



Helkaman mainonta alkoi vuonna 1905 Kayser-ompelukoneista ja Oiva -polkupyörästä. 1920- ja 1930-luvuilla yhtiön pyöräkaupan tähtimerkki oli Venus Special. Sodan jälkeen Helkama kasvoi voimalla. Se myi autoja, moottoripyöriä, ompelua ja kutomakoneita, polkupyöriä, mopoja, televisioita, jääkaappeja, kodinkoneita, kaapeleita...

Ja mainosti, ahkerasti ja monipuolisesti - Hopeasaamaa, Hopeasiipeä, Jopoa, Jawa, Škoda, Mitsubishiä, Lumimiestä... ja Helkamaa - vain pakki puuttuu!



Sata vuotta Helkaman mainontaa

Helkama on mainostanut tuotteitaan sata vuotta. Polkupyöriä, ompelukoneita, radioita, moottoripyöriä, autoja, jääkaappeja - liikennevälineitä, kodintekniikkaa ja paljon muuta. Ja onhan niitä myytykin, kuten tammikuussa ilmestynyt Helkaman satavuotishistoria (Hopeasiipi. Sata vuotta Helkamaa. Otava 2005) kertoo. Nyt julkistetaan kirja Helkaman mainonnan historiasta - Helkama! Sata vuotta mainontaa.

Kirja kertoo Helkamasta, suomalaisesta perheyriyksestä mainonnan kautta nähtynä. Mutta se kertoo myös suomalaisesta mainonnasta - yhden yrityksen mainonnan kehityksestä 1900-luvun alusta huomispäivään. Heikki J. Helkama julkaisi ensimmäisen lehti-ilmoituksensa Aamulehden lauantainnumerossa 2.4. 1905. Lehdessä oli kahdeksan sivua. 1930-luvun lopullakin Helsingin Sanomien lauantainnumero oli vain 16-sivuinen. Mainosviestien ja viestimien määrän kasvu on ollut hurjaa ja Helkamakin saanut etsiä näkyvyyttä sanomalleen jos jonkinlaisin keinoin.

1950-luvulta lähtien Helkama on ollut innolla mukana kehittämässä suomalaista mainontaa yhteistyökumppaninaan ensin legendaarinen Matti Viherjuuri ja myöhemmin jokseenkin kaikki johtavat suomalaiset mainonnantekijät. Tuloksena olivat mm. Hopeasaama- ja Jopo-polkupyörien kampanjat sekä alan klassikoiksi nousseet "Helkama-pyörä on Helkama-pyörä, entinen ritsa on lälläripyörä" ja "vain pakki puuttuu!". Myös Lumimies kuuluu suomalaisen mainonnan merkkimiehiin. Oma lukunsa on Škoda-mainonta - se miten Helkama ja Škoda ovat yhdessä seilanneet halki maailmanhistoriaan mullistaneitten muutosten, joissa itäautosta tuli länsiauto. Ja paljon muutakin on myyty ja mainostettu, tuttuja ja tuntemattomia tuotteita televisioista teollisuuskoneisiin ja kahvinkeittimistä kuorma-autoihin.

Helkama! Sata vuotta mainontaa -kirjan on toimittanut Helkaman historian kirjoittanut Tapani Mauranen. Kirjassa on mukana myös johtavien suomalaisten mainonnantutkijoiden puheenvuoroja. 157-sivuinen kirja on erittäin runsaasti kuvitettu. Otavan kustantamaa teosta saa mm. kirjakaupoista. Ulkoasu on Minna Laatikaisen käsialaa.

Lisätietoja:

Iris Helkama, Helkama-yhtiöt, gsm 040-5507409, iris.helkama@welho.com

Tapani Mauranen, Chronicon Oy, 09 684 28910 tai 040 525 6273, tapani.mauranen@chronicon.com