

Seurakuntavaalien kampanjanäkyvyys Helsingissä

Yhteinen kirkkoneuvosto 11.08.2022 § 279
567/00.00.01/2022

Esittelijä Seurakuntayhtymän johtaja Rintamäki Juha

Päätösehdotus

Yhteinen kirkkoneuvosto päättää
1. hyväksyä esityksen mukaisen Mediatoimisto Dagmarin tarjouksen seurakuntavaalien medianäkyvyyden kohdistamiseksi 92 714,78 euroa (sis. alv 24%)
2. että hankinta kohdistetaan kustannuspaikalle 101 101 0000 (seurakuntavaalit).

Päätös

Päätösehdotus hyväksyttiin.

Selostus

Seurakuntavaaleissa 20.11.2022 valitaan seurakuntaneuvostojen ja yhteisen kirkkovaltuuston jäsenet 1.1.2023 alkavalle nelivuotiskaudelle.

Pääkaupunkiseudun seurakunnat Helsinki, Espoo ja Vantaa ovat pyytäneet yhdessä tarjouksen vaalien näkyvyydestä Mediatoimisto Dagmarilta, jonka kanssa seurakuntayhtymällä on puitesopimus. Mediatoimisto Dagmar toteutti myös 2018 seurakuntavaalien mediapintojen suunnittelun ja hankinnan.

Pääkaupunkiseudun seurakuntayhtymien yhteistyönä hankitulla ja toteutetulla vaalimainonnalla pyritään kustannussäästöihin ja mahdollisimman tehokkaasti kohderyhmät tavoittamaan näkyvyyteen. Vaalikampanjan pääkohderyhmäksi on määriteltä 18-55 -vuotiaat pääkaupunkiseudulla asuvat kirkkoon kuuluvat jäsenet. Pääkaupunkiseudun seurakuntien yhdessä tilaama useita mediapitoja käsittävä kampanjasuunnitelma on räätälöity jokaiselle kaupungille erikseen kunkin kaupungin tarpeet ja ominaispiirteet huomioiden, mutta niin, että samalla hyödynnetään kampanjoista syntyvät synergiaedut.

Mediatoimiston kautta hankittuna mediatilat tulevat halvemmaksi kuin itse ostettuna. Vaalien kampanjasuunnitelma on rakennettu kohderyhmälähtöisesti, jolloin tavoitavuudeltaan ja tehokkuudeltaan tärkeimmiksi mediapinnoiksi tunnistettiin ulkomainonta, digimainonta ja somemainonta. Printtimainonta todettiin hyötykustannussuhteeltaan tehottomaksi, joten se jätettiin pois kampanjasuunnitelmasta. Vaalit tavoittavat printtiä lukevat kirkon jäsenet Kirkko ja kaupunki -lehdessä. Tällä perusteella Dagmarilta on pyydetty suunnitelma mainospinnoista sekä niiden hankinta ulkomainonnan, digimainonnan ja somemainonnan osalta. Helsingin seurakuntien seurakuntavaalien kampanjaryhmä on lisäksi arvioinut yhdessä pääkaupunkiseudun muiden seurakuntayhtymien kanssa, että kampanjan toteutunut tavoitavuus on tarpeen mitata.

Dagmarin kanssa yhteistyössä laaditun kampanjasuunnitelman kustannukset jakautuvat Helsingin seurakuntayhtymän osalta seuraavasti: digi/mobiilimainonta 10 000 euroa, somemainonta 3 067 euroa, ulkomainonta 71 019 euroa ja kampanjatutkimus 2 450 euroa. Suunnittelun kustannus on 1 300 euroa. Nämä hinnat eivät sisällä arvonnalisävero. Arvonnalisäverollinen kokonaishinta kampanjalle on 92 714,78 euroa.

Lapsivaikutusten arviointi

Asiassa ei ole tarpeen tehdä lapsivaikutusten arviointia.

Lisätiedot

Seurakuntavaalien projektipäällikkö Henna Saarinen, p. 050 380 2299,
henna.saarinen@evl.fi,

Viestintäsuunnittelija Outi Pippuri, outi-elina.pippuri@evl.fi

Viestintäpäällikkö Kimmo Holappa, kimmo.holappa@evl.fi.

Jakelu

asianosaiset