

Kainuun maakuntakuvatutkimus 2021

157/00.04.00/2020

MH § 22

Kainuussa on tehty maakuntakuvatutkimuksia neljän vuoden välein vuodesta 2000 lähtien. Kainuun liitto teetti MDI:llä ja Innolinkillä tutkimuksen Kainuun maakuntakuvasta joulukuun 2020 ja tammikuun 2021 aikana. Tiedonkeruu toteutettiin puhelinhaastatteluina. Tutkimus perustuu 1 029 vastaukseen. Kohderyhmän muodostivat yli 18-vuotiaat suomalaiset, kansallisesti edustavana otoksena. Vastaukset on painotettu vastaamaan koko väestöä iän ja maakunnan mukaan.

Tutkimuksen tavoitteena oli kartoittaa Kainuun tunnettuutta, mielikuvia ja niiden tunnelatauksia sekä Kainuun houkuttelevuutta eri mittareilla, muun muassa matkailun yleisesti ja eri kohteiden näkökulmista. Alustavasti tutkimuksen tuloksia on käsitelty Kainuun mainetiimissä ja julkistettu 26.1.2021.

Maakuntahallitukselle esitellään tutkimuksen tulokset. Tuloksia arvioidaan ja hyödynnetään Kainuun liiton viestinnän, Kainuun mainetyön ja aluemarkkinoinnin sekä matkailun eri työryhmissä. On tärkeää, että maakuntakuvatutkimuksen havaintoja ja tuloksia analysoidaan edelleen ja käytetään tulevien markkinointitoimenpiteiden kohdentamisessa apuna.

Seuraavassa on tiiviisti tutkimuksen keskeisiä havaintoja:

Kainuun tunnettuus ja mielikuvat

- Kainuun tunnettuus on yhä varsin matalaa, vaikka se onkin parantunut hieman viime tutkimuksesta (2017). Mielikuvat alueesta ovat positiivisia ja yleinen käsitys Kainuusta on varovaisen myönteistä. Lähes puolella mielikuva oli neutraalia.
- Eniten ovat vahvistuneet mielikuvat maakunnan innovatiivisuudesta ja hyvistä matkailukohteista. Innovatiivisuuden vahva nousu tunnettuustekijänä on merkillepantava.
- Nuoret käyttävät medioita laaja-alaisesti ja erityisesti sosiaalisen median kanavat toimivat heille. Vastaavasti vanhempia kohderyhmiä tavoitetaan varmimmin perinteisen median kautta. Kaikkein tehokkaimmat kanavat ovat kuitenkin internet, sekä tuttavien ja sukulaisten suositukset.
- Yrittämisen, opiskelun ja työssäkäynnin osalta Kainuun imago on haastava.

Vetovoimaisuus matkailukohteena

- Tulosten perusteella Kainuu houkuttelee kuluttajia tällä hetkelle selkeästi vahvimmin juuri matkailukohteena. Kainuulla on hyvä asema houkutella matkailijoita kotimaasta. Vetovoimaa matkailukohteena selvästi on ja lisäksi Kainuun houkuttelevuus on lisääntynyt kolmen vuoden takaisesta.
- Mitä paremmin vastaaja alueen tunsi, sitä positiivisemmin hän sitä arvioi. Kriittistä olisikin saada Kainuusta aikaiseksi matalan kynnyksen kokemuksellisuutta.
- Perinteinen media tehokkain tulosten perusteella, mutta myös tietoa matkailun pohjaksi haetaan ensisijaisesti internetistä. Kainuun brändiä esittelemään tarvitaan vetovoimaisesti brändätty sivusto.
- Matkailijoista kilpailtaessa Kainuuseen liitetyt mielikuvat ovat selkeät: puhdas luonto, metsät ja upeat maisemat nousivat selkeinä, positiivisina mielikuvina. Myös monet matkailukohteet, kärjessä Vuokatti, ovat pinnalla vastaajien mielissä. Kilpailu kotimaan markkinassa on kuitenkin kovaa, ja myös monet muut alueet käyttävät samoja mielikuvia ja arvoja markkinoinnissaan. Miten Kainuu erottuu kilpailijoistaan?
- Kainuun harkitseminen seuraavana matkakohteena on erittäin voimakasta. Alue-markkinoinnissa pitää panostaa niihin ostopolun kohtiin, joissa kuluttajan harkinta muuttuu ostopäätökseksi.

Asuminen – monipaikkaisuuden mahdollisuudet

- Kainuun tunnettuus ja mielikuvien positiivisuus on suurempaa vanhemmissa ikäluokissa. Asumisen kannalta tilanteen haastavaksi tekee se, että nämä olivat myös vähiten muuttohalukkaat ikäluokat. Nuorissa voisi olla piilevää potentiaalia, jos Kainuun tunnettuutta kohderyhmässä parannettaisiin, sillä 27% nuoremmissa ikäluokissa voisi harkita muuttoa.
- Asumisen vetovoiman kehittämisen suhteen Kainuun kannattaa panostaa pysyvän asumisen sijaan vapaa-ajan asumiseen, etätyöhön ja 2. & 3. asunnon tarjontaan.
- Pysyvän asumisen vetovoima ei ole Kainuun vahvuuksia. Uusien asukkaiden houkuttelu ei nojaa pelkkiin vetovoima- ja mielikuvatekijöihin, vaan useimmiten kaupunki- ja elinkeinorakenteeseen. Työpaikkojen saatavuus voi toimia kuntiin vetävänä että niistä työntävänä tekijänä.
- Asuinpaikaksi harkitsemisessa nousevat esiin, että Kainuussa tulisi olla sukulaiset ja perhe sekä työt, jotta muuttamista asukkaaksi voisi harkita. Lisäksi tarpeellisina nousevat esiin kattava palveluntarjonta, hyvät liikenneyhteydet ja isommat kaupungit.
- Toisaalta myös muuttohalukkuuttakin tuloksissa löytyy. Vaikka määrät eivät ole suuria, löytyy aineistosta selkeä osuus ihmisiä, jotka voivat harkita Kainuuta yhtenä vaihtoehtona.

Kainuun kasvun mahdollisuudet

- Koronavuosi ja trendit ovat luoneet Kainuulle ison mahdollisuuden. Mielikuvat maakunnasta ovat parantuneet. Luontomatkailubuumi ja Vuokatin harrastusmahdollisuudet ovat suurimmat ja tärkeimmät tekijät, mutta on huomattava, että myös kulttuuritapahtumat ovat tärkeitä.
- Perinteisen median välittämä kuva on edelleen kaikkein merkittävin tekijä, ja positiiviset jutut ovat ruokkineet positiivista mielikuvaa. Matkailukohteista ja palveluista etsitään tietoa netistä: kohteiden ja palveluiden tiedot pitää olla kohdillaan.
- Matkailu toimii porttina pidemmälle ajankäytölle alueella. Kerran tai muutaman kerran alueella käyneiden uudelleentulemisen potentiaali on varsin suuri, ja syvemmän tutustumisen kautta aluetta harkitaan mahdollisena asuin- ja ainakin osittaisen työnteon paikkana.
- Monipaikkaisuus ruokkii kainuulaista kasvua. Monipaikkaisuuden vahvistamisessa katse kohdistuu erityisesti lähialueille, jossa alueen tunnettuus on parasta sekä Etelä-Suomen suurimpiin keskuksiin, joissa on volyymiltaan paljon asiantuntijoita, jotka voivat tehdä paik-kariippumatonta työtä.
- Nuorten mielikuvat ja esimerkiksi muuttohalukkuus alueelle ovat yllättävänkin korkeat. Tätä ilmiötä kannattaa myös ruokkia. Kyselyssä tuli esiin, että Kainuu kiinnostaa erityisesti miehiä. Haasteena elinvoimapolitiikalle on, miten muutetaan viestintää, investointeja ja mahdollisuuksia myös naisia kiinnostavaksi.

Erillisliitteenä on tiivistelmä.

Erillisliite nro: 6

Lisätietoja asiasta antavat maakuntajohtaja Pentti Malinen, puh. 044 7970 197, aluekehitysjohtaja Jouni Ponnikas puh. 040 5740 804 ja aluekehitysasiantuntija Minna Komulainen puh. 044 4100 726 tai sähköpostitse osoitteella etunimi.sukunimi@kainuunliitto.fi

Maakuntajohtajan ehdotus:

Maakuntahallitus merkitsee tiedoksi valmistuneen Kainuun maakuntakuvatutkimuksen ja käy evästyskeskustelua sen tulosten hyödyntämisestä Kainuun liiton toiminnassa ja maakunnan mainetyössä ja aluemarkkinoinnissa.

Maakuntahallitus:

Aluekehitysasiantuntija Minna Komulainen esitteli maakuntakuvatutkimuksen tuloksia.

Käydyn keskustelun jälkeen maakuntahallitus hyväksyi
maakuntajohtajan ehdotuksen.
