

Markkinointikatsaus 2025 sekä markkinointisuunnitelma 2026

Kaupunkikehityslautakunta 02.02.2026
667/07.02.00.02/2025

Valmistelija

viestintä- ja markkinointiasiantuntija Jenni Koponen

Vuonna 2025 Oriveden kaupunkimarkkinoinnin kohderyhmiä olivat asukkaat ja muuttajat, vapaa-ajan asukkaat, matkailijat, yrittäjät ja uudet työntekijät.

Markkinointia toteutettiin markkinointisuunnitelman mukaisesti mm. kaupungin verkkosivuilla ja somekanavissa, printtinä, digimarkkinointina, Asta-messuilla ja muissa tapahtumissa, vaikuttajamarkkinointina sekä sponsorointeina. Markkinointisuunnitelman ulkopuolelta tartuttiin kahteen yhteistyömahdollisuuteen: suunnistuksen SM-kilpailun kanssa (SM-pitkä Ponsa) sekä Mattilanniityn rakentajan kanssa.

Markkinoinnissa tuotiin esille brändiviestiä: Helppo tulla, oivallista olla. Teemoja olivat brändin mukaiset: helposti saavutettava kaupunki, liikkuva kaupunki, oivallisen olon kaupunki, kansainvälistyvä kaupunki, palveleva kaupunki, kylähelmien kaupunki, kulturelli kaupunki ja villasukkapääkaupunki. Vuonna 2025 nostettiin erityisesti esille 24 minuutin junayhteyttä teemalla Junalla kotiin.

Asukasmarkkinoinnissa painottuivat Junalla kotiin -teema, tonttimarkkinointi ja tonttivuokrakampanja. Vapaa-ajan asukkaille tuotiin esille vapaa-ajan asunnon muuttamista pysyväksi asunnoksi ja Oriveden matkailu- ja palvelutarjontaa. Matkailumarkkinoinnissa nostettiin esille mm. uutta Teerenpesä-laavua, Teerentaival-retkeilyreittiä, Längelmäreittiä, frisbeegolftratoja ja Villasukkajuoksun SM-kilpailua. Yritysmarkkinoinnissa kerrottiin paikallisten yritysten onnistumistarinoita digimarkkinoinnissa, verkkosivuilla ja somessa ja tehtiin Sijoitu Orivedelle -kampanjaa digimarkkinoinnissa.

Tilastokeskuksen ennakkotietojen mukaan Orivesi saavutti vuonna 2025 muuttovoittoa 53 asukkaan verran (kuntien välinen nettomuutto 28 henkilöä, nettomaahanmuutto 25 henkilöä). Väestömäärä säilyi lähes ennallaan, vähennystä tuli -13 asukasta.

Vuonna 2026 markkinointia jatketaan brändikäsikirjan sekä uusittavan kaupunkistrategian mukaisesti, pitkäjänteisesti ja suunnitelmallisesti. Asemanvainion uudet omakotitontit tulevat hakuun tammikuussa 2026, jolloin yhdeksi markkinoinnin kärjeksi muotoutuu luontevasti: Junalla kotiin Asemanvainiolle. Teerentaival-retkeilyreitti on yksi matkailumarkkinoinnin kärjistä. Yrittäjiä pidetään edelleen vahvasti esillä kaupungin kanavilla. Talousarvioon 2026 kirjatun tavoitteen mukaan tehostamme asukasmarkkinointia ja luomme uuden verkkosivuston asukasmarkkinointia varten.

Toimivalta

hallintosääntö 25 § (KV 24.11.2025 § 95, voimaantulo 1.1.2026)

Esittelijä

kaupunginjohtaja Juha Kuusisto

Päätösehdotus

Kaupunkikehityslautakunta: 1. kuulee katsauksen kaupunkimarkkinoinnista 2025 ja hyväksyy omalta osaltaan markkinointisuunnitelman 2026,

2.esittää kaupunginhallitukselle, että se kuulee katsauksen kaupunkimarkkinoinnista 2025 ja hyväksyy markkinointisuunnitelman 2026.

Päätös