**Alueellisen kaupunkikulttuurin tuotannon rautalankamalli**

Alueellisen kaupunkikulttuurin tuotannon rautalankamalli syntyi Helka ry:n ja Vyyhti -hankkeen yhteistyöprojektina järjestetyn Minun tapahtumani 2012 -koulutuskokonaisuuden päätteeksi. Rautalankamallin luomiseen osallistui alueellisen kaupunkikulttuurin ja kaupunginosayhdistystoiminnan konkareita Helsingin kaupunginosista.

Rautalankamallin on tarkoitus toimia suuntaa-antavana, muovattavana ja aikataulutusta helpottavana työkaluna kaupunginosatoimijoille. Ajatus rautalankamallista syntyi tahdosta jakaa kokemuksia, osaamista ja toimivia käytäntöjä uusille kaupunginosatoimijoille.

Koulutuskokonaisuuden suunnittelijana ja ohjaajana oli Vyyhti –hankkeen projektisuunnittelija Susanna Snellman ja rautalankamallin ilmeestä vastasi projektituottaja Nikita Gavrilenko.

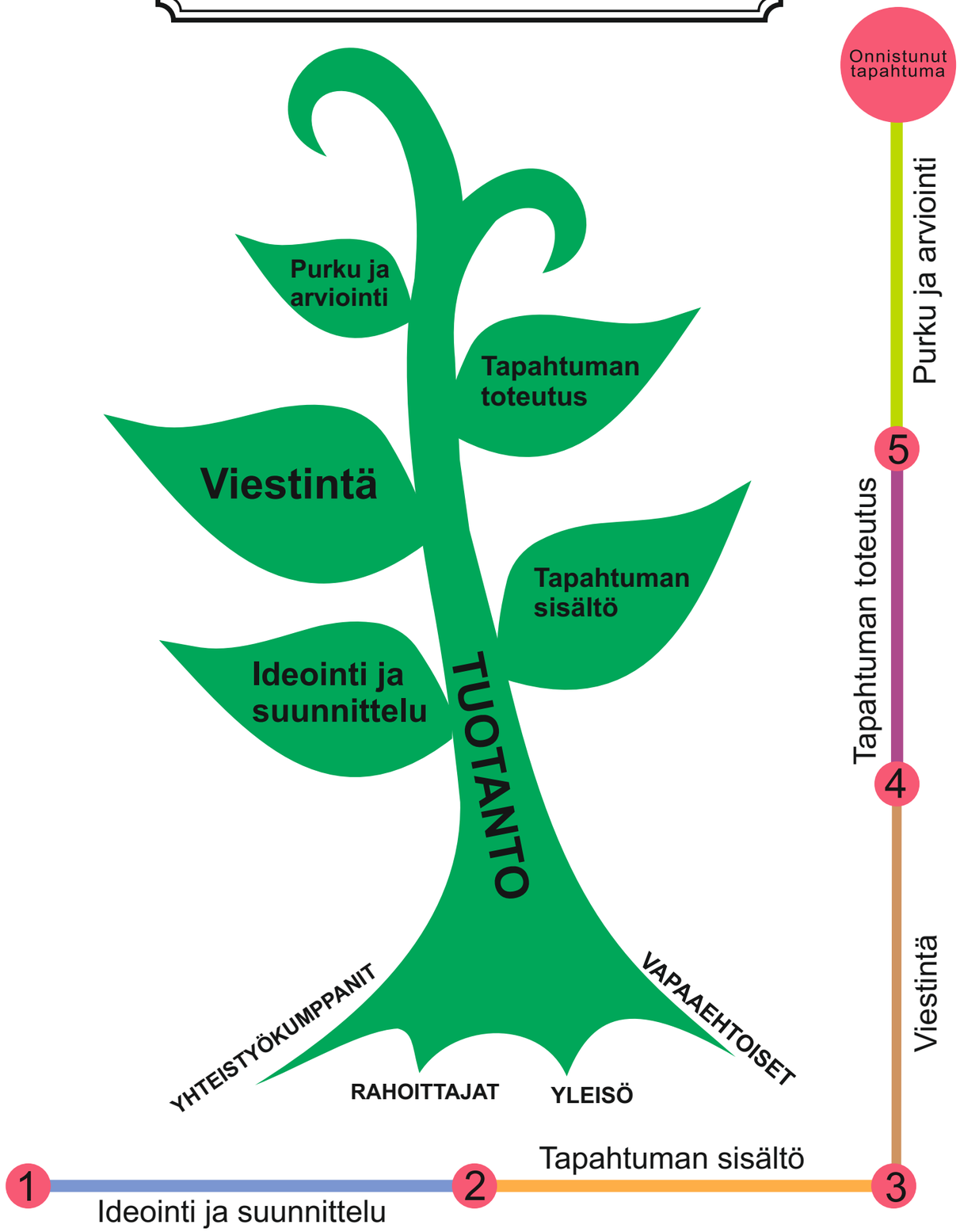
Lisätietoja alueellisen kaupunkikulttuurin rautalankamallista löytyy Vyyhti –hankkeen internetsivuilta vyyhti.metropolia. fitai sähköpostitse susanna.snellman@metropolia.fi

Euroopan unioni
Euroopan sosiaalirahasto
Vipuvoimaa EU:lta 2007–2013
Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus
Metropolia

# Kaupunkikulttuurin tuotannon rautalankamalli

Susanna Snellman & Nikita Gavrilenko
Vyyhti -hanke

# Tärkeimmät osa-alueet




# Osa-alueet yksityiskohtaisesti

**1**

- Teema ja kohderyhmän määrittely
- Tapahtuman ajankohta
- Suunnitteluprosessin aikataulutus
- Tapahtumapaikan valinta
- Tiedonkeruu aikaisemmista tapahtumista ja muiden alueiden rinnakkaistoiminnasta
- Budjetointi ja seuranta (pääsymaksut, apurahat, ilmoitustulot, vuokrat, luvat jne.)
- Turvallisuus
- Suunnittelun työvälineet (Google docs ym.)
- Työryhmän kokoaminen ja vapaaehtoiset
- Vastuutus (kuka, mitä)

**2**

- Tapahtuman ohjelma (juontaja, esiintyjät ym.)
- Tapahtumapäivän aikataulu
- Tapahtumapäivän vastuu
- Visuaalinen ilme (logo, juliste jne.)

**3**

- Kutsut
- Lehdistötiedote
- Sissimarkkinointi
- Mediat (radio, tv, paikallislehdet, tapahtuma-kalenterit, kaupunginosasivut, ilmoitustaulut, flyerit, postilaatikkojako, viidakkorumpu, sosiaalinen media)
- Alueen toimijoiden välinen yhteistyö
- Kaupunginosayhdistysten välinen yhteistyö
- Markkinointisuunnitelma (sisäinen viestintä, ulkoinen markkinointi)

**4**

- Rakennus
- Purku
- Siivous
- Kalusto
- Työnjako
- Vapaaehtoisten huomiointi (ruoka, kahvi, tauko, ohjeistus)
- Sponsorinäkyvyys ja sponsoreiden huomiointi
- VIP/kutsuvieraat
- KIITOKSET

**5**

- KIITOKSET
- Palaute (yleisöpalaute, sisäinen arviointi: plussat/miinukset+kehittämistarpeet)
- Raportoinnit (esim. apurahat)
- Tilitykset (palkat, laskut)
- Jatkuvuus
- Jälkimarkkinointi
- Sponsoreiden kiitokset
- Jälkitiedote
- KIITOKSET