



SELVITYS JOUKKORAHOITUKSEN HYÖDYNTÄMI SESTÄ KAUPUNKI KEHITYKSESSÄ TESOMALAISILLE MERKITYKSELLISET ASIAT

SELVITYKSEN TOTEUTUS

- Ramboll Management Consulting toteuttaa Tampereen kaupungin Oma Tesoma -hankkeelle selvitystä joukkorahoituksen hyödyntämisestä kaupunkikehittämisessä.
- Selvitys koostuu kolmesta eri osasta, jotka ovat:
 - *joukkorahoitus yhteisöllisyyden tukena – hyvien esimerkkien analysointi,*
 - *tesomalaisille merkitykselliset asiat sekä*
 - *kampanjapohjat kilpailulle.*
- Selvitys toteutetaan kesä-lokakuussa 2016. Tämä kooste sisältää yhteenvedon toisessa vaiheessa kerätyistä seikoista, tesomalaisille merkityksellisistä asioista sekä heidän suhtautumisestaan joukkorahoitukseen ja tunnistettuihin mahdollisiin kampanjakohteisiin.

KOOSTEEN SISÄLTÖ

- TIEDONKERUUN TAVOITTEET JA MENETELMÄT
- TIEDONKERUUN TOTEUTUS JA TULOKSET
 - HAASTATTELUT
 - TYÖPAJA
 - SÄHKÖINEN KYSELY
- JOHTOPÄÄTÖKSET

TIEDONKERUUN TAVOITTEET JA MENETELMÄT

SELVITYS TESOMALAISILLE MERKITYKSELLISISTÄ ASIOISTA

- Tavoitteet
 - Selvittää tesomalaisilta asukkailta ja toimijoilta, millaiset asiat ovat heille merkityksellisiä asumisviihtyvyyden osalta.
 - Selvittää miten mahdolliseen joukkorahoituskampanjaan suhtaudutaan ja mitkä voisivat olla mahdollisia joukkorahoituskampanjan kohteita.
- Tiedonkeruumenetelmät
 - Haastattelut: Tesoma-päivä 28.8.2016 ja vierailu Mediapolikseen 13.9.2016
 - Työpaja Tesomalla 7.9.2016
 - Sähköinen kysely: 12.9.-2.10.2016



TIEDONKERUUN TOTEUTUS JA TULOKSET

HAASTATTELUT

HAASTATTELUT

- Haastattelut toteutettiin seuraavasti:
 - *Tesoma-päivä 28.8.2016: yhteensä 27 haastattelua*
 - *Mediapolis-vierailu 13.9.2016: yhteensä 10 haastattelua*
- Haastattelujen avulla kartoitettiin alueen asukkailta ja siellä työssäkäyville alueen viihtyisyyteen vaikuttavia tekijöitä. Lisäksi selvitettiin asenteita mahdollista joukkorahoituskampanjaa kohtaan sekä tunnistettiin mahdollisia joukkorahoituskampanjan kohteita.
- Yksittäiseen haastattelutapahtumaan osallistui vaihtelevasti yksi tai useampi henkilö. Kaikkiaan ideoita ja mielipiteitä kerättiin 48 henkilöltä.



HAASTATTELURUNKO

1. Asutko Tesomalla? Kyllä: Kuinka pitkään olet asunut täällä? Ei: Missä asut ja miksi olet tänään täällä?
2. Mitkä seikat tekevät Tesomasta miellyttävän asuinalueen/toimintaympäristön?
3. Mikäli sinulla olisi 10 000 € Tesoman kehittämiseen, mihin summan käyttäisit?
Ellei vastaaja löydä itsenäisesti kohdemahdollisuuksia, tiedustellaan a) kohderyhmää, jonka arkea tulisi tukea (lapset, nuoret, lapsiperheet, työttömät, seniorit jne.) ja/tai b) annetaan seuraavia vaihtoehtoja kehittämis-/rahoittamiskohteeksi:
 - Viher- tai virkistätymisalue, esim. toimintapuisto
 - Yhteinen kokoontumistila
 - Musiikki- tai muu kulttuuritapahtuma (näytelmä, konsertti, tanssiesitys, festivaali, markkinat)
 - Lähipalvelu, esim. lähitalokkari
 - Vähittäiskauppa, kioski tai muu palvelu
4. Edellinen kysymys liittyy meneillään olevaan selvitykseen, jossa kartoitetaan, miten joukkorahoitusta voisi hyödyntää Tesoman tulevaisuudessa. Miten tuttu joukkorahoitus toimintatapana sinulle on?
5. Mikäli Tesomalla toteutettaisiin joukkorahoituskampanja alueen viihtyvyyden edistämiseksi, mitä ajatuksia puolesta tai vastaan kampanja herättää?
6. Mikä mielestäsi olisi sopiva minimisumma, jolla itse voisit osallistua joukkorahoituskampanjaan Tesoman kehittämiseksi?
7. Millainen vastike olisi mielestäsi toimivin osallistumisellesi joukkorahoituskampanjaan?
(tuote, palvelu, käyttöoikeus, jäsenyys jne.)
8. Herääkö vielä muita ajatuksia tai kommentteja joukkorahoituksesta ja sen hyödyntämisestä Tesomalla?

TAUSTATIEDOT: Vastaajan ikä ja sukupuoli

HAASTATELTAVIEN TAUSTATIEDOT JA KESKEISET TESOMAN VIIHTYISYYTTÄ EDISTÄVÄT TEKIJÄT

Taustatiedot

- Haastatteluja tehtiin yhteensä 37 kpl. Varsinaisista haastateltavista naisia oli 22, miehiä 15. Haastatteluihin osallistui yhteensä 48 henkilöä (30 naista, 18 miestä).
- Haastatelluista 28 asui Tesomalla tai lähialueella; 9 asui muualla Tampereella
- Haastatelluista 10 työskentelee tai opiskelee Tesomalla (HUOM. asiaa tiedusteltu vain Mediapolis-haastateltavilta.)

Ikäluokka	Lukumäärä
alle 20 vuotta	0
21-30 vuotta	8
31-50 vuotta	14
51- 65 vuotta	13
yli 65 vuotta	2

Tesoman viihtyisyyttä edistävät tekijät:

- 1) Luonto (mainittiin 60%:ssa haastatteluista)
- 2) Ulkoilu- ja liikuntamahdollisuudet (38% haastatteluista)
- 3) Palvelut (= apteekki, kirjasto, kaupat, terveyskeskus; 38 % haastatteluista)

SUHTAUTUMINEN JOUKKORAHOITUSKAMPANJAAN

- Joukkorahoituksen tunnettuus jakautuu tasaisesti; noin 51%:lle haastateltavista joukkorahoitus ei ole tuttu (19 hlöä); noin 49 %:lle toimintatapa on tuttu (18 hlöä)
- 65 % vastaajista (24 haastateltavaa) piti ideaa hyvänä ja toimivana
 - *Kannattaa yrittää, ideana hieno juttu! Voi olla mukana ja vaikuttaa asioihin tällä tavalla.*
 - *Hyvä idea, se sitouttaa (on mun pennokset mukana) ja sitä kautta on mahdollisuus vaikuttaa*
 - *idea on hyvä ja voisi hyvinkin toimia, koska täällä on paljon yrityksiäkin. Yhdistyksilläkin voi olla rahaa*
 - *Hyvä juttu, jos ihmiset haluavat palveluita, he voivat niitä myös rahoittaa.*
- 27 % vastaajista (10 haastateltavaa) kyseenalaisti joukkorahoituskampanjan toimivuuden tai ei osannut ottaa asiaan kantaa
 - *En usko, että onnistuu. Asukaskunta ei ole niin varakasta.*
 - *Vaikea nähdä, että asukkaat laittaisivat omaa rahaa, ehkä pienessä mittakaavassa.*
 - *Riittääkö mielenkiinto tällaisia asioita kohtaan?*

JOUKKORAHOITUSKAMPANJAKOHTTEET 1/2

Palvelut, tapahtumat

- Kahvila, deittikahvila?
- Terveysneuvontaa vanhuksille, terveystioski kaikille
- Erilaiset tapahtumat ikäihmisille / kaikille
- Tavaroiden lainaus (ompelukone, kanootti jne.)
- Graffitien luvallinen tekemahdollisuus/-paikka

Yhteisöllisyys

- Seuraa vanhuksille + muita aktiviteettaja esim. osuuskuntien järjestämänä; vanhusten yksinäisyyteen jotain
- Nuorten kokoontumistila, nuorisokeskus? Ohjattua toimintaa nuorille
- Vanhuksille kokoustila, yhdistystoimintaankin tarvittaisiin varastoja ja toimistotiloja
- Kerhuhuone tai työhuone, jossa voisi kutoa mattoja, tehdä betonitöitä tms ja joita voisi vuokrata esim. viikkotasolla
- Paikka jonne eri ikäiset voisivat tulla tutustumaan toisiinsa ja tekemään yhdessä; it-nuoret opastavat ikäihmisiä digilaitteiden käytössä, mummut neulovat neulegraffiteja jne. Voisi vaikka adoptoida itselleen tesomalaisen mummun :-)

JOUKKORAHOITUSKAMPANJAKOHTTEET 2/2

Ympäristö, virkistymisalueet

- Yleisen siisteyden edistäminen: roskien keruu/jätehuollon kehittäminen (lisää jäteastioita & jätteenkeruuta)
- Luontopolkujen ja -reittien opastus & kunnostus
- Ympäristön valaistus, opastus ym. estetiikka
- Viihtyisyyden parantaminen (Tesomakeskus), julkisivut
- Puuhapuisto; lisää puistoja ja/tai leikkipuistoja
- Kulkureitit, esim pitkospuut
- Tesomajärvelle uimavalvoja
- Laituri + lämpimät pukeutumistilat Tesomajärven rannalle
- Rantasauna, grillikatos Tesomajärven rantaan
- Katutaidetta paikallisen taiteilijan toteuttamana

Liikuntamahdollisuudet

- Jalkapallo-/jääkiekkokentän kunnostaminen; jää/urheiluhallin uusiminen
- Urheiluhalli
- Skeittipuisto
- Lentopallokentän kunnostus
- Kiipeilyteline leikkipuistoon
- Palloiluhalliin päivätoimintaa + kaikille avoin kuntosalin
- Trampoliinipaikka tai Duudsonit Park
- Koulun kentän korjaaminen; koululaisten iltapäivätoimintaan leikkivälineitä
- Tekojää Virelään
- Kesäkampanja: Varalan urheilualan opiskelijat tutustuttaisivat lapset eri urheilulajeihin

PANOS JOUKKORAHOITUSKAMPANJAAN VS. VASTIKE

Minimisumma, jolla itse voisit osallistua joukkorahoituskampanjaan Tesoman kehittämiseksi

- 0 €: 4 vastaajaa
- Alle 20 €: 16 vastaajaa (43%)
- 10-50 €: 7 vastaajaa (19 %)
- 100 € - : 6 vastaajaa (16 %)
- EOS: 4 vastaajaa

Mielestäsi **toimivin vastike**

- Käyttöoikeus/alennus/jäsenmaksu (esim. päivän vuokra-aika toimitilaan, opastuskierros luontopolkuun, venepaikka, alennus kaupungin palveluun, superasukas-status, pullakahvit, käyttöoikeus urheilupaikkaan): 17 vastaajaa (46 % vastaajista)
- Pieni tavara (kassi, t-paita, heijastin): 4 vastaajaa
- Oma nimi: 4 vastaajaa
- EOS/ Ei itselle relevantti: 7 vastaajaa

Tärkeintä olisi saada itse päättää, milloin etuuden käyttää.. ...Käyttöoikeus tai joku hyöty, joka näkyisi omassa arjessa.. Se jo riittää, että tekee jotain yhteiseksi hyväksi. Vastike ei vaikuttaisi itselläni rahoituspäätöksentekoon..

TIEDONKERUUN TOTEUTUS JA TULOKSET

TYÖPAJA

TYÖPAJA

- Työpaja toteutettiin 7.9.2016 klo 17.30-19.00 Tesoman palloiluhallilla. Työpajan tavoitteena oli haastattelujen tapaan kartoittaa joukkorahoitusidean saamaa vastaanottoa sekä mahdollisia joukkorahoituskampanjan kohteita.
- Työpaja kutsua välitettiin Tesoma-päivässä 28.8. sekä Oma Tesoma –hankkeen viestintäkanavissa (kotisivut, Facebook, sähköpostikutsut).
- Työpajaan tavoiteltiin 25-30 osallistujaa. Työpajaan ilmoittautui 6 henkilöä, joista paikalla oli 5.
- Työpajan ohjelma oli seuraava:

17:30-17:35	Tervetuloa työpajaan!
17:35-17:50	Joukkorahoitus, mitä se on ja mitä sillä voidaan saavuttaa
17:50-18:00	Villit ideat – mitä joukkorahoituksella Tesomalle?
18:00-19:00	Pienryhmäkeskustelu Rambollin fasilitoimana

Ohjattu keskustelu joukkorahoituksesta, teemojen ja ideoiden tunnistaminen

Yksityiskohtaisempi keskustelu mielenkiintoisimmista, joukkorahoitettaviksi sopivista kohteista

TYÖPAJAN OSALLISTUJAT JA YLEINEN SUHTAUTUMINEN JOUKKORAHOITUKSEEN

- Osallistujia viisi henkilöä:
 - Ikäjakauma 3 keski-ikäistä, 2 eläkeläistä
 - Sukupuolijakauma: 2 naista ja 3 miestä

Yleistä

- Osallistujien mielipide joukkorahoituksesta oli varovaisen myönteinen (kaikille joukkorahoitus ei ollut entuudestaan tuttu)
- Tunnistetut kampanjakohteet ryhmiteltiin teemoihin 1) Julkiset tilat/ympäristö 2) Tapahtumat 3) Liikunta ja urheilu 4) Palvelut
- Kampanjaideoita tunnistettiin ja ideoitiin eri ikäryhmille; jotkut ideoista koskettivat vauvasta vaariin
- Toteutus ja menestys ovat tarinasta kiinni
- Osallistujien oli haastavaa tunnistaa, mikä taho voisi vastata kampanjan vetämisestä

JOUKKORAHOITUSKAMPANJAN MAHDOLLISET KOHTEET 1/2

Julkiset tilat/ympäristö:

- Tilataideteos esim. uuteen hyvinvointikeskukseen tai liikenneympyrään
- Vesitornin valaistus
- Puistonpenkit, erilaisia, vahvatekoisia penkkejä (asukkaat voisivat osallistua suunnitteluun; vastikkeena nimilaatta penkkiin)
- Suihkulähde: talvella valaistu, esim. nimikoidut mosaiikkipalat vastikkeena
- Läpinäkyvä lieriö, johon kerätään ympäristön roskat: tekisi vallitsevan ongelman, roskaamisen näkyväksi) -> Kun tietty määrä roskaa kerätty, voisi järjestää vaikka pienen katujuhlan aiheen kunniaksi? Mahdollisia haasteita toteutukselle: Aiheutuuko hajuhaittoja? Vähentäisikö viihtyisyyttä vaikka tarkoitus päinvastainen?
- Graffitien tekomahdollisuus nuorille (julkisten tilojen koristaminen, esim. vesitornin maalaaminen yksi vaihtoehto)
- Tesomajärven rannalle grillikatos

Toteutus tulisi olla näkyvällä paikalla, jotta mahdollisimman moni pääsisi siitä nauttimaan.

JOUKKORAHOITUSKAMPANJAN MAHDOLLISET KOHTEET 2/2

Liikunta ja urheilu

- Oppimista edistävä liikuntapuisto
- Skeittiparkki 2.0 (nuoret mukaan ideointiin)

Tapahtumat

- Bluesfestivaalit (vetonaulana Erja Lyytinen, Heikki Silvennoinen jne. ; mukana paikalliset osajat/esiintyjät = brändäys, nuorten omien bändien esiinmarssi)

Palvelut

- Tavaroiden lainauskerho/-piiri/- koppi, työvälineiden lainaamo (paikallinen palvelu; valvonnan/opastuksen tarve)
- Kaiken kansan kahvila: kokoontumispaikka kaiken ikäisille -Erytishuomio syrjäytymisvaarassa oleviin -> haaste: miten saada tällaiset henkilöt tulemaan kahvilaan
 - Lautapeliä pelausmahdollisuus, pelikonsolit
 - Neulontamahdollisuus, 'ompeluseura'
 - Teematapahtumat (deitti-ilta jne.)
 - Lemmikeille avoin kahvila (tietysti ajankohdat)
- Ikäihmisille kuljetuspalvelu tilaisuuksiin/tapahtumiin. Voisiko tässä olla tilausta sosiaaliselle yritykselle (ei pelkästään Tesomalla vaan laajemmin)?

TIEDONKERUUN TOTEUTUS JA TULOKSET

SÄHKÖINEN KYSELY

SÄHKÖISEN KYSELYN TOTEUTUS

- Kampanja Aamulehden www-sivuilla sekä kyselyn markkinointi Oma Tesoma-hankkeen viestintäkanavia pitkin (kotisivut, Facebook)
- Kampanja-aika 12.9.-2.10.2016, tavoitteena 30 vastaajaa.
- Määräaikaan mennessä kyselyyn vastasi 243 henkilöä.
- Tekninen toteutus: Alma-verkostossa oleva banneri, josta pääsy sähköiseen kyselyyn. Kampanjan näkyvyys kohdennettiin Tesomalle ja sen lähialueille (postinumerot **33310** - Tesoma, Ristimäki, Tohloppi; **33300** Tampere – Rahola; **33270** Tampere – Epilä, Kaarila, Hyhky, **33340** Tampere – Ikuri, Haukiluoma, Lamminpää).
- Kampanja oli nähtävissä verkkoselaimessa niin pöytäkoneella, tabletilaitteissa kuin älypuhelimessa; mobiili 20 000 näyttöä, dekstop 20 000 näyttöä
- Vastaajien kesken arvotaan elokuvalippuja sekä lahjakortteja K-Supermarket Länsiporttiin : 3 kpl á 50 €:n arvoisia lahjakortteja sekä 2 kpl neljän kappaleen Finnkinon leffalippupaketteja



Paraati

Koko 980 x 400 px

Aineisto 80 kt



Yläparaati

Koko 600 x 600 px

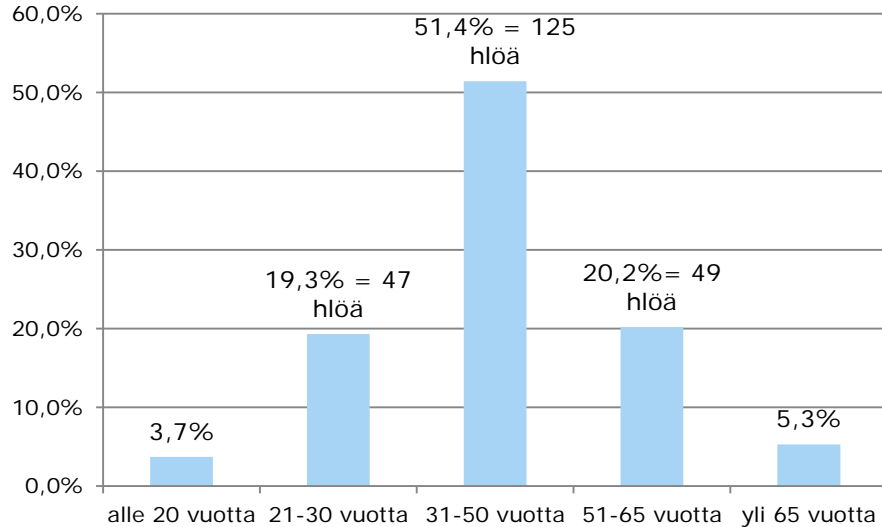
Aineisto 60 kt

KYSELYRUNKO

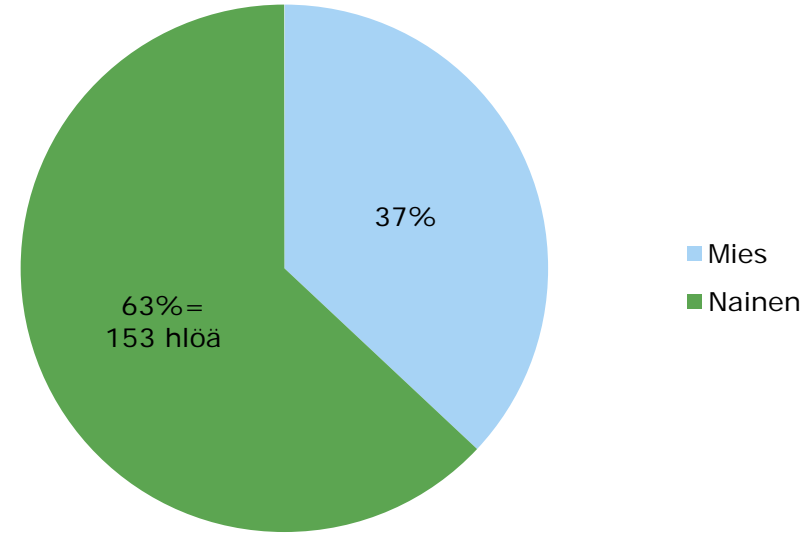
- Miten tunnet joukkorahoitusta?
 - Olen kuullut joukkorahoituksesta.
 - Olen osallistunut joukkorahoituskampanjaan.
 - Olen ollut toteuttamassa joukkorahoituskampanjaa.
 - En ole kuullut joukkorahoituksesta aikaisemmin.
- Mikä tai mitkä seuraavista rahoituskohteista soveltuisivat joukkorahoituskampanjaksi Tesomalla? Voit nimetä myös oman ehdotuksesi. (KYSYMYSPAKOLLINEN)
 - Liikuntamahdollisuuksien lisääminen
 - Valo-/ympäristö-/tilataide
 - Yhteinen kokoontumistila
 - Kioski, kahvila, ravintola tms.
 - Aktivoiva palvelu, esim. ohjattu vapaa-ajantoiminta
 - Tesoman oma tapahtuma, esim. musiikki- / elokuvafestivaalit
 - Jokin muu, mikä (AVOIN)
- Kuinka todennäköisenä pidät osallistumistasi Tesomalla järjestettävään joukkorahoituskampanjaan? Valitse yksi seuraavista vaihtoehdoista.
 - Osallistumiseni on hyvin todennäköistä.
 - Osallistumiseni on melko todennäköistä.
 - Osallistumiseni on melko epätodennäköistä.
 - Osallistumiseni on hyvin epätodennäköistä.
 - En osaa sanoa
- Millä summalla voisit osallistua joukkorahoituskampanjaan?
 - Alle 10 €
 - 11-20 €
 - 21-30 €
 - 31-50 €
 - 51-100 €
 - Yli 100 €
- Mitä ajatuksia joukkorahoituksen hyödyntäminen Tesomalla sinussa herättää? (AVOIN VASTAUS)
- TAUSTATIEDOT: Vastaajan ikä ja sukupuoli

KYSELYVASTAAJIEN TAUSTATIEDOT (N=243)

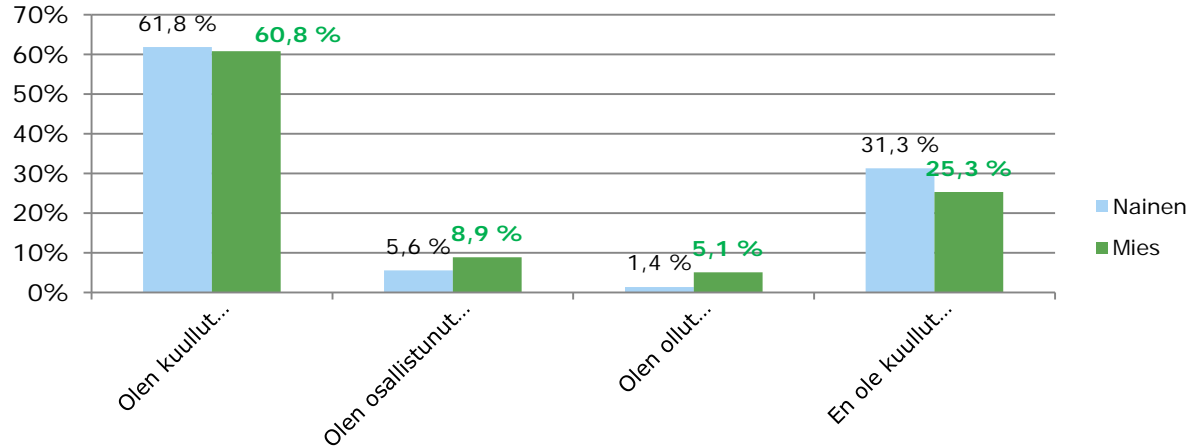
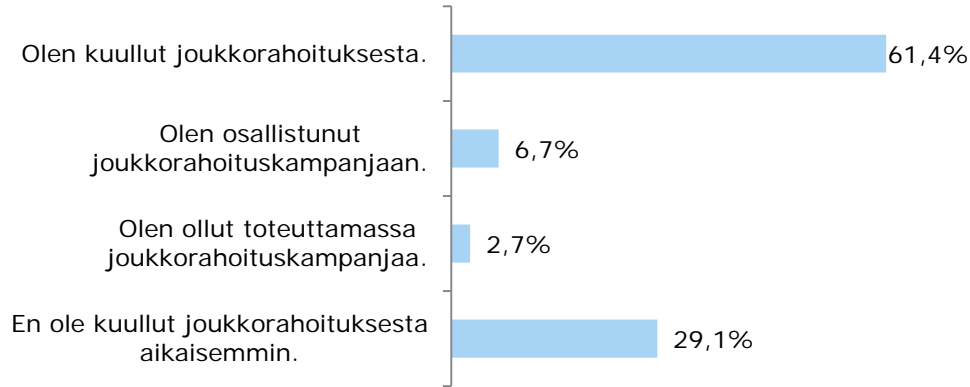
Vastaajien ikäjakauma



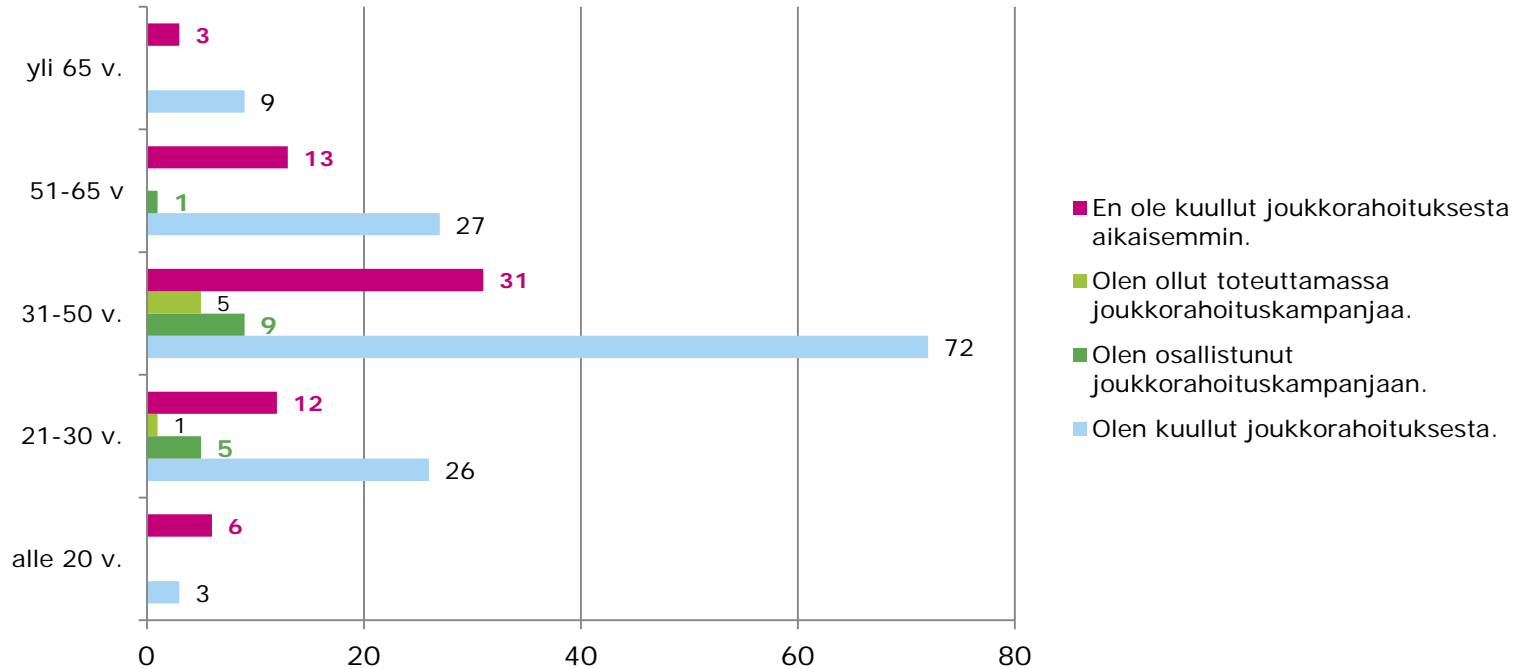
Vastaajien sukupuolijakauma



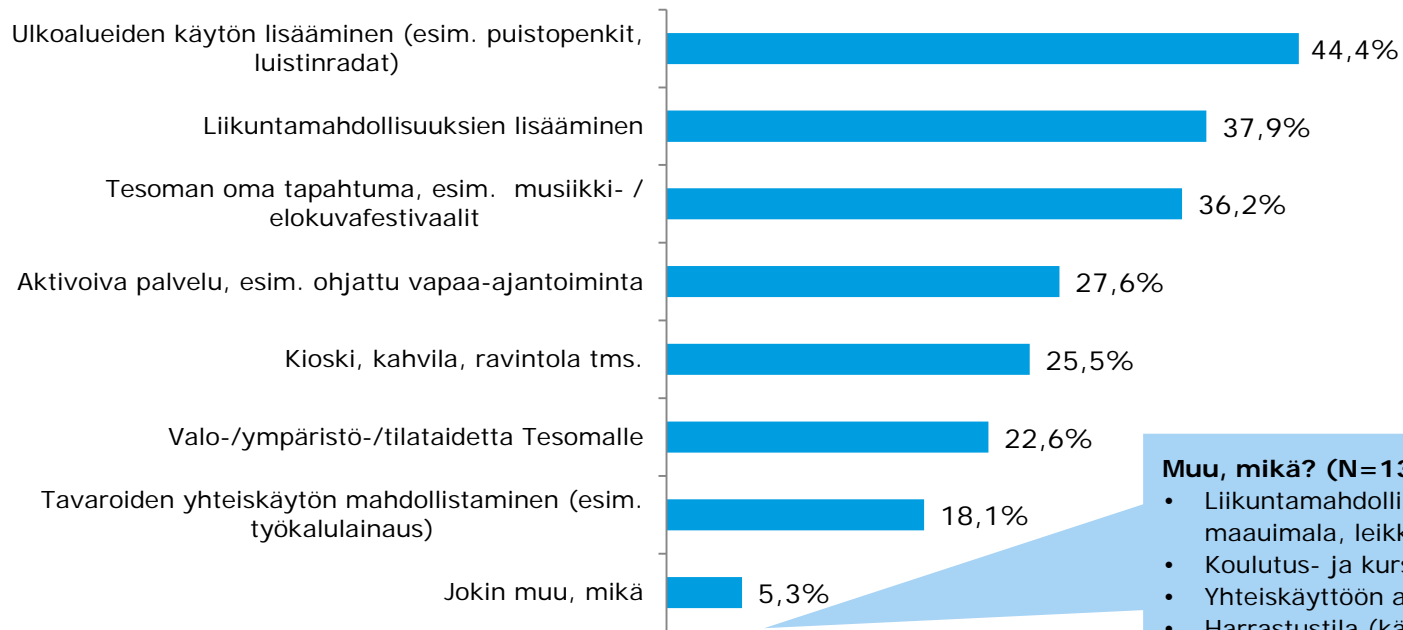
JOUKKORAHOITUKSEN TUNNETTUUS 1/2 (N=223)



JOUKKORAHOITUKSEN TUNNETTUUS 2/2 (N=223)



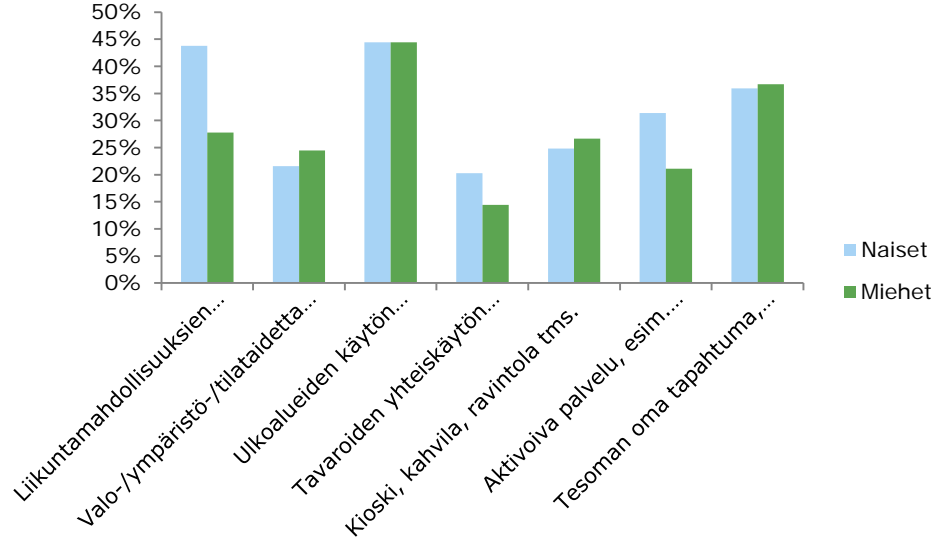
SUOSITUIMMAT JOUKKORAHOITUSKAMPANJATEEMAT (N= 243)



Muu, mikä? (N=13)

- Liikuntamahdollisuudet: jääkiekkokaukalot, maauimala, leikkipuisto/pelikenttä
- Koulutus- ja kurssitoimintaa
- Yhteiskäyttöön auton/pakettiautonvuokraus
- Harrastustila (käsityöt, ei ohjattua)
- Taide
- Lasten tapahtumat
- Turvallisuuden parantaminen
- Yleisen siisteyden ylläpito, valvontaa/vartiointia julkisilla paikoilla iltaisin jotta alueesta tulee turvallisemmän tuntuinen.

KAMPANJATEEMAT HUOMIOIDEN VASTAAJAN SUKUPUOLI (N=243)



	Naiset	Miehet
Ulkoalueiden käytön lisääminen (esim. puistopenkit, luistinradat)	44 %	44 %
Liikuntamahdollisuuksien lisääminen	44 %	28 %
Tesoman oma tapahtuma, esim. musiikki- / elokuvafestivaalit	36 %	37 %
Aktivoiva palvelu, esim. ohjattu vapaa-ajantoiminta	31 %	21 %
Kioski, kahvila, ravintola tms.	25 %	27 %
Valo-/ympäristö-/tilataidetta Tesomalle	22 %	24 %
Tavaroiden yhteiskäytön mahdollistaminen (esim. työkalulainaus)	20 %	14 %

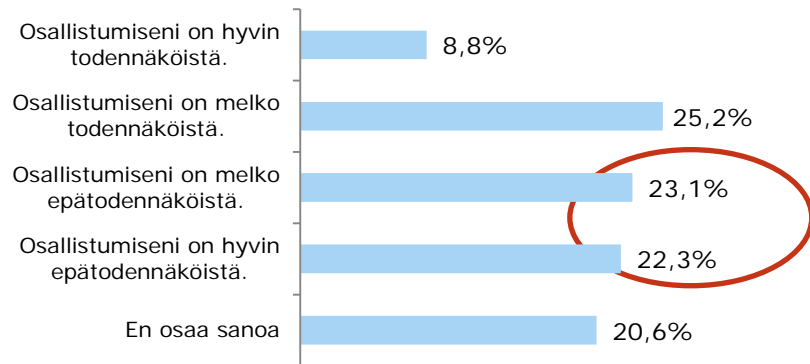
KAMPANJATEEMAT HUOMIOIDEN VASTAAJAN IKÄ (N=243)

	alle 20 v.	21-30 v.	31-50 v.	51-65 v.	yli 65 v.
Ulkoalueiden käytön lisääminen (esim. puistopenkit, luistinradat)	18 %	20 %	21 %	23 %	21 %
Liikuntamahdollisuuksien lisääminen	5 %	22 %	20 %	7 %	21 %
Tesoman oma tapahtuma, esim. musiikki- / elokuvafestivaalit	23 %	10 %	18 %	24 %	5 %
Aktivoiva palvelu, esim. ohjattu vapaa-ajantoiminta	9 %	15 %	13 %	11 %	5 %
Kioski, kahvila, ravintola tms.	18 %	14 %	11 %	10 %	16 %
Valo-/ympäristö-/tilataidetta Tesomalle	27 %	10 %	9 %	13 %	16 %
Tavaroiden yhteiskäytön mahdollistaminen (esim. työkalulainaus)		8 %	8 %	11 %	16 %
Vastaajat yhteensä per ikäryhmä	22	119	269	87	19

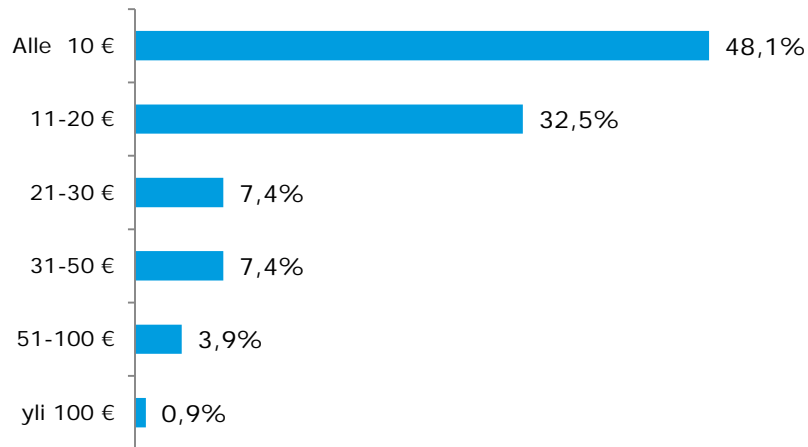
Taulukossa prosenttiosuudet esittävät ao. ikäryhmän jakaumaa eri kampanjateemoihin.

OSALLISTUMI SHALUKKUUS JOUKKORAHOITUSKAMPANJAAN

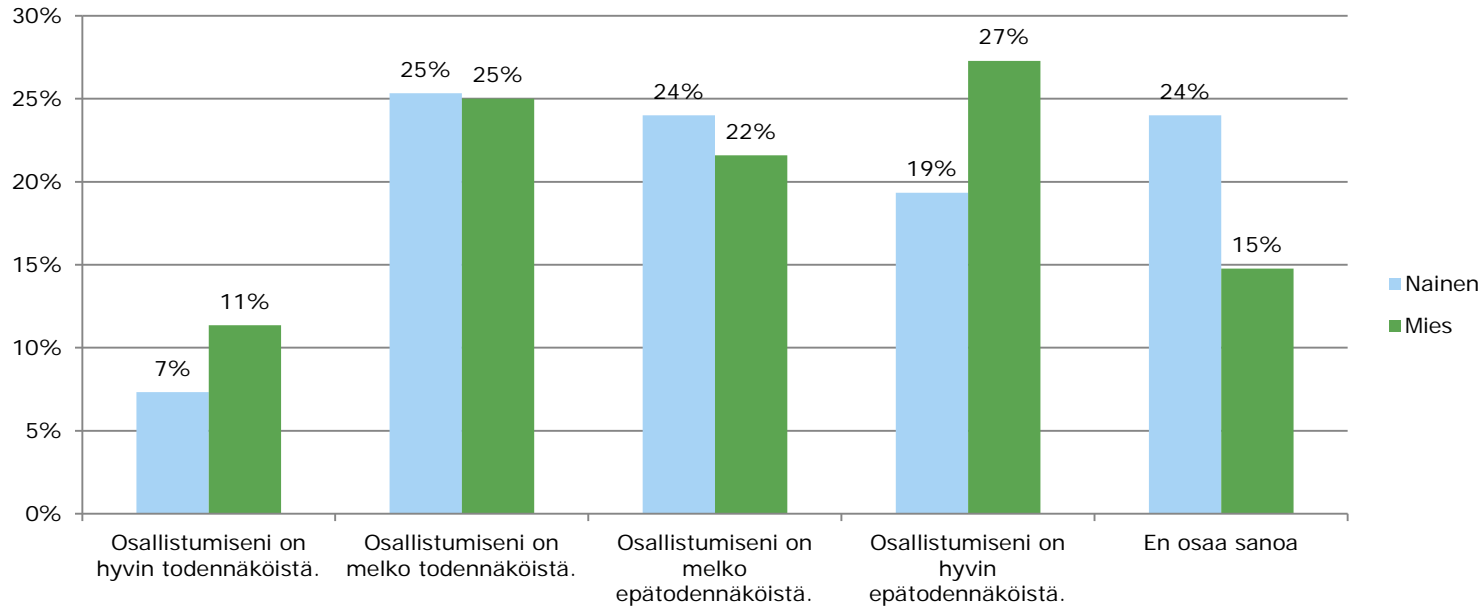
Todennäköisyys osallistumiselle Tesomalla järjestettävään joukkorahoituskampanjaan (N=238)



Sijoitettava summa, arvio (N=231)



OSALLISTUMI SHALUKKUUS JOUKKORAHOITUSKAMPANJAAN SUKUPUOLEN MUKAAN (N=238)



Osallistumisen todennäköisyys ei suuresti eroa mies- ja naisvastaajien välillä. Yleisesti noin 34% vastanneista arvioi osallistuvansa kampanjaan ja 45 % kokee osallistumisensa olevan hyvin/melko epätodennäköisenä.

OSALLISTUMISHALUKKUUS JOUKKORAHOITUSKAMPANJAAN IÄN MUKAAN (N=238)

	alle 20 v.	21-30 v.	31-50 v.	51-65 v.	yli 65 v.
Osallistumiseni on hyvin todennäköistä.		4 %	11 %	13 %	
Osallistumiseni on melko todennäköistä.	44 %	19 %	29 %	19 %	23 %
Osallistumiseni on melko epätodennäköistä.		26 %	28 %	15 %	15 %
Osallistumiseni on hyvin epätodennäköistä.	56 %	23 %	20 %	21 %	23 %
En osaa sanoa		28 %	13 %	32 %	38 %

Taulukossa prosenttiosuudet esittävät ao. ikäryhmän jakaumaa väittämä-vaihtoehtoihin.

JOUKKORAHOITUSKAMPANJAAN KÄYTETTÄVÄ SUMMA SUKUPUOLEN JA IÄN MUKAAN (N=231)

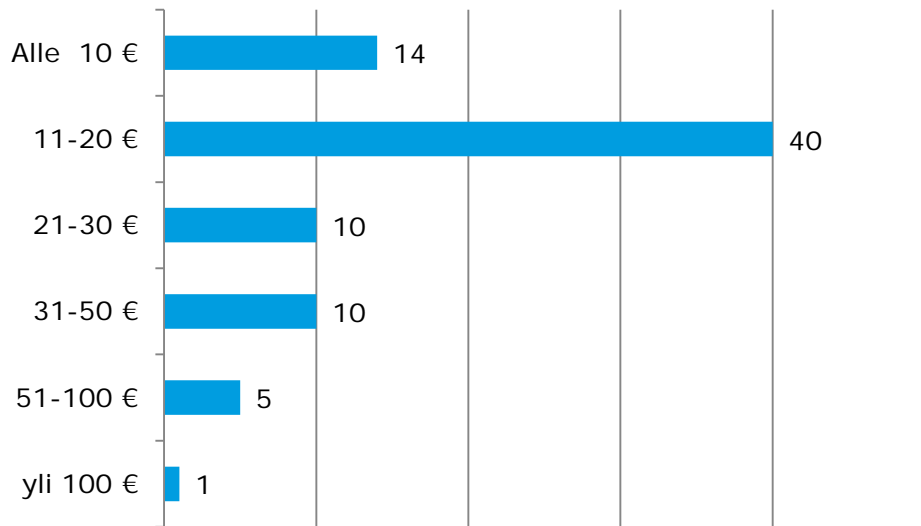
	Naiset	Miehet
Alle 10 €	52 %	41 %
11-20 €	32 %	33 %
21-30 €	8 %	7 %
31-50 €	5 %	11 %
51-100 €	3 %	5 %
yli 100 €		2 %

	alle 20 v.	21-30 v.	31-50 v.	51-65 v.	yli 65 v.	YHTEENSÄ
Alle 10 €	4	24	50	23	10	111
11-20 €	2	13	45	14	1	75
21-30 €	3	2	6	4	2	17
31-50 €		4	9	4		17
51-100 €		1	7	1		9
yli 100 €			2			2
	9	44	119	46	13	

Naisista 52 % ja miehistä 41% arvioivat osallistuvansa alle 10 €:n panoksella. Alle 20 €:n panoksella kampanjaa osallistunee 84 % naisista ja 74 % miehistä. Yli 30 €:n lahjoituksen arvioi tekevänsä 18 % miehistä mutta vain 8 % naisista. (Naisvastaajia yhteensä 144 hlöä, miesvastaajia 87 hlöä)

54% 21-30-vuotiaista arvioi sijoittavansa kampanjaan alle 10 €, vastaava luku 51-65-vuotiaiden ryhmässä on 50% ja 31-50 -vuotiaiden keskuudessa 42%. 37 %

MELKO TAI HYVIN TODENNÄKÖISESTI OSALLISTUVIEN HENKILÖIDEN ARVIO SIIJOITTAMASTAAN SUMMASTA JOUKKORAHOITUSKAMPANJAAN (N=82)



AJATUKSIA JOUKKORAHOITUSKAMPANJASTA (N=83)

- ❖ Lähtökohtaisesti kyselyyn vastaajat kokevat idean joukkorahoituksesta virkistävänä, uutena ja kannatettavana.
- ❖ Avoimeen kysymykseen vastasi **83** henkilöä, joista **48** kannatti joukkorahoituskampanja- ajatusta. Suoranaista kritiikkiä/epäileviä kommentteja joukkorahoitusta kohtaan antoi **23** henkilöä (28 % kysymykseen vastanneista).
 - *Tervetulleita uusia juttuja, käytäntö osoittaa, ovatko yleishyödyllisiä.*
 - *Joukkorahoitus on hyvä mittari sille, haluaako ihmiset kyseistä kohdetta tai asiaa tukea, vaiko ei.*
 - *Hyvä malli saada asukkaat osallistumaan ja motivoitumaan alueen kehittämiseen. Lisää myös vastuullisuutta yhteisistä tiloista ja ympäristöstä*
 - *Parhaassa tapauksessa joukkorahoitus ja sen tiimoilla tapahtuva yhdessä tekeminen edistäisivät yhteisöllisyyttä ja kulttuurien välistä vuoropuhelua. Yhdessä tekemisen myötä ennakkoluulot yleensä haihtuvat ja voidaan ehkäistä jopa syrjäytymistä. Toisaalta, minulla on sellainen käsitys, että Tessulla asuu aika varatonta porukkaa*
 - *Lähtökohtaisesti verovaroilla tulisi voida hankkia liikuntaan tarvikkeet ym. sekä penkkejä tms.*
 - *En ihmettele, että Tesomaa kehitetään joukkorahoituksella, kun kunnan rahat haaskataan tunneleihin, parkkihalleihin ja tarpeettomaan byrokratiaan. Sentään lisää keskustelua, yhteistyötä ja yhteisöllisyyttä.*
 - *En ole varma joukkorahoituksesta... Mihin ne rahat oikeasti menee, saanko minä mitään rahoille vastineeksi, saadaanko rahat tarpeeksi?*

JOHTOPÄÄTÖKSET

OSALLISTUMISHALUKKUUS

40% (115/285)
selvitykseen
osallistujista arvioi
osallistuvansa
joukkorahoitus-
kampanjaan
Tesomalla

- Reilulle 60 % selvitykseen osallistuneista joukkorahoitus oli entuudestaan jollain tavalla tuttu.
- Asenne joukkorahoitusideaa kohtaan on pääsääntöisesti myönteinen, osittain jopa innostunut. Haastateltavat hiukan innostuneempia kuin sähköiseen kyselyyn vastaajat; EOS-vastaajia 15-20% osallistuneista.
- Kritiikki kohdistuu mm. kaupungin rooliin aluekehittäjänä (verovarot), alueen pienituloisten suureen osuuteen sekä itse toteutukseen (kuka hallinnoi, valvoo; mitä tuottoa sijoitukselle, miten hyödyttää kaikkia).
- Suurin osa vastaajista arvioi oman taloudellisen panoksensa joukkorahoitukseen olevan maksimissaan 20 €.
- Vastikkeista suosituin on palvelu/aineeton vastike; osalle vastaajista vastike ei ole rahoituspäätökseen vaikuttava tekijä.
- Osallistumishalukkuus ei riipu osallistujan sukupuolesta.
- 31-50-vuotiaat ovat todennäköisin, osallistumishalukkein ikäryhmä.

JOUKKORAHOITUSKAMPANJAKOHTTEET

Suosituimmat kampanjateemat olivat:

- 1) Ulkoalueiden parantaminen, valaistus, tilataide, siisteys
- 2) Tesoman oma tapahtuma
- 3) Liikuntamahdollisuuksien lisääminen.

Myös aktivoivat palvelut, kokoontumistila sekä kioski/kahvilapalvelut saivat kannatusta.

Ulkoalueiden parantaminen, valaistus, tilataide, siisteys

- Ulkoilu- ja virkistysalueiden siisteys (metsät, rannat)
- Luontopolut
- Laituri, pukukoppi, grillikioski
- Tesomajärven rantaan
- Jätehuollon kehittäminen
- Katutaide, graffitit

Liikuntamahdollisuuksien lisääminen

- Puuhapuistot, teemapuistot
- Skeittipuisto
- Kiipeilyteline, trampoliini
- Tekojää
- Jalkapallo-/jääkiekko-/lentopallokenttä
- Päivätoimintaa + kuntosali palloiluhalliin

Tesoman oma tapahtuma (esim. Tesoma Blues)

Yhteisöllisyyden edistäminen

- Kaiken kansan kahvila
- Nuorisokeskus, kokoontumispaikka nuorille
- Harrastetila, kerhuhuone
- Työkalujen vuokraus, yhteiskäyttö
- Aktivoiva palvelu ja kokoontumistila vanhuksille (ml. kuljetuspalvelu)

YHTEYSTIEDOT

Henri Lahtinen

henri.lahtinen@ramboll.com

040 7796 975

Hanna Koskela

hanna.koskela@ramboll.com

0400 745 605