



SUOMEN EVANKELIS-LUTERILAINEN KIRKKO
EVANGELISK-LUTHERSKA KYRKAN I FINLAND

KYRKOSTYRELSENS CIRKULÄR

Nr 30/2006
29.9.2006

REKLAMKAMPANJ FÖR FÖRSAMLINGSVALET

1. Rikstäckande informationskampanj

Utmaningen då det gäller församlingsvalet är att höja röstningsprocenten. Den rikstäckande kampanjen har i uppgift att föra fram kyrkans budskap och väcka intresse för valet. Samtidigt ger man svar på frågan "Varför skulle jag rösta?". Kampanjen ger valet en gemensam logo och ett grundläggande budskap.

Det huvudsakliga mediet är tv och informationskampanjen koncentreras till veckan innan valdagen. Radio- och utomhusreklam stöder tv-reklamen. De mest sannolika röstarna är församlingsmedlemmar över 50 år. Med kampanjen försöker man i första hand nå de röstare som tvekar, närmast småbarnsföräldrar och unga vuxna.

Kampanjen är planerad av reklambyrån McCann Helsinki Oy.

Television

Tv-reklamen inbjuder folk att fundera över de av församlingens arbetsformer, vilkas finansiering de förtroendevalda kan påverka: åldringsarbetet, barn- och ungdomsarbetet, familjerådgivningen och diakonin. Reklamen som uppmanar till förhandsröstning visas 28.10–2.11.2006 och under tiden 5–11.11 framhålls farsdagen 12.11, dvs. alla församlingars gemensamma valdag.

Den trettio sekunder långa finskspråkiga reklamen visas på kanalerna MTV3 och Nelonen. Av reklamens egentliga målgrupp, 25–44-åringar, ser 70 % reklamen 3,4 gånger. Människor över 44 år spenderar mer tid per dag på tv-tittande, varför 73 % av dem ser reklamen 3,9 gånger. Sammanlagt visas reklamen 60 gånger.

Tv-reklamen kan beställas på dvd för lokalt bruk. Beställningen skall göras senast måndag 16.10.2006 hos Helena Rummukainen (fornamn.efternamn@evl.fi, (09 - 1802 474). Dvd:n kostar ungefär 50 euro + moms + leveranskostnader. Det slutgiltiga priset beror på det totala antalet beställda exemplar.

Radio

I den riksomfattande radiokampanjen som pågår 30.10–12.11.2006 sänds tre olika finskspråkiga reklamsnuttar med tema från spelvärlden. Reklamerna riktar sig närmast till församlingsmedlemmar i åldern 18–30 år. I kampanjen deltar alla 83 medlemsstationer i Förbundet för Radiorna i Finland och 274 frekvenser. Reklamerna sänds i 26 repriser/station, under de nio rikstäckande kampanjdagarna i totalt 2 158 repriser.

Radioreklamsnuttar

Dope & Die/Jartsa, 22 sekunder

Mykkäkoulu/Kaisa ja Marko, 24 sekunder

Rollaattoriralli, 22 sekunder

Förhandsröstningen 30.10–3.11.2006

Radio Nova, Uusi Kiss, Radio City, Radio NRJ, Classic Radio, Radio Suomi-POP, Groove FM och Radio Dei

| kl. | må | ti | on | to | fre |
|-------------|----|----|----|----|-----|
| 7.00–12.00 | 5x | | 5x | | 6x |
| 14.00–18.00 | | 5x | | 5x | |

Under dessa fem dagar når kampanjen ut till 36,30 % av alla finländare över 18 år, eller 1 418 000 personer, och var och en av dessa hör radioreklamen i genomsnitt 4,71 gånger (Nationella radioundersökningen 2/2006).

Röstningen 9.11–12.11.2006

Iskelmä, Sävelradio och de lokala radiostationerna: Auran Aallot Åbo, Radio Majakka Åbo, Radio Sata, Åbo, Radio 882 Salo, Radio Rogmo Salo, Radio Ramona Raumo, Radio Pori, Björneborg, Radio Helsinki, Metro Radio Helsingfors, Radio 957, Tammerfors, Sun FM Ikalis, Radio Vaasa, Iskelmäradio Pohjanmaa, Radio Seinäjoki, Iskelmä Simsiö969, Lappo, Seinäjoki, Ilmajoki, Radio On Lapua, Seinäjoki, Järviradio Alajärvi, Lehtimäki, Viitasaari, Radio Paitapiiska, Kurikka, Radio Jyväskylä, Jyväskylä, Radio Salminen Iisalmi, Oikea Asema Kuopio, Radio Varkaus, Varkaus, Radio Keski-Savo, Pieksämäki, Radio Manta, Vammala, Radio Rex Joensuu, Radio Kokkola, Radio West, Vittis, Harjavalta, Radio YsiYsi Lahtis, Radio Mega Uleåborg, Radio RFM, Rovaniemi.

| kl. | to | fre | lö | sö |
|-------------|----|-----|----|----|
| 7.00–11.00 | 3x | 3x | | |
| 8.00–12.00 | | | 4x | 5x |
| 14.00–19.00 | 3x | 4x | 4x | |

Under de fyra dagarna når kampanjen ut till 29,02 % av alla finländare över 18 år, eller 1 100 000 personer, och var och en av dessa hör radioreklamen i genomsnitt 3,69 gånger (Nationella radioundersökningen 2/2006).

Radioreklamen (på finska) kan hämtas från nätet (evl.fi/vaali-info > [Viestintä ja materiaalit](#) > [Radiomainokset](#)). Hjälp med att bearbeta reklamerna ges vid behov av reklambyrå McCann Helsinki, kristiina.haukilahti@mccann.fi. Om reklamen kompletteras med t.ex. information om röstningsplatser debiteras cirka 100 euro + moms.

Utomhusreklam

Reklam på Atribus-hållplatstavlur utplaceras veckorna 44 och 45 på följande 26 orter: Björneborg, Esbo, Grankulla, Helsingfors, Hyvinge, Joensuu, Jyväskylä, Kajana, Kervo, Kotka, Kuopio, Lahtis, Lojo, Nyslott, Raumo, Rovaniemi, Seinäjoki, S:t Michel, Tammerfors, Träskända, Uleåborg, Vasa, Vanda, Villmanstrand och Åbo. Svenskspråkiga affischer kommer på 11 orter: Esbo, Helsingfors, Grankulla, Kotka, Lojo, Tammerfors, Träskända, Uleåborg, Vasa, Vanda och Åbo.

Affischerna finns med tre olika bildmotiv (liten pojke - dagklubben, ung kvinna - familjerådgivningen och ung man - diakonin) och en blå ÄÄNESTÄ-affisch. På svenska finns en bildaffisch och en blå RÖSTA-affisch. En fjärdedel av orternas abri-platser har reserverats för församlingsvalet.

2. Lokal kommunikation

Församlingarna kompletterar den nationella kommunikationshelheten och informerar om kandidater, valställen och röstningstider. Den lokala informationen är viktig i synnerhet då valet är uppdelat på två dagar, eftersom den riksomfattande reklamen bara framhåller den gemensamma röstningsdagen, dvs. farsdagen 12.11.

Affischer

Församlingarna har fått en liten mängd bildaffischer i formatet A3 med bild på en liten pojke och texten KADULLE VAI KERHOON?/GATAN ELLER KLUBBEN?

Från nätet kan man skriva ut A4-affischer med budskapet JONKUN PITÄISI TEHDÄ JOTAIN. OLE JOKU JA ÄÄNESTÄ /NÄN BORDE GÖRA NÄNTING. Det finns olika versioner av dessa affischer beroende om församlingen har en eller två valdagar (evl.fi/Valinfo > [Kommunikation och material](#) > [Rösta-affisch](#)).

Användning av logotyperna

De logotyper som finns på nätet KÄYTÄ SYDÄNTÄ. SE TEKEE HYVÄÄ / ANVÄND HJÄRTAT. DET GÖR GOTT kan i enlighet med de grafiska anvisningarna användas i församlingens egen annonsering. (evl.fi/Valinfo > [Kommunikation och material](#) > [Logon för tryckbruk](#) > [Logon för webben](#) eller > [Grafiska anvisningar](#)).

Också kampanjens övriga fraser får gärna synas i den lokala reklamen:

- JONKUN PITÄISI TEHDÄ JOTAIN. OLE JOKU JA ÄÄNESTÄ.
- VOISIVATKO HYVÄT TEOT OLLA PAREMPIA?
- JÄRKIPÄÄTÖKSET TEHDÄÄN USEIN SYDÄMELLÄ.
- NÄN BORDE GÖRA NÄNTING.

Färdiga tidningsannonser

Församlingarna i huvudstadsregionen har gemensamt planerat tidningsannonser och låter också andra församlingar använda sig av dessa. På adressen evl.fi/Valinfo > [Kommunikation och material](#) kommer det att finnas tre blåa finska textannonser och en bildförsedd annons i tryckklart PDF-format, storleken kan man ändra själv. En svenskspråkig annons kommer också att finnas. Det finns olika annonser beroende på om församlingen har en eller två valdagar.

Om man vill ändra texten i en annons sköts detta av reklambyrån McCann (kristiina.haukilahti@mccann.fi). Att ändra annonstexten kostar ungefär 111 euro + moms, att annonsbyrån sänder annonsen till en tidningsredaktion 85 euro + moms samt att ändra annonsens storlek och låta sända den från reklambyrån till tidningsredaktionen kostar 225 euro + moms.

Skyltar

Skyltar som leder folk till förhandsröstningsstället och röstningsstället kan skrivas ut på adressen evl.fi/Valinfo > Kommunikation och material > Skyltar. De kan bearbetas med programmet Power Point.

Närmare uppgifter

Närmare information ges av projektsekreterare Helena Rummukainen (måndag-onsdag, samt även torsdagarna 5.10, 12.10 och 19.10), fornamn.efternamn@evl.fi, (09 - 1802 474)

KYRKOSTYRELSEN

Risto Junttila

Helena Rummukainen