

Mediasuunnittelun ja mediaostopalveluiden puitesopimus

Yhteinen kirkkoneuvosto 11.12.2025 § 326
583/02.06.01/2025

Esittelijä Seurakuntayhtymän johtaja Rintamäki Juha

Päätösehdotus

Yhteinen kirkkoneuvosto päättää

1) valita mediatoimisto Oy Dagmar Ab:n mediasuunnittelun ja mediaostopalveluiden yhteistyökumppaniksi kahden vuoden sopimuskaudeksi ajalle 1.1.2026-31.12.2027.

2) valtuuttaa viestintäpäällikkö Kimmo Holapan allekirjoittamaan sopimuksen ja tekemään ratkaisun option käyttöönotosta.

Käsittely

Käsittelyn aikana käytettiin kaksi puheenvuoroa.

Päätös

Päätösehdotus hyväksyttiin.

Selostus

Taustaa

Helsingin seurakuntayhtymä tarvitsee mediatoimiston yhteistyökumppaniksi mediasuunnitteluun ja median ostoon pääkaupunkiseudulla. Kyse on tyypillisesti ulkomainoskampanjoista kirkollisten juhlahpyhien yhteydessä ja satunnaisista pienemmistä toimeksiannoista. Sisällöntuotanto ei sisälly sopimukseen. Aiempi toistaiseksi voimassa ollut sopimus on sen verran vanha, että luottamusjohdon ja tilintarkastuksen kehotuksesta sopimuksesta järjestettiin tarjouskilpailu. Sopimuskaudeksi määriteltiin kaksi vuotta kahden vuoden optiolla. Option käyttö ratkaistaan erikseen. Vakiintuneiden mainoskampanjoiden perusteella ja seurakuntavaalivuoden 2026 huomioiden sopimuksen yhteenlaskettu arvo optiovuosineen on arviolta noin 500 000 euroa (alv. 0) sisältäen hankittavat mediapinnat.

Päätösehdotuksen perustelut

Kyseessä on puitejärjestely, jonka lopullinen arvo määräytyy sopimuskaudella tehtyjen hankintojen perusteella. Koska läpilaskutettavat mainospinnat lasketaan mukaan hankinnan arvoon, se ylittää EU-kilpailutusrajan. Mediatoimistolle jäävä osuus ei kuitenkaan ylittäisi edes kansallista kilpailutusrajaa.

EU-kilpailutus oli avoin kaikille. Tarjouspyyntö 577727 Mediasuunnittelu ja mediaostopalvelut laadittiin kilpailutusjärjestelmä Cloudiassa ja julkaistiin Hilmassa 9.10.2025 (Hilma-numero 2025-031570, TED-numero 663580-2025). Hankintaan liittyen oli mahdollista esittää kysymyksiä 28.10.2025 klo 12 mennessä. Saimme kymmenen kysymystä, joihin vastattiin 30.10.2025. Tarjousten määräaika oli 10.11.2025 klo 14. Yhtään tarjousta ei saatu.

Hankintalain 40 § 2 momentin 1. kohdan mukaan hankintayksikkö voi valita menettelytavaksi suora hankinnan, jos avoimessa menettelyssä ei ole saatu lainkaan tarjouksia ja alkuperäisiä tarjouspyynnön ehtoja ei olennaisesti muuteta.

Hankintayksikkö voi aloittaa suora hankintamenettelyn valitsemansa toimittajan kanssa edellyttäen, että toimittaja täyttää tarjouspyynnössä asetetut vaatimukset.

Helsingin seurakuntayhtymällä on pitkä kokemus yhteistyöstä mediatoimisto Oy Dagmar Ab:n kanssa mainoskampanjoiden mediasuunnittelussa ja mediaostoissa.

Yhteistyö on ollut hyvää ja molemmat osapuolet jatkavat sitä mielellään. Sopimusneuvottelut aloitettiin 19.11. ja saimme tarjouksen hinnoittelusta 21.11. Oy Dagmar Ab täyttää tarjouspyynnön soveltuvuusvaatimukset. Meille sopimusneuvotteluissa osoitettu asiantuntija on tuttu yhteistyökumppani, joka on osoittanut ammattitaitonsa vuosien mittaan.

Ulkomainoskampanjat ovat kustannustehokkain ja vaikuttavin keino tavoittaa helsinkiläiset. Erityisesti nuoret ja nuoret aikuiset liikkuvat kaupungilla ja käyttävät joukkoliikennevälineitä, ja keskitymme niissä näkyviin mainospintoihin. Ulkomainontaa voidaan toteuttaa monikielisenä. Mediatoimiston käyttö tuo meille paremmat alennukset, hinta- ja volyymiedut kuin että hankkisimme mainospinnat itse.

Aikataulu

Sopimuskausi alkaa 1.1.2026 ja kestää kaksi vuotta.

Vaikutusten ja riskien arviointi

Yhteistyö mediatoimiston kanssa vähentää taloudellisia riskejä ja sortumista tehottomaan mainontaan. Se säästää myös yhteisten viestintäpalveluiden työntekijäresursseja.

Puitesopimuksella ei ole ympäristövaikutuksia, vaikka niitä voi olla sopimuksen puitteissa tehtävillä hankinnoilla.

Asiassa ei ole tarpeen tehdä lapsivaikutusten arviointia.

Lisätiedot

Viestintäpäällikkö Kimmo Holappa, p. 09 2340 2232, kimmo.holappa@evl.fi.

Jakelu

Elina Fronzek, Oy Dagmar Ab