

Markkinointi- ja tiedotuskertomus 2025

Kunnanhallitus 23.03.2026 § 52
129/00.01.02/2026

Valmistelija

Markkinointi- ja tiedotussihteeri: Jenna Ahola, puh. 040 483 3995,
jenna.ahola@iitti.fi

Markkinointi- ja tiedotuskertomuksen tarkoituksena on raportoida läpinäkyvästi vuosittain toteutetusta markkinoinnin ja viestinnän operatiivisesta toiminnasta sekä kampanjakohtaisista tuloksista. Markkinointi- ja tiedotuskertomus laadittiin ensimmäisen kerran vuodesta 2022 (K.hall. 17.04.2023 § 78).

Viestinnän kehittäminen on pitkäjänteistä työtä, ja sitä viitoitettiin määrittämällä kuntastrategiakyselystä (v. 2021) kunnan keskeiset viestintäkanavat. Kuntalaisia kuunnellen pääkanaviksi nostettiin kunnan verkkosivut, paikallislehti Iitinseutu sekä kunnan sosiaalisen median kanavat – ne kanavat, mitkä kuntalaiset arvottivat korkeimmalle vastaamalla kysymykseen ”kuinka haluat vastaanottaa kunnan tiedottamista”. Nämä kunnan pääviestintäkanavat toimivat punaisena lankana ja kertomuksen runkona, mutta lisäksi kertomuksessa raportoidaan muiden toteutettujen markkinointikampanjoiden ja -toimenpiteiden tuloksista.

Kertomuksen pääpainopiste on kehittämisspalvelujen alaisten tiedotuksen ja markkinoinnin, elinkeinon ja matkailun tulosyksiköiden toteuttamissa markkinointi- ja viestintätoimenpiteissä, mutta painatuksia ja ilmoituksia käsitellään laajemmin kaikkien toimialojen osalta. Näin tiedotustoiminnan volyymistä saadaan muodostettua realistisempi kokonaiskuva, sillä vastuu tiedotustoiminnan järjestämisestä on hajautettu toimialakohtaisesti ja toimialat vastaavat itse omasta palvelutiedottamisestaan.

Sosiaalisen median kanavista kertomus raportoi pääasiassa kunnan sosiaalisen median päätileistä (@iitinkunta), mutta kuntaorganisaatiolla on käytössä myös monia toimialakohtaisia tilejä. Sosiaalisen median osalta jatkotoimenpiteinä tullaan analysoimaan ja kehittämään sisältöjä sekä painottamaan seuraajamäärien kasvattamiseen sekä somesuunnitelman laatimiseen.

Kampanjat

Kolmivuotinen ”Valitse Lahti, saat koko Suomen” -kampanja päättyi syksyn 2025 kampanjalähdön jälkeen. Kampanjakohtaisten tulosten lisäksi kertomuksessa raportoidaan tuloksia koko kolmivuotiselta ajalta. Kampanjasta toteutettiin vuoden 2025 aikana kaksi kampanjalähtöä: keväällä 14.4.–31.5. sekä syksyllä 22.9.–19.10. Molempina kampanja-aikoina toteutettiin lisäksi kampanjatutkimukset.

Kampanjan mediatoteutuksista ulkomainonta (metrojen ja ratikoiden diginäytöt) sekä kuntakohtaiset sosiaalisen median bannerit kohdistuvat suoraan kuntien näkyvyyteen. Somebannerit ohjasivat liikennettä suoraan kuntien omille sivuille. TV, online video sekä radiomainonta keskittyvät kampanjan pääsanomaan, sekä ohjaavat liikennettä Lahden kaupungin ylläpitämälle kampanjasivulle, jossa Lahden kaupungin oman materiaalin

lisäksi linkitykset kuntien sivuille. Näiden vaikutus kuntiin oli välillistä, eikä edesauttanut saavuttamaan kampanjalle kuntien asettamia tavoitteita.

Huomioitavaa on, että kohtakohtainen kysymys Lahden ja sen seutukuntien kiinnostavuudesta on toteutettu kampanjatutkimuksissa vain kahdesti (syksyllä 2024 ja syksyllä 2025). Iitin kiinnostavuus kasvoi arvosanassa 5 (erittäin kiinnostava) yhden prosentin ja neutraalissa 6 prosenttia vuoden 2024 syksyn tuloksiin verrattuna. Arvioinnissa arvosana 4 laski 2 prosenttia, arvosana 2 laski yhden prosentin ja arvosanan 1 (ei lainkaan kiinnostava) laski 4 prosenttia. Kiinnostus Iittiä kohtaan on arviointien mukaan noussut hieman, mutta on muiden seutukuntien lailla suurimmaksi osaksi neutraalilla tasolla.

Suuremman maakunnallisen kampanjan lisäksi Iitin kunta toteutti oman asumiseen painottuvan sosiaalisen median kampanjan (Facebook ja Instagram) elokuussa 2025. Kampanjan kohdennuksessa hyödynnettiin maakunnallisen kampanjan (vuoden 2024) tutkimustuloksia, ja kampanja kohdenettiin niille alueille, joilla se oli saanut positiivista huomioarvoa. Lisäksi kampanjaa kohdennettiin Kouvolan, Lahden ja Heinolan alueille.

Lahti Region – Visit Lahden toteuttamista markkinointikampanjoista Kulttuurin kasvot ja festivaalikesä -kampanja (sis. Iitin Musiikkijuhlat) oli heidän vuoden 2025 kampanjatoteutuksista se, jonka vaikutukset kohdistuivat merkittävimmin Iittiin. Kyseinen kampanja siihen liittyvine toimenpiteineen oli myös Visit Lahden suurin yksittäinen vuoden 2025 kampanja. Lisäksi vuonna 2025 painotettiin paljon vesistömatkailun näkyvyyttä ja liikennettä ohjattiin [visitlahti.fi/vesille](https://www.visitlahti.fi/vesille) -sivustolle, jonka sisällöissä mukana erityisesti Vuolenkoski ja Kimolan kanava.

Painatukset ja ilmoitukset sekä tiedotustoiminta

Iitinseudussa Iitin kunta ilmoittaa vuosittain ajankohtaisista asioista kunta tiedottaa -palstalla, virastoinfossa sekä erillisillä lehti-ilmoituksilla sekä verkkolehden bannereilla. Muita painatuksia ja ilmoituksia toteutettiin muun muassa matkailumarkkinoinnin toimenpiteinä A-lehtien lomaliitteessä sekä kahdessa veneilyyn painottuvassa julkaisussa. Muihin painatuksiin ja ilmoituksiin lehti-ilmoitusten lisäksi lukeutuvat tontti-ilmoitukset Oikotie-palvelussa, kunnan toteuttama matkailuesite ja vuosikertomus, sosiaalisen median mainonta, postikorttikampanjat, brändituotteiden painatuskulut sekä ulkomainonta.

Painatusten ja ilmoitusten kokonaiskustannuksista suurin osa, 42 874 euroa, käytettiin erilaisiin printti- ja digitaalisiin ilmoituksiin ja julkaisuihin. Näistä paikalliseen tiedottamiseen ja mainostamiseen Iitinseudussa käytettiin yhteensä 21 846 euroa, ja muihin julkaisuihin, esitteisiin, ilmoituksiin ja somemainontaan toteutettiin yhteensä 19 851 eurolla.

Mediaseurannan kautta seurataan verkkomediassa Iitistä kertovien ja uutisoivien lehtijuttujen (mediaosumat) määrää ja sävyä. Vuonna 2025 mediaosumia kertyi yhteensä 747, joista positiivisia 9,7 %, neutraaleja 80,5 % ja negatiivisia 9,6 %. Mediaosumien määrä kasvoi 30,8 % edellisvuodesta.

Lisäksi mediatiedotejakelujärjestelmää hyödynnetään virallisiin erityisesti medialle suunnattuihin tiedotteisiin. Iitin KulttuuriQ tekee odotetun paluun – kulttuuria kaikenikäisille läpi helmikuun, Iitin kunta hakee lukion ja yläkoulun rehtoria, Iitin kunta järjestää asukastilaisuuden koulukeskushankkeen valmistelusta, Iitin matkailun kehittämishankkeessa

kehitetään kestävää aluebrändiä, litin kirjasto palvelee peruskorjatuissa tiloissaan ja Duuniitti -rekryointitapahtumasta. Tiedotteiden avausprosenttien keskiarvo oli 20,6 %.

Sosiaalinen media ja verkkosivut

Kunnan sosiaalisen median kanavien kehitys oli vuonna 2025 kasvava sekä seuraajamäärien että kattavuuden osalta. On kuitenkin huomioitava, että Meta on päivittänyt raportointimalliaan vuoden 2025 aikana, ja tästä syystä vuosien 2025 ja 2024 tilastot ole täysin verrannolliset keskenään. Vuoden 2025 tilastointi on saatavilla katseluina, vuoteen 2024 Meta tilastoi kattavuutta.

Sosiaalisen median osalta tulevien vuosien jatkotoimenpiteinä tullaan painottamaan seuraajamäärien kasvattamiseen, analysoidaan ja kehitettyjä tuotettuja orgaanisia sisältöjä sekä panostetaan paremmin sosiaalisen median suunnitelmallisuuteen.

litin kunnan verkkosivujen kävijämäärä kasvoi 17,5 prosenttia edellisvuoteen. Istuntoja sivustolla kertyi 143 856, ja katselukertoja 280 758. Erona edellisvuoteen sivuston käyttö mobiililaitteilla oli laskussa ja puolestaan sivuston selaus tietokoneella kasvoi 11 prosenttia. Selvästi eniten (71 %) sivustolle saavuttiin hakukoneiden kautta.

Matkailun aluebrändin kehittäminen

Loppukevästä 2025 kunta käynnisti hankkeena matkailu- ja palveluekosysteemin kasvuohjelman, joka tähtää alueen vetovoiman vahvistamiseen ja kestävään yritysysteistyöhön. Hankkeessa kehitetään aluebrändiä, digitaalisuutta ja matkailupalveluita yhdessä paikallisten toimijoiden kanssa. Hämeen ELY-keskus myönsi kunnan hankkeelle 101 595 € avustusta. Hankkeen kustannusarvio on 126 994 €. Hanke toteutetaan 1.3.2025-31.5.2026 välisenä aikana. Hankkeessa toteutettiin asiantuntijatyöstä vastanneen Brande Oy:n ja kunnan hanketyöntekijän koordinoimana työpajatyöskentelynä yhteinen aluebrändi, joka sen valmistuttua etenee kunnanhallituksen käsittelyyn kevään 2026. Jatkotoimenpiteinä järjestetään matkailutoimijoille työpajoja brändin ja visuaalisen ilmeen käyttöönnotosta.

Muut markkinointitoimenpiteet

litti osallistui vuoden aikana kaksille messuille sekä kymmeneen paikallistapahtumiin tuodakseen kuntaa ja palvelujaan tunnetummaksi.

Lisäksi kesän 2025 aikana kunta toteutti aluetaloustutkimuksen, jossa tutkittiin kyselytutkimuksena litin Musiikkijuhlien sekä kahdeksan KymiRingin kilpailun aluetaloudellisia vaikutuksia. Kyselytutkimuksen toteutti opinnäytetyönään LAB ammattikorkeakoulun opiskelija, ja tiedonkeruun avuksi kunta työllisti neljä kesänuorta.

Lisäksi vuosittain litin kunta maksaa vauvarahaa ja tarjoaa kuntaan vakituisesti muuttaneille tervetuliaispaketin. Vauvarahaa maksettiin vuonna 2025 yhteensä 8 700 euroa. Vuoden 2025 aikana tervetuliaispaketteja jaettiin yhteensä 52 kappaletta. Hyvinvointia tukevista aktiviteeteista eniten pakettiin valittiin kuntosalin tutustumiskortteja (26), toiseksi eniten kiinnosti tutustuminen kansalaisopiston kurssiin (17). Veteraanimajan saunakortteja valitsi 9. %. Tervetuliaispaketin lunasti itselleen 30 % kuntaan vakituisesti vuoden 2025 aikana muuttaneista.

Esittelijä	Kunnanjohtaja Jarkko Salonen
Päätösehdotus	Kunnanhallitus merkitsee markkinointi- ja tiedotuskertomuksen 2025 tiedoksi ja esittää sen edelleen tiedoksi kunnanvaltuustolle.
Päätös	Kunnanhallitus hyväksyi kunnanjohtajan ehdotuksen yksimielisesti.