

Suhtekorraldus. Integreeritud kommunikatsioon.

16–17-aastaste valimiskampaania „Ka minu häälel on jõud”

VIISIME INFO IGA NOORE VALIJANI!

Klient: Riigi valimisteenistus

Töö teostaja: Meta Advisory Group, Kristi Kirsberg

Elluviimise aeg: 2.–15.10.2017

Eelarve: 12 000 eurot

KUIDAS LUGEDA NOORTE MÕTTEID?

Esimest korda ajaloos oli 24 157 noorel inimesel, kel vanust 16–17-aastat, võimalik osaleda kohalikel valimistel.

Kommunikatsioonis oli suurim väljakutse aru saada, kust kogub just see vanusegrupp peamiselt infot, kellega nad oma valikuid arutavad ja kelle arvamus neile korda läheb?

MIDA NÄITAS KOOLIDES LÄBI VIIDUD KÜSITLUS AASTA ENNE VALIMISI?

- ✓ Noored ei huvitu valimistest!
- ✓ ID-kaarti kasutavad nad vaid reisi-dokumendina. Seega nad ei tea oma PIN-koode ega pea seetõttu e-hääletamist eriti tõenäoliseks.
- ✓ Kui nad valima lähevad, arutavad oma valikut eeskätt vanematega!
- ✓ Nad tarbivad 90% ulatuses info saamiseks sotsiaalmeediat ja 10% ulatuses telet.

KARL VILHELM VALTER

Rakett 69 saate võitja



-0:07



KARL KILLING

laulja



-0:09



EESMÄRK: INFORMEERIDA JA VALIMA KUTSUDA!

- ✓ Informeerida 16–17-aastaseid noori, et neil on ajalooline võimalus nii noortelt hääletada.
- ✓ Kaasata selleks tuntud eakaaslast, kelle arvamusel on jõud.
- ✓ Tagada videotele ja vlogidele vaatajakond.
- ✓ Rääkida klassikalisele meediale antud intervjuudes alati ka noorte valimisõigusest.
- ✓ Et valimas käiks vähemalt sama palju 16–17-aastaseid kui 18–24-aastaseid.

SÕNUM: KAMINU HÄÄLEL ON JÕUD!

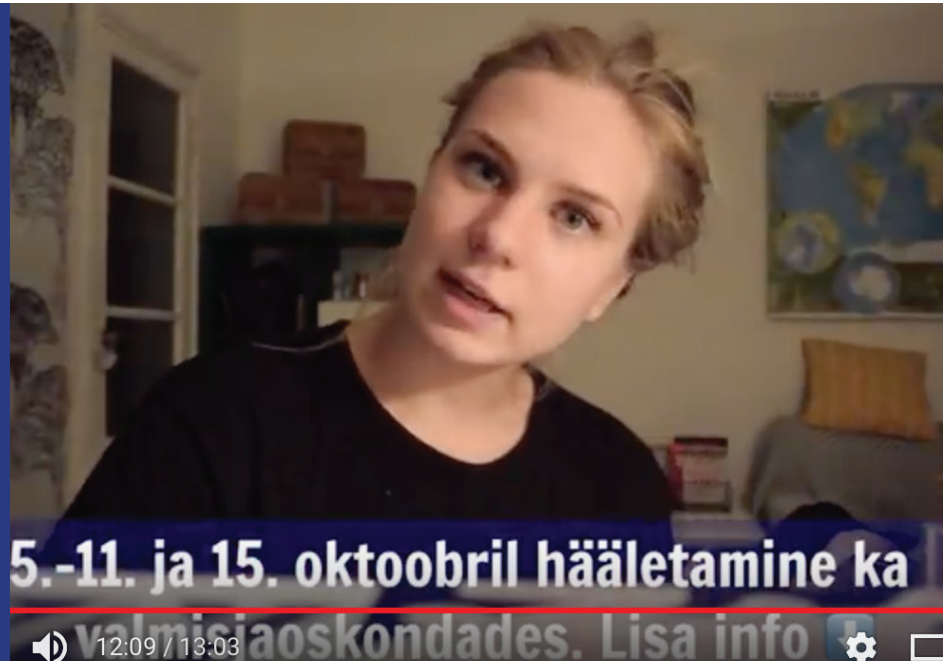
MIDA ME TEGIME?

- ✓ Uurisime, kes on populaarsed 16–17-aastased, kelle arvamus eakaaslastele korda läheb – söelale jäid muusik Karl Killing, korvpallur Henri Drell ja telesaate Rakett 69 võitja Karl Vilhelm Valter. Noored kinnitasid, et lähevad valima.
- ✓ Adusime, et juutuuberid on arvamusliidrid, kelle sõnal on jõud. Selgus, et neist üks populaarsem, Victoria Villig läheb valima. Otsustasime teha koostööd!
- ✓ Aasta enne valimisi tehtud küsitlus näitas: kui tahad noorteni jõuda, kasuta sotsiaalmeediat. Valisime põhikanaliteks Facebooki, Youtube'i ja Instagrami.
- ✓ Aga... aga... Noored väitsid, et valimisi arutavad nad eeskätt vanematega. Kus käivad nii noored, vanemad kui ka vanavanemad? Muidugi kinos! Leppisime kokku, et kahe nädala jooksul näitavad kolme noormehe üleskutset valima minna 41 kinosali üle Eesti.
- ✓ Mis aga oleks suurim üllatus 2000. aasta alguses sündinud põlvkonnale? Noortele, kes saavad päevas kümneid e-kirju ja teevad sotsiaalmeedias sadu postitusi? Muidugi paberkiri! Selleks kujundasime nimelise „Noore Valija Tunnistuse“ ja mis läks 24 157 noore postkasti. Võib kindel olla, et nii mõnigi neist sai elu esimese paberkirja! **NII JÕUDIS INFO IGA NOORE VALIJANI!**



MEIL LÄKS VÄGA HÄSTI!

- ✓ Facebookis vaadati Henri, Karli ja Karl Vilhelmi üleskutset üle 19 700 korra.
- ✓ Kinodes üle Eesti nägi üleskutset valima minna 95 600 inimest.
- ✓ Victoria Villigi vlogi vaatas 21 000 noort, Instagrami postitust nägi 29 880 ja Facebooki postitust 20 000 inimest.
- ✓ Kõik 24 157 noort said kodusesse postkasti „Noore Valija Tunnistuse“.
- ✓ Valimisperioodil rääkis valimisteestuse juht kümnetes intervjuudes noorte võimalusest valida. Pärast e-hääletamise lõppu oli populaarseim küsimus: palju osales noori? Ainuüksi ühel päeval, 12. oktoobril, oli 19 sarnast päringut.



HENRI DRELL
korvpallur



JA PALJUD TULID VALIMA?

Eestis ei ole elektroonilist valijate nimekirja, seega ei ole lõplikku statistikat. Kuid saame toetuda Tartu Ülikooli teadlaste Mihkel Solvaku ja Kristjan Vassili uurimistööle, mis ütleb:

- 16–17-aastased – 75%
- 18–19-aastased – 50%
- 20–21-aastased – 64%
- 22–23-aastased – 28%

Mihkel Solvak: Osavõtuprotsent ei olnud ilmselt nii kõrge, kuid vahekord teiste vanusegruppidega näitab, et noored olid väga aktiivsed valijad!

**NOORED OLID INFORMEERITUD!
NOORED VALISID!**