

HYVÄ TYÖ

hyvä myö

POHJOIS-KARJALA

Pohjois-Karjalan 300 -vuotis juhlavuoden markkinointiteko

TAUSTAA

Pohjois-Karjalan brändiuudistuksessa vuonna 2018 nostettiin Pohjois-Karjalan pyrkimykseksi ”kukaan ei jää yksin”. Eikä syyttä, Pohjois-Karjalassa itsensä yksinäiseksi tuntevien osuus on maan toiseksi korkein (FinSote 2017-2018 THL). Yksinäisyydestä on Suomessa kasvanut merkittävä kansanterveydellinen ja -taloudellinen uhka. Toisen koronakevään Kouluterveyskyselyn mukaan yksinäisyys on koskettanut erityisesti peruskoululaisia ja toisen asteen opiskelijoita. Kaiken kaikkiaan yksinäisyyttä kokevien osuus oli kasvanut 17,8 prosentista 32,3 prosenttiin.

Jokainen ihminen voi halutessaan vähentää toisen ihmisen yksinäisyyden tunnetta. Yksinäisyystutkimuksissa on myös huomattu, että asioiden tekeminen muiden hyväksi helpottaa omaa yksinäisyyden kokemusta. Tästä ajatuksesta sekä karjalaiseen hyväntahtoisuuteen ja yhteisöllisyyteen liittyen syntyi idea Hyvä työ -haastekampanjasta. Kampanjan herättämä mielenkiinto kertoo, että asia koetaan tärkeäksi. Maakuntaliitto on vienyt yksinäisyyttä vähentävää viestiä kohta neljä vuotta ja juhluvuonna oli mahdollisuus tarttua tähän teemaan entistä vahvemmin osana Pohjois-Karjalan 300-vuotisjuhlavuoden toimintaa.



Maailman muuttamiseen tarvitaan suuria linjoja ja pitkäjänteisyyttä, mutta kaikki lähtee pienistä jokapäiväisistä teoista. Asetimme haastekampanjan tavoitteeksi kerätä 300-vuotisjuhlan kunniaksi 300 hyvää tekoa ympäri maakunnan. Mikäpä olisi parempi lahja maakunnalle, kuin tehdä hyvää sen asukkaille ja yhteisöille. Tavoitteita olivat yhteisöllisyyden, yhdessä tekemisen ja aktiivisen osallistumisen lisääminen. Lisäksi juhluvuoden toimenpiteillä halusimme kiinnittää huomiota yksinäisyyden vähentämiseen ja suvaitsevaisuuteen.

Roadmap

Kampanjakokonaisuus 2021





1

Kampanfilme

Hyvä työ - hyvä myö!

Hyvän mielen kampanjan ilme koostui paikallismurteen sanaleikistä, eräänlaisesta tiimikannustuksesta, joka sisältää myös kaksoismerkityksen (hyvien töiden tekeminen). Kampanjailmeestä tehtiin positiivinen käyttämällä iloisia ja kaikenikäisiä ihmisiä. Visuaalinen ilme pohjautui Pohjois-Karjalan brändiin ja visuaalisiin elementteihin.

Kampanjateksteissä korostettiin, että haasteeseen voi osallistua ihan jokainen ja miten pienilläkin teoilla voi olla suuri merkitys. Kampanjaa varten toteutettiin oma nettisivu, jonne pystyi nettilomakkeelle suoraan kirjaamaan oman tekonsa sekä ohjeet somessa julkaistavan teon kampanjatunnisteisiin. Sivulle myös nousi automaattisesti kampanjatunnisteilla postatut hyvät teot Facebookissa ja Instagramissa.

**Maakuntapaiva.fi/hyva-tyo
-kampanjasivulla vierailtiin**

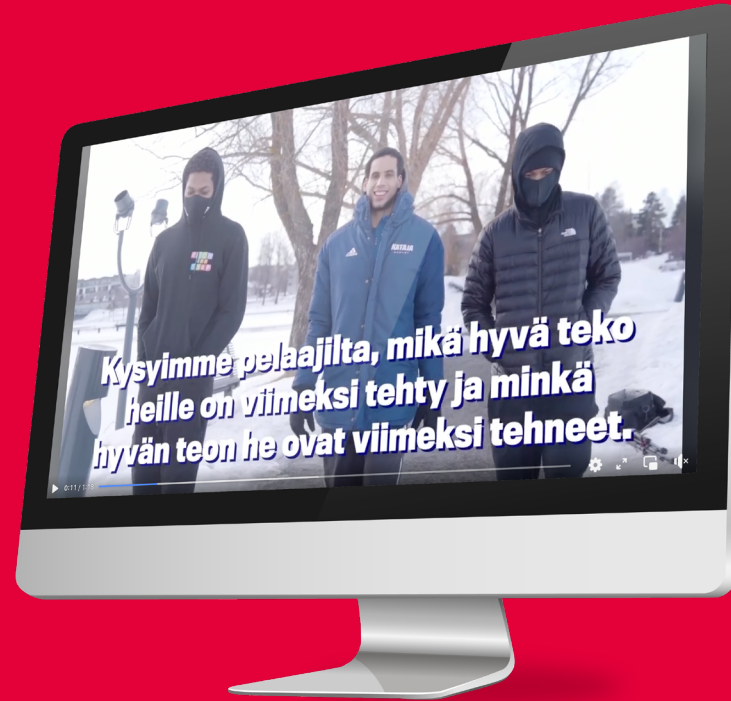
3122

kertaa

**Kukaaneijaayksin.fi
-sivustolla vierailtiin**

6899

kertaa



2

Yhteistyö urheiluseurojen kanssa

Kampanjaan liittyen teimme yhteistyötä jalkapalloseura Jipon ja koripalloseura Kataja Basketin kanssa. Jipon videolla seuran sisällöntuottaja "arjen sankari" yllätettiin yhteisön toimesta. Katajan videolla joukkueen ulkomaanvahvistukset kertoivat hyvien tekojen kokemuksistaan ja omista aikeistaan tehdä hyviä tekoja.



3

Maakuntajohtajan haaste

Haaste levisi myös johtajatasolla, kun maakuntajohtaja Markus Hirvonen haastoi kampanjan sanansaattajana Siunsoten ja Pohjois-Karjalan Pelastuslaitoksen johtajat. Siunsoten johtaja haastoi puolestaan Joensuun kaupunginjohtajan ja Pelastuslaitoksen johtaja Pohjois-Karjalan Rajavartiolaituksen johdon. Mukaan lähtivät myös monet muut tahot, kuten Taito Pohjois-Karjala ry kiertävän käsityöneuvonnan taitobusseilla ja maksuttomilla kudontapäivillä, Karelia-ammattikorkeakoulu tarjoamalla ilmaisen Digitaidot kunnolla vauhtiin -verkkokurssin, Pohjois-Karjalan Martat jakamalla leipäjuurta ja Joensuun kaupunkikeskustayhdistys Virta Tee Joensuu! -tapahtumahaasteellaan.

Maakuntapäivänä palkittiin jo kolmatta kertaa Yksinäisyyttä vähentävä teko. Se myönnettiin Rääkkylän Paksuniemen kesäkeitaan yrittäjille. [Lue lisää](#)



4

Maakuntapäivä ja juhlakuukausi

Juhlakuukauden aikana mm. paikallisradiokanava Radiorex järjesti teemaviikon.

Lisäksi maakuntapäivänä palkittiin Vuoden yksinäisyyttä vähentävä teko.

Juhlakuukausi näkyi ja kuului koko Pohjois-karjalassa

Elokuu oli varsinainen juhlakuukausi. Kuukauden viimeisenä lauantaina juhlittiin maakuntapäivää, jolloin palkittiin myös 3. kertaa Vuoden yksinäisyyttä vähentävä teko (Pohjois-Karjalan pyrkimys ”kukaan ei jää yksin”).

Juhlaviikolla tehtiin yhteistyötä paikallisten medioiden kanssa. Sanomalehti Karjalainen julkaisi joka kotiin jaettavan maakuntanumeron, jonka kannessa vaikuttaja Bettina Peltoniemi kertoi yksinäisyydenkokemuksistaan ja pienten ystävällisten eleiden merkityksestä.

Paikallisradio Radio Rexin kanssa toteutettiin teemaviikko, jossa kerrottiin Hyvä työ -haastekampanjasta ja kuulijat saivat kertoa millaisia pieniä tai suuria hyviä tekoja heille oli tehty, mitä teko merkitsi ja miltä tuntuu, kun tehdään hyvää. Kuulijat saivat myös ilmiäntää hyviä tekoja.

**Sanomalehti Karjalaisen
maakuntapäivän teemanumero,
jossa kansimainos, jaettiin**

65.000
talouteen

**Radio Rex tavoitti
viikon aikana**

22.000
kuulijaa

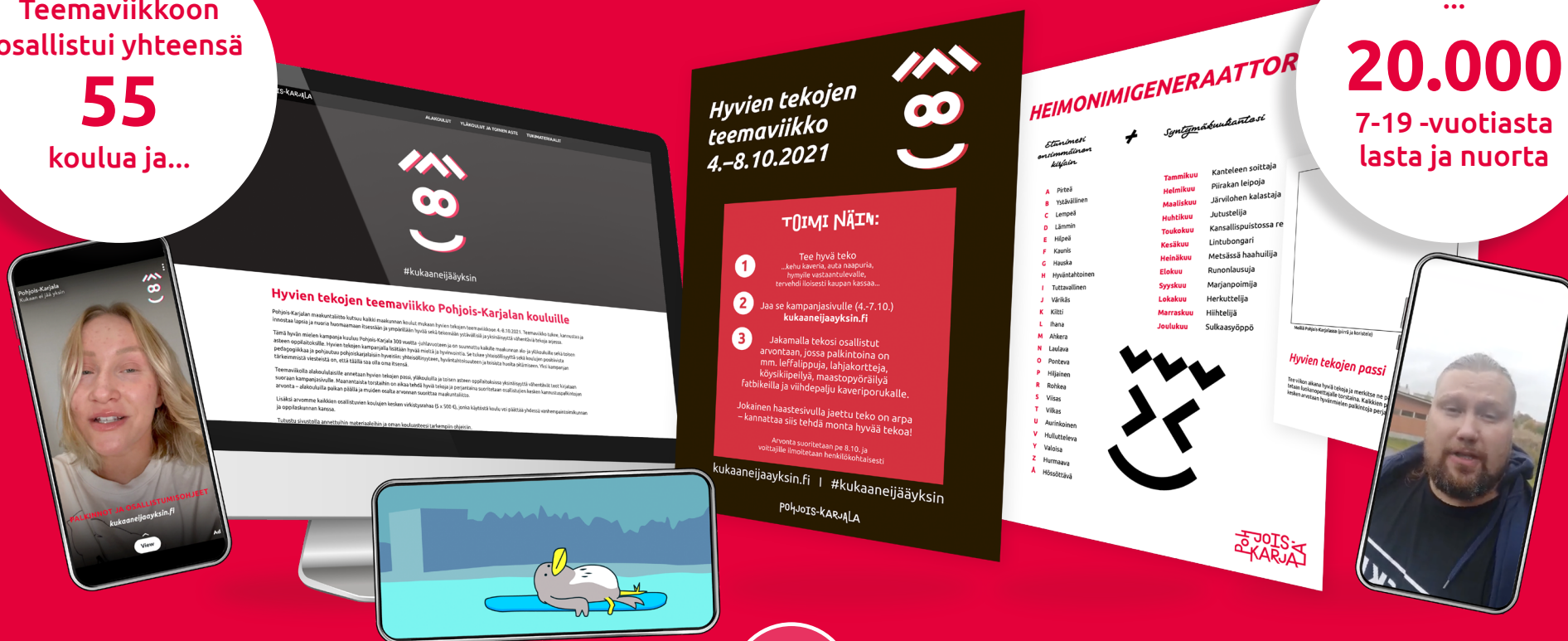
Teemaviikkoon
osallistui yhteensä

55

koulua ja...

20.000

7-19 -vuotiasta
lasta ja nuorta



5

Pohjois-Karjalan koulujen
hyvien tekojen teemaviikko

Koulujen hyvien tekojen teemaviikko

Pohjois-Karjalan maakuntaliitto kutsui kaikki maakunnan koulut mukaan hyvien tekojen teemaviikkoon, joka toteutettiin 4.-8.10.2021. Hyvien tekojen teemaviikon tarkoituksena oli tukea, kannustaa ja innostaa lapsia ja nuoria huomaamaan itsessään ja ympärillään hyvää sekä tekemään ystävällisiä ja yksinäisyyttä vähentäviä tekoja arjessa.

Teemaviikko oli suunnattu kaikille maakunnan ala- ja yläkouluille sekä toisen asteen oppilaitoksille. Hyvien tekojen kampanjalla lisättiin hyvää mieltä ja hyvinvointia, se tuki yhteisöllisyyttä sekä koulujen positiivista pedagogiikkaa ja pohjautui pohjoiskarjalaisiin hyveisiin: yhteisöllisyyteen, hyväntahtisuuteen ja toisista huolta pitämiseen. Yksi teemaviikon tärkeimmistä viesteistä oli, että täällä saa olla oma itsensä.

Teemaviikolla alakoululaisille annettiin hyvien tekojen passi, johon koululaiset merkitsivät tekonsa. Yläkouluilla ja toisen

asteen oppilaitoksissa keskityttiin yksinäisyyttä vähentäviin tekoihin, jotka nuoret ”postasivat” kampanjasivulle. Toteutusta varten avattiin oma teemaviikon verkkosivusto www.kukaaneijaayksin.fi (oma sivu alakouluille sekä oma yläkouluille ja toiselle asteelle), josta kaikki materiaalit, oheismateriaalit yms. oli helposti ladattavissa.

Pohjois-Karjalan maakuntaliitto toimitti mukaan ilmoittautuneille kouluille arvottavaksi tuotepalkintoja, joita alueen yritykset lahjoittivat kannustimeksi osallistumisesta. Lisäksi kaikkien osallistuvien koulujen kesken arvottiin ”virkistysrahaa”, jonka käytöstä koulu sai sopia yhdessä oppilaskunnan ja/tai vanhempiainetoimikunnan kanssa koulun yhteiseksi hyväksi.

Teemaviikon suojelijana toimii maakuntajohtaja Markus Hirvonen. Kutsuimme mukaan kannustajiksi myös eri alojen vaikuttajia.

Klikkaa
play-nappia
avataksesi
video!



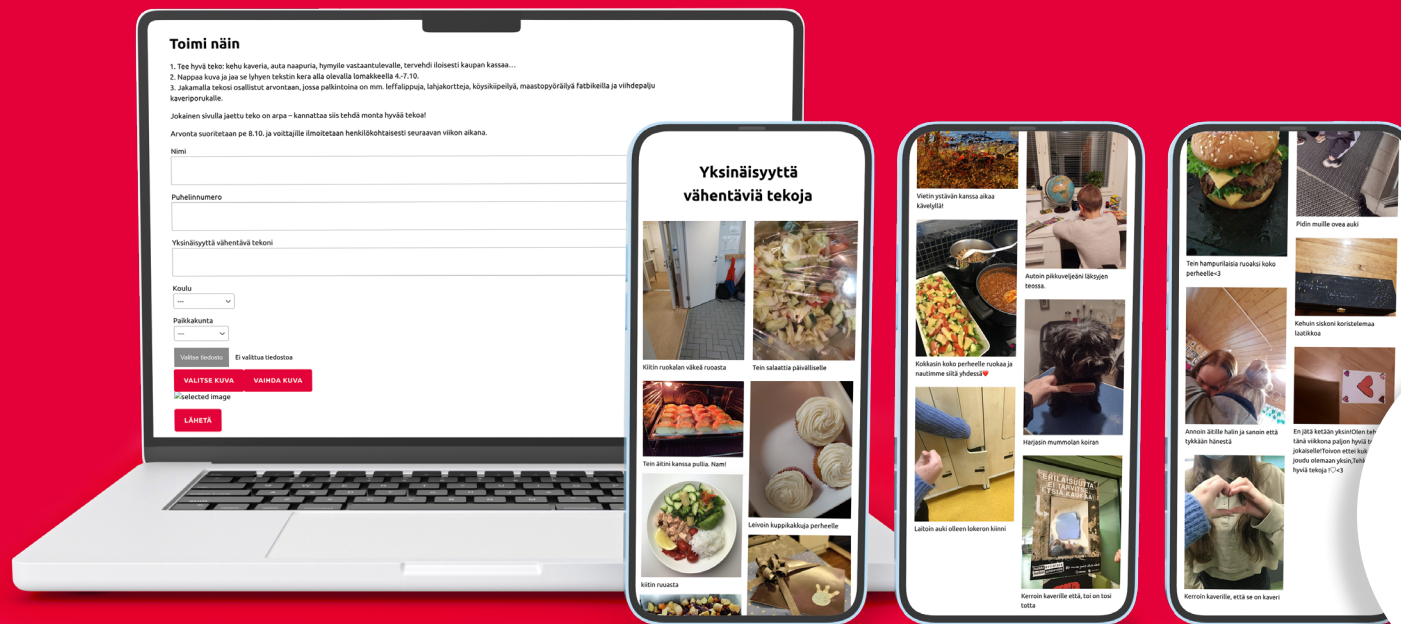
Passeihin kertyi
tuhansia
merkintöjä

Totentuus alakouluille

Tärkeänä osana kampanjaa oli alakouluikäisille suunnattu Hyvien tekojen passi, jonka sai tulostaa etukäteen kampanjasivulta. Koululaiset merkitsivät viikon aikana passeihin tekemiään hyviä tekoja jaideoivat myös omia. Kampanjaviikon lopuksi passin palauttaneiden kesken arvottiin hyvänmielen palkintoja. Silti muistutimme, että itselle saatu hyvä mieli on paras palkinto!

Pohjoiskarjalaiset koulut, opettajat ja oppilaat lähtivät innokkaasti mukaan kampanjaan. Hyvien tekojen tekeminen ja yksinäisyys teemana otettiin viikon aikana mukaan eri oppitunneille ja kouluissa järjestettiin erilaisia aktiviteetteja. Myös kotimaakunta Pohjois-Karjala tuli tutuksi kampanjasivustolta ladattavissa olevilla materiaaleilla.

Järjestimme teemaviikosta tiedotusvälineille tiedotustilaisuuden Pataluodon yhtenäiskoululla, josta YLE alueellinen sekä maakuntalehti Karjalainen tekivät uutisointia. Innostus oli selkeästi havaittavissa ja kyselyllä kouluilta saamamme palaute oli suorastaan ylistävää. Pataluodon koulun oppilaatkin kommentoivat: "paras päivä ikinä!".

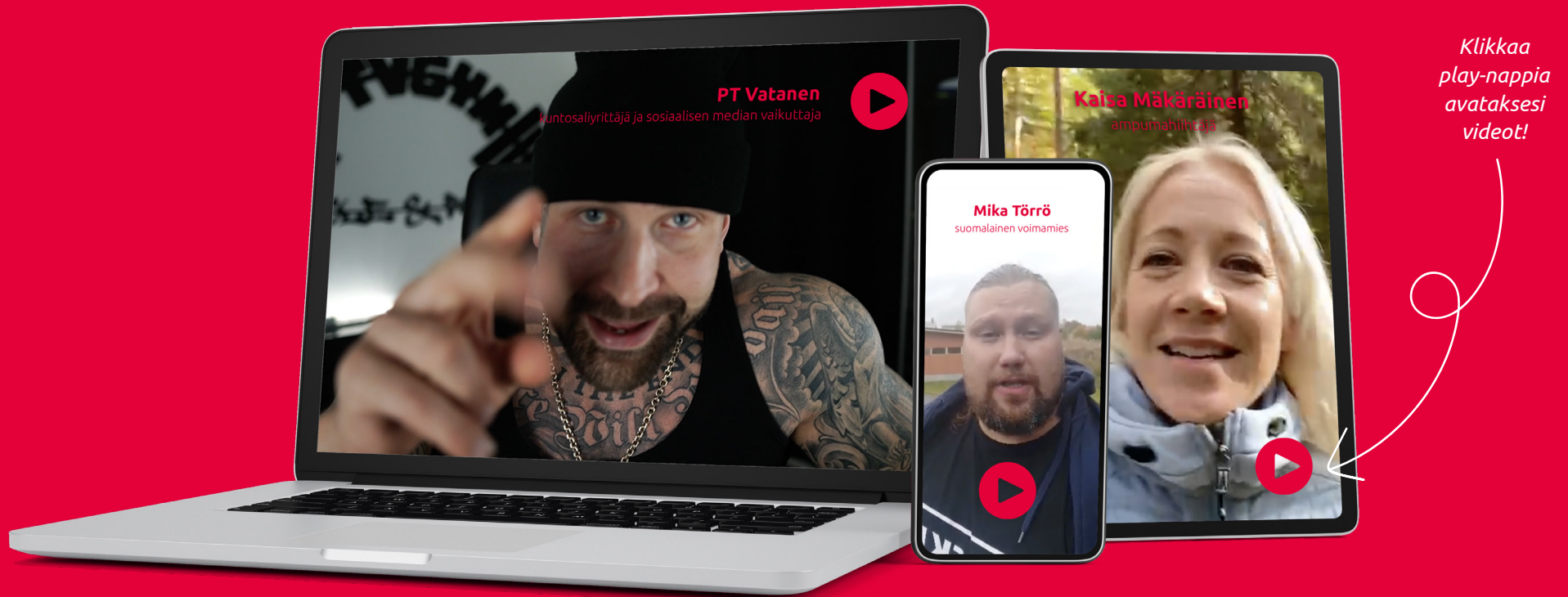


Hyviä
tekoja kirjattiin
sivustolle
450
kappaletta

Totentus gläskouluille ja 2. asteen opiskelijoille

Yläkouluilla ja toisen asteen oppilaitoksissa teemaviikolla keskityttiin yksinäisyyttä vähentäviin tekoihin. Kerroimme, että yksinäisyystutkimuksissa on huomattu, että asioiden tekeminen muiden hyväksi helpottaa myös omaa yksinäisyyden kokemusta. Tämän ymmärryksen kautta oli helpompi tarttua tuumasta toimeen! Teemaviikolla maanantaista torstaihin oppilaat tekivät yksinäisyyttä vähentäviä tekoja, jotka kirjasiivat kuvapostauksena (moderoitiin maakuntaliiton toimesta) kampanjasivustolle netissä. Jakamalla teon osallistui arvontaan, jossa palkintoina oli mm. leffalippuja, lahjakortteja, köysikiipeilyä, maastopyöräilyä fatbikeilla ja viihdepalju kaveriporukalle.

Teimme yhteistyötä SPR:n kanssa ja sivustolla oli SPR:n Kaveritaito-ohjelman tukimateriaaleja käytettäväksi harkinnan ja tarpeen mukaan, tietoa Punaisen Ristin nuorten yksinäisyyttä ehkäisevästä ystävätoiminnasta sekä tuki- ja yhteyshenkilö koko viikon ajalle.



Vaikuttajat ja kannustajat

Koulujen teemaviikkoon saimme mukaa nimekkäitä vaikuttajia. Urheilijat Kaisa Mäkräinen ja voimamies Mika Törrö sekä Tuupovaarasta kotoisin oleva Jooel PT Vatanen tekivät omat kannustusvideonsa, jotka keräsivät hienosti näkyvyyttä. Lisäksi pohjoiskarjalaiset yritykset keräsivät kaikkiaan yli 300 kannustuspalkintoa toimitettavaksi kouluille ja arvottavaksi kampanjaan osallistuvien oppilaiden kesken.

Hyviä tekoja

450

ylä- ja toisen asteen
oppilailta



Instagramin
mainosnäyttöjä

75.345

(nuorille 2 viikon aikana)

yli 100

viestiä Bettinan
someseeuraajilta:

omakohtaisia kokemuksia
ja tarinoita yksinäisyydestä
sekä aiheen tärkeydestä

Vaikuttajayhteistyö Bettina Peltoniemen kanssa

Koulujen teemaviikon yhteydessä teimme yhteistyötä vaikuttaja Bettina Peltoniemen kanssa. Bettina tuottaa aktiivisesti ja rohkeasti sisältöä somekanavilleen, erityisesti Instagramin ja TikTokin puolella ja on tunnettu varsinkin joensuulaisten nuorten keskuudessa. Bettinan kanssa toteutimme yhteistyössä Sanomalehti Karjalaisen maakuntapäivän numeroon etusivun mainoksen, jossa Bettina kertoi nuoren näkemyksen yksinäisyydestä ja sen kokemisesta.

Koulujen teemaviikkoon liittyen Bettina julkaisi kolme postausta Instagramissa, TikTok-videon ja Snapchat-mainosvideon, joista TikTok-video keräsi yli 1000 tykkäystä.

Klikkaa
play-nappia
avataksesi
videon!



Joulukampanja

Ennen joulua halusimme vielä muistuttaa pohjoiskarjalaisia hyvien tekojen merkityksestä julkaisemalla tunteisiin vetoavan videon Kaisa Mäkräisen tähdittämänä.

Kampanjan loppukiri

Vuoden loppuun halusimme tunteita herättävän videon paikallisen tunnetun henkilön kanssa kerätäksemme joulun hengessä vielä lisää hyviä tekoa ja kannustaa ihmisiä yksinäisyyden vähentämiseen. Totesimme nopeasti, että Kaisa Mäkräinen on kaikkien pohjoiskarjalaisten tuntema ja siksi täydellinen henkilö videota varten.

Hyvien tekojen jouluvideon lisäksi Kaisa kuvasi meille iloisia joulutervehdyksiä jaettavaksi nettisivuilla ja someissa. Jouluvideo sai todella hyvän vastaanoton ja keräsi uskomattomat 185 000 katselukertaa.

Joulun aikaan arvoimme myös kuka kaikista kampanjaan osallistuneista pääsi valitsemaan kohteen 2 000 euron hyvän-tekeväisyyslahjoitukselle. Lahjoitus päättyi Valtimon Sivakan kylän kylätoimikunnalle.

Kampanjan hengessä tehtiin hyviä töitä ympäri maakuntaa

"Lehmossa Lepikkoahonttiellä me muualla mökkeilevät naapurit teemme toistemme lumityöt, kuka milloinkin kerkiää. On kiva itse kunkin palata aurattuun pihaan."



**Jouluvideota
katsottiin**

185.000

kertaa

Kampanjan highlightit

Kampanjan alkuperäinen tavoite, kerätä 300 hyvää työtä vuoden aikana, ylittyi reippaasti. Tulosten innoittamana, yksinäisyyttä vähentävää työtä on jatkettu myös kampanjan päätyttyä.

Kampanjasivuille ja
sosiaalisen median
kanaviin kirjattiin yhteensä

648

hyvää tekoa ja **tuhansia merkintöjä**
pohjoiskarjalaisten alakoululaisten
Hyvien tekojen -passeihin

Koulukampanja
tavoitti

20.000

7–19-vuotiasta lasta ja
nuorta teemaviikon aikana