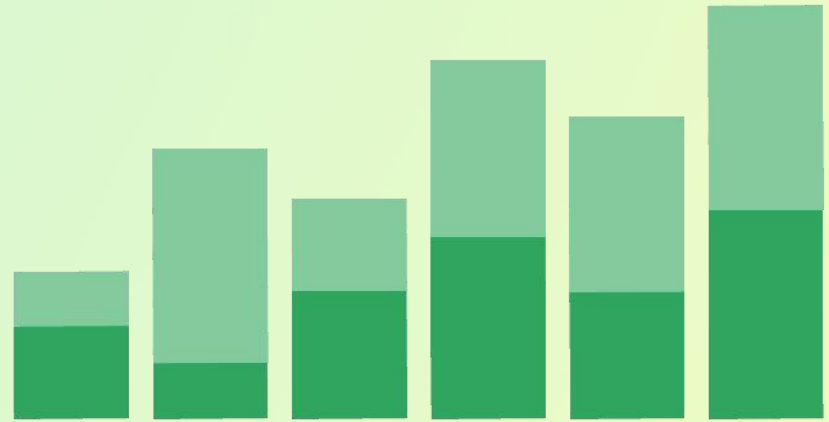


prior

Helsinki-info-lehden vaikuttavuuden mittaus

RAPORTTI

Prior Konsultointi Oy
Jouni Kivikoski
5.11.2018



Tutkimuksen tausta

- Tämän tutkimuksen tavoitteena oli arvioida Helsinki-info-lehden toimivuutta ja vaikuttavuutta.
- Tutkimuksen suunnittelusta, analyysistä ja raportoinnista vastasi Prior Konsultointi Oy.
- Toimeksiantajana on Helsingin kaupungin viestintä.

Tutkimusaineistot

- Tutkimuksen pääaineistossa on 1129 vastaajaa.
- Pääosa aineistosta kerättiin nettipaneeleilla kesä- ja syyskuussa (1009 vastaajaa).
- Aineistoa täydennettiin ruotsinkielisten ja ei-netinkäyttäjien puhelinhaastatteluilla (yht. 120 vastaajaa).
- Lisäaineistona on kysely Helsingin kaupungin Facebook-ryhmälle (50 vastaajaa).
- Aineistot (pois lukien Facebook-kysely) vastaavat helsinkiläisiä iän, sukupuolen ja koulutusasteen mukaan.

Pääaineisto, n=1129	Väestö (%)	Vastaajat (%)
Sukupuoli		
Nainen	52	53
Mies	48	47
Ikäryhmä		
18-29 vuotta	25	22
30-44 vuotta	30	28
45-64 vuotta	32	35
65-75 vuotta	13	15
Koulutus		
Perusaste	26	25
Toinen aste	33	32
Alin korkea-aste	8	8
Alempi korkeakouluaste	14	14
Ylempi korkeakouluaste	19	21
Äidinkieli		
Suomi	80	90
Ruotsi	6	7
Muu kieli	15	3

1) Suomenkieliset helsinkiläiset (18-75 v.)

- Yhteensä 1009 vastaajaa
- Toteutus CINT Ab:n hallinnoimissa nettipaneeleissa
- Aineisto kerättiin kahdessa vaiheessa: kesäkuussa ja syyskuussa lehden ilmestymisen jälkeen
- Iän, sukupuolen ja koulutustason mukaan edustava otos helsinkiläisistä

2) Ruotsinkieliset helsinkiläiset (18-75 v.)

- Yhteensä 60 puhelinhaastattelua ruotsinkielisille helsinkiläisille
- Toteutus syyskuussa 2018
- Nettipaneelia lyhyempi lomake
- Iän ja sukupuolen mukaan painotettu otos

3) Ei-nettiä käyttävät yli 55-vuotiaat suomenkieliset helsinkiläiset

- Yhteensä 60 puhelinhaastattelua
- Nettipaneelia lyhyempi lomake
- Toteutus syyskuussa 2018

4) Kaupunkiaktiivit

- Yhteensä 50 vastausta nettikyselystä, johon kutsuttiin Helsingin kaupungin Facebook-ryhmään kuuluvia.
- Toteutus syyskuussa 2018
- Tavoitteena oli saada aktiivisesti kaupungin viestintää seuraavien mielipiteitä sisältötoiveiden ja monikanavaisen viestinnän kehitystarpeiden osalta.
- Vastaajajoukko jäi pieneksi ja painottuu 46-65-vuotiaisiin korkeakoulutettuihin naisiin. Siksi ryhmän vastauksia ei ole mukana kokonaistuloksissa, ainoastaan avoimissa palautteissa.

LEHDELLÄ TAVOITETAAN HYVIN HELSINKILÄISET

- Helsinki-info-lehti on kaupungin verkkosivujen ohella yksi käytetyimmistä ja halutuimmista tavoista saada tietoa kaupungin palveluista.
- Kolme neljästä (75%) Helsingin 18-75-vuotiaista suomen- ja ruotsinkielisistä asukkaista lukee lehteä ainakin satunnaisesti. Lehdellä on arviolta yli 315 000 lukijaa — yli viisinkertainen määrä kaupungin Facebook-päivityksiä seuraaviin verrattuna.
- Lehden haasteellisin kohderyhmä ovat 18-30-vuotiaat, joista reilu puolet sivuuttaa lehden tai ei muista saaneensa sitä.
- Lähes yhdeksän kymmenestä on hakenut netistä tietoa Helsingin kaupungin palveluista.
- Kaupungin verkkosivut ja lehti täydentävät toisiaan eri ikäisten tiedonhankintatapoina.

LEHTI TARJOAA VIRIKKEITÄ JA VAHVISTAA KAUPUNKIKUVAA

- Helsinki-info-lehdestä on hyötyä kahdelle kolmesta lukijasta. Lehti on antanut monille virikkeen osallistua kaupungin tapahtumiin ja hyödyntää kaupungin palveluita. Helsinki-infon lukijat käyttävätkin selvästi muita ahkerammin kaupungin tarjoamia kulttuurin ja vapaa-ajan palveluja.
- Helsinkiläiset identifioituvat vahvasti omaan kotikaupunkiinsa. Neljä viidestä on hyvin tyytyväisiä Helsinkiin asuinpaikkana ja seitsemän kymmenestä arvioi, että Helsinki on viihtyisä ja toimiva kaupunki.
- Helsingin kaupungin viestintäkanavilla (etenkin Helsinki-info-lehdellä, Facebook-sivuilla) voidaan ylläpitää ja jonkin verran vahvistaa kaupunkikuvaa. Maksuttomat kaupunkilehdet (Helsingin Uutiset, Metro ja kaupunginosalehdet) ovat myös tärkeitä kaupunki-identiteetin rakentajia.

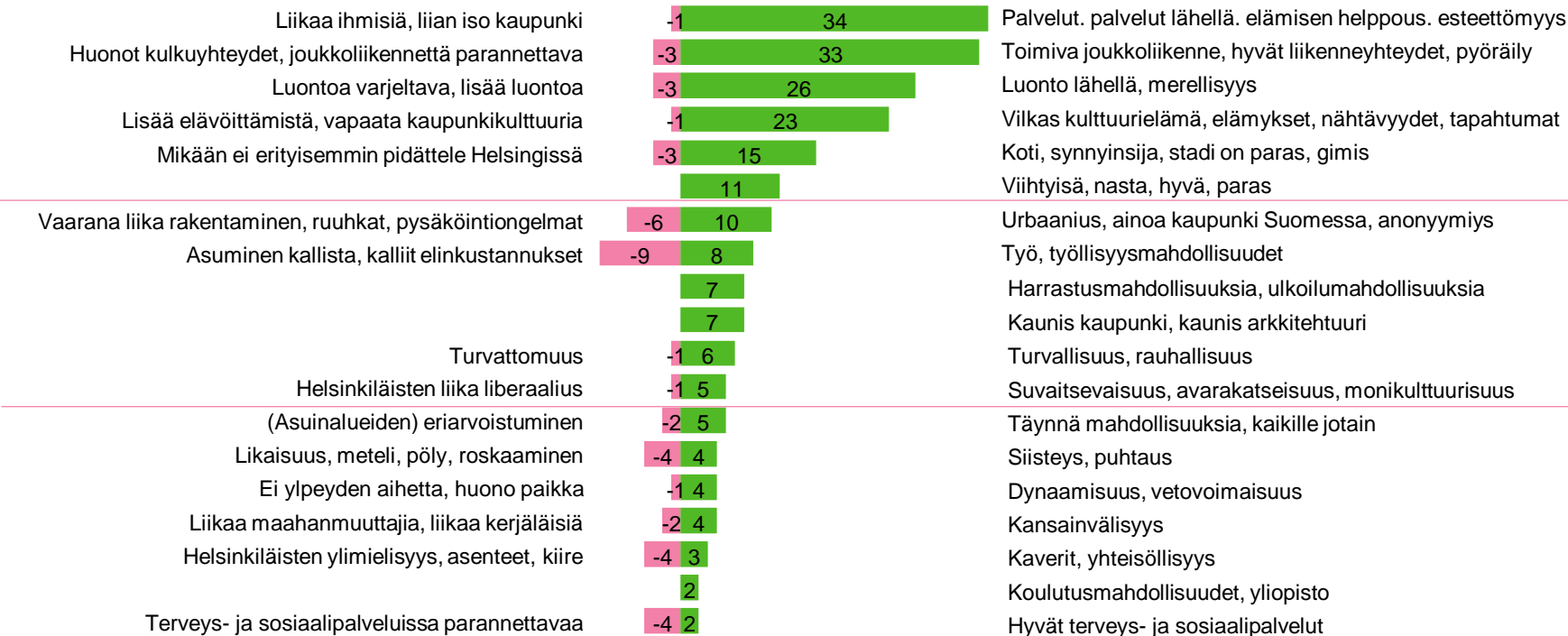
LEHTI KESKITTYY OIKEISIIN ASIOIHIN

- Lehden halutaan jatkavan nykyisiä painotuksiaan. Vastaajia kiinnostavat ennen kaikkea kehityssuunnitelmat, muutokset kaupungin palveluissa sekä ajankohtaiset tapahtumat.
- Lehden parasta antia ovat tiedot tulevista tapahtumista sekä kaupungin alueita koskevista suunnitelmista.
- Reilu puolet helsinkiläisistä on tyytyväisiä kaupunkiin palveluorganisaationa, mutta monet näkevät asukkaiden osallistamisessa parantamisen varaa. Vastaava tulos näkyy lehden palautteessa: Lukijat ovat tyytyväisiä siihen tapaan, miten lehti on kertonut kaupungin kulttuuritapahtumista ja palveluista, mutta tyytymättömämpiä siihen, miten lehdessä on onnistuttu kertomaan kaupunkilaisten vaikuttamismahdollisuuksista.
- Lehdellä on erilainen rooli eri ikäpolville. Alle 31-vuotiaat arvostavat lehdessä lähinnä tapahtumatietoja ja vinkkejä, eivät niinkään kaupungin suunnitelmia.
- Lehden ulkoasu ei houkuttele aivan parhaalla mahdollisella tavalla. Lehden kansilinja kerää sekä kehuja että arvostelua. Arvostelijoiden mielestä lehden julkaisija ei käy riittävän selvästi esiin kannesta. Selkein kritiikki kohdistuu Kaupungin menot-
aukeamaan, joita pidettiin turhan sekavana ja jossain määrin vanhanaikaisena.
- Lehden nimeen ollaan yleisesti tyytyväisiä. Lehden nykyinen nimi on helppo muistaa ja se kertoo selvästi sisällöstä

Helsinki helsinkiläisten silmin

Helsinkiläiset ylpeitä kotikaupungistaan: Ylpeydenaiheita ovat hyvät palvelut ja kulkuyhteydet, luonto ja meri sekä vilkas tapahtumatarjonta

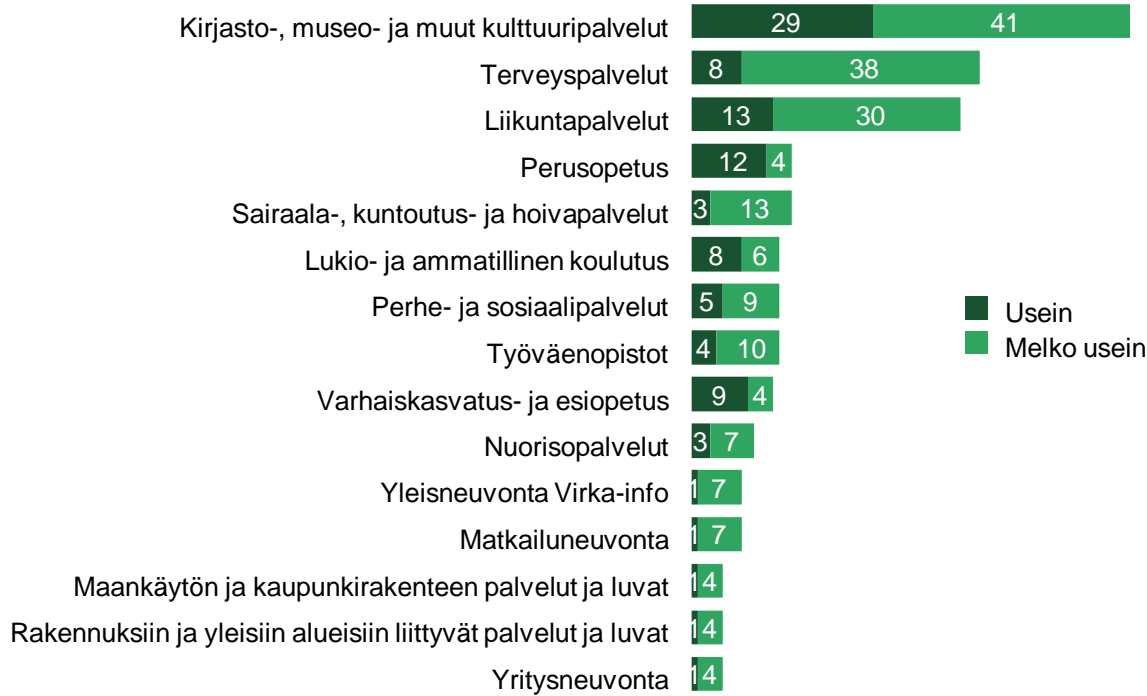
Mitä sinulle merkitsee asua Helsingissä? Mistä asioista helsinkiläiset voivat olla ylpeitä ja missä on parantamisen varaa?
Kerro omin sanoin. (% , n=927)



- Ihana **eläväinen kaupunki!** Koko lapsuuteni maalla asuneena olen ihastunut Helsingin **avomielisyyteen** sekä siihen että kaikki **palvelut on jatkuvasti saatavilla**.
- Helsinki on **moderni ja historiallinen**. Olen ylpeästi helsinkiläinen, vaikka olenkin kotoisin muualta. Voimme olla ylpeitä **turvallisuudesta** ja **toimivuudesta**, hyvästä koosta ja **ystävällisistä ihmisistä**. Helsinki on **pieni ja kaunis**, mutta silti Suomen ainoa kaupunki.
- Työn perässä muutin Helsinkiin yli 25 vuotta sitten. Helsinki on **innovatiivinen, kulttuuririkas, siisti ja sopivan kokoinen** merenranta kaupunki, jossa **julkinen liikenne toimii** hyvin.
- **Julkinen liikenne** hieno asia. **Palvelut lähellä. Koulu lähellä**. Parantamisen varaa ihmisten käytöksessä.
- Helsinki on kaunis kaupunki, jossa on **hyvä palvelutaso** ja **monipuolinen kulttuuritarjonta**. Euroopan suurkaupungeista poiketen täällä on kuitenkin **myös luontoympäristöä**.
- **Erittäin hyvät palvelut**, sekä julkiset että kaupalliset. **Hieno kulttuuritarjonta**. **Toimiva** kaupunki ja **upea sijainti meren äärellä**. Pääkaupunki.

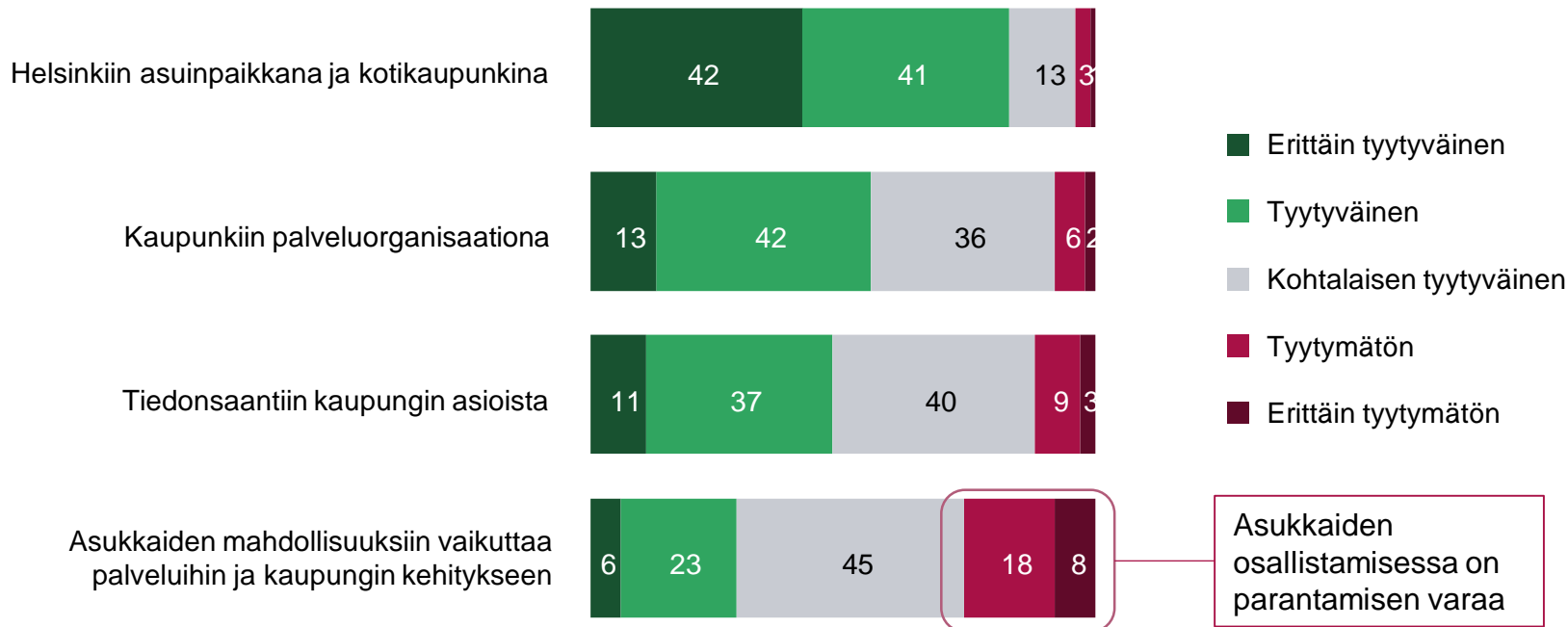
Helsinkiiläisten eniten käyttämät palvelut ovat kulttuuri-, liikunta- ja terveyspalvelut

Miten usein sinä tai perheesi käytätte seuraavia kaupungin palveluja? (% , n=1009)



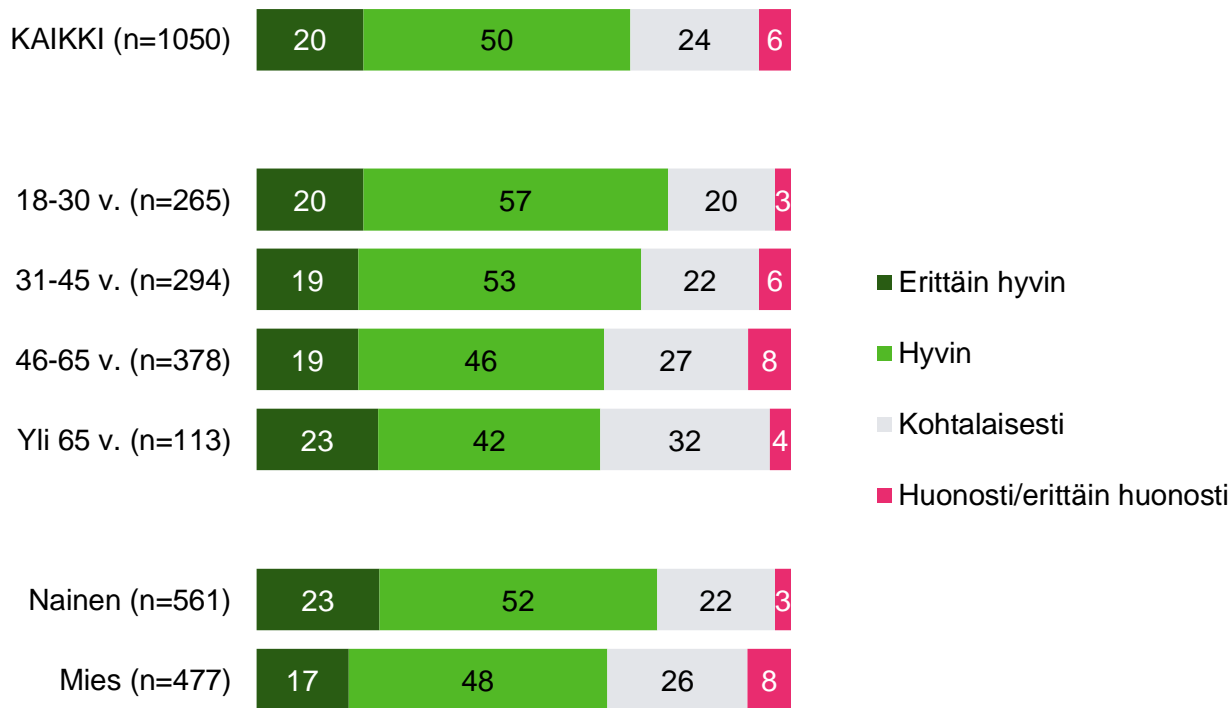
Neljä viidestä on hyvin tyytyväisiä Helsinkiin asuinpaikkana, reilu puolet on tyytyväisiä kaupunkiin palveluorganisaationa

Kuinka tyytyväinen olet seuraaviin asioihin Helsingissä? (% , n=946-1050)



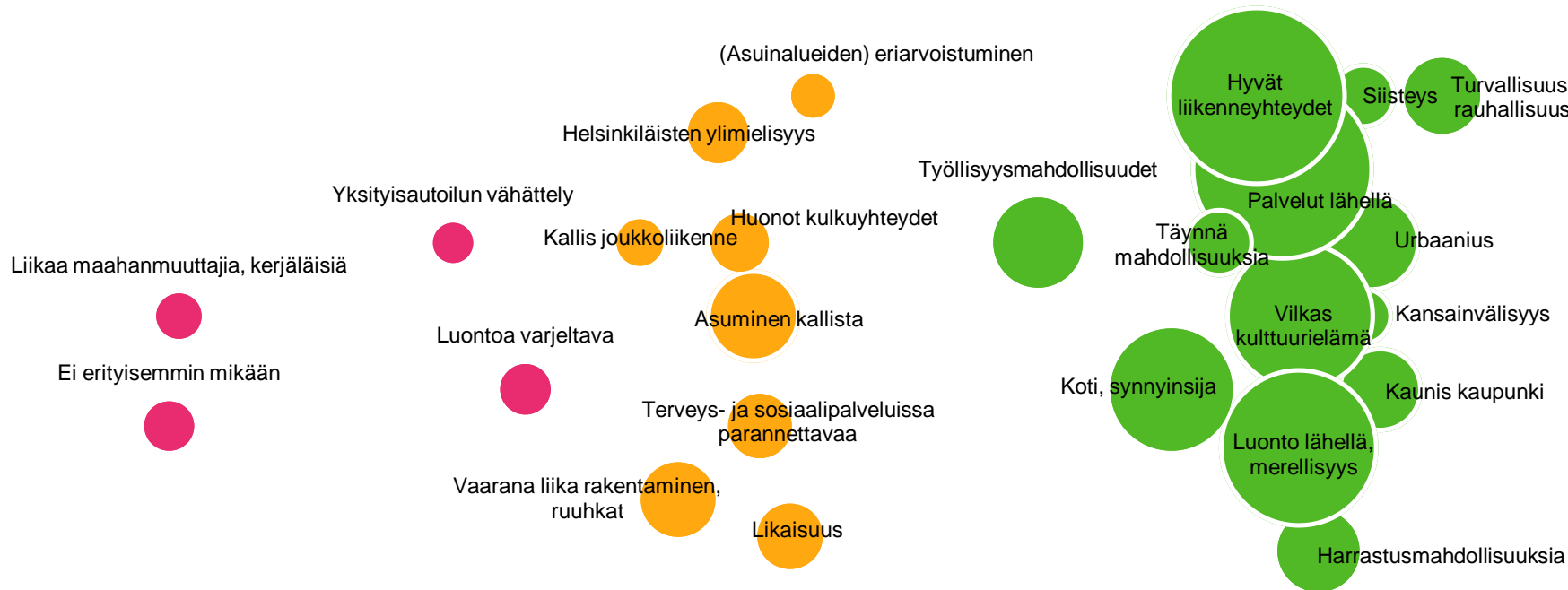
Helsinki koetaan viihtyisäksi ja toimivaksi kaupungiksi

Kuinka hyvin väittämä ”viihtyisä ja toimiva kaupunki” kuvaa mielestäsi Helsinkiä? (%)



Turvallisuus, rauhallisuus, siisteys, kauneus, kansainvälisyys ja urbaanisuus ovat asioita, jotka merkitsevät paljon helsinkiläisille

Mitä sinulle merkitsee asua Helsingissä? Mistä asioista helsinkiläiset voivat olla ylpeitä ja missä on parantamisen varaa? Pallon koko kertoo mielikuvan yleisyydestä, pallon sijainti vastaajan myönteisyydestä. Mielikuva Helsingistä on kolmen tekijän keskiarvo: Vastaajan tyytyväisyys kaupunkiin, Helsingin imago viihtyisänä ja toimivana kaupunkina ja spontaanien Helsinki-mielikuvien sävy.



Mielikuva Helsingistä

Huono

Kohtalainen

Hyvä

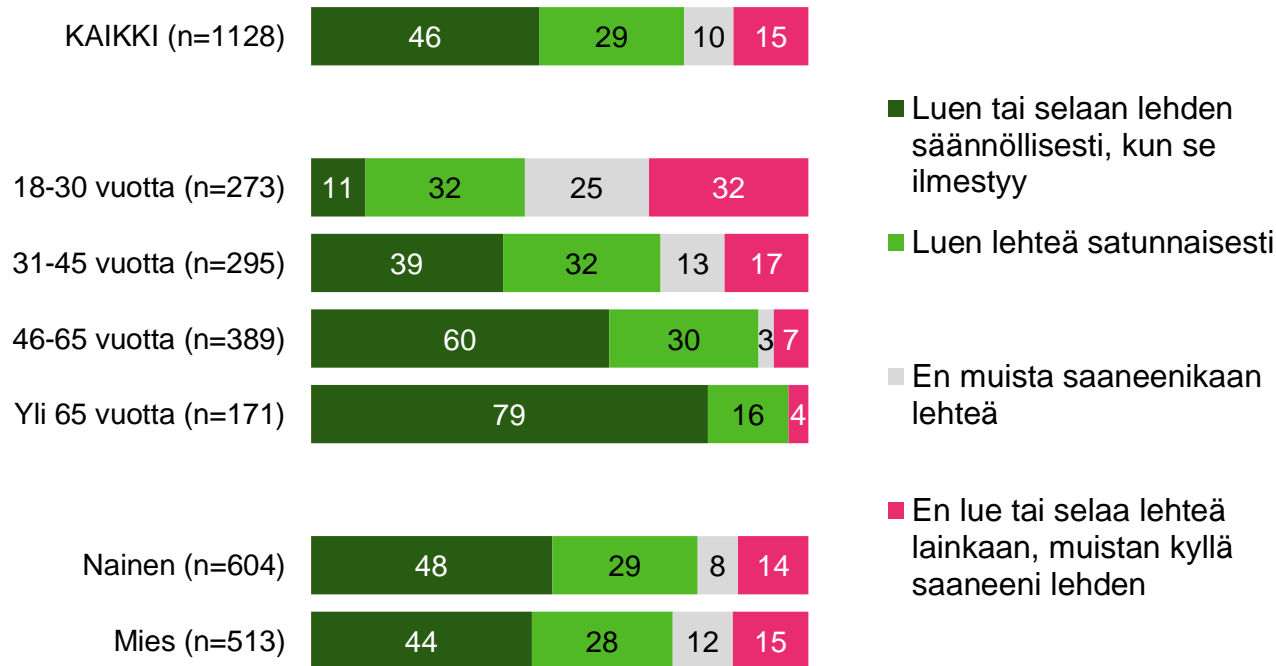
Erinomainen

Miten hyvin Helsinki-info-lehti tavoittaa kaupungin asukkaat?

Puolet nuorista sivuuttaa lehden tai ei muista saaneensa sitä Kolme neljästä (75%) lukee lehteä ainakin satunnaisesti

prior

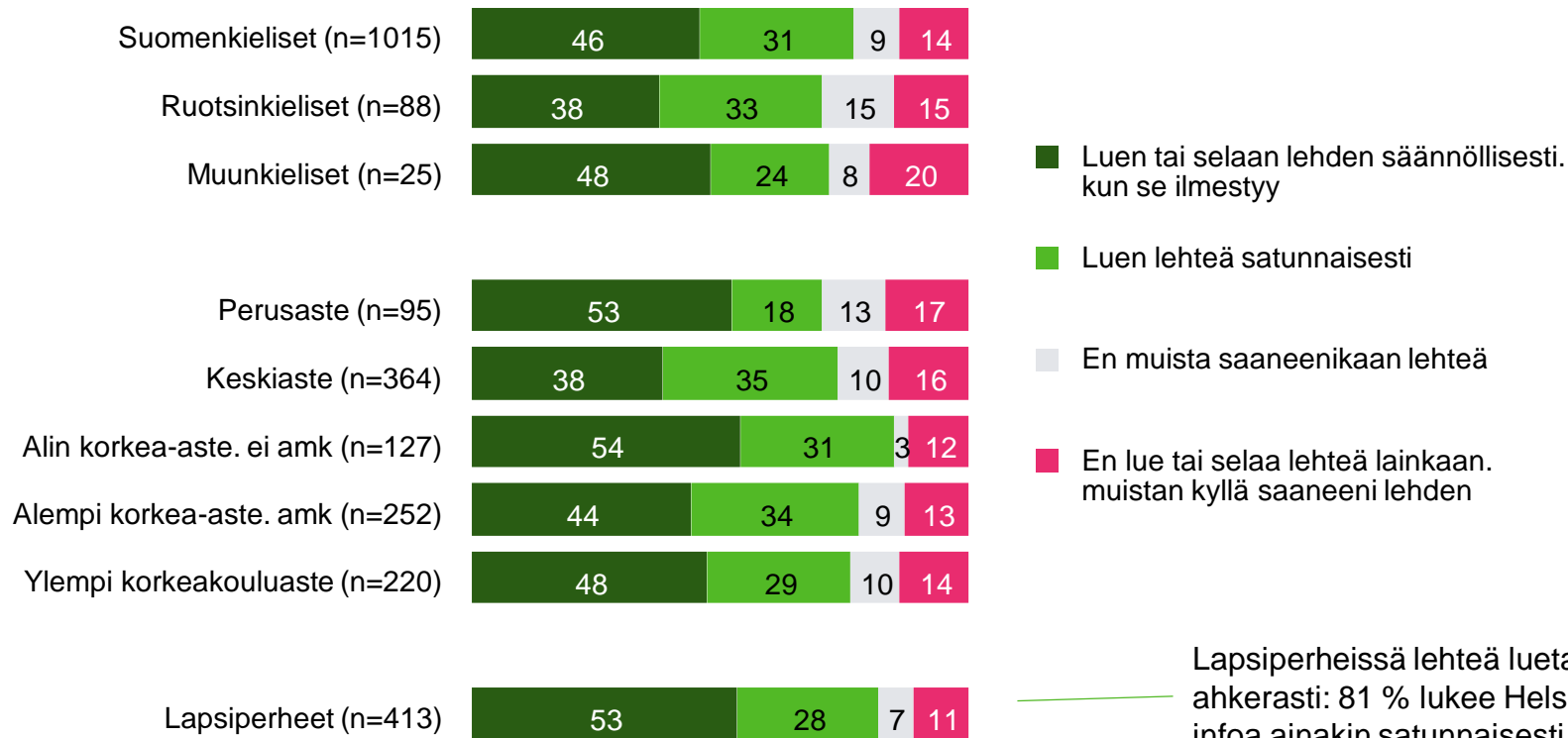
Kuinka Helsinki-info-lehti tavoittaa kohderyhmänsä? (%)



Vastaajan koulutus ei vaikuta lehden lukemiseen

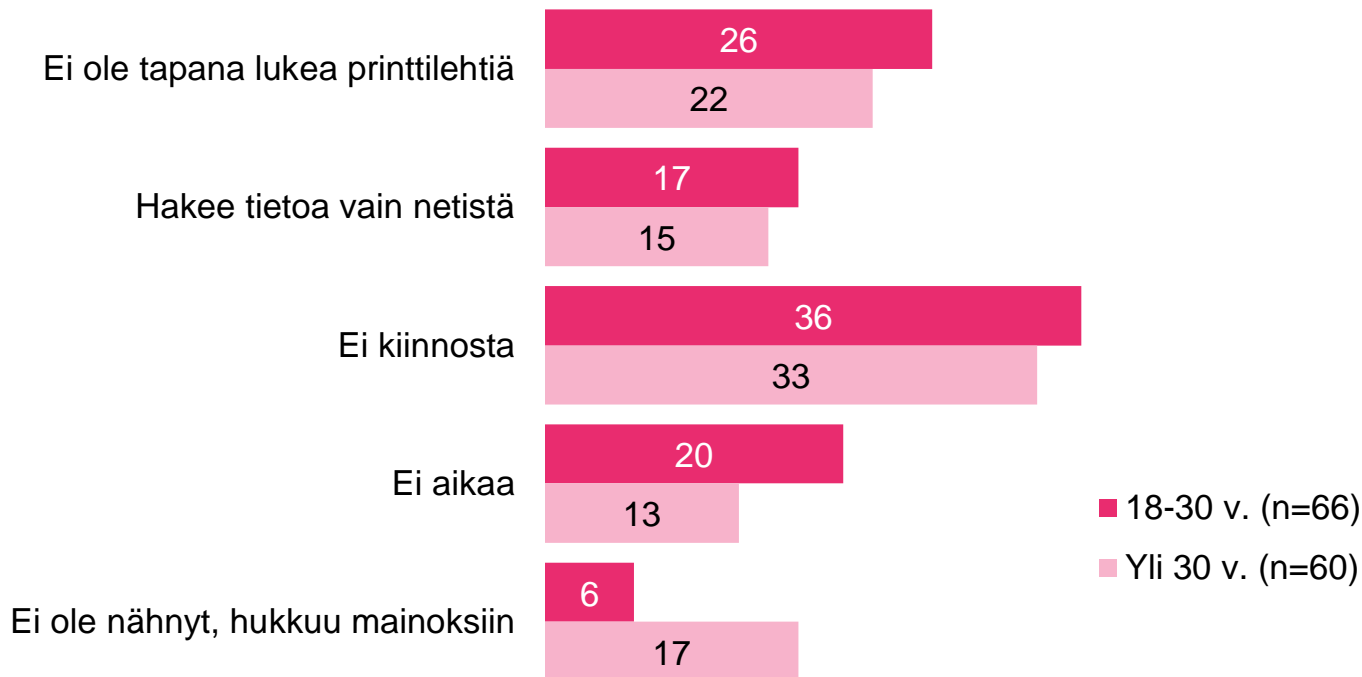
Ruotsinkielisistä 71 prosenttia lukee Helsinki-infoa

Kuinka Helsinki-info-lehti tavoittaa kohderyhmänsä? (%)



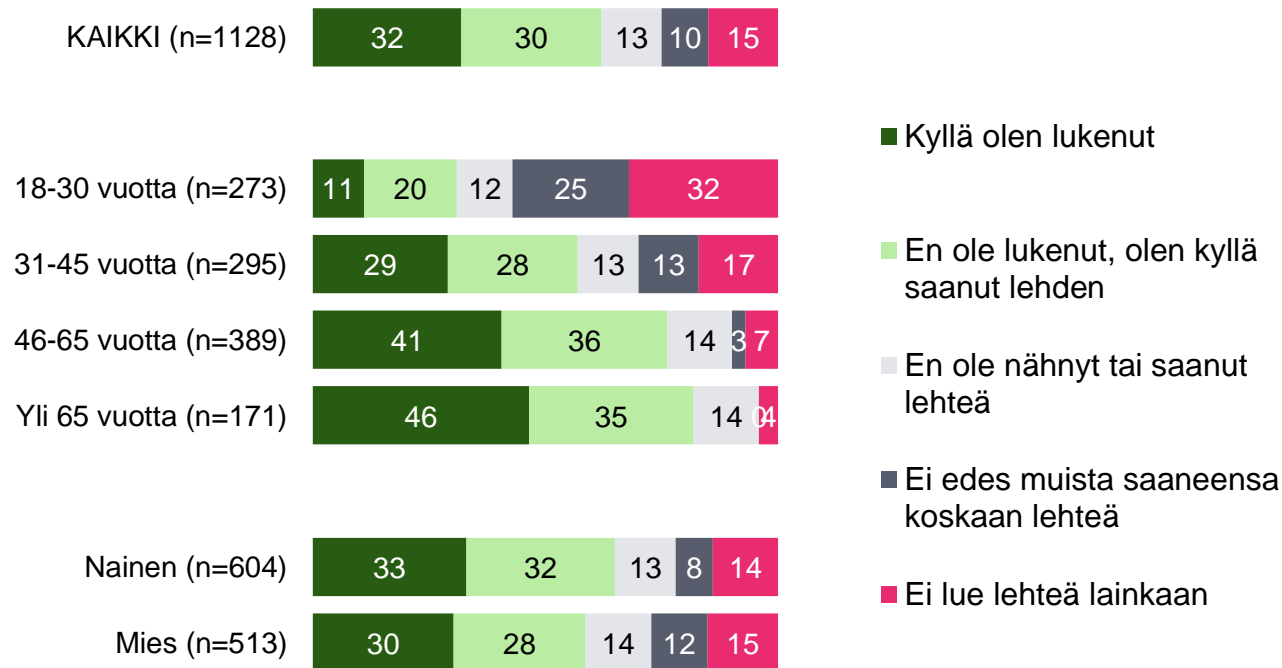
Monella lehden ei-lukijalla on tapana jättää printtilehdet lukematta, osa hakee tietoa vain netistä

Miksi et lue lehteä? (%)

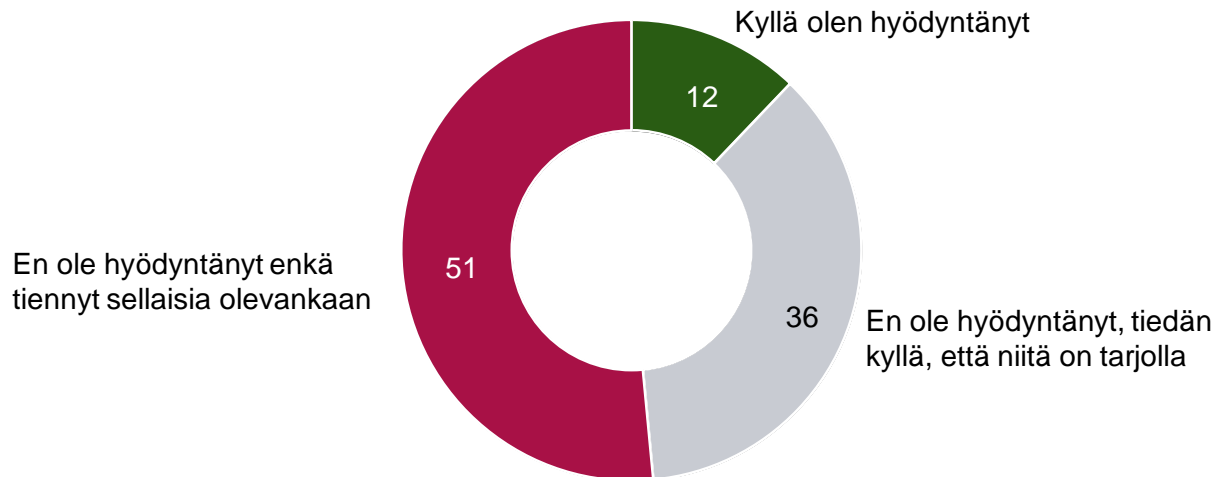


Kyselyyn mennessä kolmannes helsinkiläisistä aikuisista oli lukenut lehden viimeisimmän numeron

Onko lukenut lehden viimeisintä numeroa, joka ilmestyi kyselyyn alla (%)



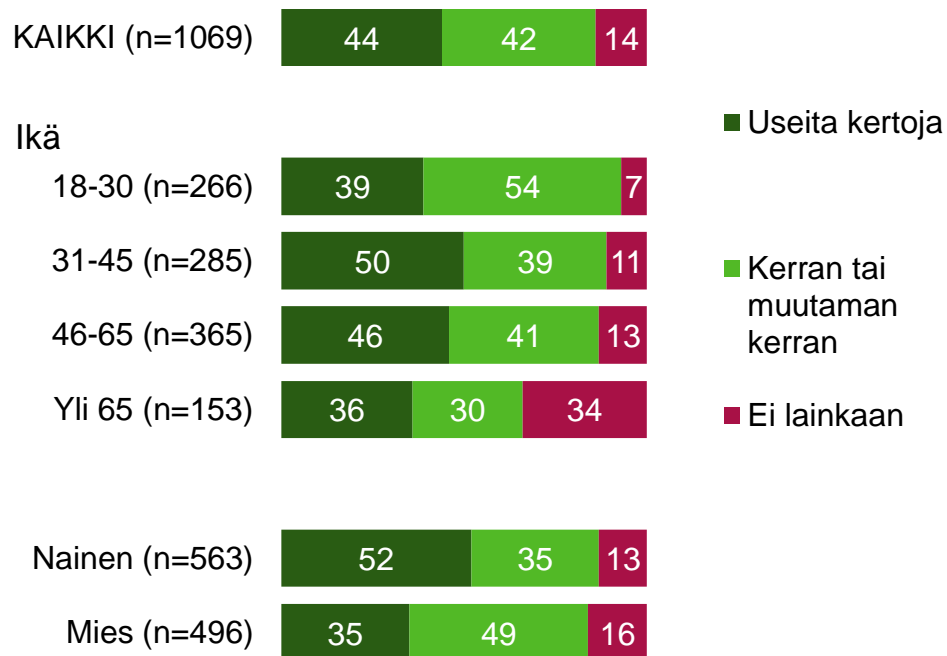
Onko hyödyntänyt viimeisen vuoden aikana lehden verkkosivuja (hel.fi/kanslia/helsinkiinfo-fi)? (% , lehden lukijat, n=758)



Miten Helsingin kaupungin nettisivut ja muut kanavat palvelevat kaupunkilaisia?

Lähes yhdeksän kymmenestä on hakenut netistä tietoa Helsingin kaupungin palveluista

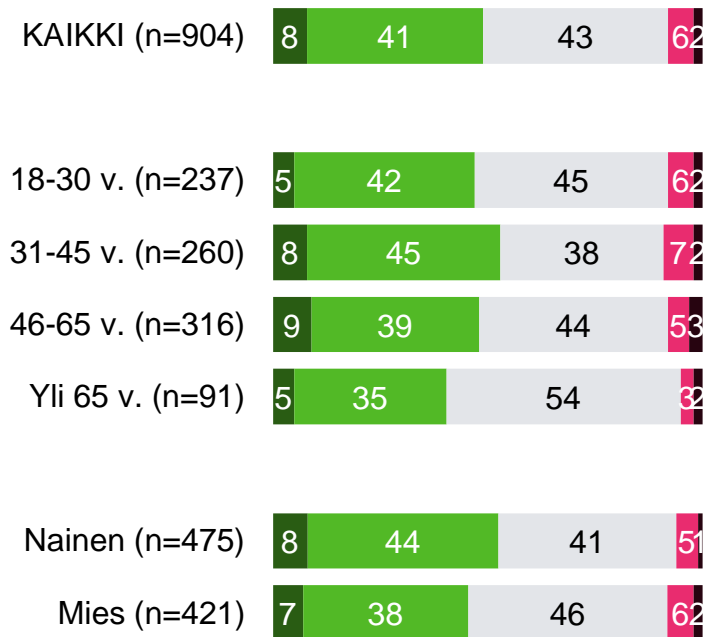
Onko hakenut netistä tietoa Helsingin kaupungin palveluista tai käyttänyt hel.fi-sivuja viimeisen vuoden aikana (%)



Puolet kaupungin nettisivujen käyttäjistä on tyytyväisiä sivuihin, tyytymättömillä on ollut vaikeuksia löytää tarvitsemaansa tietoa

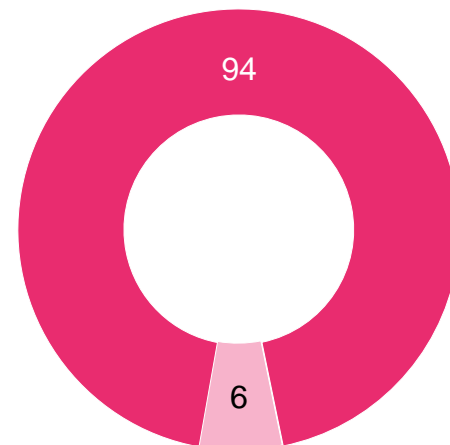
Kuinka hyvin Helsingin kaupungin nettisivut (hel.fi) ovat palvelleet sinua? (% , n=904)

Miksi nettisivut eivät ole palvelleet sinua? (% , n=47)



- Erittäin hyvin
- Hyvin
- Kohtalaisesti
- Huonosti
- Erittäin huonosti

Sekavat, vaikea löytää tietoa



Muut syyt:
 Linkit/tiedot päivittämättä
 Vanhahtava ulkoasu
 Asiointi hidasta

Helsinki-info-lehti on kaupungin verkkosivujen ohella yksi käytetyimmistä ja halutuimmista tietolähteistä

Hakenut kaupunkia koskevaa tietoa tai seurannut uutisia jollakin seuraavista tavoista (% , n=1009 -1128*)



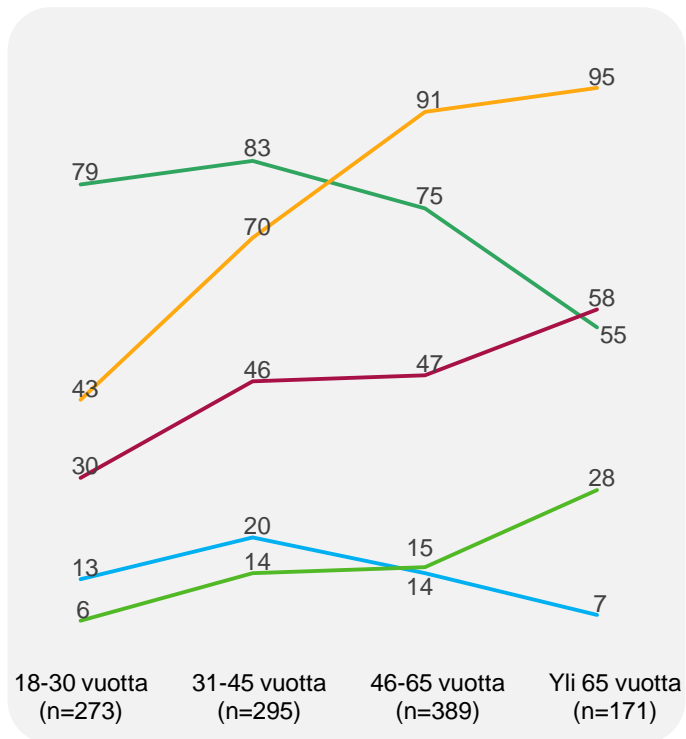
Mieluisimmat tavat saada tietoa kaupungin palveluista (% , n=1009)



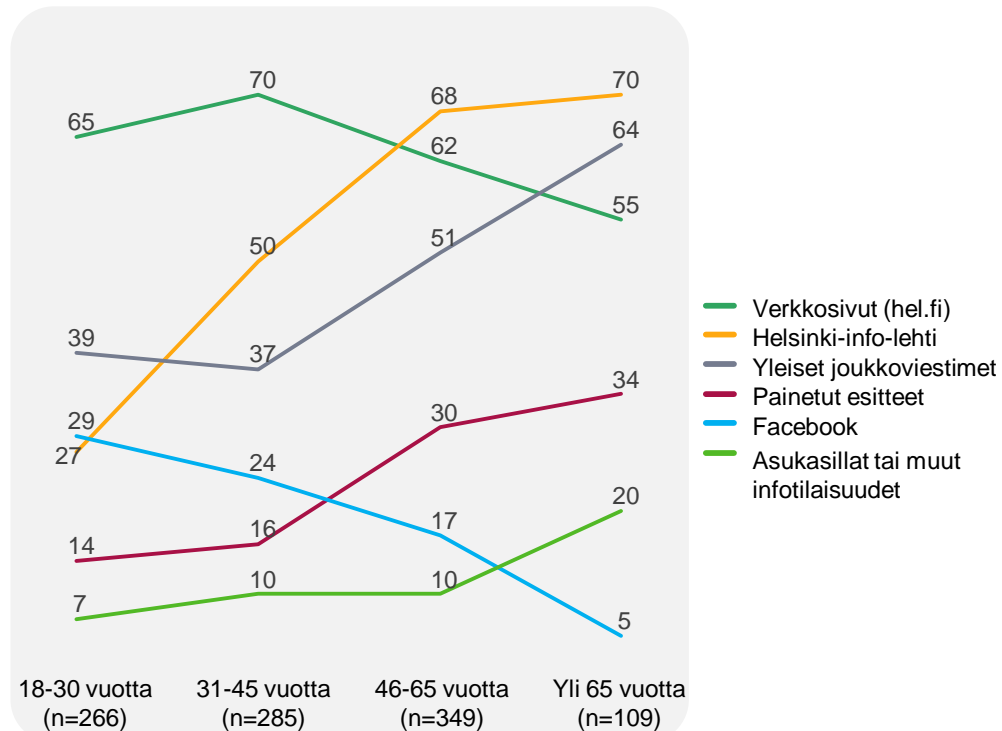
*Verkkosivujen ja Helsinki-infon käytöstä kysyttiin nettipaneelin lisäksi ruotsinkielisten ja ei-netinkäyttäjien puhelinhaastatteluissa.

Kaupungin verkkosivut ja lehti täydentävät toisiaan eri ikäisten tiedonhankintatapoina

Hakenut kaupunkia koskevaa tietoa tai seurannut uutisia jollakin seuraavista tavoista (%)



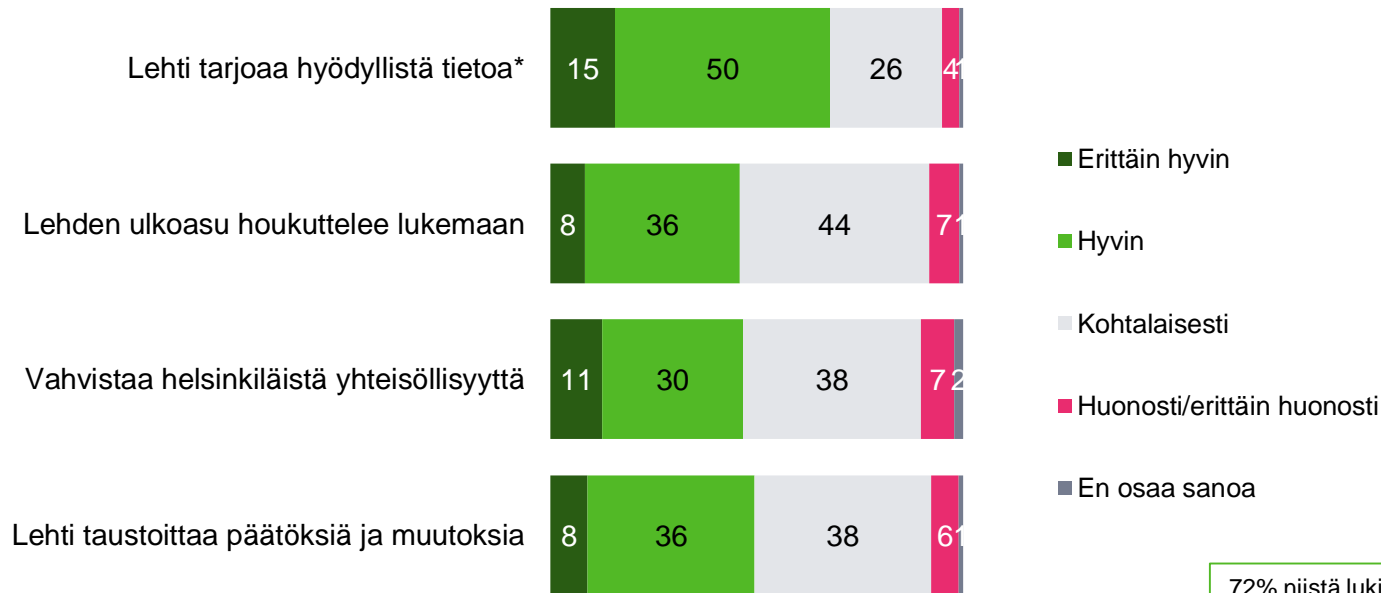
Mieluisimmat tavat saada tietoa kaupungin palveluista (%)



Millainen on Helsinki-info-lehden vaikuttavuus?

Lehden ulkoasu ei houkuttele parhaalla mahdollisella tavalla Lehdestä on hyötyä kahdelle kolmesta lukijasta

Kuinka Helsinki-info on onnistunut (% , lehden lukijat, n=758-859)

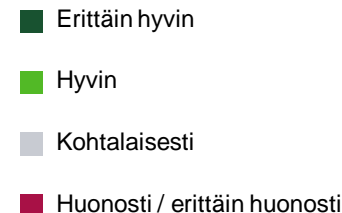


*Lehden hyödyllisyydestä kysyttiin myös puhelinhaastatteluisissa.

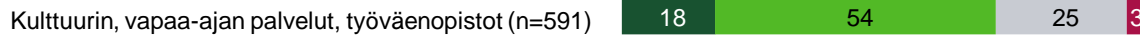
72% niistä lukijoista, jotka ovat olleet yhteydessä usein tai melko usein maankäytön tai kaupunkirakenteen palveluihin, on tyytyväisiä lehden tapaan taustoittaa päätöksiä ja muutoksia.

Nuoret lukijat ja miehet aavistuksen tyytymättömämpiä hyödyllisyyteen kuin muut Lehti hyödyttää etenkin kaupungin palvelujen aktiivisia käyttäjiä

Kuinka Helsinki-info on onnistunut tarjoamaan hyödyllistä tietoa (% , lehden lukijat)

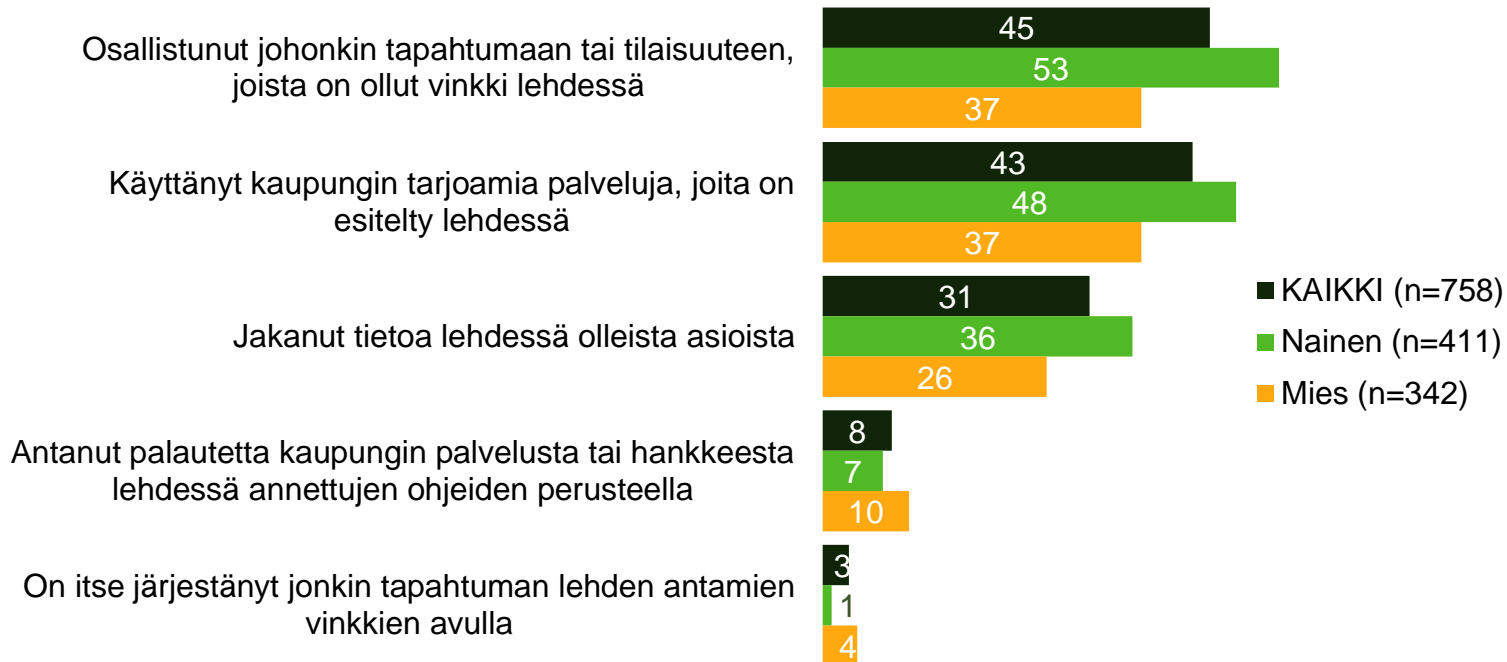


Mitä kaupungin palveluja käyttänyt ainakin melko usein



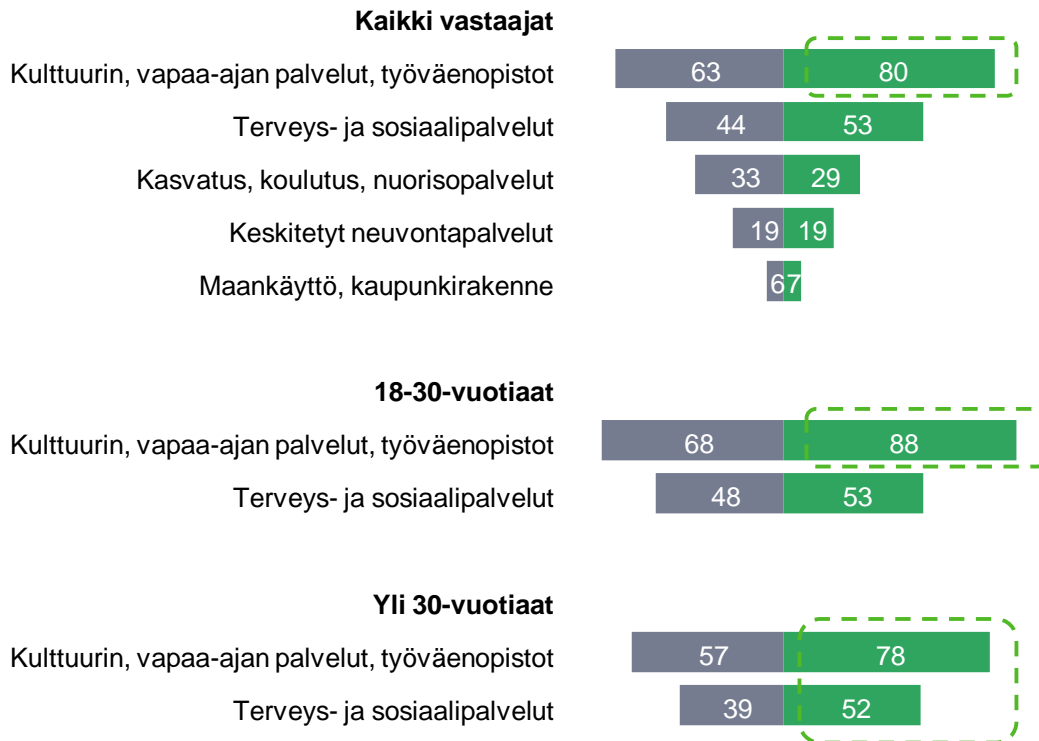
Lehti on aktivoinut etenkin naislukijoita osallistumaan Lehti on antanut monille virikkeen kaupungin tapahtumiin ja palveluihin

Onko Helsinki-info-lehti antanut virikkeen? (% , vastaajina lehteä vähintään satunnaisesti lukevat)



Helsinki-infon lukijat käyttävät muita ahkerammin kaupungin tarjoamia kulttuurin ja vapaa-ajan palveluja

Kuinka moni käyttää seuraavia kaupungin palveluja usein / melko usein? (%)



Helsinki-infon lukeminen

■ Lukijat (n=758, 130, 628)

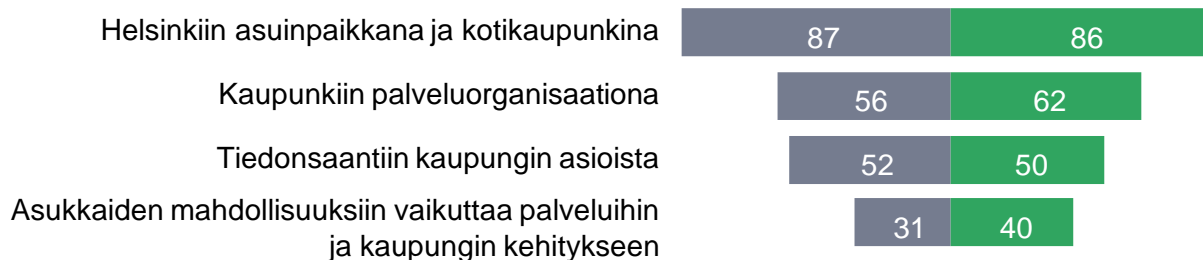
■ Ei-lukijat (n=251, 136, 115)

Sekä nuorten että yli 30-vuotiaiden kohdalla Helsinki-infon seuraaminen heijastuu aktiivisempänä kulttuurin ja vapaa-ajan palveluiden käyttönä

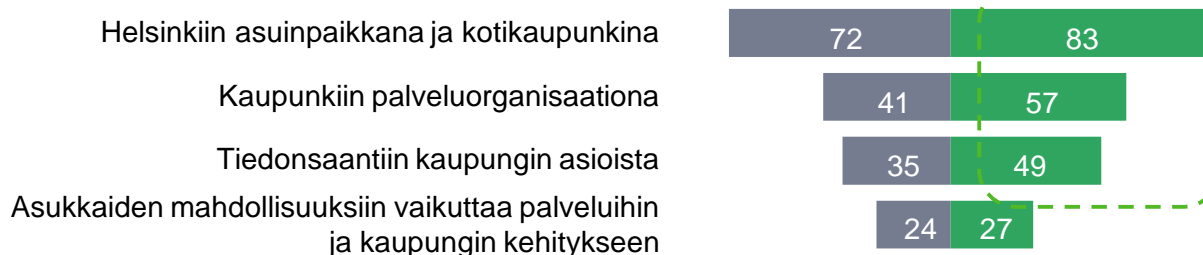
Helsinki-infon yli 30-vuotiaat lukijat ovat tyytyväisempiä kuin ei-lukijat kaupunkiin palveluorganisaationa ja tiedonsaantiin kaupungin asioista

Kuinka moni on erittäin tyytyväinen tai tyytyväinen seuraaviin asioihin Helsingissä? (%)

18-30-vuotiaat



Yli 30-vuotiaat



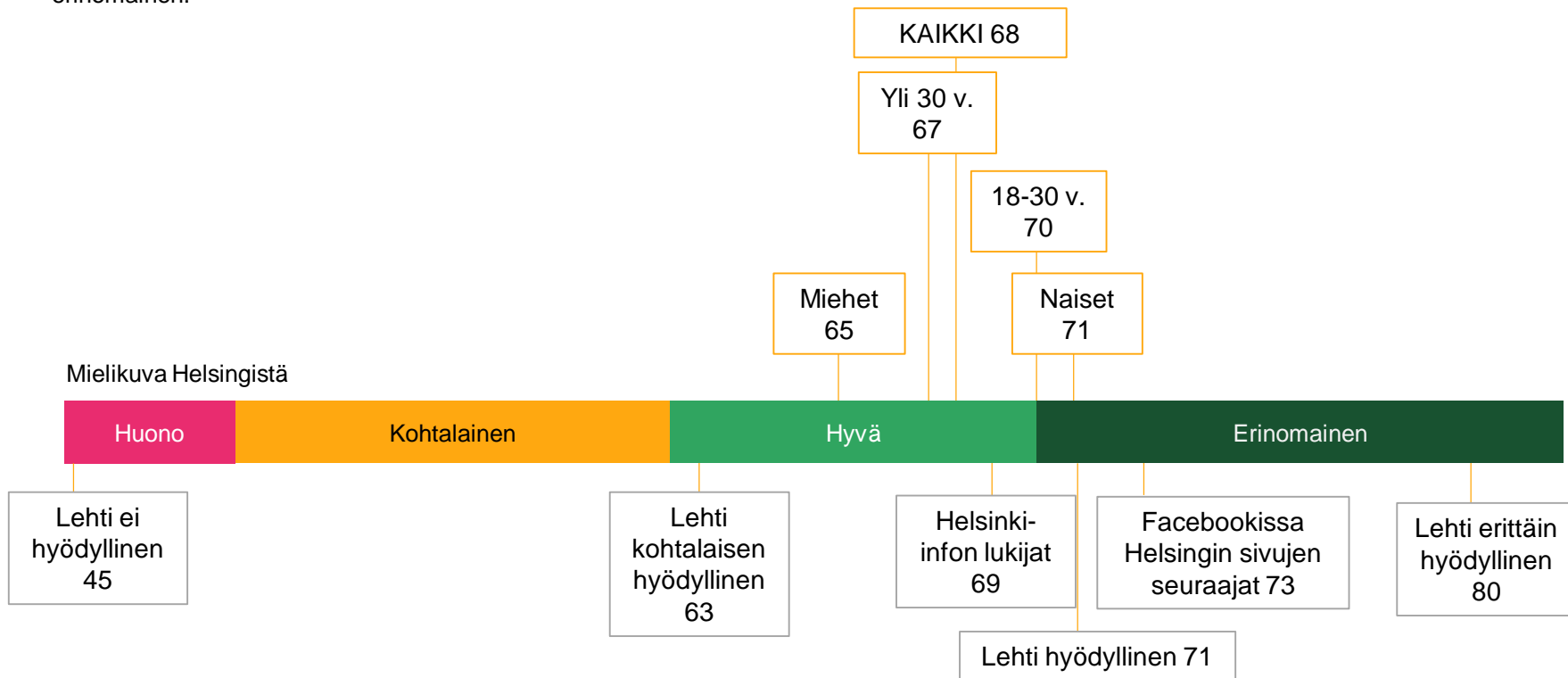
Helsinki-infon lukeminen

■ Lukijat (n=125,654)

■ Ei-lukijat (n=124,107)

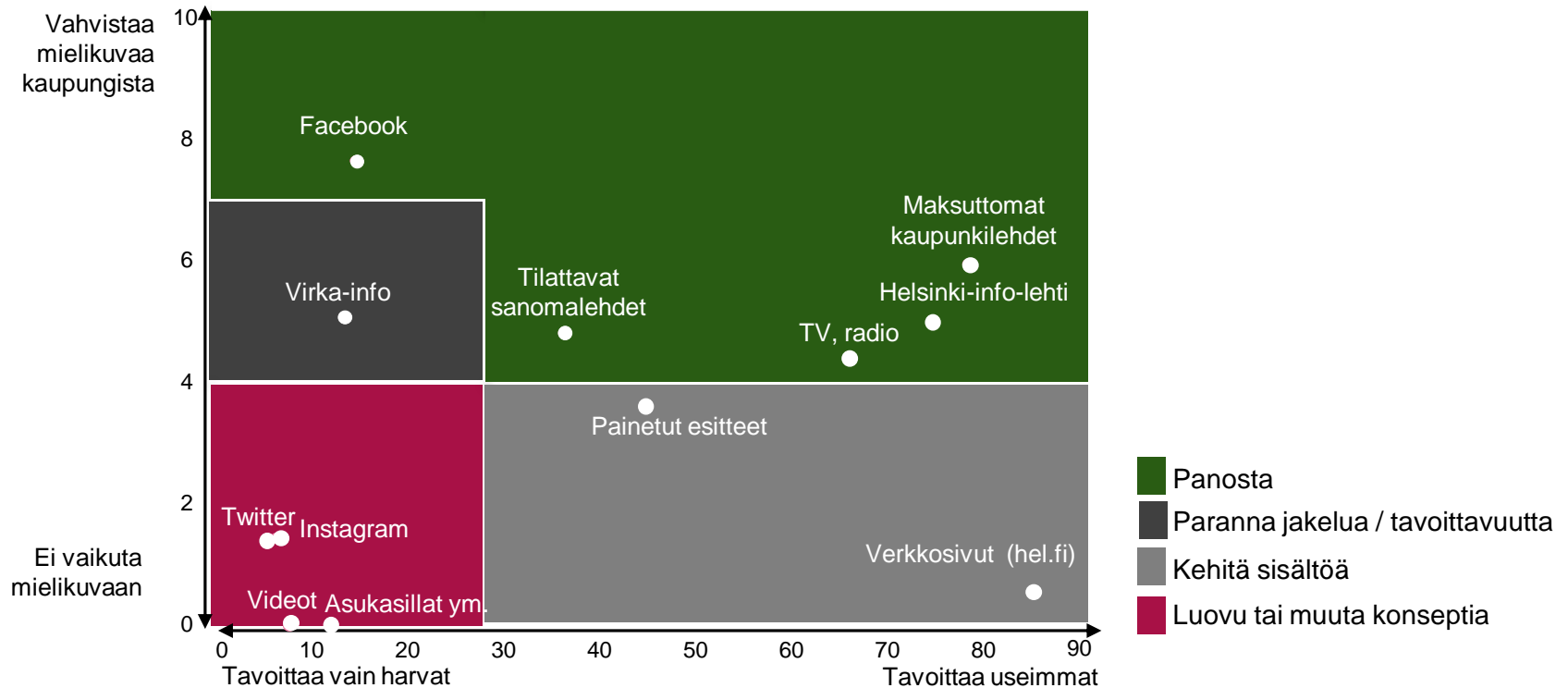
Helsinki-infoa hyödyllisenä pitävien mielikuva kotikaupungistaan on keskimääräistä positiivisempi

Mielikuva Helsingistä on kolmen tekijän keskiarvo: Vastaajan tyytyväisyys kaupunkiin, Helsingin imago viihtyisänä ja toimivana kaupunkina ja spontaanien Helsinki-mielikuvien sävy. Tulokset ovat keskiarvoja asteikolla 0-100, jossa alle 51=heikko, 51-62 = kohtalainen, 63-70 = hyvä, yli 70=erinomainen.



Helsinki-infolla, kaupunkilehdillä ja Facebookilla on kaupunkikuvaa vahvistava vaikutus

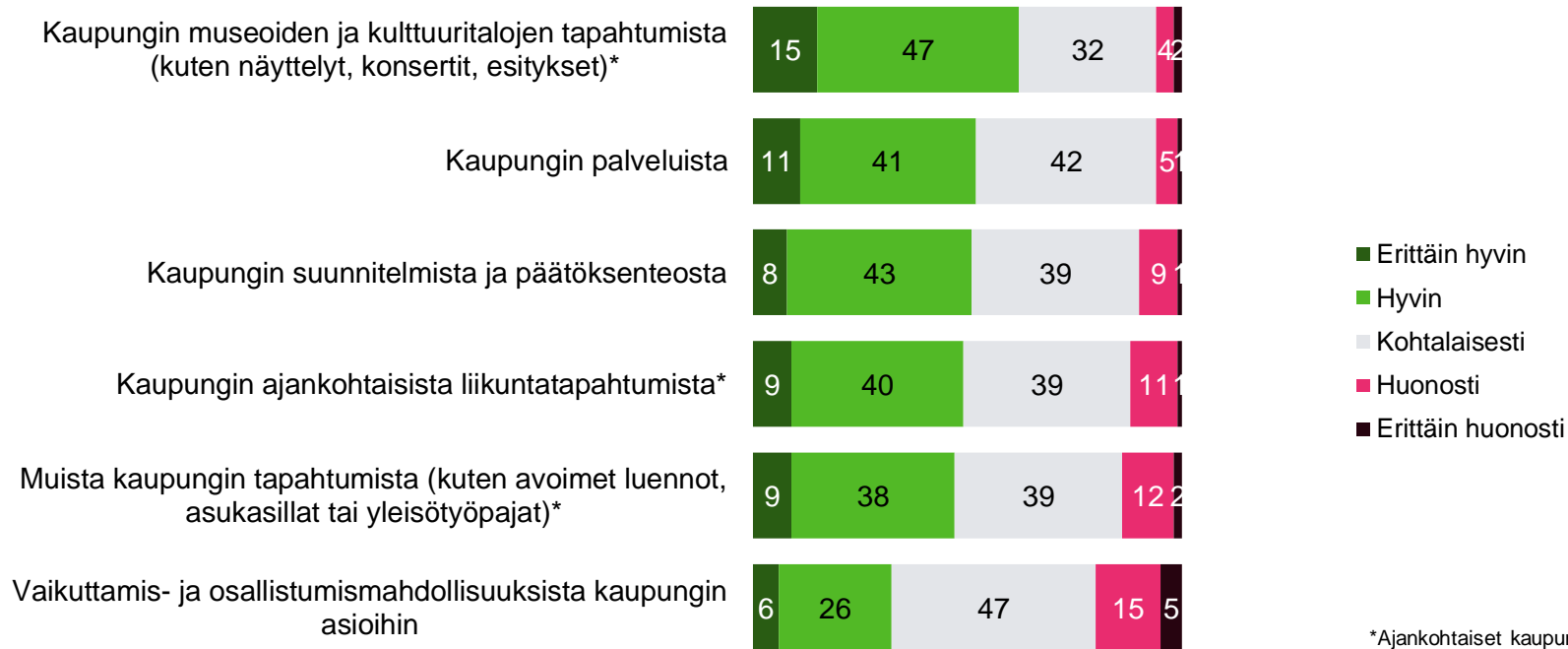
Kanavien arvostus ja vaikutus asukkaiden mielikuvaan kaupungista



Mikä on lehden ominta sisältöä?

Parhaiten lehti on onnistunut kertomaan kaupungin kulttuuritapahtumista ja palveluista, heikoimmin kaupunkilaisten vaikuttamismahdollisuuksista

Onko Helsinki-info tarjonnut olennaista tietoa seuraavista asioista (% , lehden lukijat, n=405*-787)



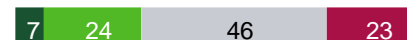
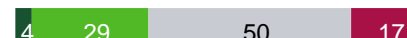
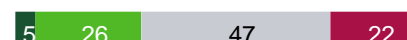
*Ajankohtaiset kaupungin tapahtumat jaettiin kolmeen osa-alueeseen syyskuun nettipaneelissa.

Keskitettyjen neuvontapalvelujen käyttäjät ovat muita tyytyväisempiä lehden tarjoamaan tietoon vaikuttamismahdollisuuksista

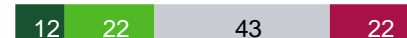
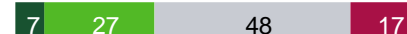
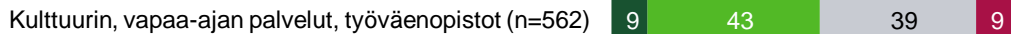
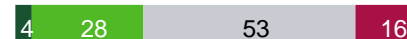
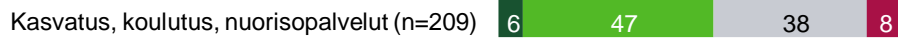
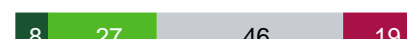
Onko Helsinki-info tarjonnut olennaista tietoa...

Kaupungin suunnitelmista ja päätöksenteosta (%)

Vaikuttamis- ja osallistumismahdollisuuksista (%)



Mitä kaupungin palveluja käyttänyt ainakin melko usein



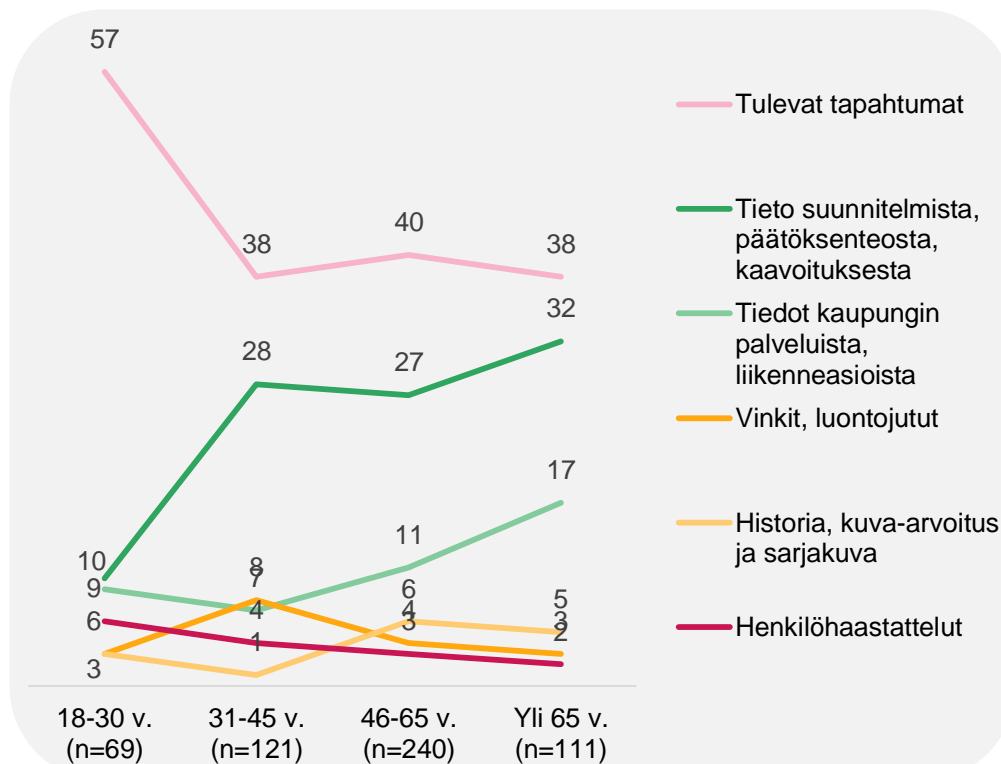
Mikä tai mitkä asiat ovat mielestäsi Helsinki-infon parasta antia? (poimintoja vastauksista)

- **Auttaa pysymään ajan tasalla kaupungin tapahtumista** ja **usein lehdestä oppii jotakin uutta Helsingistä**.
- Lehdestä saa **hyvän yleiskuvan**, mitä on menossa...
- Kattava tietopaketti tapahtumista ja hyvää tiedottamista.
- **Helppo tapa pysyä kärryillä kotikaupungin asioista**. Toki vain niistä jotka on meille joku sopiviksi havainnut tiedottaa.
- Hyvä kokoelma sekalaista **infoa jota muuten ei tulisi haettua**.
- Jutut ja infot tulevista asioista, erityisesti oman asuinalueen osalta.
- Kaikki **tuttujen paikkojen tuntemusta syventävä informaatio**. Myös Helsingin vähän tunnettujen helmien esiin nostaminen kiinnostaa.
- Lehti on **kivan epäbyrokraattinen**, eli sopivan rento.
- Listaukset tulevista tapahtumista ja tieto esim. kaavamuutoksista tai rakennushankkeista, jutut joissa kerrotaan kaupungista jotakin uutta tai yllättävää, tai tuttua asiaa avataan uudesta näkökulmasta.
- Reportaasi **lähiluonnon luontokohteista**. En tiennytkään että sellaisia paikkoja on Helsingissä. **Asemakaava** oli mielenkiintoinen. **Paljon vinkkejä** ripoteltuna lehteen.

Lehden parasta antia ovat tiedot tulevista tapahtumista sekä suunnitelmista

Alle 31-vuotiaat arvostavat lähinnä tapahtumatietoja, eivät kaupungin suunnitelmia

Mikä tai mitkä asiat ovat mielestäsi Helsinki-infon parasta antia? (% , n=541)



Vastaajia kiinnostavat ennen kaikkea kehityssuunnitelmat, muutokset kaupungin palveluissa sekä ajankohtaiset tapahtumat

Mikä lehdessä kiinnostaa erityisesti (lukijat) / Mistä asioista haluaisi lukea (ei-lukijat) (%)

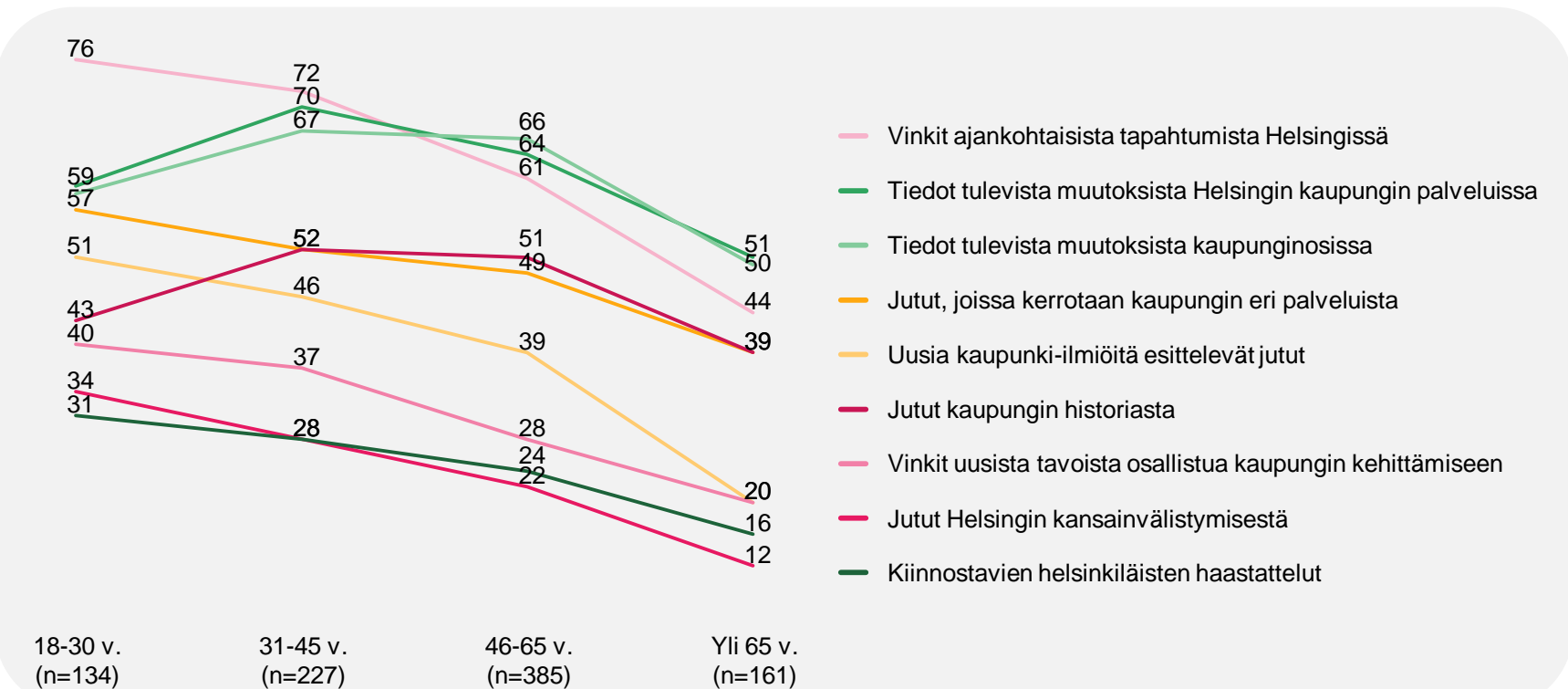


*Lukijakilpailuja ja sarjakuvia ei kysytty lehden ei-lukijoilta.

31-65-vuotiaita kiinnostavat tiedot tulevista muutoksista palveluissa ja kaupunginosissa

Tapahumavinkit kiinnostavat etenkin alle 46-vuotiaita

Mikä lehdessä kiinnostaa erityisesti (%)



**Miellyttääkö lehden ilme,
halutaanko nimeä muuttaa?**

Ajankohtaista-aukeamaa pidetään modernina, mutta jossain määrin sekavana

Helsinki-info 2/2018

O AJANKOHTAISTA

VOIKATKAT

Matkailuneuvonnalle uudet toimipisteet

MATKAILUNEUVONTA on muuttanut, suorittaneet on sisäistyneen toiminnan perustamisen. Uusi toimipiste sijaitsee vanhaan matkailuneuvonnan tiloissa. Uusi toimipiste sijaitsee vanhaan matkailuneuvonnan tiloissa. Uusi toimipiste sijaitsee vanhaan matkailuneuvonnan tiloissa. Uusi toimipiste sijaitsee vanhaan matkailuneuvonnan tiloissa.



Maksuttomat kesäeväät

MATKAILUNEUVONTA tarjoaa maksuttomia kesäeväitä. Maksuttomat kesäeväät on tarjolla kesäkuun 15. päivästä alkaen. Maksuttomat kesäeväät on tarjolla kesäkuun 15. päivästä alkaen.

PUSTOTILA

Maksuttomat kesäeväät

LEIKKIPUUTARHA tarjoaa maksuttomia kesäeväitä. Maksuttomat kesäeväät on tarjolla kesäkuun 15. päivästä alkaen. Maksuttomat kesäeväät on tarjolla kesäkuun 15. päivästä alkaen.

AIKAPUUTTA

Syötävä Puisto sai jatkoa

KANALAN avoin puistopuutarha on nyt Puisto ja Puisto on nyt jatkoa. Puisto ja Puisto on nyt jatkoa. Puisto ja Puisto on nyt jatkoa.



AIKAPUUTTA

Syötävä Puisto

Syötävä Puisto on nyt jatkoa. Syötävä Puisto on nyt jatkoa. Syötävä Puisto on nyt jatkoa.

O AJANKOHTAISTA

Sosiaali- ja terveyspalveluihin muutoksia kesällä

Kesä muuttaa sosiaali- ja terveyspalvelujen aukioloaikoja. Terveysneuvonnan numerot ovat 010 10023 voi kysyä Helsingin terveyspalveluista ja hoito-ohjeita ympäri vuorokauden.

- TERVEYSNEUVONTA** on muuttanut, suorittaneet on sisäistyneen toiminnan perustamisen. Uusi toimipiste sijaitsee vanhaan matkailuneuvonnan tiloissa. Uusi toimipiste sijaitsee vanhaan matkailuneuvonnan tiloissa.
- KALASTAMINEN** ympäristö- ja luonnonsuojelun osastolla. Kalastaminen on nyt mahdollista kesäkuun 15. päivästä alkaen.
- AIKAPUUTTA** on nyt jatkoa. Aikapuutta on nyt jatkoa.
- LEIKKIPUUTARHA** tarjoaa maksuttomia kesäeväitä. Maksuttomat kesäeväät on tarjolla kesäkuun 15. päivästä alkaen.
- MATKAILUNEUVONTA** on muuttanut, suorittaneet on sisäistyneen toiminnan perustamisen. Uusi toimipiste sijaitsee vanhaan matkailuneuvonnan tiloissa.



Omannäköistä ohjelmaa

KANALAN avoin puistopuutarha on nyt Puisto ja Puisto on nyt jatkoa. Puisto ja Puisto on nyt jatkoa. Puisto ja Puisto on nyt jatkoa.



Nyst!

KALASTAMINEN ympäristö- ja luonnonsuojelun osastolla. Kalastaminen on nyt mahdollista kesäkuun 15. päivästä alkaen.

Ajankohtaista-aukeama Vanhahtava - nykyaikainen

18-30 v. (n=73)	-15	48
31-45 v. (n=114)	-14	48
46-65 v. (n=179)	-6	61
Yli 65 v. (n=50)	-2	66

Ikävyystyttävä - lukemaan innostava

18-30 v. (n=73)	-19	48
31-45 v. (n=114)	-9	48
46-65 v. (n=179)	-8	53
Yli 65 v. (n=50)	-3	75

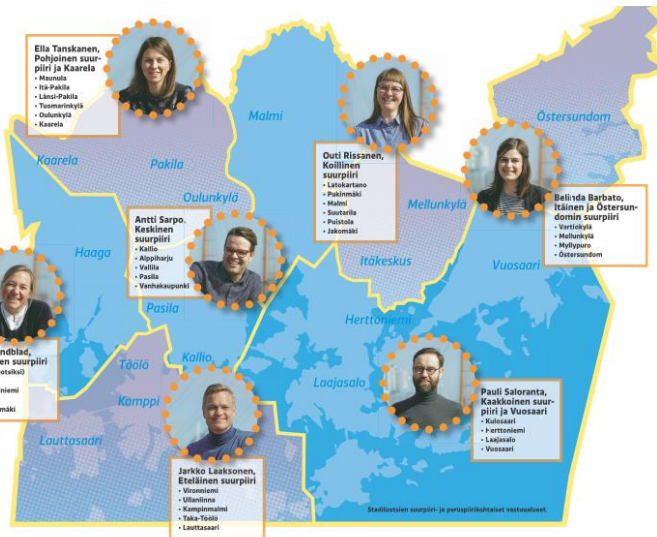
Sekava - selkeä

18-30 v. (n=73)	-24	39
31-45 v. (n=114)	-17	43
46-65 v. (n=179)	-20	50
Yli 65 v. (n=50)	-12	56

Helsinki-info 3/2018

TE OMINAISTYYS-RIIDEI

Helsinkiiläiset ovat saaneet seitsemän stadiluotsia. He auttavat asukkaita ja kaupungin toimijoita yhdistämään voimansa Helsingin kehittämiseksi.



Stadiluotsit tuovat ihmisiä yhteen

TEKSTI KATJA ALVIA KUVAVAT PATRIK LINDBLÄDIN KÄYTTÄ HEIKKI SALINEN

PUHTOJAVALTUUKSI: Uusi yhdessä tekemisen idea syntyi, kun stadiluotsi Jarkko Laaksonen oli haastattanut Erasmussäätiön tapausseminaarissa alustajan roolissa.

”Sen jälkeen olin me yllätyksellä siitä, mitä laupa ja -juttumiehen tarvitaan, ja sitten asia alkoi odeta mallin parolla. Se on ihan mahtava”, toteaa Laaksonen.

Käynnin keikka hyvien seitsemän kaupungin palveluksessa olevan stadiluotsin rooli. He auttavat kaupunkilaisia osallistamaan oman lojaliteettinsa kehittämiseen ja kukaan stadiluotsi ei ole toimittanut. Kehittämismuutokset laadit alustavat työssä toisinaan alusta.

”Opimme ja neuvomme kaupunkilaisia toimimaan ja kerromme erilaisia vaikuttamisen

mahdollisuksista”, stadiluotsi Sija Lindblad sanoo.

Tietoja ja vinkkejä voi saada esimerkiksi palautteen antamisesta kaupungille, avustuksesta, koulutuksesta ja tapahtumista ja palveluksista.

STADILUOTSIT ovat saaneet työssä hyvin käytännön. He ovat alkaneet tutustua alustajien avustuksiin, yhdistyksiin, ryhmiin, yrityksiin ja kaupungin palveluista tuottavien toimijoihin. Luotellut on mahdollista myös monipuolista työskentelyä, erilaisia mentoreita ja harjoitustehtäviä.

”Tähän, että voimme tukea toisiamme osallistamalla asukkaita ja harjoitustehtäviä, on ollut suuri voima. Käynnin keikka on ollut erittäin mielenkiintoista ja hyödyllistä. Ennen kuin aloitamme, on ollut suuri voima. Käynnin keikka on ollut erittäin mielenkiintoista ja hyödyllistä. Ennen kuin aloitamme, on ollut suuri voima.

STADILUOTSIT ovat saaneet työssä hyvin käytännön. He ovat alkaneet tutustua alustajien avustuksiin, yhdistyksiin, ryhmiin, yrityksiin ja kaupungin palveluista tuottavien toimijoihin. Luotellut on mahdollista myös monipuolista työskentelyä, erilaisia mentoreita ja harjoitustehtäviä.

”Tähän, että voimme tukea toisiamme osallistamalla asukkaita ja harjoitustehtäviä, on ollut suuri voima. Käynnin keikka on ollut erittäin mielenkiintoista ja hyödyllistä. Ennen kuin aloitamme, on ollut suuri voima.



Kivi-työväkseen kuuluu myös stadiluotsit.

STADILUOTSIT odottavat innolla sitä, että pääsevät kertomaan kaupunkilaisille uudesta vaikuttamisen mahdollisuudesta, osallistavasta budjetoinnista. Se on jo kytkeyntä monessa suuri kaupunki, kuten Pariisi ja New Yorkissa.

Kukaan ei, että Helsingin kaupunki kuulostaa voimasta 4,4 miljoonaa euroa kaupunkilaisien kehittämishankkeisiin. Kaupunki voi jättää osittain näiden alueiden, ja kukaan alueen saama summa on rahallisesti vieraantunut.

”Kaupunkilaiset voivat ehdottaa, pitäsikö heidän koulukalenterin rakentaa yhteistyössä, palata lauseen liittäminen viittä vuorokautta tai tehdä jotain muuta uutta. Lopuksi jokainen pääsee äänestämään omia suosikkiaan”, osallistavasta budjetoinnista kehittäjä Kari Vuorinen kertoo.

Vuorinen kertoo, että osallistavasta budjetoinnista tärkein kaupunkilainen ja kaupunki työssä on meinaa valheita - jotta työssä ohjauksella saa-

Tiedä ja osallistu

- Lisää tietoa osallistavasta budjetoinnista ja kaupunkilaisesta Helsingistä osallistu hel.fi
- Tietoa osallistamisesta ja vaikuttamisesta hel.fi -sivustolla ja kullekin osallistajalle ja vaikuttajalle
- Käynnin stadiluotsitilla on Facebook-sivut, joka on nimetty Stadiluotsit Eteläinen Suurpiiri
- Tietoa osallistamisesta ja vaikuttamisesta hel.fi -sivustolla ja kullekin osallistajalle ja vaikuttajalle
- Facebookia ja nammeja hel.fi -sivustolla löydät lisästä yhteystietoja
- Stadiluotsit Twitter-tili: @stadiluotsit
- Stadiluotsit sähköpostit ovat muotoa etunimi.sukunimi@h.fi.

Käyttämällä Googlea ja jättämällä 25.10. tilauksen, jonka aiheena on osallistava budjetointi ja siihen osallistuminen.

TE OMINAISTYYS-RIIDEI

Vanhauttava - nykyaikainen

18-30 (n=57)	-16	54
31-45 (n=96)	-9	63
46-65 (n=138)	-10	57
Yli 65 (n=51)	-9	43

Ikävyyttävä - lukemaan innostava

18-30 (n=57)	-23	38
31-45 (n=96)	-18	52
46-65 (n=138)	-17	48
Yli 65 (n=51)	-10	53

Sekava - selkeä

18-30 (n=57)	-22	54
31-45 (n=96)	-17	58
46-65 (n=138)	-20	46
Yli 65 (n=51)	-6	52

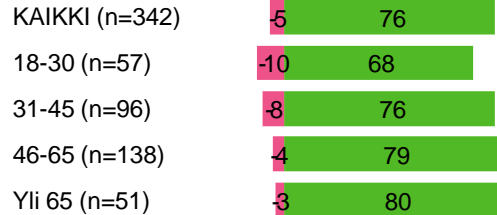
Lehden nimeen ollaan yleisesti tyytyväisiä

Lehden nykyinen nimi on helppo muistaa ja se kertoo selvästi sisällöstä *prior*

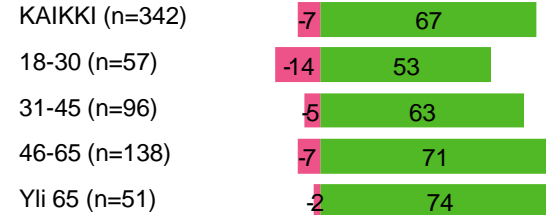
Helsinki-info-lehteä uudistetaan ensi vuodeksi ja samalla mietitään lehden nimen muutosta.

Miten hyvänä pidät lehden nykyistä Helsinki-info-nimeä? (% , lehden lukijat)

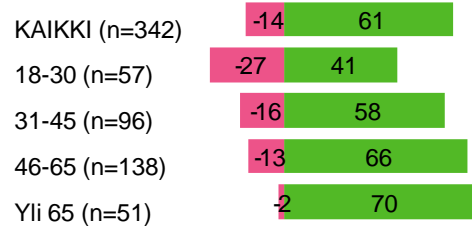
Ei kerro lehden sisällöstä - Kertoo selvästi, mitä lehdessä on sisältönä



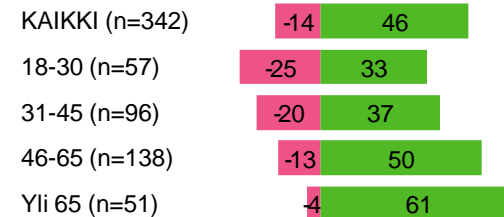
Vaikea muistaa - Helppo muistaa



Ei kerro lehden julkaisijasta - Kertoo selvästi lehden julkaisijan



Vanhahtava - Nykyaikainen



prior

PRIOR KONSULTOINTI OY

Annankatu 16 B, 00120 Helsinki
www.prior.fi