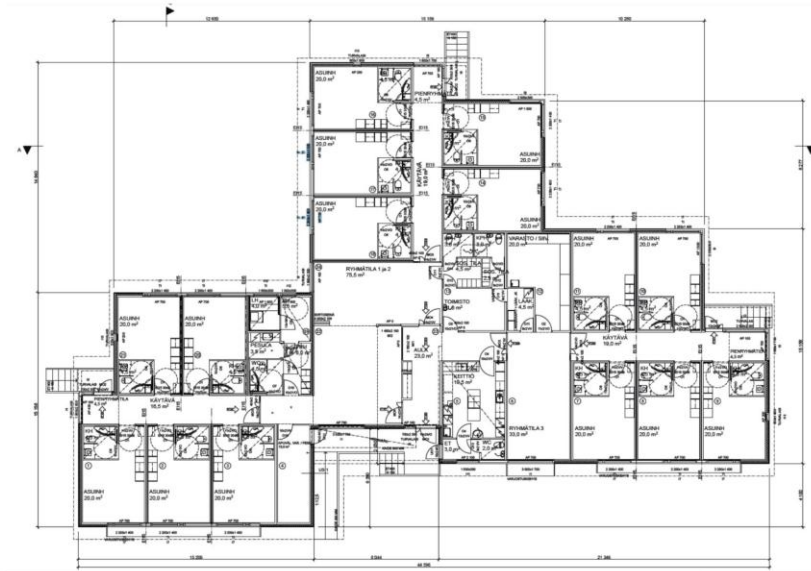
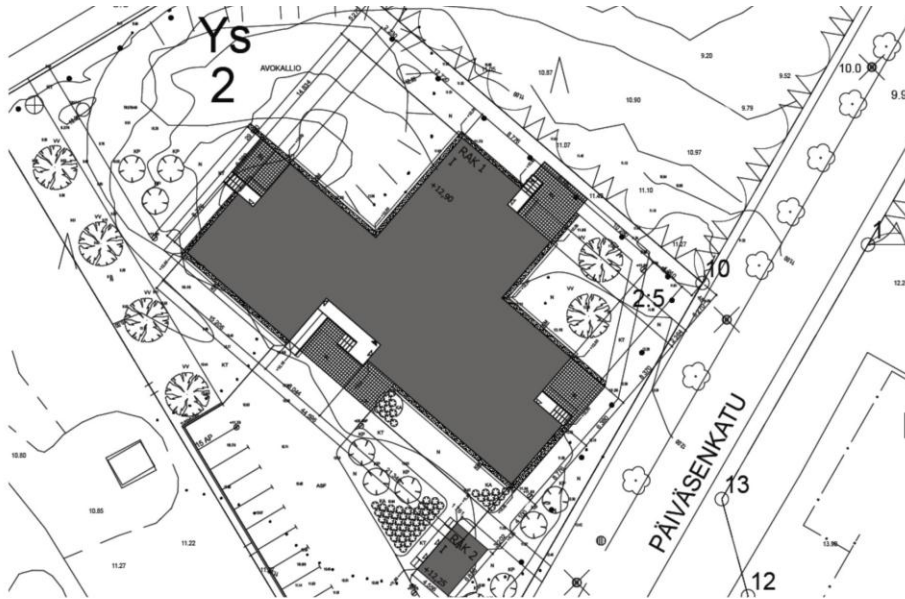
## **ARVOT**

2.1 Toimintamme pohjana on luotettavuus: Toimimme luotettavasti ja vastuullisesti projektien alusta loppuun saakka. Me pidämme sen, minkä lupaamme.

2.2 Olemme asumisen ammattilaisia: Toimintamme peruspilari on ammattitaito, joka vaatii meitä kehittymään ja arvostamaan omaa sekä työkavereiden ammattitaitoa. Tämä takaa asiakkaillemme aina laadukkaan tehtävien suorittamisen.

2.3 Kehittyminen takaa palvelumme laadun:

Haluamme olla alan edelläkävijöitä. Sen vuoksi panostamme jatkuvaan kehittymiseen sekä yrityksenä että yksilöinä. Uudistuminen takaa asiakkaillemme jatkuvasti ensiluokkaisen ja asiantuntevan palvelun.



arkkitehtuuri oy  
lehtinenmiettunen  
Vilpurintie 4, 13200 Hämeenlinna (03) 652 5270

## Kantavat seinät: massiivirakenne (CLT)

Kantavat seinät voidaan toteuttaa CLT-massiivipuulevystä, jossa puukerrokset on liimattu ristiin (CLT: *cross laminated timber*). Levy toimii sekä kantavana että jäykistävänä rakenteena seinissä ja välipohjissa. Aukotukset ja liitokset tehdään levyihin tehtaalla tietokoneohjatulla jyrsintäteknikalla mittatarkasti. CLT-levyn maksimikoko on 3 x 6 metriä ja sitä on saatavilla useina eri vahvuuksina. CLT-levyn käyttö mahdollistaa joustavan aukotuksen seinissä ja välipohjissa sekä ulokerakenteet.

CLT-tekniikka on yleinen rakennustekniikka esimerkiksi Saksassa ja Itävallassa. Saksankielisissä maissa tekniikka tunnetaan nimellä KLH (*kross laminate holz*).

### Esimerkkikohde

Murray Grove, Lontoo



Arkkitehtisuunnittelu: Waugh Thistleton Architects

Valmistumisvuosi: 2009

Kerroslukku: 9

Huoneistot: 29 asuntoa, liiketiloja

Mitat: 17x17m

Murray Groven puukerrostalon runkoratkaisu perustuu kantaviin massiivisiin ristiinliimattuihin puulevyihin, CLT-levyihin (*cross-laminated timber*). Rakennuksen kaikki seinät toimivat kantavina seininä, asunnoissa ei ole kevyitä väliseiniä. CLT-välipohjajaelementeillä (379mm) on saavutettu enimmillään 6,5 metrin jänneväli. Betonirakenteista pohjakerrosta lukuunottamatta kaikki rakenteet ovat puuta: CLT-levyä on käytetty myös porrashuoneissa ja hissikuiluissa. Massiivipuurakenteseen on sitoutunut runsaasti hiiltä.

Lisää tietoa: [www.clt.info](http://www.clt.info)