

Idän ihmeet, Maakuntapäivä 2025 ja Verkkariperjantai

Tarkastuslautakunta 15.12.2025/Heli Räsänen

Idän Ihmeet –hankkeen lähtökohta

- Itäisen Suomen haasteellinen tilanne ja negatiivinen uutisointi on alkanut näkyä mielikuvatuloksissa.
- Tavoitteena oli kehittää Pohjois-Karjalan tärkeiden edunajamisen ja elinvoiman teemoihin liittyvää viestintää ongelmakeskeisyydestä positiiviseen, potentiaalit esiin tuovaan ja tulevaisuuden uskoa luovaan viestintään.
- Ja siten kehittää syntyneitä mielikuvia ”kurjasta Karjalasta” ja valittamisen kulttuurista positiivisemmiksi, suunnaten huomiota alueen mahdollisuuksiin, osaamiseen ja ratkaisukeskeiseen toimintaan.

Ihme-idea taustalla...

- Ihmekysymys on ratkaisukeskeisen ajattelun tekniikka, jolla autetaan ajattelevaan "laatikon ulkopuolelta" uusia mahdollisuuksia ja tuloksia tulevaisuutta varten.
- "Jos yön aikana olisi tapahtunut ihme ja ongelmasi olisi poistunut, miltä elämäsi silloin näyttäisi?"
- Pyytää uskomaan ja kuvittelevaan, kuinka elämä muuttuu, kun ongelma ratkaistaan.
- Luo uskoa voimavaroihin ja tulevaan, mutta mikä tärkeintä, sillä on taipumus olla myös itseään toteuttava ennuste.
- Tätä ideaa hyödyntäen kampanjassa luodaan tulevaisuuskuvia – ikään kuin ihme eli positiivinen ennuste olisi jo toteutunut. Niissä nostetaan esille Pohjois-Karjalan potentiaalia edunajamisen teemoista.

...kampanjan konseptiksi.

Kehotamme ihmisiä kuvittelemaan asioita paremmiksi.

Pelkkään kuvittelun voimaan ei kuitenkaan tarvitse turvautua, sillä tarjoamme myös selityksen ja ratkaisun, kuinka ehkä yllättäväkin muutos parempaan on mahdollista. Tietenkin Pohjois-Karjalassa.

Näin myös kylvämme siemenen ajatukselle, että mitä jos itsekin lähtisi sinne.

Toteutus

- Hankkeessa toteutettiin edunajamisen teemoja nostava **sosiaalisen median mielikuvakampanja**, joka perustui ns. Ihme-kysymykseen.
- Kampanja toteutus kilpailutettiin ja mainostoimistoksi valittiin Impact Agency Fabrik.
- Kuvittele-kampanjan teemat valittiin yhdessä edunajamisen teemoista. Suunnittelutyöhön osallistui myös eri toimijoita ja substanssiosaajia jokaiseen valittuun aiheeseen liittyen. Oman Kuvittele-mainokset ja sisällöt toteutettiin seuraavista edunajamisen aiheista:
 - fotoniikka
 - ilmastotyö
 - luovat alat (AV-tuotanto ym.)
 - metsäosaaminen

Budjetti ja -rahoitus

Kokonaisbudjetti 20.000 euroa, joka käytettiin ostopalveluihin sekä tiedotukseen ja markkinointiin, alustavan arvion mukaan 50%/50%. Konsepti sekä vaikeiden asiateemojen ideointi vaati kuitenkin odotettua enemmän työtä, joten painotus muuttui hankkeen aikana. Kulujen toteuma oli:

	2024	2025	yhteensä
ostopalvelut	7000 €	9000 €	
tiedotus ja markkinointi		4873,57 €	
Yhteensä	7000 €	13 873,57 €	20 873,57 €

Rahoitus:

- Tulevaisuusrahastosta 10 000 euroa
- Pohjois-Karjalan maakuntaliitto 10 000 euroa: 50 % Edunajaminen ja 50 % Viestintä ja markkinointi.

Kampanjan tuloksia

Meta KATTAVUUS (Facebook & Instagram)

- Näyttökerrat: 891 024
- Kattavuus (reach): 228 604
- Linkin klikkaukset: 102
- Klikkaukset: 569

Meta LIIKENNE (Facebook & Instagram)

- Näyttökerrat: 70 959
- Kattavuus (reach): 27 302
- Linkin klikkaukset: 681
- Klikkaukset: 1 338

YouTube

- Näyttökerrat: 495 496
- Katselukerrat: 210 815
- Klikkaukset: 134
- Videosta toistettu 100 %: 42,26 %

TikTok

- Näyttökerrat: 1 651 488
- Kattavuus (reach):
- Linkin klikkaukset: 2 532
- Videosta toistettu 100 %: 4 513

LinkedIn

- Näyttökerrat: 110 944
- Klikkaukset: 310
- 2 sekunnin videonäytöt: 23 081
- Videosta toistettu 100 %: 1 564

Kampanjatulosten analyysi:

- TikTok osoittautui kustannustehokkaimmaksi kanavaksi tavoitellen ylivoimaisesti suurinta yleisöä (1,65 milj. näyttökertaa) edullisimmalla CPM:llä (0,73 €). Toki sitoutumisaste oli siellä myös lyhyt. Edullinen alusta saada oma viesti ja ilme ihmisten silmille ainakin hetkeksi.
- Meta (Facebook ja Instagram) kattavuus saavutti hyvän näkyvyyden (891 024 näyttökertaa), kohtuullisin kustannuksin (CPM 2,15 €) ja sitoutumisasteella (4,16 %).
- YouTube onnistui erinomaisesti videon katselujen sitouttamisessa (42,26 % katsoi koko videon loppuun), vaikka klikkausaktiivisuus oli matalaa johtuen siitä, että yli puolet näyttökerroista tuli TV-näytöiltä.
- LinkedIn oli kanavista kallein (CPM 10,82 €), mutta tavoitti tuttuun tapaan tietyn profiilin yleisöä (110 944 näyttökertaa), vaikka sitoutumisaste jäi matalaksi.
- Meta Liikenne oli tehokas liikenteen ohjauksessa, ja osoitti kampanjan sisältöjen kiinnostaneen yleisöä merkittävästi korkealla sitoutumisasteella (21,84 %) ja edullisella klikkaushinnalla.

(HUOM! Somekampanja tammi-huhtikuu, kaikki kampanjan huomioarvot löytyvät hankkeen loppuraportista.)

KUVITTELE ITSESI POHJOIS-KARJALAAN.
TUNNE .POHJOIS-KARJALA.FI/KUVITTELE

POHJOIS-KARJALA

KUVITTELE TOINEN TODELLISUUS SILMIESI EDESSÄ

Eipä tarvitse kauaa kuvitella, sillä jo nyt fotoniikka eli valotiede ja -teknologia mahdollistaa sen, että todellisuus ja virtuaalinen maailma yhdistyvät. Joensuu on fotoniikan kärkikaupunki, jossa sinäkin voit muuttaa maailmaa valon voimalla.

KUVITTELE ITSESI POHJOIS-KARJALAAN.
TUNNE .POHJOIS-KARJALA.FI/KUVITTELE

POHJOIS-KARJALA

KUVITTELE AINUTLAATUISEN KYKY ESTÄÄ METSÄPALOJA

Meillä on ainutlaatuinen, kansainvälisesti verkostoitunut metsäalan keskittymä, jossa koulutus, huippututkimus ja maailmanluokan yritykset kohtaavat. Osaamisemme on avain metsäpalojen, luontokadon ja ilmastonmuutoksen torjunnassa.

KUVITTELE ITSESI POHJOIS-KARJALAAN.
TUNNE .POHJOIS-KARJALA.FI/KUVITTELE

POHJOIS-KARJALA

KUVITTELE MAISEMAT KUIN ELOKUVASSA

Vaan eipä tarvitse kuvitella, sillä täällä ne ovat totta ja toimivat näyttämönä monille kotimaisille ja kansainvälisille elokuvatuotannoille. Maisemien lisäksi meiltä löytyy alan ammattilaisia, taitavia avustajia ja taloudellista tukea visuaalisten elämysten tekijöille.

KUVITTELE ITSESI POHJOIS-KARJALAAN.
TUNNE .POHJOIS-KARJALA.FI/KUVITTELE

POHJOIS-KARJALA

POHJOIS-KARJALA

Tulossa uutta

- Kivetkin kiertää
- Vapaa-ajan mahdollisuudet



Vrt. Kuvittele Hyvä Elämä -sisällöt

- Sisarkampanja ja –sisällöt
- Pehmeitä vetovoimatekijöitä ei ole unohdettu
- Osaajahoukuttelun ja asukasmarkkinoinnin sisältöjä



Pohjois-Karjalan maakuntapäivä 2025

Parasta Pohjois-Karjalassa

Pohjois-Karjalan maakuntapäivää juhlitaan aina elokuun viimeisenä lauantaina

- Alkusysäyksen maakuntapäivän viettämiseen antoi sanomalehti Karjalaisen päätoimittajan **Pasi Koivumaa** 2015.
- Karjalaisen lukijaäänestyksen perusteella määritettiin Pohjois-Karjalan syntymäpäiväksi elokuun 30. päivä. Tuona päivänä vuonna 1721 solmittiin Uudenkaupungin rauha ja Pohjois-Karjalan alue määriteltiin ensimmäisen kerran.
- Juhlapäivä, jossa tuodaan esiin rikasta kansalaistoimintaa, eikä pelkästään pönötetä seminaareissa.
- Ensimmäisen kerran maakuntapäivää juhlittiin vuonna 2018.

Maakuntapäivän tapahtumat

- Maksuttomia ja avoimia kaikille.
- Saavutettavia mahdollisimman monelle.
- Vahvistavat pohjoiskarjalaista identiteettiä, eli rentoa yhdessäoloa, yhteisöllisyyttä ja vieraanvaraisuutta.
- Teema vaihtuu vuosittain.
- Tapahtumia tuetaan Pohjois-Karjalan tulevaisuusrahastosta.



Teema 2025: Parasta Pohjois-Karjalassa



- Se nosti esiin asioita, jotka tekevät Pohjois-Karjalasta ainutlaatuisen, joista voidaan olla ylpeitä ja joita voidaan jopa juhlia yhdessä.
- Teema kutsui maakuntapäivänä juhlistamaan kaikkea sitä mikä tekee Pohjois-Karjalasta erityisen, esimerkiksi yhteisöllisyys, kulttuuri, luonto, paikallinen osaaminen ja aitous.
- Teema paitsi muistutti maakunnan hyvistä puolista, myös kannusti katsomaan tulevaisuuteen positiivisin mielin.

Tapahtumahaku

Tapahtumien tuli olla yleisötilaisuuksia, joissa, jotka nostavat esiin pohjoiskarjalaisia ylpeyden aiheita kiinnostavalla ja osallistavalla tavalla.

- Haimme tapahtumajärjestäjiä käänteisellä kilpailutuksella.
- Valitsimme 15 tuettavaa tapahtumaa (saimme 37 tapahtumahakemusta)
- Tuki 3 300 euroa/tapahtuma

Tuettujen tapahtumien lisäksi haastoimme kaikki asukkaat ja toimijat mukaan.



Tuetut tapahtumat

- Bomban Tohakka, Karjalahipsteri/Jokelan ääni ja sana, Nurmes, 30.8.
- Koko perheen illakka, MSL:n Joensuun kulttuuriyhdistys, Joensuu, 30.8.
- Valon Yö, Möhkön Matkailuyhdistys ry, Ilomantsi, 30.8.
- Parasta perinnettä luonnostaan, Juuka-seura ry, Juuka, 23.8.
- Suohon puhumisen MM-kisat, Pohjois-Karjalan Apu ry, Joensuu, 15.8.
- Poltsin Rodders-päivä, Polvijärven kunta, Polvijärvi, 23.8.
- Karelia à la carte – Karjalaisen ruoan ja musiikin juhlaa!, ProAgria Itä-Suomi ry, Joensuun Honkavaara, 30.8.
- Koko maakunnan yhteinen Meidän sauna -tapahtuma, Tmi Katja Kuittinen, Pohjois-Karjala, 30.8.
- Nuorten disko, Pohjois-Karjalan nuorisovaltuusto, Joensuu, 16.8.
- Folkki tutuksi -alkeiskurssit & iltajamit, Pohjois-Karjalan tanssitaiteen tuki ry, Joensuu, 29.–31.8.
- Ilo irti vaikka syvän märkänis -tapahtumat, Pro Kesälahti ry, Kesälahti, 29.–30.8.
- Kirkkoniemen syyspäivä, Tohmajärven kunta, Tohmajärvi, 31.8.
- Tarinoita joella, Venejoen Mylly, Kontiolahti, 17.8.
- Lumottu luontopäivä Outokummun Särkiselällä, Wild Karelian Outdoor Cafe & Camping, Outokumpu, 30.8.
- Maisemaristeilyt Liperin Saaristossa, Ämmykkä/Saariston Puoti, Liperi, 23.8.

Tapahtumien markkinointi ja näkyvyys

- Tapahtumat markkinoivat pääsääntöisesti itse omia tapahtumiaan.
- Maakuntaliitto tukee tapahtumien markkinointia sosiaalisessa mediassa ja auttaa tapahtumien omaa markkinointia yhteisellä ohjeistuksella.
- Tapahtumatuki edellyttää vähintään maakuntapäivän tunnuksen käyttöä tapahtumamateriaaleissa.
- Maakuntapäivän tapahtumat ilmoitetaan Pohjois-Karjalan tapahtumakalenterissa.
- Maakuntaliitolta voi lainata beachflagejä ja lippusiimoja tapahtumapaikalle.



Tapahtumien toteutuminen

- Maakuntapäivää vietettiin 15.-31.8.2025. Pääpäivä oli elokuun viimeinen lauantai 30.8.
- Tapahtumissa vieraili lähes 5 000 kävijää ja tapahtumia järjestettiin 10 kunnassa.
- Sekä järjestäjien että tapahtumakävijöiden palaute erittäin positiivista.
- Suurin yksittäinen tapahtuma oli Valon yö Möhkössä, joka houkutteli noin 1 400 henkeä.
- Melko isoja, 400–500 kävijän, tapahtumia olivat mm. Polvijärven kunnan ja Hot Rodders Polvijärvi ry:n Poltsin rodderspäivä ja MSL:n Joensuun kulttuuriyhdistyksen ja Teatteri-Traktorin Koko perheen illakka.



Uudenlaisia maakuntarajat ylittäviä tapahtumia

- **Suohon puhumisen MM-kilpailut** sai varsin hyvän vastaanoton, Joensuun torilavalla pidettyä kisaa seurasi 400 katsojaa, minkä lisäksi Sanomalehti Karjalainen striimasi sen verkkosivuilleen (live + tallenne yht. 590 katsojaa).
- **Maakunnallinen pop up -saunapäivä** eli avointen saunojen tapahtuma oli sen sijaan vielä liian uutta pohjoiskarjalaisille.
 - "Markkinoinnista huolimatta emme saaneet ihmisiä lähtemään mukaan tapahtumaan, saunojen avaajia ei ilmaantunut. Tapahtuma herätti jonkin verran kiinnostusta, ja aiomme jatkaa tapahtumaa tässä muodossa ensi vuonna", kertoo saunapäivän ideoija Katja Kuittinen.

Nuoret mukana järjestämässä

- **Maakuntapäivän disko nuorille** keräsi 225 osallistujaa eri puolilta maakuntaa Kerubiin Joensuuhun.
 - "Heti ovien auetessa oli paljon nuoria paikalla. Kävijät lähtivät innoissaan mukaan kaikkeen ohjelmaan esiintyjistä limbokilpailuun. Ilmapiiri oli iloinen ja tunnelma katossa. Paikalle oli löytänyt kaikkien esiintyjien faneja, mutta moni kävijä löysi varmasti itselleen uusiakin esiintyjä", kertoo Pohjois-Karjalan hyvinvointialueen nuorisovaltuuston Ida Hirvonen.



Monelle tapahtumalle suunnitellaan jatkoa

- Esimerkiksi Karelia à la carte – **Karjalaisen ruoan ja musiikin juhlaa -tapahtumalle**, joka toi Honkavaaran perinnepihalle 300 ruoan ja kulttuurin ystävää.
 - "Saimme monipuolisesti ohjelmaa ja näytteilleasettajia, ja Parasta Pohjois-Karjalassa -puheet kruunasivat päivän. Meillä heräsikin ajatus, että tekisimme tapahtumasta vuosittaisen perinteen", Pro Agria Itä-Suomen Johanna Rinnekari kertoo.



Verkkariperjantai -hanke

Pohjois-Karjalan oma Casual Friday

- Käytännössä verkkariperjantai on sitä, että voi pukeutua mieleisiinsä vaatteisiin (ja olla oma itsensä) kaikkialla – työpaikoilla, kouluissa, kaduilla ja konserteissa. Tyyli on vapaa ja turhantärkeys minimissä. Kaikki ovat tervetulleita mukaan tempaukseen. Olleet myös maakuntapäivän etkot, tänä vuonna jatkot 5.9.
- Ensimmäistä kertaa vuonna 2023. Miksi vasta nyt? Sitä sopii miettiä, sillä Pohjois-Karjalahan on ollut kauan Suomen tunnetuin verkkarimaakunta, jos mittarina käytetään Leevi and the Leavingsin vuonna 1986 julkaiseman Pohjois-Karjala-kappaleen suosiota.
- Tempauksen ideoi Pohjois-Karjalan maakuntaliiton koordinoima maakunnallinen viestintäverkosto, jossa on mukana kuntien, oppilaitosten ja kuntien yhtiöiden viestinnästä ja markkinoinnista vastaavia henkilöitä.

Leevi and the Leavingsin Pohjois-Karjala-laulu

- Pohjois-Karjala-biisiä on kysytty paljon erilaisiin tarkoituksiin, mutta lupia ei ole juurikaan myönnetty. Saimme kuulla, että jos Pohjois-Karjala haluaa käyttää sitä, niin asia on toinen.
- Neuvottelujen jälkeen Pohjois-Karjalan maakuntaliitto sai luvan käyttää kappaletta maakunnan markkinoinnissa. Luvan myönsi kappaleen säveltäneen, sanoittaneen ja sovittaneen Gösta Sundqvistin perikunta.
- Kappale soi 1,5 minuutin mittaisella videolla, jonka lähtökohtana ei ole ironia saati nostalgia, vaan ylpeys kotiseudusta ja omasta osaamisesta.
- Halusimme kertoa toisenlaisen tarinan maakuntien Suomesta. Tarinan, jossa tulevat esille tulevaisuudenusko, monenlaiset mahdollisuudet ja halu elää omannäköistä elämää. Kuten videossa sanotaan, "tänne on päätetty jäädä ja tehdä tästä paikasta oma".



Hankkeen budjetti ja rahoitus

Kappaleen käyttöoikeus (3 vuotta)	10 000 €
Videotuotanto (sis. kilpailutus)	10 000 €
Yhteensä	20 000 €

Rahoitus:

50 % Pohjois-Karjalan maakuntaliitto (10 000 €)

50 % Pohjois-Karjalan Tulevaisuusrahasto (10 000 €)

Lisäksi maakuntaliiton markkinointibudjetista käytettiin yhteensä 1 000 euroa somemarkkinointiin (TikTok 500 € ja Meta 500 €).

Verkkariperjantai-video somessa

TikTok

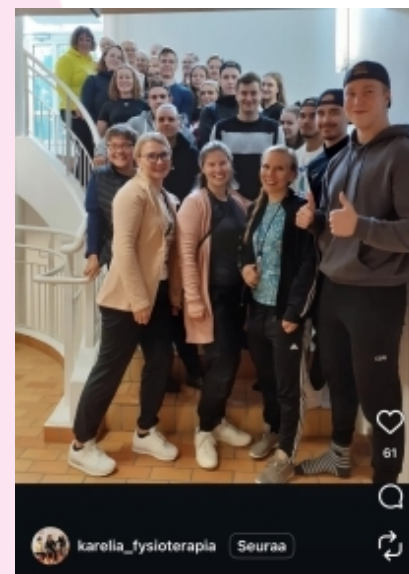
- katselukerrat 894 000
- klikkauksia verkkosivulle 1 424

Meta (Facebook ja Instagram)

- kattavuus 226 834
- näyttökerrat 319 477

Seuraa tunnelmia somessa
tunnisteilla #verkkariperjantai
#pohjoiskarjala #oleomaitsesi
#maakuntapäivä ja tägää meidät:
Facebookissa @pohjoiskarjala
Instagramissa @pohjois_karjala
TikTokissa @pohjois_karjala

<https://tunne.pohjois-karjala.fi/verkkariperjantai/>



Yhteenveto

- Hanke toteutui suunnitellusti, sen keskeinen tavoite – kampanjavideon tuottaminen sekä siihen liittyvien musiikkioikeuksien hankkiminen – saavutettiin täysimääräisesti.
- Videon julkaisu ajoittui elokuun puoleen väliin, mikä lyhensi kampanjan näkyvyysikkunaa ja jätti viestijäverkostolle tavanomaista vähemmän valmisteluaikaa. Tästä huolimatta kampanja onnistui saavuttamaan huomattavan yleisön somekanavissa sekä vahvistamaan Verkkariperjantain tunnettuutta.
- Toteutetulla videolla on merkittävää jatkoarvoa: kolmen vuoden musiikkilisenssi varmistaa, että materiaali voidaan hyödyntää tehokkaasti myös tulevina vuosina.