



*Seutukaupunkien vetovoimatutkimus on 55:lle seutukaupungille toteutettu tutkimus kaupunkien tunnettuudesta, imagosta ja vetovoimasta.*

*Tutkimus tuottaa*

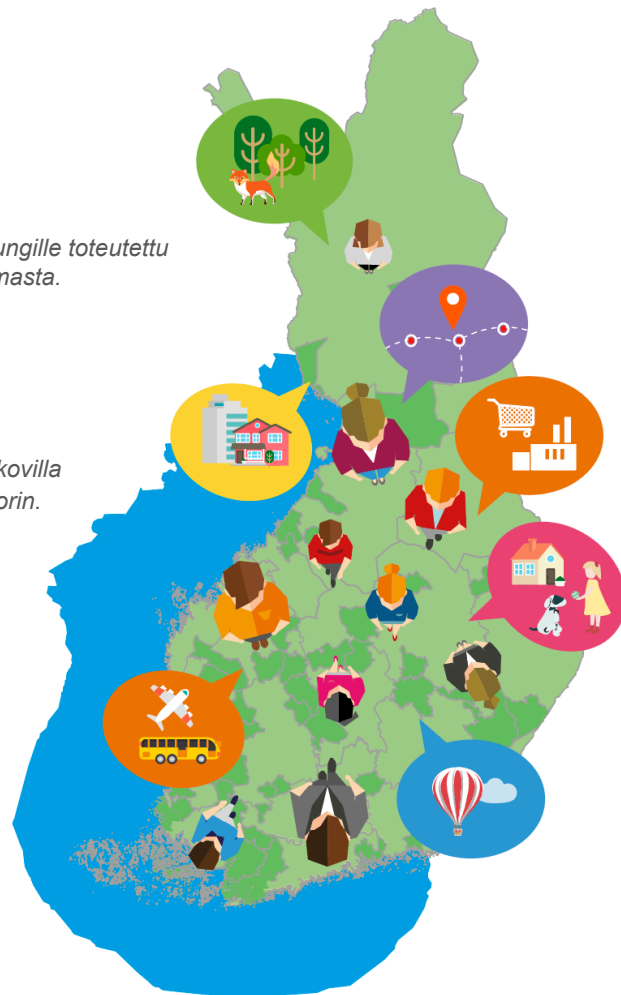
- *kokemuksellisesta tietoa pehmeillä mittareilla seutukaupunkien tunnettuudesta, imagosta, ulkoisesta vetovoimasta ja pitovoimasta.*
- *kokonaiskuvan seutukaupunkien vetovoimaisuudesta kovilla ja pehmeillä mittareilla mitattuna – yhdistelmäindikaattorin.*
- *työvälineitä, jotka tukevat kaupunkien imagon ja vetovoiman kehittämistä.*

*Tutkimus toteutettiin sähköisenä tiedonkeruuna tammikuussa 2019. Tutkimus perustuu yhteensä noin 12 800 vastaukseen.*



ETELÄ-POHJANMAAN LIITTO  
REGIONAL COUNCIL OF SOUTH OSTROBOTHANIA

INNOLINK



# Aluksi

*Väestön keskittyminen sekä teollisuuden, palveluiden ja osaamisen rakennemuutokset edellyttävät seutukaungeilta uudistumista elinvoiman kehittämistyössä! Seutukaupungit ovat erilaisia ja haasteena on kaupungista riippuen kasvun hallinta tai supistumiskiirteen tasapainottaminen. Elinvoimaisuuden vahvistaminen on kuitenkin kaikille seutukaungeille yhteinen asia, ja tässä työssä ensiarvoisen tärkeää on kaupungin vetovoimaisuuden ja kilpailukyyn edistäminen.*

*Seutukaupungit ovat toimineet yhteistyössä verkostona yli 10 vuotta. Useiden yhteisten tutkimushankkeiden (Kyösti ym. 2017, Parkkinen 2017) sekä elinvoima- ja -vetovoimaselvityksen (Aro & Haanpää 2018) myötä olemme tunnistaneet tarpeen arvioida seutukaupunkien vetovoimaisuutta ns. pehmeillä mittareilla.*

*Vastauksena tähän toteutettiin käsillä oleva Seutukaupunkien vetovoima-tutkimus. Sen tavoitteena on tuottaa kuva seutukaupunkien tunnettuudesta, imagosta ja vetovoimasta – kaupungeista yhdessä ja erikseen. Vetovoimaindeksi kuvaa kunkin kaupungin sijoituksen kaupunkien keskinäisessä vertailussa sekä ulkoisen vetovoiman että pitovoiman osalta. Yhdistelmäindeksi antaa kokonaisvaltaisen kuvan kaupunkien vetovoimaisuudesta pehmeillä ja kovilla mittareilla (Aro & Haanpää 2018) mitattuna. Kaupunkikohtainen raportointi tuottaa*

*hyvän työvälineen kaupunkien imagon ja vetovoimaisuuden kehittämiseen sekä siihen liittyvään strategiseen keskusteluun.*

*Keskeinen kaupungin vetovoimaisuuteen vaikuttava seikka on kaupungin imago. Imagon muuttumiseen voidaan vaikuttaa. Imago on kuitenkin työväline, ei lopputulos. Kaupungin onnistumisista ja hyvästä imagotyöstä syntyvä maine voi olla elinvoiman kehittämisen strateginen työkalu (Halonen 2016). Imago ja maine ohjaavat osaltaan päätöksiä asuinpaikasta, yrityksen sijainnista tai investoinneista. Imagon rakentaminen on osa kaupungin strategista kehittämistä ja sitä on tärkeä tehdä yhdessä kuntalaisten kanssa.*

*Myönteiset asukaskokemukset ja vahva jaettu identiteetti heijastuvat kaupungin maineeseen. Kaupungin maine taas voi toimia kaupunkilaisia yhdistävänä tekijänä.*

*Tämä toteutettu seutukaupunkien vetovoimatutkimus antaa tärkeää tietoa ja hyvän työkalun kaupunkiemme elinvoiman kehittämiseen ja strategiseen suunnittelutyöhön!*

**Jyrki Peltomaa**

*Seutukaupunkiverkoston pj, Huittisten kaupunginjohtaja*

## Sisällysluettelo

### Seutukaupunkien vetovoimatutkimus 2019

#### Kokonaistulokset 5

#### TUTKIMUKSEN TAUSTA JA TARVE 6

Elinvoiman johtaminen, vetovoima ja imago	9
Imago, vetovoima ja maine	11
<i>Seutukaupunkien vetovoimatutkimus</i>	
<i>Imago, vetovoima ja maine (kuva)</i>	13

#### TUTKIMUKSEN KOHDE JA TAVOITTEET 14

Ulkoinen vetovoimatutkimus	16
<i>Paneelitutkimus</i>	16
<i>Kaupunkien kotisivuilla toteutettu lomaketutkimus</i>	16
Sisäinen vetovoimatutkimus (pitovoima)	16
<i>Seutukaupunkien vetovoimatutkimus toteutus (kuva)</i>	17

#### SEUTUKAUPUNKITUTKIMUKSEN MITTARISTO

##### Pehmeän vetovoiman osatekijät (muuttujat) 18

Tunnettuus ja imago	18
Vetovoimatekijät	18
Muuttovetovoima	19
<i>Pehmeä vetovoimaindeksi ja vetovoiman kokonaisindeksi</i>	19
<i>Elementit</i>	21

#### TUTKIMUSAINEISTON ESITTELY 22

#### TUTKIMUSTULOKSET

##### Seutukaupunkien tunnettuus 25

Seutukaupunki-käsitteen tunnettuus	25
Seutukaupunkien spontaani tunnettuus	26
Seutukaupunkien autettu tunnettuus	28

##### Seutukaupunkien imago 31

Ulkoinen imago	33
Sisäinen imago	34
Tunnettuus ja imago	36
Muuttovetovoima	38

##### SEUTUKAUPUNKIEN VETOVOIMATEKIJÄT 43

Keskeiset tulokset päämittareiden osalta	45
Pehmeä vetovoimaindeksi	46
Vetovoiman yhdistelmäindeksi	48
<i>Ulkoinen pehmeä vetovoimaindeksi + Elinvoiman ja pehmeän vetovoiman yhdistelmäindeksi</i>	49

##### Johtopäätökset 51

1. Seutukaupunkibrändin aineksia	51
2. Sujuvan elämän seutukaupungit	51
3. Hyvän maineen rakennusaineet	52
4. Maine rakentuu sisältä käsin	53
5. Tunnettuuden kasvattaminen laukaisee imagopotentialin	53
6. Imago kaupunkien strategisena työkaluna ja kaupunkikohtaiset löydökset kehittämisen tueksi	54

##### Lähteet 55

##### Liitteet 56–65

## Seutukaupunkien vetovoimatutkimus 2019 Kokonaistulokset

### Toteutuvat vetovoimatekijät Top 3



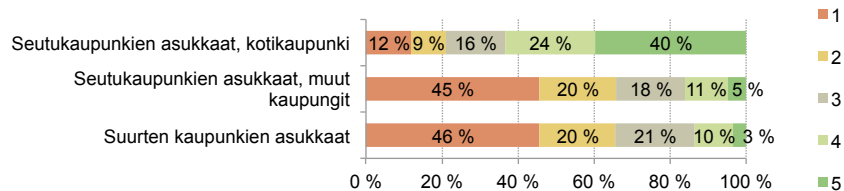
### Ulkoiset houkuttelevuustekijät Top 3



**Kärjen kaupungit ovat kasvu-uralla, mutta myös pehmeillä mielikuvilla voi menestyä "Sujuvan elämän" imago toteutuu seutukaupungeissa. Turvallisuus, asuin-ympäristö ja liikenteellinen saavutettavuus nousevat vetovoimatekijöinä seutukaupunkien vahvuuksiksi. 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 vetovoimaaindeksin parhaan viidenneksen kaupungit

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

Elinvoiman ja pehmeän vetovoiman yhdistelmäindeksin parhaan viidenneksen kaupungit

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



# TUTKIMUKSEN TAUSTA JA TARVE

Tutkimus yhdistää ainutkertaisella tavalla vetovoimaisuuden kokemustietoon perustuvan datan sekä ns. vetovoiman koviin mittareihin perustuvan datan. Se tarjoaa seutukaupungeille työvälineen arvioida kaupunkien elinvoimaa ja vetovoimaisuutta kokonaisuutena. Taustalla on keväällä 2018 toteutettu tilastotietoihin perustuva seutukaupunkianalyysi (Aro & Haanpää 2018) sekä seutukaupunkien tunnistama tarve kaupunkien vetovoiman mittaamiselle ja vertailulle ”pehmeiden mittarien” avulla.

Analyysin kohteena oli 55 seutukaupunkia. Seutukaupunkeja ovat seutunsa ja talousalueensa keskukset, jotka muodostavat ympärilleen luontaisen työssäkäynti- ja asiointialueen. Sijainniltaan seutukaupungit ovat keskittyneet vahvasti eteläiseen ja läntiseen Suomeen. Seutukaupunkien väkiluku vaihteli Kannuksen 5 500 asukkaasta Salon 53 000 asukkaaseen vuonna 2017. Seutukaupungit tarjoavat kotipaikan lähes miljoonalle ihmiselle sekä noin 60 000 yritykselle. Seutukaupungeissa käy töissä noin 342 500 ihmistä. Niissä sijaitti vuonna 2017 15,4 % koko maan avoimen sektorin työpaikoista sekä 16,6 % koko maan yrityskannasta (Aro & Haanpää 2018). Seutukaupungit ovat merkittäviä teollisuusvaltaisia valmistavan tuotannon vientikeskittymiä, joiden arvonlisäyksellä, viennillä ja investoinneilla on kansallista merkitystä.

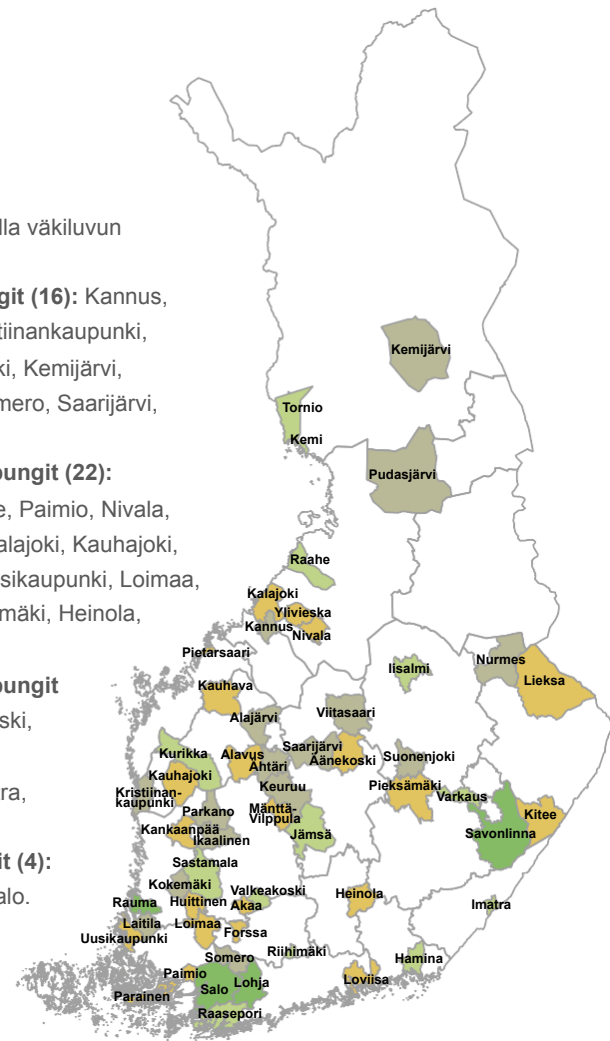
Seutukaupungit voidaan luokitella väkiluvun mukaan seuraavasti:

**Alle 10 000 asukkaan kaupungit (16):** Kannus, Ähtäri, Viitasaari, Parkano, Kristiinankaupunki, Ikaalinen, Suonenjoki, Kokemäki, Kemijärvi, Nurmes, Pudasjärvi, Laitila, Somero, Saarijärvi, Alajärvi ja Keuruu

**10 000–19 999 asukkaan kaupungit (22):** Huittinen, Mänttä-Vilppula, Kitee, Paimio, Nivala, Lieksa, Kankaanpää, Alavus, Kalajoki, Kauhajoki, Loviisa, Ylivieska, Parainen, Uusikaupunki, Loimaa, Kauhava, Akaa, Forssa, Pieksämäki, Heinola, Äänekoski ja Pietarsaari

**20 000–29 999 asukkaan kaupungit (13):** Hamina, Jämsä, Valkeakoski, Varkaus, Kurikka, Kemi, Iisalmi, Tornio, Sastamala, Raahe, Imatra, Raasepori ja Riihimäki

**Yli 30 000 asukkaan kaupungit (4):** Savonlinna, Rauma, Lohja ja Salo.



Seutukaupungit ovat käyneet läpi voimakkaan teollisuuden, palveluiden ja osaamisen rakennemuutoksen. Niiden menestymisen haasteet ovat sidoksissa ensisijaisesti sijaintiin ja asemaan alueiden toiminnallisessa työnjaossa. Syvenevän globalisaation myötä kansalliset alueelliset hierarkiat muuttavat muotoaan. Kuntien ja alueiden tehtäviin liittyvä työnjako muotoutuu uudelleen ja ”paikkojen” eli kaupunkien tai alueiden välisen kilpailun luoma dynamiikka edellyttää kunkin alueen oman position arviointia ja kehittämistä. Vetovoimaisuus ja kilpailukyky korostavat maineenhallinnan ja paikan markkinoinnin merkitystä (Aula ym. 2007).

Seutukaupungeilla on sekä yhteisiä että erottavia tekijöitä. Yhteistä on se, että ne ovat oman lähialueensa seutukeskuksia ja asutus-, työpaikka- ja palvelukeskittyviä. Työllisyyteen ja osaavan työvoiman saatavuuteen, toimiviin liikenneyhteyksiin sekä koulutustarjonnan ylläpitämiseen ja kehittämiseen liittyvät haasteet ovat yhteisiä. Kaupunkien tavoitteena on, että tulevaisuuden seutukaupunkien toiminta nojaa laajasti erilaisten, paikallisesti tärkeiksi katsottujen toimintojen ja vahvuuksien varaan. Tavoitteena on hyödyntää niitä alueellisia mahdollisuuksia, jotka yhdistävät pienten ja keskikokoisten kaupunkien sijainnin ja kaupunkirakenteen edut (Seutukaupunkiohjelma 2018).

Seutukaupunkien eroavaisuuksista keskeisin on se, että seutukaupungeissa on sekä positiivisen että negatiivisen rakennemuutoksen kaupunkeja.

Seutukaupunkien haasteena on kaupungista riippuen kasvun hallinta tai supistumiskierteen tasapainottaminen. Erilaisuudestaan huolimatta kaupungit ovat luoneet kaupungeille yhteisen toimintamallin. Seutukaupunkien muodostaman Seutukaupunkiverkoston ja SEUTU-ohjelman tavoitteena on ennakoiva edunvalvonta ja kumppanuus seutukaupunkien palveluiden, tutkimuksen ja yritystoiminnan kehittämiseksi.

Antti Rantakokon selvitys (2017) seutukaupunkien taloudellisesta elinvoimaisuudesta selvitys korosti monimuotoisen kaupunkipolitiikan tarvetta. Selvitys sisälsi esityksen seutukaupunkiohjelman laatimiseksi. Erilaisten ja erikokoisten kaupunkien huomioon ottamisen arvioitiin varmistavan monimuotoisemman ja laajemman kasvun ja elinvoimaisuuden säilymisen. Seutukaupunkien katsottiin tarvitsevan rohkeita panostuksia uudistumiseen, aktiivista rakennemuutospolitiikkaa ja vahvoja yhteistyöverkostoja.

Seutukaupunkiohjelma (vuosille 2018–2022) kiteyttää seutukaupunkien roolin osana kaupunkien verkostoa ja maaseutua seuraavasti:

*”Seutukaupungit muodostavat ympärilleen luontaisen työssäkäynti- ja asiointialueen. Läheiseltä maaseudulta tullaan seutukaupunkiin töihin, kauppaan, erikoislääkäriin, tanssikouluun, torille, ammattikouluun ja taidenäyttelyihin. Seutukaupungit ovat oman alueensa palvelu- ja*

*asiointikeskittymiä. -- Seutukaupungit ovat yksi vaihtoehto suurten ja keskisuurten kaupunkien rinnalla. Seutukaupungit mahdollistavat elävän maaseudun ja monipuolisemmat palvelut. Seutukaupunkien sujuva arki ja vähintään kohtuullinen palvelutarjonta ja työllistämismahdollisuudet monipuolistavat kaupungistumiskehitystä.”*

Ohjelman toteuttamisessa kiinnitetään huomiota erityisesti seutukaupunkien omaehtoiseen kehittämiseen, innovaatioympäristöihin, koulutustarpeisiin, osaavan työvoiman saatavuuteen, liikenteelliseen saavutettavuuteen, valtion toimintoihin, yhteistyöhön, asutokysymyksiin, digitalisaatioon ja kansainvälisyyteen.

Vuonna 2018 valmistuneen seutukaupunkien vetovoima-analyysin (Aro & Haanpää 2018) johtopäätöksenä seutukaupunkien elinvoimaa ja mainekuvaa haastaa kaksi tekijää: negatiivinen väestökehitys ja työpaikkakehitys. Seutukaupungeissa väestökehityksen kehitysura on ollut joko maltillisesti tai nopeasti supistuva. Seutukaupunkien väkiluku väheni yhteensä noin 38 500 henkilöllä vuosien 2010–2017 välisenä aikana. Väkiluku kasvoi 2010-luvulla ainoastaan Ylivieskassa, Paimiossa, Valkeakoskella, Riihimäellä ja Laitilassa. Muuttotappiota seutukaupungit kärsivät yhteensä -11 300 henkilöä maan sisäisestä ja ulkomaisesta muuttoliikkeestä vuosina 2013–2016. Muuttovetovoimassa oli suuret erot kaupunkien välillä: 10 seutukaupunkia sai muuttovoittoa ja 45 muuttotappiota vuosina 2013–2016. Lisääntynyt maahanmuutto oli lähes

kaikkien seutukaupunkien ainoa väestönkehityksen dynaaminen osatekijä. Jopa osassa muuttovoittoisia seutukaupunkeja muuttotase olisi kääntynyt negatiiviseksi ilman maahanmuuttoa (Aro & Haanpää 2018).

Seutukaupungeista katosi keskimäärin joka kymmenes avoimen sektorin ja joka viides teollisuuden työpaikka vuosien 2010–2015 välisenä aikana. Avoimen sektorin työpaikkojen määrä kasvoi vain viidessä seutukaupungissa: Uudessakaupungissa, Ylivieskassa, Paimiossa, Jämsässä ja Pietarsaareissa. Toki muutamilla seuduilla työllisyysluvut ovat koko maata positiivisemmat ja/tai kasvavat (Aro & Haanpää 2018).

Useimmiten nähdään, että ihmiset muuttavat ensisijaisesti työllistymismahdollisuuksien ja opiskelun vuoksi. Tämän vetovoimatutkimuksen lähtökohtana on se, että asukkaita houkuttelevat myös sujuvan arjen elementit, kuten viihtyisä ympäristö, tiivis kaupunkirakenne ja läheltä löytyvät palvelut – sekä esimerkiksi mielikuvat alueen identiteetistä ja vireydestä. Lisäksi imagon katsotaan vaikuttavan paitsi ihmisten asuinpaikka- ja matkailupäätöksiin myös yritysten ja kaupunkien muiden sidosryhmien ratkaisuihin.





## Elinvoiman johtaminen, vetovoima ja imago

Kuntien elinvoiman johtamisen keskeisiksi osa-alueiksi voidaan ymmärtää resurssit, vuorovaikutus ja uuden luominen (Paananen, Haveri & Airaksinen 2014). Elinvoima resurssina kytkeytyy väestömäärään ja ikärakenteeseen, työllisyyteen, työvoiman saatavuuteen ja osaamiseen sekä elinkeinorakenteeseen ja kuntatalouteen. Elinvoima vuorovaikutuksena puolestaan liittyy sosiaaliseen pääomaan, paikallisyhteisöjen, verkostojen ja yksilöiden osallisuuteen, yhteisöllisyyteen, paikallisidentiteettiin, erilaisiin elämäntapavalintoihin ja kulttuuriin. Kolmantena elinvoima uutta luovana ilmiönä merkitsee proaktiivista toimintatapaa, strategisia valintoja, kunnan itsensä uudelleenkeksimistä ja -asemoimista sekä tahtotilaa (emt.).

Seutukaupunkianalyysi (2018) tuotti näkemyksen seutukaupunkien elinvoimasta resurssina (mm. väestölisäys, työpaikkakehitys, yrityskanta sekä vetovoiman kovat tekijät, kuten muuttovetovoima, nettopendelöinti). Tämä vetovoimatutkimus lähestyy elinvoimaa vuorovaikutuksena siinä mielessä, että tutkimuksen lähtökohta-ajatus imagosta ja vetovoimaisuudesta kytkeytyy maineeseen. Vaikka maine syntyy kohteensa ulkopuolella, sen perusta tehdään sisällä. Maine rakentuu organisaation identiteetin, yhteisön ja strategisten valintojen pohjalta. (Fombrun 1996; Halonen 2016.) Tässä mielessä seutukaupunkien imagon ja vetovoiman kehittäminen on elinvoiman johtamista vuorovaikutuksena. Se luo edellytykset elinvoimalle uutta luovana ilmiönä kaupungin proaktiivisten kehittämistoimien ja uudelleenaseoitumisen kautta.



## Imago, vetovoima ja maine

Imagon ja mielikuvan käsitteitä on tarkasteltava yhdessä. Tässä tutkimuksessa ymmärrämme imagon ja mielikuvan käsitteet ikään kuin saman prosessin eri vaiheina (ks. Äikäs 2004). Imago on kaupungin tietoisesti muodostama kuva itsestään. Imago vastaa kysymyksiin siitä, “millainen kaupunki haluaa olla?” ja “kuinka kaupunki halutaan sen ulkopuolella koettavan?” Mielikuvat liittyvät siihen, miten ulkopuoliset ottavat vastaan lähettäjätahon tuottaman viestin sisällön ja tarkoituksen. Tuotetun imagon välittymistä ulkopuolisille säätelevät vastaanottajan ominaisuudet (aikaisemmat tiedot ja kokemukset, muut viestit ja kiinnostus). Ulkoiset tekijät, kuten mielikuvan muodostajan aiemmat kokemukset, muiden kertomukset tai media, vaikuttavat mielikuvien syntyyn. Tästä syystä kaupungeista vallitsevat mielikuvat eivät aina vastaa kaupunkien itsensä odotuksia tai imagokampanjoiden tavoitteita. (emt. 2004.). Myös eri sidosryhmillä voi olla erilaiset imagokäsitykset organisaatiosta (Halonen 2016).

Imagossa on siis kyse kuvan antamisesta ja saamisesta, viestinnästä ja sen pohjalta tapahtuvasta käsitysten muodostamisesta. Alueen imago heijastaa viestin lähettäjän näkemyksiä oman alueensa kehittämisen tavoitteista ja sitä koskevista toimenpiteistä. Taustalla on alueen sisäinen tahtotila, jolloin tietoisesti pyritään profiloimaan aluetta ja luomaan haluttu mielikuva alueen ulkopuolella. Ellei tätä paikan imagon prosessia johdeta tietoisesti, muodostuu paikan imago sattumanvaraisesti. (Karvonen 1999.)

Vetovoimaisuutta voidaan tarkastella vetovoimatekijöiden kautta. Vetovoimatekijät jaetaan usein koviin ja pehmeisiin vetovoimatekijöihin (mm. Rainisto 2003, Anttiroiko 2014, Aro & Haanpää 2016). Keskeisiä kaupunkien kovia vetovoimatekijöitä ovat infrastruktuuri, alue- ja paikallistalouden kehitys, muuttovetovoima, työ- ja uramahdollisuudet, koulutusmahdollisuudet, taloudellinen ympäristö ja tuottavuus. Pehmeitä veto-voimatekijöitä ovat paikalliskulttuuri, tapahtumat ja elämykset, elämän-laatu, innovatiivisuus (ks. Raunio 2002; Rainisto 2004). Kovat vetovoima-tekijät muodostavat perustan kaupungin vetovoimaisuuden rakentamiseksi. Ne luovat edellytykset kaupunkien väliseen vetovoimakilpailuun osallistumiseksi. Toisaalta pehmeät vetovoimatekijät ovat vaikeammin jäljiteltäviä ja usein ainutlaatuisia. Erottautumisen ja kilpailuedun luova kärki suhteessa muihin kaupunkeihin rakennetaan panostamalla pehmeämpiin vetovoimatekijöihin sekä imagotyön keinoin (Rainisto 2003).

Keskusteltaessa kaupunkien tai alueiden imagosta tai vetovoimasta, puhutaan usein myös maineesta. Ajatellaan, että maine muodostuu tai ”ansaitaan” pidemmän ajan kuluessa johdonmukaisen työn tuloksena. Hyvä maine rakentuu jokapäiväisessä toiminnassa organisaation kaikilla

tasoilla; hyvistä teoista, hyvästä viestinnästä ja hyvistä kokemuksista. (Fombrun 1996; Äikäs 2004, Halonen 2016.)

Maine ei ehkä ratkaise alueen menestystä, mutta hyvä maine on edellytys, joka mahdollistaa kehittymisen ja menestymisen. Maine ohjaa valintoja, joilla päätetään muiden muassa asuinpaikka, yrityksen sijainti tai investointi. Puhutaan mainepääomasta, jolla tarkoitetaan tunnettuuden, sidosryhmien luottamuksen, sitoutumisen ja myönteisten mielikuvien tuottamaa lisäarvoa organisaatiolle. Maineen ansiosta kaupungille voi muodostua ns. ensimmäisen valinnan positio, jolloin kaupungille tärkeät tahot tekevät päätöksiään sen hyväksi tai valitsevat kaupungin eri vaihtoehtojen joukosta sen maineen perusteella. Näin maine onkin ikään kuin elinvoiman kehittämisen strateginen työkalu (Halonen 2016). Elinvoimaisuutta on pyrittävä aktiivisesti tekemään näkyväksi, viestimään ja muuttamaan vetovoimaisuudeksi. Onnistuneella mainetyöllä elinvoima muuttuu vetovoimaksi, joka saa ulkopuoliset tekemään valintojaan kaupunkiseudun puolesta. (Paananen ym. 2014, 79–81; Kyösti ym. 2017, 27.)

Kaupungin tai alueen maine muodostuu maineen kolmen päätyypin – talousmaineen, tarinamaineen ja toimintamaineen – tasapainosta. Niiden yhteisvaikutuksesta syntyvät menestyksen edellytykset. Talousmaine edellyttää kaupunkiseudulta selkeää strategiaa ja hyviä tekoja, joilla pyritään vaikuttamaan ulkopuolisiin sidosryhmiin. Tarinamaine syntyy merkityksellisyydestä ja hyvästä viestinnästä. Toimintamaine puolestaan muodostaa paikan hengen: se kumpuaa vastuusta ja yhteisöllisyydestä. (Halonen 2016.)

Maineella on kolme ulottuvuutta. 1. viestinnällinen ulottuvuus: mitä puhutaan, kerrotaan ja mainitaan, 2. laadullinen arviointi eli kohteen jonkinlainen evaluaatio sekä 3. distinktioperiaate, kohteen erottautuminen kohteen toisesta (Aula ym. 2007). Tässä tutkimuksessa vetovoimaisuutta arvioidaan mielikuvia koskevien laadullisten mittareiden (mitä puhutaan, kerrotaan) avulla, mielikuvien myönteisyyttä tai kielteisyyttä koskevien mittarien (evaluaatio) sekä seutukaupunkien kaupungin persoonallisuutta ja erottautuvuutta koskevien mittarien (distinktio) avulla.

Vetovoimaisuuden lisäksi avainasemassa nähdään olevan myös kaupungin pitovoiman kasvattaminen. Kaupunki vetää puoleensa tavoiteltuja arvovirtoja, mutta se myös pitää ja sitoo ne osaksi itseään. Pitovoima resurssien ja ihmisten juurruttamiseksi osaksi kaupunkia nähdään kaupunkien elinvoimaisuuden osatekijänä.

Muuttovetovoimaaan voidaan liittää ajatus houkuttelevana ja mahdollisena koetusta tulevaisuudesta (Paananen ym. 2014). Tutkimuksessa muuttovetovoimaa tarkastellaan mittarilla, joka kuvaa sitä voisiko vastaaja harkita muuttavansa johonkin tiettyyn kaupunkiin tai muuttaisiko vastaaja uudelleen nykyiseen asuinpaikunkiinsa jos voisi valita uudelleen.

# Seutukaupunkien vetovoimatutkimus

## Imago, vetovoima ja maine

Imagon ja mielikuvan käsitteitä on tarkasteltava yhdessä. Imago on kaupungin tietoisesti muodostama kuva itsestään. Imago vastaa kysymyksiin siitä, “millainen kaupunki haluaa olla?” ja “kuinka kaupunki halutaan sen ulkopuolella koettavan?”

Mielikuvat liittyvät siihen, miten ulkopuoliset ottavat vastaan lähettäjätahon tuottaman viestin.

Vetovoimaisuutta voidaan tarkastella vetovoimatekijöiden kautta, jotka jaetaan usein KOVIIN ja PEHMEISIIN vetovoimatekijöihin.

**Maine** muodostuu tai ”ansaitaan” pidemmän ajan kuluessa johdonmukaisen työn tuloksena. Hyvä maine rakentuu jokapäiväisessä toiminnassa organisaation kaikilla tasoilla; hyvistä teoista, hyvästä viestinnästä ja hyvistä kokemuksista.

# TUTKIMUKSEN KOHDE JA TAVOITTEET

Ulkoisen vetovoimatutkimus toteutettiin kaikille 55:delle seutukaupungille ja sisäinen tutkimus 50:lle seutukaupungille. Seutukaupungeista Kitee, Loimaa, Nurmes, Pudasjärvi ja Viitasaari eivät osallistuneet sisäiseen tutkimukseen. Lisäksi seutukaupunkien ulkopuolelta Kaskinen osallistui tutkimukseen, sillä se kuuluu tutkimuksen rahoittaneeseen Seutu-ohjelmaan.

## Tutkimuksen tavoitteena on

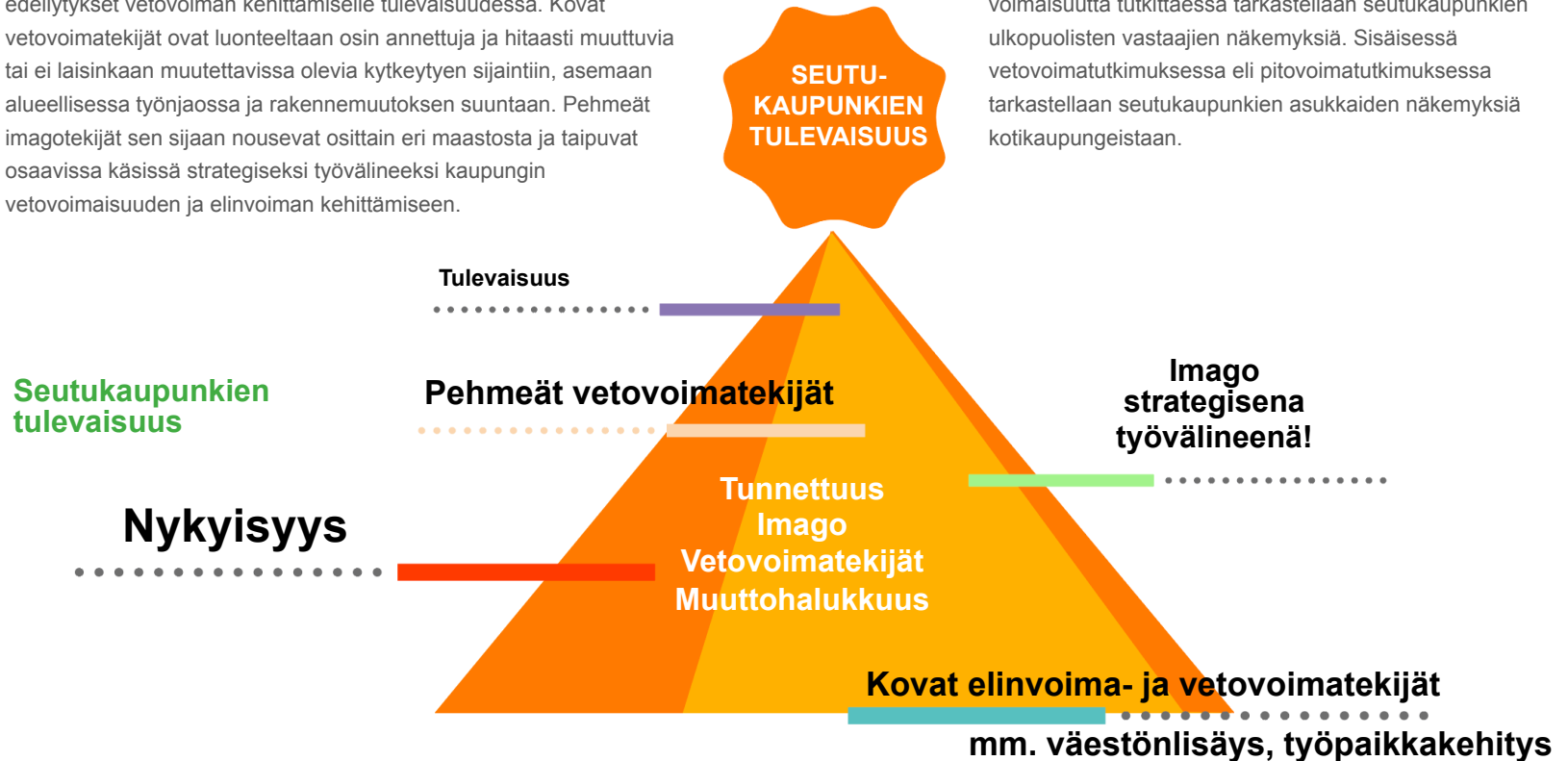
1. tuottaa kokemuksellisesta tietoa pehmeillä mittareilla seutukaupunkien tunnettuudesta, imagosta, ulkoisesta vetovoimasta, pitovoimasta ja niiden kehittämisalueista
2. esittää kokonaiskuva seutukaupunkien vetovoimaisuudesta kovilla ja pehmeillä mittareilla mitattuna eli seutukaupunkien kokonaisindeksi, joka kytkee yhteen seutukaupunkianalyysin ”kovan” vetovoima- ja elinvoimaindeksin sekä vetovoimatutkimuksessa rakentuvan ”pehmeän” vetovoimaindeksin
3. tuottaa työvälineitä, jotka tukevat kaupunkien pyrkimyksiä imagoaan ja vetovoimaansa.



## Seutukaupunkien vetovoimatutkimuksen tavoitteet

Tutkimuksen lähtökohtana on tarkastella seutukaupunkien pehmeitä vetovoimatekijöitä ja imagoa strategisena työvälineenä, joka luo edellytykset vetovoiman kehittämiselle tulevaisuudessa. Kovat vetovoimatekijät ovat luonteeltaan osin annettuja ja hitaasti muuttuvia tai ei laisinkaan muutettavissa olevia kytkeytyen sijaintiin, asemaan alueellisessa työnjaossa ja rakennemuutoksen suuntaan. Pehmeät imagotekijät sen sijaan nousevat osittain eri maastosta ja taipuvat osaavissa käsissä strategiseksi työvälineeksi kaupungin vetovoimaisuuden ja elinvoiman kehittämiseen.

Tutkimus jakautuu käytännössä ulkoiseen ja sisäiseen vetovoimatutkimukseen. Seutukaupunkien ulkoista veto-voimaisuutta tutkittaessa tarkastellaan seutukaupunkien ulkopuolisten vastaajien näkemyksiä. Sisäisessä vetovoimatutkimuksessa eli pitovoimatutkimuksessa tarkastellaan seutukaupunkien asukkaiden näkemyksiä kotikaupungeistaan.





## Ulkoinen vetovoimatutkimus

### *Paneelitutkimus*

Paneelitutkimuksessa vastaaminen kiintiöitiin seutukaupunkeja lähimpänä sijaitsevien suurten ja keskisuurten kaupunkien asukkaille (joissain tapauksissa lähellä sijaitsevien pienempien kaupunkien). Kiintiöinti tuotti noin 100 vastausta jokaista seutukaupunkia kohden.

Valinta rajaa tarkoituksellisesti seutukaupunkien asukkaat vastaajina seutukaupunkien ulkoista vetovoimaa tarkastelevan osion ulkopuolelle. Paneelitutkimukseen osallistuivat kaikki seutukaupungit.

### *Kaupunkien kotisivuilla toteutettu lomaketutkimus*

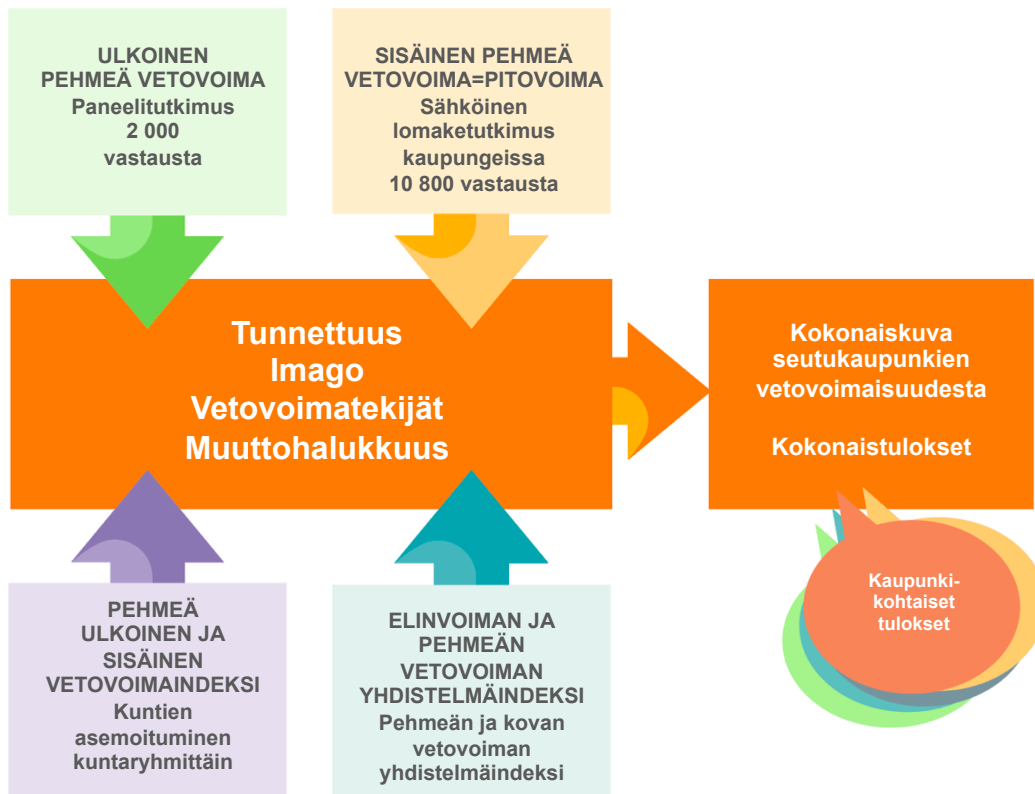
Seutukaupunkien verkkosivuilla toteutettavassa ulkoisessa vetovoimatutkimuksessa vastaajat arvioivat yhtä tai useampaa (lähi)seutukaupunkia. Vastaajan oman kotikaupungin arvio (ks. sisäinen vetovoimatutkimus). Tähän osioon eivät osallistuneet seuraavat seutukaupungit: Kitee, Loimaa, Nurmes, Pudasjärvi ja Viitasaari.

## Sisäinen vetovoimatutkimus (pitovoima)

Myös seutukaupunkien sisäistä vetovoimaisuutta tarkasteltiin seutukaupunkien verkkosivuilla toteutetun sähköisen lomaketutkimuksen yhteydessä, aina oman kotikaupungin osalta.



## Seutukaupunkien vetovoimatutkimus Toteutus



# SEUTUKAUPUNKITUTKIMUKSEN MITTARISTO

## Pehmeän vetovoiman osatekijät (muuttujat)

### Tunnettuus ja imago

Seutukuntien vetovoimatutkimuksessa seutukaupunkien tunnettuutta ja niihin liitettäviä mielikuvia tutkitaan ns. spontaanin ja autetun tunnettuuden sekä mielikuvamittarin avulla.

Imagoa arvioidaan pyytämällä vastaajia kuvailemaan kuhunkin kaupunkiin liittämiensä mielikuvien positiivisuutta tai negatiivisuutta.

### Vetovoimatekijät

Alueellisia vetovoimatekijöitä on kotimaisessa keskustelussa jäsennetty mm.

1. infrastruktuuriin, 2. yrityksiin, 3. inhimillisiin voimavaroihin, 4. instituutioon, 5. toimivaan kehittäjäverkostoon sekä 6. asuin- ja elinympäristöön (Sotarauta & Mustikkamäki 2001). Timo Aro jakaa vetovoimatekijät (2016) koviin vetovoimatekijöihin, kuten alue- ja paikallistalouden kehitykseen, väestömuutoksiin ja muuttovetovoimaan sekä koulutustarjontaan jne. sekä pehmeisiin vetovoimatekijöihin. Näitä ovat mm. alueen herättämä tunnelma ja ilmapiiri, turvallisuus, alueen tarina ja identiteetti, tapahtumat ja elämykset.

Näiden lisäksi vetovoima kytkeytyy myös sijaintiin, mainetekijöihin ja ns. villeihin kortteihin. (emt.).

Seutukuntien vetovoimatutkimuksessa vetovoimaisuuden kokemukselliset tai ”pehmeät” mittarit jakautuvat nekin koviin ja pehmeisiin seuraavasti:

**A.** Kovia vetovoimatekijöitä arvioidaan seuraavilla kokemuksellisilla mittareilla

1. Asuinympäristö
2. Työllisyysmahdollisuudet
3. Koulutusmahdollisuudet
4. Saavutettavuus liikenteellisesti
5. Kaupalliset palvelut
6. Matkailutarjonta

**B.** Vetovoiman ”pehmeitä” ulottuvuuksia arvioidaan seuraavilla kokemuksellisilla mittareilla

1. Keskustan viihtyisyys ja vireyys
2. Kulttuuri- ja vapaa-ajan palvelut
3. Turvallisuus
4. Uudistuvuus
5. Ilmapiiri ja fiilis
6. Persoonallisuus ja erottuvuus

## Muuttovetovoima

Muuttovetovoiman yhteydessä sovelletaan nk. harkinta-mittaria, joka kuvaa sitä voisiko vastaaja harkita muuttavansa johonkin tiettyyn kaupunkiin tai muuttaisiko vastaaja uudelleen nykyiseen asuin-kaupunkiinsa jos olisi asuinpaikan valintatilanteessa. Kysymyksen avulla saadaan näin tarkasteltua myös pitovoimaa seutukaupungin asukkaiden näkökulmasta.

Yhteenveto tutkimuksen mittaristosta:

VETOVOIMATUTKIMUKSEN OSA-ALUE	MITTARI
Tunnettuus	Spontaani ja autettu tunnettuus
Imago ja mielikuvat	Imagon positivisuus tai negatiivisuus Spontaanit mielikuvat (avoin kysymys)
Vetovoimaisuus	Kovat vetovoimatekijät: työllisyysmahdollisuudet, koulutusmahdollisuudet jne., pehmeät vetovoimatekijät: turvallisuus, uudistuvuus, ilmapiiri, jne.
Muuttovetovoima	Muuttohalukkuus (harkinta)

## Pehmeä vetovoimaindeksi ja vetovoiman kokonaisindeksi

Edellä kuvatuista kokemuksellisista tai pehmeistä mittareista muodostetaan vetovoiman pehmeä indeksi. Ulkoinen pehmeä vetovoimaindeksi rakentuu kunkin seutukaupunkien ulkoisten vastaajien näkemyksistä ja sisäinen pehmeä vetovoimaindeksi puolestaan seutukaupunkien asukkaiden kotikaupunkejaan koskevista näkemyksistä.

Ulkoinen pehmeä vetovoimaindeksi		Sisäinen pehmeä Vetovoimaindeksi	
Autettu tunnettuus	Suurten kaupunkien asukkaiden vastaukset	Autettu tunnettuus	Seutukaupunkien asukkaiden näkemykset kotikaupungeistaan
Imago		Imago	
Vetovoimatekijät		Vetovoimatekijät	
Muuttovetovoima		Muuttovetovoima	

Suurten kaupunkien ja seutukaupunkien ulkoisten (ei kotikaupunkia vaan muita seutukaupunkeja koskevien) vastausten vertailu osoitti, että käytetyistä mittareista tunnettuus on kaikkein herkin aluerakenteellisille tekijöille. Tällä tarkoitetaan seutukaupunkien keskinäistä sijaintia sekä suurten kaupunkien etäisyyttä seutukaupungeista. Osa seutukaupungeista sijaitsee hyvin lähellä toisiaan ja keskinäisten arvioiden antaminen tapahtuu eri lähtökohdista kuin niissä tapauksissa, joissa vastaajat arvioivat selvästi kauempana tai jopa naapurimaakunnassa sijaitsevaa seutukaupunkia.

Vaikka erot eivät ole suuria muiden kuin tunnettuuden osalta, tutkimuksen ns. ulkoiset tulokset esitetään yhdenmukaisuuden vuoksi pääasiassa paneelivastausten eli suurten kaupunkien vastausten osalta. Paneelin tuottama otos on kontrolloidumpi sijaintiin ja etäisyyksiin liittyvien tekijöiden osalta. Myös seutukaupunkien keskinäiseen vertailuun

perustuvat indeksiluvut rakentuvat ns. ulkoisten tulosten osalta paneelivastauksista eli suurten kaupunkien asukkaiden vastauksista. Seutukaupunkien asukkaiden vastaukset sisällytetään indekseihin pitovoiman eli omaa kotikaupunkia koskevien arvioiden näkökulmasta.

Ohessa on esitelty vetovoiman yhteisindeksissä käytettävät Seutukaupunkianalyysin (Aro & Haanpää 2018) elinvoima- ja vetovoimaindeksin muuttujat.

Vetovoimaindeksi kuvaa kaupungin kiinnostavuutta ja houkuttelevuutta ulkopuolisten näkökulmasta.

---

**1. Muuttovetovoima 1000 asukasta kohden keskimäärin 2013–2016**

**2. Nettopendelöinti 1000 asukasta kohden keskimäärin 2013–2015**

**3. Valmistuneet asunnot yhteensä vuosien 2010–2016 välisenä aikana 10 000 asukasta kohden**

**4. Vieraskielisten osuus keskimäärin 2014–2017**

**5. Opiskelijoiden ja koululaisten lukumäärä 1000 asukasta kohden keskimäärin 2014–2016**

**6. Joukkoliikennepysäkkien saavutettavuus 250 m etäisyydellä, %-osuus väestöstä 2014**

**7. MDI:n kuntakyselyn kouluarvosana elinvoimapolitiikasta 2017**

---

Elinvoimaindeksi kuvaa kaupungin kasvua ja kilpailukykyä eri osatekijöiden näkökulmasta.

---

**1. Väestönlisäys (%) keskimäärin vuosina 2014–2017**

**2. Avoimen sektorin työpaikkakehitys (%) vuosina 2010–2015**

**3. Julkisen sektorin työpaikkakehitys (%) vuosina 2010–2015**

**4. Teollisuuden toimialan (C) työpaikkakehitys (%) vuosina 2010–2015**

**5. Työllisyysaste (%) vuonna 2016**

**6. Yrityskanta eli toimivien yritysten määrä 1000 asukasta kohden vuonna 2017 (Q1)**

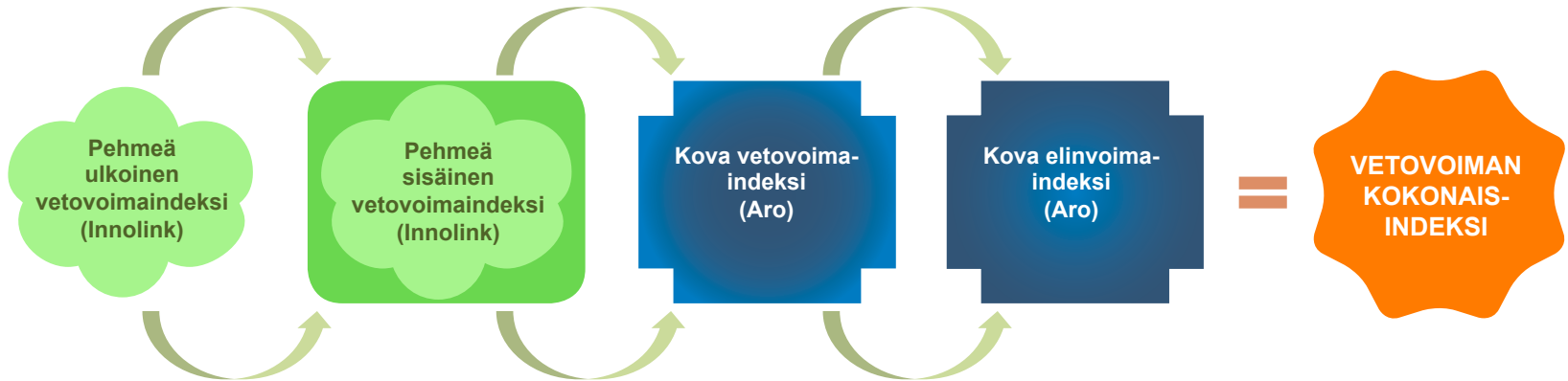
**7. Taloudellinen huoltosuhde vuonna 2016**

---

Tutkimuksen tuloksena rakentuu seutukaupunkien vetovoiman kokonaisindeksi. Se muodostuu edellä mainituista ulkoisesta ja sisäisestä pehmeästä vetovoimaindeksistä sekä Seutukaupunkianalyysin (Aro & Haanpää 2018) elinvoima- ja vetovoimaindeksistä.

Tulosten yhteydessä seutukaupunkien positio määräytyy muuttujakohtaisista tuloksista johdetun kaupunkien keskinäisen sijoitusten perusteella. Indeksien osalta seutukaupungeille on laskettu muuttujakohtaisten sijoitusten perusteella summapistheet ja sen jälkeen seutukaupungit on luokiteltu summapisteen mukaiseen järjestykseen (ks. liite 3).

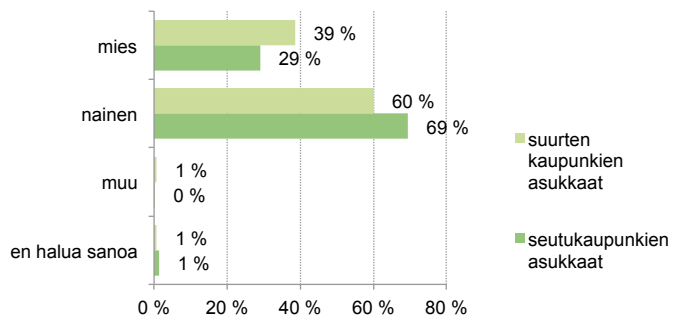
## Elementit



# TUTKIMUSAINEISTON ESITTELY

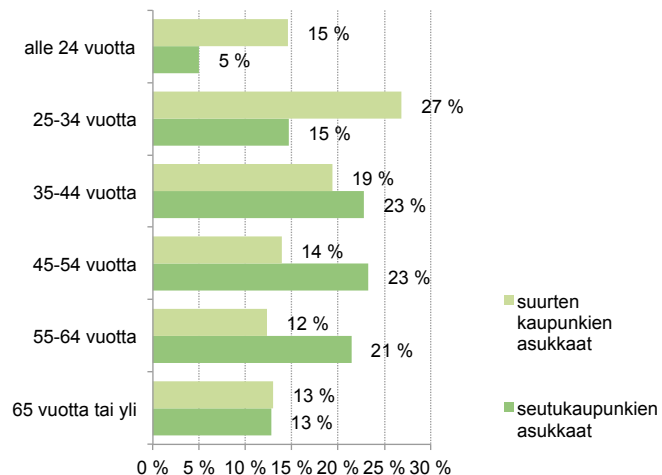
Seuraavassa on esitelty paneelitutkimuksen aineisto (suurten kaupunkien vastaajat) ja seutukaupunkien kotisivuilla avoimen tutkimuslinkin kautta muodostunut aineisto. Avoimen linkin kautta valikoituvien vastaajien joukkoa ei ollut mahdollista kontrolloida.

Molemmissa aineistoissa vastaajina on selvästi enemmän naisia kuin miehiä.



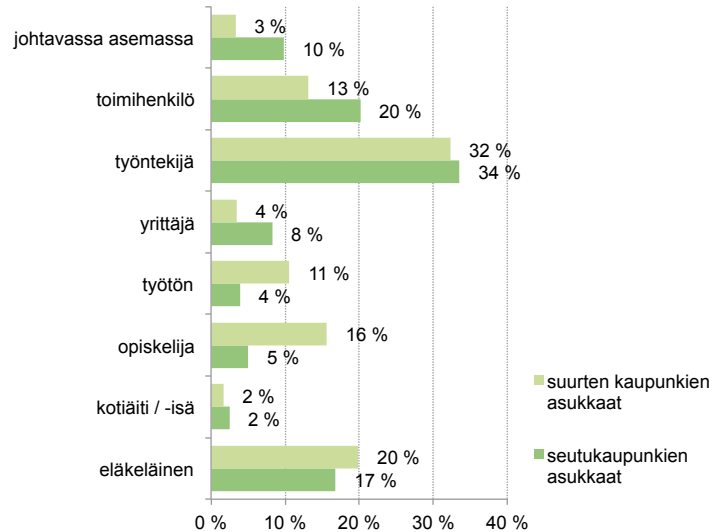
KUVA: Sukupuoli

Vastaajien ikäryhmiä tarkasteltaessa suurten kaupunkien vastaajissa on enemmän nuoria, alle 34-vuotiaita. Seutukaupunkien asukkaiden vastaukset painottuvat suurten kaupunkien vastaajia enemmän 45–64 -vuotiaisiin.



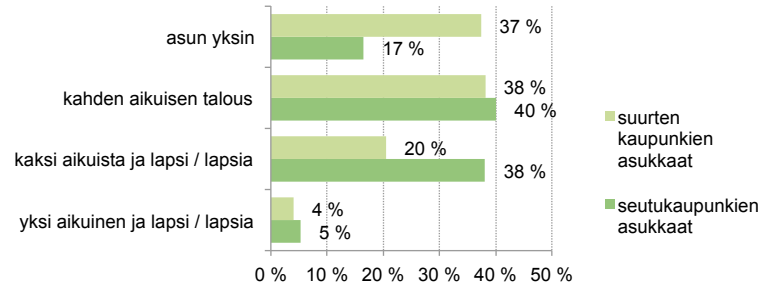
KUVA: Ikäryhmä

Vastaajan ammatillisissa profiileissa korostui seutukaupunkien asukkaiden osalta hieman enemmän johtavassa asemassa, toimihenkilönä tai yrittäjänä työskentelevät. Suurten kaupunkien vastaajien joukossa oli enemmän nuoria ja siten opiskelijoita.



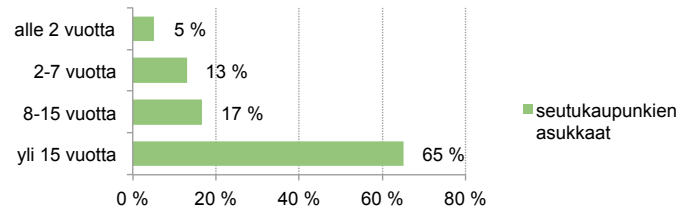
KUVA: Ammatillinen asema

Suurten kaupunkien vastaajista selvästi suurempi osuus oli yksinasuvia. Seutukaupunkienvastaajien joukossa oli selvästi enemmän lapsiperheitä.



KUVA: Kotitalouden muoto

Seutukaupunkien asukkailta kysyttiin lisäksi, kuinka kauan he ovat asuneet nykyisessä kotikaupungissaan. Vetovoimatutkimukseen vastanneista lähes kaksi kolmesta oli asunut kotikaupungissaan yli 15 vuotta.



KUVA: Kuinka kauan olet asunut nykyisessä kotikaupungissasi?





# TUTKIMUSTULOKSET

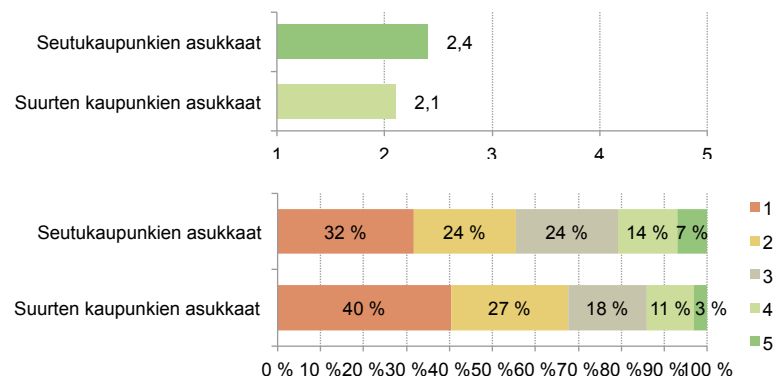
## Seutukaupunkien tunnettuus

Kaupunkien tunnettuus on niiden elinvoimaisuuden ja imago- ja maineyön keskeinen edellytys. Seutukaupunkien vetovoimatutkimuksessa tunnettuutta tarkasteltiin kokonaisuutena seutukaupunkikäsitteen osalta sekä kunkin kaupungin osalta.

### Seutukaupunki-käsitteen tunnettuus

Seutukaupunkien tavoitteena on edistää kaupunkien elinvoimaisuutta ja vaikuttaa niiden toimintaedellytyksiin kansallisella tasolla. Seutukaupungit ovat yhteistyössä määritelleet niiden kriittiset menestystekijät, jotka liittyvät mm. niiden rooliin ympäröivän alueensa palvelujen ja elinkeinoelämän keskuksena ja kasvualustana. Tässä mielessä on kiinnostava tarkastella myös seutukaupunkien tunnettuutta kokonaisuutena.

Seutukaupunkikäsitteen tunnettuutta arvioitaessa seutukaupunkien asukkaat olivat luonnollisesti avainasemassa, mutta suurta eroa tunnettuudessa ei vastaajaryhmien välillä ollut. Seutukaupunkien asukkaista 21 % tunsi käsitteen erittäin tai melko hyvin, 56 %:lle vastaajista käsite ei ollut tuttu. Suurten kaupunkien vastaajille käsite oli jonkin verran vieraampi eli sen tunsi 14 %, vajaan 70 %:lle käsite ei ollut tuttu.



KUVA: vertailu seutukaupunkien asukkaat ja suurten kaupunkien asukkaat, keskiarvot ja jakaumat (asteikko: 1 = ei lainkaan tuttu ... 5 = erittäin tuttu)

Kokonaistulos osoittaa ”seutukaupunkiuden” olevan brändinä toistaiseksi varsin heikko. Samalla se herättää kysymyksen, voisiko vahvempi seutukaupunkibrändi olla seutukaupunkien sidosryhmien, työvoiman saatavuuden ja muuttovetovoiman näkökulmasta tavoiteltava. Erityisesti mikäli seutukaupunkibrändiin liittyisi myönteisiä kehitystä kuvaavia tekijöitä, kuten muutoskyky ja edelläkävijäisyys.

## Seutukaupunkien spontaani tunnettuus

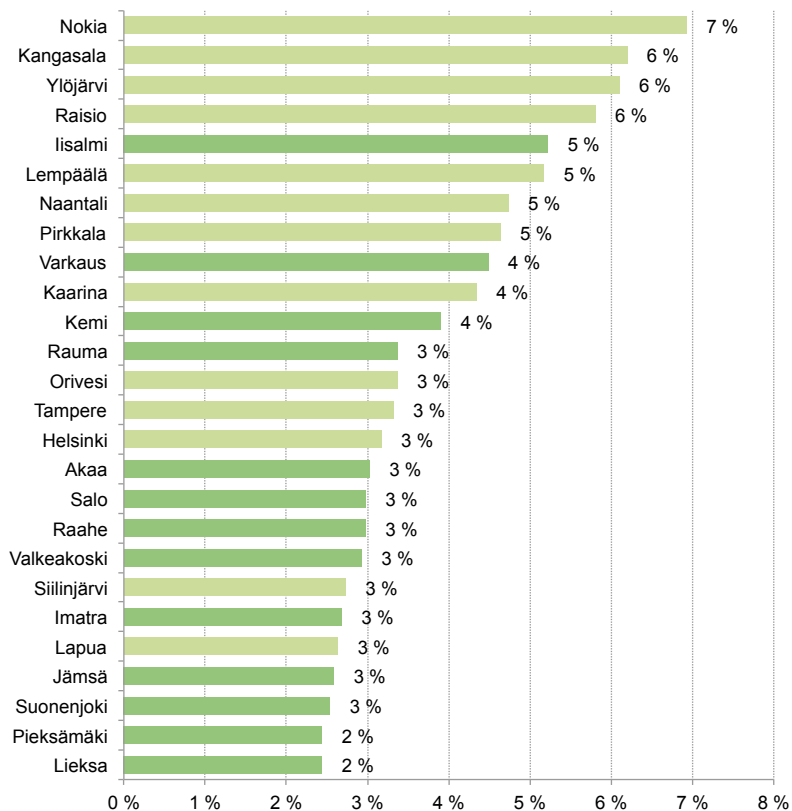
Spontaani tunnettuus on eräs tapa mitata organisaation tunnettuutta halutun kohderyhmän, esimerkiksi asukkaiden keskuudessa. Organisaatio, jonka vastaaja mainitsee ensimmäisenä, on viiteryhmänsä spontaanisti tunnetuin brändi (ns. top of mind) ja erityisessä asemassa vastaajan mielessä. Se on todennäköisemmin valinnan kohteena kuin brändi, jonka vastaaja tunnistaa vasta hänelle luetelluista tai näytetyistä vaihtoehdoista (ns. autettu tunnettuus). Vastaavasti brändi, jota ei tunnisteta edes autetusti, on heikoimmassa kilpailuasemassa.

Vetovoimatutkimuksessa vastaajia pyydetään nimeämään spontaanisti mielen tulevassa järjestyksessä alle 30 000–60 000 asukkaan kaupunkeja maakuntansa tai lähimaakuntiansa alueelta. Asukaslukuraja määriteltiin lomakkeelle ko. alueen seutukaupunkien asukasluvun perusteella. Tutkimuksessa käytetyistä mittareista tunnettuus on kaikkein herkin aluerakenteellisille tekijöille eli seutukaupunkien keskinäiselle sijainnille sekä suurten kaupunkien (joiden asukkaiden vastauksista muodostui osa aineistosta) etäisyyksille näistä. Erityisen herkkä tämänkaltaisille tekijöille on spontaani tunnettuus, tästä syystä spontaanin tunnettuuden tuloksia ei sisällytetä vetovoimaindeksiin.

Ohessa on kuitenkin esitetty suurten kaupunkien vastaajien osalta eniten mainintoja saaneet kaupungit (vähintään 50 mainintaa saaneet).

Spontaani tunnettuus esitetään ulkoisen kohderyhmän eli paneeli-vastausten osalta. Osa seutukaupungeista sijaitsee hyvin lähellä toisiaan ja keskinäisten arvioiden antaminen tapahtuu eri lähtökohdista kuin niissä tapauksissa, joissa vastaajat arvioivat selvästi kauempana tai jopa naapurimaakunnassa sijaitsevaa toista seutukaupunkia. Paneelin tuottama otos on kontrolloidumpi sijaintiin ja etäisyyksiin liittyvien tekijöiden ja seutukaupunkikohtaisen vastauskertymän osalta.

Spontaanin tunnettuuden yhteydessä mainintoja saivat muutkin kaupungit kuin seutukaupungit. Kahdenkymmenenkuuden eniten mainintoja saaneen kaupungin joukkoon nousi 12 seutukaupunkia (merkitty tummemman vihreillä pylväillä).



KUVA: Spontaani tunnettuus: ulkoisessa kohderyhmässä yli 50 mainintaa saaneet seutukaupungit

Spontaanin tunnettuuden osalta parhaiten sijoittuivat Iisalmi, Varkaus, Kemi, Rauma ja Akaa, Salo, Raahe, Valkeakoski, Imatra, Jämsä, Suonenjoki, Pieksämäki ja Lieksa. Näistä kaupungeista Valkeakoski, Iisalmi, Kemi, Rauma, Raahe, Imatra ja Salo lukeutuivat myös Seutukaupunkianalyysin (2018) seutukaupunkien ”kovan” vetovoimaindeksin kärkiviidennekseen. Iisalmen kärkisija kertoo kaupungin nousevasta brändistä menestyvänä teknologia- ja metalliteollisuuden keskittymänä – ”Iisalmen ihmeenä”. Alueellisesti näkyvyyttä on saanut myös Iisalmen kaupungin visioon sisältyvä tavoite, joka olla tulevaisuudessa Suomen houkuttelevin seutukaupunki.

Seutukaupunkien neljän suurimman kaupungin (yli 30 000 asukasta) joukosta spontaanisti 20 eniten mainintoja saaneen joukkoon nousivat Rauma ja Salo. Kolmestatoista seuraavan kokoluokan (20–30 000 asukkaan) seutukaupungeista seitsemän sisältyi eniten mainintoja saaneiden joukkoon. Yhteensä 36:sta alle 20 000 asukkaan seutukaupungeista vain neljä lukeutui kärkeen. Suuremmista seutukaupungeista päättyi pienempiä seutukaupunkeja suhteellisesti suurempi osa eniten mainintoja saaneiden joukkoon.

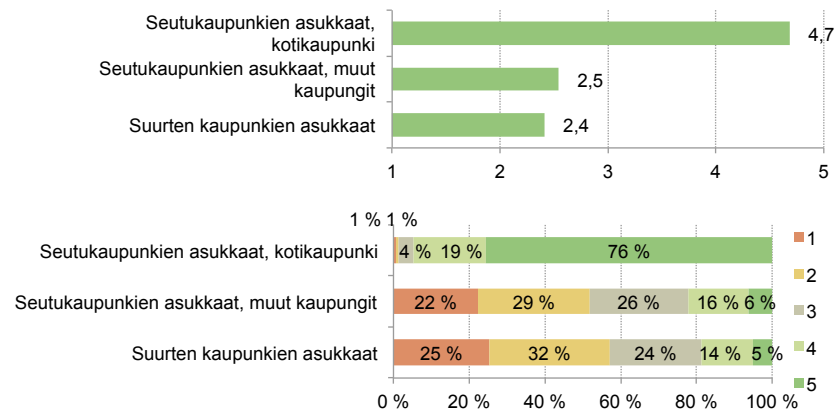
## Seutukaupunkien autettu tunnettuus

Seutukaupunkien imagoa ja vetovoimaa tarkasteltaessa kaupunkien tunnettuus on keskeinen näkökohta. Ilman tunnettuutta ei voi olla hyvää mainetta. Tunnettuus ja näkyvyys julkisuudessa on kaupungin mainetta eniten määräävä asia (Aula ym. 2007).

Tutkimuslomake oli määritelty siten, että kullekin vastaajille esitettiin kotikaupungin perusteella maakunnan tai joissain tapauksissa lähimaakunnan seutukaupunkeja nimeltä. Vastaajille mainittiin, että kyseessä olevat kaupungit ovat seutukaupunkeja. Vastaajia pyydettiin arvioimaan, kuinka hyvin he tuntevat ko. seutukaupungit asteikolla 1 = en tunne lainkaan ... 5 = tunnen erittäin hyvin.

Koko aineiston tasolla seutukaupunkien asukkaiden ja suurten kaupunkien vastaajien välillä ei ollut merkittävää eroa seutukaupunkien tunnettuuden suhteen. Seutukaupunkien asukkaat tunsivat muita seutukaupunkeja vain hieman suurten kaupunkien vastaajia paremmin. Noin viidennes eli 22 % seutukaupunkien asukkaista ja 19 % suurten kaupunkien asukkaista tunsu maakuntansa seutukaupungit melko tai erittäin hyvin.

Hieman yli puolessa tapauksista molempien vastaajaryhmien osalta, vastaaja ei tuntenut maakuntansa seutukaupunkeja.



KUVA: Seutukaupunkien autettu tunnettuus. Vertailu suurten kaupunkien asukkaat seutukaupungeista, seutukaupunkien asukkaat kotikaupungistaan ja muista seutukaupungeista (asteikko: 1 = ei lainkaan tuttu ... 5 = erittäin tuttu).

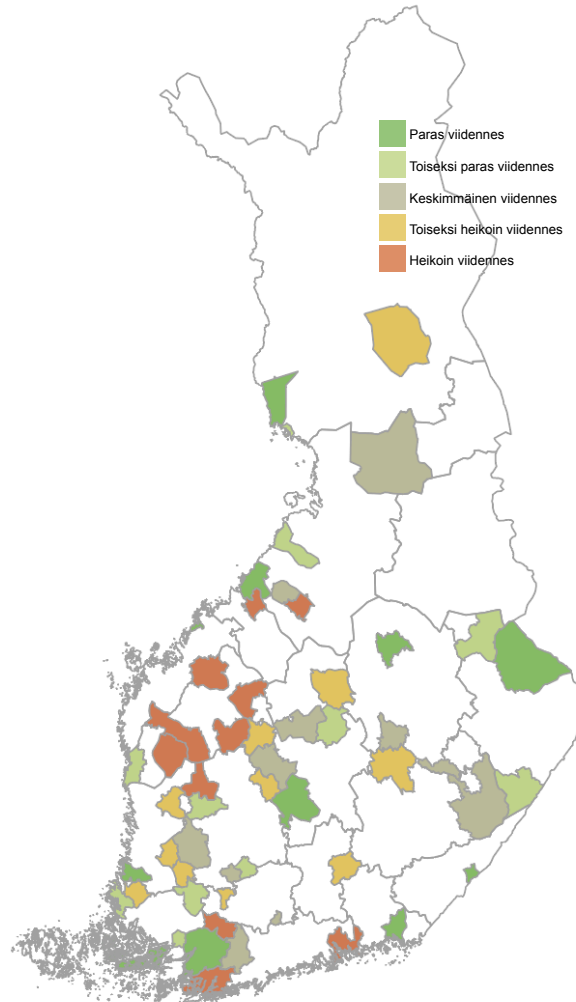
Kuten edellä todettiin, mittareista tunnettuus on kaikkein herkin aluerakenteellisille tekijöille eli seutukaupunkien keskinäiselle sijainnille sekä suurten kaupunkien etäisyyksille näistä. Osa seutukaupungeista sijaitsee hyvin lähellä toisiaan ja keskinäisten arvioiden antaminen tapahtuu eri lähtökohdista kuin niissä tapauksissa, joissa vastaajat arvioivat selvästi kauempana tai jopa naapurimaakunnassa sijaitsevaa toista seutukaupunkia.

Autettu tunnettuus esitetään ulkoisen kohderyhmän eli paneeli-vastausten osalta. Paneelin tuottama otos on kontrolloidumpi sijaintiin ja etäisyyksiin liittyvien tekijöiden ja seutukaupunkikohtaisen vastaukertymän osalta.

Suurten kaupunkien asukkaiden osalta parhaat arviot autetussa tunnettuudessa saivat Rauma, Hamina, Salo, Kalajoki, Tornio, Imatra, Iisalmi, Parainen, Pietarsaari ja Jämsä. Näistä kaupungeista Pietarsaari, Iisalmi, Tornio, Rauma, Imatra ja Salo nousivat myös kovan vetovoiman osalta Seutukaupunkianalysissä kärkiviidennekseen. Heikoimmat arviot tunnettuuden osalta saivat Alajärvi, Alavus, Kauhava, Kannus, Kurikka, Kauhajoki, Raasepori, Loviisa, Nivala, Parkano ja Kemijärvi.

Tunnetuimman viidenneksen (11 kaupunkia) joukossa oli kahdeksan 17 suurimmasta eli yli 20 000 asukkaan kaupungista. Vastaavasti matalimman arvon saaneen viidenneksen (11 kaupunkia) joukossa oli 10 alle 20 000 asukkaan kaupunkia.

Kun vertaillaan ulkoisia arvioita eli suurten kaupunkien asukkaiden ja seutukaupunkien asukkaiden vastauksia keskenään, osa tunnettuuden eroista selittyy tutkimusasetelmalla. Niissä tapauksissa, joissa suurten kaupunkien asukkaiden arviot seutukaupungista olivat selvästi muiden seutukaupunkien asukkaiden arvioita parempia, suuren kaupungin ja



arvioitavan seutukaupungin etäisyys oli pienempi. Kun taas merkittävän lähellä toisiaan sijaitsevien seutukaupunkien tapauksessa seutukaupunkien asukkaat tunsivat naapuriseutukaupunkinsa etäämmällä sijaitsevan suuren kaupungin asukkaita paremmin.

<b>Suurten kaupunkien asukkaiden arviot myönteisempiä</b>		
	Suurten kaupunkien asukkaat	Lähialueen seutukaupunkien asukkaat
Parainen	2,8	1,9
Hamina	3,0	2,3
Pietarsaari	2,8	2,2
Iisalmi	2,8	2,3
Imatra	2,9	2,4

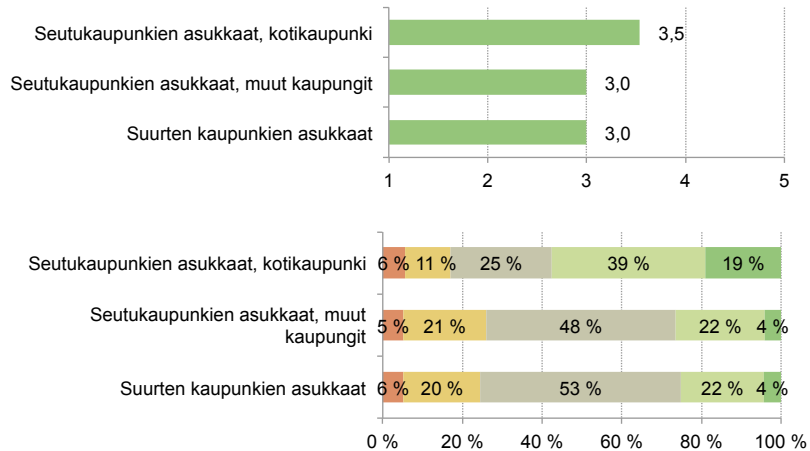
<b>Suurten kaupunkien asukkaiden arviot heikompia</b>		
	Suurten kaupunkien asukkaat	Lähialueen seutukaupunkien asukkaat
Alavus	1,8	3,1
Kurikka	1,9	3,2
Kauhajoki	1,9	3,2
Ylivieska	2,4	3,6
Ähtäri	2,3	3,2



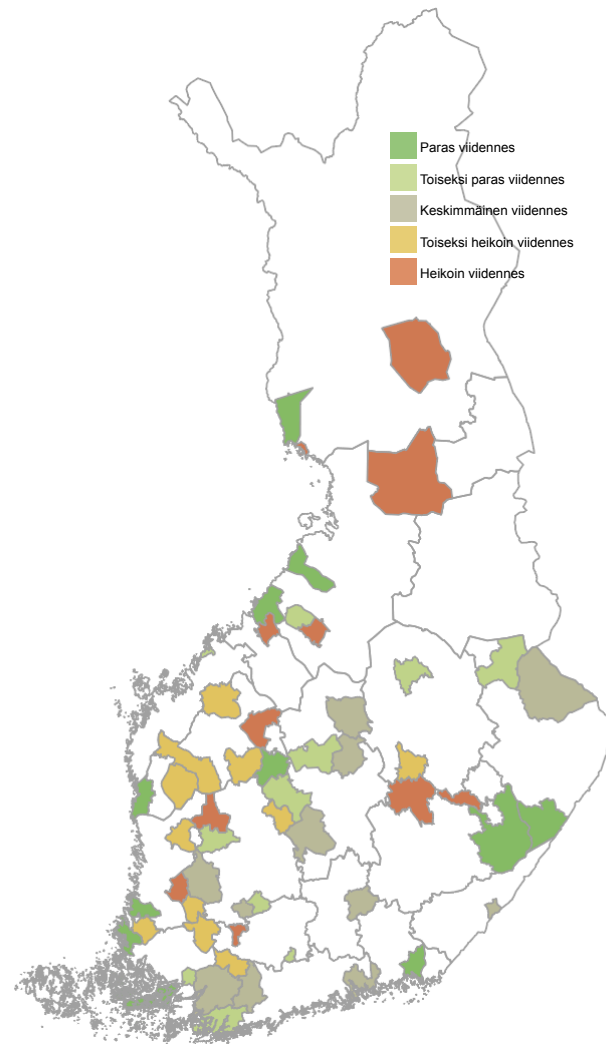
## Seutukaupunkien imago

Maineeseen tai imagoon liittyy aina myös evaluaatio tai arviointi. Tutkimuksessa seutukaupunkien imagoa tarkastellaan siitä näkökulmasta, miten positiivisena tai negatiivisena kunkin kaupungin imago koetaan. Seutukaupunkien vetovoimatutkimuksessa vastaajia pyydettiin arvioimaan maakuntansa tai jossain tapauksissa lähimaakunnan seutukaupunkien imagoa asteikolla 1 = erittäin negatiivinen ... 5 = erittäin positiivinen. Lisäksi kartoitettiin kaupunkeihin liittyviä laadullisia mielikuvia. Vastaajia pyydettiin kertomaan, mitä heille tulee ensimmäisenä mieleen mainitusta kaupungista. Nämä mielikuvat esitetään kaupunkikohtaisissa raporteissa.

Seutukaupunkien imagon osalta suurten kaupunkien vastaajien arviot ja seutukaupunkivastaajien arviot muista kuin omasta kotikaupungistaan olivat hyvin lähellä toisiaan. Molemmissa ryhmissä runsas neljännes piti seutukaupunkien imagoa melko tai erittäin positiivisena. Keskimmäisten arvojen (ei negatiivinen, ei positiivinen) määrä oli hyvin suuri, noin puolet vastauksista. Tämä heijastaa osin seutukaupunkien heikkoa tunnettuutta vastaajien keskuudessa. Runsas neljännes piti imagoa melko tai erittäin negatiivisena. Seutukaupunkien asukkaista 58 % piti kotikaupunkinsa imagoa melko tai erittäin positiivisena.



KUVA: Seutukaupunkien imago. Vertailu suurten kaupunkien asukkaat seutukaupungeista, seutukaupunkien asukkaat kotikaupungistaan ja muista seutukaupungeista (asteikko 1 = erittäin negatiivinen ... 5 = erittäin positiivinen).

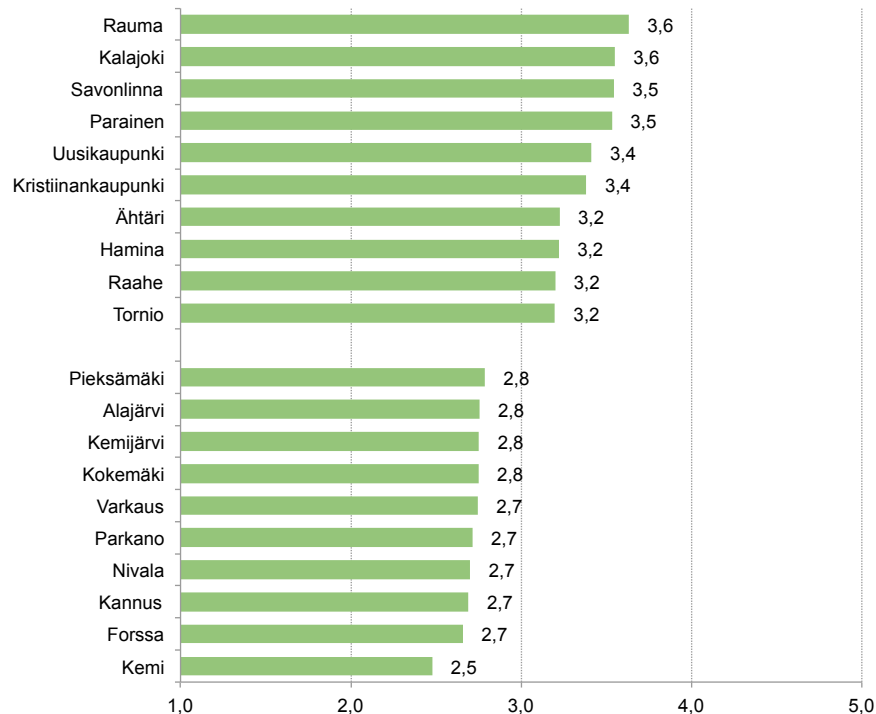




## Ulkoinen imago

Seutukaupunkikohtaiset ulkoisen imagon arviot eivät nousseet kovin korkeiksi, korkein tulos nousi 3,6:een. Imagon osalta suurten kaupunkien vastaajilta saivat siis myönteisimmät arviot Rauma, Kalajoki, Savonlinna, Parainen, Uusikaupunki, Kristiinankaupunki, Ähtäri, Hamina, Raaha, Tornio ja Kitee. Heikoimmat arviot saivat Kemi, Forssa, Kannus, Nivala, Parkano, Varkaus, Kokemäki, Kemijärvi, Alajärvi, Pieksämäki ja Pudasjärvi saivat heikoimmat arviot.

Muutamien kaupunkien kohdalla suurten kaupunkien ja seutukaupunkien asukkaiden ulkoisten vastausten välille muodostui varsin selkeä ero. Raaha, Kristiinankaupunki, Akaa, Parainen ja Pieksämäki saivat suurilta kaupungeilta seutukaupunkeja selvästi myönteisemmät arviot. Sen sijaan Kauhajoki, Kurikka, Raasepori, Kauhajoki, Huittinen ja Ylivieska saivat lähiseutukaupunkien asukkailta suurten kaupunkien asukkaita myönteisemmät arviot.

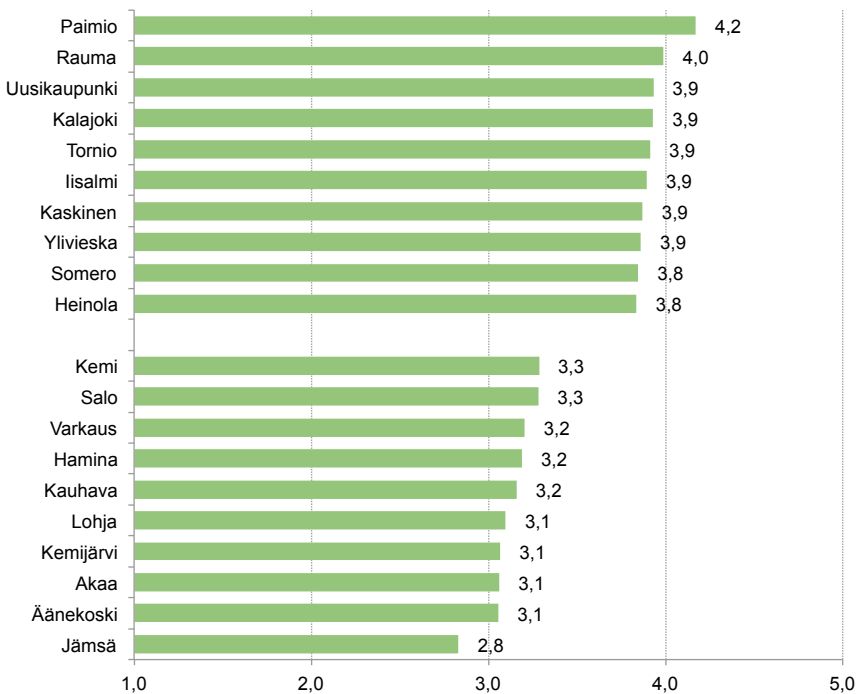


KUVA: Ulkoinen näkökulma: parhaat ja heikoimmat arviot

## Sisäinen imago

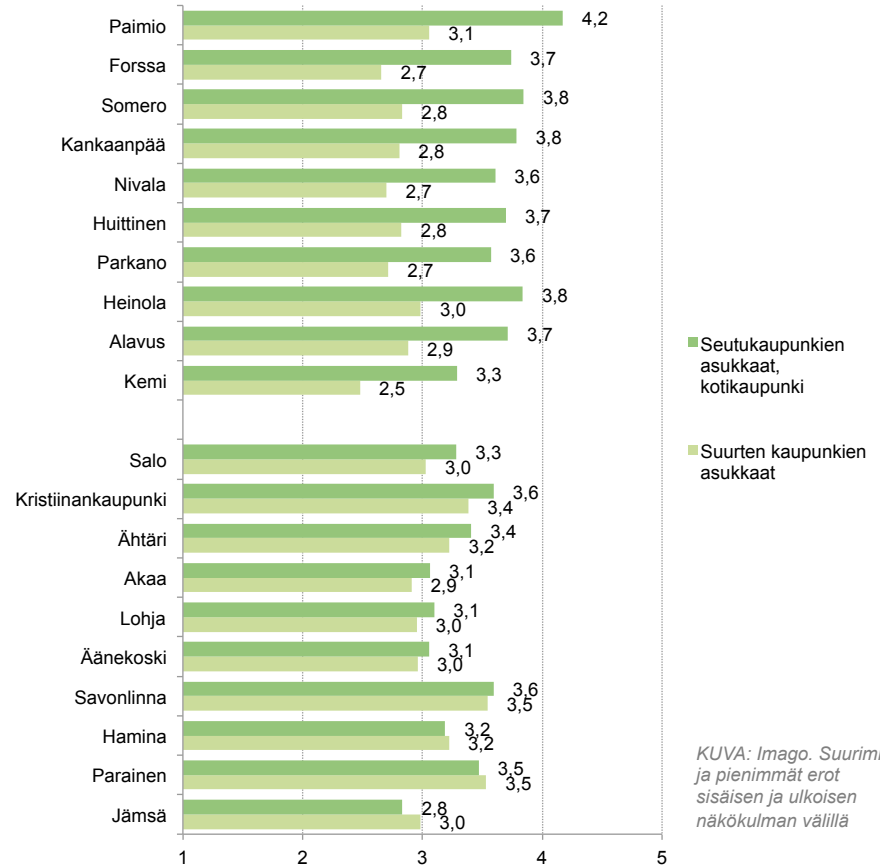
Seutukaupunkien asukkaiden kotikaupunkejaan koskevissa arvioissa imagoltaan myönteisimpiä arvioitiin olevan Paimio, Rauma, Uusikaupunki, Kalajoki, Tornio, Iisalmi, Ylivieska, Somero, Heinola, Keuruu ja Kankaanpää. Sisäisissä heikoimman arvion imagon osalta saivat Jämsä, Äänekoski, Akaa, Kemijärvi, Lohja, Kauhava, Hamina, Varkaus, Salo, Kemi, Kokemäki, Sastamala ja Ähtäri. Keskiarvot vaihtelivat Paimion varsin korkeasta 4,2:sta Jämsän 2,8:aan

Ulkoiset ja sisäiset arviot imagosta erosivat toisten kaupunkien kohdalla enemmän ja toisten vähemmän. Seutukaupunkien asukkaat arvioivat kotikaupunkinsa imagon pääasiallisesti ulkoista kohderyhmää myönteisemmin. Paimion, Forssan, Someron, Kankaanpään, Nivalan, Huittisten ja Parkanon kaupungeissa asukkaiden arvio kotikaupungista oli erityisen paljon myönteisempi ulkoiseen arvioon nähden. Voidaan ajatella, että tällaisen tuloksen tilanteessa kaupungeilla on erityisen paljon saavutettavaa niiden kaupungin asukkaiden tunnistamien vahvuuksien osalta, joita ei ulkoisesti tunneta. Haminan ja Paraisten kohdalla ulkoinen ja sisäinen arvio olivat lähimpänä toisiaan. Jämsä oli ainut kaupunki, jossa ulkoiset arviot olivat hieman Jämsän asukkaiden arvioita myönteisemmät.



KUVA: Sisäinen näkökulma: parhaat ja heikoimmat arviot

Suurten kaupunkien vastaajien ja naapuriseutukaupunkien asukkaiden arvioiden väliset erot ovat erittäin pieniä. Erot olivat tyypillisesti alle 0,2 yksikköä ja korkeimmillaankin vain 0,5 yksikköä. Ulkoinen näkökulma oli siis imagon osalta hyvin stabiili vastaajaryhmästä riippumatta. Suurten kaupunkien vastaajien arviot olivat kuitenkin seutukaupunkien vastaajien arvioita hieman positiivisempia muun muassa Raahen, Kristiinankaupungin, Akaan, Paraisten ja Pieksämäen osalta. Vastaavasti naapuriseutu-kaupunkien vastaajat arvioivat suurten kaupunkien vastaajia positiivisemmin Kauhajokea, Kurikkaa ja Raaseporia.



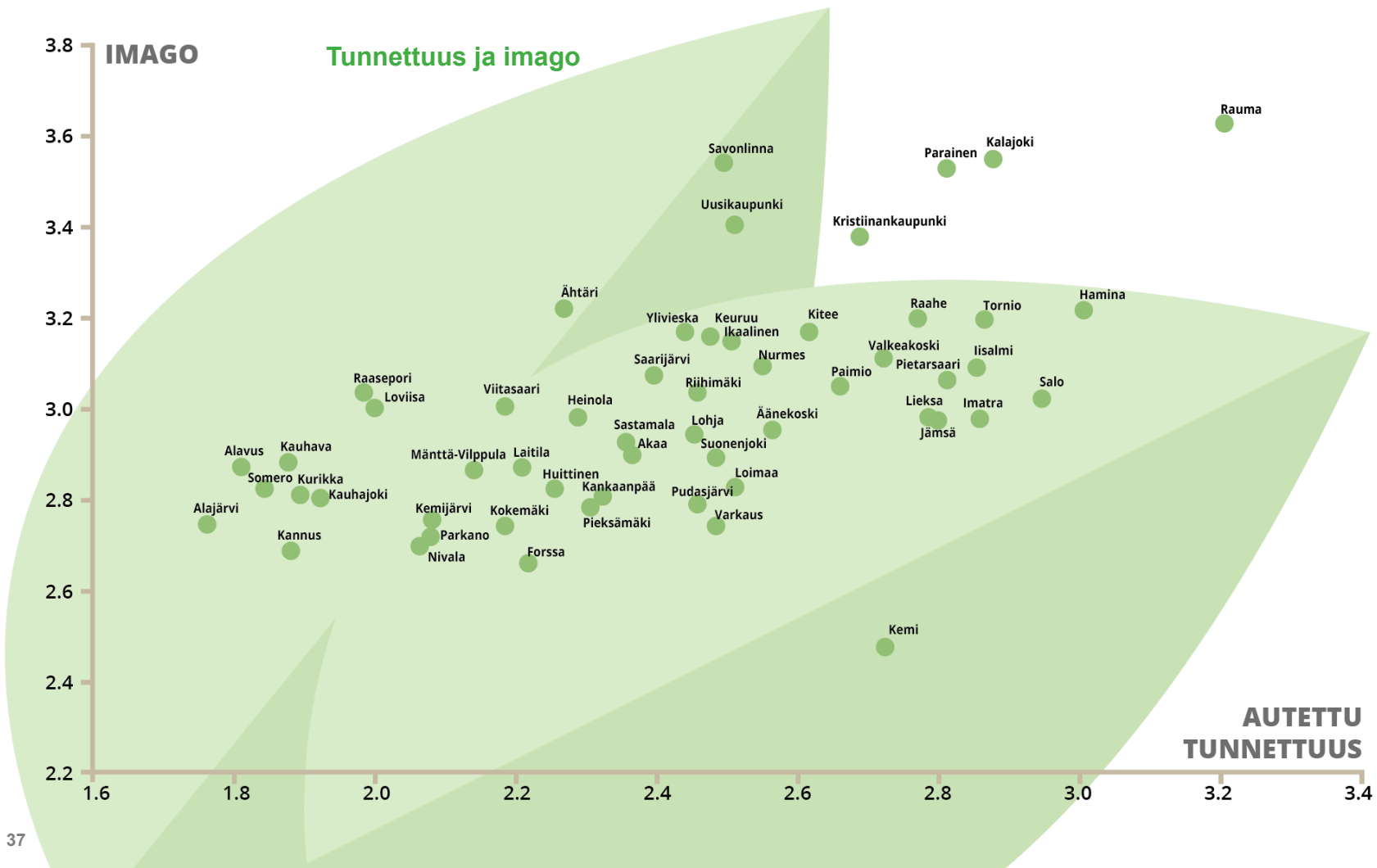
KUVA: Imago. Suurimmat ja pienimmät erot sisäisen ja ulkoisen näkökulman välillä

## Tunnettuus ja imago

Kun tarkastellaan kaupunkien ulkoista imagoa ja tunnettuutta yhdessä, muodostuu näistä ulottuvuuksista nelikenttä. Sen oikeaan ylänurkkaan sijoittuvat kaupungit Rauma, Kalajoki, Parainen ovat vertailuryhmään nähden hyvin tunnettuja ja imagoltaan hyvin myönteisiä. Korkean tunnettuuden ja myönteisen imagon voidaan ajatella kertovan myös ansaitusta maineesta. Korkea tunnettuus kertoo, että kaupungista on kuultu mediasta tai muulla tavoin paljon myönteisiä asioita. Kaupunki tunnetaan ehkä henkilökohtaisesti vierailun perusteella ja mainekuva on muodostunut hyvien kokemusten kautta. Maine rakentuu jokapäiväisessä toiminnassa organisaation kaikilla tasoilla; hyvistä teoista, hyvästä viestinnästä ja niin asukkaiden, vierailijoiden kuin sidosryhmienkin hyvistä kokemuksista.

Oikeaan alakulmaan sijoittuu vain Kemi, jonka osalta tunnettuus on kohtalainen mutta imago heikohko. Vasemmassa alakulmassa olevat kaupungit tunnetaan hieman vertailuryhmän keskiarvoa huonommin ja niiden imago on vertailuryhmää heikompi. Näiden kaupunkien joukossa ovat kuitenkin muun muassa Alavus, Kauhajoki ja Kurikka, jotka saivat lähiseutukaupungeilta selvästi positiivisemmat arviot.

Mikäli tulokset osoittavat, että kaupunki on pitovoimaltaan (todennäköisyys, jolla asukas valitsee kotikaupunkinsa uudelleen valintatilanteessa) vahva ja saa hyvin myönteiset sisäiset imagoarviot, voi kaupungin imagoon liittyä piilossa olevaa potentiaalia. Tunnettuuden parantaminen voi tuoda esiin imagopotentialin ja vahvistaa kaupungin mainetta. Vasempaan ylänurkkaan eli hyvin myönteisen imagon ja toisaalta matalan tunnettuuden lohkon ei sijoittunut yhtään kaupunkia.

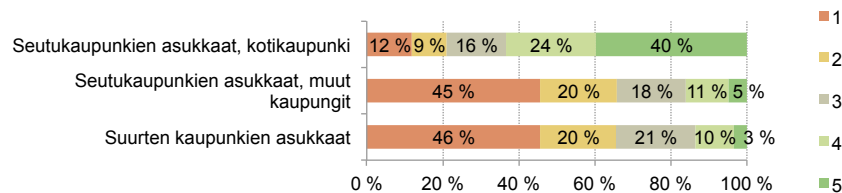
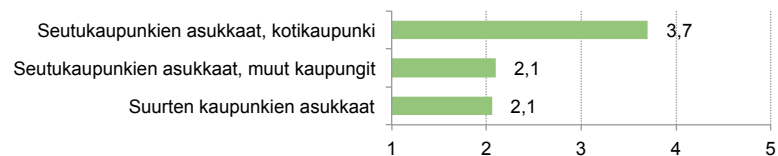


# Muuttovetovoima

Seutukaupunkianalyysi (Aro & Haanpää 2018) osoitti seutukaupunkien muuttovetovoiman haasteet. Useimmat seutukaupungit kärsivät muuttotappiota maan sisäisestä ja ulkomaisesta muuttoliikkeestä. Kaupunkien välillä oli kuitenkin suuria eroja. Selvityksen tarkastelujaksolla 2013–2016 kymmenen seutukaupunkia sai muuttovoittoa ja 45 muuttotappiota.

Vastaajia pyydettiin arvioimaan, voisivatko he harkita muuttamista mainittuihin seutukaupunkeihin, jos olisivat asuinpaikan valintatilanteessa (mikäli elämäntilanne opiskelun, työpaikan, perhesuhteiden jne. suhteen mahdollistaisi muuttamisen). Muuttohalukkuutta arvioitiin asteikolla 1 = en lainkaan todennäköisesti ... 5 = erittäin todennäköisesti. Seutukaupunkien vastaajat arvioivat myös sitä, olisivatko he halukkaita muuttamaan uudelleen nykyiseen asuinpaikankiinsa, jos voisivat valita uudelleen.

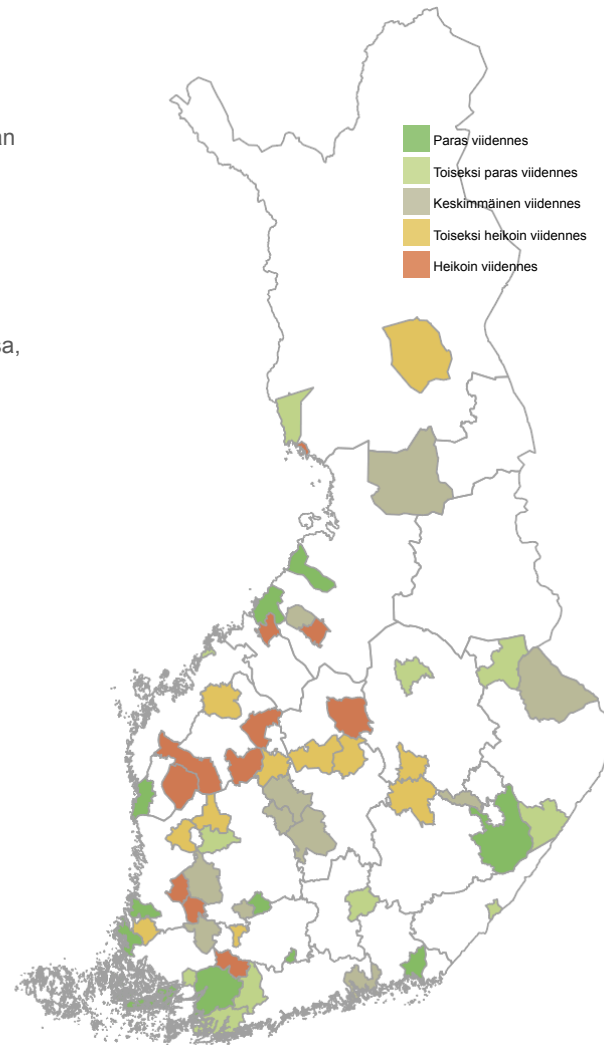
Tarkasteltaessa muuttovetovoimaa koko aineiston tasolla, suurten kaupunkien vastaajien ja seutukaupunkivastaajien arviot olivat jälleen lähellä toisiaan. Muuttohalukkuus seutukaupunkeihin oli molemmissa ulkoisissa ryhmissä varsin varauksellinen. Molemmissa ryhmistä runsas kuudennes voisi harkita muuttamista seutukaupunkiin melko tai erittäin todennäköisesti. Noin kaksi kolmannesta piti muuttamista erittäin tai melko epätodennäköisenä.

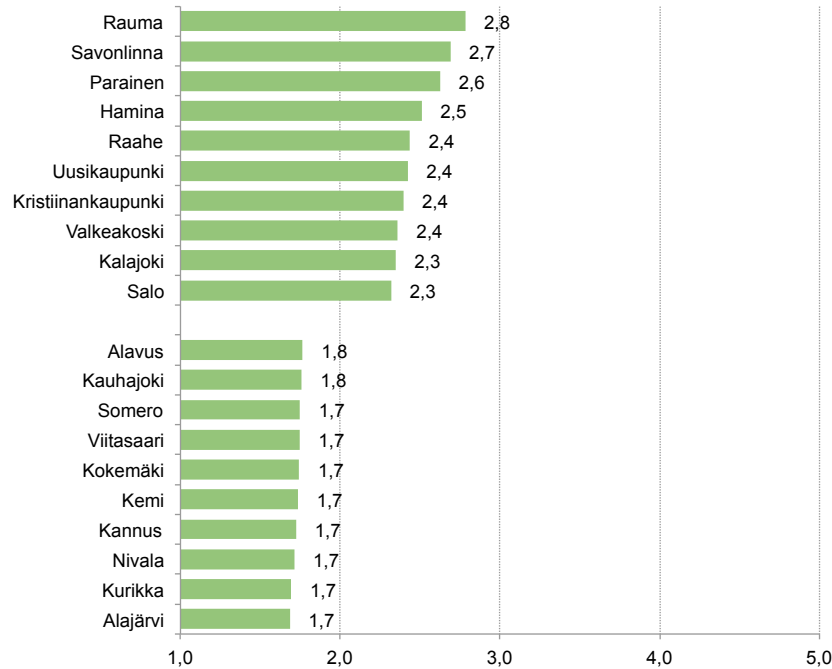


KUVA: Muuttovetovoima.  
Vertailu suurten kaupunkien asukkaat seutukaupungeista, seutukaupunkien asukkaat kotikaupungistaan ja muista seutukaupungeista (asteikko 1 = en lainkaan todennäköisesti ... 5 = erittäin todennäköisesti).

Suurten kaupunkien vastaajien näkökulmasta muutto-vetovoimaltaan vahvimmat seutukaupungit olivat Rauma, Savonlinna, Parainen, Hamina, Raahe, Uusikaupunki, Kristiinankaupunki, Valkeakoski, Kalajoki ja Salo. Näistä Rauma, Uusikaupunki ja Valkeakoski olivat määrällisesti eniten muuttovoittoa saaneiden Seutukaupunkianalysissä (2018). Tilastollisesti muuttovetovoima oli suurinta asukaslukuun suhteutettuna Valkeakoskella, Ylivieskassa, Laitilassa, Somerolla, Suonenjoella ja Paimiossa (emt.).

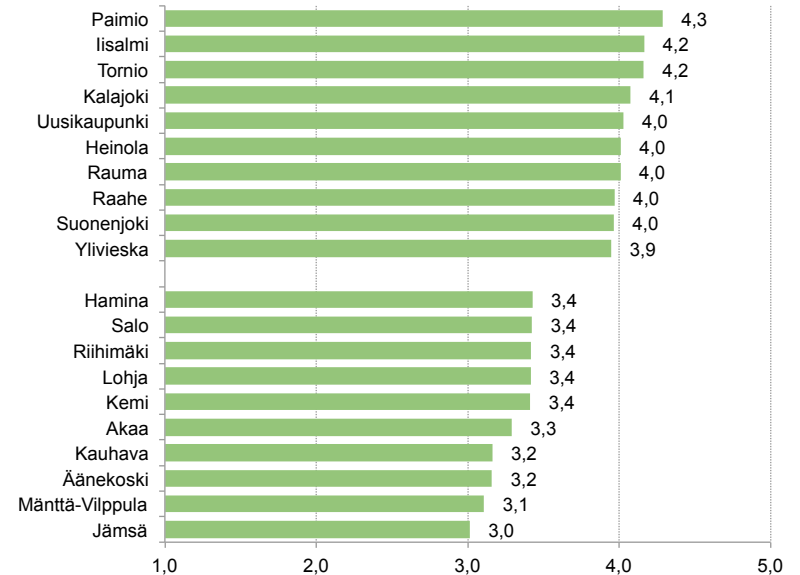
Matalimmat arviot muuttovetovoiman osalta saivat Alajärvi, Kurikka, Nivala, Kannus, Kemi, Kokemäki, Viitasaari, Somero, Kauhajoki ja Alavus. Asukaslukuun suhteutettuna suurimmista muuttotappioista tilastollisesti kärsivät Ähtäri, Raahe, Äänekoski, Pudasjärvi, Saarijärvi, Alajärvi ja Kannus. Kaupunkien väliset erot (keskiarvojen osalta) olivat muuttovetovoiman kohdalla muihin mittareihin verrattuna pienempiä.





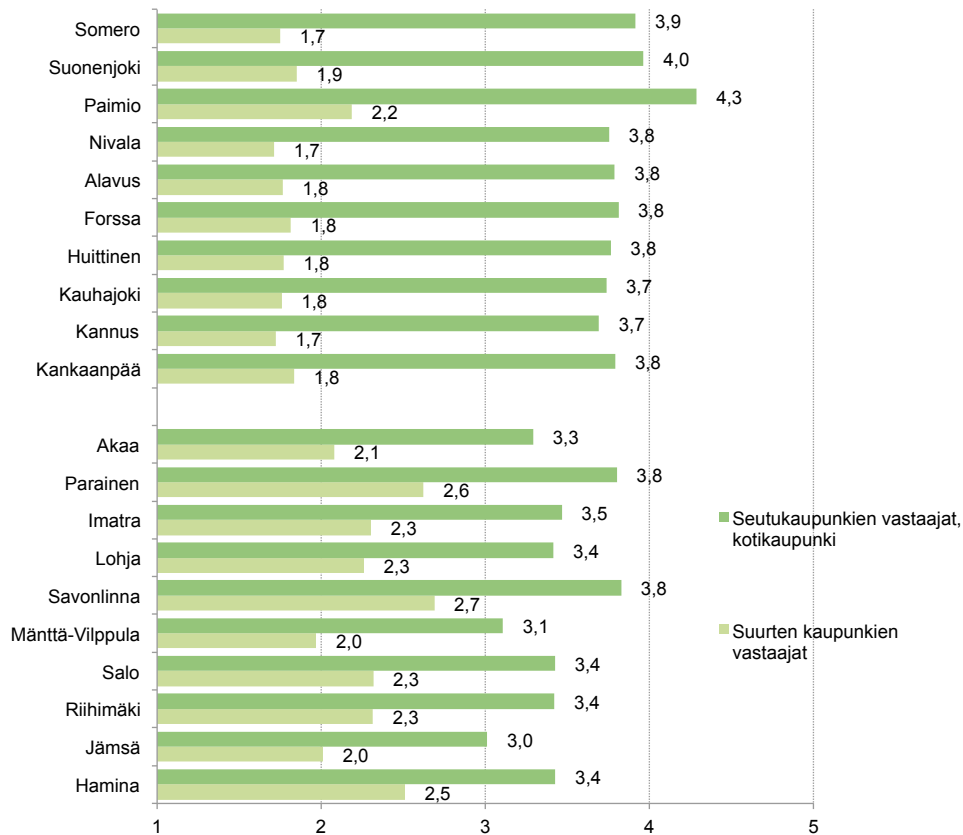
KUVA: Ulkoinen näkökulma: parhaat ja heikoimmat arviot

Koko aineiston tasolla noin kaksi kolmasosaa seutukaupunkien asukkaista olisi halukkaita muuttamaan kotikaupunkiinsa jos voisivat valita uudelleen (ns. pitovoima). Voimakkaimman pitovoiman kaupunkeja tutkimuksen perusteella ovat Paimio, Iisalmi, Tornio, Kala-joki, Uusikaupunki, Heinola, Rauma, Raahe, Suonenjoki ja Ylivieska. Pitovoimaltaan heikoimmassa tilanteessa ovat Jämsä, Mänttä-Vilppula, Äänekoski, Kauhava, Akaa, Kemi, Lohja, Riihimäki, Salo ja Hamina.



KUVA: Pitovoima: parhaat ja heikoimmat arviot





KUVA: Muuttovetovoima. Suurimmat ja pienimmät erot ulkoisten arvioiden ja pitovoiman välillä

Muuttovetovoiman osalta seutukaupunkien asukkaiden arviot kotikaupungistaan olivat aina keskimäärin ulkoisia arvioita myönteisempiä. Pitovoima eli todennäköisyys valita kotikaupunki valintatilanteessa uudelleen oli ulkoista vetovoimaa suurempi erityisesti seuraavissa kaupungeissa: Somero, Suonenjoki, Paimio, Nivala, koskevat arviot olivat kaikkein lähimpänä toisiaan Haminan, Jämsän, Riihimäen ja Salon tuloksissa, mutta näissäkin oli eroa reilusti eli noin yhden yksikön verran.

Ulkoisten arvioiden keskinäiset erot ovat kiteytettävissä siten, että suurten kaupunkien asukkaat muuttaisivat selvästi naapuriseutukaupunkien asukkaita todennäköisemmin Kristiinankaupungin, Haminan, Paraisten, Pieksämäen ja Raahen kaupunkiin. Naapuriseutukaupunkien asukkaat taas muuttaisivat suurten kaupunkien asukkaita todennäköisemmin Kurikan, Kalajoen, Ylivieskan, Kauhajoen ja Alavuden kaupunkiin. Yleisesti ottaen ulkoisten arvioiden väliset erot olivat vähäisiä. Yli puolessa arvioiduista kunnista erot näkökulmien väleillä jäivät alle 0,2 yksikön suuruisiksi.



# SEUTUKAUPUNKIEN VETOVOIMATEKIJÄT

Vastaajia pyydettiin arvioimaan kuinka vetovoimaisena he pitivät nimettyjä seutukaupunkeja eri tekijöiden osalta asteikolla 1-5, jossa

1 = ei lainkaan vetovoimaisena ... 5 = erittäin vetovoimaisena.

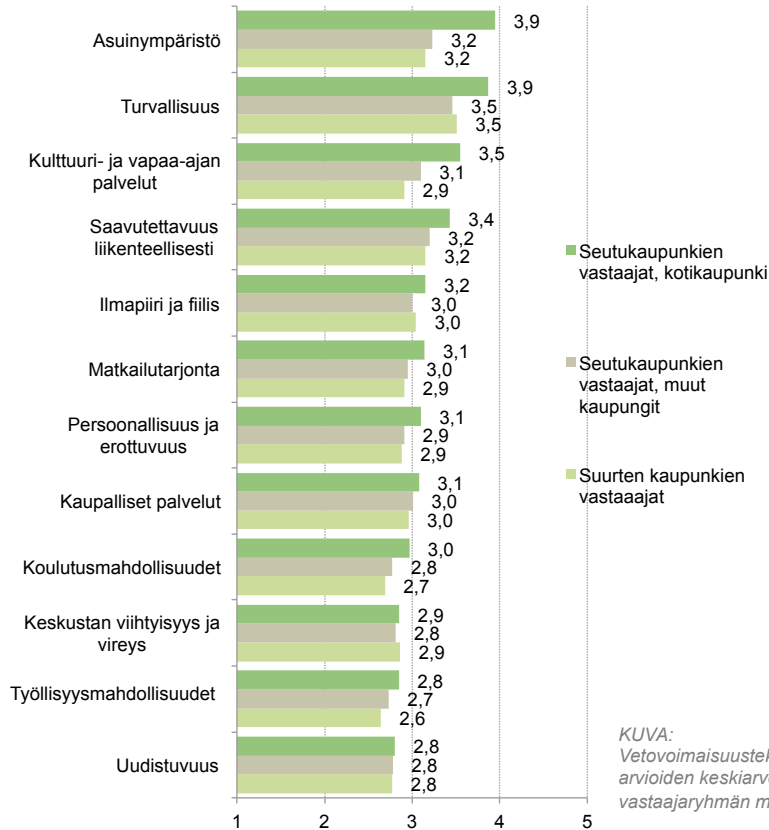
Kokonaisuutena tarkastelu osoittaa, että seutukaupunkien keskeisinä vetovoimatekijöinä pidetään turvallisuutta, asuinympäristöä, liikenteellistä saavutettavuutta sekä kulttuuri- ja vapaa-ajan palveluita. Näidenkään tekijöiden osalta keskiarvot eivät olleet korkeita, mutta tekijöitä vertailtaessa ne kuitenkin nousivat seutukaupunkien vetovoiman vahvuuksiksi. Tulos liikenteellisen saavutettavuuden suhteen osoittaa, että mielikuvat tukevat ainakin jossain määrin ajatusta seutukaupunkien hyvistä yhteyksistä ja pendelöintimahdollisuuksista.

Suurten kaupunkien asukkaiden sekä naapuriseutukaupunkien asukkaiden arvot olivat pääsääntöisesti hyvin samansuuntaisia, mutta vetovoima-tekijöiden väliset erot ovat suurten kaupunkien asukkaiden arvioissa selvästi pienempiä. Tulos heijastelee seutukaupunkien heikompa tunnettuutta suurten kaupunkien vastaajien keskuudessa. Naapuriseutukaupunkien asukkaat pitivät seutukaupunkeja asuinympäristön ja turvallisuuden osalta vetovoimaisempina kuin suurten kaupunkien asukkaat.

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, aktiivisuudesta ja myös kulttuurisesta toleranssista (Äikäs 2004).

Uudistuvuus, työllisyysmahdollisuudet ja koulutusmahdollisuudet jäävät vetovoimatekijöissä selkeästi jälkeen. Kaupunkikohtaisten tulosten yhteydessä voidaan arvioida miten tunnistetut tosiasialliset kovat vetovoimatekijät heijastuvat kokemusperäisiin vetovoimatekijöihin.

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



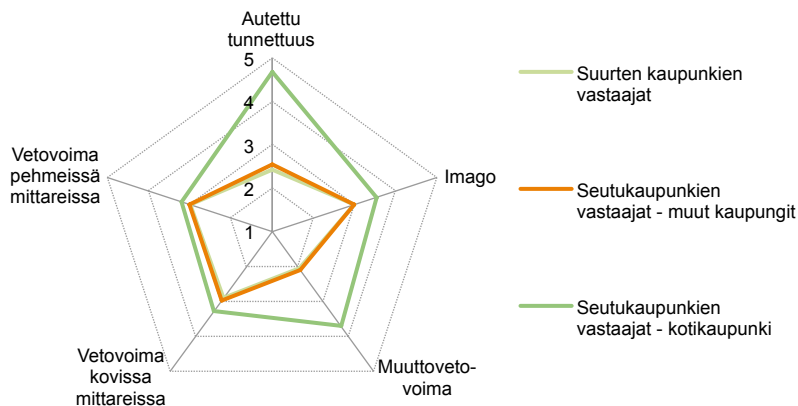
KUVA:  
Vetovoimaisuustekijöiden arvioiden keskiarvot vastaajaryhmän mukaan

Seutukaupunkien tavoittelemaan "Sujuvan elämän seutukaupungit" -imagoon liittyy ajatus kaupallisten keskustojen elinvoimaisuudesta ja lähipalvelujen saatavuudesta seutukaupunkien valtteina. Asuinympäristön, turvallisuuden ja liikenteellisen saavutettavuuden nouseminen vetovoimatekijöiden vahvuuksiksi kertoo siitä, että mielikuvissa sujuvan arjen elementit toteutuvat seutukaupungeissa. Keskustojen viihtyvyyden ja vireyden sekä kaupallisten palvelujen osalta mielikuva toteutuu keskinkertaisesti.

Vetovoimatekijöiden ja muuttovetovoiman välisten yhteyksien tarkastelu regressioanalyysin avulla osoitti, että muuttoharkintaan vaikuttavia vetovoimatekijöitä olivat erityisesti asuinympäristö sekä kaupungin ilmapiiri ja fiilis. Kolmas keskeinen muuttoharkintaan vaikuttava vetovoimatekijä on kaupungin persoonallisuus ja erottautuvuus, jota pidetäänkin yleisesti maineen keskeisenä ulottuvuutena. Suurten kaupunkien vastaajia kiinnostaa keskustan viihtyvyys ja viireys, joka ei muutoin ole seutukaupunkien kohdalla muuttoharkinnan näkökulmasta kovin keskeisin tekijä. Ikäryhmittäin tarkasteltuna kaupalliset palvelut ovat tärkeitä erityisesti nuorille ja kulttuuri- ja vapaa-ajanpalvelut puolestaan yli 65-vuotiaille.

## Keskeiset tulokset päämittareiden osalta

Tarkasteltaessa tutkimuksen päämittareita kokonaistasolla, ovat seutukaupunkien asukkaiden kotikaupunkiaan koskevat arviot varsin odotetusti ulkoisia arvioita selvästi myönteisempiä. Kokonaistasolla ulkoiset vastaukset eivät juuri eronneet toisistaan sen suhteen, oliko vastaaja suurten kaupunkien asukas vai seutukaupunkilainen.



KUVA: Keskeiset tulokset päämittareiden osalta, vertailu vastaajan näkökulman mukaan, keskiarvot asteikoilla 1–5

Seutukaupungit eivät autetun tunnettuuden valossa ole keskimäärin kovin hyvin tunnettuja suurten kaupunkien vastaajien tai lähiseutukaupunkien asukkaiden keskuudessa.

Imagon osalta ulkoiset arviot ovat tunnettuutta ja muuttovetovoimaa positiivisempia. Seutukaupunkilaiset arvioivat kotikaupunkinsa imagoa ulkoisia vastauksia myönteisemmin.

Muuttovetovoiman suhteen ulkoisten ja sisäisten arvioiden välinen ero on erityisen suuri. Seutukaupunkien ulkoisten vastaajien muuttohalukkuus seutukaupunkeihin jää keskiarvotasolla varsin matalaksi erityisesti verrattuna ns. pitovoimaan eli seutukaupunkien asukkaiden halukkuuteen muuttaa kotikaupunkiinsa, jos voisivat valita uudelleen.

Pehmeiden vetovoimatekijöiden (mm. turvallisuus, ilmapiiri ja fiilis) sekä kovien vetovoimatekijöiden (saavutettavuus liikenteellisesti, kaupalliset palvelut) osalta ulkoiset ja asukkaiden kotikaupunkiaan koskevat mielikuvat tulevat varsin lähelle toisiaan.

## Pehmeä vetovoimaindeksi

Ulkoisen pehmeä vetovoimamittari kokoaa autetun tunnettuuden, ima-gon, vetovoimatekijät ja muuttohalukkuuden tulokset yhteen.

Ulkoisen pehmeän vetovoimamittarin kärkeen nousevat Rauma, Kalajoki, Parainen, Hamina, Savonlinna, Raahe, Uusikaupunki, Kristiinankaupunki, Pietarsaari ja Iisalmi. Pietarsaari, Iisalmi, Rauma ja Raahe nousivat myös Seutukaupunkianalyyssissä kovan vetovoiman mittareita kuvaavan indeksin kärkeen. Pehmeä vetovoima ei siis kärjen osalta seuraile suoraan kovaa elinvoimaa eikä kovaa vetovoimaa. Raahe menestyi pehmeän vetovoiman osalta hyvin, vaikka oli muuttotappion osalta Seutukaupunkianalyyssin (2018) kärjessä. Myös Savonlinna ja Hamina nousivat pehmeän vetovoiman osalta tämän tutkimuksen kärkisijoille, vaikka eivät kovien mittarien osalta menestyneet erityisen hyvin.

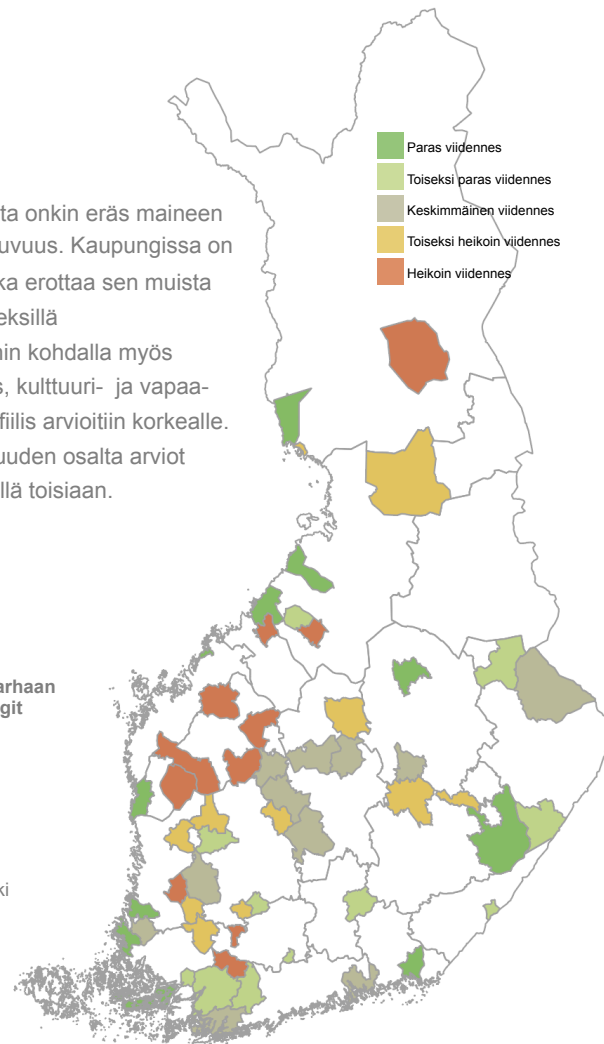
Heikoimmin ulkoisen pehmeän vetovoiman osalta menestyivät Alajärvi, Kurikka, Kemijärvi, Nivala, Kokemäki, Somero, Kauhajoki, Kannus, Alavus ja Kauhava.

Kun verrataan ulkoisen pehmeän vetovoimaindeksin suhteen parhaiten ja heikoimmin menestyneiden kaupunkien vetovoima-profileja, näyttää siltä, että ensin mainitut saivat erityisen korkeat arviot kaupungin persoonallisuudesta ja erottuvuudesta sekä matkailutarjonnasta.

Kohteen erottautuminen muista onkin eräs maineen rakentumisen keskeinen ulottuvuus. Kaupungissa on oltava jotain omaleimaista, joka erottaa sen muista kaupungeista. Vetovoima-indeksillä menestyneimpien kaupunkien kohdalla myös keskustan viihtyisyys ja vireys, kulttuuri- ja vapaa-ajan palvelut sekä ilmapiiri ja fiilis arvioitiin korkealle. Sen sijaan erityisesti turvallisuuden osalta arviot olivat keskimäärin varsin lähellä toisiaan.

### Ulkoisen pehmeän vetovoimaindeksin parhaan viidenneksen kaupungit

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

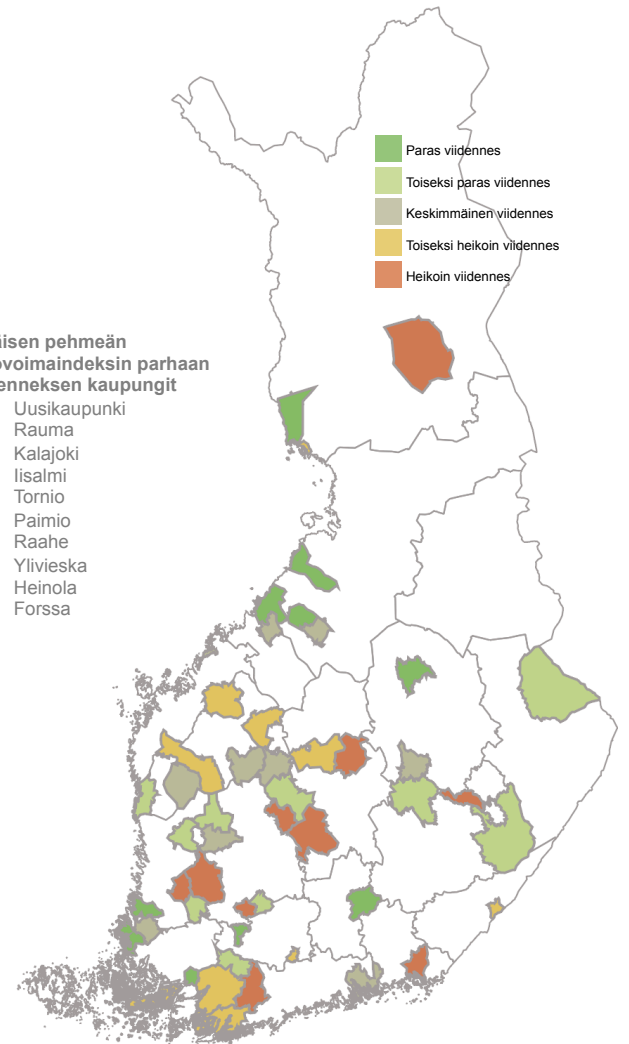


Sisäinen pehmeä vetovoimamittari rakentuu autetun tunnettuuden, imagon, vetovoimatekijöiden ja muuttohalukkuuden mittareista, mutta seutukaupunkien asukkaiden kotikaupunkejaan koskevien arvioiden näkökulmasta. Sisäisen pehmeän vetovoiman kärkeen nousevat Uusikaupunki, Rauma, Kalajoki, Iisalmi, Tornio, Paimio, Raahе, Ylivieska, Heinola ja Forssa.

Heikoimmin sisäisen vetovoiman osalta menestyivät Akaa, Lohja, Hamina, Kemijärvi, Jämsä, Varkaus, Äänekoski, Sastamala, Kokemäki ja Mänttä-Vilppula.

**Sisäisen pehmeän  
vetovoimaindeksin parhaan  
viidenneksen kaupungit**

1. Uusikaupunki
2. Rauma
3. Kalajoki
4. Iisalmi
5. Tornio
6. Paimio
7. Raahе
8. Ylivieska
9. Heinola
10. Forssa



# Vetovoiman yhdistelmäindeksi

Yhdistelmäindeksi yhdistää tasavahvoina osa-alueina seutukaupunki-tutkimuksen pehmeän vetovoimaaindeksin molemmat näkökulmat (ulkoisen ja sisäisen eli seutukaupunkien asukkaiden näkemykset kotikaupungistaan) sekä Seutukaupunkianalyysin (2018) elinvoima- ja vetovoimaaindeksin.

Seutukaupunkien vetovoimatutkimuksen yhdistelmäindeksin kärkeen nousivat Rauma, Uusikaupunki, Kalajoki, Raahe, Tornio, Iisalmi, Valkeakoski, Ylivieska, Pietarsaari ja Savonlinna.

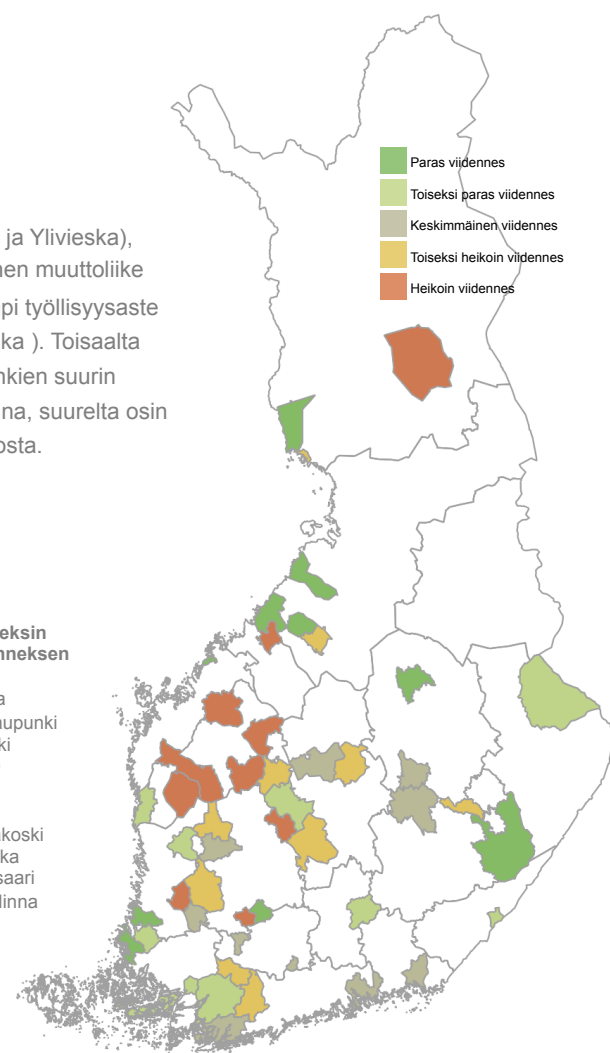
Kovan tilastodatan pohjalta rakennetun vetovoima- ja elinvoimaaindeksin (Seutukaupunkianalyysi 2018) kärjessä oli Pietarsaari, joka on nyt myös yhdistelmäindeksin kärjen joukossa. Uusikaupunki, Raahe, Tornio, Ylivieska, Valkeakoski ja Pietarsaari olivat myös vetovoima- ja elinvoimaaindeksin parhaassa viidenneksessä. Seutukaupunkianalyysin tarkastelujaksolla muuttovoittoa saaneista 10 seutukaupungista neljä eli Valkeakoski, Ylivieska, Rauma ja Uusikaupunki on yhdistelmäindeksin kärjessä. Ulkoisen vetovoiman kärkekkymmeniköstä mukana on seitsemän kaupunkia.

Lähes kaikkia yhdistelmäindeksin kärkeen nousseita seutukaupunkeja yhdistävät myönteinen kasvu-ura jonkin kasvualan tai kasvualojen imussa

(mm. Uusikaupunki, Iisalmi ja Ylivieska), edellä kuvattu plus-merkkinen muuttoliike tai vertailuryhmää korkeampi työllisyysaste (mm. Uusikaupunki, Ylivieska). Toisaalta mukaan nousi seutukaupunkien suurin väestönmenettäjä Savonlinna, suurelta osin pehmeän vetovoiman ansiosta.

## Vetovoiman yhdistelmäindeksin parhaan viidenneksen kaupungit

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

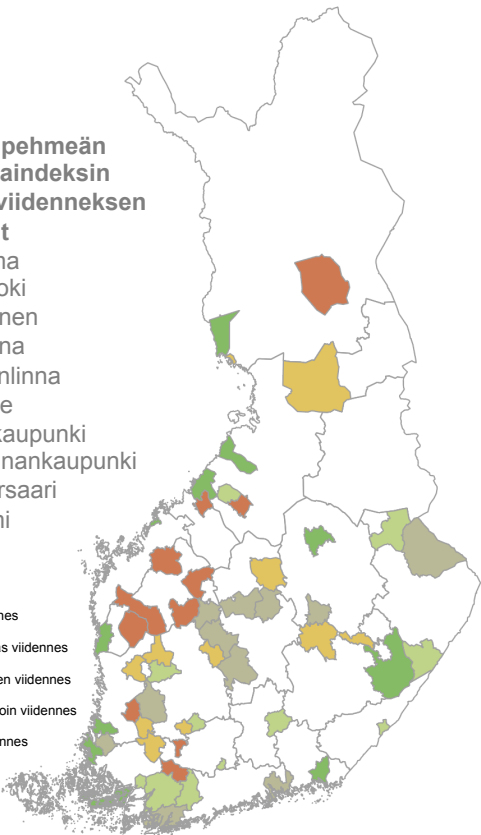
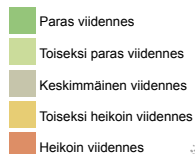




# Ulkoinen pehmeä vetovoimaaindeksi

## Ulkoisen pehmeän vetovoimaaindeksin 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 vetovoimaaindeksi (Innolink)

Autettu tunnettuus  
Imago

Muuttovetovoima/pitovoima  
Vetovoimatekijät:

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



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

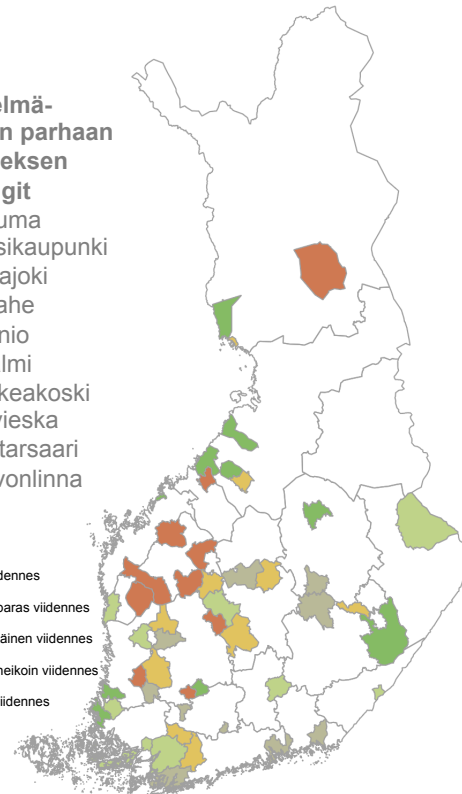


## 3. YHDISTELMÄ- INDEKSI

# Elinvoiman ja pehmeän vetovoiman yhdistelmäaindeksi

## 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

## 1. Seutukaupunkibrändin aineksia

Tutkimus osoittaa seutukaupunkien yhteisen brändin olevan toistaiseksi varsin heikko. Vain viidennes seutukaupunkien asukkaista ja vielä harvempi suurten kaupunkien asukkaista tunsivat hyvin seutukaupunki-käsitteen tai maakuntansa seutukaupungit. Tarkasteltaessa seutukaupunkeihin mielikuvatasolla keskimäärin liitettyjä vetovoimatekijöitä, uudistuvuus jää häntäpäähän. Uudistuvuus on kuitenkin tärkeä vetovoiman ulottuvuus siinä mielessä, että hyvän alueellisen maineen tulisi heijastaa myös muutoskykyä ja kehitystä. 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. Seutukaupunkibrändiin myönteisellä tavalla kytkeytyvä mielikuva kehittyvistä kaupungeista saattaisi tukea seutukaupunkien yhteisiä tavoitteita sekä erityisesti tunnettuuden ja imagon osalta heikoimmassa asemassa olevia kaupungeja.

## 2. Sujuvan elämän seutukaupungit

Seutukaupungit tavoittelevat "Sujuvan elämän seutukaupungit" -imagoa. Siihen liittyy ajatus kaupallisten keskustojen elinvoimaisuudesta ja lähipalvelujen saatavuudesta seutukaupunkien valtteina. Veto-

voimatutkimus osoittaa, että imagon ja mielikuvien osalta sujuvan arjen elementit toteutuvat seutukaupungeissa. Kokonaistulosten tasolla turvallisuus, asuinympäristöön liittyvät mahdollisuudet ja liikenteellinen saavutettavuus nousevat vetovoimatekijöinä seutukaupunkien vahvuuksiksi. Tulos liikenteellisen saavutettavuuden suhteen osoittaa, että mielikuvat tukevat jossain määrin kokonaistasollakin myönteistä ajatusta seutukaupunkien hyvistä liikenneyhteyksistä sekä pendelöintimahdollisuuksista.

Ilmapiirin ja fiiliksen, matkailutarjonnan sekä erottuvuuden osalta seutukaupungit menestyivät kokonaistulosten tasolla kohtalaisesti. Ilmapiiriä pidetään yleisesti hyvin keskeisenä paikkakunnan vetovoimatekijänä. Tarkasteltaessa seutukaupunkeja keskimäärin, mielikuva keskustojen viihtyvyydestä ja vireydestä sekä kaupallisista palveluista toteutuu keskinkertaisesti. Kaupunkikohtaiset tulokset osoittavat toki suurta vaihtelua. Vetovoimatekijöiden ja muuttovetovoiman välisten yhteyksien analyysi osoitti, että keskustan viihtyvyyden ja vireyden merkitys korostui suurten kaupunkien vastaajilla hieman muita vastaajia enemmän.

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 muuttokarkintaan vaikuttava vetovoimatekijä on kaupungin persoonallisuus ja erottautuvuus, jota pidetäänkin yleisesti maineen keskeisenä ulottuvuutena.

### 3. Hyvän maineen rakennusaineet

Rauman kaupunki nousi huikeasti ykkössijalle sekä pehmeän vetovoiman että elinvoiman ja pehmeän vetovoiman yhdistelmäindeksin osalta. Hyvä maine lisää kokemuksia kaupungin vetovoimaisuudesta ja samalla vetovoimaisuus vahvistaa kaupungin mainetta. Maine ja vetovoimaisuus, ensimmäisen valinnan positio sekä luottamus kietoutuvat parhaimmillaan keskenään yhteen toisiaan ruokkivaksi positiiviseksi kierteeksi (Halonen 2016).

Pehmeä vetovoima ei kärjen sijoitusten perusteella seuraa suoraan menestystä kovilla elinvoiman tai vetovoiman mittareilla mitattuna. Kärkikahinoissa on myös kaupunkeja, jotka eivät sijoitu erityisen hyvin elinvoiman tilastollisten mittareiden näkökulmasta. Toki useimpia pehmeän vetovoimaindeksin kärkeen nousseita seutukaupunkeja yhdistävät myönteinen kasvu-ura jonkin kasvualan imussa, plus-merkkinen muuttoliike tai hyvä työllisyysaste. Toisaalta näidenkin kärjen ulkopuolelta mukaan nousi seutukaupunkien suurin väestömenettäjä Savonlinna, suurelta osin pehmeän vetovoiman ansiosta.

Ulkoisella vetovoimanindeksillä parhaiten menestyneet kaupungit saivat keskimääräistä korkeammat arviot kaupungin persoonallisuudesta ja erottuvuudesta sekä matkailutarjonnasta. Kohteen erottautuminen muista onkin eräs maineen rakentumisen keskeinen ulottuvuus. Kaupungissa on oltava jotain omaleimaista, joka erottaa sen muista alueista. Monia pehmeältä vetovoimaltaan vahvoja kaupunkeja yhdistävät joko ainutkertainen historiallinen kaupunkikuva ja/tai erottuvat matkailulliset aspektit ja sen kautta muodostuva maine. Mutta erottautuminen voi toki perustua myös muihin tekijöihin.

Pehmeällä vetovoimaindeksillä parhaiten menestyneet kaupungit olivat kasvu-uralla. Mielikuvatasolla niihin liitettiin myös hyvät työllisyysmahdollisuudet. Kärjen kaupunkien vahvoina ”pehmeinä” vetovoimatekijöinä olivat lisäksi ilmapiiri ja fiilis, keskustan viihtyisyys ja viireys sekä kulttuurin ja vapaa-ajan palvelut. Juuri erottuvuus, ilmapiiri ja kulttuuri- ja vapaa-ajan palvelut ovat ytimessä pohdittaessa seutukaupunkien mahdollisuuksia imagotyön näkökulmasta. Tällainen tekijä on myös asuminen ja siihen liittyvät mahdollisuudet.

Yleisesti ottaen maineella on tunnettuuden kautta yhteys kaupunkien kokoon. Vetovoimatutkimuksen kärjessä oli suhteellisesti enemmän suuria kuin pieniä seutukaupunkeja. Myös pienempi kunta tai kaupunki voi silti menestyä tunnettuuden osalta hyvin. Suurempi kaupunki saa kuitenkin usein enemmän medianäkyvyyttä. Sillä on suuremmat resurssit

näkyvyyden kasvattamiseen niin matkailun, tapahtumien kuin niitä koskevan markkinointityönkin näkökulmasta. Väestöpohjansa ja matkailijamääriensä johdosta sen maineelle on enemmän sanansaattajia.

Maine on seutukaupungeille äärimmäisen strateginen asia, koska maineeltaan hyvä kaupunki mielletään usein vetovoimaiseksi ja valintatilanteissa ensimmäiseksi valinnaksi ohi muiden vaihtoehtojen. Kun tarkastellaan kaupunkien ulkoista imagoa ja tunnettuutta yhdessä, saavat Rauma, Kalajoki ja Parainen muita selvästi paremmat tulokset. Korkean tunnettuuden ja myönteisen imagon voidaan ajatella kertovan myös ansaitusta maineesta. Korkea tunnettuus kertoo, että kaupungista on kuultu mediasta tai muulla tavoin paljon myönteisiä asioita. Kaupunki tunnetaan ehkähenkilökohtaisesti vierailun perusteella ja mainekuva on muodostunut hyvien kokemusten kautta. Maine rakentuu jokapäiväisessä toiminnassa organisaation kaikilla tasoilla; hyvistä teoista, hyvästä viestinnästä ja niin asukkaiden, vierailijoiden kuin sidosryhmienkin hyvistä kokemuksista.

#### **4. Maine rakentuu sisältä käsin**

Maineeltaan vahvimmat kaupungit olivat myös pitovoimaltaan vahvoja ja saivat hyvin myönteiset sisäiset imagoarviot. Vaikka maine syntyy kohteensa ulkopuolella, sen perusta tehdään sisällä (Halonen 2016). Myös seutukaupunkien maineen voidaan ajatella rakentuvan suurelta osin

sisältä käsin identiteetin, asukkaiden yhteisön ja kokemusten sekä strategisten valintojen pohjalta. Tässä mielessä avainasemassa ovat onnistumiset ja hyvät kokemukset kuntalaisten näkökulmasta. On tärkeä tunnistaa, että seutukaupunkien imagoa voitaisiin kehittää yhdessä kaupunkilaisten kanssa. Kuten joidenkin kaupunkien osallistavien bränditöiden hyvät tulokset (mm. Porin kaupunki) osoittavat. Vaikuttamis- ja osallistumiskokemukset myös sitouttavat asukkaita. Lopulta identiteetti, imago ja maine ovat riippuvaisia toisistaan. Prosessi on kaksisuuntainen: identiteetti vaikuttaa imagoon, mutta myös imago vaikuttaa siihen, miten organisaatio näkee itsensä eli sen identiteettiin.

Kuten tutkimuksen alussa todettiin, tulee elinvoiman johtaminen tai vahvistaminen nähdä myös vuorovaikutuksena, joka liittyy sosiaaliseen pääomaan, paikallisyhteisöjen, verkostojen ja yksilöiden osallisuuteen, yhteisöllisyyteen ja paikallisidentiteettiin. Voidaan myös pohtia, muodostaisiko vahva seutukaupunkibrändi myös vetovoimaisen ja erottuvan, yhdistävän markkerin seutukaupunkien asukkaalle.

#### **5. Tunnettuuden kasvattaminen laukaisee imagopotentialin**

Tunnettuus on keskeinen maineen osatekijä – ja välttämättömyys. Ns. ansaitun maineen osalta tutkimuksessa profiloituvat erityisesti mm. Rauma, Kalajoki ja Parainen. Erittäin myönteiset löydökset monien

muiden seutukaupunkien asukkaiden kotikaupunkiaan koskevista arvioista kertovat imagoon liittyvästä potentiaalista, joka voi olla saavutettavissa tunnettuuden paranemisen myötä. Asukkaat arvioivat useilla mittareilla kotikaupunkinsa imagon ja vetovoiman myönteisemmin kuin muut vastaajat. Pitovoima eli todennäköisyys valita kotikaupunki valintatilanteessa uudelleen oli ulkoista vetovoimaa suurempi erityisesti seuraavissa kaupungeissa: Somero, Suonenjoki, Paimio, Nivala, Alavus, Forssa, Huittinen, Kauhajoki, Kannus ja Kankaanpää. Usein kaupungin vahvuudet, strategiset valinnat tai onnistumiset eivät ole onnistuneet saavuttamaan riittävästi huomiota ulkoisesti. Tunnettuuden parantaminen voi tuoda esiin imagopotentiaalın ja vahvistaa kaupungin mainetta.

## **6. Imago kaupunkien strategisena työkaluna ja kaupunkikohtaiset löydökset kehittämisen tueksi**

Imago ja pehmeät vetovoimatekijät orientoituvat tulevaisuuteen. Niihin kytkeytyy elinvoima ikään kuin uutta luovana ilmiönä, joka merkitsee proaktiivista toimintatapaa, strategia valintoja, kunnan itsensä uudelleenkeksimistä ja -asemoimista sekä tahtotilaa (Paananen ym. 2014).

Tämä edellyttää kuitenkin, että imagon kehittämistä ja vetovoimaa tarkastellaan osana kaupungin strategia valintoja, ei niistä erillisenä hankkeena.

Vetovoimatutkimus osoittaa seutukaupunkeihin liittyvän paljon imagopotentiaalia, joka voi oikein esille tuotuna ja tunnettuuden parantamisen myötä kehittää kaupunkien mainetta ja toimia kehittämisen strategisena työkaluna. Kaupunkikohtaisissa tuloksissa kaupungin positio tunnettuuden ja imagon suhteen antaa viitteitä siitä, miten myönteinen imago on nykytilanteessa ja miltä osin sen potentiaali realisoituu tunnettuuden kautta (tai on piilossa).

Kaupunkikohtaiset löydökset ulkoisissa ja sisäisissä vetovoimatekijöissä – ja ennen kaikkea niiden erot kertovat ulkoisesta imagosta suhteessa sisäisiin vahvuuksiin. Kaupunkikohtainen sisäisen ja ulkoisen brändi-identiteetin vertailu auttaa myös arvioimaan, miltä osin ne vastaavat kaupunkien todellisia vahvuuksia vetovoimatekijöiden osalta ja tunnistamaan imago- ja brändityön kehittämiskohteita.

## Lähteet:

Aro, Timo (2016) Kaupunkien kovat ja pehmeät vetovoimatekijät. Kaupunkisuunnitteluseminaari X 12.10.2016, Oulu.

<https://www.ouka.fi/documents/64220/16476345/Timo+Aro-Kaupunkien+kovat+ja+pehme%C3%A4+vetovoimatekij%C3%A4t.pdf/209e2320-6aaf-454c-af33-eb4f512a7825>

Aro, Timo & Haanpää Susanna (2018) T55 seutukaupunkianalyysi. Aluekehittämisen konsulttitoimisto MDI.

Aula, Pekka, Vehkalasti, Kimmo & Äikäs, Topi-Antti (2007) Kaupunkimaine. Suomen Kuntaliitto, Helsinki.

Fombrun, Charles (1996) Reputation. Realizing value from the corporate image. Harvard Business School Press, Boston.

Fombrun, Charles & van Riel, Cees (2004). Fame and Fortune. How successful companies build winning reputations. Prentice Hall, Upper Saddle River.

Halonen, Timo (2016) Maineella menestykseen – mainetyö kaupunkiseudun kehittämisen välineenä: tapaustutkimus maineen ja aluekehityksen yhteydestä kolmella kaupunkiseudulla. Väitöskirjatutkimus. Acta electronica Universitatis Lapponiensis 195, Lapin yliopisto.

Karvonen Erkki (1999) Elämää mielikuvayhteiskunnassa: Imago ja maine menestystekijöinä myöhäismodernissa maailmassa. Gaudeamus, Helsinki.

Kivijärvi, Antti & Peltola, Marja (2016) toim. Lapset ja nuoret muuttoliikkeessä. Nuorten elinolot -vuosikirja 2016. Nuorisotutkimusseura, Helsinki.

Kyösti, Anni, Jäntti, Anni, Parkkinen, Jonne & Airaksinen, Jenni (2017) Tehtävänä tulevaisuus. Tutkimus seutukaupunkien ulottuvuuksista ja proaktiivisista johtamiskeinoista. Suomen Kuntaliitto, Helsinki.

Paananen, Hanna, Haveri, Arto & Airaksinen, Jenni (2014) Kunta elinvoiman johtajana. Suomen Kuntaliitto, Helsinki.

Parkkinen, Jonne (2017) Vetovoimakilpailu – tutkimus seutukaupunkien vetovoimaisuudesta seutukaupunkijohtajien tulkitsemana. Pro gradu tutkielma, Tampereen yliopisto.

Rainisto, Seppo (2003) Succes factors of place marketing: a study of place marketing practices in northern Europe and the United states. Akateeminen väitöskirja. Teknillinen korkeakoulu, Espoo.

Rainisto, Seppo (2004) Kunnasta brändi. Kunnallisalan kehittämissäätiön Polemia-sarjan julkaisu nro 54. Kunnallisalan kehittämissäätiö, Helsinki.

Raunio, Mika (2002) Suomi globaalitalouden osaajien valintojen kentällä. Ulkomaalaisten huippuosaajien mielikuvat ja todellisuudet suomalaisessa työ- ja kaupunkiympäristössä. Sente-julkaisuja 15/2002. Alueellisen kehittämisen yksikkö, Tampereen yliopisto.

Seutukaupunkiohjelma. Omaehtoista kehittämistä ja monenvälistä kumppanuutta. Valtiovarainministeriön julkaisu – 21/2018

Sotarauta, Markku & Mustikkamäki, Nina (2001) Alueiden kilpailukyyn kahdeksan elementtiä. Suomen Kuntaliitto, Helsinki.

Äikäs, Topi Antti (2004) Imagoa etsimässä. Kaupunki- ja aluemarkkinoinnin haasteista mielikuvien mahdollisuuksiin. Suomen Kuntaliitto, Helsinki.

	Suurten kaupunkien asukkaat	Seutukaupunkien asukkaat - ulkoinen	Seutukaupunkien asukkaat - sisäinen
Hamina	3,0	2,3	4,6
Imatra	2,9	2,4	4,6
Forssa	2,2	2,0	4,8
Heinola	2,3	2,0	4,7
Riihimäki	2,5	2,2	4,7
Laitila	2,2	2,4	4,7
Parainen	2,8	1,9	4,7
Uusikaupunki	2,5	2,9	4,8
Paimio	2,7	2,5	4,6
Salo	2,9	3,6	4,6
Somero	1,8	2,7	4,7
Lohja	2,5	2,6	4,4
Loviisa	2,0	1,7	4,6
Raasepori	2,0	2,7	4,6
Ähtäri	2,3	3,2	4,8
Alajärvi	1,8	2,5	4,6
Alavus	1,8	3,1	4,5
Kauhajoki	1,9	3,2	4,8
Kauhava	1,9	2,4	4,7
Kurikka	1,9	3,2	4,7
Äänekoski	2,6	2,4	4,6
Jämsä	2,8	2,6	4,6
Keuruu	2,5	2,7	4,8
Saarijärvi	2,4	2,3	4,8
Akaa	2,4	3,0	4,6
Sastamala	2,4	2,0	4,6

	Suurten kaupunkien asukkaat	Seutukaupunkien asukkaat - ulkoinen	Seutukaupunkien asukkaat - sisäinen
Valkeakoski	2,7	2,9	4,7
Ikaalinen	2,5	3,2	4,6
Mänttä-Vilppula	2,1	1,8	4,7
Parkano	2,1	2,9	4,8
Kaskinen	2,4	2,1	4,9
Kristiinankaupunki	2,7	2,2	4,7
Pietarsaari	2,8	2,2	4,8
Huittinen	2,3	2,7	4,7
Kankaanpää	2,3	2,1	4,8
Kokemäki	2,2	2,6	4,7
Rauma	3,2	2,7	4,8
Pieksämäki	2,3	2,2	4,7
Savonlinna	2,5	2,7	4,7
Kemi	2,7	3,3	4,7
Kemijärvi	2,1	2,0	4,7
Tornio	2,9	3,3	4,8
Lieksa	2,8		4,7
Kalajoki	2,9	3,6	4,7
Kannus	1,9	2,1	4,8
Nivala	2,1	2,6	4,8
Raahe	2,8	2,5	4,9
Ylivieska	2,4	3,6	4,8
Iisalmi	2,8	2,3	4,7
Suonenjoki	2,5	2,1	4,7
Varkaus	2,5	2,4	4,7



## 1.2. Imago

	Suurten kaupunkien asukkaat	Seutukaupunkien asukkaat - ulkoinen	Seutukaupunkien asukkaat - sisäinen
Hamina	3,2	3,1	3,2
Imatra	3,0	3,1	3,5
Forssa	2,7	2,7	3,7
Heinola	3,0	3,1	3,8
Riihimäki	3,0	2,9	3,5
Laitila	2,9	2,9	3,6
Parainen	3,5	3,3	3,5
Uusikaupunki	3,4	3,5	3,9
Paimio	3,1	3,0	4,2
Salo	3,0	3,1	3,3
Somero	2,8	3,0	3,8
Lohja	3,0	2,9	3,1
Loviisa	3,0	3,2	3,8
Raasepori	3,0	3,3	3,5
Ähtäri	3,2	3,1	3,4
Alajärvi	2,8	2,8	3,5
Alavus	2,9	3,0	3,7
Kauhajoki	2,8	3,2	3,5
Kauhava	2,9	3,0	3,2
Kurikka	2,8	3,2	3,4
Äänekoski	3,0	3,1	3,1
Jämsä	3,0	3,0	2,8
Keuruu	3,2	3,2	3,8
Saarjärvi	3,1	3,1	3,5
Akaa	2,9	2,6	3,1
Sastamala	2,9	2,9	3,3

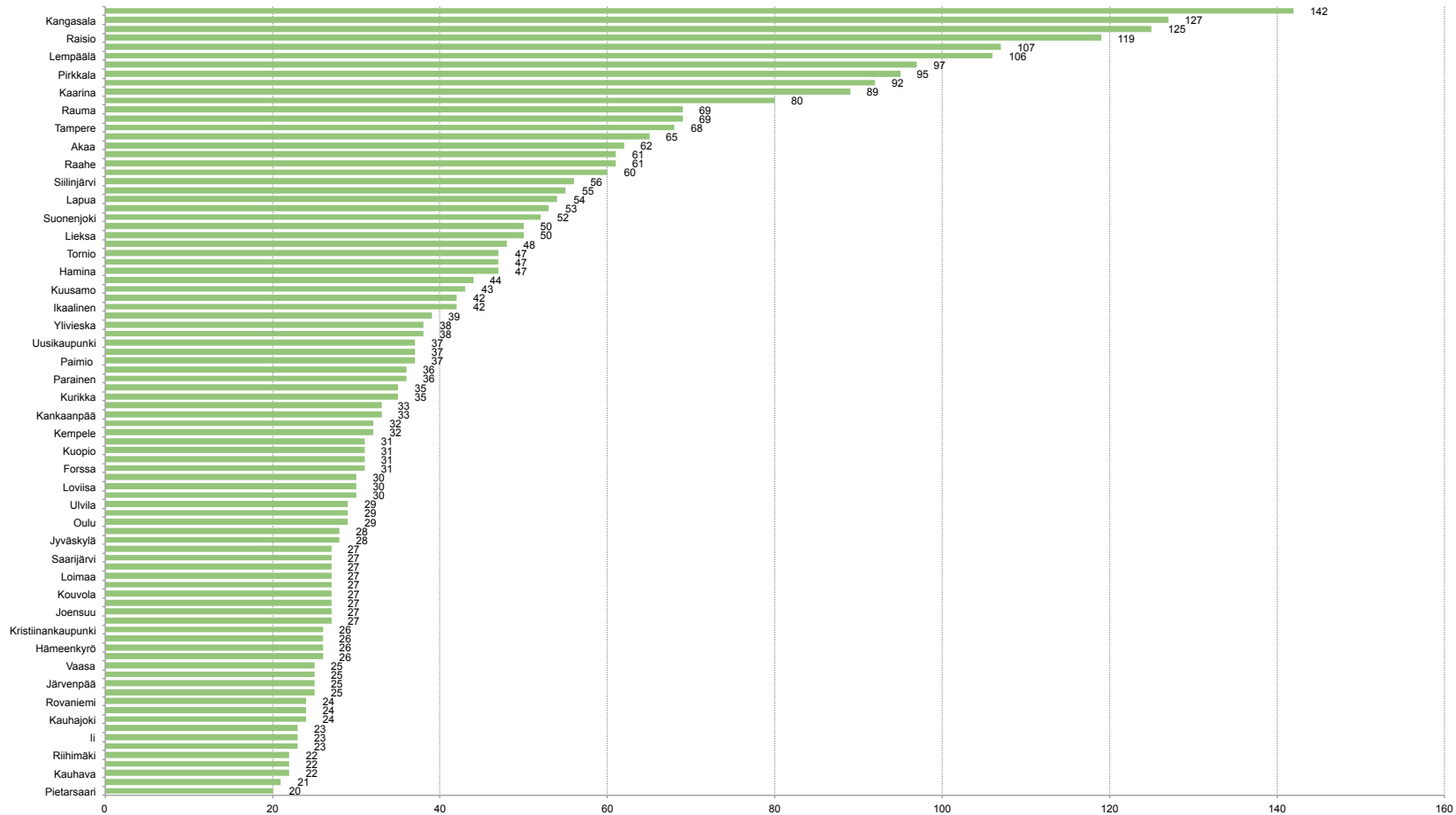
	Suurten kaupunkien asukkaat	Seutukaupunkien asukkaat - ulkoinen	Seutukaupunkien asukkaat - sisäinen
Valkeakoski	3,1	3,1	3,7
Ikaalinen	3,2	3,1	3,6
Mänttä-Vilppula	2,9	2,8	3,4
Parkano	2,7	2,9	3,6
Kaskinen	3,1	2,8	3,9
Kristiinankaupunki	3,4	3,0	3,6
Pietarsaari	3,1	3,2	3,5
Huittinen	2,8	3,1	3,7
Kankaanpää	2,8	2,8	3,8
Kokemäki	2,8	2,5	3,3
Rauma	3,6	3,7	4,0
Pieksämäki	2,8	2,5	3,6
Savonlinna	3,5	3,5	3,6
Kemi	2,5	2,4	3,3
Kemijärvi	2,8	2,8	3,1
Tornio	3,2	3,2	3,9
Lieksa	3,0		3,7
Kalajoki	3,6	3,8	3,9
Kannus	2,7	2,6	3,4
Nivala	2,7	2,7	3,6
Raahe	3,2	2,7	3,8
Ylivieska	3,2	3,4	3,9
Iisalmi	3,1	3,1	3,9
Suonenjoki	2,9	3,0	3,7
Varkaus	2,7	2,8	3,2

## 1.3. Muuttovetovoima

	Suurten kaupunkien asukkaat	Seutukaupunkien asukkaat - ulkoinen	Seutukaupunkien asukkaat - sisäinen
Hamina	2,5	2,0	3,4
Imatra	2,3	2,3	3,5
Forssa	1,8	1,7	3,8
Heinola	2,2	2,1	4,0
Riihimäki	2,3	2,2	3,4
Laitila	1,9	1,8	3,8
Parainen	2,6	2,2	3,8
Uusikaupunki	2,4	2,6	4,0
Paimio	2,2	2,4	4,3
Salo	2,3	2,7	3,4
Somero	1,7	2,0	3,9
Lohja	2,3	2,0	3,4
Loviisa	2,1	2,0	3,8
Raasepori	2,2	2,6	3,6
Ähtäri	1,8	2,2	3,5
Alajärvi	1,7	1,8	3,4
Alavus	1,8	2,3	3,8
Kauhajoki	1,8	2,4	3,7
Kauhava	1,8	2,0	3,2
Kurikka	1,7	2,6	3,5
Äänekoski	1,9	2,1	3,2
Jämsä	2,0	2,3	3,0
Keuruu	2,0	2,4	3,8
Saarijärvi	1,9	2,2	3,6
Akaa	2,1	1,8	3,3
Sastamala	2,0	1,9	3,4

	Suurten kaupunkien asukkaat	Seutukaupunkien asukkaat - ulkoinen	Seutukaupunkien asukkaat - sisäinen
Valkeakoski	2,4	2,5	3,9
Ikaalinen	2,2	2,4	3,9
Mänttä-Vilppula	2,0	1,8	3,1
Parkano	1,9	2,2	3,8
Kaskinen	2,1	1,5	3,9
Kristiinankaupunki	2,4	1,8	3,8
Pietarsaari	2,3	2,2	3,7
Huittinen	1,8	2,1	3,8
Kankaanpää	1,8	1,6	3,8
Kokemäki	1,7	1,6	3,5
Rauma	2,8	3,1	4,0
Pieksämäki	1,9	1,5	3,7
Savonlinna	2,7	2,7	3,8
Kemi	1,7	1,9	3,4
Kemijärvi	1,8	1,8	3,6
Tornio	2,3	2,7	4,2
Lieksa	2,1		3,8
Kalajoki	2,3	3,1	4,1
Kannus	1,7	1,5	3,7
Nivala	1,7	1,6	3,8
Raahe	2,4	2,1	4,0
Ylivieska	2,1	2,8	3,9
Iisalmi	2,3	2,2	4,2
Suonenjoki	1,9	1,8	4,0
Varkaus	1,9	2,1	3,5

LIITE 2: Spontaani tunnettuus • Kaikki mainitut (min 20 mainintaa saaneet, kuvassa mainintojen lukumäärät)



## LIITE 3: Indeksit • Ulkoinen pehmeä vetovoimaindeksi, 1/2

Kaupunki	Autettu tunnettuus	Pisteet	Skaalatut pisteet	Vetovoima eri tekijöissä 1	Pisteet	Skaalatut pisteet	Vetovoima eri tekijöissä 2	Pisteet	Skaalatut pisteet	Mielikuva imagosta	Pisteet	Skaalatut pisteet	Muuttovetovoima	Pisteet	Skaalatut pisteet	Summa- indeksi	Keskiarvo- indeksi
Hamina	3,0	55	54	3,1	49	48	3,3	49	48	3,2	49	48	2,5	53	52	250	50
Imatra	2,9	51	50	3,2	50	49	3,2	46	45	3,0	28	28	2,3	44	43	215	43
Forssa	2,2	17	17	2,8	21	21	2,8	10	10	2,7	2	2	1,8	13	13	62	12
Heinola	2,3	20	20	3,0	35	34	3,1	44	43	3,0	29	28	2,2	38	37	163	33
Riihimäki	2,5	29	28	3,1	48	47	3,0	32	31	3,0	34	33	2,3	46	45	186	37
Laitila	2,2	16	16	3,0	43	42	2,9	24	24	2,9	19	19	1,9	21	21	121	24
Loimaa	2,5	37	36	2,8	16	16	2,9	23	23	2,8	15	15	2,0	29	28	118	24
Parainen	2,8	49	48	3,1	46	45	3,4	53	52	3,5	53	52	2,6	54	53	250	50
Uusikaupunki	2,5	35	34	3,2	52	51	3,3	51	50	3,4	52	51	2,4	51	50	237	47
Paimio	2,7	41	40	2,9	31	30	2,8	17	17	3,1	36	35	2,2	40	39	162	32
Salo	2,9	54	53	3,0	40	39	3,0	35	34	3,0	33	32	2,3	47	46	205	41
Somero	1,8	3	3	2,5	4	4	2,8	13	13	2,8	17	17	1,7	8	8	44	9
Lohja	2,5	28	28	3,0	41	40	3,0	36	35	3,0	25	25	2,3	41	40	168	34
Loviisa	2,0	9	9	2,9	33	32	3,0	37	36	3,0	31	30	2,1	32	31	139	28
Raasepori	2,0	8	8	2,8	27	27	3,1	43	42	3,0	35	34	2,2	39	38	149	30
Ähtäri	2,3	19	19	2,8	24	24	3,0	34	33	3,2	50	49	1,8	14	14	138	28
Alajärvi	1,8	1	1	2,4	1	1	2,6	5	5	2,8	9	9	1,7	1	1	17	3
Alavus	1,8	2	2	2,5	3	3	2,8	18	18	2,9	20	20	1,8	10	10	52	10
Kauhajoki	1,9	7	7	2,8	15	15	2,7	6	6	2,8	12	12	1,8	9	9	48	10
Kauhava	1,9	4	4	2,7	10	10	2,8	9	9	2,9	21	21	1,8	16	16	59	12
Kurikka	1,9	6	6	2,6	5	5	2,6	2	2	2,8	14	14	1,7	2	2	28	6
Äänekoski	2,6	39	38	3,0	38	37	2,8	8	8	3,0	26	26	1,9	20	20	129	26
Jämsä	2,8	47	46	3,0	37	36	2,9	21	21	3,0	27	27	2,0	28	28	157	31
Keuruu	2,5	31	30	2,8	20	20	3,0	31	30	3,2	44	43	2,0	26	26	149	30
Saarijärvi	2,4	26	26	2,7	13	13	3,0	30	29	3,1	39	38	1,9	18	18	124	25
Viitasaari	2,2	14	14	2,6	7	7	2,8	15	15	3,0	32	31	1,7	7	7	74	15
Akaa	2,4	23	23	2,9	28	28	2,8	11	11	2,9	23	23	2,1	31	30	114	23

## Ulkoinen pehmeä vetovoimaindeksi, 2/2

Kaupunki	Autettu tunnetuus	Pisteet	Skaalatut pisteet	Vetovoima eri tekijöissä 1	Pisteet	Skaalatut pisteet	Vetovoima eri tekijöissä 2	Pisteet	Skaalatut pisteet	Mielikuva imagosta	Pisteet	Skaalatut pisteet	Muuttovetovoima	Pisteet	Skaalatut pisteet	Summa-indeksi	Keskiarvo-indeksi
Sastamala	2,4	24	24	2,8	26	26	3,0	33	32	2,9	24	24	2,0	27	27	132	26
Valkeakoski	2,7	44	43	3,1	44	43	3,1	42	41	3,1	42	41	2,4	49	48	217	43
Ikaalinen	2,5	36	35	2,9	34	33	3,0	29	28	3,2	43	42	2,2	37	36	176	35
Mänttä-Vilppula	2,1	13	13	2,7	11	11	2,9	27	27	2,9	18	18	2,0	25	25	92	18
Parkano	2,1	11	11	2,7	9	9	2,9	20	20	2,7	5	5	1,9	19	19	63	13
Kaskinen	2,4	25	25	2,8	18	18	2,9	26	26	3,1	38	37	2,1	30	29	135	27
Kristinankaupunki	2,7	42	41	3,0	36	35	3,4	52	51	3,4	51	50	2,4	50	49	227	45
Pietarsaari	2,8	48	47	3,2	51	50	3,2	48	47	3,1	37	36	2,3	42	41	222	44
Huittinen	2,3	18	18	2,8	17	17	2,8	12	12	2,8	16	16	1,8	11	11	73	15
Kankaanpää	2,3	22	22	2,7	14	14	2,9	22	22	2,8	13	13	1,8	15	15	84	17
Kokemäki	2,2	15	15	2,7	8	8	2,6	4	4	2,8	7	7	1,7	6	6	39	8
Rauma	3,2	56	55	3,4	56	55	3,5	56	55	3,6	56	55	2,8	56	55	275	55
Pieksämäki	2,3	21	21	2,9	32	31	2,8	19	19	2,8	10	10	1,9	22	22	102	20
Savonlinna	2,5	34	33	3,2	53	52	3,5	55	54	3,5	54	53	2,7	55	54	247	49
Kemi	2,7	43	42	2,8	22	22	2,5	1	1	2,5	1	1	1,7	5	5	71	14
Kemijärvi	2,1	12	12	2,5	2	2	2,6	3	3	2,8	8	8	1,8	12	12	36	7
Pudasjärvi	2,5	30	29	2,7	12	12	2,7	7	7	2,8	11	11	1,9	24	24	83	17
Tornio	2,9	52	51	3,0	39	38	3,1	41	40	3,2	47	46	2,3	45	44	220	44
Kiitee	2,6	40	39	3,0	42	41	3,2	47	46	3,2	46	45	2,1	36	35	207	41
Lieksa	2,8	46	45	2,8	25	25	2,9	25	25	3,0	30	29	2,1	34	33	157	31
Nurmes	2,5	38	37	2,9	29	28	3,0	38	37	3,1	41	40	2,1	35	34	178	36
Kalajoiki	2,9	53	52	3,3	55	54	3,5	54	53	3,6	55	54	2,3	48	47	260	52
Kannus	1,9	5	5	2,8	23	23	2,8	14	14	2,7	3	3	1,7	4	4	48	10
Nivala	2,1	10	10	2,6	6	6	2,8	16	16	2,7	4	4	1,7	3	3	38	8
Raahe	2,8	45	44	3,2	54	53	3,3	50	49	3,2	48	47	2,4	52	51	245	49
Ylivieska	2,4	27	27	3,1	45	44	3,1	40	39	3,2	45	44	2,1	33	32	187	37
Iisalmi	2,8	50	49	3,1	47	46	3,2	45	44	3,1	40	39	2,3	43	42	221	44
Suonenjoki	2,5	32	31	2,8	19	19	3,1	39	38	2,9	22	22	1,9	17	17	127	25
Värkausi	2,5	33	32	2,9	30	29	3,0	28	28	2,7	6	6	1,9	23	23	118	24

## Sisäinen pehmeä vetovoimaaindeksi, 1/2

Kaupunki	Autettu tunnetuus	Pisteet	Skaalatut pisteet	Vetovoima eri tekijöissä 1	Pisteet	Skaalatut pisteet	Vetovoima eri tekijöissä 2	Pisteet	Skaalatut pisteet	Mielikuva imagosta	Pisteet	Skaalatut pisteet	Muuttovetovoima	Pisteet	Skaalatut pisteet	Summa- indeksi	Keskiarvo- indeksi
Hamina	4,6	12	13	2,8	2	2	2,9	9	10	3,2	7	8	3,4	10	11	43	9
Imatra	4,6	14	15	3,1	12	13	3,3	31	33	3,5	21	23	3,5	14	15	99	20
Forssa	4,8	36	39	3,3	26	28	3,5	46	50	3,7	37	40	3,8	34	37	193	39
Heinola	4,7	21	23	3,4	41	44	3,3	36	39	3,8	42	45	4,0	46	50	201	40
Riihimäki	4,7	20	22	3,4	37	40	3,0	13	14	3,5	22	24	3,4	8	9	108	22
Laitila	4,7	23	25	3,4	43	46	3,1	16	17	3,6	27	29	3,8	32	35	152	30
Parainen	4,7	15	16	3,3	27	29	3,1	14	15	3,5	20	22	3,8	33	36	118	24
Uusikaupunki	4,8	49	53	3,5	48	52	3,6	50	54	3,9	49	53	4,0	47	51	262	52
Paimio	4,6	8	9	3,5	46	50	3,6	49	53	4,2	51	55	4,3	51	55	221	44
Salo	4,6	6	6	3,5	50	54	3,2	20	22	3,3	9	10	3,4	9	10	101	20
Somero	4,7	22	24	3,0	8	9	3,6	48	52	3,8	43	46	3,9	40	43	174	35
Lohja	4,4	1	1	3,1	13	14	2,8	4	4	3,1	5	5	3,4	7	8	32	6
Lovisa	4,6	10	11	3,0	5	5	3,3	32	35	3,8	38	41	3,8	35	38	129	26
Raasepori	4,6	9	10	3,3	30	32	3,3	30	32	3,5	17	18	3,6	20	22	114	23
Ähtäri	4,8	45	49	3,3	24	26	3,2	22	24	3,4	13	14	3,5	17	18	130	26
Alajärvi	4,6	13	14	3,3	22	24	3,3	34	37	3,5	24	26	3,4	11	12	112	22
Alavus	4,5	2	2	3,2	19	20	3,3	28	30	3,7	36	39	3,8	29	31	123	25
Kauhajoki	4,8	41	44	3,1	10	11	3,2	26	28	3,5	23	25	3,7	24	26	134	27
Kauhava	4,7	33	36	3,4	38	41	2,9	7	8	3,2	6	6	3,2	4	4	95	19
Kurikka	4,7	24	26	3,3	31	33	3,1	18	19	3,4	15	16	3,5	15	16	111	22
Äänekoski	4,6	7	8	3,3	32	35	3,1	19	20	3,1	2	2	3,2	3	3	68	14
Jämsä	4,6	11	12	3,4	42	45	2,7	1	1	2,8	1	1	3,0	1	1	60	12
Keuruu	4,8	39	42	3,1	15	16	3,4	42	45	3,8	41	44	3,8	37	40	188	38
Saarjärvi	4,8	44	47	3,0	7	8	3,1	15	16	3,5	19	20	3,6	19	20	112	22
Akaa	4,6	4	4	3,0	4	4	2,8	2	2	3,1	3	3	3,3	5	5	19	4

## Sisäinen pehmeä vetovoimaindeksi, 2/2

Kaupunki	Autettu tunnetuus	Pisteet	Skaalatut pisteet	Vetovoima eri tekijöissä 1	Pisteet	Skaalatut pisteet	Vetovoima eri tekijöissä 2	Pisteet	Skaalatut pisteet	Mielikuva imagosta	Pisteet	Skaalatut pisteet	Muuttovetovoima	Pisteet	Skaalatut pisteet	Summa-indeksi	Keskiarvo-indeksi
Sastamala	4,6	5	5	3,3	29	31	2,9	6	6	3,3	12	13	3,4	12	13	69	14
Valkeakoski	4,7	17	18	3,4	44	47	3,3	33	36	3,7	32	35	3,9	39	42	178	36
Ikaalinen	4,6	3	3	3,4	36	39	3,2	23	25	3,6	28	30	3,9	38	41	138	28
Mänttä-Vilppula	4,7	31	33	3,1	11	12	3,0	12	13	3,4	14	15	3,1	2	2	75	15
Parkano	4,8	37	40	3,3	25	27	3,3	27	29	3,6	26	28	3,8	28	30	154	31
Kaskinen	4,9	51	55	2,9	3	3	3,2	25	27	3,9	45	49	3,9	41	44	178	36
Kristinankaupunki	4,7	35	38	3,2	20	22	3,4	39	42	3,6	30	32	3,8	26	28	162	32
Pietarsaari	4,8	38	41	3,3	35	38	3,2	24	26	3,5	18	19	3,7	21	23	147	29
Huittinen	4,7	26	28	3,3	33	36	3,4	37	40	3,7	34	37	3,8	27	29	169	34
Kankaanpää	4,8	47	51	3,2	18	19	3,4	38	41	3,8	40	43	3,8	30	32	187	37
Kokemäki	4,7	18	19	3,2	17	18	2,8	5	5	3,3	11	12	3,5	16	17	72	14
Rauma	4,8	43	46	3,6	51	55	3,6	51	55	4,0	50	54	4,0	45	49	259	52
Pieksämäki	4,7	16	17	3,5	45	49	3,3	35	38	3,6	25	27	3,7	23	25	155	31
Savonlinna	4,7	30	32	3,1	14	15	3,4	40	43	3,6	29	31	3,8	36	39	161	32
Kemi	4,7	27	29	3,3	28	30	2,9	8	9	3,3	10	11	3,4	6	6	85	17
Kemijärvi	4,7	28	30	2,8	1	1	2,8	3	3	3,1	4	4	3,6	18	19	58	12
Tornio	4,8	42	45	3,3	34	37	3,4	41	44	3,9	47	51	4,2	49	53	230	46
Lieksa	4,7	25	27	3,4	39	42	3,4	43	46	3,7	33	36	3,8	31	33	184	37
Kalajokki	4,7	29	31	3,5	49	53	3,5	47	51	3,9	48	52	4,1	48	52	238	48
Kannus	4,8	48	52	3,1	16	17	3,0	10	11	3,4	16	17	3,7	22	24	121	24
Nivala	4,8	46	50	3,2	21	23	3,1	17	18	3,6	31	33	3,8	25	27	151	30
Raahe	4,9	50	54	3,4	40	43	3,3	29	31	3,8	39	42	4,0	44	47	218	44
Ylivieska	4,8	40	43	3,3	23	25	3,5	45	49	3,9	44	47	3,9	42	45	209	42
Iisalmi	4,7	32	35	3,5	47	51	3,5	44	47	3,9	46	50	4,2	50	54	236	47
Suonenjoki	4,7	34	37	3,1	9	10	3,2	21	23	3,7	35	38	4,0	43	46	153	31
Varkaus	4,7	19	20	3,0	6	6	3,0	11	12	3,2	8	9	3,5	13	14	61	12

LIITE 4: Vetovoimaindeksit Summa/keskiarvoindeksit – skaala 5-55

	Ulkoinen pehmeä Vetovoima- indeksi	Sisäinen pehmeä vetovoima- indeksi	Seutukaupunki- analyysin yhdistelmäindeksi (Aro & Haanpää)	VETOVOIMAN YHDISTELMÄ- INDEKSI
Akaa	23	4	29	19
Alajärvi	3	22	26	17
Alavus	10	25	26	20
Forssa	12	39	28	26
Hamina	50	9	27	28
Heinola	33	40	27	33
Huittinen	15	34	34	28
Iisalmi	44	47	30	40
Ikaalinen	35	28	19	27
Imatra	43	20	28	30
Jämsä	31	12	23	22
Kalajoki	52	48	32	44
Kankaanpää	17	37	34	29
Kannus	10	24	29	21
Kauhajoki	10	27	25	20
Kauhava	12	19	27	19
Kemi	14	17	34	22
Kemijärvi	7	12	20	13
Keuruu	30	38	22	30
Kokemäki	8	14	19	14
Kristiinankaupunki	45	32	25	34
Kurikka	6	22	20	16
Laitila	24	30	35	30
Lieksa	31	37	23	30
Lohja	34	6	32	24

	Ulkoinen pehmeä Vetovoima- indeksi	Sisäinen pehmeä vetovoima- indeksi	Seutukaupunki- analyysin yhdistelmäindeksi (Aro & Haanpää)	VETOVOIMAN YHDISTELMÄ- INDEKSI
Loviisa	28	26	31	28
Mänttä- Vilppula	18	15	20	18
Nivala	8	30	30	23
Paimio	32	44	27	35
Parainen	50	24	26	33
Parkano	13	31	24	22
Pieksämäki	20	31	26	26
Pietarsaari	44	29	39	38
Raahe	49	44	33	42
Raasepori	30	23	28	27
Rauma	55	52	30	46
Riihimäki	37	22	29	29
Saarjärvi	25	22	26	24
Salo	41	20	28	30
Sastamala	26	14	29	23
Savonlinna	49	32	29	37
Somero	9	35	25	23
Suonenjoki	25	31	27	28
Tornio	44	46	35	42
Uusikaupunki	47	52	33	44
Valkeakoski	43	36	38	39
Varkaus	24	12	29	21
Ylivieska	37	42	35	38
Ähtäri	28	26	19	24
Äänekoski	26	14	26	22



LIITE 5. Tiedonkeruun kohdentaminen seutukaupungeittain

Paneelivastaajat (suuret kaupungit jna.)	Seutukaupungit	Sisäisen tutkimuksen kohdistaminen
Kotka, Kouvola, Lappeenranta	Imatra	Hamina, Imatra
	Hamina	Hamina, Imatra
Hämeenlinna, Lahti, Tampere	Forssa	Hamina, Imatra
	Riihimäki	Forssa, Riihimäki, Heinola
	Heinola	Forssa, Riihimäki, Heinola
Turku	Laitila	Forssa, Riihimäki, Heinola
	Loimaa	Laitila, Loimaa, Parainen, Uusikaupunki
	Parainen	
	Uusikaupunki	Laitila, Loimaa, Parainen, Uusikaupunki
Turku	Salo	Laitila, Loimaa, Parainen, Uusikaupunki
	Somero	Salo, Paimio, Somero
	Paimio	Salo, Paimio, Somero
Helsinki, Espoo, Vantaa	Lohja	Salo, Paimio, Somero
	Loviisa	Lohja, Loviisa, Raasepori
	Raasepori	Lohja, Loviisa, Raasepori
Seinäjoki, Tampere	Alajärvi	Lohja, Loviisa, Raasepori
	Alavus	Alajärvi, Alavus, Ähtäri
	Ähtäri	Alajärvi, Alavus, Ähtäri
Seinäjoki, Tampere	Kauhava	Alajärvi, Alavus, Ähtäri
	Kauhajoki	Kauhava, Kauhajoki, Kurikka
	Kurikka	Kauhava, Kauhajoki, Kurikka
Jyväskylä	Jämsä	Kauhava, Kauhajoki, Kurikka
	Keuruu	Jämsä, Keuruu, Saarijärvi, Viitasaari, Äänekoski
	Saarijärvi	Jämsä, Keuruu, Saarijärvi, Viitasaari, Äänekoski
	Viitasaari	Jämsä, Keuruu, Saarijärvi, Viitasaari, Äänekoski
	Äänekoski	

Paneelivastaajat (suuret kaupungit jna.)	Seutukaupungit	Sisäisen tutkimuksen kohdistaminen
Tampere	Akaa	
	Sastamala	Akaa, Sastamala, Valkeakoski
	Valkeakoski	Akaa, Sastamala, Valkeakoski
Tampere	Parkano	Akaa, Sastamala, Valkeakoski
	Ikaalinen	Parkano, Ikaalinen, Mänttä-Vilppula
	Mänttä-Vilppula	Parkano, Ikaalinen, Mänttä-Vilppula
Vaasa, Kauhava, Kauhajoki, Laihia, Lapua	Kristiinankaupunki	Parkano, Ikaalinen, Mänttä-Vilppula
	Pietarsaari	Kristiinankaupunki, Pietarsaari, Kaskinen
	Kaskinen	Kristiinankaupunki, Pietarsaari, Kaskinen
Pori, Turku	Huittinen	Kristiinankaupunki, Pietarsaari, Kaskinen
	Kankaanpää	Huittinen, Kankaanpää, Kokemäki, Rauma
	Kokemäki	Huittinen, Kankaanpää, Kokemäki, Rauma
	Rauma	Huittinen, Kankaanpää, Kokemäki, Rauma
Mikkeli, Kuopio	Pieksämäki	Huittinen, Kankaanpää, Kokemäki, Rauma
	Savonlinna	Pieksämäki, Savonlinna
Rovaniemi, Oulu	Kemi	Pieksämäki, Savonlinna
	Kemijärvi	Kemi, Kemijärvi, Tornio, Pudasjärvi
	Tornio	Kemi, Kemijärvi, Tornio, Pudasjärvi
	Pudasjärvi	Kemi, Kemijärvi, Tornio, Pudasjärvi
Joensuu, Varkaus	Kitee	
	Lieksa	
	Nurmes	Kitee, Lieksa, Nurmes
Oulu, Kokkola	Kalajoki	
	Nivala	Kalajoki, Nivala, Raahe, Ylivieska, Kannus
	Raahe	Kalajoki, Nivala, Raahe, Ylivieska, Kannus
	Ylivieska	Kalajoki, Nivala, Raahe, Ylivieska, Kannus
	Kannus	Kalajoki, Nivala, Raahe, Ylivieska, Kannus
Kuopio, Kajaani	Iisalmi	Kalajoki, Nivala, Raahe, Ylivieska, Kannus
	Suonenjoki	Iisalmi, Suonenjoki, Varkaus
	Varkaus	Iisalmi, Suonenjoki, Varkaus



Kiitos kaikille tutkimuskyselyihin vastanneille.

