

Kirkko ja kaupunkis halvårsrapport för kanalplan

Gemensamma kyrkofullmäktige 11.09.2025 § 66
119/00.01.01/2025

Beslutsförslag

Antecknas för kännedom.

Behandling

Under behandlingen gjordes sju inlägg.

Beslut

Antecknades för kännedom.

Gemensamma kyrkorådet 28.08.2025 § 224

Föredragande

Beslutsförslag

Gemensamma kyrkorådet antecknar för kännedom Kirkko ja kaupunkis halvårsrapport för kanalplan och delger kyrkofullmäktige rapporten för kännedom.

Beslut

Beslutsförslaget godkändes.

Beslutshistorik

Kirkko ja kaupungin johtokunta 13.08.2025 § 49

Föredragande

Beslutsförslag

1. Direktionen för Kirkko ja kaupunki godkänner halvårsrapporten för kanalplanens media för tiden 1.1–30.6.2025.
2. Halvårsrapporten skickas till Esbo, Helsingfors och Vandas gemensamma kyrkofullmäktige för kännedom samt till Grankulla finska församlings församlingsråd.

Behandling

Under handläggningen fördes fyra anföranden.

Beslut

Beslutsförslaget godkändes.

Redogörelse

Direktionen för Kirkko ja kaupunki godkände på sitt möte 21.5.2025 § 34 kanalplanen för media. Kanalplanen styr redaktionens arbete till och med 2028. Trots att den tryckta tidningen fortfarande är det medel som median når flest med hämtar kanalplanen till sidan om en än starkare satsning på att utveckla digitala media. Kanalplanen gäller åren 2025–2028.

I kanalplanen konstateras att dess mätare ställs för ett år i taget och att man granskar förverkligandet av de första målsättningarna lättare halvvägs i 2025 och noggrannare i januari 2026. Man beslutade skriva den lättare halvårsrapporten på basis av Vanda kyrkliga samfällighets utlåtande. Utlåtandet finns som bilaga till föredragningslistan.

Enligt halvårsöversikten är förverkligandet av kanalplan på god väg trots att det funnits utmaningar. Arbetskraftsläget har aningen påverkat antalet inlägg, som å sin sida haft en direkt koppling till närheten på webben samt antalet besökare. Visningarna på Facebook (5,2 miljoner) påverkas även av Metas algoritmer, i TikTok har antalet inlägg en stor inverkan. Webbsidans genomsnittliga besöksiffror per vecka har ökat och Instagrams visningar är i den takt man ställt som mål.

Kirkko ja kaupunkis egen mobilapplikation lanserades i början av februari. I samband med detta köpte man en reklamkampanj av en marknadsföringsbyrå till kollektivtrafikmedel. Kampanjen hämtade inte med sig alltför många nedladdningar av mobilapplikationen men med 2,7 miljoner visningar fick man bra allmän synlighet för medierna. Digireklamkampanjen är med tanke på applikationen ett bättre sätt att göra reklam på och den fortsätter man med på hösten. Målet är att under året få 3 000 användare i applikationen. I slutet av juni var antalet användare 1 717. En egen applikation och ett nyhetsbrev (av vilket en ny version lanseras på hösten) är viktiga även för att dessa plattformar kontrolleras på egen hand, till skillnad från some-plattformar.

Det är inte nödvändigt att göra en barnkonsekvensanalys i ärendet.

Tilläggsuppgifter

Chefredaktör Pauli Juusela, tfn 09 2340 4020, pauli.juusela@kirkkojakaupunki.fi