



36

ha pindala

700 000

m² ehitusõigust

13 000

talenti töötab, õpib ja elab

500

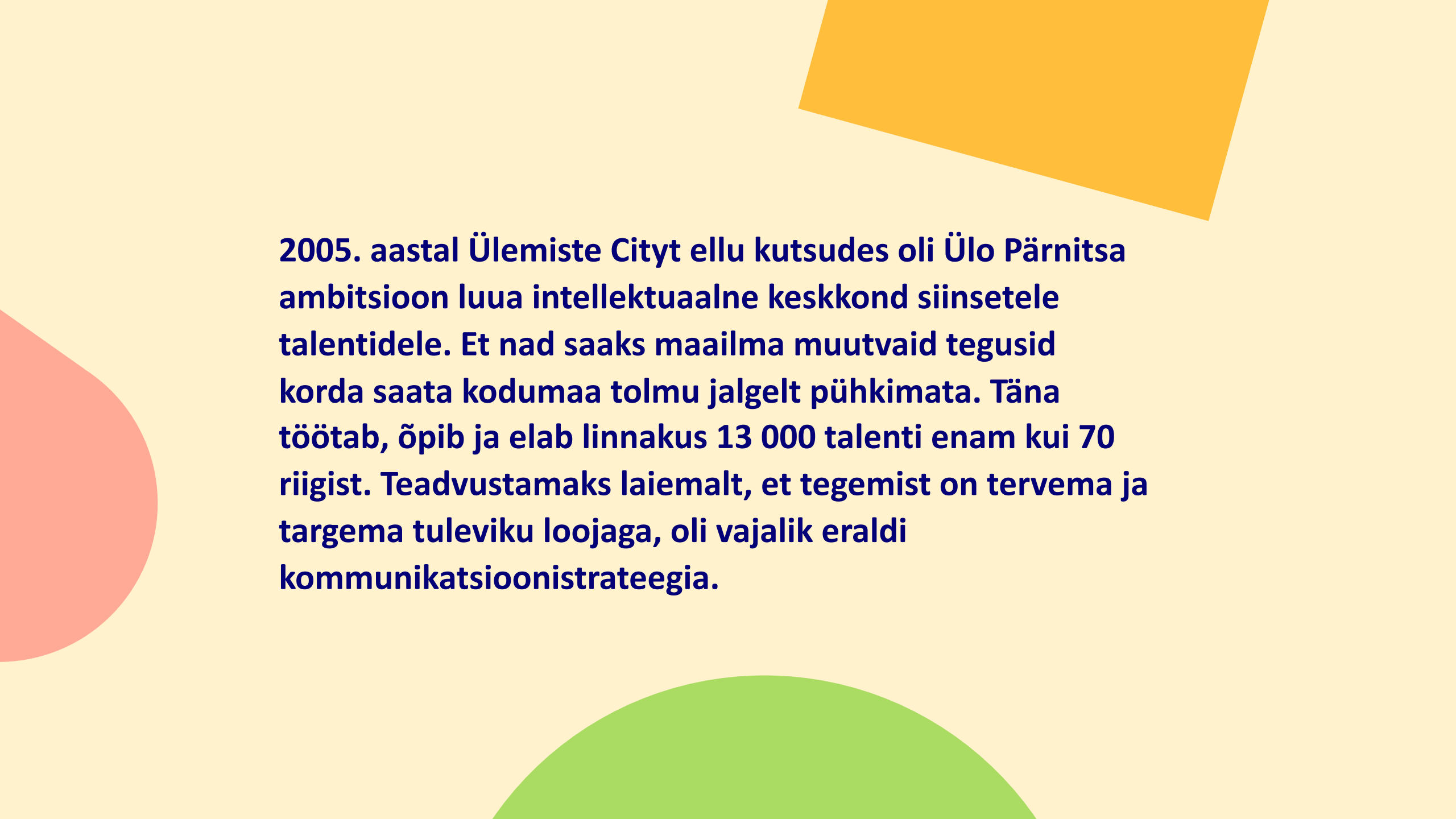
ettevõtet

2 000 M€

ettevõtete kogukäive

1/3

Eesti IT ekspordist



2005. aastal Ülemiste Cityt ellu kutsudes oli Ülo Pärnitsa ambitsioon luua intellektuaalne keskkond siinsetele talentidele. Et nad saaks maailma muutvaid tegusid korda saata kodumaa tolmu jalgelt pühkimata. Täna töötab, õpib ja elab linnakus 13 000 talenti enam kui 70 riigist. Teadvustamaks laiemalt, et tegemist on tervema ja targema tuleviku loojaga, oli vajalik eraldi kommunikatsioonistrateegia.

 **NORTAL**

Johnson & Johnson

ABB

Helmes



KUEHNE+NAGEL



Volkswagen

Fortum

SKELE+ON
TECHNOLOGIES

KONECRANES®
Lifting Businesses™

playtech
SOURCE OF SUCCESS

ERICSSON

Let's
do it!



AGA

CLEVERON



MAKSU- JA TOLLIAMET

Nordea

KONE

RAMIRENT



GlaxoSmithKline

AstraZeneca



TELE2

Fuel cell technology
elcogen

Plumbr

- Ülemiste Cityt arendavb Mainor Ülemiste ja Technopolis Ülemiste, lisaks on seal üle 500 ettevõtte, 13 000 talenti ning neid seob ühine bränd. Oli vaja luua ühine kommunikatsiooniplaan, et kõik linnakus sündiv läheks välja ühise nimetaja alt. Fookusesse tõusis efektiivsus: et ta kätkeks linnaku kõiki 2020. aastaks püstitatud eesmäärke ja strateegiaid.
- Kampaaniale sai valitud strateegia, kus iga tegevus pidi alati täitma mõnd neist eesmärkideks. Näiteks: et jõuda 24/7 toimiva linna(ku)ni, avati esimene külaliskorteritega hotell, mida tuli ka vastavalt kommunikeerida (Postimees, 18.08.2020 "Uue ajastu algus: Ülemiste City avas oma esimesed kodud")
- Põhisihtrühmaks kujunesid majandus- ja tarbimisvaldkonna ajakirjanikud, samuti linnaku enda inimesed, Tallinna elanikud, ärijuhid ja poliitikud.
- Tekkis olukord, kus esialgsele plaanile tuli teha täiesti uus plaan, sest tuli koroonaga – Ülemiste City Live.

Tark linn, targad talendid,
kõrge lisandväärtus

50%

ettevõtetest teeb
koostööd teadusasutusega

74%

ettevõtetest tegelevad T&A

73

eri rahvusest talendid

91%

kõrgharidusega välisspetsialisti

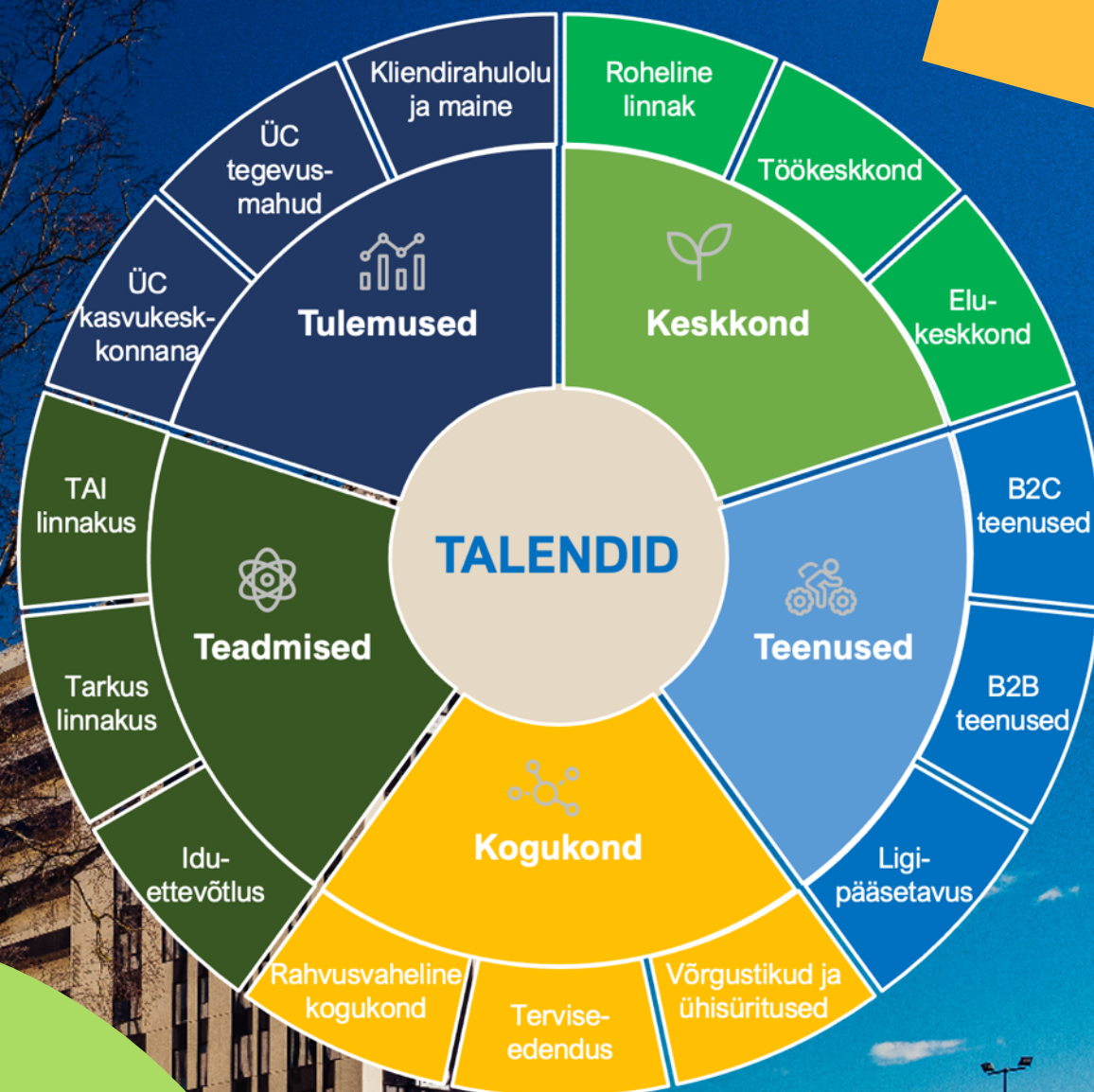
2x

kõrgem lisandväärtus

- **Strateegia**

- Sõnumite toetamiseks otsustasime igast suuremast sündmusest teha eraldi meedia-event'i.
- Eesmärk oli läbi jõulise ja sihitud kommunikatsiooni anda üldsusele teada piirkonna uuest strateegilisest sammust ning selle laiematest tähendustest.
- Oluline oli pidevalt selgitada ja teadvustada Ülemiste City ainulaadset toimimispõhimõtet: tegemist ei ole esmajoones kinnisvaraarendusega, vaid targema ja tervema keskkonna looja ning terve Eesti majanduse veduriga.

ÜLEMISTE CITY RADAR



Rakendamine ja tulemused

- Iga kuu toimus vähemalt üks suurem teavitust või sündmus, mis võimaldas hoida kiirtempo areneva keskkonna teemad pidevalt aktuaalsena. Uuendasime nõ. käigu pealt ka kogukondliku kommunikatsiooni strateegiat, et pakkuda kodukontoris töötajatele sotsiaalselt sidusust hoidvaid üritusi.
- Ülemiste City sai 2020. aastal üle 4000 kajastuse eesti-, vene ja muu keelses meedias. Linnakus toimus ligi 100 sündmust enam kui 10 000 külalisega.
- Saame julgelt tõdeda, et Ülemiste City kui tulevase Eesti ja Tallinna värava sisuline pale jõuab aina enamate otsesemate ja kaudsemate sihtrühmadeni.
- Tegu on ühtaegu äärmiselt põneva ja igas mõttes tulevikku vaatava korporatiivkommunikatsiooni projektiga.
- Olenamta kodukontorist, suutsime teha kiiresti digitaalse kannapöörde ning jätkata oma tegevusi veebis, et saada endiselt kajastusi ning hoida üleval linnaku kommunikatsiooni.

