

AINEISTONKERUUN TULOKSET

**Aineistot uuden Tampereen ylioppilaskunnan brändi- ja strategiatyöhön:
Mitä yhteisö odottaa uudelta ylioppilaskunnalta?**



TAMPEREELLE SYNTYY VUODEN 2019 ALUSSA UUSI YLIOPPILASKUNTA TAMPEREEN YLIOPPILASKUNTIEN, TAMYN JA TTY:N, YHDIS-
TYESSÄ. UUELLE YLIOPPILASKUNNALLE LUODAAN SYKSYN 2018
UUSI BRÄNDI JA STRATEGIA OHJAAMAAN UUDEN YLIOPPILASKUN-
NAN TOIMINTAA. BRÄNDI- JA STRATEGIATYÖTÄ VARTEN ON KE-
RÄTTY LAAJA AINEISTO YHTEISÖN MIELIPITEISTÄ, TOIVEISTA JA
HUOLISTA UUTTA YLIOPPILASKUNTA KOHTAAN.

TÄHÄN RAPORTTIIN ON KOOTTU YHTEEN KERÄTYT AINEISTOT.

SISÄLLYS

1. AINEISTORAPORTIN SISÄLTÖ JA KÄYTTÖTARKOITUS	2
2. UUDEN YLIOPIILASKUNNAN BRÄNDI- JA STRATEGIATYÖ – MITÄ NE OVAT?.....	3
3. BRÄNDI- JA STRATEGIATYÖN TUTKIMUSAINIESTOT.....	5
Kerätyt aineistot ja tulosraportit	5
Kohderyhmä: ylioppilaskuntien jäsenistöt eli opiskelijat	5
Kohderyhmä: ylioppilaskuntien piirissä toimivat järjestöt.....	6
Kohderyhmä: ylioppilaskuntien edustajistot	6
Kohderyhmä: ylioppilaskuntien toimistot eli työntekijät ja hallitukset	6
Yhteenveto	7
Kysymyksiä ja kommentteja?	7

1. AINEISTORAPORTIN SISÄLTÖ JA KÄYTTÖTARKOITUS

Vuoden 2019 alussa Tampereen nykyiset yliopistot, Tampereen yliopisto ja Tampereen teknillinen yliopisto, yhdistyvät uudeksi Tampereen yliopistoksi. Samalla myös tamperelaiset ylioppilaskunnat, Tamy ja TTY, yhdistyvät ja toimintansa 1.1.2019 aloittaa uusi ylioppilaskunta, jonka nimeksi nykyiset ylioppilaskunnat ovat ehdottaneet TREY Tampereen ylioppilaskunta. Syksyn 2018 aikana uudelle ylioppilaskunnalle luodaan opiskelijalähtöinen brändi ja visuaalinen ilme, jota tullaan ilmentämään kaikessa uuden ylioppilaskunnan viestinnässä. Lisäksi syksyn aikana tullaan luomaan myös uuden ylioppilaskunnan toimintaa ohjaava strategia.

Brändi- ja strategiatyötä varten ylioppilaskuntien yhteinen bränditiimi yhteistyössä muiden ylioppilaskuntatoimijoiden kanssa on kerännyt laajan aineiston yhteisön mielipiteistä, toiveista ja huolista liittyen ylioppilaskuntien yhdistymiseen ja uuteen ylioppilaskuntaan. Tämä aineisto eli yhteisön ääni tulee olemaan keskiössä uuden ylioppilaskunnan brändiä ja visuaalista ilmettä sekä strategiaa suunniteltaessa. Aineistojen kautta voidaan selvittää, mitä asioita nykyisistä ylioppilaskunnista halutaan säilyttää – ja toisaalta, mistä asioista halutaan luopua. Uuden ylioppilaskunnan valmisteluprosessi on mahdollisuus kehittää nykytoimintaa opiskelijoiden odotusten mukaisesti. Aineistoja hyödynnetään brändi- ja strategiatyön lisäksi myös sektorikohtaisesti uuden ylioppilaskunnan valmistelutyössä. Uudesta ylioppilaskunnasta tullaan tekemään yhteisönsä näköinen!

Tähän raporttiin on koostettu lyhyt kuvaus uuden ylioppilaskunnan brändi- ja strategiatyöstä sekä esitellyt kaikki kerätyt aineistot. Raportin lopusta löytyy myös koko aineistonkeruun tuloksia kuvaava tiivis yhteenveto (*jos haluat päästä suoraan asiaan eli aineistonkeruun tuloksiin, hyppää lukuun 3*). Mikäli Sinulla tulee jotain mieleen kerättyihin aineistoihin tai uuden ylioppilaskunnan brändi- tai strategiatyöhön liittyen, ota reippaasti yhteyttä.

Rosa Lehtinen

Brändikoordinaattori

TTY / Tamy

brandi@tamy.fi / 0404199428

2. UUDEN YLIOPPILASKUNNAN BRÄNDI- JA STRATEGIATYÖ – MITÄ NE OVAT?

Uutta ylioppilaskuntaa ja ylioppilaskuntien yhdistymistä on valmisteltu jo jonkin aikaa. Helmikuussa 2018 koottiin yhteen ylioppilaskuntien yhteinen bränditiimi ja myöhemmin elokuussa muodostettiin yhteinen strategiatyöryhmä. Yhdessä bränditiimi ja strategiatyöryhmä työstävät uuden ylioppilaskunnan toimintaa ohjaavia suuria linjoja ja pyrkivät vastaamaan esimerkiksi seuraaviin kysymyksiin:

Minkälainen uusi ylioppilaskunta on?

Mikä on uuden ylioppilaskunnan toiminnan tarkoitus ja tavoite?

Minkälaiset arvot ohjaavat uuden ylioppilaskunnan toimintaa?

Mitkä ovat uuden ylioppilaskunnan toiminnan painopisteet?

Miltä uusi ylioppilaskunta näyttää ja miten se viestii toiminnastaan?

Näihin kysymyksiin vastaamalla voidaan luoda yhteinen päämäärä ja toimintatavat uudelle yhteiselle ylioppilaskunnalle. Kahden perinteikkään ylioppilaskunnan yhdistyminen edellyttää paljon perusteellista pohdintaa uusista yhteisistä toimintatavoista ja tavoitteista: mitä asioita halutaan säilyttää nykyisistä ylioppilaskunnista, mistä asioista voidaan luopua ja mitä asioita tulisi kehittää uudessa ylioppilaskunnassa? Tätä tehtävää ei kuitenkaan taklata pienellä porukalla bränditiimin tai strategiatyöryhmän voimin, vaan vastauksia näihin kysymyksiin on etsitty uuden ylioppilaskunnan tärkeimmiltä kohderyhmiltä: opiskelijoilta, järjestöiltä ja nykyisiltä ylioppilaskuntatoimijoilta.

Keväällä 2018 brändi- ja strategiatyön alussa ylioppilaskuntien bränditiimi toteutti laajan aineistonkeruun, jolla pyrittiin selvittämään, minkälaisen uuden ylioppilaskunnan yhteisö itselleen haluaa ja miten näihin odotuksiin voidaan vastata nykytoimintaa kehittämällä ja nykyisten ylioppilaskuntien vahvuuksia yhdistämällä. Yhteisön toiveita kuuntelemalla voidaan luoda opiskelijoiden näköinen uusi ylioppilaskunta, joka aidosti kuvastaa uutta syntyvää opiskelijayhteisöä ja palvelee sen tarpeita. Yhteisön odotuksia ja huolia liittyen ylioppilaskuntien yhdistymiseen ja tulevaan uuteen ylioppilaskuntaan selvitettiin toteuttamalla erilaisia työpajoja, kyselyitä ja haastatteluita opiskelijoille, järjestöille ja ylioppilaskuntatoimijoille.

Syksyllä edessä on uuden ylioppilaskunnan brändin ja strategian luominen kerätyn aineiston pohjalta. Uuden ylioppilaskunnan brändityön tavoitteena on luoda aidosti yhteisöään kuvastava ja opiskelijoita puhutteleva ylioppilaskunta. Tähän pyritään kehittämällä ylioppilaskuntatoimintaa, viestintää ja siten uuteen ylioppilaskuntaan kohdistuvia mielikuvia yhteisöltä kerätyn palautteen perusteella. Osa tätä työtä on myös uuden visuaalisen ilmeen luominen, joka julkistetaan joulukuussa 2018. Brändityö on tiiviisti

AINEISTONKERUUN TULOKSET

sidoksissa myös uuden ylioppilaskunnan strategiatyöhön eli uuden ylioppilaskunnan tavoitteiden asettamiseen ja käytännön toimintamallien rakentamiseen näiden tavoitteiden pohjalta.

Brändi- ja strategiatyö ovat siis laajaa taustatyötä vaativia analyyttisiä prosesseja, joissa yhteisön toiveet puetaan yhteiseksi tahtotilaksi ja päämääräksi, jotka ohjaavat yhteistä toimintaa. Virallisesti uudesta brändistä ja strategiasta tulee päättämään uuden ylioppilaskunnan ensimmäinen syyskuussa valittava edustajisto eli ylioppilaskunnan ylin päättävä elin.

3. BRÄNDI- JA STRATEGIATYÖN TUTKIMUSAINEISTOT

Kuluneen kevään aikana ylioppilaskuntien yhteinen bränditiimi yhteistyössä muiden ylioppilaskuntatoimijoiden kanssa on keräsi laajan aineistonkeruun avulla mielipiteitä, toiveita ja huolia opiskelijayhteisöltä liittyen uuteen ylioppilaskuntaan ja ylioppilaskuntien yhdistymiseen. Nämä aineistot ja opiskelijayhteisön tahtotila tulevat olemaan keskiössä uuden ylioppilaskunnan brändiä ja laajempaa strategiaa suunniteltaessa. Aineistoa hyödyntämällä varmistetaan, että uutta ylioppilaskuntaa rakennetaan ylioppilaskunnan tärkein kohderyhmä eli opiskelijat huomioiden.

Aineistonkeruussa mielipiteitä haluttiin kuulla mahdollisimman laajasti kuunnellen sekä opiskelijoiden, järjestöjen ja järjestöaktiivien sekä ylioppilaskuntatoimijoiden mielipiteitä. Alla on lyhyesti esitelty kerätyt aineistot ja jaettu linkit kunkin aineiston tulosraporttiin. Tulosraporteissa on esitelty aineistonkeruun toteutus, aineistonlukuohje ja tutkimustulokset.

Tämän luvun lopussa on myös linkki koko aineistoa kokoavaan yhteenvetoraporttiin, jossa on esitelty keskeisimmät tulokset kaikkien kerättyjen aineistojen pohjalta. Jos haluaa siis saada nopean käsityksen aineistojen tuloksista, kannattaa tutustua tähän yhteenvetoraporttiin.

Huomioitavaa: Aineistoista selviää, että ylioppilaskuntien nykytoimintaan kohdistuu tyytymättömyyttä ja myös ylioppilaskuntien yhdistyminen herättää huolia. Aineistojen tarkoitus ei ole kasvattaa vastakainasettelua tai huolia, vaan auttaa tunnistamaan ne ja pyrkiä vastaamaan niihin. Toisaalta myös paljon odotuksia ja toiveitakin kohdistuu tulevaan uuteen ylioppilaskuntaan.

KERÄTYT AINEISTOT JA TULOSRAPORTIT

KOHDERYHMÄ: YLIOPPILASKUNTIEN JÄSENISTÖT ELI OPISKELIJAT

Jäsenkysely. Tampereen ylioppilaskunnat, Tamy ja TTY, toteuttivat maalishuhtikuussa 2018 yhteisen jäsenkyselyn, jonka tarkoituksena oli kartoittaa ylioppilaskuntien jäsenistöjen eli opiskelijoiden mielipiteitä nykyisistä ylioppilaskunnista sekä toiveita ja huolia liittyen ylioppilaskuntien yhdistymiseen ja tulevaan uuteen ylioppilaskuntaan.

Tulosraportti:

<https://drive.google.com/file/d/1w-7P3nMLxC6P-NSONsnq5LbQHqNbTPy2/view?usp=sharing>

AINEISTONKERUUN TULOKSET

Brändistäändit. Huhti- ja toukokuussa 2018 uuden ylioppilaskunnan bränditiimi jalkautui opiskelijoiden keskuuteen ja pystytti kaikille kolmelle kampukselle brändistäändit. Brändistäändeillä selvitettiin, minkälaisen uuden ylioppilaskunnan tamperelaiset yliopisto-opiskelijat haluavat. Brändistäändien tavoitteena oli kuulla mielipiteitä tavallisilta opiskelijoilta.

Tulosraportti:

<https://drive.google.com/file/d/1Zz8zNshaRJWRud3XbVj-YA0Xjl-BjkqX/view?usp=sharing>

KOHDERYHMÄ: YLIOPPILASKUNTIEN PIIRISSÄ TOIMIVAT JÄRJESTÖT

Fokusryhmähaastattelut. Uuden ylioppilaskunnan bränditiimi kokosi toukokuussa 2018 yhteen ylioppilaskuntien järjestöjen edustajia keskustelemaan järjestöjen toiveista uutta ylioppilaskuntaa kohtaan. Ennen haastatteluita järjestöjen edustajat keskustelivat järjestöissään haastattelun teemoista, joten he pystyivät haastatteluissa edustamaan järjestöjensä laajempaa mielipidettä.

Tulosraportti:

https://drive.google.com/file/d/1SDyPOrwdIPyIV5mlcdGagmi8Y_BdQQ0m/view?usp=sharing

KOHDERYHMÄ: YLIOPPILASKUNTIEN EDUSTAJISTOT

Visiotyöpaja. Helmikuussa 2018 molempien ylioppilaskuntien edustajistot eli ylimmät päättävät elimet kokoontuivat yhteiseen visiotyöpajaan visioimaan uutta ylioppilaskuntaa. Visiotyöpajassa edustajistot visioivat muun muassa uuden ylioppilaskunnan arvoja, brändiä ja toimintaperiaatteita.

Tulosraportti:

<https://drive.google.com/file/d/1HWNwhhs6qV09m2K7zSBY2CwwfNLk7H5p/view?usp=sharing>

KOHDERYHMÄ: YLIOPPILASKUNTIEN TOIMISTOT ELI TYÖNTEKIJÄT JA HALLITUKSET

Esihenkilöt visioi. Joulukuussa 2017 hallitusten puheenjohtajat vuosimallia 2017 ja 2018, ylioppilaskuntien pääsihteerit ja ylioppilaskuntien yhteinen yhdistymiskoordinaattori kokoontuivat luomaan ensimmäisiä ylioppilaskuntien yhteisiä visioita uudesta ylioppilaskunnasta.

Tulosraportti:

<https://drive.google.com/file/d/1kWzbiWqJnLw3JFCdaCZ92lrLih0LqLAT/view?usp=sharing>

Yhdistymisseminaari. Tammikuussa 2018 ylioppilaskuntien toimistojen väet eli ylioppilaskuntien työntekijät ja hallitukset kokoontuivat yhteiseen yhdistymisseminaariin, jossa he saivat ryhmissä kuvailla toiveitaan uudesta ylioppilaskunnasta.

Tulosraportti:

<https://drive.google.com/file/d/1-289y-CcHVOU7vuwAPGG1hyRVXNDlu8d/view?usp=sharing>

Brändikoulutus. Maaliskuussa 2018 uuden ylioppilaskunnan brändityön alkuvaiheissa ylioppilaskuntien toimistojen väelle järjestettiin brändikoulutus, jonka yhteydessä he saivat pohtia, mikä ylioppilaskunta on, miksi se on olemassa ja miten uusi ylioppilaskunta voisi erottautua muista ylioppilaskunnista.

Tulosraportti:

https://drive.google.com/file/d/1vHGMt-IMx-XTxWFULHyvWo_4rFjxpUYS/view?usp=sharing

YHTEENVETO

Yhteenvetoraportti. Koko brändi- ja strategiatyön aineistoa kokoava yhteenvetoraportti.

Raportti:

<https://drive.google.com/file/d/1Ft8ZFtBsfqmNRjgnVxILWBY5HUSIW9Pa/view?usp=sharing>

Kaikki aineistot löytyvät myös alla olevan linkin kautta:

https://drive.google.com/drive/folders/1GBPYY7W_-NzUm1U4MpV4YRhgW0iSN-sF?usp=sharing

KYSYMYKSIÄ JA KOMMENTTEJA?

Heräsikö sinulla kysymyksiä liittyen uuden ylioppilaskunnan brändi- ja strategiatyöhön tai kenties johonkin muuhun liittyen uuden ylioppilaskunnan syntymiseen? Voit näissä tilanteissa olla aina yhteydessä ylioppilaskuntaasi.