Vastaus valtuustoaloitteeseen Äänekosken kyläalueiden ja taajamien vetovoiman vahvistamisesta aktiivisella tontti- ja elinvoimamarkkinoinnilla

Valtuustoaloitteessa esitetään, että Äänekosken kaupunki vahvistaa kyläalueiden ja taajamien vetovoimaa aktiivisella tontti- ja elinvoimamarkkinoinnilla. Aloitteessa kiinnitetään huomiota siihen, että kaupungin eri taajamilla ja kylillä on omat vahvuutensa, joita voidaan hyödyntää nykyistä tavoitteellisemmin uusien asukkaiden, yritysten ja toimijoiden houkuttelemiseksi.

Äänekosken kaupungin näkökulmasta aloite on perusteltu ja tukee kaupungin strategisia tavoitteita. Kaupungin kehittämistyössä on jo tunnistettu, että Äänekosken elinvoima rakentuu kaupunkikeskuksen lisäksi vahvoista taajamista, aktiivisista kylistä, monipuolisista asumisen mahdollisuuksista sekä yritysten toimintaedellytysten vahvistamisesta.

Kaupunkirakenneohjelma ja strateginen lähtökohta

Äänekosken kaupunkirakenneohjelma 2022–2028 määrittelee kaupungin kehittämisen suuntaviivoja maankäytön, rakentamisen, liikenteen, infrastruktuurin, asuinympäristöjen ja eri alueiden kehittämisen osalta. Ohjelmassa on huomioitu kaupunkikeskuksen lisäksi Suolahti, Konginkangas ja Sumiainen sekä kyläalueista Hietama, Honkola, Koivisto ja Mämme. Ohjelman tavoitteena on kehittää terveellistä, turvallista ja viihtyisää elinympäristöä, vahvistaa elävää keskustaa ja aktiivisia kyliä sekä varmistaa maankäytön, tonttitarjonnan ja infrarakentamisen edellytyksiä.

Kylien ja taajamien kehittäminen ei siten ole kaupungille uusi tavoite, vaan se sisältyy jo hyväksyttyihin ja valmistelussa oleviin kehittämislinjauksiin. Aloite vahvistaa kuitenkin tarvetta tehdä alueiden vahvuuksia näkyväksi nykyistä aktiivisemmin ja markkinoinnillisesti vaikuttavammin.

Käynnissä olevat ja valmistellut toimenpiteet

Äänekosken kaupunki toteuttaa parhaillaan useita toimenpiteitä, jotka tukevat aloitteessa esitettyjä tavoitteita. Kaupungin tontti- ja yritysalueiden markkinointia kehitetään osana elinvoimatyötä, ja kaupungin markkinoinnissa tuodaan esiin asumisen, yrittämisen, vapaa-ajan ja luonnonläheisen elämän mahdollisuuksia eri puolilla Äänekoskea.

Lisäksi Äänekosken ja Saarijärven yhteinen Keskustaajamien Älykkäät kylät -hanke tukee taajamien ja kylämäisten alueiden vetovoiman kehittämistä. Hankkeessa tarkastellaan muun muassa uusia asumisratkaisuja, palveluja, yhteisöllisyyttä, digitaalista saavutettavuutta ja alueiden markkinointia. Äänekosken pilottikohteina ovat Monitoimiaukio ja Kotakennäs II, joiden osalta selvitetään muun muassa asumisen kysyntää, potentiaalisia asukkaita, toteuttajia ja alueiden markkinointia tukevaa havainnollistavaa aineistoa.

Hankkeessa tuotettavat selvitykset, havainnekuvat, esittelyaineistot ja markkinointimateriaalit tukevat suoraan aloitteessa esitettyä tavoitetta tehdä alueista kiinnostavia ja helpommin lähestyttäviä uusille asukkaille, rakentajille, rakennuttajille ja muille toimijoille.

Aloitteen mukainen aktiivinen tontti- ja elinvoimamarkkinointi on osa kaupungin kokonaismarkkinointia, elinvoimatyötä ja maankäytön kehittämistä. Tonttien markkinoinnissa on tärkeää korostaa pelkän tonttitiedon lisäksi alueiden elämänlaatua, palveluja, liikenneyhteyksiä, yhteisöllisyyttä, luontoa, harrastusmahdollisuuksia sekä yritys- ja työmahdollisuuksia.

Äänekosken kaupungin kotisivuilla on erillinen Kodiksi Äänekoski-sivusto, jossa esitellään Äänekoskea asuinpaikkakuntana. Muuttajien näkökulmasta erityisesti rantatontit koetaan vetovoimaisina. Kesän aikana on valmisteltu markkinointimateriaalia tarjolla olevista rantatonteista Muhluniemestä, Kotakennäältä, Lehtorinteeltä ja Kukkoniemestä. Materiaali sisältää valokuvia ja videoita ”rantarakentamisen unelmia”-teemalla. Materiaalin avulla luodaan mielikuva asumisen mahdollisuuksista vesistön läheisyydessä. Markkinointimateriaalia hyödynnetään kaupungin eri kanavissa ja erityisesti vuoden 2027 rakennusmessuilla.

Valtuustoaloitteessa oli nostettu esille seitsemän eri osa-aluetta, joihin toivottiin kiinnitettävän erityistä huomiota ja joiden koetaan kaipaavan toimenpiteitä:

1. **Digitaalisen tonttimarkkinoinnin uudistaminen**

Digitaalista näkyvyyttä toteutetaan monikanavaisesti. Kiinnostusta muuttamiseen herätellään mielikuvamarkkinoinnilla esimerkiksi Visit Äänekosken kanavissa, joissa kuvataan monipuolista arkea Äänekoskella. Ennen muuttopäätöstä, on tärkeää että Äänekoski on ihmisten tietoisuudessa, tämän vuoksi paikkakunnan tunnettuutta lisäävää markkinointia on tehty ja tutkittu säännöllisesti ja suunnitelmallisesti jo usean vuoden ajan. Sosiaalisen median markkinointia tukee vahvasti hakukonemarkkinointi, eli ns. Google-markkinointi, jonka avulla nostetaan näkyvyyttä hakukoneissa muuttajaa kiinnostavien sanojen avulla esim. Vapaat tontit, muuttajan etupaketti jne. Lisäksi Visit Äänekosken ja Äänekosken kaupungin verkkosivujen sisällöt on tuotettu hakukoneoptimoidusti, jolloin niiden sisällöt muuttamiseen liittyen tulisi nousta hakukoneissa esille. Visit Äänekosken etusivuilla on Kesämökkiläiset-osio, josta löytyy linkitykset vapaa-ajan tontteihin, asuntotontteihin sekä siirtolapuutarhaan. Monikanavainen ja kohdennettu markkinointi kiinnostuneille muuttajille mahdollistaa kontaktipinnat eri muuttopäätöksen vaiheessa olevalle potentiaaliselle uudelle asukkaalle.

2. **Kokeile Äänekoskea – pilotit**

Keskustaajamien Älykkäät kylät -hankkeen toimesta järjestetään kaksi ”Tule kylään, jää asumaan”-tapahtumaa, joihin valitaan kumpaankin 15-20 hakijaa. Toinen tapahtumista järjestetään Äänekoskella ja toinen Saarijärvellä. Osallistujat pääsevät 3 päivän ajan tutustumaan paikkakuntaan ja sen palveluihin sekä asumisen eri muotoihin, eli kokeilemaan millaista olisi asua Äänekoskella tai Saarijärvellä. Hakuprosessi toteutetaan avoimena verkkohakuna, ja kohderyhmänä ovat maaseutumaisesta asumisesta kiinnostuneet henkilöt eri ikä- ja elämäntilanneryhmistä. Lisäksi tapahtumassa toteutetaan kaupunkien välinen “asukasvaihto”, jossa asukkaat tutustuvat toistensa kotikaupunkeihin. Pilotti toteutetaan syksyllä 2026, ja sen tavoitteena on kokeilla uudenlainen malli potentiaalisten muuttajien houkuttelemiseksi Äänekoskella ja Saarijärvellä. Kokeilun tulosten perusteella voidaan tutkia jatkomahdollisuutta asumiskokeiluiden laajempaan käyttöön.

Kaupungin tytäryhtiö Ääneseudun Asunnot Oy:llä on myös suunnitteilla asumisen pilotti, jossa tarjotaan kesän ajaksi muualta muuttavalle ilmainen asunto eri taajamissa. Asukas maksaa asunnon käyttökustannukset, mutta ei vuokraa ja sitoutuu kertomaan asumisesta ja kokemuksistaan Äänekosken eri taajamissa.

3. Tonttikannustimien pilotointi

Äänekoskella on kokeiltu erilaisia tonttikampanjoita, joilla ei kuitenkaan ole havaittu olevan erityisen suurta vaikutusta tonttien kysynnän lisääntymiseen. Uusien asuinalueiden avaamisen yhteydessä on tehty isompia markkinointikampanjoita ja järjestetty mm. asukastapahtumia Muhluniemessä ja Kotakennäs II alueilla. Kaupungin tytäryhtiön Ääneseudun Asunnot Oy:n kanssa on sovittu erityisestä edusta omakotitalorakentajille. Rakennusluvan myöntämisen jälkeen asukkaiden on mahdollista saada 50 %:n alennus vuokrasta Ääneseudun Asunnot Oy:n vapaana olevissa vuokra-asunnoissa omakotitalon rakentamisen ajaksi.

Äänekosken kaupungilla on vakiintunut käytäntö uusien asukkaiden osalta. Uudet asukkaat toivotetaan tervetulleiksi kotiin postitettavalla tervetuloa-kirjeellä, jossa neuvotaan tilaamaan Uuden asukkaan etupaketti, joka sisältää pienen muistamisen ja kaksi vapaalippua kaupungin uimahalleihin sekä taidemuseoon. Lisäksi uusille asukkaille järjestetään vuosittain yhteinen tapahtuma, jossa esitellään mm. kaupungin vapaa-aikapalveluita ja esim. järjestöjen tarjoamia palveluita.

Keskustaajamien Älykkäät kylät- hankkeessa kehitetään muuttajanpolkua ja samalla päivitetään myös kaupungin nettisivujen saavutettavuutta. Lisäksi hankkeessa suunnitellaan Kotakennäs II alueelle uudenlainen asumisen malli ja havainnekuvat.

4. Kohdennettu markkinointi kasvukeskuksiin

Äänekosken kaupunkimarkkinointia tehdään kohdennetusti Äänekosken ulkopuolelle. Kohdennettu markkinointi perustuu toteutettuihin selvityksiin ja tutkimustuloksiin (mm. Muuttajatutkimus, valtakunnallinen maallemuuttotutkimus). Markkinoinnilla ohjataan Kodiksi Äänekoski- sivulle, josta löytyy kattava tietopaketti mahdolliselle uudelle asukkaalle.

Keskustaajamien Älykkäät kylät -hankkeessa pilotoidaan uusia, rohkeita, monikanavaisia ja moniäänisiä muuttajaviestinnän tapoja kahden kaupungin yhteistyönä, asukkaita, yrityksiä ja yhdistyksiä osallistavalla otteella. Kokeiluihin sisältyvät muun muassa somevaikuttajat, video- ja ääniviestintä sekä tapahtumaviestintä.

Hankkeessa toteutetaan muun muassa seuraavat toimenpiteet:

- Digitaalinen markkinointikampanja suunnitellaan perustuen kerättyyn dataan ja kohderyhmien tunnistamiseen
- Visuaalisen kuva- ja videomateriaalin arkiston kokoaminen viestinnän käyttöön: paikkakuntien asukkaita osallistava kuvakilpailu. Kuvakilpailu antaa asukkaille mahdollisuuden kertoa miten he näkevät oman asuinkuntansa ja mitä he siitä haluavat potentiaalisille muuttajalle kuvien kautta kertoa.
- Laaditaan Saarijärven ja Äänekosken muuttajaviestinnän visuaalinen kartta.
- Äänekosken ja Saarijärven yhteismarkkinoinnin pilotointi kohderyhmänä potentiaaliset muuttajat (esim. radio, televisio, sosiaalinen media, 365-videot ja esimerkiksi Äänekoski ja Saarijärvi vuorokauden aikakapseli -toteutukset).
- ”Tule kylään, jää asumaan”-tapahtuman dokumentointi sekä videotuotanto jatkoviestintää ja muuttajamarkkinointia varten.

5. **Yritysyhteistyön vahvistaminen**

Markkinoinnissa on kokeiltu erilaisia yhteistyömalleja. Äänekosken parhaat palat ovat esillä Hyvaksin sivuilla ja hyvinvointialueen kanssa tehtävän yhteistyön osalta on sovittu, että asumista Äänekoskella nostetaan esille rekrytointien yhteydessä. Kaupungin kotisivulta löytyy Muuttajan tietopaketti, joka sisältää myös linkit töihin Äänekoskelle ja yrittäjäksi Äänekoskelle. Äänekosken isoimmille työllistäjille on tehty kootut markkinointimateriaalit, joita he voivat hyödyntää rekrytointien yhteydessä.

Uuden asukkaan etupakettia on tarkoitus kehittää siten, että paikalliset yritykset toimittaisivat lahjat uusien asukkaiden tilaisuuteen, jolloin voisivat markkinoida myös omia palveluitaan. Tätä pilotoidaan Keskustaajamien Älykkäät kylät- hankkeessa vuoden lopussa järjestettävässä uusien asukkaiden tilaisuudessa.

6. **Arjen näkyväksi tekeminen markkinoinnissa**

Keskustaajamien Älykkäät kylät -hankkeessa toteutetaan Paikallinen muuttokummi-työpajakokonaisuus. Työskentelyn tavoitteena on tuoda Maalla seutukaupungissa -elämäntapaa näkyväksi ihmisten oman elämisen, tekemisen ja kokemusten kautta. Painopiste ei ole paikkojen tai palveluiden esittelyssä, vaan siinä, millaista arki, yhteisöllisyys, harrastaminen, asuminen ja elämä alueella käytännössä ovat. Samalla kartoitetaan matalan kynnyksen mahdollisuuksia tavoittaa koko alueella asuvia ihmisiä ja tarjota mahdollisuuksia osallistua sisällöntuotantoon. Työn aikana luodaan toimintamalleja ja verkostoja, joiden avulla alueen ihmiset, yhteisöt ja ympäristöt tulevat näkyviksi aidolla ja helposti lähestyttävällä tavalla. Hankkeessa tehdään konkreettisia ja rohkeita kokeiluja paikallisten asukkaiden sisällöntuotannosta kaupunkien kanaviin.

7. **Etätyövalmiuksien esiintuominen ja kehittäminen**

Äänekoskella on kokeiltu yhteisöllisen työtilan konseptia yhdessä POKE:n kanssa. ÄäneHub-niminen yhteisöllinen työtila oli käytössä v. 2019-2024 välisenä aikana. Tilojen käyttö etätyöskentelyyn oli vähäistä. Kaupungin toimesta tiloihin järjestettiin fasilitointia ja erilaisia tapahtumia, mutta käyttöastetta ei saatu kasvatettua em. toimenpiteistä huolimatta. Tästä johtuen toiminnalle ei nähty olevan tarvetta jatkossa.

Johtopäätös ja esitys

Aloitteessa esitetty tavoite vahvistaa kyläalueiden ja taajamien vetovoimaa aktiivisella tontti- ja elinvoimamarkkinoinnilla on linjassa kaupungin strategian, kaupunkirakenneohjelman ja käynnissä olevien kehittämishankkeiden kanssa. Osa aloitteessa esitetyistä toimenpide-ehdotuksista on jatkuvaa toimintaa ja osa hankkeiden kautta toteutettavia kokeiluja.

Kaupunki jatkaa ja vahvistaa tontti- ja elinvoimamarkkinointia tiiviissä yhteistyössä elinkeinopalvelun, maankäytön, viestinnän ja hanketoiminnan kesken. Erityistä huomiota kiinnitetään taajamien ja kylien omien vahvuuksien esiin tuomiseen, kaupungin verkkosisältöjen ja markkinointimateriaalien kehittämiseen sekä käynnissä olevien hankkeiden tulosten hyödyntämiseen alueiden markkinoinnissa.