



28.03.2012

Pj/3

## § 74 Kyselytunti

### Päätös

Puheenjohtaja totesi, että valtuutettu Pia Pakarinen on peruuttanut kysymyksensä, joten suullisesti vastattavia kysymyksiä ei ole.

### Lisätiedot

Mari Tammisto, hallintosihteeri, puhelin: 310 76004  
mari.tammisto(a)hel.fi

### Liitteet

- 1 Kyselytunnille 28.3.2012 jätetyt kysymykset
- 2 Kysymysvastaukset

### Päätösehdotus

Kyselytunnilla käsitellään kysymys nro 18:

Vt Pia Pakarinen (nro 18)

"Kiseleffin talon markkinointi on lähtenyt käyntiin lievästikin ilmaistuna kompastellen. Talo oli avajaisten aikana miinoitettuna katutöillä, kyltit tulivat vasta avajaisten jälkeen ja sisäänkäynnit on edelleenkin naamioitu niin hyvin, että sisään löytää vain vahingossa. Aika harva on löytänyt, ja niinpä muutama yrittäjä on jo muuttanut pois.

Alkuvaiheen ongelmat näyttävät johtuvan muun muassa heikosta hallintokuntien/viranomaisten välisestä koordinaatiosta ja tiedonkulusta. Katutyöt avajaisten aikaan tai museoviraston nuiva suhtautuminen rakennuksen käytettävyyteen kauppakeskuksena – joka se on kuitenkin alun perin ollut – tuntuvat melkein kiusanteolta.

Markkinointikeinot tuntuvat puolestaan olevan eilispäivältä. Ainakin nettisivujen pitäisi olla nykypäivänä täysin tavanomainen osa pienyritystenkin markkinointia. Ne ovat verrattain huokea markkinointiväline ja mahdollistavat sosiaalisen median hyödyntämisen markkinoinnissa ja imagon luomisessa. Käykää osoitteessa [www.kiseleff.fi](http://www.kiseleff.fi). Siellä ei ole yhtään mitään! Torikorttelit-sivut ovat olemassa, mutta ne ovat varsin vaatimattomat. Kauppakeskuksen pitäisi ilman muuta löytyä netistä myös Kiseleff-nimellä, vaikka pääsivustona olisivatkin Torikorttelit-sivut.

Torikortteleiden käytettävissä on ollut 200 000 euron markkinointiraha, jonka vastineeksi on saatu varsin vaatimaton määrä näkyvyyttä.



28.03.2012

Pj/3

Helsingin Leijona Oy on kilpailuttamassa mainostoimistoja kauppakeskuksen mainonnan tehostamiseksi. Nyt tarvittaisiin kuitenkin nopeita ratkaisuja markkinoinnin tehostamiseen. Korjauksia pitäisi tehdä esimerkiksi verkkonäkyvyyden, sisustusmateriaalien, valaistuksen ja tilan yleisen toimivuuden suhteen.

Torikortteleista olisi täysin mahdollista tehdä elävän Helsingin vanha mutta nuorekas keskusta - kaupunkilaisten ja turistien kohtaamispaikka, jollaista Helsingin keskustassa ei vielä ole. Emme voi tuhrata loistavaa mahdollisuutta kaupungin ykköspaikalla.

Kysynkin,

- mihin on käytetty 200 000 euron markkinointiraha, joka torikortteleiden mainostamiseen on ollut käytettävissä?

- mitä suunnitelmia Helsingin Leijona Oy:llä on Kiseleffin talon brändin kirkastamiseksi ja markkinoinnin tehostamiseksi pikaisella aikataululla?

- miten voitaisiin järkevästi yhdistää museaaliset ja markkinoinnilliset vaatimukset, jotta talo houkuttelisi kaupunkilaisia ja turisteja ostoksille?"  
(Kj)

## Esittelijä

Kaikki 19.3.2012 klo 12 mennessä jätetyt kysymykset ovat tämän esityksen liitteenä, ja ne on toimitettu kaupunginjohtajan tai apulaiskaupunginjohtajan vastattavaksi seuraavasti:

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

Kirjalliset vastaukset kaikkiin kysymyksiin julkaistaan kaupungin verkkosivuilla kyselytunnin päätyttyä. Seuraava kyselytunti pidetään 25.4.2012. Tälle kyselytunnille tarkoitetut kysymykset on toimitettava viimeistään 16.4.2012 klo 12 kaupungin kirjaamoon (helsinki.kirjaamo@hel.fi).

## Lisätiedot

Mari Tammisto, hallintosihteeri, puhelin: 310 76004  
mari.tammisto(a)hel.fi

## Liitteet

1 Kyselytunnille 28.3.2012 jätetyt kysymykset