

UKIBID

Loistavaa!

Loiston aika aloite

Loiston aika - aloitteen tiivistelmä

Loiston aika tekee Uudenkaupungin syksystä ja talvesta elämyksellisen ja kaupallisesti kiinnostavan sesongin. Kokonaisuus yhdistää tapahtumat, valaistuksen, yritysten kampanjat ja kaupunkitilan tunnelman yhdeksi tunnistettavaksi teemaksi. Tavoitteena on lisätä keskustan vetovoimaa ja luoda vuosittain toistuva pimeän vuodenajan sesonki.

Hyöty yrittäjälle:

Loiston aika tuo lisää asiakasvirtoja hiljaisempaan vuodenaikaan ja auttaa yrityksiä tekemään syksystä ja talvesta paremman myyntikauden. Yrittäjät voivat liittää omat tuotteensa, palvelunsa ja kampanjansa yhteiseen näkyvään kokonaisuuteen helposti. Tunnelmallinen kaupunkiympäristö ja yhteinen markkinointi lisäävät viihtyvyyttä, viipymää ja ostamista keskustassa.

Max budjetti 19 000 / 9 000 euroa mm. kampanjamateriaalit ja koordinointi. 10 000 euroa valaistuskokeilu.

Ma 20.4.26 päätettäväksi

Budjetti

- osakokonaisuuksien suuruus?

Kilpailutus

- miten kilpailutetaan?
 - käännteinen kilpailutus?
- tarjota voi koko kokonaisuudesta tai sen osista



1. Taustaa

Uudessakaupungissa halutaan vahvistaa pimeään vuodenajan vetovoimaa ja kaupallista elinvoimaa.

Loiston aika on yhteinen kampanjakokonaisuus, joka rakentuu syksystä talveen sijoittuvien tapahtumien, yritysten oman tekemisen ja kaupunkitilan elämyksellisyyden ympärille.

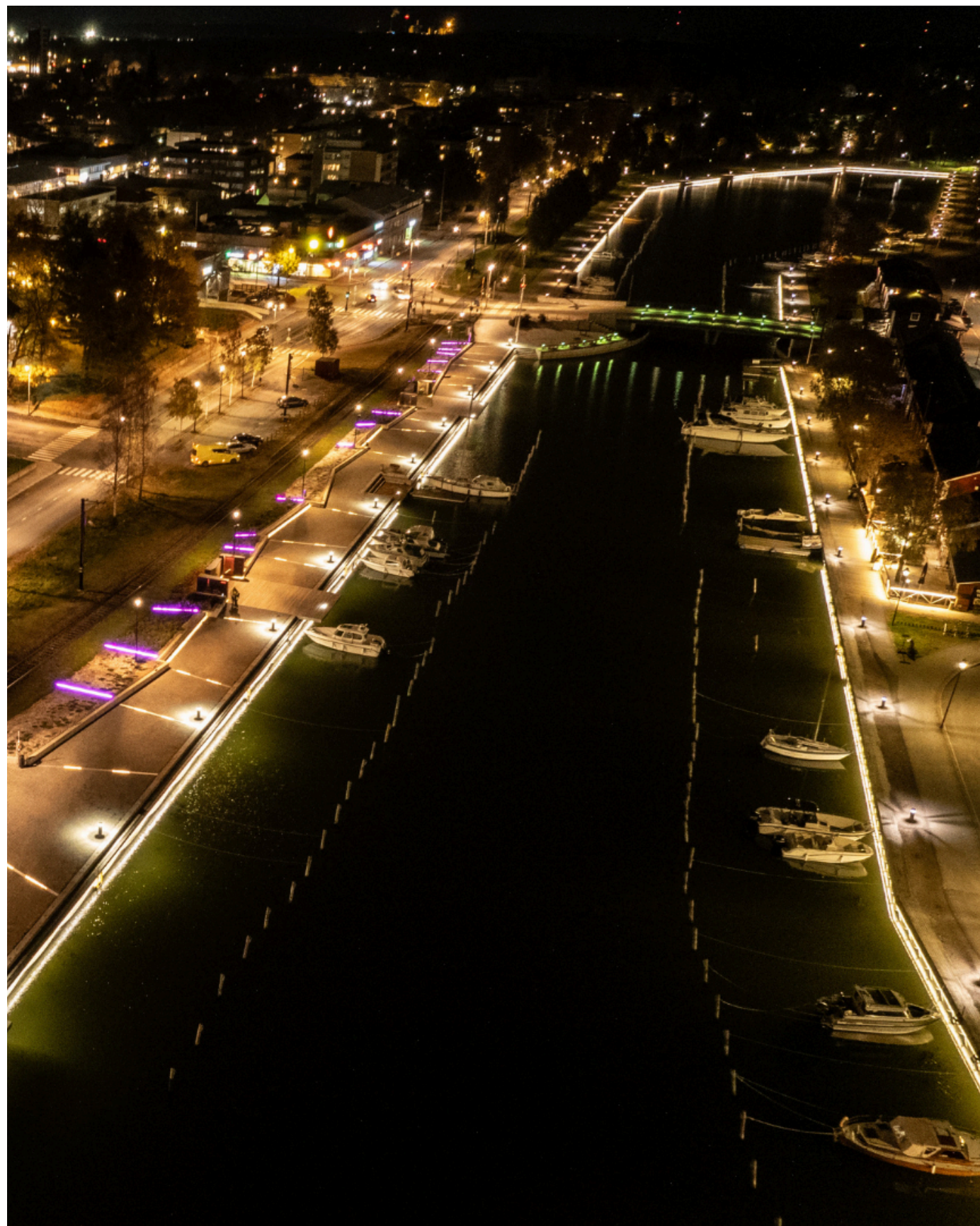
Kyse ei ole yksittäisestä tapahtumasta, vaan tavasta tehdä pimeästä ajasta houkutteleva, elävä ja kaupallisesti kiinnostava sesonki, jossa:

- tapahtumat tuovat asiakaspiikkejä
- yritykset täydentävät kokonaisuutta omilla sisällöillään (tarjoukset, elämykset, esillepanot)
- kaupunkitila rakentaa tunnelmaa valaistuksen ja teemallisuuden kautta

Tavoitteena on:

- lisätä asiakasvirtoja ja viipymää keskustassa
- tuoda näkyväksi alueen tarjontaa pimeänä vuodenaikana
- luoda tunnistettava ja toistuva kokonaisuus, jota voidaan kehittää vuosittain

Kokonaisuus ei ole ennalta lukittu, vaan täydentyy ja elää toimijoiden mukana.



Mitä Loiston aika sisältää tai voi sisältää jatkossa

Loiston aika rakentuu pimeään vuodenajan tapahtumien, yritysten oman tekemisen ja kaupunkitilan tunnelman ympärille, yhdistäen ne yhdeksi tunnistettavaksi kokonaisuudeksi. Sen taustalla toimii Uudenkaupungin merellinen historia ja 1800-luvun “loiston aika”, joka tuo teemaan oman kerroksensa: valo, lämpö ja elämä pimeän keskellä.

Kokonaisuus voi sisältää mm.:

Tapahtumat ja ajankohdat

Syksystä talveen sijoittuvat tapahtumat, kuten Lyhtyjen yö, Venetsialaiset, loppuvuoden tapahtumat ja joulukausi. Ne rytmittävät kautta ja tuovat kävijäpiikkejä.

Yritysten oma tekeminen

Teemaan kytkeytyviä tuotteita, palveluita ja kampanjoita – esimerkiksi kynttiläillat, valaistus näyteikkinoissa, sesonkitarjoukset ja elämykselliset sisällöt. Yritykset tuovat jatkuvuuden tapahtumien väliin.

Kaupunkitila ja ympäristö

Valaistus, valoelementit ja merellinen miljöö, jotka tekevät kaupungista houkuttelevan myös pimeänä aikana.

Yhteistä näkyvyyttä ja kampanjointia

Yhtenäinen ilme ja viestintä, joka kokoaa yksittäiset tekemiset yhdeksi tunnistettavaksi kokonaisuudeksi.



2. Tavoite

Loiston ajan tavoitteena on **vahvistaa Uudenkaupungin keskustan vetovoimaa** erityisesti pimeänä vuodenaikana ja kääntää sesonki kaupalliseksi mahdollisuudeksi.

Tarkoituksena on lisätä asiakasvirtoja keskustaan sekä kannustaa viipymään pidempään ja asioimaan useammassa paikassa saman käynnin aikana. Samalla tavoitteena on tuoda näkyväksi alueen monipuolinen tarjonta myös ajankohtana, joka on perinteisesti hiljaisempi.

Loiston aika rakentaa Uudenkaupungille **tunnistettavaa ja toistuvaa sesonkia**, joka kokoaa tapahtumat, yritysten tekemisen ja kaupunkitilan yhdeksi kokonaisuudeksi. Tavoitteena on, että kokonaisuus ei jää yksittäisiksi tempauksiksi, vaan muodostaa jatkuvan ja kehittyvän toimintamallin.

Keskeistä on myös **tukea yritysten omaa liiketoimintaa tarjoamalla yhteinen teema ja näkyvyys**, jonka avulla ne voivat liittää omat tuotteensa, palvelunsa ja sisältönsä osaksi laajempaa kokonaisuutta.

Pidemmällä aikavälillä tavoitteena on rakentaa Loiston ajasta vakiintunut osa Uudenkaupungin vuosikelloa sekä alusta, jota voidaan laajentaa, kehittää ja hyödyntää vuosittain eri tavoin.

1. Kevyt kampanja

Loiston aika toteutetaan kevyenä, yhteistyöhön perustuvana kampanjana, jossa keskeinen sisältö syntyy paikallisten toimijoiden tekemisestä ja yhteisestä näkyvyydestä. Kampanja kannustaa myös asukkaita osallistumaan esimerkiksi valaistuksen, esillepanojen ja yhteisöllisten teemojen kautta.

2. Kevyt koordinointi

Kokonaisuutta koordinoidaan kevyesti ulkopuolisen toimijan toimesta. Koordinoinnin tehtävänä on koota kampanjan sisällöt yhteen, huolehtia niiden yhtenäisyydestä sekä varmistaa, että kokonaisuus etenee suunnitellusti.

3. Suunnittelu ja ideointi

Suunnittelua ja ideointia voidaan tehdä myös paikallisesti esimerkiksi työpajojen tai pienempien suunnitteluryhmien kautta, mikäli toimijoilla on kiinnostusta osallistua. Tällä varmistetaan, että kokonaisuus rakentuu aidosti paikallisista lähtökohdista.

4. Visuaalinen ilme

Kampanjaa varten luodaan yhteinen visuaalinen ilme, joka on yritysten ja toimijoiden käytettävissä omassa viestinnässä, markkinoinnissa ja esillepanoissa. Ilmeen tarkoituksena on tehdä kokonaisuudesta tunnistettava ja yhdistää yksittäiset tekemiset samaan kokonaisuuteen.

5. Yhteinen tunnus

Kampanjalle määritellään myös yhteinen tunniste (hashtag) / ja logo, jota toimijat voivat käyttää omassa sisällössään. Tunniste kokoaa eri toimijoiden tekemisen yhteen ja tekee kampanjasta näkyvän digitaalisissa kanavissa. Visuaalisen ilmeen ja tunnisteen käyttö on toimijoille maksutonta, mutta niiden käyttöä ohjataan kevyesti, jotta kokonaisuus säilyy yhtenäisenä ja tunnistettavana.

6. Pienet teot yhteen suuntaan

Loiston aika rakentuu useista pienistä teoista, jotka yhdessä muodostavat laajemman kokonaisuuden – kampanja ei ole yksittäinen tapahtuma, vaan tapa tehdä pimeästä vuodenajasta elävä ja houkutteleva.



5. Hankinnan alustava malli

Loiston ajan toteutusta varten hankitaan rajattu kokonaisuus, joka tukee kampanjan käynnistämistä ja näkyvyyttä syksy–talvi 2026.

Hankinta kohdistuu erityisesti kampanjan visuaaliseen toteutukseen, sisältöihin sekä niiden kokoamiseen yhdeksi kokonaisuudeksi.

Hankinta toteutetaan käänteisenä kilpailutuksena. Hankinta toteutetaan osissa.

Hankinnan kokonaisbudjetti on arviolta **19 000 – 20 000 €**.

Visuaalinen ilme 2 000 – 3 000 €

Kampanjalle luodaan tunnistettava ja helposti sovellettava visuaalinen ilme, joka toimii eri kanavissa ja tilanteissa. Kokonaisuus sisältää päävisuaalin (esim. julistekäyttöön) sekä sovellettavat pohjat, joita voidaan hyödyntää somessa, printissä ja yritysten omassa viestinnässä. Ilmeen tulee olla selkeästi käytettävissä monitoimijaympäristössä ja tukea kampanjan tunnistettavuutta.

Kampanjasisällöt ja somemarkkinointi 3 000 €

Kampanjaan tuotetaan rajattu määrä valmiita sisältöjä, jotka perustuvat tilaajan ja paikallisten toimijoiden materiaaleihin.

Sisältöihin sisältyy esimerkiksi somesisältöjen suunnittelu, maksullinen somemarkkinointi, julkaisut sekä kampanjan rytmitys. Tavoitteena on luoda yhtenäinen ja aktiivinen näkyvyys kampanjan aikana.

Sisältöjen koordinointi 3 000 €

Kampanjan toteutus edellyttää eri toimijoiden tuottamien sisältöjen kokoamista ja jalostamista yhteiseen käyttöön. Valittava toimija vastaa materiaalien kokoamisesta, muokkaamisesta kampanjakäyttöön sekä kokonaisuuden yhtenäisyyden varmistamisesta. Koordinointi on luonteeltaan kevyttä ja kohdistuu erityisesti sisältöjen hallintaan ja kampanjan etenemisen tukemiseen.

Ulkomainonta (julisteet, kadunvarsimainonta) / diginäytöt ja screenit 1000 €

Valaistuskokeilu vuokrausperiaatteella 10 000 €





6. Jatkokehittäminen ja mahdolliset lisäosat lisäbudjetilla

Loiston ajan toteutusta varten hankitaan rajattu kokonaisuus, joka tukee kampanjan käynnistämistä ja näkyvyyttä syksy–talvi 2026.

Hankinta kohdistuu erityisesti kampanjan visuaaliseen toteutukseen, sisältöihin sekä niiden kokoamiseen yhdeksi kokonaisuudeksi.

Näkyvyyden laajentaminen

Kampanjaa voidaan laajentaa digitaalisen näkyvyyden lisäksi fyysiseen ympäristöön ja laajemmalle alueelle.

- ulkomainonta (julisteet, kadunvarsimainonta) 2 000 – 6 000 €
- diginäytöt ja screenit 2 000 – 5 000 €
- laajempi alueellinen markkinointikampanja 3 000 – 10 000 €

Valaistus ja elämyksellisyys

Kokonaisuutta voidaan vahvistaa näkyvillä ja koettavilla vuokrattavilla elementeillä kaupunkitilassa.

- pienet valaistuselementtikokeilut 2 000 – 5 000 €
- laajemmat valaistuselementtikokeilut 5 000 – 20 000 €
- valaistuskokeilut reiteille 5 000 – 15 000 €

Kumppanuudet ja mahdollinen uusi tapahtumallinen kärki

Erityisesti valaistukseen ja näkyviin toteutuksiin voidaan hakea kumppaneita, jotka mahdollistavat suuremmat kokonaisuudet.

- pääkumppanuudet (esim. energia-alan toimijat)
- teemakohtaiset yhteistyöt
- näkyvyyteen perustuvat kumppanuusmallit





6. Esimerkkejä aktivoinneista ja valaistuksista

Loiston aika rakentuu useista pienistä teoista, joita yritykset ja toimijat voivat toteuttaa omista lähtökohdistaan.

Mahdollisia aktivointeja voivat olla esimerkiksi:

- Pimiperjantai – kontrasti ja elämyksellisyys
- Kynttiaamiaiset / illat ja teemalliset illalliset
- Valaistut näyteikkunat ja esillepanot
- Sesonkitarjoukset ja teemakampanjat
- Pienet tapahtumat ja elämykset
- Hämärän hyssysaunat torialueella tai yrityksissä
- Valoteemaiset muotinäytökset
- After ski -tyyppiset tapahtumat ja viikonloput
- Valoelementit keskeisiin kohteisiin (esim. Pasklahti)
- Sisääntuloväylän valoelementti (Valon portti)
- Reittien ja julkisten tilojen valaistuksen korostaminen
- Kilpailu parhaasta ikkunavalaistuksesta
- Tulitaide ja valoshow't
- Teemalliset sauna ja hyvinvointikokonaisuudet
- 1800-luvun teeman hyödyntäminen tapahtumissa
- Yritysten teemapaketit (pukeutuminen, tuotteet, miljöö)

6. Yhteystiedot

Las Palmas - Lounaiskulman matkailu- ja
palveluklusterihanke
Ukipolis Oy

projektipäällikkö Soile Vahela, 044 773 2219,
soile.vahela@ukipolis.fi

projektikoordinaattori Anni Kauppila, 044 773 2214,
anni.kauppila@ukipolis.fi

