



Aluevaalien torikahvihaaste

Pohjois-Karjalan hyvinvointialue

Torikahvihaasteen tausta

1

HISTORIAN
ENSIMMÄISTEN
ALUEVAALIEN
ÄÄNESTYSPROSENTIN
ENNUSTETTIIN
JÄÄVÄN ALHAISEKSI

2

MILLÄ KEINOLLA
HERÄTTÄÄ
ASUKKAIDEN
KIINNOSTUS
ALUEVAALEIHIN?

3

POHJOIS-KARJALAN
HYVINVOINTIALUE
SEN KEKSI:
HAASTETAAN
SAVOLAISET
ÄÄNESTYSKISAAN!

Kilpailun voittajalle ideoitiin kunnan palkinto: torikahvit!

- ◇ Pohjois-Savon ja Etelä-Savon hyvinvointialueet vastasivat aluevaalihaasteeseen myönteisesti. Etelä-Karjala liittyi mukaan nelikkoon.
- ◇ Palkinnoksi sovittiin torikahvit siinä voittaja-alueen kunnassa, jossa puolestaan on äänestetty vilkkaimmin.



Torikahvihaasteen toteutus

- ◆ Aluevaalien äänestysaaste –idea sai vihreää valoa Pohjois-Karjalan hyvinvointialueen valmistelutiimiltä
- ◆ Sen jälkeen se esiteltiin THL:n ja sosiaali- ja terveysministeriön valtakunnallisessa hyvinvointialueiden viestintäverkostossa, josta idea alkoi levitä muille alueille
- ◆ Mediakiinnostus oli heti laajaa
- ◆ Kantavana keskinäisenä ajatuksena oli hyväntahtoinen nokittelu, mikä hauskuutti seuraajia esim. Twitterissä hashtageilla #torikahvihaaste #aluevaalihaaste
- ◆ Markkinoinnissa korostui ”heimohenkisyys”
- ◆ Karjalaisia symbolisoivat karjalanpiirakka ja sultsina ja savolaisia kalakukko. Etelä-Savo halusi liittää mainoksiin oman perinneherkkunsa, savumuikun
- ◆ Hahmot liitettiin mukaan printti-, video- ja somemainoksiin sekä tiedotteisiin
- ◆ Muut hyvinvointialueet kopioivat idean, mm. Keski-Suomessa, Päijät-Hämeessä ja Hämeessä kisattiin lettukesteistä

Mainoskampanja käyntiin, tiedotteet purivat

Aluevaalihaasteen markkinointi aloitettiin paikallisissa printtimedioissa sekä tiedottein marraskuussa 2021

Tiedotteet ylittivät valtakunnallisen uutiskynnyksen: haaste pääsi Helsingin Sanomiin, MTV3:lle, Ylelle, radioon ja lukuisiin maakunta- ja paikallismedioihin. Joulukuussa yhteensä 16 hyvinvointialuetta 21:stä oli liittynyt mukaan haasteeseen

ALUEVAALIT 2022

POHJOIS-KARJALAN HYVINVOINTIALUE
HAASTOI SAVOLAISET ÄÄNESTYSKISAAN

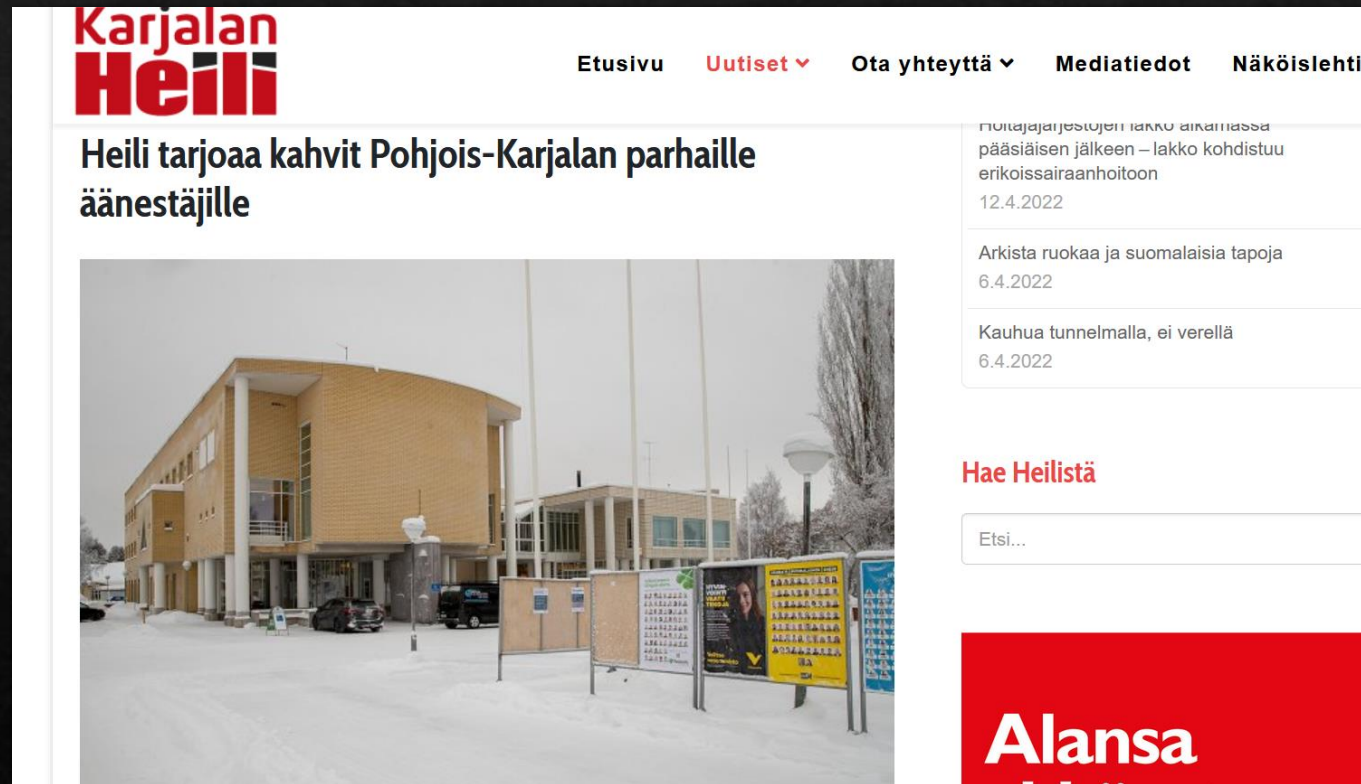


Miten toteutettiin?

- ❖ Kampanjamateriaaleja, kuten videoita, jaettiin järjestöjen, kuntien ja kuntalaisten somekanavilla aktiivisesti
- ❖ Neljän videon sarjassa ”uhottiin” hellästi savolaisille
- ❖ Voimamies Mika Törrö antoi äänestyskäden treeniohjeet savolaisten päihittämiseksi
- ❖ Virallisena äänestyspäivänä ilmestyi maakunnan mediassa yhteinen etusivu (kun kantta katsoo tarkkaan, karjalaiset piirroshahmot hiihtävät edellä ja savolainen kalakukko vierii rinnettä alas)
- ❖ Karjalan Heili kiritti tarjouksella torikahveista aktiivisimmalle pohjoiskarjalaiselle kunnalle
- ❖ Äänestystilannetta somessa seurattiin reaaliajassa



Paikallismediat kirittivät maakunnan äänestäjiä



13.4.2022

Sivutuotteena syntyi Lasten aluevaalit

Aluevaalihaaste poiki lapsilta hyvinvointialueelle pyynnön omien aluevaalien järjestämisestä

Nopealla aikataululla saatiin nuorelta taidekoululaiselta neljä piirroshahmoa, joilla oli esikuvat torikahvihaastemainoksissa (kalakukko, karjalanpiirakka, sultsina, savumuikku)

Lasten aluevaalit toteutettiin nettiäänestyksenä ja ehdokkaat esiteltiin runomuodossa

Linkki äänestyslomakkeeseen lähetettiin päiväkodeihin ja kouluihin

Myös mediakiinnostus oli suurta: lapset pääsivät televisioon kertomaan mielteitään ehdokkaista

Lasten demokratia- ja kirjallisuuskasvatusta tukevilla vaaleissa äänesti peräti 1133 lasta

5 Saska Savumuikku



5 Saska Savumuikku

Jos tahtoo kypsän ehdokkaan valinnaksi käy Savumuikku se on pyydetty, perattu ja suolattu ja perään heitetty tuikku

Muikun pikkuisessa päässä huolena on ilmastonmuutos ettei Pielisessä polskiessa tulis puhtaan veden puutos

Kaverinsa hauen kanssa muikku huolehtii kunnostaan pakoleikissä ura kirkastui: savusukellus käy kuin luonnostaan!

Motto: Olen syntynyt savusukeltajaksi.

Haasteen tulokset

- ◇ Torikahvihaasteen voitti Etelä-Savo, jonka vilkkain äänestäjäkunta oli Enonkoski. Häviäjät eli Pohjois-Karjala, Pohjois-Savo ja Etelä-Karjala tarjosivat torikahvit karjalanpiirakoineen yhteisvastuullisesti maaliskuussa
- ◇ Haaste kasvoi valtakunnalliseksi ilmiöksi, joka tavoitti television (MTV3 , Kymppiuutiset, Yle) ja muiden medioiden kautta miljoonia ihmisiä
- ◇ Sosiaali- ja terveysministeriö antoi haasteesta tunnustusta soteuudistuksen toimeenpanon tiekartassa
- ◇ Maksettu media tuki tiedotteita. Kampanja saatiin kohtuullisin hinnoin paikallisiin printtilehtiin ja radioon. Somenäkyvyyden osto oli vaikeaa vaaliteeman vuoksi. Joensuu tarjosi katuscreenit ja jättitoriscreenin ilmaiseksi yhteisen hyvän nimissä. Kampanja maksoi noin 5500 euroa, oma osuus torikahvien tarjoamisesta oli 500 euroa
- ◇ Hauskan kampanjan myötä hyvinvointialueiden yhteistyö tiivistyi, samoin kävi paikallisten järjestöjen ja kuntien kanssa. Mm. Maakuntaliitto, Maakunnallinen nuorisovaltuusto ja Martat levittivät tietoa kilpailusta
- ◇ Torikahvihaaste osoitti sen, että joskus pitkälinen ylisuunnittelu ei kannata, vaan hyvä idea ja reipas tekeminen ilolla höystettynä riittävät pitkälle!

Ja Enonkosken torilla tavattiin!

Tekijät:

Suunnittelu ja käsikirjoitukset Pohjois-
Karjalan hyvinvointialue

Mainostoimistot Rookie Communications
ja Fabrik Oy

Lisätiedot: Stiina Ikonen, 0440 458229,
stiina.ikonen@siunsote.fi



13.4.2022