



Rahoituksen hakija (www-sivulle)

Hakijan nimi/Hankkeen hallinnoija (yritys/virasto/tms.):

Finlandia-talo Oy

Hankkeen perustiedot (www-sivulle)

Hankkeen nimi:

Uusiutu Töölönlahden puisto/Karamzininranta uudeksi tapahtuma-alustaksi

Hankkeen kokonaisaikataulu (kk.vvv – kk.vvv):

1.2.2016 -30.9.2017

(www-sivulle)	2016	2017	2018
Innovaatorahastosta haettava rahoitus (euroa)	50 000	40 000	
Oma rahoitus (euroa)	20 000	10 000	
Muu rahoitus (euroa)	20 000	10 000	
Yhteensä (euroa)	90 000	60 000	

Hankkeen yhteistyökumppanit (www-sivulle)

Yhteistyökumppanit kaupungin sisällä:

HKR, Helsingin Markkinointi Oy, Helsingin kaupungin elinkeinotoimisto/kaupunkimarkkinointiyksikkö

Yhteistyökumppanit kaupungin ulkopuolella:

Bright, Stop-teltat, Alvar Aalto-säätiö, Kanresta Oy + lähituottajat, Suomen elokuva-arkisto, Storyhill, tutkimuskumppani esim. Laurea ammattikorkeakoulu. Finlandia-talo Oy:n palkkalistoilla on vain kolmisenkymmentä työntekijää, joten toimintatapa on jo valmiiksi verkostoitunut alan muiden osaajien ja ammattilaisten kanssa.

Tiivis kuvaus hankkeen keskeisestä sisällöstä (www-sivulle)

Hankkeen tärkeimmät tavoitteet:

Uudentyyppiset monimuotoiset tapahtumat Töölönlahden alueelle kaupunkilaisille matkailijoille ja (vrt. esim. Wienin ulkoilmakonsertit)

Hankkeen konkreettinen sisältö lyhyesti:

Töölönlahden puistoalueen kehittäminen on tällä hetkellä kaupungille strategisesti merkittävä. Finlandia-talo haluaa omalta osaltaan tukea tätä alueen kehittämistä kehittämällä ja käynnistämällä uutta liiketoimintaa yhdessä eri yrityskumppaneiden kanssa. Finlandia-talolla on jo olemassa oleva struktuuri ja osaaminen tapahtumien toteuttamiseen talon seinien sisäpuolella, ja nyt tätä osaamista on tarkoitus hyödyntää ja jakaa kumppaneille uudenlaisen tapahtumaliiketoiminnan luomiseksi talon ulkopuolelle. Hankkeen tavoitteena on luoda toimiva tapahtuma-alusta Helsingin uusitulle Töölönlahden alueelle Karamzininrantaan. Hankkeessa selvitetään minkä tyyppisellä kulttuurituotannolla on mahdollisuus jatkossa menestyä kaupallisesti yrittäjien vetämänä, millaiset ovat yrittäjien tarpeet uusille tapahtumille ja uudelle tapahtuma-alueelle, mikä eniten kiinnostaa kaupunkilaisia ja matkailijoita (esim. konserttitaltioinnit, kv.-ooppera- ja teatterinäytännöt, elokuva-arkiston leffat, erilaiset performanset ja esitykset), millaisesta kulttuurisällöstä ollaan valmiita maksamaan, mitkä olisivat sopivat esitysajat ja mille alueelle ulkoilmateatteri (tai monitoimilava) kannattaa pystyttää. Tn. paikka Karamzininranta ja mahdollisesti kuvien heijastus Finlandia-talon seinä vuodenaajat huomioiden. Esitykset pyörisivät viikoittain katetussa suht. avoimessa telttatilassa. Esitysten sisältö tulisi sopia alueen asukkaille, kaupunkilaisille, kv.- ja kotimaiselle kulttuurista kiinnostuneelle 30-50 vuotiaalle yleisölle (modernit humanistit). Mahdollisesti.



sen sisäänpääsymaksun tulisi olla kohtuullinen. Osana hanketta järjestetään ideointikilpailu kaupungin asukkaille sisälöstä ja ideointikilpailun tulokset otetaan huomioon hankesuunnittelussa. Hankkeella luodaan myös pohjaa mahdollisille alueella toteutettaville Suomi 100 juhluvuoden tapahtumille vuodelle 2017.

Mitkä elementit hankkeessa ovat uusia ja innovatiivisia?

Isommalla konseptilla ei ole toteutettu ulkoilmatalioiteja kuin korkeintaan satunnaisesti. Esityspaikka olisi uusi ja upea, uusittu puisto meren äärellä kulttuuritalojen suojassa. Tapahtuman yhteyteen tehtäisiin omaleimaisia ruokatuotteita. Katettu tila olisi samalla anniskelualueetta. Uudella led-tekniikalla voidaan hyödyntää Finlandia-talon seinäpintaa erilaisille esitykselle. Onnistuessaan hanke tukee tapahtumaosaamisen kehittymistä Helsingissä ja vahvistaa verkoston kautta elinkeinotoiminnan menestymistä.

Millä tavalla hanke tukee tulevaisuuden osaamis- ja elinkeinoperustaa?

Helsinki etsii brändiä, jolla voidaan erottautua muista Skandinavian pääkaupungeista. Yksi vaihtoehto voisivat olla tapahtumat meren äärellä, jotka onnistuessaan synnyttävät uutta liiketoimintaa ja lisäävät Helsingin osaamista Skandinavian tapahtumakaupunkina.



Kuvaus hankkeen taustasta ja toimintakentästä

Hankkeen taustaa, miksi hankkeeseen ryhdyttiin, mikä ongelma hankkeen taustalla on? Helsingistä puuttuvat turisteja houkuttelevat ulkoilmaesitykset (pl. Juhlaviikkojen Huvila-konsertit kahden viikon ajan), jotka pyörisivät heinä-elokuussa säännöllisesti (vrt Wien). Konsertti- ja oopperatalot ovat kiinni. Erilaiset ruoka- ja siivoustapahtumat ovat osoittaneet, että yhteisöllisille ulkoilmahankkeille on kysyntää. Finlandia-talon asiakkaat ovat myös olleet erittäin kiinnostuneita uudesta Karamzininrannan hyödyntämisestä. Asiakasyrityksillämme ja kumppaneillamme ei kuitenkaan ole tässä vaiheessa vielä riittävästi tietoa tai työkaluja siihen, miten tapahtuma-alueita voitaisiin parhaiten tapahtumakäyttöön hyödyntää. Jotta alueen käyttö ja liiketoiminnallinen hyödyntäminen saadaan mahdollisimman pian käynnistettyä, vaatii tämä mielestämme Finlandia-talon esittämää tutkimus- ja kartoitustoimintaa vuoden 2016 alussa sekä alueen tapahtumaliiketoiminnan käynnistämistä tutkimuksessa saavutettujen tulosten perusteella.
Onko hakija tai muut tahot aikaisemmin edistäneet hankkeeseen liittyviä asioita ja miten mahdollisia aikaisempia tuloksia aiotaan hyödyntää? Keväällä kokeillaan Finlandia-talon sisätiloissa tapahtumaesityksiä (kansainvälisiä teatteri- ja oopperataltiointeja. Mm. Kättilö-elokuvan ensi-iltanäytös oli elokuussa Finlandia-talolla, ja olemme perehtyneet alustavasti elokuvanäytösten kustannusrakenteeseen.
Mitä vastaavia hankkeita on meneillään muualla? Kartoitimme tilannetta Helsingin Matkailun toimitusjohtajalta ja elinkeinoyksiköstä, tietääksemme vastaavaa hanketta tai tarjontaa ei ole. Töölönlahden puiston valmistuminen ja kirjaston työmaa tulevat siirtämään tapahtumien painopistettä kohti Töölönlahtea. Lasipalatsin aukiolla on esitetty elokuvia, jotka tulevat väistymään taidemuseotyömaan tieltä. Cafe Engelissä on esitetty elokuvia.

Kuvaus hankkeen kulusta ja lopputuloksista tarkemmin

Hankkeen yksilöidyt toimenpiteet vaiheittain/osakokonaisuuksittain (kustannuserittely jäljempänä): <ol style="list-style-type: none">1. Tutkimus sisältökysynnälle/tarkan kohderyhmän määrittely2. Yhteistyökumppaneiden kartoitus3. Tapahtumatuottajan palkkaus (päätoiminen tuottaja töissä 14 -16 kk hankkeen aikana)4. Tekniset edellytykset paikalle/tilavuokraus/fyysiset puitteet5. Tuotantopäätökset6. Markkinointiviestintäsuunnitelma7. Lipunmyynnin kumppanit8. Toteutus kesä 20169. Tulosten kartoitus ja suunnitelma tulevaan vuoteen10. Toteutus kesä 2017
Hankkeen keskeiset lopputulokset: Helsinkiin syntyy uusi kansainvälinen vetovoimainen tapahtuma-alue, joka houkuttelee erityisesti kulttuurista kiinnostuneita kaupunkilaisia.
Miten tuloksia viedään käytäntöön ja kuka vastaa niistä hankkeen loputtua? Finlandia-talo Oy on hankkeen vetäjä ja vastaa tuloksien viemisestä käytäntöön. Tapahtumat toteutetaan yhdessä eri yrityskumppaneiden kanssa.
Kuka on hanketulojen loppukäyttäjä ja miten käyttäjää osallistetaan hankkeeseen? Finlandia-talo ja hankkeeseen mukaan lähtevät yhteistyökumppanit. Osallistaminen tapahtuu hankkeen aikana.
Miten hankkeen päätyttyä resursoidaan ylläpito? Kun hanke on vakiinnuttanut kahden vuoden jälkeen asemansa, se tulee pyörimään lipputulosten varassa ja Finlandia-talon tai yri-



tyskumppaneiden tapahtumatuottajien organisaatiolla.

Mitkä ovat hankkeen hyötyjen merkitykset hakijan kannalta? Missä määrin tehdään omaa tuotekehitystä ja missä määrin hanke hyödyntää kaupunkia ja kuntalaisia?

Finlandia-talolla on oma tuotekehitystiimi, joka työstää liiketoiminnallisesti kannattavien tuotteiden kehitystä talon sisällä. Hankkeen rahoitus innovaatorahastosta mahdollistaisi uuden toiminnan kokeilun kahden vuoden ajaksi, jonka jälkeen olisi valmiina liiketoiminnallisesti toimiva tuote esimerkiksi yrityskumppanin / tapahtumatuottajayhtiön kaupallistettavaksi. Kaupunkilaiset hyötyvät uudesta elävästä tapahtumatuotteesta, joka tuo kulttuurielämykset ulos yhteiseen kaupunkitilaan lähelle kuluttajaa. Hanke lisää tulevaisuuden osaamista elinkeinotoiminnassa ja vahvistaa omalta osaltaan Helsingin brändiä Skandinavian tapahtumakaupunkina. Hanke ei kilpaile muiden tapahtumien kanssa vaan vahvistaa niitä.

Tunnista 2–4 mittaria, joilla voidaan seurata ja mitata hankkeen vaikuttavuutta hankkeen aikana ja sen päättymisen jälkeen. Kerro myös miten näitä tietoja tullaan keräämään.

1. Kävijämäärä (myydyt liput, yhteistyökumppani tn. Lippupalvelu)
2. Lipputulot (pienet hankkeen testausvaiheessa)
3. Medianäkyvyys (Meltwater)
4. Some-näkyvyys (Meltwater)

Tunnista kolme suurinta riskitekijää, jotka saattaisivat estää hankkeen tavoitteiden toteutumista. Kerro myös miten näitä riskejä voidaan vähentää.

1. Hankkeen rahoitus ei toteudu => hankkeeseen ei ryhdytä ilman tukea
2. Markkinointi ja medianäkyvyys ei toteudu => huolellinen markkinointiviestintäsuunnitelma, jossa apuna ammattilaisia
3. Kokeilu ei saavuta kävijä- ja lipunmyyntitavoitteita => kävijätavoite tulee asettaa realistisesti ensimmäisenä kesänä, markkinointi tulee hoitaa ammattimaisesti ja yhteistyökumppaneita hyödyntäen.

Rahoituksen hakijan tiedot

Y-tunnus:
Y- tunnus 2036668-3
Toimipaikka (osoite ja postinumero):
Mannerheimintie 13, 00100 Helsinki
Yhteyshenkilön nimi (hankkeen hankepäällikkö/vastuuhenkilö):
Toistaiseksi toimitusjohtaja
Yhteystiedot (puhelinnumero ja sähköposti):
Johanna.tolonen@finlandiatalo.fi , 040 5513168
Pankkiyhteys ja tilinumero:
IBAN:FI6780001671342344, Danske Bank
Onko yritys saanut valtiontukea viimeisen kolmen verovuoden aikana?
Ei.

Hankkeen organisointi

Ohjausryhmän kokoonpano:
Finlandia-talo Oy:n johtoryhmä + kumppaneiden edustajat
Projektiryhmän kokoonpano:
Mukaan lähtevistä yrityksistä edustajat



Hankkeen hyväksyjä, virastopäällikkö, hyväksymispäivämäärä (koskee vain virastoja ja tytäryhteisöjä):

Toimitusjohtaja Johanna Tolonen

Hankkeen yhteistyökumppaniin liittyvät tiedot (ei koske virastoja ja tytäryhteisöjä)

Hankkeeseen sitoutunut Helsingin kaupungin virasto tai tytäryhteisö:

Helsingin Markkinointi Oy, kaupungin elinkeino-osasto

Yhteyshenkilön nimi ja yhteystiedot (puhelinnumero ja sähköposti):

Tuulikki Becker, tj ja Päivi Munther, tapahtumatuottaja

Päätös sitoumuksesta tehty (päivämäärä ja kenen päätöksellä):

Edellä mainittujen osalta alustava keskustelu, ei vielä sitoutumista. Finlandia-talo Oy on kaupungin 100%:sti omistama tytäryhtiö ja osa tytäryhteisöä. Hankkeen allekirjoittaja on Johanna Tolonen, toimitusjohtaja.

Millä tavalla yhteistyökumppani sitoutuu hankkeeseen (euroa/työmäärä/ohjausryhmän jäsenyys)?

Kts. Edellä

Miten hanke tukee kumppanin ja kaupungin strategisia tavoitteita ja linjauksia tai olemassa olevaa kehitystä? Mitä valmiuksia hankkeen tulosten testaamiseen ja käyttöön ottamiseen organisaatiossa on? Onko resursseja työn ohjaamiseen varattu?

Finlandia-talon liikeidea on tuottaa uuden aallon tapahtumia asiakkaan viestin vahvistamiseksi. Asiakas on tässä tapauksessa Helsingin kaupunki, joka on linjannut strategiseksi tavoitteeksi elinvoimainen Helsinki. Tämän kattoteeman alla hanke tukee useampia alatavoitteita ja erityisesti tulevaisuuden elinkeino-osaamista. Hanke onnistuessaan synnyttää uusia työpaikkoja Töölönlahdelle tapahtumatuottajien yrityksiin.

Finlandia-talo on Suomen johtava ja kansainvälisesti tunnetuin tapahtumatalo, joka on viime vuosina onnistunut kasvattamaan liikevaihtoa. Finlandia-talo on täyttänyt omistajan asettaman tuottotavoitteen tuloksen parantamisesta vuosittain 100 000 eurolla. Finlandia-talolla on käytössä erittäin hyvät resurssit työn ohjaamiseen, mutta nykyisillä edellytyksillä ei ole resursseja kulttuuri/matkailutuotantoon eli tutkia ja toteuttaa hanketta jos rahoitusta ei löydy.



Hankkeen rahoitus- ja kustannuserittelyt

Muu rahoittaja/rahoituskanava (nimi):	Myönnetty rahoitus (euroa)	Haettu rahoitus (euroa)	Haettu rahoitus varmistuu (pvm)
Muut rahoittajat olisivat Finlandia-talon yhteistyökumppaneita, jotka antaisivat vuokralaitteistoista, teltasta, kalusteista yms – 50% listahinnoista		30 000	

Kuluerittely	Kokonaiskustannukset (euroa)	Innovaatorahaston osuus (euroa)
Palkkakulut,	65 000	45 000
joista henkilöstösivukuluja	14 000	4000
Matkakulut	1000	-
Ostopalvelut,	20 000	20 000
josta asiantuntijapalveluita	mm. tutkimus 5000	
Koneiden ja laitteiden hankintamenot	30 000	15 000
Toimisto- ja vuokratkustannukset	30 000 sis laitteiston vuokria	10 000
Muut menot	4 000	-
Yhteensä	150 000	90 000

Kustannusten jakautuminen vuosille ja erittely hankkeen vaiheittain/ osakokonaisuuksittain	2015 (euroa)	2016 (euroa)	2017 (euroa)
vaihe/osa 1:		90 000 euroa	60 000 euroa
vaihe/osa 2:			
...			
...			
Yhteensä:		90 000 euroa	60 000 euroa