

## 1. Verkkajulkaisun kehittäminen

- Kulutusjuhla.fi -verkkajulkaisu kehittämistä jatketaan. Sivustolle luodaan lisäominaisuuksia, jotka mahdollistavat entistä paremman kuluttajatiedon välityksen ja keräämisen verkossa. Kerätään linkkejä muiden kirjoituksiin. Automatisoidaan linkkien keräämistä. Aktivoidaan ihmisiä lähettämään linkkejä teksteihinsä.
- 
- Jäsenistön osallistumismahdollisuutta sivujen sisällön luomiseen parannetaan.
- Kirjoittajien määrää lisätään harkitusti.
  - Sivusto pyritään pitämään myös teknisesti ajantasalla.
  - Kuluttajakeskustelun aktivointi.
- Tekstien ja kuvien julkaisemisen lisäksi sivuilla voidaan tehdä ääntä ja videoita.

## 2. Jäsenhankinta

Yhdistyksen toiminta on alkuvaiheessa, ja jäsenhankintaa tehdään erityisesti Kulutusjuhla-sivuston kautta. Yhdistyksen jäsenmaksu vuonna 2009 on 10 euroa. Jäseneksi voi liittyä nettisivujen kautta.

## 3. Yhteistyö muihin järjestöihin ja organisaatioihin

Kulutusjuhla ry aloittaa yhteistyömahdollisuuksien kartoittamisen muiden kuluttaja- ja ympäristöjärjestöjen ja organisaatioiden kanssa. Yhteistyötä voidaan toteuttaa niin internetissä kuin tapahtumissa tai muilla keinoin. Kuinoma on yksi yhteistyökumppani.

## 4. Yhdistyksen tiedotustoiminta

Kulutusjuhla ry:n tärkein tiedotuskanava on Kulutusjuhla.fi -sivusto. Kuluttaja-asian lisäksi sivuilla kerrotaan yhdistyksen ajankohtaisista asioista ja toiminnan kehittämisestä. Tarvittaessa jäseniä voidaan lähestyä myös sähköpostitse.

## 5. Tilaisuuksien järjestäminen

Kulutusjuhla ry järjestää vuoden aikana vähintään yhden järjestön toimintaan sopivan tilaisuuden jäsenilleen. Alustavasti on suunniteltu talvelle 2009 keskustelutilaisuutta kuluttajien verkkokirjoittelun seuraamisesta. Syksyille toinen.

## 6. Yhteiskunnallinen vaikuttaminen

Yhdistys tekee tarvittaessa kannanottoja ja tiedotteita ajankohtaisiin kuluttajakysymyksiin liittyen. Yhdistys voi osallistua myös esimerkiksi kuluttajia koskeviin tutkimushankkeisiin.

Teema vuodelle 2009?

Kuluttajasuojan merkitys. Verkon kautta tulevan markkinoinnin asiat.

Jos tapahtuma liittyy verkkokeskusteluun, niin pitäisikö asian tiimoilta herättää keskustelua. Mitenkäs asiakastietojen kerääminen esim. tiettyjen tuotteiden ostajille tiettyä markkinointia. Mitenkäs positiivinen puoli asiassa?  
Väärä Google-mainonta kun sähköposti oudolla otsikolla, niin tulee kummaa mainontaa. Mainonnan relevanttius ja sen kehittyminen?  
Verkkomainonta ja sen merkitys.