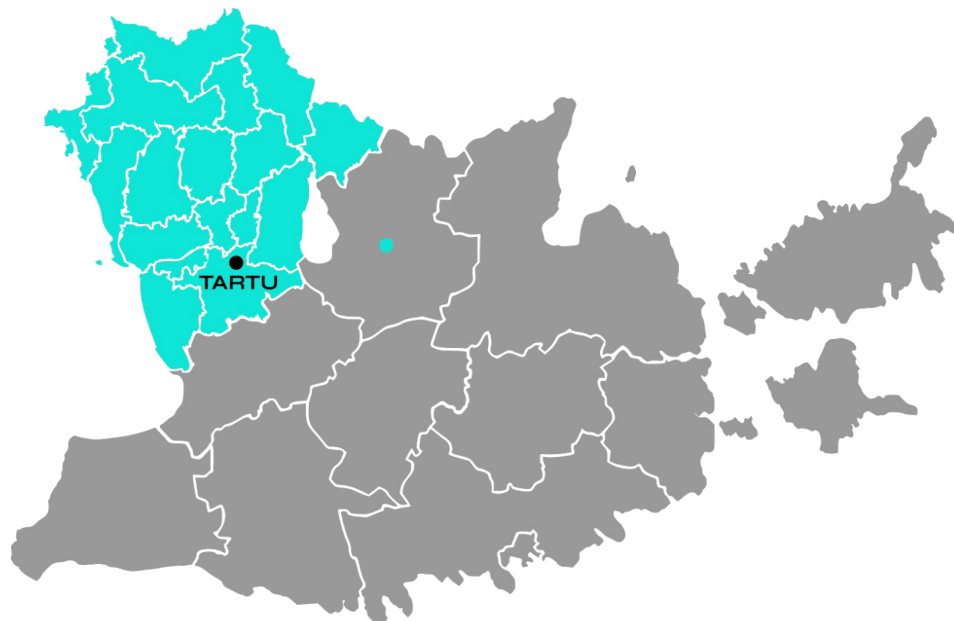


Euroopa kultuuripealinn Tartu 2024 kommunikatsioon

Pöörame Eesti kaardi tagurpidi.
Tartu koos Lõuna-Eestiga on pealinn.
Tagurpidi kaart tekitas ühismeedias palju furoori.



Situatsioonianalüüs

2019. aastal valiti Tartu koos Lõuna-Eestiga 2024. aasta Euroopa kultuuripealinnaks.

See kujunes regiooni suurimaks ühiseks ettevõtmiseks nii programmiliselt kui ka ulatuslikus regiooni kommunikatsiooni- ja turundustöös.

Kultuuripealinna tiitliaastale eelnevat kirjeldas tabavalt loovkontseptsioon **Ellujäämise Kunstid**:

- Lõuna-Eesti kultuurivaldkonna uuringust (2022) selgus, et kultuurisündmused soovisid olla **nähtavamad üleriiklikus meedias**, kuid **vähene oskusteave** kommunikatsioonist pärssis nähtavust;
- üleriikliku meedia **Tallinna-keskne lähenemine** ning vähene maakonnameedia ressurss varjutas pealinnast väljaspool toimuvat;
- **Turism polnud taastunud** koroonamõjudest, sõjast tingitud oht vähendas turistide arvu ning välistas sihtturuna Venemaa, valikuid mõjutas kõrged majutushinnad, inflatsioon jpm.

Käppadele kukkuv kass kui Ellujäämise Kunstide väljendus ➤



Kommunikatsiooni eesmärgid:

Leppisime kokku, et saame kommunikatsioonistrateegia lugeda edukaks, kui:

- **Eesti tasandil** viime iga elanikuni teadmise, et 2024. aastal on Tartu koos Lõuna-Eestiga Euroopa kultuuripealinn ning piirkond ja programm väärib külastamist;
- **Euroopa tasandil** anname tõuke turistidele külastada oma sihtpunktina Tartut ja Lõuna-Eestit. Sihtriigid: Läti, Soome, Saksamaa, Leedu, ÜK;
- **koostöö sihtasutuse, 152 põhiprogrammi projekti, 20 omavalitsuse ja partneritega** toimib sujuvalt (möödikud: projektide, poliitikute ja partnerite tagasiside);
- programm saavutab vähemalt **1 miljon** külastust, millest **10% on välismaalaste** külastused (möödikud: projektide aruandlus, mobiilpositsioneerim);
- programm on pidevalt **Eesti üleriiklikus meedias**. Tartu 2024 kanalid on 2024. aastal ühed **olulisemad kultuuriinfo platvormid** (möödikud: Station, sotsiaalmeedia ja Google'i analüütika);
- hotellides ööbijate arv Lõuna-Eestis saavutab 2019. aasta ehk **koroonaeelse taseme** (möödik: Statistikaamet);
- kultuuripealinna sündmused on **ligipääsetavad** ja **keskkonnahoidlikult korraldatud** (möödik: projektide aruandlused).

Tartu 2024 sihtgrupid persoonadena

Tartu 2024 on üks neist ettevõtmistest, kus tahtnuks sihtgrupiks pidada justkui kõiki: lõunaeestlasi, põhjaeestlasi ning ka suurt hulka eurooplasi.

Kõigi erinevate sihtgruppide struktureerimine olnuks mahukas ülesanne. Seetõttu valisime sihtgruppide asemel **persoonade kirjeldamise tee**.

Leppisime kokku **16 persoonas**, kes jagunesid kolme kategooriasse: **kohalikud, eestimaalased ja eurooplased**. Koos katsid need võimalikult laia auditooriumi, hõlmates gruppe nagu **noored ja eakad, aktiivsed ning passiivsed, sotsiaalsed staatused** jne.

Nooremate inimeste ja laste kaasamiseks
tituleerisime 24 kultuurisaadiku kõrval Tartu 2024
saadikuks ka **Limpa**, kellest sai kõige kultuursem siga Eestis.



Strateegiline tegevuskava ja peamiste tegevuste kirjeldus

- **Järjekindel meediatöö.** Pressiüritused, kohtumised toimetustega, briifid, teemapakkumised, sisuline koostöö meediaga.
- **Töö välisajakirjanikega.** Pressipakettide loomine ja ajakirjanike võõrustamine, töö välisagentuuridega.
- **Kohalolu ja nähtavus.** Bränding üritustel, maamärgid ja välibränding, lennujaamad, rongi- ja bussijaamad, sadam, piiripunktid jm.
- **Kampaaniad.** Turundus- ja kommunikatsiooni-kampaaniad. Välimeedia lahendused (ekraanid, billboardid erinevates linnades), print- ja veebimeedia.
- **Nähtavus omakanalites.** Sotsiaalmeediakampaaniad, regulaarne sisuloo me kõikidesse Tartu 2024 omakanalitesse.
- **Saadikute programm.** 24 tuntud inimese kaasamine vabatahtlikkuse alusel, kellest saavad suunanäitajad, miks tulla Lõuna-Eestisse. Välissaadikute kaasamine.
- **20 omavalitsuse koostöö** eestvedamine, kaasa haaramine ja sünergia hoidmine ja juhtimine.
- **Juhitud koostöö huvipooltega:** Eesti saatkonnad välismaal, välisriikide saatkonnad Eestis, ministriumid, instituudid, aukonsulid, erasektori partnerid jpt.

Periood 2023–2024.



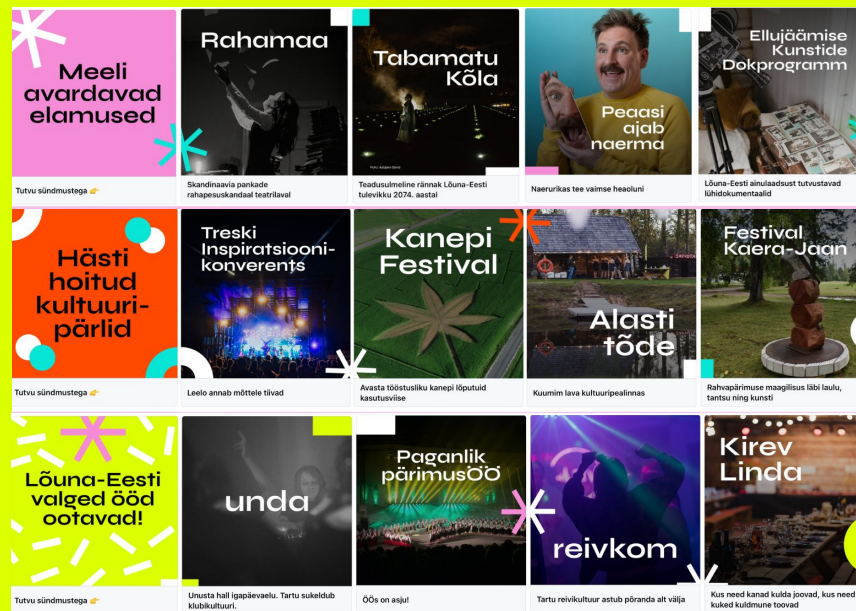
2024. aasta eelarve umbes 350 000 €.

Tartu 2024 murdis üleriiklikku meediasse

- **1 mln külastust** sündmustele, millest **10% olid välismaalaste omad** (aruandlused veel laekuvad, soovitud eesmärk juba saavutatud).
- Tartu 2024 programmist ilmus ainuüksi 2024. aastal ligi **6000 kajastust**, millest **81% positiivse**, 16 neutraalse ja vaid 3% negatiivse alatooniga (möödik: Stationi aruanne).
- Võõrustasime ligi **200 välisajakirjanikku** enam kui **20 riigist**. Meltwateri andmetel sai kultuuripealinn **välismeedias** ainuüksi 2024. aastal **7264 mainimist**, mis ulatus 13,2 miljardini ning mille väärtus on ligikaudu 122 mln €.
- **Tuntumad kajastajad**: The New York Times, The Guardian, The Independent, The Telegraph, The Sun, Der Spiegel, National Geographic, YLE, Helsingin Sanomat, Saksa telekanalid Arte, NDR, ZDF jpt.
- Viisime kultuuripealinna telepildis **3,7 mln** vaatajani.
- Ööbijate arv kasvas Lõuna-Eestis 2023. aastaga võrreldes 2,6%, sealhulgas **välisturistide ööbimised Tartus 15%** ja mujal **Lõuna-Eestis 13%**. Koroona-eelset eesmärki ei saavutatud (Venemaa turistide ärakukkumine, sõja oht, elukallidus). Tartu 2024 mõju on aga pikaajaline.
- **Tartu 2024 eritooteid** (jäätis, limonaad, leib jne) müüdi kokku **838 000 tk**. Bränditud tooteid (Aura vesi, Salvesti tooted, Tere piim jne) **4,9 mln tk**.
- Kõik Tartu 2024 sündmused korraldati ühtsete **keskkonnahoidlike põhimõtete** järgi. Koostasime juhendid korraldajatele ja löime **võimalused erivajadusega külastele**.

Digikanalid paistsid silma

- Viisime kultuuripealinna telepildis **3,7 mln vaatajani**.
- 2024. aastal oli omakanalite nähtavus **67,8 mln**.
- Jälgijate arv **55 408**
(tõus üle 2x võrreldes 2024. a algusega).
- TikTok oli ainult orgaaniline kanal, kus jõudsime **2,9 mln** inimeseni, kellest **18–24 noori** oli **52,8%**.
- Kodulehte külastas **iga teine eestlane**.
- Tartu 2024 **Google TOP 10** otsingusõna sündmuste seas.
- Tartu oli populaarsuselt **teine Skyscaneri reisiotsingu sihtkoht** (294% tõus).



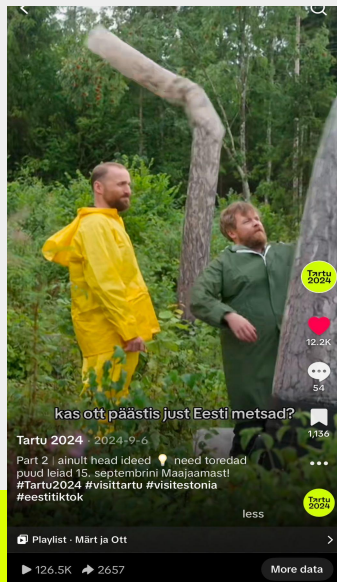
Programmi karussellid Facebookis ja Instagramis
Postituste nähtavus kokku: **4,5 mln**



Loovlahenduste näited sotsiaalmeedias



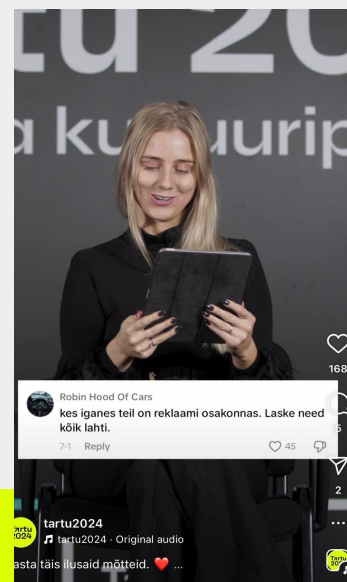
Mängustatud kampaaniad suurendasid Tartu uudiskirja liitujaid mitmekordselt. Inimesed ka jäid uudiskirja. Kokku: **30 000** tellijat uudiskirjas.



15 programmiga seotud klippi ETVs "Oti ja Märdi kultuurikalender". Vaatajaid kokku **1,3 mln** ja väga hea levik sotsiaalmeedias. See oli Oti ja Märdi esimene suurem naasemini telekraanidele.



"2024 tänu" digikampaania tänas kõiki osalemast luues seoseid erinevate Tartu 2024 sündmustega. Nähtavusdigi meedias üle **10 mln**, kampaania jõudis **500 000 inimeseni**.



Võtsime **kriitikat huumoriga** ja terve tiim luges ette Tartu 2024-le tehtud solvanguid Jimmy Kimmel "Mean tweets" formaadis. Nagu arvata, levik oli hea.



Loovlahenduste näited meedias

DELFI TARTUS | Toimetuse koosolekud kolivad heade mõtete linna ja taskuhäälingupäeval näeb kaheksa saate salvestust



Ester Vaitmaa
ester.vaitmaa@delfi.ee



VIDEO | Winny Puhh rajab endale Põlvasse ausamba ja paneb lõppvaliku avalikule hääletusele. Kohalikud: „See on küll kole!“ (150)

— Anna oma hääl!



Ideekavand nr 1 - „Meie isade pojad“



Ideekavand nr 2 - „Parem neli trummarit, kui kaks“



Ideekavand nr 3 - „Põlvamaa Aasta Kukemees“

Delfi oli Tartu 2024 meediapartner. Tartust ja Lõuna-Eestist põhjalikumalt rääkimiseks **kolisid Delfi Meedia toimetused** (20 ajakirjanikku) **nädalaks Tartusse**, et jälgida kultuuripealinna elu lähemalt. **Podcastid** ja **sisulised lood** kultuuripealinna teemadel, intervjuu peaministriga, Kroonika ööblogi jpm.



Kuidas tõmmata tähelepanu Tartu 2024 suvepeole, kus esineb ka Winny Puhh? Läkitasime koos bändiga (sotsiaal)meediasse “šokeeriva” kingituse, mille Winny Puhh kingib Eesti rahvale – saladus selgus suvepeo kontserdil. Rahvas sai Delfi vahendusel hääletada, milline skulptuur rajatakse bändi 30. sünnipäeva puhul Põlvasse. Suur meedia kiha skulptuuride ümber andis platvormi kutsuda kõiki Winny Puhhi juubelikontserdile Lõuna-Eestisse, Põlvasse.



Kõnetasime erinevaid sihtrühmasid

FOTOD | Tartu kultuuriaasta avapäev algas lasteaialaste diskoga! Emotsioone kokku ei hoitud ning tantsupõrandal oli sadu lapsi (9)



Kultuuripealinna avamist tähistas **350 lasteaialast** klubis Illusioon – ja seda õpetajate streigi ajal. Kuna huvi oli nii suur, tegi Delfi otseülekande, mida vaatas 1926 last 55 lasteaia üle Eesti. Urmas Klaas tuli peole oma väikse lapse idaga, keda avalikkus nägi esimest korda.



FOTOD JA VIDEO | Hoogsad tantsud ja hea tuju! Kultuuripealinna „Eatu pidu” soojendas üles mälestused ja puusad (10)



Kui kultuuripealinna alustas lastedisko, siis lõpetas **“Eatu” ehk alla 65 keelatud pidu.** Meeleolu lõi DJ Irja Lutsar, glittermeik ja bingo. Sündmus oli välja müüdud ja seda korraldasid Tartu 2024 noored. 12 kajastust, enam kui **1 mln reach.**



GALERII > Aparaaditehases tervitasid Tartu 2024 väliskülalisi suudlevad paarid (9)



Henn Uuetoa, Margus Ansu
26. jaanuar 2024, 13:49



Kuidas saada **pressisündmusele tähelepanu?** Tõime projekti “Suudlev Tartu” sõna otses mõttes ajakirjanike ette. Ootamatud suudlejad viisid kultuuripealinna **100 akrediteeritud ajakirjaniku kaudu** kohe hommikul Eesti peauudistesse ja kaheksa Euroopa riigi meediasse.

