

Brändityöryhmän nimeäminen

Kunnanhallitus 19.02.2024 § 38
40/00.01.02/2024

Timo Halonen on tehnyt väitöskirjan aiheesta ”Maineella menestykseen – maine työ kaupunkiseudun kehittämisen välineenä”. Hän toteaa väitöskirjansa sivuilla 17-18 seuraavasti:

”Näin maine työ (maineen rakentaminen ja maineenhallinta), imagon rakentaminen ja paikan markkinointi voidaan nähdä osana seudun määrätietoista kehittämistoimintaa. Alueellisten kehittäjäorganisaatioiden välisen yhteistyön ja oikean viestinnän kautta pyritään vaikuttamaan seudun ulkopuolisten resurssien kohdentumiseen ja kaupunkiseudun kannalta myönteisten päätösten syntyyn. Toisaalta kaupunkiseudun kehitykselle asetetaan tavoitteet erilaisilla kehittämissuunnitelmilla ja -strategioilla. Ollakseen toteuttamiskelpoisia ja kaupunkiseudun toimijoiden kannalta uskottavia strategioiden tulee olla vahvasti sidoksissa kaupunkiseudun identiteettiin, toisin sanoen siihen, mitä kaupunkiseutu on tai se haluaa olla. Strategioiden valinnat ja asetetut tavoitteet ovat myös pohja kaupunkiseudun halutulle mielikuvalle, imagolle ja tavoiteltavalle maineelle. Kaupunkiseudun strategisten tavoitteiden ja tavoitellun maineen yhteys on ilmeinen. Äikäs (2004, 226) on todennut, että kaupunkien ja alueiden kulttuurinen ja sosiaalinen kehitys on kiinteästi yhteydessä niiden taloudellisia (elinkeinoja ja teollisuusrakennetta koskevia) näkökulmia sekä palveluita, asumismahdollisuuksia sekä ympäristöllisiä näkökulmia heijasteleviin teemoihin. Paikallista ja alueellista kehittämistä koskevat aiheet välittyvät myös imagotyön lähtökohdiksi ja luovat perustan paikan kestäväälle maineelle.

Maine on kaupunkiseudulle tärkeä voimavara, sillä se synnyttää luottamusta ja vetovoimaa. Kaupunkiseudun maineessa heijastuu sen elinvoima. Kaupunkiseudun maine ohjaa niin asukkaiden, yritysten kuin muidenkin sidosryhmien valintoja, jotka liittyvät esimerkiksi asuin-, sijoittumis- tai työpaikkaan. Kaupunkiseudun huolehtiessa maineestaan se huolehtii niistä asioista, jotka ovat sen sidosryhmille tärkeitä. (Suomen Kuntaliitto ja Viestintätoimisto Pohjoisranta 2004.) Yhteisön maineelle voidaan laskea arvo, ja niinpä on alettu puhua mainepääomasta. Käsitteellä tarkoitetaan tunnettuuden, sidosryhmien luottamuksen, tavoitteisiin sitoutumisen ja myönteisten mielikuvien tuottamaa lisäarvoa organisaatiolle. Aineettoman mainepääoman uskotaan olevan yksi tärkeimmistä kilpailuetua luovista tekijöistä ajassamme, ja siksi sen arvon ymmärtäminen on yhteisölle hyvin tärkeää. (Eskelinen 2002, 51.)

Ihmiset muodostavat mielipiteitä jopa paikoista, joita he eivät tunne tai joista heillä ei ole kokemuksia. Kuitenkin nämä, vain osittain omakohtaiseen kokemukseen tai tietoon perustuvat mielikuvat ohjaavat ihmisten käyttäytymistä ja heidän tekemiään valintoja. Omalta asuin- ja työympäristöltä vaaditaan paljon. Mielikuvien maailmassa kaupunkiseutu, joka tarjoaa parempaa, menestyy. (Aula ym. 2007, 13; professori Rob Shieldsin haastattelu, Helsingin Sanomat 14.8.2005.)”

[Linkki väitöskirjatutkimukseen](#)

Aito ja totuudenmukainen brändi on kunnalle ja kuntalaisille merkityksellinen. Kyse ei ole ainoastaan kunnan vetovoimaisuuden ylläpitämisestä muuttoa harkitseville – kuntabrändi luo myös yhteenkuuluvuuden tunnetta kuntaa kotinaan pitäville. Lisäksi se motivoi ja innostaa siellä työskenteleviä. Kuntabrändin ytimessä ovat kuntalaiset ja heidän tarinansa, ja kunnan maine rakentuu sen identiteetin varaan.

Brändiuudistuksesta on keskusteltu vuoden 2023 aikana useasti ja asiaan liittyen valtuustoseminaarissa on oli asiaan liittyvä Rita Järventie-Thesleffin luento. Asiassa tulee ottaa seuraava askel ja lähteä asiaa viemään määrätietoisesti eteenpäin.

Asiaa varten on tarkoituksenmukaisinta perustaa työryhmä, jonka tehtävänä on viedä asiaa eteenpäin. Suunnitella ja toteuttaa brändin uudistamiseen / uusimiseen liittyvät toimenpiteet.

Esittelijä	Kunnanjohtaja Toni Leppänen
Päätösehdotus	Kunnanhallitus päättää nimetä brändityöryhmän jäseniksi hallituksen puheenjohtajan, hallituksen varapuheenjohtajan, valtuuston puheenjohtaja, valtuuston I varapuheenjohtajan sekä valtuuston II varapuheenjohtaja. Työryhmään kuuluvat myös kunnanjohtaja ja elinvoimapäällikkö.
Käsittely	<p>Keskustelun kuluessa Anita Viljanmaa ehdotti selvitettäväksi asiantuntijapalveluiden käyttämistä brändityön jatkamiseen.</p> <p>Markku Simula ehdotti muutosehdotuksena alkuperäiseen päätösehdotukseen, että myös Anita Viljanmaan nimitetään brändityöryhmään.</p> <p>Keskustelun kuluessa tehdyt muutosehdotukset raukesivat kannattamattomina.</p> <p>Kunnanhallitus hyväksyi päätösehdotuksen.</p> <p>Anita Viljanmaa jätti eriävän mielipiteen.</p>
Päätös	Kunnanhallitus hyväksyi päätösehdotuksen.
Jakelu	Ryhmään valitut jäsenet