



Lehdistötiedote 24.4.2006

Hopottajien puskaradio soi kummitoiminnan puolesta

Suomessa on yli 40 kummijärjestöä, joista suuri yleisö tuntee vain muutaman. Kummitoiminnasta kerrottaessa käytetään usein esimerkkeinä isoja kansainvälisiä järjestöjä. Suomalainen Interpedia löysi uudenlaisen tavan tulla ihmisten tietoisuuteen tuotteistetun puskaradion kautta. Hyvän Mielen Hopotuskampanja järjestettiin vuodenvaihteessa, jolloin 45 vapaaehtoista Hopottajaa levitti Interpedian kummitoiminnan sanaa kukin omassa sosiaalisessa ympäristössään.

–Järjestömme markkinointibudjetti on todella pieni, mikä tietenkin heijastuu kummitoimintamme tunnettuuteen. Vaikka olemme yksi Suomen vanhimmista ja suurimmista kummijärjestöistä, suuri yleisö ei oikein tunne meitä, toteaa Interpedian tiedottaja **Terhi Collin**. –Siksi Hopotuskampanja tuli meille enemmän kuin tarpeeseen.

Collinin mukaan kampanja lisäsi ilahduttavasti Interpedian tunnettuutta. Interpedian kummitoiminnasta keskusteltiin mitä erilaisimmissa paikoissa, tavallisimmin työpaikoilla, kouluissa, harrastuspiireissä sekä ystävien ja sukulaisten kesken. Kampanja on poikunut yhteydenottoja ja jonkin verran kertalahjoituksia kehitysyhteistyötilille. Uusia kummejakin on liittynyt.

–Kummiksi ei yleensä ryhdytä hetken mielijohdeesta, vaan päätös voi muhia pitkäänkin mielessä. Uskon, että Hopotuskampanja tuo meille uusia kummeja pidemmälläkin aikavälillä, puskaradio soi varmasti edelleen. Tiedon lisääminen oli kampanjan ykköstavoite. Se on hyvä pohja järjestön toiminnan kehittämiseksi tulevaisuudessa, Collin kertoo.

–Interpedialle toteutettu Hyvän Mielen Hopotuskampanja oli loistava esimerkki Hopottajat-palvelun muuntautumiskyvystä. Kampanja sopii tuotteiden lisäksi myös aineettomien ”hyödykkeiden”, kuten hyvän aatteen tai palvelun markkinointiin, toteaa palvelua ylläpitävän Mainostoimisto MBE:n copywriter **Terhi Hollo**.

Hopotuskampanjan päätteeksi asiakkaalle koostetaan yksityiskohtainen loppuraportti kampanjasta. Interpedia sai raportista paljon arvokasta tietoa ihmisten asenteista järjestöä ja kummitoimintaa kohtaan sekä ideoita kummitoiminnan kehittämiseksi.

MBE tarjoaa jatkossakin vuosittain yhden Hyvän Mielen Hopotuskampanjan valitsemalleen voittoa tavoittelemattomalle järjestölle. Järjestöt voivat hakea kampanjan kohteeksi myöhemmin tänä vuonna erikseen ilmoitettavana hakuaikana.

Lisätietoja Interpedian Hyvän Mielen Hopotuskampanjasta:

Interpedian tiedottaja Terhi Collin: (09) 2727 0650, terhi.collin@interpedia.fi

Hopottajat-palvelun tiedottaja Terhi Hollo: (03) 5233 224, terhi.hollo@mbe.fi

-> Kysy kampanjaan osallistuneiden Hopottajien yhteystietoja, jos tarvitset haastateltavaa.