

**Kuono
kino**

Kuono kino



PRIDE IS MORE
THAN
CELEBRATION—
IT'S A MOVEMENT!

SINEBRYCHOFFIN
PUISTO
HELSINKI LAUANTAI
12.7.2026 10:00-22:00



10:00

Insight

Ihmiset haluavat auttaa, mutta lahjoittaminen tuntuu etäiseltä ja arjesta irralliselta. Pelkkä rahansiirto ei luo samaa merkityksellisyyden tunnetta, kuin yhteinen hetki, jonka voi kokea ja jakaa muiden kanssa.

Sen sijaan ihmiset haluavat osallistua johonkin näkyvään ja jaettavaan, jossa auttaminen tapahtuu kokemuksen kautta.



Tapahtumakonsepti

Tapahtumakonseptimme on koko perheelle suunnattu kesäinen open air cinema - ulkoilmaelämys. Tapahtuma järjestetään kesäisessä puistoympäristössä, jossa katsojat voivat nauttia elokuvaillasta omilla picnic-vilteillään rennossa ja yhteisöllisessä tunnelmassa.

Tapahtuma on tietenkin lemmikkiystävällinen, joten myös lemmikit ovat tervetulleita mukaan. Alueella myydään mm. herkkuja sekä ihmisille että koirille. Näin piknik-elämys on kokonaisvaltainen koko perheelle.

Elokuvien välissä järjestetään puheenvuoroja, joissa kerrotaan mahdollisuuksista ryhtyä lahjoittajaksi sekä tuodaan esiin tapahtuman taustalla olevan toiminnan merkitystä. Paikan päällä on mahdollisuus tehdä lahjoituksia ja tukea toimintaa konkreettisesti. Open air cinema - tapahtuma yhdistää elokuvan, yhteisöllisyyden ja hyväntekeväisyyden ainutlaatuiseksi kesäillan kokemukseksi.

Kohderyhmä

Ensisijainen kohderyhmä on 25–60-vuotiaat naiset ja nuoret aikuiset, jotka arvostavat eläinten hyvinvointia ja hakevat matalan kynnyksen elämyksiä arkeensa. Tämä kohderyhmä on aktiivinen sosiaalisessa mediassa ja he jakavat mielellään kokemuksiaan.

Miksi tämä kohderyhmä?

- Arvostavat eläinten hyvinvointia ja eettisiä valintoja
- Osallistuvat herkästi hyvinvointi- ja yhteisötapahtumiin
- Jakavat kokemuksia aktiivisesti somessa
- Valmiita maksamaan merkityksellisistä elämyksistä

Miksi juuri naiset?

- Tutkimusten mukaan naiset osallistuvat herkimmin hyvinvointiaktiviteetteihin
- Naiset ovat aktiivisempia hyväntekeväisyys- ja eläinsuojelutoiminnassa.
- Naiset käyvät elokuvissa miehiä enemmän.

Lahjoitusten keruumenetelmät



Mainokset

- Elokuvienvälissä tarjottu mainostila tavoittaa tarkasti rajatun, eläinten hyvinvoinnista kiinnostuneen kohderyhmän.
- Yritykset saavat näkyvyyttä vastuullisen ja positiivisen tapahtuman yhteydessä.



Oheismyynti

- Tapahtumassa myydään popcornia, juomia, koirien herkkuja ja teematuotteita.
- Myyntivoitot ohjataan lahjoitukseen.



Suorat lahjoitukset

- Kävijöiden on helppo lahjoittaa paikan päällä mobiilimaksulla tai QR-koodilla.
- Kun osallistuja kokee itse merkityksellisen kokemuksen, syntyy halu antaa takaisin.



Yritysyhteistyö & ständimyynti

- Yritykset maksavat näkyvyydestä ja myyntipaikoista, joilla he pääsevät tavoittamaan spesifin kohderyhmän.
- Kumppanit voivat ohjata osan myynnistä lahjoitukseen.

Media ja markkinointi

**Kuono
kino**

Instagram toimii tapahtuman pääasiallisena somekanavana, sillä visuaaliset ja elämykselliset hetket leviävät siellä helposti. Tapahtuma on suunniteltu kuvattavaksi ja jaettavaksi.

Samankaltaisia jaettavia ilmiöitä on nähty esimerkiksi Linnanmäen valokarnevaaleilla, joissa visuaalinen ympäristö houkuttelee kuvaamaan ja jakamaan kokemuksia. Myös Barbie-elokuvan ympärille syntyi someilmiö, kun katsojat pukeutuivat vaaleanpunaiseen ja jakoivat asujaan somessa. Vastaavasti Nenäpäivä on onnistunut rakentamaan helposti tunnistettavan hyväntekeväisyysbrändin.

Tapahtumaa levitetään sosiaalisessa mediassa yhteistyökumppaneiden, paikallisten vaikuttajien ja tapahtumakalentereiden kautta, jotta syntyy yhteisöllinen "mennään porukalla auttamaan ja nauttimaan" -henki jo ennen tapahtumaa.



Tiivistelmä

Tapahtumakonsepti perustuu ajatukseen, että ihmiset haluavat auttaa, mutta pelkkä rahalahjoitus tuntuu usein etäiseltä eikä synnytä vahvaa merkityksellisyyden tunnetta. Siksi lahjoittaminen yhdistetään yhteiseen ja elämykselliseen kokemukseen. Konseptina on kesäinen open air cinema – ulkoilmaelokuvailta kauniissa puistoympäristössä, jossa osallistujat voivat nauttia elokuvista rennossa piknik-tunnelmassa omilla vilteillään.

Keskimääräinen tapahtuman kävijä arvostavaa eläinten hyvinvointia, eettisiä valintoja ja yhteisöllisiä elämyksiä. Visuaalinen ympäristö, yhteisöllinen tunnelma ja lemmikit tekevät tapahtumasta helposti jaettavaa somesisältöä. Elokuvienvälissä kerrotaan eläinsuojelutyöstä ja mahdollisuuksista lahjoittaa, jolloin osallistujat voivat tukea toimintaa helposti ja konkreettisesti samalla kun nauttivat yhteisestä kesäillan elämyksestä.

Verbrugge, L. M. (1985). Gender and Health: An Update on Hypotheses and Evidence. Journal of Health and Social Behavior. Motion Picture Association. (2023). Theme Report. Mesch, D. J., Brown, M. S., Moore, Z. I., & Hayat, A. D. (2011). Gender Differences in Charitable Giving. Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly.