

Kuva: Jan Trygg

Helsinki

Helsingin tapahtumaseminaari

Ohjelma

12.30-13.00 Saapuminen, kahvitarjoilu ja verkostoituminen. Mahdollisuus tavata kaupunkiorganisaation edustajia kaupungintalon aulassa.

13:00 Tilaisuuden avaus
Daniel Sazonov, pormestari, Helsingin kaupunki

13:10 Tapahtumakaupunki Helsinki – kasvua, vetovoimaa ja elämyksiä
Sanna Forsström, brändi ja tapahtumat -yksikön päällikkö**,** Helsingin kaupunki

13.25 Kolme näkökulmaa: Tapahtumat kasvun ja elinvoiman rakentajina
Emilia Mikkola, toimitusjohtaja, Helsingin Kulttuuritalo: *Tapahtumat osana elävää kaupunkia*
Pia Svensk, Helsingin ydinkeskustan kehittämisen projektijohtaja, Helsingin kaupunki: *Tapahtumat keskustan elinvoiman vahvistajina*
Veronica Lindholm, toimitusjohtaja, Suomen Messut Oyj.: *Tapahtumien vaikutukset kasvuun, kansainvälisyyteen ja ympärivuotisuuteen*

14:15 Keskustelua ja kahvitauko
Osallistavat pöytäkeskustelut teemasta: *Miten tapahtumat voivat vahvistaa Helsingin kasvua, elävyyttä, elinvoimaa ja onnellisuutta?*

15:00 Keynote-puheenvuoro
Tapahtumat, yhteisöllisyys ja onnellisuus kaupungin elinvoiman rakentajina
Patrik Tengvall, tapahtumastrategian johtaja, Tukholman kaupunki (puheenvuoro englanniksi)

15:35 Nuoret tapahtuma-alalla
Mitä innostaa nuoria tapahtuma-alalle?
Arttu Sauvola, tuottaja, Helsinki Event School, Helsingin kaupunki & **Meerika Tiitta**, Kulttuurituottaja

15:50 Yhteenveto ja lopputervehdys



Tervetuloa vuoden 2026 Tapahtumaseminaariin!

Daniel Sazonov

Helsingin kaupunki
Pormestari

Helsinki

Helsingin tapahtumaseminaari



Tapahtumakaupunki Helsinki – kasvua, vetovoimaa ja elämyksiä

Sanna Forsström

Helsingin kaupunki
Brändi ja tapahtumat -yksikön päällikkö

Helsinki

Helsingin tapahtumaseminaari

Tapahtumakaupunki Helsinki – kasvua, vetovoimaa ja elämyksiä

Sanna Forsström

Brändi ja tapahtumat-yksikön päällikkö
Helsingin kaupunki

10.11.2026 Helsingin tapahtumaseminaari

Helsinki



Onnellisuutta, elämyksiä ja elinvoimaa ympäri vuoden

Matkailun ja tapahtumien Helsinki

1. Vauhditamme vahvaa ympärivuotista kasvua ja viipymän pidentymistä

2. Kasvatamme kansainvälistä houkuttelevuutta onnellisen Helsingin teemoilla

3. Varmistamme, että kaupunki on kasvua tukeva kumppani ja toimivampi matkailu- ja tapahtumakaupunki



Matkailun ja tapahtumien kehitysohjelman tavoitteet vuoteen 2029

Yöpymiset yhteensä

6,5

milj. rekisteröityä yöpymistä

Lähtöarvo 2025: 4,9 milj.

Kansainväliset yöpymiset

4,0

milj. rekisteröityä yöpymistä

Lähtöarvo 2025: 2,6 milj.

Matkailijoiden rahankäyttö

2,08

mrd. €, välitön rahankäyttö

Lähtöarvo 2025: 1,5 mrd. €

Yli 2 000 hengen tapahtumat

1 300

tapahtumaa Helsingissä

Lähtöarvo 2025: 1 003

Kansainvälisten vierailijoiden viipymä

2,2

vuorokautta

Lähtöarvo 2025: 2 vrk

Tapahtumavieraiden NPS

80+

suositteluindeksi

Lähtöarvo: 79 (2024–2025)

Lähde: Helsingin matkailun ja tapahtumien kehitysohjelma 2026–2029

Helsinki

VETOVOIMAISESSA HELSINGISSÄ TAPAHTUU

66 000 kävijää
Tuska Festival teki kävijäennätyksen

Heinäkuussa 599 689 yöpymistä
majoitusliikkeissä – kaikkien aikojen ennätys!

Asukkaista 88 % on sitä mieltä, että on hyvä että Helsingissä käy matkailijoita



Asukkaista 89 % on sitä mieltä, että tapahtumat elävöittävät kaupunkia

112 214 kävijää
Helsingin Kirjamessujen yleisöennätys



Vakiintuneet tapahtumat jatkoivat kasvuaan ja tekivät yleisöennätyksiä

TAPAHTUMAT LISÄÄVÄT
Helsingin elävyyttä, vetovoimaa ja kaupunkiylpeyttä



Kesä-heinäkuussa
2,3 vrk
Kv-matkailijoiden keskiviipymä

83 kongressia
tammi-elokuu
-42 % edellisvuodesta

Tapahtumapaikkojen verkkoarviot
88,2/100
+6,4% edellisvuodesta
(Esim. Google - ja Tripadvisor)

NPS 79
Helsinki
Tapahtumakaupunkina (2024-2025)

Tapahtumat kuten Flow Festival näkyvät hotellien käyttöasteissa





Helsinki

Lähteet: Helsingin kaupunki, Matkailijamittari, Finavia, DataLokki, Tilastokeskus, Sponsor Insight ja Voxit

Tapahtumat vahvistavat Helsingin elinvoimaa ja vetovoimaa

90+%

Muualta tulevista suurtapahtumakävijöistä matkustaa Helsinkiin ensisijaisesti tapahtuman johdosta

70%

kävijöistä on Helsingin ulkopuolelta

23%

kävijöistä majoittuu maksullisesti

Elävä

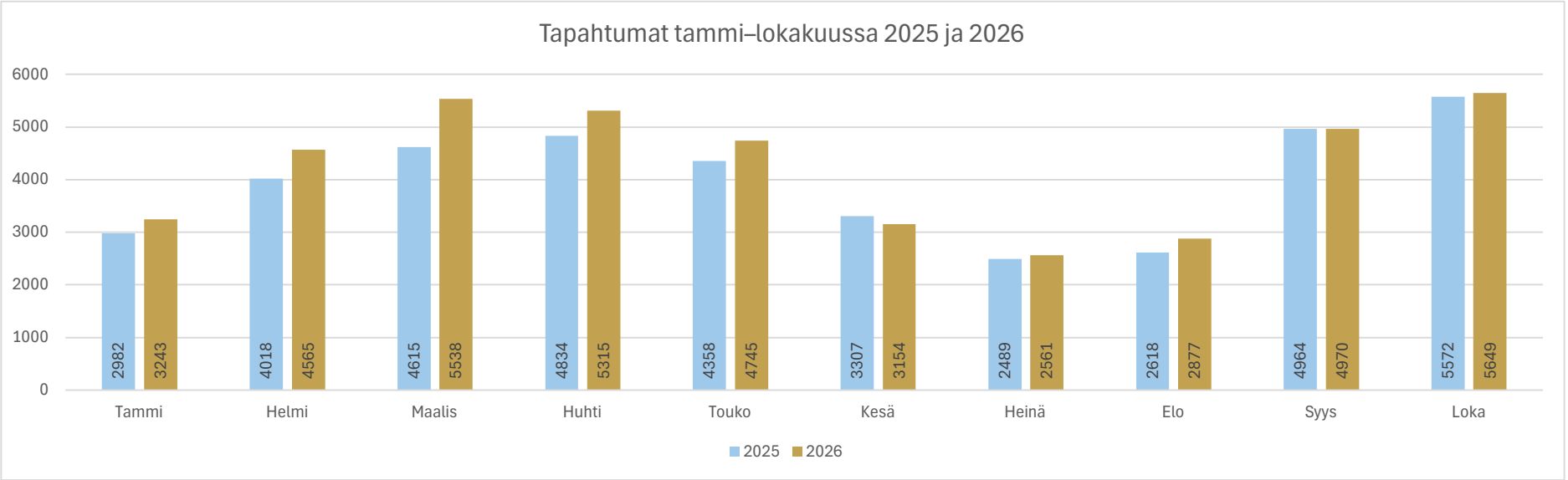
Toimiva, turvallinen, urbaani ja avoin

Tapahtumat tuovat Helsinkiin kävijöitä ja majoituskysyntää sekä vahvistavat kaupungin vetovoimaa ja mielikuvaa elävänä tapahtumakaupunkina.

Helsinki

Lähde: Sponsor Insight 2026

Tammi–lokakuun 2026 tapahtumamäärä kasvoi 7,2 %



42 617

TAPAHTUMAA TAMMI–LOKAKUUSSA

+7,2 % edellisvuodesta

95%

MIKROTAPAHTUMIA

Tapahtumallisuutta ympäri kaupunkia ja ympäri vuoden

349

SUUR- TAI MASSATAPAHTUMAA

207 suurta ja 142 massatapahtumaa

9/10

KUUKAUTENA KASVUA

Maaliskuu +20,0 %
Kesäkuu −4,6 %

Helsinki

Hyväksyntä on vahvaa, toteutuksen laatu ratkaisee

97,1%

Tapahtumat elävöittävat kaupunkia (n=732)

78,4%

Hyväksyy kohtuulliset häiriöt osana elävänä kaupunkia (n=747)

7,3%

Toivoo Helsinkiin vähemmän tapahtumia (n=496)

89,4%

Tapahtumat lisäävät ylpeyttä kotikaupungista (n=671)

Kehittämispaine kohdistuu palveluihin, liikkumiseen, ennakkoviestintään, melunhallintaan ja siisteyteen.

Helsinki

Lähteet: Voxit 2026, kaupungin palautejärjestelmä 2023-2026

Kansallinen urheilutapahtumien hakustrategia 2026 – 2040

Kansallinen tapahtuma-alan kasvusopimus 2026-2029



Helsinki

Helsinki tavoittelee tapahtumista ja kongresseista ympärivuotista kasvua

1. Kansainvälinen kysyntä: yhteinen haku- ja myyntityö sekä nykyisten tapahtumien kasvun tukeminen

2. Kasvun mahdollistavat olosuhteet: tapahtumapaikkojen ja kongressitilojen pitkäjänteinen kehittäminen

3. Kilpailukykyinen tapahtumakaupunki: sujuvat kaupungin palvelut ja pitkäjänteiset kumppanuudet

4. Todennettava hyöty Helsingille: kansainväliset kävijät, pidempi viipymä ja matkailutulo erityisesti hiljaisina kausina

Kestävyys ja asukkaiden hyväksyntä ohjaavat kasvua. Yhteinen tieto osoittaa tulokset.

Helsinki

Helsingin vahvuuksia tapahtumien ja kongressien haussa

Helsinki ja Suomi ei voita kilpailua suurimmilla budjeteilla.
Keskitytään siis niihin asioihin, jotka luovat meille kilpailuetua.

- Nykyiset ja kehittyvät puitteet
- Kyky kytkeä tapahtumat kasvuun, matkailuun, tunnettuuteen ja elinvoimaan
- Kilpailukyky syntyy yhteistyöstä, ei yksittäisestä toiminnasta
- Kestävyys, turvallisuus, luotettavuus ja toimivuus
- Kompakti kaupunki ja lyhyet välimatkat
- Vahva tapahtuma- ja TV-osaaminen
- Happy Helsinki

Helsinki

Yleisurheilun EM 2030- kansainvälisesti suurin Suomessa järjestettävä urheilun ja liikunnan suurtapahtuma 20 vuoteen

EM 2030 yhdistää tapahtumaosaamisen, elinvoiman, liikkumisen ja kansainvälisen näkyvyyden

300 000+

myytävän lipun tavoite

450 milj.

Katsojatavoittavuus

64 M€

arvioitu talousvaikutus Helsinkiin
JAMK impaktitutkimus 2024

15 500

akkreditoitua henkilöä

7 kilpailupäivää, 51 maata. Noin 100 000 kävijää, 2 900 vapaaehtoista, 2 000 median edustajaa

Yksi vuosikymmenen merkittävimmistä kansainvälisen näkyvyyden ja kaupunkielinvoiman mahdollisuuksista.

Helsinki



Kansainvälinen suurtapahtuma näkyy stadionilla, kaupungissa ja maailmalla.

Arkkitehtuurimuseo
ja Designmuseo kokoelmineen
ovat sulautuneet uuteen
museoon, joka jatkaa edeltäjiensä
työtä alojen valtakunnallisena
vastuumuseona.



Kuva: Paavo Lehtonen



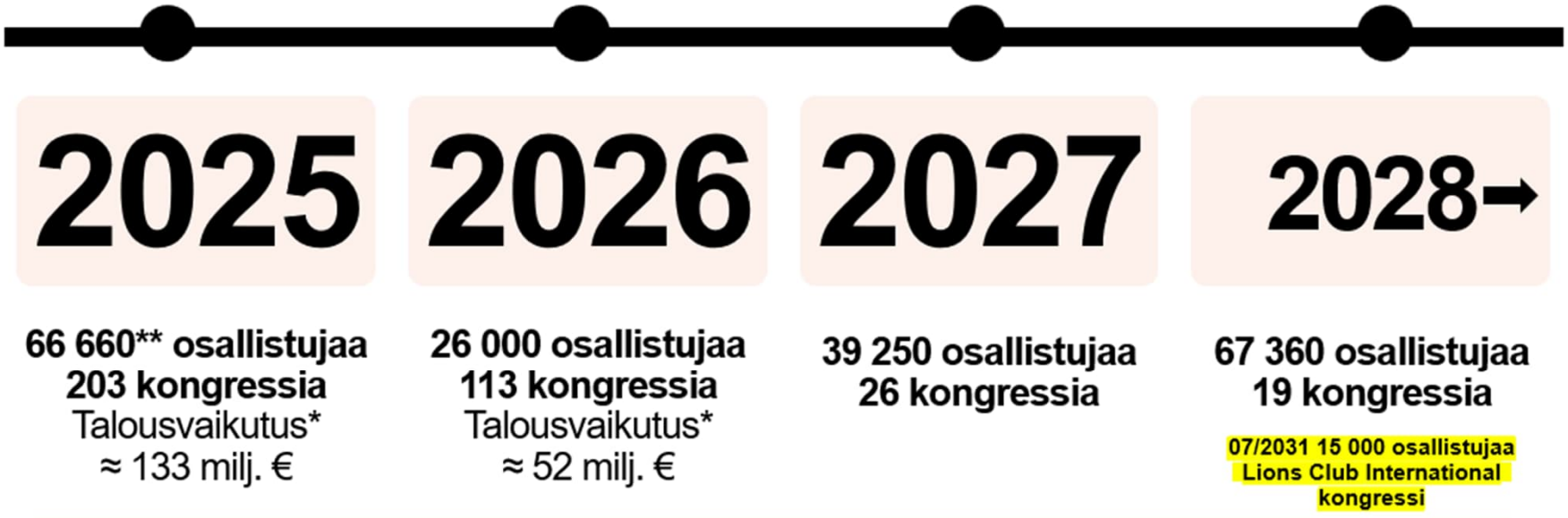
Kuva: Heikki Humberg

A—D

	Arkkitehtuuri-museo	Designmuseo	AD-museo
Perustamisvuosi	1956	1873	2030 (2024)
Kävijämäärä vuosittain	20 000	200 000	380 000
Henkilökunta	25	40	120
Rakennuksen koko (hu-m²)	1130	2490	9000
Vuosibudjetti	2,0 M€ (2019)	4,3 M€ (2019)	22,35 M€

Helsinki

Kansainvälisten kongressien tilannekuva



Helsinki

Arvio 28.10.2026 (työ kesken).

* Jokaisen Helsingin kongressiosallistujan **talousvaikutus** on noin 2 000 euroa. Summa kattaa kulutuksen matkaa kohden (≈ 800 €, lähde: Rajatutkimus) ja keskimääräisen osallistumismaksun (≈ 500 €) sekä sisältää talousvaikutuskertoimen 1,6.

Me olemme teitä varten

Kaupunginkansliasta

Viestintäosasto

Brändi ja tapahtumat -yksikkö

Elinkeino-osasto

Matkailu- ja kohdepalvelut yksikkö + Luovat alat

Toimialoilta

Kulttuuri- ja vapaa-ajan toimiala

Kaupunkiympäristön toimiala

Tytäryhteisöstä

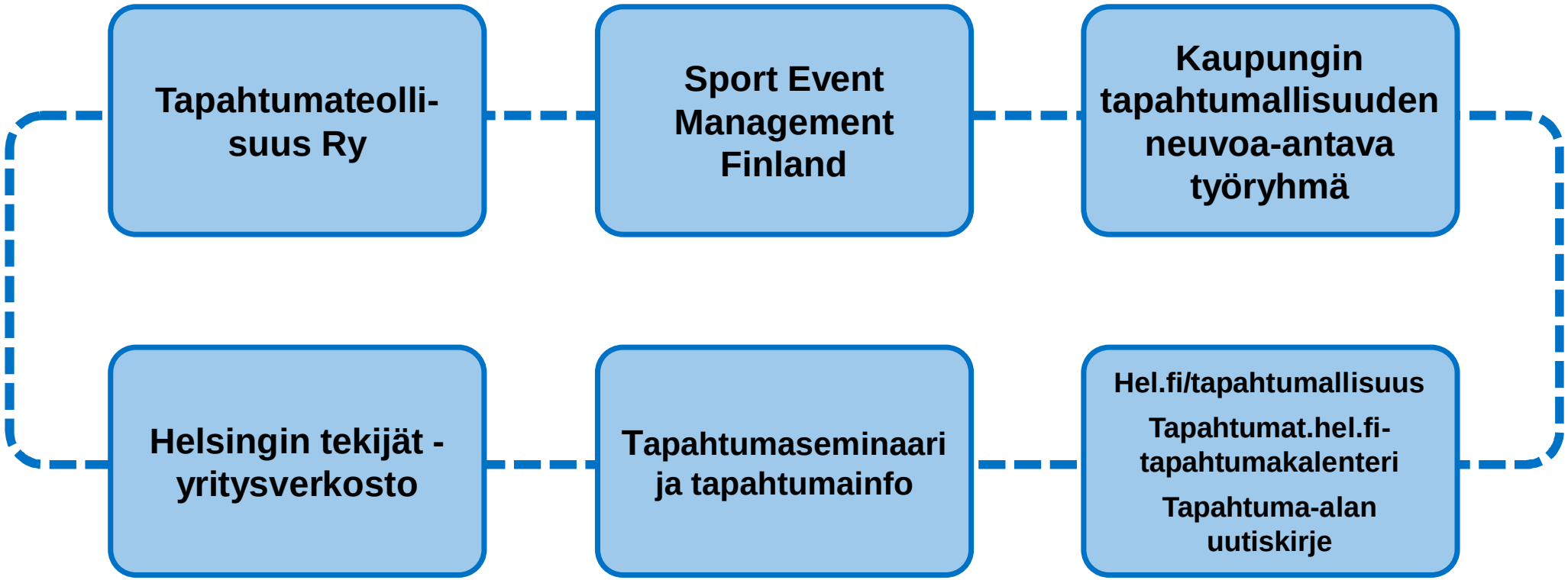
Helsinki Partners Oy

Kaupunkitilat Oy

Helsingin Tapahtumasäätiö

Helsinki

Yhteistyötä tapahtuma-alan kanssa



Helsinki

Kehityksen säännöllinen seuranta, data ohjaa toimenpiteitä >> DataLokki-palvelu

Helsingin matkailu- ja tapah-tumadata

Helsinki kerää ja tuottaa ajantasaista matkailu- ja tapahtumatietoa alan yritysten, median ja muiden toimijoiden päätöksenteon tueksi. Tieto hallinnoidaan ja jalostetaan kokonaiskuvaksi DataLokki-palvelussa **(katso julkinen tietoikkuna).**



Helsinki

Avoin tietoikkuna kaikille. Laajemmat sisällöt Helsingin tekijät -verkostolle.



Kuva: Ada Kairavuori



Tapahtumat osana elävää kaupunkia

Emilia Mikkola

Toimitusjohtaja
Helsingin Kulttuuritalo

Helsinki

Helsingin tapahtumaseminaari


KULTTUURI
TALO
Elävä kaupunki
tarvitsee elinvoimaisia
tapahtumapaikkoja
KULT
Jazz
Nights
INDIE
FILM
INDIE
FESTIVAL
SOUND
& VISION
LIVE
TONIGHT


Historiallisen kulttuuritalon uudistuminen Helsingin kulttuurin, matkailun ja kansainvälisen vetovoiman rakentajana
KULTTUURITALO

LÄHES 70 VUOTTA YHTEISIÄ HETKIÄ

Kulttuuritalo on historiallinen maamerkki ja arkkitehtuurin monumentti.

Se elää vahvasti tässä ajassa ja katsoo rohkeasti tulevaisuuteen.



KULTTUURITALO

EMME JÄÄ VAIN OSAKSI HISTORIAA

Olemme uudistaneet toimintaamme, investoineet ja uskaltaneet ottaa riskejä.

Haluamme, että täällä tehdään historiaa myös tulevaisuudessa.



KULTTUURITALO



Kulttuuritalo on paljon enemmän kuin Aalto-sali

MONIPUOLINEN TAPAHTUMA-, KULTTUURI- JA KOHTAAMISPAIKKA KESKELLÄ HELSINKIÄ



Aalto-sali –
kotimaiset ja
kansainväliset konsertit
sekä esitykset

Kokous- ja tapahtumatilat –
yritystapahtumat,
seminaarit ja juhlat

Arkkitehtuurikierrokset
– Alvar Aallon
suunnittelema rakennus
matkailukohteena

Uusi
korkeatasoinen
KULT-liveklubi
ja kulttuuritila

SOPU
BISTRO & BAARI

Ravintolapalvelut –
lounas, tapahtumat
ja elämykset

Uudet
liiketoiminnan
osa-alueet;
Premium ja
aitio

KULTTUURITALO TUO ELÄMÄÄ HELSINKIIN YMPÄRI VUODEN

200 000

kävijää vuodessa jakaantuen yleisö- ja yritystapahtumiin sekä ravintolapalveluihin

400

tapahtumaa vuodessa

TAPAHTUMIA KAIKKINA VUODENAIKOINA

Vilkkaimmat tapahtumakuukaudet vuonna 2026

Maaliskuu	Toukokuu	Lokakuu	Marraskuu
38	*47*	*42*	*43*

KULTTUURITALO

JOKAINEN TAPAHTUMA LUO ELINVOIMAA MYÖS TALON ULKOPUOLELLE



Kävijät käyttävät kaupungin ravintoloita, majoitusta ja liikennettä.

Kulttuuritalo tukee Helsingin tapahtumataloutta ja palveluelinkeinoja.

KANSAINVÄLINEN OHJELMISTO VAHVISTAA HELSINGIN VETOVOIMAA

Aalto-salin ohjelmistosta



KULTTUURITALO

MITÄ KANSAINVÄLINEN OHJELMISTO MERKITSEE HELSINGILLE?

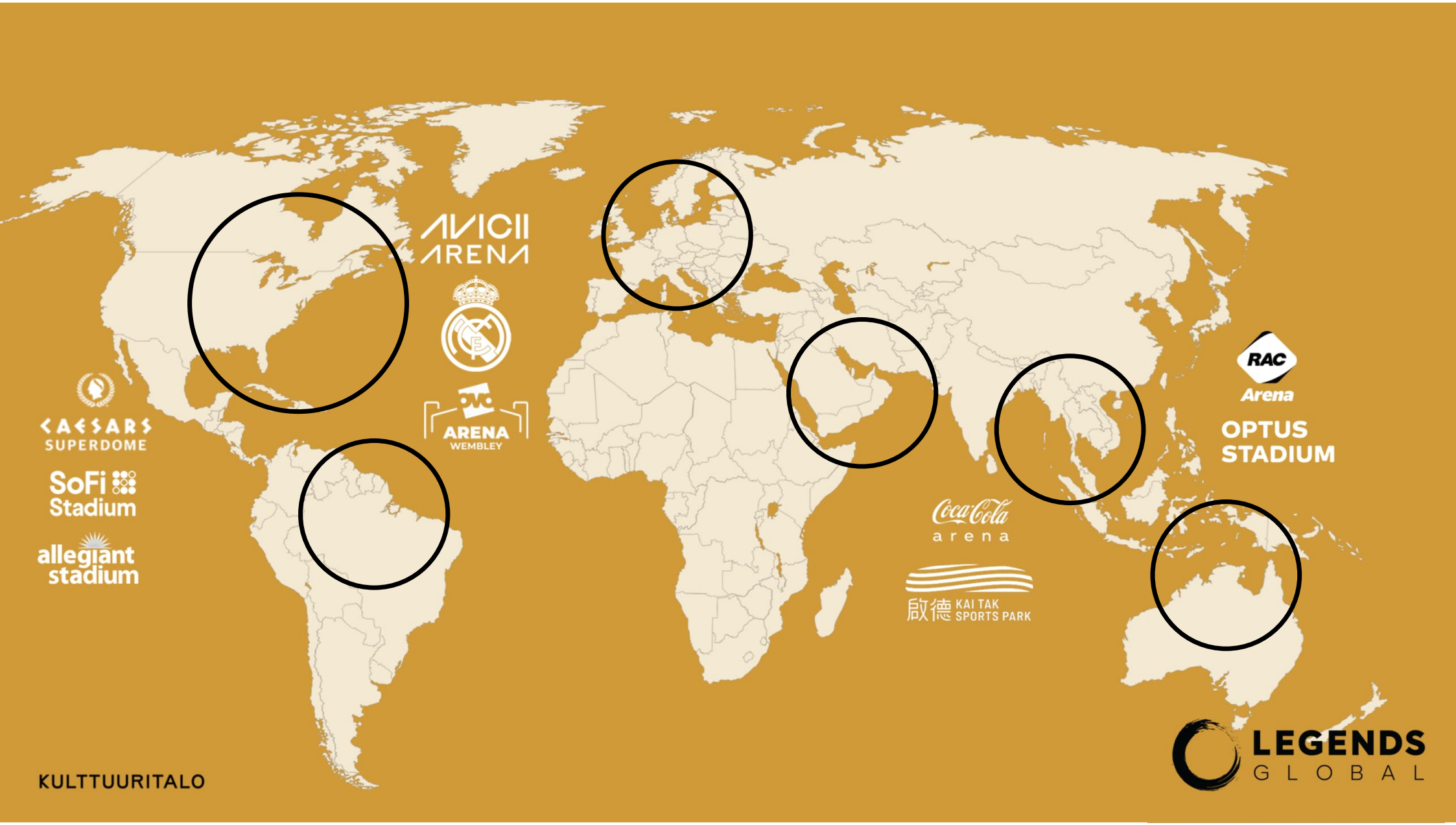
- Helsinki on houkutteleva kiertuekohde
- Yleisöä myös kaupungin ulkopuolelta
- Monipuolisempi kulttuuritarjonta
- Kysyntää matkailulle ja palveluille



Legends Global – maailmanlaajuista tapahtuma-paikkaosaamista Kulttuuritalon kehittämisen tukena.

450+	*20k*	*164m*
Tapahtuma-paikkaa	Vuosittaista tapahtumaa	kävijää

KULTTUURITALO


AVICII ARENA
ARENA WEMBLEY
CAESARS SUPERDOME
SoFi Stadium
allegiant stadium
RAC Arena
OPTUS STADIUM
Coca-Cola arena
啟德 KAI TAK SPORTS PARK
KULTTUURITALO
LEGENDS GLOBAL

UNESCO-TUNNUSTUS AVAA UUSIA MAHDOLLISUUKSIA



unesco
Maailmanperintökohde

Alvar Aallon arkkitehtuuri vahvistaa Helsingin asemaa arkkitehtuuri- ja designmatkailun kohteena.

ELINVOIMAISET TAPAHTUMAPAIKAT RAKENTAVAT ELINVOIMAISTA KAUPUNKIA

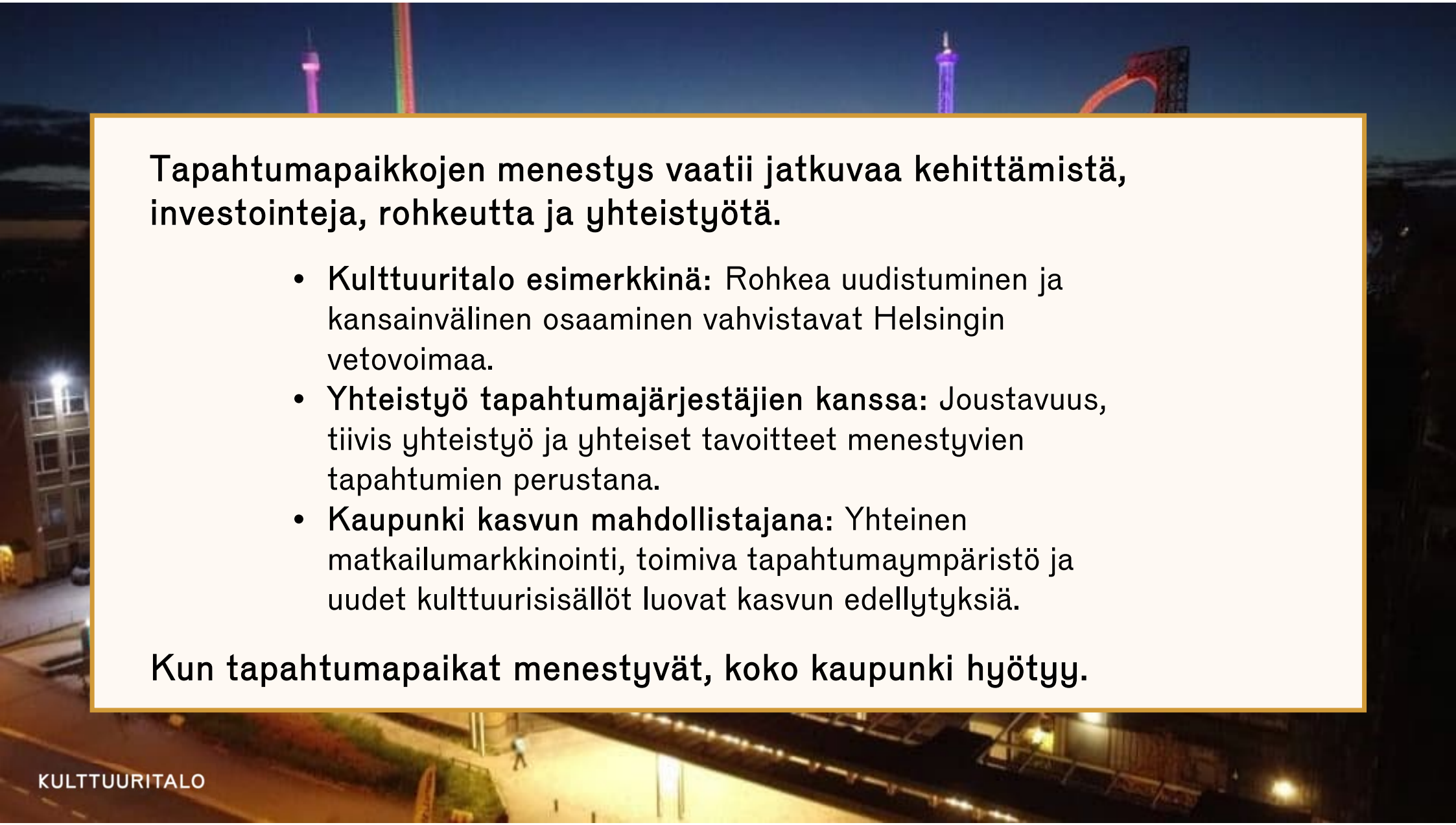


- Kansainvälinen vetovoima
- Taloudellinen elinvoima
- Elävä kaupunkikulttuuri
- Kasvu ja uudistuminen
- Elävä kulttuuriperintö



Tapahtumapaikat eivät ole vain näyttämöitä. Ne rakentavat Helsingin ja koko Suomen elinvoimaa, vetovoimaa ja kasvua.

KULTTUURITALO



Tapahtumapaikkojen menestys vaatii jatkuvaa kehittämistä, investointeja, rohkeutta ja yhteistyötä.

- **Kulttuuritalo esimerkkinä:** Rohkea uudistuminen ja kansainvälinen osaaminen vahvistavat Helsingin vetovoimaa.
- **Yhteistyö tapahtumajärjestäjien kanssa:** Joustavuus, tiivis yhteistyö ja yhteiset tavoitteet menestyvien tapahtumien perustana.
- **Kaupunki kasvun mahdollistajana:** Yhteinen matkailumarkkinointi, toimiva tapahtumaympäristö ja uudet kulttuurisisällöt luovat kasvun edellytyksiä.

Kun tapahtumapaikat menestyvät, koko kaupunki hyötyy.



Tapahtumat keskustan elinvoiman vahvistajina

Pia Svensk

Helsingin kaupunki
Helsingin ydinkeskustan kehittämisen projektijohtaja

Helsinki

Helsingin tapahtumaseminaari

Tapahtumat keskustan elinvoiman vahvistajina

Pia Svensk, Helsingin kaupunki

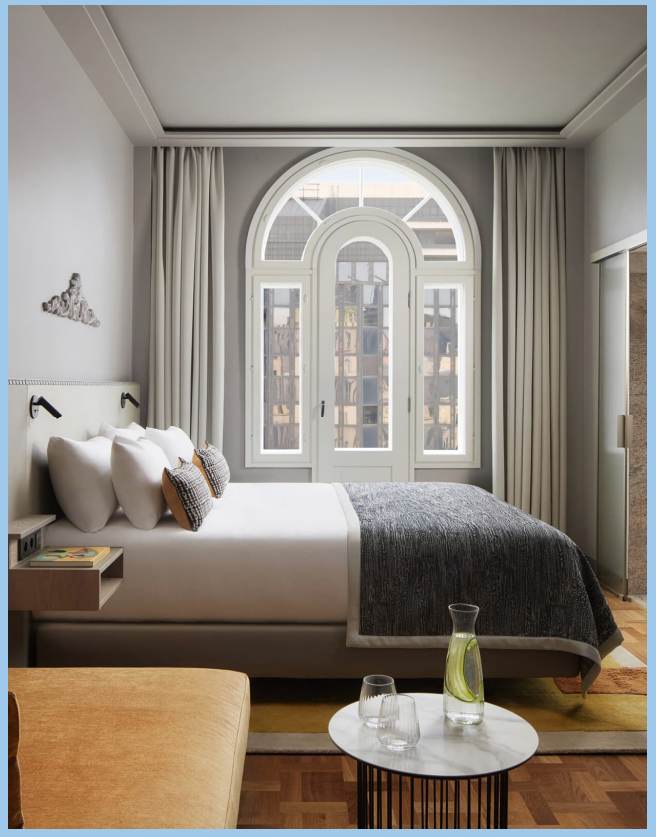
Helsinki



Tapahtuman vaikutus alkaa ennen tapahtumaa ja jatkuu sen jälkeen







Helsinki

Kuvat:Anders Husa & Kaitlin Orr Husa, Marjaana Malkamäki



Tapahtuma käynnistää kävijän kaupunkivierailun

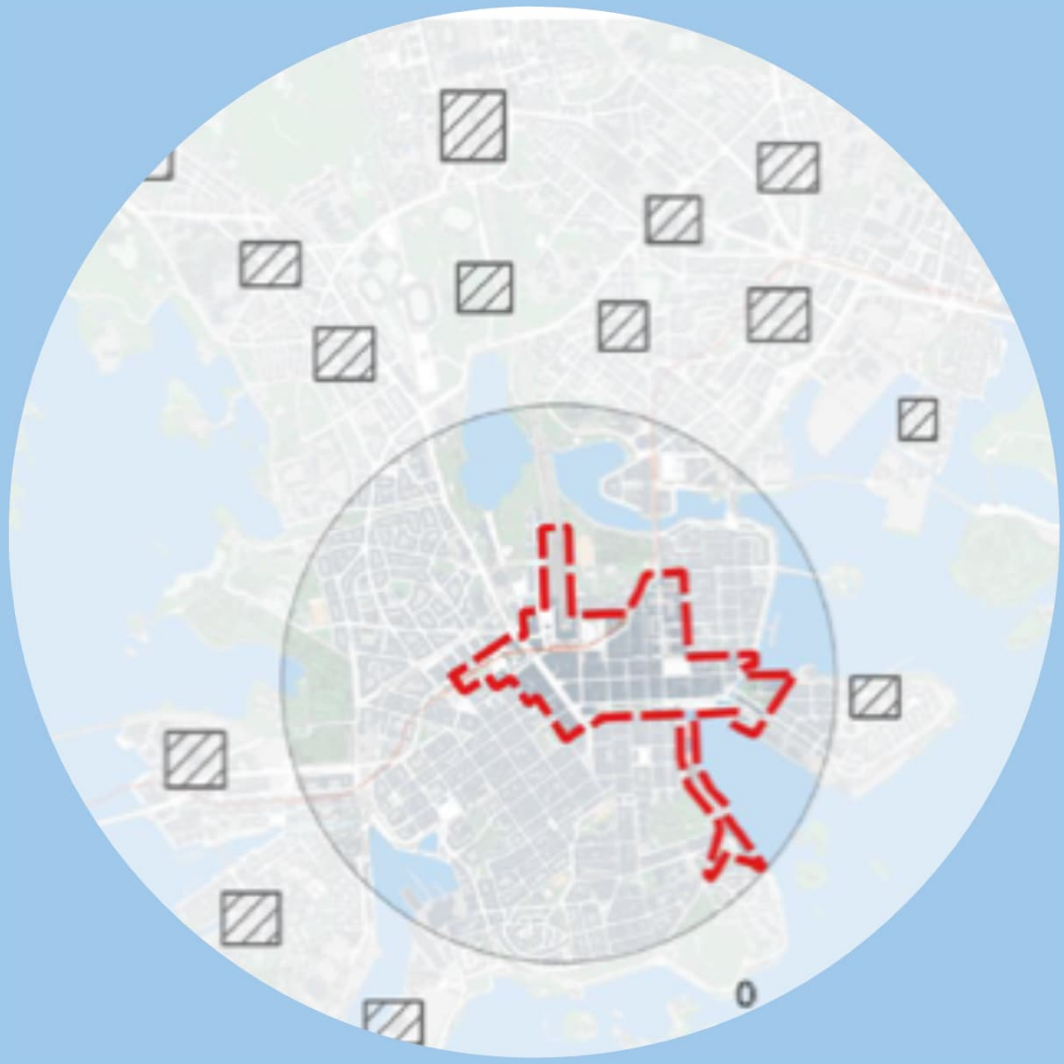
Helsinki

Kuva: Otso Kähönen

Kävijän kaupunki ei pääty tapahtuma-alueen rajalle

Kartalle piirretty rajaus ei määrittele kokemusta.

Kokemus syntyy Helsingin kohteiden, reittien, palvelujen ja tapahtumien muodostamana kokonaisuutena.



Helsinki

Kuva: Outi Neuvonen

Saapumisen helppous ei ole vielä vetovoimaa



SAAVUTETTAVUUS

Kuinka helposti kävijä pääsee perille?



VETOVOIMA

Mikä saa kävijän viipymään ja käyttämään kaupunkia?

Helsinki

Kuva: Maija Astikainen, Mariia Kauppi

Kaupunki mahdollistaa tapahtumat ja niiden laajemmat vaikutukset

- KAUPUNKITILA
- SAAVUTETTAVUUS
- SUJUVUUS
- YHTEISTYÖ



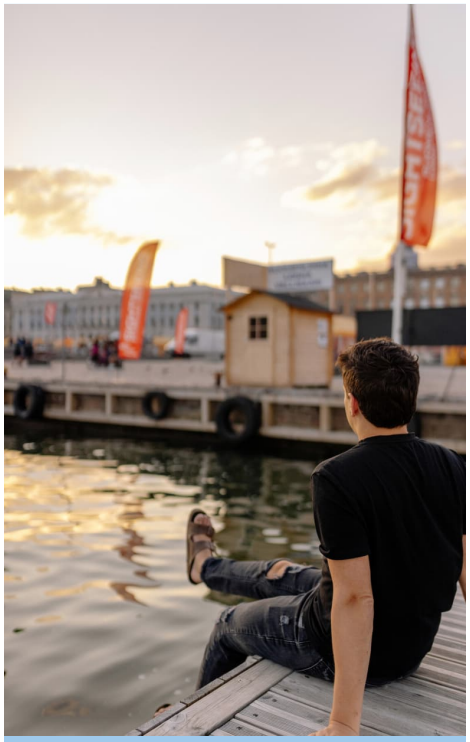
Kuva: Maija Astikainen

Helsinki

Vetovoimasta yhteistä elinvoimaa



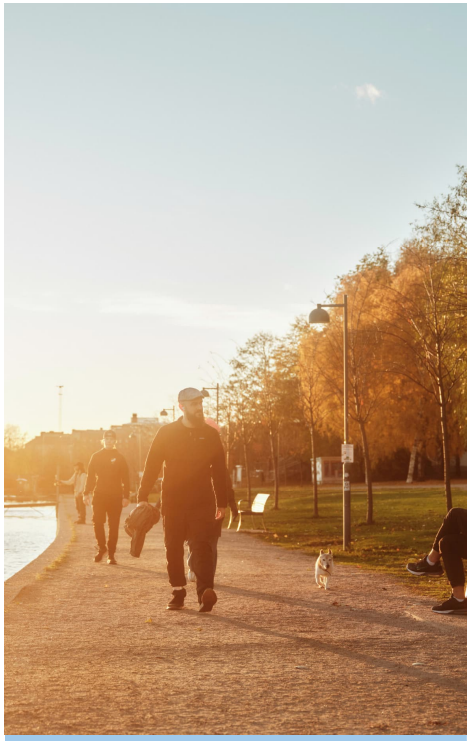
TAPAHTUMA



KÄVIJÄT



PALVELUT



VIIPYMÄ

Helsinki

Kuvat: Ninni West, Matthew Schueller Unto Rautio, Tuukka Koski



Helsingin joulukokonaisuus 2026

Helsingin joulunavaus -tapahtuma & joulukampanja

Helsinki



Tavoitteena on luoda enemmän syitä tulla, enemmän syitä viipyä ja enemmän syitä palata.

Helsinki

Kuva: Petri Anttila



Tapahtumien vaikutukset kasvuun, kansainvälisyyteen ja ympärivuotisuuteen

Veronica Lindholm

Suomen Messut Oyj.
Toimitusjohtaja

Helsinki

Helsingin tapahtumaseminaari


TAPAHTUMIEN
VAIKUTUKSET KASVUUN,
KANSAINVÄLISYYTEEN
JA YMPÄRIVUOTISUUTEEN
MESSUKESKUS
The real social media

TULLAAN TUTUIKSI

Olen Veronica Lindholm,
Suomen Messujen toimitusjohtaja
1.1.2026 alkaen

MESSUKESKUS
The real social media



MESSUKESKUS LYHYESTI

Messukeskus on Suomen suurin ja elämyksellisin tapahtumatalo ja vaikuttavin kohtaamismedia – ja Pohjoismaiden suurimpia tapahtumataloja.

Suomen Messut -konserniin kuuluvat Messukeskuksen lisäksi messujärjestäjä Expomark ja AV-tekniikkayritys SVV. Suurin osakkeenomistaja on Suomen Messusäätiö.











LUOMME KASVUA KOHTAAMISISTA

Edistämme asiakkaidemme liiketoimintaa.

Tarjoamme inspiraatiota kävijöillemme.

Vahvistamme elinkeinoelämää.

MESSUKESKUS
The real social media

TAPAHTUMAT OVAT ENEMMÄN KUIN TAPAHTUMIA

MESSUKESKUS
The real social media



TAPAHTUMIEN SUURIN ARVO SYNTYY TAPAHTUMAN JÄLKEEN

- Uusia asiakkaita
- Uusia investointeja
- Uusia kumppanuuksia
- Uusia innovaatioita
- Uusia työpaikkoja

TAPAHTUMAT SYNNYTTÄVÄT KASVUA

MESSUKESKUS
The real social media

PARHAAT TAPAHTUMAT LUOVAT KASVUA JA ILMIÖITÄ. NE VIEVÄT KOKONAISIA TOIMIALOJA ETEENPÄIN.

Esimerkkejä:

- MaatalousKonemessuilla tehdään investointipäätöksiä, jotka vaikuttavat suomalaisen maatalouden kilpailukykyyn vuosiksi eteenpäin.
- Helsingin Kirjamessut kokoavat yhteen koko kirjallisuuden arvoketjun tekijöistä lukijoihin.
- Kansainväliset kongressit synnyttävät tutkimusyhteistyötä, verkostoja ja liiketoimintaa.

Tämän vuoksi tapahtumat eivät ole vain palvelu- tai matkailutuotteita.
Ne ovat osa kasvun infrastruktuuria.

MESSUKESKUS
The real social media


Helsingin Kirjamessut 2026



MaatalousKonemessut 2026


Helsinki International Horse Show 2026

CASE 1: MENESTYVÄ KONGRESSIDESTINAATIO RAKENNETAAN YHDESSÄ

- Kansainvälisten kongressien saaminen Helsinkiin on koko destinaation yhteinen kilpailu.
- Kongressit tuovat Helsinkiin merkittävää taloudellista hyötyä ja työllistävät laajasti matkailu-, majoitus-, ravintola-, tapahtuma- ja palvelualoja.
- Tiivis yhteistyö Helsinki Partnersin, Messukeskuksen ja muiden destinaatiokumppaneiden välillä vahvistaa Helsingin kilpailukykyä.
- Yhteistyötä on tiivistetty: yhteinen tavoite, selkeämpi työnjako ja vahvempi yhteinen myyntiviesti.
- Asiakkaalle Helsinki näyttäytyy yhtenä kokonaisuutena, ei erillisinä toimijoina.
- Mitä vahvempi destinaatioyhteistyö, sitä paremmat mahdollisuudet voittaa kansainvälisiä kongresseja Helsinkiin.

MESSUKESKUS
The real social media



EAN-kongressi ja Messukeskus: Evento Awards -voittaja kahtena vuonna peräkkäin 2025–2026

CASE 2: I LOVE ME – KOKO TOIMIALA YHDESSÄ KASVUUN JA KANSAINVÄLISILLE MARKKINOILLE

- Koko ekosysteemi samalle alustalle: Yritykset, kuluttajat, ammattilaiset, ostajat, media, vaikuttajat ja kumppanit rakentamaan koko toimialan kasvua yhdessä.
- Kotimarkkinasta kasvualusta: Näkyvyys, lanseeraukset, asiakaspalaute, verkostot ja kaupalliset kohtaamiset rakentavat valmiuksia seuraaville markkinoille.
- Kansainvälistyminen tehdään yhdessä: I love me – Nordic Hub yhdistää suomalaisia ja pohjoismaisia brändejä kansainvälisiin ostajiin ja mediaan.
- Tapahtuma kasvun mahdollistajana: Kaikkea ei tarvitse rakentaa yksin. Tapahtuma kokoaa toimialan osaamisen, kontaktit ja verkostot yhteiseksi voimavaraksi.
- Case: Lavliér, Saaren Taika, Veloide, Nordic Beauty Import – eri kokoisia yrityksiä, yhteinen tavoite: kasvu, uudet verkostot ja kansainväliset mahdollisuudet.

MESSUKESKUS
The real social media



I love me 2026

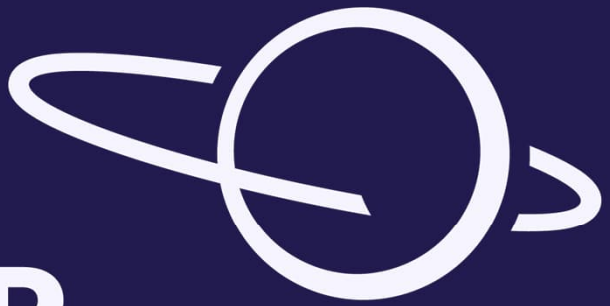
CASE 3: DEEP TECH – TAPAHTUMISTA KASVUA

- Winter Satellite Workshop: Aalto-yliopistosta lähtenyt tapahtuma tuo Suomeen yli 2 000 osallistujaa, joista noin puolet saapuu ympäri maailmaa. Yhdessä kasvatamme tapahtumasta entistä vahvemman eurooppalaisen avaruusalan kohtaamispaikan.

  Tutkijat, yritykset ja päättäjät kohtaavat ➔ Tutkimustulokset jalostuvat piloteiksi, kumppanuuksiksi ja liiketoiminnaksi.
- Kasvualusta Suomelle: Winter Satellite Workshopin, Finnish Quantum Daysin ja muiden deep tech -tapahtumien ympärille on rakentunut kansainvälinen innovaatioekosysteemi.
- Ekosysteemin kasvun vauhdittaja: Tapahtuma kokoaa yhteen tutkimuksen, startupit, yritykset, sijoittajat ja julkiset toimijat. Näistä syntyy uusia kumppanuuksia, investointeja ja kasvua koko ekosysteemille.
- Kansainväliset verkostot Suomeen: Yhteistyö tuo Helsinkiin tutkijoita, yrityksiä ja osaajia ympäri maailmaa. Samalla suomalaiset yritykset saavat suoran yhteyden globaaleihin verkostoihin ja markkinoihin.

MESSUKESKUS
The real social media

WINTER SATELLITE WORKSHOP



Winter Satellite Workshop 2027

HELSINKI VOITTAA TOIMIVUUDELLA

MESSUKESKUS
The real social media



MONET HELSINGIN TÄRKEIMMISTÄ KILPAILUEDUISTA OVAT ASIOITA, JOITA PIDÄMME HELPOSTI ITSESTÄÄNSELVYYKSINÄ.

- Turvallinen kaupunki
- Vakaa yhteiskunta
- Toimiva julkinen liikenne
- Lyhyet etäisyydet
- Korkeatasoinen palvelu
- Vastuullisuus

Kansainväliselle tapahtumajärjestäjälle
nämä eivät ole itsestäänselvyyksiä.
Ne ovat kilpailuetuja.

TAPAHTUMAT SEURAAVAT OSAAMISTA

MESSUKESKUS
The real social media

KANSAINVÄLINEN KONGRESSI EI TULE HELSINKIIN VAIN SIKSI, ETTÄ TÄÄLLÄ ON MESSUKESKUS JA HYVÄ KAUPUNKI.

SE TULEE TÄNNE SILLOIN, KUN MUKANA OVAT MYÖS:

yritykset, korkeakoulut, tutkijat, ammattiliitot ja toimialajärjestöt, kaupungit, kansainväliset verkostot

Yksittäinen toimija ei voita kongressia. Ekosysteemi voittaa kongressin.

MESSUKESKUS
The real social media


YMPÄRIVUOTISUUS
VOITETAAN YHDESSÄ



YMPÄRIVUOTISUUS SYNTYY SYISTÄ TULLA HELSINKIIN.

Osaaminen tuo kongressit
- Tutkimus
- Yritykset
- Innovaatiot
- Kansainväliset verkostot

Tapahtumat tuovat ihmiset
- Kokoukset
- Kongressit
- Messut
- Yritystapahtumat

Tarinat luovat kysynnän
- Joulupukki tuo ihmiset Suomeen talvella
- Mitkä ovat Helsingin ja Suomen seuraavat kansainväliset vetovoimatekijät?

MITÄ VOISIMME TEHDÄ SEURAAVAKSI?

MESSUKESKUS
The real social media

HELSINGIN SEURAAVA KASVULOIKKA SYNTYY YHTEISTYÖSTÄ.



1.Vahvistamme yhteistä Helsinki-tarinaa

- Teemme vahvuuksiamme näkyvämmiksi maailmalla.
- Luomme uusia syitä tulla Helsinkiin ympäri vuoden.
- Saamme vierailijat viihtymään pidempään ja palaamaan.



2. Hyödynnämme verkostoja entistä paremmin

- Ambassador-ajattelu
- Tutkijat, professorit, lääkärit ja yritysjohtajat mukaan
- Kansainväliset yhteisöt Helsingin puolestapuhujiksi



3. Rakennamme tapahtumia vahvojen klustereiden/vahvuus-alueiden ympärille

- Esim. kyberturvallisuus, terveysteknologia, kvanttiteknologia, puhdas siirtymä



4. Yhdistämme voimavaroja

- Uusia yhteistyö- ja investointimalleja
- Yhteinen konkreettinen tavoite: lisää kansainvälisiä tapahtumia Helsinkiin

YHTEENVETO

Tapahtumat eivät synnytä vain kävijöitä.

Ne synnyttävät kasvua, kansainvälisiä verkostoja ja uusia mahdollisuuksia.
Tapahtumat ja elinkeinopolitiikka eivät ole erillisiä asioita. Ne tukevat toisiaan.

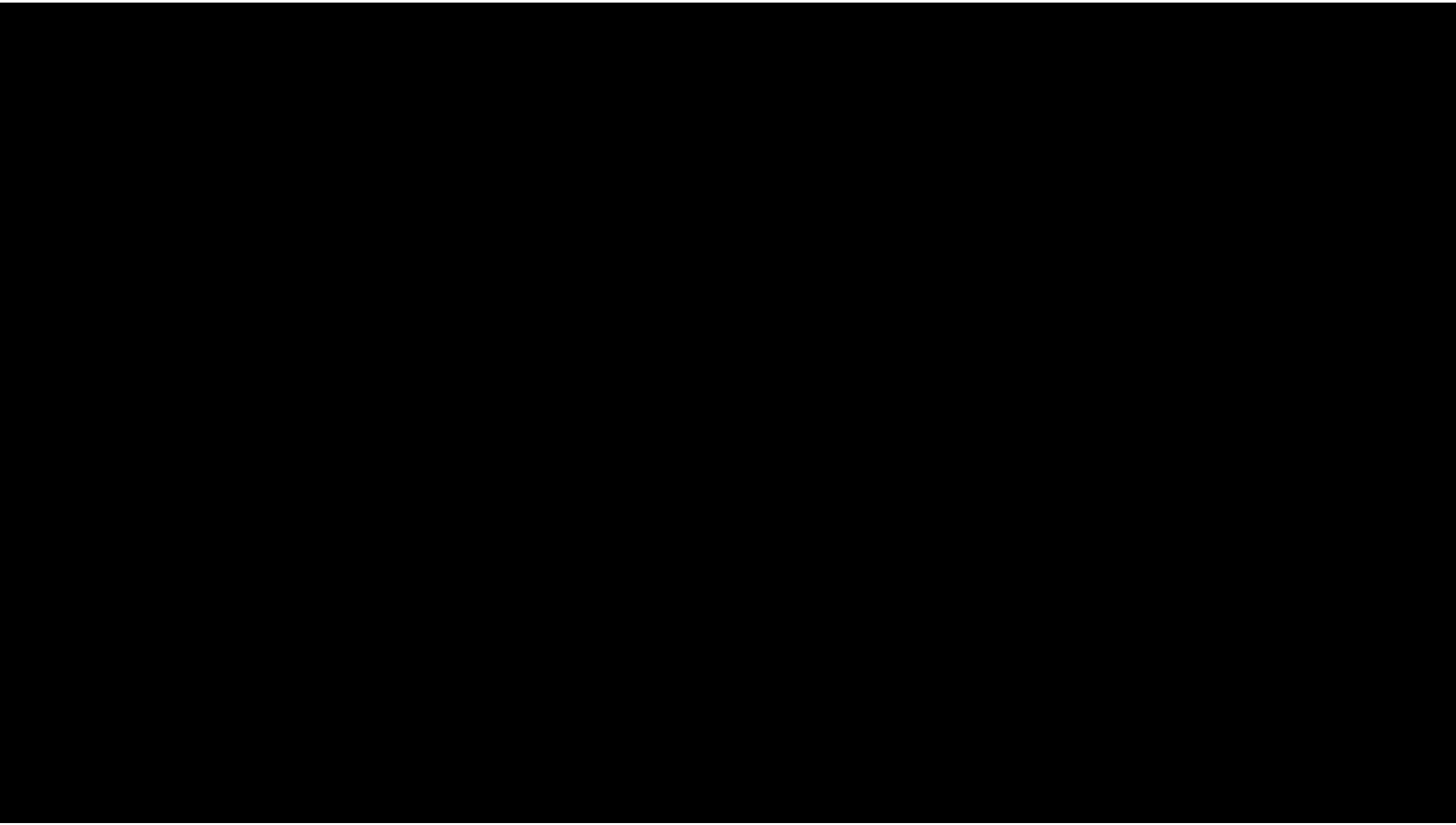
Helsingin kilpailuetu ei synny yksittäisestä toimijasta.

Se syntyy siitä, kuinka hyvin kaupunki, yritykset, korkeakoulut, tutkimus ja tapahtuma-ala onnistuvat toimimaan yhdessä.

Messukeskuksessa uskomme tulevaisuuden kasvuun. Siksi investoimme nyt yli 20 miljoonaa euroa Messukeskus Solariin ja Helsingin kansainväliseen vetovoimaan.

MESSUKESKUS
The real social media


SOLAR
ELÄMYSTEN UUSI ULOTTUVUUS
MESSUKESKUS
The real social media



Onnellisuus



Elävyys



Kasvu



Elinvoima





Events, community and happiness as drivers of urban vitality

Patrik Tengvall

Tukholman kaupunki
Tapahtumastrategian johtaja

Helsinki

Helsingin tapahtumaseminaari

Events, community and happiness as drivers of urban vitality



Patrik Tengwall, Head of event strategy

Helsinki Event Seminar Nov 9th 2026

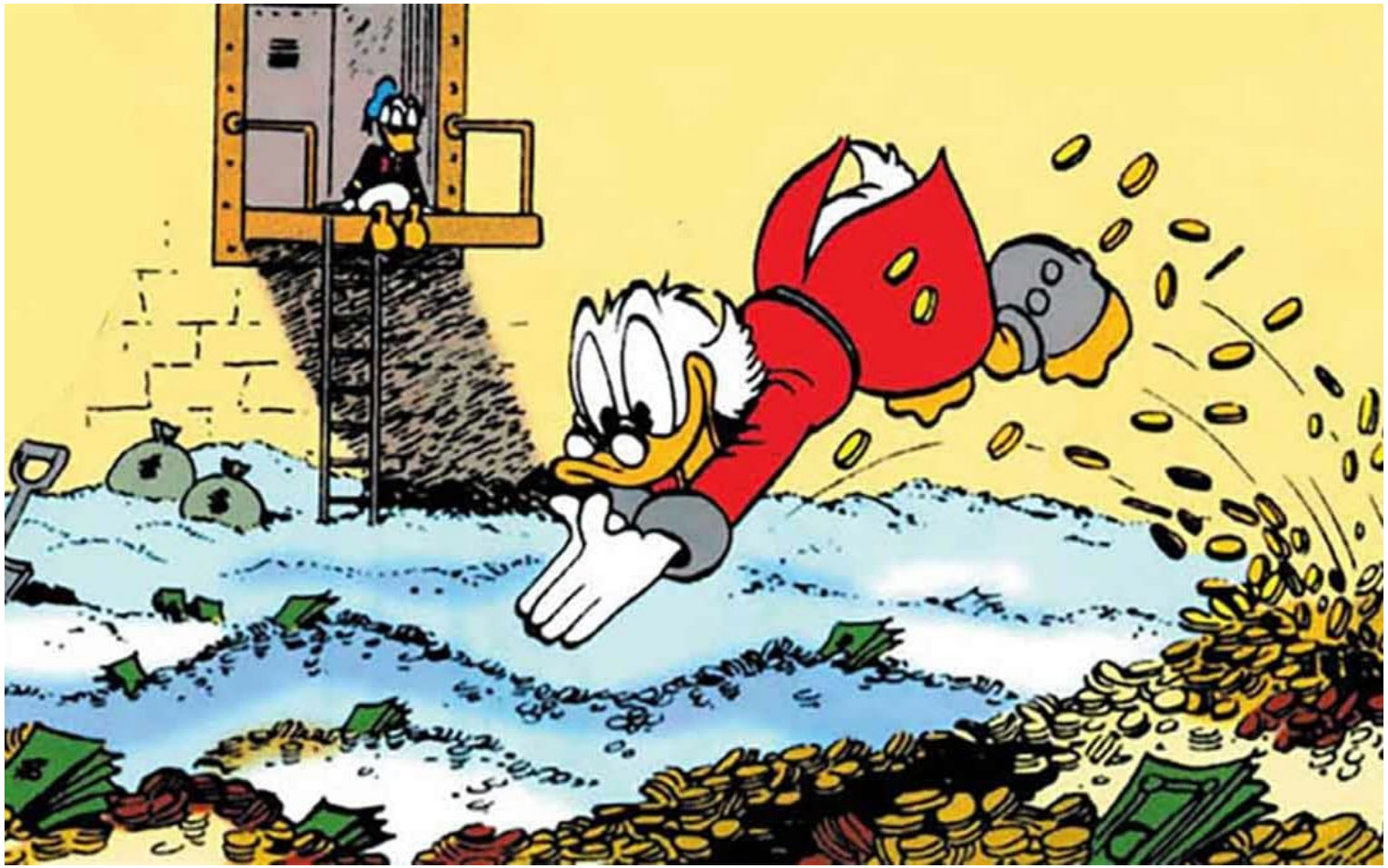
Hemstad – Huvudstad - Världsstad



Stockholm event portfolio



It´s (not) all about the money!



The balance of positive impact from events




THE
GOOSEBUMPS
EFFECT
Stockholm Live, a part of Legends Global

Över 200 barn i Sverige misstänkta i mordutredninga

Så undviker vi att utplånas av AI – Nobelpristagaren om hotet från hans egen skapelse

Nyheter

Explosionsartad ökning av dömda ungdomar på Sis

Sydsudan: Nära halva folket i akut hungersnöd

Uppgifter: Trump lutar åt attack mot Iran



DI WEEKEND

Varningen till Europa: ”Putin attackerar igen”

Över 70 000 döda i Gazakriget

Hotet från AI samlar världsledare till toppmöte

Nyheter

Explosion söder om Göteborg – pojke anhållen

Klimatkrisen

Världens experter eniga – klimatkrisen största hotet

Med Ukrainas framtid står också övriga Europa på spel

Ex-ministern: ”Nato står inför en kollaps”

2024 slår alla tidigare värmerekord – första året över 1,5 grader

BRYSSEL 10 januari 2025

Man hittad skjuten till döds i bil i Malmö

EXTRA



Antarktis is smälter allt snabbare: ”Ser mystiska smältvattensjöar”

UPPDATERAD IGÅR 08:51 PUBLICERAD 14 JANUARI 2026

Protesterna i Iran

Minst 5 000 döda efter protesterna i Iran

Must: Ryssland kan vara redo att attackera Nato ett år efter krigsslut i Ukraina

TRUMPS HOT MOT GRÖNLAND

Trumps nya hot: Tullar om ni inte stöder vår Grönlandsplan

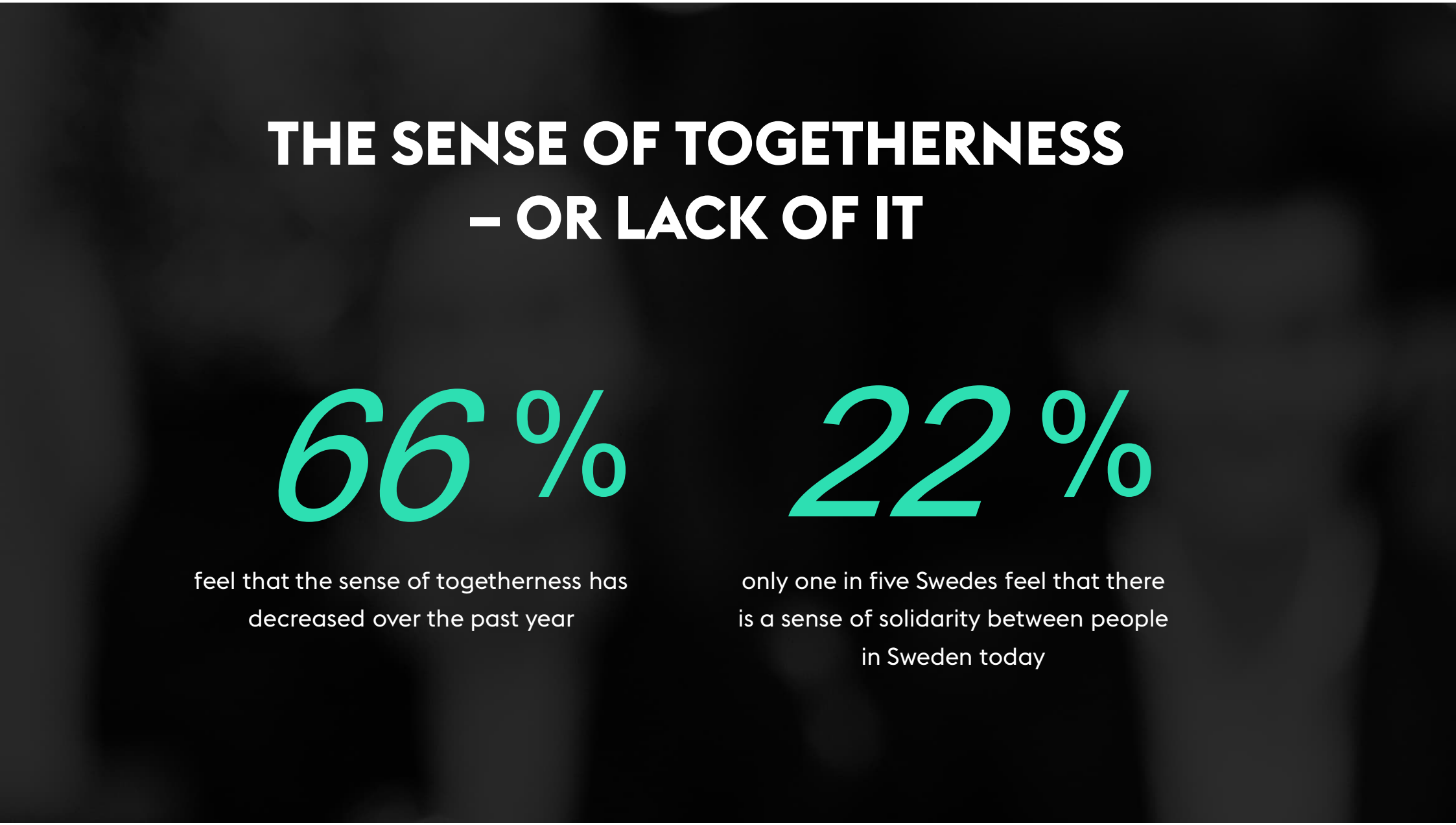
De länder som inte stödjer Donald Trumps planer på att annektera Grönland kan bestraffas med tullar. Det säger presidenten på fredagen, enligt AFP.

Putins hjärna”: Trump har startat ett tredje världskrig

Här skapas de nya barnfängelserna

Experten: Trumps besatthet kan leda till nytt världskrig

”Irrationell fixering”



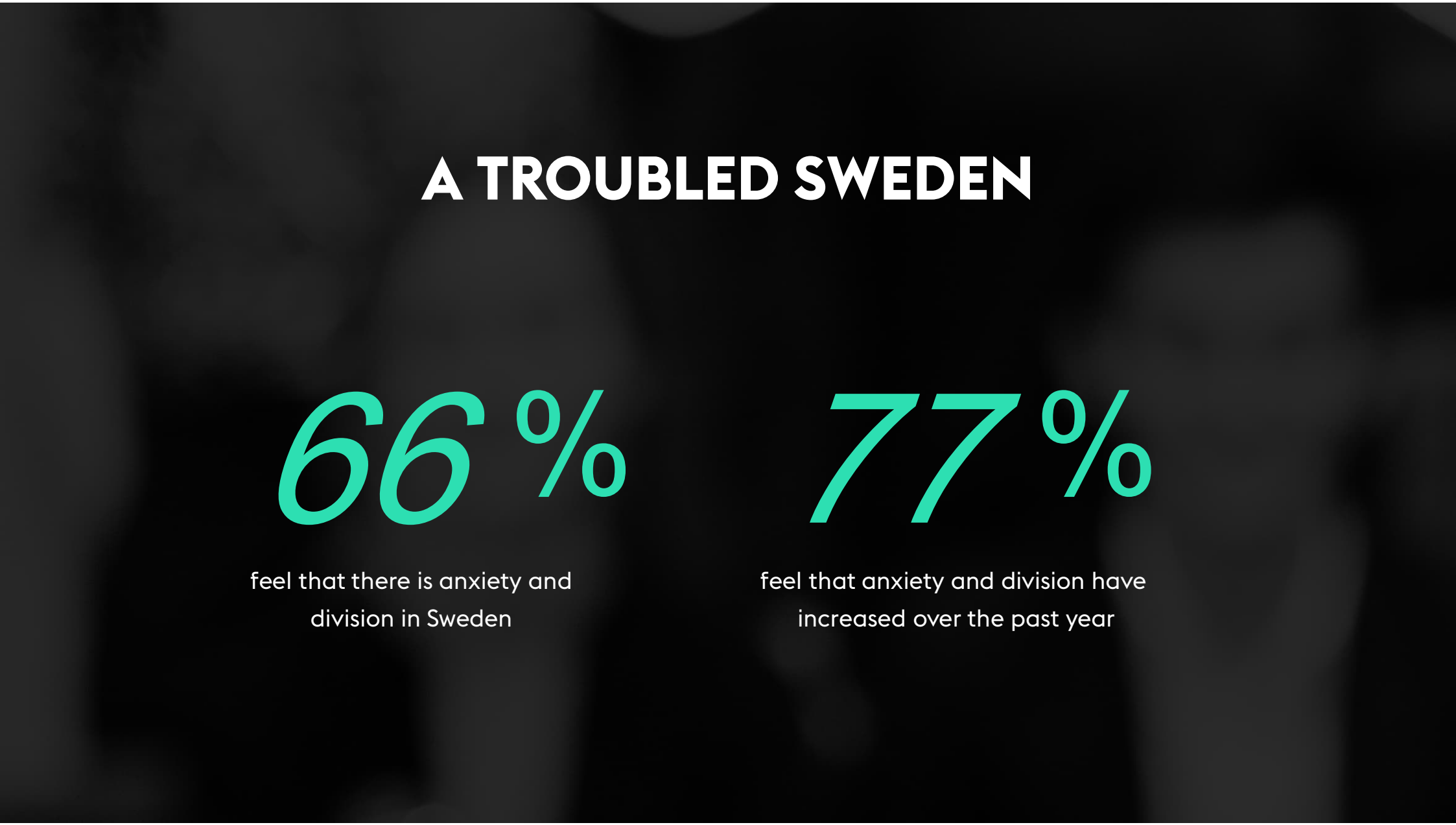
THE SENSE OF TOGETHERNESS – OR LACK OF IT

66 %

feel that the sense of togetherness has decreased over the past year

22 %

only one in five Swedes feel that there is a sense of solidarity between people in Sweden today


A TROUBLED SWEDEN
66%
feel that there is anxiety and division in Sweden
77%
feel that anxiety and division have increased over the past year

RESEARCHERS & EXPERTS





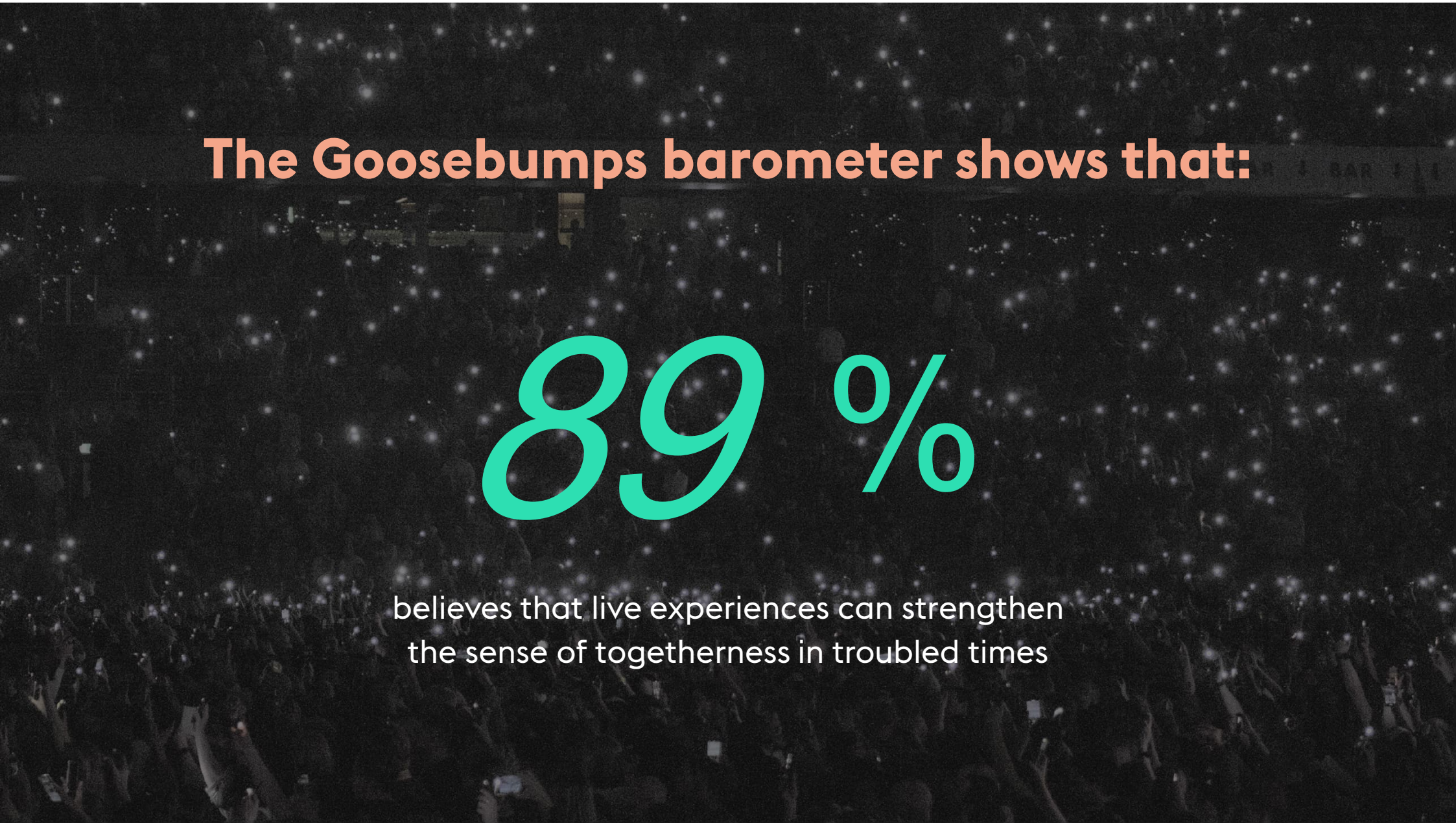

José Pizarro, Lecturer in Social Psychology,
University of the Basque Country
Jonna Vuoskoski, Professor of Music Cognition,
University of Oslo
Alan Fiske, Professor of Anthropology,
University of California
Lars Olov Bygren, Professor Emeritus of Social Medicine,
Karolinska Institutet
Charlotta Mellander, Professor of Economics,
Jönköping International Business School
Lisa Thorell, Professor of Psychology,
Karolinska Institutet
Carl Heath, Senior Researcher in Digital Resilience,
RISE
Mouna Esmaeilzadeh, Physician and Neuroscientist,
PhD Graduate from Karolinska Institutet

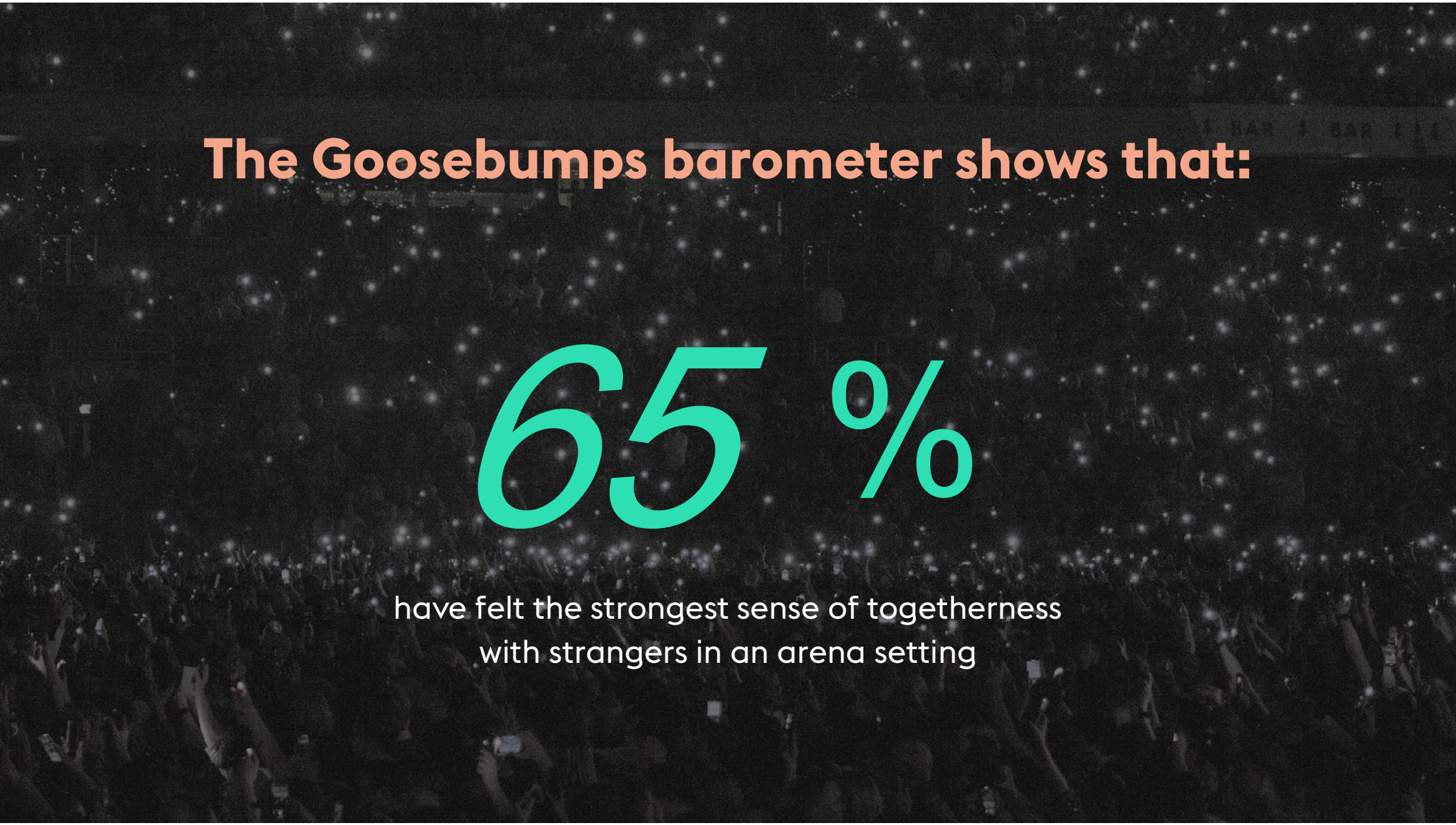


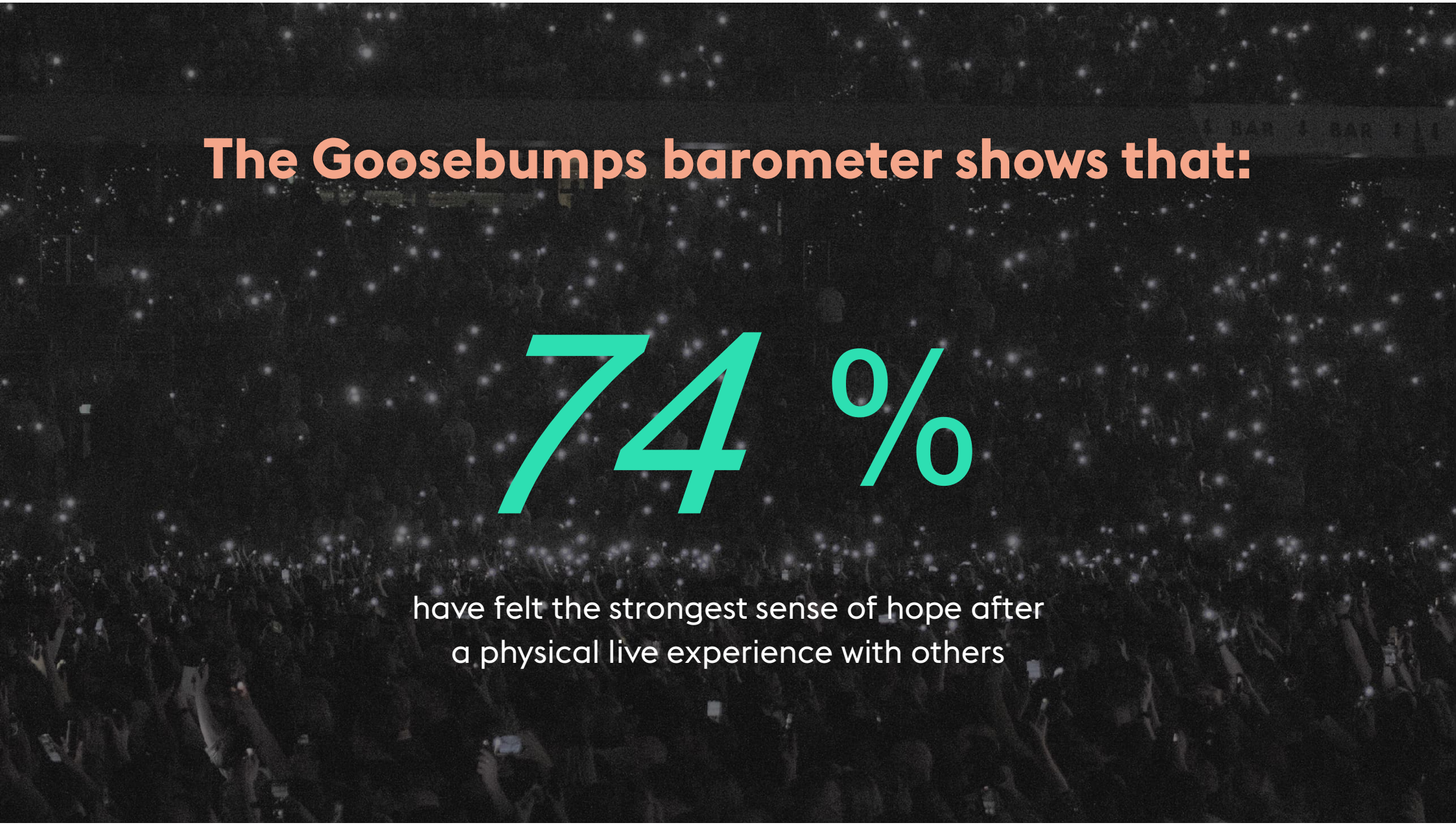




THE
GOOSEBUMPS
BAROMETER


The Goosebumps barometer shows that:
89 %
believes that live experiences can strengthen
the sense of togetherness in troubled times


The Goosebumps barometer shows that:
65 %
have felt the strongest sense of togetherness
with strangers in an arena setting


The Goosebumps barometer shows that:
74 %
have felt the strongest sense of hope after
a physical live experience with others


When we experience goosebumps together, something greater than the moment itself happens. It fosters a sense of togetherness, binds us together and strengthens the golden threads that weave the fabric of society.
Stockholm Live, en del av Legends Global


HAPPINESS
Mötesplats
S20


THE GREATEST SHOW ON EARTH
CARNAVAL DE LUZ
PRESENTS
WORLD TOUR 2027
WITH SPECIAL GUEST
Wolf Alice
U2
26 APRIL & 28 APRIL
STOCKHOLM STRAWBERRY ARENA
SIGN UP FOR ARTIST PRESALE
VISA
LIVE NATION
ESTABLISHING
MARKET IN TH
UST PLAY
TIPLE SHOWS
Beyonce x 2, Taylor Swift x 3, Kent x 6, Lady
x2, Iron Maiden x 2, Bad Bunny x 2, The Weeknd x 3


DEC. 25, 2023
PERSON OF THE YEAR | TAYLOR SWIFT
TIME
time.com


DEC. 30, 2024
PERSON OF THE YEAR | TAYLOR SWIFT
TIME
kubaswift



MICAEL DAHLEN
Author and Professor, Stockholm School of Economics

Happiness researcher Micael Dahlen confirms the tangible impact that cultural events can have on a large city such as Stockholm. The measurements show an increase of almost 5% in happiness among residents, a figure that Dahlen considers remarkable, especially considering that less than one tenth of the population actually attended the concerts.

– "This was a perfect and unique opportunity to test what we call 'Happyflation' – how happiness and well-being can be spread collectively through a city. Few artists have the ability to bring together as many people and create such collective joy as Taylor Swift," says Micael Dahlen.

Compared to previous studies, such as those conducted during the London Olympics, which looked at how major sporting events affect the well-being of residents, this study is unique in its focus on the effects of a visit by a world-famous artist. Dahlen emphasises that events of this magnitude not only bring joy to those who attend directly, but that the effect is spread through the city.

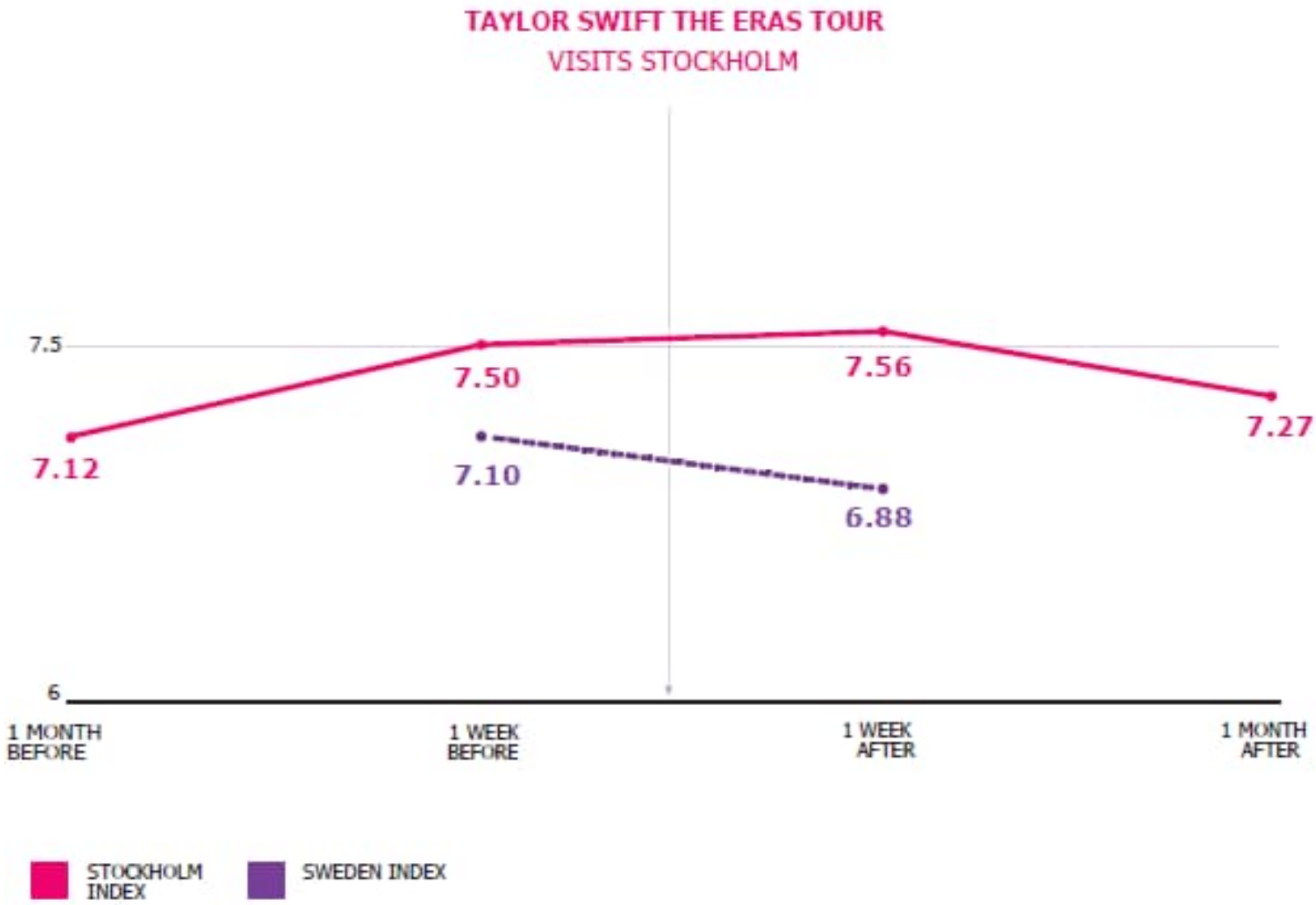
– "We call it 'Happyflation'," he says. "Joy and happiness in people can infect others at several levels. The hundreds of thousands of happy concert-goers shared their enthusiasm with Stockholmers, who in turn passed it on. This also contributes to an increased sense of community and pride in being part of a city that is recognised positively, both nationally and internationally.

THE FIVE MEASUREMENTS SHOW, AMONG OTHER THINGS, THAT:

- **Taylor Swift's concerts increased the happiness of Stockholm residents both before and after the artist's visit to Sweden**, compared with the rest of Sweden. The difference was also greater after the event, which shows a clear event effect.

- Taylor Swift's concerts also had a **statistically consistent positive effect on other aspects of Stockholmers' well-being and behaviour during the period**; two of the feelings that stand out in particular are that the concerts contributed to Stockholm residents experiencing greater joy and also a greater sense of community in Stockholm during the time around the event.

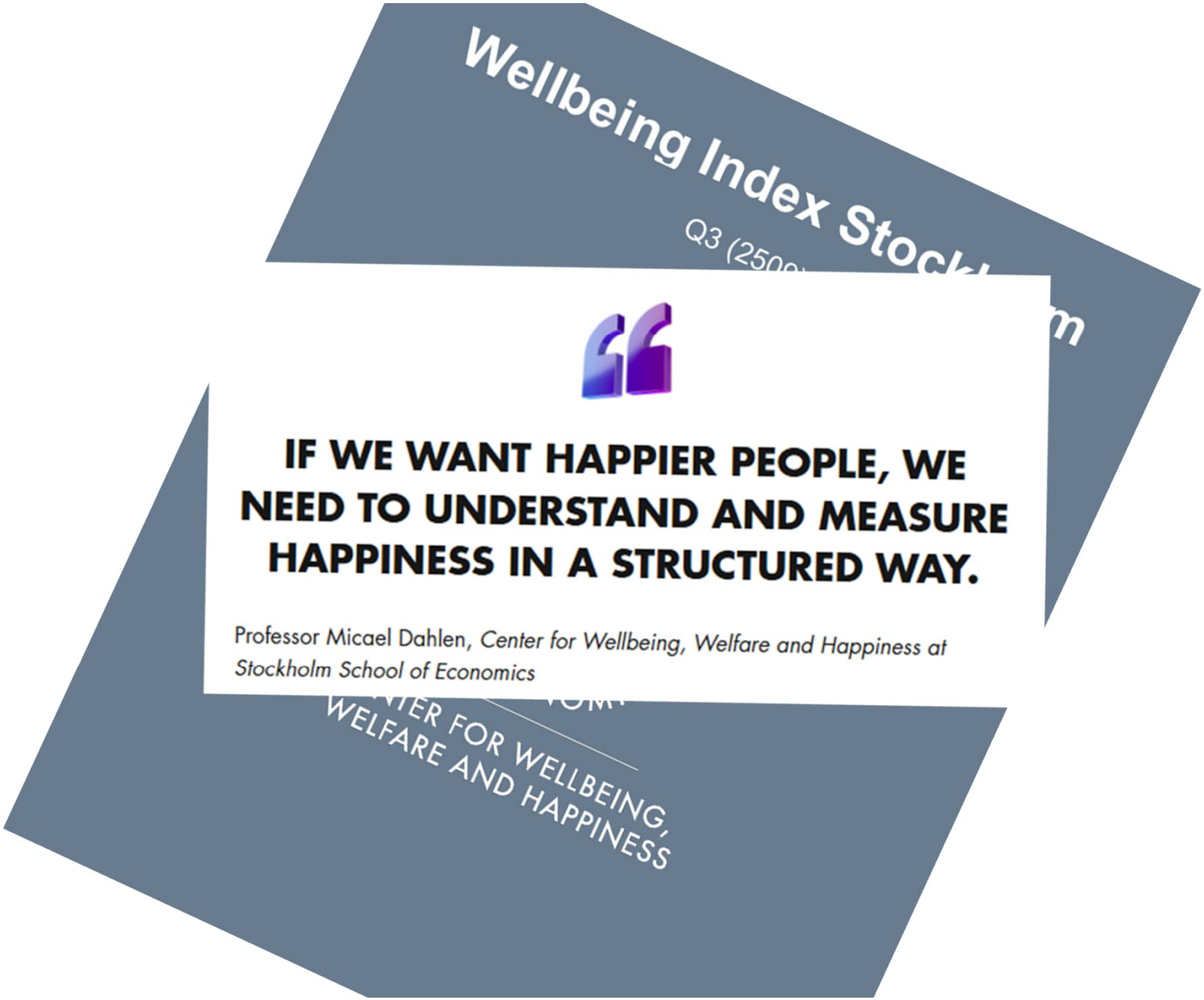
- In one of the measurements – in which the respondents themselves had to estimate how they had been affected by Taylor Swift's visit to Sweden – the positive effects were significant, and they also followed what Micael Dahlen describes as "a logical pattern". **There were greater positive effects in Stockholm compared with the rest of Sweden;** and there were greater positive effects among those who knew someone who was at the concert, and the greatest effects of all those who were there themselves.


TAYLOR SWIFT THE ERAS TOUR
VISITS STOCKHOLM
7.5
6
7.12
7.50
7.56
7.27
7.10
6.88
1 MONTH BEFORE
1 WEEK BEFORE
1 WEEK AFTER
1 MONTH AFTER
STOCKHOLM INDEX
SWEDEN INDEX



STOCKHOLM **WELLBEING INDEX**

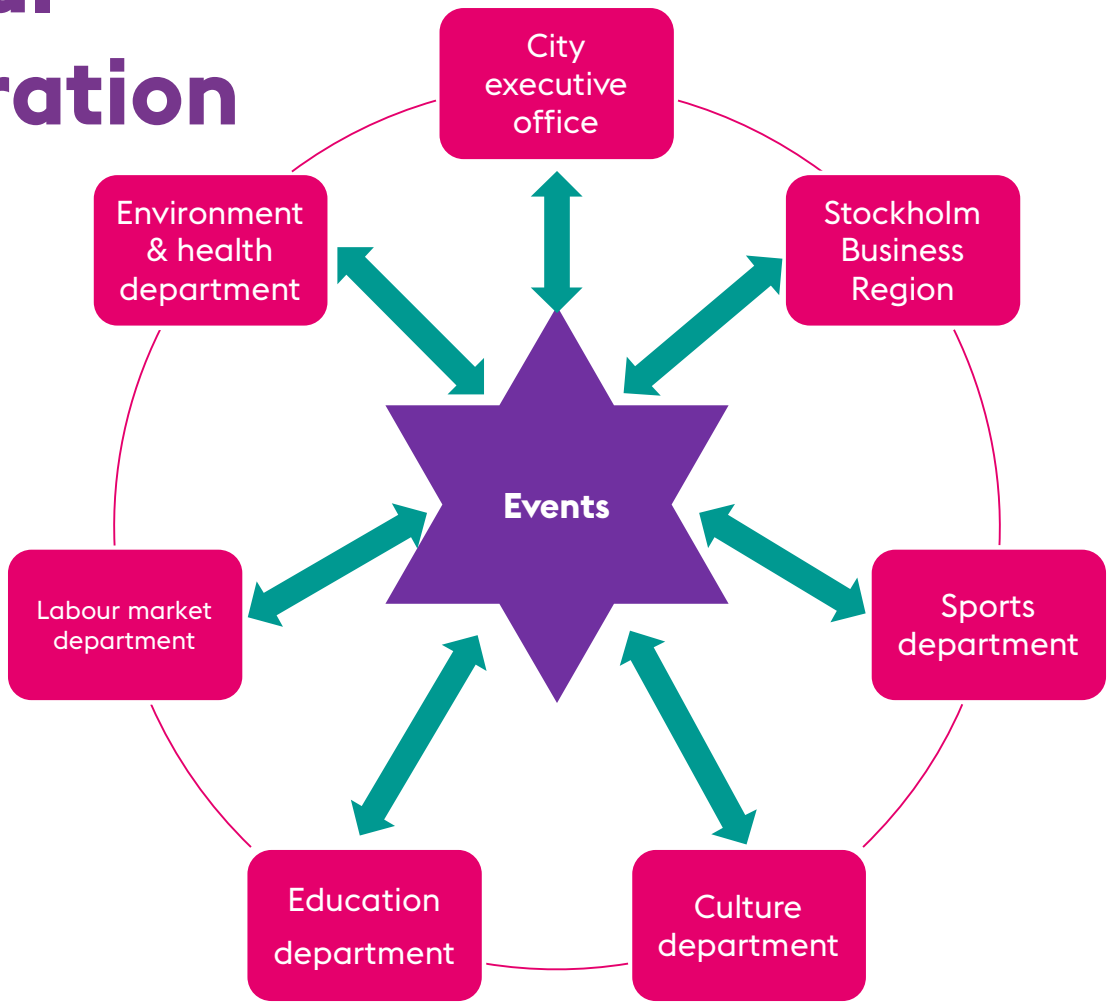
Economic growth has long been the primary measure of a city's success. But prosperity means more than GDP. The Stockholm Wellbeing Index tracks how residents actually experience life in the city — measured quarterly, valued economically, and designed to guide decisions that improve quality of life alongside economic development.


Wellbeing Index Stock
Q3 (250
IF WE WANT HAPPIER PEOPLE, WE NEED TO UNDERSTAND AND MEASURE HAPPINESS IN A STRUCTURED WAY.
Professor Micael Dahlen, Center for Wellbeing, Welfare and Happiness at Stockholm School of Economics
ER FOR WELLBEING,
WELFARE AND HAPPINESS

Event delivery – event hosting

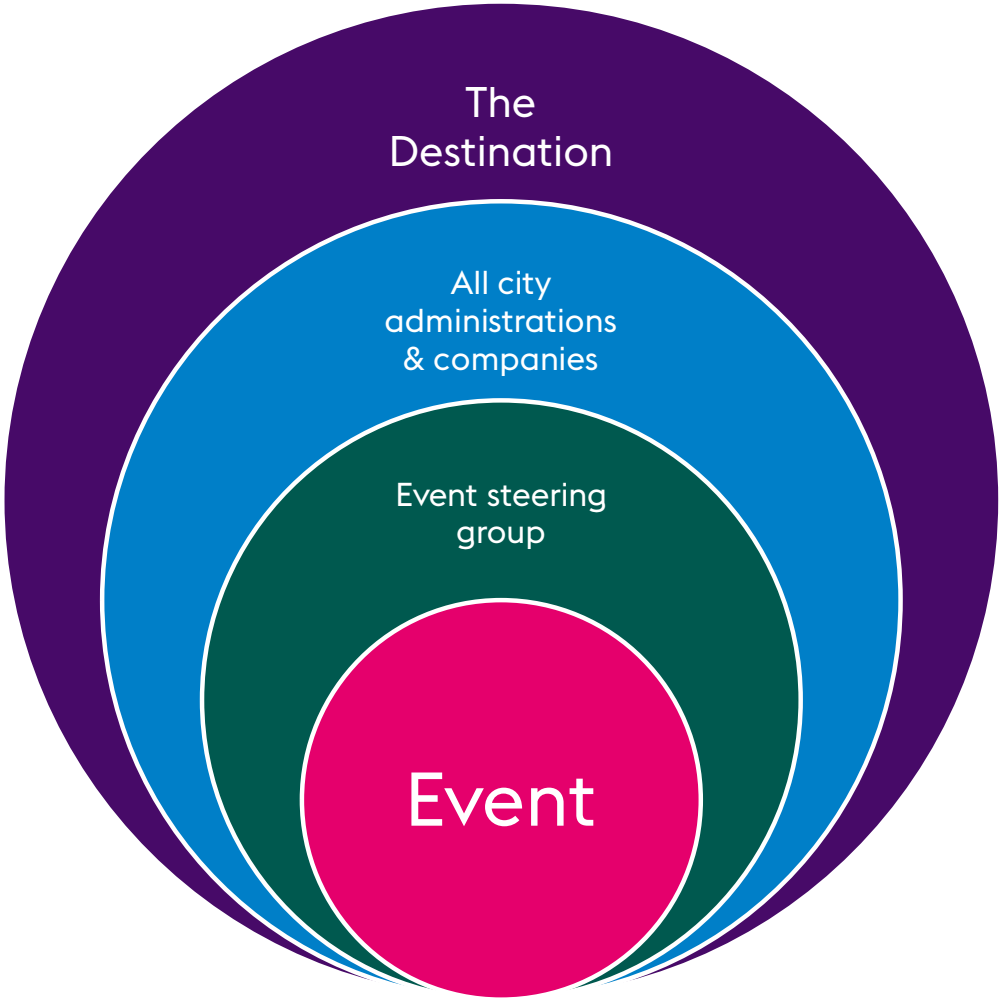


Internal cooperation



”A wide variety of events are organized in Stockholm, ranging from local festivals to major international events. These events benefit and entertain Stockholmers, visitors, and the business community, and **serve as tools for developing the city’s core operations**”

The Stockholm collaboration model



STOCKHOLM CITY OF SUPPORTERS



Stockholm – City of supporters is a concept that aims to strengthen Stockholms collective hosting of major events and championships, in order to become an even better and more in-demand host city. The concept brings together the business community, the city, sporting organizations, and the other actors to ensure Stockholm´s collective ability to host major events. It alslo extends a clear welcome to all supporters who visit Stockholm during sporting events.

Stockholm – City of Supporters

We do it together.

CITY OF HANDBALL SUPPORTERS TOOLBOX

Genom en digital toolbox skapar vi tillgänglighet, ger inspiration och håller en gemensamma ram för kommunikationsmaterialet.
Här hittar alla som vill vara med enkla verktyg som möjliggöra just för deras behov, önskningar och möjligheter för kommunikation.



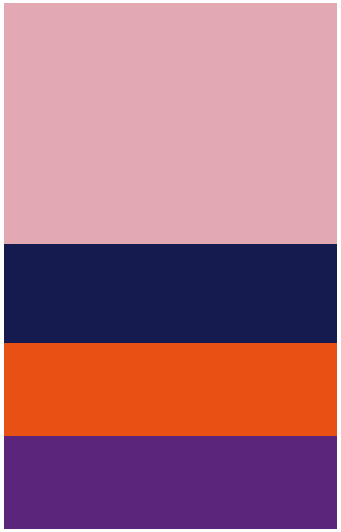
Budskap

Ladda ner



Illustrationer

Ladda ner



Färger

Ladda ner



Bilder

Ladda ner



Färdiga enheter & inspiration

Ladda ner


POLAND SWEDEN 2023 HANDBALL
International Handball Federation
STICK TOGETHER.
UPPLEV VM-FINALEN I STOCKHOLM!
VM I HANDBOLL
FINALHELGEN | 25-29 JANUARI 2023 | TELE2 ARENA
KÖP DIN BILJETT HÄR!
UPPLEV HANDBOLL I VÄRLDSKLASS!
WELCOME TO STOCKHOLM
CITY OF HANDBALL SUPPORTERS
Stockholm
The Capital of Scandinavia


MEET YOU, WHERE YOU BEEN? WE HOPE Y
WELCOME TO
SWIFTHOLM
Stockholm
#stockholm♥music

TOOLKIT

















Stockholm



Hello! I wanted to message and say what an absolutely fantastic job Stockholm or "Swiftholm" did for the Taylor Swift concert this weekend! I traveled from Chicago and it was my first time to Stockholm. I had the most wonderful time! From the moment I stepped in the airport and they were playing Taylor swift in the Arlanda express station, to all the signs around town, the shops hosting Taylor themed events....it was SO much fun!!! You created a wonderful vibe of joy and inclusivity for all the Swifties from all over the world. I felt so welcomed. You did a fantastic job!!! Also all of the information posted about how to get to the concert via transit was so helpful. Arriving and exiting the arena was a breeze too! I cannot wait to come back to Stockholm and bring the rest of my family to enjoy your wonderful city. Thank you

Johan Nordgren · 2:a
Chef för marknadskommunikation på Trafikförvaltningen, Region Stockholm
3 d · + Följ

I samband med att superstjärnan kommer till Swiftholm anstränger vi oss lite extra för att göra resan smidig och enkel för alla swifties. I kommentarsfälten kommer till och med krav på högre lön för våra duktiga kreatörer...

Frida Oxelmark Krook · 2:a
Digital kommunikatör på Trafikförvaltningen, Region Stockholm
4 d · + Följ

Att vara en swiftie och samtidigt få jobba med kommunikationen kring Taylors kommande konserter = DRÖM! ... visa mer



Startsida | Ditt nätverk | Lägg upp | Aviseringar | Jobb

tobiasostberg 1 d

Taylor Swifts fans har gjort helgen hör i Solna till en fest. Så mycket glädje för oss som inte ens går på konserten

Therese Svanström...
Ordförande TCO på TCO
7 tim ·

Mycket diskussioner den här helgen om hotellpriser och vilken ekonomisk kraft Taylor Swifts besök i Stockholm innebär. Jag har tänkt på en annan grej. Jag är inget Swift-fan. (Eftersom jag inte lyssnar så mycket på henne) MEN. I en värld full av mycket ilska, hat och oro är det underbart att läsa om fullsatta arenor fyllda av glädje, gemenskap och kärlek. Proppfulla allmänna kommunikationer fyllda av förväntan, arenan där man hjälps åt i trängseln, poliser som blir glada över glittriga vänskapsband man tilldelas av glada fans.

Swift beskrivs som för duktig, präktig och så vidare. Må så vara. Men då gillar jag det. Likväl som jag idag inte tycker det utskällda förhållningssättet politisk korrekt är fel, tvärtom. Kväll efter kväll samlar hon mängder av människor som hyser tilltro till andra och vill varandra väl och har en tro på morgondagen. Idag, är det i min värld en riktig stjärna.

Skapa kontakt

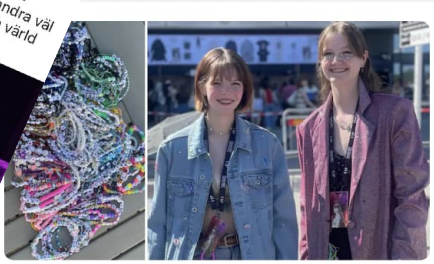


PRENUMERERA | LOGGA IN

SPORT NÖJE SVERIGE VÄRL

...yser upp hela himlen

Svenska E... Swift: "Fol...



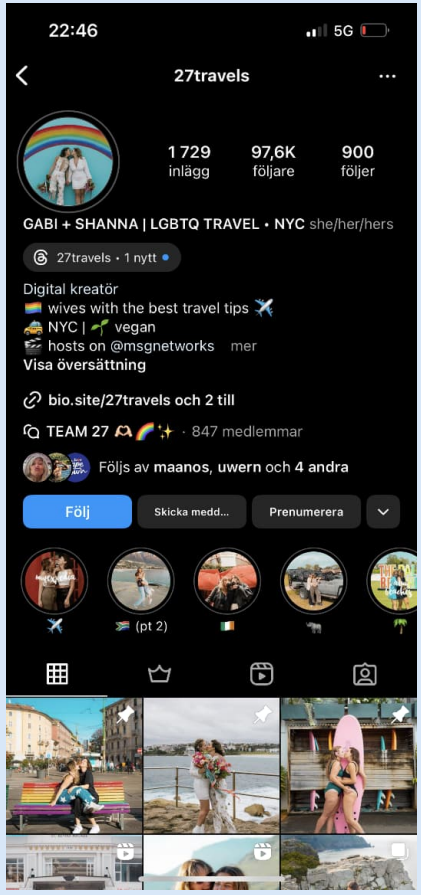
Ellas och Henriettas gåva till beväpnade poliserna

Armband på automatvapen • Swift-fansen: "En trygghet"

Stockholm


27travels 1d
NYC ➡️ STOCKHOLM


27travels 49m
Visa översättning
the whole city of Stockholm is READY for the Era's Tour 😍✨
someone from @visitstockholm gave us these friendship bracelets and we're obsessed
WELCOME TO SWIFTHOLM
WELCOME TO SWIFTHOLM
@stockholmlgbt
#stockholmlgbt


22:46
5G
27travels
1 729 inlägg
97,6K följare
900 följer
GABI + SHANNA | LGBTQ TRAVEL • NYC she/her/hers
27travels • 1 nytt
Digital kreatör
wives with the best travel tips ✈️
NYC | 🌱 vegan
hosts on @msgnetworks mer
Visa översättning
bio.site/27travels och 2 till
TEAM 27 · 847 medlemmar
Följs av maanos, uwern och 4 andra
Följ
Skicka medd...
Prenumerera
(pt 2)


Visitstockholm 3h
Taylor Swift · You're On Your Own, K...
#Swiftholm
here we are!!
#stockholmistheerastour
STOCKHOLM
SWIFTIES

Stockholm

MEDIA IMPACT

Taylor Swift's concerts in Stockholm generated over 19,000 articles corresponding to an advertising value of 200 million SEK.

Visits to visitstockholm.com increased by 80% and Google searches for Stockholm increased by 52%.

- Over 19,000 articles and posts were published in news media and on social media (during a seven-day survey) in relation to the concerts in Stockholm, with a potential reach of over 5 billion. In advertising value, this corresponds to just over SEK 200 million.
- "Swiftholm" was mentioned in over 6,000 articles and social media posts during a seven-day survey in connection with Taylor Swift's visit.
- Global Google searches for Stockholm increased significantly during the period by 27% the week before the concerts – and by 52% the week after the concerts.
- Foreign visitors give Stockholm as a city very high overall ratings. 6 out of 10 can be classified as Stockholm ambassadors after the visit.

Source Meltwater



GRAPHIC STYLE





Exempel:















Stockholm

COMMUNICATION OVERVIEW - STOCKHOLM HOCKEYFEST

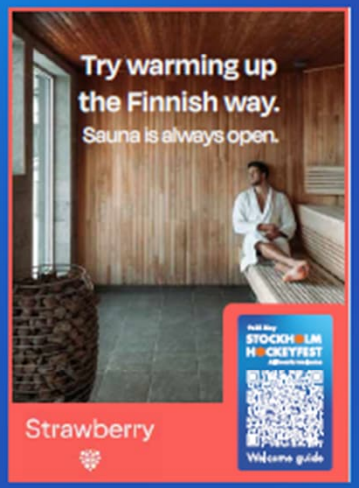




















Stockholm


Thank you Helsinki!
Stockholms stad
patrik.tengwall@stockholm.se





Mikä innostaa nuoria tapahtuma-alalle?

Arttu Sauvola & Meerika Tiitta

Helsingin kaupunki
Tuottaja, Helsinki Event School ja
Kulttuurituottajaopiskelija

Helsinki

Helsingin tapahtumaseminaari

Mikä innostaa nuoria tapahtuma-alalle?



Kuva: Mila Eremina

Esittelyt



Arttu Sauvola

Tuottaja

Helsingin kaupunki, Tapahtumayksikkö

- Valmistunut kulttuurituottajaksi Humakista v. 2017
- Freelancertuottajana 2017–2023 mm. Slush, Flow Festival, Lost In Music, Sideways



Meerika Tiitta

Kulttuurituottajaopiskelija

Metropolia AMK

- Osallistui Helsinki Event Schooliin sekä You X -festivaalin tuotantotiimiin 2026

Helsinki


Kuva: Mila Eremina
Helsinki

Mikä tapahtuma-alassa kiinnostaa?

Veto-voima-tekijät

- Tapahtuma-alan erityispiirteet:
  - Vaihtelevat työajat
  - Vaihtelevat työpaikat
  - Monipuoliset työnkuvat
- Työtä halutaan tehdä yhä enemmän omien mielenkiinnonkohteiden parissa
- Halu vaikuttaa yhteiskunnallisesti ja luoda merkityksiä yhteisöille tapahtumien ja elämyksien kautta

Toisaalta

- Mielikuvissa erityisesti musiikki- ja live-alan ympärillä edelleen tietty (valheellinen) glamour
- Alan haasteet eivät ole tiedossa ulkopuolelta tulevalle:
  - Pätkätyöt, haastavat työajat
  - Vaihtuvat työnantajat
  - Ns. hiljaiset kuukaudet, jolloin työtä vähemmän saatavilla
  - Alan sääntelyn puute

Helsinki


Kuva: Jarkko Laiho
Helsinki


Kuva: Mila Eremina
Helsinki

Millä toimilla alasta voidaan tehdä saavutettavampi uusille tulokkaille?

- Uusia väyliä tapahtuma-alalle työllistymiseen ⟶ kulttuurituottajan koulutus ei vastaa koko tapahtuma-alan tarpeisiin
- Alan rekry- ja harjoittelumahdollisuuksista viestiminen esim. rekrytapahtumien kautta
- Tapahtuma-alan järjestäytyminen (LiveFIN, Tapahtumateollisuus)
- Helsinki Event Schoolin ja You X -tuotannon kaltaiset matalan kynnyksen väylät tutustua käytännössä alalla työskentelyyn jo ennen kouluttautumista

- *Mitä muita toimia jo on tai voisi olla?*

Helsinki



Kuva: Mila Eremina

Helsinki Event School

- Maksuton, viikonlopun mittainen tapahtumatuotantokoulutus 18–29-vuotiaille tammikuussa Tiivistämöllä, Helsingin Suvilahdessa
- Laaja kattaus tietoa tapahtumatuotannon eri osa-alueista ja alan uramahdollisuuksista
- Alan ammattilaisten puheenvuoroja, paneelikeskusteluja ja tapahtumien case-esimerkkejä (mm. Provinssi, Ruisrock, Kesärauha, Tullikamari, Warner Music Live)
- Koulutukseen valittiin 2026 n. 80 osallistujaa hakemusten perusteella
- Aiempaa kokemusta alalta ei tarvita, kiinnostus, motivaatio ja tarve tärkeimmät valintaperusteet
- Tilaisuus tutustua muihin alasta kiinnostuneisiin nuoriin ja verkostoitua alan tekijöiden kanssa
- Väylä saada tietoa vapaaehtoistehtävistä ja harjoittelumahdollisuuksista alan eri toimijoilla
- Mahdollisuus hakea kesän 2026 You X -festivaalin tuotantotiimiin

Helsinki



Kuva: Riia Heinonen



Kuva: Riia Heinonen

Helsinki


Kuva: Riia Heinonen
Helsinki

Kiitos!

Arttu Sauvola

Tuottaja

Helsingin kaupunki, Tapahtumayksikkö

040 483 7175

arttu.sauvola@hel.fi

Kuva: Mila Eremina



Yhteenveto

Anna Möttölä

Helsingin kaupunki
Tapahtumallisuuden projektipäällikkö

Helsinki

Helsingin tapahtumaseminaari

Tilaa Helsingin tapahtumallisuuden uutiskirje!

Helsinki

Helsingin tapahtumaseminaari

Kiitos!