

# KEMI-TORNION AMMATTIKORKEAKOULU

## Kesämarkkinat

Asiakkuuksien hallinta ja arvomyynti

Hanhivaara Heidi, Karvonen Ville, Kristo Markus, Luosujärvi Ville, Rautiola Niko, Syväjärvi  
Tuomas, Tolkkinen Jari

TORNIO 2012

## SISÄLTÖ

1	Johdanto .....	3
1.1	Käytetyt menetelmät .....	4
2	Tulokset menetelmittäin .....	6
2.1	Kyselylomake .....	6
2.1.1	Tapahtumat .....	6
2.1.2	Myynti .....	6
2.1.3	Kesämarkkinoiden "luonne" .....	7
2.2	"Rasti ruutuun" .....	8
3	Ennako-odotusten kartoitus .....	10
4	Negatiivinen aivoriihi .....	13
5	Teemataulukko .....	15
6	Yrityksille jaettu lomake .....	19

## 1 JOHDANTO

Opiskelijaryhmän tehtävänä oli suunnitella ja toteuttaa ideointitapahtuma, jonka tarkoituksena oli saada ajatuksia ja ideoita kaupunkilaisilta koskien Kesämarkkinoita. Projektin toimeksiantajana oli Tornion Elävä Kaupunkikeskusta Ry. Tornion Elävä Kaupunkikeskusta ry on kaikkien torniolaisten yritysten, kiinteistön omistajien, yhdistysten ja yksityisten yhteinen yhdistys. Kaikki Tornion kaupunkikeskustojen (Suensaari, Luotomäki, Torppi, Pudas ja Kiviranta) kehittämistä ja elävöittämisestä kiinnostuneet ovat lämpimästi tervetulleita mukaan luomaan kanssamme entistä ehompaa ja elävämpää Torniota niin meille kaikille asukkaille kuin matkailijoillekin. (Tornion elävä kaupunkikeskustan Facebook-sivusto, 2012).

Kesämarkkinat ovat kesällä 2012 järjestettävä tapahtuma, jonka suunnitteluun ja toteuttamiseen haluttiin saada mahdollisimman paljon ideoita kuntalaisilta. Tämän takia järjestettiin avoin ideointitapahtuma Tornion Raatihuoneella tiistaina 24.4.2012. Tarkoituksena oli saada kehitysideoita, ja ajatuksia kuntalaisilta, ja rakentaa näin ”Kesämarkkinat”-konsepti vastausten perusteella. Kesämarkkinat on alustavasti suunniteltu Twin City-festivaalien kanssa samaan aikaan, eli 19–21.7.2012. Opiskelijaryhmä suunnitteli avoimen ideointitilaisuuden, jossa kuntalaiset pystyivät täyttämään erilaisia kehityslappuja. Avoimella ideointitilaisuudella pyrittiin luomaan avointa ilmapiiriä, ja vahvistamaan kuntalaisten vaikutusmahdollisuuksia.

Kesämarkkinoita järjestetään vuosittain ympäri Suomea. Pajalan kesämarkkinat järjestetään 6-8.7.2012, ja tänä vuonna on 41. kerta, kun kesämarkkinat järjestetään. Pajan markkinat ovat Norrbottenin-alueen suurin markkinatapahtuma, jossa on yli 300 myyntikojuja. Vaikka Pajalan kesämarkkinat järjestetäänkin virallisesti Ruotsin puolella, kerää tapahtuma ihmisiä koko Skandinaaviselta alueelta.

Kittilän kesämarkkinat järjestetään 5-9.7.2012. Jo perinteeksi muodostuneet kesämarkkinat järjestetään kaksi viikkoa juhannuksen jälkeen, ja markkinoita on järjestetty jo 1600-luvulta lähtien. Ennen markkinoilla myytiin lähinnä elintarvikkeita, ja tarve-esineitä, sekä tehtiin vaihtokauppoja, tanssittiin, ja tavattiin ihmisiä. Nykyään kesämarkkinoista on kehittynyt nykyaikainen tapahtuma, jossa viihtyy koko perhe. Silti Kittilän kesämarkkinoilla on pyritty säilyttämään perinteisten markkinoiden henki.

Markkinoilla tarjolla on monenlaisia tuotteita ja aktiviteetteja. Myynnissä on mm. vaatteita, tavaroita, paikallisia elintarvikkeita ja perinteisiä markkinaherkkuja. Myös erilaiset yhdistykset ja kädentaitajat esittäytyvät markkinoilla. Kittilän kesämarkkinoilla järjestetään myös erilaisia toimintoja, ja viime vuosina tapahtumassa on ollut mm. tivoli, eläinnäyttelyitä, ratsastusta, elämyspuisto, ja benji-hyppy-mahdollisuus. Kristiinankaupungin kesämarkkinat järjestetään 13.- 15.7. Kristiinankaupungin markkinat omaavat yli 200-vuoden perinteet. Perinteisesti on järjestetty talvimarkkinat ja kesämarkkinat, ja kesämarkkinoita on alettu järjestämään vuodesta 1969 lähtien. Kristiinankaupungin kesämarkkinoilla on yli 60 000 kävijää vuosittain. Kesämarkkinat ovat todella suosittu tapahtuma, ja kävijöitä tulee myös ulkomailta.

Muita kesämarkkinoita ovat Toijalan kesämarkkinat (8.-9.6.2012), Lappeenrannan kesämarkkinat (26–27.5.2012), Vetelin kesämarkkinat (7.7.2012), Rovaniemen kesämarkkinat (26.- 28.6.2012.), ja esimerkiksi Kauhajoen markkinat (11.- 12.8.2012.) Kesämarkkinoita siis järjestetään ympäri Suomen, ja osa tapahtumista on kehittynyt todella menestyviksi, ja vuosittain järjestettäväksi.

## 1.1 Käytetyt menetelmät

Kuntalaisten ideoiden ja mielipiteiden keräämiseen käytettiin useampaa eri menetelmää. Menetelmiksi valittiin ennako- odotusten kartoitus, negatiivinen aivoriihi, teemataulukko, ja lomake, jonka yhteydessä oli myös kuvakollaasi. Eri menetelmillä pyrittiin varmistamaan se, että kuntalaisilla olisi mahdollisuus ilmaista ajatuksensa ja ideansa useammalla eri tavalla, ja näin ollen ideointi olisi hieman erilaista jokaisella pisteellä. Raatihuoneella ideointi toteutettiin luomalla erilaisia pisteitä menetelmien mukaan. Yhdellä pöydällä olivat lomakkeet ja kuvakollaasit, yhdellä teemataulukko, ja yhdellä ennako-odotusten kartoitus ja negatiivinen aivoriihi. Näin ollen vierailija pystyi kiertämään eri pisteet, ja täyttämään jokaiseen lappuun ajatuksensa.

Ennako-odotusten kartoitus-menetelmässä kuntalainen pystyi täyttämään lappuun omia odotuksiaan kesämarkkinoista. Menetelmässä kuntalaiselta kysyttiin, mitä hän haluaa ostaa, mitä nähdä (esityksiä), mitä kuulla (musiikkia), ja mitä tehdä. Nämä täyttämällä kuntalainen pystyi muodostamaan perusrungon kesämarkkinoille, jotka

olisivat hänen toiveidensa mukaisia. Ennakko-odotusten kartoitus-menetelmä sovellettiin toimeksiantoon sopivaksi MONNI-innovaatiotyökalun vastaavanlaisesta ennakko-odotus kaaviosta. (Monialainen innovatiivinen tuote- ja palvelukehitysympäristö)

Ennakko-odotusten kartoitus-menetelmästä sovellettiin myös negatiivinen aivoriihi. Negatiivisen aivoriihin ideana oli saada kuntalaisilta ideoita kauheimpiin mahdollisiin kesämarkkinoihin. Idealtaan negatiivinen aivoriihi oli ennakko-odotusten kartoituksen vastakohta, eli siinä kysyttiin juuri päinvastaisia asioita. Negatiivisen aivoriihen lomake oli jaettu neljään osaan, jossa kysyttiin, mitä kuntalaiset eivät haluaisi ostaa, kuulla (musiikki), nähdä (esityksiä) ja tehdä.

Kyselylomakkeella kuntalaisilta haluttiin kerätä mielipiteitä jo valmiiksi mietittyjä aktiviteettejä kohtaan. Ideana oli kerätä lomakkeeseen erilaisia mahdollisia tapahtumia ja aktiviteettejä, joista osa oli perinteisiä ja osa uudempia. Lomakkeessa oli valmiiksi esitettyinä aktiviteetteinä mm. benji-hyppy, frisbeegolf, torizumba, ja esimerkiksi karaoke ja stand-up komiikka.

Teemataulukon ideana oli oman teeman luominen. Kuntalaiset saivat rakentaa omat kesämarkkinat teeman ympärille. Teeman ympärille pystyi valitsemaan musiikin, tarjonnan ja esimerkiksi aktiviteetit. Näin muodostuisi jo melko selkeä kuva siitä, millaiset kesämarkkinat vierailija haluaisi.

Myös Hallituskadun yritykset haluttiin ottaa huomioon, joten yrityksille tehtiin oma lomake, joka jaettiin yrityksille ennen Raatihuoneen ideointitapahtumaa. Yrityksille jaetussa lomakkeessa pyydettiin kehitysideoita ja ajatuksia kesämarkkinoihin liittyen, sekä myös halukkuutta saada myyntikoju Kesämarkkinat-tapahtumaan.

## 2 TULOKSET MENETELMITTÄIN

### 2.1 Kyselylomake

Kesämarkkinoiden yksi suosituimpia kyselymenetelmiä oli lomake, johon sisältyi ”rasti-ruutuun”-osio, mutta myös vapaampi osio, jossa pyrittiin kysymyksillä saamaan kuntalaisilta ideoita tapahtumaa varten. Kyselylomakkeesta saatiin runsaasti hyviä ideoita, ja kyselylomakkeen avulla pystytään helposti näkemään, mitä kuntalaiset haluavat. Kyselylomakkeen vapaammassa osiossa kysyttiin mm., minkälaisia tapahtumia kesämarkkinoille tahdottaisiin, ja mitä kuntalaiset haluaisivat ostaa.

#### 2.1.1 Tapahtumat

Kyselylomakkeen halutuimmista tapahtumista esille nousivat stand-up koomikkojen esitykset, musiikkiesitykset, erilaiset kilpailut ja erilaiset näyttelyt ja esitykset. Ihmiset olivat näiden lisäksi halunneet muun muassa käsityöläisten tyoesityksiä, moottoriajoneuvonäyttelyjä, tanssiesityksiä ja lapsille sopivia esityksiä kuten esimerkiksi taikuriesityksen. Ihmiset haluaisivat kesämarkkinoille paljon myös lapsille sopivia aktiviteetteja, kuten pomppulinnan ja kyselylomakkeissa toivottiin myös esimerkiksi lapsiparkkia lapsia varten. Näin aikuiset pystyisivät viettämään enemmän aikaa markkinoita tutkiessa, ja rauhassa kierrellessä. Lapsien huomioon ottaminen olikin selkeästi esillä kuntalaisten ideoissa, sillä lapsiperheiden käynti kesämarkkinoilla riippuu paljolti siitä, millaista ohjelmaa lapsille on tarjolla.

Tuloksista voi nähdä sen, että ihmiset kaipaavat monipuolista tapahtumaa kesämarkkinoille, jotta tapahtuma vetäisi paikan päälle kaiken ikäisiä ihmisiä. Ihmiset toivovat nimenomaan, että kesämarkkinoilla olisi paljon erilaista tapahtumaa, ja että tapahtumassa kävisi paljon ihmisiä.

#### 2.1.2 Myynti

Kyselylomakkeessa kysyttiin, mitä ihmiset mahdollisesti haluaisivat kesämarkkinoilta ostaa. Ihmiset halusivat kesämarkkinoille monipuolisesti erilaisia myyntikojuja. Ihmiset selkeästi haluavat, että kesämarkkinat erottuvat perinteisistä markkinoista myös myyntikojujen osalta, joten ihmiset toivoivat paljon sellaisia myyntituotteita, joita ei perinteisillä markkinoilla ole myytävänä. Selvästi eniten ihmiset haluaisivat ostaa kesämarkkinoilta alkoholia. Tämä toki kuvastaa sitä, että halutaan luopua perinteisistä kesämarkkinoista, ja tehdä uudet ja modernit kesämarkkinat. Ihmiset toivoivat myös, että kesämarkkinoilla myytäisiin esimerkiksi aikuisviihdettä, koruja, vaatteita, kauneustuotteita. Myös perinteisiä torimyytäviä ja erilaisia käsitöitä toivottiin, josta voidaan päätellä se, että vaikka kesämarkkinoista halutaan moderni tapahtuma, niin halutaan myös kunnioittaa perinteitä. Toisaalta vastauksissa näkyy myös vastaajien ikärakenne, eli nuoremmat ovat toivoneet modernimpaa, ja vanhemmat taas hieman perinteisempää. Vastaajat olivat myös kiinnostuneet palvelukojuista (esim. hieronta), ja esimerkiksi paikallisten yritysten tuotteita kaivattiin myös kesämarkkinoille, koska viime vuosina lähellä tuotettujen tuotteiden, ja esimerkiksi lähiruoan arvostus on kohonnut. Tätä vahvistaa myös se asia, että vastaajat toivoivat kesämarkkinoille myös monipuolisesti erilaista ruokaa. Kesämarkkinoilta haluttiin ostaa esimerkiksi kalaruokia, kiinalaista ruokaa, perinteistä toriruokaa, sekä lähialueen perinneruokia.

Ihmiset olivat selkeästi halunneet, että myös kesämarkkinoilla myytäisiin tuotteisiin ja palveluihin panostettaisiin. Ihmiset kokivat tärkeäksi sen, että kesämarkkinoilta on mahdollista ostaa erilaisia tuotteita ja että jokaiselle löytyisi jotain mielenkiintoista.

### 2.1.3 Kesämarkkinoiden “luonne”

Ihmiset halusivat, että kesämarkkinat olisivat mahdollisimman monipuoliset. Vastanneet halusivat, että kesämarkkinat olisivat koko perheen tapahtuma, joka olisi nuorekas ja rento tapahtuma. Osa oli myös toivonut perinteisiä ja normaaleja kesämarkkinoita ilman mitään kovin erikoista, mutta näillekin ideoille löytyy toinen ääripää, jota oli myös kannatettu. Eli osa vastaajista toivoi selkeästi sitä, että kesämarkkinat erottautuisivat muista perinteisistä markkinoista, jolloin siitä pystyttäisiin rakentamaan jokavuotinen menestyvä tapahtuma. Myös kansainvälisyys

nousi vastauksista esiin ja osa oli toivonut pientä Suomi - Ruotsi maaottelua rennon kilpailun mielessä, jolloin esille nousi esimerkiksi soutu kilpailu rajan toisella puolella ja takaisin. Vastaajat toivoivat myös musiikkiin keskittyneitä kesämarkkinoita, ja kesämarkkinat haluttiin ikään kuin kokea osana Twin City festivaalia, joiden yhteyteen kesämarkkinat onkin suunniteltu.

Ihmisten mielipiteet kesämarkkinoiden ”luonteesta” olivat monipuolisia ja mielenkiintoisia. Vastanneet selkeästi toivoivat, että tapahtumassa olisi monenlaista nähtävää, kuultavaa ja ostettavaa.

## 2.2 ”Rasti ruutuun”

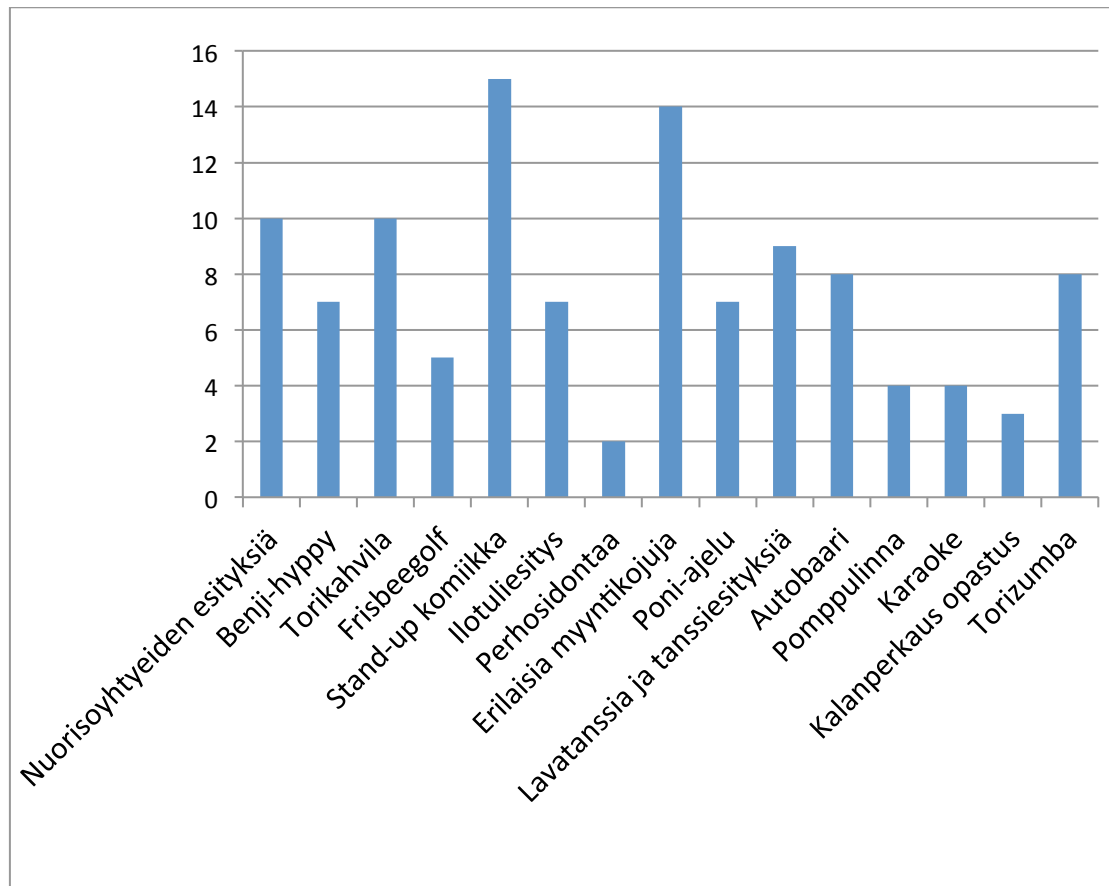
Kyselylomakkeen avulla pyrittiin saamaan ihmisiltä ideoita kesämarkkinoiden toteuttamiseen. Kyselylomakkeessa oli kaksi eri osaa: ”rasti ruutuun”-osio, jossa vierailijat saivat rastittaa kesämarkkinoille haluamiaan tapahtumia, jotka ryhmä oli ennakkoon keksinyt. Toisessa osiossa vierailijat saivat vapaasti kirjoittaa lomakkeeseen minkälaisia tapahtumia he haluavat. Saimme täytetyistä lomakkeista monipuolisia mielipiteitä ja niistä pystyimme näkemään, että mitä ihmiset haluaisivat kesämarkkinoille.

Ns. rasti ruutuun -osiossa ryhmä oli miettinyt valmiiksi jo tapahtumia, joita kesämarkkinoilla voisi järjestää. Tapahtumia benchmarkattiin muista kesämarkkinatapahtumista ja ryhmäläiset keksivät myös itse sellaisia tapahtumia, joita he ovat nähneet kesämarkkinoilla, tai millaisia he sinne haluaisivat. Lomakkeen esivalittuja tapahtumia/aktiviteetteja olivat nuorisoyhtyeiden esitykset, ponijelu, benji-hyppy, lavatanssi, tanssiesitykset, torikahvila, autobaari, frisbeegolf, pomppulinna, stand-up komiikka, karaoke, ilotulitusesitys, kalanperkaus opastus, perhosidonta ja torizumba.

Eniten tapahtumista ääniä keräsi stand-up esitykset. Myös muut erilaiset esitykset, kuten musiikkiesitykset ja tanssiesitykset, saivat paljon ääniä puolelleen. Kesämarkkinoille toivottiin myös perinteisesti erilaisia myyntikojuja ja myös torikahvilaa. Myös



erikoisempia aktiviteetteja toivottiin, ja niitä olivat mm. autobaari, torizumba ja benji-hyppy. Näillä tapahtumilla kesämarkkinat varmasti saataisiin erottumaan joukosta ja erilaisuutta näiltä kesämarkkinoilta juuri toivottiinkin. Vähiten ääniä taas saivat perhosidonta ja kalanperkaus opastus.



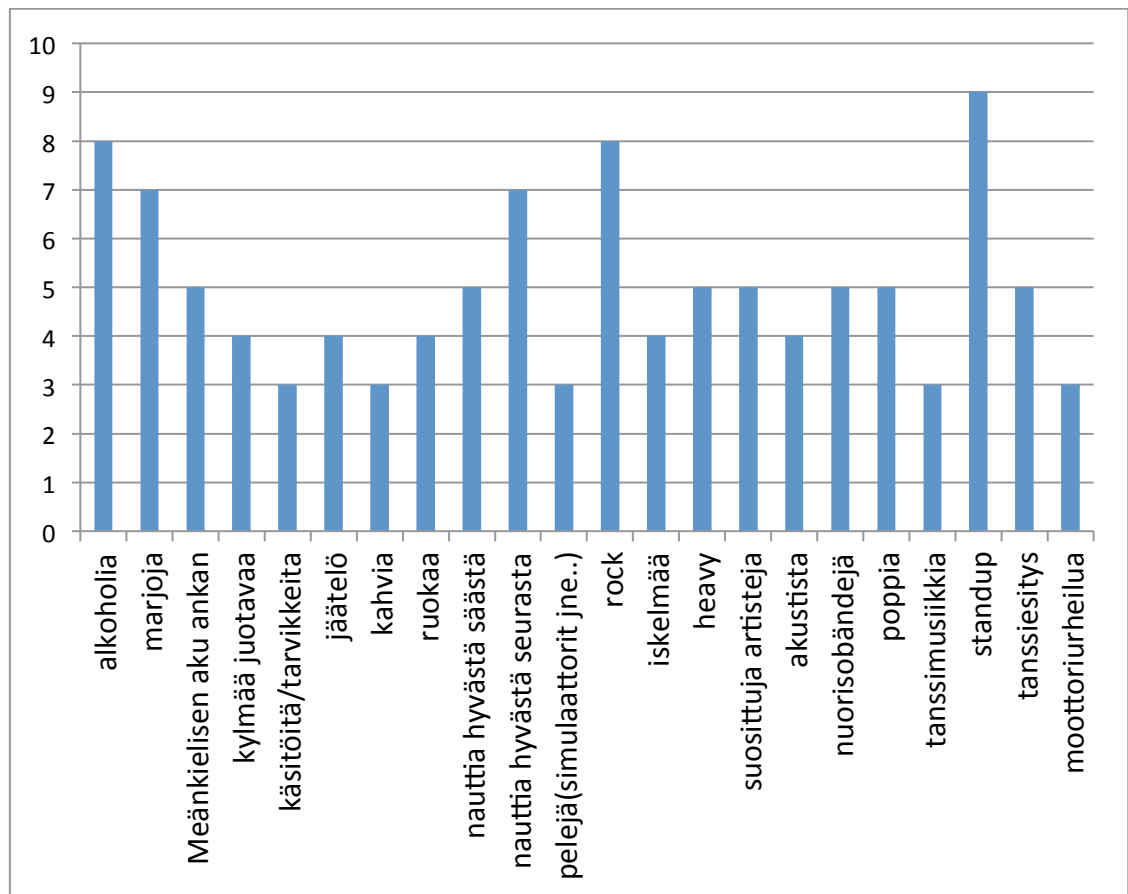
(Kuvio: ”rasti ruutuun”)

### 3 ENNAKKO-ODOTUSTEN KARTOITUS

Yksi tutkimusmenetelmä oli ennakko-odotus kartoitus, johon saatiin kerättyä todella paljon erilaisia mielenkiintoisia ideoita. Tämän tutkimusmenetelmän keino on antaa täysin vapaat kädet sen tekijälle, jolloin on mahdollista antaa kaikki itseä kiinnostavat ideat paperille. Kyselyllä pyrittiin siis luomaan optimaalinen kesämarkkinakokemus ja mielipiteitä täydellisestä kesämarkkinasta tuli yhteensä 156 kappaletta.

Ennakko-odotus kartoitus kysely toteutettiin siten, että vastaajalle annettiin lomake, joka oli jaettu 4 osaan. Näissä neljässä osassa kysyttiin seuraavaa: Mitä haluaisin ostaa? Mitä haluaisin tehdä? Mitä haluaisin kuulla, ja mitä haluaisin nähdä? Lomakkeiden neljän osion menetelmä osoittautui todella hyväksi keinoksi, sillä samalla kun jaettiin ennakko-odotus kartoitus, jaettiin myös negatiivinen aivoriihi, joka toimii ennakko-odotusten kartoituksen vastakohtana. Molemmat yhdistämällä pystytään muodostamaan selkeä kuva kesämarkkinoista, eli täydelliset kesämarkkinat olisivat näiden kahden menetelmän erotus. Ennakko-odotusten kartoituksesta saadaan parhaat mahdolliset kesämarkkinat, ja negatiivisesta aivoriihestä kauheimmat mahdolliset. Ottamalla pois negatiivisen aivoriihen tulokset, saadaan rakennettua kesämarkkinat, jotka täyttävät kuntalaisten toiveet.

Ennakko-odotusten kartoituksen tulokset koottiin PowerPoint-esitystä varten taulukkoon, josta näkyy selkeästi ne, mitä ihmiset kesämarkkinoilta odottavat ja haluavat.



(Kuvio: Ennako-odotusten kartoitus)

Koska vastauksia tuli kaiken kaikkiaan 156 kappaletta, täytyi samantapaisia vastauksia hieman tiivistää ja yhdistää. Aikaisemmassa taulukossa on vain ideat, jotka saivat yli kolme kannatusta, sillä yhden - kahden äänen ehdotuksia oli niin paljon, että se olisi tehnyt taulukosta epäselvän.

Kun kysyttiin mitä ihmiset haluavat ostaa, sai alkoholi eniten ääniä. Toiseksi eniten ihmiset halusivat ostaa marjoja ja kolmantena listalla oli hieman yllättäenkin ”meänkielinen Aku Anka”. Näiden jälkeen listalla olivat mm. jäätelö, ruoka ja kylmä juotava, kuten myös käsityöt ja käsityötarvikkeet. Osa vastaajista halusi myös ostaa esimerkiksi juureksia ja vihanneksia ja aikuisviihdettä. Yksittäisissä ideoissa kategoria oli todella laaja, ehdotuksia tuli aina kissasta lähtien, ja eräs vastaajista toivoi myös mahdollisuutta ostaa nettisivut yritykselle.

”Mitä haluaisin tehdä kohdalla” oli yleisin vastaus hyvästä seurasta nauttiminen. Vastaajat halusivat myös nauttia hyvästä säästä ja pelaila erilaisia pelejä. Yksittäisistä

ideoista esille voisi nostaa benji-hypyn, sillä lajina se on mielenkiintoinen, ja houkuttelisi porukkaa paikalle.

Kun kysyttiin mitä vastaajat haluaisivat kuulla, oli selkeänä ykkösenä rock-musiikki, ja sen jälkeen ääniä saivat esimerkiksi pop-musiikki, heavy-musiikki, nuorisobändit ja suositut artistit. Muita esimerkkejä olivat mm. iskelmä ja akustinen musiikki, tanssimusiikki, kansanmusiikki ja jodlaus.

Mitä haluaisin nähdä? - kysymyksessä ylivoimainen ykkönen oli stand-up esitykset, joita toivottiin runsaasti. Seuraavaksi eniten toivottiin tanssiesityksiä, ja kolmantena jonkinlaista moottoriurheilua, tai moottoriurheilunäytöstä. Muita mainitsemisen arvoisia olivat mm. teatteri-, musiikki- ja taistelulajiesitykset sekä muotinäytökset. Muita, jopa hieman erikoisia, ideoita olivat mm. alpakanäyttely/agility, ripaska, parkour-esitys ja Flash Mob. Flash mob on tapahtuma, jossa joukko ihmisiä kerääntyy julkiselle paikalle ja tekee ennaltasovittuna ajankohtana jotain odottamatonta. (Ohessa linkki Helsingissä tehtyyn ”Freeze” Flash Mob esitykseen:

[http://omakaupunki.hs.fi/paakaupunkiseutu/uutiset/helsinki\\_freeze-performanssi\\_veti\\_satoja\\_osallistujia/](http://omakaupunki.hs.fi/paakaupunkiseutu/uutiset/helsinki_freeze-performanssi_veti_satoja_osallistujia/))

Kuten vastauksista voi huomata, oli ehdotuksia laidasta laitaan ja suurin toive vastauksien perusteella on se, että markkinat erottuisivat perinteisestä. Vastauksia läpi käymällä voi helposti huomata, että markkinoiden toivotaan olevan erillaiset ja enemmän nuorille aikuisille ja vanhemmalle kävijälle suunnattuja.

#### 4 NEGATIIVINEN AIVORIIHI

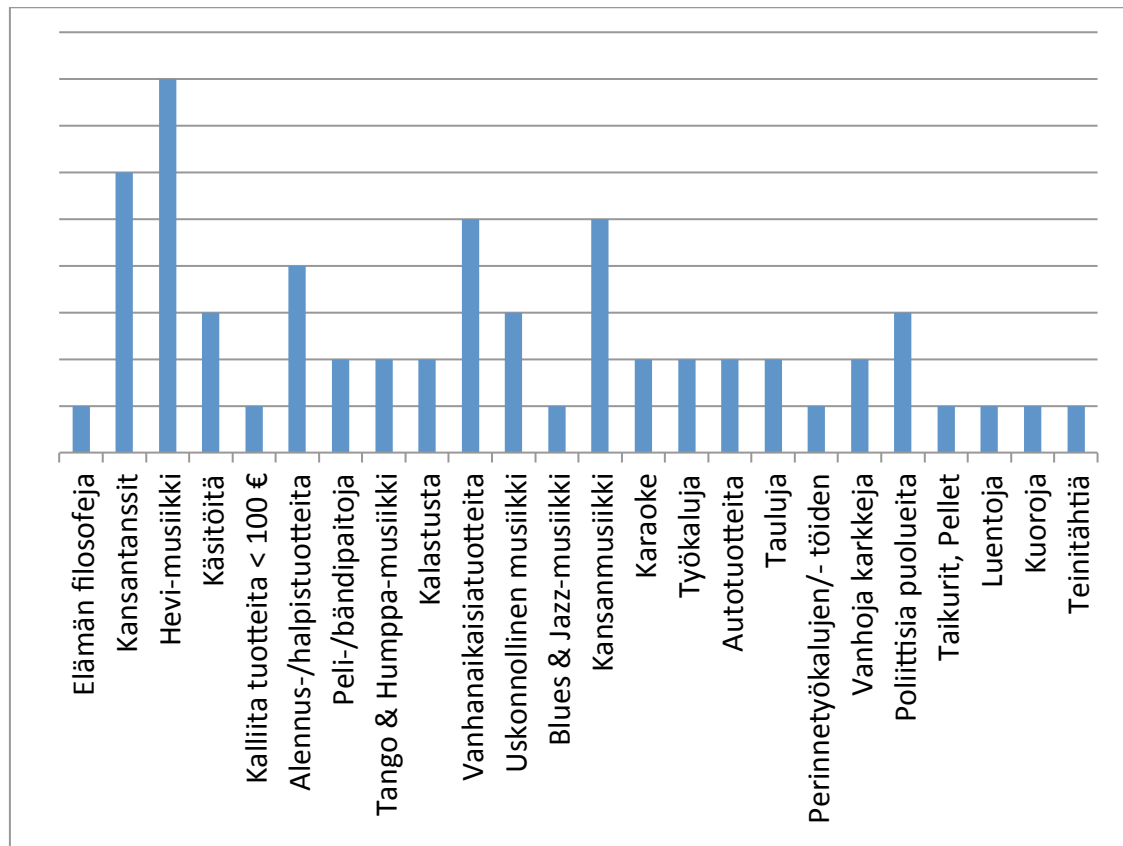
Kesämarkkinoiden ideoinnissa yhtenä tutkimusmenetelmänä käytettiin negatiivista aivorihtä. Se toimi tutkimuksessa käytännössä suoraan ennakko-odotusten kartoituksen vastakohtana. Negatiivisen aivoriihen yleisenä tarkoituksena on etsiä uudesta ideasta kaikki mahdolliset negatiiviset puolet ja pyrkiä luomaan tapahtumasta kaikista pahin skenaario. Perimmäisenä kysymyksenä toimii siis se, kuinka olisi mahdollista luoda mahdollisimman paljon ongelmia tapahtumalle, ja kuinka kauhea tapahtuma olisi mahdollista luoda.

Kesämarkkinoiden negatiivisen aivoriihen lomake oli jaettu neljään osaan, jossa kysyttiin seuraavia: Minkälaisia tavaroita et haluaisi ostaa? Mitä et haluaisi kuulla? (musiikki yms.), Mitä et haluaisi nähdä? (esitykset yms.) ja Mitä et haluaisi tehdä? Negatiivinen aivoriihi oli jaettu näin sen takia, jotta pystyttäisiin muodostamaan eheä kokonaisuus ennakko-odotusten kartoituksen vastakohtana, ja näin vertaamaan näitä kahta menetelmää keskenään. Negatiivista aivorihtä ja ennakko-odotusten kartoitusta vertailemalla pystytään luomaan kaksi erilaista skenaariota. Toinen kuvaa parhaita mahdollisia kesämarkkinoita, ja toinen kauheimpia.

Lomakkeesta saadut vastaukset olivat laadukkaita ja negatiivisen aivoriihen suosia yllätti, koska lomakkeet loppuivat ennen ideointitilaisuuden päätöstä. Tulokset myös täydensivät hyvin ennakko-odotus kartoituksen vastauksia, jonka avulla on mahdollista rajata huonot ideat kokonaan ulos ja keskittyä ennakko-odotuksissa useasti toistuviin vastauksiin.

Negatiivisen aivoriihen tulokset analysoitiin lomakkeista ja niistä koottiin Excel- taulukon perusteella havainnollistava PowerPoint-esitys. Tulokset koostettiin lomakkeiden vastausten toistuvuuden perusteella ja samankaltaiset asiat tiivistettiin yhdeksi vastaukseksi. Täytettyjä lomakkeita saimme runsaasti, ja niiden perusteella esiin nousi ylivoimaisesti eniten ”ei toivotuksi” heavy-musiikki. Toiseksi eniten lomakkeissa toivottiin, että Kesämarkkinoilla ei soitettaisi kansanmusiikkia, tai esitettäisi erilaisia kansantansseja. Tuloksista kävi siis ilmi, että kuntalaiset toivoivat Kesämarkkinoiden erottuvan perinteisistä markkinoista, jotka kiertävät Torniossa aina säännöllisin väliajoin, kuten syys- ja kevätmarkkinat sekä Peräpohjolan markkinat. Tuloksista näkyy selkeästi se, että Kesämarkkinoista halutaan muista tapahtumista erottua, erilainen tapahtuma. Uutta ilmettä ja muista tapahtumista erottautumista tukevat

myös tuloksissa ilmenneet vastaukset, että Kesämarkkinoilla ei olisi myynnissä halpoja urheilupaitoja, jotka yleensä ovat kopioita, eikä erilaisia bändipaitoja, jotka myös ovat yleensä kopioita. Monet toivoivat myös, että markkinoilla ei olisi esimerkiksi käsitöitten tekoja ja siellä myytäisi muita vanhanaikaisia tuotteita, kuten mattoja ja puukoreja. Myös sirkushuvien, kuorojen, ja esimerkiksi poliittisten puolueiden poissaoloa toivottiin.



(Kuvio: Negatiivisen aivoriihen tulokset)

## 5 TEEMATAULUKKO

Yksi käytetty ideointimenetelmä oli teemataulukko. Tarkoituksena oli luoda kokonaisia teemoja, joiden ympärille kesämarkkinat voitaisiin rakentaa soitettavan musiikin, ruoka- ja juomatarjoilun ja aktiviteettien mukaisesti. Teemapisteellä syntyi teemoja sekä yleisemmällä tasolla, mutta myös yksittäisiä, tarkemmin rajattuja teemoja.

Samankaltaiset tai useasti toistuvat ideat on raportissa tiivistetty yhteisen otsikon alle selkeyttämiseksi.

### Raja/Suomi vs. Ruotsi

Soitettava musiikki olisi iloista, letkeää tanssimusiikkia sekä Suomesta että Ruotsista. Tarjottava ruoka olisi perinneruokaa länsirajan molemmilta puolilta. Aktiviteeteiksi ehdotettiin muun muassa ulkoilmasalibandya ja katukoripalloa, ja erilaisia leikkimielisiä Suomi vs. Ruotsi-maatteluita.

### Paikallisuus/Torniolaakson alue; ”Meän markkinat”

Markkinoilla soitettavaksi musiikiksi tarjottiin mahdollisesti paikallista, esimerkiksi paikallisten orkesterien musiikkia, jälleen rajan molemmilta puolilta. Tarjoiluksi ehdotettiin, että saatavilla olisi paikallista lähiruokaa, esimerkiksi siikaa, rieskaa, ja räätilimppua. Ruoka voisi myös tulla lähialueen yrityksiltä. Aktiviteeteiksi ehdotettiin siikavartaan heittoa, lohenloimutusta, juomalaulukisoja ja erilaisia käsityöpajoja, kuten vaappujentekotyöpajoja.

### Matkailumarkkinat

Myös matkailumarkkinoita ehdotettiin. Musiikki olisi kansainvälistä, eri maiden musiikkia. Aktiviteeteiksi oli ehdotettu esimerkiksi esittelijöitä eri matkakohteista sekä erilaisia tarjouksia.

## Moottorimarkkinat

Aktiviteeteiksi ehdotettiin auto-, moottoripyörä-, moottorikelkka- ja venenäyttelyitä, ja myös ”Tuunaa mopoautosi”-kisaa. Tarjoiltavia ruokia tai juomia ei tarkemmin näissä teemoissa ollut eritelty, ja musiikista mainittiin rock ja teknomusiikki.

## Elektroniikka

Musiikkielektroniikkamarkkinoilla olisi tekno- ja trancemusiikkia. Aktiviteetteina olisi elektroniikkaan liittyviä aktiviteettejä, esimerkiksi kamerapaja, jossa annettaisiin vinkkejä valokuvaukseen.

## Koko perheen markkinat

Yhdessä ehdotuksessa oli eroteltu markkinat niin, että päivätapahtuma olisi mahdollinen koko perheelle, ja iltatapahtuma sitten olisi nuorisolle. Musiikkina olisi elävää musiikkia kaikenikäisille ja mahdollisesti dj. Paikallisten nuorten bändejä esimerkiksi kansalais- ja ammattiotopistoista toivottiin. Tarjoilua ei erityisemmin määritelty, ainoastaan makkaranpaisto mainittiin yksittäisenä tarjoilumahdollisuutena. Ehdotettuja aktiviteettejä olivat erilaiset urheiluturnaukset, minigolf, katukoripallo, sähly ja teatteri.

## Lasten tapahtuma

Musiikiksi lasten tapahtumaan ehdotettiin Robinia ja Hevisaurusta. Tarjoiluksi ehdotettiin irtokarkki- ja ruokacocktailtikkuja, sekä erilaisia herkkuja, kuten karkkia ja hattaraa. Suolaiseksi palaksi ehdotettiin jälleen myös makkaranmyyntiä. Lomakkeessa ehdotettiin myös, että tarjolla saisi olla terveellistäkin purtavaa, kuten herneitä ja porkkanoita. Aktiviteeteiksi ehdotettiin lastentarvikekirpputoria ja lastenvaatealiikkeiden myyntikojuja, minitraktori- ja poniajelu, kotieläimiä sekä pelle. Ehdotuksista löytyi myös muun muassa variksenpelättimen tuunauskilpailu sekä erilaiset työpajat lapsille, esimerkkinä oli annettu työpaja, jossa lapset saisivat istuttaa herneenversoja pieneen purkkiin. Taidetyöpajassa lapset voisivat tehdä rullapaperille eräänlaisen ”taideteoksen” kädenjäljistä, joka voitaisiin myöhemmin laittaa myös jonnekin esille. Muita ehdotettuja aktiviteetteja olivat myös skeitti-/parkour-kisat, puujaloilla kävely, yksipyöräisellä polkeminen ja kaarnaveneiden lasku rajakanavassa. Yksi ehdotus oli, että viikolla



pidettäisiin lapsille sirkusleiri, ja kesämarkkinoilla lapset pitäisivät sitten näytöksen.

#### Harrastemarkkinat

Harrastemarkkinoille musiikki tulisi paikallisilta bändeiltä ja soittajilta, esimerkiksi Lappian Ammattiopiston musiikkipuolelta ja kansalaisopistoista. Aktiviteettiehdotuksia oli erilaisten seurojen esittelyt ja kojut; musiikkiliikkeet ja musiikkiopisto, hevoset, koirat (agility), kuntosalit ja muut urheiluseurat, ilmaisutaito jne.

#### Kulttuurimarkkinat ja Kuuba; ”Twinkkarit goes Havanna”

Musiikki olisi Twin City Festivaalien musiikki, ja lisäksi olisi beatboxingia. Tarjoiluksi ehdotettiin cocktailtikkubuffetia. Aktiviteeteiksi oli ehdotettu harrastajateattereiden esityksiä, improvisointiteatteria, open mic-tyylistä tapahtumaa sekä tarinaniskentää. Kuuba-teeman markkinoilla soisi kuubalainen musiikki ja diskomusiikki, ja ruoka olisi kuubalaista ruokaa. Markkinoilla olisi tanssitunteja sekä yksin- että paritanssiin ja tanssinäytöksiä.

#### Talvimarkkinat

Musiikki olisi ”talvista”. Tarjolla olisi glögiä (näistä voisi vastata glögibaarit) ja piparia. Markkinoilla järjestettäisiin pilkkikisat, lumisota, jääpallokisa ja paikalla olisi myös joulupukki.

#### Alpakka-markkinat

Tarjottavana ruokana olisi kasvisruokaa ja lammasta eri muodoissa. Tapahtumina olisi alpakka-agilitya, -näyttelyitä ja – ajeluita.

#### Muoti

Musiikki olisi tuoretta ja trendikästä, kuin myös tarjoiltava ruoka ja juoma. Tapahtumina olisi muotinäytöksiä ja erilaisia muotiin liittyviä kilpailuja.

### Olutfestivaali/Olutmarkkinat

Musiikkityylinä olutfestivaaleilla olisi pääasiallisesti rock. Tarjoiltavana olisi erilaisia olutmakkaroita ja suomalaista pientä naposteltavaa. Tapahtumina olisi esimerkiksi erikoisoluiden tarjoiluja ja maisteluita ja olutvisa.

### Citymarkkinat

Citymarkkinoiden musiikki olisi Twin City Festivaalien musiikkia, mutta bändit esiintyisivät trubaduureina tai bändeistä koottaisiin uusia, sekoitettuja kokoonpanoja. Tarjoiluna olisi samppanjaa ja mansikoita, ja mätimunia. Markkinavieraat voisivat ”ostaa” festivaalien julkkiksia päiväkahviseuraksi.

### Urban goes Green-markkinat

Musiikki olisi jamaikalaista. Tarjoilut olisivat luonnonantimista, kuten nokkosteetä ja jotain koivunmahlasta. Markkinoilla olisi esimerkiksi ”superpirtelöbaari”, josta näitä tuotteita saisi. Markkinoilla järjestettäisiin ”geokätköilyä” kaupunkialueella, aarteena voisi olla esimerkiksi alennuskoodeja kaappoihin.

### Western-markkinat

Musiikki ja ruoka olisivat villin lännen teemaan sopivaa. Aktiviteetteina olisi esimerkiksi kaksinkamppailuammuntaa kuula- tai pehmokuula aseilla. Paikalla voisi olla myös hevosia, jolloin yleisölle voisi järjestää satulointia (lännensatuloilla) ja ratsastusta. Myynnissä olisi esimerkiksi villin lännen tyyllisiä asuja.

### Muita ideoita

Myös teemataulukossa oli vapaa kirjoituskenttä, johon asiakas sai kirjoittaa muita mahdollisia mieleen tulleita ideoita. Näissä ehdotettiin mikroautorataa, vesikrosseja, tilataidetta, ja että paikalla olisi myös lävistyksien ja tatuointien tekijöitä. Lisäksi ehdotettiin utobingoa ja drive-in-elokuvateatteria. Ehdotettiin myös, että

hyödynnettäisiin jollain tapaa kävelykadun kahvilan kivijalkaa. Suositeltiin myös tutustumaan Pajalan kesämarkkinoihin.

## 6 YRITYKSILLE JAETTU LOMAKE

Hallituskadun yrityksille jaetuista lomakkeista kävi selkeästi ilmi se, että yritykset haluavat tapahtuman järjestyspaikaksi nimenomaan kävelykadun, ja sen lähialueen. Yritysten ideoissa korostui tilan tarve, ja kahdessa lomakkeessa esitettiin myös ratkaisuvaihtoehdot tilanpuutteeseen. Ensimmäisenä ratkaisuvaihtoehtona nähtiin Länsirannan sulkeminen Rajalla-kauppakeskuksen kohdalta, jolloin tilaa olisi huomattavasti enemmän. Toisena ratkaisuvaihtoehtona nähtiin autopaikkojen käyttöönotto lisätilan saamiseksi.

Kesämarkkinoille toivottiin myytäväksi luomutuotteita, ja ns. lähiruokaa, ja nämä toivomukset korostuivat selkeästi myös muissa menetelmissä. Lähiruokan lisäksi haluttiin toimintaa lapsille, ja esimerkkejä olivat kasvomaalaus ja lapsiparkki, jolloin myös vanhemmilla olisi helpompi liikkua vapaammin markkinoilla. Vaikka kävelykadun roolia korostettiin, toivottiin myös, että kantakaupunki pyrittäisiin pitämään elävänä ja sen viihtyvyyteen pitäisi panostaa. Lomakkeissa toivottiin myös sitä, että kesämarkkinoilla olisi paikallisia yhdistyksiä kertomassa toiminnastaan.