

KYSELYTUNTI / NRO 8-2013
KKYS / MKYS _____

Lähetäjä: Nina Huru [nina.huru@valtuusto.hel.fi]
Lähetetty: 18. maaliskuuta 2013 12:02
Vastaanottaja: Kirjaamo Helsinki
Aihe: Kyselytunti KVSTON kokous 27.03.2013 HURU

HELSINGIN KAUPUNGIN KIRJAAMO HELSINGFORS STADS REGISTRATORSKONTOR	
Säpönyt/Inkommit	
18. 03. 2013	
Dnro/Dnr	<u>Hel 2013 - 003982</u>
Tehtäväluokka	<u>00 00 03</u>
Uppgiftsklass	

klm-02

Kysymykseni - terveisin Nina

Kaupunginvaltuuston kokous 27.03.2013

Kyselytunti

Helsingin kaupungin strategiaohjelma ja viestintä Helsingin kaupungin strategiaohjelma vuosiksi 2013 - 2016 painottaa yhtenä osa-alueena Helsingin kilpailukykyä; Helsinki on kansainvälistynyt, houkutteleva, toimiva ja hauska kaupunki. Helsinki on tullut tunnetuksi monien tapahtumien keskipisteenä. World Desing Capital Helsinki 2012 vuoden jälkeen tarvitaan uusia ponnisteluja Helsingin säilymiseksi tapahtumakaupunkin, mikä varmistaa kaupungille tuloja.

Alkuvuodesta järjestettiin tapahtuma LUX Helsinki - valo on irti. Tapahtumaa mainostettiin paikallisissa sanomalehdissä. Mainokset eivät osittain olleet riittäviä tiedolliselta sisällöltään. Paikat, joissa valoteoksia esiteltiin, oli jätettyä mainitsematta. Kaupunkilaisten olisi pitänyt mennä [www. sivuille](http://www.sivuille) saadakseen tietoa esityspaikoista.

Kysynkin, mihin toimiin Helsingin kaupunki ryhtyy varmistaakseen tapahtumista tiedottamisen laadun, jotta tieto tavoittaa myös nettiyhteyksiä omistamattomat kaupunkilaiset.

Helsingissä
18.03.2013

Nina Huru
Valtuutettu



8

Vastaus valtuutettu Nina Hurun kysymykseen miten tapahtumista tiedottaminen ulottuu nettiyhteydet omistamattomille

HEL 2013-003982 T 00 00 03

Kaupunginjohtajan vastaus

Valtuutettu Nina Huru kysyy mihin toimiin Helsingin kaupunki ryhtyy varmistaakseen tapahtumista tiedottamisen laadun, jotta tieto tavoittaa myös nettiyhteyksiä omistamattomat kaupunkilaiset. Hän oli kiinnittänyt erityisesti huomiota Lux Helsinki tapahtuman markkinointiin.

Vastauksena kaupunginjohtaja toteaa Elinkeinopalvelun tapahtumayksikön antamaan selvitykseen perustuen seuraavaa:

Lux Helsinki tapahtuman tavoitteena on tarjota kaupunkilaisille ja matkailijoille elämyksellinen talvitapahtuma vuoden pimeimpänä aikana, joka on maksuton ja kaikkien saavutettavissa. Viiden päivän aikana kävijämäärä ylsi yli 100.000 kävijään.

Lux Helsinki –tapahtuman markkinointiviestinnän lähtökohtana on mahdollisimman monimuotoinen valikoima eri kanavia, joiden avulla tavoitetaan mahdollisimman laajasti kaupunkilaisia ja matkailijoita. Tapahtumayksikkö teetättää vuosittain Lux Helsinki tapahtumasta kävijätutkimuksen, jossa seurataan mm. kävijäprofiilia ja eri markkinointi- ja viestintäkanavien vaikuttavuutta. Tämän perusteella suunnitellaan seuraavan vuoden markkinointitoimenpiteet.

Eri kanaviin tehdään niihin sopivaa ja hieman erilaisia kohderyhmiä tavoitettavaa markkinointiviestintää. Mahdollisimman hyvän näkyvyyden varmistamiseksi pyritään lisäksi vaikuttamaan myös siihen, että media kirjoittaa ja raportoi tapahtumasta omaehtoisesti, missä onnistuttiinkin hyvin.

Sähköisen median merkitys tapahtumien viestinnästä on nykyään merkittävä, mutta sen lisäksi pyritään varmistamaan paitsi tieto tapahtumasta, myös tarkemmat tiedot paikoista ja ajoista monella muulla tavalla. Ulkomainonnassa on viestitty paitsi tapahtumasta, niin myös itse tapahtumapaikoista. Myös printtimainontaa on käytetty runsaasti. Esitteitä jaettiin 3000 suomen- ja ruotsinkielellä ja lisäksi matkailijoille oli oma esitteensä jaossa (eng - ven 5000 kpl), joista kävi ilmi tapahtumapaikat. Tämän lisäksi pyrittiin vielä palvelemaan asukkaita mahdollisimman hyvin myös henkilökohtaisesti Senaatintorin infokontilla 3.-8.1. klo 13-22. Kävijöitä olikin yli 4600 henkilöä.



Suuren kävijämäärän perusteella voidaan todeta viestinnän onnistuneen tavoittamaan asukkaat ja vierailijat vähintään kohtuullisesti. Lisäksi myös viestintäseurannan perusteella voidaan todeta tapahtuman menneen hyvin läpi sekä kotimaisessa että kansainvälisessä mediassa (kaikkiaan 1450 mediaosumaa).

Lisätiedot

Marja-Leena Rinkineva, elinkeinojohtaja, puhelin: 09 310 2505
marja-leena.rinkineva(a)hel.fi

Liitteet

1

[Nina Hurun kysymys](#)