

Wanhan Raahan brändi-ilme

Kehittämislautakunta 24.06.2025 § 98

530/07.02.00/2025

Valmistelija

projektipäällikkö Johanna Rautio, matkailupäällikkö Terhi Eteläinen

Visit Raahan koordinoimana ja Vanhan kaupungin kehittämistyöryhmän ohjauksessa sekä Älykäs ja uudistava matkailu Oulun seudulla (STORE) -hankkeen toimenpiteenä on valmisteltu Wanhalle Raahelle brändi-ilmettä osana Wanhan Raahan brändityötä.

Raahan kulttuurihistoriallisesti arvokas puukaupunkialue on yksi Raahan seudun matkailun kehittämisen ja yhteismarkkinoinnin kärkikohteista. Brändityön tavoitteena on luoda Wanhalle Raahelle vahva ja tunnistettava brändi, jolla aluetta voi tehdä tunnetuksi sekä kotimaassa että kansainvälisesti.

Brändityön asiantuntijakumppanina toimii Kota Kollektiivi Oy, joka valittiin alkuvuonna 2025 järjestetyn kilpailutuksen perusteella. Yrityksen alihankkijana toimii FlowHouse Oy. Työ pohjautuu vuonna 2020 laadittuun Wanhan Raahan kehittämissuunnitelmaan, jossa vanhan kaupungin matkailullinen brändäys on yksi seudun matkailutoimialalle määritellyistä strategisista kehittämistoimenpiteistä. Lisäksi brändityö tukee alkuvuonna 2025 valmistuneen Raahan seudun matkailun masterplanin tavoitteita.

Brändityön tilaajana ja ohjaajana on toiminut Vanhan kaupungin kehittämistyöryhmä. Varsinaista toteutusta on vienyt eteenpäin projektiryhmä, joka koostuu Visit Raahan, Kota Kollektiivi Oy:n ja FlowHouse Oy:n tiimeistä. Prosessin aikana on osallistettu laajasti paikallisia sidosryhmiä, kuten matkailutoimijoita, asukkaita, päättäjiä ja viranhaltijoita, muun muassa brändikyselyllä, sähköisellä alustalla, esittelytilaisuuksissa ja työpajoissa.

Tavoitteet, työmenetelmät, osallistaminen ja tuotokset

Brändityön keskeisenä tavoitteena on tukea Wanhan Raahan kehittymistä kansainvälisesti kiinnostavaksi ja muista erottuvaksi matkailukohteeksi. Viestinnän yhtenäistäminen ja houkuttelevuuden lisääminen tukevat alueen vetovoimaa niin kotimaisten kuin ulkomaisten matkailijoiden keskuudessa.

Brändityössä on huomioitu olemassa oleva matkailutieto, kulttuurihistoriallisten arvojen säilyttäminen sekä tasapaino palveluiden

kehittämisen ja alueen elävyyden välillä. Työssä on hyödynnetty alueen asukkaiden, yrittäjien ja kolmannen sektorin kuin myös Raahen kaupungin asian kannalta keskeisten toimialojen edustajien näkemyksiä. Tavoitteena on rakentaa Wanhalle Raahelle brändi, joka yhdistää eri alojen toimijoita yhteisten arvojen ympärille ja lisää alueen symbolista arvoa myös paikallisten silmissä.

Brändityön pääasiallinen tuotos on viestintäsuunnitelma eli ns. brändikirja, joka toimii ohjeistuksena palveluiden tuotteistamisessa ja markkinoinnissa sekä tukee alueen toimijoiden yhteistyötä ja aluekehitystä. Sisältöjä voidaan hyödyntää myös uuden liikekeskustan ja vanhan kaupungin välisen yhteyden ja palvelupolun kehittämisessä.

Osana brändityötä on toteutettu tausta- ja kilpailija-analyysi, sähköinen brändikysely sekä osallistava brändityöpaja. Työskentely on perustunut työpajatyöskentelyyn, projektiryhmätyöhön sekä aineistojen analysointiin ja dokumentointiin. Työssä on hyödynnetty myös olemassa olevia suunnitelmia, kuten Raahen seudun matkailumarkkinoinnin sisältösuunnitelmaa, matkailun kehittämissuunnitelmia sekä Visit Raahen nykyistä kohdebrändäystä.

Kokouksessa esiteltävässä dokumentissa tuodaan nähtäväksi Wanhan Raahen brändin ydinviestit, erottuvuustekijät ja visuaalinen identiteetti. Suunnittelun pohjana ovat toimineet Raahen seudun matkailun masterplan, brändikyselyn tulokset sekä työpajojen aineistot.

Vanhan kaupungin kehittämisen työryhmä on katselmoinut ja hyväksynyt brändi-ilmeen.

Tulevat toimenpiteet

Dokumentti laajenee seuraavassa vaiheessa brändikirjaksi eli viestintäsuunnitelmaksi. Syksyllä 2025 toimijat kutsutaan brändin jalkauttamistyöpajaan.

Vanhan kaupungin brändin omistajaksi tulee Raahen kaupunki.

Wanhan Raahen brändi on arvokas strateginen voimavara, joka voi toimia liiketoiminnan kasvun moottorina – erityisesti matkailun, luovien alojen, elämysten ja paikallisten tuotteiden kehittämisessä. Se vaatii kuitenkin yhteistä tahtotilaa ja laadukasta brändinhallintaa, jotta siitä saadaan kaikki hyöty irti sekä lyhyellä että pitkällä aikavälillä.

Wanhan Raahen brändi-identiteetti on yksi keskeisistä STORE-hankkeen tuotoksista. Wanhan Raahen brändin kirkastaminen toimii koko seudun vetovoimatekijänä, jota Raahen seudun kaikki matkailutoimijat voivat hyödyntää. STORE-hanketta rahoittaa Pohjois-Pohjanmaan liitto (80 %)

Euroopan aluekehitysrahaston (EAKR) varoin, ja Raahen seudun kehityksen omarahoitusosuus on 20 %.

Asialle on tehty yritysvaikutusten arviointi ja vaikutusten arvioidaan olevan positiivisia niin lyhyellä kuin pitkällä aikavälillä. Mahdollisuuksiin lyhyellä aikavälillä luetaan yhteisen brändin myötä mm. nopeat markkinointikampanjat, teemakierrokset sekä paikallisten tuotteiden (käsityöt, elintarvikkeet, design) kysynnän kasvaminen. Yritykset voivat myös nostaa näkyvyyttään liittämällä itsensä kulttuuriperintöön ja samalla paikallinen identiteetti kasvaa.

Pitkän aikavälin vaikutukset voivat ilmentyä vetovoiman kasvamisena yritysten sijoittumiseksi. Wanhan Raahen ainutlaatuisuus voi houkutella luovien alojen, matkailun ja kulttuuritoimialojen yrityksiä Raahen. Kiinnostuksen nousun myötä alueen arvo voi nousta, mikä taas voi vaikuttaa positiivisesti kiinteistöihin investoimiseen, korjaamiseen ja monimuotoisiin käyttötarkoituksiin. Wanha Raahe voi toimia koko kaupungin identiteettiä vahvistavana sateenvarjobrändinä, joka luo pitkäjänteistä vetovoimaa eli kestävää kilpailuetua.

Riskit ja huomiotavaa: Brändin ylikäyttö tai kaupallistaminen ilman aitoutta voi vesittää sen vetovoiman. Yhteistyön puute kaupungin, yritysten ja kulttuuritoimijoiden välillä voi heikentää mahdollisuuksia. Infrastruktuurin kehittäminen (majoitus, liikenne, opasteet) on tärkeää matkailun kestävyden kannalta.

Projektipäällikkö Johanna Rautio ja KotaCollectiven edustajat esittelevät asiaa kokouksessa.

Esittelijä

Kaavoituspäällikkö Syrjäpalo Anu

Päätösesitys

Kehittämislautakunta esittää Raahen kaupunginhallitukselle sekä edelleen kaupunginvaltuustolle:

Hyväksytään Wanhan Raahen brändi-ilme.

Valtuutetaan Visit Raahe viimeistelemään brändi-ilmeeseen pohjautuva brändikirja/viestintäsuunnitelma.

Päätös

Hyväksyi esityksen.

Merkittiin pöytäkirjaan, että Kota Collectiven asiantuntijat Miikka Hask sekä Harri Tarvainen saapuivat kokoukseen etäyhteydellä (Teams) asian käsittelyn alkaessa klo 17.28.

Merkittiin pöytäkirjaan, että projektipäällikkö Johanna Rautio, Kota

Collectiven asiantuntijat Miikka Hask sekä Harri Tarvainen esittelivät asiaa kokouksessa.

Merkittiin pöytäkirjaan, että Kota Collectiven asiantuntijat Miikka Hask sekä Harri Tarvainen poistuivat kokouksesta asian esittelyn jälkeen klo 17.56.

Merkittiin pöytäkirjaan, että hankintapäällikkö Leena Räsänen saapui kokoukseen asian käsittelyn aikana klo 17.49.

Merkittiin pöytäkirjaan, että kaupunginhallituksen puheenjohtaja Sari Pekkala saapui kokoukseen asian käsittelyn aikana klo 18.05.

Merkittiin pöytäkirjaan, että projektipäällikkö Johanna Rautio poistui kokouksesta asian käsittelyn jälkeen klo 18.19.