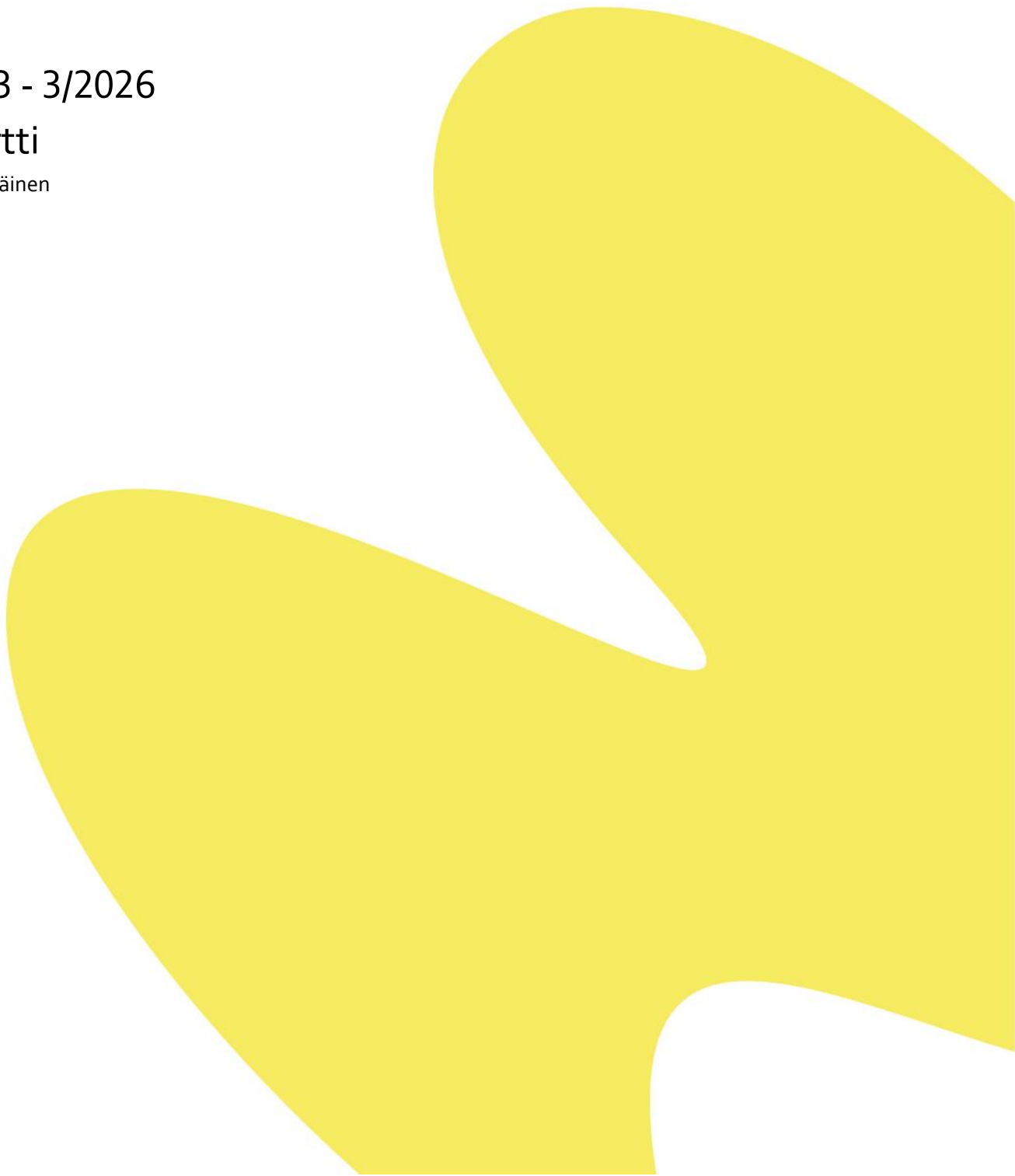


Kuopio250 - juhlavuosisiprojekti

9/2023 - 3/2026

Raportti

Nina Venäläinen



Sisällys

1 Johdanto.....	4
2 Kuopio250 -juhlavuoden projektin tarve, tausta ja tehtävä.....	6
2.1 Projektin tausta ja tarve	6
2.2 Kaupunginhallituksen päätös juhlavuoden projektin asettamisesta.....	6
2.3 Projektin päätehtävät ja rajaus	7
3 Juhlavuoden kohderyhmät ja pääkohderyhmän valinta	8
3.1 Pääkohderyhmä lapset ja nuoret.....	9
3.2 Nuoret keskeinen ryhmä jo suunnitteluvaiheessa	9
4 Projektin koordinaatio, henkilöresurssit ja rahoitus	11
4.1 Koordinaation tasot	12
4.2 Sidosryhmät ja niiden rooli	13
4.3 Projektin rahoitus	13
5 Tavoitteet ja niiden toteutuminen.....	15
5.1 Tavoitteiden toteutuminen	15
5.2 Asukkaiden osallisuuden ja yhteisöllisyyden tukeminen.....	17
5.3 Tapahtumakaupungin kehittymisen tukeminen ja kokeilut	17
6 Juhlavuoden paikallinen ja valtakunnallinen markkinointi ja viestintä	20
6.1 Markkinoinnin tavoitteet	20
6.2 Yhteinen viesti ja visuaalinen ilme.....	20
6.3 Paikallinen markkinointi -kaupunkilaiset ja lähialueet.....	21
6.4 Valtakunnallinen markkinointi – Kuopio esiin koko Suomessa	23
6.5 Kanavat ja keinot	23
6.6 Vuoden 2024 kampanja- Voep olla	24
6.7 Vuoden 2025 kampanjat.....	25
6.8 Markkinoinnin tulokset ja vaikuttavuus	26
6.9 Mediaosumat	30
6.10 Muut markkinointitempaukset ja näkyvyys	31
6.11 Kuopio250 juhlavuoden tuotteet KuopioMarketissa	34
6.12 Kuopio250-juhlavuoden näkyvyystuotteet ja materiaalit.....	34
6.13 Kuopio250-tuotehaku	34
6.14 Sisäinen viestintä	35

7 Ohjelmahaku	36
7.1 Ohjelmahaun prosessi	37
8 Tuotantojen ja tapahtumien rahoittaminen tuotantotuella	38
8.1 Tuotantotuen merkitys	38
8.2 Tuotantotuki lukuina	39
8.3 Tuotantotuella toteutuneet tapahtumat	40
8.4 Toimijoiden kokemukset tuotantotuesta	41
8.5 Juhlavuoden kokemusten pohjalta avustusmuotojen kehitystyö jatkuu	42
9 Nuorten Eventti -tuki	44
10 Juhlavuoden ohjelma ja sen rakentaminen	46
10.1 Ohjelman rakentaminen	46
10.2 Projektin omat ja yhteistuotannot	48
10.3 Kaupunkiorganisaation tuottama ohjelma	51
10.4 Juhlaviikot	52
10.5 Pääkohderyhmälle tuotettu ohjelma ja toiminta	52
11 Kansainvälisyys ja PR	53
11.1 Ystävyyskaupunkivierailut juhlaviikoilla	53
11.2 Kansainväliset tapahtumat ja yhteistyö	54
12 Juhlavuoden ilmiöt, esimerkkejä yhteisöllisyydestä	54
12.1 Esimerkkejä yhteisöllisistä ilmiöistä, tapahtumista ja toiminnasta	56
13 Projektin aikana toteutettu yhteistyö ja kokeilut	60
14 Juhlavuoden vaikuttavuus	60
14.1 Tapahtumien vaikuttavuuden arviointi	61
14.2 Pienten kansalaislähtöisten tapahtumien vaikuttavuuden mittaaminen	61
14.3 Pienten tapahtumien vapaaehtoistyön arvottaminen	62
14.4 Tapahtumien aluetaloudellinen vaikuttavuus	63
14.5 Juhlavuoden laadullinen vaikuttavuus	64
14.6 Laadullinen mittaaminen	66
15 Juhlavuoden palaute	69
15.1 Kaupunkilaisten palaute	69
15.2 Toimijoiden palaute	71
16 Juhlavuoden jälkeen -tapahtumakaupunkina kehittyminen jatkuu	74

LIITE 1 Kuopio250 juhlavuoden projektin talous

1 Johdanto

”Kuvittele Kuopio, jossa kylänraitit ja rännikadut täyttyvät musiikista, valoista, karnevaalikulkueista, monikielisestä puheensorinasta ja naurusta.

Kuvittele Kuopio, jossa perheet ja ystäväporukat kokoontuvat yhteiselle piknikille puistoihin ja niityille.

Kuvittele yhteislauluhetki ja yllättävä kulttuurikohtaaminen Kuopion toreilla, seikkailureitti Puijon ja Pisan laella, yhteinen veneretki lähisaariin.

Kuvittele kesäillassa kaikuvat puhaltimet ja kaikille avoimet tori- ja laituritanssit.

Kuvittele poluilta ja rinteiltä löytyvän riemun ja rauhan. Kavereiden kohtaamiset ja tuttujen tapaamiset.

Kuvittele Kalpan ja Kupsin ottelutapahtumien voittoisan hurman.”

Näillä saatesanoilla markkinointijohtaja Kirsi Soininen toivotti tervetulleeksi viettämään juhluvuotta tammikuussa 2025. Hän jatkoi seuraavasti:

Meille on annettu hieno hetki eletäväksi. Saamme olla yhdessä tekemässä ja juhlimassa Kuopion kaupungin juhluvuotta!

250-vuodessa Kuopio on kehittynyt yhdeksi merkittäväksi valtakunnan keskuksesi. Olemme tänään yli 126.000 asukkaan kansainvälinen ja kasvava hyvinvointi- ja terveysosaamisen sekä turvallisuuden kärkikaupunki, joka on yhdistelmä omannäköistä elämää, alueen huippuosaamista ja yhteisön voimaa. Yliopisto- ja kulttuurikaupungin kainalossa, vain kolmen vartin päässä Mualiman navalta kohoaa Tahko ja Tahkon huikeat reitistöt, golfkentät, rinteet ja ravintolat, ympäröivän maaseudun kyläyhteisöt, ruoka-aitat ja luonnonrauha. Elämisen ja vapaa-ajan viettomahdollisuudet vailla vertaa.

Alue on uniikki yhdistelmä tiedettä, taidetta, teknologiaa, urheilua ja kulttuuria. Hyvää elämää. Täällä odottamattomat ja epätavallisetkin kohtaamiset ovat muikeiden tarinoiden taustalla. Täällä on oivallettu elämästä jotakin olennaista. Se oivallus soi musiikkina, näkyy tanssin liikkeenä, humisee metsien hiljaisuudessa, loiskii Kallaveden aalloilla ja heijastuu pilkkeenä ihmisten silmäkulmissa. Se on välittämistä ja myönteistä uteliaisuutta uudelle. Me Kuopiona haluamme olla hyvän elämän pääkaupunki kaikille kuopiolaisille ja esimerkkinä muulle maailmalle. Me olemme sitä vilpittömästi ja täydestä sydäimestä. Me vaalimme Minna Canthin henkeä, puhumme tärkeistä asioista ja olemme valmiina tekemään niiden eteen työtä.

Juhlavuoden ohjelmistoa olemme rakentaneet koko vuoden ja rakennetaan yhä. Suuri ilonaihe on se, että meidän toimijat, järjestöt, ihmiset, seurakunnat, oppilaitokset, koulut ja tapahtumajärjestäjät ovat kaikki kantaneet kortensa kekoon juhlatuoden aikaansaamiseksi. On syntynyt uusia kumppanuuksia ja yhteistyömuotoja.

Juhlavuosi on meille myös välineellinen. Se on työkalu Hyvän elämän pääkaupunki -visiota kohti. Juhlavuoden avulla haluamme kehittää mm. Kuopiota tapahtumakaupunkina. Haluamme, että Kuopioon vakiintuu uusia, omannäköisiä tapahtumia. Pieniä ja isoja. Haluamme, että tapahtumatilamme on käytössä ja että tilojen käyttöaste kasvaa.

Haluamme, että yhdessä tekemisen kulttuuri kaupungissa vahvistuu. Se tarkoittaa yhdessä tekemistä kaikkien kanssa.

Haluamme, että jokaisella olisi tekijänä tai kokijana pääsy juhlatuoden tapahtumiin. Ja että kokemus omistajuudesta ja kuuluvuudesta kaupunkiin kasvaisi. Tunne, jota tavoittelemme on se, että voin sanoa: Minä omistan tämän kaupungin ja minä kuulun tähän kaupunkiin.

Me myös toivomme, että Kuopion elinvoima juhlatuoden myötä kasvaa.

Haluamme samalla luoda sujuvampia toimintatapoja ja prosesseja kaupungin sisällä näitä asioita edistämään.

Nyt jos koskaan, maailma kaipaa iloa, osallisuutta ja kulttuuria - syitä uskoa huomiseen. Meille tärkeintä on, että kuopiolaisten hyvinvointi paranee ja viesti elinvoimaisesta, sydämellisestä ja houkuttelevasta kaupungista laajenee.

Teemme valtakunnallista markkinointia, jotta muutkin valtakunnassa tietävät, että Kuopiossa juhlitaan. Näkyvyyden tavoitteena luonnollisesti lisää matkailijoita ja kiinnostusta Kuopiota kohtaan.

Nyt tätä raporttia kirjoittaessamme on tammikuu vuonna 2026. Juhlavuoden projekti on päättymässä ja juhlatuosi on ohi. Voimme todeta, että kaikki tuo mitä Kirsi Soininen visiopuheessaan lausuu, on toteutunut ja vielä enemmänkin kuin osasimme visioida. Tämä raportti näyttää todeksi kaiken sen mitä Kuopio250 juhlatuosi projektissa saatiin aikaan, yhdessä. Meidän ei tarvitse enää kuvitella, me teimme sen todeksi!

2 Kuopio250 -juhlavuoden projektin tarve, tausta ja tehtävä

Kuopion kaupunki on perustettu vuonna 1775, joten se täytti 250 vuotta vuonna 2025. Virallinen juhlapäivä oli 17.11. Juhlavuoden rakentamista tehtiin yhdessä kaupunkiorganisaation eri palvelualueiden kanssa. Myös kaupunkilaiset ja erilaiset toimijat kutsuttiin osallistumaan juhlavuoden ohjelman suunnitteluun ja toteutukseen.

2.1 Projektin tausta ja tarve

Visionsa mukaisesti Kuopio on matkalla hyvän elämän pääkaupungiksi 2030 ja juhlavuosi toimii työkaluna kohti tuota visiota. Juhlavuosi antaa pohjan yhteisen tulevaisuuden luomiselle Kuopion kaupunkiorganisaation ja toimijoiden yhdessä toteuttamana. Kaupunkilaisille mahdollistettiin mukana oleminen suunnitteluvaiheessa ja toteutuksessa tekijänä ja/ tai kokijana.

Toimintaympäristön muutokset, suuret megatrendit, kestävän tulevaisuuden vaade, vastuullisuuden ja uudistumiskyvyyden paine, muodostavat viitekehysten myös juhlavuodelle. Pandemian jälkeinen aika, sosiaalisen eriytymisen ongelma, vallitseva geopoliittinen tilanne, talouden taantumaennusteet ja Itä-Suomeen kohdentuvat vaikutukset tarvitsevat rinnalleen tulevaisuuteen katsovaa, uudistumiskykyä lisäävää, kokemusta yhteenkuuluvuudesta ja yhdessä tekemistä - syitä uskoa huomiseen.

Juhlavuodella on mahdollisuutta toimia muutosvoimana, tukea alueen uudistuvaa elinvoimaisuutta sekä aktivoida toimijoita ja asukkaita osallistaen. Juhlavuosi toimii alustana yhteisten pintojen luomiselle kansainvälisessä Kuopiossa eri kansallisuuksien välille.

Kuopio250 tukee Kuopion kaupungin strategisia päämääriä kestävästi kasvavasta, uudistuvasta, hyvinvoivasta ja yhteisöllisestä Kuopiosta. Katse tulee olla juhlavuoden jälkeisessä ajassa, jolloin voimme ulosmitata juhlavuoteen valmistautumisen ja sen viettämisen tuloksia. Tulokset tulee kytkeytyä yksilökeskeisyydestä laajempaan ajatteluun ympäristön kestävyys huomioiden (One Health), asukkaiden osallisuuden vahvistumiseen, vahvistuneeseen yhteiseen identiteettiin, innovaatiokulttuurin vahvistumiseen, uudistumiskyvyyteen ja Kuopion aseman vahvistumiseen kansallisesti ja kansainvälisesti.

KUOPIO250 on mahdollisuus kertoa Kuopion tarinaa valtakunnallisesti ja kansainvälisesti. Kuopion tarinan kehittyminen 250 vuodessa yhdeksi Suomen vetovoimaisimmaksi kaupungiksi monilla mittareilla mitattuna on kertomisen arvoinen.

2.2 Kaupunginhallituksen päätös juhlavuoden projektin asettamisesta

Kuopion kaupunginhallitus päätti 15.5.2023 kokouksessaan juhlavuosiprojektin asettamisesta ja sekä juhlavuoden resurssoinnista siten, että juhlavuotta koordinoidaan

Elinvoima- ja konsernipalveluissa markkinointi- ja viestintäyksikössä markkinointijohtajan alaisuudessa. Juhlavuoden projektiin resursointiin projektipäällikkö sekä projektikoordinaattori. Projekti aloitettiin vuoden 2023 syyskuussa ja se päättyy maaliskuussa 2026.

Juhlavuoden ohjausryhmäksi asetettiin kaupunginjohtajan johtoryhmä. Juhlavuoden valmistelua käsiteltiin palvelualueiden johtoryhmässä säännöllisesti omien tuotantojen ja tiedonkulun näkökulmasta. Kaupunkiorganisaation sisällä hyvinvointiryhmä ja kaupunkisuunnitteluryhmä olivat keskeisiä poikkihallinnollisia ryhmiä KUOPIO250-juhluvuoden toteutuksen suunnittelussa. Lisäksi perustettiin erilaisia alatyöryhmiä, joita projektitiimi koordinoi ja kutsui koolle. KUOPIO250 -projekti raportoi tilannekatsauksen kaupunginhallitukselle säännöllisesti.

2.3 Projektin päätehtävät ja raja

Juhlavuoden projektin päätehtävänä oli juhluvuoden kokonaisuuden koordinointi ja ohjelman rakentaminen yhdessä toimijoiden kanssa. Ohjelmaa rakennettiin laajan verkostotyön avulla. Kaupunkiorganisaation sitouttaminen juhluvuoden ohjelman suunnitteluun ja toteutukseen oli projektin alussa olennaista. Erityisesti kaupungin omien kulttuurilaitosten ja keskeisten yksiköiden (kuten Kansalaistoiminnan palvelut) mukana olo varmistettiin. Myös kaupungin kulttuuritoimijoiden ja erilaisten yhdistysten ja järjestöjen mukaan saaminen oli tärkeää. Kaupunkilaisille mahdollistettiin ohjelmahaun kautta tilaisuus ehdottaa ja toteuttaa juhluvuodelle omaa ohjelmaa.

Juhlavuoden projektitiimin päätehtäviin kuului myös juhluvuoden projektin etenemisen viestintä sisäisesti ja ulkoisesti sekä toiminnan ja tapahtumien näkyväksi tekeminen kaupunkilaisille. Tapahtumaviestintä oli suuressa roolissa koko projektin ajan. Paikallisen markkinoinnin ja näkyvyyden lisäksi tavoiteltiin myös laajaa valtakunnallista näkyvyyttä.

Projektia rajattiin niin, että projektitiimi ei varsinaisesti tuota tapahtumia eikä ota vastuulleen toimijoiden tapahtumien tuottamista. Kaupunki koordinoi ja osarahoittaa yhteistuotantoja kuten juhluvuoden avajaiset, juhluvuoden päätöstapahtuma, valotapahtuma ja juhluvuoden päätapahtumaksi määritelty Made in Kuopio -konsertti. Näiden tapahtumien tuottamiseen pyrittiin mahdollisuuksien mukaan löytämään tuotannollinen vastuuorganisaatio.

3 Juhlavuoden kohderyhmät ja pääkohderyhmän valinta



3.2.2025 | 18

Kohderyhmät /kenelle



Juhlavuotta rakennettiin yhdessä erilaisten toimijoiden kanssa. Projektin alkuvaiheessa (suunnitteluvaihe) tehtiin verkostotyötä kaupunkiorganisaation sekä alueen toimijoiden kanssa. Myös asukkaita osallistettiin juhluvuden ohjelman suunnitteluun. Projektissa kohdennettiin esim. viestinnällisiä toimenpiteitä näille kohderyhmille, jotta innostettua toimijat mukaan rakentamaan ja toteuttamaan kuopiolaisten oman näköistä juhluvuden ohjelmaa.

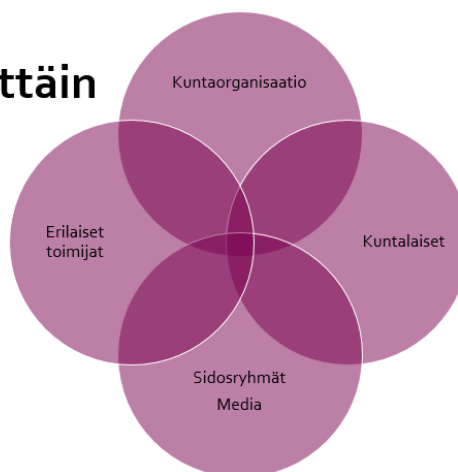
Tapahtumaviestinnän ja -tarjonnan kohderyhmänä olivat kaupunkilaiset paikallisesti sekä matkailijat alueellisesti, kansallisesti sekä kansainvälisesti. Kaikille ikäryhmille pyrittiin saamaan aikaan ohjelmaa, mutta ohjelmaa kohdennetaan erityisesti lapsille ja nuorille, joka nostettiin juhluvuden pääkohderyhmäksi.



3.2.2025 | 19

Pääviestit kohderyhmittäin Kenelle/ mitä

- Asukkaat
- Paluumuuttajat
- Opiskelijat
- Osaajat
- Yritykset
- Investorit
- Päättäjät
- Tapahtumakävijät
- kaupungin vieraat



3.1 Pääkohderyhmä lapset ja nuoret

Kuopio250-juhlavuoden suunnittelussa lapset ja nuoret asetettiin keskiöön sekä arvolähtöisistä, yhteiskunnallisista että pitkän aikavälin kaupunkikehityksen syistä. Päätös perustui selkeästi kaupungin omiin tavoitteisiin ja projektisuunnittelussa määriteltyihin painotuksiin. Valinta ei ollut satunnainen, vaan osa kaupungin strategista päätöstä panostaa nuoriin, jotka ovat Kuopion tulevaisuuden rakentajia.

Lapset ja nuoret ovat avainryhmä, kun rakennetaan tulevaisuuden yhteisöllisyyttä ja kaupunkilaisidentiteettiä. Kun juhlavuoden panostukset kohdistuvat nuoriin, vaikutus kestää vuosikymmeniä – rakennetaan tulevaisuuden kulttuuriperintöä.

Nuorille suunnatut kulttuurikokemukset tukevat hyvinvointia ja vahvistavat Kuopion brändiä lapsi- ja nuorimyönteisenä kaupunkina. Erityisesti nuorten huomioiminen varmistaa, ettei juhlavuosi jää vain aikuisten tapahtumaksi. Ohjelma suunniteltiin näkyväksi keskustassa, lähiöissä ja maaseutualueilla – paikoissa, joissa nuoret liikkuvat.

Lapset ja nuoret ovat Kuopion tulevaisuuden rakentajia ja kaupunkilaisia. Halusimme tarjota erityisesti tälle kohderyhmälle mieleenpainuvan juhlavuoden, jossa on toimintaa ja kokemuksia, jotka kantavat pitkälle. Tavoitteena oli näyttää kotikaupunki sellaisessa valossa, että se saa viriämään rakkauden omaan elinympäristöön ja antaa vahvan pohjan tulevaisuuden rakentamiselle omassa kotikaupungissa.



3.2 Nuoret keskeinen ryhmä jo suunnitteluvaiheessa

Kuopion kaupunki linjasi, että juhlavuoden ohjelman tulee erityisesti huomioida lapsia ja nuoria. Tämä tarkoitti, että heidän tarpeitaan ja toiveitaan otettiin mukaan jo juhlavuoden suunnittelun alkuvaiheessa. Nuoret eivät olleet vain "kohdeyleisö", vaan suunnittelun painotukset lähtivät heidän näkökulmastaan.

Nuoret osallistuivat suunnitteluun ideatuottajina ja sisällönrakentajina. Nuorten omien tapahtumien tuottamiseen luotiin uudenlainen rahoitusmalli Nuorten Eventti - tapahtumatuki. Nuorilla oli mahdollisuus rakentaa juhlavuodelle oman näköinen ohjelma, nuorilta nuorille. Nuoret osallistettiin myös ohjelmaehdotuksien valintaan.

Nuorisovaltuusto arvioi kaikki Nuorten Eventti -tapahtumatukihakemukset ennen tuen myöntämistä laatimansa kriteeristön avulla.

Useat juhluvuoden suunnitteluun ja ohjelmaan liittyvät tehtävät toteutettiin oppilaitosyhteistyössä, joka tarjosi nuorille väylän vaikuttaa tapahtumiin. Oppilaitoksissa käytiin kyselemässä nuorten toiveita juhluvuoden ohjelmistosta. Kaupunki kutsui mukaan oppilaitokset ja opiskelijat rakentamaan juhluvuotta. Oppilaitosten tekemä ohjelmisto (esim. näyttelyt, esitykset, projektit) oli osa virallista juhluvuoden sisältöä.

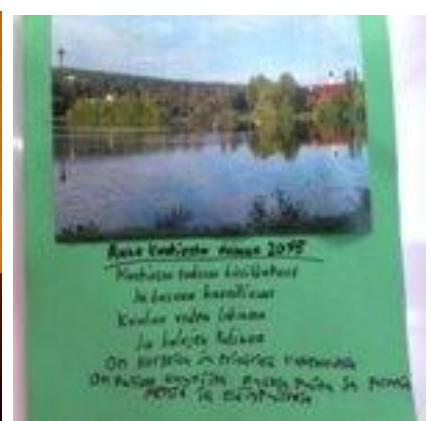
Nuorten osallistuminen oli sisäänrakennettu suunnittelukriteeri, sillä ohjelmistoon valittiin sellaisia sisältöjä, joissa nuorten ääni tai kohderyhmän huomioiminen tulevat esiin. Nuoret pääsivät mukaan suunnitteluun ja tapahtumien toteutuksiin:

- nuorisojärjestöjen kautta
- koululuokkien projekteissa (esim. MOK-viikot, koulujen juhlat ja tilaisuudet)
- taide- ja kulttuurialojen opiskelijoiden produktioissa
- paikallisissa nuorten ryhmähankkeissa (nuorisopalvelut, harrastusryhmät, Eventti -tapahtumat)

Tämä teki nuorista aktiivisia suunnittelun ja toteutuksen kumppaneita.

Esimerkkejä nuorten osallisuudesta ja tapahtumista/ toiminnasta:

- Nuorten Eventti -tapahtumatuki luotiin juhluvuotta varten ja kohdennettiin nuorten omien tapahtumien toteutuksen rahoittamiseen (100% rahoitus)
- Koulujen taidekilpailu ala- ja yläkouluissa mahdollisti koululaisten osallistumisen juhluvuoden toimintaan, pohtimaan kotikaupunkia tulevaisuuden näkökulmasta sekä tarjosi mahdollisuuden tuoda ääni esille strategiatyöhön. Kilpailutöitä käytettiin uuden strategian kuvituksena.



- Nuorisovaltuustolaiset osallistuivat kaupungin uuden strategian suunnitteluun työpajatyöskentelyn avulla



Kuopiolaiset nuoret pääsivät pohtimaan keväällä 2025, millainen olisi unelmien Kuopio vuonna 2035. Nuoret osallistuivat työpajaan jossa tulevaisuuden Kuopiota visualisoitiin konkreettisesti legojen avulla. Työpajassa oli mukana seitsemän nuorisovaltuutettua.

Lisäksi taidelukio Lumitin ja Savon ammattiopiston aulatiloiissa järjestettiin ”minityöpajoja”, jossa nuorilta pyydettiin tarkempia esimerkkejä siitä, mitä ensimmäisessä työpajassa esiin nousseet teemat voisivat tarkoittaa käytännössä. Nuoret saivat myös äänestää itselleen tärkeintä teemaa.

Kuopion nuorisovaltuuston edustajat esittelivät nuorten strategiatyön tuloksia kaupungin päättäjille valtuustoseminaarissa 12.5.

4 Projektin koordinaatio, henkilöresurssit ja rahoitus

Projektissa työskenteli koko projektin ajan kokoaikainen (100%) projektipäällikkö. Projektipäällikön työtehtäviin on kuulunut kokonaisuuden koordinointi, projektin talous, lähiesihenkilötehtävät, ohjelmahauun ja tuotantotuen prosessien hallinnointi (prosessin luominen, hakemusten käsittely, päätösten valmistelu ja maksatus), poikkihallinnollinen yhteistyö, tapahtumatuotanto ja toimijoiden neuvonta sekä sparraaminen, dokumentointi sekä raportointi.



Kuvassa (vasemmalla) projektikoordinaattori Jatta Salminen ja projektipäällikkö Nina Venäläinen.

2023

Osa-aikainen projektiassistentti (työllistetty) 50% työajalla joulukuun loppuun saakka. Projektiassistentin pääasiallisena tehtävänä oli valmistella juhluvuoden visuaalista ilmettä ja verkkosivuja sekä valmistella projektin viestintää.

2024

Tammikuussa projektiin palkattiin kokoaikainen projektikoordinaattori, joka siirtyi syksystä lähtien työskentelemään osa-aikaisena 50-80% työajalla. Projektikoordinaattorin tehtäviin on kuulunut juhluvuoden yhteistuotantoihin liittyvä koordinointi ja projektin oma tapahtumatuotantotyö (mm. ensimmäisen Välke - valotapahtuman tuottaminen), verkkosivujen ja intrasivujen päivitys, tapahtumaviestintää sekä dokumentointia ja tilastointia.

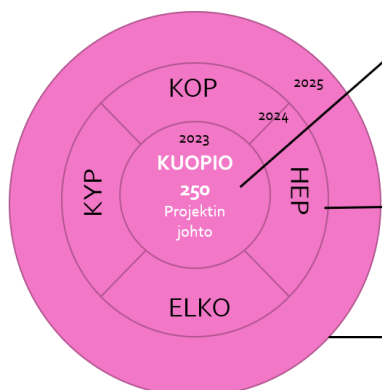
Keväällä projektitiimiin palkattiin osa-aikainen projektiassistentti 50% työajalla (työllistetty), joka työskenteli määräaikaisena vuoden loppuun saakka. Projektiassistentin päätehtävä oli vastata projektin sisäisestä ja ulkoisesta viestinnästä, mm. tapahtumaviestintä, verkkosivut, somejulkaisut ja uutiskirje. Lisäksi hän osallistui projektin yleisiin avustaviin tehtäviin.

2025

Projektiassistentin työsuhdetta jatkettiin määräaikaisena helmikuun loppuun saakka. Toukokuussa palkattiin kokoaikainen 100% projektikoordinaattori, joka työskenteli määräaikaisena joulukuun loppuun saakka. Projektikoordinaattorin päätehtävänä oli projektin viestintä, erityisesti tapahtumaviestintä somessa sekä avustavat tuotannolliset tehtävät.

4.1 Koordinaation tasot

Tasot



Kokonaiskoordinaatio ja ohjelmisto:

- 1.9.2023 -15.3.2026 1 htv projektipäällikkö Nina Venäläinen
- 1.1.2024 -31.12.2025 1 htv projektikoordinaattori (8 kk 50 % 1.9.-30.4.2024 Tiia Hakolampi)
- Sisäinen ja ulkoinen viestintä, mediasuhteet
- Kokonaiskoordinaatio ja projektin johtaminen, budjetointi ja vaikuttavuusseuranta
- Raportointi Kijory, KH
- Alatyöryhmät ja osatoteutukset : kaupungin sisäinen ja sidosryhmät
- Viestintä ja markkinointi (kokonaisuus)
- Juhlavuosi-tapahtuman koordinointi tapahtumakentän kanssa = tapahtumien advisory board, Tapahtumateollisuusfoorumi > tapahtumakaupungin kehittyminen tulevaisuudessa.

Hajautettu koordinaatio ja ohjelmisto:

- Palvelualueilta jaettavat tuotanto- ja tapahtumatuet, palvelualueiden oma tekeminen
- Meidän Kuopio-festivaalin tapahtumatuottaja**
- Varautuminen talousarvionäköisiin: TA2024, TA2025
- Viestintä sidosryhmille toimintamalleista ja teemoista
- Ohjelmiston kokoaminen

Hanke ja kehittämistaso (kukin palvelualue)

- Osallistuminen hankepoolin työstöön ja toteutuksiin
- Luovat alat (tapahtumateollisuus, elämystalous, uudistuvuus)
- Vihreä siirtyä, kestävä tulevaisuus
- Arjen turvallisuus, onnellinen kaupunki

4.2 Sidosryhmät ja niiden rooli

KUOPIO250
Jätä jälki elämään
**Esimerkkejä
Kaupunki-
organisaation
toteutuksista**

Juhlavuoden maamerkit
Rakennukset
Puistot
Suihkulähde tms.
Rakennusprojektit

SAVILAHTI

Juhlavuoden markkinointi ja viestintä

- Tunnus ja visuaaliset elementit
- Verkkosivusto
 - Asukastarinoiden kerääminen
 - Sisällöntuotanto
- Ohjelmisto tapahtumakalenterissa
- Viestintä ja markkinointi, näkyvyys paikallisesti, valtakunnallisesti, kansainvälisesti
 - Kuopio by Nature ja Kohtaamisia-lehti
 - Juhlalehti

Juhlavuoden vieraanvaraisuus ja PR

- Ystävyykskaupungit
- Sidosryhmät
- Edunvalvonta
- Seminaarit ja kokoukset**
 - Seminaarit
 - Kongressit ja kokoukset

Opetussuunnitelmat ja toteutukset

- Koulut
- Varhaiskasvatus
- Nuorisotoimi

Juhlavuoden teokset

- Erityiset juhluvuden tuotannot
- Kaupungin kulttuurilaitokset
- Ammattikenttä
- Vientiteokset ystävyyskaupunkeihin?

Meidän Kuopio –juhlafestivaalit kuopiolaisten oma tuotanto

- Tuotantotuki
- Järjestökenttä
- Kaupunginosatapahtumat
- Ihmiset itse

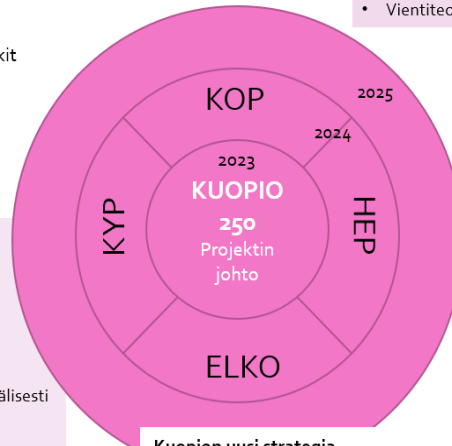
Kaupunginosatapahtumat

- Kuntakeskukset, kylät, kaupunginosat
- Kaupunginosaidentiteettityö
- Kaupunginosatarinat
- Naapurisuus

Juhlavuoden profiilitapahtumat Avoin kaikille-kaupunkitapahtumat

KUOPIO250-tuotteet

- Yritysyhteistyö
- Lahjatavarat
- KuopioMarketti verkkokauppa
- Ruokat tuotteet



Kuopion uusi strategia

- Tulevaisuustyöpajat
- Elinvoima ja työllisyys, kansainvälinen Kuopio

Juhlavuoden kumppanuustapahtumat Ankkuritapahtumat KUOPIO250-teemaan

4.3 Projektin rahoitus

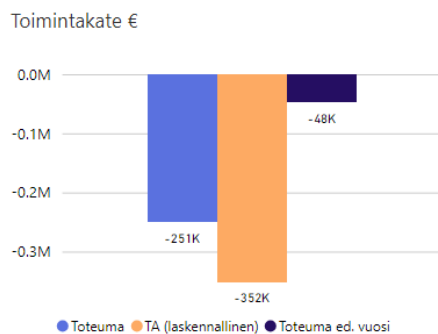
Projektin toimintaan varattiin rahaa Markkinoinnin ja viestinnän talousarvioon vuosille 2023-2025. Projekti ei saanut muuta rahoitusta esim. hankkeiden kautta vaan se oli täysin omarahoitteinen.

Varaukset projektille 2023	2023	2024	2025	
MV: Kokonaiskoordinaatio	31 500	125 000	125 000	
MV: Markkinointi ja viestintä	30 000	100 000	100 000	
MV: Tuotannot ja tuotantotuet		170 000	370 000	
MV Yhteensä	61 500	395 000	595 000	1 051 500

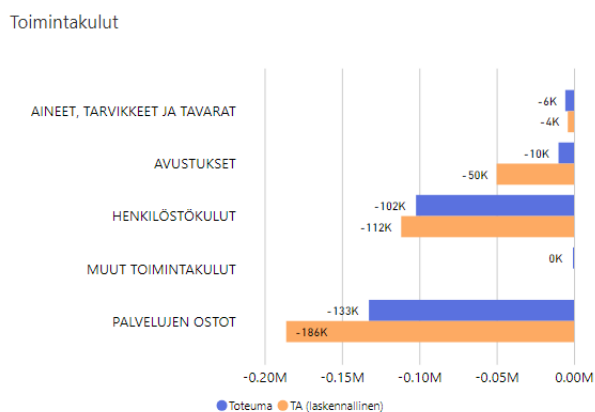
Vieraanvaraisuus	60 000	80 000	150 000	
Yleishallinto KV -määräraha	70 000	150 000	200 000	
Yleishallinto tapahtumatuet	700 000	900 000	1 000 000	
Yhteensä	830 000	1 130 000	1 350 000	3 310 000

Talouden tasapainotuksen vaikutus	2024	Muutos	2025	Muutos	Muutos yhteensä
MV: Markkinointi ja viestintä	65 000	-35 000	75 000	-25 000	-60 000
MV: Tuotannot ja tuotantotuet	100 000	-70 000	300 000	-70 000	-140 000
Yleishallinto tapahtumatuet			900 000	-100 000	-100 000

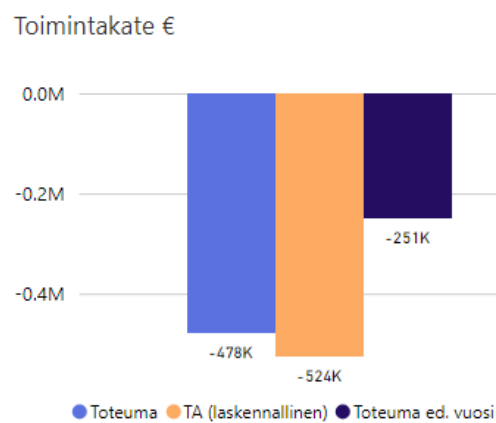
Vuosi 2024 toimintakate:



Vuosi 2024 toimintakulut:

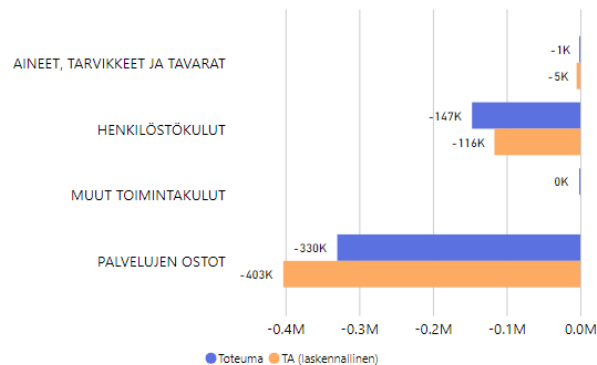


Vuosi 2025 toimintakate:



Vuosi 2025 toimintakulut:

Toimintakulut



Tarkemmin toteutuneista kustannuksista liitteessä.

5 Tavoitteet ja niiden toteutuminen

Projektin päätavoitteena oli aikaansaada Kuopiolle ja kuopiolaisille monipuolinen juhluvuoden ohjelma yhdessä kaupunkiorganisaation, kaupunkilaisten ja erilaisten toimijoiden kanssa.

Juhluvuoden toiminta tukee asukkaiden osallisuutta ja hyvinvointia monimuotoisesti, yhdenvertaisesti ja asukaslähtöisesti kulttuurin, taiteen, liikunnan ja yhdessä tekemisen keinoin. Ylpeys omasta kotikaupungista kasvaa, kokemus omistajuudesta kehittyy. Vahvistamme kaupunkilaisten identiteettiä ja yhteisöllisyyttä, yhteenkuuluvuutta sekä kannustetaan yhdessä tekemiseen. Rohkaistaan vaikuttamaan juhluvuoden tapahtumien ja toiminnan sisältöihin.

Kun tavoitteet asetettiin projektin alussa, ei ollut tiedossa, että kaupunki tulee viemään samaan aikaan läpi merkittävän talouden tasapainotuksen ohjelman sekä toteuttaa laajaa palveluverkkosuunnitelmaa. Näihin molempiin liittyvillä toimilla on ollut vaikutusta projektin kulkuun, tavoitteisiin, viestintään sekä talouteen. Tavoitteita kavennettiin vuodelle 2025 ja kohdennettiin olennaisiin toimenpiteisiin ja niiden toteutumiseen.

Juhluvuoden tavoitteet ovat enemmän laadullisesti kuin taloudellisesti merkittäviä. Päätös toteuttaa vuoden mittainen juhluvuosi oli lahja kuopiolaisilta kuopiolaisille. Juhluvuoden kautta saavutettiin haasteita täynnä olevan ajan rinnalle iloa, uskoa tulevaisuuteen ja hyvinvointia yhteisöllisten kohtaamisten ja kokemusten kautta.

5.1 Tavoitteiden toteutuminen

Kuopio250-juhluvuosi oli vuoden mittainen yhteisprojekti, jonka tavoitteena oli mm. vahvistaa Kuopion identiteettiä, lisätä yhteisöllisyyttä ja kehittää kaupunkia entistä

elinvoimaisemmaksi tapahtumakaupungiksi. Juhlavuoden aikana nämä tavoitteet eivät ainoastaan täyttyneet – monin osin ne jopa ylittyivät.

Näin tavoitteet toteutuivat:

Monipuolinen ja kaikille avoin ohjelma tavoitti kaupunkilaiset

Juhlavuoden yksi keskeisimmistä tavoitteista oli järjestää ohjelmaa, joka näkyisi sekä keskustassa, lähiöissä että maaseutualueilla, ja joka koskettaisi kaikkia ikäryhmiä. Tämä toteutui laajalla tapahtumakirjolla, jossa huomioitiin erityisesti lapset ja nuoret.

Yhteisöllisyys ja yhdessä tekeminen vahvistuivat

Juhlavuosi kutsui mukaan kaupunkilaiset, yritykset, oppilaitokset, järjestöt ja monet muut toimijat. Yhdessä tekemisen kulttuuri vahvistui, kun uudet kumppanuudet ja verkostot rakentuivat juhluvuden tuotantojen ympärille. Kaupunki toimi mahdollistajana, mutta tapahtumia tuotettiin laajassa yhteistyössä eri toimijoiden kanssa.

Kuopion identiteetti ja brändi vahvistuivat

Kuopio250 nosti kaupungin valtakunnalliseen näkyvyyteen. Juhlavuosi korosti Kuopion asemaa hyvän elämän pääkaupunkina ja kulttuurisesti rikkaana tapahtumakaupunkina.

Visuaaliset teot → kuten suihkulähde, Puijon tornin valaistus ja Välke -valotapahtuma,
laaja ohjelmisto → koko vuoden kestänyt laajalle alueelle sijoittunut ohjelmisto
Juhlavuoden ilmiöt → kuten Kupsin ja Kalpan mestaruudet, kuopiolaisen MissSuomen valinta

loivat Kuopiolle yhtenäisen, rakastettavan, matkailullisesti kiinnostavan ja positiivisen julkikuvan. *Voep olla – juhluvuden fraasi* sai kuopiolaisista esiin savolaisen huumorin ja kuopiolaisen leppoisan elämäntavan arvostuksen ja kotiseuturakkauden.

Tapahtumakaupunkina kehittyminen eteni merkittävästi

Kuopio250 oli strateginen ponnistus, joka paransi tapahtumien järjestämisen käytäntöjä ja loi uusia toimintamalleja. Lupakäytäntöjä sujuvoitettiin, tilojen käyttöä tehostettiin ja uusia rahoitusmalleja kokeiltiin. Tämä paransi sekä järjestäjien että osallistujien kokemusta ja loi perustaa tulevaisuuden tapahtumille.

Pysyvät jäljet ja uudet ideat/ toimintatavat jäivät elämään

Juhlavuosi ei ollut vain tapahtumien sarja – tavoitteena oli luoda myös pysyviä ja konkreettisia jälkiä tuleville sukupolville. Osa teoksista, tapahtumakonsepteista ja yhteisöllisistä projekteista jatkaa elämäänsä juhluvuden jälkeenkin. Esimerkiksi valotaide, uudet kaupunkikulttuurin muodot ja liikuntamahdollisuudet keräsivät runsaasti kiitosta ja toivat iloa kaupunkilaisille. Kaupungin lahjoittama luonnonsuojelumetsä kestää aikaa ja vahvistaa kestävästä kehitystä pitkälle tulevaisuuteen.

5.2 Asukkaiden osallisuuden ja yhteisöllisyyden tukeminen

Ohjelma oli tarkoituksella monimuotoinen: se yhdisti isot kaupunkitapahtumat ja pienemmät paikallisideat, jotka rikastuttivat arkea ja lisäsivät yhteisöllisyyttä.

Periaatteina kestävyys, yhdenvertaisuus ja pysyvät jäljet

Juhlavuoden ohjelmaa rakennettaessa korostettiin arvoja kuten:

- moninaisuus ja yhdenvertaisuus
- yhteisöllisyys ja osallisuus
- vastuullisuus ja kestävyys

Tavoitteena oli, ettei juhlavuosi olisi vain sarja tapahtumia, vaan että se jättäisi myös pysyviä ja konkreettisia jälkiä tuleville sukupolville esimerkiksi taideteosten, uusien tapahtumakonseptien ja vahvistuneen yhteistyökulttuurin muodossa.

Esimerkkejä osallisuuden ja yhteisöllisyyden toteutumisesta

- Kaupungin historian ja kaupunkilaisten tarinoiden kerääminen ja tallentaminen
Meidän tarinat -konseptin avulla
Meidän tarinat - Kaupunkitarinoita Kuopiosta - Kuopio
- Asukkaiden kannustaminen ja rohkaiseminen juhlavuoden ohjelmasisältöjen toteuttamiseen Ohjelmahaun avulla
- Yhdenvertaisuuden tukeminen
Monikulttuuriset ja monimuotoiset tapahtumat
- Kaupunginosaidentiteetin vahvistaminen
Tapahtumat kaupunkikehittämisen työkaluna
Kaupunginosamusiikki

5.3 Tapahtumakaupungin kehittymisen tukeminen ja kokeilut

Juhlavuoden aikana kaupunki vahvisti tapahtumatuotannon rakenteita, lisäsi yhteistyötä eri toimijoiden välillä ja nosti Kuopion valtakunnalliseen tietoisuuteen elinvoimaisena kulttuuri- ja tapahtumakaupunkina.

Yhteistyön kulttuuri vahvistui – tapahtumien tekeminen sujuvoitui

Juhlavuosi toi yhteen kaupungin, yritykset, järjestöt, oppilaitokset ja asukkaat tavalla, joka rakensi pysyviä verkostoja ja uusia tapahtumien toteuttamisen toimintamalleja. Tämä teki tapahtumien järjestämisestä sujuvampaa myös tulevaisuudessa.

Uudet kumppanuudet ja yhteistuotannot rakensivat perustan mallille, jossa suuret ja pienet tapahtumat nivoutuvat yhteen luoden vaikuttavia kokonaisuuksia.

Juhlavuoden aikana edistettiin tapahtumatuotannon käytännön toimintaedellytyksiä. Se näkyi erityisesti:

- lupa- ja tilaprosessien tarkasteluna ja sujuvoittamisena
- tuotantotukihakemuksen sujuvoittaminen, siirtyminen sähköiseen asiointiin
- markkinoinnin ja näkyvyyden tukena
- uusina rahoitusmalleina, jotka tekivät tapahtumien toteuttamisesta aiempaa helpompaa (juhlavuoden tuotantotuki ja Nuorten Eventti -tuki).

Nämä kehitystoimet loivat pysyviä rakenteita, joista hyötyvät kaikki tulevat tapahtumajärjestäjät.

Kaupungin identiteetti ja brändi tapahtumakaupunkina vahvistuivat

Juhlavuosi nosti Kuopion valtakunnalliseen näkyvyyteen ja vahvisti kaupungin asemaa elinvoimaisena ja kulttuurisesti rikkaana tapahtumakaupunkina.

Monipuolinen ohjelma – valotapahtumista perhetapahtumiin, näyttelyistä suuriin yleisötilaisuuksiin – tarjosi kokemuksia, jotka rakensivat ylpeyttä ja tunnetta kuulumisesta.

Uusia tapahtumakonsepteja syntyi ja vanhat vahvistuivat

Juhlavuosi rohkaisi toimijoita kokeilemaan uudenlaisia tapahtumamuotoja. Se toi kaupunkiin mm. vaikuttavan valotapahtuman, uusia freelancereiden työryhmien toteuttamia taidekokonaisuuksia ja laajensi jo olemassa olevien tapahtumien sisältöjä juhlavuoden teemalla.

Samalla perinteiset tapahtumat – kuten Kuopio tanssii ja soi ja Kuopiorock – saivat lisäarvoa osana juhlavuoden kokonaisuutta. Molempien osalta jo ennestään erinomainen yhteistyö kaupungin kanssa laajentui ja vahvistui entisestään.

Esimerkkinä uudesta yhteistyömuodosta Made in Kuopio -konsertti, Kuopio Grande [Kuopio Grande 2025 – Kohtuuttoman suuri kyläjuhla 25.–31.8.!](#)

Tapahtumien taloudelliset ja matkailulliset vaikutukset vahvistuivat

Juhlavuoden tavoitteisiin kuului myös matkailutulon kasvu ja paikallistalouden vahvistaminen. Kuopion näkyvyys ja vilkas tapahtumavuosi toivat kaupunkiin matkailijoita ja lisäsivät palveluiden kysyntää.

Juhlavuoden laaja ohjelmatarjonta osoitti, että monipuolinen ja kiinnostava tapahtumatarjonta houkuttelee yleisöä ja lisää paikallista elinvoimaa – tämä on yksi pysyvimmistä juhlavuoden vaikutuksista.

Yhteinen ylpeydenaihe rakensi henkistä pääomaa

Juhlavuosi ei kehittänyt vain rakenteita, vaan myös ihmisten kokemusta yhteisöllisyydestä, kuulumisesta ja ylpeydestä kotikaupungista. Tämä henkinen pääoma on merkittävä osa menestyvän tapahtumakaupungin identiteettiä. Kaupungin tapahtumatoimijat voivat uskoa ja luottaa onnistuneen juhluvuoden kokemuksen kautta oman toimintansa laadukkuuteen ja vetovoimaan jatkossakin.

Prosessit ja rakenteet kehittyivät

Kuopion kaupunki koordinoi tapahtumia ja tuki toimijoita esimerkiksi:

- sujuvoittamalla pientapahtumaprosessia
- uudistamalla ja vahvistamalla tilojen myyntiä
- markkinointiyhteistyössä
- juhluvuoden leiman käytössä osana viestintää

Esimerkkejä tapahtumakaupungin kehittämisestä juhluvuoden aikana:

- Kansalaislähtöisen ja yhteisöllisen toiminnan tukeminen
 - Tapahtuma- ja tuotantotukimallin kehittäminen ja käytännössä kokeileminen tukimallin toimivuutta ja vaikuttavuutta seurataan aktiivisesti. Mallin kehitystoimintaa jatketaan yhteisöpalveluissa. Vuoden 2026 alussa otetaan käyttöön uusi Meidän Kuopio -tuki, joka on ns. yhteisötuki. Siihen sovellettu myös juhluvuoden tuotantotuen kokemuksia.
- Kohdennetut tuotantotuet
 - Nuorten tapahtumatoiminnan tukemiseen juhluvuoden aikana kehitetty Nuorten Eventti -tuki.
- pienlupaprosessin kehittäminen yhteistyössä Kudos -hankkeen toimesta palvelualueyhteistyössä (juhluvuosi mukana kehitystyössä)
- yhteistuotantomallin kehittäminen
 - Välke-valotapahtuman tuotantoon osallistaminen läpi kaupunkiorganisaation, jotta tapahtuman tulevaisuus varmistetaan
- kumppanuussopimus prosessin valmistelu Välke -valotapahtuman kumppanuuksia varten (yritysyhteistyö, sponsorointi)
- Välke -valotapahtuman tuotannon kilpailuttaminen (avoin kilpailutus) ja tuotantosopimuksen valmistelu ja laatiminen
- Tapahtuma- ja matkailualan toimintamallien kehittäminen ja vahvistaminen
 - Pientapahtumajärjestäjille koulutus syksyllä 2024 yhdessä Meidän Kuopio Festivaalin

tuotantotiimin kanssa.

- Yhteistyö Keskustan Kehittämissyhdistyksen hankkeen kanssa
- kaupungin tapahtumatiimin työn tukeminen

- Ammattilaistoiminnan tukeminen tuotantotukimallin kautta

6 Juhlavuoden paikallinen ja valtakunnallinen markkinointi ja viestintä

Kuopio250-juhlavuoden markkinointi oli laaja-alainen ja monikanavainen kokonaisuus, jossa paikallinen osallistaminen ja valtakunnallinen näkyvyys tukivat toisiaan. Markkinointi vahvisti Kuopion brändiä, lisäsi yhteisöllisyyttä ja toi kaupungin juhlavuoden näkyväksi koko Suomessa.

Juhlavuoden markkinointi rakennettiin tukemaan kaupungin pitkän aikavälin brändiä ja strategisia tavoitteita. Juhlavuosi toimi mahdollisuutena kertoa Kuopion tarinaa historiasta nykypäivään ja tulevaisuuteen – kaupunkina, jossa yhdistyvät elämänlaatu, kulttuuri, tapahtumat ja aktiivinen yhteisöllisyys.

Juhlavuoden markkinointi toteutettiin monikanavaisena ja vaihteittain etenevänä kokonaisuutena. Paikallinen ja valtakunnallinen markkinointi täydensivät toisiaan, ja niitä yhdisti yhtenäinen viesti sekä tunnistettava Kuopio250-ilme.

Markkinointia tehtiin tiiviissä yhteistyössä kaupungin eri toimialojen, tapahtumajärjestäjien, kulttuuritoimijoiden ja sidosryhmien kanssa. Juhlavuosi toimi sateenvarjona, jonka alla erilaiset tapahtumat, sisällöt ja kampanjat muodostivat yhteisen kokonaisuuden.

6.1 Markkinoinnin tavoitteet

- Kuopio250-juhlavuoden tunnettuuden kasvattaminen
- Kaupunkikuvan ja brändin vahvistaminen
- Kaupunkilaisten osallistaminen ja ylpeyden vahvistaminen
- Kuopion näkyvyyden lisääminen valtakunnallisesti
- Matkailun, tapahtumien ja vierailujen edistäminen

6.2 Yhteinen viesti ja visuaalinen ilme

Juhlavuoden markkinointi rakensi tunnistettavaa ja yhtenäistä kokonaisuutta, jossa paikallinen ja valtakunnallinen viestintä tukivat toisiaan. Kuopio250-juhlavuoden markkinoinnin keskeinen vahvuus oli yhtenäinen ja tunnistettava ilme sekä selkeä pääviesti. Sama visuaalinen identiteetti ja juhlavuoden tunnus yhdistivät eri kanavissa, tapahtumissa ja sisällöissä toteutettua markkinointia. Juhlavuoden teemat näkyivät sekä tapahtumissa että viestinnässä.

Viestintää muokattiin kohderyhmittäin, mutta juhluvuoden perusviesti säilyi yhtenäisenä. Tämä vahvisti juhluvuoden tunnistettavuutta ja loi pitkäkestoista näkyvyyttä sekä paikallisesti että valtakunnallisesti.



Juhluvuodelle luotiin seuraavat tunnukset/ logot kuvaamaan yhteistä teemaa:



Juhluvuoden virallinen tunnus

Ohjelmatus, jolla todennettiin viestinnässä tapahtuman olevan virallisesti hyväksytty juhluvuoden ohjelmaan

Tuotetunnus, jonka sai käyttöönsä juhluvuoden tuotteiksi hyväksytyt tuotteet

Nuorten oma juhluvuositunnus Tunnusta käytettiin kohdennetussa viestinnässä nuorille sekä Nuorten Eventti -tapahtumien tunnuksena

Kaikki juhluvuoden visuaaliset materiaalit, kuten tunnukset, ohjeistukset ja ladattavat tiedostot, olivat saatavilla Brändiportaalissa, joka toimi keskitettynä jakelukanavana organisaation henkilöstölle ja sidosryhmille.

Brändiportaali: kuopionkaupunki.brandiportaali.fi

6.3 Paikallinen markkinointi -kaupunkilaiset ja lähialueet

Paikallinen markkinointi keskittyi kaupunkilaisten osallistamiseen ja juhluvuoden näkyvyyteen arjessa, vahvistaen yhteistä juhlan kokemusta. Paikallisen markkinoinnin keskiössä olivat kuopiolaiset ja lähialueiden asukkaat. Tavoitteena oli tehdä juhluvuodesta helposti lähestyttävä ja näkyvä osa kaupunkilaisten arkea sekä kannustaa osallistumaan juhluvuoden tapahtumiin ja sisältöihin.

Raportti

12.1.2026

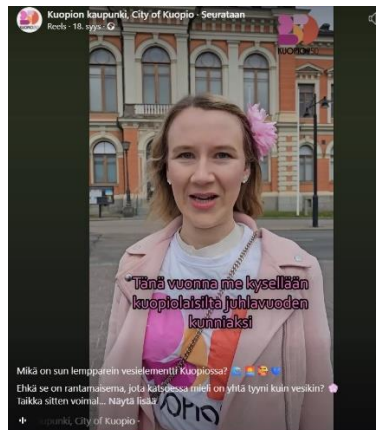
Asianro <asianro>

Paikallista markkinointia toteutettiin erityisesti:

- kaupungin omissa viestintäkanavissa (verkkosivut, sosiaalinen media, uutiskirjeet)
- paikallisessa mediassa
- kaupunkitilassa ja tapahtumaympäristöissä
- yhteistyössä koulujen, kulttuurilaitosten, yhdistysten ja tapahtumajärjestäjien kanssa

Juhlavuoden teemat ja visuaalinen ilme näkyivät laajasti eri puolilla kaupunkia.

Markkinointi tuki tapahtumien saavutettavuutta ja madalsi kynnystä osallistua. Samalla se vahvisti yhteisöllisyyden tunnetta ja loi kokemusta yhteisestä juhlavasta vuodesta.



Kanavat ja keinot

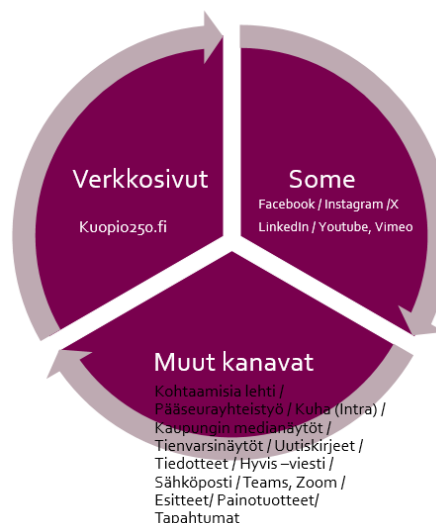
- Kaupungin omat kanavat (verkkosivut, sosiaalinen media, uutiskirjeet)
- Paikallinen media (lehdet, radio, tapahtumakalenterit)
- Ulkomainonta ja kaupunkitila (julisteet, banderollit, diginäytöt, tienvarsinäytöt)
- Yhteistyö tapahtumajärjestäjien, seurojen ja yhdistysten kanssa
- Koulujen, kulttuurilaitosten ja kirjastojen kautta tapahtunut viestintä



3.2.2025 | 24

Kanavat (Missä)

- Kanava valitaan kohderyhmätietoisesti.
- Kanavat täydentävät toisiaan.



6.4 Valtakunnallinen markkinointi – Kuopio esiin koko Suomessa

Valtakunnallisessa markkinoinnissa Kuopio250 toimi sateenvarjona, jonka alla nostettiin esiin Kuopion omaleimaisuutta, historiaa ja nykyaikaista kaupunkikuvaa. Valtakunnallisen markkinoinnin tavoitteena oli nostaa Kuopio esiin merkittävänä kulttuuri-, tapahtuma- ja elämyskaupunkina sekä vahvistaa kaupungin vetovoimaa matkailun, asumisen ja elinvoiman näkökulmasta.

Valtakunnallinen näkyvyys rakentui:

- medianäkyvyyden ja viestinnällisen yhteistyön kautta
- digitaalisissa kanavissa ja sosiaalisessa mediassa
- sisällöllisen markkinoinnin ja tarinankerronnan avulla
- kumppani- ja sidosryhmäyhteistyössä
- tapahtumanäkyvyyden avulla, esim. Suunnistuksen maailmanmestaruuskilpailujen tv-lähetykset, KuopioRock

Juhlavuosi tarjosi ajankohtaisen ja kiinnostavan kehyksen, jonka avulla Kuopion historiaa, nykypäivää ja tulevaisuuden näkymiä voitiin tuoda esiin valtakunnallisessa keskustelussa. Markkinoinnissa korostuivat Kuopion omaleimaisuus, elämänlaatu ja aktiivinen kaupunkikulttuuri.

6.5 Kanavat ja keinot

- Valtakunnallinen media- ja PR-näkyvyys
- Digitaalinen mainonta ja sosiaalinen media
- Sisällöllinen markkinointi (tarinat, videot, juhlavuoden teemat)
- Yhteistyöt matkailu-, kulttuuri- ja tapahtumatoimijoiden kanssa
- Vaikuttaja- ja kumppaniyhteistyöt



6.6 Vuoden 2024 kampanja- Voep olla



Voep olla -fraasi

Voep olla voi tuntua äkkiseltään epävarmalta ja välttelevältä kiertelyltä. Mutta kun sen esittää tyylikkäästi ja itsevarmasti, siitä löytääkin sen sijaan loputtomat mahdollisuudet ja taidon sietää epävarmuutta. Nykypäivän suorittamisen kulttuuri voisi ottaa oppia Voep olla -elämänasenteesta – se on resilienssiä parhaimmillaan.

Voep olla -fraasi on täynnä mahdollisuuksia se ei sulje ulkopuolelle mitään eikä ketään, vaan näkee ympärillään loputtomasti potentiaalia. Se suvaitsee kaikki vaihtoehdot ja yhdistettynä vakuuttavaan silmäniskuun, se yhtäkkiä kertooikin samalla kaiken. Se on kuin hyvän tarinan alku, jonka lopun haluaa itse selvittää.

Voep olla kertoo myös olemisen vapaudesta, kun voi vain olla. Saa olla oma itsensä, saa pysähtyä paikoilleen tai olla juuri niin tekevä ja menevä kuin huvittaa. Ja sehän on jo valmiiksi oivallettu Kuopion brändin elo, ilo, olo –kolmijaossa.

Sanapari on paikallisesti juureva, mutta se näkyy myös nykypäivän löydösten rivien välissä. Sen lisäksi Voep olla on synttär juhliin sopivan velmuileva, mutta yhtä aikaa perinteinen ja kaikkialla tunnettu. Se on kestänyt aikaa, ja tulee kestäämään myös tulevaisuudessa. Ja kun onnistumme viestimään sen mahdollisimman usein ja vaikuttavasti, on meillä käsissämme hokema, joka alkaa elämään ihmisten puheessa.

Voep olla ei myöskään tunnu päälle liimatulta, koska se viisaus on kypsynyt Kuopiossa ja kuopiolaisten ihmisten puheessa jo 250 vuotta. Nyt on aika juhlistaa Kuopiota, niin että se tuntuu Kuopiolta. Voep olla -lausahdus sopii niin ihmisten, yritysten, erilaisten toimijoiden kuin tukijoidenkin suuhun kuin itsestään, koska sieltähän se on tullutkin.

6.7 Vuoden 2025 kampanjat

Vuoden 2025 kampanja kevät

Kevään kampanjat toteutettiin mediapinnoilla:

- Sanoma Media / Videomainonta Outstream 1 vko (10 500€)
- Mediateko / Asemamainonta 1 vko (23 800€)
- Somemarkkinointi
- Omat medianäytöt, JCD-taulut, nettisivut, somekanavat (0€)

Budjetti yhteensä 34 300 € + some ja tuotannot

Vuoden 2025 kampanja syksy



Syksyn kampanja toteutettiin mediapinnoilla:

Sanoma

- Mainosverkosto haltuun 24 h (12 000 €)
- HS etusivu 17.11.2025 (35 999,98 €)

Bauer Media (ent. Clear Channel) (9 290 €)

- Yhteistyösopimuksen mukainen näkyvyys (Hki & Tampere rautatieasemat, Jyväskylä, Lahti ja Oulu)
- Lisäksi Helsinki Signature Takeover (Black Friday tarjous / 3 näyttöä: The Fame, Sokos 360 ja The Rex)

Mediateko

- Yhteistyösopimuksen mukainen lisänäkyvyys: mainospintoja Kuopio, Helsinki, Tampere, Jyväskylä, Lahti ja Oulu alueilla

Savon Sanomat

- Etusivu (8 539,41 €)

Sosiaalisen median kanavat (orgaaninen)

Yhteensä 67 329,39€

6.8 Markkinoinnin tulokset ja vaikuttavuus

Kuopio250-juhlavuoden markkinointi oli laaja-alainen, suunnitelmallinen ja monikanavainen kokonaisuus. Paikallinen ja valtakunnallinen markkinointi tukivat toisiaan ja rakensivat Kuopiolle vahvaa ja myönteistä näkyvyyttä.

Juhlavuoden markkinointi tavoitti laajasti eri kohderyhmiä ja tuki tapahtumien näkyvyyttä ja osallistumista. Markkinointi lisäsi juhlavuoden tunnettuutta, vahvisti Kuopion kaupunkikuvaa ja toi esiin kaupungin monipuolista tarjontaa.

Erityisenä onnistumisena voidaan pitää sitä, että juhlavuosi koettiin yhteiseksi – kaupunkilaiset, toimijat ja yhteistyökumppanit osallistuivat aktiivisesti juhlavuoden sisällön rakentamiseen ja näkyvyyden lisäämiseen. Juhlavuosi tarjosi kestävän pohjan kaupungin brändin ja viestinnän kehittämiseksi myös juhlavuoden jälkeen.

Juhlavuoden valtakunnallista näkyvyyttä vahvistivat lukuisat tapahtumat, joissa juhlavuoden tunnus ja brändi tuli näytävästi esille esim. tv-lähetysten kautta. Esimerkiksi Suunnistuksen MM -kilpailut Nilsissä sai runsaasti ruutuaikaa

Markkinoinnin tuloksia vahvistavat:

- Näkyvyyden laajuus ja medianäkyvyys
- Sosiaalisen median tavoitavuus ja sitoutuminen
- Kaupunkilaisten palaute ja osallistuminen
- Kuopion näkyminen keskusteluissa ja mediassa

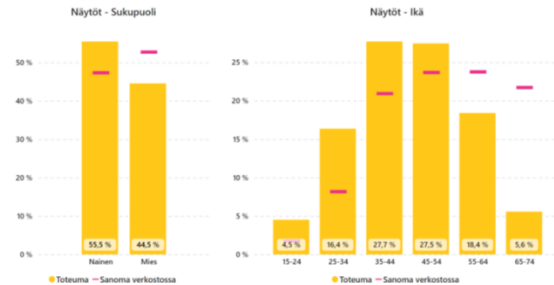
Vuoden 2025 kevään mediakampanjan tuloksia:

KAMPANJAN TULOKSET						Aikaväli	
Budjetti, Varattu (€)						5.5.2025 - 11.5.2025	
10 500,00							
Toteuma							
Näytöt	Klikit	CTR (%)	Budjetti (€)	CPM Hinta (€)	Näkyvyys (%)	Näkyvyys keskimäärin Sanoma verkostossa (%)	
650 052	1 999	0.31	10 499.92	16,15	32,1	38,2	
Päiväkohtainen keskiarvo							
Näytöt	Klikit	CTR (%)	Budjetti (€)	CPM Hinta (€)	Näkyvyys (%)		
81 257	250	0.31	1 312.49	16,15	32,1		

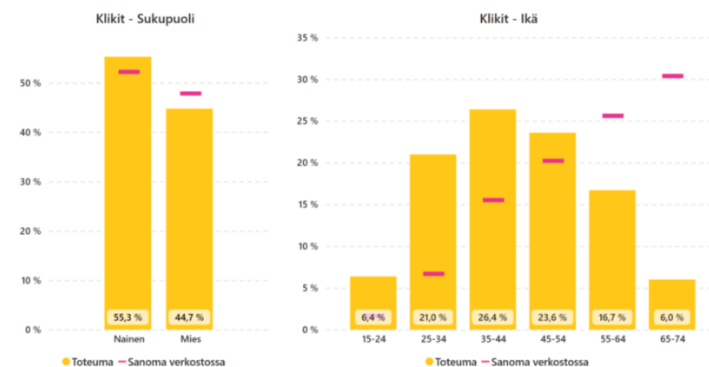


Demografijakauma (Näytöt)

27.1.2026 | 6



Demografijakauma (Klikit)



Vuoden 2025 syksyn mediakampanjan tuloksia:

HS etusivu

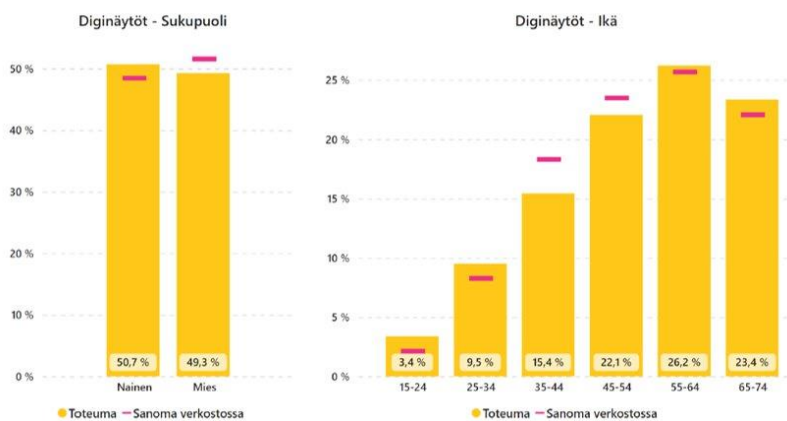
- Kampanja tavoitti yhden päivän aikana laajan näkyvyyden sekä printissä että digissä
- **lähes miljoona kontaktia**, joista printin kontakteja 590 000 ja diginäyttöjä 360 106.
- Diginäyttöjen klikkausprosentti (CTR) oli 0,81 % ja näkyvyys 68,2 %
- Suurin osa näytöistä ja klikeistä tuli mobiililaitteista, jossa myös CTR oli korkeampi. Desktopilla näkyvyys oli parempi, mutta klikkausprosentti jäi mobiilia matalammaksi.
- Näytöistä suurin osa (71,7 %) on kohdistunut 45-74-vuotiaiden välille melko tasaisesti.
- Klikkien jakautumisessa miesten osuus nousee naisia suuremmaksi. Ikäryhmistä kiinnostus on ollut suurinta (37,2 %) 65-74-vuotiaiden ryhmässä ja vähentynyt tasaisesti mitä nuoremmasta ikäryhmästä on kyse.

Raportti
12.1.2026
Asianro <asianro>

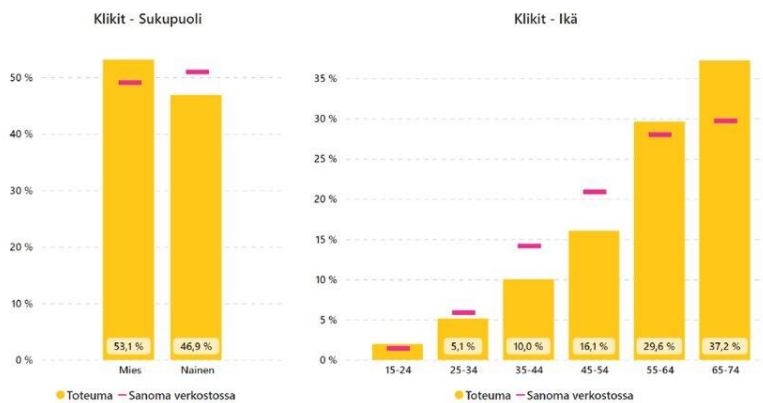
KAMPAJAN TULOKSET

							Aikaväli
							17.11.2025 - 17.11.2025
Kontaktit yhteensä	Printin kontaktit	Diginäytöt	Klikit	CTR (%)	Näkyvyys (%)	CTR keskimäärin Sanoma verkostossa (%)	
950 106	590 000	360 106	2 931	0,81	68,2	0,88	
Tuote							
			Julkaisupäivä	Kontaktit yhteensä	Printin kontaktit	Diginäytöt	Klikit
Helsingin Sanomat_Määräpaikat_Etusivu			17.11.2025	950 106	590 000	360 106	2 931
							0,81
							68,19

Digiosuuden demografiajakauma (Diginäytöt)



Digiosuuden demografiajakauma (Klikit)



Sanoma -mainosverkosto haltuun 24h

- Klikkausprosentti (CTR) oli 0,31 %, mikä on tyypillinen taso display-kampanjalle
- Keskimääräinen CPM-hinta oli 5,79 €, mikä on kustannustehokas taso
- Näkyvyys 80,2 % oli lähes Sanoman verkoston keskiarvon tasolla (82,4 %)
- Verkkosivustoittain näyttöjä eniten is.fi ja hs.fi
- Suurin osa näytöistä painotettu synttärpäivälle 17.11. (n. 2 milj.). Loppuviikon painotus pienempi (n. 72 000).

Raportti

12.1.2026

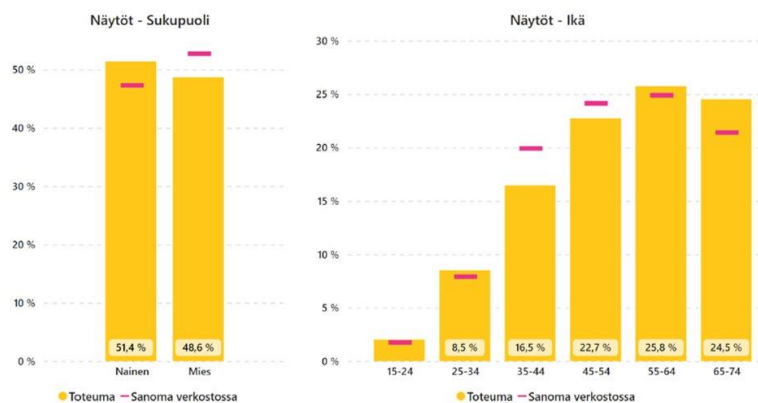
Asianro <asianro>

- Suurin osa näytöistä ja klikeistä tuli mobiililaitteista ja sovelluksista, mikä on tyypillistä nykyiselle mediankäytölle. Desktopilla CTR jäi selvästi matalammaksi.
- Näytöistä suurin osa (73 %) on kohdistunut 45-74-vuotiaiden välille melko tasaisesti.
- Klikkien jakautumisessa naisten osuus nousee miehiä suuremmaksi. Ikäryhmistä kiinnostus on ollut suurinta (35,4 %) 65-74-vuotiaiden ryhmässä ja vähentynyt tasaisesti mitä nuoremmasta ikäryhmästä on kyse.

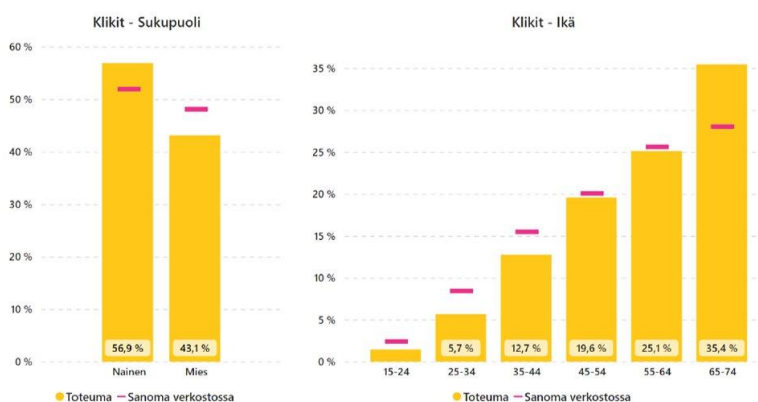
KAMPAJAN TULOKSET

				Budjetti, Varattu (€)	Aikaväli	
				12 000,00	17.11.2025	- 23.11.2025
Toteuma						
Näytöt	Klikit	CTR (%)	Budjetti (€)	CPM Hinta (€)	Näkyvyys (%)	Näkyvyys keskimäärin Sanoma-verkostossa (%)
2 073 343	6 510	0,31	12 005,59	5,79	80,2	82,4
Päiväkohtainen keskiarvo						
Näytöt	Klikit	CTR (%)	Budjetti (€)	CPM Hinta (€)	Näkyvyys (%)	
345 557	1 085	0,31	2 000,93	5,79	80,2	

Demografijakauma (Näytöt)



Demografijakauma (Klikit)



Savon Sanomien etusivu

- Kokonaistavoittavuus 316 300

Ostettu media tavoittavuus

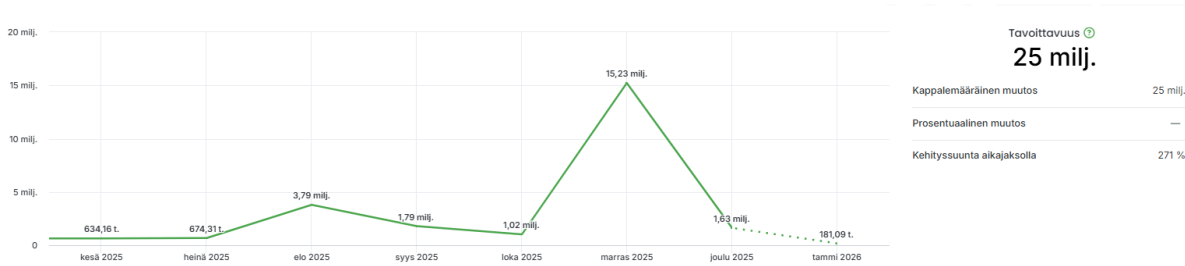
- Sanoma Media 950 100
 - Bauer Media 4 400 000
 - Mediateko 4 214 600
 - Savon Sanomat 316 300
-
- Yhteensä **9 881 000**

6.9 Mediaosumat

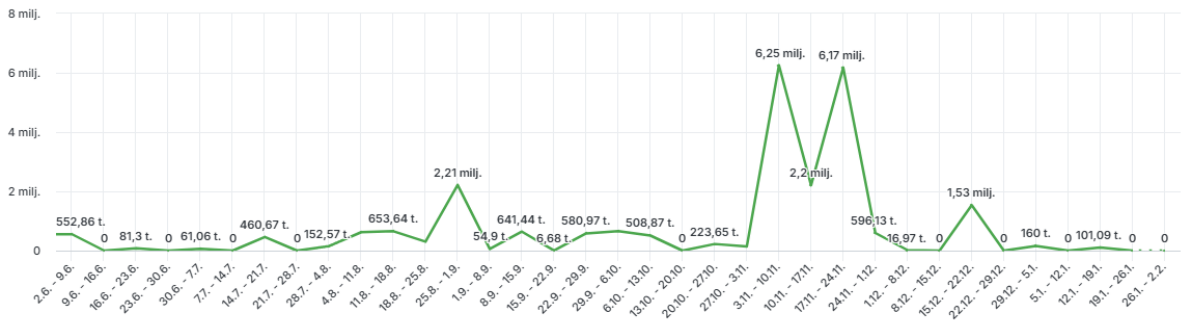
Mediaseurantaa päästiin tekemään vasta kesäkuussa 2025, kun yksikkö sai käyttöönsä siihen tarvittavan ohjelman. Analysoitujen mediakatsausten perusteella keskeisimmät keskustelunaiheet liittyvät Kuopion kaupungin 250-vuotisjuhlavuoteen ja sen huipentaneisiin tapahtumiin. Erityisesti Välke-valotapahtuma ja siihen liittyvä valotaide sekä Kuopion joulukauden avajaiset ja jalkapalloseura KuPS:n mestaruusjuhlat saivat paljon huomiota.

- **Hakusanat:** Kuopio250, juhlavuosi...kuopio...250, Välke-valotapahtuma, Made in Kuopio – konsertti

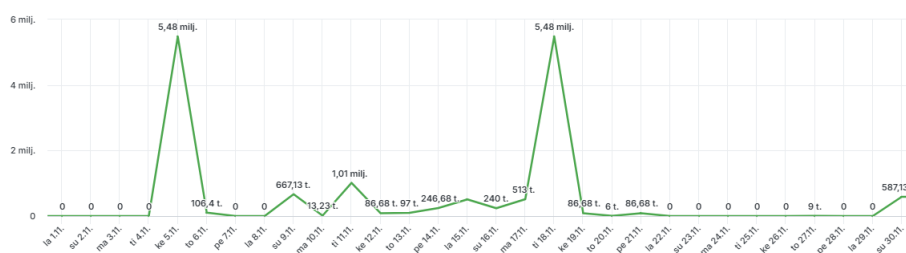
Uutisointien tavoitettavuus kuukausittain



Uutisointien tavoitettavuus viikoittain



Päivittäin marraskuussa



Tavoittavuus	15 milj.
Kappalemääräinen muutos	14 milj. ↗
Prosentuaalinen muutos	> 999 % ↑
Kehityssuunta aikajaksolla	-73 % ↘

6.10 Muut markkinointitempaukset ja näkyvyys

Kuopion 250-vuotisjuhlavuosi näkyi laajasti kaupungin markkinoinnissa vuosina 2024–2025. Kaupunki rakensi monipuolisen kokonaisuuden, johon sisältyi elämyksellisiä kampanjoita, sisältöjä ja osallistavia tempauksia. Juhlavuoden tavoitteena oli korostaa yhteisöllisyyttä, tehdä Kuopiota tunnetuksi valtakunnallisesti sekä vahvistaa paikallista ylpeyttä.

Yksi näkyvimmistä sisällöistä oli konsepti **”Miltä näyttävät kuopiolaiset kekkerit?”**, joka esiteltiin kaupungin julkaisuissa ja juhlavuoden viestinnän teemoissa. Sisältö korosti kuopiolaista yhteisöllisyyttä, iloista juhlakulttuuria ja kaupunkilaisten aktiivista roolia juhlavuoden rakentamisessa. Teeman avulla tuotiin esiin juhlavuoden osallistavia tapahtumia, tempauksia ja katunäkymiä, joiden tarkoitus oli tuoda juhla näkyväksi kaikkialla – keskusta-alueelta maaseutukyliin.

Teema toimi sekä markkinointiviestinnän rungon että ohjelmasisällön inspiraationa, ja sitä hyödynnettiin erityisesti julkaisuissa, jotka nostivat esiin kuopiolaisten oman äänen ja näkemyksen juhlavuoden merkityksestä.

Valokuvakampanja, huhtikuu-marraskuu 2025



Juhlavuoden kunniaksi kerättiin valokuvia kuopiolaisten tai Kuopiossa merkkipäiväänsä juhlneiden synttärijuhlista. Kerätyistä valokuvista toteutettiin marraskuussa ainutlaatuinen digitaalinen valokuvanäyttely Instagramiin, mikä vie yleisön kiehtovalle aikamatkalle savolaisten syntymäpäiväjuhlien tunnelmiin. Näyttelyn kuvat jäävät osaksi

juhlivan Kuopion historiaa. Valokuvakampanja toteutettiin kaupunkilaisia osallistavasti, kaikilla oli mahdollisuus osallistua ja jakaa omaa synttärifilistään kaupungin juhluvuoden juhlinnan rinnalla.

[Kuopiolaisten synttärivalokuvia kerätään juhluvuoden näyttelyyn - Kuopio](#)

Kalakukkojen lähetys mediataloille

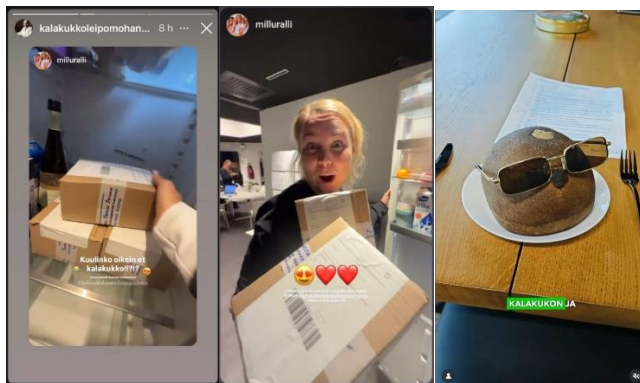
Lähetetty radioasemille 17.11.2025:

Radio Suomipop

Aamulypsyn lähetyksessä nostettu esiin klo 8.15, kesto 6min 30 sek.

Päivätavoittavuus n. 245 000 kontaktia (*Finnpanel 7-9/2025*)

Radio Rock, Loop, HitMix, YleX, Radio Nova, NRJ, PopFM ja Radio Savon Aallot



Muiden kaupunkien onnittelut (vko 47, 2025)

Juhlavuoden näkyvyyttä lisäsivät myös muiden suomalaisten kaupunkien onnittelut Kuopiolle. Näistä esimerkkinä erityisen laajaa huomiota saanut Jyväskylän kaupungin onnittelukampanja, jossa 188-vuotias Jyväskylä onnitteli 250-vuotiasta Kuopiota humoristisella ja lämminhenkisellä viestillä.

Kampanjassa korostettiin kaupunkien yhteisiä piirteitä – järvimaisemia, kulttuuriperintöä, Minna Canthia ja ikonisia maamerkkejä – sekä leikiteltiin jatkojuhlien järjestämisellä Jyväskylässä. Tämä onnitteluisältö tavoitti laajasti yleisöä sosiaalisessa mediassa ja vahvisti juhlavuoden valtakunnallista näkyvyyttä.

Kampanjan osana Kuopiota lähtivät onnittelemaan seuraavat kaupungit:

Hämeenlinna
Jyväskylä
Mikkeli
Pieksämäki
Suonenjoki
Tampere
Turku



6.11 Kuopio250 juhluvuoden tuotteet KuopioMarketissa

Kuopio250-juhluvuoden aikana KuopioMarketin valikoima tarjosi monipuolisia tuotteita, jotka ilmensivät juhluvuoden ilmettä ja vahvistivat kaupunkibrändiä.

Myynnissä ja jaossa oli sekä käytännöllisiä että edustavia tuotteita, kuten

- Kuopio250-juhlapinssi, rintamerkki, puuvillakassi, kaulanauha, juomapullo ja t-paita. Lisäksi valikoimaan kuului toimistotarvikkeita, kuten kynä ja muistivihko, sekä lahjatuotteita, esimerkiksi Petrifun-asusteet (kravatit, taskuliinat ja huivit), joihin oli ommeltu Kuopio250-merkkkaus.

Kuopion kaupungin henkilöstöllä oli mahdollisuus tilata edullisesti näitä omiin tarpeisiinsa KuopioMarketin kautta. Tuotteita jaettiin kaupungin omien sekä toimijoiden tapahtumien ja muun toiminnan kautta kaupunkilaisille sekä muille juhluvuoteen osallistuneille. Tuotteita oli valikoidusti myynnissä myös mm. Valtuustotalon asiakaspalvelussa sekä Kulttuurikulmassa Apajan kauppakeskuksessa.

KuopioMarketin verkkokauppa mahdollisti tuotteiden tilaamisen myös kuluttajille. Yritykset ja yksityiset toimijat hyödynsivät tuotteita tapahtumissa, lahjoina ja markkinointimateriaaleina.

6.12 Kuopio250-juhluvuoden näkyvyystuotteet ja materiaalit

Juhluvuoden tapahtumissa haluttiin panostaa visuaaliseen ilmeeseen ja näkyvyyteen. Kuopio250-projektin henkilöstö koordinoi erilaisten näkyvyystuotteiden käyttöä, jotta juhluvuoden tunnus näkyi yhtenäisesti kaikissa tilaisuuksissa. Keskeisiä tuotteita olivat Kuopio250-rollupit, beachflagit, kuvausseinä sekä banderollit, joita hyödynnettiin runsaasti niin sisä- kuin ulkotapahtumissa.

Näkyvyystuotteiden avulla luotiin juhluvuoden tapahtumiin tunnistettavan ja näyttävän ilme, jolla vahvistettiin Kuopion 250-vuotisjuhlan brändiä ja viestintää. Niiden avulla varmistettiin, että juhluvuosi erottui ja jäi mieleen osallistujille sekä kaupunkilaisille.

Lisäksi kaupunkiorganisaatiolla oli käytössä Kuopio250-teemaiset Teams-taustakuvat, jotka toivat juhluvuoden näkyväksi myös virtuaalisissa kokouksissa. Samoin laadittiin PowerPoint-pohja, jota hyödynnettiin esityksissä organisaation sisäisissä ja ulkoisissa tilaisuuksissa.

6.13 Kuopio250-tuotehaku

Juhluvuoden markkinointiin sisältyi myös runsaasti yritysysteistyötä. Yritykset saattoivat tuottaa omia juhluvuosituotteita ja palveluita sekä hyödyntää juhluvuoden tunnusta sovitulla tavalla esimerkiksi pakkauksissa ja mainonnassa. Tämä laajensi kampanjointia myös kaupungin ulkopuolelle ja lisäsi Kuopio250-brändin näkyvyyttä arjen palveluissa ja tuotteissa.

Kuopio250-tuotehaun tavoitteena oli kannustaa paikallisia yrityksiä, yhteisöjä ja yksittäisiä luovan alan toimijoita kehittämään omia tuotteita juhlavuoden tarpeisiin. Hakemuksen pohjalta tuotteet arvioitiin ja valitut tuotteet saivat käyttöönsä juhlavuoden tuoteleimamerkin. Erityinen leimamerkki tarjosi toimijoille näkyvyyttä ja vahvisti juhlavuoden ilmettä eri tapahtumissa ja myyntikanavissa.

Tuotehaun avulla syntyi valikoima juhlavuoden tuotteita, kuten erikoisleivonnaisia, juhlaolut ja koru. Näiden avulla kaupunkilaiset ja vierailijat pääsivät juhlistamaan Kuopion 250-vuotista historiaa konkreettisella tavalla.



6.14 Sisäinen viestintä

Kuopion kaupungin sisäisen viestinnän kanavassa KUHAssa julkaistiin juhlavuoden ajankohtaisia uutisia valmisteluvaiheessa sekä säännöllisesti koko juhlavuoden ajan. Kuhaan luotiin myös erityinen juhlavuoden sivu, josta löytyi ohjeita ja tietoa juhlavuoteen liittyen. Kuhan Kuopio250-sivuilla henkilöstölle jaettiin kattavasti tietoa juhlavuodesta. Sivulta löytyi tietoa mm.

- ohjeet tapahtumatietojen ilmoittamiseen Plandiscin tai Excelin kautta
- ohjeet kävijämäärien raportointiin
- viestintäohjeita
- ohjeet tapahtuman lisäämisestä tapahtumakalenteriin
- ohjeita juhlavuoden tunnusten ja ilmeen käytöstä
- some-hashtagit
- tietoa markkinointimateriaalien varauksesta
- omatoimimateriaali ideointiin
- Teams-taustakuvat,
- sähköpostin allekirjoitusohjeet
- tietoa henkilökunnan kahvihetkistä

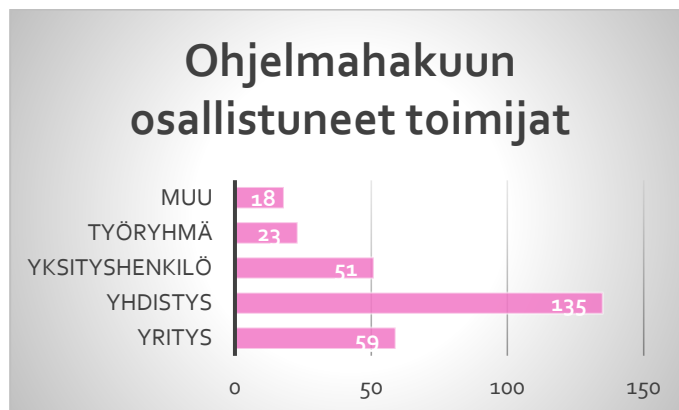
- paljon linkkejä lisääineistoihin. Sivulta löytyivät myös linkit juhlavuoden verkkosivuille, Brändiportaaliin ja KuopioMarkettiin.

7 Ohjelmahaku

Kuopio250-juhlavuoden ohjelmahaku toteutettiin ajalla tammikuu 2024 – lokakuu 2025. Ohjelmahaun tavoitteena oli koota juhlavuoden kokonaisuuteen monipuolista, laadukasta ja kaupunkilaisille avointa ohjelmasisältöä, joka tukee Kuopio250-juhlavuoden teemoja ja tavoitteita.

Haku oli suunnattu yhdistyksille, yhteisöille, yrityksille ja myös yksityisille toimijoille. Ohjelmahakuun saapui yhteensä **300 ohjelmaehdotusta**. Hakemukset edustivat monipuolisesti eri toimijatahoja ja ohjelmasisältöjä. Mukana oli sekä vakiintuneita toimijoita että uusia ohjelman tuottajia.

Ohjelmahaku oli kaikille avoin ja mahdollisti erilaisista lähtökohdista olevien toimijoiden osallistumisen.



Ohjelmaehdotuksia tuli kulttuuri-, liikunta-, kaupunkitapahtumista-, yhteisöllisistä ja osallistavista sisällöistä, mikä osoitti laajaa kiinnostusta osallistua juhlavuoden toteuttamiseen eri näkökulmista. Merkittävä osa hakemuksista kytkeytyi selkeästi Kuopio250-juhlavuoden teemoihin. Useat ohjelmaehdotukset toivat juhlavuoden teemoja esiin luovalla ja osallistavalla tavalla.

Hakemuksissa korostuivat erityisesti:

- Kuopion historian, nykyisyyden ja tulevaisuuden esiin tuominen
- yhteisöllisyys ja kaupunkilaisten osallisuus
- tapahtumien saavutettavuus ja avoimuus eri kohderyhmille
- Kuopion näkyvyyden ja vetovoiman vahvistaminen

Hakemukset arvioitiin ennalta määriteltyjen arviointikriteerien perusteella. Arvioinnissa tarkasteltiin erityisesti:

- ohjelmasisällön laatua ja juhluvuoden teemoihin soveltuvuutta
- toteuttamiskelpoisuutta ja resursointia
- kohderyhmien tavoittamista ja osallistavuutta
- kustannusten ja budjetoinnin realismia

Arvioinnista vastasi juhluvuoden projektipäällikön esityksestä tapahtumatiimi.

Kuopio250-ohjelmahaku tuki merkittävästi juhluvuoden tavoitteita ja tarjosi monipuolisen pohjan juhluvuoden ohjelmakokonaisuudelle. Ohjelmahaun pohjalta juhluvuoden ohjelmasta muodostui sisällöltään rikas ja eri kohderyhmät huomioiva kokonaisuus. Ohjelmahaku osoittaa herätti laajaa kiinnostusta ja sitoutumista eri toimijatahojen keskuudessa.

7.1 Ohjelmahaun prosessi

Ohjelmahaku luotiin juhluvuoden tarpeisiin eli luotiin uudenlainen toimintatapa, jossa ohjelmaehdotukset arvioidaan ennen ohjelmaan hyväksymistä ja rahoituksen hakemista. Ohjelmahaku mahdollisti ohjelmiston kuratoinnin etukäteen ja myös sen, että pystyttiin etukäteen hahmottamaan tapahtumien sijoittumista juhluvuodelle. Ohjelmahaku mahdollisti myös dialogia rahoittajan ja hakijan välillä ennen päätöksen tekemistä. Hakemusten pohjalta pystyttiin ohjaamaan tapahtuma mahdolliseen rahoitushakuun tai suosittelemaan rahoituksen hakemista muista rahoituslähteistä. Lisäksi hahmotettiin etukäteen, millaisia tapahtumia sisällöllisesti oli tulossa ja voitiin ohjata erilaiset toimijat toteuttamaan tapahtumakokonaisuuksia yhdessä.

Ohjelmahakua varten luotiin erityinen prosessikuvaus, joka helpotti toimijoita ymmärtämään miten ohjelmahaku ja rahoitushaku toimivat.



8 Tuotantojen ja tapahtumien rahoittaminen tuotantotuella

Kuopio250-juhlavuoden tuotantotuki oli keskeinen osa juhluvuoden toteutusta. Tuotantotuen tavoitteena oli mahdollistaa monipuolinen, yhteisöllinen ja kaupunkilaisten näköinen juhluvuoden ohjelmisto sekä aktivoida laajasti eri toimijoita osallistumaan juhluvuoden sisältöjen tuottamiseen. Tuotantotuki oli keskeinen väline, jolla juhluvuoden sisältöjä rakennettiin yhdessä kaupunkilaisten ja toimijoiden kanssa. Hakuprosessi suunniteltiin avoimeksi ja saavutettavaksi, jotta mahdollisimman monella toimijalla oli mahdollisuus osallistua juhluvuoden toteuttamiseen.

Tuotantotuki tarjosi yhdistyksille, kulttuuritoimijoille, taiteilijoille ja muille yhteisöille mahdollisuuden toteuttaa tapahtumia, projekteja ja sisältöjä, jotka liittyivät Kuopion 250-vuotiseen historiaan, nykypäivään ja tulevaisuuteen.

Tuotantotuki oli haettavissa avoimen haun kautta. Hakuprosessi suunniteltiin selkeäksi ja saavutettavaksi, ja siitä viestittiin kaupungin kanavissa, kuten verkkosivuilla ja sosiaalisessa mediassa. Hakijoille tarjottiin ohjeistusta ja neuvontaa hakemiseen liittyen.

Hakemuksia arvioitiin ennalta määriteltyjen kriteerien perusteella. Arvioinnissa huomioitiin muun muassa sisällön laatu, toteuttamiskelpoisuus, juhluvuoden teemojen huomioiminen sekä tapahtuman tai projektin yleisöllinen ja yhteisöllinen merkitys. Päätöksenteossa tarkasteltiin myös kokonaisuutta, jotta juhluvuoden ohjelmisto muodostui monipuoliseksi ja eri kohderyhmiä tavoittavaksi.

8.1 Tuotantotuen merkitys

Tuotantotuen avulla syntyi laaja ja monimuotoinen juhluvuoden ohjelmisto, joka levittäytyi eri puolille kaupunkia ja tavoitti erilaisia yleisöjä. Tuki mahdollisti sellaisten

tapahtumien ja sisältöjen toteutumisen, joita ei ilman juhluvuoden erityisrahoitusta olisi syntynyt.

Tuotantotuki vahvisti juhluvuoden yhteisöllistä luonnetta ja teki kaupunkilaisista ja paikallisista toimijoista aktiivisia juhluvuoden tekijöitä. Juhlavuosi rakentui yhteistyössä, ja kaupunki toimi mahdollistajana ja kokoajana.

Tuotantotuen merkitys:

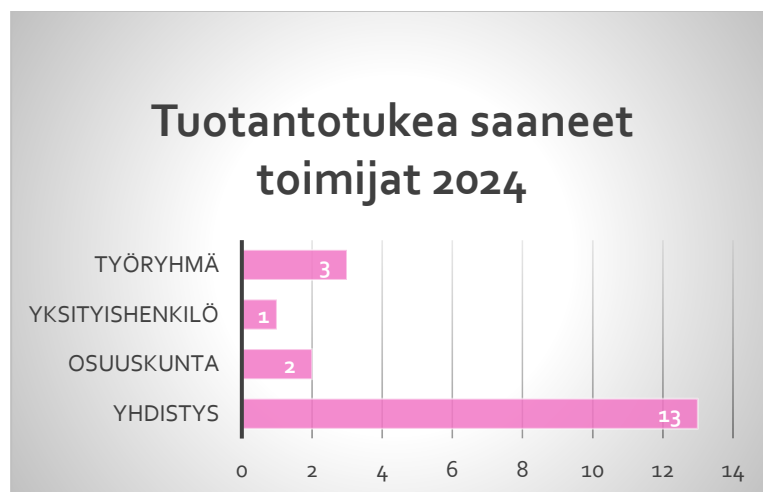
- Tuotantotuki mahdollisti tapahtumia ja sisältöjä, joita ei muuten olisi syntynyt
- Juhlavuoden ohjelma levittäytyi eri puolille kaupunkia
- Sisällöt tavoittivat erilaisia yleisöjä
- Kaupunkilaisten oma rooli juhluvuoden tekijöinä vahvistui
- Tuotantotuki toimi tehokkaana osallistamisen keinona
- Yhteistyömalli tarjoaa hyviä pohjia tuleviin hankkeisiin
- Kaupunkilaisten ja toimijoiden kiinnostus yhteiseen tekemiseen oli vahvaa

8.2 Tuotantotuki lukuina

Tuotantotukea jaettiin vuosille 2024 ja 2025. Seuraavassa avataan tuotantotukea erilaisista näkökulmista esimerkein ja lukuina.

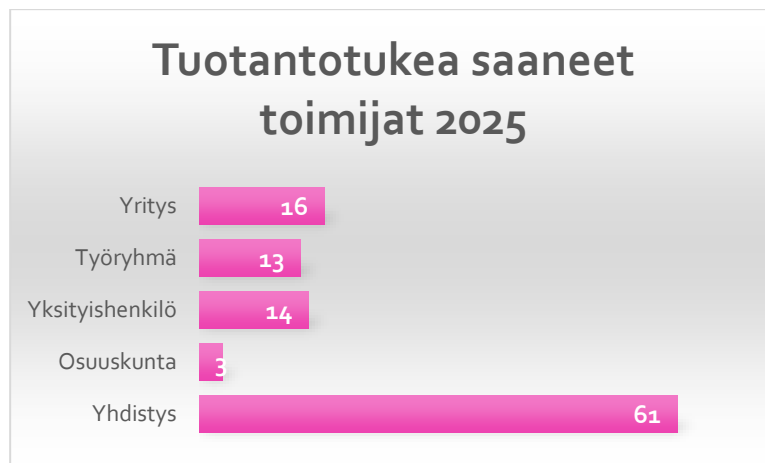
Vuonna 2024

Myönnettiin tuotantotukea **127 571€**
tehtiin **33 viranhaltijapäätöstä**
hakijoina **19 toimijaa**
tuotantotuella **työllistettiin arviolta 66 työntekijää**
työllistettiin arviolta 38 freelanceria



Vuonna 2025

Myönnettiin tuotantotukea **309 639€**
tehtiin **110 viranhaltijapäätöstä**
hakijoina **96 toimijaa**
tuotantotuella **työllistettiin arviolta 66 työntekijää**
työllistettiin arviolta 97 freelanceria



Yhteensä juhnavuoden aikana tuotantotukea myönnettiin **437 571€**
122 toimijalle

8.3 Tuotantotuella toteutuneet tapahtumat

Tuotantotuella toteutuneita tapahtumista yhdisti se, että ne olivat:

- **yhteisölähtöisiä** – syntyneet paikallisten toimijoiden aloitteista
- **osallistavia** – mahdollistivat kaupunkilaisten aktiivisen mukanaolon
- **avoimia kaikille** – suuri osa tapahtumista oli maksuttomia

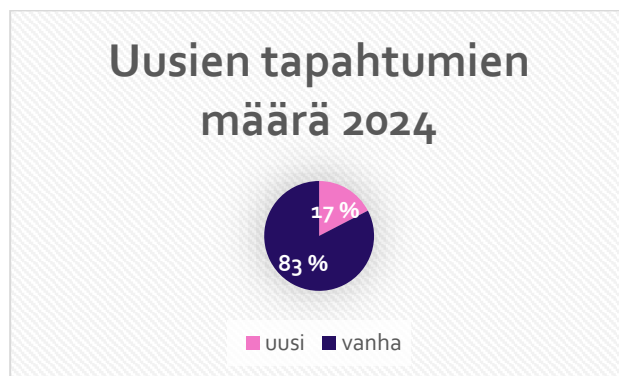
Useat tuotantotuella toteutuneet tapahtumat olivat:

- **uusia konsepteja**, joita ei aiemmin ollut Kuopiossa
- **kokeilevia**, tuoden esiin uusia toteutustapoja ja yhteistyömalleja
- **toimijoiden välisiä yhteisprojekteja**, jotka synnyttivät uutta yhteistyötä

Tukea käytettiin rohkeisiin ja luoviin avauksiin, jotka rikastivat juhnavuoden kokonaisuutta.

Vuonna 2024 tuotantotuella tuetuista tapahtumista

Tuotantotuella tuettiin **27 tapahtumaa**
tuettiin 1 aluetaloudellisesti vaikuttavaa tapahtumaa
26 kansalaislähtöistä tapahtumaa
tuotantotuella saatiin aikaan **19 uutta tapahtumaa**
joista uudelleen toteutuu 7 tapahtumaa
16 tapahtumassa oli erityistä juhlavuoden sisältöä
pääkohderyhmälle kohdentui **6 tapahtumaa**
maaseudulle kohdentui **5 tapahtumaa**
aiemmin tuotantotukea tai tapahtumatukea oli hakenut 2
6 toimijaa aikoo hakea uudelleen tukea



8.4 Toimijoiden kokemukset tuotantotuesta

Tuotantotuki koettiin helposti lähestyttäväksi. Hakuprosessi oli selkeä, ja tuki tavoitti monipuolisen joukon toimijoita – niin vakiintuneita kulttuuritoimijoita kuin uusia tekijöitä ja yhteisöjä. Kokemus osoitti, että avoin haku kannustaa myös pienempiä ja uusia toimijoita osallistumaan kaupungin yhteisiin hankkeisiin.

Tuotantotuki mahdollisti lukuisia tapahtumia ja projekteja, jotka rikastuttivat juhlavuoden ohjelmistoa ja toivat esiin kaupungin kulttuurista monimuotoisuutta. Toimijat arvostivat tuen joustavuutta ja sitä, että kaupunki toimi tapahtumien mahdollistajana luottaen tekijöiden omaan osaamiseen. Tuotantotuen avulla syntyi myös uusia yhteistyömalleja ja verkostoja, joilla voi olla vaikutuksia juhlavuoden jälkeenkin.

Hakemusten ja tuettujen tapahtumien kirjo oli laaja. Tämä toi juhlavuoteen sellaista omaperäistä ja juurevaa sisältöä, jota ei olisi syntynyt pelkästään kaupungin omissa tuotannoissa.

Tuki mahdollisti:

- uusien ideoiden kokeilua
- erilaisia tapahtumakonsepteja
- eri kaupunginosien omia tapahtumia

- monen ikäryhmän tavoittamista

Moni toimija kertoi hyötynensä siitä, että juhlavuosi tarjosi yhteisen alustan uusille kumppanuuksille. Tuotantotuki kannusti yhdistyksiä, kulttuuritoimijoita ja muita ryhmiä tekemään yhteistyötä tavalla, joka voi kantaa myös juhlavuoden jälkeen. Toimijat pitivät tärkeänä, että tukea pystyi käyttämään monenlaisiin toteutuksiin – sekä pieniin että laajempiin projekteihin. Joustavuus mahdollisti sen, että tapahtumat pystyttiin toteuttamaan toimijoiden omista lähtökohdista.

Tuotantotukea haettiin aktiivisesti, mikä osoitti:

- että tarve tällaiselle tuelle on olemassa
- kaupunkilaiset haluavat olla mukana toteuttamassa yhteisiä sisältöjä

Kuopio250-juhlavuoden tuotantotuki koettiin toimijoiden keskuudessa toimivaksi ja matalan kynnyksen osallistamiskeinoksi. Avoin hakumalli tavoitti laajan joukon yhdistyksiä, kulttuurialan toimijoita, taiteilijoita ja muita yhteisöjä. Suuri hakemusten määrä ja monipuolisuus osoittivat selkeän tarpeen tällaiselle tuelle ja vahvistivat kaupunkilaisten halua olla mukana juhlavuoden sisällöntuotannossa.

8.5 Juhlavuoden kokemusten pohjalta avustusmuotojen kehitystyö jatkuu

Kokemusten pohjalta tapahtumien avustamista voidaan kehittää edelleen. Toimijat toivoivat pidempää valmisteluaikaa hakemusten tekemiselle ja vieläkin selkeämpiä ohjeita hakemuksen sisältöön ja budjettiin. Arviointikriteerien tarkempaa avaamista ja palautteen lisäämistä pidettiin tärkeinä avoimuuden ja yhdenvertaisuuden näkökulmista.

Juhlavuoden päättyessä tapahtumien avustamiseen tulee muutoksia, sillä juhlavuoden tuotantotuki päättyy. Tuotantotukea pienille kansalaislähtöisille toimijoille on haettavissa Meidän Kuopio -tuesta ja suur tapahtumat voivat hakea tukea Tapahtumatuesta. Tapahtuma-avustusten jatkokehitys pienien kansalaislähtöisten tapahtumien osalta on Sivistyksen toimialueella yhteisöpalveluissa ja suur tapahtumien osalta Elinvoiman toimialalla yrityspalveluissa.

Osa toimijoista ja toiminnasta/ tapahtumista uhkaa jatkossa jäädä tuen ulkopuolelle, koska eivät täytä kriteereitä. Esimerkiksi freelancereiden taiteelliset tuotannot, näyttelyt, julkaisut, teatteritoiminta sekä vakiintuneet tapahtumat uhkaavat juhlavuoden jälkeen jäämään ilman mahdollisuutta tuen hakemiselle. Edellä kuvattuja tapahtumia ja toimintaa tuettiin juhlavuoden aikana.

Kaiken kaikkiaan tuotantotuki osoittautui toimivaksi ja vaikuttavaksi keinoksi vahvistaa osallistumista, yhteisöllisyyttä ja juhlavuoden sisällöllistä monipuolisuutta. Kokemukset tarjoavat hyvän pohjan kehittää tukea edelleen myös tulevia kaupunkihankkeita ja yhteisölähtöisiä tapahtumia varten.

Tuotantotuen kehittämisen toimenpiteitä (juhlavuoden kokemuksen pohjalta)

1. Pidempi valmistelu-aika hakemuksille

- Siirretään hakujulkaisua aikaisemmaksi ja varmistetaan vähintään 6–8 viikon hakuaika.
- Mahdollistetaan toimijoille parempi resursointi ja laadukkaampi suunnittelu.

2. Hakukriteerien ja päätöksentekoperusteiden (arvioinnin) selkeämpi avaaminen

- Laaditaan selkeä kuvaus arviointikriteereistä, esim. pisteytys.
- Varmistetaan, että kriteerit ovat tasapuoliset eivätkä eriarvoista toimijoita. Esimerkiksi freelancereiden ja työryhmien tukeminen tulisi mahdollistaa. Myös yksityishenkilöt voivat tuottaa ammattimaista sisältöä.
- Tarjotaan hakijoille esimerkkejä, jotta kriteerit konkretisoituvat ja selkeytyvät.
- Lisätään viranhaltijapäätösten yhteyteen lyhyt perusteluvalikko (esim. toteutettavuus, teeman sopivuus).

3. Hakuneuvonnan ja ohjauksen vahvistaminen

- Järjestetään useampi infotilaisuus hakuaikana sekä matalan kynnyksen sparrausklinikoita, joihin mahdollisuus ajanvarauksella.
- Tarjotaan mallipohjat budjetille, suunnitelmalle ja hankekuvaukselle.
- Yhdenmukaistetaan ohjeistus visuaaliseen muotoon, laaditaan selkeä visuaalinen prosessikuvaus ja varmistetaan, että se palvelee myös ensikertalaisia hakijoita.

4. Tukiluokkien tarkentaminen

- Arvioidaan kahden tukikategorian luomista:
 - **Pienet kokeilut ja yhteisötilaisuudet** (esim. 500–2 000 €)
 - **Laajemmat tapahtumakokonaisuudet** (esim. 3 000–10 000 €)
- Tämä mahdollistaisi tehokkaamman kohdentamisen ja selkeämmän vertailun eri hakemusten välillä.

5. Raportoinnin keventäminen ja yhdenmukaistaminen

- Luodaan yhtenäinen raportointilomake, jonka avulla saadaan tarvittava tieto.
- Määritellään selkeästi, milloin tarvitaan laajempi loppuraportti (esim. kun tuen määrä on suurempi).

- Varmistetaan, että raportointi tuottaa tietoa, joka on aidosti hyödynnettävissä jatkokehitykseen.
- Tapahtumien aluetaloudellisen vaikuttavuuden näkökulmasta lomakkeeseen pitäisi lisätä tapahtuman vaikuttavuuden arviointia, esim. työllistäminen ja vapaaehtoisten määrä.

8. Tuen vaikuttavuuden mittaamisen kehittäminen

- Luodaan yksinkertaiset mittarit, kuten:
 - arvioitu osallistujamäärä
 - toimijoiden yhteistyön määrä
 - alueellinen näkyvyys
 - tapahtumakonseptin uutuusarvo
 - tapahtuman työllistäminen
 - vapaaehtoisten määrä
- Näiden mittareiden avulla varmistetaan, että tuki tuottaa kaupunkitasolla vertailukelpoista tietoa. Tapahtumatiedon kerääminen ja tilastointi auttaa tiedolla johtamisessa sekä tukee kehittämistä.

Tuotantotukea kehittämällä voidaan vahvistaa entisestään kaupunkilaisten osallistumista, lisätä hakijoiden yhdenvertaisuutta ja tukea laadukkaiden, monipuolisten ja yhteistyöhön perustuvien tapahtumien syntymistä tulevaisuuden kaupunkihankkeissa.

9 Nuorten Eventti -tuki

Nuorten Eventti –tapahtumatuki lanseerattiin toukokuussa 2025 osana Kuopio250-juhlavuotta. Tuki suunnattiin 16–21-vuotiaille kuopiolaisille nuorille ja nuorten ryhmille, joiden tavoitteena oli järjestää itse suunnittelemansa ja toteuttamansa tapahtuma. Tuen tarkoituksena oli antaa nuorille mahdollisuus toteuttaa omia ideoitaan, kuten keikkoja, taideprojekteja, peli-iltoja, työpajoja tai muita nuorille suunnattuja tapahtumia, ilman että tiukka budjetti estää toteutuksen. Samalla tavoitteena oli lisätä nuorten toimintaa, osallisuutta ja näkyvyyttä Kuopion katukuvassa.

Nuorten Eventti -tapahtumatuki sisälsi rahallista tukea esimerkiksi tapahtuman materiaaleihin, esiintyjiin tai tekniikkaan, ilmaisen tapahtumatilan sekä esiintymispalkkion järjestäjälle, jos hän itse esiintyy tai ohjaa työpajan. Lisäksi tuen piirissä olevia tapahtumia markkinoitiin Kuopio250-juhlavuoden ohjelmassa, mikä antoi nuorille näkyvyyttä kaupungin kanavissa. Tuki on avoin yksittäisille nuorille ja ystäväporukoille ilman yritystä tai yhdistystä. Ryhmän kohdalla vähintään kaksi

kolmasosaa osallistujista tulee olla 16–21-vuotiaita kuopiolaisia, ja jos kaikki ovat alle 18-vuotiaita, mukaan tarvitaan nimetty vastuuikäinen.

Tapahtuman tuli olla nuorten itse ideoima, suunnittelema ja toteuttama. Se tuli olla kaikille avoin ja päihteetön, tarjoten mahdollisuuden yhteiseen tekemiseen ja osallistumiseen.

Hakemus tukea varten täytetään sähköisellä Google Forms -lomakkeella. Arviointiin osallistui nuorisovaltuusto sekä Kuopio250-työryhmä. Päätös ilmoitettiin noin kuukauden sisällä hakemuksen lähettämisestä. Tuki maksettiin vastuuhenkilön tilille joko osittain ennakoon tai tapahtuman jälkeen, kun tukiselvitys on toimitettu. Tapahtuman jälkeen järjestäjä toimitti tiliselvityksen, joka sisältää kaikki kuitit ja mahdolliset ostopalvelulomakkeet. Selvitys on toimitettava kahden kuukauden kuluessa tapahtumasta.

Nuorten Eventti tarjosi myös mentorointiapua, jossa kokeneemmat tapahtumien järjestäjät auttavat suunnittelussa ja toteutuksessa. Mentorit auttavat aikataulujen, teknisten järjestelyjen, budjetoinnin ja markkinoinnin suunnittelussa. Tapahtumatiloja voidaan hakea tuen yhteydessä useista vaihtoehtoista, kuten kaupungin omista tiloista, kulttuuritaloista, museoista tai nuorisotiloista.

Hakuaika tukihauille päättyi 12.10.2025, ja tapahtumien tuli toteutua viimeistään marraskuussa 2025. Määräaikaan mennessä saatiin 8 hakemusta. Yksi siirrettiin tuotantotuen hausta Nuorten Eventiksi, sillä se täytti Eventin kriteerit. 9 hakemuksesta vain kaksi jouduttiin eväämään ja tapahtumia lopulta hyväksyttiin ja toteutettiin 7 kappaletta. Tapahtumien kategoriat jakautuivat seuraavasti:

- 2 musiikkitapahtumaa
- 3 konserttia
- 1 taidetapahtuma
- 1 tanssinäytös

Haettavat tukisummat liikkuvat 130–1985 € välillä ja yhteensä tukea jaettiin 6115 €. Tapahtumakävijöitä näissä tapahtumissa kävi yhteensä 1370, eli keskiarvo kävijöissä oli 195,70 kävijää per tapahtuma.

Nuorten Eventti -tapahtumatuesta toteutettiin kysely sitä saaneille nuorille, jotta saataisiin selville, kuinka hyvin avustuskokonaisuus oli heidän mielestään onnistunut.

Keskiarvot tulosten perusteella:

Arviointikohde	Ka.
Hakulomakkeen selkeys	4,57
Yhteydenpito	4,29

Aikataulut	4,43
Tuen sisältö (rahoitus, mentorointi, tilat)	4,57
Käytännön ohjeistus & tuki	4,29
Tuen maksatus	3,57

Kokonaisuutena arvioidut osa-alueet sijoittuvat enimmäkseen välille 4,3–4,6, mikä kertoo siitä, että hakuprosessi, yhteydenpito sekä saadun tuen sisältö ovat osallistujien näkökulmasta olleet toimivia ja pääosin hyvin järjestettyjä. Palaute viittaa siihen, että kokemukset ovat olleet kautta linjan positiivisia ja palvelu on vastannut käyttäjien tarpeisiin melko hyvin.

Haasteet maksatuksessa tunnistettiin heti alusta lähtien. Kaupungin maksatusprosessit eivät pysyneet vauhdissa tapahtumien määrän kanssa. Yksi kuukausi ennen tapahtumaa osoittautui liian lyhyeksi ajaksi, jos tukea olisi pitänyt maksaa etukäteen. Useimmissa tapauksissa jouduttiin sopimaan, että tuki maksetaan vasta tapahtuman jälkeen, tai maksetaan vain ennakoon syntyvät kulut, eikä alun perin suunniteltua 80 %:n ennakkoa. Lisäksi nuoret pystyivät ostamaan tarvittavia asioita laskulla, joka osoitettiin kaupungille, ja nämä summat vähennettiin lopullisesta tukisummasta.

Nuorten Eventti -tapahtumatuella toteutetuista tapahtumista jatkaa Kulttuuriareena44:lla järjestetty 44Nights -tapahtuma. Myös taidetapahtuma NikamaArtin kokemus oli niin hyvä, että nuorisopalvelut perusti nuorten kulttuuriareenalle taidenäyttelytilan ja jatkaa yhteistyötä nuorten taiteilijoiden kanssa työpajatoiminnalla. Nuorten Eventti -tukitoiminta pyritään vakiinnuttamaan kaupungin avustustarjontaan. Vielä raportin kirjoittamisen ajankohtana on eräselvää, ottaako tuen hallinnan haltuunsa yhteisöpalvelut vai nuorisopalvelut tai tehdäänkö se jonkinlaisena yhteistyönä.

10 Juhlavuoden ohjelma ja sen rakentaminen

10.1 Ohjelman rakentaminen

Kuopio250-juhlavuoden ohjelma rakennettiin laajana, koko kaupungin yhteisenä ponnistuksena ja verkostotyönä erilaisten toimijoiden kanssa. Sen tavoitteena oli luoda vuoden mittainen juhlakokonaisuus, joka näkyy koko Kuopion alueella ja tarjoaa elämyksiä kaikille ikäryhmille. Ohjelman rakentaminen perustui kolmeen peruspilariin: osallistavuuteen, monipuolisuuteen ja yhteistuotantoon.

Kuopio250-juhlavuoden ohjelma rakennettiin avoimuuden, yhteistyön ja kaupunkilaisten osallistamisen kautta. Ohjelman rakennustyössä yhdistyivät:

- laaja ideointi ja avoin ohjelmahaku
- yhteistuotannot ja vahvistuvat verkostot

- monipuolinen tapahtumakirjo
- kaupungin mahdollistava rooli
- kestävät arvot ja halu jättää pysyvä jälki

Lopputuloksena syntyi juhlavuosi, joka oli yhtä aikaa historiallinen kunnianosoitus, yhteisöllinen projekti ja tulevaisuuteen suuntaava kehittämisalusta.

Avoin ja osallistava ohjelmahaku loi pohjan sisällöille

Juhlavuoden ohjelmisto rakentui avoimen ohjelmahaun kautta, johon kuka tahansa – asukas, yhteisö, yritys tai järjestö – sai jättää omat tapahtumaideansa. Ohjelmahaku perustui vuoropuheluun toimijoiden kanssa: ideoita arvioitiin yhdessä, kartoitettiin kumppaneita ja pohdittiin mahdollisuuksia yhteistuotantoihin.

Tavoitteena oli, että ohjelma koskettaa kaikkia ikäryhmiä, ja erityinen painotus asetettiin lapsille ja nuorille suunnattuihin sisältöihin. Lisäksi haluttiin varmistaa, että tapahtumia toteutetaan koko kaupungin alueella – keskustasta maaseudulle.

Yhteistuotanto ja laaja toimijaverkosto

Kuopio250 ei ollut kaupungin yksin järjestämä juhlavuosi, vaan ohjelma syntyi laajassa yhteistyössä eri toimijoiden kanssa. Kaupunki toimi mahdollistajana ja koordinaattorina, mutta tapahtumia tuottivat muun muassa:

- paikalliset yritykset
- kulttuuri- ja liikuntatoimijat
- oppilaitokset
- järjestöt
- asukasryhmät

Yhteistyön rakenteet vahvistuivat ohjelmiston kokoamisen edetessä, ja mukaan tuli uusia kumppanuuksia ja verkostoja, jotka helpottivat tapahtumien toteuttamista myös tulevaisuudessa.

Monipuolinen sisältö: suuria elämyksiä ja pieniä arjen tapahtumia

Ohjelma rakennettiin niin, että se tarjoaa elämyksiä kaikille. Juhlavuoden aikana nähtiin mm.:

- konsertteja ja festivaaleja
- valotapahtumia ja taideteoksia

- liikunta- ja perhetapahtumia
- paikallisia ruoka- ja kulttuurikokemuksia
- yhteisöllisiä projekteja, kuten talkoovoimin rakennettuja teoksia

10.2 Projektin omat ja yhteistuotannot

Juhlavuoden ja Välke-valotapahtuman avajaiset – 16.11.2024

Kuopion 250-vuotisjuhlavuosi käynnistyi näyttävästi Välke-valotapahtuman avajaisilla Kuopion kauppatorilla joulukauden avajaisten yhteydessä. Tapahtuma toi valoa pimeään marraskuuhun ja yhdisti kaupunkilaiset kokemaan valotaidetta Snellmanipuistossa, Piispanpuistossa ja pop-up-kohteissa.

Avajaiset olivat osa koko perheen maksutonta ohjelmaa, jonka tavoitteena oli korostaa kaupungin nähtävyyksiä ja yhteisöllisyyttä.

Kohderyhmä: Kaupunkilaiset, matkailijat, aikuiset, ikäihmiset, perheet, lapset ja nuoret

Yhteistyössä: Kuopion kaupunkikeskustan kehittämissyhistys ry

Kustannukset Kuopio250-projektille: 1 600 €

Välke-valotapahtuma 16.-17.11.2024

Ensimmäinen Välke-valotapahtuma toi valoteoksia Kuopion keskustaan ja Tahkolle. Teokset, kuten *Veden kosketus* ja *Veden kaiku*, loivat elämyksiä veden ja valon vuoropuhelusta. Lisäksi järjestettiin valokulkue ja oheisohjelmaa, kuten työpajoja. Tapahtuma oli osa Kuopio250-juhlavuotta ja houkutteli kaupunkilaisia ja matkailijoita kokemaan Kuopion uudessa valossa.

Kohderyhmä: Kaupunkilaiset, matkailijat, perheet, nuoret

Yhteistyössä: Kansalaistoiminnan palveluiden tiimi sekä KYP asiantuntijat

Kustannukset Kuopio250-projektille: 48 000 € (tuotanto 13 000 €, valoteokset 35 000 €)

Juhlat alkavat - Kuopion 250v-juhlavuoden avajaiset – 21.11.2024

Kuopion Musiikkikeskuksessa järjestetty avajaiskonsertti käynnisti virallisesti juhlavuoden. Kuopion kaupunginorkesteri esitti

Atso Almilan kantaesityksen *Kuopio 250 – alkusoitto ja fanfaari*, Jukka Tiensuun kitarakonsertton sekä klassisia teoksia Dvořakilta ja Kajanukselta. Konsertti yhdisti kuopiolaisia ja tarjosi juhlavasti sävelten voimaa.

Kohderyhmä: Kulttuurin ystävät, musiikin harrastajat, kaupunkilaiset

Yhteistyössä: Kuopion kaupunginorkesteri, Musiikkikeskus, PR-vierailuista vastaava

Kustannukset Kuopio250-projektille: käsiohjelma 350€

Lippujuhlan päivän yleisötapauhtuman ohjelma – 4.6.2025

Puolustusvoimien valtakunnallinen paraati Kuopiossa juhlisti sekä Lippujuhlan päivää että kaupungin juhlavuotta. Ohjelmassa oli paraatikatselmus Väinölänniemellä, jossa oli ennakko-ohjelmassa Kuopio250-projektin tarjoamana kuopiolainen kuoro Sawo Ensemble. Lippujuhlan ohjelmaan sisältyi ohimarssi Satamakadulla, Hornet- ja Midnight Hawks -lentonäytökset sekä MILjazz-konsertti Satamatorilla. Kalustoesittely ja sotilaskodin palvelut olivat esillä sataman aallonmurtajalla.

Kohderyhmä: Kaupunkilaiset, koko perhe

Yhteistyössä: Karjalan lennosto

Kustannukset Kuopio250-projektille: 850 €

Kaupungintalon avoimet ovet – 26.6.2025

Kuopion kaupungintalo avasi ovensa kaupunkilaisille tarjoten kurkistuksen hallinnon arkeen ja juhlavuoden tunnelmaan. Yhteistyössä johdon sihteerien ja palvelualueiden kanssa toteutettu tapahtuma sisälsi opastettuja kierroksia ja keskusteluja kaupungin toiminnasta.

Kohderyhmä: Kaupunkilaiset, koko perhe

Yhteistyössä: johdon sihteerit

Kustannukset Kuopio250-projektille: ei suoria kuluja

Kuopio250-henkilöstöjuhla – 22.8.2025

Kuopion kaupungin henkilöstölle suunnattu juhla toteutettiin jäähallissa yhteistyössä Työnantajapalvelujen ja henkilöstön edustajien kanssa. Ohjelmassa oli musiikkia ja yhdessä oloa sekä leikkimielisiä kilpailuja sekä karaokea.

Tunnelmaa vauhditti kuopiolainen Tunteet-yhtye sekä bile-DJ & saksofonisti.

Kohderyhmä: Kuopion kaupungin henkilöstö

Yhteistyössä: Työnantajapalvelut, henkilöstön edustajat

Kustannukset Kuopio250-projektille: ei kuluja

Made in Kuopio250 -juhlakonsertti – 23.8.2025

Kuopion jäähallissa järjestetty konsertti kokosi yhteen kuopiolaislähtöiset huippuartistit, kuten Marko Hietala, Erja Lyytinen ja Olli Halonen. Monipuolinen ohjelma yhdisti rockin, tangon, oopperan ja jazzin Kuopion kaupunginorkesterin säestyksellä. Konsertti oli maksuton ja keräsi tuhansia osallistujia.

Kohderyhmä: Kaupunkilaiset, koko perhe

Yhteistyössä: Savo-ooppera ry, KalPa Hockey Oy

Kustannukset Kuopio250-projektille: kaupungin osarahoitusosuus 70 000 €, muu rahoitus yhteistyökumppaneiden kautta (Savo-ooppera operoi kumppanuuksia).

Siilinjärvi 100 & Kuopio250, #vallanvaihtopäivä – 8.10.2025

Historiallinen tempaus, jossa Siilinjärven kunnanjohtaja ja Kuopion kaupunginjohtaja vaihtoivat rooleja päiväksi. Vierailuohjelma sisälsi tutustumista molempien kuntien toimintaan ja ajankohtaisiin ilmiöihin. Tapahtuma juhlisti kuntien pitkää yhteistyötä ja vahvasti kumppanuutta.

Kohderyhmä: Kuntien henkilöstö, päättäjät, media, kaupunkilaiset

Yhteistyössä: Siilinjärven kunnan viestintätiimi
Kustannukset Kuopio250-projektille: ei kuluja

Nurmijärven ja Kuopion yhteistapahtuma: Sanojen silta – Kivi kohtaa Canthin – 28.10.2025

Kuopion ja Nurmijärven yhteinen kulttuuritapahtuma nosti esiin Minna Canthin ja Aleksis Kiven perinnön. Ohjelmassa oli monologi *Minnan minuutit* ja keskustelu kirjailijoiden merkityksestä. Tapahtuma toteutettiin samanaikaisesti molemmissa kunnissa striimiyhteydellä.

Kohderyhmä: Kirjallisuuden ystävät, kulttuurin harrastajat

Yhteistyössä: Nurmijärven viestintä- ja juhluvuosiitiimi, Minna Canth ry

Kustannukset Kuopio250-projektille: 600 €

Välke-valotapahtuma – 15.-17.11.2025 (tuottaja: Keskustan kehittämissyhistys)

Toista kertaa järjestetty Välke juhlisti Kuopion virallista 250-vuotispäivää.

Valoteokset loivat elämyksiä keskustassa ja maaseutualueilla. Ohjelmaan kuului avajaiset torilla, valoshow-esityksiä sekä monipuolista muuta ohjelmaa ympäri Kuopiota.

Kohderyhmä: Kaupunkilaiset, matkailijat, aikuiset, ikäihmiset, perheet, lapset ja nuoret

Yhteistyössä: Kuopion kaupunkikeskustan kehittämissyhistys ry (tapahtuman tuottaja)

Kustannukset Kuopio250-projektille: tuotanto 60 000€, valoteokset 80 000€, markkinointikulut 10 000€. Muu rahoitus yhteistyökumppaneiden kautta (tapahtuman tuottaja Kuopion keskus ry operoi kumppanuuksia).

KalPa-JYP juhlaottelu – 15.11.2025

Kuopion jäähallissa pelattu juhlaottelu toi yhteen KalPan ja JYPin juhlistamaan Kuopion merkkivuotta. Ottelun yhteydessä nähtiin erikoisohjelmaa ja fanitapahtumia, jotka korostivat urheilun roolia juhluvuoden ohjelmassa.

Kohderyhmä: Urheilun ystävät, koko perhe

Yhteistyössä: KalPa Hockey Oy

Kustannukset Kuopio250-projektille: 6 000 €

Juhlamessun kirkkokahvit Musiikkikeskuksella – 16.11.2025

Kuopion Tuomiokirkossa pidetyn juhlamessun jälkeen Musiikkikeskuksen kirkkokahvit kokosivat kaupunkilaiset yhteen. Ohjelmassa oli kaupunginorkesterin juhla-fanfaari, puheita ja yhteislaulua sekä Kuopio250-juhlaleivos kahvin kera.

Kohderyhmä: Seurakuntalaiset, kaupunkilaiset

Yhteistyössä: Kuopion ev. lut. seurakunnat

Kustannukset Kuopio250-projektille: 1 800 €

Synttärikäimöjen yhteissynttärät – 17.11.2025

Kuopion kaupungintalolla järjestetty lämminhenkinen juhla kutsui kaikki Kuopion kanssa samana päivänä syntyneet kaupunkilaiset yhteiseen syntymäpäiväjuhlaan. Lue lisää [tästä](#).

Kohderyhmä: Kuopion kanssa samana päivänä syntyneet kaupunkilaiset

Yhteistyössä: Kuopio250-juhlavuosi-projektin oma tapahtuma

Kustannukset Kuopio250-projektille: 2 000 €

Kuopio 250v -syntymäpäiväkonsertti – Koko Kuopijo voep laaloo! – 17.11.2025

Kuopion kaupungintalolla kuultiin Sawo Ensemblen juhlakonsertti, jossa yleisö osallistui yhteislauluun. Konsertti oli osa juhlaviikkojen ohjelmaa ja loi yhteisöllistä tunnelmaa.

Kohderyhmä: Musiikin ystävät, kuorolaulun harrastajat, kaupunkilaiset

Yhteistyössä: Sawo Ensemble - Kuopion kansalaisopiston viihdekuoro ry

Kustannukset Kuopio250-projektille: 1 500 €

KalPa naisten juhlaottelu – 23.11.2025

KalPan naisten juhlaottelu päätti juhlaviikot. Ottelussa oli paikalla kiekon pudottajana kaupungin edustaja Janne Hentunen. Ennen tapahtumaa jäähallilla oli koko perheen tapahtuma, jossa oli aktiviteettipisteitä sekä arpajaiset.

Kohderyhmä: Urheilun ystävät, koko perhe

Yhteistyössä: KalPa naiset

Kustannukset Kuopio250-projektille: 300 €

Ideasta tapahtumaksi -koulutus toimijoille 22.8.2024

Ideasta tapahtumaksi -koulutus 22.8.2024 tarjosi käytännön vinkkejä tapahtumien suunnitteluun ja toteutukseen ideasta valmiiksi kokonaisuudeksi. Kouluttajana toimi tapahtuma-asiantuntija Helena Wallo, ja tilaisuus kokosi yhteen toimijoita verkostoitumaan ja kehittämään tapahtumaosaamista.

Kustannukset Kuopio250 -projektille: 3 000 €

Nuorten podcast Savon Aalloilla, syksy 2025

Yhteistyössä: Anni Marin ja Kansalaistoiminnan palvelut

Kohderyhmä: Nuoret

Kustannukset Kuopio250 -projektille: 5530,22 € (sisältää sopimuksen Radio Savon Aaltojen kanssa, sekä Anni Marinin työkorvauksen)

10.3 Kaupunkiorganisaation tuottama ohjelma

Kaupunkiorganisaation omien ohjelmien valmistelu, sparraaminen ja tapahtumatietojen kerääminen käynnistettiin jo vuoden 2024 alussa. Ohjelmaa toteutettiin ajalla 1.11.2024–31.12.2025, ja se huipentui marraskuun juhlaviikkoihin (10.–23.11.2025).

Suuressa roolissa ohjelmiston tuottajina olivat kaupungin omat kulttuurilaitokset Kuopion kaupunginteatteri, Kuopion musiikkikeskus, Kuopion museo, taidemuseo

Kumma, Kansalaisopisto, kirjasto (pääkirjasto ja sivukirjastot) sekä kansalaistoiminnan palvelut (nykyinen yhteisöpalvelut). Kansalaistoiminnan palvelut tuotti ohjelmaa asukastoiminnan ja liikuntapalvelujen kautta sekä Meidän Kuopio -festivaalin ohjelma oli erityisessä roolissa elokuussa.

Sisällöt olivat monipuolisia: tapahtumia, näyttelyitä, hankintoja, tempauksia ja muuta toimintaa, jotka liittyivät Kuopioon ja kuopiolaisuuteen. Tavoitteena oli tuottaa iloa ja hyvinvointia kaupunkilaisille, lisätä yhteisöllisyyttä ja koskettaa kaupungin menneisyyttä ja tulevaisuutta. Viestinnässä käytettiin juhluvuoden tunnusta ja hashtagia #Kuopio250, ja tapahtumat lisättiin Kuopion Seinälle.



10.4 Juhlaviikot

Juhlavuoden juhlinta huipentui Kuopio250 -juhlaviikoilla marraskuussa 2025. Juhlaviikkoja vietettiin viikoilla 46-47 (10.-23.11.), jolloin koko kaupunki virittyi juhlatunnelmaan! Virallista syntymäpäivää juhlittiin maanantaina 17.11., mutta juhlan tuntua koettiin ympäri Kuopiota koko juhlaviikkojen ajan.

Juhlaviikkojen aikana asukkaita hemmoteltiin monipuolisilla tapahtumilla. Juhlaviikot tarjosivat mahdollisuuden pysähtyä, juhlia ja nauttia siitä, mitä Kuopio meille kaikille merkitsee. Ohjelma kutsui niin perheet, ystäväporukat kuin yksittäiset kaupunkilaiset sekä matkailijat mukaan rakentamaan ja kokemaan yhdessä tämän ainutlaatuisen hetken kaupungin historiassa.

10.5 Pääkohderyhmälle tuotettu ohjelma ja toiminta

Kouluissa ja päiväkodeissa lapset ja nuoret pääsivät laajasti osallisiksi ja kokijoiksi juhluvuoden sisältöihin. Tuotantotuella tuettiin useita työpajoja ja esityksiä sekä kouluihin että päiväkoteihin, jotta saatiin pääkohderyhmälle juhluvuoden ohjelmisto saavutettavaksi ja helposti lähestyttäväksi.

Taidekilpailu, osana strategiatyötä

Miltä Kuopio näyttää, tuntuu, maistuu, tuoksuu tai kuulostaa 50 vuoden päästä? Minä ja

tulevaisuuden Kuopio tai Kuopio vuonna 2075. Teoksia saatiin yli 150 kpl. Voittajat palkittiin teatteri- ja uimalipuilla. Kaikki saivat kunniakirjan, jotka jaettiin kevätjuhliissa. Taidenäyttely voittaneista teoksista koottiin kaupungintalon avoimiin oviin sekä kirjastoon lasten- ja nuorten osastolle.

Lue lisää: <https://www.kuopio.fi/kuopionkaupunki/kuopio250-juhlavuosi/taidekilpailu/>

Servican toteuttama juhla-ateria 17.11.2025 kouluissa ja päiväkodeissa

Kuopio250 juhlavuosisprojekti toimitti kaikille kouluille somisteiksi juhlavuoden lippusiimaa, jolla saatiin juhlan tuntua ruokaloihin. Juhlaruokailuun oli kutsuttu mukaan myös kaupungin ja Servican johtoa sekä Niiralan koulun oppilaskunnan edustajia. Yhteinen ruokailu, jossa lapset, kaupungin päättäjät ja palveluntarjoajat istuivat saman pöydän ääressä, kuvasti erinomaisesti juhlavuoden teemaa: yhdessä tekemisen ja yhteisöllisyyden kulttuuria. Lue lisää: <https://www.kuopio.fi/2025/11/17/kuopion-peruskouluissa-ja-paivakodeissa-juhlistettiin-250-vuotista-kaupunkia-yhteisella-juhlalounaalla/>

Nuoret

Nuori Kuopio -toimituksen kanssa tehty vaikuttajayhteistyö näkyvyyden edistämiseksi kuopiolaisten nuorten piireissä.

11 Kansainvälisyys ja PR

11.1 Ystävyysskaupunkivierailut juhlaviikoilla

Ystävyysskaupunkitoiminnan ensisijaisena lähtökohtana myös Kuopio250 juhlavuonna oli vahvistaa kaupunkien välistä yhteistyötä, tukea Kuopion alueen kansainvälistymistä sekä edistää mm. yritysten liiketoiminnan kehittymistä ja yritysten välistä yhteistyötä.

Kesäkuussa Kuopiossa vierailivat pohjoismaiset ystävyysskaupungit Bodø/Norja, Jönköping/Ruotsi, Svendborg/Tanska. Marraskuussa juhlaviikoilla saapui seurueet ystäväkaupungeista: Besançon/Ranska, Castrop-Rauxel/Saksa, Gera/Saksa, Minneapolis/US, Opole/Puola. Ohjelman sisällössä huomioitiin vaikuttamisviestinnän ja strategian tavoitteet. Ulkovaltojen ja Suomen diplomaattikunta kansainvälisen suhdetoiminnan yhteistyössä kuului juhlaviikon osuuteen.

Ystävyysskaupunkivierailut:

3.-6.6.2025 Bodø/Norja

10.-13.6.2025 Jönköping/Ruotsi ja Svendborg/Tanska

12.-15.11.2025 Besançon/Ranska, Castrop-Rauxel/Saksa, Gera/Saksa, Minneapolis/US, Opole/Puola

- <https://www.kuopio.fi/2025/11/14/ystavyyskaupunkien-vierailu-250-vuotiaan-kuopion-kunniaksi/>

11.2 Kansainväliset tapahtumat ja yhteistyö

Yhteistyötapahtuma kansainvälisten opiskelijoiden kanssa. Kuopio International Football Championship 10.11.2025.

- Tapahtuma toteutettiin yhteistyössä harjoittelija Annika Jarvan harjoitteluprojektina

Leirituli-kohtaamispaikka valmistui Savilahteen toukokuussa 2025 kansainvälisessä yhteistyössä.

- Se tarjoaa yhteisöllisen tilan alueen asukkaille, opiskelijoille ja työntekijöille.
- Projektin toteuttivat Trondheimin NTNU-yliopiston "Design in Context" -kurssin opiskelijat Norjasta ja muualta Euroopasta.
- Kurssia vetivät arkkitehti, professori ja kirjailija Sami Rintala sekä arkkitehti ja insinööri Per Bertnsen.

12 Juhlavuoden ilmiöt, esimerkkejä yhteisöllisyydestä

Kuopion 250-vuotisjuhlavuosi synnytti useita kaupunkilaisten arkeen ja tunteisiin vaikuttaneita ilmiöitä. Nämä ilmiöt kumpusivat niin juhlavuoden laajasta tapahtumatarjonnasta, valotaiteesta, yhteisöllisyydestä kuin savolaisesta identiteetistä, jota juhlavuoden teemoissa korostettiin.

Valon ja taiteen nousu juhlavuoden symboleiksi

Juhlavuoden käynnisti ja väritti useissa vaiheissa **valotaide**, josta muodostui koko vuoden kantava visuaalinen ja emotionaalinen teema.

- **Välke-valotapahtuma** levitti valoa marraskuiseen Kuopioon ja toi taidetta myös kauemmas, kuten Nilsin kirkkoon, mikä herätti paljon ihastusta ja toi kaupunkilaisille yhteisen kokemuksen pimeään vuodenaikaan.
- **Puijon tornin pinkki valaistus** juhlavuoden kunniaksi nousi yhdeksi näkyvimmistä symboleista ja jäi sosiaalisen median kautta vahvasti kaupunkilaisten mieleen.
- **Veden kosketus -valotaideteos Tahkolla** vahvisti juhlavuoden alueellista ulottuvuutta ja liitti juhlinnan koko Kuopion seutuun.

Valoteokset loivat yhteenkuuluvuutta ja nostivat esiin Kuopion kauneutta tavalla, joka on monien kommenttien perusteella jäänyt elämään osaksi kaupunkilaisten visuaalista muistia.

Yhteisöllisyys voimakkaana tunteita herättävänä ilmiönä

Juhlavuoden keskeiseksi tavoitteeksi asetettu yhteisöllisyys toteutui laajasti, ja siitä muodostui yksi vuoden kantavista teemoista. Juhlavuoden kokemuksista korostuu ajatus siitä, että kuopiolaiset kokevat hyvän elämän rakentuvan **yhteisöllisyydestä, turvallisuudesta ja iloisesta yhdessäolosta**, ja juhlavuosi vahvisti näitä arvoja.

Erityisiä yhteisöllisiä ilmiöitä olivat:

- **Leirituli-projekti**, josta muodostui symboli avoimuudelle, kansainvälisyydelle ja kohtaamisille. Se loi konkreettisen paikan yhteisille elämyksille ja teki näkyväksi juhluvuden teeman: yhdessä oleminen ja tekeminen.
- Kaupunkilaisten oma **valokuvanäyttely**, johon oli koottu kuvia kuopiolaisista kekkereistä aina 1700-luvulta nykypäivään. Tämä projekti toi kaupunkilaisille tunteen osallisuudesta ja ylpeydestä omasta kaupungistaan.
- **Kaikille avoimet ja maksuttomat liikuntalauantait**, jotka tavoittivat laajasti perheitä ja loivat matalan kynnyksen yhteisiä arjen elämyksiä.

Kulttuuri-, urheilu- ja kaupunkitapahtumat yhteisinä juhlahetkinä

Juhlavuosi osui aikaan, jolloin kaupungissa tapahtui myös historiallisia kulttuuri- ja urheilusaavutuksia. Näistä syntyi vahvoja tunnekokemuksia:

- **KalPan ensimmäistä Suomen mestaruutta keväällä 2025** juhlittiin näyttävästi Kuopion torilla. Tapahtuma kiinnittyi juhlavuoteen ja nostatti poikkeuksellisen voimakkaan yhteisen juhlatunteen.
- **Kuopiorock**, vuosittainen kesätapahtuma, sai juhlavuonna lisämerkitystä, kun se kietoutui osaksi virallista juhlinnan vuotta ja toi esiin Kuopion asemaa elävän musiikin kaupunkina. Päälava korosti juhluvuden brändiä ja Kuopion kaupunginorkesteri toteutti yhteistyön kuopiolaisen heviyhtyeen Turmion Kättilöiden kanssa.
- Myös kaupungin perinteiset tapahtumat – konserteista näyttelyihin ja kaupunkifestivaaleihin – keräsivät tavallista enemmän huomiota, sillä juhluvuden viitekehys korosti niiden merkitystä.

Savolaisuuden arvot ja identiteetti ilmiönä

Juhlavuoden viestintä nosti esiin savolaisuutta tavalla, joka jäi monien mieleen. Esimerkiksi Hello Kuopion juhlavuosisivustolla korostettiin, että savolainen elämänsenne – **empatia, uteliaisuus, huumori ja yhteisöllisyys** – on ”hyvän elämän taikavoimia”, joita maailma tarvitsee.

Tämä identiteetti-ilmiö resonoi etenkin:

- kaupunkilaisten arvoihin (hyvä elämä, kiireettömyys, yhteisöllisyys),

- juhluvuoden viestintään, joka tehtiin lämpimällä ja savolaisella huumorilla,
- ulkopuolisten kaupunkien onnitteluisa, joissa savolaisuutta kuvattiin positiivisesti (esim. Jyväskylän humoristinen onnittelu).

Ympäristö- ja taideprojektit konkreettisenä juhluvuoden jälkeen

Juhlavuosi pyrki jättämään **pysyvää ja konkreettista jälkeä** tuleville sukupolville. Tätä tavoitetta tukivat:

- **Hiljainen kansa -ympäristötaideteoksen rakentaminen** Syvänniemelle talkoovoimin. Teos ilmentää juhluvuoden yhteisöllistä ja luovaa henkeä ja jää pysyväksi muistoksi osallistumisesta. Teos oli osa Kuopio tanssii ja soi -festivaalin ohjelmistoa ja se toteutettiin festivaalin erityisenä sisältönä juhluvuodelle.
- Juhluvuoden aikana tuotettu sisältö, valokuvanäyttelyt, taideteokset ja tapahtumat luovat pohjaa uusille vuosittaisille kaupunkikulttuurin muodoille, mikä on linjassa kaupungin tavoitteen kanssa kehittää tapahtumakaupunkia.
- Juhluvuoden ohjelmistolle asetetut arvot – moninaisuus, yhteisöllisyys, yhdenvertaisuus ja vastuullisuus – toimivat jatkossakin suuntaviivoina tapahtumatoimijoille.

12.1 Esimerkkejä yhteisöllisistä ilmiöistä, tapahtumista ja toiminnasta

KuopioLove -yllätyksellisiä musiikkiesityksiä ja elämyksiä

Kesällä 2025 Kuopiossa toteutettiin rakkaudellisia tekoja, kun kuopiolaiset yllättivät kuopiolaisia. Kuulimme rakkaus- ja selviytymistarinoita sekä koimme tunteikkaita hetkiä musiikkiesitysten ja elämysten parissa Kuopion 250v-juhluvuoden kunniaksi. Yllätykselliset musiikkiesitykset ja elämykset toteutettiin Kuopiossa elokuussa 2025 SuomiLOVE-formaatista tutuksi tulleella tavalla. Projektilla on lupa käyttää KuopioLOVE nimeä.

[KuopioLOVE -Yllätyksellisiä musiikkiesityksiä ja elämyksiä - Kuopio](#)

Hyvinvointiteot, Kansalaistoiminnan palvelut (nykyinen yhteisöpalvelut)

Kansalaistoiminnan palvelut keräsivät asukailta 250 hyvinvointitekoa: Haasta itsesi ja muut mukaan toteuttamaan 250 hyvinvointitekoa Kuopio250 - juhluvuoden aikana. Joka viikko uudet vinkit auttavat sinua löytämään iloa ja hyvinvointia arjessa.

Vastaajien ehdotuksissa korostuivat erityisesti matalan kynnyksen liikuntamahdollisuudet, ulkoiluun kannustaminen ja maksuttomat tapahtumat. Toiveita esitettiin lisää pyöräteistä, ulkokuntosaleista, avantouinti- ja avovesiuintimahdollisuuksista sekä juoksu- ja kävelyryhmistä. Monet peräänkuuluttivat

myös kulttuuria ja yhteisöllisyyttä edistäviä ratkaisuja, kuten musiikkiesityksiä torille, festivaaleja, ulkotapahtumia puistoihin sekä taide- ja savikursseja.

Ehdotuksissa nousi esiin tarve selkeälle hyvinvointitiedolle ja ohjaukselle, esimerkiksi ravitsemukseen, liikuntaan ja mielenterveyspalveluihin liittyen. Lisäksi toivottiin enemmän matalan kynnyksen harrastuskokeiluja, hengailu- ja kohtaamistiloja sekä toimintaa lapsille, nuorille ja opiskelijoille.

Osa vastaajista painotti yhteisöllisiä hyvinvointitekoja, kuten toisten auttamista, kaverin kehumista, yhdessä ulkoilua tai ympäristöön liittyviä talkoita. Lisäksi esitettiin toiveita paremmasta kielikoulutustarjonnasta ulkomaalaisille asukkaille ja kaupungin järjestöjen paremmasta tunnetuksi tekemisestä.

Makumatka

Kesän 2025 ajan toteutettu Kuopio250 Makumatka oli yksi juhluvuoden laajimmista kuluttajakampanjoista. Se kokosi 21 kuopiolaisen kahvilan ja ravintolan erikoisannokset yhteen menukokonaisuuteen, jota kaupunkilaiset ja matkailijat pääsivät kiertämään ja äänestämään. Kampanja onnistui sekä lisäämään ravintolakulttuurin näkyvyyttä että konkretisoimaan juhluvuoden arjessa koettavaksi elämykseksi. Yleisöäänestys, tuomariston valinnat ja torilla järjestetty palkintotilaisuus vahvistivat kampanjan vetovoimaa.

Kuopion keskustan kehittämissyhdistyksen järjestämä Makumatka -tempaus. Kesällä 2025 Kuopion kahvilat ja ravintolat osallistuivat Kuopio 250 -juhlavuoden Makumatka-kampanjaan, jossa yleisö äänesti suosikkiannoksiaan ja tuomaristo valitsi parhaan juhluvuosileivoksen. Voittajat julkistettiin Kuopion torilla **30.8.2025**.

Makumatka herätti toimijoissa aktiivisuutta, tuki paikallisia yrityksiä ja loi sosiaalisen median kautta runsaasti orgaanista näkyvyyttä.

Yleisöäänestyksen suosikit:

- **Alkuruoka:** Lähiruokapöytä, Puijon Torniravintola
- **Pääruoka:** Kallaveden kuhaa & rapuvoikastiketta, Ravintola Isä Camillo
- **Juoma:** Mansikkaa ja sitruunamelissaa Tornin tapaan, Puijon Torniravintola
- **Jälkiruoka:** Suonenjoen mansikkaa kahdella tavalla, Ravintola Skillä
- **Leivos (yleisö):** Kuopio 250 juhlaleivos, *Ramin Konditoria*

Tuomariston valinta:

Parhaaksi juhluvuosileivokseksi tuomaristo valitsi *Kahvila-Konditoria Houkutuksen Vadelmahoukutus* -leivoksen sen raikkaan maun ja näyttävän juhluvuosaiheisen ilmeen vuoksi. Tuomaristossa oli markkinointijohtaja Kirsi Soininen, projektikoordinaattorit Jatta

Salminen ja Raakel Seppälä, sekä keskustan kehittämä Makumatka-kampanjaan osallistui 21 kahvilaa ja ravintolaa yhteensä 48 annoksella osana Kuopion 250-vuotisjuhluvuoden ohjelmaa.

[Kuopio250 Juhlavuoden Makumatka 6.6.-30.8.2025](#)

Kuopio250-juhluvuoden villasukat ja lahjakorit KYS:ssä 17.11.2025

Kuopion 250-vuotisjuhlan kunniaksi toteutettiin lämminhenkinen ele, joka yhdisti paikallisuutta ja yhteisöllisyyttä. Kuopion kaupungin oma viestintäsuunnittelija Sanna Saastamoinen suunnitteli Kuopio250-juhluvuoden villasukat, jossa yhdistyivät juhluvuoden värit ja savolainen perinne. Mallin ohje jaettiin avoimesti, ja kaupunkilaisia haastettiin neulomaan omia sukkia osaksi juhlahumua. [\[kuopio.fi\]](#)

Varsinaisena syntymäpäivänä 17.11.2025 Kuopion yliopistollisen sairaalan synnytysosastolle toimitettiin 10 kaunista lahjakoria, jotka jaettiin päivän aikana syntyneille vauvoille ja heidän perheilleen. Koreihin sisältyi paikallisia tuotteita ja juhluvuoden erikoistuotteita, kuten Kuopio250-vauvabody, pehmolelu, Puijo Peakin elinikäinen kausikortti Puijon torniin sekä käsin neulotut villasukat vauvoille ja äideille. Villasukkien langat hankki Kuopio250-juhluvuosioprosjekti ja kutojina toimi hyväntekeväisyyspauksena Kuopion Neulojen harrasteryhmä. [\[kuopio.fi\]](#)

Lisäksi Pelastusopisto osallistui juhluvuoteen omalla villasukkahaasteellaan, jonka tuloksena lahjoitettiin yli 300 paria pieniä sukkia KYSin naisten poliklinikalle jo kesällä. Tämä kampanja kuvasti vahvasti juhluvuoden yhteisöllistä henkeä ja halua tuoda lämpöä vastasyntyneiden ensiaskeleisiin. [\[pelastusopisto.fi\]](#)

Juhlavuoden eleet synnytysosastolla saivat positiivista palautetta ja korostivat Kuopion kaupungin tahtoa juhlistaa merkittävää merkkipäivää tavalla, joka koskettaa perheitä ja luo pysyviä muistoja.



Savonian korumuotoilijoiden Kuopio250 juhluvuoden korut

Savonia-ammattikorkeakoulun muotoilun koulutusohjelmassa korumuotoilun linjan valinneet opiskelijat saivat vuoden alussa mielenkiintoisen tehtävän, jossa he pääsivät suunnittelemaan ja toteuttamaan oman korunsa Kuopion 250-vuotisjuhlavuoden teemalla.

[Luontoteemat vahvasti esillä Savonian korumuotoilijoiden suunnittelemissa juhlavuosikoruissa - Kuopio](#)



Muita esimerkkejä:

- 250 ruusua kaupunkilaisille, SPR Kuopion osasto
- Joulun kauniita tekoja, Keskustan kehittämissyhdistyksen hyvän mielen joulukampanja somessa kannusti yrityksiä ja yhteisöjä tekemään joulun hengessä hyviä tekoja. [Joulun kauniita tekoja - Kuopion Joulutori](#)
- Kuopion kartta, Alavan sairaalakoulun immerssiivisen aistihuoneen seinään. Kuopio250- juhluvuoden kunniaksi kuvattiin aistihuoneeseen ympäri Kuopion keskustaa olevia rakennuksia ja tunnettuja kohteita. Seinälle laitettiin Kuopion kartta, josta eri kohtia painamalla päätyy kuvan kohteisiin, lisätietojen kera.
- Lisäksi juhluvuoden yhteydessä nähtiin myös opiskelijakuntien omia onnitteluja. Esimerkiksi Kuopion torilla järjestetyissä lukuvuoden avajaisten ohjelmassa opiskelijakunnat esittivät omat tervehdyksensä Kuopiolle osana juhluvuotta, mikä toi juhlaan nuorten näkökulman ja kampanjallista sisältöä.

13 Projektin aikana toteutettu yhteistyö ja kokeilut

Matkamessut Helsingissä 17-19.1.2025

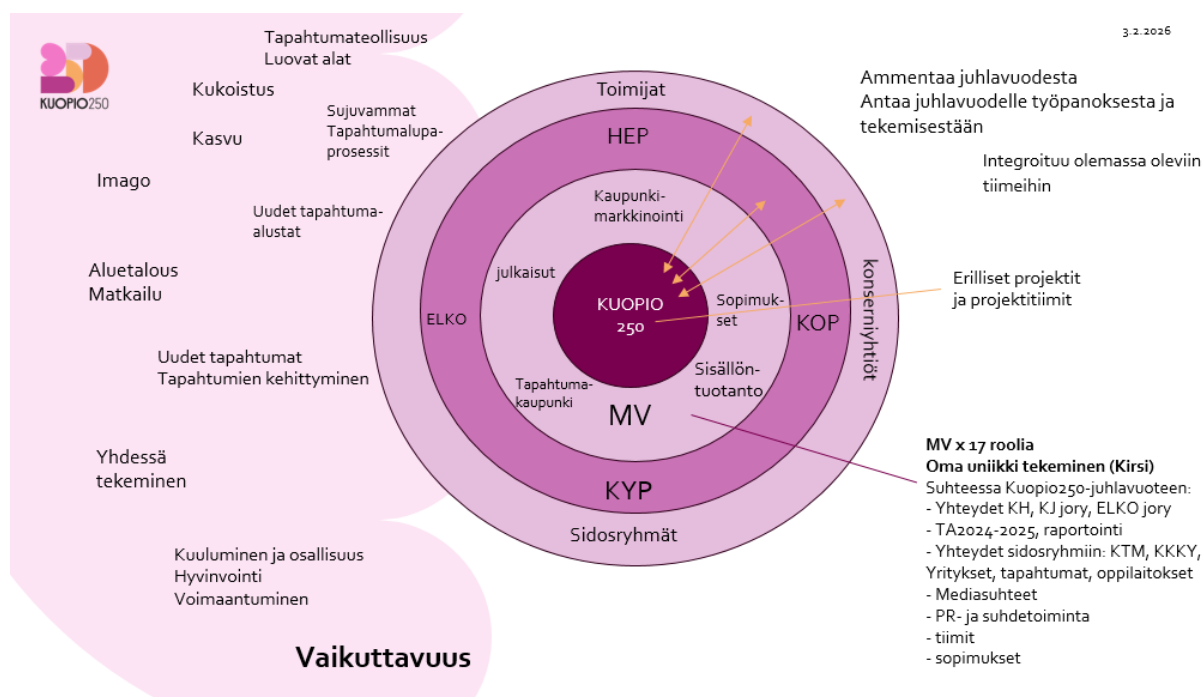
Kuopio osallistui Helsingin Messukeskuksessa järjestetyille Matkamessuille 17.-19.1.2025 yhteisosastolla. Messuosaston pääteemana oli Kuopio250-juhlavuosi, ja osastolla esiteltiin Kuopion matkailu- ja kulttuuritarjontaa. Toteutuksesta vastasivat yhteistyössä Kuopion kaupunki, Kuopio-Tahko Markkinointi Oy sekä alueen matkailuyrittäjät ja tapahtumatoimijat. Osastolla järjestettiin arvontoja, joissa palkintoina oli Kuopioon liittyviä elämyksiä ja tuotteita. Kuopio oli mukana myös Matkamessujen virallisessa lavaohjelmassa, jossa nostettiin esiin alueen matkailun ja kulttuurin erityispiirteitä. Kustannukset Kuopio250 -projektille: 8 000 €

Kongressimessut Helsingissä 19.20.3.2025

Kuopio esittäytyi Kongressimessuilla 19.-20.3.2025 Helsingin Messukeskuksessa teemalla Kuopio tapahtumakaupunkina. Esittelyssä olivat kaupungin tapahtumatilat ja matkailutarjonta. Toteutettiin kampanjasivu hellokuopio.fi-sivustolle yhteistyössä Kuopio-Tahko Markkinoinnin kanssa. Messuosastolla järjestettiin arvonta, jonka palkintoina oli ravintolaelämyksiä, majoitusta ja kulttuuriohjelmaa. Mukana olivat Kuopion kaupunki, Tahko, Novapolis sekä teknisenä kumppanina Aurora-AV. Osallistuminen koettiin onnistuneeksi ja tuotti hyviä liidejä tulevia tapahtumia ja kokouksia varten.

Kustannukset Kuopio250 -projektille: ei suoria kuluja

14 Juhlavuoden vaikuttavuus



14.1 Tapahtumien vaikuttavuuden arviointi

Juhlavuoden tapahtumien aluetaloudellista vaikuttavuutta on mahdoton mitata ja laskea. Tapahtumien määrä on saatu tietoon melko tarkalla tasolla. Tiedot on poimittu ohjelmahakulomakkeilta (toteutuneet tapahtumat), tuotantotukihakulomakkeilta (toteutuneet tapahtumat) sekä Kuopion seinän tapahtumakalenteriin ilmoitetut tapahtumat. Tapahtumien määrä on todennäköisesti suurempi kuin meidän tiedossa oleva luku, sillä emme ole saaneet kaikista pitkäaikaisista projekteista vuoden aikana toteutettujen tapahtumien lukumäärää tietoomme. Lisäksi kaikkia juhluvuoteen liittyviä tapahtumia ei ole ilmoitettu viralliseen tapahtumakalenteriin.

Kävijämäärätiedot perustuvat toimijoiden meille ilmoittamiin arvioihin. Kaikista meillä tiedossa olevista tapahtumista on olemassa kävijämääräarvio.

Juhlavuoden tapahtumien vaikuttavuutta voidaan arvioida seuraavilla tunnusluvuilla ja laskukaavoilla:

Tapahtumien määrä **813**

Tapahtumien kävijämäärä **1 060 211**

Kävijöiden määrä x arvioitu keskimääräinen kulutus (€/ hlö) **5 301 055€**

Vapaaehtoistyön arvo: arvioitu vapaaehtoisten määrä x arvioidut tunnit x 10€

14.2 Pienten kansalaislähtöisten tapahtumien vaikuttavuuden mittaaminen

Pienten kansalaistapahtumien aluetaloudellisen vaikutuksen laskenta

Pienet tapahtumat vaikuttavat aluetalouteen eri tavalla kuin isot:

- vähemmän matkailijoita → vähemmän ulkoista rahavirtaa
- enemmän vapaaehtoistyötä
- enemmän paikallista yhteisöllistä arvoa
- usein ei myyntiä tai hyvin vähän myyntiä, mutta vaikutuksia syntyy silti

Pienen kansalaislähtöisen tapahtuman vaikutusmalli, voisi perustua kolmeen asiaan:

1) Paikallinen kulutus

2) Tapahtuman tuottaminen ja hankinnat

3) Vapaaehtoistyön arvottaminen (tämä on iso asia ja helposti numeroitavissa)

Paikallinen kulutus voidaan laskea ja arvioida seuraavasti:

Pienissä tapahtumissa ei lasketa majoitusvaikutuksia, vaan keskitytään:

- kahvila & ravintolat
- kioskiostot
- paikalliset palvelut (liikenne, kaupat)
- tapahtuman sisäinen myynti (jos on)

Laskukaava:

Välitön vaikutus = Kävijämäärä × Keskimääräinen kulutus (5–15 €)

Pienissä tapahtumissa 5–15 € per kävijä on tutkimusten mukaan realistinen (kahvi, pulla, jäätelö, julkinen liikenne tms.). Juhlavuoden pienten tapahtumien aluetaloudellinen vaikutus kevyesti laskettuna voisi olla:

1 060 211 x 5€ → 5 301 055€

14.3 Pienten tapahtumien vapaaehtoistyön arvottaminen

Pienissä kansalaislähtöisissä tapahtumissa ei usein ole palkattuja työntekijöitä. Pienet tapahtumat eivät synny ilman vapaaehtoisia. Vapaaehtoistyön arvo voidaan laskea.

Pienissä (kansalaislähtöisissä) tapahtumissa vapaaehtoisten määrä

tyypillisesti **5–15 vapaaehtoista per tapahtuma**

(arvioitu useiden tapahtumajärjestäjien haastattelujen perusteella)

Kylä-, asukastalo-, yhdistys- ja matalan kynnyksen tapahtumissa myös **3–5 vapaaehtoisella** voidaan pyörittää koko tapahtuma.

Tutkimus- ja järjestöaineistojen perusteella vapaaehtoistehtävät ovat tyypillisesti lyhytkestoisia, mikä näkyy mm. Taloustutkimuksen 2024 laajassa vapaaehtoistutkimuksessa:

noin puolet suomalaisista kokee lyhytkestoisten ja kertaluonteisten tehtävien olevan helpoin tapa osallistua vapaaehtoistoimintaan.

Keskimääräinen tuntimäärä per vapaaehtoinen tapahtumassa

Perustuen tapahtumajärjestäjien haastatteluihin (Karvanen 2023):

- **2–4 tuntia per vapaaehtoinen** on yleisin

Joissakin pienissä kylä- ja yhteisötapahtumissa:

5–6 tuntia, jos sama vapaaehtoinen hoitaa valmistelut + puron

Pienen tapahtuman vapaaehtoisten kokonaispanos

= **10–60 vapaaehtoistuntia / tapahtuma**

Tämä vastaa yleisesti käytettyjä arvioita yhteisötapahtumien organisoinnista Suomen paikallisessa kansalaistoiminnassa.

Suomessa vapaaehtoistyön arvona käytetään yleisesti:

17–22 € / tunti

(Perustuu mm. Vapaaehtoistyön arvoa koskeviin laajasti käytettyihin kansalaisjärjestöjen ja kuntatutkimusten arvioihin.)

Laskukaava:

Vapaaehtoistyön arvo = Vapaaehtoisten määrä × Tunnit × 20 € (keskimäärin)

Juhlavuoden tapahtumien vapaaehtoistyön arvo voisi olla:

Vapaaehtoisten määrä x tunnit x 10€

14.4 Tapahtumien aluetaloudellinen vaikuttavuus

Kuopio250-juhlavuoden tapahtumat vaikuttivat paikallistalouteen monella tavalla. Vaikutukset näkyivät erityisesti työllistävyydessä, matkailussa, palveluilla ja kaupungin elinvoimassa.

Juhlavuosi ei siis pelkästään tuonut iloa ja yhteisöllisyyttä – se oli myös taloudellinen investointi Kuopion tulevaisuuteen.

Lisääntynyt matkailu vahvisti paikallistaloutta

Juhlavuoden tapahtumat toivat Kuopioon lisää kävijöitä, mikä lisäsi rahankäyttöä majoitus-, ravintola-, kahvila-, kauppa- ja kulttuuripalveluissa. Tapahtumien tavoitteena oli kasvattaa matkailutuloa ja vahvistaa kaupungin vetovoimaa, ja tämä tavoite kirjattiin osaksi juhlavuoden strategiaa.

Matkailijat viipyivät tapahtumien ansiosta pidempään ja kuluttivat enemmän, mikä vahvisti palvelujen kysyntää ja loi positiivista taloudellista liikettä koko alueelle.

Tapahtumat työllistivät ja loivat uusia työmahdollisuuksia

Tapahtumat työllistivät aina laajasti – niin tilapäisesti kuin pidemmälläkin aikavälillä. Kuopio250-vuoden aikana tarvittiin järjestäjiä, esiintyjiä, tuottajia, teknistä henkilökuntaa, turvallisuuspalveluita sekä markkinoinnin ja viestinnän ammattilaisia. Lisäksi tapahtumien tuotannoissa on tarvittu suuri määrä vapaaehtoisia toimijoita.

Tämä vahvisti sekä kulttuuri- ja tapahtuma-alan yritysten toimintaa, että loi ansaintamahdollisuuksia paikallisille toimijoille. Etenkin kulttuurialan freelancerit ovat saaneet hyvin rahoituksia tuotantojen toteutuksiin.

Uudet ja vanhat tapahtumat lisäsivät palvelujen käyttöä ympäri vuoden

Kuopio tunnetaan jo valmiiksi vahvana tapahtumakaupunkina, mutta juhlavuosi nosti tapahtumien määrän ja näkyvyyden uudelle tasolle. Suuret tapahtumat ja monet pienemmät paikallistilaisuudet toivat jatkuvaa elinvoimaa ja tasaisempaa kysyntää myös hiljaisemmille kausille.

Lisääntynyt palvelujen käyttö tarkoittaa:

- kasvavaa liikevaihtoa ravintoloille ja kahviloille
- enemmän kävijöitä museoihin, näyttelyihin ja kulttuuritapahtumiin
- lisää asiakkaita majoituspalveluille

- vilkkaampaa liikennettä kaupoissa ja tapahtuma-alueiden ympäristössä

Tapahtumien synnyttämä näkyvyys vahvisti brändiä – ja sitä kautta taloutta

Juhlavuosi toi Kuopiolle valtakunnallista huomiota ja vahvisti kaupungin brändiä elinvoimaisena, kulttuurisesti rikkaana tapahtumakaupunkina.

Vahvistunut brändi vaikuttaa myös talouteen:

- se houkuttelee uusia kävijöitä ja matkailijoita
- tukee yritysten sijoittumista ja investointeja
- lisää kiinnostusta tapahtumien järjestämiseen Kuopiossa myös tulevaisuudessa

Uudet rahoitus- ja toimintamallit loivat taloudellista vakautta

Juhlavuoden aikana ja sen kokemusten pohjalta kehitettiin myös uusia rahoitusmalleja, jotka helpottavat tapahtumien järjestämistä ja lisäävät alan taloudellista kestävyyttä pitkällä aikavälillä.

Yhteisöpalvelujen Meidän Kuopio -tuki (yhteisöpalvelut)
Uudistunut tapahtumatuki (yrityspalvelut)

Näillä muutoksilla on pysyvä vaikutus siihen, miten kaupungissa järjestetään tapahtumia ja miten niiden taloudellinen hyöty jakautuu.

14.5 Juhlavuoden laadullinen vaikuttavuus

Laadulliset vaikutukset täydentävät taloudellista hyötyä ja kertovat siitä, miten juhluvusi muutti Kuopiota kokemuksellisesti, kulttuurisesti ja kaupunkilaisten arjessa.

Laadullinen vaikuttavuus näkyy siinä, miten juhluvusi vaikutti kaupunkilaisten kokemuksiin, yhteisöllisyyteen, identiteettiin, kulttuuriseen elinvoimaan ja Kuopion imagoon. Kuopio250 jätti kaupungille pysyvän henkisen, kulttuurisen ja sosiaalisen jäljen.

Yhteisöllisyys ja yhteenkuuluvuus vahvistuivat

Juhlavuosi toi yhteen asukkaat, järjestöt, yritykset, oppilaitokset ja monet muut toimijat. Tämä lisäsi yhteisöllisyyttä ja loi tunnetta siitä, että kaupunkilaiset rakentavat kaupunkia yhdessä.

- Yhteistyön kulttuuri vahvistui, kun erilaiset toimijat oppivat tekemään yhdessä ja jakamaan resursseja. Esimerkiksi yhteistuotannot toivat monia toisilleen tuntemattomia toimijoita ja kaupunkilaisia yhteen.

- Ohjelmahaku ja tapahtumien avoin suunnittelu lisäsivät osallistumismahdollisuuksia ja sitoutuivat asukkaita.
- Vapaaehtoistoiminta ja yhdessä toteutetut projektit loivat yhteistä ylpeyden ja osallisuuden tunnetta.

Laadullinen vaikutus:

Kaupunki koki vahvaa yhteenkuuluvaisuutta – juhlavuosi teki kuopiolaisuudesta yhteisen, jaetun kokemuksen.

Kaupunkilaiset kokivat ylpeyttä ja merkityksellisyyttä

Juhlavuoden aikana syntyi henkistä pääomaa: ylpeys kotikaupungista, sen historiasta ja tulevaisuudesta.

- Tapahtumien yhteinen teema vahvisti kaupunkilaisten kokemusta kuulumisesta johonkin suurempaan.
- Merkityksellisyyttä lisäsi se, että juhlavuosi nivoi yhteen Kuopion historiaa ja nykyisyyttä näkyvillä tavoilla, kuten taideteoksilla ja kaupunkitapahtumilla.

Laadullinen vaikutus:

Kaupunkilaisten identiteetti vahvistui – kuopiolaisuus koettiin omaksi ja arvokkaaksi.

Kaupungin identiteetti ja brändi vahvistuivat kulttuurisesti

Juhlavuosi paransi Kuopion imagoa elinvoimaisena, kulttuurisesti rikkaana ja yhteisöllisenä kaupunkina.

- Kuopio nousi valtakunnalliseen näkyvyyteen kulttuurisesti kiinnostavana ja omannäköisenä tapahtumakaupunkina.
- Kaupungin brändi vahvistui erityisesti ”hyvän elämän” identiteetin ympärillä, jota juhlavuoden tarina ja tapahtumat tukivat. Voep olla -konsepti lähti elämään kaupunkilaisten puheissa ja siihen oli helppo samaistua ja tuntea ylpeyttä savolaisuudesta.

Laadullinen vaikutus:

Kuopio vahvisti mainettaan paikkana, jossa kulttuuri, yhteisöllisyys ja hyvä elämä ovat keskiössä.

Kulttuurinen elinvoima ja luovan alan toiminta kasvoivat

Juhlavuosi tarjosi tilaisuuksia kokeilla uusia taiteen ja kaupunkikulttuurin muotoja.

- Uusia tapahtumakonsepteja syntyi, ja vanhoihin tuotiin lisäarvoa juhlavuoden kautta.
- Taideprojektit, kuten valoteokset ja yhteisölliset taidehankkeet, rikastuttivat kaupunkiviihtyvyyttä.
- Luovan alan toimijoille juhlavuosi tarjosi uusia työtilaisuuksia, verkostoja ja näkyvyyttä.

Laadullinen vaikutus:

Kaupunkilaisten kulttuurikokemukset monipuolistuivat, ja Kuopio vahvisti asemaansa kulttuurisesti elinvoimaisena kaupunkina.

Kaupunkitilan kokeminen muuttui myönteisemmäksi

Juhlavuosi toi näkyviä kaupunkikulttuurin elementtejä, jotka lisäsivät viihtyvyyttä ja turvallisuuden tunnetta.

- Valotaidetapahtuma, elämykselliset ohjelmat ja julkiset teokset elävöittivät eri kaupunginosia.
- Tapahtumat toivat ihmiset ulos kohtaamaan toisiaan ja käyttämään kaupunkitilaa aktiivisesti.

Laadullinen vaikutus:

Kaupunki koettiin eloisammaksi, kauniimmaksi ja kutsuvammaksi – erityisesti pimeänä vuodenaikana.

Osallistamisen kulttuuri vahvistui – kaupunkilaisten ääni tuli näkyville

Avoimet ohjelmahaut, yhteistoiminnan malli ja laaja osallistuminen loivat ympäristön, jossa kaupunkilaisten ideat todella vaikuttivat.

- Juhlavuoden ohjelma rakentui asukkaiden ja toimijoiden ideoista.
- Kaupunki ei vain järjestänyt tapahtumia, vaan mahdollisti niiden syntymisen – tämä vahvisti osallistavaa kaupunkikulttuuria.

Laadullinen vaikutus:

Asukkaiden kokemus siitä, että he voivat vaikuttaa kaupunkiin ja sen kulttuuriin, vahvistui selvästi.

14.6 Laadullinen mittaaminen

Kuopio250-juhlavuodelle ei ole määritelty erillistä ”kulttuurisen elinvoiman mittaria”, mutta kulttuurisen elinvoiman vaikutuksia seurattiin vaikuttavuustavoitteiden, osallistamisen, ohjelman monipuolisuuden ja henkisen pääoman kehittymisen kautta.

Elinvoimaa arvioitiin seuraavien laadullisten näkökulmien kautta:

1. Osallistuminen ja toimijuus
2. Ohjelman monipuolisuus ja saavutettavuus
3. Yhteisöllisyys, henkinen pääoma ja merkityksellisyyden kokemus
4. Kuopion kulttuuri-identiteetin ja brändin vahvistuminen
5. Luovan alan toimintaedellytysten kehittyminen

Osallistumisen määrä ja laatu

Seurattiin, miten hyvin kaupunkilaiset, yhdistykset, yritykset ja yhteisöt osallistuivat juhlatuoteen.

- Projektin vaikuttavuustavoitteisiin kirjattiin kuntalaisten osallistuminen, toimijuus ja "ylpeys omasta kotikaupungista".
 - Kävijämäärä **1 060 211**
- Avoin ohjelmahaku toimi mittarina sille, kuinka aktiivisesti toimijat halusivat tuottaa sisältöä
 - **300** ohjelmaehdotusta.

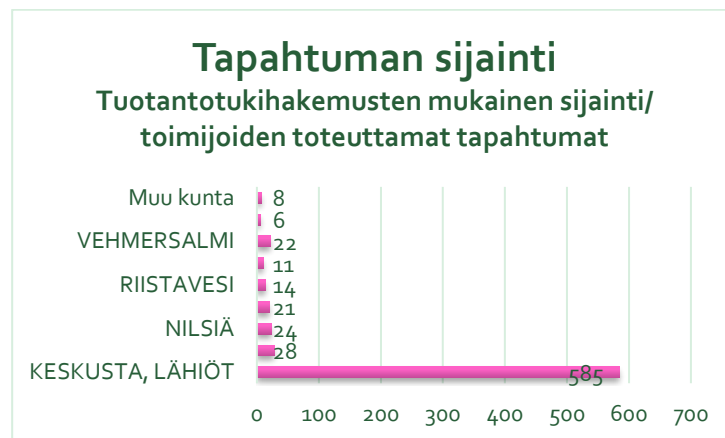
Mitä tämä kertoo elinvoimasta?

Mitä enemmän osallistumista ja omaehtoista kulttuurista sisältöä syntyi, sitä elinvoimaisempaa kulttuurikenttä nähtiin.

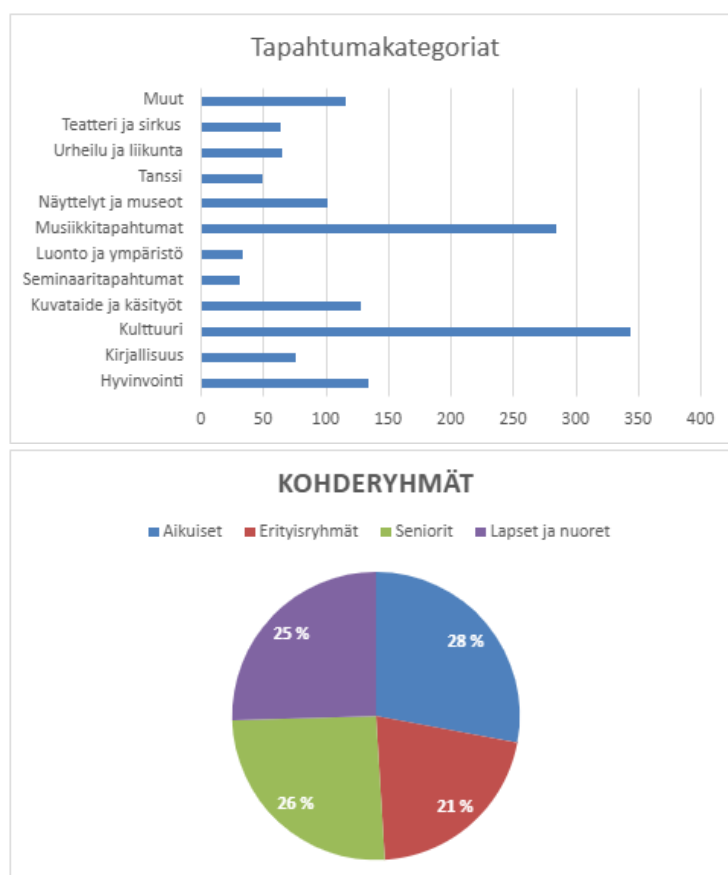
Ohjelman monipuolisuus ja saavutettavuus

Kulttuurinen elinvoima ilmenee siinä, kuinka monipuolisesti ja tasapuolisesti kulttuuri näkyy eri alueilla ja kohderyhmille.

- Tavoitteena oli, että juhlatuoden ohjelma näkyy keskustassa, lähiöissä ja maaseutualueilla, ja koskettaa kaikkia ikäryhmiä.



Huomioitavaa tapahtuman sijaintilukujen tulkintaan on, että ohjelmahaku on ollut avoin koko Kuopion alueella ja kaikkialle on mahdollistettu tapahtumien saavutettavuus. Paikallisesti on kuitenkin ollut vaihtelevuutta toimijoiden aktiivisuudessa. Suurin osa tapahtumapaikoista ja tiloista sijaitsee keskustan ja lähiöiden alueella, joka on varmasti ohjannut tapahtumatoimintaa juuri näille alueille.



Miten tätä mitattiin?

Arvioitiin ohjelman jakaumaa, kohderyhmäpainotuksia ja sitä, tavoittiko sisältö erityisesti lapset ja nuoret, kuten tavoitteissa määriteltiin.

Henkinen pääoma, yhteisöllisyys ja merkityksellisuuden kokemus

Kulttuurisen elinvoiman keskiössä on ihmisten kokemus kuulumisesta, jaetusta syntymäpäivävuodesta ja ylpeydestä.

- Projektisuunnitelma korostaa henkisen pääoman, "yhdessä tekemisen kulttuurin" ja kaupunkilaisten ylpeyden kehittymistä.

Miten tätä mitattiin?

Vaikutuksia arvioitiin palautteiden, osallistujakokemusten, tapahtumien vetovoiman ja kaupungin sisäisen yhteistyön vahvistumisen kautta.

Kaupungin kulttuuriprofilin vahvistuminen

Kulttuurinen elinvoima näkyy myös siinä, miten hyvin kaupunki rakentaa kiinnostavaa ja omaleimaista kulttuurista identiteettiä.

- Juhlavuoden tavoitteisiin kuuluivat imago vaikutukset, veto- ja pitovoima sekä tunnettuuden kasvu.

- Tämä arvioitiin juhluvuoden näkyvyydellä, medianäkyvyydellä ja kiinnostuksella tapahtumia kohtaan.

Kulttuuritoimijoiden ja tapahtumatuottajien toimintaedellytysten paraneminen

Kulttuurinen elinvoima ilmenee myös alan toimijoiden näkökulmasta: syntyikö uusia mahdollisuuksia, saiko ala lisää resursseja ja oliko yhteistyö sujuvaa.

- Projektin vaikuttavuustavoitteissa mainitaan uudet toimialat, tapahtumateollisuuden vahvistuminen ja luovan alan työmahdollisuuksien tukeminen.

- **Mukana olleet toimijat 122**

Miten tätä mitattiin?

Tarkasteltiin toimijoiden määrää, yhteistyöverkostojen kasvua ja uusia tapahtumakonsepteja.

15 Juhlavuoden palaute

Kaupunkilaisille toteutettiin palautekysely Surveypal lomakkeen kautta joulukuussa 2025. Kyselyyn vastasi 100 kaupunkilaista. Kysely julkaistiin kaupungin somekanavissa ja verkkosivuilla. Opinnäytetyötä tekevä opiskelija oli myös torilla ja pääkirjastolla toteuttamassa opinnäytteeseen liittyvää työpajaa, jossa samalla markkinoitiin myös kyselyä.

Tapahtumatoimijoille toteutettiin palautekysely tammikuussa 2025. Vastauksia saatiin 20. Kysely toteutettiin Surveypal lomakkeella, joka välitettiin toimijoille uutiskirjeen yhteydessä sähköpostilla. Viestintä kohdennettiin vain kyseiselle kohderyhmälle. Lisäksi toimijoille järjestetyssä loppuseminaarissa 28.1.2026 pidettiin työpaja, jossa kerättiin juhluvuoden kokemuksia, hyviä käytänteitä ja tulevaisuuden kehityskohteita. Työpajassa oli mukana noin 60 tapahtuma-, kulttuuri- ja matkailualan toimijaa.

15.1 Kaupunkilaisten palaute

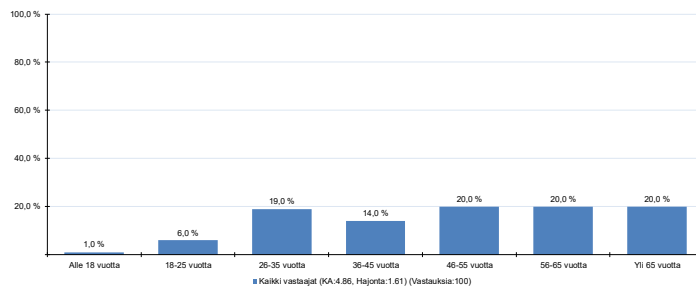
Juhlavuosi koettiin merkitykselliseksi, ja palautteissa korostui kuopiolaisten ylpeys omasta kaupungistaan. Tapahtumakokonaisuus sai erityistä kiitosta laajuudestaan ja laadustaan, ja monet jakoivat juhluvuoden sisältöjä eteenpäin ystävilleen ja sosiaalisessa mediassa.

Toisaalta osa vastaajista koki, että juhlinta olisi voinut näkyä paremmin maaseutualueilla, ja talouspolitiikan näkökulmat herättivät keskustelua rahan käytöstä. Myös verkkoviestinnän toivottiin olevan vielä selkeämpää. Kaikki eivät osallistuneet tapahtumiin, mutta yleinen tunnelma ja eri kohderyhmien huomiointi arvioitiin silti myönteisesti. Lisäksi palautteissa nousi esiin arvostus lukuisia pieniä yksityiskohtia ja yksittäisiä huomionosoituksia kohtaan, jotka rikastuttivat juhluvuotta.

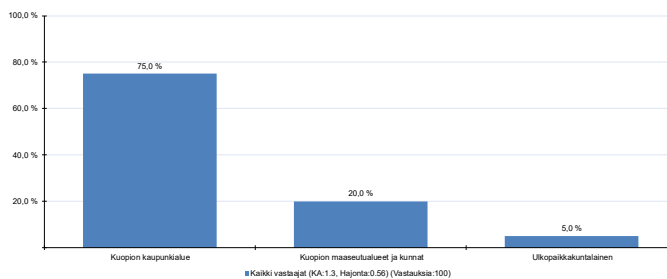
Nuorten näkemykset jäivät kyselyn vastauksissa vähälle ja vaativat jatkotutkimusta. Nuorten juhluvuoden kokemuksia selvitettiin opiskelija avulla haastattelumenetelmällä. Opiskelija haastatteli tammikuussa 2026 nuorisovaltuustolaisia, jotka toimivat nuorten kokemusten välittäjinä.

Kyselyn tuloksia:

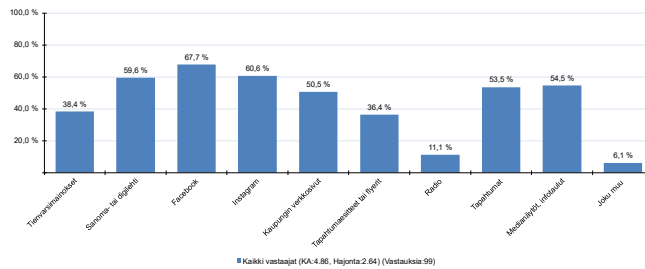
Vastaajan ikä



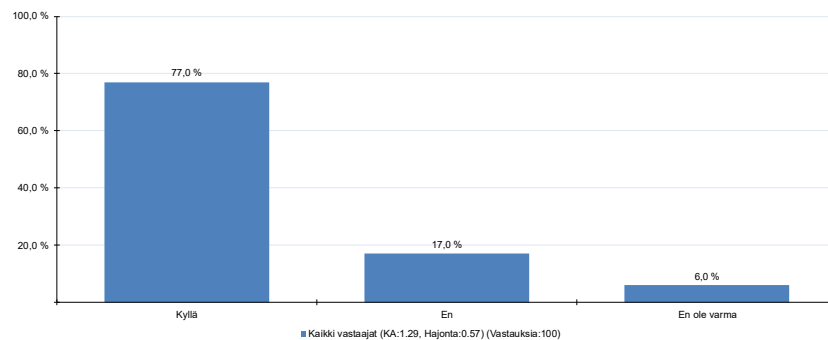
Asuinpaikka



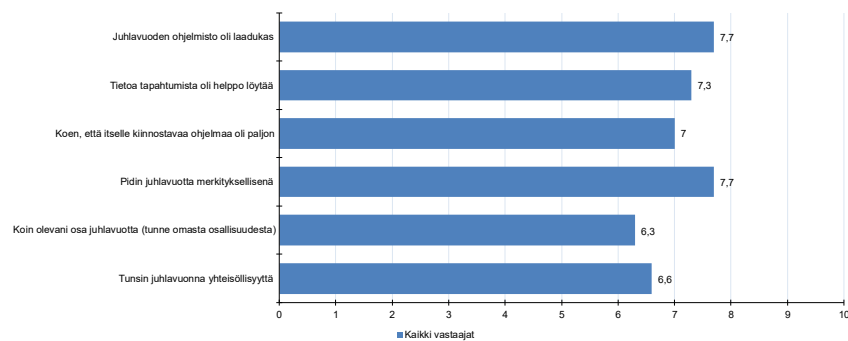
Juhlavuoden viestintä ja markkinointi: Missä kaikkialla kohtasit juhlavuoden viestintää tai markkinointia?



Osallistuitko itse Kuopio250 -juhlavuoden tapahtumaan?



Arvioi seuraavia väittämiä asteikolla 0-10 oman kokemasi perusteella



15.2 Toimijoiden palaute

Toimijoiden palautteissa korostuivat sekä onnistumiset että yhteistyön kehittämiskohteet. Kaupungin rahoituksen joustavuutta ja saavutettavuutta kiitettiin erityisesti, ja sen koettiin mahdollistaneen tapahtumia, joita ei muuten olisi pystytty toteuttamaan. Yleisöpalautteen mukaan erityisen onnistuneita olivat osallistavat, moniaistiset ja eri-ikäisiä yhdistävät sisällöt. Toisaalta osa toimijoista toivoi kaupungilta aktiivisempaa viestintää, näkyvämpää tukea ja selkeämpää yhteistyötä projektin aikana.

Lisäksi esitettiin yksittäistä palautetta esimerkiksi rintamerkin käytännöllisyydestä ja tapahtumien avajaisten edustuksesta. Kokonaisuutena juhluvuoden koettiin vahvistaneen toimijoiden yhteisöllisyyttä ja näkyvyyttä, ja useat toivoivat yhteistyön jatkuvan myös jatkossa.

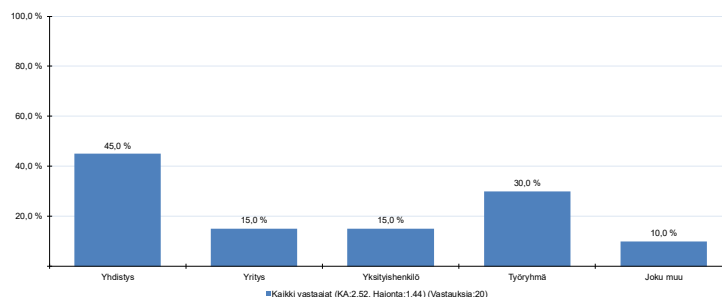
Toimijoiden palautteissa korostui tarve selkeämmälle ja ajoissa annetulle ohjeistukselle, jotta projektien laajuus voidaan suunnitella realistisesti käytettävissä olevan tuen mukaan. Osa koki myös kirjallisen ohjauksen paikoitellen epäselväksi, erityisesti lomakkeiden ja käsitteiden osalta. Yhteydenpidossa toivottiin parannusta, sillä yhteyshenkilöiden tavoitettavuus koettiin useissa tapauksissa haastavaksi sekä puhelimitse että sähköpostitse. Lisäksi toivottiin varhaisempaa vastuunjaon selkeyttämistä sekä aktiivisempaa vuorovaikutusta silloin, kun hankkeen talous- tai sisältömuutoksiin on tarpeen reagoida. Joidenkin toimijoiden mukaan prosessi toimii nykyisellään hyvin, mutta useat esittivät tarpeen sujuvammalle viestinnälle ja saavutettavuudelle koko tukiprosessin ajan.

Toimijoiden mukaan juhluvuosi toi tapahtumille ennen kaikkea lisää näkyvyyttä, uusia yleisöjä ja mahdollisuuden olla osa laajempaa kokonaisuutta. Juhlavuoden kautta syntyi yhteyksiä muihin toimijoihin ja tapahtumiin, mikä vahvisti kokemusta kuulumisesta yhteiseen ”tapahtumaperheeseen”. Useat toimijat kertoivat saaneensa lisäesityksiä, uusia yhteistyökumppaneita sekä mahdollisuuden viedä taidetta ja kulttuuria myös kaupunkialueen ulkopuolelle, esimerkiksi ilmaiskonserttien muodossa.

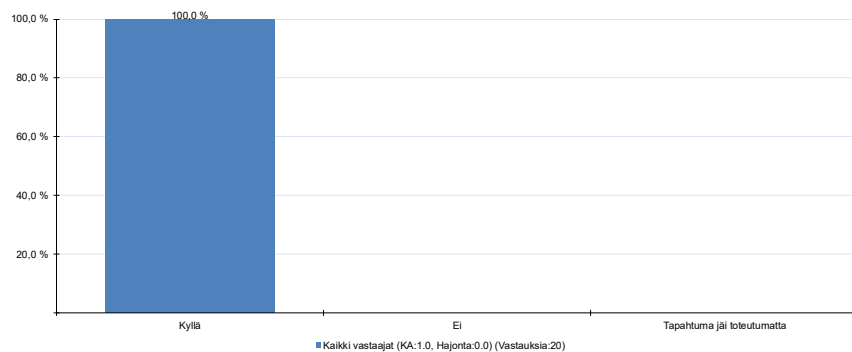
Taloudellinen ja tiedotuksellinen tuki koettiin merkittäväksi, sillä se mahdollisti uusien ideoiden kehittämisen ilman suurta taloudellista riskiä ja kannatteli toimijoita, joiden oma rahoituspohja oli heikentynyt. Moni koki, ettei tapahtumaa olisi syntynyt nykyisessä muodossaan ilman juhluvuotta. Lisäksi osallistuminen vahvisti toimijoiden omaa innostusta Kuopion historiaan ja tarjosi myönteisen, motivoivan alustan tapahtumien toteuttamiselle.

Kyselyn tuloksia:

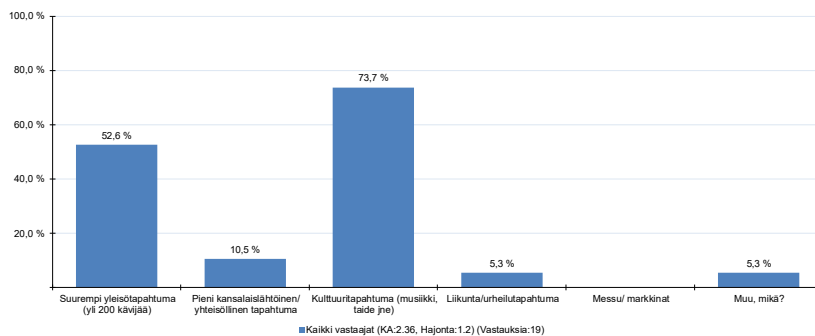
Onko vastaaja



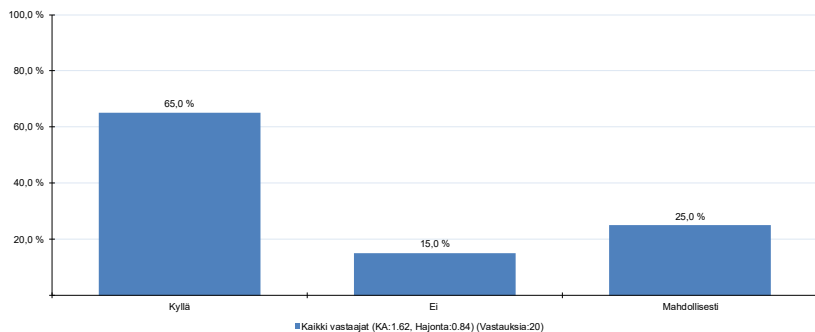
Järjestittekö tapahtuman juhluvuoden ohjelmistoon?

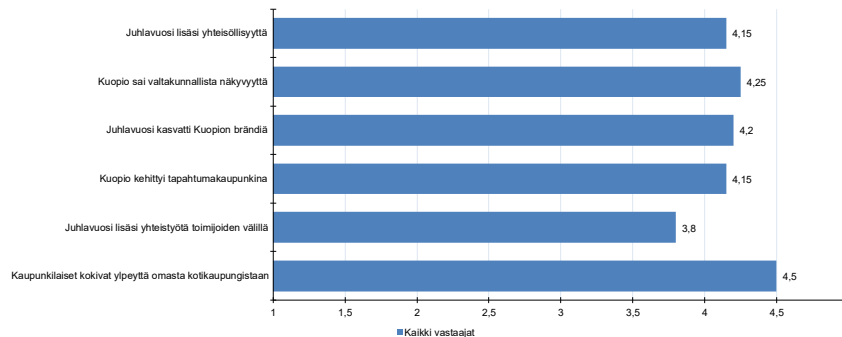


Minkä tyyppistä tapahtumaa toteutit juhluvuoden aikana?



Aiottako toteuttaa tapahtumanne uudelleen juhluvuoden jälkeen





16 Juhlavuoden jälkeen -tapahtumakaupunkina kehittyminen jatkuu

Kuopio250-juhlavuosi loi vahvan pohjan kaupungin identiteetin, yhteisöllisyyden ja tapahtumakulttuurin kehittämiseksi. Juhlavuoden ohjelmisto korosti moninaisuutta, yhdenvertaisuutta ja hyvinvointia – näiden tulisi jatkossa olla pysyviä periaatteita kaupungin tapahtuma- ja kulttuuritoiminnassa. Juhlavuoden jälkeen tehtävä työ on pitkälti toimintatapojen **juurruttamista, jatkamista ja vahvistamista**.

Juhlavuoden jälkeen olisi tärkeää edelleen jatkaa ja vahvistaa seuraavia asioita:

1. Yhteisölliset toimintamallit

Juhlavuoden osallistava ohjelmahaku ja vuoropuhelu eri toimijoiden kanssa lisäsivät yhteistyökulttuuria. Tätä tulisi jatkaa kehittämällä:

- **pysyvä, avoin yhteinen tapahtumaideointi**, jossa kuntalaiset ja toimijat voivat vuosittain ehdottaa sisältöjä
- **selkeä kumppanuusmalli**, jonka kautta taiteilijat, yhdistykset ja yritykset löytävät toisensa helpommin
- **yhteisöllisiä tapahtumaformaatteja**, kuten Leirituli-projektin kaltaisia symbolisia kohtaamispaikkoja ja freelancereiden toteuttamia pitkäkestoisia produktiota esim. kouluihin.

2. Tapahtumakaupungin kehittäminen ja uusien tapahtumien vakiinnuttaminen

Juhlavuoden aikana rakennettiin merkittävä määrä uudenlaisia tapahtumakonsepteja, joista osa voidaan vakiinnuttaa:

Vakiinnutettavat tai jatkettavat kokonaisuudet

- **Välke-valotapahtuma** ja muut valotaiteen tapahtumat, jotka vahvistivat kaupungin brändiä pimeän ajan elämyksillä

- **valmiin juhlaiviikkokonseptin hyödyntäminen**, joka voisi toimia mallina vuosittaiselle ”Kuopion viikolle” kaupunkikulttuurin ja yhteisöllisyyden esiintuomiseksi.
- **tapahtumaviestinnän vahvistaminen edelleen**, yhteistyö sisäisesti tapahtumatiimin, yhteisöpalvelujen ja viestintäyhdysheikilöiden kesken on ensiarvoisen tärkeää. Juhlavuoden aikana luotu mielikuva kiinnostavasta tapahtumakaupungista olisi tärkeää pitää yllä edelleen.

Juhlavuoden tavoitteisiin kuului kehittää pysyviä toimintamalleja tapahtuma- ja matkailualalle – tämä työ jatkuu edelleen:

- tilojen yhteiskäyttöä ja varausjärjestelmiä modernisoidaan
- tuotantomalleihin tarvitaan ennakoitavuutta ja yhteistyöalustoja
- tapahtumatoimijoille tulee edelleen tarjota koulutusta ja verkostoitumismahdollisuuksia

3.Taiteen ja kaupunkitilan kehittäminen juhluvuoden perinnön pohjalta

Juhlavuosi toi esiin, että taide ja valoteokset herättivät voimakasta kiinnostusta ja ylpeyttä. Tätä perintöä voidaan jatkaa:

- **Pysyvien taidekohteiden kartoitus ja yhteisötaiteen esilletuominen**: esimerkiksi Hiljainen kansa -teoksen kaltaiset projektit osoittivat, että yhteisötaide voi jättää konkreettisen muistijäljen.
- **Kaupunkitilan elämyksellistäminen**: juhluvuoden aikana toteutettujen valaisukokeilujen (esim. Puijon tornin tehostevalaistus) pohjalta voidaan luoda suunnitelmia pysyvämmistä visuaalisista valoratkaisuista.

4.Juhlavuoden toimintamallien juurruttaminen kaupungin strategiaan

Koska juhluvuosi nähtiin osana laajempaa muutosta kohti hyvän elämän kaupunkia, seuraavat askeleet ovat strategisia:

- kaupunkitasoiset teemat: pysyväksi yhteiseksi tavoitteeksi teemoittaa toimintaa ja tapahtumia ja toteuttaa niitä yhdessä
- kaupungin ja toimijoiden välistä kumppanuusmallia voidaan formalisoida yksinkertaisemmaksi ja ennakoitavammaksi prosessiksi
- osallistujamäärien, vaikutusten ja palautteen perusteella luodaan indikaattorit, joilla seurataan yhteisöllisyyttä, kulttuurivaikutuksia ja tapahtumatoiminnan kasvua jatkossakin pitkällä aikavälillä
- mallia voidaan hyödyntää myöhempien esimerkiksi laajojen kulttuurihankkeiden suunnittelussa: kulttuuripääkaupunkihanke ei olisi juhluvuoden kokemuksen pohjalta mahdoton ajatus!

Edellä mainittujen asioiden kehittämistä jatketaan elinvoiman- ja sivistyksen toimialoilla tapahtumien toimintamallien sekä tukimuotojen kehittämisen osalta sekä strategia- ja viestintäyksikössä tapahtumien viestinnän ja markkinoinnin osalta.

LIITE 1

KUOPIO250 JUHLAVUODEN PROJEKTIN TALOUS
TULOSLASKELMAT

VUOSI 2024

Tuloslaskelma	Talousarvio alkuperäinen	Talousarvio muutos	Talousarvio muutettu	Toteuma	Toteutunut %
+ TOIMINTAKULUT		-351 700	-351 700	-250 739,32	71,29 %
+ ...Henkilöstökulut		-111 700	-111 700	-102 112,24	91,42 %
+Palkat ja palkkiot		-93 000	-93 000	-83 504,27	89,79 %
+Henkilösivukulut		-18 700	-18 700	-18 607,97	99,51 %
+Eläkekulut		-15 800	-15 800	-16 080,18	101,77 %
+Muut henkilösivukulut		-2 900	-2 900	-2 527,79	87,17 %
+ ...Palvelujen ostot		-186 000	-186 000	-132 552,71	71,26 %
+ ...Aineet, tarvikkeet ja tavarat		-4 000	-4 000	-5 624,37	140,61 %
+ ...Avustukset		-50 000	-50 000	-10 000,00	20,00 %
+ ...Muut toimintakulut				-450,00	
+ TOIMINTAKATE		-351 700	-351 700	-250 739,32	71,29 %
+ VUOSIKATE		-351 700	-351 700	-250 739,32	71,29 %
+ TILIKAUDEN TULOS		-351 700	-351 700	-250 739,32	71,29 %
Tilikauden ylijäämä (alijäämä)		-351 700	-351 700	-250 739,32	71,29 %

VUOSI 2025

Tuloslaskelma	Talousarvio alkuperäinen	Talousarvio muutos	Talousarvio muutettu	Toteuma	Toteutunut %
+ TOIMINTAKULUT	-524 500	0	-524 500	-477 610,29	91,06 %
+ ...Henkilöstökulut	-116 500	0	-116 500	-146 929,32	126,12 %
+Palkat ja palkkiot	-97 000	0	-97 000	-122 497,60	126,29 %
+Henkilösivukulut	-19 500	0	-19 500	-24 431,72	125,29 %
+Eläkekulut	-16 600	0	-16 600	-20 935,85	126,12 %
+Muut henkilösivukulut	-2 900	0	-2 900	-3 495,87	120,55 %
+ ...Palvelujen ostot	-208 000	-195 000	-403 000	-329 761,78	81,83 %
+ ...Aineet, tarvikkeet ja tavarat		-5 000	-5 000	-830,79	16,62 %
+ ...Avustukset	-200 000	200 000	0		
+ ...Muut toimintakulut				-88,40	
+ TOIMINTAKATE	-524 500	0	-524 500	-477 610,29	91,06 %
+ Rahoitustuotot ja -kulut				-38,32	
+ ...Muut rahoituskulut				-38,32	
+ VUOSIKATE	-524 500	0	-524 500	-477 648,61	91,07 %
+ TILIKAUDEN TULOS	-524 500	0	-524 500	-477 648,61	91,07 %
Tilikauden ylijäämä (alijäämä)	-524 500	0	-524 500	-477 648,61	91,07 %

YHTEENVETO VUODET 2023-2025

Tuloslaskelma	2023	2024	2025
TOIMINTAKULUT	-49 569,43	-250 739,32	-477 610,29
...Henkilöstökulut	-19 888,32	-102 112,24	-146 929,32
.....Palkat ja palkkiot	-16 345,88	-83 504,27	-122 497,60
.....Henkilösivukulut	-3 542,44	-18 607,97	-24 431,72
.....Eläkekulut	-2 857,24	-16 080,18	-20 935,85
.....Muut henkilösivukulut	-685,20	-2 527,79	-3 495,87
...Palvelujen ostot	-29 119,71	-132 552,71	-329 761,78
...Aineet, tarvikkeet ja tavarat	-561,40	-5 624,37	-830,79
...Avustukset		-10 000,00	
...Muut toimintakulut		-450,00	-88,40
TOIMINTAKATE	-49 569,43	-250 739,32	-477 610,29
Rahoitustuotot ja -kulut			-38,32
...Muut rahoituskulut			-38,32
VUOSIKATE	-49 569,43	-250 739,32	-477 648,61
TILIKAUDEN TULOS	-49 569,43	-250 739,32	-477 648,61
Tilikauden ylijäämä (alijäämä)	-49 569,43	-250 739,32	-477 648,61