



Seutukaupunkien vetovoimatutkimus 2019 Kokonaistulokset

Toteutuvat vetovoimatekijät Top 3



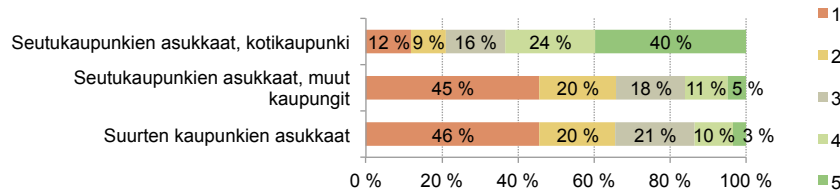
Ulkoiset houkuttelevuustekijät Top 3



Kärjen kaupungit ovat kasvu-uralla, mutta myös pehmeillä mielikuvilla voi menestyä "Sujuvan elämän" imago toteutuu seutukaupungeissa. Turvallisuus, asuinympäristö ja liikenteellinen saavutettavuus nousevat vetovoimatekijöinä seutukaupunkien vahvuudeksi. Houkuttelevuustekijöinä tärkeitä ovat myös kaupungin ilmapiiri ja fiilis sekä erottuvuus.

Seutukaupunkien muuttovetovoima ja pitovoima

Noin joka kuudes suuren kaupungin tai lähiseutukaupungin asukas voisi harkita muuttamista seutukaupunkiin. Noin kaksi kolmasosaa seutukaupunkien asukkaista olisi halukkaita muuttamaan kotikaupunkiinsa jos voisivat valita uudelleen.



Muuttohalukkuutta arvioitiin asteikolla 1 = en lainkaan todennäköisesti ... 5 = erittäin todennäköisesti

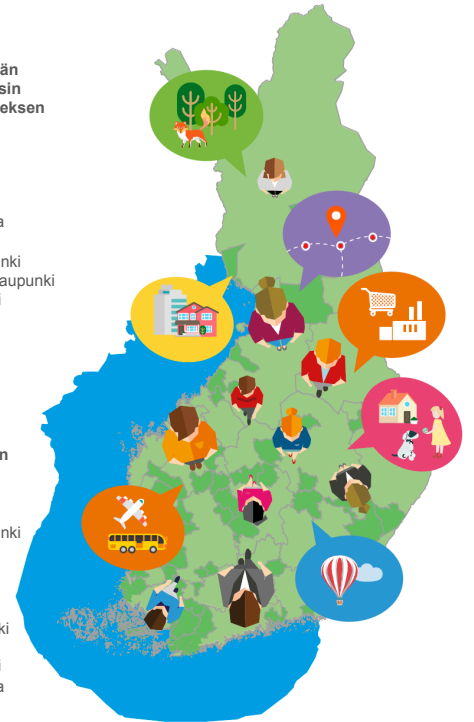


Ulkoisen pehmeän vetovoimaindeksin parhaan viidenneksen kaupungit

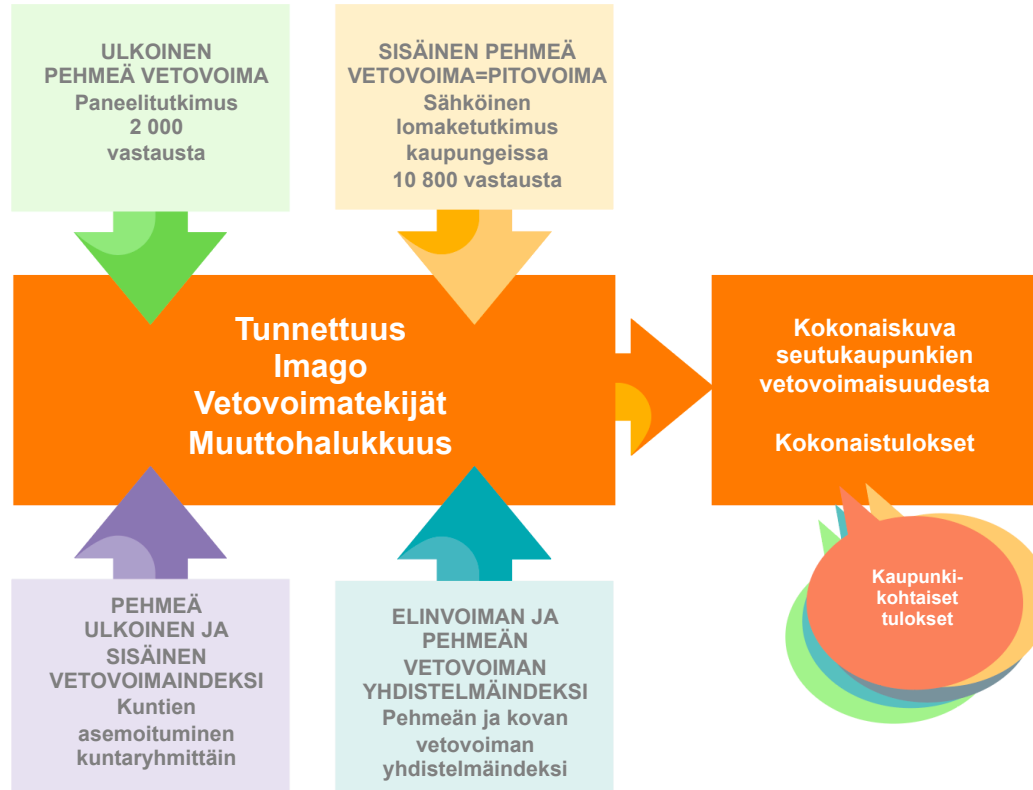
1. Rauma
2. Kalajoki
3. Parainen
4. Hamina
5. Savonlinna
6. Raahе
7. Uusikaupunki
8. Kristiinankaupunki
9. Pietarsaari
10. Iisalmi

Elinvoiman ja pehmeän vetovoiman yhdistelmäindeksin parhaan viidenneksen kaupungit

1. Rauma
2. Uusikaupunki
3. Kalajoki
4. Raahе
5. Tornio
6. Iisalmi
7. Valkeakoski
8. Ylivieska
9. Pietarsaari
10. Savonlinna



Seutukaupunkien vetovoimatutkimuksen toteutus



Seutukaupunkien tunnettuus

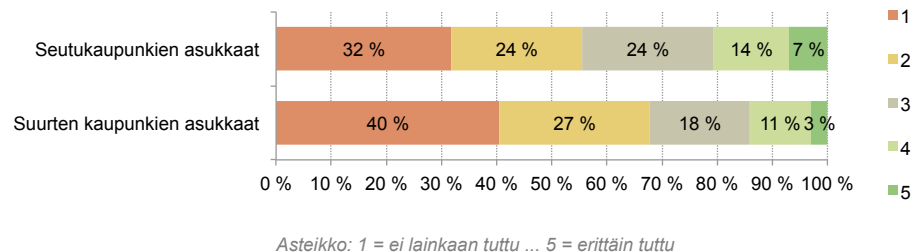
Vastaajia pyydettiin arvioimaan, kuinka hyvin he tuntevat ko. seutukaupungit asteikolla 1 = en tunne lainkaan ...

5 = tunnen erittäin hyvin.

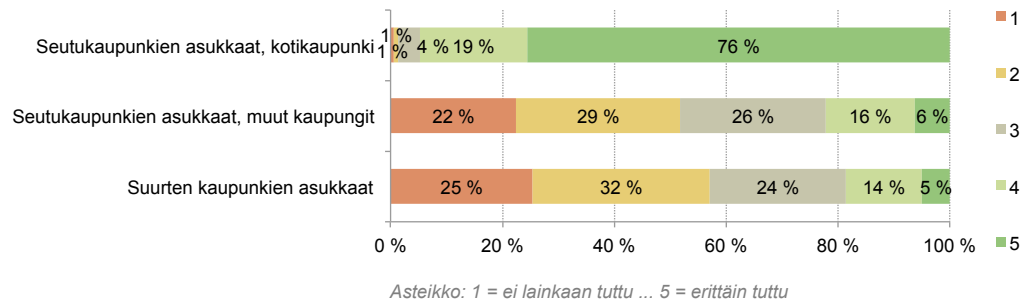
Kokonaistasolla seutukaupunkien tunnettuus ei ole kovin korkea. Suurten kaupunkien asukkaiden osalta parhaat arviot autetussa tunnettuudessa saivat Rauma, Hamina, Salo, Kalajoki, Tornio, Imatra, Iisalmi, Parainen, Pietarsaari ja Jämsä.

Tutkimus osoittaa seutukaupunkien yhteisen brändin olevan toistaiseksi varsin heikko. Uudistuvuuden osalta saatu heikohko tulos ja seutukaupunkien tiivis ja kehityshakuinen yhteistyö antaa aiheen pohtia, voisiko "seutukaupunkiuden" yhteistä brändiä kehittää voimakkaasti eteenpäin uudistumisen ja muutuskyvyn mielikuvien vahvistamiseksi.

Seutukaupunki-käsitteen tunnettuus



Seutukaupunkien tunnettuus



Seutukaupunkien imago

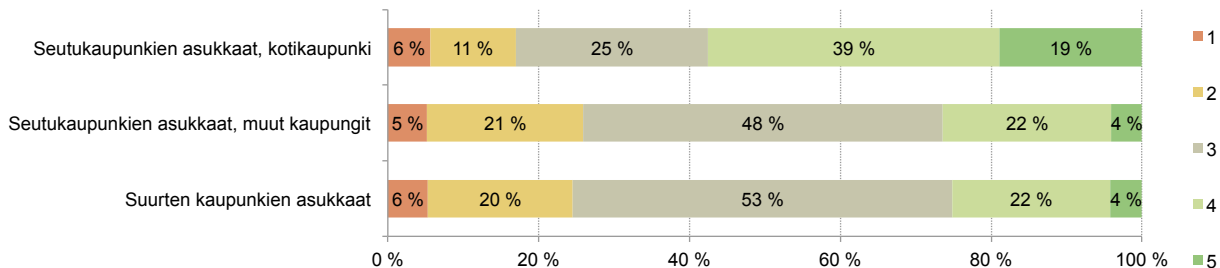
Tutkimuksessa seutukaupunkien imagoa tarkastellaan siitä näkökulmasta, miten positiivisena tai negatiivisena kunkin kaupungin imago koetaan.

Seutukaupunkien vetovoimatutkimuksessa vastaaja pyydettiin arvioimaan maakuntansa tai jossain tapauksissa lähimaakunnan seutukaupunkien imagoa asteikolla 1 = erittäin negatiivinen ... 5 = erittäin positiivinen

Runsa neljännes vastaajista piti seutukaupunkien imagoa melko tai erittäin positiivisena. Keskimmäisten arvojen suuri määrä heijastaa osin seutukaupunkien heikkoa tunnettuutta vastaajien keskuudessa.

Imagon osalta suurten kaupunkien vastaajilta saivat myönteisimmät arviot Rauma, Kalajoki, Savonlinna, Parainen, Uusikaupunki, Kristiinankaupunki, Ähtäri, Hamina, Raabe, Tornio ja Kitee.

Seutukaupunkien asukkaiden kotikaupunkejaan koskevissa arvioissa imagoltaan myönteisimmiksi arvioitiin Paimio, Rauma, Uusikaupunki, Kalajoki, Tornio, Iisalmi, Ylivieska, Somero, Heinola, Keuruu ja Kankaanpää.



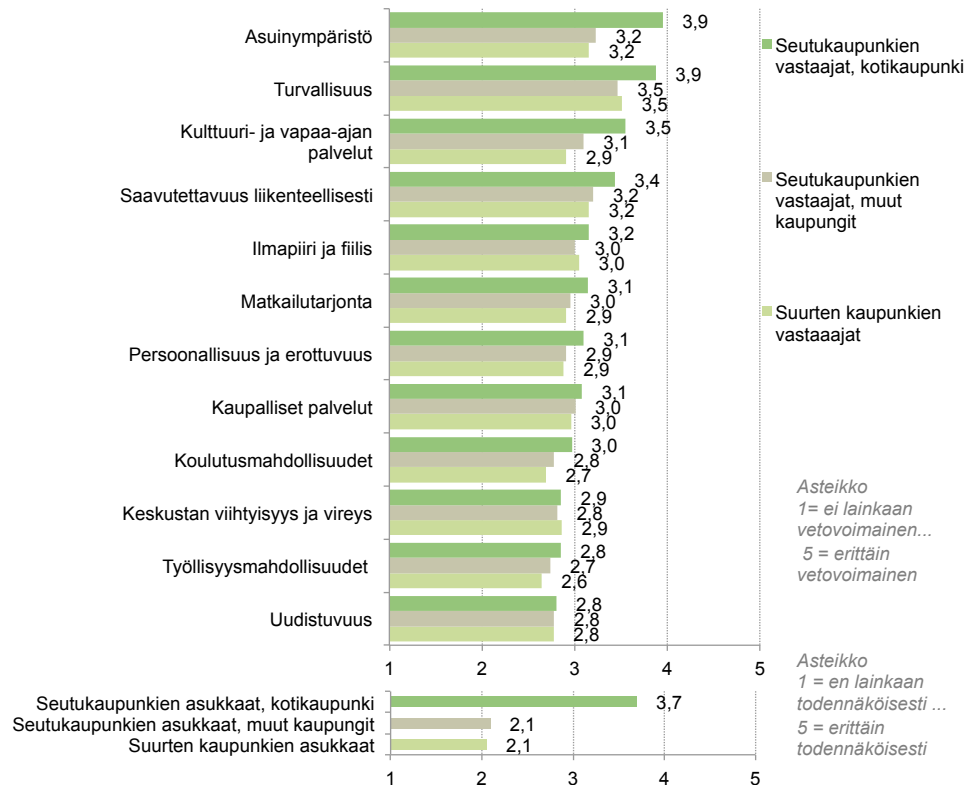
Asteikko 1 = erittäin negatiivinen ... 5 = erittäin positiivinen.

Seutukaupunkien muuttovetovoima ja vetovoimatekijät

Noin joka kuudes suuren kaupungin tai lähiseutukaupungin asukas voisi harkita muuttamista seutukaupunkiin. Noin kaksi kolmesta piti muuttamista erittäin tai melko epätodennäköisenä. Muuttovetovoimaltaan vahvimmat seutukaupungit olivat Rauma, Savonlinna, Parainen, Hamina, Raahe, Uusikaupunki, Kristiinankaupunki, Valkeakoski, Kalajoki ja Salo.

Kaksi kolmasosaa seutukaupunkien asukkaista olisi halukkaita muuttamaan kotikaupunkiinsa jos voisivat valita uudelleen. Voimakkaimman pitovoiman kaupungeja tutkimuksen perusteella ovat Paimio, Iisalmi, Tornio, Kalajoki, Uusikaupunki, Heinola, Rauma, Raahe, Suonenjoki ja Ylivieska.

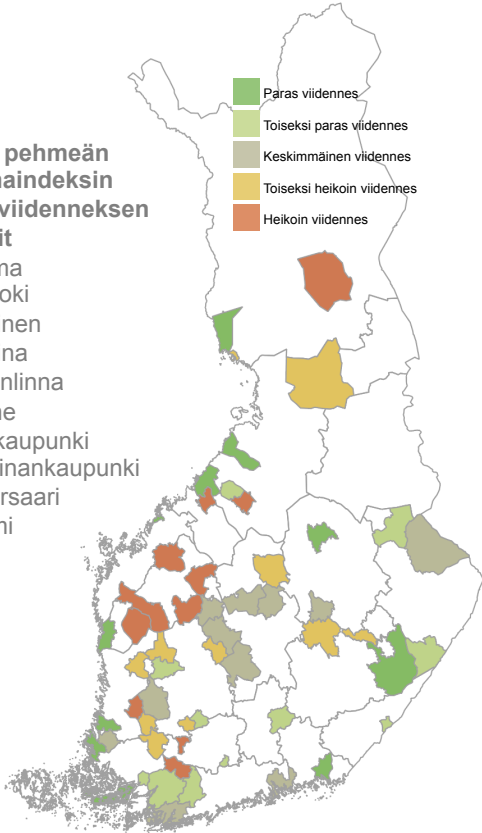
Turvallisuus, asuinympäristöön liittyvät mahdollisuudet ja liikenteel-linen saavutettavuus nousevat vetovoimatekijöinä seutukaupunkien vahvuuksiksi. Ilmapiirin ja fiiliksen, matkailutarjonnan sekä erottuvuuden osalta seutukaupungit menestyivät kokonaistulosten tasolla kohtalaisesti. Ilmapiiriä pidetään yleisesti hyvin keskeisenä paikkakunnan vetovoimatekijänä. Mielikuvatasolla se kytkeytyy tulkintoihin paikkakunnan yhteisöllisyydestä ja aktiivisuudesta. Uudistuvuus ja työllisyysmahdollisuudet jäivät vetovoimatekijöissä selkeästi jälkeen.



Ulkoisen pehmeän vetovoimaindeksi

Ulkoisen pehmeän vetovoimaindeksin parhaan viidenneksen kaupungit

1. Rauma
2. Kalajoki
3. Parainen
4. Hamina
5. Savonlinna
6. Raabe
7. Uusikaupunki
8. Kristiinankaupunki
9. Pietarsaari
10. Iisalmi



1. Pehmeä ulkoinen ja sisäinen vetovoimaindeksi (Innolink)

Autettu tunnettuus Imago

Muuttovetovoima/pitovoima Vetovoimatekijät:

- | | |
|-------------------------------------|--------------------------------------|
| 1. Asuin ympäristö | 1. Keskustan viihtyisyys ja viireys |
| 2. Työllisyysmahdollisuudet | 2. Kulttuuri- ja vapaa-ajan palvelut |
| 3. Koulutusmahdollisuudet | 3. Turvallisuus |
| 4. Saavutettavuus liikenteellisesti | 4. Uudistuvuus |
| 5. Kaupalliset palvelut | 4. Ilmapiiri ja fiilis |
| 6. Matkailutarjonta | 5. Persoonallisuus ja erottuvuus |



2. Kova vetovoima- ja elinvoimaindeksi (Aro & Haanpää 2018)

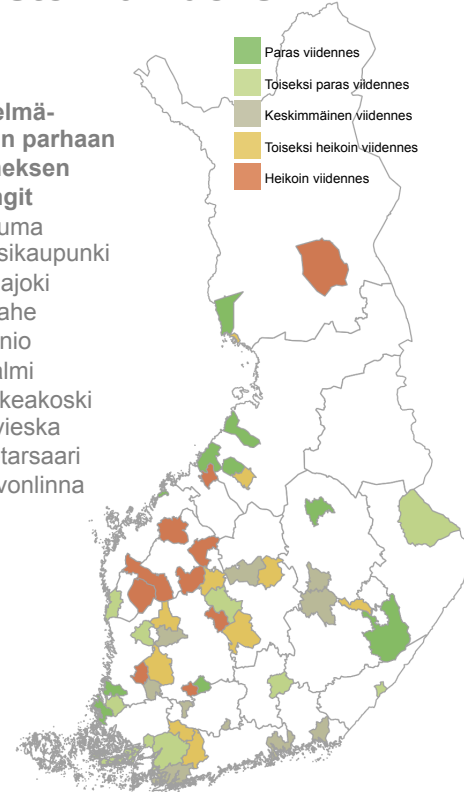


3. YHDISTELMÄ- INDEKSI

Elinvoiman ja pehmeän vetovoiman yhdistelmäindeksi

Yhdistelmä- indeksin parhaan viidenneksen kaupungit

1. Rauma
2. Uusikaupunki
3. Kalajoki
4. Raabe
5. Tornio
6. Iisalmi
7. Valkeakoski
8. Ylivieska
9. Pietarsaari
10. Savonlinna



Johtopäätökset

Sujuvan elämän seutukaupungit

Seutukaupunkien pehmeä vetovoimatutkimus kertoo, että ”sujuvan elämän” imago toteutuu seutukaupungeissa. Turvallisuus, asuinympäristöön liittyvät mahdollisuudet ja liikenteellinen saavutettavuus nousevat vetovoimatekijöinä seutukaupunkien vahvuuksiksi. Noin joka kuudes suuren kaupungin tai lähiseutukaupungin asukas voisi harkita muuttamista seutukaupunkiin. Vastaajien mielestä erityisen tärkeä houkuttelevuustekijä asumiseen liittyvien seikkojen ohella olisi kaupungin ilmapiiri ja fiilis. Kolmas keskeinen muuttoharkintaan vaikuttava vetovoimatekijä on kaupungin persoonallisuus ja erottautuvuus, jota pidetäänkin yleisesti maineen keskeisenä ulottuvuutena.

Kaupunkikohtaisten tulosten ulkoisten ja sisäisten vetovoimatekijöiden vertailu kertoo ulkoisesta imagosta suhteessa sisäisiin vahvuuksiin. Vertailu auttaa tunnistamaan imago- ja brändityön kehittämiskohteita. Vertailu seutukaupunkien keskimääräisiin tuloksiin vetovoimatekijöissä auttaa tunnistamaan kaupungin mahdollisia erottautumistekijöitä.

Tunnettuus vahvistaa imagohyötyjä

Kokonaistasolla seutukaupunkien tunnettuus ei ole kovin korkea. Kuitenkin suuri osa seutukaupungeista on pitovoimaltaan vahvoja ja saa hyvin myönteiset imagoarviot asukkailtaan. Tämä piilossa oleva imagopotentiaali voi yhdessä tunnettuuden vahvistamisen kanssa auttaa kaupunkeja kehittämään mainettaan. Tutkimus osoittaa seutukaupunkien yhteisen brändin olevan toistaiseksi varsin heikko. Uudistuvuuden osalta saatu heikohko tulos ja seutukaupunkien tiivis ja kehityshakuinen yhteistyö antaa aiheen pohtia, voisiko ”seutukaupunkiuden” yhteistä brändiä kehittää voimakkaasti eteenpäin uudistumisen ja muutoskyvyn mielikuvien vahvistamiseksi.

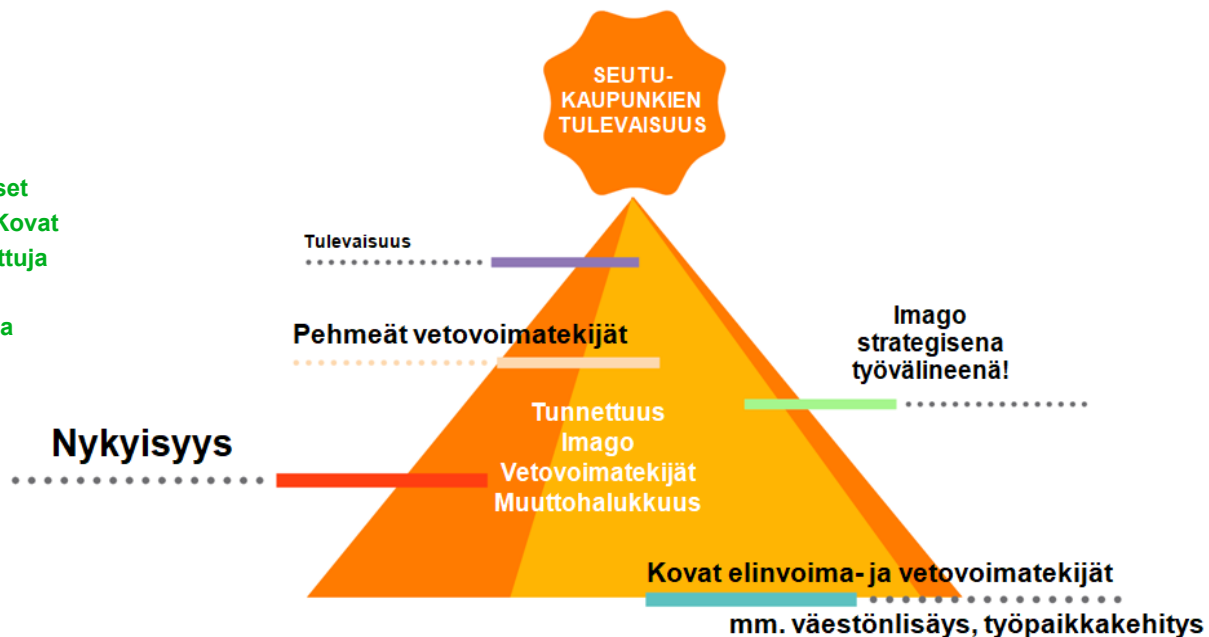
Mistä rakentuu seutukaupunkien vetovoima

Pehmeän eli kokemuksellisen vetovoiman ja tilastollisen elinvoimaisuuden yhdistelmäindeksin kärkikymmenikköön nousivat Rauma, Uusikaupunki, Kalajoki, Raahe, Tornio, Iisalmi, Valkeakoski, Ylivieska, Pietarsaari ja Savonlinna. Rauman kaupunki nousi huikaisesti ykkössijalle sekä pehmeän vetovoiman että elinvoiman ja pehmeän vetovoiman yhdistelmäindeksin

osalta. Useimpia kärjen kaupungeja yhdistää menestys kovilla mittareilla eli myönteinen kasvu-ura jonkin kasvualan imussa, plus-merkkinen muuttoliike tai hyvä työllisyysaste. Imagolisesti kärjen kaupungeja yhdistivät mielikuvat hyvien työllisyysmahdollisuuksien ohella erityisesti keskustan vireys ja viihtyisyys, kaupungin erottuvuus

Tutkimuksessa seutukaupunkien pehmeitä vetovoimatekijöitä ja imagoa tarkastellaan strategisena työvälineenä, joka luo edellytykset vetovoiman kehittämiseksi tulevaisuudessa. Kovat vetovoimatekijät ovat luonteeltaan osin annettuja ja hitaasti muuttuvia kytkeytyen kaupunkien sijaintiin, asemaan alueellisessa työnjaossa ja rakennemuutoksen suuntaan. Pehmeät imagotekijät sen sijaan nousevat osittain eri maastosta ja voivat taipua osaavissa käsissä strategiseksi työvälineeksi kaupungin vetovoimaisuuden ja elinvoiman kehittämiseksi.

sekä hyvät kulttuuri- ja vapaa-ajan palvelut. Pehmeä vetovoima näyttää kasautuvan erityisesti elinvoimaisille kaupungeille. Toisaalta pehmeän vetovoiman suhteen kärjen tuntumaan nousi myös kaupungeja, jotka eivät menesty kovilla mittareilla mitattuna.





Kiitos kaikille tutkimuskyselyihin vastanneille.

