



28.03.2012

Pj/3

§ 74

Frågestund

Beslut

Ordföranden konstaterade att ledamoten Pia Pakarinen hade återtagit sin fråga och att det således inte fanns frågor som ska besvaras muntligt.

Upplysningar

Mari Tammisto, förvaltningssekreterare, telefon: 310 76004
mari.tammisto(a)hel.fi

Bilagor

- 1 Kyselytunnille 28.3.2012 jätetty kysymyksen
- 2 Kysymysvastaukset

Beslutsförslag

Under frågestunden behandlas fråga nr 18:

Ledamoten Pia Pakarinen (nr 18)

Marknadsföringen av Kiseleffska huset har lindrigt sagt börjat knaggligt. Huset var då det öppnades minerat med gatuarbeten, skyltarna kom först efter den dagen, och ingångarna är fortfarande så väl maskerade att man hittar in bara av misstag. Ganska få har hittat in, och många företagare har därför redan flyttat bort.

Problemen i början ser ut att bero bl.a. på dålig koordinering och information mellan förvaltningar/myndigheter. Gatuarbetena då huset öppnades eller Museiverkets avogata attityd till det lämpliga i att använda huset som köpcentrum – vilket det faktiskt ursprungligen var – verkar vara rena rama krokbenet.

Å andra sidan verkar marknadsföringsmetoderna gammalmodiga. Åtminstone borde en webbplats i våra dagar vara en helt normal del också av småföretags marknadsföring. En webbplats är ett ganska billigt marknadsföringsredskap och gör det möjligt att använda sociala medier i marknadsföring och imageskapande. Gå in på www.kiseleff.fi. Där finns ingenting! En webbplats för torgkvarteren existerar visserligen, men den är mycket obetydlig. Man borde utan vidare kunna hitta köpcentrumet också på namnet Kiseleff även om torgkvarteren har huvudwebbplatsen.

Det har funnits 200 000 euro för marknadsföring av torgkvarteren, men den synlighet som fåtts för pengarna är synnerligen obetydlig.



Helsingfors Lejon Ab kommer att konkurrensutsätta marknadsföringen av köpcentrumet hos reklambyråer för att den ska bli effektivare. Det behövs nu emellertid snabba lösningar som effektiviserar marknadsföringen. Förbättringar bör göras i fråga om bl.a. synlighet på webben, inredningsmaterial, belysning och allmän funktionsduglighet i lokalerna.

Det är fullt möjligt att göra torgkvarteren till ett gammalt men ungdomligt centrum i ett levande Helsingfors – en mötesplats för helsingforsare och turister, något som ännu inte finns. Vi får inte slarva bort en strålande möjlighet på den finaste platsen i Helsingfors.

Jag ställer följande frågor med anledning av det ovanstående:

- Vad har gjorts med de 200 000 euro som funnits för marknadsföring av torgkvarteren?
- Hurdana planer har Helsingfors Lejon Ab när det gäller att snabbt göra varumärket Kiseleffska huset klarare och marknadsföringen effektivare?
- Hur kan museala och marknadsföringsmässiga krav kombineras på ett vettigt sätt så att Kiseleffska huset lockar helsingforsare och turister att komma dit och shoppa? (Kj)

Föredraganden

Alla frågor som inlämnats senast 19.3.2012 kl. 12 utgör bilagor till denna framställning, och de har med tanke på ett svar getts vidare till stadsdirektören eller någon av biträdande stadsdirektörerna enligt följande:

14 (Stj), 15 (Kaj), 16 (Stj), 17 (Stj), 18 (Kj), 19 (Sj) och 20 (Kj)

De skriftliga svaren på alla frågor publiceras på stadens webbsidor när frågestunden har slutat. Följande frågestund ordnas 25.4.2012. Frågorna till denna ska inlämnas till stadens registratorskontor (helsinki.kirjaamo@hel.fi) senast 16.4.2012 kl. 12.

Upplysningar

Mari Tammisto, förvaltningssekreterare, telefon: 310 76004
[mari.tammisto\(a\)hel.fi](mailto:mari.tammisto(a)hel.fi)

Bilagor

1 Kyselytunnille 28.3.2012 jätetty kysymykset