

Helsinki Marketing Oy Ltd

Omistusosuus

100 %

"Helsinki palkittiin vuonna 2018 Euroopan komission uudessa European Capital of Smart Tourism -kilpailussa ensimmäisellä palkinnolla. Yhtiö on ollut alkuvuoden aikana rakentamassa yhdessä kaupungin elinkeino-osaston kanssa merkkipuotta hyödyntävää toimintasuunnitelmaa sekä Helsingin kaupungin kestävän matkailun ohjelmaa."

Yhtiön toimialana on osana Helsingin kaupunkikonsernia Helsingin ja Helsingin seudun kansainvälisen tunnettuuden ja vetovoiman pitkäjänteinen vahvistaminen, kaupunkimarkkinoinnin vaikuttavuuden kehittäminen, markkinointi-, viestintä- ja neuvontapalvelujen tuottaminen, markkinointiyhteistyön ja palvelujen kehittäminen, erilaisten tapahtumien ja tilaisuuksien tuottaminen ja järjestäminen sekä kumppanuuksien hankinta ja hoito. Lisäksi yhtiö harjoittaa matkailuneuvontaa ja siihen liittyvää myynti- ja välitystoimintaa. Yhtiö voi toimintaansa varten harjoittaa kiinteistöjen, osakkeiden ja osuuksien ostamista, myyntiä, omistamista, vuokrausta ja hallintaa.

Avainlukuja (1 000 euroa)	Ennuste 2019	Tilinpäätös 2018
Toimintatuotot	6 504	7 720
Toimintakulut	-6 515	-7 711
Liikevoitto	-11	9
Tilikauden tulos	-11	7
Investoinnit	0	-101
Oma pääoma	192	203
Pitkäaikaiset velat	0	0
Taseen loppusumma	1 578	1 676
Kassavarojen muutos	-51	4
Henkilöstökulut toimintatuotoista -%	37,7	35,4
Liikevoitto -%	-0,2	0,1
Sijoitetun pääoman tuotto -%	-5,8	0,6
Omavaraisuus -%	12,1	12,1
Quick ratio	1,1	1,1

Hallitus

Puheenjohtaja: Kivelä Liisa

Jäsenet: Korkiakoski Anne, Malmström Atte, Pihlainen Alexander, Rinkineva Marja-Leena

Toimitusjohtaja: Aalto Laura

Toiminta ja merkittävimmät tapahtumat

Helsinki Marketing on alkuvuoden aikana ollut mukana valmistelemissa hanketta, joka on osa kansallista Talent Boost -ohjelmaa. Yhtiö tulee vastaamaan hankkeessa kansainvälisten osajien houkuttelusta. Tavoitteena on kasvattaa Helsingin seudun tunnettuutta ja vetovoimaa kansainvälisten osajien keskuudessa ja markkinoida Helsinkiä potentiaalisena uutena kotikaupunkina.

Alkuvuoden aikana yhtiö on kehittänyt kansainvälisten yritystapahtumien houkuttelua Helsinkiin. The Meetings Space Summer, kokousalan kansainvälinen ammattilaisfoorumi, järjestettiin kesäkuussa ja tapahtuma yhdisti kymmeniä vaikutusvaltaisia ostajia Euroopan MICE-alalta. Yhtiö on tiivistänyt yritysyritys yhteistyötä erityisesti Finnairin kanssa kansainvälisessä markkinoinnissa. Yhdessä Finnairin kanssa on rakennettu markkinointikampanja, jossa on tuotettu neljä videota, jotka esitetään Finnairin kaikilla lennoilla. Videoiden tavoitteena on kertoa monipuolisesti Helsingissä koettavista elämyksistä potentiaalisille stopover-matkailijoille.

Lux Helsinki –valofestivaali siirtyi liikkeenluovutuksessa 31.1.2019 Helsingin tapahtumasäätiöön.

Tytäryhteisölle asetetut tavoitteet

Konsernijaostolle raportoitavat tavoitteet 2019

1. Yhtiö rakentaa mittariston toiminnalleen ja ottaa sen käyttöön.

Tavoite toteutunee. Yhtiö rakensi alkuvuonna toiminnalleen mittariston, joka koostuu neljästä osasta; konsernitavoitteet, tulostavoitteet, operatiiviset tavoitteet sekä strategiseen tavoitteeseen liittyvät strategiset vaikuttavuuden mittarit. Mittaristossa on huomioitu yhtiön keskeiset tavoitteet ja vaikuttamisen alueet sekä suoraan kohderyhmiä, että sidosryhmiä koskevat mittarit. Mittaristoa hyödynnetään tulevan vuoden toimintasuunnitelman rakentamisessa.

2. Yhtiön omarahoituksen osuus säilyy kokonaisliikevaihdosta suhteellisesti vähintään samalla tasolla kuin aiemmin.

Tavoite ei toteutune. Yhtiön omistajaohjauksessa korostuu erityisesti yhtiön rooli Helsingin kansainvälisen tunnettuuden ja vetovoiman vahvistamisessa. Yhtiön hallitus on alkuvuonna linjannut, että ulkopuolisen rahoituksen kasvun sijaan painotetaan sitä, että yhteistyökumppanuudet mahdollistavat yhtiön toiminnan entistä vahvemman vaikuttavuuden.

3. Yhtiö edistää osaltaan kestävästä matkailun kehitystä sitouttamalla elinkeinoa ja viestimällä siitä sidos- ja kohderyhmilleen.

Tavoite toteutunee. Yhtiö lanseerasi kesäkuussa My-Helsinki.fi -sivustolla Valitse vastuullisemmin -palvelun. Palvelu auttaa kaupunkilaisia ja matkailijoita valitsemaan kestävämpiä tapoja elää ja viihtyä Helsingissä.

Helsinki palkittiin vuonna 2018 Euroopan komission uudessa European Capital of Smart Tourism -kilpailussa ensimmäisellä palkinnolla. Yhtiö on ollut alkuvuoden aikana rakentamassa yhdessä kaupungin elinkeino-osaston kanssa merkki-vuotta hyödyntävää toimintasuunnitelmaa sekä Helsingin kaupungin kestävän matkailun ohjelmaa.

Yhtiö on tuonut esille vastuullisuusteemoja alkuvuoden aikana #helsingintekijät -verkostotilaisuuksissa. Yhtiö on mukana myös Visit Finlandin kestävän matkailun Sustainable Travel Finland -ohjelmassa. Yhtiö on aloittanut myös Sustainable Meeting -toimintamallin konseptoinnin. Tavoitteena on luoda helposti hyödynnettävä malli kestävän yritystapahtuman järjestämiseen Helsingissä.

Tuloskehitys ja investoinnit

Vuoden 2019 ensimmäisen vuosipuoliskon liikevaihto oli 0,9 milj. euroa ja liiketoiminnan muut tuotot 2,7 milj. euroa. Väli-linpäätös osoittaa voittoa 36 tuhatta euroa. Liikevaihdosta 16,2 % koostui konsernimyynnistä. Liikevaihto väheni 9 % edeltävän vuoden vastaavaan ajanjaksoon nähden.

Yhtiö aloitti matkailuneuvonnan Helsingin rautatieaseman Asemahallissa 1.5.2018. Rautatieaseman palvelupisteen perustaminen vuoden 2018 alkupuoliskolla jaksotettiin kolmelle vuodelle. Palvelupisteen jaksotetut perustamiskustannukset vuodelle 2019 ovat 29 tuhatta euroa.

Toiminnan riskit ja tulevaisuuden näkymät

Yhtiön toiminta on kahden viime vuoden aikana merkittävästi laajentunut matkailumarkkinoinnista kansainväliseen kaupunkimarkkinointiin ja Helsinki-brändin tunnettuuden kasvattamiseen. Yhtiön toiminnan kasvaessa ja digitaalisen palvelukehityksen vahvistuessa on huomioitava, että osaaminen, resurssit ja sisäiset prosessit ovat riittävät suhteessa yhtiön toimintaan ja tavoitteisiin.

Yhtiön strateginen tavoite on, että Helsinki nousee rohkealla markkinoinnilla jatkuvasti maailman kiinnostavimpien kaupunkien joukkoon hyvän elämän kaupunkina, jossa tehdään tulevaisuuden ratkaisuja.

Kaupunkistrategian mukaisesti vastuullisuusteema tulee olemaan merkittävässä roolissa yhtiön kasvattaessa Helsingin kansainvälistä tunnettuutta ja vetovoimaa.

Yhtiö on kansainvälisesti toimialallaan digitaalisen palvelukehityksen edelläkävijä ja pyrkii lisäämään digitaalista etumatkaansa pysyväksi kilpailukyvyksi. Tähän liittyen yhtiön tietokantainfran uudistaminen on ajankohtaista. Tavoitteena on, että tietokantojen kehittäminen, ohjaus ja hallinnointi hoidetaan tulevaisuudessa osana kaupungin keskitettyä ICT-kehittämistä yhdenmukaisin periaattein.

Tulevana osavuonna yhtiö myös käynnistää asiakasymmärryksen systemaattisen kehittämistyön koko yhtiön osalta.