

Arctic Design Week 2018 - loppuraportti

Kymmenes maailman pohjoisin muotoilutapahtuma Arctic Design Week järjestettiin viikolla 8, 19.-25.2.2018. Tapahtuma on suunnattu kaikille muotoilusta ja luovuudesta kiinnostuneille, erityisesti yrittäjille. Vuoden teemana oli Out-of-the-box. Tarkoituksena oli kannustaa yrityksiä ja toimijoita rohkeuteen hyödyntää luovuutta ja muotoilua oman toiminnan kehittämisessä. Niinikään ydintavoitteena oli edelleen avata yrityksille muotoilua työkaluna ja mahdollisuutena bisneksen kasvattamiseen. Erityisteemana oli myös avata arktisen muotoilun käsitettä osallistujille.

Tapahtumaa on järjestetty vuodesta 2009 alkaen ja tämän vuoden designviikko oli jo 10. designviikko järjestyksessään. Ensimmäiset neljä vuotta tapahtuma kulki nimellä Rovaniemi Design Week, mutta arktisen profiloitumisen myötä se vaihdettiin Arctic Design Weekiksi. Nimen vaihtamisesta on saatu positiivista palautetta jälleen tänäkin vuonna.

Arctic Design Week koostui päätapahtumasta ja useista itsenäisistä oheistapahtumista. Päätapahtumana toimi toista kertaa Arctic Design MISH MASH, luovasta sekametelistä koostuva uniikki kolmipäiväinen bisneskonferenssi. Muotoiluviikon oheistapahtumiin kuului kattava tarjonta erilaisia tilaisuuksia keskustelutilaisuuksista näyttelyihin.

Arctic Design MISH MASH oli viikon päätapahtuma jonka kohdeyleisönä olivat paikalliset ja alueelliset yrittäjät sekä luovan alan toimijat ja siitä kiinnostuneet Suomesta ja maailmalta. MISH MASH oli sekoitus seminaaria, työpajoja, tekemistä, kokemista ja verkostoitumista.

Oheistapahtumia haettiin mukaan yleisellä haulilla Arctic Design Weekin tiedotuskanavia pitkin loppuvuodesta 2017. Tärkeitä toimijoita oheistapahtumien keräämisessä ja koordinoinnassa olivat Lapin yliopisto ja Rovaniemen Kehitys. Mukana oli Lapin yliopiston ennätysmäärä näyttelyitä ympäri kaupunkia, Pilke aktiivisena tapahtuma-areenana, Taito Lappi näyttelyineen ja työpajoineeni, Hostel Café Koti areenana monine sisältöineen (opiskelijoiden järjestämä MISHMASH Underground, Cineman elokuvailta, ADW Aestetik -elokuvailta, käsityötyöpajat sekä viikon päättänyt brunssi), Arctic Light Hotel Arctic Design Talks -tapahtuman areenana sekä Korundi Kalevala-koru -näyttelyn ja siihen liittyvien oheistapahtumien tapahtumapaikkana. Oheistapahtumissa oli ohjelmaa niin lapsille ja aikuisille, luovuudesta kiinnostuneille kuin alan ammattilaisille. Arctic Design Week on selkeästi vakiinnuttanut paikkansa Rovaniemen tapahtumatarjonnassa.

Arctic Design MISH MASH 2018

Arctic Design MISH MASH on Arctic Design Weekin päätapahtuma. Se on bisnesseminaari missä on mahdollista verkostoitua alan ammattilaisten kanssa, hakea inspiraatiota omaan tekemiseen sekä samalla tutustua arktiseen muotoiluun ja ympäristöön. Tapahtuman päätavoitteena on auttaa yrityksiä kehittämään bisnestään menestyvämmäksi muotoilun avulla sekä löytämään uusi liiketoimintamahdollisuuksia ja -kumppaneita.

Arctic Design MISH MASHin tarkoitus on luoda massata erottuva arktinen muotoilutuietoisuutta edistävä konferenssielämys. Seminaarit viedään ulos luentosaleista ja arktisuus koetaan myös seminaariympäristössä. Vuonna 2018 tämä tarkoitti jalkautumista Rovaniemen Lapin Yliopiston taideateljeehen, Tiedekeskus Pilkkeeseen, neljään paikalliseen yritykseen sekä Rovaniemen Jääkäriprikaatiin. Tapahtumasta kerätyn palautteen perusteella valtaosa kävijöistä piti jalkautumista myös hyvänä lisänä ja onnistuneena ideana.

Arctic Design MISH MASH 2017 kävijämäärät:

Lippu	lkm
MISH MASH Day 1, matchmaking	95
MISH MASH Day 2, seminar	192
MISH MASH Day 2, ACTION part 1, työpajat yrityksissä	25
MISH MASH Day 2, ACTION part 2, Jääkäriprikaatissa	48
MISH MASH Day 3, SPARRING	15

MISH MASH -tapahtuma oli osin maksullinen ja osin ilmainen. Seminaarin osalta tehtiin yhteistyötä Rovaniemen Kehityksen ja Lapin Yliopiston koordinoiman ASE-hankkeen kanssa joka mahdollisti seminaarin ilmaisuuden. Varmistus tälle saatiin loppuvuodesta, ennen joulua, jota ennen liput olivat myynnissä 50 euron hintaan. Lipun jo ostaneille summa hyvitetiin takaisin. Muihin tilaisuuksiin oli pääsymaksu. Matchmaking -ilta kustansi 45 euroa osallistujalta jolla katettiin tarjoilua. Matchmaking -tilaisuudessa oli noin 90 ihmistä joista lipun osti noin kolmannes. Loput saivat liput joko yhteistyökumppanuuden kautta tai olivat tavalla tai toisella järjestämässä tapahtumaa.

MISHMASH ACTION -tapahtuma tapahtui torstaina. Action -osuus oli kaksiosainen. Ensimmäisessä iltapäivän osuudessa järjestettiin Arctic Design Adventure -seikkailu paikallisissa yrityksissä. Osallistujat jaettiin joukkueisiin. Joukkueiden tehtävänä oli suunnistaa What3word -paikannussovelluksen avulla rastilta toiselle. Jokaisella rastilla oli jonkinlainen aito, yrityksen antama muotoiluhaaste ratkottavaksi. Joukkueilla oli käytössään autot. Yritykset/teemat olivat: 1) Ecodesign / Design Forum Finland, 2) tuotekehitys, Mandragora, 3) palvelumuotoilu Aurora Emotions ja 4) teollinen muotoilu, BRP Finland.

ACTION-tapahtuman toisessa osassa osallistujat kuljetettiin yhteiskuljetuksella Rovaniemen Jääkäriprikaatin varuskuntaan. Varuskunnassa osallistujat saivat armeijan arktiset varusteet päälleen. Illan aikana osallistujat pääsivät testaamaan puolustusvoimien arktista kalustoa, heille tarjottiin kolmen ruokalajin illallinen, nuotiolla käytiin keskusteluja ja rohkeimmat saivat jäädä yöksi teltoihin/lumiluoliin, joista aamusaunan ja aamiaisen jälkeen palattiin takaisin keskustaan.

MISHMASH -tapahtuman viimeinen osio oli MISHMASH Sparring -työpaja. Työpajassa Julius Oförsagd ja Tuija Seipell sparrasivat kahtatoista yritystä, jokaista omassa haasteessaan.

MISH MASH Day 1 - MATCHMAKING - Keskiviikko

MISHMASH -sarjan ensimmäinen tapahtuma oli verkostoitumisilta keskiviikkona 21.2. Tapahtuma järjestettiin Lapin Yliopiston taiteiden tiedekunnan maisema-ateljeessa. Ateljeeseen rakennettiin cocktail-tilaisuusympäristö missä 90 osallistujaa saivat syödäkseen ja juodakseen. Tilaisuuden tarkoitus oli tarjota osallistujille mahdollisuus tutustua toisiinsa. Lisäksi tilaisuudessa jaettiin Rovaniemen kaupungin "Vuoden arktinen muotoiluyritys" -palkinto. Palkinnon sai Aurora Emotions -yritys joka tekee sähkömoottorikelkkasafareita.

Verkostoitumisillassa pääosa osallistujista oli eri alojen yrittäjiä sekä julkisen sektorin, kuten kehitysyhtiöiden, väkeä.

MISH MASH Day 2 - Seminaari

Arctic Design MISHMASH -konferenssin suurin tapahtuma oli MISHMASH seminar. Seminaari järjestettiin Tiedekeskus Pilkkeessä. Seminaarin runko oli tyyliltään osa mishmash-konseptia. Seminaari haluttiin rakentaa elämykselliseksi ja yllätykselliseksi kokonaisuudeksi joka poikkeaa suuresti perinteisestä seminaari-formaatista. Seminaarissa oli yhteensä kuusi puhujaa. Teemana oli viikon mukaisesti out-of-the-box. Puhujien tarinoiden avulla haluttiin avata ihmisten ymmärrystä muotoilusta ja luovuudesta ja näiden hyödyntämisestä bisneksessä.

Seminaari alkoi rekisteröitymisellä ja aamukahvilla 08.15 tiedekeskuksen aulassa. Osallistujien aamukahvi keskeytyi kahden näyttelijän sisääntulolla josta seminaari sai alkunsa. Ensimmäinen puheenvuoro (Julius Oförsagd) kuultiin aulassa. Puheenvuoro käsitteli muotoilua yleisesti, mitä se on ja miten sitä voi hyödyntää bisneksessä.

Tämän jälkeen osallistujajoukko saatettiin Pilkkeen alakertaan, tiedekeskustiloihin. Seuraavat puheenvuorot (Riikka Sjöholm ja Teemu Pohjola) kuultiin seisten omissa spoteissaan tilassa. Tämän jälkeen yleisö yllätettiin sirkusnumerolla jonka jälkeen yleisö sai hakea tuolit itselleen. Seuraavaksi oli Sulapacin toimitusjohtaja Suvi Haimi jonka jälkeen kuultiin omissa spoteissaan kaksi viimeistä puhujaa, Tea Latvala sekä pääpuhujana Dan Hesketh, joka siivitti oman puheensa start-up -maailmasta ja yrittämisestä rock-muusikkotaustaisesti kitaran säestyksellä.

Seminaariin osallistui noin 200 ihmistä, joukossa niin yrittäjiä, opiskelijoita kuin julkisen puolen edustajia. Seminaari oli kestoltaan aamupäiväseminaari. Tapahtuman aikaan jyllännyt influenssa-aalto aiheutti melko suuren määrän viime hetken peruuntumisia.

Torstain puhujat

Julius Oförsagd (Arctic Factory)
Riikka Sjöholm (Fazer Oy)
Teemu Pohjola (Sony)
Suvi Haimi (Sulapac)
Tea Latvala (Teatimo)
Dan Hesketh (Huddly Ltd)

MISH MASH ACTION

Torstai-päivä jatkui seminaarin jälkeen ACTION-osuudella. Action-osuuden ensimmäisessä osassa, iltapäivässä, osallistajat (pääosin yrittäjiä) jaettiin neljään joukkueeseen. Jokaisella joukkueella oli omat tiiminjohtajat (opiskelijat) jotka opastivat tiimejä. Joukkueet saivat käyttöönsä autot sekä jokaisella rastilla kirjukuoren joka ohjasi seuraavalle rastille. Rastit järjestettiin yrityksissä ja rastien tehtävät olivat aitoja yritysten kehittämishaasteita. Tavoitteena oli opettaa osallistujille käytännön tekemisen kautta muotoiluprosessin eteneminen käytännössä. Antaa konkreettisia eväitä ja ajatuksia muotoiluosaamisen hyödyntämiseen oman toiminnan kehittämisessä.

Iltapäivän osuuden jälkeen joukkoon liittyi lisää ihmisiä noin 50 osallistujaa kuljetettiin Jääkäriprikaatiin, Rovaniemen varuskuntaan missä osallistajat saivat arktisen kestävän vaatetuksen. Osallistujia varten metsään oli rakennettu tapahtuma-areena missä osallistujat saivat syödä kolmen ruokalajin illallisen, testata armeijan välineistöä sekä keskustella ja verkostoitua nuotioilla. Klo 21 osa joukosta suuntasi bussikuljetuksella takaisin keskustaan. He jotka jäivät menivät Sotilaskotiin iltapalalle jonka jälkeen heitä odotti yöpyminen puolijoukkueeteltoissa. Myös mahdollisuus lumiluolamajoitukseen oli olemassa.

Aamulla vieraat pääsivät aamusaunaan ja aamiaisen jälkeen takaisin keskustaan.

Acton osuuden tavoitteena oli opettaa muotoilun merkitystä yritystoiminnassa, tarjota elämyksiä sekä alusta verkostoitumiselle.

MISHMASH SPARRING

MISHMASH -tapahtuman viimeinen osio oli sparraustyöpaja. Sparraustyöpajan vetivät Tuija Seipell ja Julius Oförsagd. Työpajan tarkoitus oli auttaa siihen osallistuvia yrityksiä kehittämään omaa toimintaansa asiakaslähtöisyyden kautta. Työpajaa osallistui kaksitoista yritystä eri puolilta Lappia, erityisesti Rovaniemeltä. Yritykset olivat eri aloilta ja eri kokoisia. Työpajassa yritykset sparraajien johdolla auttoivat kehittämään toistensa toimintaa. Työpaja järjestettiin Pilkkeessä ja se kesti kolme tuntia.

Tapahtuman tuotanto & markkinointi

Arctic Design Weekin viralliset järjestäjät ovat Rovaniemen kaupunki, Rovaniemen Kehitys Oy ja Lapin yliopisto. MISHMASH-tapahtuman tuottamisesta sekä markkinoinnin ja viestinnän koordinoinnista vastasi Arctic Factory (Julius Oförsagd Company Oy). Yhteistyökumppaneina MISHMASHin toteuttamisessa olivat Tiedekeskus Pilke, Jääkäriprikaati, Arctic Light Hotel, Hostel Cafe Koti, BRP, Aurora Emotion, Mandragora sekä Design Forum Finland ja ECO Design Sprint -projekti.

Rovaniemen kaupunki toimi työn päärahoittajana ja tilaajana. Rovaniemen Kehitys vastasi mediaviestinnästä. Tapahtuman isot linjat käytiin yhdessä läpi säännöllisissä palaverissa. Seminaarin tekemiseen ja päärahoittamiseen osallistunutta ASE-hanketta koordinoi Rovaniemen Kehitys Oy.

Rovaniemen Kehityksen ja Arctic Factoryn kesken käytiin kerran viikossa/kahden viikon välein palaverissa läpi tuotannollinen tilanne.

Mukana Arctic Design MISH MASHissa toteutuksessa oli myös yli 30 opiskelijan ryhmä Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutista. He toimivat niin sanottuina elämysoppaina ja jokaisella oli oma selkeä tehtävänsä, millä mahdollistettiin kävijöille kokonaisvaltainen seminaarikokemus. Tehtäviä olivat muun muassa tervetulleeksi toivottaminen, narikassa työskentely ja stage managerina ja oppaina toimiminen. Lisäksi ACTION-osuutta oli mukana toteuttamassa viisi teollisen muotoilun opiskelijaa yliopistolta.

Viestintä ja markkinointi kanaviin kuului aktiivisimpina Facebook, Instagram, paikalliset sanomalehdet sekä Arctic Factoryn ja Rovaniemen Kehityksen omat kanavat ja yhteystietolistat. MISHMASH -kokonaisuudesta viestittiin useissa eri kanavissa säännöllisesti. Haasteena markkinoinnille oli avainsisältöjen varmistuminen suhteellisen myöhään. Tapahtuma sai kohtuullisesti näkyvyyttä erityisesti paikallisissa lehdissä, muutama nosto valtakunnallisissa julkaisuissa saavutettiin myös. Viestinnän ja markkinoinnin keinoina kokeiltiin myös LinkedIn-artikkeleita ja laajempaa Alma media yhteistyökumppanuutta. Lisäksi yrityksiä ja muita toimijoita lähestyttiin suorakontaktointeilla, niin puhelimitse, sähköpostilla kuin sosiaalisen median kanavia hyödyntäen.

Talous

Talous pääpiirteittäin:

Tulot

Rovaniemen kaupunki 25000
ASE -hanke 15000
Lipputulot 2300
Yhteensä: 42300

Menot

Markkinointi, Nettisivut, grafiikka yms 8200 e
MISHMASH MATCHMAKING (tarjoilut, tilat, tekniikka yms) 4000 e
MISHMASH Seminar (puhujat, tekniikka, kahvit, tilajärjestelyt yms) 19000 e
MISH MASH - ACTION (tilat, tekniikka, järjestelyt, tarjoilut) 4000 e
MISHMASH Sparring (sparraajat, tilat, tarjoilut) 2600 e
Dokumentointi 3000
Muut (Arctic Design Talks, Brunssi yms) 900 e

Yhteensä: 41800 e
(Summat alv 0%)

Budjetti ei sisällä yhteistyökumppaneiden tarjoamia palveluita ja hankintoja. Suurimpana yhteistyökumppanina toimi Jääkäriprikaati . Arvo noin 20 000 e.

Palaute ja kehittäminen

Designviikon palautteesta koottu yhteenveto on liitteenä. Vastaajista suurin osa piti tapahtumaa onnistuneena ja/tai kiinnostavana ja 85% osallistujista tulisi mukaan myös ensi kerralla. Ihmiset pitivät erityisesti markkinoinnin visuaalisesta ilmeestä ja tehokkain tiedottamisen väline oli sosiaalinen media. Osa ihmisistä koki ohjelmakokonaisuuden paikoin sekavana.

Useampi ihminen toivoi lisää sisältöjä kaupunkilaisille ja sisältöjä jotka ulottuvat viikon aikana kaupungille ja lähemmäs yksittäistä ihmistä. Tämä on osio jota toivotaan vuosittain mutta sen toteuttaminen ei kuulu kaupungin toimeksiantoon, johon sisältyy yritysrajoituksissa työskentely ja päätapahtuman tuottaminen.

MISHMASH -konsepti sai pääosin myönteistä palautetta raikkaudesta ja erilaisuudestaan. Uusi konsepti oli normaalista seminaarista poikkeava ja tämä jakoi mielipiteitä. Toiset pitivät "hajanaisuudesta" ja kaavojen rikkomisesta, toiset taas toivoivat perinteisempää ja jäsennellympää kokonaisuutta. Seminaarin puhujat ja puheenvuorot saivat pääosin kiitosta. Paikallisia tarinoita jotkut toivoivat vielä lisää. Yleisesti puhujien kiinnittäminen osoittautui tällä kertaa erityisen haastavaksi joka vaikutti markkinointiin ja ohjelmakokonaisuuden julkistamisajankohtaan.

Designviikolla vieraili yksittäisiä kansainvälisiä vieraita. Tulevaisuutta ajatellen tämä on varmasti yksi asia johon on syytä kiinnittää tarkempaa huomiota ja yrittää kerätä lisäresursseja asian kehittämiseksi. Designviikon päätapahtumaan saapui bussilastillinen oululaisia yrittäjiä sekä delegaatio Lahdesta jotka lisäsivät osaltaan suomalaisten toimijoiden välistä verkostoitumista. Kokonaisuudessaan designviikko kaipaa pitkäjänteisemmän strategisen suunnitelman jotta se saavuttaa sille määritellyt tavoitteet ja kasvaa kansainväliseksi tapahtumaksi. Tämänhetkiset resurssit eivät sitä mahdollista erityisesti työvoiman ja osittain myös aikajänteen osalta.

Koonnut: Julius Oförsagd, Arctic Factory

FEEDBACK STATISTICS

Attendees

EVENT	No. Attendees
Matchmaking	83 Entrepreneurs/employees
	12 Student workers (AMK)
	95 Total
Seminar	91 Entrepreneurs/employees
	74 Students
	27 Student workers (AMK)
	192 Total
Action	20 Entrepreneurs/employees
	13 Students (AMK/LAY)
	15 Defence Forces
	48 Total

Marketing

- 82% experienced the communication of marketing materials to be good
- 85% heard about ADW through free/low cost methods (Social media/radio/word of mouth/email invite)
 - 10% heard through posters
 - 5% through newspaper ads/articles

Summary: Not seeing ROI for the most expensive marketing campaigns (90% of marketing budget). The low cost marketing campaigns have attracted most of the ADW attendees. 10% of the marketing budget brought in 85% of the attendees.

Program & Event

- 85% of participants found the program to be interesting
- 73% found the ticket system/website easy to use
- 90% found the visuality of the week appealing

Future events

85% of attendees said they would come participate again in the future

0% of attendees said they would not participate again in the future

15% of attendees replied "I don't know" about participating in the future

FEEDBACK QUOTES ADW 2018

Mikä oli tapahtumassa mielestäsi parasta?

- Seminaarin puheenvuorot
- Seminaarin mielenkiintoiset puhujat ja aiheet ja seminaari ympäristö.
- Eriäinen toteutustapa, yleisön aktivointi ja sisältö.
- Mielenkiintoiset aiheet, hyvät puhujat.
- Miljö
- Mielenkiintoinen sisältö ja palvelumuotoilun monet kasvot. Elämykset, aistit ja niiden moninaisuus viehätti. Osallistamisen monet keinot - kepeästi! Kiitos myös laulatuksesta. Nämä jäävät oikeasti mieleen!
- action, ehdottomasti!
- Kansainvälinen tunnelma ja paljon ulkopaikkakuntalaisia mukana.
- -Torstai illan action -ke seminaarin järjestelyt
- Monipuolisuus. Hyvä henki.
- Hyvä toteutus, iso plussa, ettei istuttu tylsässä luentosalissa tuolit rivissä
- Piti pönötyksen poissa ja osallistujat liikkeessä.
- Vieraanvaraisuus, ystävällisyys, ihmiset ja kohtaamiset
- This year the place of the seminar worked really well, it was also easily accessible. The speakers were a great addition and made the event much more interactive. Staff was also extremely nice.
- everything was perfect
- The different speakers were really inspiring
- - Circular economy workshop - PILKE exhibition - Seminar
- the new sustainable ideas like the puzzle phone : just awesome ! the diversity of the conference it was interesting !

- all was so interesting and inspiring
- perfect

Miten tapahtumaa voisi mielestäsi kehittää?

- Vaikka seminaarin ympäristö oli inspiroiva ja mielenkiintoinen, oli mielestäni tilaisuuden alussa jatkuva liikkuminen tosi sekavaa ja epäselkeää. Ehkä en osaa ajatella out side of the box, mutta oli suuren suuri helpotus kun tuolit vihdoon haettiin ;) Olen ollut osittain mukana kaikissa 10:ssä Design viikossa, ja mielestäni tämä oli jollain tapaa hajanaisin ja edellisen vuoden toistoa. (Okei, hieman liian suoraan sanottu, kaikkiin tapahtumiin en ole osallistunut) Myös viime vuosina on tullut olo että tässäkin vaan raha puhuu, ja esim yliopiston opiskelijoiden osaaminen ja esille tuominen on jäänyt vuosi vuodelta pienemmäksi. Toki voi olla täysin mahdollista että yo:lta ei ole tullut tarpeeksi kiinnostusta ja aktiivista osallistumista yhteistyöhön! Ehkä oma suuntautuneisuuteni lähinnä tuotesuunnitteluun tekee kokemukseni viime vuosien ADW:ista hieman sekavaksi. Vaikkakin design ja muotoilu todella voi olla melkein mitä vain ympäröivän maailman ymmärrettäväksi tekemistä, on ADW:n aikana käynyt mielessä ajatus, että kun tarjotaan "kaikille kaikkea" ei tarjota "kellekään mitään". Miten sitten tätä korjaisiin? Toki yksi viikko on todellakin liian lyhyt aika edes kaikkien teemojen pintaraapaisuunkaan, mutta voisiko olla selkeitä teema-päiviä? Tai teema-vuosi? Mutta kiitos suuresta työstä minkä olette tapahtuman eteen ja sen eteenpäinviemiseksi tehneet, arvostan!!
- Ei oikein kiinnostanut osallistua koska oli jo aika latteaa ohjelmaa. Ei ollut paikalliselle yrittäjälle oikein mitään kiinnostavaa.
- Tuoremehu tauko väliin. Olin matkustanut aamun ja sen päälle seminaari.
- Kaikin puolin tapahtumien ja ohjelman sisältöjen selkiyttäminen: mitä, missä, milloin ja kenelle ohjelmaa on ensisijaisesti tarkoitettu. "Tavallisille" kaupunkilaisille voisi tiedottaa tapahtumasta enemmän ja selkeästi viestittää, mikä sopii heille. Jonkinlaista isompaa designmyynti tapahtumaa voisi myös miettiä, silloin design konkretisoituu.
- Tapahtuma tulisi alkaa ilmoitettuna aikana. Lisäksi tapahtuma oli sekava ja tuntui että se olisi kohdistettu opiskelijoille. Huumori on taitolaji ja tällä kertaa jäi mielestäni vajaaksi. Hyviä elementtejä oli mutta konkretia ontui. Tekniset haasteet eivät kuulu tällaisiin tilaisuuksiin, mutta eniten toistuva "sählä" harmitti. Erityisesti Teatiamon esitys oli lähes ala-arvoinen sen sekavuuden (ei lainkaan jäsenystä) ja kielenkäytön (jatkuvaa kiroilua) vuoksi. Muut esitykset olivat hyviä.
- Tapahtuma voisi rantautua Pop up -tapahtumana esim. oppilaitoksiin/tunneille/lounastauoille, jolloin tapahtuma tulisi ihmisten tykö. Kyseessä voisi olla kepeä, mutta tärkeän sisällön luonnin hetki sekä asiayhteyden liittäminen.
- Enemmän selkeän yhden fokuksen tapahtumia. Enemmän tapahtumia, mihin paikalliset yritykset ovat tehneet sisältöjä.

- Olisi kiva, että yhden päivän saisi pakattua täyteen jotain sellaista, jonka takia paikalle kannattaa tulla kauempaakin. Seminaarin jälkeen puhujat ja kaikki muutkin liukenivat kukin suuntaansa; jokin verkostoitumista tukeva funktio siihen yhteyteen voisikin olla hyvä!
- Näyttävämmäksi. Enemmän kv-vieraita. Yhteistyötä arktisella alueella. Sekavuutta ohjelmassa -> selkeämmäksi. Ammattimaisuutta enemmän.
- Luentojen aiheet ja puhujat antoivat merkittävästi isomman odotusarvon verrattuna niiden antiin. Mainospuheet ja yritysesittelyt ei kiinnosta ainakaan tällaista kokeneempaa yrittäjää. Mikä on seminaarin kohderyhmä? Jos se on opiskelijat ja nuoret, niin kertokaa se markkinoinnissa ja kohdentakaa seminaari vielä suuremmin nuorempaan kohderyhmään. Se ei missään nimessä ole huono vaihtoehto. Näin osallistujien odotukset ovat oikealla tasolla.
- Väliaika olisi hyvä, voisi kontaktoida samalla paremmin muiden osallistujien kanssa
- This year it was the best comparing to previous years. Just keep up the creativity and do not try to make it too official just keep it unique and a bit "crazy" as it is now. Some more specific speeches would be nice, but maybe you do not need that for a more general audience.
- It would be nice if there would be breaks within the seminar, that participants get the chance to interact with the speakers
- Unfortunately not so many students participated, either because the fees were expensive or because they did not get involved properly. MISHMASH shall be more about mixing different levels, ages, educational backgrounds under the same interest: ARCTIC DESIGN.
- Explain more what is it because i didn't really know what gonna happens there and i was surprised in a good way