

Kaupunginvaltuusto	§ 12	25.02.2019
Kaupunginhallitus	§ 56	11.03.2019
Kaupunginhallitus	§ 26	10.02.2020

## **Valtuustoaloite / Porintien varren mainosilmeen päivittäminen**

33/14.01.00/2019

Kaupunginvaltuusto 25.02.2019 § 12

Anu Frosterus tei valtuustoaloitteen Porintien varren mainosilmeen päivittäminen.

"Nyt on aika ottaa käyttöön meidän PARAS VALTTIKORTTI ja herättää jokainen Porintiellä kulkeva kiinnostumaan kaupungistamme muutakin kuin läpiajopaikkana. Karkkilan kaupungin tulee toteuttaa Porintien varteen isokokoinen digitaalinen mainos/kautta infotaulu missä on mahdollista esittää (liikkuvaa) kuvaa.

- Tontti järven rannalla alk. 19 000 euroa !
- Tarjolla työpaikkoja metallimiehille !
- Tiestikö, että 5 minuutin ajomatkan päässä on Suomen paras perjantaitori?

Lyhyt iskulause ja ohessa www-osoite mistä selviää tarkemmat lisätiedot. Kaupungin omien mainosten ohella mainostilaa taulusta tulee tarjota myös yrittäjille ja yhdistyksille esim.

- Sunset Beach Party, KaU koripallo-ottelut liikuntahallilla, Fight Night Finland vapaaottelutapahtuma, Nissan-päivät Auto-Kehässä, sisustusilta Värisilmässä...

Tarjolla ei tule kuitenkaan olla yhtään ilmaista mainostilaa ja kaupungin tulee käyttää ISOA harkintaa siinä mitä omassa toiminnassa on esille nostamisen arvoista!

Mainostaminen vaatii toistoja

Karkkilassa on pähkäilty miten lisätä positiivista mielikuvaa kaupungista, miten saada ison yleisön kiinnostus ja herättää mielenkiinto. Yritykset herättää mielenkiinto ovat olleet yksittäisiä tempauksia, vaikka tiedetään, että ONNISTUAKSEEN MAINOSTAMINEN VAATII USEITA TOISTOJA. Valtatie 2:sta Karkkilan läpi ajaa vuorokaudessa 7 000–10 000 ajoneuvoa (tieto vuodelta 2012/Ely). Millaisen kuvan kaupunki on heille itsestään antanut? Vuosia tien laidalla ollut "Hyvää elämää Karkkilassa" kyltti ei ole enää tätä päivää. Väitän, että kyltti ja sen visuaalinen toteutus luovat kaupungistamme pysähtyneen kuvan - sellaisen mitä emme edes itse koe omaksi. Tosin nyt ei riitä enää yhden sloganin vaihtaminen.

Mainostaulun käytännön hallinnointi tulee harkita otettavaksi Karkkilan elinkeinotoimen sijasta esimerkiksi Karkkilan Ruukinpajalle. Näin muun muassa siksi, että kaupungin elinkeinotoimella ei ole sellaista resurssia omassa organisaatiossaan, että mainostaulu voisi olla JATKUVASTI ELÄVÄ JA MIELENKIINTOINEN. Sen sijaan Ruukinpajalta löytyy kaikki tarvittava osaaminen ja resurssi: graafinen osaaminen, visuaalista silmää, nykytekniikan ymmärrys, nuorten tuore näkökulma kaupungin markkinointiin ja aikaresurssi hallinnoida ja ylläpitää jatkuvasti uusiutuvaa mainostaulua. Ruukinpajalle tulee vain laatia selkeä sääntökirja siitä ketkä kaikki mainostilaa voivat ostaa ja mihin hintaan."

Päätös: Kaupunginvaltuusto lähetti yksimielisesti aloitteen kaupunginhallituksen valmisteltavaksi.

Kaupunginhallitus 11.03.2019 § 56

Esittelijä: kaupunginjohtaja Tuija Telén

Kaupunginjohtajan ehdotus:

Kaupunginhallitus päättää

antaa valtuustoaloitteen kaupunginjohtajan / elinkeinoyksikön valmisteltavaksi.

Päätös: Kaupunginhallitus päätti ehdotuksen mukaan yksimielisesti.  
Kaupunginhallitus 10.02.2020 § 26

Esittelijä: kaupunginjohtaja Tuija Telén

Anu Frosterus on tehnyt 25.2.2019 edellä esitetyn valtuustoaloitteen Karkkilan kaupungin markkinoinnin tehostamiseksi.

Vastauksena aloitteeseen todetaan seuraavaa:

Karkkilan kaupunkimarkkinointiin tulee panostaa systemaattisesti Karkkilan tavoitteellisen kasvun ja vetovoiman edistämiseksi. Näitä tavoitteita tullaan edistämään vuonna 2020.

Kaupunkimarkkinoinnissa lähdetään liikkeelle kaupungin vahvuuksista ja houkuttelevuuden kannalta keskeisistä vetovoimatekijöistä. Vuoden 2020 aikana tehdään Karkkilan vetovoimaselvitys ja sen pohjalta laaditaan kaupungin markkinointiviestintäsuunnitelma. Samaan aikaan uudistetaan kaupungin markkinointimateriaalit sekä muun muassa matkailun www-sivut. Lisäksi tehdään toimenpiteitä Karkkilan yleisen tunnettuuden ja vetovoiman kehittämiseksi muun muassa luontomatkailun sekä yleisen matkailutarjonnan kehittämiseksi.

Markkinointiviestintäsuunnitelmaan kirjataan Karkkilan kaupunkimarkkinoinnin keskeiset tavoitteet ja ydinviestit, markkinoinnin operatiiviset vuosittaiset toimenpiteet sekä markkinoinnissa käytettävät kanavat. Markkinointiviestintäsuunnitelmaan kirjataan myös resurssit eli linjataan, mitkä toimenpiteet toteutetaan omin voimin, ja missä käytetään ulkoista osaamista. Suunnitelmassa toteutetaan tiedolla johtamisen periaatetta ja pohjana suunnitelmalle käytetään aiemmin tehtyjä brändikyselyitä sekä edellä kerrottua vuoden 2020 keväällä toteutettavaa selvitystä Karkkilan vetovoimatekijöistä.

Valtuutettu Frosteruksen esittämä mainoskyltti on yksi mahdollinen markkinointikanava, jonka tarve ja käytettävyys arvioidaan markkinointiviestintäsuunnitelmassa osana käytettävien kanavien linjausta.

Kaupunginjohtajan ehdotus:

Kaupunginhallitus päättää

- 1) antaa valtuustoaloitteeseen edellä esitetyn vastauksen, ja
- 2) toteaa, että asiaa jatkovalmistellaan osana kaupungin markkinoinnin kehittämistä keväällä 2020, ja
- 3) toteaa valtuustoaloitteen loppuunkäsittelyksi.

Päätös: Kaupunginhallitus päätti ehdotuksen mukaan yksimielisesti.

Täytäntöönpano: kaupunginvaltuusto