

**DAGMAR**

# Mielikuvatutkimus 2023

**Vihdin kunta**

Ville Rekula, Dagmar Oy 18.12.2023

# Tutkimuksen perustiedot

## TUTKIMUS- FAKTAT

**TUTKIMUKSEN KOHDERYHMÄ:** 20-59 –vuotiaat, Helsinki, Espoo, Vantaa (Est. 694 000)

**OTOSKOKO:** 333 (Helsinki 91, Espoo 154, Vantaa 88), tulokset painotettu vastaamaan väestöä sukupuolen, iän ja asuinkunnan mukaan Tilastokeskuksen väestötiedoilla

**KENTTÄTYÖN AJANKOHTA:** 30.11 – 7.12.2023

**DATAN KERÄYS:** Online-haastattelut

**OTOS:** Bilendin paneeli

**DATA-ANALYYSI JA RAPORTOINTI:** Dagmar Drive

# Tutkimuksen tavoite

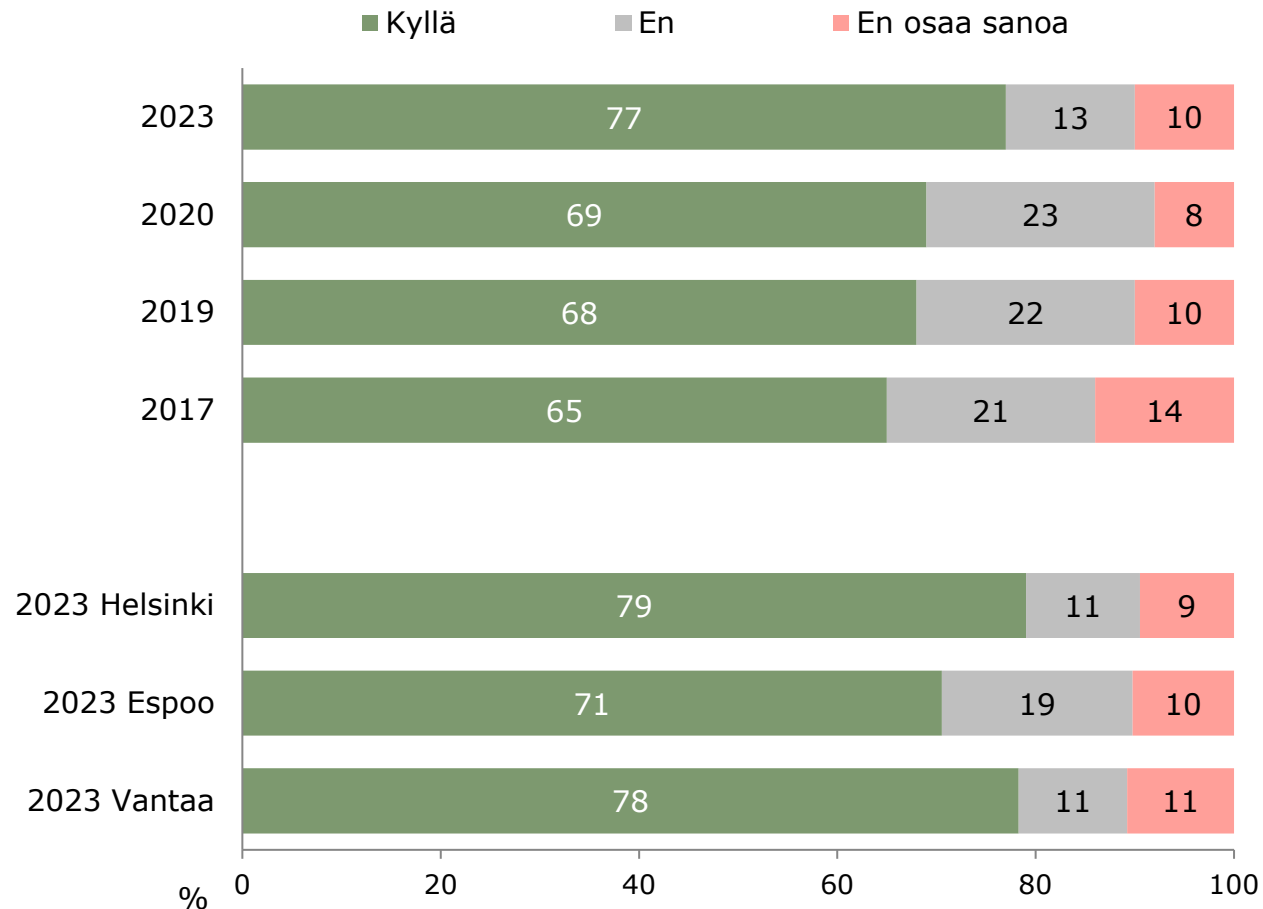
Tutkimuksen tavoitteena oli tunnistaa Vihdin kunnan vahvuusalueita ja kehityskohteita sekä tekijöitä, joihin vaikuttamalla kunnan mielikuvaa ja houkuttelevuutta voidaan entisestään vahvistaa.

Tutkimuksen sisältö noudattaa enimmäkseen 2017, 2019 ja 2020 tehtyjä vastaavia mielikuvatutkimuksia



# Tulokset

# Muuttoharkinta pois omasta kunnasta/seur. 10 v. <sup>DAGMAR</sup>



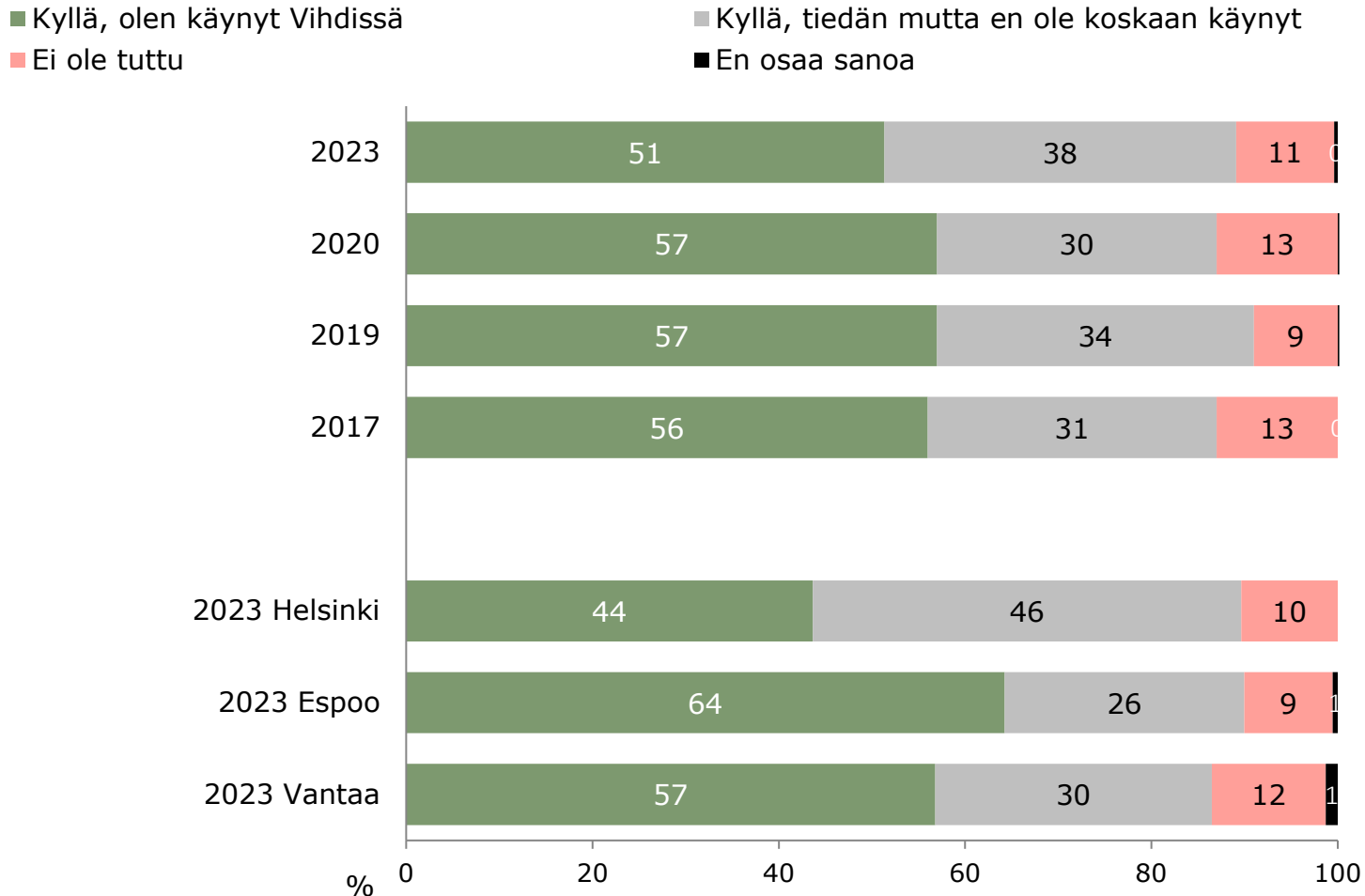
Muuttoharkinta hieman noussut, ovatko asumiskustannukset syynä?

20-29 -v. ja naiset korostuvat.

**Voisitko harkita muuttamista nykyisestä kotikaupungistasi tulevan 10 vuoden aikana?**

VASTAAJAMÄÄRÄT: 2023 (N=333), 2020 (N=310), 2019 (N=316), 2017 (N=313)

# Vihdin kunnan tunnettuus



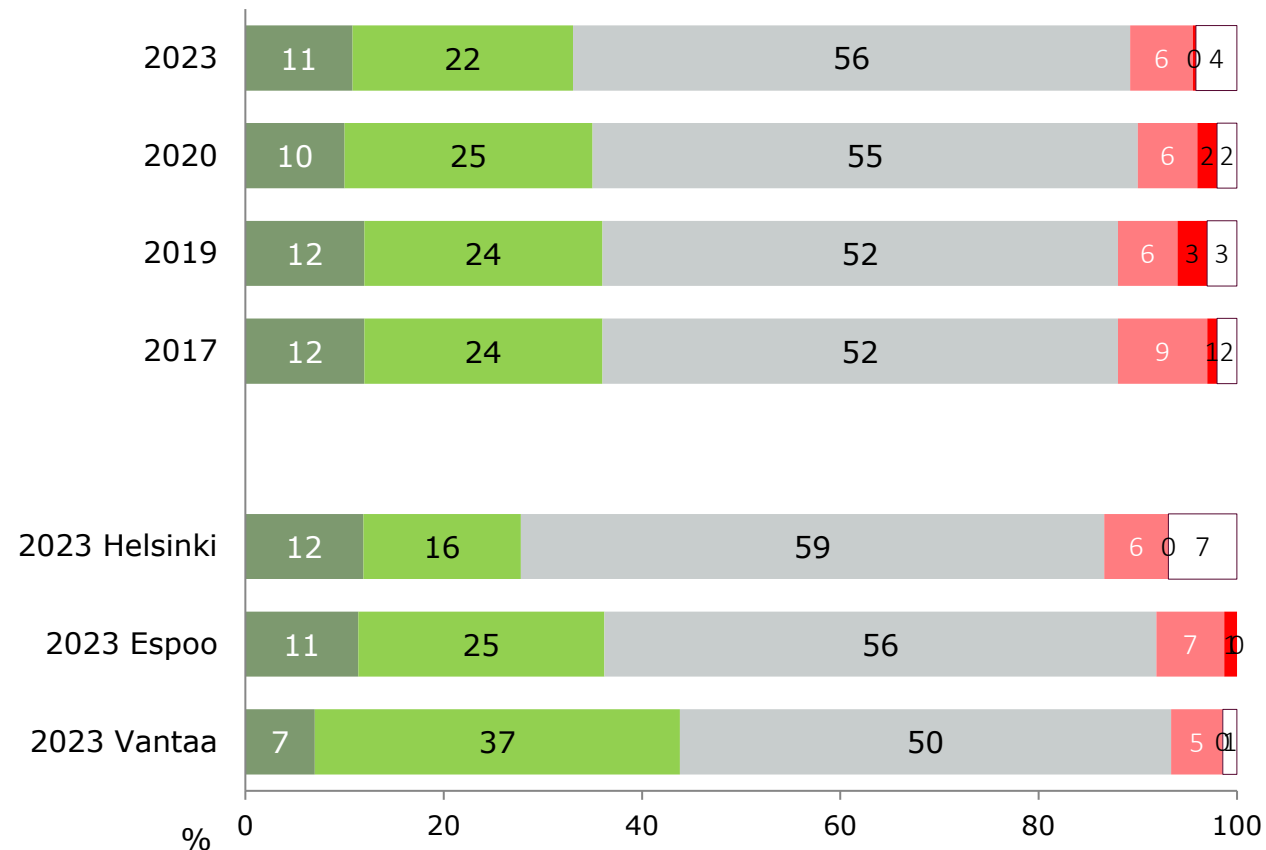
Yhteenlaskettu tunnettuus peräti 89 % ja noussut hieman. Tunnettuus tasainen eri ikäryhmissä n. 90 %, vaikka vanhemmat käyneet toki enemmän itse Vihdissä.

**Onko Vihti kuntana sinulle tuttu?**



# Mielikuvan myönteisyys/kielteisyys

■ Myönteinen ■ Melko myönteinen ■ Neutraali ■ Melko kielteinen ■ Kielteinen ■ En osaa sanoa

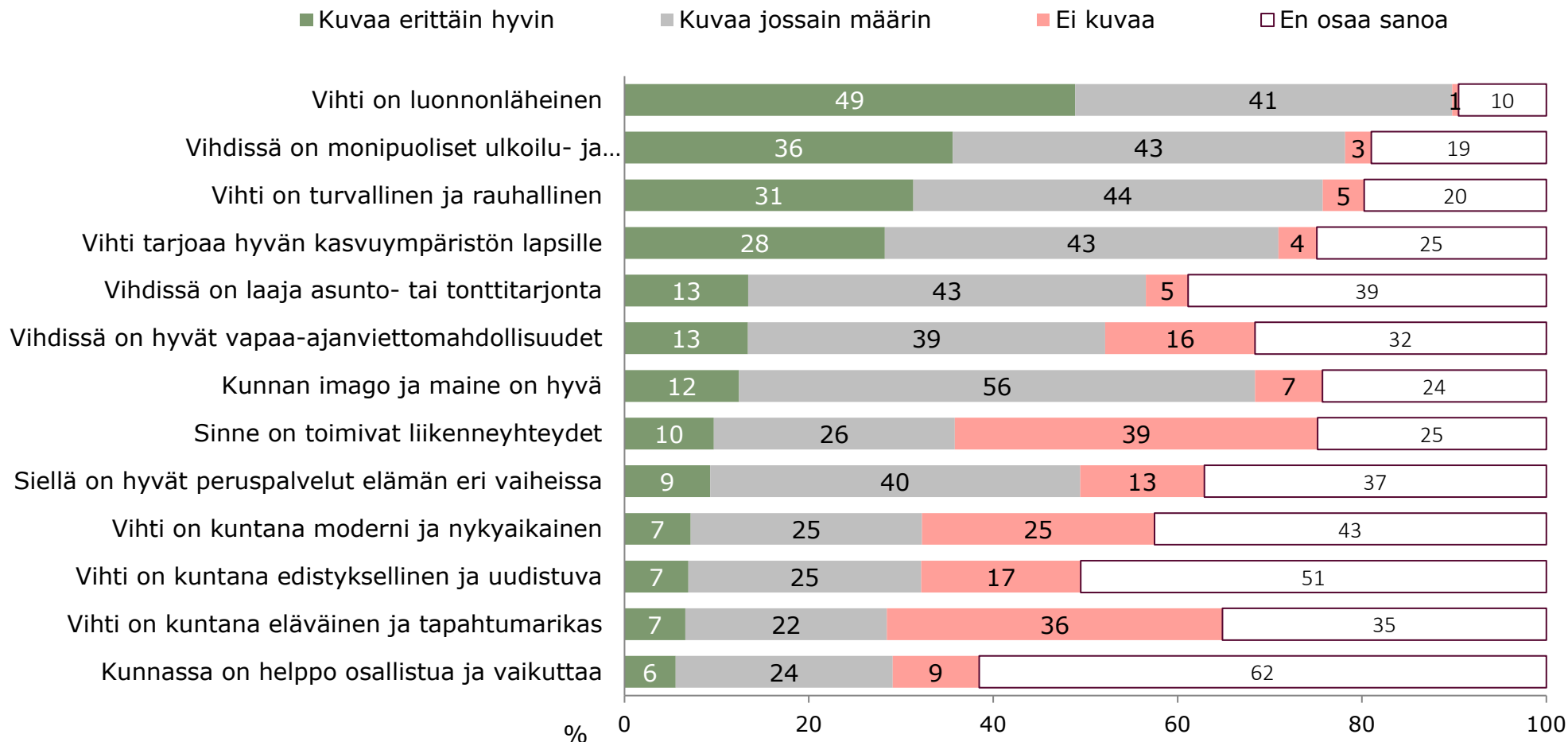


Mielikuva Vihdistä pysynyt hyvin tasaisena trendissä. Kuntien välillä on eroa mielikuvassa.

**Miten myönteinen tai kielteinen mielikuva sinulla on kokonaisuutena Vihdistä kuntana?**



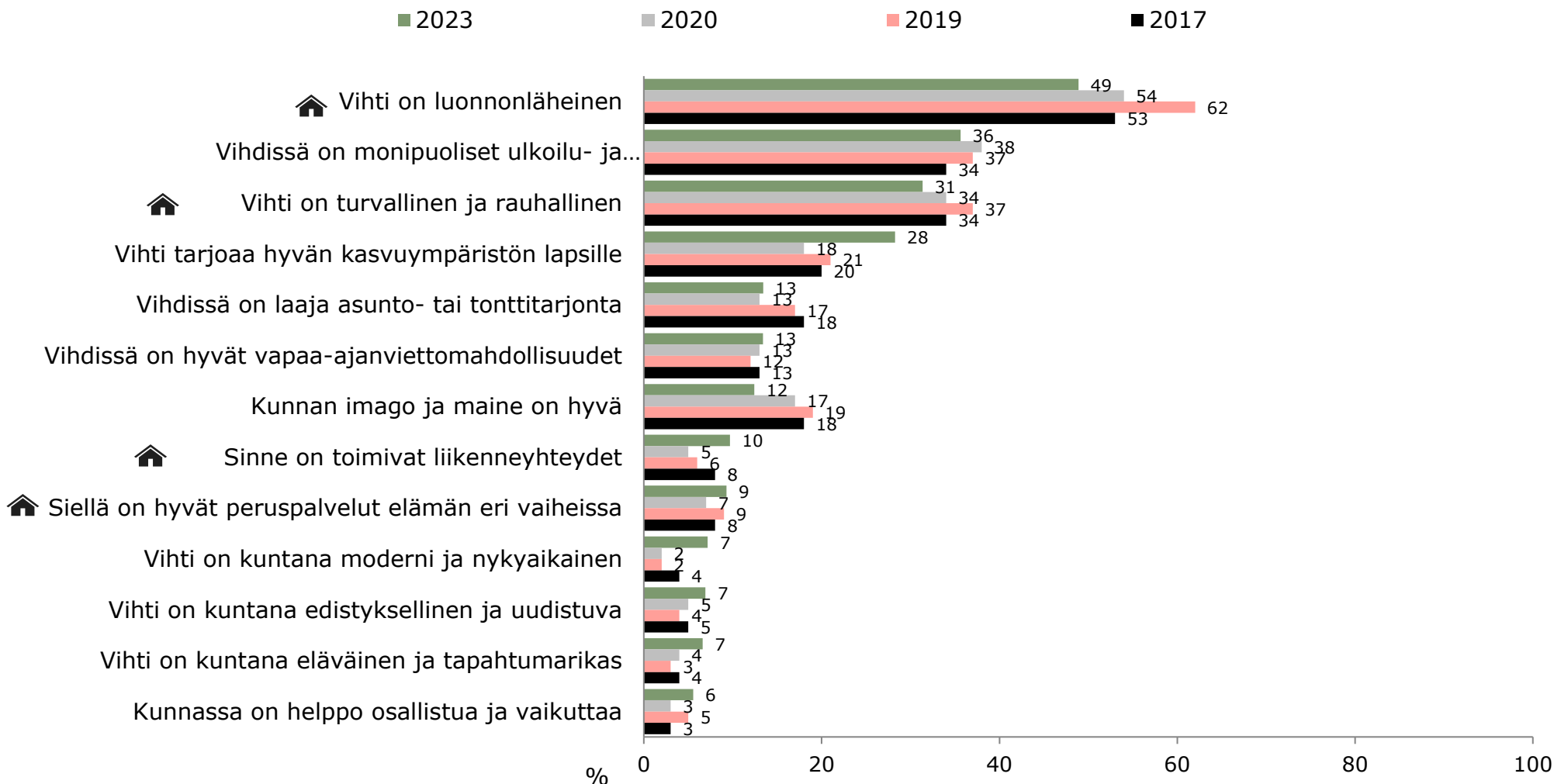
# Vihdin kunta ja ominaisuudet



Luonnonläheinen, monipuoliset ulkoilu- ja liikuntamahdollisuudet sekä turvallinen ja rauhallinen ovat Vihtiin useimmiten liitettävät ominaisuudet.

**Miten hyvin seuraavat ominaisuudet mielestäsi kuvaavat Vihtiä?**

# Vihdin kunta ja ominaisuudet (%, kuvaa erittäin hyvin)

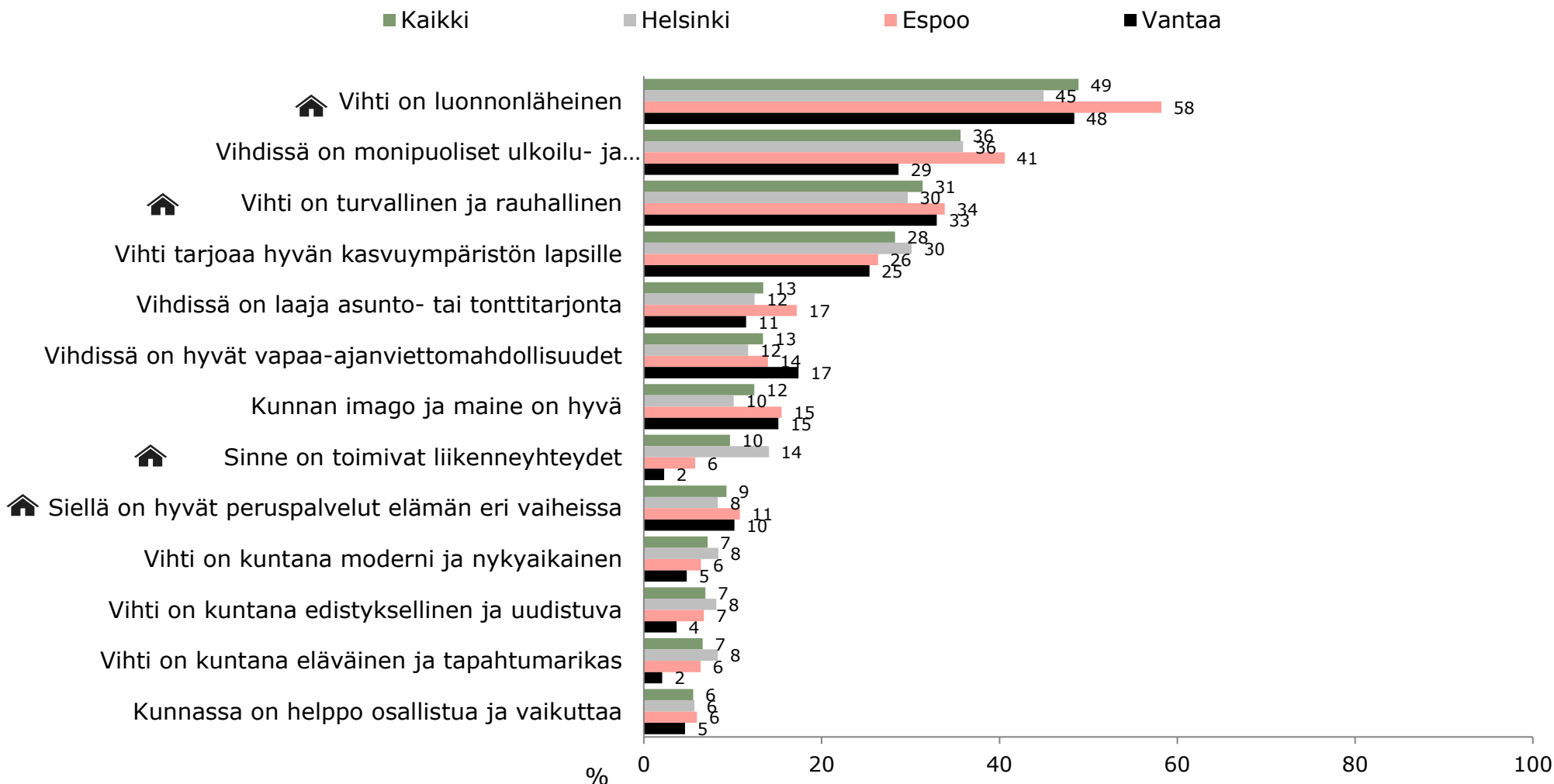


Kasvua erityisesti hyvänä kasvuympäristönä lapsille.

🏠 Top-4 tärkeintä tekijää asuinpaikkakunnan valinnassa

**Miten hyvin seuraavat ominaisuudet mielestäsi kuvaavat Vihtiä?**

# Vihdin kunta ja ominaisuudet (%, kuvaa erittäin hyvin)

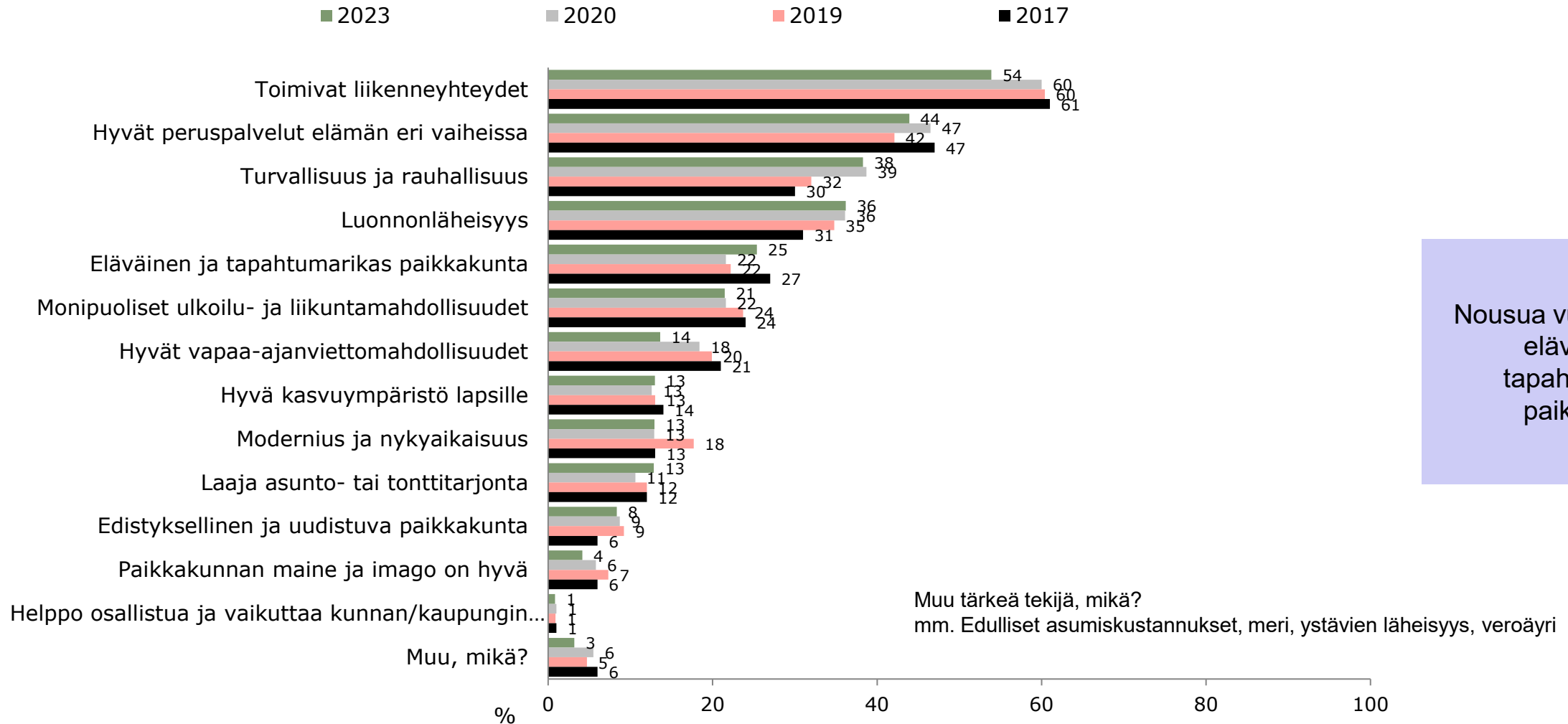


Espoolaisissa korostuvat Vihdin ominaisuudet ovat luonnonläheisyys, monipuoliset ulkoilu- ja liikuntamahdollisuudet sekä laaja asunto- tai tonttitarjonta

🏠 Top-4 tärkeintä tekijää asuinpaikkakunnan valinnassa

**Miten hyvin seuraavat ominaisuudet mielestäsi kuvaavat Vihtiä?**

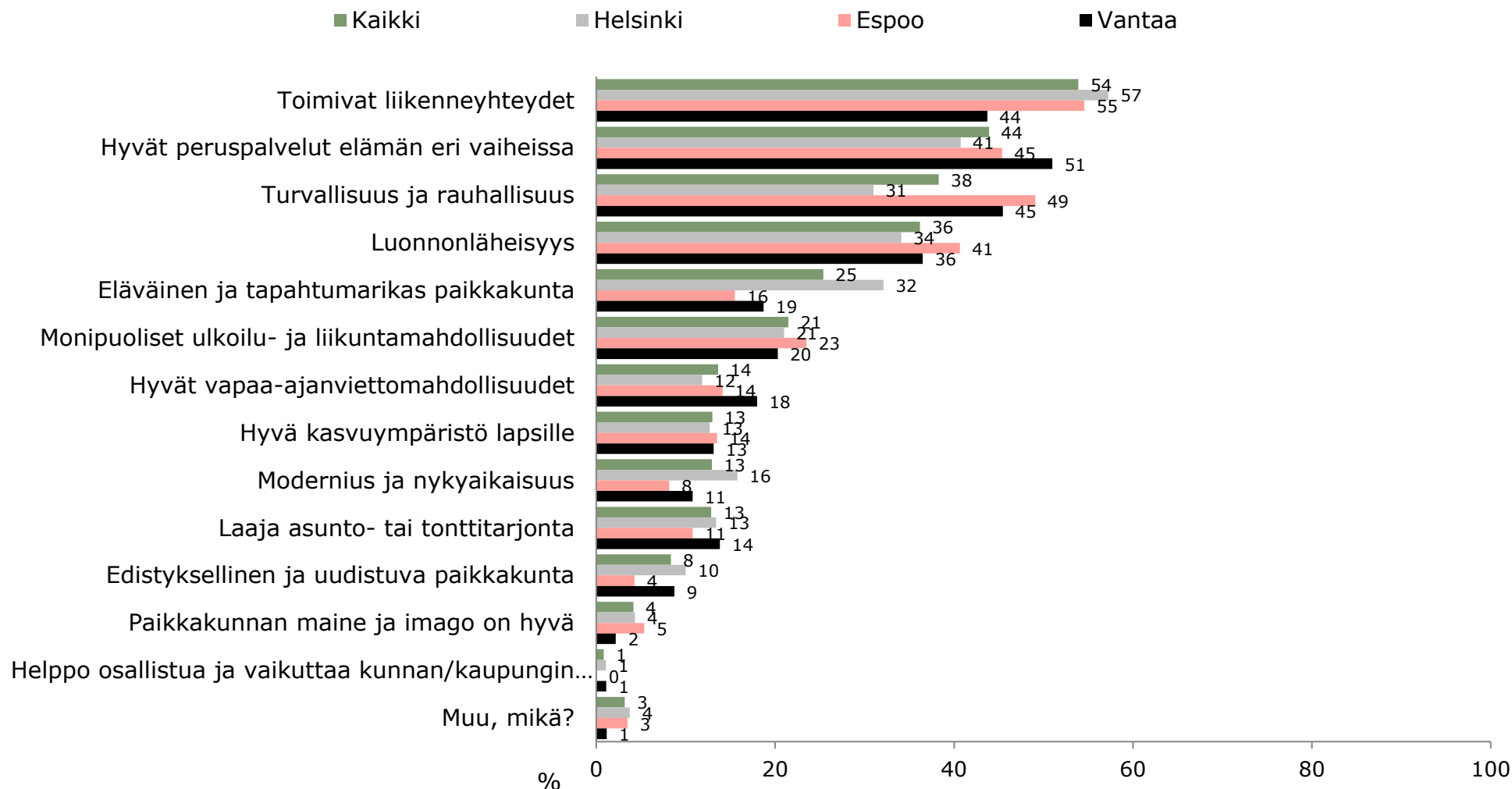
# Uuden asuinpaikan ominaisuudet



Nousua vuodesta 2020:  
eläväinen ja  
tapahtumarikas  
paikkakunta

**Mitkä asiat sinulle ovat tärkeimpiä uuden asuinpaikkakunnan valinnassa? Valitse enintään kolme tärkeintä alla olevalta listalta.**

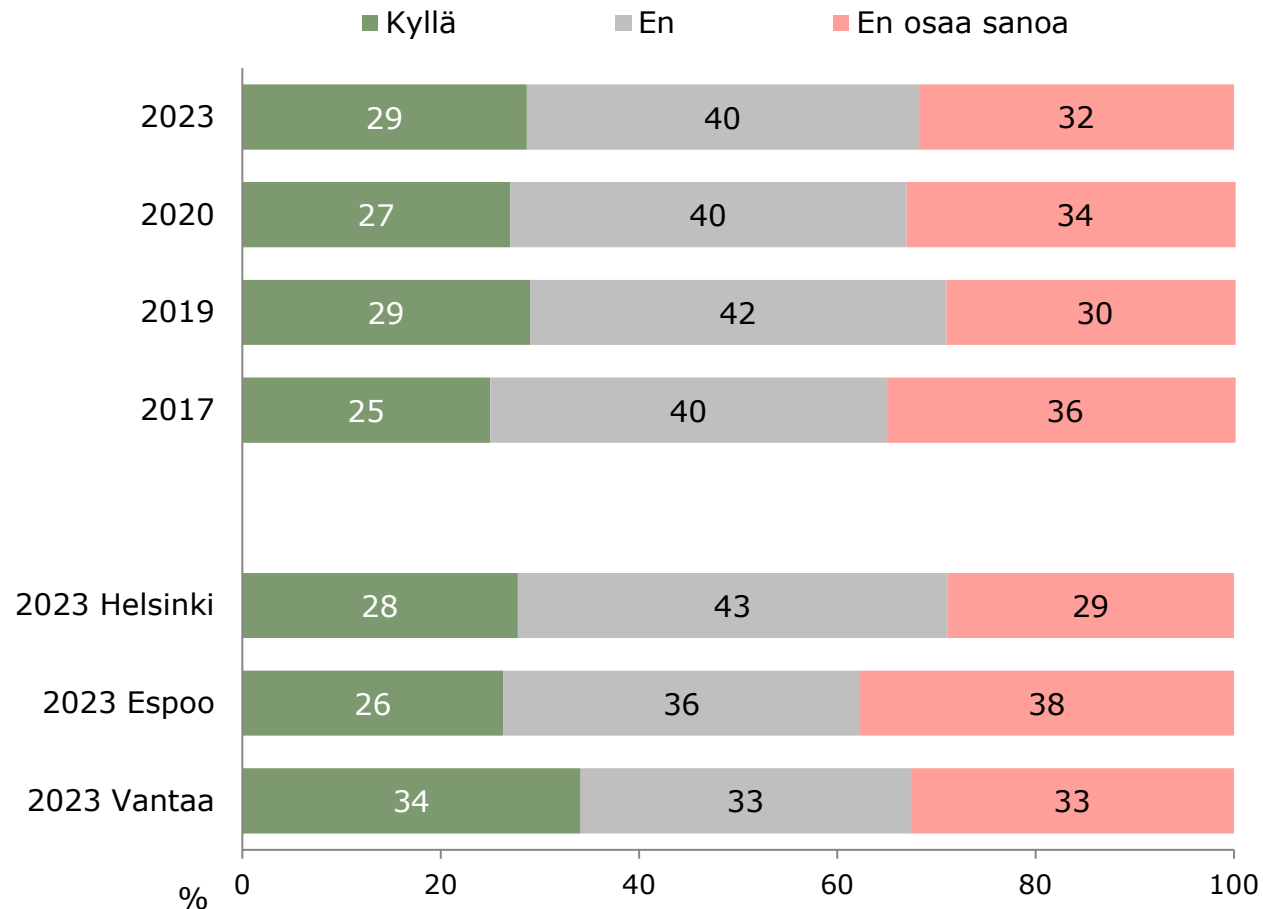
# Uuden asuinpaikan ominaisuudet (%) (%, kuvaa erittäin hyvin)



Espoolaisilla korostuvat turvallisuus ja rauhallisuus sekä luonnonläheisyys

**Mitkä asiat sinulle ovat tärkeimpiä uuden asuinpaikkakunnan valinnassa? Valitse enintään kolme tärkeintä alla olevalta listalta.**

# Kiinnostus muuttaa Vihtiin



Kiinnostuneita on 29 % eli 201 000 ihmistä pk-seudun 20-59 -vuotiaista!

**Voisitko harkita muuttoa Vihtiin joskus tulevaisuudessa?**

VASTAAJAMÄÄRÄT: 2023 (N=333), 2020 (N=310), 2019 (N=316), 2017 (N=313)

# MONI KOKEE, ETTÄ VIHTI ON LIIAN KAUKANA JA LIIAN PIENI PAIKKAKUNTA

## Miksi et voisi harkita muuttoa Vihtiin?

- Huonot julkiset liikenneyhteydet
- Liian kaukana
- Tyytyväisyys nykyiseen asuinpaikkaan
- Liian pieni paikka
- Perhe, ystävät
- Huonot työ- tai opiskelumahdollisuudet



Katso kaikki avoimet  
kommentit liitteistä

# EDULLISET TONTIT SEKÄ PAREMMAT LIIKENNEYHTEYDET JA PALVELUT VOISIVAT HOUKUTELLA UUSIA ASUKKAITA

*Miten Vihti voisi houkutella uusia asukkaita kuntaan*

- Edulliset tontit
- Edulliset asunnot
- Paremmat liikenneyhteydet
- Edullisemmat verot
- Mainostamalla Vihtiä/tekemällä tunnetummaksi
- Työpaikoilla



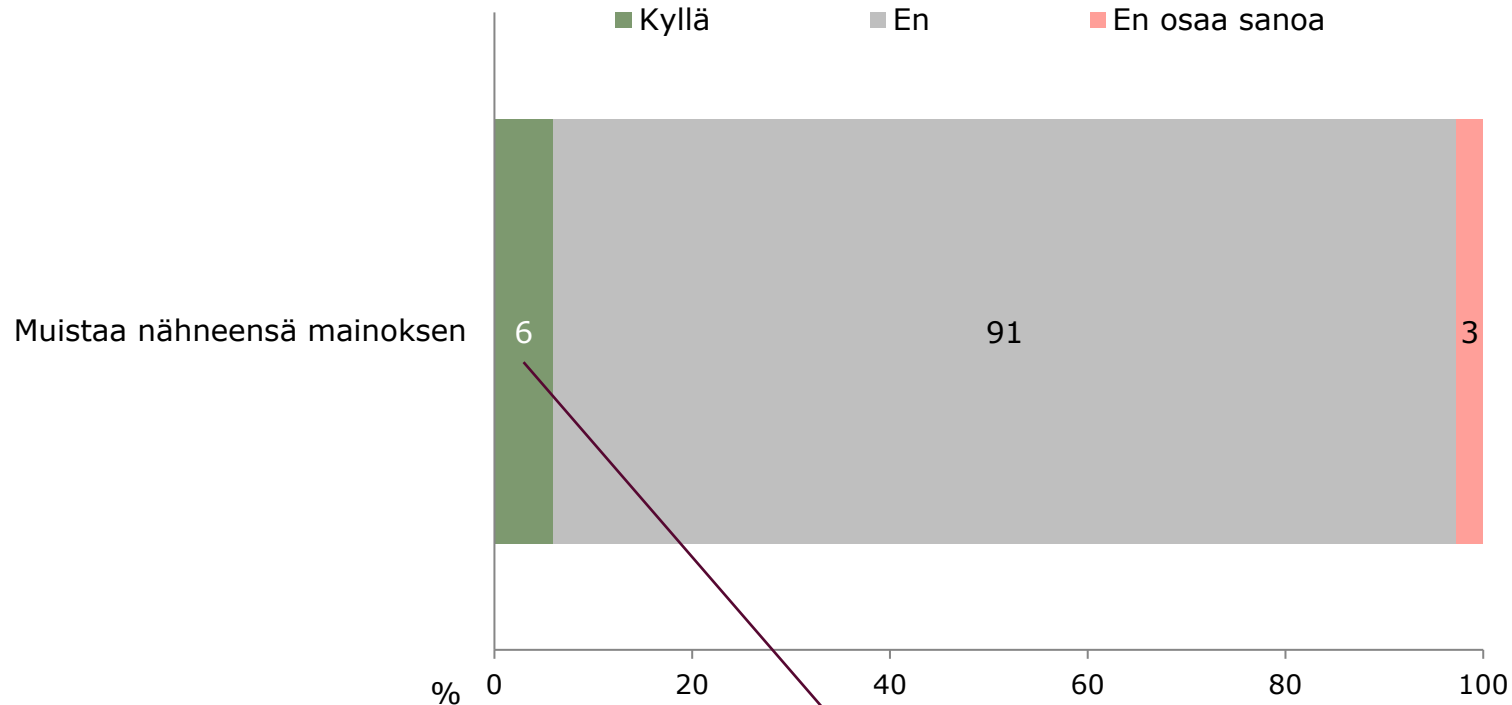
Katso kaikki avoimet kommentit liitteistä



# Mainonnan muistaminen

DAGMAR

Huom! Kampanja ollut yli puoli vuotta ennen tutkimusajankohtaa: kampanja jo pitkälti unohtunut vastaajilta



Mainonnan muistaminen  
asuinkunnan mukaan:  
Helsinki: 8 %  
Espoo: 4 %  
Vantaa: 2 %

Nuoret 20-29 -v.: 9 %  
Lapsiperheet: 10 %  
Jos voisi harkita muuttoa  
Vihtiin: 14 %

**Muistatko nähneesi oheista Vihdin kunnan mainosta?**

VASTAAJAMÄÄRÄT: 2023 (N=333)

Ulkomainonta: 2 %  
Sosiaalinen Media: 2 %  
Lehdet: 1 %  
En muista: 2 %



# Mitä ajatuksia mainonta herätti?

Hauskuus, huumori, erilaisuus, tonttien edullisuus



## Positiivista

- *Aika halpoja tontteja*
- *Aika kiva*
- *alkoi vähän hymyilyttää, ihan hauska kamppis*
- *ehkä voisi tutustua*
- *Että hyvä ja edullinen paikka*
- *Halpoja tontteja, mutta missä ne sijaitsee*
- *Halvat tontit, muuten vähän outo*
- *Hauska*
- *Hauska idea, antaa Vihdistä nykyaikaisen ja... dynaamisen kuvan.*
- *hauska mainos*
- *Hauska! Herättää mielenkiinnon*
- *Hauska, erilainen*
- *Hauska, hiukan erilainen, herättää kiinnostusta*
- *Hauska, söpö*
- *Hauska, vetoava, ehkä myös vähän sekava. Näyttää enemmän festarin tai tapahtuman mainokselta. Ehkä nuorille aikuisille suunnattu.*
- *Heh, ihan hauska*

## Positiivista

- *Houkuttelee hintatasollaan*
- *Huumoria*
- *Hymyilyttää, aika hauska.*
- *Hyvä sanaleikki ja virkistävä väritys*
- *Ihan hauska mutta ehkä vähän liikaa kaikkea, mikä tekee mainoksesta sekavan.*
- *Ihan hauska, mutta kuka tuo mies on?*
- *Mainoksesta saa kuvan, että Vihti tekee niin suuren vaikutuksen, että sinne muuttava tulee jäämään sinne. Hyvin positiivinen ja rauhallinen kuva välittyy tämän mainoksen myötä.*
- *mukavia ajatuksia*
- *No kyllä on hieno mainos ja edukas tontti*
- *Persoonallinen. Vihti vaikuttaa kotoisalta ja rakkautta sisältävältä.*
- *Suloinen*
- *Visuaalisesti hauska ja huomion kiinnittävä mainos.*

Mitä ajatuksia tämä mainos teissä herättää? AVOIN

- Nostoja avoimista palautteista. (N=333)

# Mitä ajatuksia mainonta herätti?

Ei ole ymmärretty ollenkaan, liian sekava tai outo



## Negatiivista

- *Aika jälkeenjäänyt perähikiä. Kallis asua. Taivaspaikkaa odotellessa. Palvelut ei toimi.*
- *Aika korni, vähän tekaistu nimike ”rakkauden pääkaupunki”*
- *Aika outo. Miten tuo herrasmies liittyy vihtiin?*
- *Ei ehkä sovi Vihdille.*
- *Ei kovin houkutteleva*
- *Ei kovin vakuuttava. Amatöörimäinen.*
- *En heti hoksaa vihdin yhdistämistä rakkauteen. Sinänsä mainos ihan hauska.*
- *Erittäin pinkki, naisellinen ja yliampuva*
- *Friikki sirkus, ei hyvä. Miehellä sydänkuviainen takki, siivet ja kukka kädessä...tosi negatiivinen kuva aiemmin positiivisesta Vihdistä. YÖK :(*
- *huuh..tekemällä tehty*
- *Hyvin erikoinen mainos joka ei ole mielestäni houkutteleva.*
- *Hyvin imelä värimaailman takia. Ei saa mitään irti ja muutenkin ehkä ärsyttävä*
- *Hyvin outo, ei positiivinen*
- *Kammottava, luotaantyöntävä, teennäinen*
- *Korni mainos antaa vanhanaikaisen kuvan kunnasta; ei suunnattu nuorelle*
- *kuten hautausmaiden mainonta*
- *Lapsellisuutta*
- *Liian outo. En ymmärrä.*

## Negatiivista

- *Luulin että on joku kesäteatterin mainos*
- *Mainos liian täynnä kaikkea. Jää viesti vähän epäselväksi - mikä mainoksen tärkein sanoma on? Tonttihinnat? Rakastettava paikka? Vihti asuinpaikkana?*
- *Naurettava mainos, en tykkää ja ei vakuuta.*
- *No ei tällä Vihtiin lisää saada asukkaita.*
- *Näytti teatterin mainokselta*
- *Näyttää homobaarin ikämiesten ystävänpäivän sokkotreffimainokselta.*
- *Näyttää kaisanimen tunnelin teatterimainokselta huonolla tavalla*
- *Oudot värit ja kuva, eivät kerro mitään Vihdistä.*
- *Outo. Muistittaa kukkamainosta*
- *Perinteinen pienen kaupungin mainos. Yrittää liikaa*
- *Se muistuttaa minua kuolemasta. Se ei ole minusta kovin houkutteleva.*
- *Sekava, levoton*
- *Sekava, miksi tämä on englanniksi, miksi tämä on ontuvaa englantia.*
- *Tylsä*
- *Vähän sekava*
- *ystävänpäivä*
- *Ällöttävä*

Mitä ajatuksia tämä mainos teissä herättää? AVOIN

- Nostoja avoimista palautteista. (N=333)

# Yhteenveto

## YHTEENVETO

- Vihdin tunnettuus pysynyt samalla tasolla. Ylipäättään muuttohalukkuus pois omasta kunnasta on noussut, mahdollisesti nousseiden asumiskustannusten vuoksi
- Vihtiin suhtautuminen on pysynyt yhtä positiivisena kuin aiemminkin. Kiinnostus muuttaa Vihtiin on pysynyt 29 %:n tasolla ja on tutkimusalueen kunnista korkein Vantaalla: 34 %.
- Vihtiä pidetään edelleen luonnonläheisenä, hyvät ulkoilu- ja liikuntamahdollisuudet omaavana sekä turvallisenä ja rauhallisena asuinpaikkana – lisäksi hyvä kasvuympäristö lapsille on noussut eniten ja on suurin muutos aiempiin tutkimuksiin verrattuna Vihdin mielikuvassa.
- Vihtiin muuton harkinnan esteinä edelleen kaukaisena pidetty sijainti ja julkiset kulkuyhteydet. Työ- ja opiskelupaikkojen mahdollinen puute sekä tyytyväisyys nykyiseen asuinpaikkaan mainitaan myös usein.
- Kampanja jakoi ihmisiä kahteen ryhmään: toinen puoli piti kovasti ja mainontaa pidettiin hauskana ja muusta mainonnasta poikkeavana ja edulliset tontit nousivat myös avoimissa vastauksissa. Toinen puoli sitten ei joko ollut ymmärtänyt mainosta tai piti sitä sekavana tai outona.

Vastaajien avoimet kommentit kokonaisuutena seuraaviin kysymyksiin:

- Kerro omin sanoin minkälainen mielikuva sinulla on Vihdistä?
- Miksi et voisi harkita muuttoa Vihtiin?
- Miten Vihti voisi houkutella uusia asukkaita kuntaan?
- Mitä ajatuksia tämä mainonta herätti?

Tutkimusdata excel-muotoon taulukoituna eri taustaryhmät eriteltynä