

Kaupunkikuvatutkimus 2025

Kaupunginhallitus 03.03.2025 § 82
837/02.08.00/2024

Valmistelija

Markkinointi- ja viestintäpäällikkö Päivi Korpisalo

Kaupunkikuvatutkimuksen tavoitteena on selvittää Kokkolan tunnettuutta sekä kaupunkiin liitettyjä mielikuvia. Tutkimus antaa myös tietoa Kokkolan asemoinnista muiden pohjalaiskuntien joukossa. Tutkimus toteutettiin kuluttajapaneelina tammikuussa 2025.

Tutkimus on seuranta vuosien 2023, 2021 ja 2019 tutkimuksille. Kohderyhmän muodostivat Kokkolan ulkopuoliset vastaajat eri puolilta Suomea. Tutkimus perustuu 1 001 vastaukseen.

Kaupunkikuvatutkimuksen keskeisimpiä tuloksia:

Kokkola tulee ensimmäisenä mieleen 6 prosentille vastaajista kysyttäessä pohjanmaalaista kaupunkia. Lukema on sama kuin edellisessä vuonna 2023 toteutetussa tutkimuksessa. Kokkolan sijoitus top of mind- listalla on säilynyt samoin neljäntenä, edellä ovat Seinäjoki, Oulu ja Vaasa.

Kaupunki tunnetaan tai vähintään sen sijainti tiedetään edelliskerran tavoin hyvin. 85 prosenttia vastaajista tuntee Kokkolan tai vähintään tietää missä kaupunki sijaitsee. Hyvin tuntevien eli niiden, jotka sekä tuntevat kaupungin että tietävät sijainnin osuus on kasvanut 37 prosentista 42 prosenttiin. Ei lainkaan tuntevien osuus on vastaavasti vähentynyt kuusi prosenttiyksikköä. Vastaajista yli puolet (52 prosenttia) on myös käynyt kaupungissa (vuonna 2023: 45 %) eli myös Kokkolassa vierailleiden osuus on kasvanut tuntuvasti.

Kokkolaan liitettävät kirkkaimmat kärkimielikuvat esitetyistä attribuuteista ovat kaksikielisyys, turvallisuus ja lapsiystävällisyys. Vähiten Kokkola koetaan opiskelijakaupunkina, kansainvälisenä ja hyviä työmahdollisuuksia tarjoavana.

Kaikkien mielikuvien arviointi on tasaisesti parantunut. Aiemmalla tasollaan säilyy vain kaksikielisuuden arviointi (3,7). Eniten on parantunut mielikuva sijainnista hyvien liikenneyhteyksien äärellä (+0,2). Arvioitaan ovat parantaneet +0,1 yksikköä turvallinen, lapsiystävällinen, viihtyisä, vireä ja tapahtumarikas, tarjoaa hyviä työmahdollisuuksia, houkuttava matkailukohde, kansainvälinen ja opiskelijakaupunki. Mikään tekijä ei ole liikkunut negatiiviseen suuntaan.

Kokonaisarvosana on 3,3 (2023: 3,2). Asteikon korkeimpien arvosanojen 4 ja 5 antajien määrä on kuitenkin kasvanut ja on nyt 40 prosenttia vastaajista.

Ensimmäisenä spontaaneina mielikuvina tulevat mieleen meri, kaksikielisyys, satama, rannikko, lapsiystävällisyys, vanhakaupunki, puutalot ja venetsialaiset. Tuttuun tapaan urheilujoukkueet ovat useilla vastaajilla ensimmäisenä mielessä. Myönteisiä mielikuvia ovat rauhallisuus, viihtyisyys, kauneus, turvallisuus ja merellisyys. Negatiivisia mielikuvia ovat kaukaisuus, tuntemattomuus, tylsyys ja syrjäisyys.

Kokkolan kaupunkimarkkinointia on nyt huomannut 15 prosenttia vastaajista. Luvussa on kasvua kaksi prosenttiyksikköä. Tavallisimmin markkinointia on huomattu radiossa tai televisiossa, Internetissä (esim. kaupungin verkkosivut, KokkolaWorks, kuntarekryn urasivu) ja painetuissa lehdissä. Jälleen markkinoinnin huomaaminen parantaa muuttohalukkuutta.

23 % voisi kuvitella muuttavansa Kokkolaan (2023: 18 %). Osuus on parantunut tuntuvasti. Asiaa mahdollisena pitävinä löytyy jokseenkin tasaisesti eri puolilta Suomea. Hieman aiempaa suurempi osuus vastaajista harkitsee ylipäättään pois muuttamista nykyiseltä asuinpaikkakunnaltaan. Pääkaupunkiseudulla tätä harkitsevien osuus on hieman muita alueita suurempaa. Kokkola arvioidaan mahdolliseksi vaihtoehdoksi, kunhan työpaikka löytyy. Kokkola mielletään sopivan kokoiseksi kaupungiksi, jossa kuitenkin riittävästi tarjontaa. Merellisyys ja kauneus kiinnostavat. Toisaalta monelle vastaajista sijainti on liian kaukana perheestä tai verkostoista tai kaupunki koetaan liian pieneksi.

Kaupunginjohtaja

Kaupunginhallitus merkitsee Kaupunkikuvatutkimuksen 2025 tiedoksi.

Päätös

Kaupunginhallitus hyväksyi päätösesityksen.