

Vastaus valtuustoaloitteeseen: Kuntamarkkinoinnin kehittäminen uusien asukkaiden houkuttelemiseksi Vihtiin

Kunnanhallitus 15.09.2025

190/00.01.03/2025

Tausta

Valtuustoaloitteessa esitetään kohdennetun markkinointikampanjan toteuttamista uusien asukkaiden houkuttelemiseksi sekä pyydetään tuomaan valtuustolle selvitys suunnitelluista toimenpiteistä ja niiden aikataulusta. Aloitteessa korostetaan kuntamarkkinoinnin roolia Vihdin tunnettuuden vahvistamisessa ja nostetaan esiin Vihdin vetovoimatekijöitä, kuten luonnonläheisyys, yhteisöllisyys, turvallisuus ja palveluiden saavutettavuus.

Palveluksen kanta aloitteessa esitettyihin seikkoihin

Strateginen tausta

Parhaillaan voimassa olevassa Vihdin kuntastrategiassa vuosille 2022–2025 kasvutavoitteeksi on asetettu 30 000 asukkaan saavuttaminen strategiakauden loppuun mennessä. Vielä tähän päämäärään ei ole ylletty. Tulevina vuosina kasvua voivat vauhdittaa monet tekijät, kuten Länsiradan rakentuminen ja muut kärkihankkeet sekä kasvuohjelman mukaiset toimenpiteet kunnan elinvoiman lisäämiseksi. Viestinnän ja markkinoinnin tehtävä on tukea kuntastrategian tavoitteiden toteutumista vahvistamalla Vihdin vetovoimaa ja positiivista kuntakuva.

Elinvoimalautakunnan hyväksymän viestintäohjelman mukaiset markkinointiviestinnän painopisteet ovat tällä strategiakaudella:

1. Asumisen markkinointi potentiaalisille uusille asukkaille ja rakennusalan toimijoille.
2. Elinkeinotoiminnan mahdollisuuksien markkinointi yrityksille.
3. Matkailumarkkinointi erityisesti lähimatkailun näkökulmasta.
4. Työnantajamielikuvan vahvistaminen henkilöstölle ja potentiaalisille työnhakijoille.

Kasvuohjelmassa vuosille 2025–2033 on määriteltä kasvun saavuttamiseksi kolme pääkohderyhmää:

- Perheenperustamisiässä olevat ja lapsiperheet (25–39-vuotiaat)
- Seniori-ikäiset ja seniori-ikää lähestyvät
- Vihdistä poismuuttaneet, erityisesti opiskelunsa päättäneet

Edellä mainitut strategiset painopisteet ja kohdennukset määrittelevät kuntamarkkinoinnin käytännön toteutusta ja sen toimenpiteiden valintoja.

Toimenpiteitä vuonna 2025

Vihdin kuntamarkkinointia on toteutettu monikanavaisesti ja suunnitelmallisesti nostaen esille tärkeimpiä vahvuuksiamme niin asumisen kuin lähimatkailun näkökulmasta. Kohderyhmässä ovat painottuneet perheenperustamisiässä olevat sekä lapsiperheet,

maantieteellisesti markkinointia on kohdennettu erityisesti pääkaupunkiseudulle ja lähikuntiin.

Kuntamarkkinoinnissa matkailumarkkinointi nähdään osana asumisen markkinointia: sillä on tärkeä rooli paikkakunnan tunnettuuden kasvattamisessa – se herättää kiinnostuksen ja voi avata mahdollisuuden syvempään tutustumiseen aina tontin hankintaan ja muuttopäätökseen asti.

Keskeisiä markkinointiviestinnän toimenpiteitä ovat olleet:

- **Asuminen ja tontit:** Pääkaupunkiseudulla liikennöivien bussien sisänäytöt 2 viikon kampanja (Meks), 4 viikon digikampanja Mtvuutiset.fi, ilmoitukset Meksin medioissa (Länsi-Uusimaa, Vihdin Uutiset, Länsiväylä, Vantaan Sanomat), ilmoitukset yksittäisissä medioissa mm. JDM Median Kodin remontoijan ja sisustajan opas, sosiaalisen median kampanjointi Facebook ja Instagram, Kevätmessut, Vuosisatamarkkinat, Vihdin kunnan verkkosivut ja somekanavat sekä välillisesti eri toimijoiden, kuten kirjaston, museon ja Kultsan omat kanavat.
- **Lähimatkailu:** Matkailun kehittämisohjelman valmistuminen, ilmoitukset HS.fi, Mondo-lehti, Uudenmaan matkailulehti, paikallismedia ja kesälehdet, Matkailulehden kevään messunumero sekä A-lehtien mediat (Eeva, Kotiliesi, Mondo, Meidän Mökki ja Apu), sosiaalisen median kampanjointi Facebook ja Instagram, paikalliset tapahtumat kokoava ilmoitus Vihdin Uutisissa kerran kuukaudessa, kumppanuus Nouxfest-tapahtumassa sekä Visit Vihdin verkkosivut ja somekanavat sekä välillisesti eri toimijoiden, kuten kirjaston, museon ja Kultsan omat kanavat.
- **Paikallinen näkyvyys:** Screenit Meritien varrella ja pyloninäytöt keskeisissä sijainneissa (Kultsalla, kirkonkylän K-marketissa, Prismassa, Citymarketissa, kunnantalolla).

Loppuvuoden aikana suunnitellaan toteutettavaksi asumisen markkinointia muun muassa Etuovessa, Oikotiellä, Mtvuutiset.fi:ssä ja Meksin paikallismedioissa (Länsi-Uusimaa, Vihdin Uutiset, Länsiväylä, Vantaan Sanomat, Helsingin Uutiset, Karkkilalainen) sekä artikkelikampanja yhteistyössä markkinointiviestinnän kumppanimme SST:n kanssa useissa digimedioissa.

Suunnitellut toimenpiteet vuodelle 2026

Uusi kuntastrategia ja talousarvio vuodelle 2026 ovat etenemässä kunnanvaltuuston hyväksyttäväksi tämän vuoden loppupuolella. Niiden viitoittamana päivitetään viestintäohjelma, muodostetaan kunnan markkinointiviestinnän kärjet ja laaditaan ensi vuoden markkinointisuunnitelma. Strategisena asiantuntijana kuntamarkkinoinnin toteuttamisessa toimii keväällä 2025 kumppanuuskilpailutuksen voittanut SST, tarvittaessa voidaan käyttää myös muita asiantuntijatahoja. Markkinointisuunnitelmassa linjataan asumisen ja matkailun markkinoinnin budjetin mukaiset toimenpiteet kasvuohjelmaa tukien,

mukaan lukien kunnan tunnettuuden kasvattaminen ja tonttimarkkinointi tapahtumamarkkinoinnin keinoin. Tavoitteena on kehittää kunnan viestintää ja markkinointia kasvuohjelman ja osallisuusohjelman linjausten mukaisesti yhä tavoitettavammaksi, puhuttelevammaksi ja laajemmin osallistumisen mahdollisuuksia antavaksi.

Valtuustoaloitteessa esitetyt toimenpiteet lapsiperheiden ja etätyötä tekevien houkuttelemiseksi ovat käynnissä ja jatkuvat tulevana vuosina. Markkinointia toteutetaan suunnitelmallisesti, pitkäjänteisesti ja monikanavaisesti kaikille kohderyhmille. Toimenpiteiden vaikuttavuutta seurataan osana viestintäohjelman ja kasvuohjelman toteutusta.

Kuntamarkkinointi tarjoaa monia keinoja Vihdin tunnettuuden kasvattamiseen oman kunnan rajojen toisella puolen ja erityisesti niissä kohderyhmissä ja maantieteellisillä alueilla, joista tavoittelemme uusia vihtiläisiä. Hyvä tunnettuus auttaa meitä erottautumaan muista kunnista, luo Vihdin identiteettiä, vahvistaa asukkaiden ylpeyttä omasta kotikunnastaan sekä tekee Vihdistä uskottavan ja kiinnostavan kumppanin myös uusille yrityksille ja muille toimijoille.

Kuten aloitteessa nostettiin esille, tyytyväiset kuntalaiset ja yrittäjät ovat kaikkein parhaimpia kunnan markkinoijia. Laitetaan kaikki hyvä sana kiertämään ja ollaan ylpeitä Vihdistä!

Valmistelija	Anne Virtanen etunimi.sukunimi(at)vihti.fi, p. 044 042 1612 Matias Juupaluoma etunimi.sukunimi(at)vihti.fi, p. 040 154 9977
Esittelijä	Kunnanjohtaja Erkki Eerola
Ehdotus	Kunnanhallitus esittää kunnanvaltuustolle, että se 1. merkitsee tiedoksi yllä esitetyn vastauksen valtuustoaloitteen; ja 2. katsoo valtuustoaloitteen loppuun käsitellyksi.
Päätös	
Tiedoksi	