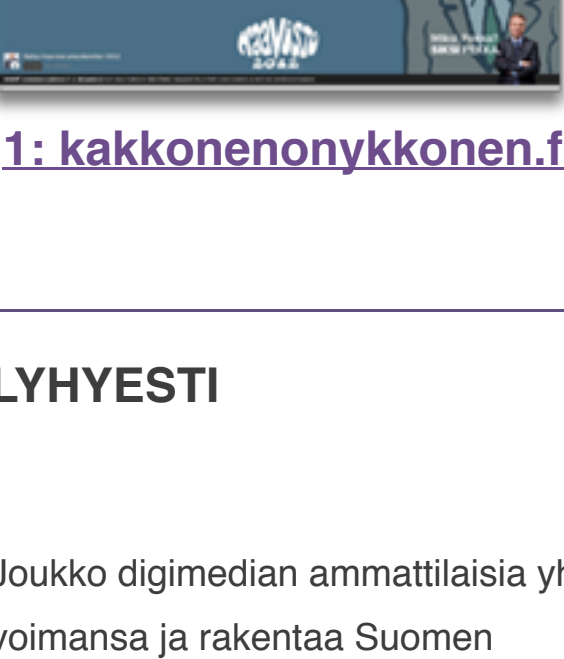


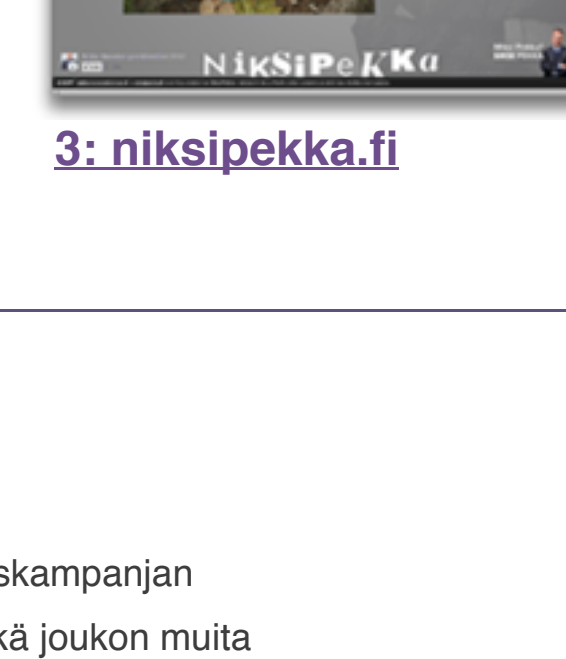
Riippumattoman SiksiPekka-tukijaryhmän saittikokoelma Pekka Haaviston presidentinvaalikampanjan tueksi



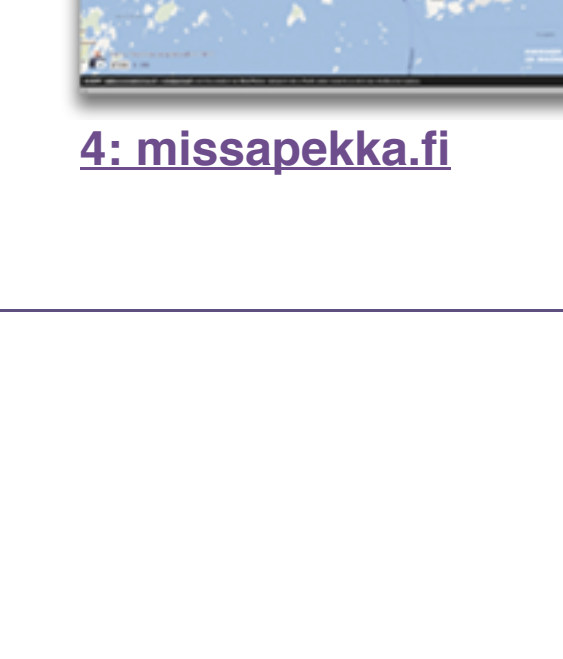
1: kakkonenonykkonen.fi



2: siksipekka.fi



3: niksipekka.fi



4: missapekka.fi

LYHYESTI

Joukko digimedian ammattilaisia yhdistää voimansa ja rakentaa Suomen ensimmäisen virallisesta kampanjaorganisaatiosta irrallaan olevan laajan näkyvyyden poliittisen kampanjan verkkoon Pekka Haaviston presidenttiyden tueksi, onnistuu keräämään historialliset kävijämäärät ja laaja-alaisen medianäkyvyyden pelkillä viraaliefektillä, nostaa Haaviston verkon puhutuimmaksi presidenttiehdokkaaksi ja gallup-kyselyiden top3:een ja lopulta vaalien toiselle kierrokselle.

Sivutuotteena rinnakkaiskampanjan näkyvyys kannustaa sekä joukon muita itsenäisiä tukiryhmiä vastaavanlaisiin saavutuksiin omilla rintamillaan että tavalliset Haavistoa kannattavat äänestäjät toimimaan mitä kekseliäimmillä tavoilla ehdokkaansa tueksi.

YLI 1,6 MILJOONAA

sivulatausta kuukaudessa

YLI 600 000

uniikkia käyttäjää kuukaudessa

0€

mediabudjetti

18,8%

Haaviston toteutunut ääniosuus ensimmäisellä kierroksella

37,4%

Haaviston toteutunut ääniosuus toisella kierroksella

1076957

Ääntä toisella kierroksella

+143% TAI +10PROSENTTIYKSIKKÖÄ

Haaviston kannatusosuuden kasvu ensimmäisen kierroksen mielipidekyselyissä kampanja-aikana (7% → 17%)

+434% TAI +30PROSENTTIYKSIKKÖÄ

Haaviston kannatusosuuden kasvu kampanja-aikana kokonaisuudessaan (7% → 37%)

LÄHTÖTILANNE

Vuoden 2011 lopulla joukko digimedian koneiteita ammattilaisia organisoituu yhteen ja toteaa, että he haluavat **edistää avoimempaa ja moniarvoisempaa Suomea tukemalla omalla osaamisellaan Pekka Haaviston presidentinvaalikampanjaa** - toimien kuitenkin virallisesta kampanjaorganisaatiosta erillään, itsenäisenä ja riippumattomana ryhmänä. Tässä vaiheessa mielipidekyselyiden kärkeissä on yhäisessä yksinäisyydessään Sauli Niinistö, kaukana perässä tulevat muut ehdokkaat Väyrysen ja Soinin vetämänä muiden (Pekka Haavisto mukaanlukien) kannatuksen jäädessä alle kymmeneen prosenttiin.

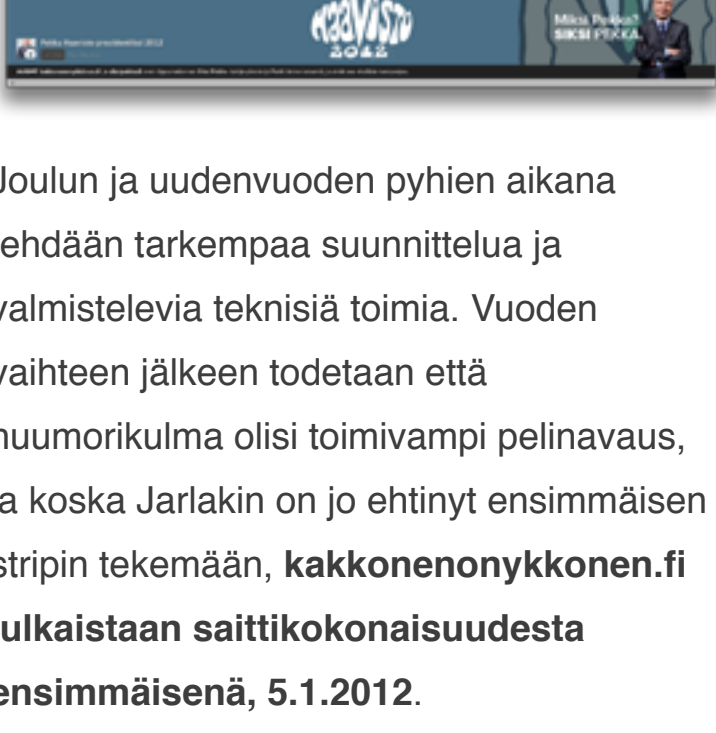
Ryhmällä on kuitenkin vankka usko siihen, että Haavisto on erinomainen ehdokas jolla on mahdollisuudet sen hetkisiä gallup-lukuja merkittävästi laajempaan kannatukseen jos vaan miestä ja viestejä saadaan paremmin esille. Ja sen eteen ryhmä on valmis tekemään töitä.

Joulun molemmin puolin järjestettyjen parin ideointitapaamisen jälkeen suunnitelman päälinjat ovat kasassa: koska mediassa on alkanut spontaanisti esiintyä varsin positiivisessa sävyssä lausuttuja mielipiteitä Pekka Haavistosta niin toimittajilta, kolumnisteilta kuin yksityishenkilöiltäkin, koetaan että niitä pitäisi saada paremmin esiin. **Päätetään alkaa koota mielipiteitä Haavistosta yhdelle sailille helposti löydettäväksi ja selattavaksi kauniin yksinkertaisen typografisen designin tukemana.**

Koska saitti tarjoaa käytännössä hyviä syitä äänestää Haavistoa, nimeksi valitaan ytimekäs **SiksiPekka**, josta tulee samalla myös ryhmän nimi.

Rinnakkaiseksi lähestymiskulmaksi valitaan huumori: Fingerporin isä Pertti Jarla on Haaviston kansalaisvaltuuskunnan jäsen ja on jo aiemmin lupautunut piirtämään sarjakuvia kampanjan tueksi. **SiksiPekka-ryhmän palaverissa on kipunoinut hurtti huumori "kakkonen on ykkönen"-tematiikan ympärillä kun Pekan äänestysnumero on juuri selvinnyt**, joten tuota kulmaa päätetään ehdottaa Jarlalle ensimmäisiin sarjakuviin – sama slogan päätyy myös sailin nimeksi, joka tulee kokoamaan Jarlan kampanjasarjakuvat yhteen.

HUOMIOSAITTI: kakkonenonykkonen.fi



Joulun ja uudenvuoden pyhien aikana tehdään tarkempaa suunnittelua ja valmistelevia teknisiä toimia. Vuoden vaihteen jälkeen todetaan että huumorikulma olisi toimivampi pelinavaus, ja koska Jarlakin on jo ehtinyt ensimmäisen stripin tekemään, **kakkonenonykkonen.fi julkaistaan saittikokonaisuudesta ensimmäisenä, 5.1.2012.**

Julkaisutiedote lähtee ryhmän henkilökohtaisten Facebook ja Twitter-tilien statuspäivityksinä ja leviiää uskomattomalla vauhdilla viraalisti: ensimmäisen vuorokauden aikana saililla käy jo yli 15 000 eri kävijää – mutta tämä on vasta pientä esimakua tulevasta.



Seuraavana päivänä, 6.1.2012, **Iltasanomat.fi uutisoi saitista otsikkolla "Fingerpori-piirtäjän roisi Haavisto-sarjakuvaa levittää verkossa"**. Uutinen nousee nopeasti sivuston luetuimpien joukkoon, ja ohjaa pelkästään tuon vuorokauden aikana 95 000 käyntiä kakkonenonykkonen.fi -sailille. **Samalla viraaliefekti kasvaa nostaan kokonaiskäyntien määräksi 6.1. 147 000.**

Seuraava strippi julkaistaan 11.1. ja tällä kertaa Iltasanomat.fi uutisoi sen melkein heti otsikolla **"Fingerporin tekijä julkaisi taas härskin Haavisto-stripin"**. Jälleen kerran uutinen nousee hetkessä luetuimpien joukkoon. **Ilmeisesti sana "härski" vetoaa yleisöön erityisesti, sillä tällä kertaa strippiä päädytään IS:n kautta lukemaan peräti 150 000 kertaa**, päivän kokonaissaldon noustessa 192 000:een käyntiin.



Ensimmäisen 7 vuorokauden aikana kakkonenonykkonen.fi kerää kaikkiaan n. 370 000 uniikkia kävijää – **luku jolla olisi TNS Metrixin Suomen top-listalla päässyt Top 20:n kulkumiehe** ja reilusti ohi mm. sellaisista saiteista kuin Kaksplus, Uusi Suomi, Aamulehti, SM-liiga, Seiska, Ampparit, Suomen Kuvalehti, Findex, Keltainen Pörssi, JokaKoti. Ja tämä siis ilman ensimmäistäkään maksettua mainosta, pohjautuen puhtaasti viraaliefektiin ja mediahuomioon.

SISÄLTÖSAITTI JA LAHJOITUSKANAVA: siksipekka.fi



12.1. julkaistaan saittikokoelman toinen osa, siksipekka.fi. Jos kakkonen-onykkonen.fi:n oli kokonaisuuden "honey pot" jonka tarkoitus oli herättää huomiota ja kerätä kävijöitä, siksipekka.fi oli sitten strategien se osa millä saatu huomio hyödynnetään **lataamalla tiskiin faktat ja tunnepohjaiset Pekkaa tukevat lausunnot** - koottuna niin virallisilta tukijoukoilta kuin toimittajilta, kolumnisteilta ja yksityishenkilöiltä.

Jälleen kerran iltoe saitista leviiää vauhdilla ja viraalisti täysin organisesti ryhmän henkilökohtaisten Facebook ja Twitter-tilien statuspäivityksistä lähtien. Ensimmäinen vuorokauden saldona on 14 000 käyntiä, 13 000 kävijää ja 20 000 sivunäyttöä - sekä etusivun päänosto Iltasanomat.fi:stä otsikolla **"Mitä ihmettä: kannattaako Halla-aho Haavistoa?"**

Halla-aho & Haavisto-utinen leviiää vauhdilla ja viraalisti täysin organisesti ryhmän henkilökohtaisten Facebook ja Twitter-tilien statuspäivityksistä lähtien. Ensimäinen vuorokauden saldon on 14 000 käyntiä, 13 000 kävijää ja 20 000 sivunäyttöä - sekä etusivun päänosto Iltasanomat.fi:stä otsikolla **"Mitä ihmettä: kannattaako Halla-aho Haavistoa?"**

Halla-aho & Haavisto-utinen leviiää vauhdilla ja viraalisti täysin organisesti ryhmän henkilökohtaisten Facebook ja Twitter-tilien statuspäivityksistä lähtien. Ensimäinen vuorokauden saldon on 14 000 käyntiä, 13 000 kävijää ja 20 000 sivunäyttöä - sekä etusivun päänosto Iltasanomat.fi:stä otsikolla **"Mitä ihmettä: kannattaako Halla-aho Haavistoa?"**

Halla-aho & Haavisto-utinen leviiää vauhdilla ja viraalisti täysin organisesti ryhmän henkilökohtaisten Facebook ja Twitter-tilien statuspäivityksistä lähtien. Ensimäinen vuorokauden saldon on 14 000 käyntiä, 13 000 kävijää ja 20 000 sivunäyttöä - sekä etusivun päänosto Iltasanomat.fi:stä otsikolla **"Mitä ihmettä: kannattaako Halla-aho Haavistoa?"**



Tiimillä on syytä onnitella itseään hyvästä mediahaloosta siitäkin syystä, että teksti josta "kohulainaus" oli peräisin on itseasiassa julkaistu Halla-ahon blogissa jo **viikkoa aiemmin** - mutta **vasta SiksiPekka.fi nostaa sen päivän puheenaikieeksi.**

Koko aikavälin käyenneistä 60% tulee Facebookista, mikä **kertoo palvelun luonnaisen viraaliuden toimineen onnistuneesti**: ihmiset jakavat saililta löytämiään syitä äänestää Haavistoa, mikä puolestaan ohjaa uusia kävijöitä sailille.

15% käyenneistä taas tulee kakkonenonykkonen.fi:stä, mikä kertoo että **konversio sivustokokoelman huomiosaililta on kohdillaan.**

23.1. sailille lisätään lahjoitustoiminta yhteistyössä toisen itsenäisen Haavisto-tukiryhmän, **lhmidentekijöiden** kanssa. Ihmeidentekijät tuottaa mainoksia Haaviston tueksi ja ostaa niille mainostilaa niin lehdistä, radioista, TV:stä kuin Spotifysta. Tähän kokonaisuuteen SiksiPekka-tiimi tarjoaa lahjoitusalustan, jonka avulla saadaan helposti kommunikoitua kaulainenkin



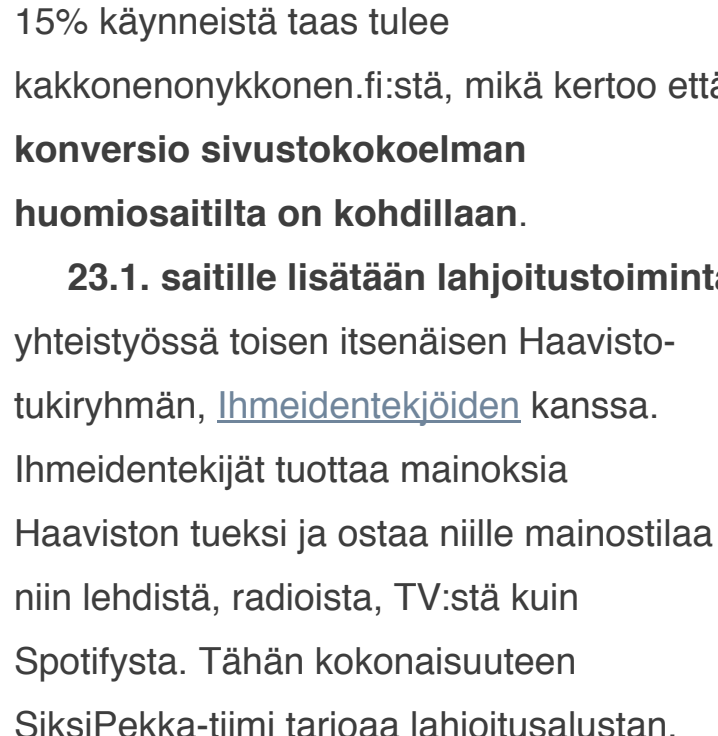
lahjoituskohde ja siihen kullakin hetkellä kerätty potti - visualisoituna tavalla joka kannustaa osallistumaan ja kouvuttaa seuraamaan potin kasvamista Kickstarter.com-hengessä.

siksipekka.fi-saitin kautta on kerätöin kaikkiaan 25 574€ jolla on ostettu mm. mainokset Radio Novalle, Lapin Kansaan, MTV3:lle ja soppatykki Kontiolahdelle vaalitöhyön. Yksittäisiä lahjoittajia on ollut 1048 kpl, keskilahjoituksen ollessa 24€.

TÄYDENNYKSET: niksipekka.fi ja missapekka.fi



24.1. huomattiin että Haavistoa tukevien ihmisten omaehtoinen kampanjointi on voymylltaant ja luovudeltaan huikeata ja tuota toimintaa haavudeltin kerätä näkyville yhteen paikkaan muita inspiroimaan.



26.1. tuo havainto **konkretisoitu palveluksi niksipekka.fi** joka keräsi viikossa 3 563 uniikkia kävijää ja 6 837 sivunäyttöä.

25.1. puolestaan heräsi tarve koota Haaviston tukitapahtumia helpommin hahmotettavaan muotoon, ja tämä **idea synnytti 27.1. palvelun missapekka.fi** mikä puolestaan keräsi viikossa 5 569 uniikkia kävijää ja 7 081 sivunäyttöä.

KOKONAISTULOKSET

1) SiksiPekka-ryhmän loistavasti ajoitetun työn tuloksesta **Haavisto nousi puheenaikieeksi** ihan eri tavalla kuin aiemmin vaalitalustelun aikana - tämä näky sekkä Googlen hakutuloksistaan että mielipidekyselyissä joissa on molemmissa selkeästi korreloiva nousu juuri kakkonenonykkonen.fi:n ja siksipekka.fi:n aktivisiteetin hetkien kanssa

2) SiksiPekka-ryhmän epävirallisen ja rajoja rikkovan perinteitoiminnassa ja rajojen rikkomisen perinteitoiminnassa ja sosiaalisessa mediassa **vauhditti myös useita muita riippumattomia Haaviston tukiryhmiä, joista monella on ollut merkittävä rooli kampanjan kokonaisuudessa:** Ihmeidentekijät, Elokuvantekijät Pekka Haaviston puolesta, Pekka Haavisto Facts, PekkaForum.org, Haavisto flash-mobit, ...

3) Epävirallisen kampanjoiminn merkittävä näkyminen on myös vapauttanut tavalliset äänestäjät - ja aivan erityisesti **juuri Haaviston kannattajat - toimimaan mitä kekseliäimmillä tavoilla ehdokkaansa tueksi.** Tämä ilmiö on silnälään aivan ainutlaatuinen suomalaisessa politiikassa.

4) Haavisto pääsi vaalien toiselle kierrokselle tiukalla loppukirillä ohi Väyrysen, historiallisella tuloksella jossa Vihtreiden harko presidenttiehdokas sai kerättyä taakseen 18,8%:n kannatuksen Vihtreiden puoluekannatuksen ollessa 7%:n luokkaa. SiksiPekka-tiimi on täysin vakuuttunut siitä, että **Ilman kilpailutöiden antamaa lisäpotkua Haaviston äänisaalis olisi jäänyt alle Väyrysen äänipotin ja eläisimme nyt toisessa todellisuudessa Niinisten vaalien toisen kierrosoliisä käyttä Vihtreiden ja Väyrysen välillä.**

5) Sivustokokonaisuuden kävijämäärät ja viralius hakevat vertaistaan vähintäänkin poliittisen verkkokampanjoinnin kategoriassa, **ilman ensimmäistäkään maksettua mainosta**

6) SiksiPekka-brändi levisi muiden itsenäisten tukiryhmien käyttöön, ja näky lopulta mm. **lhmidentekijöiden suunnittelemissa lehtimainoksissa** useissa maakuntien ykköshetkeissä sekä MTV3:n lauantain primetimestä esitetyn historiallisen 2,5 minuutin mittaisen **Flashmob Finlandia -spotin** hantänä.

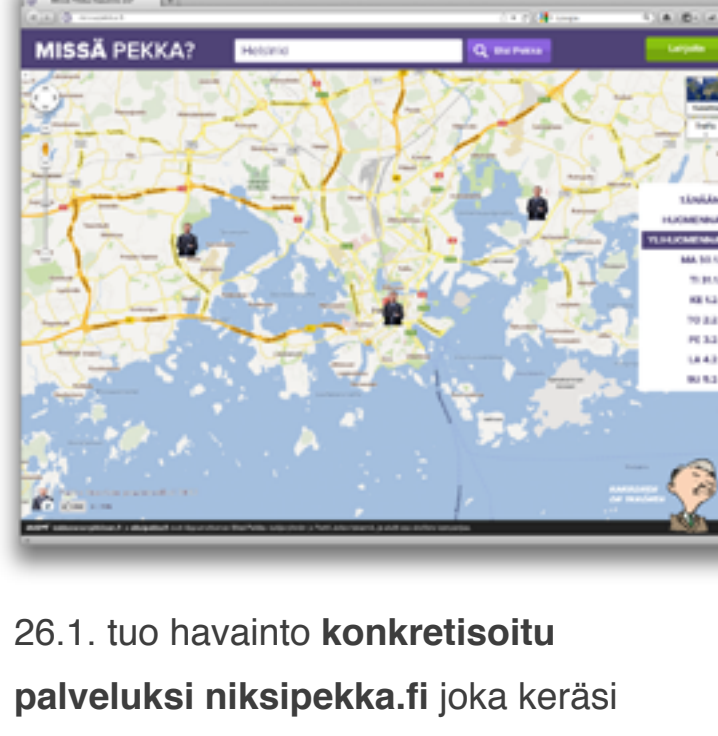
7) Koko toiminta on tehty ammattilaisten itseorganisoituvana talkootöhyönä, joten tässä on tehty myös poliittista historiaa: kyseessä on Suomen **ensimmäinen ammattimaisesti toteutettu laajan näkyvyyden poliittinen kampanja, joka on tehty irrallaan varsinaisesta kampanjaorganisaatiosta** —ensimmäinen suomalaisen poliittinen toimintakomitea (**PAC**).

8) Haaviston voitettua vaalien toisen kierroksen SiksiPekka-ryhmä ratkaisee kansainvälisen musiikkiteollisuuden kannattavuusongelmat sekä **Israelin ja Palestiinan välisen konfliktin.**

"LIES, DAMNED LIES, AND STATISTICS"



(Google-hakutulokset 17.1.2012, lähde: <http://jude.vihervaara.net/viimeinen-koordinaattien-tarkistus/>)



(Gallup-luvut ennen ensimmäistä kierrosta, lähde: <http://www.iltalehti.fi/presidentinvaalit/gallupseuranta.shtml>)

TIIMI

Henri Block
Tommi Forsström
Pertti Jarla
Matti Kari
Jarkko Lehtopelto
Lari Lohikoski
Sami Niemelä
Teemu Pasila
Miemo Penttinen
Otto Virta

sekä joukko muita ryhmän keskusteluissa panoksensa antanutta yksityishenkilöä

1) SiksiPekka-ryhmän loistavasti ajoitetun työn tuloksesta **Haavisto nousi puheenaikieeksi** ihan eri tavalla kuin aiemmin vaalitalustelun aikana - tämä näky sekkä Googlen hakutuloksistaan että mielipidekyselyissä joissa on molemmissa selkeästi korreloiva nousu juuri kakkonenonykkonen.fi:n ja siksipekka.fi:n aktivisiteetin hetkien kanssa

2) SiksiPekka-ryhmän epävirallisen ja rajoja rikkovan perinteitoiminnassa ja rajojen rikkomisen perinteitoiminnassa ja sosiaalisessa mediassa **vauhditti myös useita muita riippumattomia Haaviston tukiryhmiä, joista monella on ollut merkittävä rooli kampanjan kokonaisuudessa:** Ihmeidentekijät, Elokuvantekijät Pekka Haaviston puolesta, Pekka Haavisto Facts, PekkaForum.org, Haavisto flash-mobit, ...

3) Epävirallisen kampanjoiminn merkittävä näkyminen on myös vapauttanut tavalliset äänestäjät - ja aivan erityisesti **juuri Haaviston kannattajat - toimimaan mitä kekseliäimmillä tavoilla ehdokkaansa tueksi.** Tämä ilmiö on silnälään aivan ainutlaatuinen suomalaisessa politiikassa.

4) Haavisto pääsi vaalien toiselle kierrokselle tiukalla loppukirillä ohi Väyrysen, historiallisella tuloksella jossa Vihtreiden harko presidenttiehdokas sai kerättyä taakseen 18,8%:n kannatuksen Vihtreiden puoluekannatuksen ollessa 7%:n luokkaa. SiksiPekka-tiimi on täysin vakuuttunut siitä, että **Ilman kilpailutöiden antamaa lisäpotkua Haaviston äänisaalis olisi jäänyt alle Väyrysen äänipotin ja eläisimme nyt toisessa todellisuudessa Niinisten vaalien toisen kierrosoliisä käyttä Vihtreiden ja Väyrysen välillä.**

5) Sivustokokonaisuuden kävijämäärät ja viralius hakevat vertaistaan vähintäänkin poliittisen verkkokampanjoinnin kategoriassa, **ilman ensimmäistäkään maksettua mainosta**

6) SiksiPekka-brändi levisi muiden itsenäisten tukiryhmien käyttöön, ja näky lopulta mm. **lhmidentekijöiden suunnittelemissa lehtimainoksissa** useissa maakuntien ykköshetkeissä sekä MTV3:n lauantain primetimestä esitetyn historiallisen 2,5 minuutin mittaisen **Flashmob Finlandia -spotin** hantänä.

7) Koko toiminta on tehty ammattilaisten itseorganisoituvana talkootöhyönä, joten tässä on tehty myös poliittista historiaa: kyseessä on Suomen **ensimmäinen ammattimaisesti toteutettu laajan näkyvyyden poliittinen kampanja, joka on tehty irrallaan varsinaisesta kampanjaorganisaatiosta** —ensimmäinen suomalaisen poliittinen toimintakomitea (**PAC**).

8) Haaviston voitettua vaalien toisen kierroksen SiksiPekka-ryhmä ratkaisee kansainvälisen musiikkiteollisuuden kannattavuusongelmat sekä **Israelin ja Palestiinan välisen konfliktin.**