

Louhela Jam Selvitys markkinoinnista ja kaupunkimarkkinointituen käytöstä



Louhela Jam

Musiikki- ja taidetapahtuma Louhela Jam järjestettiin Vantaalla jo 34:ttä kertaa.

Perinteikäs tapahtuma järjestettiin Louhelan Jokiuoman puistossa 31.5.2026. Tapahtuma oli yleisölle maksuton.

Louhela Jam on kasvanut vuosien saatossa koko perheen tapahtumaksi, jossa kaikille ikäluokille on tarjolla laadukasta ohjelmaa musiikin ja taiteen parissa. Vuonna 2026 tapahtumassa oli päivän aikana yhteensä noin 10 000 kävijää. Tapahtuman tavoitteena on tukea, kehittää sekä ylläpitää rikasta, monipuolista ja laadukasta musiikki- ja taidekulttuuria Vantaalla.

Päälavan esiintyjät vuonna 2025 olivat: Zepikät, Tupluuri, Lovers Left Alive, Lage, Liivit Boys feat. Jussi Selo / Uniklubi, Lyyti ja Saimaa. Can U Louhela Jam -lavalla esiintyivät Louhela Jamin bändikisan voittajat: Sikovuori, LNGSS x tuba, Venkulit, The Spiffing Squires, William Öster & The Moonliners ja RINA JANUZI. Bändikisaan tuli yhteensä 249 hakemusta, joista yleisö äänesti omat suosikkinsa. Ääniä annettiin yhteensä noin 4100. Tämän lisäksi alueella oli myös kolmas lava (Roots-lava), jossa esiintyivät: Yukka White, The Rattlesnake Shakers, Featherfoot, HillWillies, DogDukes ja Ian Highhill.

Lapsille oli oma festarialueensa, jossa oli paljon ohjelmaa mm. maksuton onnenpyörä, karaoke, kirjaston lainauspiste, kasvomaalausta, animaatioasema, BigBolls, ilmapalloeläimiä, peikkometsän polku, QR-tanssisatu, pukukilpailu sekä monenlaista muuta aktiviteettia.

Ruuasta vastasivat neljä eri ruokapalveluja tuottavaa yritystä osana puistoon rakennettua ravintolamaailmaa. Lisäksi myynnissä oli erilaisia herkkuja kuten jäätelöä, kahvia ja lukuja. Tarjolla oli myös kattavasti ohjelmaa ja esittelyjä eri yhteistyökumppanien toimesta.

Itse puistotapahtuman lisäksi järjestettiin myös Louhela Jam viralliset etko- ja jatkoklubit yhteistyössä Bar nro. 1 kanssa.

Yhteensä Louhela Jam tarjosi tänä vuonna noin 8000-10000 kävijälle yli 14 tuntia musiikkia, 20 eri esiintyjän toimesta sekä paljon muita aktiviteetteja.

Tapahtuman markkinointi

Vantaan kaupunki myönsi Louhela Jam -tapahtumalle 25 000 € kaupunkimarkkinointitukea. Louhela Jam sai näkyvyyttä useissa eri medioissa; tapahtumasta kirjoitettiin lehdissä (ainakin Vantaan Sanomat, Rumba ja Myyr York Times), puhuttiin radiossa, somepostauksia jaettiin ja kommentoitiin. Tapahtuma näkyi laajasti katukuvassa ulkomainonnan, bussimainonnan ja julisteiden ansiosta. Kaikissa tekemissämme mainosmateriaaleissa oli Vantaan kaupungin logo sekä kaikissa Metan somepostauksissa käytettiin hastageja #tapahtumienvantaa ja #kulttuuriavantaalla. Vantaan kaupunki sekä Kulttuuria Vantaalla tägättiin myös kaikkiin sopiviin postauksiin Metassa. Alla selvitys Louhela Jamin näkyvyydestä eri kanavissa.

Printti ja nettilehdet

Louhela Jamien mainos oli journalistisen sisällön yhteydessä HS Kesä-lehdessä. Lisäksi Myyr York Timesin printtilehdessä oli kokosivun mainos Louhela Jameista.



KUVA: Myyr York Times 27.5.2026



KUVA: HS Kesälehti 23.5.2025 lehtimainos (monikanavainen)

Display-mainonta Pop Media

Louhela Jamin mainos pyöri Pop Median verkostossa (meteli.net, soundi.fi ja rumba.fi) välillä 11.5.2026 - 30.5.2026 Topscroll-mainoksena (217 089 impressiota) ja Metelin tapahtumanatiivina 25.5.2026 - 30.5.2026 (22 584 impressiota).

Kampanjaraportti

Raportti luotu2.6.2026

JulkaisijaPop Media Oy

MainostajaVelmu Ry - Louhela Jam

Kampanja-aika11.5.2026 - 30.5.2026

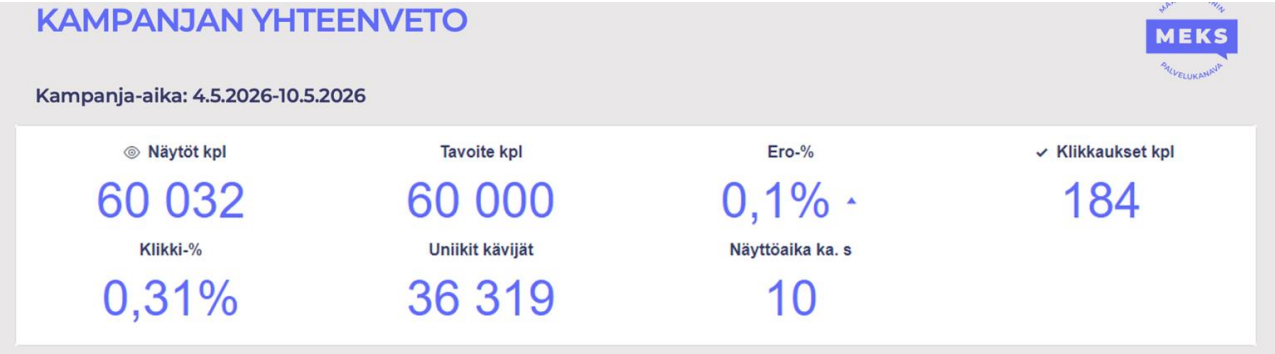
Tuote	Päivämäärä	Ajettu	Varattu	Impressiot	Klikit	CTR
Topscroll, midscroll	11.5.2026 - 30.5.2026	104%	209 500	217 089	997	0,46%
Metelin tapahtumanatiivi	25.5.2026 - 30.5.2026	100%	100,00%	22 584	387	1,71%
		104%	209 500	239 673	1 384	0,58%

Kuvakaappaus mainoksesta

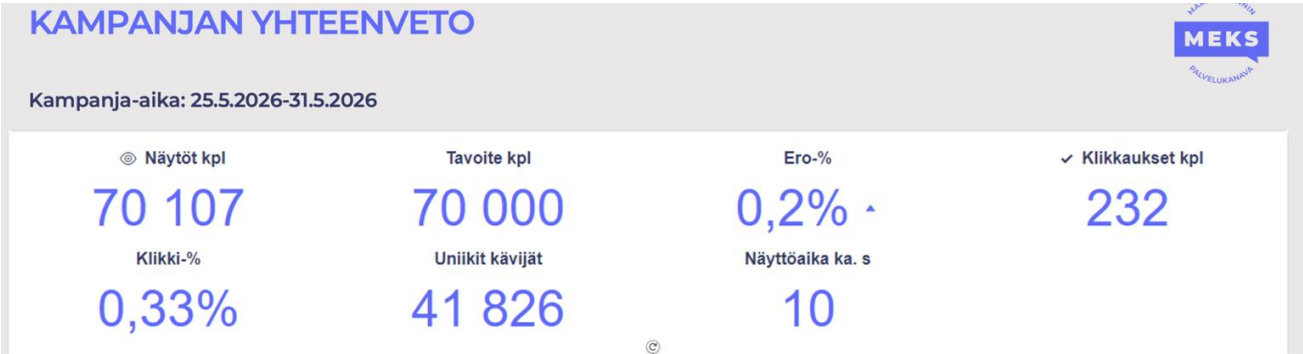
KUVA: Kampanjaraportti

Display- mainonta Vantaan Sanomat, Helsingin Uutiset ja Länsiväylä

Louhela Jamin mainos näkyi Vantaan sanomien, Helsingin Uutiset - ja Länsiväylä-verkkopalvelussa (Jättiboksina) ajoilla 4.-10.5.2026 ja 25.-31.5.2026. Kampanja sai yhteensä reilu 130 000 näyttöä ja yli 400 klikkausta verkkosivuille.



KUVA: Displayraportti



KUVA: Displayraportti

Lisäksi Digimainontaa tehtiin Sanoman verkostoissa IS.fi ja HS.fi sivustoilla. Mainostimme yleisesti tapahtumaa ja toisessa kampanjassa mainostettiin tapahtuman aikataulua.



Kampanjat sai yhteensä 1,1 miljoonaa näyttöä ja 4366 klikkiä sivustolle.

KUVA: Kuvakaappaus videomainoksesta Sanoman digiverkostossa

Valitse kampanjan nimi (kampanjanumero)

Louhela Jam 2026 (ON-710271)

Valitse mainosryhmä

Kaikki

Valitse

Kaikki

Valitse näkymä

Yleisnäkymä

Kampanjoiden vertailu

Mainosryhmät

Mainokset

Verkkosivustot

Demografiat

Toteuma

Valitse mittari

Näytöt

Klikit

CTR (%)

Budjetti (€)

Klikkihinta (€)

816 454

2 734

0,33

1 501,19

0,55

Valitse mittari (vain tuotteissa, joissa on Outstream-videota)

25 % Katsottu

50 % Katsottu

75 % Katsottu

100 % Katsottu

CPCV (€)

100 % Katsottu (%)

Valitse kampanjan nimi (kampanjanumero)

Louhela Jam 2026 Aikataulu (ON-714557)

Valitse mainosryhmä

Kaikki

Valitse näkymä

Yleisnäkymä

Kampanjoiden vertailu

Mainosryhmät

Mainokset

Verkkosivustot

Demografiat

Valitse mittari

Näytöt

Klikit

CTR (%)

Budjetti (€)

Klikkihinta (€)

300 918

1 632

0,54

600,23

0,37

Valitse mittari (vain tuotteissa, joissa on Outstream-videota)

25 % Katsottu

50 % Katsottu

75 % Katsottu

100 % Katsottu

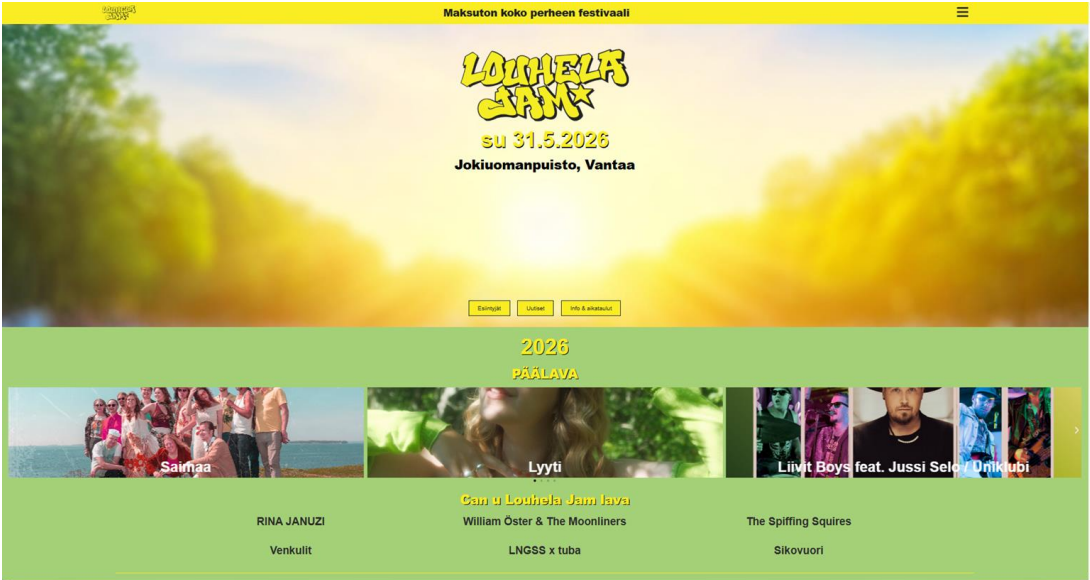
CPCV (€)

100 % Katsottu (%)

KUVA: Kampanjaraportti Sanoman digiverkosto

Nettisivut

Vuoden 2026 kevään (1.1.-3.6.) aikana Louhela Jamin nettisivuilla (louhelajam.fi) kävi yhteensä 32 000 eri kävijää. Yhteensä eri sivuja katseltiin noin 200 000 kertaa. Suurimmat piikit kävijöissä olivat itse tapahtuman aikana sekä Can U Louhela Jam -äänestyksen aikana.

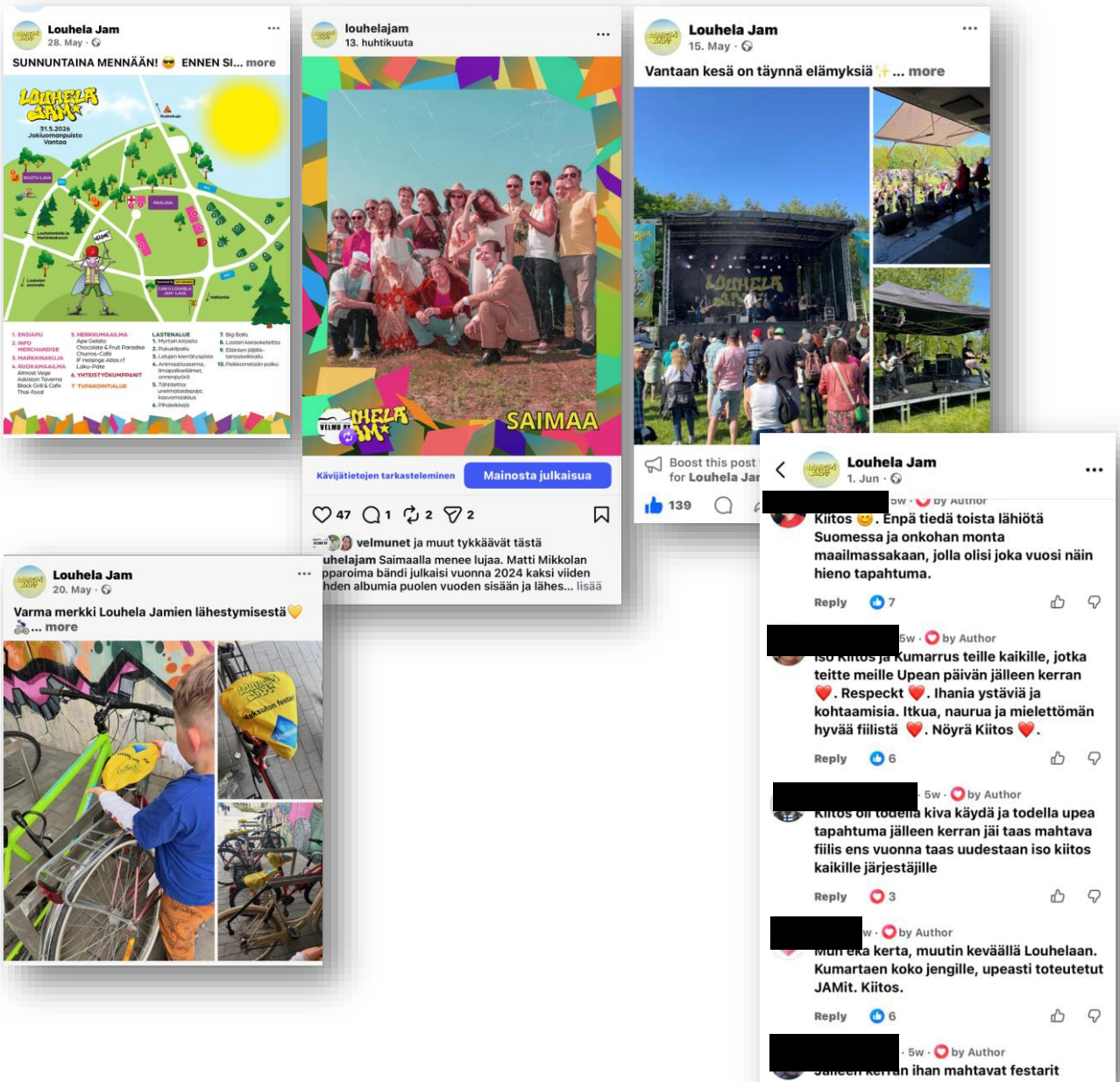


KUVA: Nettisivujen etusivu

Facebook ja Instagram

Louhela Jamin somekanaviin tehtiin paljon postauksia pitkin kevättä ja kesää sekä itse tapahtumapäivänä (yli 100 postausta ja storya sekä Facebookiin että Instagramiin). Aiheina olivat mm. yleinen tapahtumasta tiedottaminen, esiintyjien esittely sekä yhteistyökumppanien esittely. Postaukset saivat paljon jakoja, tykkäyksiä ja kommentointeja. Julkaisut ja somemainonta tavoittivat kymmeniä tuhansia ihmisiä pääkaupunkiseudulla ja sen ympäristössä. Myös monet esiintyjät ja festarikävijät repostasivat julkaisuja sekä tekivät omia postauksia Louhela Jamista omilla kanavillaan. Aikavälillä 1.1.-20.6.2026 Facebook-sivun kattavuus oli yli 684 491 henkilöä. Ja Instagram kattavuus noin 332 000 henkilöä. Kummankin somekanavan kattavuus oli reilussa nousussa tänä vuonna. Myös seuraajien määrä kasvoi huomattavasti vuoden aikana.

Seuraavassa muutamia postauksia Facebookista ja Instagramista.



TikTok

Tänä vuonna TikTokiin tehtiin myös sisältöä orgaanisesti. Julkaisut tavoitti hyvin oikeaa kohderyhmää (nuoriso 15-20 v.).

Haalarimerkkikampanja

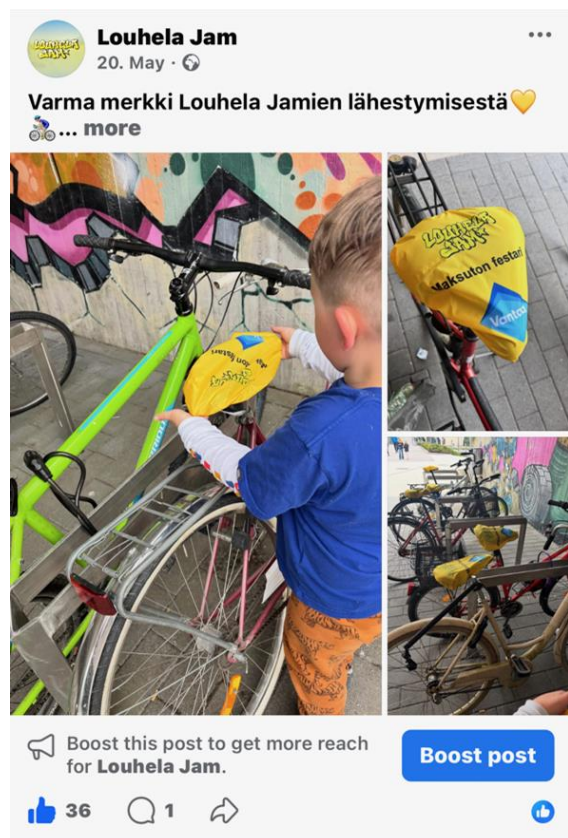
Tänä vuonna päätimme toteuttaa opiskelijoille suunnatun haalarimerkkikampanjan. Jaoimme merkkejä opiskelijoille mm. kevään aikana opiskelijatapahtumissa ja Vappuna Mantan lakituksen yhteydessä Esplanadin puistossa ja keskustan alueella. Lisäksi merkkejä jaettiin laajemmalle eri opiskelijoiden toimesta.

Satulasuojat

Tänä vuonna teimme jälleen satulasuojakampanjan. Jaoimme kehäradan varrella pyöräparkkeihin satulasuojia. Satulasuojat ovat olleet kysytty tuote jo vuosien ajan.



KUVA: Kuvakaappaus videomainoksesta Louhela jamien somessa



KUVA: Kuvakaappaus postauksesta Louhela jamien somessa

Ulkomainonta ja julisteet

Tänä vuonna julisteen ja muun visuaalisen ilmeen suunnitteli graafinen suunnittelija [REDACTED]. Julisteessa olevan Zepikän taiteili [REDACTED]. Julisteita painettiin noin 800 kappaletta ja niitä jaettiin Vantaalla tapahtuu - ilmoitustauluihin, eri liikkeisiin sekä muihin ilmoituksille soveltuviin kohteisiin ympäri pk-seutua.

Tämän lisäksi toukokuussa viikoilla 21-22 Louhela Jam digitaalinen juliste oli esillä DownTown -digitaalinäytöissä sekä Vantaan diginäytöillä eripuolilla kaupunkia. Tänäkin vuonna mukana oli myös bussimainontaa. Ostimme bussinäkyvyyttä Helsingin ja Espoon alueelta ajalla 25.-31.5.2026 useilta reiteiltä, josta tavoitimme yhteensä noin 210 000 matkustajaa per viikko.



KUVA: Valokuva bussimainoksesta

Tapahtuman aikainen markkinointi

Vantaa mainittiin useassa juonnossa tapahtuman aikana. Kun päälavalla ei ollut esiintyjää, päälavan jättiscreenillä näytettiin Vantaan esittelyvideota kymmeniä kertoja päivän aikana. Samoin näytettiin Vantaan Kaupungin logoa. Näkyvyyttä vahvisti myös Vantaan Kaupungin banderollit.

Radiomainos

RollFM-kanavalla pyöri tapahtuman 30 sekunnin radiomainos joka tunti viikoilla 21 ja 22. Myös Sanoma-konsernin radiokanavilla pyöri viikolla 22 10 sekunnin mainos Louhela Jameista.

Muu näkyvyys

- Useita ohjelmia RollFM-radiokanavilla, jossa mainostettiin Louhela Jameja. 19.5. Vantaa palaa -radio-ohjelman teemana oli Louhela Jam. Ohjelmassa keskusteltiin tapahtumasta.
- Louhela Jam löytyi seuraavista netissä olevista tapahtumakalentereista ja menovinkeistä: Vantaan tapahtumakalenteri, Meteli.net, HS menokone, Menoinfo.fi ja Tapahtumainfo.fi
- Mediatiedotteita lähetettiin kaikille merkittävälle Etelä-Suomen medioille.
- Vantaan kaupungin omat somekanavat ja uutiskirje.

Vantaalla 10.7.2026

Louhela Jam / Velmu ry

[REDACTED]