



## § 26

### Taidemuseon visuaalisen ilmeen ja markkinointinimen uudistus

HEL 2015-004089 T 00 04 00

#### Esitys

Taidemuseon johtokunta päätti esittää kaupunginhallitukselle hyväksyttäväksi taidemuseon uudistetun visuaalisen ilmeen sekä taidemuseon uudeksi markkinointinimeksi HAM.

#### Käsittely

Esittelijä muutti esittelijän perusteluissa viimeisen kappaleen muotoon: Taidemuseo sitoutuu Helsingin kaupungin viestinnän ja kaupunkimarkkinoinnin linjauksiin siinä vaiheessa kun ne valmistuvat.

#### Pöydällepanoehdotus:

Kimmo Sarje ehdotti, että asia pannaan pöydälle ja että asia päätetään johtokunnan ylimääräisessä kokouksessa 23.4.2015.

Pöydällepanoa kannatti: Christian Järnefelt

1 äänestys.

JAA-ehdotus: Esityksen mukaan

Ei-ehdotus: Ehdotan, että asia pannaan pöydälle ja että asia päätetään johtokunnan ylimääräisessä kokouksessa 23.4.2015.

Jaa-äännet: 3

Marko Lipponen, Thomas Wallgren, Pauli Waroma

Ei-äännet: 3

Christian Järnefelt, Kirsikka Moring, Kimmo Sarje

Tyhjä: 1

Saija Salonen

Äänestyksen tulos: Esityksen mukaan. Puheenjohtajan ääni ratkaisi.

Vastaehdotus:

Christian Järnefelt teki vastaehdotuksen: ehdotan, että nimi HAM korvataan nimellä Heta.

Vastaehdotusta kannatti: Saija Salonen



2 äänestys.

JAA-ehdotus: Esityksen mukaan

Ei-ehdotus: Vastaehdotus: nimi HAM korvataan nimellä Heta.

Jaa-äännet: 3

Marko Lipponen, Thomas Wallgren, Pauli Waroma

Ei-äännet: 2

Christian Järnefelt, Saija Salonen

Tyhjä: 2

Kirsikka Moring, Kimmo Sarje

Äänestyksen tulos: Esityksen mukaan. Christian Järnefelt ja Kimmo Sarje jättivät päätökseen eriävän mielipiteen.

Christian Järnefelt: Jätän eriävän mielipiteen.

Kimmo Sarje: Eriävä mielipide, museon nimi: En kannata HAM-nimeä. Se on mielestäni populistinen, kielellisesti kyseenalainen ja voi kääntyä taidemuseota vastaan.

**Esittelijä**

taidemuseon johtaja  
Maija Tanninen-Mattila

**Lisätiedot**

Saara Suojoki, markkinointipäällikkö, puhelin: 310 87064  
saara.suojoki(a)hel.fi

**Liitteet**

1 [Ham-johtokunnalle.pptx](#)

**Muutoksenhaku**

Muutoksenhakukielto, valmistelu tai täytäntöönpano

**Esitysehdotus**

Esitys on ehdotuksen mukainen.

**Esittelijän perustelut**

Kaupunginhallituksen hyväksymissä viestinnän ohjeissa todetaan, että kaupunki käyttää viestinnässään yhtenäistä visuaalista ilmettä, jonka peruselementti on kaupungin vaakuna. Lisäksi ohjeissa todetaan: "Perustelluista syistä kaupungin hallintokunnilla on lisäksi mahdollisuus käyttää omaa virasto- tai laitostunnustaan kaupunginhallituksen hyväksymällä tavalla. Kaupunginhallitus vahvistaa hallintokunnan



tunnuksen lauta- tai johtokunnan esityksestä. Ennen tällaisen kaupungin tavanomaisesta vaakunailmeestä poikkeavan virasto- tai laitostunnuksen vahvistamista siitä on pyydetty kaupunginkanslian tietotekniikka- ja viestintäosaston lausunto. Esimerkiksi kaupungin liikelaitoksilla sekä kulttuuri- ja vapaa-ajan toiminnasta vastaavilla yksiköillä saattaa olla oman asiakasmarkkinointinsa kannalta perustellut syyt itsenäiseen virasto-, laitos- tai yritysilmeeeseen."

Helsingin kaupunginvaakunan käyttöä koskevan ohjeen mukaan lauta- ja johtokuntien sekä virastojen ja laitosten pöytäkirjoissa, kuulutuksissa sekä muussa kaupungin viranomais-toiminnassa on kuitenkin erillisen virasto- tai laitostunnuksen sijasta käytettävä kaupunginvaakunaa.

Kulttuuritoimen organisaatioille profiloituminen ja tunnettuus ovat erityisen tärkeitä toiminnan kehittämisen, asiakaskunnan laajentamisen ja kävijämäärien kasvattamisen kannalta. Visuaalisen alan merkittävänä kansainvälisenä toimijana taidemuseolle on erityisen tärkeää erottua ilmeellään ja markkinointinimellään.

Taidemuseon entinen visuaalinen ilme otettiin käyttöön Tennispalatsin avautuessa vuonna 1999. Nyt taidemuseon toiminta on jälleen käännekohdassa, kun se saa lisää tilaa Tennispalatsista ja sen toiminnot keskitetään sinne. Taidemuseo on kuluneen vuoden aikana uusinnut markkinointiviestinnän ja asiakaspalvelun strategiansa, jotka otetaan käyttöön uusitun taidemuseon avautuessa syksyllä 2015. Tässä yhteydessä on luontevaa päivittää taidemuseon visuaalinen ilme ja markkinointinimi. Entinen ilme on vanhentunut eikä se palvele enää kokonaisvaltaisen museokokemuksen, palvelumuotoilun eikä verkkoviestinnän käyttötarkoituksia parhaalla mahdollisella tavalla.

Ytimekäs ja kilpailijoista erottuva markkinointinimi HAM tehostaa huomattavasti taidemuseon näkyvyyttä Tennispalatsissa, kaupunkikuvassa, sosiaalisessa mediassa sekä markkinointiviestinnässä. Uudistettu visuaalinen ilme terävöittää taidemuseon profiilia. HAM -sana on lyhennys taidemuseon virallisesta englanninkielisestä nimestä Helsinki Art Museum. HAMin yhteydessä käytetään eri kieliversioita Helsingin taidemuseo/Helsingfors konstmuseum/ Helsinki Art Museum käyttötarkoituksesta riippuen.

Taidemuseon uuden ilmeen on suunnitellut tiimi, joka koostuu markkinointiviestinnän eri alojen asiantuntijoista. Visuaalisen ilmeen uudistaminen on osa kokonaisvaltaisen museokokemuksen kehitystyötä, johon on osallistunut myös toimivan kaupungin kaupunkimuotoilijoita.



07.04.2015

TMJ/7

---

Taidemuseo on tietoinen Helsingin kaupungin viestinnän strategiaan uudistuksiin tähtäävistä valmisteluista. Taidemuseo tulee ottamaan huomioon omassa markkinointiviestinnässään uudistukset niiden valmistuttua.

Esittelijä

taidemuseon johtaja  
Maija Tanninen-Mattila

Lisätiedot

Saara Suojoki, markkinointipäällikkö, puhelin: 310 87064  
saara.suojoki(a)hel.fi

**Liitteet**

1 [Ham-johtokunnalle.pptx](#)