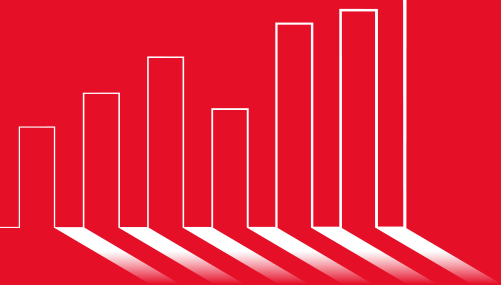


KEMPELEEN KUNTA BRÄNDITUTKIMUS 2015

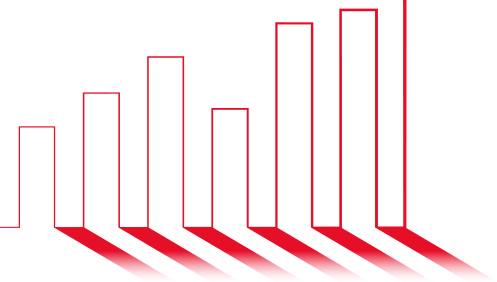
Timo Myllymäki

Tutkimuspäällikkö, YTM



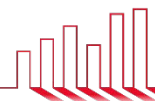
SISÄLLYSLUETTELO

■ Yhteenveto	3
■ Johdanto	4
■ Spontaanit ajatukset Kempeleestä	8
■ Kempeleen tunteminen	18
■ Kokonaismielikuva	25
■ Mielikuva asuin-/yrityksen sijaintipaikkana	31
■ Mielikuvaväittämät	38
■ Kempeleen mielikuvan tärkeimmät vahvuudet ja kehittämiskohteet	49
■ Kempeleen uudelleenalinta asuinkunnaksi/yrityksen sijaintikunnaksi ja suositteluhaluukkuus muille	54



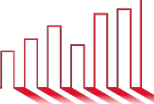
Yhteenveto tärkeimmistä asioista

- **Kempeleestä tulee useimmin mieleen** asukkaille Zeppelin, Oulu ja hyvä asua ja yrityksille lisäksi yrittäjäystävällisyys, halu kasvaa ja kehittyä sekä vireys.
- **Kempele tunnetaan useimmin** sekä asukkaiden että yritysten parissa Zeppelinistä, pääministeri Sipilästä ja Oulun läheisyydestä.
- **Kempeleen tärkeimpiä vahvuuksia ovat** asukkaiden parissa sijainti, Oulun läheisyys, itsenäisyys, palvelut, terveydenhoito ja lapsiperheiden huomiointi. Yritykset mainitsevat usein myös yrittäjäystävällisyyden.
- **Naapurikuntia paremmin Kempeleessä on hoidettu** erityisesti terveydenhoito, mutta myös koulut ja palvelut sekä yleensä lasten asiat. Yritykset mainitsevat tässäkin myös yritysystävällisyyden samoin kuin yleensä sotepalvelut.
- **Kempele tunnetaan** yleisesti hyvin, siihen liittyvää uutisointia seurataan tiiviisti, erityisesti kempeleläisten asukkaiden ja yritysten keskuudessa. Naapurikuntien (eli suurimmaksi osaksi Oulun) yritykset ovat ulkopaikkakuntalaisia asukkaita tietoisempia Kempeleen asioista.
- **Kempeleestä syntynyt kokonaismielikuva** on sangen myönteinen (sekä asuinpaikkana että yrityksen sijaintipaikkana). Kriittisiä mielipiteitä on vähän.
- **Erilaisista mielikuvaväittämistä parhaiten Kempelettä kuvaavat** hyvät kaupalliset palvelut, hyvä sijainti ja luonnonläheisyys sekä yritysten menestyminen. Itse kempeleläiset asukkaat nostavat esiin vielä viihtyisyyden, kunnan palvelut, harrastamisen monipuolisuuden, turvallisuuden, lapsista, nuorista ja perheistä huolehtimisen. Kempeleen yritysten mielestä Kempeleessä on myös hyvä yrittää.
- **Kempeleläiset asukkaat** valitsivat Kempeleen uudelleenkin asuinpaikakseen hyvin mielellään. **Kempeleläiset yritykset** vastaavasti valitsivat mielellään yrityksen sijaintipaikaksi Kempeleen uudelleenkin.
- **Asukkaat myös mielellään suosittelevat Kempelettä asuinpaikaksi, yritykset ovat tässä hieman varovaisempia.** Kempelettä ei tässä asiassa kritisoida kummassakaan kohderyhmässä.



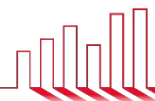
Johdanto

- **Asiakas:** Kempeleen kunta, jonka toimeksiannosta tutkimus toteutettiin.
- **Tutkimuksen toteuttaja:** Taloustutkimus Oy, vastaavana tutkijana Timo Myllymäki.
etunimi.sukunimi(at)taloustutkimus.fi
- **Tutkimuksen tavoite:** Tämän Kempeleen ensimmäisen bränditutkimuksen tavoitteena on selvittää miten sen ja naapurikuntien asukkaat ja yrityspäättäjät kokevat Kempeleen. Tutkimuksen tarkoituksena on tuottaa pohjatietoa Kempeleen kunnalle sen viestintätöön kehittämistä varten
- **Kohderyhmä:** Kempeleen ja naapurikuntien asukkaat sekä yrityspäättäjät. Aineiston rakenne on esitetty graafisesti johdannon jälkeen.
- **Otoskoko:** Asukashaastatteluja yhteensä 200 kpl ja yrityshaastatteluja 100 kpl. Haastatteluja tehtiin kaikkiaan 300kpl
- **Tiedonkeruun ajankohta:** 12.-23.11.2015
- **Otantamenetelmä:** Asukaskohderyhmän yhteystiedot Taloustutkimus hankki satunnaisotoksena väestötietojärjestelmästä, yritysten yhteystiedot Intelliasta. Asukkaiden otos oli kiintiöity alueittain, sekä sukupuolen ja ikäryhmän mukaisesti. Yritystoimialat valittiin yhdessä tilaajan kanssa. Haastateltavat valittiin satunnaisesti kunkin toimialan kohdalla. Eri toimialojen haastattelumäärät oli kiintiöity etukäteen. Myös yritysten kohdalla käytettiin aluekohtaista kiintiötä.
- **Tiedonkeruumenetelmä:** puhelinhaastattelu. Kaikki haastattelut tehtiin Taloustutkimuksen haastattelukeskuksessa Helsingissä. Haastattelihoita oli 8 kpl.
- **Haastattelulomake:** haastattelulomake on suunniteltu yhteistyössä tilaajan kanssa. Lomake oli suomenkielinen.

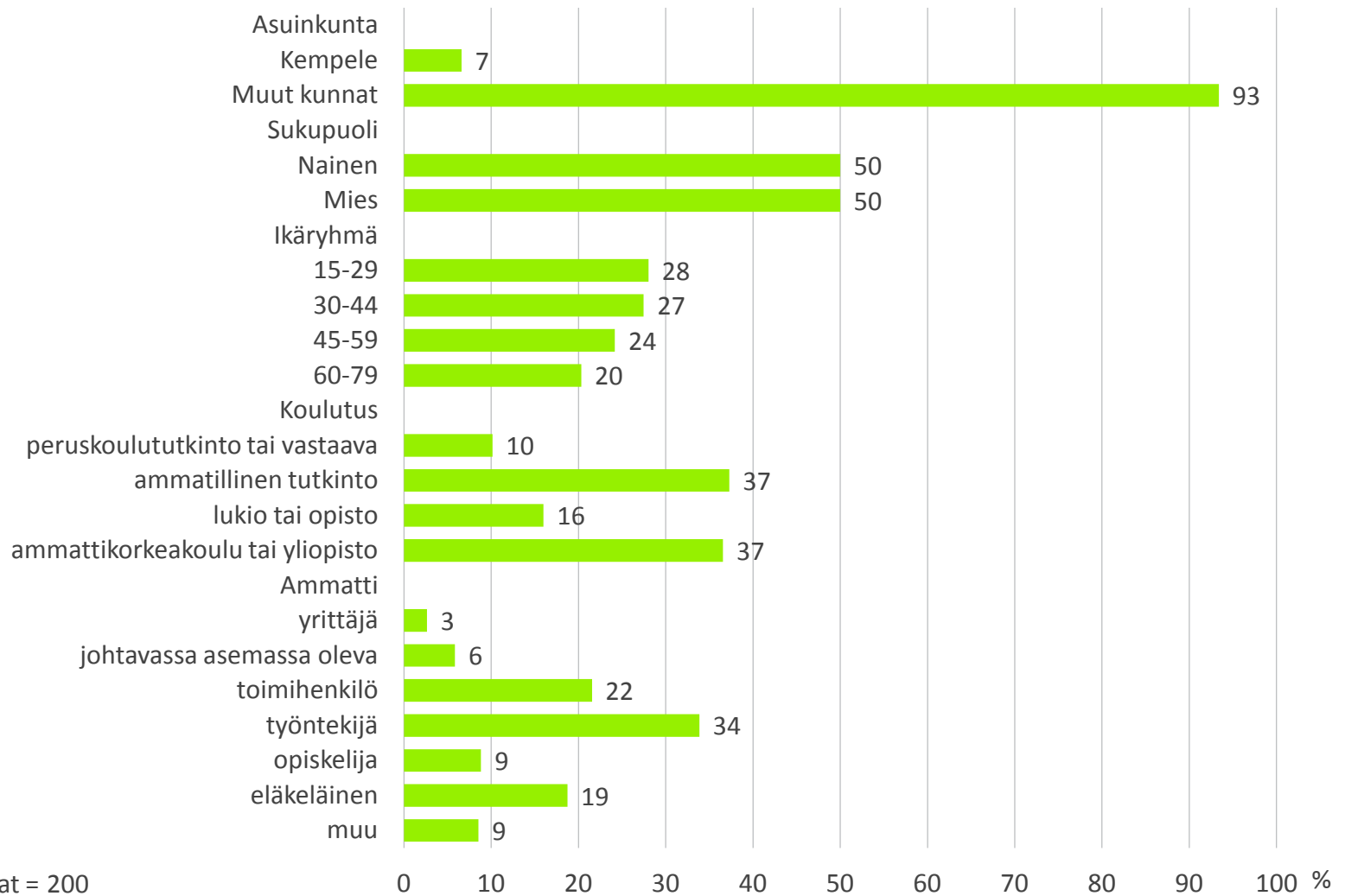


Johdanto

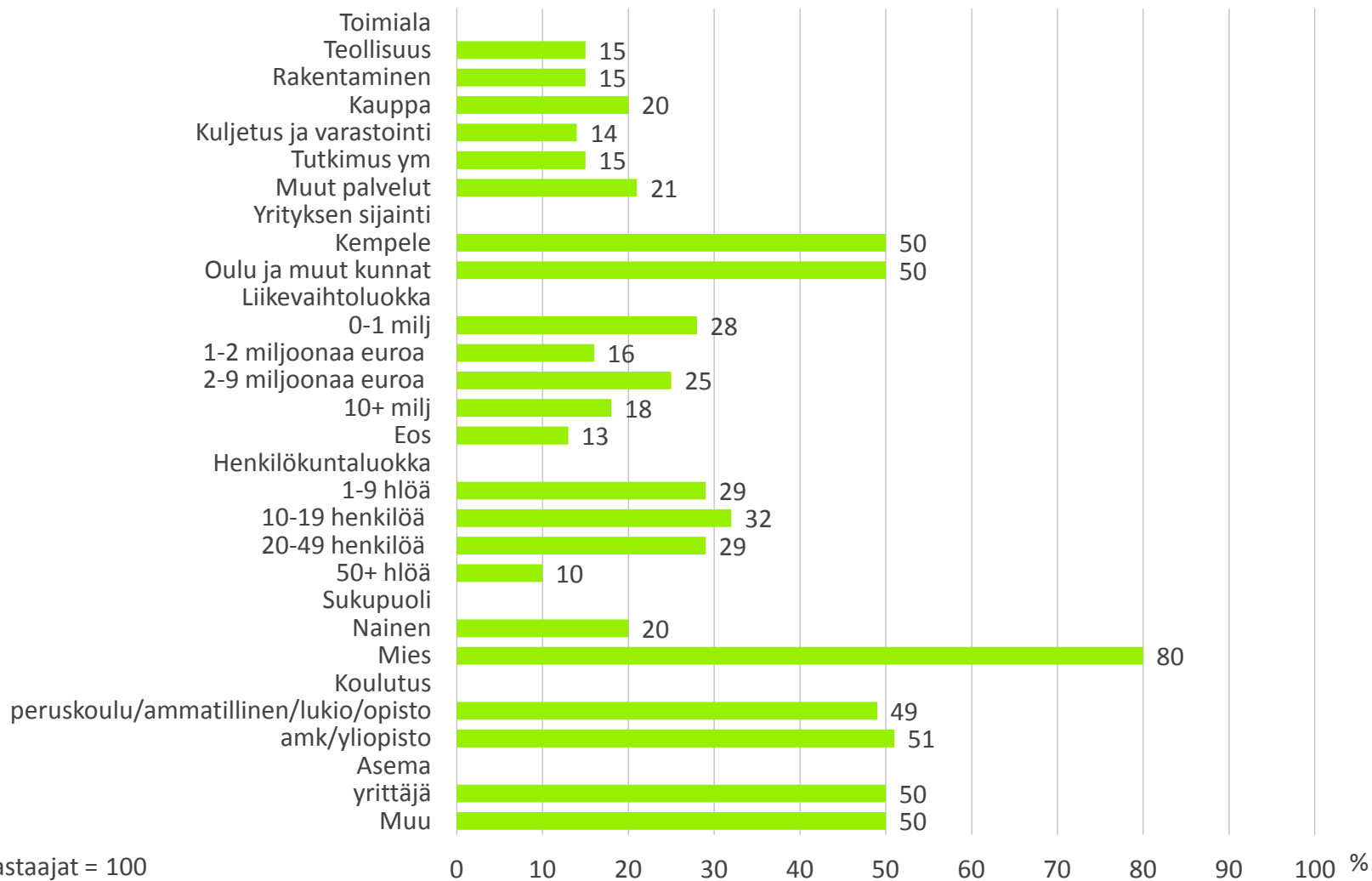
- **Dokumentit, materiaalit tai tuotteet, joita on käytetty osana tutkimusta:** Ei käytetty.
- **Aineiston painotus:** Aukkaiden tulokset on painotettu asuinkunnan, sukupuolen ja iän mukaan kohderyhmää vastaavaksi. Yrityspäättäjäosuuden tuloksia ei ole painotettu.
- **Arviointi- ja imputaatiomenettelyt:** Ei käytetty.
- **Tulosten luotettavuus:** Tulosten luotettavuusrajat esitetty liitteenä olevassa luotettavuusrajataulukossa, josta seurataan kokonaistulosten osalta kunkin kysymyksen vastaajamäärää (sarakkeissa). Eli jos johonkin kysymykseen kantaa ottaneita on 100, löytyvät luotettavuusrajat sarakkeesta n=100.
- **Raportointi:** Atk-ristiintaulukoinnit, kysymyslomake ja avoimet vastaukset ovat erillisissä tiedostoissa. Tämä raportti sisältää tutkimustulosten yhteenvedon sekä yksityiskohtaiset tulokset esitettynä sanallisesti ja kuvioden avulla.
- Taloustutkimus käsittelee aina kaikkia tutkimuksiin liittyviä, sekä asiakkailta saatuja että tutkimuksen yhteydessä syntyneitä, tietoja ehdottoman luottamuksellisina.
- **Kenttätöön validointi:** ”Kenttätöön validoinnin tarkoituksena on varmistaa, että kenttätöntekijöiden suorittama tiedonkeruu on suoritettu projektiohjeiden mukaisesti sisältäen tutkimuslomakkeiden ja yleisten vaatimusten seuraamisen. Taloustutkimuksessa on kirjattu tarkat menettelyohjeet validoinnin toteuttamisesta eri tiedonkeruumenetelmien kohdalla. Validointeja seurataan sekä projekti- että haastattelijakohtaisesti. Haastattelemalla tehdystä tiedonkeruusta 10 % uudelleen kontaktoidaan pääsääntöisesti puhelimitse ja/tai sähköisesti laadun varmistamiseksi. Haastatteluja voidaan tarkkailla myös kuuntelemalla 5 % haastatteluista vähintään 75 %:sesti. Muissa menetelmissä käytetään tietotallenteiden tarkastusta ja/tai valvontaa.”
- SGS Fimko on myöntänyt Taloustutkimukselle sekä ISO 9001:2008 että ISO 20252 -laatusertifikaatit, ja tämän projektin kaikki vaiheet on toteutettu näiden standardien sekä Suomen lakien mukaisesti.
- Lisäksi Taloustutkimus on sitoutunut noudattamaan ESOMARin ja Kansainvälisen Kauppakamarin yhdessä julkaisemia tutkimusalan kansainvälisiä perussääntöjä.



Vastaajajoukon rakenne (Painotettu asuinkunnan, iän ja sukupuolen mukaan)

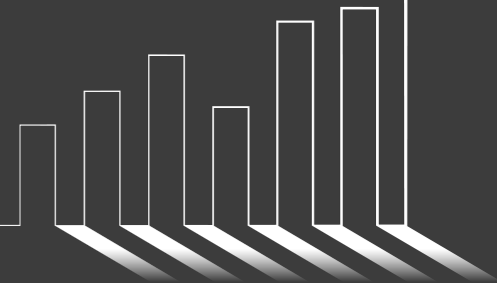


Vastaajajoukon rakenne



SPONTAANIT AJATUKSET KEMPELEESTÄ

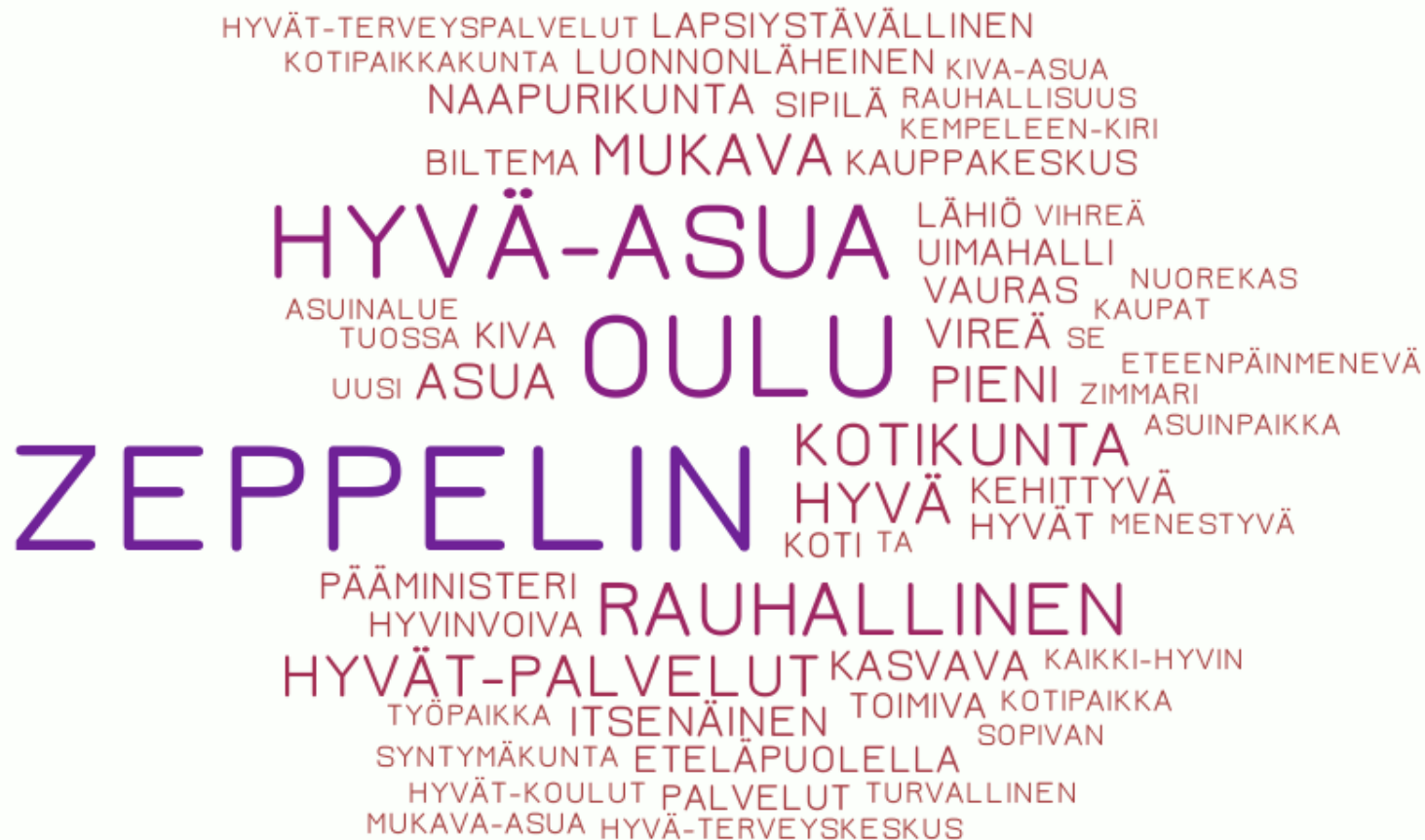
*ZEPPELIN, OULU, HYVÄ ASUA
KASVAVA, KEHITTYVÄ, VIREÄ, YRITTÄJÄYSTÄVÄLLISYYS
PÄÄMINISTERI JUHA SIPILÄ
"ETELÄ", SIJAINTI
ITSENÄISYYS, HYVÄT PALVELUT, TERVEYDENHOITO*





Mitä tulee mieleen Kempeleestä

Vähintään 2 kertaa mainitut asiat



WordItOut

Vastaajat = 200 alueen
asukasta

Mitä tulee mieleen Kempeleestä

Vähintään 2 kertaa mainitut asiat



WordItOut

Vastaajat = 100 alueen
yrityspäätäjää

Mistä Kempele tunnetaan?

Vähintään 2 kertaa mainitut asiat



Mistä Kempele tunnetaan?

Kaikki mainitut asiat



WordItOut

Vastaajat = 100 alueen
yrityspäättäjää

Mikä on Kempeleen tärkein vahvuus?

Kaikki maininnat

Vähintään 2 kertaa mainitut asiat



Mikä on Kempeleen tärkein vahvuus?

Kaikki mainitut asiat



WordItOut

Vastaajat = 100 alueen
yrityspäättäjää

Mitkä asiat hoidettu Kempeleessä naapurikuntia paremmin?

Kaikki maininnat

Vähintään 2 kertaa mainitut asiat



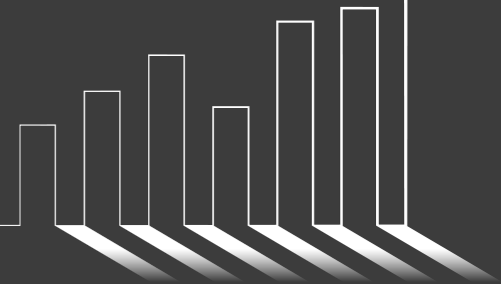
Kaikki mainitut asiat



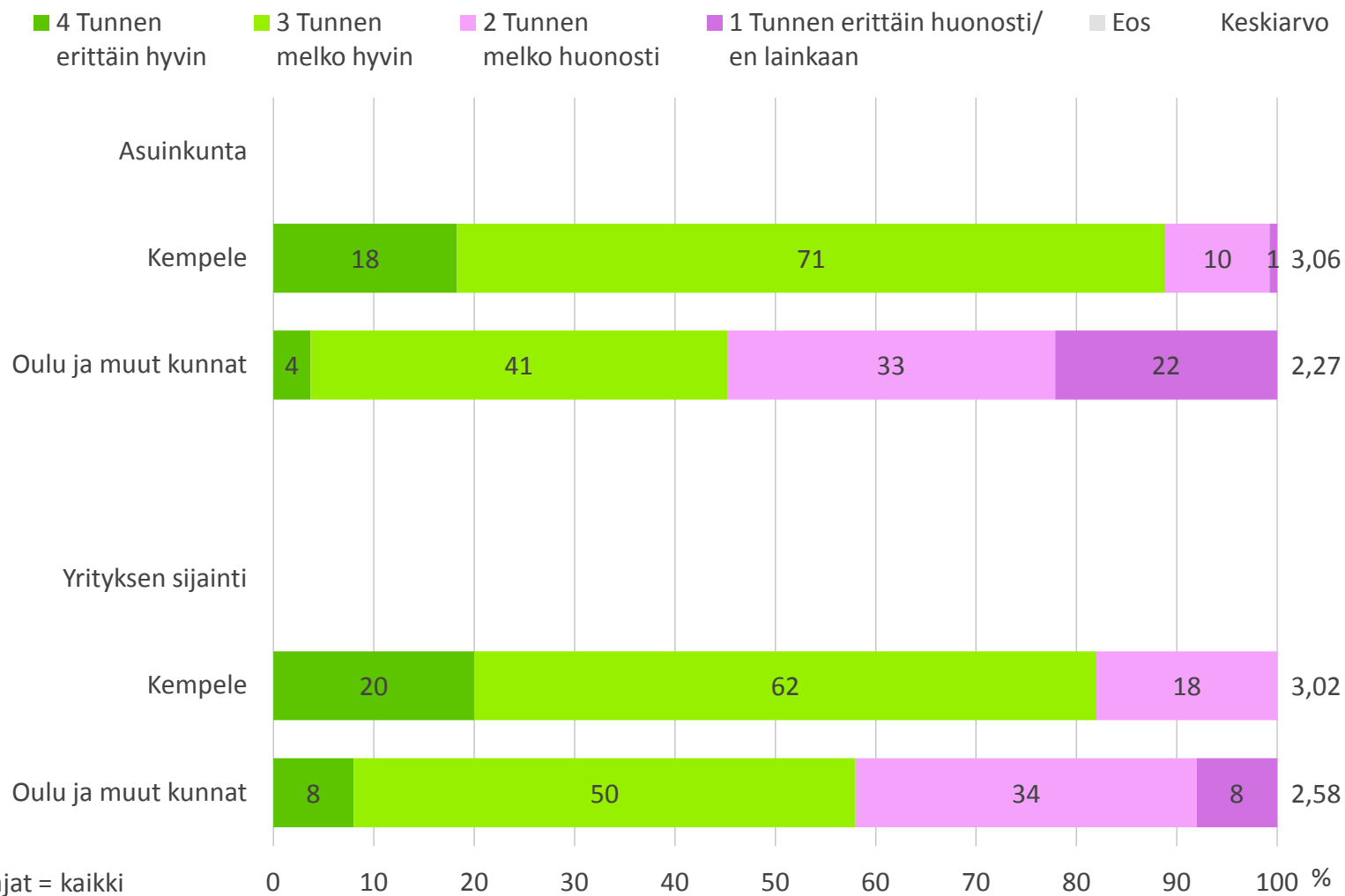
Vastaajat = 100 alueen
yrityspäätäjää

KEMPELEEN TUNTEMINEN

*90% OMISTA ASUKKAISTA, 80% OMISTA YRITYKSISTÄ TUNTEE HYVIN
50% MUISTA ASUKKAISTA, 60% MUISTA YRITYKSISTÄ TUNTEE HYVIN*

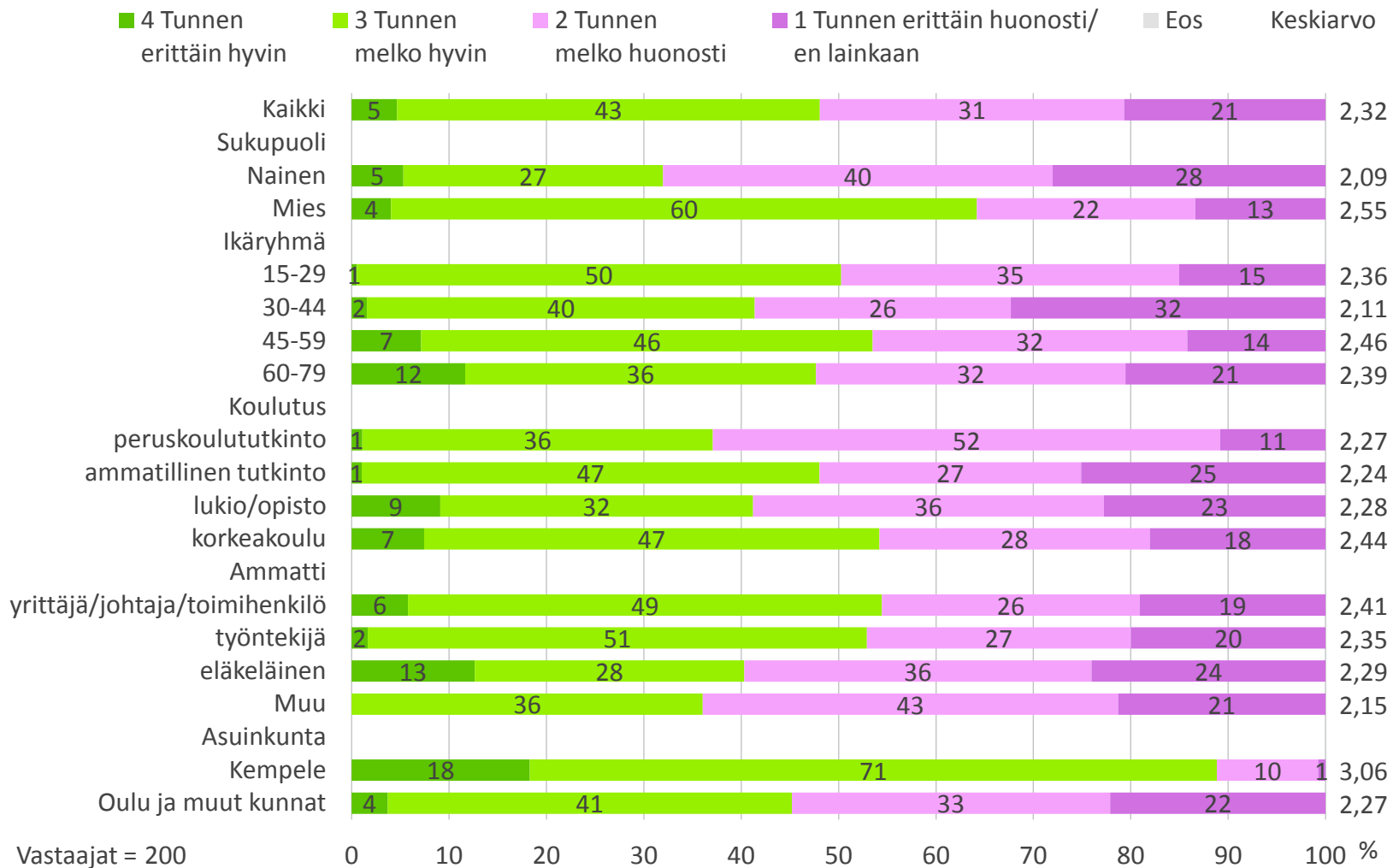


Tunnen Kempeleen...



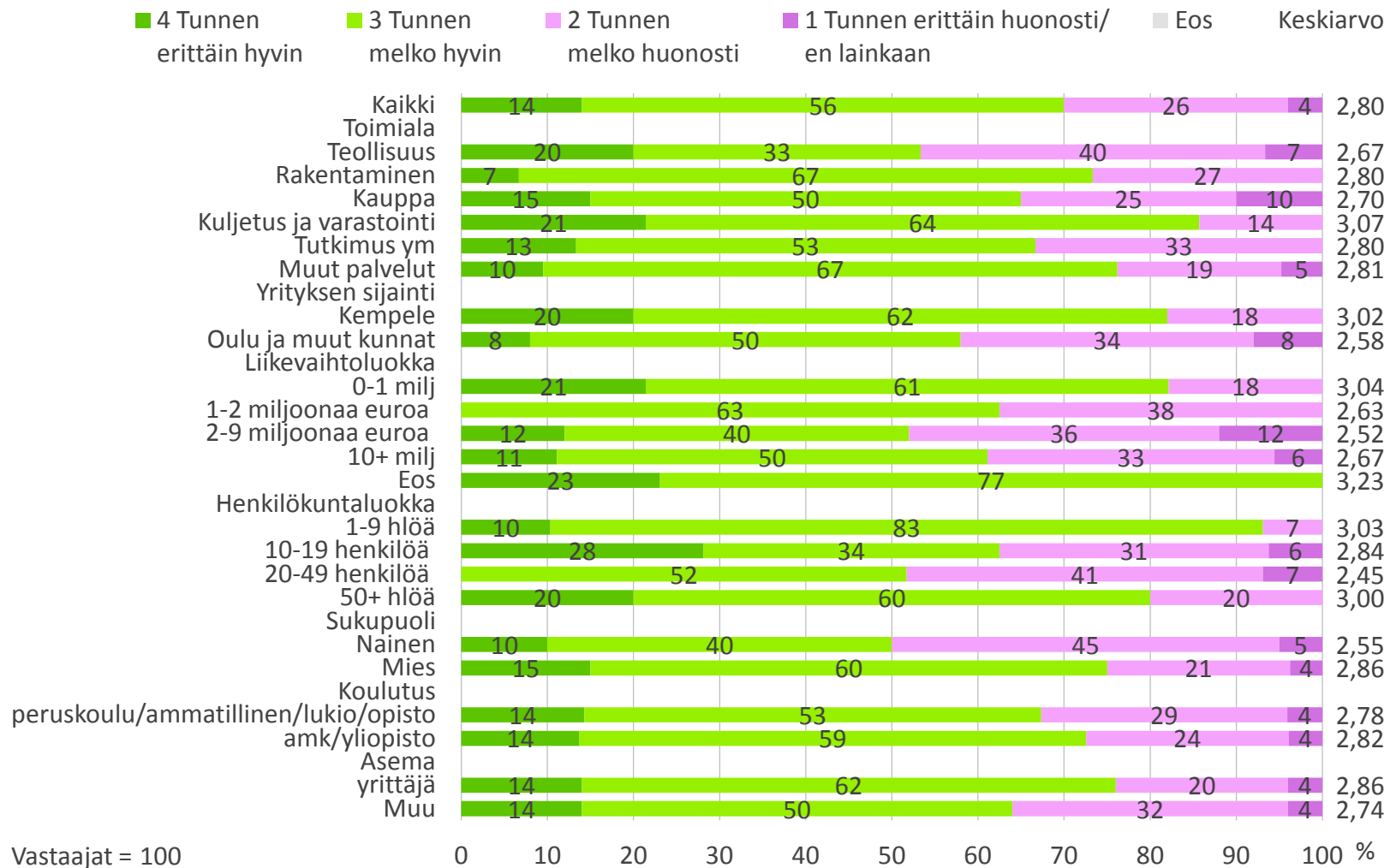
Tunnen Kempeleen... Asukkaat

- Miehet
- Korkeasti koulutetut
- Työelämässä olevat

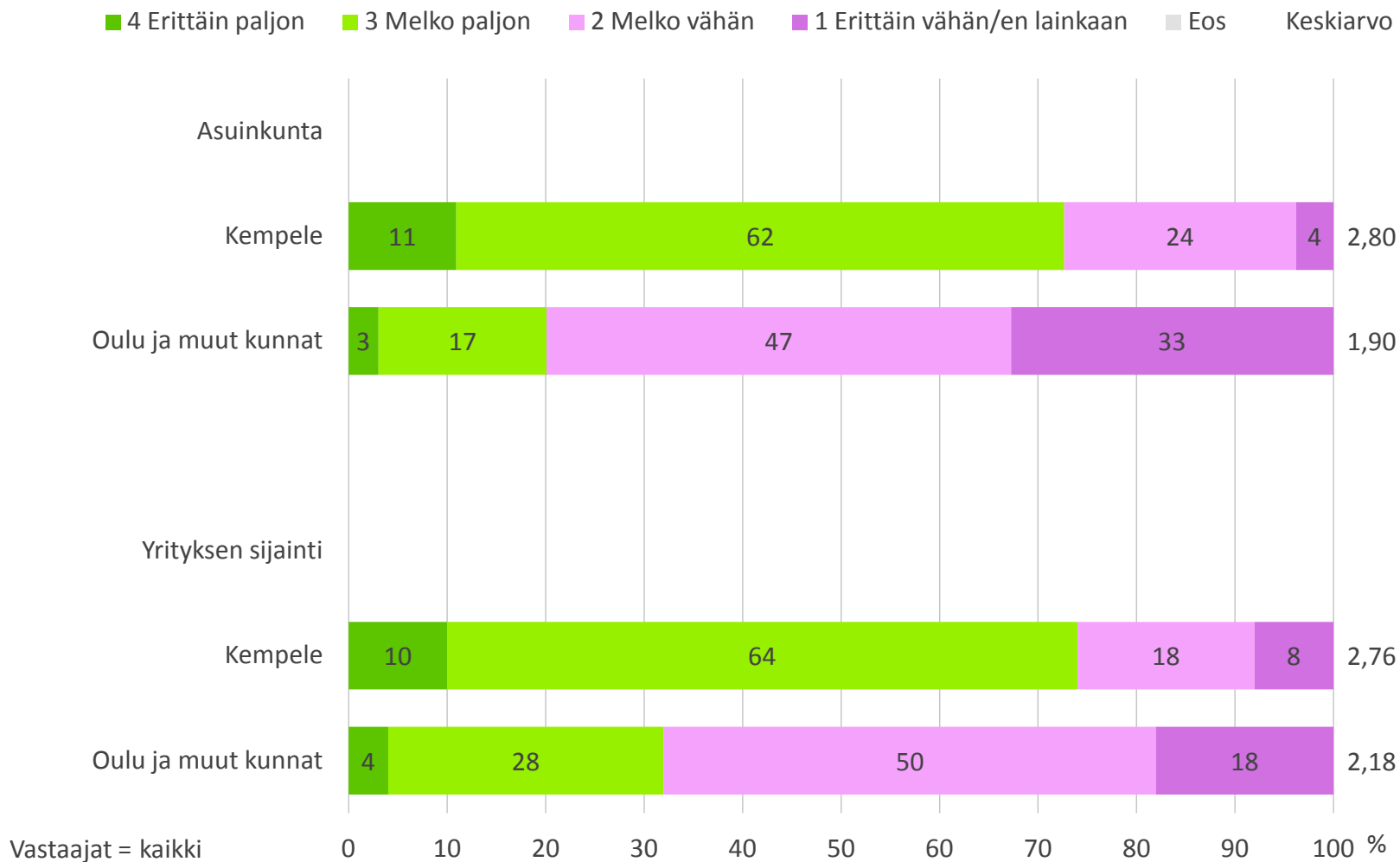


Tunnen Kempeleen... Yritykset

- Logistiikka, rakentaminen ja palvelut
- Pienet yritykset
- Miehet



Seuraa Kempelettä koskevaa uutisointia/tiedottamista...

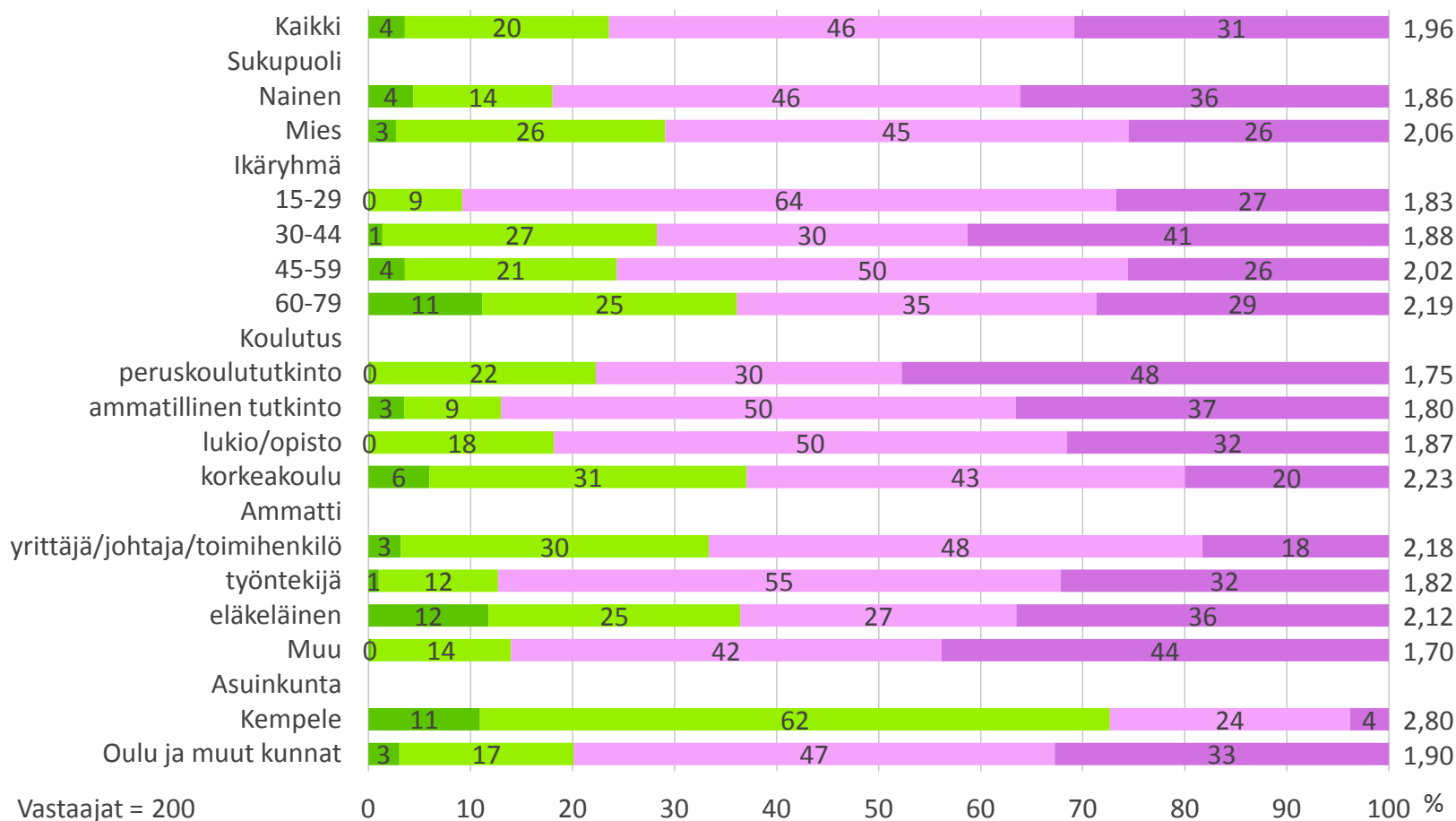


Seuraa Kempelettä koskevaa uutisointia/tiedottamista...

Asukkaat

- Miehet
- lääkäimmät
- Korkeasti koulutetut
- Valkokaulustyöntekijät ja eläkeläiset

4 Erittäin paljon 3 Melko paljon 2 Melko vähän 1 Erittäin vähän/en lainkaan Eos Keskiarvo



Vastaajat = 200

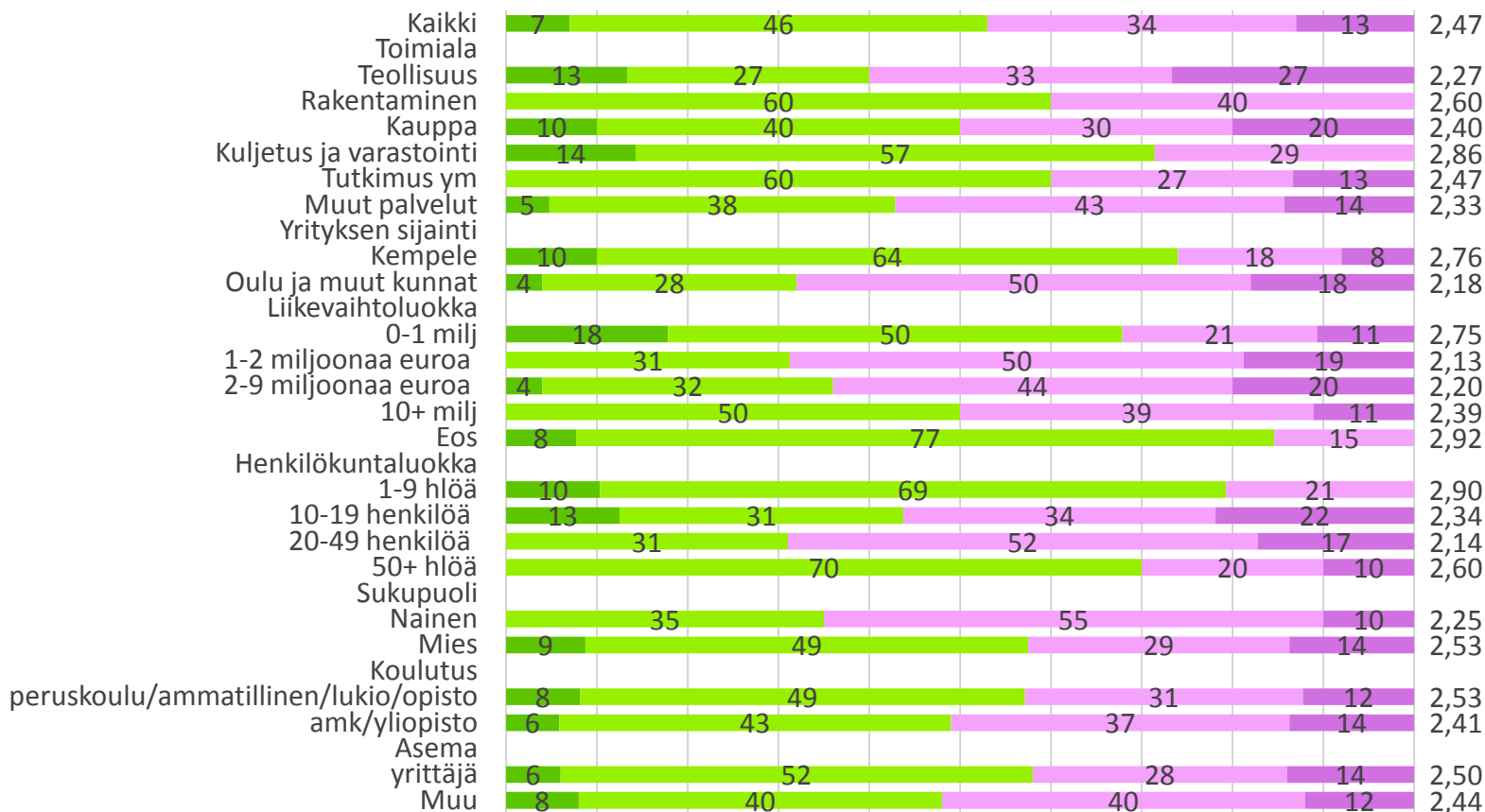
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100 %

Seuraan Kempelettä koskevaa uutisointia/tiedottamista

Yritykset

- Logistiikka, rakentaminen ja tutkimus
- Pienet yritykset
- Miehet

4 Erittäin paljon 3 Melko paljon 2 Melko vähän 1 Erittäin vähän/en lainkaan Eos Keskiarvo

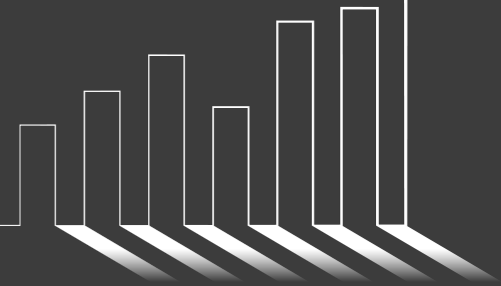


Vastaajat = 100

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100 %

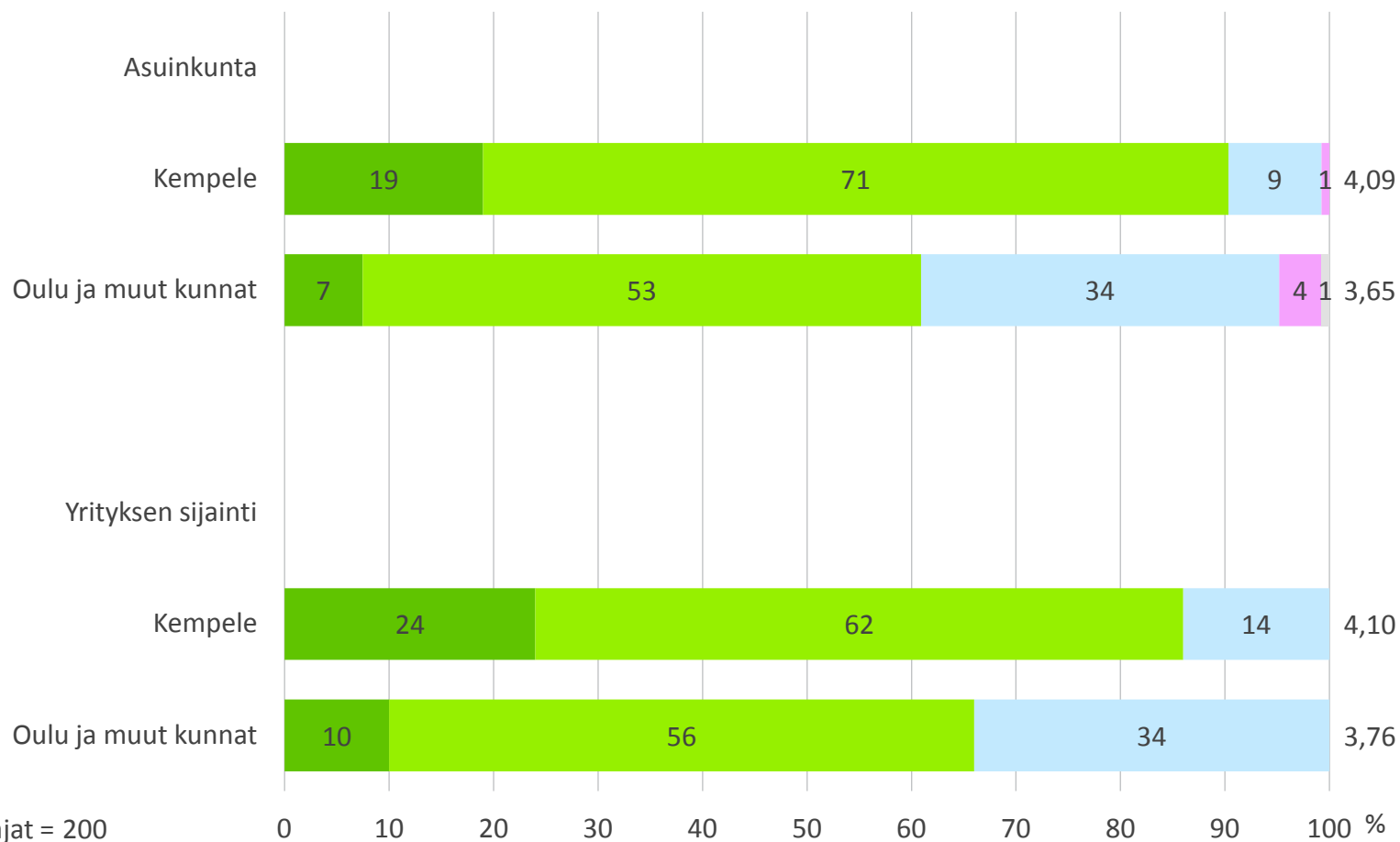
KOKONAISMIELIKUVA
OMAT ASUKKAAT JA YRITYKSET: "MYÖNTEINEN"
MUUT: "MELKO MYÖNTEINEN"

EI KRIITTISIÄ ARVIOITA



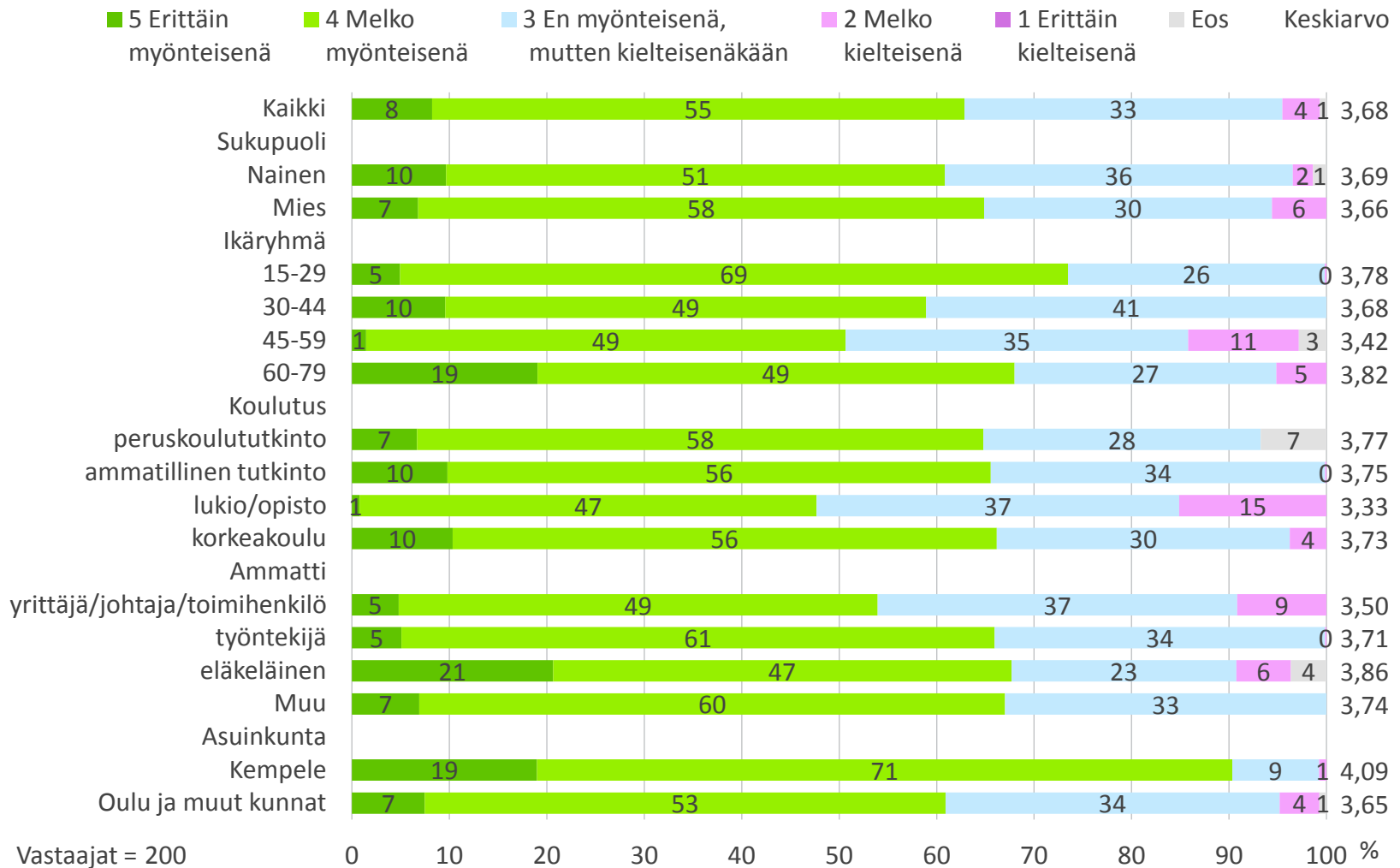
Pidän Kempeleestä syntynyttä kuvaa...

5 Erittäin myönteisenä 4 Melko myönteisenä 3 En myönteisenä, mutten kielteisenäkään 2 Melko kielteisenä 1 Erittäin kielteisenä Eos Keskiarvo



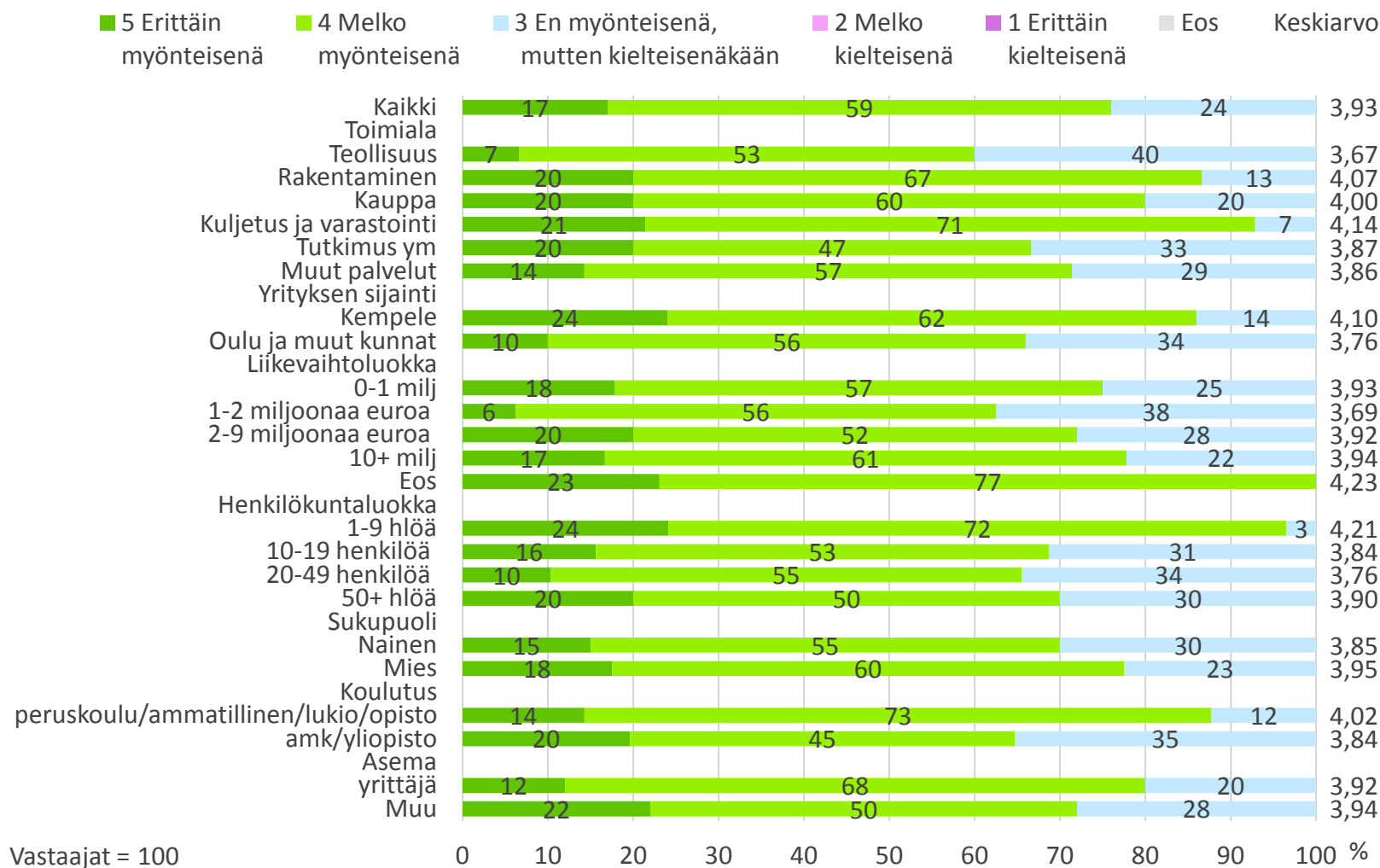
Pidän Kempeleestä syntynyttä kuvaa... Asukkaat

- Nuorimmat ja iäkkäimmät
- HUOM: lukio/opisto, valkokaulusväestö



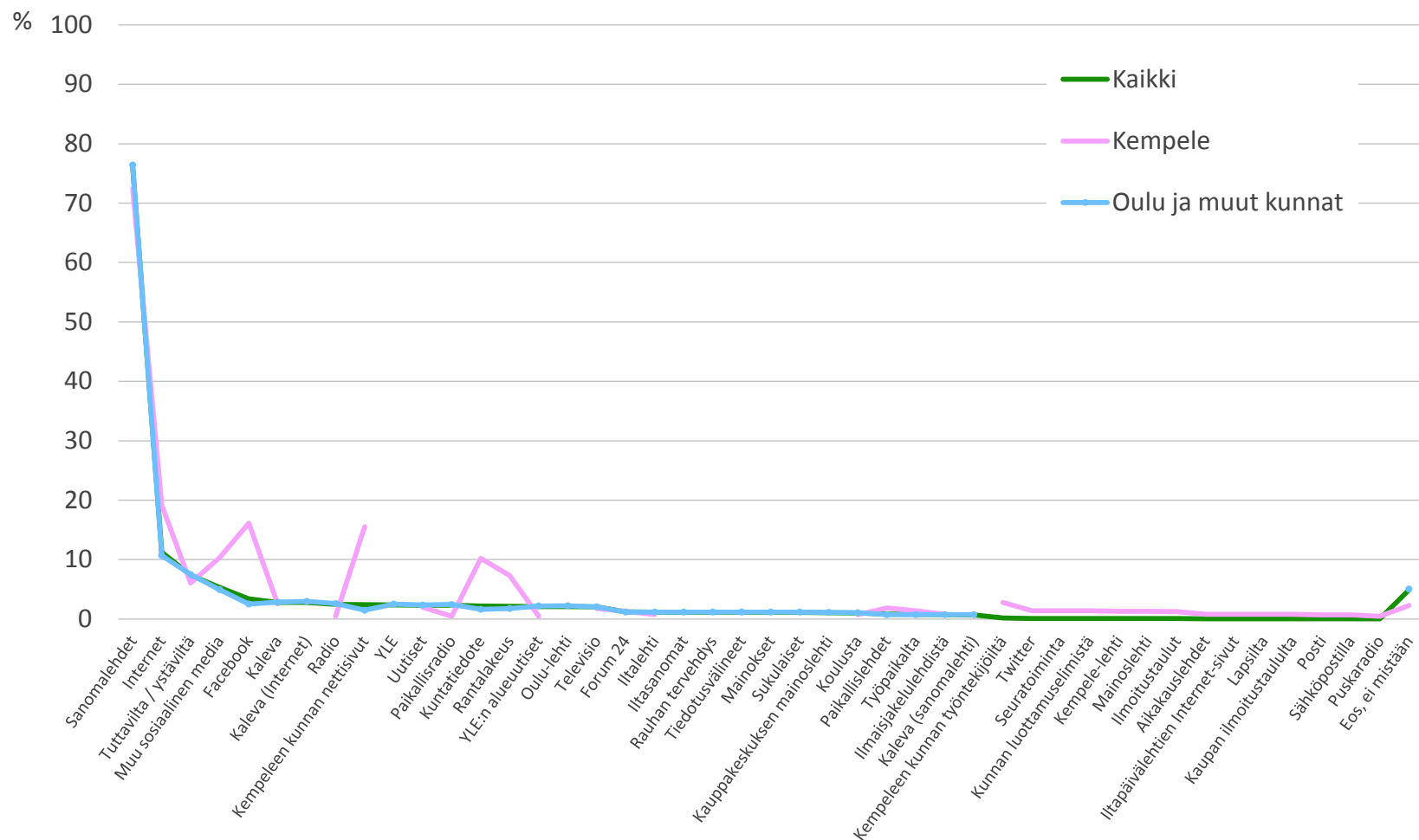
Pidän Kempeleestä syntynyttä kuvaa... Yritykset

- Logistiikka, rakentaminen, kauppa
- Pienimmät yritykset
- Miehet
- Vähemmän kouluttautuneet



Seuraan Kempeleen asioita (spontaani) Asukkaat

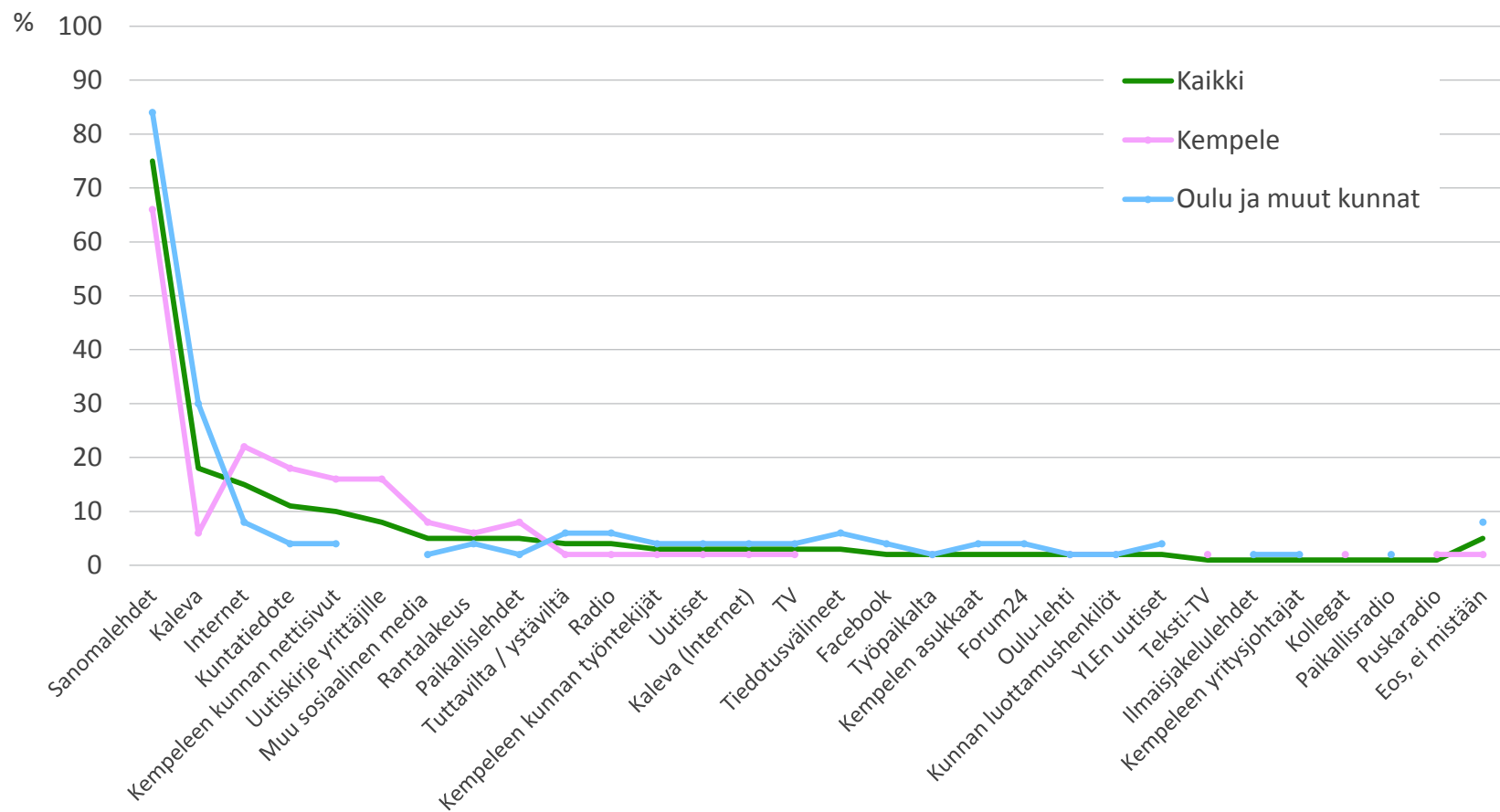
- Sanomalehdet tärkein
- Kempeleläisille myös FB ja Kunnan nettisivut sekä kuntatiedote ja Rantalakeus + tuttavat/ystävät



Vastaajat = 200

Seuraan Kempeleen asioita (spontaani) Yritykset

- Sanomalehdet tärkein
- Kempeleläisille myös internet, kuntatiedote, kunnan internetsivut ja uutiskirje yrittäjille



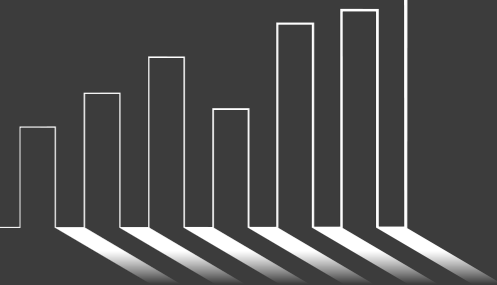
Vastaajat = 100

MIELIKUVA ASUINPAIKKANA

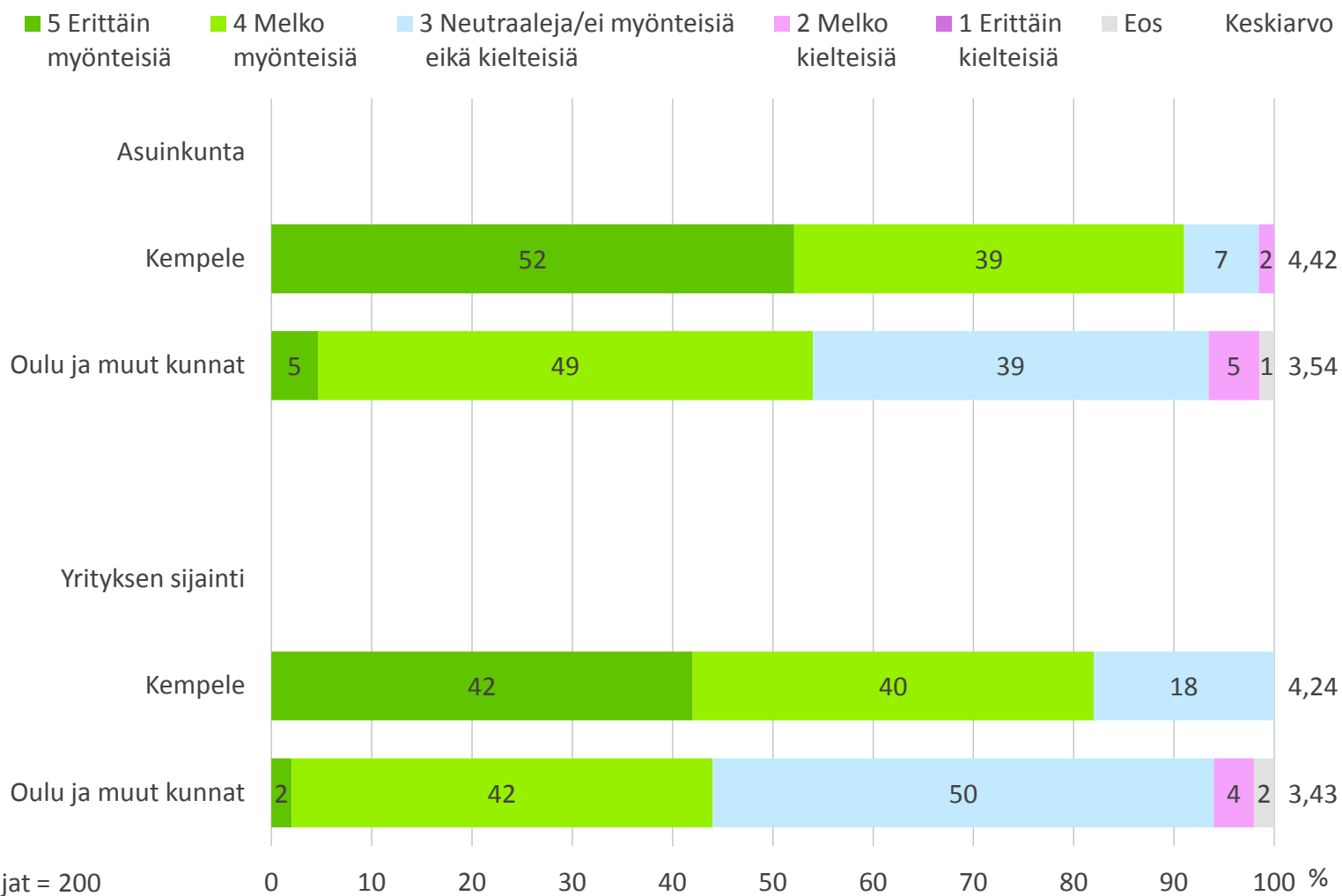
*OMAT ASUKKAAT JA YRITYKSET: "MYÖNTEINEN"
MUUT: "MELKO MYÖNTEINEN"*

MIELIKUVA YRITYKSEN SIJAINNIPAIKANA

*KAIKKI ASUKKAAT JA OMAT YRITYKSET: "MYÖNTEINEN"
MUUT YRITYKSET: "MELKO MYÖNTEINEN"*

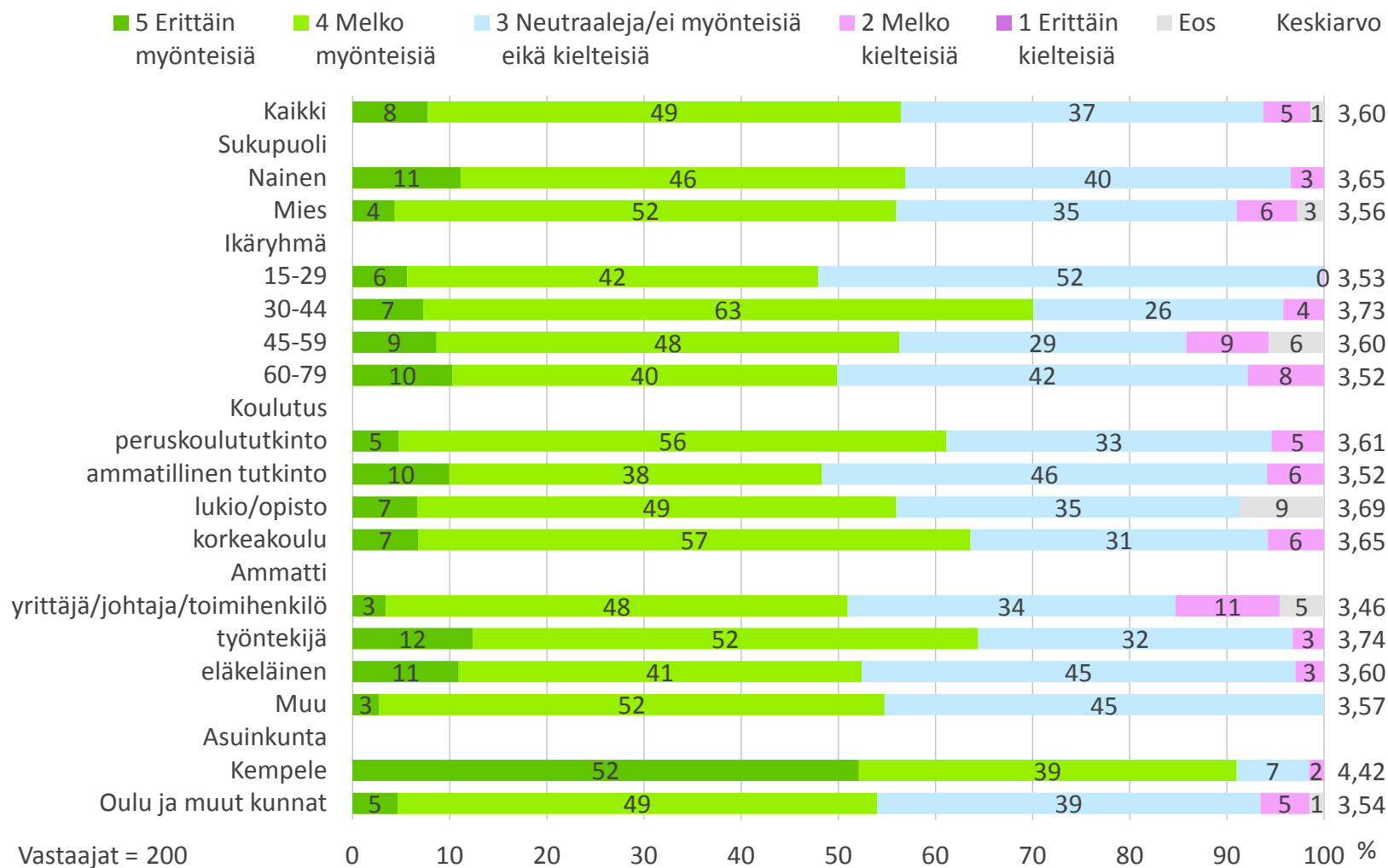


Ajatukset Kempeleestä asuinpaikkana...



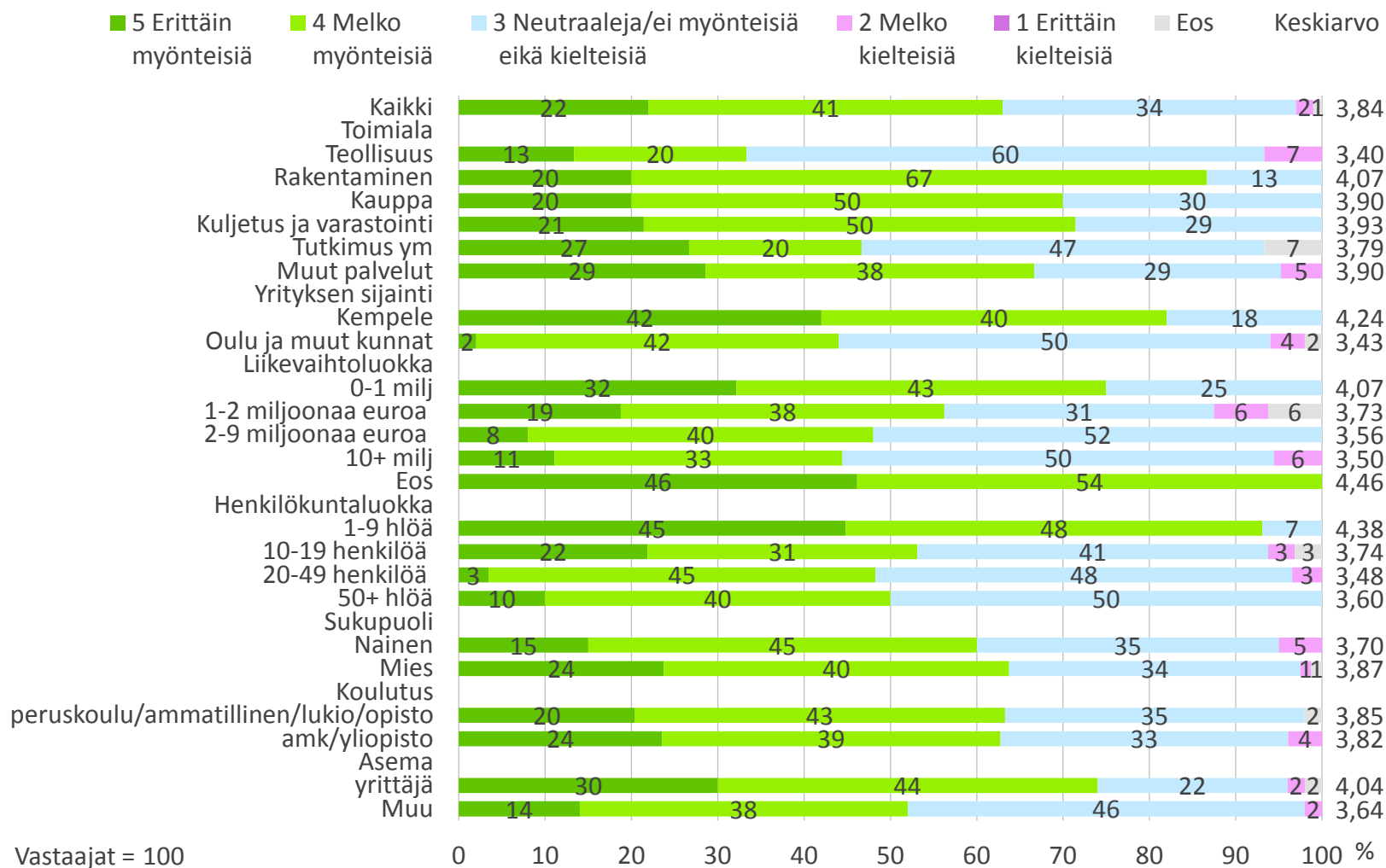
Ajatukset Kempeleestä asuinpaikkana... Asukkaat

- 30-44-vuotiaat
- Korkeasti koulutetut ja peruskoulututkinnon suorittaneet
- Työntekijät



Ajatukset Kempeleestä asuinpaikkana... Yritykset

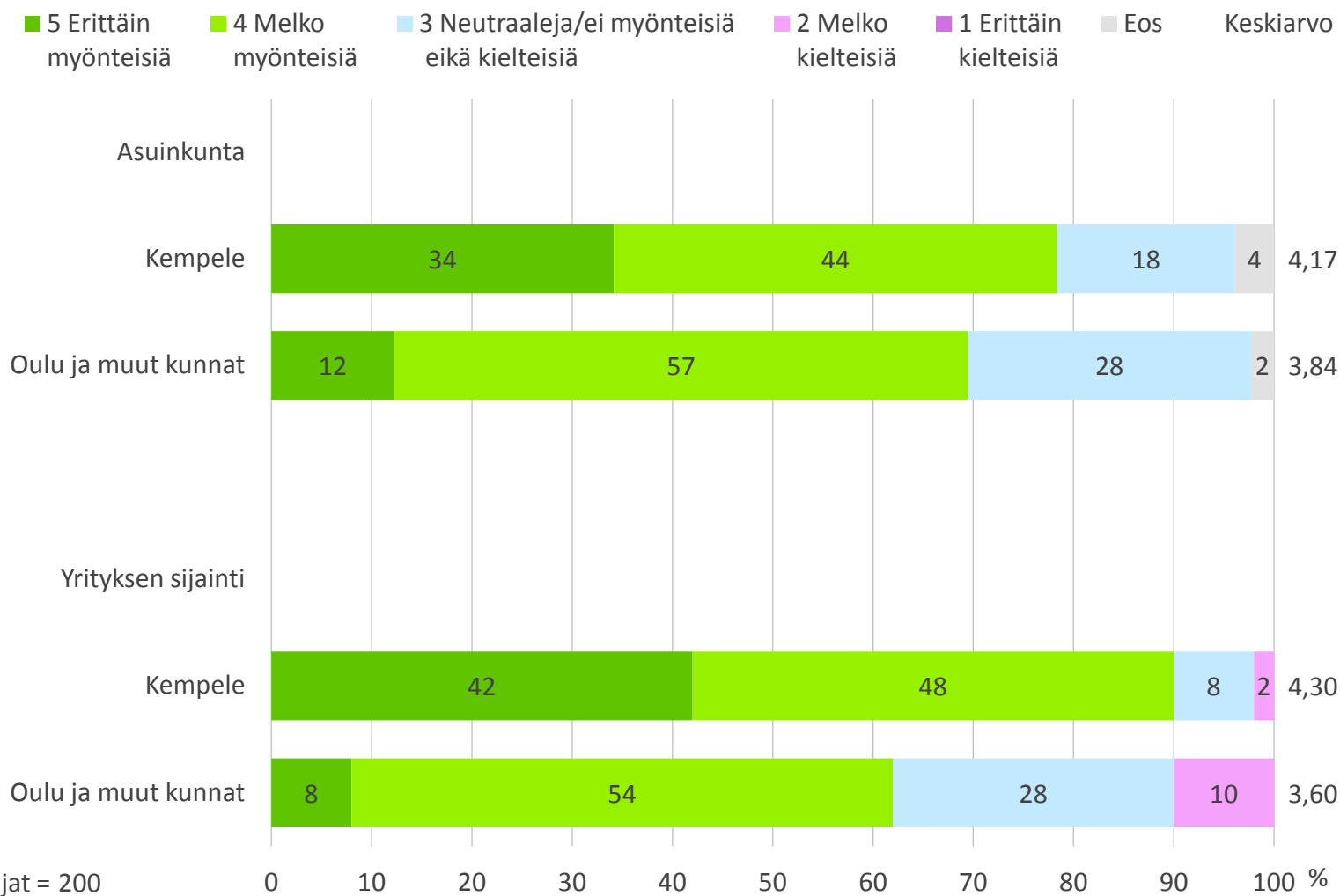
- Rakentaminen, kauppa ja logistiikka sekä muut palvelut
- Pienimmät yritykset
- Yrittäjät



Vastaajat = 100

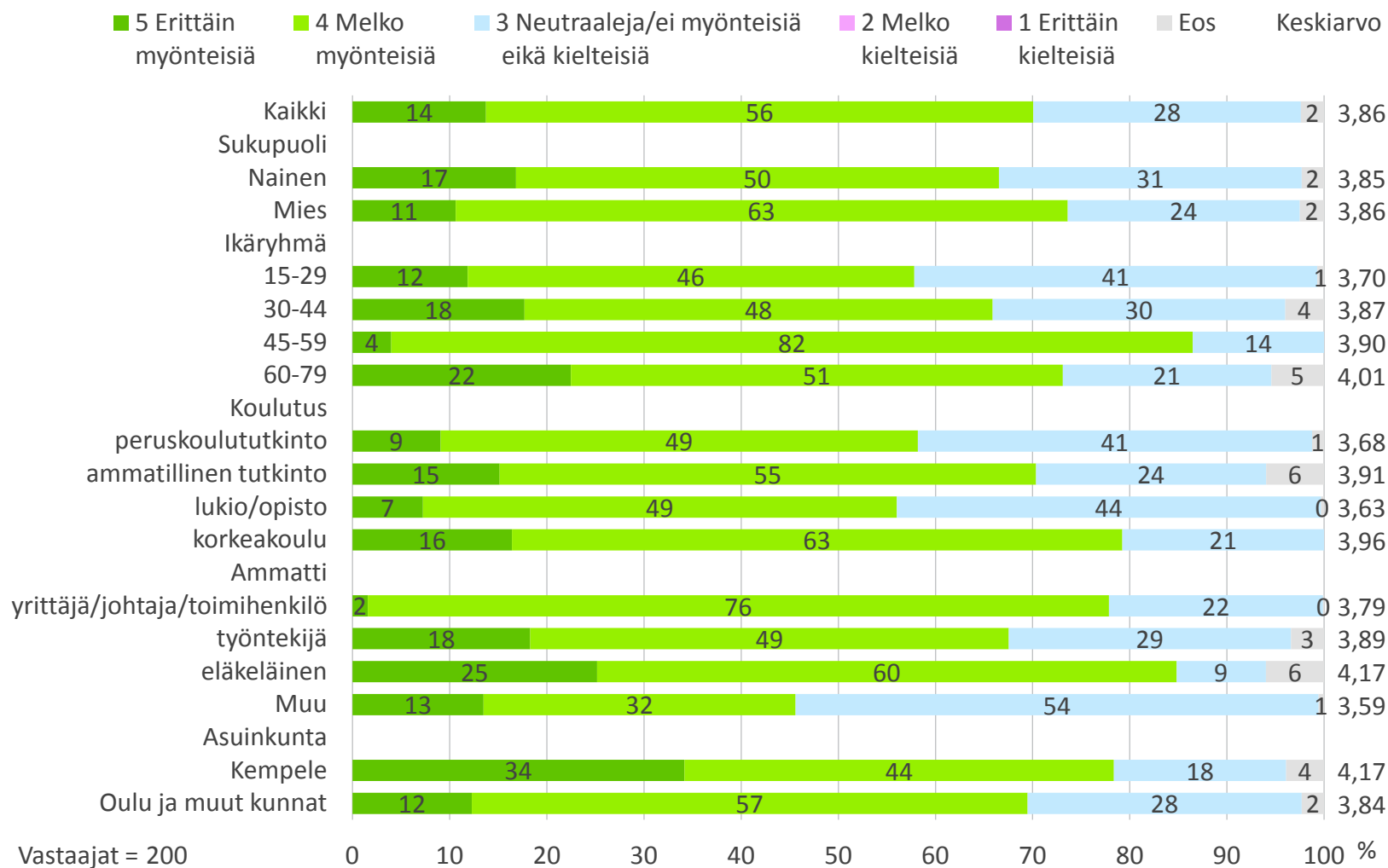
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100 %

Ajatukset Kempeleestä yrityksen sijaintipaikkana...



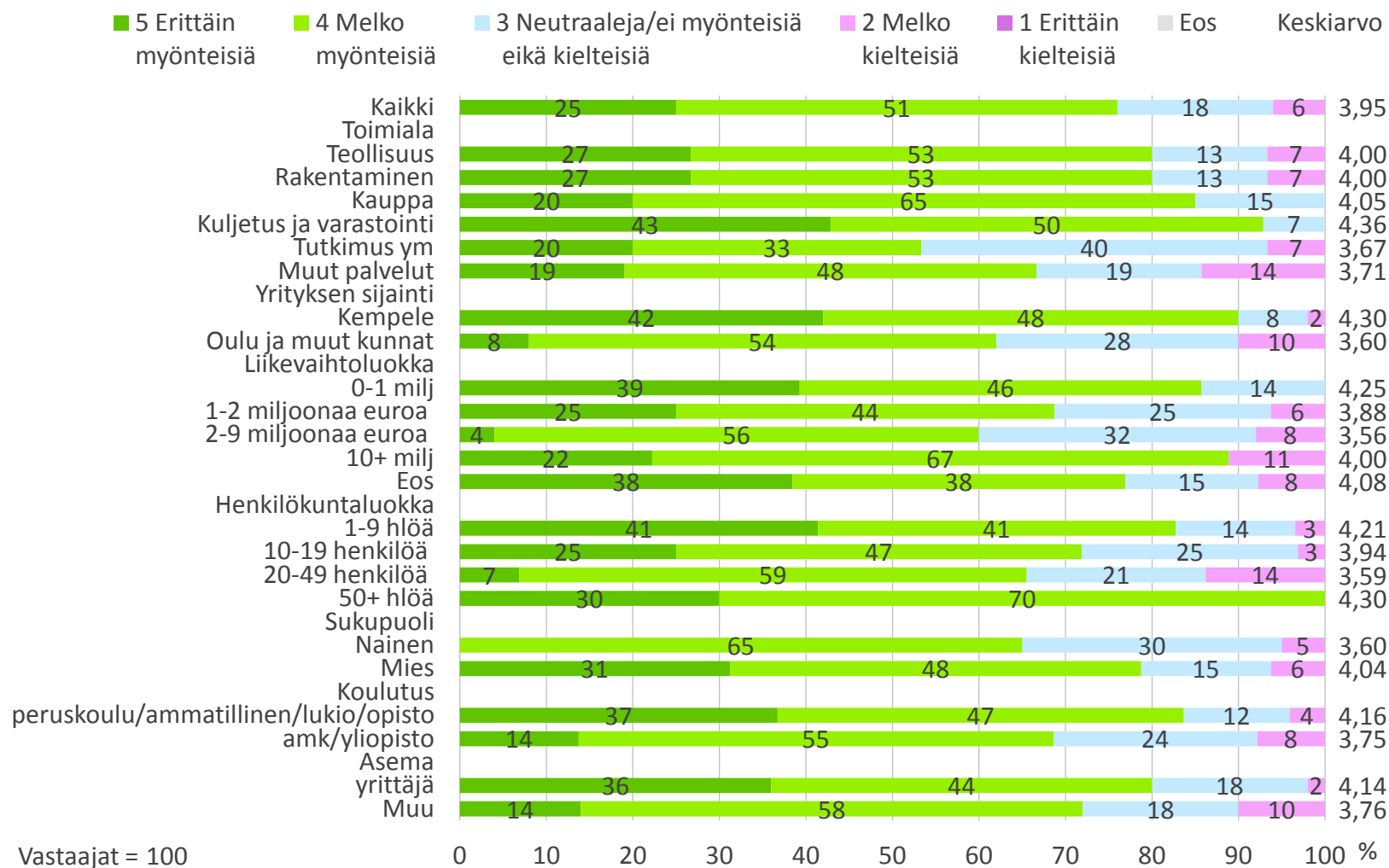
Ajatukset Kempeleestä yrityksen sijaintipaikkana... Asukkaat

- Miehet
- 45-59- sekä 60-> vuotiaat
- Korkeasti koulutetut sekä ammatillisen tutkinnon suorittaneet
- Eläkeläiset



Ajatukset Kempeleestä yrityksen sijaintipaikkana... Yritykset

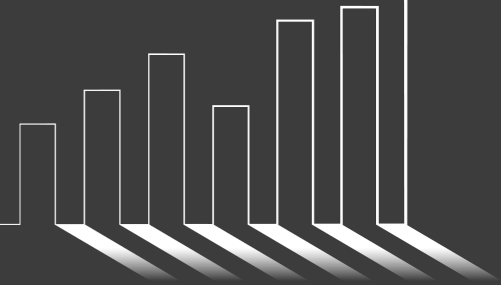
- Erityisesti logistiikka
- Pienimmät yritykset ja suurimmat
- Miehet
- Vähemmän kouluttautuneet
- Yrittäjät



MIELIKUVAVÄITTÄMÄT KEMPELEESTÄ
*HYVÄT KAUPALLISET PALVELUT, HYVÄ SIJAINTI JA LUONTO
KEHITTYVÄ JA MENESTYVÄT YRITYKSET*

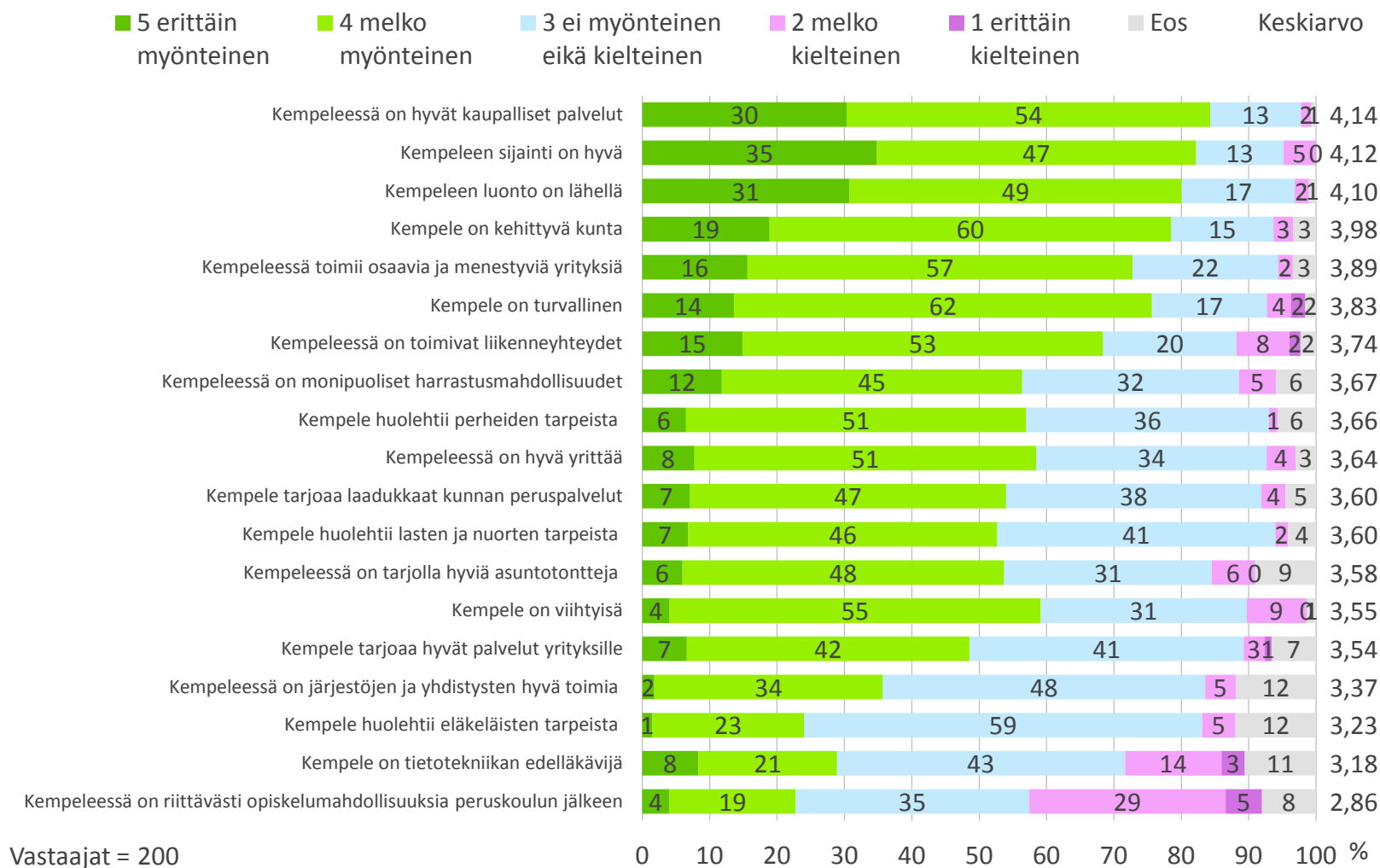
LISÄKSI KEMPELELÄISET ASUKKAAT:
*VIIHTYISÄ, HYVÄT KUNNAN PALVELUT, HYVÄT
HARRASTUSMAHDOLLISUUDET, TURVALLINEN, HUOLEHTII
LAPSISTA, NUORISTA JA PERHEISTÄ*

KEMPELELÄISET YRITYKSET:
HYVÄ YRITTÄÄ



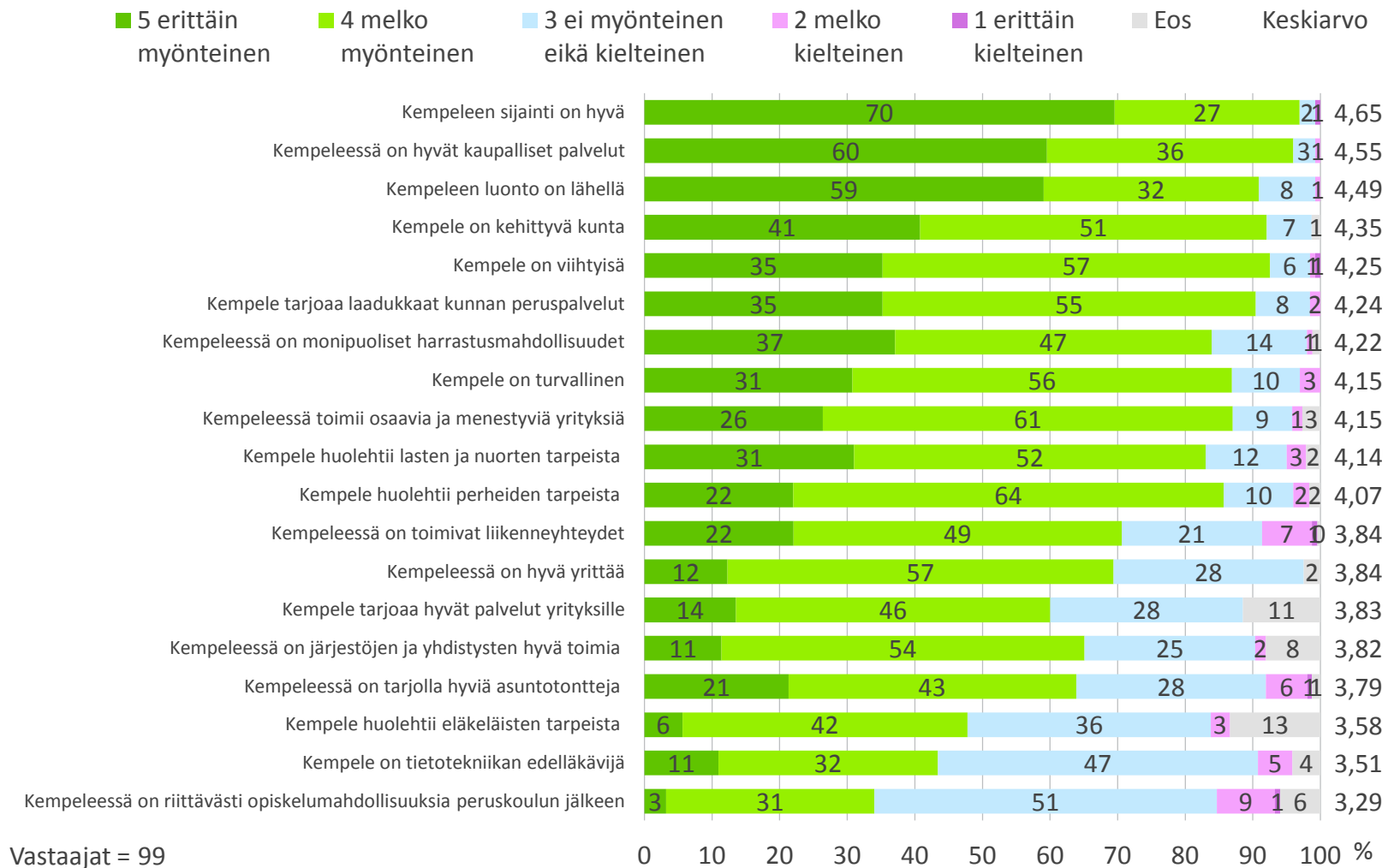
Ajatukset Kempeleestä...

Kaikki alueen asukkaat



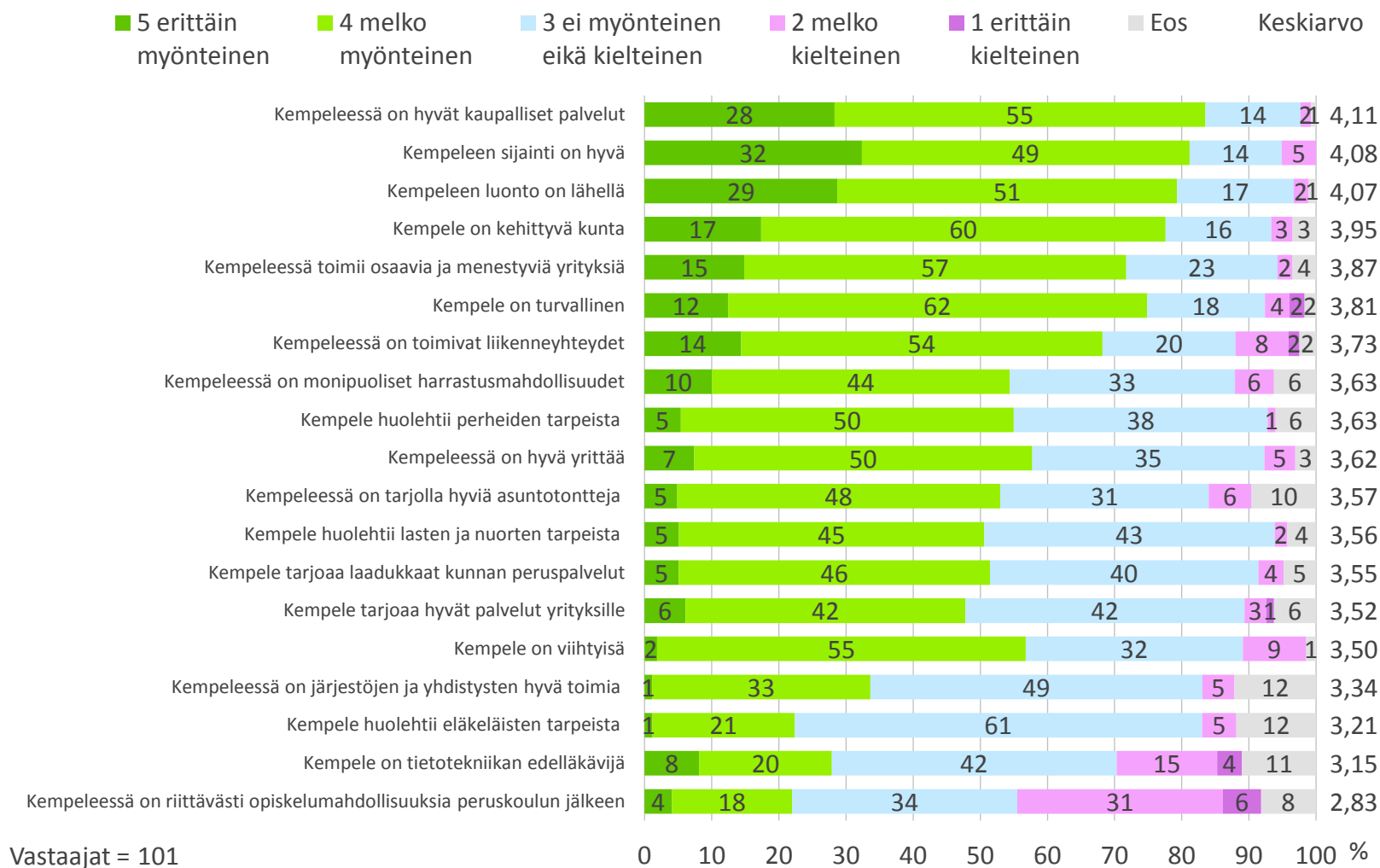
Ajatukset Kempeleestä...

Asuu Kempeleessä



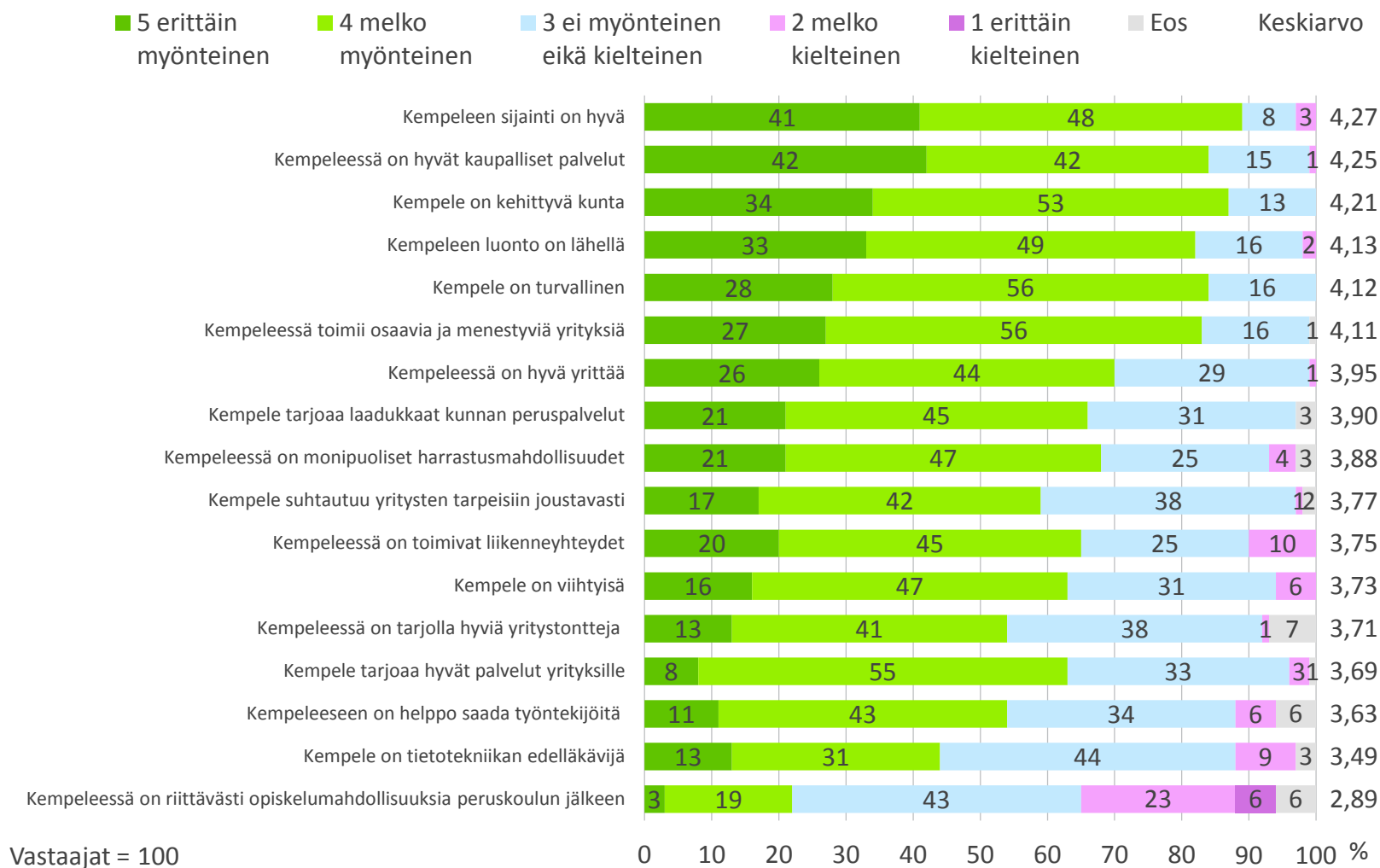
Ajatukset Kempeleestä...

Asuu lähikunnissa



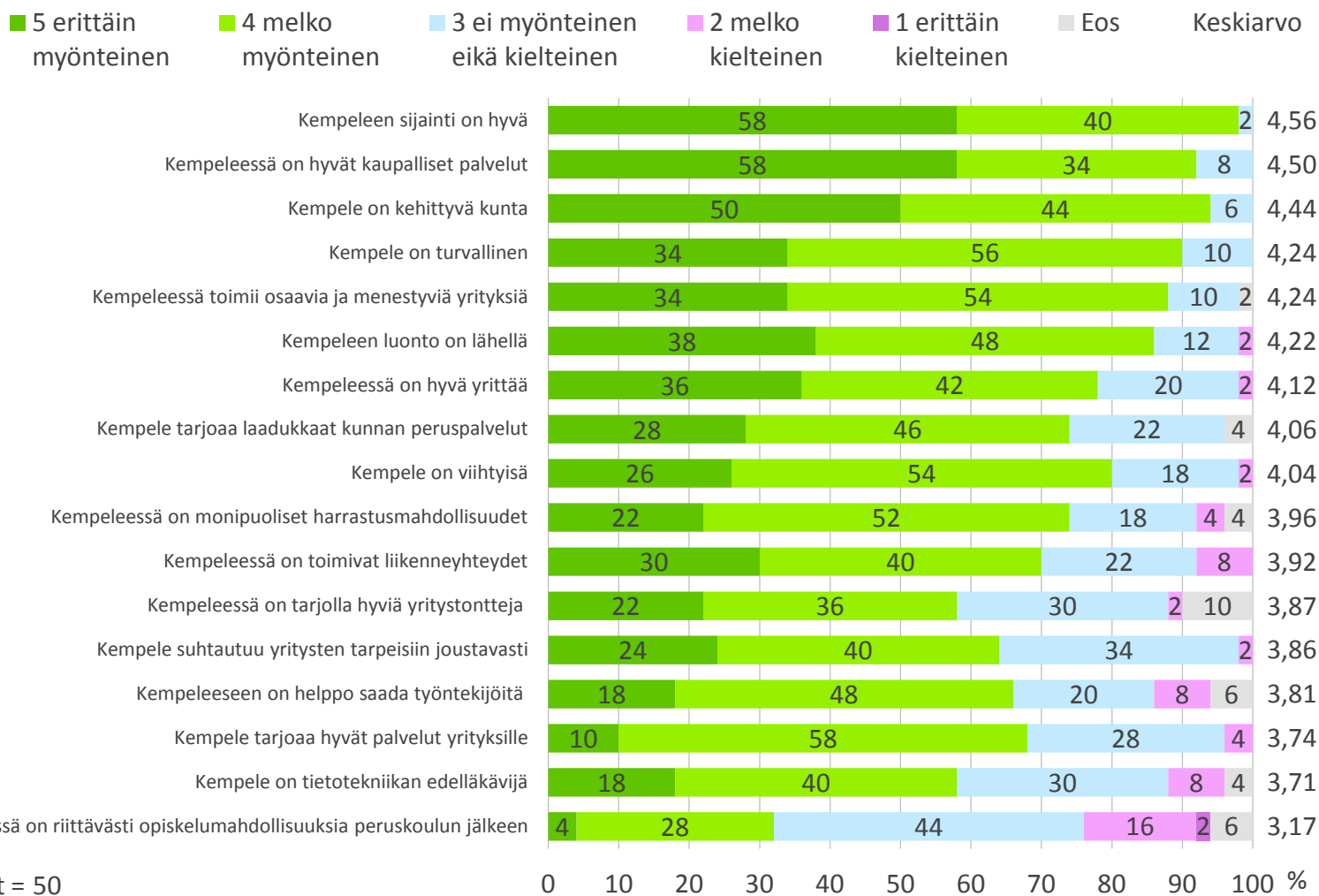
Ajatukset Kempeleestä...

Kaikki alueen yritykset



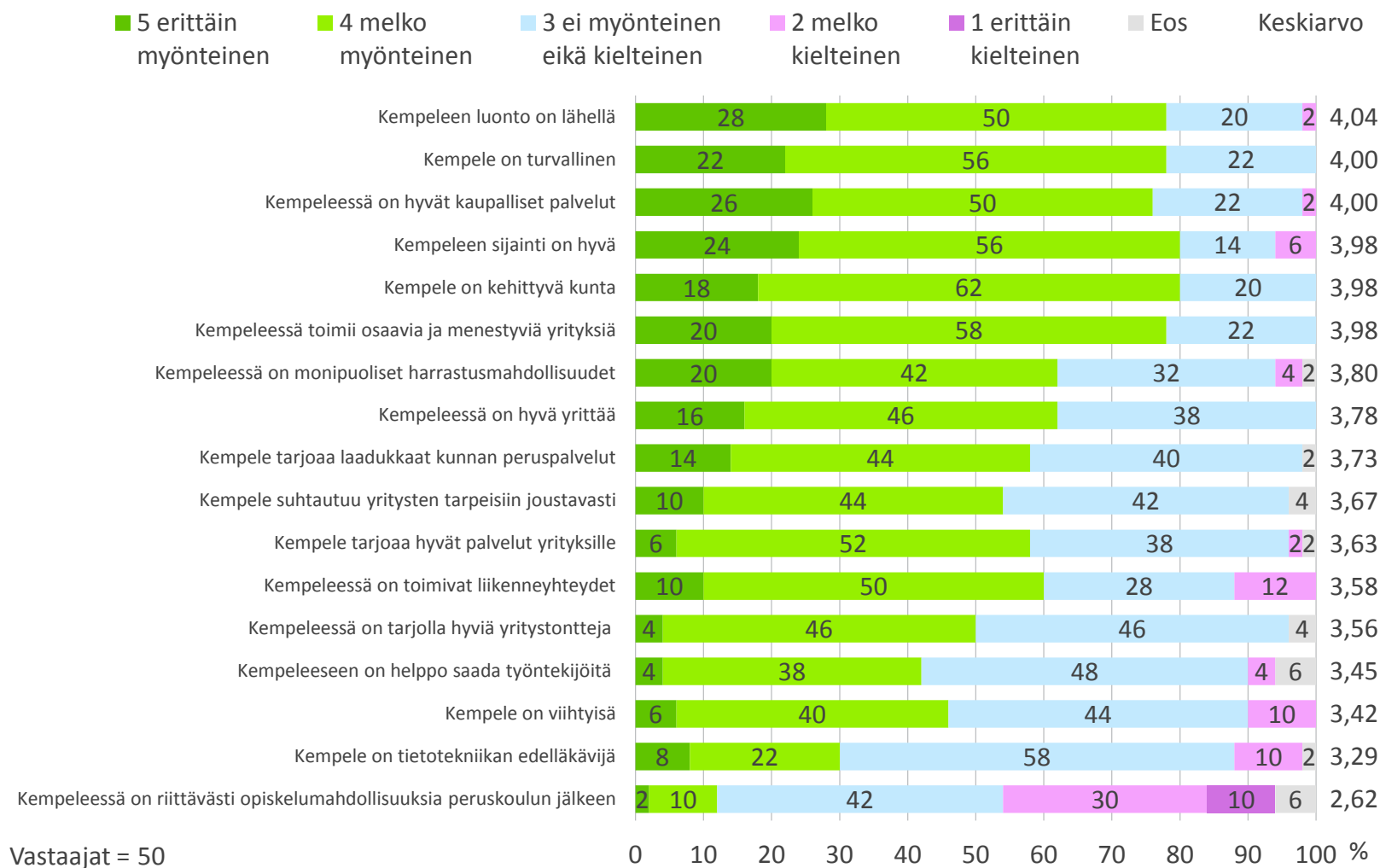
Ajatukset Kempeleestä...

Yrityksen sijainti: Kempele

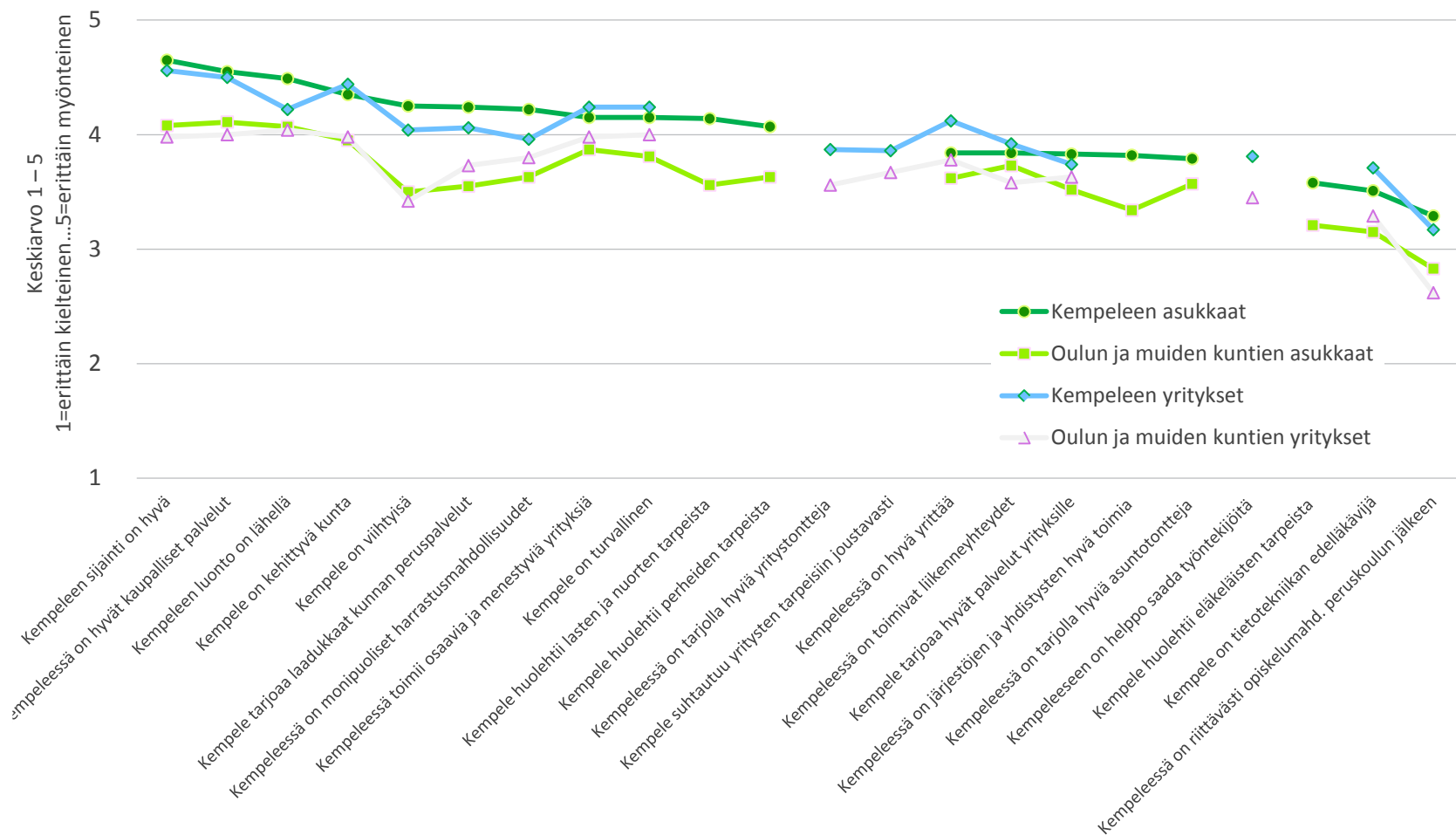


Ajatukset Kempeleestä...

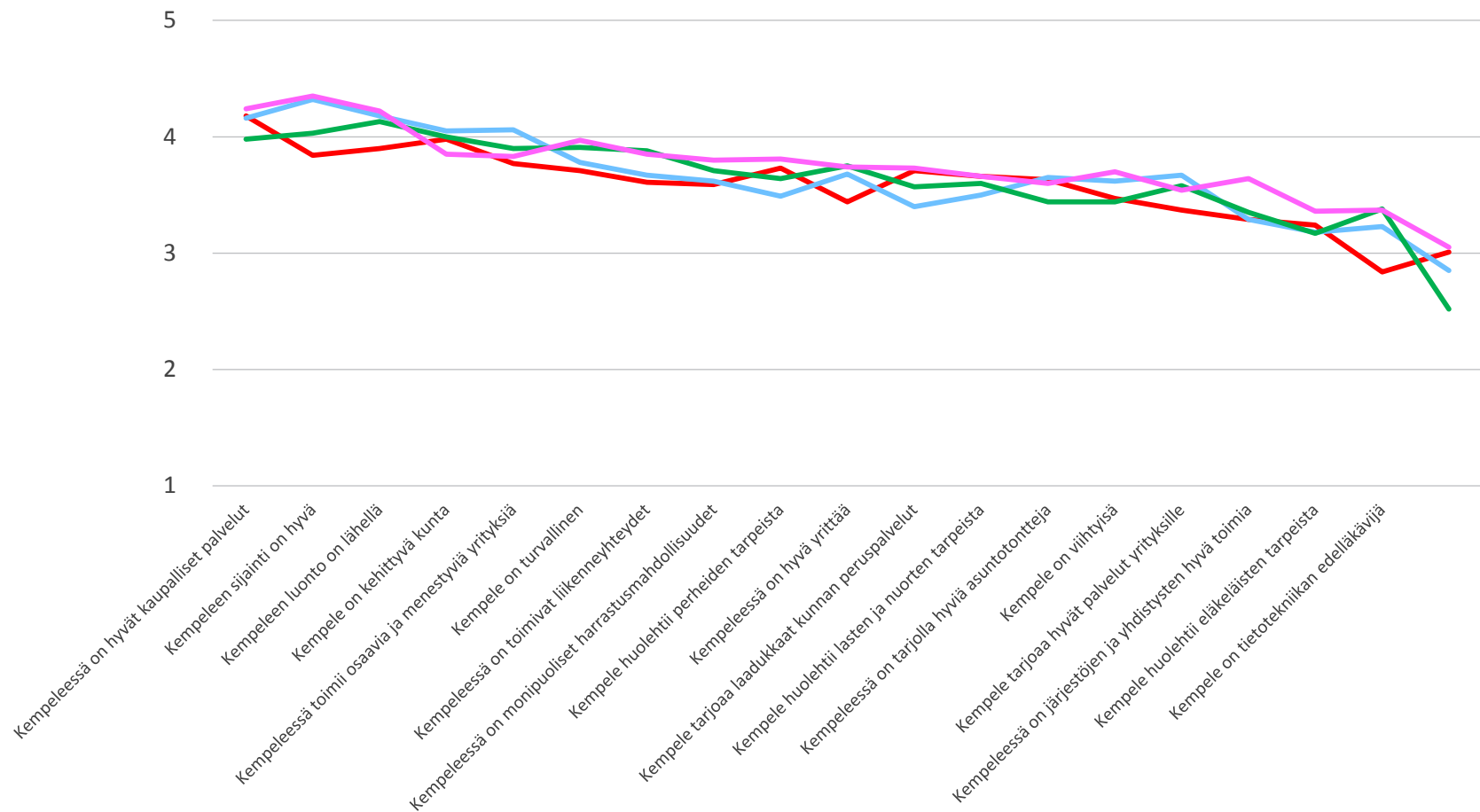
Yrityksen sijainti: Oulu ja muut kunnat



Ajatukset Kempeleestä...

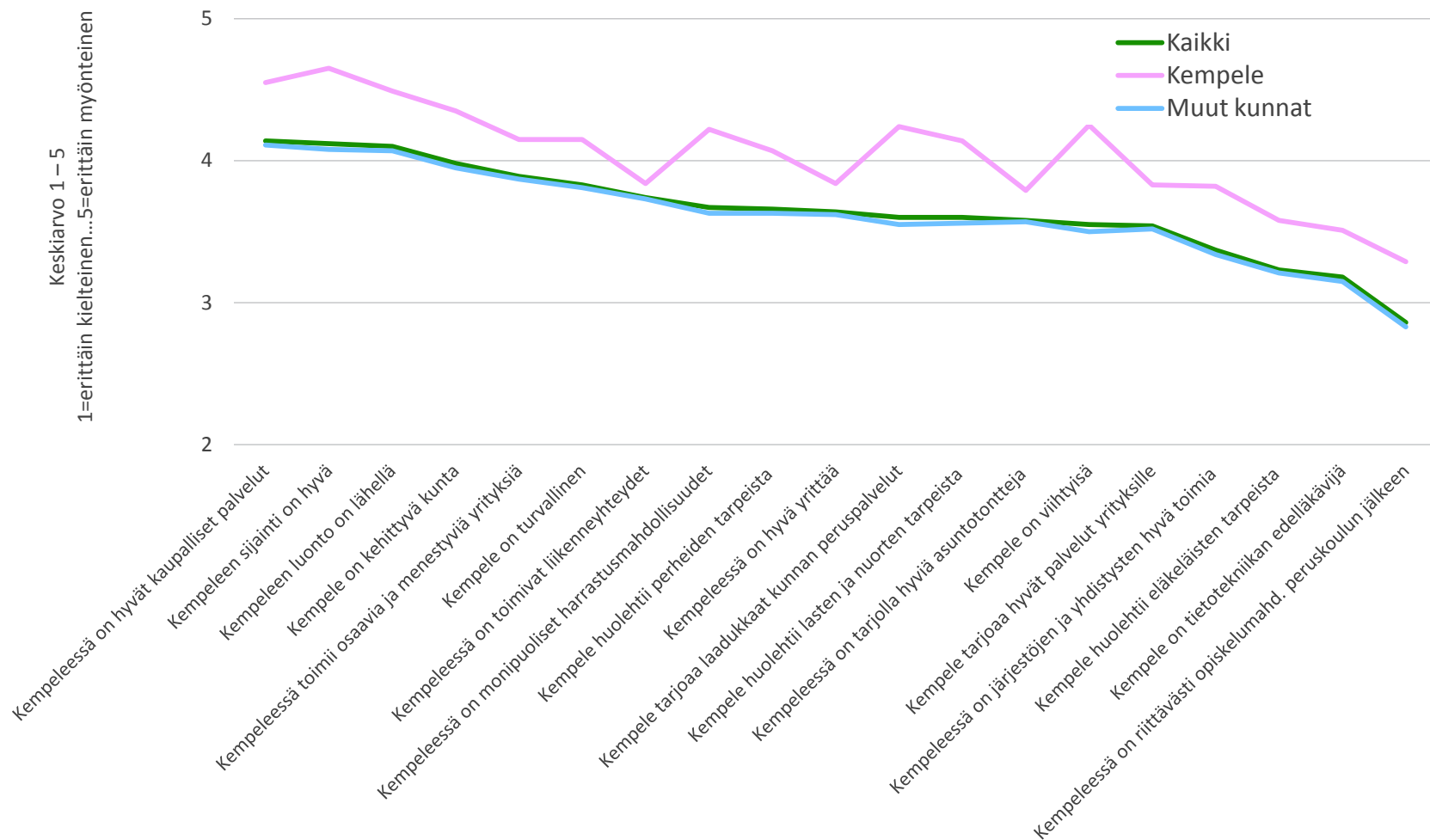


Vastaaajat = 200



Ajatukset Kempeleestä...

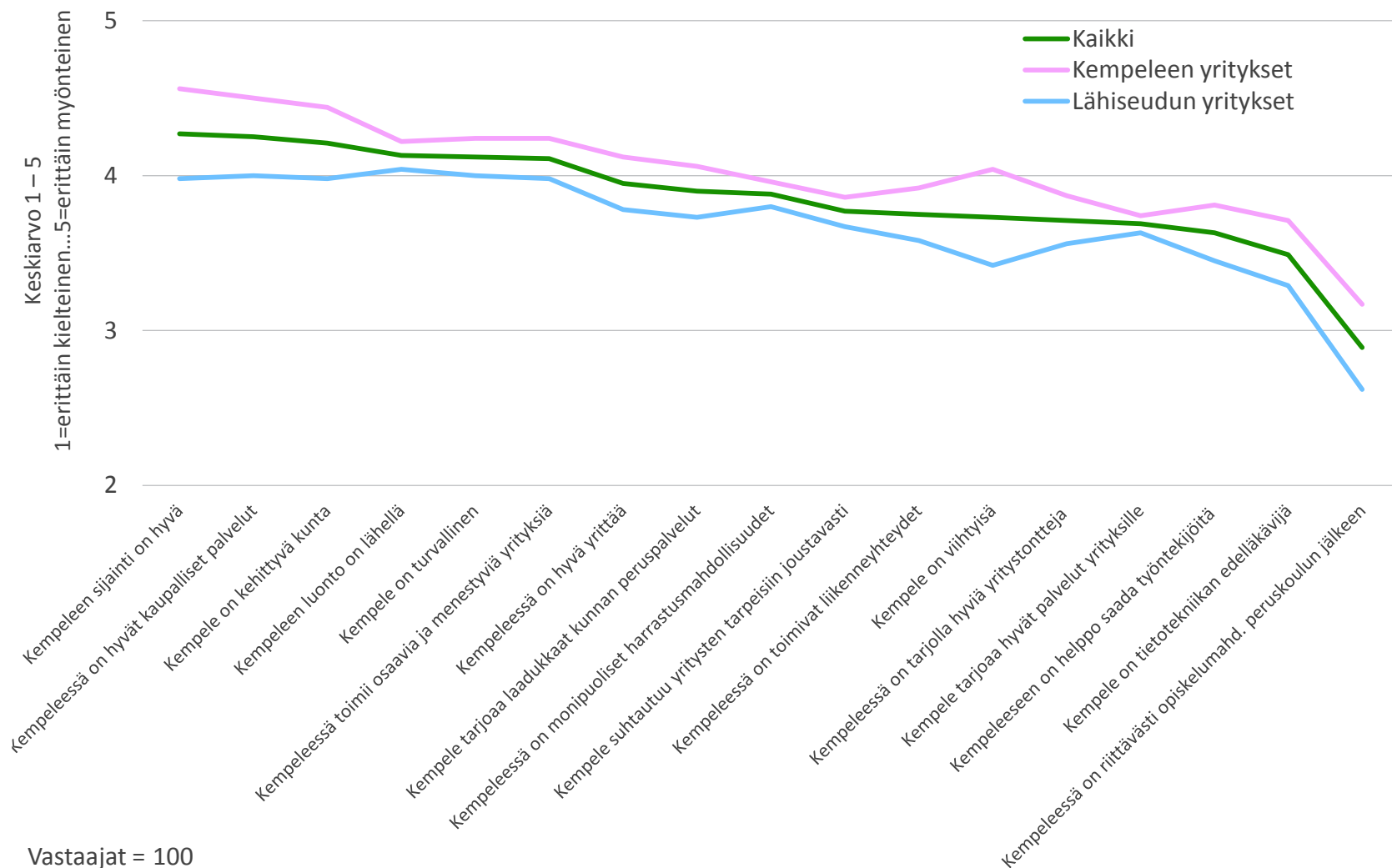
Asukkaat



Vastaajat = 200

Ajatukset Kempeleestä...

Yritykset



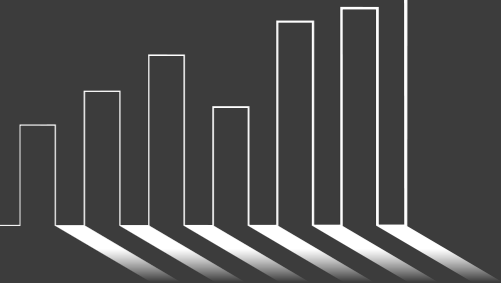
BRÄNDIN TÄRKEIMMÄT VAHVUUDET JA KEHITTÄMISKOHTEET

KEMPELEEN ASUKKAAT (ASUINPAIKKANA)

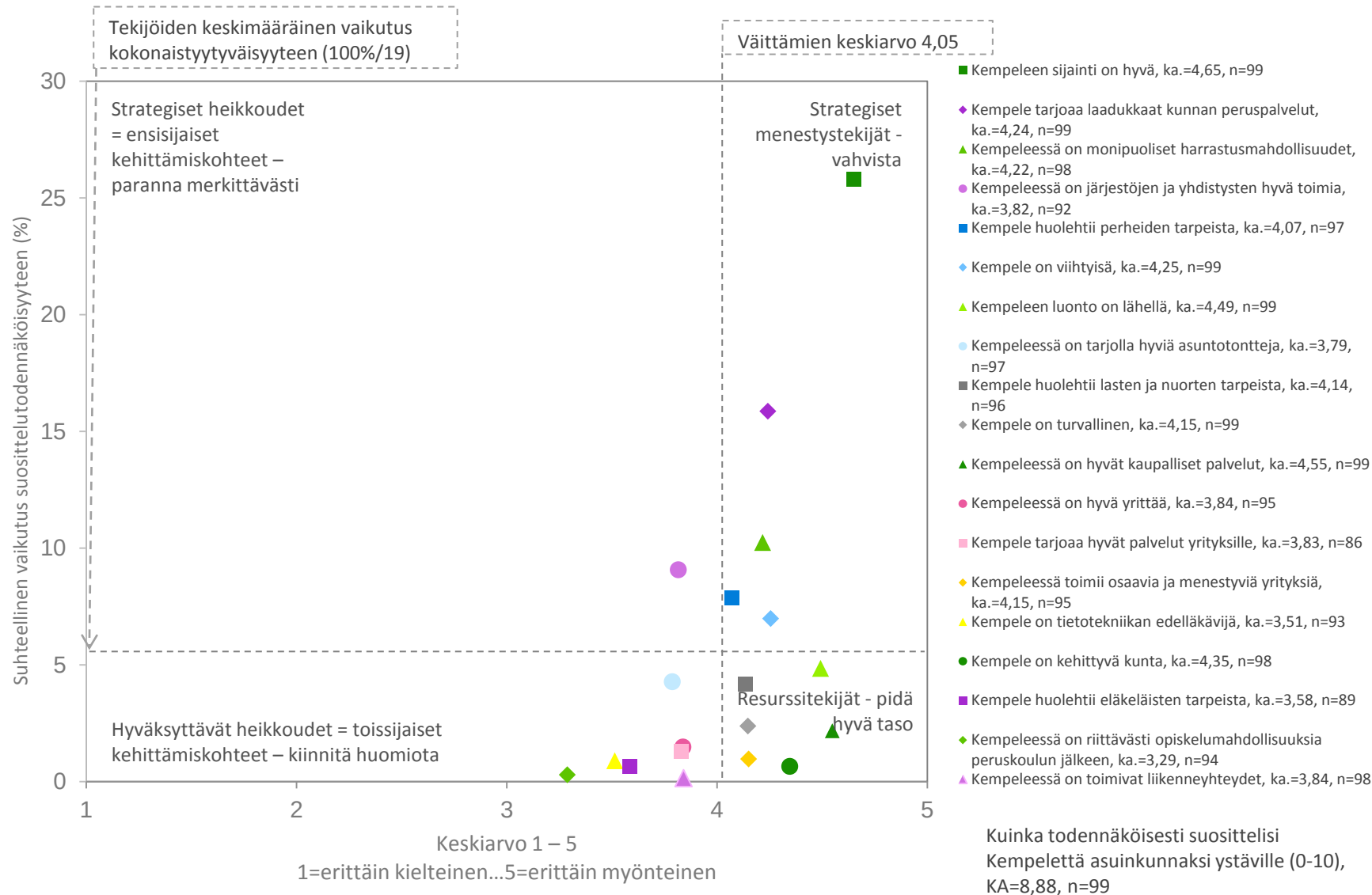
- + KUNNAN PERUSPALVELUT
- + VIIHTYISYYS
- + HARRASTUSMAHDOLLISUUDET
- + OSAAVAT JA MENESTYVÄT YRITYKSET
- + PERHEISTÄ HUOLEHTIMINEN
- TIETOTEKNIIKAN EDELLÄKÄVIJYYS
- HYVÄ YRITTÄÄ

KEMPELEEN YRITYKSET (YRITYKSEN SIJAINTPAIKKANA)

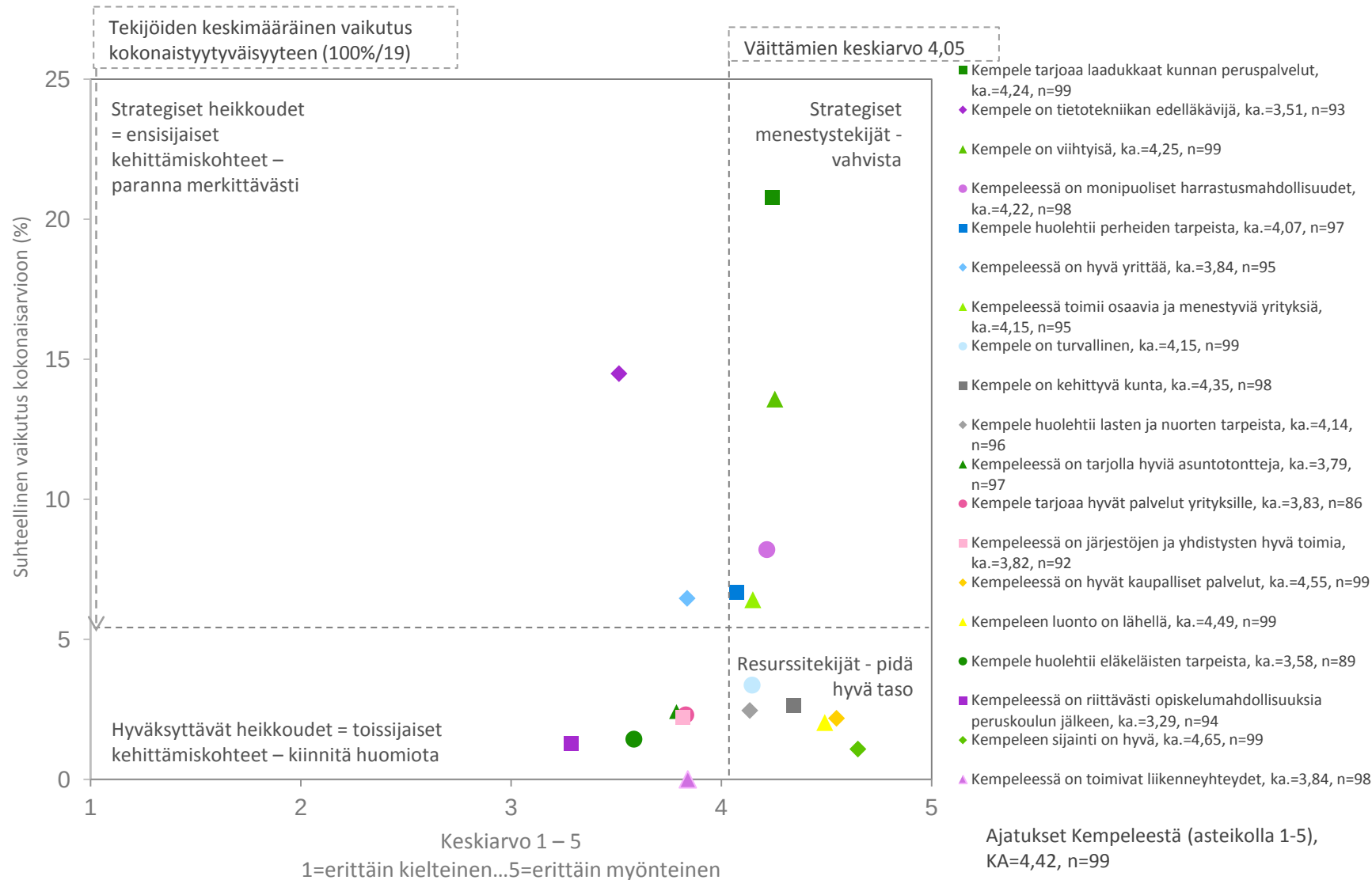
- + HYVÄ YRITTÄÄ
- + SIJAINTI
- JOUSTAVUUS



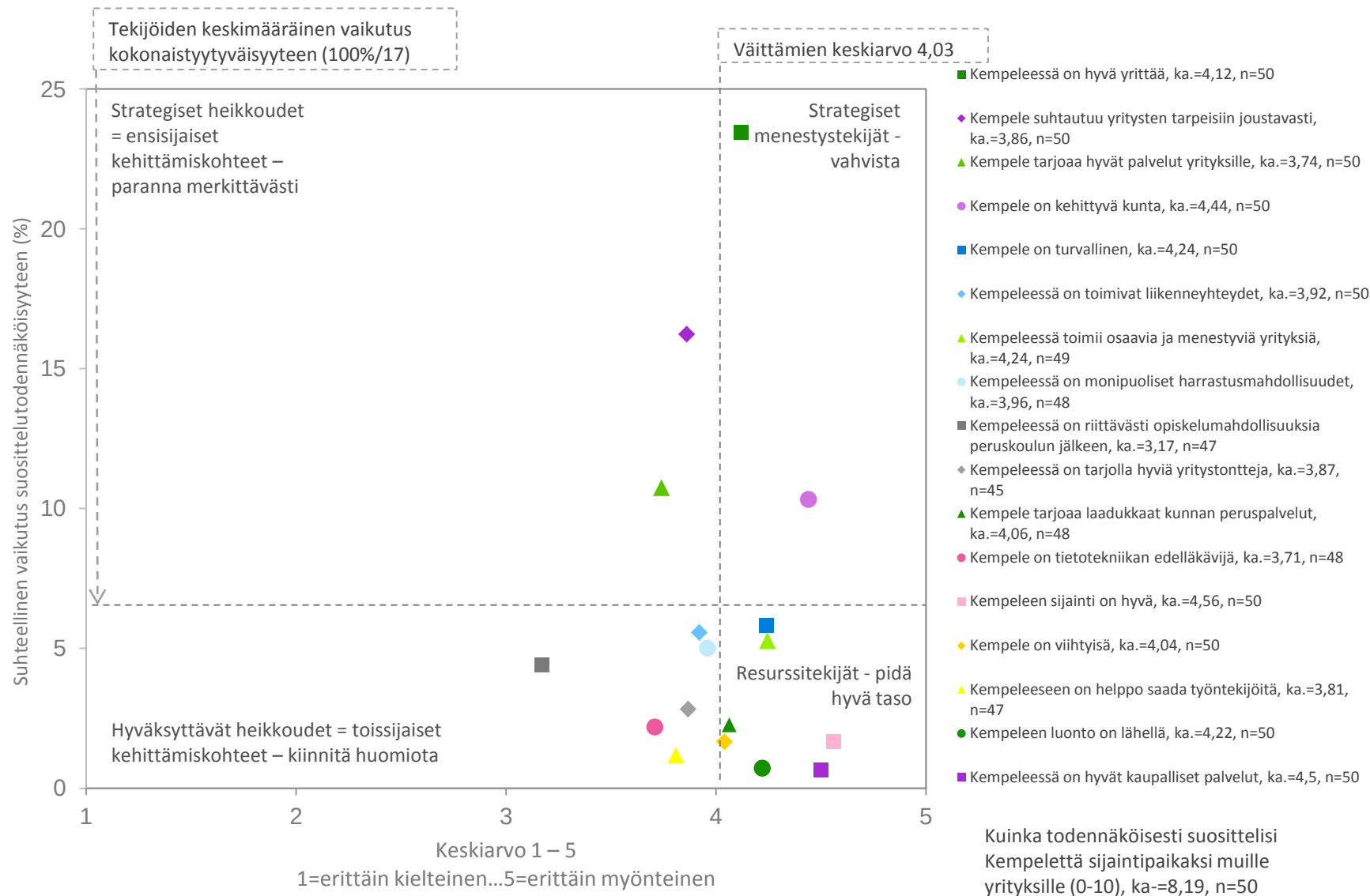
Vahvuus / heikkous –portfolio: Kempelettä kuvaavat tekijät – Kempeleen asukkaat



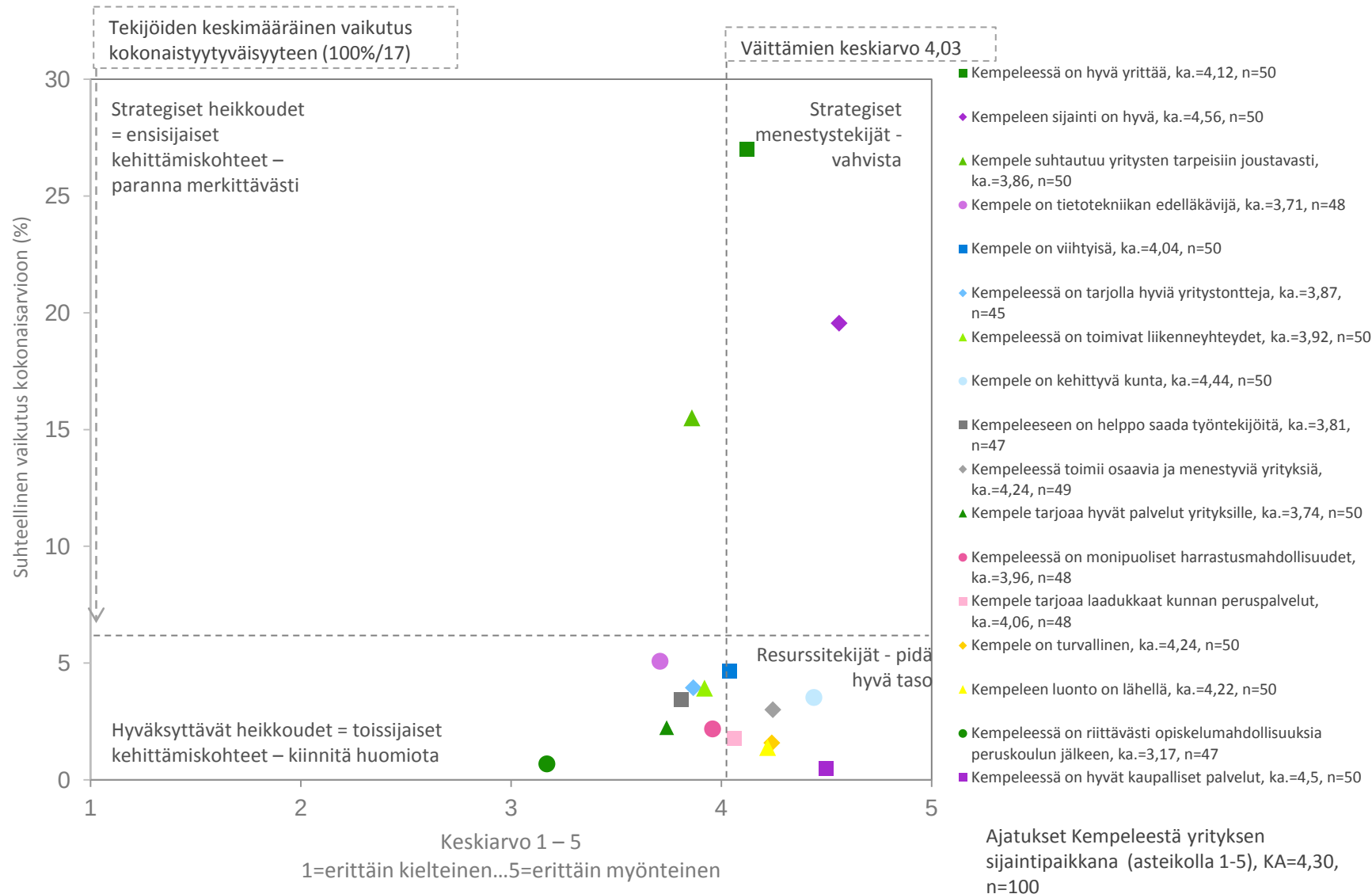
Vahvuus / heikkous –portfolio: Kempelettä kuvaavat tekijät – Kempeleen asukkaat



Vahvuus / heikkous –portfolio: Kempelettä kuvaavat tekijät – Kempeleen yritykset

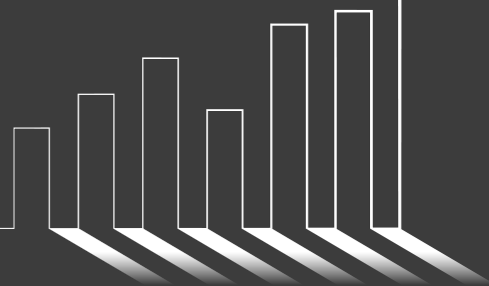


Vahvuus / heikkous –portfolio: Kempelettä kuvaavat tekijät – Kempeleen yritykset

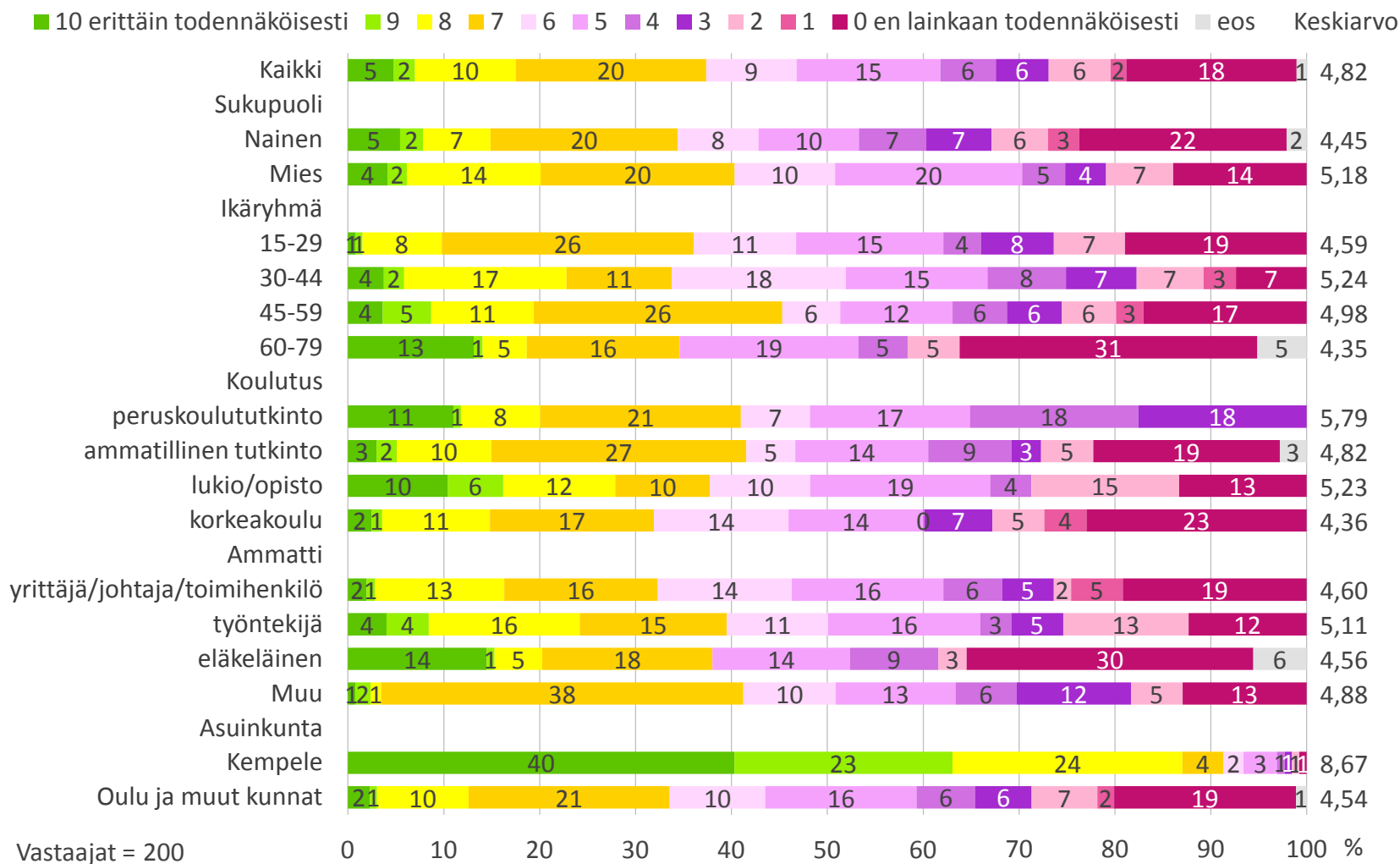


KEMPELE UUDESTAAN ASUINKUNNAKSI/
YRITYKSEN SIJANTIKUNNAKSI
KEMPELELÄISET ASUKKAAT TYYTYVÄISIÄ
KEMPELELÄISET YRITYKSET MELKO TYYTYVÄISIÄ

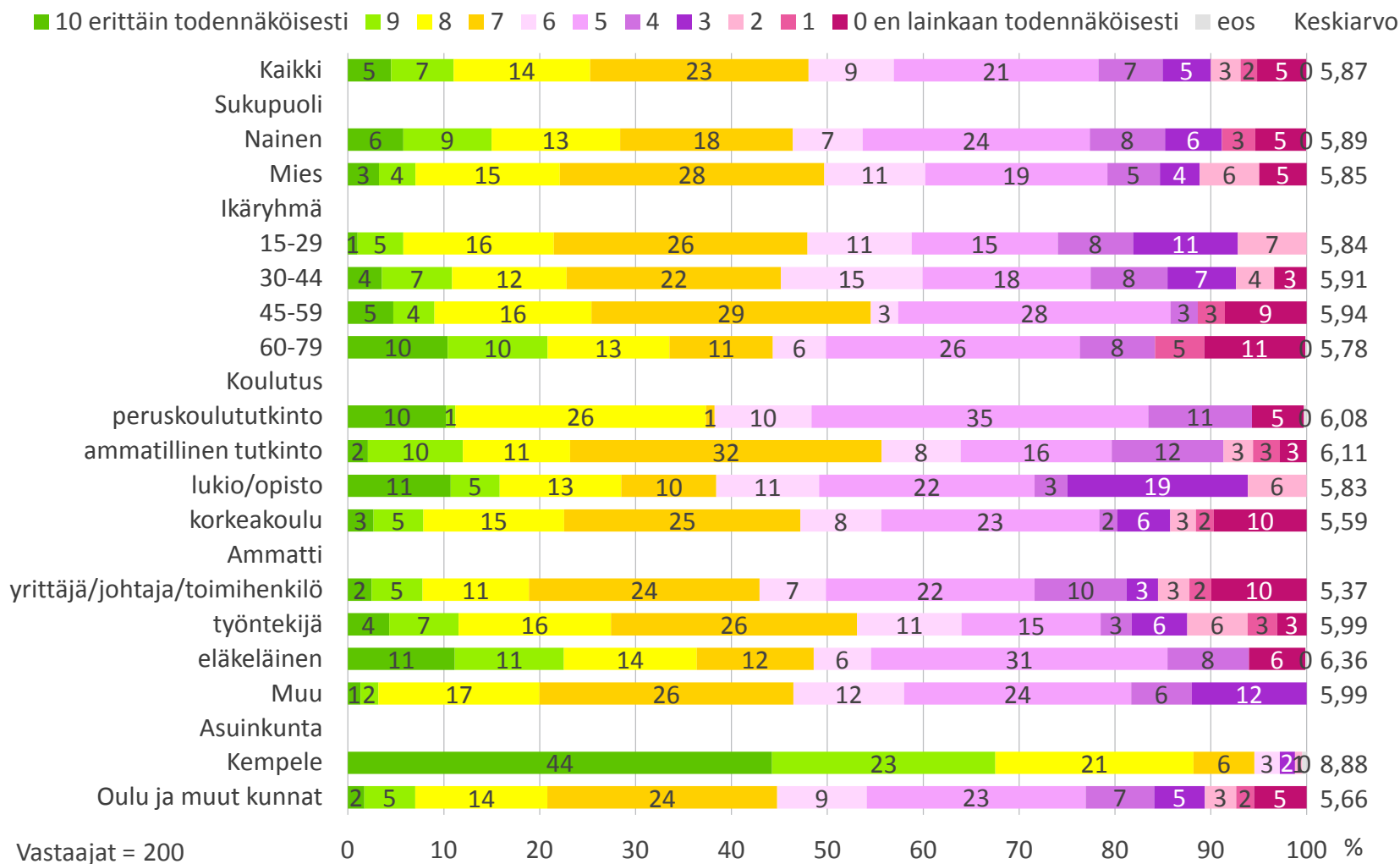
KEMPELEEN SUOSITTELUHALUKKUUS
KEMPELELÄISTEN NSI ERINOMAINEN
KEMPELELÄISTEN YRITYSTEN NSI TYYDYTTÄVÄ



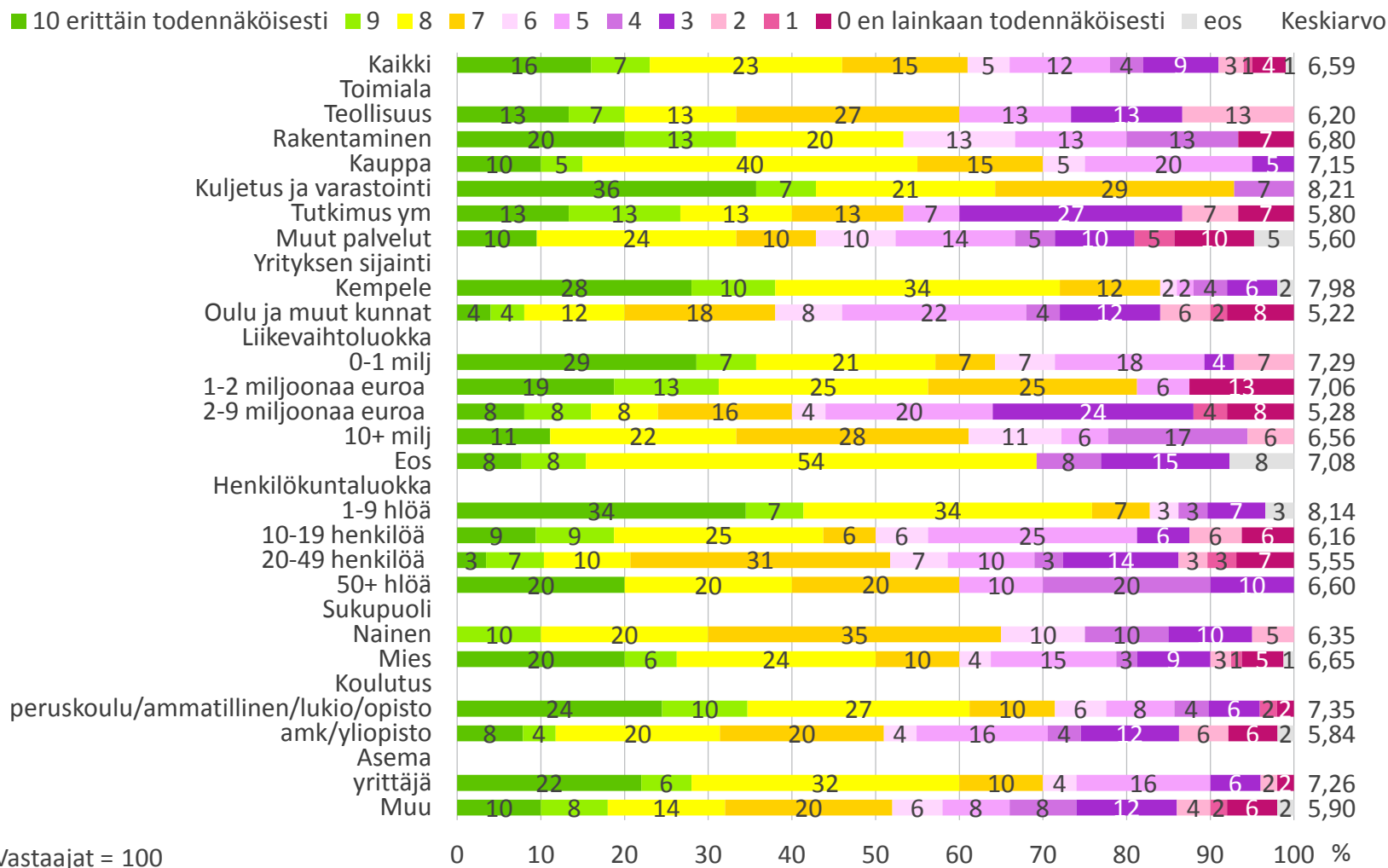
Kuinka todennäköisesti valitsisi Kempeleen (jos nyt valitsisi asuinkuntaa)



Kuinka todennäköisesti suosittelisi Kempelettä asuinkunnaksi ystäville



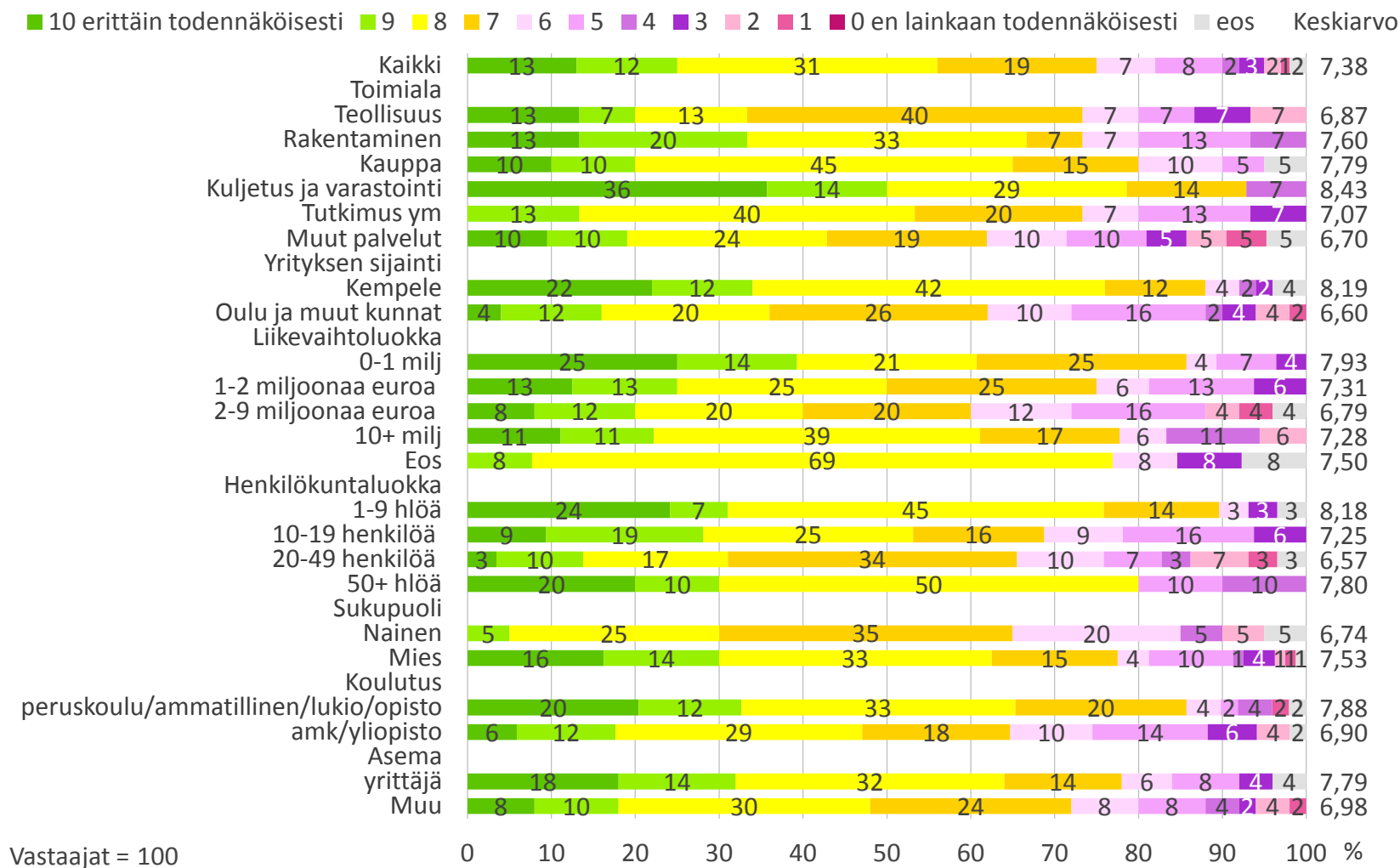
Kuinka todennäköisesti valitsisi Kempeleen (jos nyt valitsisi yrityksen sijaintipakkakuntaa)



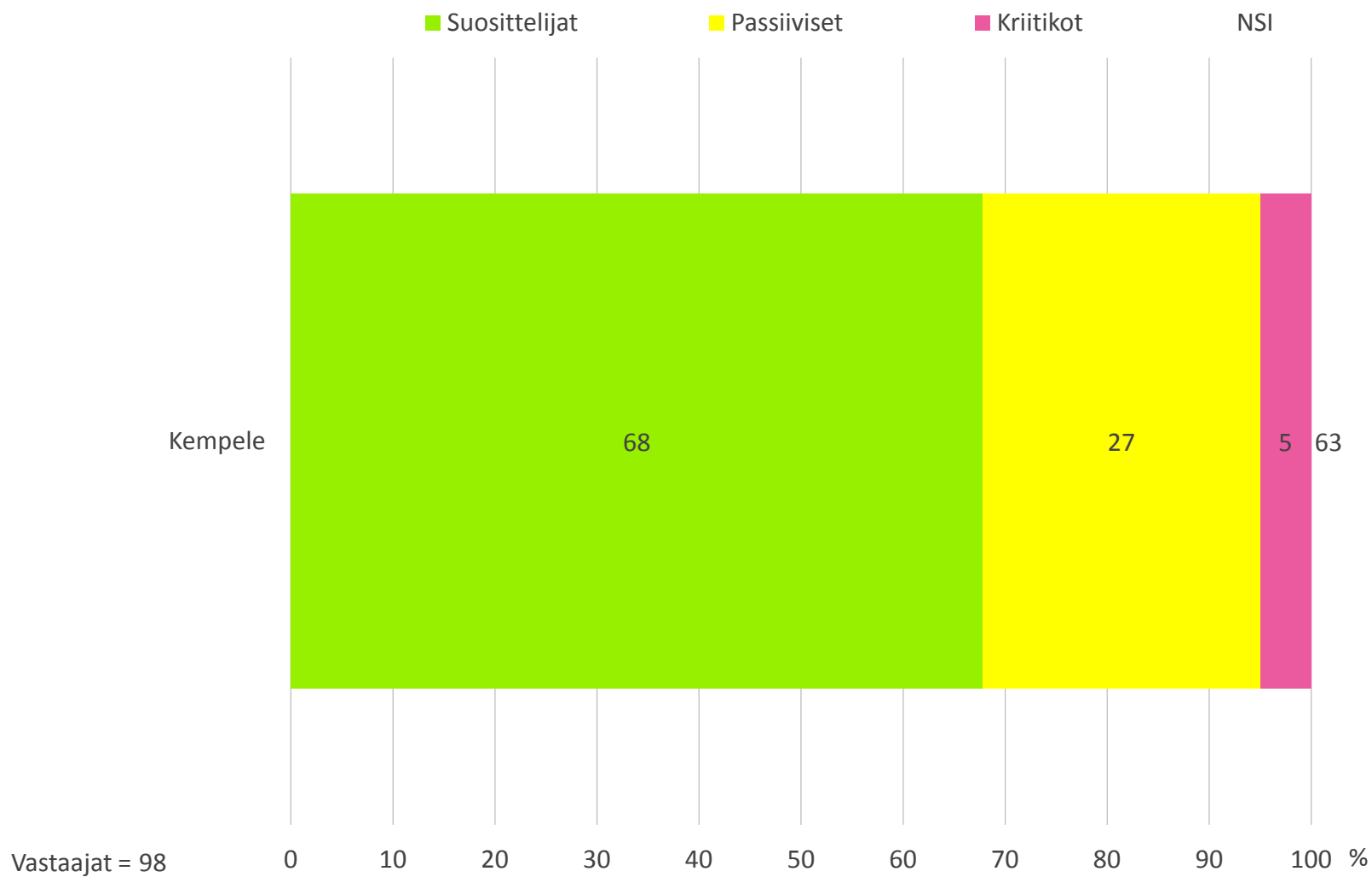
Vastaajat = 100

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100 %

Kuinka todennäköisesti suosittelisi Kempelettä yrityksen sijaintipaikkakunnaksi muille yrityksille



Kempeleen suositteluhalukkuus asuinkunnaksi Kempeleläiset



Kempeleen suositteluhalukkuus yrityksen sijaintipaikkakunnaksi

Yrityksen sijainti: Kempele

