

# WE ARE HELSINKI

MEDIAKORTTI 2012  
MEDIA INFORMATION 2012



#### WE ARE PUBLICATIONS OY

ALEKSANTERINKATU 7 B,  
00100 HELSINKI

[WWW.WEAREHELSINKI.FI](http://WWW.WEAREHELSINKI.FI)

[WWW.FB.COM/WEAREHELSINKI](http://WWW.FB.COM/WEAREHELSINKI)

#### PÄÄTOIMITTAJA / EDITOR-IN-CHIEF

Heini Lehtinen,  
puh. +358 40 731 3878,  
[heini@we-are.fi](mailto:heini@we-are.fi)

#### SALES

Salla Lihtonen  
tel. +358 44 365 7712  
[salla@we-are.fi](mailto:salla@we-are.fi)

Matti Sarkkinen  
tel. +358 44 534 8302  
[matti@we-are.fi](mailto:matti@we-are.fi)

# UUSIA NÄKÖKULMIA HELSINKIIN

NEW PERSPECTIVES ON HELSINKI

Kotikaupungissa kohteet ja asiat saattavat jäädä huomaamatta, koska ne ovat liian lähellä. Ne ovat "aina olleet tuossa". Ihmisen elinpiiri on loppujen lopuksi yllättävän pieni. Usein tarvitaan toinen näkemys, toinen ihminen, joka vinkkaa oman lähiympäristön kauneudesta ja kehottaa löytämään helmen korttelin toiselta puolen.

Matkalla parhaat asiat löytyvät usein eksymällä, poikkeamalla satunnaisille sisäpihoille ja sisään avonaisista ovista. Lyhyellä matkalla tulee kuitenkin usein tunne, ettei ehdi löytää helmiä, jotka jäävät mieleen unohtumattomina muistoina – tapahtumia, kahviloita, baareja, liikkeitä, ihmisiä. Itää toive, että vierellä olisi paikallinen, joka vinkkasi ja veisi kohteisiin, joihin ei itse ehkä löytäisi.

We Are Helsinki vastaa näihin molempiin haasteisiin ja avaa näkökulmia kaupunkiin. Se on asiantunteva ystävä, joka kehottaa katsomaan nurkan taakse ja olemaan utelias.

Kerro sinä We Are Helsingin mukana kaupunkilaiselle ja matkailijalle, mitä heille tarjoat.

You may not notice places and things in your home town because they are too close. They have "always been there". Living environments are actually surprisingly small. You often need another perspective, another person to show you the beauty of what's around you and to encourage you to find the gem on the other side of the block.

When you're traveling, you often find the best things by getting lost, checking out random courtyards and walking through open doors. However, on a short trip you often get the feeling that you don't have enough time to find the gems that become unforgettable memories – events, cafés, bars, stores and people. You may wish that you had a local with you, giving you tips and taking you to places that you otherwise wouldn't find.

We Are Helsinki meets both of these challenges and provides perspectives on the city. It's a well-informed friend who encourages you to look behind the corner and be curious.

You can be part of We Are Helsinki and tell Helsinki residents and visitors what you have to offer.

# MUUTTUVUUS, RAIKAS JA POHJOISMAINEN KAUPUNKILEHTI

A CHANGING, FRESH AND NORDIC CITY MAGAZINE

## WE ARE HELSINKI MAGAZINE

We Are Helsinki tutkii kaupunkia silmät auki maailmaa katsovan kaupunkilaisen näkökulmasta. Se on sielultaan nuori, muttei ikään sidottu. We Are Helsinki ei kerro julkisjuoruja, vaan sukeltaa pinnan alle ja antaa äänen taustahenkilöille, nouseville ilmiöille ja kaupungin helmille.

We Are Helsingin ulkoasusta vastaa nopeasti Suomen graafisen suunnittelun eturiviin noussut graafisen suunnittelun toimisto TSTO/Johannes Ekholm ja Jaakko Pietiläinen. Vaalea, kaupunkilainen ilme viestii We Are Helsingin ominaisuuksia muuttavana, raikkaana ja pohjoisena lehtenä, joka tietää ja tuntee Helsingin toimijat, kumat ja parhaat palat.

## WE ARE HELSINKI WEB

Lehden Helsinki-portaali kokoaa kaupungin kiinnostavimmat kohteet kokonaisuudeksi, joka palvelee sekä matkailijoita että kaupunkilaisia. Kaupunki sykähdyttää, ja lähtökohtana on, että We Are Helsingin lukijat löytävät portaalin kautta itselleen merkityksellistä tietoa kaupungin kohteista ja mahdollisuuksista. Portaali rakentaa polun nähtävyyksien kautta paikallisten Helsinkiin.

[www.wearehelsinki.fi](http://www.wearehelsinki.fi)

## WE ARE HELSINKI NEWSLETTER

Viikoittain ilmestyvä We Are Helsinki Newsletter lanseerataan vuoden 2012 alussa. Uutiskirje poimii lukijoille monipuolisen kattauksen kaupunkikulttuuria koko seuraavan viikon tarpeiksi. Mukaan mahtuvat ravintolat, tapahtumat ja ilmiöt. Ennen kaikkea We Are Helsinki Newsletter pitää lukijat kiinni viikon puheenaiheissa: mikä kiinnostaa kaupungissa juuri nyt.

## WE ARE HELSINKI MAGAZINE

We Are Helsinki explores the city from the viewpoint of an urban person looking at the world with eyes wide open. Its soul is young, but it's not limited to a specific age. We Are Helsinki doesn't tell celebrity gossips, but instead it dives under the surface and gives space to the people in the background, emerging phenomena and the city's gems.

The appearance of We Are Helsinki is created by one of Finland's number one graphic design agencies, TSTO/Johannes Ekholm and Jaakko Pietiläinen. The light-colored, urban appearance reflects We Are Helsinki's properties as a constantly changing, fresh Nordic magazine that knows the best of Helsinki.

## WE ARE HELSINKI WEB

The We Are Helsinki portal compiles the city's most interesting things in one place, serving both visitors and locals. The city is exciting and the aim is that the We Are Helsinki readers can use the portal to find useful information about the city and its opportunities. The portal builds a path through tourist attractions to the locals' Helsinki.

[www.wearehelsinki.fi](http://www.wearehelsinki.fi)

## WE ARE HELSINKI NEWSLETTER

The weekly We Are Helsinki Newsletter will be launched in the beginning of 2012. The newsletter will offer a versatile selection of urban culture to cover the following week. The selection includes restaurants, events and phenomena. Above all, the We Are Helsinki Newsletter keeps the readers up-to-date with the topics of the week: what is going on in the city right now.

## HELSINKI DESIGN WEEK MAGAZINE 2012

We Are Helsingin ja Helsinki Design Weekin (HDW) vuonna 2009 alkanut yhteistyö jatkuu ja yhdistää muotoiluteemaisen We Are Helsingin ja virallisen HDW Magazinen. Samalla yhteisjulkaisu kokoaa tapahtumaviikon kalenterin – luvassa on jälleen Suomen suurin muotoilujulkaisu design-syksylle 2012.

[www.wearehelsinki.fi/hdwmag2012](http://www.wearehelsinki.fi/hdwmag2012)

## WE ARE HELSINKI THE RUSSIAN EDITION + THE JAPANESE EDITION

We Are Helsinki julkaisee kaksi kertaa vuodessa japanin- ja venäjänkielisen We Are Helsinki -lehden. Matkailijoille suunnattu lehti poimii kaupungin parhaat nähtävyydet ja kiinnostavimmat tekijät tyylikkäästi yksiin kansiin.

## WE ARE PUBLICATIONS

We Are Helsinkiä kustantaa We Are Publications Oy, joka on osa helsinkiläistä The We Are Groupia. Yhtiö osallistuu aktiivisesti paikallisen ruoka-, juoma- ja kaupunkikulttuurin kehittämiseen. Vuoden 2011 lopulla The We Are Group työllisti noin kuusikymmentä 19–36-vuotiasta helsinkiläistä.

[www.we-are.fi](http://www.we-are.fi)

## HELSINKI DESIGN WEEK MAGAZINE 2012

Beginning in 2009, the cooperation between We Are Helsinki and Helsinki Design Week will continue, combining the We Are Helsinki Design Issue with the official HDW Magazine. The joint publication also includes a design week calendar. The fall of 2012 will once again bring along with it Finland's biggest design magazine.

[www.wearehelsinki.fi/hdwmag2012](http://www.wearehelsinki.fi/hdwmag2012)

## WE ARE HELSINKI THE RUSSIAN EDITION + THE JAPANESE EDITION

The Russian and The Japanese version of We Are Helsinki is published twice a year. The joint publication picks up the city's best attractions and the most interesting elements, serving tourists with style.

## WE ARE PUBLICATIONS

We Are Helsinki is published by We Are Publications Oy which is part of the Helsinki-based The We Are Group. The company is actively involved in the development of the local food, drink and city culture. At the end of 2011, The We Are Group employed some sixty 19 to 36-year-old Helsinki residents.

[www.we-are.fi](http://www.we-are.fi)

# WE ARE HELSINKI

## FACT FILE

**MAKSUTON, HELSINKILÄISILLE JA HELSINKIIN SAAPUVILLE MATKAILIJOILLE SUUNNATTU, KAKSIKIELINEN KAUPUNKILEHTI.**

**NÄKÖKULMA:** Silmät auki maailmaa katsova, kaupunkilainen ja nuori, muttei ikään sidottu.

**KOHDERYHMÄ:** Kaupunkikulttuurista kiinnostuneet helsinkiläiset ja matkailijat. Ympäristöstään kiinnostuneet ihmiset, jotka osaavat vaatia aina hieman parempaa.

**TYYPPI JA KIELET:** Itsenäinen ilmaisjakelulehti, suomi ja englanti

**ILMESTYMISTIHEYD:** 6 kertaa vuodessa

**PAINOS:** 40 000

**KOKO:** A5

**LAAJUUS:** 148 sivua

**JAKELU:** Yli 250 jakelupistettä ympäri Helsinkiä – mm. lehtilinet kulkureittien varsilla, matkailuin- fot, hotellit, liikkeet, ravintolat, baarit, museot, kirjastot

**KUSTANTAJA:** We Are Publications Oy

**WEB:** [www.wearehelsinki.fi](http://www.wearehelsinki.fi)

**A FREE BILINGUAL CITY MAGAZINE FOR LOCALS AND VISITORS.**

**PERSPECTIVE:** Eyes wide open to the world, urban and young, but not limited to a specific age.

**TARGET GROUP:** Helsinki residents and visitors interested in urban culture. People interested in their environment and who are always asking for something a little better.

**TYPE AND LANGUAGES:** Independent free magazine, Finnish and English

**FREQUENCY:** 6 issues per year

**PRINTED COPIES:** 40,000

**FORMAT:** A5

**SIZE:** 148 pages

**DISTRIBUTION:** Over 250 locations all over Helsinki, e.g. magazine stands placed where people often walk, tourist info centers, hotels, stores, restaurants, bars, museums and libraries.

**PUBLISHER:** We Are Publications Oy

**WEB:** [www.wearehelsinki.fi](http://www.wearehelsinki.fi)

WE ARE HELSINKI ARTICLES

THEME — SHOPPING — COLUMN X 2 — PRODUCTPLACEMENT — FOOD AND DRINK — MUSIC — NIGHTLIFE — ART AND CULTURE — HELSINKI CALENDAR — NEW MOVIES — NEW MUSIC — NEW PUBLICATIONS — TOWARDS WORLD DESIGN CAPITAL 2012 HELSINKI



### SISÄLTÖ

We Are Helsinki on aikakauslehti, joka kertoo Helsingin ilmiöistä, tapahtumista ja toimijoista artikkeleihin ja uutisnastoihin. Artikkelien lisäksi We Are Helsinki nostaa esiin joka numerossa liki 100 helsinkiläistä liikettä, ravintolaa, baaria ja yökerhoa.

### CONTENT

We Are Helsinki is a magazine that tells about Helsinki phenomena, events and people through articles and news texts. In addition to the articles, each issue of We Are Helsinki introduces almost 100 Helsinki stores, restaurants, bars and nightclubs.

# TEEMAT JA AIKATAULU 2012

THEMES AND SCHEDULES

Kuusi numeroa, kuusi teemaa vuodessa. Monipuolinen syventyminen kaupunkikulttuurin ilmiöihin ja ihmisiin niiden takana.

Six issues, six themes per year. Versatile and in-depth introduction of urban culture phenomena and the people behind them.

NUMERO / TEEMA ISSUE / THEME	ILMESTYMINEN DATE OF PUBLICATION	AINEISTO DEADLINE
The Style Issue	1.2.2012	5.1.2012
The Food Issue	2.4.2012	5.3.2012
The Music Issue	1.6.2012	4.5.2012
The Design Issue + HDW Magazine 2012	31.8.2012	29.7.2012
The Job Issue	1.10.2012	31.8.2012
The Culture Issue	3.12.2012	2.11.2012
The Russian & Japanese Edition	2.5.2012	30.3.2012

# KOHDERYHMÄ

TARGET GROUPS

- Kaupunkikulttuurista kiinnostuneet helsinkiläiset ja matkailijat. Ympäristöstään kiinnostuneet ihmiset, jotka osaavat vaatia aina hieman parempaa.
- Helsinki residents and visitors interested in urban culture. People interested in their environment and who are always asking for something a little better.
- Ns. cultural creatives, kaupunkikulttuurista ja elinympäristöstään kiinnostuneita nuoria aikuisia
- So-called cultural creatives, young adults interested in urban cultural and the environment where they live
- Design- ja matkailuorientoituneita
- Design and travel oriented people
- Matkustaneet keskimääräistä enemmän
- People who have traveled more than the average person
- 2/3 naisia ja 1/3 miehiä
- 2/3 women and 1/3 men
- Ikäjakauma: suurin lukijaryhmä 25–34-vuotiaat naiset ja miehet
- Age distribution: 25-34-year-old women and men are the biggest reader group
- Keskimäärin lukeminen jakautuu naisilla 18–44 vuoden välille
- The average female reader is between the ages of 18 and 44.
- Keskimäärin lukeminen jakautuu miehillä 25–44 vuoden välille
- The average male reader is between the ages of 25 and 44.
- Työelämässä olevat lukijat keskimääräistä hyvätuloisempia
- Those readers who go to work have a higher income than average.
- Enemmistö lukijoista helsinkiläisiä
- The majority of the readers are Helsinki residents.
- Noin 30 % lukijoista matkailijoita
- Approx. 30 % of the readers are visitors.

# NÄKYVYYS JA YHTEISTYÖ

VISIBILITY AND COOPERATION

## MAINOSTILA

We Are Helsinki luo uskottavan kontaktin designista ja kulttuurista kiinnostuneeseen kuluttajaan.

We Are Helsinki on jaettu osioihin: Shopping, Food and Drink, Nightlife ja Update. Mainostajan on mahdollista saavuttaa näkyvyys parhaiten mainostajan brändiin sopivassa osiossa. Näin varmistetaan, että viesti välittyy juuri oikeille lukijoille oikeanlaisessa yhteydessä. Lehti sisällöltään kutsuu lukijan palaamaan julkaisuun useaan otteeseen ja näin ilmoituksen näkyvyyden toistuvuus moninkertaistuu.

Yksittäisille toimijoille, kuten liikkeille, ravintoloille ja baareille, We Are Helsinki tarjoaa 1/2 sivun ilmoitustilaa, joihin mainostaja voi nostaa haluamansa interiörökuvan ja tekstin, joka muokataan We Are Helsingin toimituksessa lehden linjaan sopivaksi. Näin ilmoituksesta tulee saumaton osa lehteä. Ilmoitukset sijoitetaan niille sopivaan osioon eli Shopping, Food and Drink tai Nightlife.

## ADVERTORIAL

We Are Helsinkiin on mahdollista julkaista advertorial, jossa brändin ympärille rakennetaan kuvasarja ja/ tai kirjoitetaan artikkeli. Kuvissa teema ja tyyli suunnitellaan yhdessä asiakkaan kanssa ja toteutetaan parhaiden ammattilaisten kanssa. Tällä tavoin brändi sulautuu lehteen saumattomasti.

## CASE CARHARTT

Amerikkalainen vaatebrändi Carhartt halusi toteuttaa kanssamme advertoriaalin, jolla voimme tuoda esille Carharttin kiehtovaa historiaa vaatetus-alalla. Toteutimme advertoriaalin yhdessä Carharttin kanssa. Kokonaisuus sulautui lehteen ja toimi hienosti.

## ADVERTISING SPACE

We Are Helsinki creates a credible contact with design and culture oriented consumers.

We Are Helsinki is divided into the following sections: Shopping, Food and Drink, Nightlife and Update. It is possible for an advertiser to gain visibility in a section that best matches their brand. That way it can be ensured that the message is conveyed to the right readers in the right kind of context. The content of the magazine invites the reader to return to the publication several times, multiplying the visibility of the advertisement.

We Are Helsinki also offers a 1/2 page visibility for shops, restaurants and bars. The visibility consists of an interior image of the shop, restaurant or bar and a text, provided by the advertiser and edited by We Are Helsinki editorial staff to fit the ad to the magazine. The ads make it possible for an advertiser to gain visibility in the desired context in the section most suitable for the brand: Shopping, Food and Drink or Nightlife.

## ADVERTORIAL

We Are Helsinki can also publish an advertorial where a series of pictures and/or an article is built around a brand. The theme and style of the pictures is designed together with the customer and carried out with professionals. This way the brand becomes a seamless part of the magazine.

## CASE CARHARTT

The American clothing brand Carhartt wanted to create an advertorial with us, introducing the brand's fascinating history in the clothing industry. We created the advertorial together with Carhartt. The advertorial integrated into the magazine and worked well.

## PÄÄYHTEISTYÖKUMPPANUUS

Brändin on mahdollista toimia koko lehden pääyhteistyökumppanina ja tällä tavoin ottaa omistajuus koko kaupungin tapahtumista ja liikkeistä. Pääyhteistyökumppani näkyy laajasti sekä lehdessä että lehden verkkosivuilla ja uutiskirjeessä.

## OSIOYHTEISTYÖ

Osiotyhteistyö mahdollistaa brändin näkyvyyden halutussa kontekstissa yksittäistä mainosta laajemmin. Brändi saa haltuunsa valitsemansa We Are Helsingin osion lehden sisältä. Osioita ovat Shopping, Food and Drink, Nightlife ja Update. Näkyvyys varmistetaan läpi koko osion.

Myös yksittäisten artikkelien on mahdollista tehdä yhteistyötä, mikäli artikkelin osiota ei ole brändätty.

## CASE HEINEKEN

Toteutimme osiotyhteistyön Heinekenille Nightlife-osiossa. Osio brändättiin Heinekenin näköiseksi tyyliteltyllä avausaukeamalla ja läpi osion kulkevalla taustavärillä. Brändin logo ja slogan nostettiin näkyvästi esiin jokaisella sivulla. Lisäksi sopimus sisälsi aukeaman mainoksen, joka toteutettiin Heineken/Helsinki-karttana. Heinekenin yhteistyökumppanit nostettiin esiin erillisellä Heineken-logolla myös ilmoituksissa.

## LIITE

Lehden välissä on mahdollista näkyä erillisellä liitteellä, jonka muodon ja laajuuden suhteen lehti on joustava. Liite voidaan tuottaa yhteistyössä asiakkaan ja We Are Helsingin luovan tiimin kanssa tai ostaa valmiille omalle liitteelle pelkästään jakelua We Are Helsinki -lehden välissä.

## CASE SILTANEN & SHANGHAI COWBOY

Toteutimme yhdessä Siltasen ja Shanghai Cowboyn ravintoloitsijoiden kanssa irrotettavan liitteen, johon painettiin molempien ravintoloiden menut. Liitteen taittoi We Are Helsingin AD. Lisä-inputtina toimi kolme ruokalajia sisältävä, We Are Helsingin mukaan nimetty menu Shanghai Cowboyyssa.

## AIHელიE

Lehden välissä julkaistava aiheliite mahdollistaa brändille näkymisen toimituksellisessa aihekokonaisuudessa. Brändi esiintyy määrätyn teeman esittelijänä yhdessä We Are Helsingin kanssa. Toimituksen suunnittelema, rajattua aihealuetta käsittelevä liite nostaa lehden numeroon sopivan aiheen syvempään tarkasteluun. Vuonna 2012 liite voidaan toteuttaa huhti-toukokuun numeron, The Food Issuen, ja loka-marraskuun, The Job Issuen, välissä.

## MAIN PARTNERSHIP

It is possible for a brand to become the main partner of the entire magazine and this way to own the entire city's events and stores. The main partner is extensively visible in the magazine and on the website as well as in the newsletter.

## SECTION COOPERATION

Section cooperation makes it possible for a brand to gain visibility in the desired context more extensively than with a single advertisement. A brand gets to take possession of a section within We Are Helsinki. The sections are Shopping, Food and Drink, Nightlife and Update. The visibility is ensured throughout the section.

It is also possible for individual articles to cooperate with each other if the section of the article has not been branded.

## CASE HEINEKEN

We organized section cooperation with Heineken in the Nightlife section. The section was branded with a Heineken look on the opening spread and throughout the section with a background color. The brand's logo and slogan were made clearly visible on each page. The deal also included an advertisement on a double-page spread, carried out in the form of a Heineken/Helsinki map. Heineken's partners were introduced with a separate Heineken logo, also in the advertisements.

## SUPPLEMENT

It's also possible to gain visibility through a separate supplement, the format and extent of which can be selected flexibly. The supplement can be created together with the customer and the We Are Helsinki creative team or the customer may only buy distribution for one's own supplement inside We Are Helsinki.

## CASE SILTANEN & SHANGHAI COWBOY

Together with the owners of Siltanen and Shanghai Cowboy, we created a detachable supplement with the menus of both restaurants. The layout of the supplement was designed by We Are Helsinki's art director. An extra feature was a three-course meal at Shanghai Cowboy named after We Are Helsinki.

## THEME SUPPLEMENT

Theme supplements that deal with related issues or topics, are published as a separate part of a regular issue. Together the customer and We Are Helsinki introduce a specific theme to the We Are Helsinki reader. The content is created by We Are Helsinki editorial team and it deepens the theme of the parent journal. In 2012 it is possible to sponsor Theme supplements in The Job Issue ja The Food Issue.

## OMA JULKAISU

Oman julkaisun toteuttaminen We Are Helsingin kanssa yhteisjulkaisuna Mag in mag -periaatteella varmistaa, että kaupungista tavoitetaan juuri oikeat ihmiset. Ammattitaitoinen toimitus ja taitto, valmiit painosopimukset, vakiintunut lukijakunta ja monipuolinen jakeluverkosto ovat We Are Helsingin vahvuuksia, jotka avautuvat yhteistyön kautta asiakkaan käyttöön.

## CASE HELSINKI DESIGN WEEK MAGAZINE

Helsinki Design Week on toteuttanut tapahtuman virallisen julkaisun yhteisjulkaisuna We Are Helsingin kanssa jo usean vuoden ajan. Tuplanumerossa yhdistyvät HDW Magazine tapahtumatietoineen sekä We Are Helsingin design-teemanumero. We Are Helsingin toimitus kokoaa myös tapahtuman kalenterin. We Are Helsinki toteuttaa ja painattaa lehden ja vastaa sen jakelusta jakelupisteisiinsä. Lisäksi jakelu hoidetaan tarpeen mukaan kaikkiin Helsinki Design Weekin tapahtumiin.

## ERIKOISRATKAISUT

We Are Helsinki on joustava julkaisukanava. Lehden markkinointitiimi pohtii yhdessä asiakkaan kanssa, miten brändi saisi parhaiten näkyvyyttä sekä lehdessä että laajemmin yhteistyössä We Are Helsingin kanssa muun muassa eri tavoin toteutettujen liitteiden, julisteiden tms. muodossa. Yhteistyötä tehdään personoitujen lahjaviinien, tapahtumien ja muiden erikoisratkaisujen muodossa asiakkaan toiveiden mukaan.

## CASE JOULUKALENTERI

Vuonna 2011 lehden väliin toteutettiin julkaistava joulukalenteri, joka toteutettiin yhteistyössä yhteistyöyritysten kanssa. Yritykset ostivat kalenterista luokkuja, joiden palkinnoista asiakkaat haastettiin kilpailemaan yritysten Facebook-sivuilla. Joulukalenteri mahdollisti vuorovaikutuksen asiakkaiden ja yritysten välillä. Asiakkaat ohjattiin hakemaan palkintoja myös suoraan toimipisteistä.

## OWN PUBLICATION

Creating a customer's own publication as a joint publication together with We Are Helsinki on a "mag in mag" principle ensures that the customer reaches the right people in the city. A professional editorial team and layout, ready printing agreements, an established readership and a versatile distribution network are We Are Helsinki's strengths which become available to the customer through cooperation.

## CASE HELSINKI DESIGN WEEK MAGAZINE

For several years now, Helsinki Design Week (HDW) has produced its official publication as a joint publication with We Are Helsinki. The double issue combines the HDW Magazine and the event details with the We Are Helsinki Design Issue. We Are Helsinki's editorial team also compiles a calendar for the event. We Are Helsinki creates and prints the magazine and is also in charge of the distribution. If necessary, the distribution can also cover all Helsinki Design Week events.

## SPECIAL SOLUTIONS

We Are Helsinki is a flexible publication channel. The magazine's marketing team can work out together with the customer how the brand can achieve the best visibility in the magazine and more broadly in cooperation with We Are Helsinki, for example through various kinds of supplements and posters etc. Cooperation can take place in the form of personalized gift wines, events and other special solutions in accordance with the customer's wishes.

## CASE CHRISTMAS CALENDAR

In 2011, one issue included a Christmas calendar created in cooperation with the partner companies. The companies bought calendar windows and the readers were challenged to compete for the prizes on We Are Helsinki's Facebook page. The Christmas calendar enabled interaction between the customers and companies. The customers were also instructed to pick up their prizes directly from the companies.

# TEKNISET TIEDOT

## TECHNICAL DETAILS

Painos	40 000	Printed copies	40,000
Koko	A5	Format	A5
Väri	4/4, heatset	Color	4/4, heatset
Laajuus	148 sivua	Size	148 pages
Paperi	Galerie Silk 90 g/m <sup>2</sup>	Paper	Galerie Silk 90 g/m <sup>2</sup>
Kansipaperi	Galerie Silk 200 g/m <sup>2</sup>	Cover Paper	200 g/m <sup>2</sup>
Ilmestymistiheys	6 krt/vuosi	Frequency	6 issues/year

## MAINOSKOOT

1/1 sivua	147 x 210 mm + 3 mm leikkuvара
2/1 sivua	296 x 210 mm + 3 mm leikkuvара

## MAINOSHINNAT

1/1 sivua	2 000 € + alv. 23 %
2/1 sivua etuosa	4 000 € + alv. 23 %
1/1 sivua takakansi	4 000 € + alv. 23 %
1/2 sivua (teksti+kuva)+verkkosivu	100 € / kk + alv. 23 %

## MAKSUEHDOT

14 päivää, viivästyskorke lain mukainen

## ERIKOISRATKAISUT

Kanssamme (miltei) mahdollonkin on mahdollista. Ota yhteyttä, niin mietitään paras mahdollinen tapa saada viestinne perille!

## AINEISTO

JPG, TIF, EPS, painovalmiit PDF-tiedostot  
300 dpi, profiili: CMYK Coated FOGRA27

## DIGITAALINEN AINEISTO

aineisto@we-are.fi

## PAINO

Reusner AS, Tallinna

## WEB

www.wearehelsinki.fi

## AD SIZES

1/1 page	147 x 210 mm + 3 mm bleed
2/1 pages	296 x 210 mm + 3 mm bleed

## AD PRICES

1/1 page	2,000 EUR + 23 % VAT
2/1 pages, front	4,000 EUR + 23 % VAT
1/1 page, back cover	4,000 EUR + 23 % VAT
1/2 page (image+text)+website	100 EUR/month + 23 % VAT

## TERMS OF PAYMENT

14 days, interest for delay based on Finnish Interest Act

## SPECIAL SOLUTIONS

With us (almost) nothing is impossible! Contact us and we'll figure out the best way to get your message through.

## MATERIAL

JPG, TIF, EPS, ready to print PDF  
300 dpi, profiili: CMYK Coated FOGRA27

## DIGITAL MATERIAL

aineisto@we-are.fi

## PRINTING HOUSE

Reusner AS, Tallinn

## WEB

www.wearehelsinki.fi