



mediapolis

2013-2014



ACTION!



www.mediapolis.fi

POLKU ON AVATTU



Mediapolis aloittelee luovan alan yhteisönä, digitaalisena tarinankerronnan keskuksena. Sen kehitystä voisi verrata polkuun, joka vie vuoren huipulle. Nyt on lähdetty liikkeelle ja otettu suunta, mutta vielä ei voi nostaa lippua vuoren huipulle.

Mediapolis-projektin alkutaipaleella on ollut rahoittajien tuki. Suurin rahoittajamme on ollut Euroopan Unionin alue-rahasto. EU:n tuki on oiva työkalu tällaisiin uusiin projekteihin sekä liiketoimintalähtöihin ja toimii hyvin starttirahana.

Tavoitteena on hyvin toimiva liiketoiminnan ekosysteemi, jossa syntyy liiketoiminnan kasvua ja työpaikkoja. Mediapoliksessa toimivien yritysten lisäksi mukana on julkisen palvelun mediayhtiö Yleisradio sekä koulutusorganisaatiot Tampereen ammattikorkeakoulu (TAMK) ja Tampereen seudun ammattiopisto (TREDU).

Ihmistä kaikki on kiinni. Seuraamme mielenkiinnolla, miten matka jatkuu kohti huippua.

Tässä julkaisussa kerromme, miten kaikki alkoi ja ketkä olivat Mediapolista synnyttämässä.

Markku Veima
Projektipäällikkö
Mediapolis-projekti
TAMK





MEDIAPOLIS:

Media-alaa uudistamassa

Mediapoliksens toiminta lähti viime syksynä vauhdikkaasti käyntiin. Tähän pisteeseen pääseminen on vaatinut paljon työtä sekä rohkeutta ja avoimuutta kokeilla jotain aivan uutta. Mutta miten kaikki alkoi?

– Aloimme (Ylellä) miettiä, miten voisimme tukea luovien alojen toimintaa entistä paremmin ja edistää alan elinvoimaa. Keskeisenä ajatuksena oli, miten toimia alan kumppaneiden kanssa nimenomaan Tampereella, kertoo Ylen Mediapolis-päällikkö **Minna Tiihonen**.

Projektin taustalla vaikutti alusta alkaen neljä vahvaa toimijaa. Yle, Technopolis, TAMK ja Tampereen kaupunki miettivät yhdessä, mitä kaikkea Mediapolis voisi olla. Lisäksi mukana on ollut yrityksiä, jotka ovat tuoneet projektiin uusia näkökulmia.



”Yksi tavoite on lisätä Pirkanmaan vetovoimaa ja työllisyyttä”

Vuosina 2011–2012 Mediapolis-projekti eteni vauhdilla suunnitelmista toteutukseen.

– Lumipallo lähti vyörymään ja kasvamaan. Tämänkaltaiselle projektille oli selvästi tarvetta ja eri toimijat lähtivät innokkaasti mukaan. Aika oli otollinen monessa suhteessa: TAMK tarvitsi uusia tiloja, Yle alkoi avautua yhä enemmän ja kaupungille tämä oli hieno tilaisuus kaupunkikehittämisen kannalta, Tiihonen kertoo.

Lisää työllisyyttä ja kansainvälisiä menestystarinoita

Tampere ei valikoitunut kampuksen kotipaikaksi sattumalta.

– Tampereella on paljon media- ja ICT-alojen koulutusta ja osaamista, etenkin mobiiliosaamista. Ongelma on ollut se, että valmistumisensa jälkeen suuri osa alan tulevista huipposaaajista lähtee töihin pääkaupunkiseudulle. Yksi Mediapoliksens tavoitteista onkin kasvattaa Pirkanmaan alueen vetovoimaa ja työllisyyttä.

Toiminnan hedelmiä ei ole kuitenkaan tarkoitus rajoittaa vain Pirkanmaalle. Mediapolis pyrkii lisäämään vientiä ja luomaan media-alalle kansainvälisiä menestystarinoita ja uusia innovaatioita.

– Tähän olemme hakeneet paljon esimerkkejä ulkomailta. Muun muassa Ruotsissa on vientiä ihan eri lailla kuin Suomessa, Tiihonen toteaa.

Eri toimijat puhaltavat yhteen hiileen

– Toiminnan kannalta ensiarvoisen tärkeää on monimuotoisuus. Erilaiset ihmiset voivat oppia toisiltaan paljon. Keskeistä Mediapoliksessa on se, että täällä yhdistyy neljä erilaista yhteistyötahoa. Kampuksella kohtaavat julkinen ja kaupallinen puoli, oppilaitokset ja tutkimustoiminta, Tiihonen kertoo.

– Tavoitteenamme on saada yhteistyössä aikaan konkreettisia tekoja ja saavutuksia. Tavoitteen saavuttamisen kannalta avainasioita ovat rohkeus ja toimijoiden välinen luottamus.

Sanoista tekoihin on siirrytty esimerkiksi yritysten yhteistyöhankkeiden sekä TAMKin ja Ylen koulutusyhteistyön kautta.

Erinomaisesti sujunut yhteistyö ja innokkuus viedä toimintaa eteenpäin ovat Tiihosen mukaan keskeisiä tekijöitä sille, että kampus menestyy tulevaisuudessa.

– On tärkeää kehittää toimintaa nyt, kun homma on saatu käyntiin. Meillä kaikilla on nälkä kehittää tätä eteenpäin. Mediapolis on mahtava esimerkki siitä, mitä Suomi tarvitsee!

MATKA TÄHTIIN ALKOI TARINOISTA

Tarinoiden kertominen on syvälinen osa ihmisenä olemista: kautta olemassaolonsa ihmiset ovat kertoneet toisilleen tarinoita – aluksi kalliomaalauksin, myöhemmin kertomuksina iltapuhteiden lomassa, ja nykyisin tekstiviestein ja sosiaalisen median päivityksin.

Kohtaamisia, intohimoa, onnistumisia, ilmiöitä

Mediapolis jatkaa ikiaikaisia tarinan-kerronnan perinteitä. Projektin vahvana visiona on alusta asti ollut luoda Mediapoliksella Suomeen tarinan-kerronnan teollinen keskus, joka yhdistää ict- ja sisältötoimialan osajat, edistää opiskelijoiden ja yritysten välistä yhteistyötä ja vie eteenpäin suomalaista sisältötuotantoa.

- Mediapoliksella haluttiin uudenlainen toimintaympäristö, jossa tekijät kohtaavat ja löytävät yhdessä tekemisen intohimon, ja joka

tuottaa onnistumisia, oppimista ja liiketoimintaa, kertoo **Lasse Paananen** Ideonesta.

- Keskeisenä ajatuksena on ollut soveltaa osallistavaa suunnittelumenetelmää (co-creation) projektin alkusuunnittelussa ja juurruttaa toimintatapa myös pysyväksi osaksi Mediapoliksella toimintaa. Vuorovaikeutus ja yhteisöllisyys haluttiin osaksi Mediapoliksella DNA:ta, Paananen jatkaa.

Käynnistysvaiheessa merkittävänä taustavoimina toimivat Avoin Tampere -hanke ja Pirkanmaan liitto,

jotka rahoittivat Mediapoliksella toimintamallin ja vision suunnittelu-työtä ja edesauttavat eri toimijoiden yhteen kokoamisessa.

Ideone Oy oli vahvasti mukana synnyttämässä Mediapoliksella visiota ja Lasse Paananen toimi projektin käynnistysvaiheen projektijohtajana.

PÖHINÄÄ MEDIAPOLIKSEN TAPAHTUMISSA

Sadat ihmiset ovat tavanneet Mediapoliksella järjestämässä verkottumistapahtumissa, jotka ovat vaihdelleet tarinallistamisesta teknologioihin ja rahoituksesta kumppanuuksiin. Tapahtumissa on tuotu yhteen muun muassa media-, ICT- ja luovien alojen toimijoita ja näihin liittyviä sidosryhmiä. Tapahtumien tarkoituksena on ollut edesauttaa Mediapolis -yhteisön syntymistä.



Mediapoliksella ensimmäisessä Matchmaking-tapahtumassa yritykset tutustuivat toisiinsa ja uuteen kampuskseen.

1.-3.10. MindTrek
11.-12.10. Resonanssi
17.-20.10. Musiikki ja Media

2013

Lokakuu

**Mediapolis
Matchmaking,**
kampus tutuksi

29.8.

**MEDIAPOLIKSEN
TAPAHTUMAT
2013-2014**

**Aidan-
kaatajaiset**

27.11.

Uusi tarinankerronnan ja digitaaliteollisuuden keskus, Mediapolis, Tampereen Tohlopissa aloitti rytinällä syksyllä 2013, kun alueen vanhat aidat kaatuivat, ja Mediapoliksella kyltti paljastettiin.



2014

"Mediapoliksessa järjestetty MoneyTalks Matchmaking -tilaisuus tarjosi erittäin hyvän mahdollisuuden tavata potentiaalisia sijoittajia ja yhteistyökumppaneita. Tilaisuudesta saadut kontaktit ovat osoittautuneet arvokkaiksi yrityksemme toimintaa kehittäessä ja rahoitusjärjestelyjä suunniteltaessa."
Pasi Pohjala, Eximap



"It's always fun to have some fresh contacts outside of the office walls."
Erik Anderson, Microsoft



Mediapolis toimii media-alan opiskelijoiden ja yritysten kohtaamispaikkana. Kampukselle muuttavat opiskelijat ja yritykset aloittivat rinnakkaiselonsa lokakuussa 2014.

Oppilaitokset muuttavat

- 11.11. Pirkanmaan journalistit vierailevat
- 12.11. Pirkanmaan matkailuparlamentti
- 14.–15.11. Resonanssi
- 18.11. Avid seminaari
- 19.11. Mediapolis Matchmaking -oppilaitos- ja yritys yhteistyö
- 27.11. Content Distribution Event
- 28.11. Mediapolis juhli pikkujouluja sidosryhmiensä kanssa, paikalla oli huimat 757 henkilöä.

TAMK POP UP – GALLERIA



Mediapolis Matchmaking - new partnerships

MoneyTalks featuring Mediapolis

ICE Live Business Forum

30.1.–31.1.

20.3.

Toukokuu

24.4.

5.6.

5.10.

Lokakuu

VKO 42–43

4.–6.11.

Mediapolis mukana Mindtrekissa

Marraskuu

19.–20.11.

Joulukuu

Mediapolis yhdisti voimansa Mindtrekin kanssa tuodakseen Tampereelle yhden maailman johtavista kokeellisista tarinankertojista, yrittäjä Lance Weilerin. Weiler kertoi Mindtrek-tapahtumassa mm. tarinankerronnan tulevaisuudesta.

- 9.12. Tampereen kaupungin viestintäryhmä
- 9.12. Pirkanmaalaiset yritys päättäjät aamuEXPO

AVOIMET OVET

- 16.5. Mediapolis Matchmaking -tarinallistamalla tulosta
- 22.5. Demola Final Pitching Event
- 22.5. TAMKin taiteen, musiikin ja median loppu-työnäytös

Mediapolis Matchmaking - yhdessä enemmän

"I found Yhdessä enemmän Mediapolis Matchmaking event most rewarding and beneficial. The event offered new information, presented new opportunities and created new contacts immediately. I'm very pleased I had the opportunity to join. I strongly recommend taking part in these valuable events."
Jerry Mikkelinen, Kulttuuriosuuskunta Kaje

Mediapolis avasi ovensa Tampereen päivänä kaikille kiinnostuneille. Avointen ovien päivä sisälsi koko perheen aktiviteetteja; kiertokävelyjä, ilmapalloja sekä tietenkin Pikku Kakkosesta tutut hahmot.



- 2.10. Inka-hankkeen valtakunnallinen avaustapahtuma
- 6.10. Mediapolis Matchmaking -lähtölaukaus
- 8.10. Mediapolis mukana Tesoma-viikolla (OmaTesoma)

- 24.10. Mediapolis Business Breakfast, tekijänoikeudet ja luova ala – mikä puhuttaa nyt?
- 31.10.–1.11. Marianne Connor käsikirjoitus -workshop
- 4.–5.11. Ammattikorkeakoulujen kulttuurialan päivät





ACTION

alkoi elokuussa 2013

”Verkottumis- tilaisuuksissa 710 osallistujaa 300 organisaatiosta”

Mediapolis avautui syksyllä 2013, kun kiinteistön ympärillä olevat aidat kaadettiin. Toiminta avautui sekä symbolisesti että konkreettisesti.

Mediapoliksessa päätettiin kehittää uusi tamperelainen innovaatioympäristö, josta tulisi tulevaisuudessa tarinankerronnan teollinen keskus. Keskus synnyttäisi uutta liiketoimintaa ja uusia työpaikkoja Tampereelle.

Pitkän aikavälin tavoitteeksi asetettiin, että Mediapolis olisi 5–10 vuoden kuluttua merkittävä ja kansainvälinen luovien ja ICT-alojen keskus, jossa liikkuisi päivittäin pari tuhatta ihmistä.

Törmäyttämistä alusta alkaen

Mediapoliksien toiminta ei voinut lähteä liikkeelle itsenäisistä saarekkeista saman rakennuksen sisällä.

- Ymmärsimme heti, että toiminnan täytyisi perustua verkottumiselle ja kohtaamisille, jotta Mediapolis saavuttaisi tavoitteensa. Sisältöjen ja teknologian tulisi kohdata, ja opiskelijoiden ja konkareiden pitäisi verkottua, kertoo Mediapoliksien kehityspäällikkö Jan Kolkkinen.

Syksyllä 2013 ja vuonna 2014 Mediapoliksessa järjestettyihin verkottumistapahtumiin osallistui satoja ihmisiä: osallistujia oli noin 710 noin 300 eri organisaatiosta. Tapahtumissa törmäytettiin muun muassa media-, ICT- ja luovien alojen toimijoita ja näihin liittyviä sidosryhmiä.

Pöhinässä valtava muutos 2014 syksyllä

Ensimmäisenä pitkäaikaisen vuokrasopimuksen solmi Tampereen ammattikorkeakoulu, jonka elokuvan ja television koulutusohjelma, kuvataiteen koulutus-ohjelma ja Degree Programme in Media muuttivat Mediapolikseseen lokakuussa 2014. TAMKin myötä Mediapolikseseen tuli 400 opiskelijaa.

Syksyn 2014 aikana kampukselle muutti Ylen lisäksi yli kymmenen yritystä. Yksi niistä on Aito Median ja Akun Tehtaan yhteisvoimin perustama tuotanto-



Markku Veima ja Jan Kolkkinen painottavat verkottumisen tärkeyttä, kun tavoitellaan innovaatioita.

yhtiö Aito Tehdas. Perustajayhtiöillä on pitkäaikainen kokemus tv- ja tapahtumatuotannosta.

Mediapoliksessa liikkui vuoden 2014 lopussa päivittäin yhteensä lähes tuhat työntekijää ja opiskelijaa sekä paljon vierailijoita. Opiskelijoiden ja pitkään alalla olleiden tekijöiden yhteistyöstä kehittyi uusia ajatuksia ja toimintaa.

- Tilat ovat olleet laajemmin käytössä vasta syksystä 2014. Pöhinässä tapahtui valtava muutos, kun 400 opiskelijaa muutti tiloihin, sanoo projekti-päällikkö Markku Veima TAMKista.

- Kunhan yritykset löytävät opiskelijoista pursuavan luovuuden ja saavat kaupallistettua sen tuotteiksi, tulee hyvää jälkeä.

Oppilaitoksille valmistui syksyllä 2014 yhteinen studiotila. Monipuolinen United Studios sisältää 300 neliometriä studiotilaa, taideopetustilan, valokuvaustudion, lastaustilan ja av-laitevaraston.

”TAMKin tulo paisutti pöhinää”

MEDIAPOLIKSEN TARINAN TEKIJÖITÄ

*Kun oikeat ihmiset törmäävät, voi syntyä
tyrmävä idea. Näin ajattelee tarinan-
kerronnan keskuksen monitahoinen
käynnistäjäjoukko.*



Ohjausryhmä

Vasemmalta: Markku Veima, Satu Eskelinen, Jan Kolkkinen, Essi Sulkkanen, Tuija Rajala, Ari Koivumäki, Essi Juola, Minna Tiihonen, Seppo Haataja, Perttu Heino, Ville Kairamo.



Työvaliokunta

Vasemmalta: Jan Kolkkinen, Timo Antikainen, Seppo Haataja, Minna Tiihonen ja Satu Eskelinen. Kuvasta puuttuu Markku Lahtinen.

”

Mediapolis luo alueelle mahdollisuuden profi-
loitua luovien alojen ja
teollisuuden uudenlai-
sena yhtymäkohtana.
Päivi Myllykangas,
toimitusjohtaja,
Tredea

”

Synnytämme Tampereelle
uutta kampusaluetta. Siitä
tulee sisällöltään ja toiminta-
ympäristöltään ainutlaatuinen
kokonaisuus Suomessa.
Keskittymä lisää Tampereen
vetovoimaa.
**Timo Antikainen, elinkeinojoh-
taja, Tampereen kaupunki**

”

Mediapolis rakentuu vahvojen
toimijoiden varaan, mutta on avoin
muillekin. Nuoret, innokkaat osajat
voivat tehdä kokeneempien ammatti-
laisten kanssa todella isoja asioita.
Osaaminen on kansainvälisellä tasolla.
**Petri Räsänen, johtaja, Pirkanmaan
Liitto**

”

Mediapoliksessa opiskelijat ja
yritykset ovat saman katon alla,
käytävillä tulee uusia sattumanva-
raisia törmäyksiä opiskelijoiden ja
yritysten välillä. Demola on mukana
kehittämässä Mediapoliksesta uutta
digitaaliteollisuuden ja tarinan-
kerronnan keskusta.
Jarmo Tuominiemi,
projektipäällikkö, **Demola**

”

Mediapolis vahvistaa seutumme välk-
kynä ja innovatiivisena edelläkävijänä. Toisaalta
se profiloi aluetta media-alan uuden osaamisen
keskuksena. Mediapolis on All Bright!
Sari Mäkelä, viestintäpäällikkö, Tredea

Mediapolis Forum

Minna Tiihonen, Satu Eskelinen, Jan Kolkkinen, Minna Käenniemi, Markku Veima, Saara Eskola, Sari Mäkelä, Ville Kairamo, Seppo Haataja, Perttu Heino, Ilkka Kääriäinen, Kai Salonen, Petri Räsänen, Satu Minkkinen, Markku Jylhäsalu, Salla Aaltonen, Aku Syrjä, Henri Rantalainen, Ari Koivumäki ja Lea Siren.

”

Parasta Mediapoliksessa on Ylen uusi toiminta-
malli ja sen ympärille syntyvät uudet liiketoiminta-
mahdollisuudet - ja alan opetuksen ja opiskelijoiden
siirtyminen samaan yhteisöön erilaisten yritysten
kanssa.
**Seppo Haataja, ohjelmajohtaja, Avoin Tampere
-ohjelma**



Markkinointiryhmä

Vasemmalta: Kristiina Mouna, Markku Veima, Pauliina Koivunen, Emmi Lehtoviita, Essi Kannelkoski, Saara Eskola, Sari Mäkelä ja Minna Käenniemi.

MEDIAPOLIKSEN DNA on tuotannoissa

Mediapoliksien kehittäminen löysi jo alussa selkeän suunnan, joka on vuoden aikana tarkentunut.

- Vuoden aikana tässä on ollut paljon eri toimijoita mukana kehittämässä kuten Tampereen kaupunki, Yleisradio, Tampereen ammattikorkeakoulu, Technopolis ja yritykset. Kaikilla on nyt tennarit täysin samaan suuntaan, kertoo Jan Kolkkinen.

- Tarinakerronta on ollut Mediapoliksessa mukana alusta asti ja sen merkitys on vain vahvistunut. Tämän paikan DNA on tuotannoissa. Nyt on täsmentynyt, että tärkein tavoitteemme on saada Mediapolikseen tuotantoja. Mitä enemmän lattiatala on käytössä, sitä enemmän saamme lisää liiketoimintaa myös ympäröiville toimijoille, Kolkkinen jatkaa

- Hyviä aihioita on tulossa paljon. Tarinoita kerrotaan niin monella tapaa, monimediallisesti pelissä, elokuvassa, tv-sarjassa tai sähköisessä kirjassa. Olemme hyvässä alussa, mutta Mediapolis ei ole vielä puhjennut kukkaan, Markku Veima sanoo.

Yhteistyöstä tapa toimia

Mediapoliksessa on päästy tekemisessä konkretiaan ja nähty, mikä ei toimi tai mikä toimii hyvin. Nyt mietitään vielä, miten toimijat järjestäytyvät. Pelisäännöt on tarkoitus olla valmiina, kun action alkaa todenteolla.

- Teemme tällä hetkellä mallisopimuksia eri toimijoiden avuksi. Ensimmäinen mallisopimus on

tekijänoikeuksien tunnistamisesta ja jakamisesta ideointivaiheessa, kun tuotanto ei ole vielä alkanut. Toinen on puolestaan perinteinen yhteistuotantomalli, miten vastuut ja velvollisuudet jaetaan, kun tuotanto on käynnissä, Kolkkinen sanoo.

- Oletus, että ”jollain” on rahaa, ei toimi. Media-alalla edetään pienellä liikevaihdolla ja pienillä liikkeillä. Tällä hetkellä vielä olemme vähän resurssien vankina, mutta siitä pitäisi irrottautua. Asiat voi tehdä hyvinkin eri tavoin ja keksiä uusia tapoja. Ei mietitä, voidaanko tehdä, vaan tehdään vain, Kolkkinen pohtii.

- Tässä on erityisesti hyötyä opiskelijoiden ennakkoluulottomasta tekemisestä. Tuotantojen ajatuksia voisi heittää vaikka opiskelijakerhojen kehitettäväksi, Veima vastaa.

Tuotannot käynnistyvät myynnillä

Luovuuden, innovaatioiden ja hyvien yhteistyömallien lisäksi tarvitaan myyntitaitoa. Mediapoliksessa ei haeta osajia tuotantoihin Suomessa ja kansainvälisillä markkinoilla, vaan tuotannot on myytävä itse.

- Meillä ei ole vielä vakiintuneita tapoja kalastaa tuotantoja yhdessä. Ponnistukset ovat hajallaan, vaikka yhdessä saisimme enemmän näkyvyyttä ja uskottavuutta. Rakennamme nyt enemmän yhteisiä tapoja toimia, jotta saisimme tästä oikean kasvukeskuksen, Veima toteaa.

- Tuotantoja täytyy osata esitellä ostajille. Sen lisäksi, että on käsikirjoittaja, pitää olla esiintyjä ja myyjä tai vaihtoehtoisesti tehdä yhteistyötä myyntiä osaavien kanssa. Useassa paikassa filmikomissiot toimivat

myyntityön apuna. Meillä ei vielä filmikomissiota ole, joten myynti on omien osajien jalkatyötä, Kolkkinen sanoo.

- Jotta ostaminen olisi asiakkaalle helppoa, olemme rakentamassa yhden luokun periaatteella toimivaa palvelurakennetta. Asiakkaan tarvitsisi olla yhteydessä vain yhteen toimijaan Mediapoliksessa ja kaikki tuotantoon liittyvä järjestäisi sen kautta, Kolkkinen sanoo.

Tulevaisuuden innovaatioalusta

- Pari vuotta sitten emme tieneet, minne tämä seikkailu on menossa, mutta nyt tiedämme suunnan. Tarkka visio ei ole oleellista, sillä koko mediatoimiala on murroksessa. Kukaan ei tiedä tarkkaan seikkailun huipennusta, Kolkkinen pohtii.

- Sen sijaan, että kiinnitämme tarkkan vision, teemme kokeiluja ja pilotteja, yhdistelemme asioita ja toimijoita. Voimme lähteä kampukselta ulos tekemään yhteistyötä esimerkiksi teknillisen yliopiston ja näyttelijöiden tai vaikka lääkäreiden kanssa ennakkoluulottomasti, Kolkkinen jatkaa.

”Tuotantoja täytyy osata esitellä ostajille”

- Toivon, että tekisimme myös paljon yhteistyötä kansainvälisten mediacityjen kanssa sekä vielä enemmän yhteistyötä erilaisten koulujen ja yritysten kanssa Suomessa, Veima sanoo.

- Tulevaisuudessa täällä on paljon luovan alan toimintaa ja luovia ideoita, joita kaupallistetaan. Tarkoitus on ottaa kaikki korvien välistä löytyvä luova kapasiteetti käyttöön. Tämä on innovaatioalusta, Veima sanoo.

BRÄNDIN TAKANA VAHVA NÄKEMYYS

Mediapoliksen brändityö käynnistyi kesäkuussa 2013.

- Mahtava matka tämä 1,5-vuotta, jonka olemme tehneet Mediapoliksen kanssa yhteistyötä. Meillä oli heti alussa ohjausryhmä täysillä mukana brändin rakentamisessa. Heillä oli vahva visio, jonka me saimme pukea sanoiksi ja visuaalisuudeksi. Tuloksena syntyivät innostava slogan, rouhea visuaalisuus, pääviestit sekä brändin ytimen kuvaus, kertoo Pauliina Koivunen Mainoskentästä.

Mediapoliksen tunnettuutta on lisätty 1,5-vuoden aikana erilaisilla markkinointiponnistuksilla www-sivuista ja esitteistä tapahtumiin ja tiedotukseen. Visuaalinen ilme näkyy

myös Mediapoliksen sisustuksessa.

- On makea nähdä, että teimme yhdessä onnistuneen brändityön, vaikka kesällä 2013 Mediapolis oli olemassa vasta paperilla ja visiona ohjausryhmän ajatuksissa. Mediapolis on nyt itsensä näköinen ja tästä on hyvä jatkaa, Koivunen sanoo.

Mediapolis tunnetaan

Mediapolis on ollut esillä lehdissä ja televisiossa. Sosiaalisessa mediassa Mediapoliksella on noin 500 seuraajaa Twitterissä ja Facebookissa.

- Uteliaisuus ja tietoisuus ovat lisääntyneet erityisesti Pirkanmaalla, mutta pitäisi vieläkin saada enem-

män porukkaa tutustumaan tänne muualtakin Suomesta, Markku Veima TAMKista toteaa.

- Tunnettuutta Suomen tasolla ovat erityisesti lisänneet maininnat itsenäisyyspäivän vastaanoton televisiolähetyksessä ja ajankohtaisen kakkosen lähetyksissä, joiden tavoitavuudet ovat yhteensä yli kaksi miljoonaa katsojaa, Jan Kolkkinen Mediapoliksesta sanoo.



Roll-up



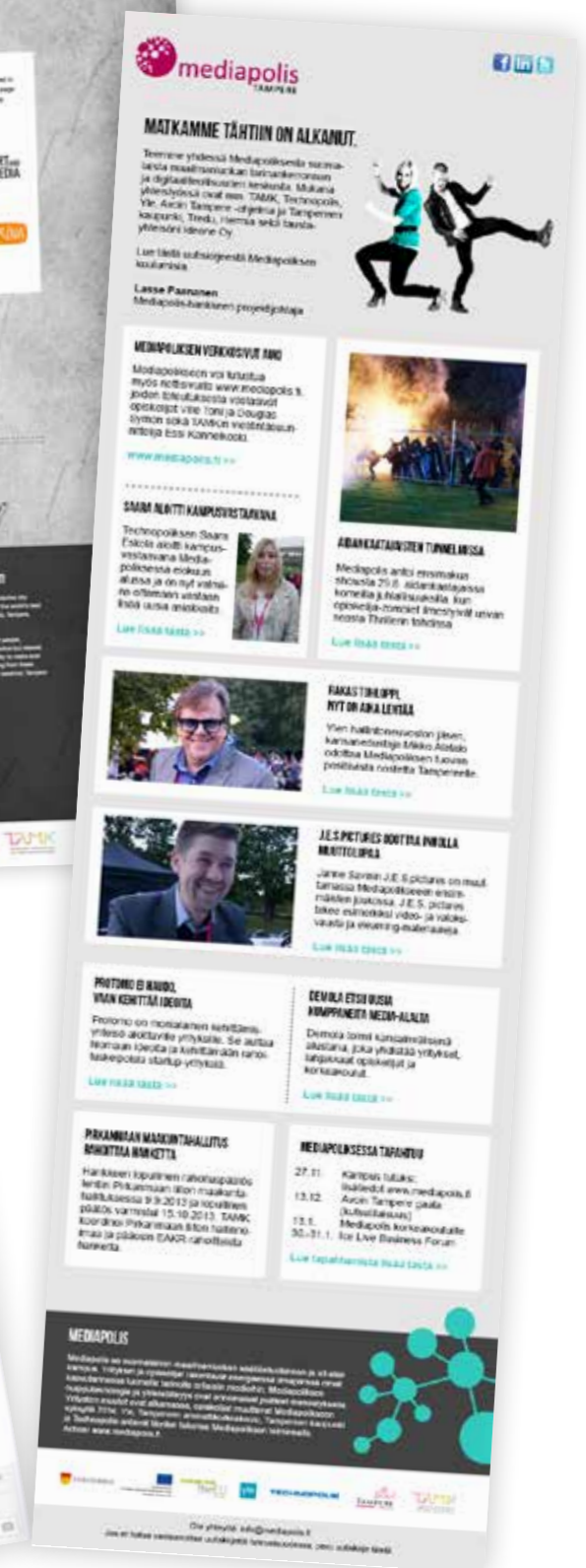
Esitteet ja ilmoitukset



www-sivut



Facebook



Uutiskirje

DEMOLA

tarjoaa uusia keinoja tarinankerrontaan ja työhön

Kansainvälinen Demola-verkosto tekee yhteistyötä kaikkien kolmen Tampereen korkeakoulun opiskelijoiden kanssa.

- Digitaaliteollisuudelle tarjoamme mahdollisuuksia kokeilla uusia tapoja tarinankerrontaan. Projektimme avulla yritykset voivat ketterästi uudistaa toimintaansa, sanoo Demolan projektipäällikkö Jarmo Tuominiemi.

Demola toimii kansainvälisenä alustana, joka yhdistää yritykset, lahjakkaat opiskelijat ja korkeakoulut. Verkosto toimii Suomessa, Ruotsissa, Liettuassa, Latviassa, Unkarissa, Sloveniassa, Espanjassa, Venäjällä ja Meksikossa.

Nuorten aikuisten keskusteluohjelma ja heijastusnäyttö työ-koneiden kuljettajille ovat esimerkkejä innovatiivisista yhteistyöprojekteista.

Nuorten aikuisten keskusteluohjelma

Yle heitti Demolalle haasteen uudesta keskusteluohjelmasta, joka on suunnattu nuorille aikuisille.

Demola otti kopin ja projekti käynnistyi syksyllä 2014. Yle tavoittaa hyvin iäkkäämmät suomalaiset, mutta haluaa tarjota mielenkiintoista sisältöä myös nuoremmille.

Demola selvittää, millainen olisi nykyaikainen, kiinnostava ja viihdyttävä keskusteluohjelma 20–30 -vuotiaille. Projektiryhmä tuottaa yhden tai useamman konseptin tai formaatin, joista Yle kehittää lupaavinta eteenpäin.

Heijastusnäyttö työkoneiden kuljettajille

Demola on mukana miettimässä myös sitä, miten työkoneen hytin ikkunan heijastusnäyttö höydyttäisi kuljettajaa.

Toimeksiantaja on FIMA ry, jolla on verkosto liikkuvien työkoneiden valmistajille.

Ongelmana on, että perinteiset mittarit ja käyttöliittymät eivät vastaa työkoneiden tuottavuusstandardeja. Koneen käyttäjän täytyy siirtää katseensa kohdetta työn aikana. Virtuaalisille heijastusnäytöille olisi kysyntää.

Projektiryhmä selvittää esimerkiksi, kuinka informaatio voidaan esittää oikeassa kohtaa näyttöä, ja miten näyttö mukautuu käyttäjän liikkeisiin. Haasteita ovat myös heijastukset ja valo-olosuhteet.



MEDIAPOLIKSEN TARINA

etenee maailman parhaaksi vain rohkeilla teoilla

Miten Mediapoliksesta tulee maailman paras mediakeskitymä? Mikä on se oman tarinamme salainen aines, jonka avulla onnistumme?

Ensinnäkin meidän pitää kestää epäonnistumisia, sillä niitä tulee matkalla. Paras tai edes hyvä ei pelaa varman päälle eikä karta riskejä. Toiseksi tarvitsemme aktiivista myyntiä. Ei riitä, että nököttämme toimistoissa odottamassa tilauksia. Mennään sinne, missä raha on eli maailmalle. Aito Media on erinomainen esimerkki rohkeasta ja kasvulle ahneesta pirkanmaalaisesta toimijasta, josta muutkin voivat ottaa mallia.

Mediapoliksien onnistuminen ei riipu ainoastaan siitä, mitä Tohlopin rannalle syntyy tai mitä Yle päättää tehdä. Tampereella olemme edelläkävijä innovaatioalustoissa. Tampereen teknillisen yliopiston Kampus Areena Hervannassa ja Terveysalan kampus Kaupissa ovat oman alansa huippuja. Mediapolis menestyy, kun rakennamme siitä tarinan-

Tarvitaan paljon rohkeutta sanoa rinta rottingilla, että meillä on siihen mahdollisuus. Sanoja enemmän tarvitaan toimintaa.

Media-alaa runteleva murros on oiva tilaisuus. Murroksessa aiemmin vakioina pidetyt toimijoiden suhteet muuttuvat ja uudet toimijat voivat nousta esiin. Charles Darwin sanoi hienosti, että "It is not the strongest or the most intelligent who will survive but those who can best manage change".

Menestyäksemme tarvitsemme muutamia, suomalaisille epätyypillisiä ominaisuuksia.

kerronnan ytimen, jolla on lonkeroita. Järisyttäviä innovaatioita syntyy törmäyksistä muiden alojen ja alustojen kanssa esimerkiksi Demolan avulla.

Vielä ei ole varmaa, tuleeko Mediapoliksien julkisesti rahoitettua kehitystoimintaa vai pelkästään kaupalliselle yhteistyölle rakentuva verkosto.

Niin tai näin, menestys on aina kiinni ihmisistä, ei malleista tai organisaatioista. Ensimmäinen askel matkalla maailman parhaaksi on nyt otettu. Joskus matka itsessään onkin tärkeämpi kuin määränpää.

Bon Voyage
Jan Kolkkinen,
matkanjärjestäjänne

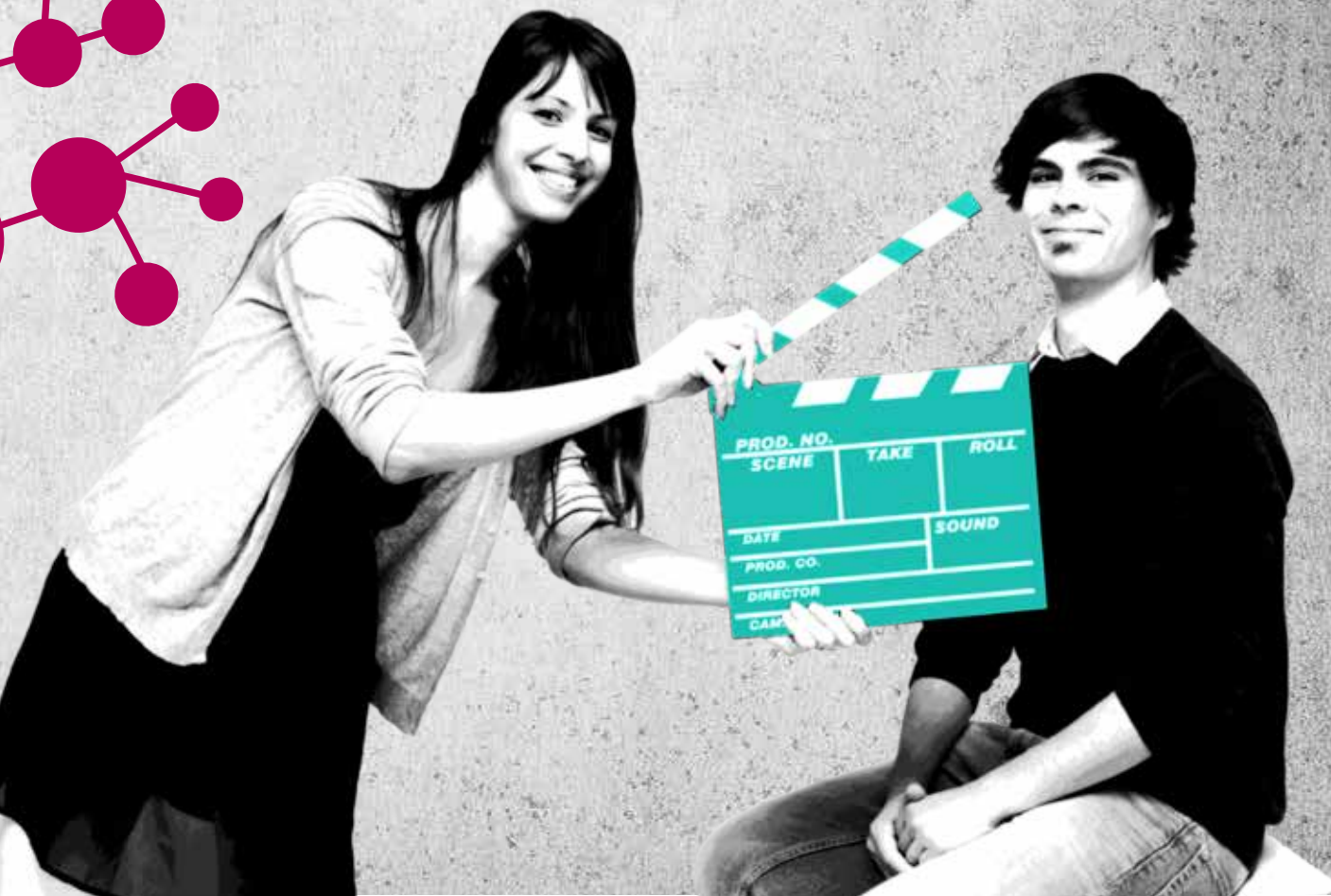


mediapolis

www.mediapolis.fi



#mediapolistre #action # tampereallbright
@MediapolisTre www.facebook.com/MediapolisTampere



Tampereen ammattikorkeakoulun
julkaisuja. Erillisjulkaisu.
Tampere 2014.
ISBN 978-952-5903-63-8
ISBN 978-952-5903-64-5(PDF)

Leverage from
the EU
2007-2013

AVOIN All Bright!
TAMPERE

TECHNOPOLIS



European Union
European Regional Development Fund
European Social Fund



PIRKANMAA



TAMPERE UNIVERSITY
OF APPLIED SCIENCES

HERMIA
GROUP

Täällä välähtää!

All Bright!
TAMPERE
www.tampereallbright.fi FINLAND