

A man wearing a plaid shirt, waders, a cap, and sunglasses is fishing in a lake. He is holding a fishing rod and reel. In the background, there is a red house with a white roof and a chimney, surrounded by lush green trees. The water is calm, reflecting the surrounding scenery.

KOUVOLLA

Viestintä- ja markkinointiohjelma

Kouvolan kaupunki 2024–2029

Päivitetty 8/2026

Sisällys

1. Tiivistelmä

2. Ohjelman lähtökohdat

- Kaikki perustuu kaupunkistrategiaan
- Arvot ohjaavat tekemistä
- Suuntaviivoja strategiasta
- Kouvolassa kaikki viestivät
- Kunnan velvollisuus on viestiä
- Käsitteet
- Kaupunkistrategian tavoitteet ja painopisteet

3. Strategiset valinnat

- Ydinviesti
- Tarina
- Kohderyhmät
- Äänensävy

4. Viestinnän ja markkinoinnin teot

- Viestinnän keskiössä ovat aina kouvolaalaiset
- Viestinnän ja markkinoinnin fokus
- Keinovalikoima
- Kriisiviestinnän periaatteet
- Tavoitteet ja mittarit

1. Tiivistelmä: Viestinnän ja markkinoinnin keskiössä ovat aina kouvolaalaiset **KOUVOLA**

Viestinnän ja markkinoinnin tehtävä 1. Tukea kaupunkistrategiaa ja kertoa kaupungin toiminnasta kuntalaisille 2. Edesauttaa kaupunkistrategian toteutumista teoin 3. Mahdollistaa tavoitteiden mukainen näkyvyys myös Kouvolan ulkopuolella	Vima-ohjelman tavoitteet 1. Aktiivisten kaupunkibrändi elää ja kehittyy 2. Kaupunki tunnetaan kaiken ikäisten oppijoiden kampuksena 3. Kouvola on turvallinen ja elinvoimainen Kaakkois-Suomen keskus.	Ydinviesti ja tarina: Aktiivisten kaupunki Kouvola on valinta elää aktiivista elämää, nostaa sykettä, innostua, kannustaa ja nauttia luonnosta. Kouvola on saavutettavissa, useammalla tavalla kuin uskotkaan. Kouvola on luonnon, liikunnan, kulttuurin, koulutuksen ja erittäin hyvien yhteyksien kaupunki. Ratkaisevinta on se, että Kouvolaassa kaikki tuo on helposti saavutettavissa ja arkeen yhdistettävissä. Kun valitsee Kouvolan, valitsee kerralla enemmän. Kouvolaassa puhutaan lyömättömistä tarjouksista, mahdollisuuksista valita sekä enemmän että isommin. Harvassa paikassa yhdistyy niin monta aktiivisen elämän edellytystä yhden kaupungin alueella. Erityisen harvoin se tapahtuu edullisen asumisen ja hyvien nopeiden yhteyksien päässä pääkaupunkiseudusta. Kouvolaassa kaikki se mitä kaipaat aktiiviselta vapaa-ajalta, on tavallisen ihmisen saavutettavissa. Olipa se sitten urheilua sarjatasolla, illat tallilla tai teatterissa, viikonloput veneen kannella onkien tai kesäiset festarit. Kouvolaassa yhteys ihmisiin, Suomen parhaimpiin naapureihin, on saavutettavissa. Kiinnostavinta ei ole se mitä on, vaan se mitä tehdään – Kouvola on aktiivisten ihmisten kaupunki.
Kaupungin organisaatiossa kaikki viestivät Viestintä ei ole tukitoiminto, vaan jokaisen kaupungin työntekijän yhteinen tehtävä. Palvelut vastaavat pääsääntöisesti omasta palveluviestinnästään, jota viestintä-, markkinointi- ja matkailupalvelut tukee. Viestintä on keskeinen osa johtamista.	Asenne ja äänensävy: Aktiivisten kaupunki on asenteeltaan rohkeasti kokeileva. Siellä puhutaan ihmiseltä ihmiselle, mutta suoraan kuten asiat on. Kommunikointi on aktiivista ja ratkaisuhakuista – puhumme ylpeästi ääneen kaupungistamme ja haemme ratkaisua narinan sijaan. Korostamme aitoa ja rouheaa elämää.	

2. Ohjelman lähtökohdat

Kaikki perustuu kaupunkistrategiaan

Kaupunkistrategia 2025-2029 Turvallinen ja elinvoimainen Kaakkois-Suomen keskus, toimii kaupungin pidemmän aikavälin visiona. Strategiassa määritellyt arvot, painopisteet ja tavoitteet läpileikkaavat kaikkea kaupungin tekemistä – myös viestintää ja markkinointia.

Strategian tunnuslause ”Monta tarinaa, yksi sydän” kuvaa kaupungin monimuotoisuutta. Monien kylien, taajamien, keskustan ja yhteisöjen identiteetistä syntyy yhteinen Kouvolaratarina. Se viestii yhteisöllisyyttä, yhteenkuuluvuutta ja sitä, että erilaisista lähtökohdista huolimatta kaikki jakavat saman yhteisen päämäärän.

Viestintä- ja markkinointiohjelma tekee kaupunkistrategiaa todeksi ja näkyväksi. Ohjelmassa kuvataan strategiset valinnat sekä toimenpiteiden painotukset, joiden pohjalta kaupungin brändiä, viestintää ja markkinointia kehitetään.

Arvot ohjaavat tekemistä

- Arvot ovat näkymätön kompassi, joka ohjaa päätöksiä, käyttäytymistä ja yhteistyötä.
- Arvot ohjaavat sitä, miten työ tehdään, eivät vain sitä, mitä tehdään.
- Arvot näkyvät arjen valinnoissa ja tavassa kohdata muut.
- Arvot ovat mukana kaupungin toiminnassa myös viestinnässä- ja markkinoinnissa.

Rohkeasti uudistuen

- Seuraamme aikaa ja kehitämme toimintaamme rohkeasti
- Uskallamme kyseenalaistaa vanhaa ja otamme käyttöön uusia toimintatapoja.
- Meillä on yhteinen suunta ja kehitämme toimintaamme asukkaita kuunnellen.

Yhdessä

- Jokainen on viestijä – kaikki viestit rakentavat yhtenäistä Kouvolan mielikuvaa
- Tekemisemme on läpinäkyvää ja teot kutsuvat osallistumaan – näytämme monimuotoisen kaupungin elämän.

Kestävästi

- Viestintä on oikea-aikaista, riittävää ja kutsuu vuoropuheluun.
- Huomioimme sisällöissä ja toimenpiteissä kestävän elämäntavan merkityksen yksilölle, yhteisölle ja ympäristölle
- Viestinnällä luomme vakauden ja turvallisuuden kokemusta kouvoolalaisille ja Kouvola

Suuntaviivoja strategiasta

Viestinnällä ja markkinoinnilla

- Tuetaan kaupunkistrategian jalkautumista ja kerrotaan kaupungin toiminnasta kuntalaisille.
- Edesautetaan kaupunkistrategian toteutumista teoin.
- Mahdollistetaan tavoitteiden mukainen näkyvyys myös Kouvolan ulkopuolella.



Kaupungin organisaatiossa kaikki viestivät

Viestintä ei ole tukitoiminto, vaan jokaisen kaupungin työntekijän yhteinen tehtävä. Palvelut vastaavat pääsääntöisesti omasta palveluviestinnästään, jota viestintäyksikkö tukee. Viestintä on keskeinen osa johtamista.

Kaupunkiorganisaation viestintäroolit:

- 1) Viestinnän ja markkinoinnin asiantuntijat
- 2) Toimialojen asiantuntijoiden ja oto-viestijöiden viestintätehtävät
- 3) Johtajat viestijänä - oman vastuualueen viestinnän linjaaminen ja toteutukseen osallistuminen

Viestintä- markkinointi- ja matkailupalvelut

Suunnittelee ja tukee koko kaupunkiorganisaation monikanavaista viestintää. Tukee Kouvola-brändiä sekä ohjeistaa viestintää ja markkinointia kaupunkitasoisesti.

Toimialat ja palvelut

tunnistavat ja toteuttavat omien palveluidensa viestinnälliset ja markkinoinnilliset tarpeet, aiheet ja aikataulut sekä varaavat tarvittavat resurssit niiden toteuttamiseen.

Jokainen työntekijä

tunnistaa roolinsa aktiivisena viestijänä niin organisaatiossa kuin ulospäin. Edustaa omaa toimialaansa ja kaupunkia brändin mukaisesti.

Kunnan velvollisuus on viestiä

- Kunnilla on kuntalaissa määritelty laaja tiedottamisvelvollisuus ja kaupungin toimintaa koskee avoimuuden ja läpinäkyvyyden vaatimus.
- Jokaisella on perusoikeus saavutettavaan tietoon ja hyvään hallintoon. Viestinnällä on luotava mahdollisuudet asioihin osallistumiselle ja vaikuttamiselle.
- Viranomaisen asiakirjat ovat pääsäännön mukaan julkisia, ja jokaisella on oikeus saada tieto julkisesta asiakirjasta.



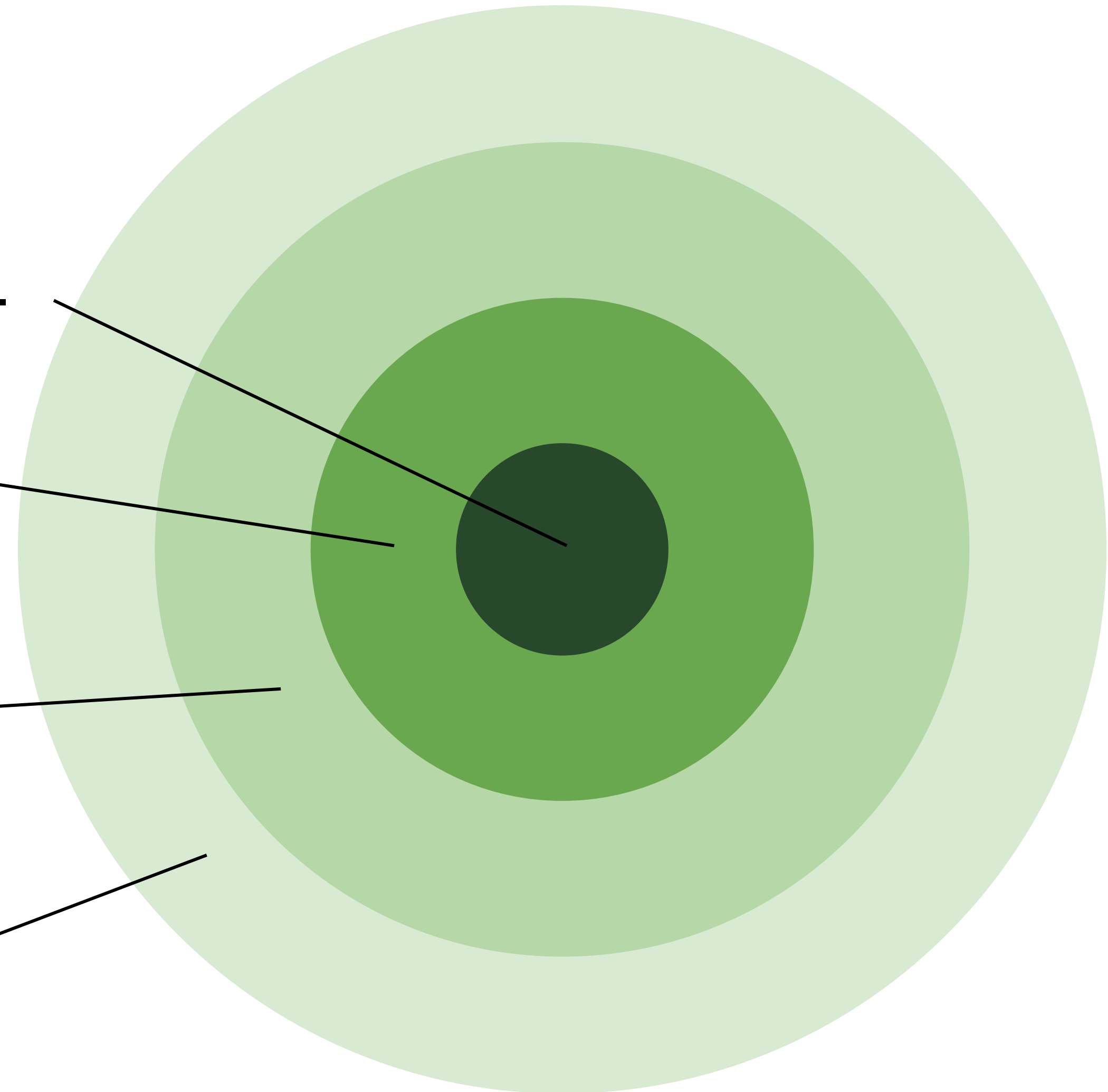
Käsitteet

Kaupunkistrategia on brändin perusta.

Brändi herättää sen eloon
tarinaksi, joka

tehdään todeksi **teoilla**,
jotka

**viestit, markkinointisisällöt ja
visuaalinen ilme** tekevät näkyväksi.



Kaupunkistrategian tavoitteet

KOUVOLA

Kouvolan kaupunkistrategian painopisteet ja tavoitteet antavat suunnan myös viestinnälle ja markkinoinnille.



Hyvinvointia asukkaille

Hyvinvointi Kouvolassa syntyy toimivista peruspalveluista, sujuvasta arjesta, monipuolisista asumisen mahdollisuuksista ja elävästä kaupunkikeskustasta.

Kaikenikäisille turvataan aktiivinen ja osallistava ympäristö, jossa vapaa-ajan palvelut lisäävät hyvinvointia.



Osaamisesta elinvoimaa

Kouvola huolehtii lasten ja nuorten perustaitojen vahvistamisesta sekä osaajien saatavuudesta monipuolistamalla koulutustarjontaa ja edistämällä koulutus- ja työperäistä maahanmuuttoa.

Kaupunkimme on yritysten ja osaajien kohtauspaikka, jossa osaaminen muuntuu työpaikoiksi, investoinneiksi ja hyvinvoinniksi.



Yrittäjyydellä ja työllä kasvuun

Kouvola on yritys- ja investointimyönteinen kaupunki, jossa on sujuvat liikenneyhteydet, toimivat lupa- ja kaavoitusprosessit sekä yrityspalvelut ja kilpailukykyiset yritystontit. Olemme vahva teollisuus- ja logistiikkakaupunki.

Profiloidumme datataloudessa, vihreän siirtymän teollisuudessa sekä elintarvikeketjussa maatiloilta kansainvälisille markkinoille asti.

Kouvolan mielikuva ja tunnettuus paranee.

Strategian painopisteet

Yritykset - kasvu ja elinvoima syntyvät yrittäjyydestä ja investoinneista

- Yritykset luovat työpaikkoja, elinvoimaa ja tulevaisuuden mahdollisuuksia.
- Kouvolan vahvuutena ovat sijainti maantie- ja rautatieliikenteen keskuksena ja yhteydet satamiin, lentokentälle ja pääkaupunkiseudulle.
- Meillä on edullisia ja kaavoitettuja yritystontteja. Olemme yrittäjäystävällinen kaupunki, jossa asiat etenevät ripeästi.

Lapset ja nuoret - laadukas koulutus, hyvinvointi ja tulevaisuuden mahdollisuudet

- Panostamme lasten ja nuorten hyvinvointiin, osaamiseen ja arjen turvallisuuteen.
- Varmistamme, että jokaisella lapsella ja nuorella on mahdollisuus kasvaa ja kehittyä turvallisessa ympäristössä, laadukkaiden palveluiden ja yhteisön tuella.
- Lapsilla ja nuorilla on monipuolisia harrastusmahdollisuuksia ja heitä kuunnellaan.
- Meiltä saa hyvän kasvatuksen, opetuksen sekä koulutuksen varhaiskasvatuksesta aikuisuuteen saakka.

3. Strategiset valinnat

Ydinviesti

Tarina

Kohderyhmät

Äänensävy

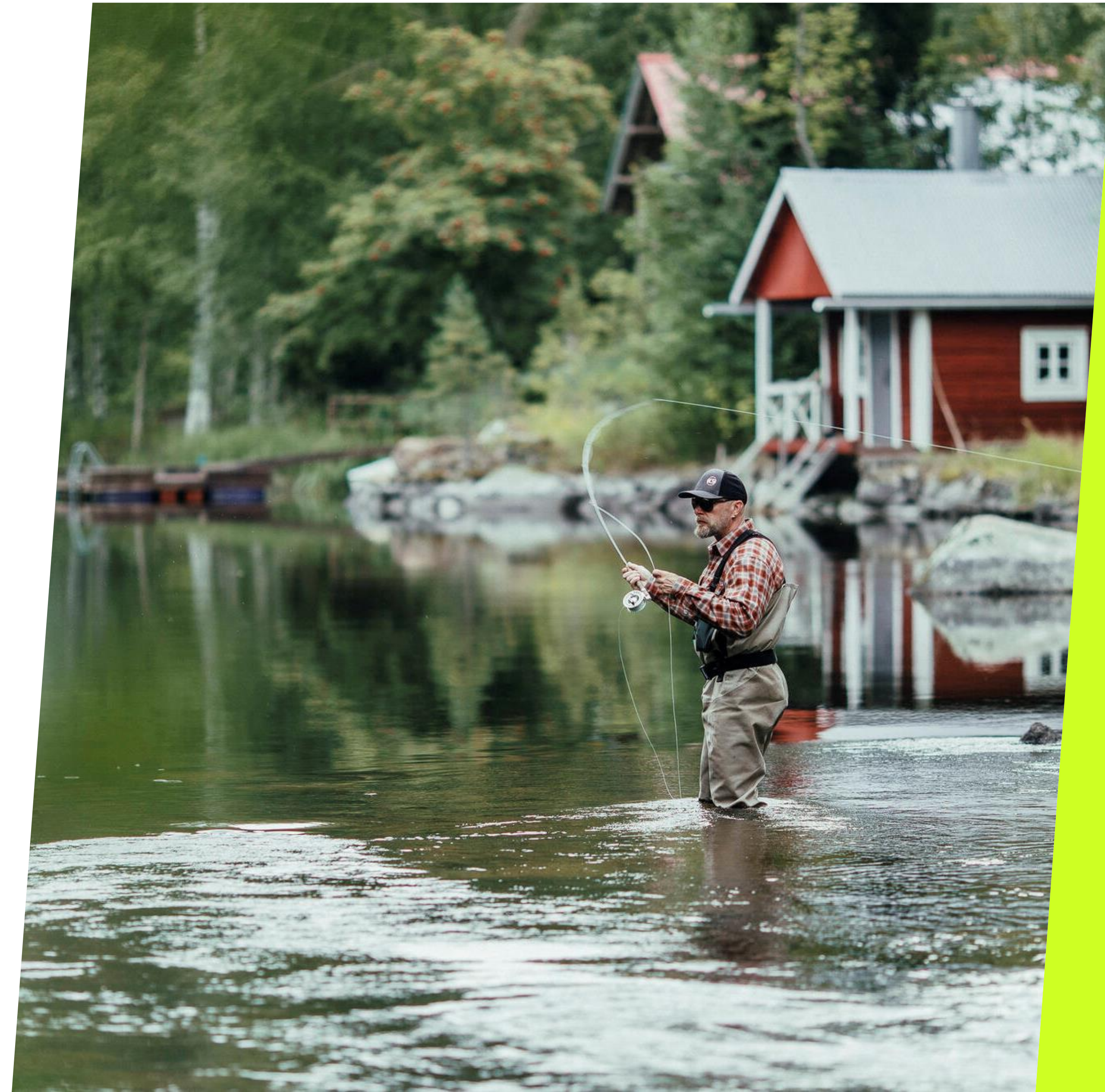
Ydinviesti

Aktiivisten kaupunki

Aktiivisten kaupunki on lähtökohta, josta Kouvola ja sen asukkaat puhuvat kaupungista ja itsestään.

Mietitään aina miten asiat näkyvät ja kuuluvat niin, että aktiivisten kaupungin viesti välittyy.

Voi käyttää myös sloganina.



Mikä ydinviesti on ja mihin sitä käytetään

- **On brändilupaus:** mitä olemme ja ennen kaikkea miksi?
- **Vie eteenpäin:** on johtamisen työkalu, joka ohjaa toimintaa. Ohjaa tekemään asioita, joiden avulla kommunikoidaan toiminnan kannalta olennaisinta asiaa.
- **Sen ympärille rakennetaan kaikki tekeminen:** markkinoinnin teot ja päivittäinen viestintä (some, media, nettisivut jne.).
- **Kertoo päällimmäisen asian, jonka halutaan jäävän ihmisten mieleen,** kun he kuulevat tai keskustelevat organisaatiosta. Asian, joka edesauttaa toimintaa.

Tarina

Kouvola on aktiivisen elämäntavan alusta

Kouvola on valinta elää aktiivista elämää, nostaa sykettä, innostua, kannustaa ja nauttia luonnosta. Kouvola on saavutettavissa, useammalla tavalla kuin uskotkaan.

Kouvola on luonnon, liikunnan, kulttuurin, koulutuksen ja erittäin hyvien yhteyksien kaupunki. Mutta ratkaisevinta on se, että Kouvola on kaikki tuo on helposti saavutettavissa ja arkeen yhdistettävissä. Kun valitsee Kouvola, valitsee kerralla enemmän. Kouvola puhutaan lyömättömistä tarjouksista, mahdollisuuksista valita sekä enemmän että isommin. Harvassa paikassa yhdistyy niin monta aktiivisen elämän edellytystä yhden kaupungin alueella. Erityisen harvoin se tapahtuu edullisen asumisen ja hyvien, nopeiden yhteyksien päässä pääkaupunkiseudusta.

Kouvola on kaikki se, mitä kaipaat aktiiviselta vapaa-ajalta, on tavallisen ihmisen saavutettavissa.

Olipa se sitten urheilua sarjatasolla, illat tallilla tai teatterissa, viikonloput veneen kannella onkien tai kesäiset festarit. Kouvola on yhteys ihmisiin, Suomen parhaimpiin naapureihin, on saavutettavissa.

Kiinnostavinta ei ole se mitä on, vaan se, mitä tehdään – Kouvola on aktiivisten ihmisten kaupunki.

Kohderyhmät

- Suomalaiset ja kansainväliset asukkaat
- Henkilöstö
- Luottamushenkilöt
- Elinkeinoelämä; yritykset ja muut yhteisöt
- Matkailijat ja vapaa-ajan asukkaat
- Media
- Koulut, oppilaitokset, opiskelijat ja muut keskeiset yhteistyötahot
- Paikalliset yhdistykset
- Muut kunnat ja viranomaiset
- Etu- ja ammattijärjestöt
- Kansainväliset sidosryhmät, mm. ystävyyskaupungit

Aktiivisten kaupungin äänensävy on:

Ratkaisija

Kaikessa viestinnässä haetaan ratkaisuja ja katsotaan eteenpäin. Ollaan ylpeitä omasta kaupungista ja korjataan virheellistä mielikuvaa omilla teoilla.

Ihmiseltä ihmiselle

Puhutaan kuin tutulle kaikissa kanavissa. Kielessä viljellään minä- ja me-muotoa. Sinutellaan. Moikataan. Helposti lähestyttävä ja sopivan lempeä.

Suora

Ollaan viestinnässä selkeitä ja suorita, ei kierrellä. Puhutaan sellaista kieltä, että mummo naapuripöydässäkin ymmärtää. Jargon ja selittely minimiin – myös vaikeissa asioissa.

Reipas ja rouhea

Kerrotaan mieluummin liikaa kuin liian vähän. Hakeudutaan vuoropuheluun, ja haetaan paikkoja avata keskustelua. Ei narista ja voivotella. Korostetaan aitoa ja rouheaa elämää.

4. Viestinnän ja markkinoinnin teot

Viestinnän keskiössä ovat aina kouvolaalaiset

Viestinnän ja markkinoinnin fokus

Keinovalikoima

Kriisiviestinnän periaatteet

Mittarointi

Viestinnän keskiössä ovat aina kouvolaalaiset

Tiedottamisen rinnalla viestinnän erityisenä tavoitteena kohderyhmien suuntaan on aktivoida kaupungin työntekijät, asukkaat, yritykset ja muut hyvänpuhujat vahvistamaan omalla viestinnällään mielikuvaa Kouvolaasta.



Viestinnän ja markkinoinnin fokus: *Kiinnostavinta ei ole se mitä on, vaan se, mitä tehdään*

KOUVOLA

Asuminen ja ympäristö	Matkailu	Sijoittumismarkkinointi	Kulttuuri	Liikunta
Kuinka ympäristössä ja tontilta on saavutettavissa aktiivinen elämä.	Mitä matkailija tekee ja aktiivisesti kokee, ei niinkään se mitä hän näkee.	Aktiivisten kaupungissa maailmantalouden muutoksiin tartutaan aktiivisesti ja rohkeasti.	Kiinnostavinta on se, mitä kulttuurin parissa voi kokea, oivaltaa ja tehdä, ei se mitä siellä on nähtävissä.	Alusta aktiiviselle elämälle, juuri sellaiselle, mikä herättää asukkaissa intohimoa.
- Asuminen ja ympäristö ovat Kouvolan strategisten tavoitteiden eturintama, siksi niiden rooli aktiivisten kaupunki-viestin todeksi elämisessä on kriittinen. - Kun mainostetaan tonttia, kuvataan rakentajaa, lenkkeilijää, venettä trailerille nostavaa tms. ihmistä, ei tyhjää tonttia. Luontokohteista kerrotaan niin, että pääosassa on ihmisen kokemus. - Ulkoilureitin kuvana ihminen portaissa pelkkien portaiden sijaan jne. Maisema-, kohde- ja luontokuvasta siirrytään aktiiviseen toiminnan kuvaamiseen. - Tontti on Kouvolaassa paikka aktiivisen elämän tukikohdalle.	- Korostetaan erilaisia aktiviteettejä, niiden yhdistelmiä ja rentoutumista fyysisen suorituksen jälkeen. - Kouvolan vahvuus on erilaisten aktiviteettien helppo saavutettavuus. Kouvola on helposti ja nopeasti saavutettavissa niin omalla autolla kuin julkisillakin. - Aktiivisten kaupungissa auringonlaskun sijaan katse lepää maaliviivan ylittäneessä moottoripyörässä, pelin jälkeisessä kentässä ja kiivetessä naarmuuntuneessa polvessa. Kouvolaassa uni tulee, koska valveilla ollessa ei ole säästelty.	- Kouvola on logistisesti keskellä kaikkea. Saavutettavuus ja toimivat logistiikkaratkaisut vauhdittavat yritysten kilpailukykyä. - Kouvolaassa yhdistyy poikkeuksellisen hyvä saavutettavuus, suuri kuljetuskapasiteetti, dataliikenteen ja sähkön runkoverkko sekä edulliset asuin- ja toimitilat. - Kouvola Innovation tekee aktiivista markkinointi- ja myyntityötä uusien investointien ja toimijoiden houkuttelemiseksi. Sijoittumispalvelu auttaa yrityksiä yhden luukun periaatteella. - Ihmiset ja tavarat liikkuvat sujuvasti. Kouvolaalaiset ehtivät töihin, kotiin ja harrastuksiin.	- Museo on aktiivinen elämys, paljon enemmän kuin kierros vanhojen tai kauniiden tavaroiden täyttämässä tilassa. - Kulttuuripalveluissa katsojaa haastetaan oivantamaan, ajattelemaan ja kokemaan itse. - Aktiivisten kaupungissa teatteri, musiikki, tanssi, kuvataide ja muu kulttuuri herättää, ihastuttaa ja innostaa. - Teosten kokemisen lisäksi aktiivisten kaupungissa houkutellaan kokeilemaan, harrastamaan ja jatkamaan tarinaa.	- Kouvola on urheilukaupunki, kaupunki josta on lähdetty mitalijahtiin uskomattoman monilla tavoilla. Aktiivisten kaupungissa esikuvien kunnioitus on tekemistä, kehittymistä ja onnistuimista. - Kaupunki mahdollistaa monipuolisen liikunnan, ulkoilun ja luonnossa liikkumisen kaikille. - Kaupungin suurseuroista huolimatta urheilukaupunki ei typisty muutaman lajin kaupungiksi. Kouvola on valinta elää aktiivista elämää, nostaa sykettä, innostua, kannustaa ja nauttia luonnosta.

Keinovalikoima

Kanavat viestintään ja markkinointiin:

- **Oma media:**
verkkosivut, some, intranet, uutiskirjeet, kohtaamiset, videot
- **Ansaittu media:**
mediajulkisuus, somekeskustelu
- **Ostettu media:**
julkaisut, esitteet, mainonta



Kriisiviestintä

- Viestintää, jota tehdään tavanomaisesta poikkeavissa olosuhteissa.
- Luonteeltaan tehostettua normaaliolojen viestintää: luotettavaa, nopeaa, avointa, palveluhenkistä ja vuorovaikutteista.
- Tärkein tehtävä on johtamisen ja tilannekuvan muodostuksen tuki.
- Kouvolan kaupungin kriisiviestintä on osa kaupungin valmiussuunnittelun kokonaisuutta ja sitä ohjaa [kaupunkitasoinen kriisiviestintäsuunnitelma](#) (kh 1/2022).
- Kriisissä toimintaa johtava viranomainen johtaa viestintää, johon kaupunki synkronoi oman, kriisin palveluvaikutuksia koskevan viestintänsä.

Viestinnän ja markkinoinnin mittaaminen

1. Omat viestinnän ja markkinoinnin toimenpiteet

- mitä viestintää ja markkinointia itse teemme
- mitä kohderyhmiä tavoitamme.

Mittarit:

- kampanjakohtaiset mittarit,
- monimediaisten sisältöjen määrä
- tiedotteet, juttuvinkkien määrä
- mediatilaisuudet ja -vierailut,
- visuaalisen ilmeen yhtenäisyys

2. Viestinnän ja markkinoinnin vaikuttavuus

- miten näymme medioissa omien toimenpiteidemme vaikutuksesta ja
- miten tarkasteluun valitut puhehenkilöt näkyvät
- mitkä ovat pääpuheenaiheet ja osumien äänensävy
- sosiaalisen median vaikuttavuus

Mittarit:

- mediaosumat,
- some-tekemisen tavoitavuus ja reaktiot
- kouvolaisten osallistuminen
- puhehenkilöiden näkyminen medioissa, määrä, aiheet ja äänensävy

3. Muutos

- mitä saavutamme kaupungin tasolla
- näkykö muutos?

Mittarit:

- bränditutkimus: Kouvola-mielikuvien kehittyminen.
- opiskelijakysely: opiskelijakaupunkistatuksen rakentuminen
- kävijämäärien ja tapahtumien kasvu: aktivoituminen tapahtumakaupunkina



KOUVOLA

Kouvolan kaupunki

PL 85/Torikatu 10, 45100 Kouvola

puh. 020 61511

viestinta@kouvola.fi

www.kouvola.fi