



Meltwater

Outside Insight



# LAHTI GREEN CAPITAL 2021

Medianäkyvyyden analyysi

# Analyysin taustaa



**Maantieteellinen alue:**  
Globaali näkyvyys



**Tarkastelujakso:**  
1.9.2019 – 15.3.2022



**Analyysissä käytetty data:**  
Lahti Green Capital, kampanjat ja kumppanit digitaalisessa uutismediassa sekä sosiaalisessa mediassa.

Analyysin data-aineisto on kerätty käyttämällä Meltwaterin ohjelmistoa, joka monitoroi yli 260 000 globaalia toimituksellista medialähdettä, joista yli 3600 kotimaisia. Digitaalisella medialla viitataan sähköisesti julkaistuun toimitukselliseen mediasisältöön, kuten esimerkiksi uutisiin, artikkeleihin, kolumneihin ja pääkirjoituksiin. Sosiaalisen median aineisto käsittää yli 320 miljoonaa globaalia lähdettä.

Potentiaalinen tavoitavuus kuvastaa uutisten ja artikkeleiden potentiaalista lukijamäärää. Jokainen tarkasteltavan toimijan maininnut uutinen lisää tavoitavuuslukuun kyseisen medialähteen kuukausittaisen kävijämäärän verran potentiaalisia lukijoita. Potentiaalisen tavoitavuuden luvut Meltwaterille toimittaa SimilarWeb.

Digitaalisen uutismedian mainintojen sävy perustuu toimijoista julkaistuihin uutisiin ja artikkeleihin, jotka ovat keränneet eniten vuorovaikutusta sosiaalisessa mediassa. Jokaisesta toimijasta on sävytetty 50 eniten vuorovaikutusta kerännyttä uutista ja artikkelia. Vuorovaikutus perustuu artikkelien keräämiin jakokertoihin Facebookissa, Twitterissä sekä Reddit-palvelussa. Lisäksi Facebookista mukaan lasketaan tykkäykset ja kommentit ja Twitteristä uudelleentwiittaukset.



# Yhteenveto

---

2019-2021

## Digitaalinen uutismedia

2 237

uutismedian artikkelit

4 540M

potentiaalinen tavoitavuus

42M euroa

Digitaalisen median mainosarvo (€)\*\*\*

## Etelä-Suomen Sanomat

eniten kirjoittanut media

801

medialähteiden lukumäärä

## Puola

EU-maa, jossa eniten julkaisuja

\*\*\*Digitaalisen median mainosarvo (AVE) laskee mainosarvon arvioitun tavoitavuuden pohjalta (potentiaalinen tavoitavuus / 40). Yhden näyttökerran hinnan vakiona käytetään 0,37 €, jota Meltwater käyttää globaalisti. Arvioitu tavoitavuus x 0,37 €

## Sosiaalinen media

20 294

Ympäristöpääkaupunkia käsittelevät julkaisut\*

2 152

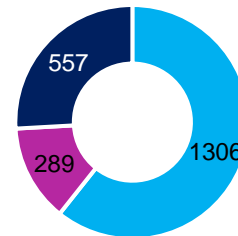
Omien kanavien kaikki julkaisut 2021\*\*

94%

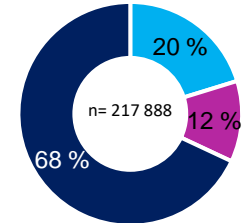
Ympäristöpääkaupungin ansaitun näkyvyyden osuus\*

### Omat julkaisut\*\*

- Twitter
- Instagram
- Facebook



### Oman näkyvyyden saamat reaktiot\*\*



\*sellaiset julkaisut jotka käsittelevät Lahden Ympäristöpääkaupunki-vuoden teemoja sosiaalisessa mediassa

\*\* kaikki julkaisut, jotka on tehty Lahden Ympäristöpääkaupunki-tiliä Twitterissä, Facebookissa ja Instagramissa



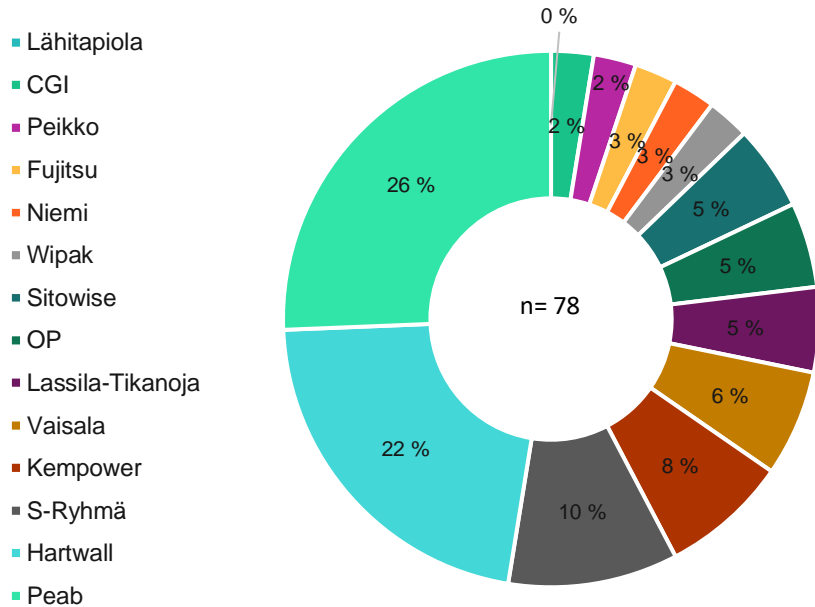
## Digitaalinen uutismedia

- Tammikuussa alkoi Lahden vuosi Euroopan ympäristöpääkaupunkina. Uutiskärkenä oli erityisesti kansainvälisellä tasolla kaupunkisuksikampanja sekä Pelicansin pelipaidat. Keväällä artikkeleita julkaistiin esimerkiksi sähköautoihin, sähköpotkulautoihin ja [kaupunki-imagoon](#) liittyvistä teemoista. Nämä artikkelit eivät käsitelleet pääuutisena ympäristöpääkaupunkia, vaan mainitsivat asian ohimennen. Kesäkuussa näkyvyyttä dominoi [hanhen ulosteista pantu olut](#). Hanhenjätökset mainittiin otsikkotasolla erityisesti kansainvälisessä mediassa, ja asiasta uutisoitiin lähes jokaisella mantereella.
- Kotimaisista medioista Etelä-Suomen Sanomat kirjoittivat selkeästi eniten artikkeleita Lahdesta ympäristöpääkaupunkina. On myös hyvä huomata, että Yle seurasi Lahden ympäristöpääkaupunkia läpi vuoden ja julkaisi aiheesta peräti 37 artikkelia. Ylen yhteenlaskettu potentiaalinen tavoitavuus oli brittiläisen The Independentin ja amerikkalaisen Forbesin jälkeen kolmanneksi suurin.
- Lahdesta kirjoitettiin enemmän artikkeleita kuin aiemmista ympäristöpääkaupungeista Oslost ja Lissabonista. Artikkelien potentiaalisella tavoitavuudella mitattuna Oslon artikkelit tavoittivat kuitenkin suuremman potentiaalisen yleisön. Lahti sai muutenkin paljon näkyvyyttä Euroopassa, sillä ympäristöpääkaupungista uutisoitiin Suomen lisäksi 22 eri EU-maassa.
- Ympäristöpääkaupunki lisäsi selkeästi Lahden uutisointia ympäristöaiheiden yhteydessä. Vuoteen 2020 verrattuna ympäristöaiheellisen uutisoinnin määrä peräti kaksinkertaistui.

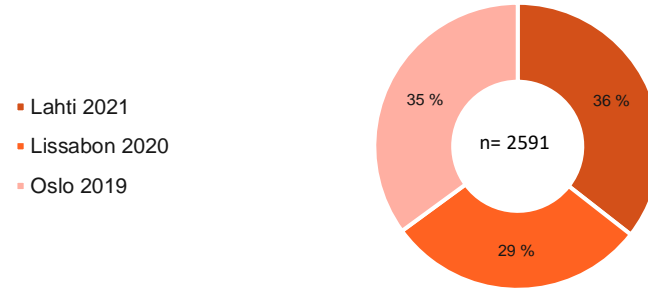
## Sosiaalinen media

- Lahden Euroopan ympäristöpääkaupunkitaival sai varsinkin tammikuussa paljon näkyvyyttä ja reaktioita erityisesti Twitterissä. Kiinan valtion media [China Daily julkaisee asian tiimoilta Twitterissä lyhyen videon](#) joka tavoittaa potentiaalisesti yli 4,3 miljoonaa seuraajaa.
- Selkeästi eniten reaktioita ja näkyvyyttä toivat F1 tähti Valtteri Bottaksen julkaisut. Julkaisuissa ei kommentoitu ympäristöteemoja, vaan niihin oli ainoastaan linkitetty Lahden ympäristöpääkaupunki -tili.

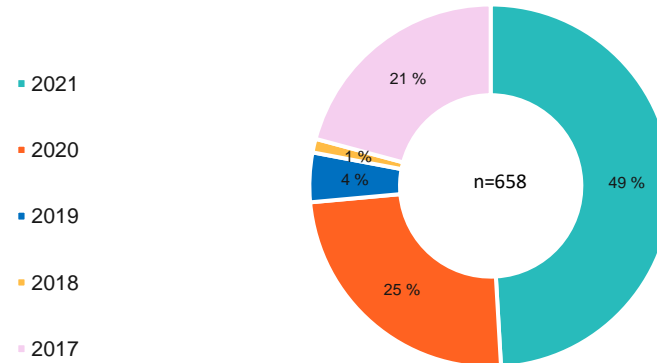
## Yritysjakauma



## Ulkomainen medianäkyvyys: Lahti, Lissabon, Oslo



## Vuosittainen vertailu | Lahti ympäristöaiheisissa uutisissa



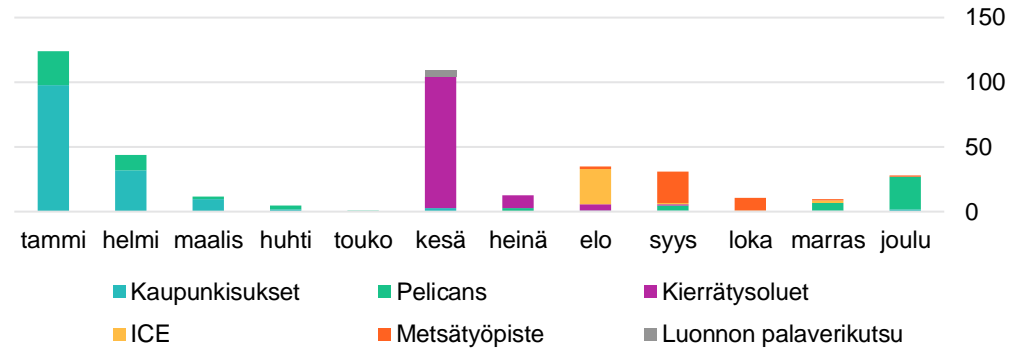


- Lahti ympäristöpääkaupunki -vuoteen liittyneet teemat saivat vaihtelevasti näkyvyyttä, mutta lähes kaikki noteerattiin myös kansainvälisessä mediassa. Kotimaiset valtakunnalliset mediat uutisoivat myös eri teemoista, mutta niiden mielenkiinto keskittyi selkeästi Hiilineutraali elämä -viestintäkampanjaan kuuluviin teemoihin.
- Kiinnostavimmat kampanjat olivat Kaupunkisukset ja Kierrätysoluet, joista molemmat saivat merkittävää kansainvälistä näkyvyyttä ja siten tavoittivat paljon lukijoita. Kekseliäät uudet innovaatiot ja palvelut ovat aiheina kiinnostavia, kuten kaupunkisukset ja hanhen jätösten hyödyntäminen oluen tuotannossa ylittivät selvästi kansainvälisen median uutiskynnyksen. Eniten huomiota kampanjoiden aiheet saivat Pohjois-Amerikassa ja Euroopassa.
- Pelicansin hiilineutraalisuuden tavoite kiinnosti myös kansainvälisesti ja se tavoitti merkittävän yleisön. On tärkeää huomata, että Pelicans ja kaupunkisukset teemoina ajoittuivat vuoden alkuun, jolloin media oli muutenkin kiinnostunut Lahdesta Euroopan ympäristöpääkaupunkina. Tämä voi osaltaan selittää miksi kansainvälisen median kiinnostus Pelicansia kohtaan ajoittuu alkuvuodelle, kun taas loppuvuodesta Pelicansin hiilineutraalisuudesta kirjoittivat enimmäkseen kotimaiset mediat.
- Sosiaalisessa mediassa Hiilineutraali elämä -viestintäteema sai selkeästi eniten huomiota niin julkaisuilla kuin reaktioillakin mitattuna. Omassa sosiaalisen median viestinnässä myös keskityttiin selkeästi hiilineutraalielämä-viestintäteemaan, koska sen teemoihin liittyviä julkaisuja tehtiin kaksi kertaa enemmän kuin Luonto- ja vesi sekä Kiertotalous-teemojen julkaisuja yhteensä.
- Samat kolme Twitter tiliä muodostivat eri viestintäteemojen top 3 listauksen julkaistujen twiittien määrällä mitattuna. Tämä ei ole yllättävää, sillä @greenlahti2021, @Vastuullisuus ja @CrnetOy olivat ylivoimaisesti aktiivisimpia Twitter tilejä jotka ylipäättään julkaisivat Lahden ympäristöpääkaupunkiuteen liittyviä twiitteja.

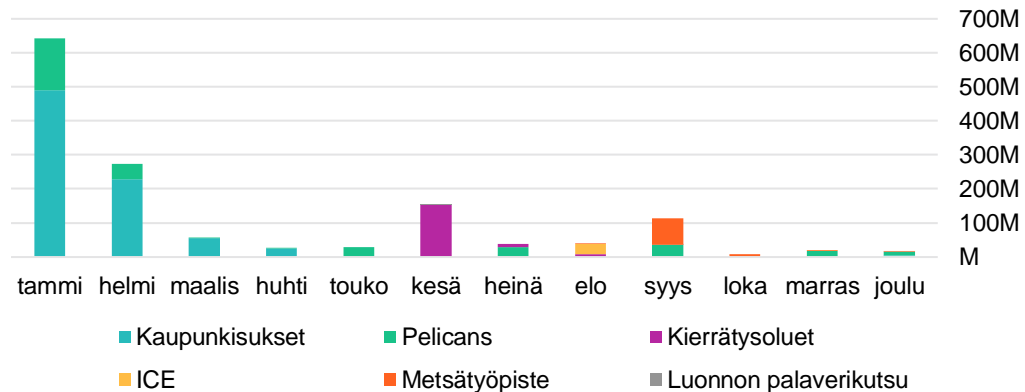
| KAMPANJA                     | MAININTOJEN MÄÄRÄ | POTENTIAALINEN TAVOITTAUVUUS |
|------------------------------|-------------------|------------------------------|
| <i>Kaupunkisukset</i>        | 150               | 800M                         |
| <i>Pelicans</i>              | 82                | 324M                         |
| <i>Metsätyöpiste</i>         | 38                | 84M                          |
| <i>Kierrätysoluet</i>        | 117               | 171M                         |
| <i>ICE - jätteos</i>         | 31                | 30M                          |
| <i>Luonnon palaverikutsu</i> | 5                 | 690k                         |

\***#planeetallatöissä** tunnustetta käytettiin 24 kertaa. Suuriosa twiiteista mainosti Green Lahti verkkosivuja. Twiitit ajoittuvat helmi-maaliskuulle.

## Artikkelit



## Potentiaalinen tavoittavuus







# Digitaalinen uutismedia

---

## Projektin kokonaisnäkyvyys

20 294

Sosiaalisen median julkaisua

117,8M

potentiaalinen tavoitavuus

91 869

Reaktioiden määrä

6 796

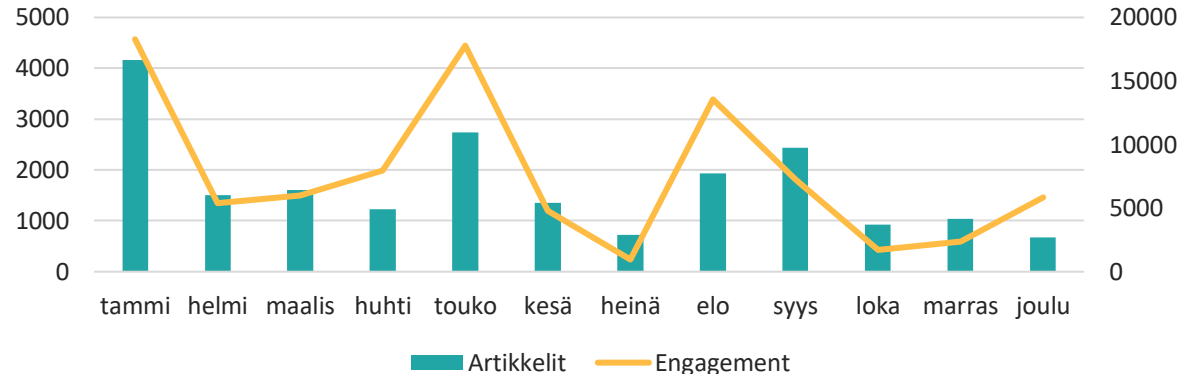
Keskusteluun osallistuneet Twitter tilit

Twitter

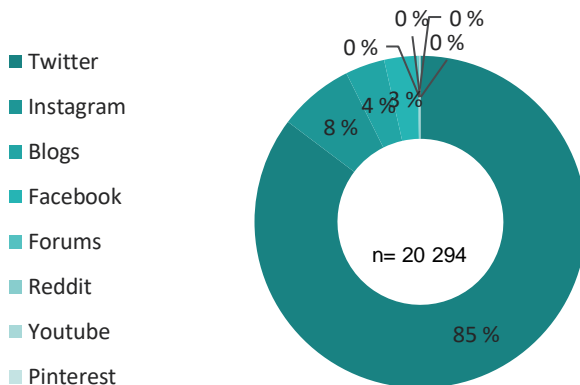
Aktiivisin sosiaalisen median kanava

96%

Ansaittu näkyvyys Twitterissä



Kanavajakauma



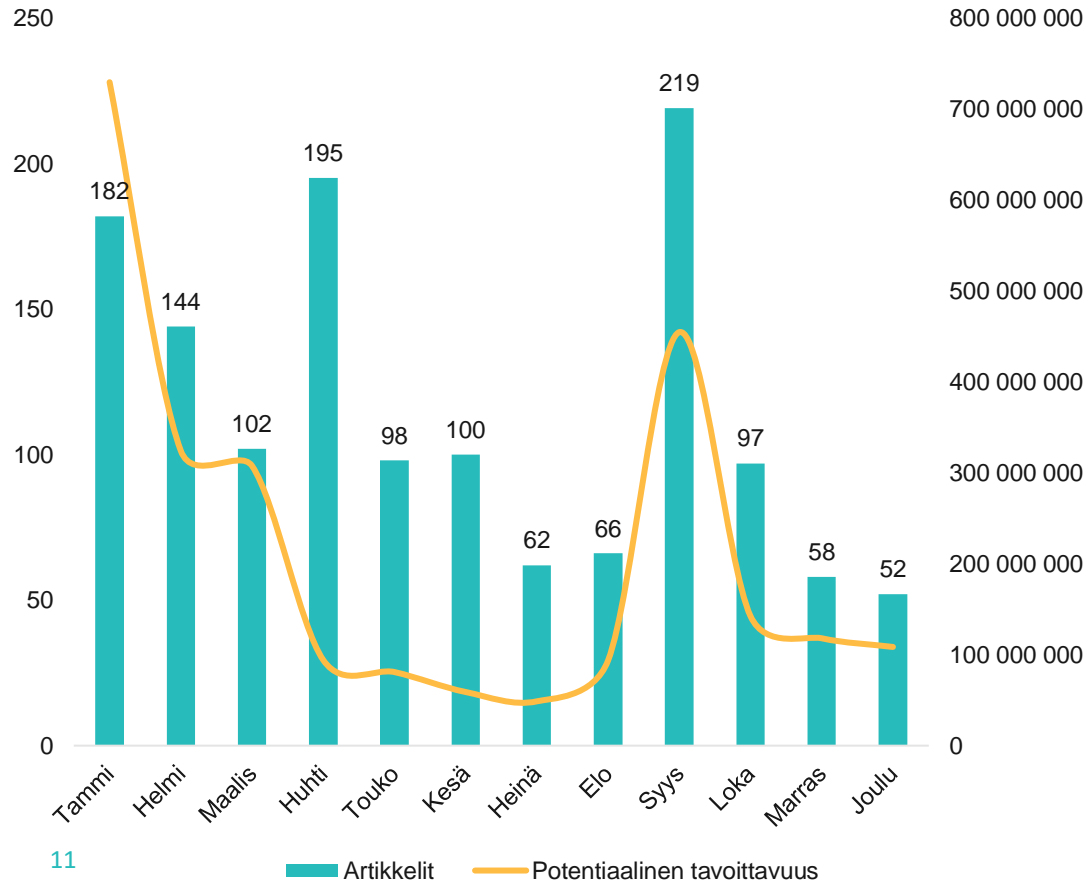
Twitter oli ylivoimaisesti suosituin sosiaalisen median kanava 85% kaikesta sosiaalisen median näkyvyydestä.

Twitter reaktioista peräti 37% tuli Formula 1 tähti Valtteri Bottaksen julkaisujen kautta.

Twitterissä yhteensä 6 796 tiliä julkaisi vähintään yhden twiitin jossa mainittiin Lahti ympäristöpääkaupunkina.

\*sellaiset julkaisut jotka käsittelevät Lahden Ympäristöpääkaupunki-vuoden teemoja sosiaalisessa mediassa

# Projektin kokonaisnäkyvyys | Näkyvyys ilman kampanjoita



- Lahden ympäristöpääkaupunki keräsi vuoden 2021 aikana **1 375** digitaalisen uutismedian **julkaisua ilman kampanjoita**. Nämä julkaisut keräsivät yhteensä **2 561 milj. potentiaalista katselukertaa**.
- Kampanjat lisäsivät vuonna 2021 projektin näkyvyyttä 423 artikkelia (+31%) ja 1410 milj. potentiaalista katselukertaa (+55%).
- Kuukausittain tarkastellusti suurimmat erot olivat tammikuussa 126 artikkelia ja kesäkuussa 106 artikkelin verran. Kaupunkisuksien saama näkyvyys kasvatti eroa potentiaalisessa tavoitavuudessa eniten tammikuussa.
- Ero oli pienimmillään maaliskuu-, huhti- ja toukokuussa, vain 5 artikkelia yhteensä. Näkyvyys oli näinä kuukausina sisällöltään sekalaisempaa.

# Projektin kokonaisnäkyvyys | Viikoittainen näkyvyys



Lahden vuosi ympäristöpääkaupunkina alkaa, Presidentti Niinistö onnittelee ja Pelicans pelaa kanta-aottavissa paidoissa

Lahden Seudun Liikenne kokeilee aurinkoenergialla toimivia aikataulunäyttöjä, jotka tuottaa Lahtelainen Sx3 Group. Asiasta uutisoidaan erityisesti kansainvälisessä mediassa.

European Green Capital 2023 Tallinnasta European Green Capital 2023 4 finalistia julkaistaan

Tallinnasta European Green Capital 2023

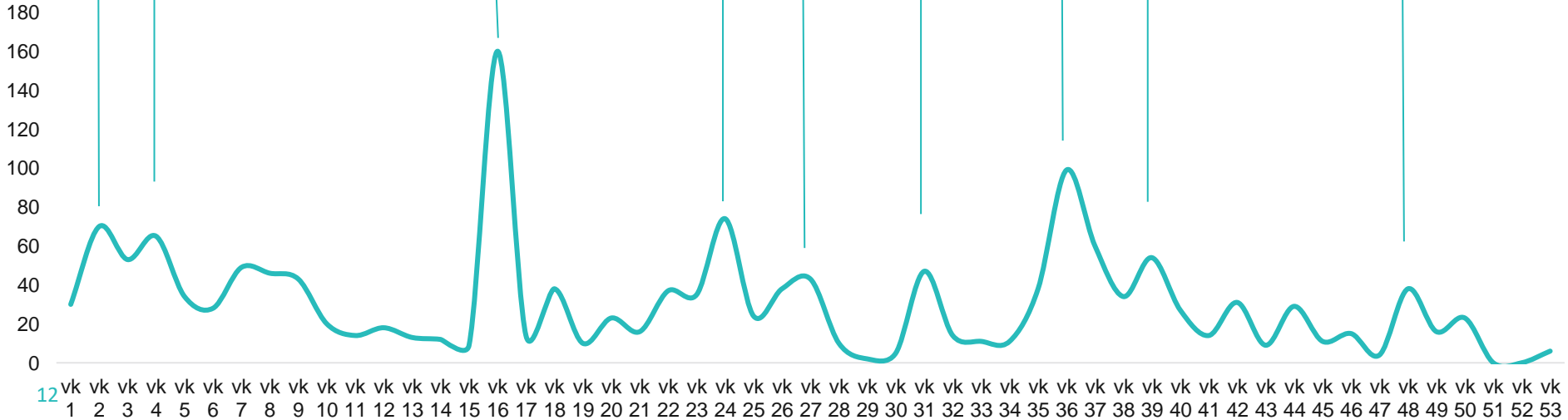
Ympäristöpääkaupunkihanke päättyy ja sen vaikutuksia arvioidaan

Kaupunkisuksikampanja ja Pelicans saavat kansainvälistä huomiota

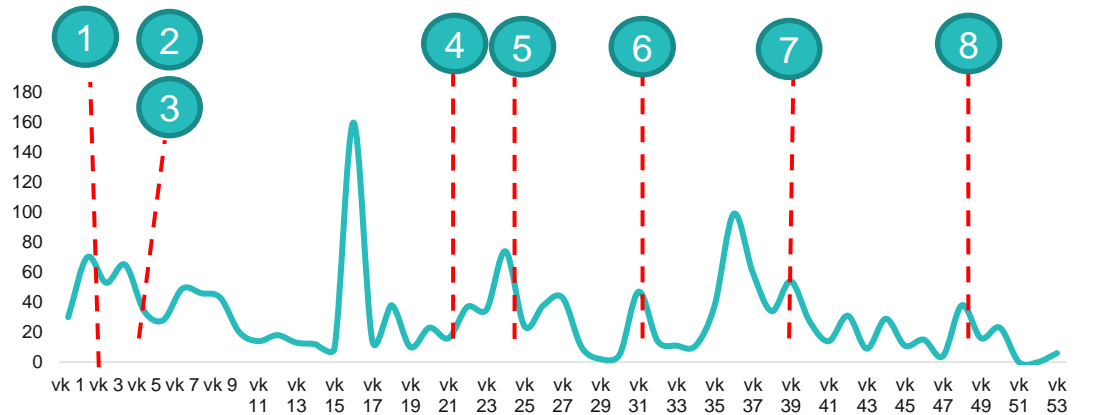
Olut, jonka valmistuksessa käytetään hanhen ulostetta puistoista, saa kansainvälistä näkyvyyttä

Lahden kaupunki tuo ICE-jääteokset Helsingin keskustaan

Lahti käynnistää uuden kampanjan jossa houkutellaan etätyöpisteille luontoon, kampanja saa kansainvälistä näkyvyyttä



# Projektin kokonaisnäkyvyys I Top tiedotteet Suomi



| Pvm        | Otsikko  | Osumat | Potentiaalinen tavoittavuus |
|------------|--|--------|-----------------------------|
| 10.6.2021  | YMPÄRISTÖPÄÄKAUPUNKI LAHTI JA ANT BREW LANSEERAAVAT OLUTSARJAN KAUPUNGIN MAUISTA – OSA VOI YLLÄTTÄÄ        | 83     | 90M                         |
| 15.1.2021  | KANNANOTTO JÄÄLLÄ: UUSI PELINUMERO JOKAISELLE PELICANS-PELAAJALLE  | 19     | 75M                         |
| 3.8.2021   | JÄÄTEOS HELSINGIN KANSALAISTORILLA MUISTUTTAA ILMASTONMUUTOKSEN UHKISTA”                                   | 20     | 27M                         |
| 5.1.2021   | EUROOPAN YMPÄRISTÖPÄÄKAUPUNKIVUODEN AVAJAISET OVAT KAIKKIEN LAHTELAISTEN JUHLA                             | 33     | 19 M                        |
| 15.2.2021  | YMPÄRISTÖPÄÄKAUPUNGIN KAUPUNKISUKSET HERÄTTIVÄT HUOMIOTA MAAILMANLAAJUISESTI”                              | 8      | 12M                         |
| 31.8.2021  | YMPÄRISTÖPÄÄKAUPUNKI LAHTI VIE ETÄTYÖN METSÄÄN – HAE ENERGIAA TYÖPÄIVÄÄSI LUONTOKONTTORILTA                | 16     | 9M                          |
| 30.11.2021 | LAHTI JUHLII VIIKONLOPPUNA YMPÄRISTÖPÄÄKAUPUNKIVUODEN HUIPENNUSTA  | 4      | 865k                        |
| 3.6.2021   | LAHTI KUTSUU LUONNON MUKAAN PÄÄTÖKSENTEKOON – VIDEOYHTEYS TUO METSÄN YMPÄRISTÖPÄÄKAUPUNGIN ETÄPALAVEREIHIN | 2      | 144k                        |

Lahti Green Capital julkaisi yhteensä **111 tiedotetta**. Näistä merkittävää näkyvyyttä sai **8 tiedotetta**, jotka aiheuttivat selkeän piikin kokonaisnäkyvydessä.

- 1 (5.1.2021) EUROOPAN YMPÄRISTÖPÄÄKAUPUNKIVUODEN AVAJAISET OVAT [KAIKKIEN LAHTELAISTEN JUHLA](#)
- 2 (15.1.2021) KANNANOTTO JÄÄLLÄ: UUSI PELINUMERO JOKAISELLE [PELICANS-PELAAJALLE](#)
- 3 (15.2.2021) YMPÄRISTÖPÄÄKAUPUNGIN KAUPUNKISUKSET HERÄTTIVÄT [HUOMIOTA MAAILMANLAAJUISESTI](#)
- 4 (3.6.2021) LAHTI KUTSUU LUONNON MUKAAN PÄÄTÖKSENTEKOON – VIDEOYHTEYS TUO METSÄN [YMPÄRISTÖPÄÄKAUPUNGIN ETÄPALAVEREIHIN](#)
- 5 (10.6.2021) YMPÄRISTÖPÄÄKAUPUNKI LAHTI JA ANT BREW LANSEERAAVAT OLUTSARJAN KAUPUNGIN MAUISTA – [OSA VOI YLLÄTTÄÄ](#)
- 6 (3.8.2021) JÄÄTEOS HELSINGIN KANSALAISTORILLA MUISTUTTAA [ILMASTONMUUTOKSEN UHKISTA](#)
- 7 (31.8.2021) YMPÄRISTÖPÄÄKAUPUNKI LAHTI VIE ETÄTYÖN METSÄÄN – HAE ENERGIAA [TYÖPÄIVÄÄSI LUONTOKONTTORILTA](#)
- 8 (30.11.2021) LAHTI JUHLII VIIKONLOPPUNA [YMPÄRISTÖPÄÄKAUPUNKIVUODEN HUIPENNUSTA](#)

1

YMPÄRISTÖPÄÄKAUPUNKI LAHTI JA ANT  
BREW LANSEERAAVAT OLUTSARJAN  
KAUPUNGIN MAUISTA – OSA VOI YLLÄTTÄÄ



117 uutisartikkelia

2

KANNANOTTO JÄÄLLÄ: UUSI PELINUMERO  
JOKAISELLE PELICANS-PELAAJALLE



40 uutisartikkelia

3

YMPÄRISTÖPÄÄKAUPUNKI LAHTI VIE  
ETÄTYÖN METSÄÄN – HAE ENERGIAA  
TYÖPÄIVAASI LUONTOKONTTORILTA



36 uutisartikkelia

4

EUROOPAN  
YMPÄRISTÖPÄÄKAUPUNKIVUODEN  
AVAJAISET OVAT KAIKKIEN LAHTELAISTEN  
JUHLA



33 uutisartikkelia

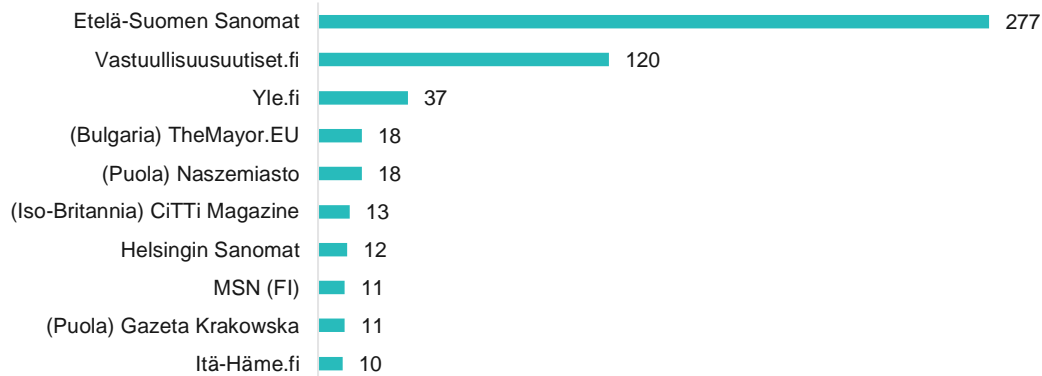
5

JÄÄTEOS HELSINGIN KANSALAISTORILLA  
MUISTUTTAA ILMASTONMUUTOKSEN  
UHKISTA

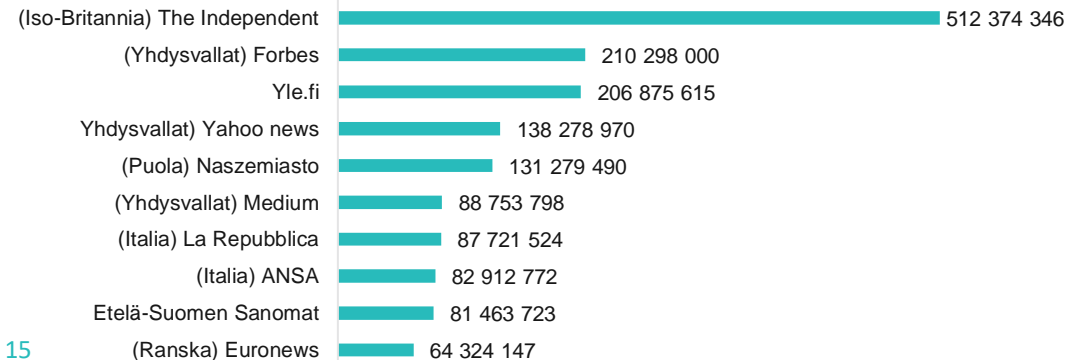


31 uutisartikkelia

## ENITEN KIRJOITTANEET MEDIAT



## ENITEN TAVOITTANEET MEDIAT



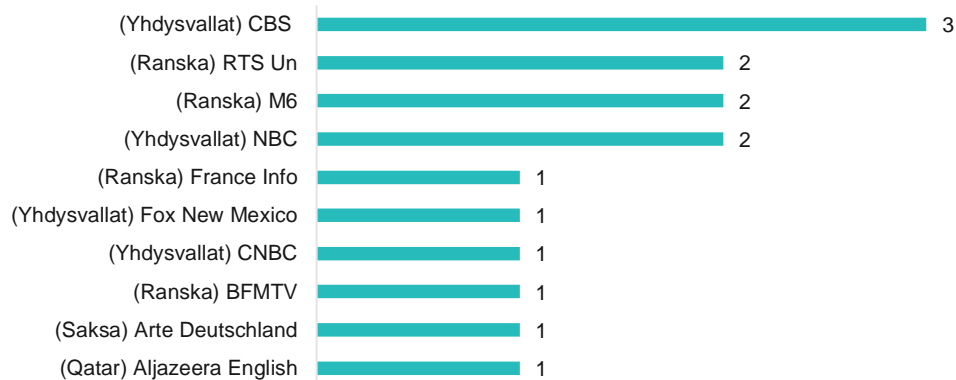
### Artikkeleiden määrä

- Eniten Lahden ympäristöpääkaupunkiudesta uutisoi Etelä-Suomen Sanomat 277 artikkelilla.
- Yhteensä yhden tai useamman artikkelin liittyen Lahteen julkaisi 756 eri lähdettä.
- Top 10 eniten kirjoittaneet median joukossa oli 4 ulkomaista lähdettä, joista 4 EU:n alueelta ja yksi Iso-Britanniasta.

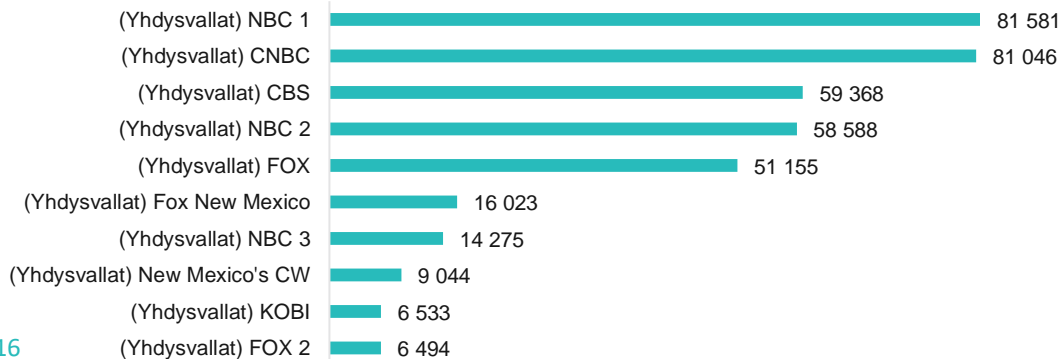
### Potentiaalisen tavoittavuuden määrä

- Suomessa valtakunnallisista medioista Yle ja paikallisista Etelä-Suomen Sanomat tavoittivat potentiaalisesti vertailussa eniten.
- Top 10 eniten potentiaalisesti tavoittaneen median joukossa oli 8 ulkomaista lähdettä, joista 4 EU:n alueelta, 3 Yhdysvalloista ja yksi Iso-Britanniasta.
- Lahden ympäristöpääkaupunki keräsi vuoden 2021 aikana 1 624 digitaalisen uutismedian julkaisua. Nämä julkaisut keräsivät yhteensä 2 925M potentiaalista katselukertaa.

## ENITEN MAININNEET KANAVAT



## ENITEN TAVOITTANEET KANAVAT



### Kanavien määrä

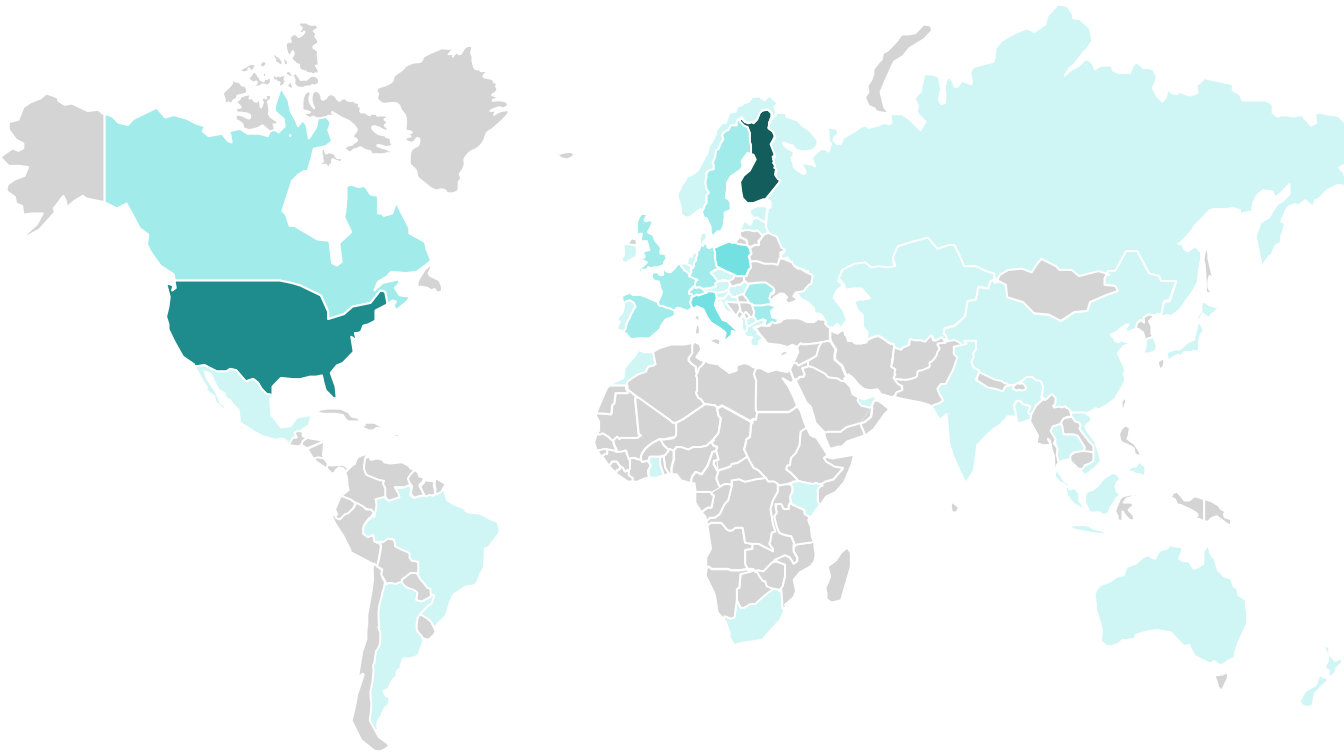
- Eniten Lahden ympäristöpääkaupunkiudesta uutisoi Yhdysvaltalainen CBS kolmella lähetyksellä.
- Radio- ja TV-lähetyksiä, jotka mainitsivat Lahden Euroopan ympäristöpääkaupunkina, oli yhteensä 37.
- Lähetykset tulivat yhteensä 32 Radio- tai TV-kanavalta.
- Eniten lähetyksiä tuli Yhdysvalloissa, 30 kappaletta.

### Potentiaalisen tavoittavuuden määrä

- Radio- ja TV-lähetykset keräsivät yhteensä 407 594 potentiaalista näkijää tai kuulijaa.
- Eniten näkyvyyttä syntyi Yhdysvalloissa, joista nousi top 10 eniten tavoittaneen kanavan joukkoon peräti kaikki kanavat.



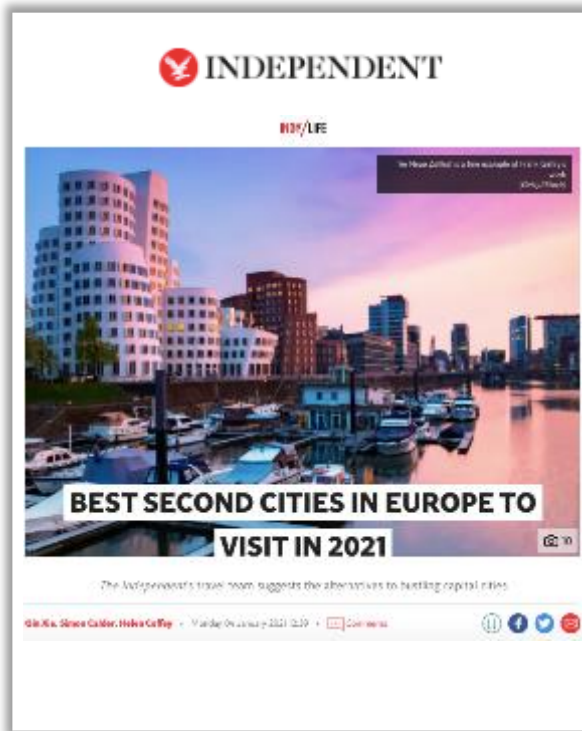
# Projektin kokonaisnäkyvyys I Maantieteellinen jakauma



Lista EU-maista

|            |     |
|------------|-----|
| Suomi      | 703 |
| Puola      | 122 |
| Italia     | 93  |
| Espanja    | 50  |
| Saksa      | 44  |
| Ranska     | 38  |
| Romania    | 33  |
| Belgia     | 31  |
| Ruotsi     | 23  |
| Bulgaria   | 19  |
| Viro       | 11  |
| Irlanti    | 9   |
| Portugali  | 8   |
| Alankomaat | 8   |
| Slovenia   | 7   |
| Tanska     | 5   |
| Kroatia    | 5   |
| Unkari     | 2   |
| Kreikka    | 2   |
| Itävalta   | 1   |
| Luxembourg | 1   |
| Latvia     | 1   |
| Tsekki     | 1   |

Projektin näkyvyys kaikkiaan 56 eri maassa ja 23 Euroopan maassa.



Ilta-Lehti, Elokuu 11, 2021

Potentiaalinen tavoitavuus: 4,000,000

[Linkki artikkeliin](#)

The Independent, Tammikuu 4, 2021

Potentiaalinen tavoitavuus: 76,000,000

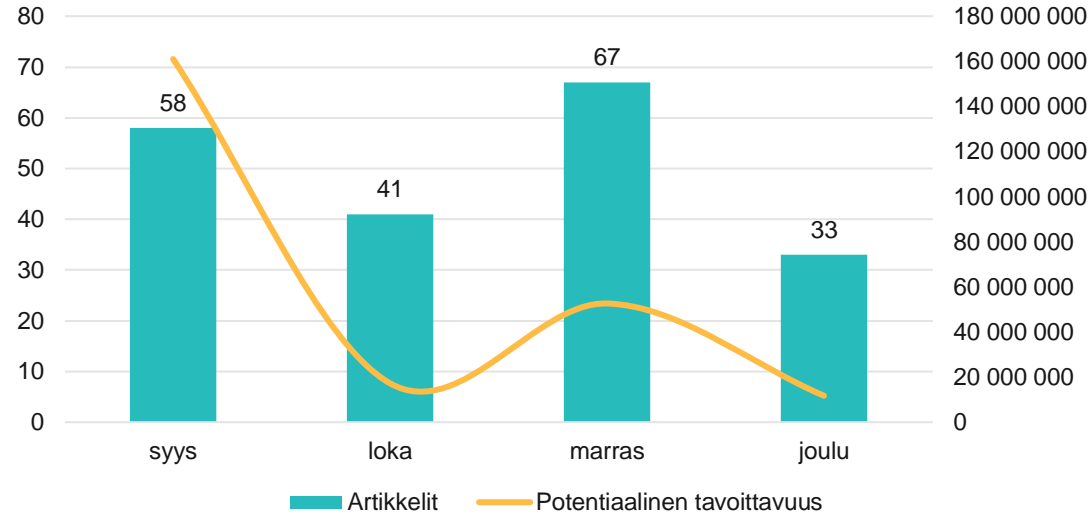
[Linkki artikkeliin](#)

Yle, Tammikuu 20, 2021

Potentiaalinen tavoitavuus: 6,000,000

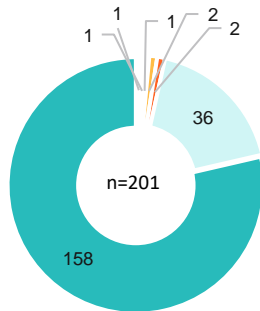
[Linkki artikkeliin](#)

# Projektin kokonaisnäkyvyys | Julkistussyksy 2019



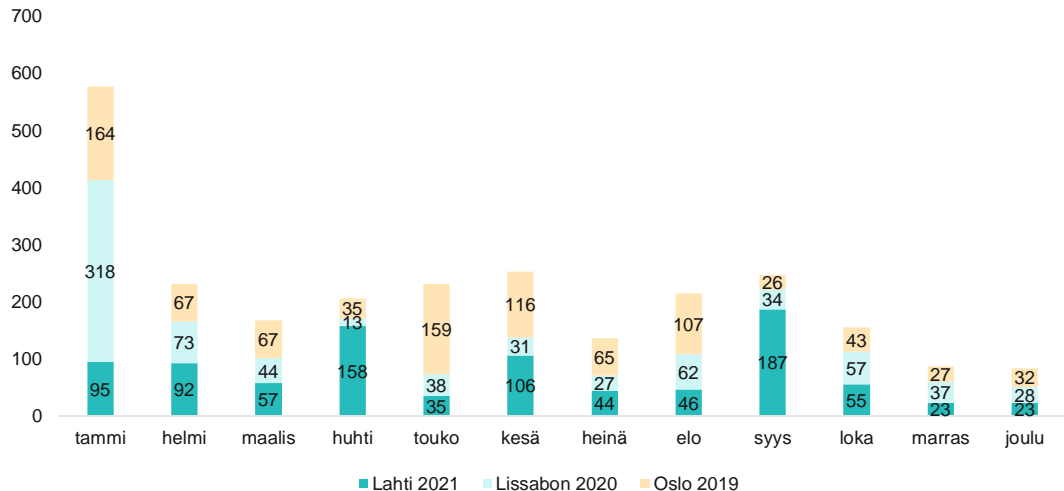
- Egypti
- Venäjä
- Yhdysvallat
- Australia
- Kiina
- Eurooppa
- Suomi

Aluejakauma

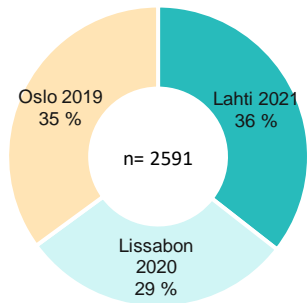


- Julkistussyksynä 2019 Lahden kaupunkiin ja sen valintaan Euroopan ympäristöpääkaupungiksi liittyen julkaistiin yhteensä **199 artikkelia**, joiden potentiaalinen tavoitavuus oli **242 miljoonaa potentiaalista katselukertaa**.
- Näkyvyydestä suurin osa tuli Suomesta, 158 artikkelin verran, mikä muodosti 79% koko näkyvyydestä. Euroopassa näkyvyyttä syntyi 36 artikkelia, joista Espanjassa julkaistut 12 artikkelia liittyen [Murcian osallisuuteen 2022 ympäristöpääkaupunkikisassa](#) oli suurin yksittäinen teema.
- Syksyn 2019 kärkiteemoja olivat Lahden valmistautuminen ympäristöpääkaupunkiuteen saamalla [valtiolta tukea](#) ja lähettämällä delegaatioita oppimaan Helsinkiin, [Belgiaan ja Alankomaaihin](#). Lisäksi [Hannu Rahkonen](#) valittiin kaupunkivaltuuston johtoon ja vähän autoilevia Lahtelaisia alettiin [palkitsemaan ympäristöteostaan](#).

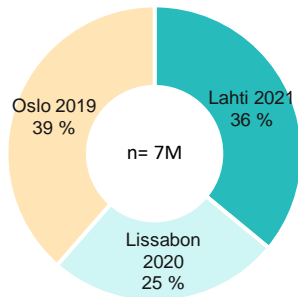
# Projektin kokonaisnäkyvyys | Lahti vs Oslo vs Lissabon



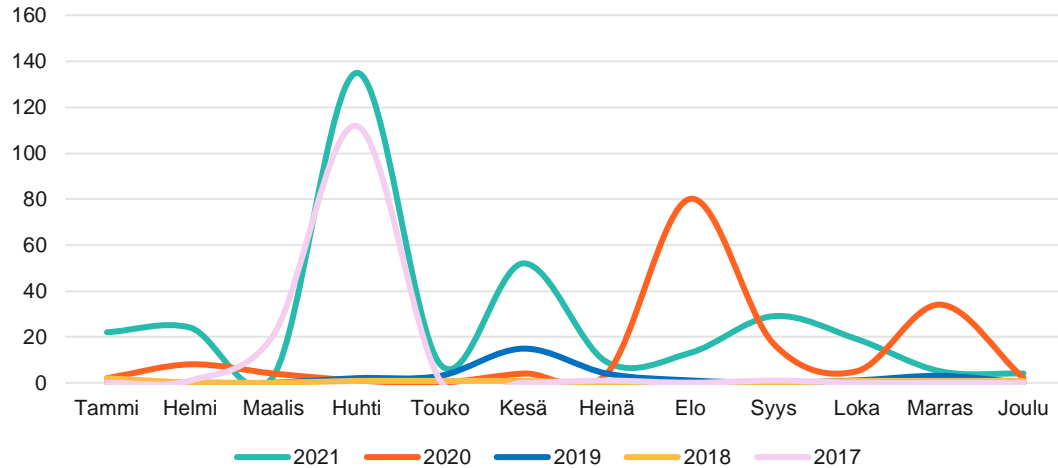
Artikkelijakauma



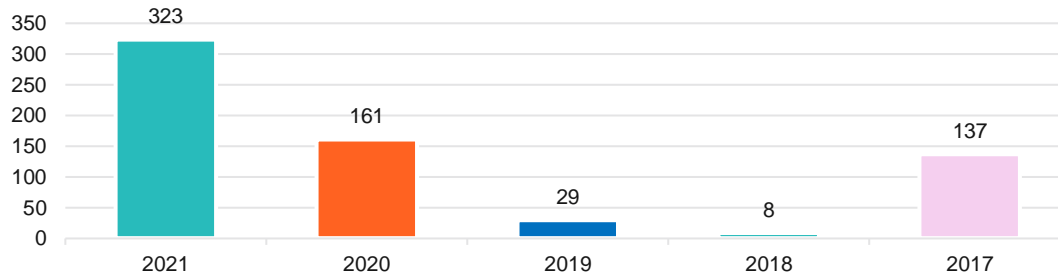
Potentiaalisen tavoittavuuden jakauma



- Artikkelimäärällä mitattuna Lahti 2021 mainittiin kansainvälisellä tasolla enemmän kuin Lissabon 2020 ja Oslo 2019. Potentiaalisessa tavoitavuudessa puolestaan Lahti 2021 taipui vertailussa vain niukasti Oslolle 2019, mutta ohitti Lissabonin 2020.
- Kuukausivertailussa on huomionarvoista, että ympäristöpääkaupungeilla on tapana saada eniten näkyvyyttä heti vuoden alussa. Lahti 2021 sai omana tarkastelutammikuunaan kuitenkin suhteellisesti vähemmän näkyvyyttä kuin Oslo 2019 ja Lissabon 2020. Syyskuussa, jolloin seuraavien vuosien ympäristöpääkaupungeista yleensä päätetään, Lahti 2021 oli kuitenkin osana huomattavasti suurempaa määrää artikkeleita kuin Oslo 2019 ja Lissabon 2020.
- Kuten aiemmillä dioilla on tarkasteltu, suurin osa Lahti 2021 näkyvyydestä tuli erityisesti kampanjoihin ja tempauksiin liittyen. Oslo 2019 osalta uutiskärkinä toimi puolestaan esimerkiksi [kunnianhimoisiin päästövähennyksiin](#) viittaavat artikkelit. Lissabon 2020 tuli kansainvälisesti tutuksi puolestaan erityisesti [liikenteen päästöjen hallitsemisen](#) välityksellä.

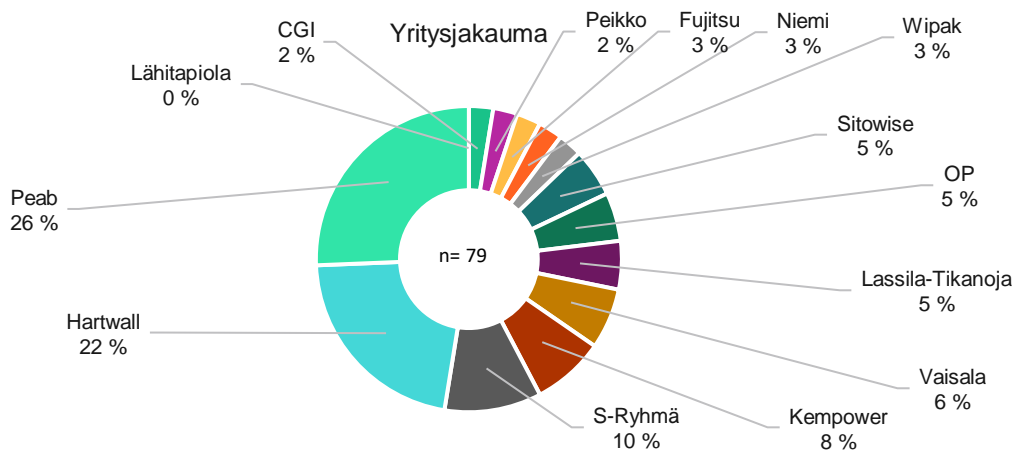
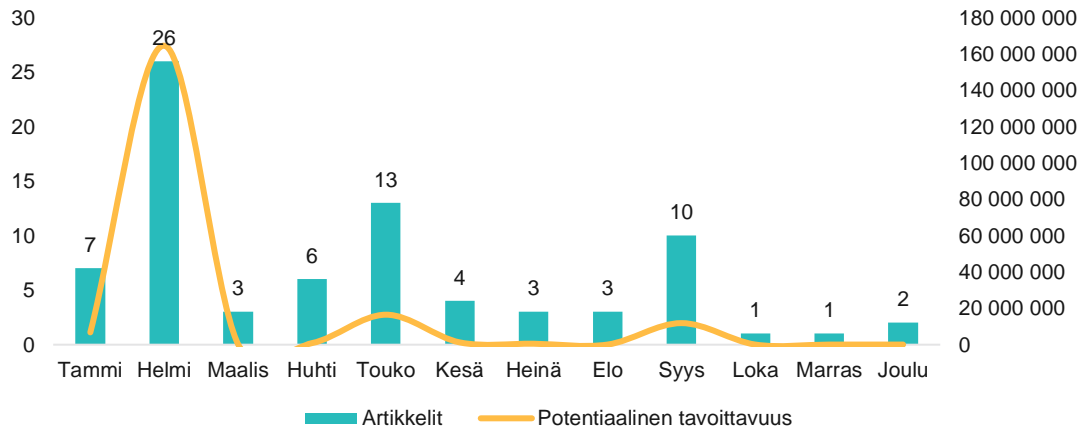


Artikkelit vuositasolla

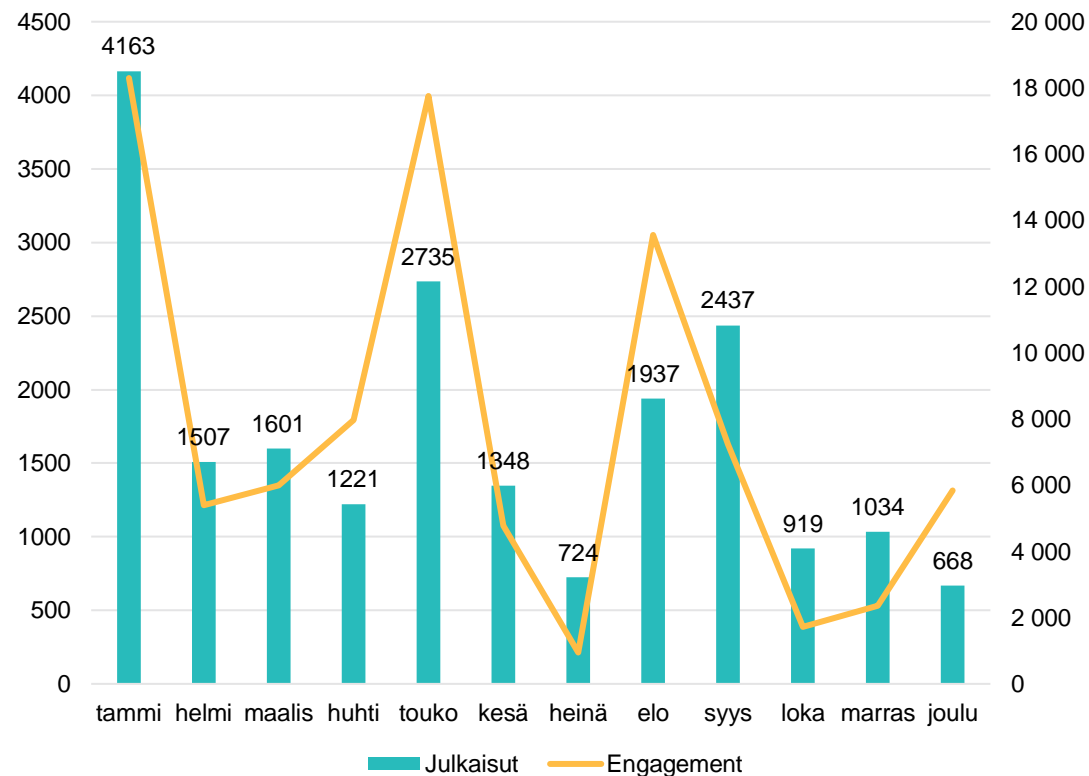


- Lahden saamaa medianäkyvyyttä tutkittiin yleisimpien ympäristöaiheiden yhteydessä ja suurimmilla eurooppalaisilla kielillä,
- Artikkelimäärällä mitattuna Lahti mainittiin kansainvälisellä tasolla vähintään 24 prosenttiyksikköä, eli 162 artikkelia enemmän kuin minään aiempana tarkasteluvuonna. Lahti mainittiin toiseksi eniten artikkeleissa vuonna 2020, ja kolmanneksi eniten vuonna 2017. Vähiten Lahti keräsi kansainvälisiä mainintoja ympäristöteemoihin liittyen vuonna 2018.
- Kuukausivertailussa on huomionarvoista, että Lahtea koskeva näkyvyys keskittyi läpi vuosien vuoden keskivaiheille, huhtikuusta syyskuuhun.
- Vuoden 2021 suurin uutispiikki tuli huhtikuussa, jolloin uutisoitiin Lahden Seudun Liikenteen aurinkoenergiakokeilusta liittyen [aikataulunäyttöihin](#).
- Vuonna 2020 eniten artikkeleita tuli elokuussa, mutta aihe oli sama kuin vuonna 2018 – [ympäristöystävällisten Lahtelaisten palkitseminen](#).
- Vuonna 2019 Lahden näkyvyys huippu tuli kesäkuussa, jolloin uutisoitiin [tulevasta ympäristöpääkaupunkiudesta](#).
- Vuonna 2018 Lahdesta uutisoitiin eniten tammikuussa, jolloin aiheena oli sovellus, jonka avulla [Lahtelaisia palkitaan vähäisistä liikennepäästöistä](#).
- Vuoden 2017 suurin yksittäinen uutisaihe tuli niin ikään huhtikuussa, jolloin uutisoitiin Lahti Energia Oyn ja Amec Foster Wheelerin yhteistyösopimuksesta, jonka myötä biomassan polttamisella saataisiin [kaupungin hiilijalanjälkeä alas](#).

# Projektin kokonaisnäkyvyys | Kumppanien medianäkyvyys



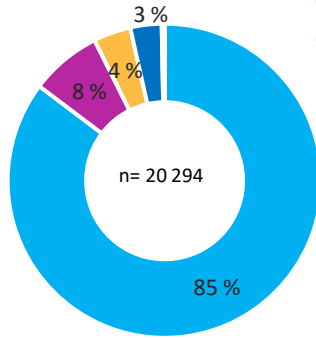
- Artikkelimäärällä mitattuna Lahti mainittiin kumppaniyritystensä yhteydessä vuonna 2021 **79 artikkelissa**, joiden potentiaalinen tavoitavuus oli **202M potentiaalista katselukertaa**.
- Näkyvyysshuippu sekä artikkelimäärältä että tavoitavuudelta saavutettiin helmikuussa, jolloin uutisoitiin [Peabin alkavan valmistaa asfalttia fossiilivapailla polttoaineilla Lahdessa](#). Näkyvyyttä kumppaniyritysten tuella syntyi erityisesti alkuvuodesta.
- Peab oli eniten näkyvyyttä antanut yhteistyökumppani. Suhteellisen merkittävää näkyvyyttä syntyi myös Hartwalliin ja S-Ryhmään liittyen. Valtaosa kumppaneista poiki Lahdelle ja ympäristöpääkaupunkiudelle 2-6 artikkelia.
- Merkittävimmät kumppaniyritysten yhteydessä maininnan tuottaneet artikkelit liittyivät [Lassilan & Tikanojan](#) biokaasun käyttöön, [Vaisalan](#) kanssa pilotoituun ilmanlaaturatkaisuun ja jo aiemmin mainittuun Peabin asfalttiuutisointiin.



- Tammikuussa** alkaa Lahden Euroopan ympäristöpääkaupunki taival. Uutinen saa paljon näkyvyyttä ja reaktioita erityisesti Twitterissä. Kiinan valtionmedia [China Daily julkaisee asian tiimoilta Twitterissä lyhyen videon](#) joka tavoittaa potentiaalisesti yli 4,3 miljoonaa seuraajaa. Eniten reaktioita saa Formula 1 tähti [Valtteri Bottaksen julkaisu](#), johon on tagätty @GreenLahti2021.
- Toukokuussa** julkaisujen määrää nostaa [Euroopan Green Week, jonka avaa Lahden kaupunginjohtaja Pekka Timonen](#). Reaktioiden ja potentiaalisen tavoitavuuden määrää nostaa [F1 tähti Valtteri Bottaksen julkaisu](#), johon on tagätty @GreenLahti2021. Lisä näkyvyyttä tuo myös entisen [Suomen pääministerin Alexander Stubbin jakamaa Pekka Timosen twiitti](#), jossa tämä kertoo World Economic Forumien pitävän Lahtea yhtenä Euroopan edelläkävijäkaupungeista ympäristöasioissa.
- Elokuussa** sosiaalisen median reaktioiden määrää nostaa [F1 tähti Valtteri Bottaksen twiitti](#), johon on tagätty @GreenLahti2021. Twiitin tavoitavuutta lisää entisestään se, että siihen on tagätty myös ammattipyöräilijä Tiffany Jane. Elokuussa Lahden kaupungin julkaisema ICE-jääteos lisää osumien ja potentiaalisen tavoitavuuden määrää. Esimerkiksi [Euroopan komissio julkaisee](#) asiasta omalla Twitter tilillään.
- Syyskuussa** valitaan Euroopan ympäristöpääkaupunki vuodelle 2023. [Valinta osuu Tallinnaan](#).
- Lahden ympäristöpääkaupunki keräsi vuoden 2021 aikana 20 294 sosiaalisen median julkaisua. Nämä julkaisut keräsivät yhteensä 91 869 reaktiota sosiaalisessa mediassa.

Kanavajakauma

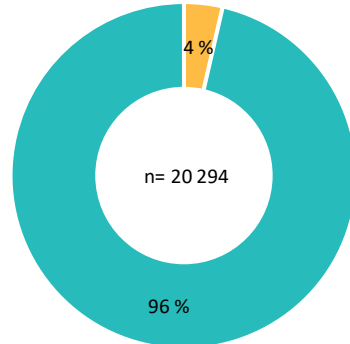
- Twitter
- Instagram
- Blogs
- Facebook
- Forums
- Reddit
- Youtube
- Pinterest



| Kanava    | Julkaisut |
|-----------|-----------|
| Twitter   | 17 308    |
| Instagram | 1491      |
| Blogit    | 781       |
| Facebook  | 654       |
| Forumit   | 29        |
| Reddit    | 16        |
| Youtube   | 14        |
| Pinterest | 1         |

Ansaittu näkyvyys Twitterissä

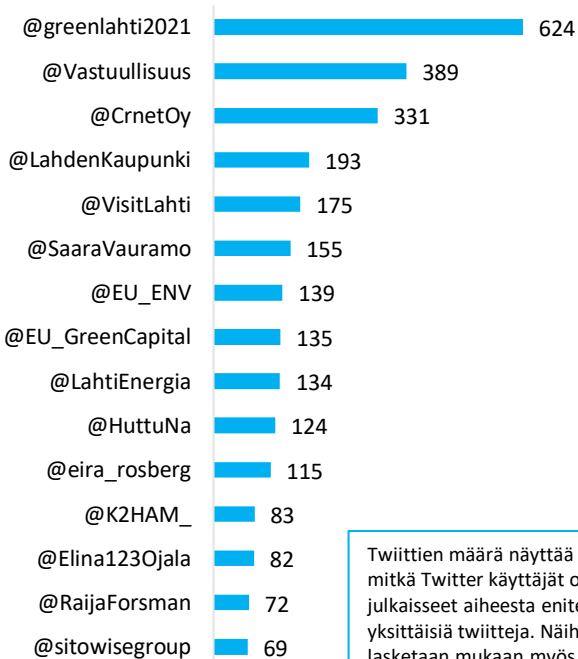
- Oma
- Ansaittu



- Ylivoimaisesti suosituin sosiaalisen median kanava oli Twitter. Twitterin ylivoimaa selittää se, että monet uutiskanavat jakavat omia uutisiaan juuri Twitterissä, minkä lisäksi Lahti tiedotti monista ympäristökaupunki kampanjoista Twitterissä.
- Ansaittu näkyvyys Twitterissä tarkoittaa kaikkea sitä sisältöä, mitä @greenlahti2021 tililtä ei ole julkaistu. Ahkerasti aiheesta twiitanneita kanavia olivat Vastuullisuus uutiset sekä kestävän liiketoiminnan ja hyvän hallinnon konsulttitoimisto CRnet Oy. Lisäksi Lahden kaupungin ja Visit Lahti Twitter tilit julkaisivat paljon twiitteja.
- Twitter reaktioista, peräti 37% tuli F1 tähti Valtteri Bottaksen julkaisemista twiiteista. @greenlahti2021 tilin lisäksi, Lahden kaupunginjohtaja Pekka Timosen julkaisut keräsivät paljon reaktioita.
- Twitterissä yhteensä **6 796** tiliä julkaisi vähintään yhden twiitin jossa mainittiin Lahti ympäristöpääkaupunkina.

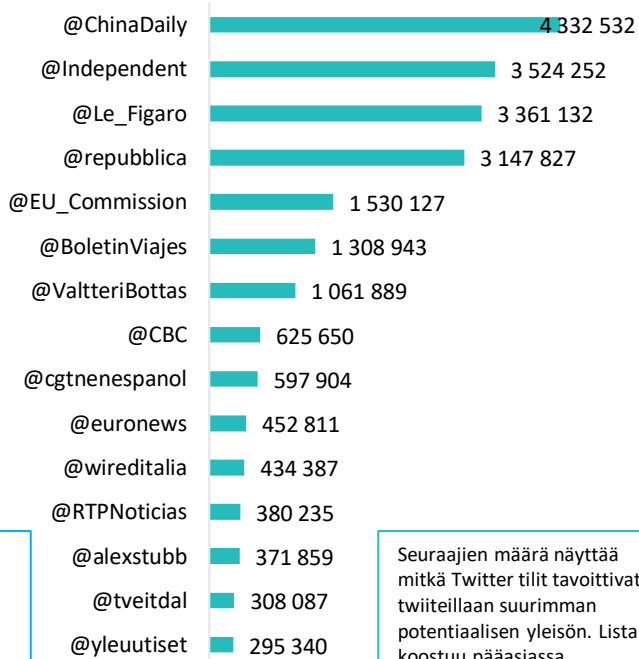


## Twiiitten määrä



Twiiitten määrä näyttää mitkä Twitter käyttäjät ovat julkaisseet aiheesta eniten yksittäisiä twiitteja. Näihin lasketaan mukaan myös twiittien uudelleen jaot.

## Seuraajien määrä



Seuraajien määrä näyttää mitkä Twitter tilit tavoittivat twiiteillaan suurimman potentiaalisen yleisön. Lista koostuu pääasiassa uutistoimistojen ja julkisuudenhenkilöiden virallisista tileistä.

## Reaktioiden määrä



Reaktioiden määrä näyttää mitkä twitter tilit keräsivät eniten reaktioita omille twiiteilleen. Reaktioihin sisältyvät uudelleen jaot, tykkäykset ja twiitin lainaukset.

# Projektin kokonaisnäkyvyys | Nostot omasta Twitter näkyvyydestä



**greenlahti2021**  
@GreenLahti2021

The Green Growth Forum organized by #Lahti #EUGreenCapital goes 100% VIRTUAL AND FREE.  
♥ Same dates  
♥ Same agenda  
Welcome to join us anywhere in the world. #greenlahti #investing #greengrowthforum events.liveto.io/events/green-g...  
Käynnä Twitter

GREEN GROWTH FORUM / 14.-15.9. / 100% VIRTUAL & FREE

SIRPA PIETIKÄINEN  
JARI LEPPÄNEN  
TOMMAS VUOLTEENHO

Sirpa Pietikäinen ja 5 muuta

9:54 ap. - 23. elokuu, 2021 · Twitter Web App

22 uudelleentwiittausta · 253 tykkäystä

**greenlahti2021**  
@GreenLahti2021

Euroopan ympäristöpääkaupunki #Lahti on luonut uuden työnteon mallin. Uusia, kuudesta valmistettuja Viita-metsätyöpisteitä löytyy syyskuun ajan ympäri Lahden luontoa. Tule uudistamaan tapasi tehdä etätöitä! 🌲  
#Viita #ViitaWorkstation #TehtyKestäväksi #ympäristöpääkaupunki

9:03 ap. - 31. elokuu, 2021 · Twitter Web App

26 uudelleentwiittausta · 27 twiitin lainaukset · 143 tykkäystä

**greenlahti2021**  
@GreenLahti2021

Our bold 🌱 goals:  
✔️ #carbonneutral 2025  
✔️ cut down #GreenHouse #GasEmission by 80% in 2025 compared to the levels of 1990  
✔️ #zerowaste #circulareconomy by 2050  
✔️ protect nature and groundwater areas  
✔️ encourage people to use sustainable modes of transport  
#EGCA2021 #EnduringChange  
Käynnä Twitter

9:07 ap. - 4. tammikuu, 2021 · Twitter Web App

15 uudelleentwiittausta · 2 twiitin lainaukset · 112 tykkäystä

**Greenlahti2021**, elokuu 23, 2021  
Potentiaalinen tavoitavuus: 2 996 seuraajaa  
[Linkki twiittiketjuun](#)

**Greenlahti2021**, elokuu 31, 2021  
Potentiaalinen tavoitavuus: 2 996 seuraajaa  
[Linkki twiittiketjuun](#)

**Greenlahti2021**, tammikuu 4, 2021  
Potentiaalinen tavoitavuus: 2 996 seuraajaa  
[Linkki twiittiketjuun](#)

# Projektin kokonaisnäkyvyys | Nostot ansaitusta Twitter näkyvyydestä



Valtteri Bottas  
@ValtteriBottas

Happy Holidays 🎄

#VB77 #Nastola +  
@GreenLahti2021  
@tiffanycromwell

12.16 ip. - 5. elokuu, 2021 paikasta Nastola, Suomi - Twitter for iPhone

175 uudelleenwittautusta 40 Twiitin lisäosukset 9 443 tykkäystä

AXA IM Italia  
@AXAIM\_IJT

Sapevi che nella città finlandese Lahti vengono premiati quelli che inquinano meno? Chi utilizza meno l'auto, raccoglie più punti da trasformare in biglietti per entrare in piscina o fare la colazione al bar.  
[bit.ly/2LGzGL](https://bit.ly/2LGzGL)

#greencapital #GreenLahti #EGCA2021

12.09 ip. - 11. helmikuu, 2021 - Twitter for Advertisers

283 uudelleenwittautusta 46 Twiitin lisäosukset 1 355 tykkäystä

Sanna Marin  
@MarinSanna

Menestystä #Lahti #EUGreenCapital vuodelle!

greenlahti2021 @GreenLahti2021 - 1b. tammik.

Good morning from #Lahti. It's a beautiful winter day, -23 Celsius ☀️ and we're expecting sunny weather here in the most northern #EUGreenCapital. Don't miss the Opening Ceremony at 11 am CET [greenlahti](https://twitter.com/greenlahti) /en/openingcere...

8.59 sp. - 15. tammikuu, 2021 - Twitter for iPhone

57 uudelleenwittautusta 6 Twiitin lisäosukset 737 tykkäystä

**Valtteri Bottas**, elokuu 5, 2021  
Potentiaalinen tavoitavuus: 906 595  
[Linkki ketjuun](#)

**AXA IM Italia**, helmikuu 11, 2021  
Potentiaalinen tavoitavuus: 1 344  
[Linkki ketjuun](#)

**Sanna Marin**, Lokakuu 20, 2021  
Potentiaalinen tavoitavuus: 201 061  
[Linkki ketjuun](#)



# Digitaalinen uutismedia

---

## Kampanjat



# Digitaalinen uutismedia

---

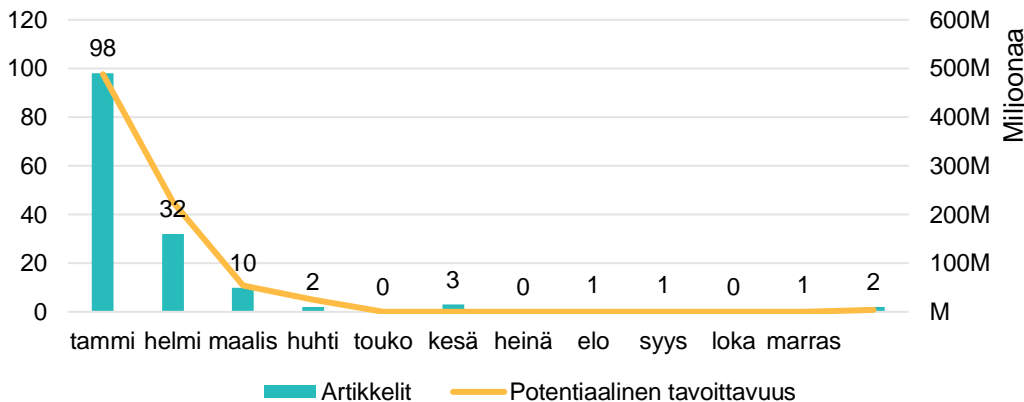
Kaupunkisukset 2021

# Kaupunkisukset | Kuukausittainen näkyvyys 2021



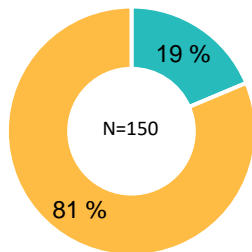
Artikkelit

Potentiaalinen tavoitavuus



## Näkyvyyden jakautuminen

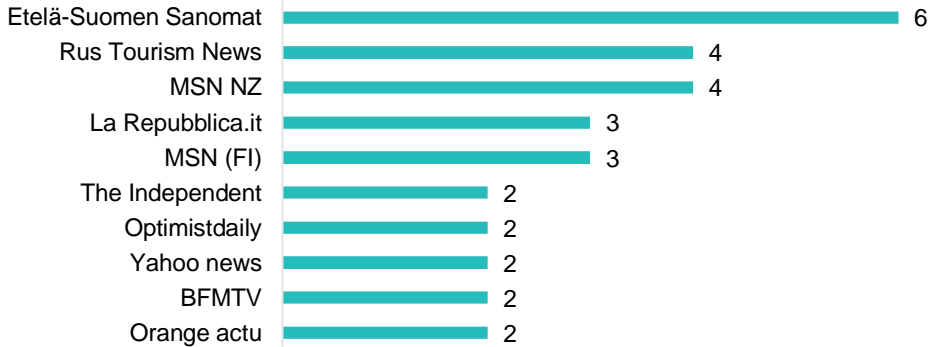
- Kotimainen
- Kansainvälinen



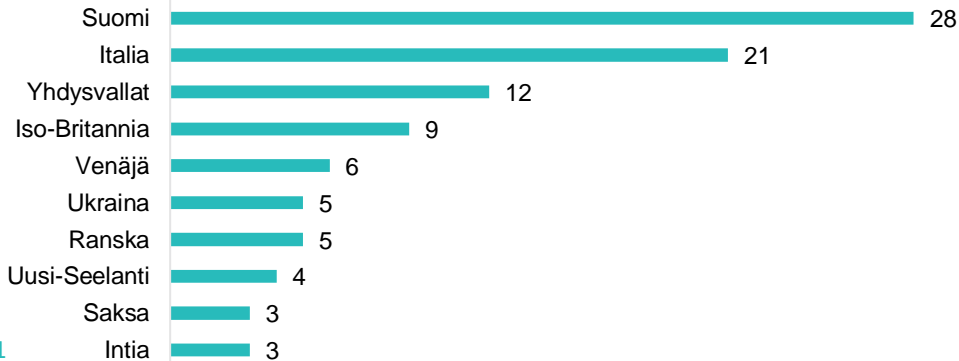
## Näkyvyyspiikit:

- **Tammikuussa** Lahden kaupunkisuksista uutisoitiin laajasti. Monet artikkelit vertasivat niitä kaupunkipyöriin ja ne esiteltiin muutenkin innovatiivisena ja tulevaisuuteen katsovana ratkaisuna. Kaupunkisukset nähtiin myös luontevana osana Lahden ympäristöpääkaupunki teemaa. Käytännössä kaikki merkittävä näkyvyys sijoittui tammikuuhun.
- **Helmikuussa** Etelä-Suomen Sanomat kertoivat kansainvälisten uutistoimistojen kuten Forbesin ja Reutersin uutisoineen kaupunkisuksista.
- Kaupunkisuksien menestyksestä kertoo se, että loppuvuodesta niiden perään kyseltiin Etelä-Suomen Sanomien näppis palstalla.
- Yhteensä kaupunkisuksia käsitteleviä artikkeleita julkaistiin **150 kappaletta** ja niiden potentiaalinen tavoitavuus oli reilu **800 miljoonaa**.

## ENITEN KIRJOITTANEET MEDIAT



## ENITEN UUTISOINEET MAAT



### Artikkeleiden määrä

- Eniten Lahden kaupunkisuksista uutisoiti Etelä-Suomen Sanomat 6 artikkelilla.
- Näistä artikkeleista 2 oli mielipidekirjoituksia, joissa tiedusteltiin milloin kaupunkisukset otetaan käyttöön loppuvuodesta 2021.
- Paikallisuutisten muodossa julkaistut artikkelit sijoittuivat tammikuulle, jolloin kaupunkisukset otettiin ensi kertaa käyttöön.
- Yhteensä 93 mediaa julkaisi artikkelin kaupunkisuksista

### Kansainvälinen huomio

- Suomen lisäksi kaupunkisuksista uutisoitiin erityisesti Italiassa, missä 18 eri mediaa julkaisi niistä artikkeleita.
- Kaupunkisuksista uutisoitiin 27 eri maassa, joista enemmistö sijaitsi Euroopassa.



## Lahti tuo kansan käyttöön kaupunkisukset – lainavälineillä voi ottaa tuntumaa hiihtoon vaikka torin laidalla

Runsa lumi on saanut jopa helsinkiläiset hiihtämään keskellä kaupunkia. Lahti tekee keskustaan latujakin.



Yle, tammikuu 20, 2021

Social Echo: Twitter: 20 | Facebook: 2363

[Linkki artikkeliin](#)

## A City In Finland Has Launched An Urban Ski-Sharing Program



Forbes, tammikuu 27, 2021

Social Echo: Twitter: 23 | Facebook: 1905

[Linkki artikkeliin](#)



## How Lahti earned its place as the Green Capital of Europe

With urban ski sharing, Finland's second-largest city has become a role model by 2022. It's also known as the Green Capital of Europe. Its plan to become a green city means that it's now in the spotlight, writes [Tim Bird](#).



The Independent, helmikuu 27, 2021

Social Echo: Twitter: 96 | Facebook: 1020

[Linkki artikkeliin](#)

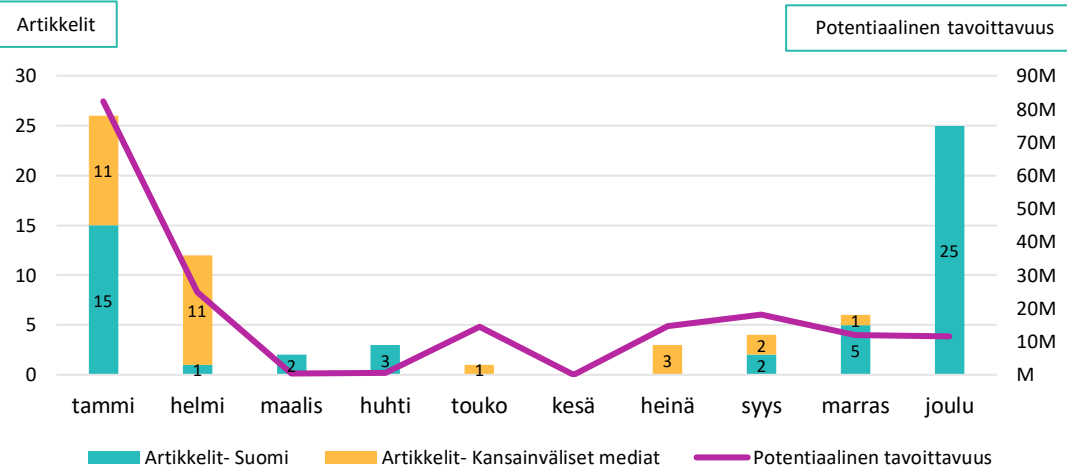




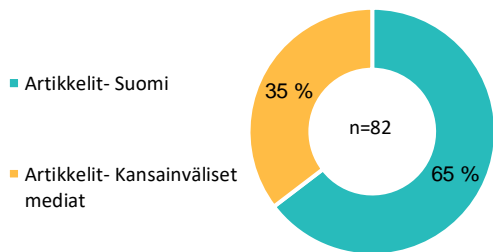
# Digitaalinen uutismedia

---

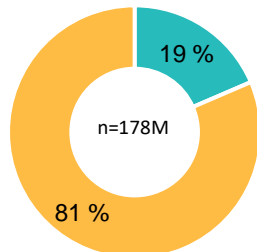
Pelicans 2021



Artikkeleiden jakauma



Potentiaalinen tavoitavuus jakauma



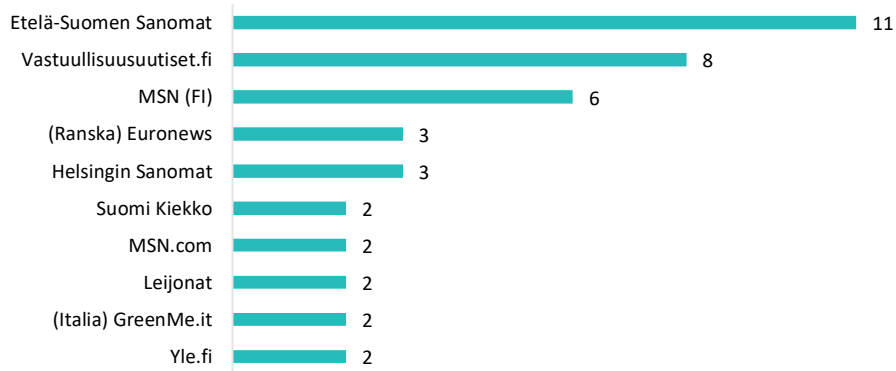
## Näkyvyyspiikit:

- Tammikuussa** Lahden Pelicansin pelipaitojen julkaisu saavuttaa myös kansainvälistä näkyvyyttä. [Reuters UK](#) julkaisee asiasta verkkosivuillaan videoutuisen, joka saa paljon näkyvyyttä niin [suomalaisessa](#) kuin kansainvälisessäkin mediassa.
- Helmikuussa** [Euronews](#) julkaisi pitkän jutun Lahdesta Euroopan ympäristöpääkaupunkina. Artikkelissa mainittiin myös Lahden Pelicansien tavoite olla maailman ensimmäinen hiilineutraali jääkiekkojoukkue. Juttua siteerataan monissa eurooppalaisissa medioissa.
- Joulukuussa** kerrotaan Lahden [Pelicansin ottelun](#) olleen osa Lahden Euroopan ympäristöpääkaupunkivuoden päättäjaisiä. Tämän jälkeen Pelicans mainitaan useassa [suomalaisessa mediassa](#) malliesimerkkinä hiilineutraalisuustavoitteiden toteutuksesta.

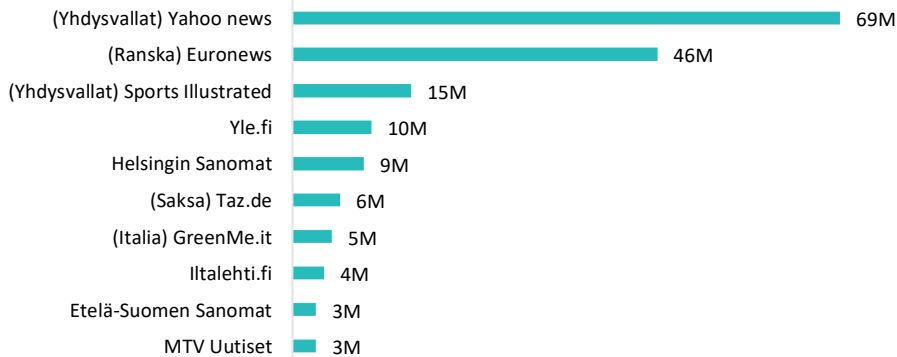
## Näkyvyyden jakautuminen:

- Reutersin julkaisema uutisvideo Lahden Pelicansin hiilineutraalisuustavoitteista toi paljon kansainvälistä näkyvyyttä. Euronewsin artikkeli toi myös kansainvälistä näkyvyyttä. Potentiaalisen tavoitavuuden painottuminen tammi-helmikuulle selittyy näillä kahdella uutisella.

## ENITEN KIRJOITTANEET MEDIAT

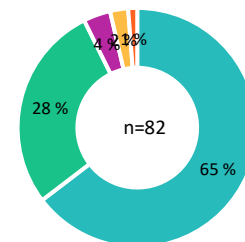


## ENITEN TAVOITTANEET MEDIAT

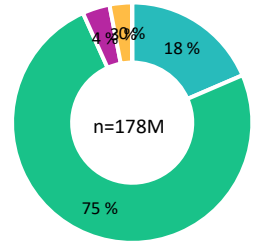


- Eniten Pelicansin hiilineutraalisuustavoitteita käsitteleviä artikkeleita julkaisivat Etelä-Suomen Sanomat ja Vastuullisuus uutiset
- Enemmän kuin yhden uutisen kansainvälisessä mediassa julkaisivat ranskalainen Euronews ja italialainen GreenMe.it
- Suurimman yleisön tavoittivat amerikkalainen Yahoo News, ranskalainen Euronews ja amerikkalainen Sports Illustrated. Yahoo Newsin artikkeli oli Reutersin uutisen uudelleenjulkaisu.
- Amerikkalaisten uutismedioiden suuret potentiaaliset tavoittavuudet selittävät miksi englanninkieliset uutiset kattoivat 75% potentiaalisesta tavoittavuudesta.

Kielijakauma |  
Artikkelit



Kielijakauma |  
Potentiaalinen tavoittavuus



- Finnish
- English
- German
- Italian
- Spanish / Castilian

## ILTALEHTI

UUTiset | POLITTIKKO

### Presidentti Niinistö onnitteli Lahtea – Pelicans pukeutuu lauantaina kantaa ottaviin pelipaitoihin

Lahti juhlii titteliään ympäristöpääkaupunkina.



Iltalehti, tammikuu 15, 2021

Social Echo: Twitter: 12 | Facebook: 562

[Linkki artikkeliin](#)

## yahoo!news

REUTERS

### Finnish ice hockey team goes carbon neutral



Finland is laying claim to the first carbon neutral ice hockey team in the world.

European Green Capital of the year - the small Finnish city of Lahti - is the home of the Lahti Pelicans.

The team proudly debuted their new Green City jersey during a news briefing.

They feature neutral materials and state-of-the-art replacement of their regular players.

Yahoo News, tammikuu 25, 2021

Potentiaalinen tavoitavuus: 69 miljoonaa

[Linkki artikkeliin](#)

## euronews.

### European Green Capital 2021: Six climate-friendly ideas to learn from Lahti in Finland



Finland's ninth largest city is, with its modest population of just 120,000 inhabitants, not used to being a capital.

But this year is different.

Lahti, situated 100 kilometers northwest of the capital Helsinki, is the European Green Capital 2021, recognized from Brussels for cities that have impressive environmental records. The city has pocketed €350,000 and is Europe's green ambassador for the year.

Median nimi, helmikuu 19, 2021

Potentiaalinen tavoitavuus: 15 miljoonaa

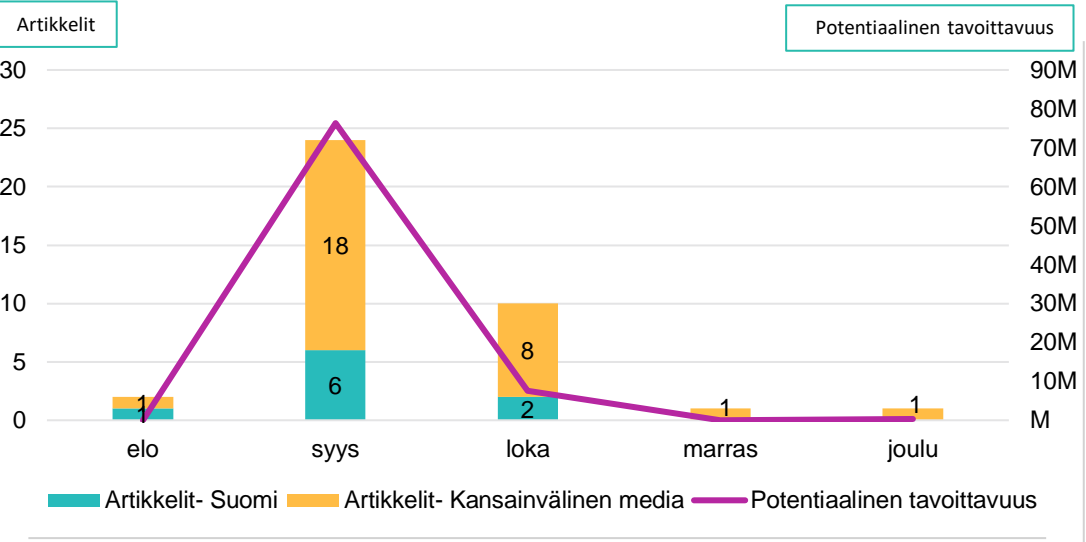
[Linkki artikkeliin](#)



# Digitaalinen uutismedia

---

Metsätyöpiste 08/2021



### Näkyvyyspiikit:

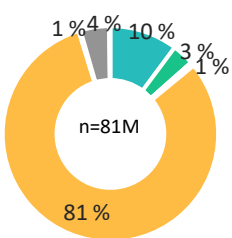
- Metsätyöpiste näkyvyys keskittyi **syys-lokakuulle**. Innovatiivinen keksintö sai myös paljon kansainvälistä näkyvyyttä ympäri maailmaa.
- Kotimaisista medioista erityisesti talousmediat uutisoivat metsään sijoitetuista työpisteistä. Kauppalehden ja Talouselämän julkaisemassa artikkelissa Luken tutkimusprofessori Liisa Tyrvänen piti metsään sijoitettuja etätyöpisteitä hyvinä erityisesti palauttavien taukojen näkökulmasta, kun työpiste sijaitsi palauttavassa ympäristössä.
- Metsätyöpisteet mainittiin yhteensä 38 artikkelissa joiden potentiaalinen tavoitettavuus oli reilu 81 miljoonaa. Korkeatavoitettavuus johtuu kiinalaismedioiden julkaisemista artikkeleista.

### Artikkelit

- Suomi
- Saksa
- Yhdysvallat
- Kiina
- Iso-Britannia
- Muu Eurooppa



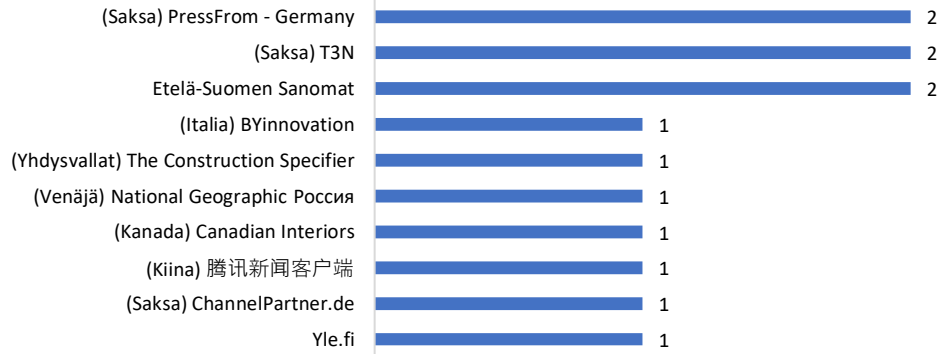
### Potentiaalinen tavoitettavuus



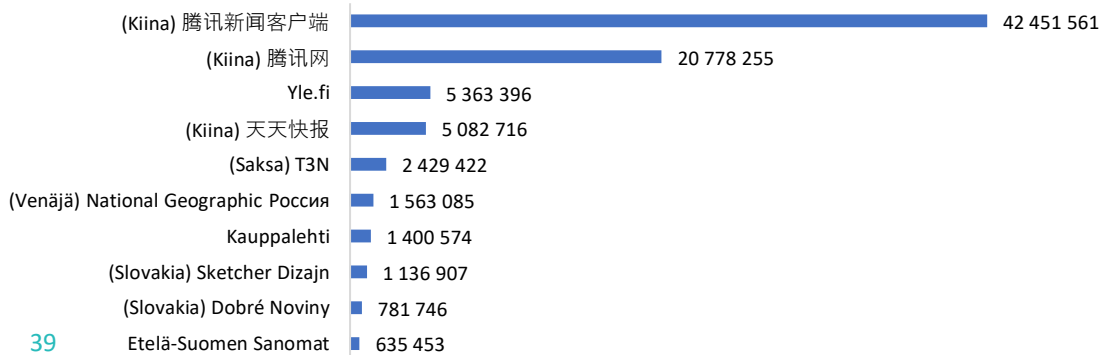
### Näkyvyyden jakautuminen:

- Suomen jälkeen, eniten artikkeleita metsätyöpisteistä julkaistiin Saksassa. Saksassa uutisvälityspalvelu PressFrom ja talouslehti t3n magazine jakoivat metsätyöpisteitä käsitteleviä uutisia, joissa korostettiin Suomen olosuhteita kuten toimivaa internet yhteyttä etätyöpisteiden mahdollistajana.
- Kiinassa metsäetätyöpisteistä uutisoitiin myös uutisvälityspalveluissa. Metsätyöpisteitä pidettiin innovatiivisina ja ekskoottisina.

## ENITEN KIRJOITTANEET MEDIAT



## ENITEN TAVOITTANEET MEDIAT



- Mikään media ei uutisoinut runsaasti metsätyöpisteistä, vaan mediat julkaisivat lähtökohtaisesti yhden artikkelin. Uutinen kiinnosti selkeästi myös kansainvälistä yleisöä, sillä se julkaistiin 16 eri maassa.
- Kiinalaisten uutisvälitystoimistojen artikkeleilla oli suurin potentiaalinen tavoitavuus. Kiinan mediamarkkinan koon vuoksi, mikä tahansa artikkeli joka julkaistaan uutisvälitysten toimesta saavuttaa suuren potentiaalisen yleisön.
- **34** eri uutismediaa julkaisi artikkelin metsätyöpisteistä.



## Kein Strom, keine Toilette, dafür Elche: In Finnland kannst du mitten im Wald arbeiten

Mitten in der Natur arbeiten – im finnischen Lahti ist das jetzt möglich. Das „European Green Capital 2021“ hat vier Arbeitsplätze im Wald eingerichtet. Ob das eine gute Idee ist?



T3n magazine, syyskuu 23, 2021  
Social Echo: Twitter: 12 | Facebook: 202  
[Linkki artikkeliin](#)



## Oletko kokeillut etätyötä luonnossa metsän keskellä? Se on Lahdessa mahdollista, mutta ilkeältä riepoo metsiin pystytettyjä etätyöpaikkoja

Syksyisen luonnon värikyläydestä voi nauttia myös töitä tendin keskellä metsää. Euroopan ympäristöpääkaupunki Lahti toteutti viisi etätyöpistettä kaupungin erilaisiin luontokohteisiin.



Median nimi, lokakuu 10, 2021  
Social Echo: Twitter: 7 | Facebook: 193  
[Linkki artikkeliin](#)



## Лаhti устанавливает станции для удаленной работы прямо в лесу

Официальный блог города Лаhti  
15.09.2021



National Geographic Россия, syyskuu 15, 2021  
Social Echo: Twitter: 2 | Facebook 145  
[Linkki artikkeliin](#)

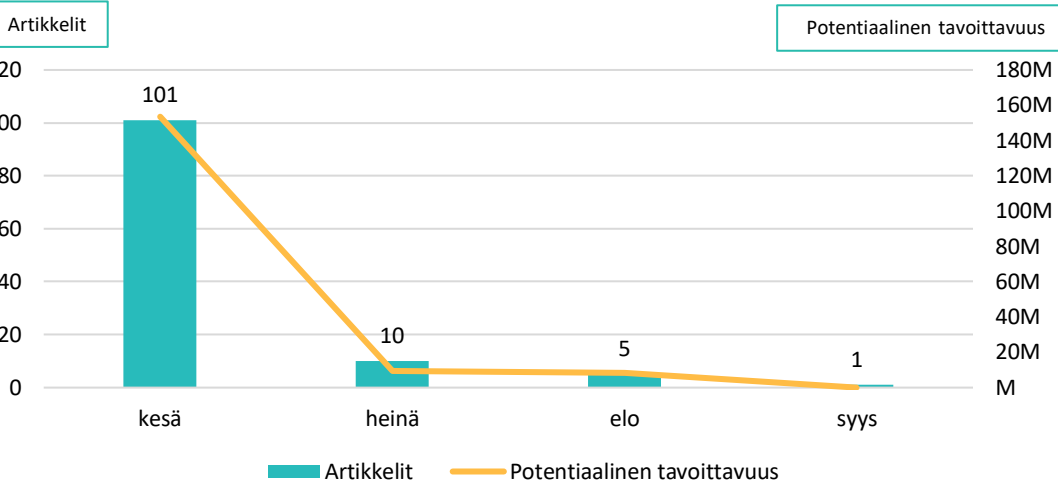




# Digitaalinen uutismedia

---

Kierrätysoluet 06/2021 – 10/2021



## Näkyvyyspiikit

- Kesäkuussa** kierrätysoluet saivat paljon mediahuomiota erityisesti kansainvälisessä mediassa. Uutisoinnissa keskityttiin siihen, että yhdessä kierrätysolueissa hyödynnettiin hanhenjätöksiä. Hanhenjätökset mainittiin otsikkotasolla erityisesti kansainvälisessä mediassa, ja asiasta uutisoitiin lähes jokaisella mantereella.
- Heinäkuussa** uutisointi väheni, mutta tuolloin esimerkiksi Japanissa julkaistiin vasta ensimmäinen uutinen kierrätysoluista.
- Kierrätysoluista julkaistiin **117** artikkelia, joiden potentiaalinen tavoitavuus oli vajaat **171 miljoonaa**.

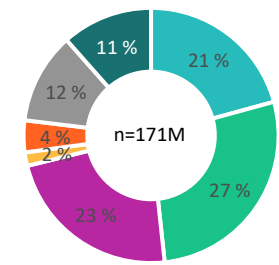
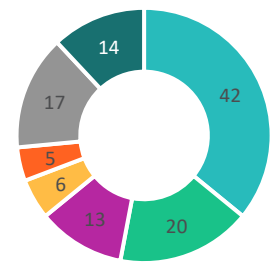
## Näkyvyyden jakautuminen

- Erytisesti Kanadassa Lahden kierrätysoluet saivat paljon näkyvyyttä. Monet [kanadalaiset paikallislehdet](#) julkaisivat saman artikkelin lifestyle ja kulttuuri sivuillaan, mikä nosti kanadalaisten artikkeleiden määrää. Artikkelissa verrattiin Ant Brewt maailmankuuluihin panimoihin, jotka ovat pyrkineet hyödyntämään ruokajätteitä omassa tuotannossaan.
- On hyvä huomioida, ettei mikään kansainvälinen media kirjoittanut kuin korkeintaan kaksi artikkelia kierrätysoluista. Näissä artikkeleissa painopiste oli Ant Brewssä ja Lahti ympäristökaupunkina mainittiin ohimennen.

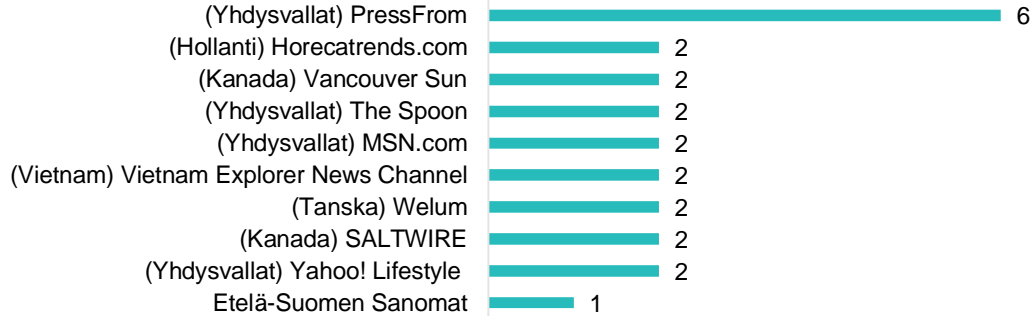
Uutisointi maittain

Osuus potentiaalisesta tavoitavuudesta

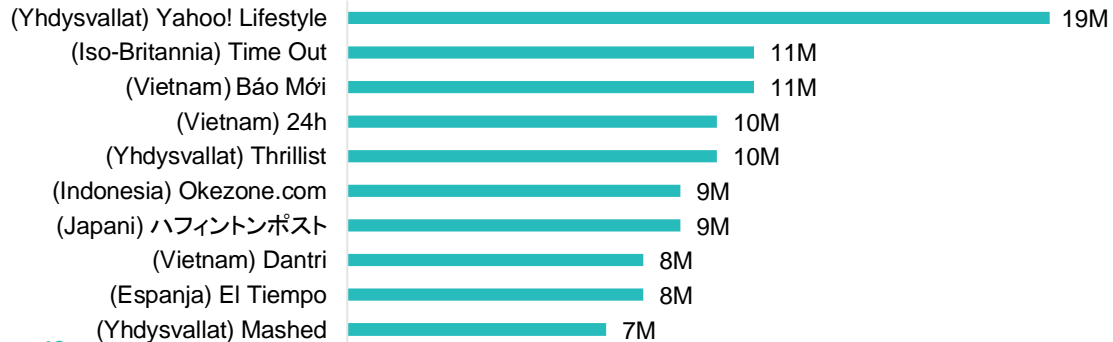
- Kanada
- Yhdysvallat
- Vietnam
- Italia
- Suomi
- Muu Eurooppa
- Muut



## ENITEN KIRJOITTANEET MEDIAT



## ENITEN TAVOITTANEET MEDIAT



- Eniten uutisartikkeleita välitti amerikkalainen PressFrom, joka välitti eri uutistoimistojen artikkeleita neljällä eri kielellä. Toinen merkittävä amerikkalainen uutisartikkeleiden välittäjä oli Yahoo! Lifestyle, jolla on erittäin suuri potentiaalinen tavoitavuus.
- Vietnamissa Bao Moi ja 24h uutisvälitystoimisto välitti myös vietnaminkielisiä uutisia joissa kerrottiin lahtelaisen olutpanimon hyödyntävän hanhenjätöksiä oluentuotannossa.
- Kierrätysoluiden saama kansainvälinen huomio selittyy juuri hanhenjätöstenhyödyntämisen suurella uutisarvolla. Ympäristöystävällinen oluen tuotanto on globaalin mielenkiinnon kohteena, kun eri alat pyrkivät muuttamaan tuotantoaan ympäristöystävällisemmäksi.

## ILTALEHTI

**Nyt saatiin hanhen jätökset hyötykäyttöön – Lahdessa sitä käytetään olueen**

Lahtelainen pienpanimo päätti tehdä jotain sotkuisille puistoille ja samassa syntyi uusi olutmaku.



**Iltalehti**, Kesäkuu 26, 2021

Social Echo: Twitter: 10 | Facebook: 1448

[Linkki artikkeliin](#)

## thrillist

**A Finnish Brewery Is Using Goose Poop to Make a Stout Beer**



The craft beer industry is known to get creative, fearlessly going where other industries are afraid to. Usually, that means new ways of brewing or using local and unique flavors. It can also mean things get a little weird, whether it's infusing beer with a sexual flavor, creating a food children inspired brew, or developing a stout made with goose poop.

**Thrillist**, Kesäkuu 15, 2021

Social Echo: Twitter: 17 | Facebook: 1931

[Linkki artikkeliin](#)

## FOOD & WINE

**This Finnish Brewery Is Using Goose Poop to Make Beer**

The droppings are collected by cleaning up local parks and being turned into a brew to celebrate the city of Lahti's many green initiatives.



After forty years of craft brewing, including an especially wild past decade, so many breweries have tried using so many crazy ingredients that barely anything is shocking. Whole yams, banana tree fermenting, peeps, spicy, final cheddar. We've covered it all. But that's not to say a new beer announcement can't still catch my eye or make them pop out of their sockets like a new beer out of Finland made with the help of some goose poop.

**Food&Wine**, Kesäkuu 11, 2021

Social Echo: Twitter: 42 | Facebook: 1262 | Reddit: 5

[Linkki artikkeliin](#)

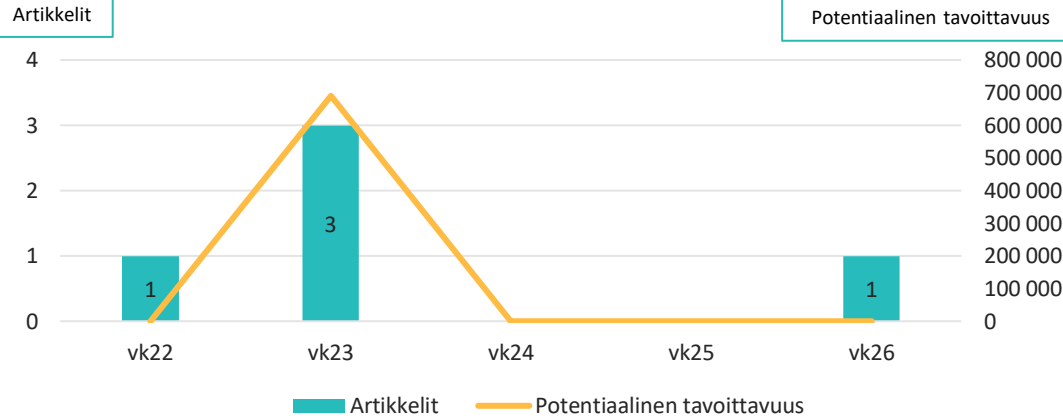


# Digitaalinen uutismedia

---

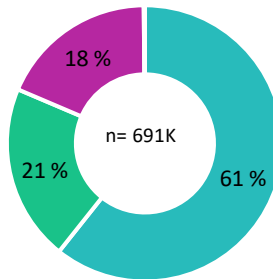
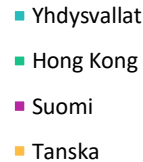
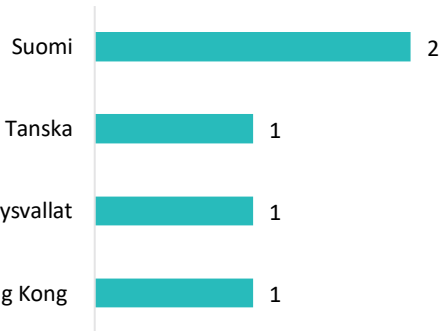
Luonnon palaverikutsu 06/2021

# Luonnon palaverikutsu | Viikottainen näkyvyys



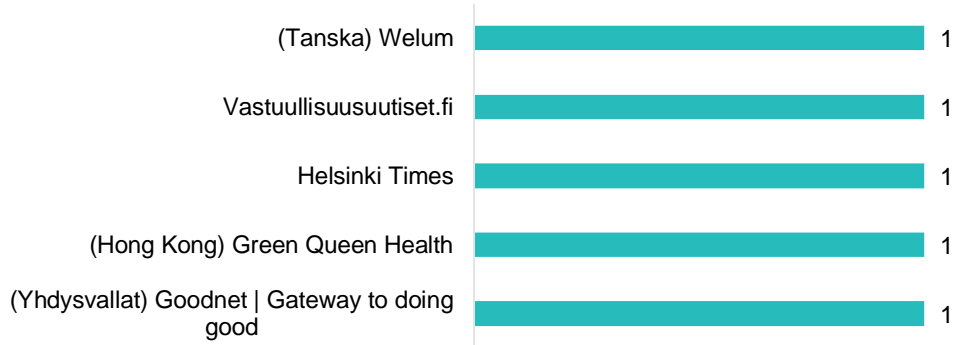
## Top maat

## Potentiaalinen tavoitavuus

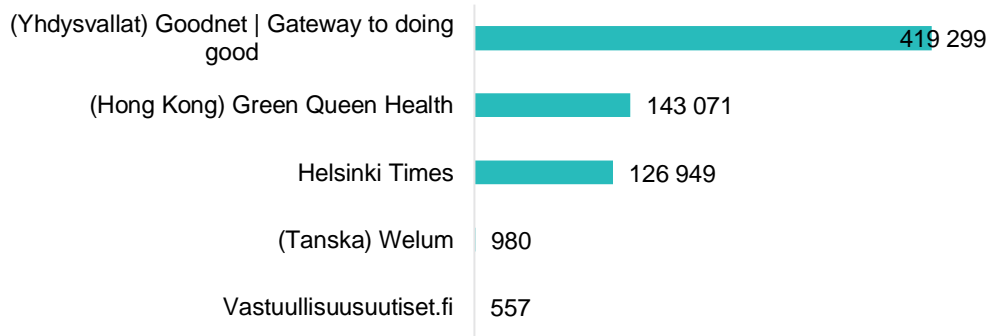


- Lahden kaupungin luonnon palaverikutsu mainittiin 5 uutisartikkelissa. Näiden artikkeleiden potentiaalinen tavoitavuus oli 690 856.
- Asiasta uutisoitiin Suomessa, Tanskassa, Yhdysvalloissa ja Hong Kongissa. Potentiaalisesta tavoitavuudesta suurin osa tuli Yhdysvalloista.

## ENITEN KIRJOITTANEET MEDIAT



## ENITEN TAVOITTANEET MEDIAT



- Yhteensä viisi mediaa mainitsi artikkelissaan luonnon palaverikutsun. Kotimaisista medioista vain pienet julkaisut kirjoittivat asiasta.
- Yhdysvaltalaisen [Goodnetin](#) artikkelilla oli suurin potentiaalinen tavoittavuus. Artikkelissa Lahden kaupungin luonnon palaverikutsu esiteltiin ihailien ja sitä pidettiin innovatiivisena tapana tuoda ympäristö osaksi ihmisten työpäivää,

## green queen

Eco Zoom? Finnish 'Green Capital' City Lahti is Inviting Nature To Their Video Meetings



**Green queen**, kesäkuu 10, 2021

Social Echo: Twitter: 5

[Linkki artikkeliin](#)

## NEWS FROM FINLAND HELSINKI TIMES

Public libraries, 6G and decreasing heart attacks: Finland in the world press

WIKIILI / 17.10.2021



Lahti introduces eco video meetings featuring scenes of nature

The Finnish city of Lahti has introduced a service which allows its employees to add live recordings of wilderness to video calls. Lahti Green Screen uses footage taken from two cameras placed in nearby woodlands.

**Helsinki Times**, kesäkuu 12, 2021

Social Echo: Twitter: 5

[Linkki artikkeliin](#)

## GOODNET

GATEWAY TO DOING GOOD

This City is Inviting Nature to its Meetings – Literally!

The European Green Capital for 2021 is now giving nature a seat at the table.



**Goodnew**, kesäkuu 8, 2021

Social Echo: Twitter: 3

[Linkki artikkeliin](#)

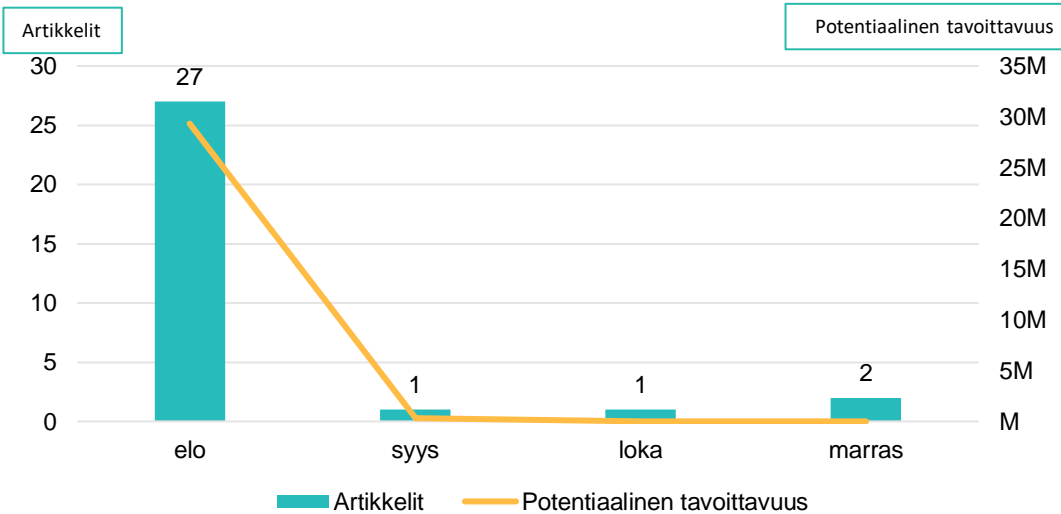




# Digitaalinen uutismedia

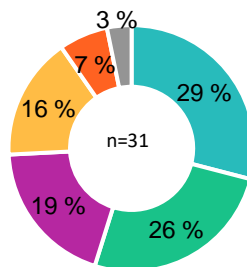
---

ICE-jääteos 08/2021



## Näkyvyyden jakautuminen

- Muu
- Valtakunnallinen media
- Paikallismedia
- Kansainvälinen media
- Puoluedia
- Talusmedia



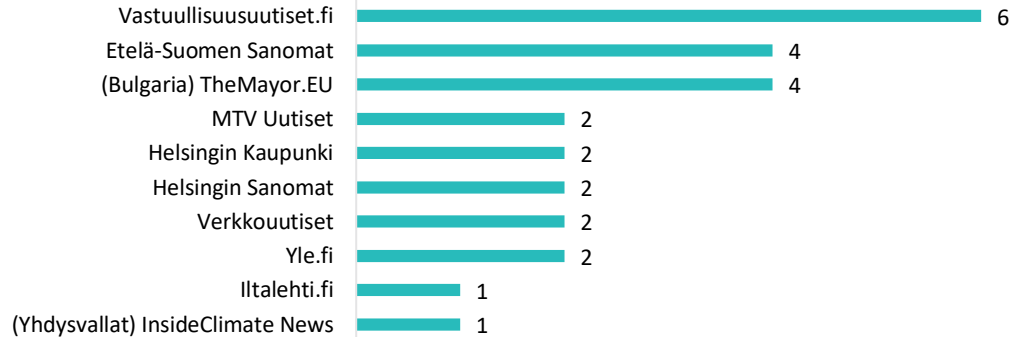
## Näkyvyyspiikit:

- ICE-jääteoksen näkyvyys painottuu **elokuulle** ja erityisesti viikonlopulle jolloin työ oli esillä Helsingin kansalaistorilla. Teos saavutti myös jonkun verran kansainvälistä huomiota, vaikka painopiste oli selkeästi kotimaisessa mediassa.
- Pääosin teos sai myönteisen vastaanoton ja sitä pidettiin [yksinkertaisuudessaan vaikuttavana](#). Osa medioista kuitenkin myös kyseenalaisti taideteoksen merkittävyyden ja huomautti asian herättäneen myös kielteisiä kommentteja [sosiaalisessa mediassa](#).
- [Kansainväliset mediat](#) pitivät taideteosta merkittävänä kannanottona ilmastonlämpenemistä vastaan.

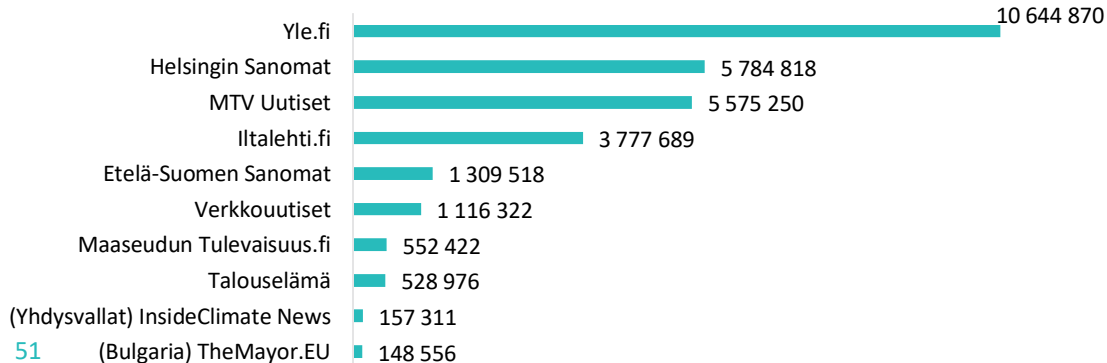
## Näkyvyyden jakautuminen:

- Valtakunnallisessa mediassa uutisoitiin ICE-jääteoksen julkaisusta, mutta myös sen arvioitua nopeammasta sulamisesta. MTV Uutiset, Helsingin Sanomat ja Iltalehti uutisoivat teoksen sulaneen viikonlopun aikana vaikka sen oli arvioitu kestävän 10 päivää.
- Puoluedioista Verkko uutiset uutisoivat niin ikään ICE-teoksen avajaisista, mutta kiinnitti uutisoinnissaan huomiota myös teoksen saamaan kielteiseen palautteeseen. Palaute koski erityisesti teoksen hintaa ja sosiaalisessa mediassa kyseenalaistettiin teoksen tarkoituksenmukaisuus.

## ENITEN KIRJOITTANEET MEDIAT



## ENITEN TAVOITTANEET MEDIAT



- Eniten ICE-jäteoksesta uutisoi Vastuullisuus uutiset, Etelä-Suomen Sanomat ja bulgarialainen TheMayor.EU. Varsinkin Vastuullisuus uutiset uutisoi teoksesta monipuolisesti ja korosti sen muistuttavan ohikulkijoita ilmastohätätilasta.
- Bulgarialainen TheMayor.EU piti teosta myös konkreettisenä muistutuksena ilmastohätätilasta.
- Suurin potentiaalinen tavoitavuus oli kansallisilla uutispalveluilla Ylellä, Helsingin Sanomilla ja MTV Uutisilla.



Helsingissä huomiota herättänyt jääteos sulikin jo viikonlopun aikana: "Jos olisimme laittaneet 27 000 euroa puiden istuttamiseen, kukaan ei olisi huomannut"



Ilmastoalacabec ei seeritryckit - och koropux plömmölk. MTV Län net: lva komast: becasen laldhyn s40000000.

MTV Uutiset, Elokuu 9, 2021

Social Echo: Twitter: 19 | Facebook: 10 122

[Linkki artikkeliin](#)



Lahden kaupunki toi yhdeksän suurta jääkuutiota Helsingin keskustaan – katso videolta, miten sulava taideteos havainnollistaa ilmastohätätilaa

Lahti on teettänyt ilmastomuutoksen uhkista muistuttavan taideteoksen Kansalaistorille Helsingiin. Teoksen sulavat jääpaadat muistuttavat ilmastomuutoksen vaaroista. Aukiolle valuva vesi symboloi jatkuvasti nousevaa merenpintaa.



Yle, Elokuu 6, 2021

Social Echo: Twitter: 347 | Facebook: 7285 | Reddit: 9

[Linkki artikkeliin](#)

## HELSINGIN SANOMAT

Kansalaistorilla soi vihlova musiikki samalla kun kolmimetriset jääveistokset sulavat ja kaupunkien nimet peittyvät veteen

Arkkitehti Erika Auvinen ja taiteilija Cecilia Danström on toteutuksen isotta veteen jääteoksen viime lahana YLEksen jaksista



Helsingin Sanomat, Elokuu 6, 2021

Social Echo: Twitter: 24 | Facebook: 3214 | Reddit: 1

[Linkki artikkeliin](#)

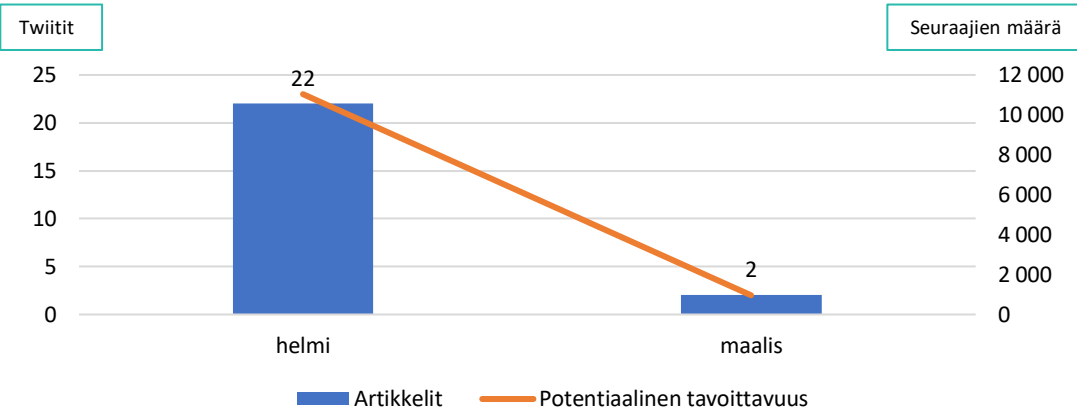


# Twitter

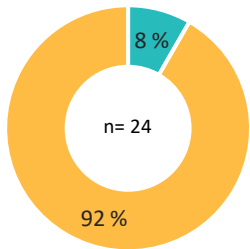
---

## Planeetalla töissä 02/2021

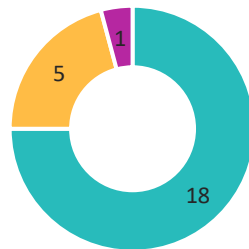
# Töissä planeetalla I Viikoittainen näkyvyys



## Ansaitunäkyvyys



## Twiitti tyytit



- #planeetalla töissä tunnistetta käytettiin 24 kertaa. Suuriosa twiiteista mainosti [Green Lahti verkkosivuja](#).
- Ansaitun näkyvyyden osuus oli merkittävä yksittäisten twiittien määrällä mitattuna, mutta on hyvä huomioida, että twiittien määrä oli vain 24.
- 75% twiiteista oli alkuperäistwiitteja. Monet niistä kuitenkin pyrkivät mainostamaan Green Lahti verkkosivuja.
- 25% twiiteista oli joko uudelleen jakoja tai lainauksia. Näistä lähes kaikki mainostivat Green Lahti verkkosivuja.





**@greenlahti2021**, helmikuu 10, 2021

Seuraajien määrä: 2 183

[Linkki ketjuun](#)

**Elina Ojala**, helmikuu 10, 2021

Seuraajien määrä: 291

[Linkki ketjuun](#)

**Mari Kuparinen**, helmikuu 10, 2021

Seuraajien määrä: 594

[Linkki artikkeliin](#)





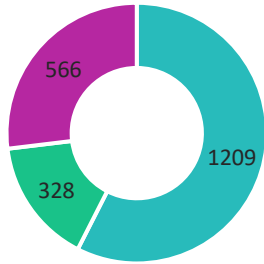
# Viestintäteemat

---

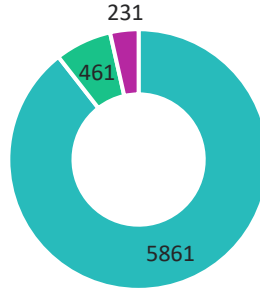
## Sosiaalinen media

## Julkaisut

- Hiilineutraalielämä
- Luonto ja vesi
- Kiertotalous

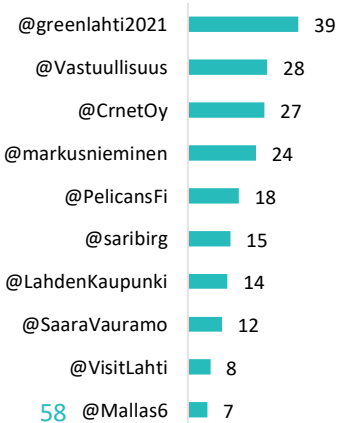


## Reaktioiden määrä

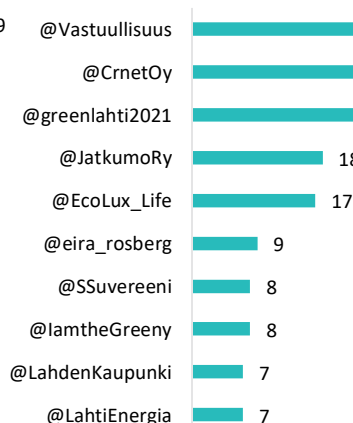


## Top Twitter | Julkaistut twiitit

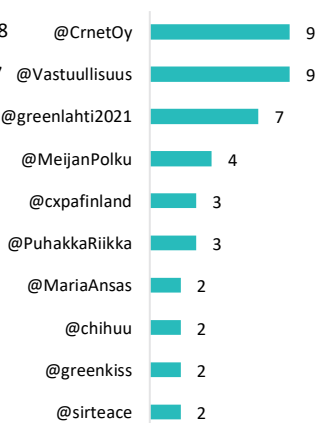
### Hiilineutraalielämä



### Kiertotalous ja kierrättäminen

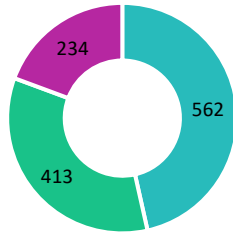


### Luonto ja vesi



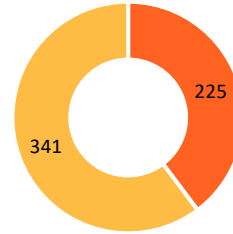
- Hiilineutraalielämää oli selkeästi kaikkein suosituin viestintäteema. Erityisesti kaupunkisukset nosti hiilineutraalielämää- teemaa, kun ihmiset hehkuttivat kaupunkisuksia Twitterissä.
- Vaikka kiertotalous keräsi paljon sosiaalisen median julkaisuja, eivät ne herättäneet seuraajissa samanlaista innostusta kuin hiilineutraalielämä teema. Esimerkiksi kierrätysolut ei saavuttanut suurta suosiota Twitterissä.
- Samat kolme Twitter tiliä muodostivat eri viestintäteemojen top 3 listauksen julkaistujen twiittien määrällä mitattuna. Tämä ei ole yllättävää, sillä @greenlahti2021, @Vastuullisuus ja @CrnetOy olivat ylivoimaisesti aktiivisimpia Twitter tilejä jotka ylipäättään twiittasivat Lahden ympäristöpääkaupunkiuteen liittyviä twiitteja.

## Hiilineutraali elämä



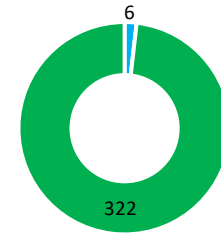
■ Kaupunkisukset ■ Pelicans ■ ICE

## Julkaisut Kiertotalous



■ Kierrätysolut ■ Kiertotalous ja lajittelu

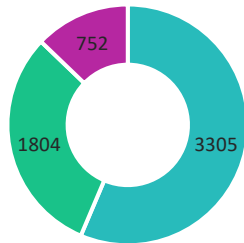
## Luonto ja vesi



■ Luonnon palaverikutsu ■ Metsätyöpiste

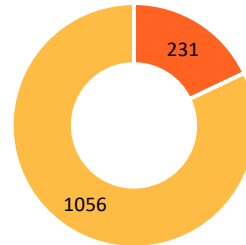
## Reaktioiden määrä

### Hiilineutraali elämä



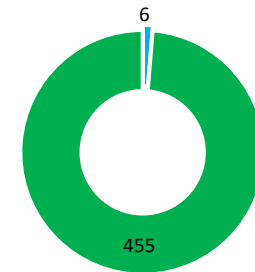
■ Kaupunkisukset ■ Pelicans ■ ICE

### Kiertotalous



■ Kierrätysolut ■ Kiertotalous ja lajittelu

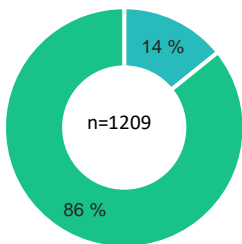
### Luonto ja vesi



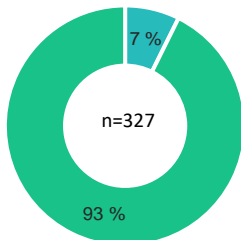
■ Luonnon palaverikutsu ■ Metsätyöpiste

## Julkaisut

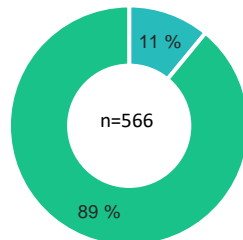
### Hiilineutraalisuus



### Luonto ja vesi



### Kiertotalous



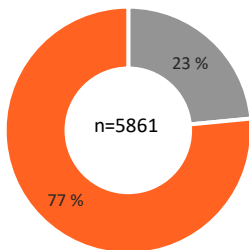
■ Oma näkyvyys  
■ Ansaittu

## Yhteenveto

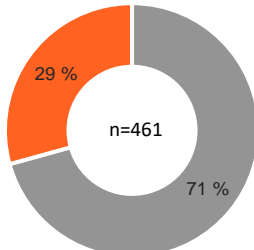
- Viestintäteemoista selkeästi suosituin oli Hiilineutraalielämä. Sitä käsittelevät julkaisut saivat kolme kertaa enemmän reaktioita (ml. myös omien kanavien saamat reaktiot), kuin muut viestintäteemat yhteensä. Yli puolet näistä reaktioista liittyivät Pelicansin pyrkimykseen tulla ensimmäiseksi hiilineutraaliksi jääkiekkjoukkueeksi.
- Julkaisujen määrällä mitattuna Kiertotalous oli toiseksi suosituin viestintäteema, mutta se ei kerännyt mainittavaa määrää reaktioita.
- Eniten ansaittua näkyvyyttä toi Luoto ja vesi teeman julkaisut. Niitä oli kuitenkin selvästi vähiten, mikä selittää myös omien julkaisujen saaman suuren reaktio määrän.

## Osuus teeman kaikista reaktioista

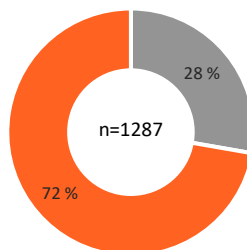
### Hiilineutraalisuus



### Luonto ja vesi



### Kiertotalous



■ Omien kanavien reaktiot  
■ Muut reaktiot



## Valtteri Färkkilä

---

Senior Growth Executive  
Puhelin: +358 45 119 9309  
Email: [valtteri.farkkila@meltwater.com](mailto:valtteri.farkkila@meltwater.com)

## Nuutti Kiiveri

Media-analyttikko  
Email: [nuutti.kiiveri@meltwater.com](mailto:nuutti.kiiveri@meltwater.com)

